

优惠史无前例

济南大谦三周年店庆团购会来袭

从2010年开店至今,济南大谦上海大众汽车迎来了3周岁的生日,这些年来真诚地感谢媒体及社会各界的大力支持,衷心地感激每一位客户长期的支持与厚爱,正是有大家的关心与鼓励,才让我们这3年的耕耘,迎来崭新的收获;3年的辉煌,载入骄人的史册。3月29日,特举办3周年店庆团购活动,具体情况如下:

【团购时间】:3月29日上午10点
【团购地点】:上海大众济南大谦4S店,工业北路70号(恒太城西邻500米)
【团购价格】:同城最低价,新桑塔纳73800元起售, Polo综合优惠16000元等
【团购内容】:



1、不用砍价,给最低价!店庆真情回馈,肯定比您自己谈价格要低,只要参加团购,一律可以享受当期最优惠的价格!
2、打包团购,一站式服务!车价优惠是搞定了,那保险呢?加装的精品呢?当天都会给您实惠的成本

价,让您一站享受最便利的服务。
3、到店有礼、订车抽奖,只要到店客户都可以领取免费礼品一份,订车客户更有苹果5S、全车太阳膜、1000元维修保养券、原厂车模、车用吸尘器、竹炭四件套等您来拿。

更多活动信息欢迎您致电上海大众济南大谦活动贵宾专线:0531-81183999咨询。

济南大谦汽车作为上海大众汽车特许一级经销商,也是上海大众特许建设的山东省第一家上海大众标准模块化4S店。公司秉承“以人为本,共同发展”的管理理念,拥有一支高素质、锐意进取的员工队伍,2011年3月,销售顾问荣获山东省New Polo销售精英大赛第一名。凭借完善科学的管理培训体系,济南大谦为员工提供无限的事业发展平台,济南大谦为客户提供量身定制的优质专业化服务的。售后服务技师及技工均参加过上海大众厂家的专业维修培训,多人曾在上海大众的

维修技术比武中取得优异成绩。凭借高标准的维修设备、高水平的维修技术队伍,济南大谦为您的爱车保驾护航!

济南大谦汽车通过系统化、科学化、完善的售后服务体系为广大客户提供优质的服务,同时通过与消费者与社会的沟通,让更多的人理解:汽车不仅仅是代步工具,也是生活娱乐和激情的部分。作为流动的载体,它可以提高车主的生活质量,丰富车主的生活内容。顾客需要服务,服务需要文化,大谦将通过发挥自身的特色,不断创新,创造出独特、健康、美好的品牌形象,为公司的进一步发展,为广大车主开拓出一个崭新汽车生活新天地。(蝉蝉)

东风雪铁龙营销全盘布局 树立品牌新高度

根据最新的数据显示,2013年东风雪铁龙新车销量超过28万辆,同比增长25%。其中,上市刚一年的“高性能高端中级车”C4L,自去年下半年开始连续数月销量不断刷新,并于去年12月首次突破了单月销售破万辆的大关;“冠军品质”全新世嘉销售稳定在全年10万辆以上,继续领跑中级车市场;“全新新一代欧系中级车”全新爱丽舍收获好评无数,仅上市两个多月,销量已突破16000辆。凭借鲜明的个性和富有人性化的科技基因,东风雪铁龙的“中级车三剑客”矩阵产品线销售成绩骄人,预示着法系车在狼烟四起的中级车市场中重新崛起。

“龙腾C计划”挂帅 剑指品牌跨越
2013年4月,东风雪铁龙在上海正式公布品牌2013-2015中期规划——“龙腾C计划”。这是东风雪铁龙的第三次“龙腾计划”,将

全面整合品牌、产品、服务,实现品牌的全新腾飞,标志着东风雪铁龙将步入加速发展的新阶段。东风雪铁龙“龙腾C计划”围绕品牌定位、产品技术、客户承诺三大方面制定加速发展计划,以实现在2015年销量突破40万辆的核心目标。自2013年起,东风雪铁龙每年至少推出一款全新车型,并导入SUV车型,以此构建各细分市场涵盖更广、覆盖更密的产品线,进一步丰富消费者的选择和体验。

另外,东风雪铁龙全力推进动力总成战略——“E动战略”的实施,让东风雪铁龙的动力总成表现实现科技的高新飞跃,以THP系列涡轮增压直喷发动机为核心动力总成技术,在激烈的同级别竞争中争取更大的发展空间。
三位一体式营销:
整合、创新、个性化

从2010年开始,东风雪铁龙正式开启体育营销元年,与中国羽毛球国家队、中国羽协签订战略合作协议,打响全民体育营销的头炮。中国羽毛球国家队作为国际赛场上的常胜将军、金牌军团,社会影响力不容小觑。同时羽毛球运动也是受众面最广、普及性最高的一个载体,可以最大范围地影响东风雪铁龙的目标消费群体和潜在消费群体。

东风雪铁龙与中国羽毛球队的合作,是东风雪铁龙在体育营销上的一次跨界与创新,借助羽毛球运动这一沟通平台,进一步提升东风雪铁龙品牌形象,在重点市场塑造品位和风格。东风雪铁龙为广大车主及羽毛球爱好者搭建一个全方位的运动体验平台,增强车友和球迷的沟通,传递冠军态度,倡导快乐生活方式。今年以来,由东风雪铁龙冠名、

中央电视台体育频道和中国羽毛球协会联合主办的第二季“谁是球王——中国羽毛球民间争霸赛”在全国范围内拉开序幕。全国八大赛区轮番角逐,传递运动正能量。

另一方面,东风雪铁龙的娱乐营销也体现出品牌对创新营销方式的深刻理解和。去年东风雪铁龙凭借2012年最强综艺节目《中国好声音》的延续效应火了一把。作为好声音的姐妹节目《中国好声音—对战最强音》全球巡演的互动赞助商,也是唯一的汽车合作伙伴,东风雪铁龙借着这股东风,大力推广其高性能中级车C4L,通过巧妙的借势营销,传达C4L与中国好声音一样“追求最好”的态度;通过两者身上共有的积极向上的正能量,与目标用户群体进行情感沟通。
东风雪铁龙布局谋篇
铸造品牌之魂

东风雪铁龙自1992年进入中国,历经22年的品牌积淀,已经在市场上建立起相当的品牌知名度、美誉度和消费者忠诚度。东风雪铁龙的“品牌主张”是“人性科技 畅享生活”,一直以来坚持以创新和超越不断实现着技术、产品和服务层面的突破,并积极为用户提供优质的个性化车上生活。

作为入主中国最早的合资品牌之一,东风雪铁龙在今年实现历史性的28万辆销售目标后,宣布将在2015年实现40万辆销售目标。如今,中级车“三剑客”C4L、全新世嘉和全新爱丽舍的矩阵布局,显然已经建立起完善的产品体系,这将使东风雪铁龙在中级车混战中更有竞争力;东风雪铁龙多年来的品牌营销积累,已经形成完整的营销模式,也确定无疑地展现出法系布局中国的勃勃雄心。(徐玲)

买电动车 可以等一等



第29届齐鲁春季车展还有2周就要开幕了。车展组委会的办公电话最近一直是“炙手可热”,咨询购买电动车的热线电话响铃不断。除了富士达、小鸟、绿源外,本周比德文电动车品牌也确定参加本次春季车展的电动车展会。至此,四大电动车品牌将齐聚齐鲁春季车展,为省城广大市民打造一次无与伦比的购车盛宴。

参展品牌及车型推荐——

◎富士达福马

福马是富士达在2014年3月上市的一款新品,定位为大型城乡越野车型。新车配置全方位立体防盗报警器;采用富士达智补胎,并搭配前铝轮;拥有超大容量分体尾箱及豪华大货架;配置砸不烂的大灯及高档智显液晶仪表;在动力上,搭载GTR坡霸电机,最大扭矩达到150N.m。新车在载货能力、越野性能、续航里程三个方面上表现绝佳,尤其是在山道持续爬坡过程中所表现出来的动力和耐力更为持久。

◎比德文V雳

2013年比德文电动车在济南的销量突破15000辆。本次春季车展电动车展会期间,比德文2014款新品“V雳”车型将精彩亮相。凭借双模遥控报警器、BV超能电机、气囊液压后减震、双肩液压前叉、超大屏液晶仪表、六层耐磨真空胎、液刹碟刹制动等



科技人性化配置,“V雳”电动车已经打动了不少意向购车者。而比德文电动车本次展会上200辆展车的庞大阵容,肯定能让到场客户不枉此行。

◎绿源MT超级鹰

MT超级鹰是一款炫酷车型,拥有个性化的外观设计。超级鹰配置同步变频电机,以强动力、低噪音、稳运行、省电量、长寿命五大特点著称;液晶仪表支持数字技术智能显示,行车实况一表掌控;遥控电机锁采用先进的加密技术,双重保护整车安全;绿源自补胎能全方位瞬间自动修补,行车路上不怕扎;第五代充电器能实时监控充电安全,全智能调节充电,有效地防止电池热失控,均衡电池电压;省力支撑让停车不再困难;车架采用机器人焊接技术,焊点均匀,品质稳定,安全性高。

◎小鸟电动车

在近期“3·15”相关活动中,小鸟电动车屡获业界殊荣,分别荣获了“全国质量和服务诚信优秀企业”、“全国质量稳定检验合格产品”荣誉证书。“小鸟”是中国驰名商标,以优质的品质和诚信的服务赢得了广大消费者的信赖。始终保持高品质、高质量、高信誉的发展方向,特别是在商标战略、科技创新、知识产权保护以及产品设计、制造、使用方面都具有超前领先地位。

(孙亮)

“男神”已进化?“暖男”正当道!

“男神”不是谁都能当的,但是让女人倾心的“暖男”却可以轻松“炼成”。所谓“见车如见人”,首先把你的视线转向座驾吧!一台“暖男系”的车,就是你的最好标签。如果只能给你一个选择,非那台贴心而靠谱的凯美瑞莫属。凯美瑞诞生已经超过30年,但1600万辆凯美瑞中还有90%仍然不离不弃地陪伴着车主。在J.D.Power发布的

2012年中国车辆可靠性研究报告中,凯美瑞摘得高端中型车桂冠。作为一款风靡全球的中高级轿车,凯美瑞素以优良品质而著称。一切以消费者为出发点,倾注真心和满满的爱,凯美瑞的良苦用心赢得无数车主的交口称赞。极低的故障率、极高的耐久性早已成为它的金字招牌。对于丰田的优良基因,凯美瑞深得其中三昧。“暖男”的怀抱,包

容着每一位车主。正是对车上的每一个乘客都体贴入微、细致周到,才使凯美瑞深受全球消费者的青睐,成为连续13年的美国冠军、连续18年澳洲冠军、连续18个月中国冠军、中东6国最大市场份额以及586次荣获全世界各国年度车型的荣誉。凯美瑞毫无疑问是全球超过1600万顾客心中的“暖男”,毫无疑问是“暖男”的最佳座驾。(陈甜)

“人马一体”,明星来袭

——林志颖现身Mazda6 AtENZA 阿特兹试驾现场



3月21日,一汽马自达举办的“车随意动,人马一体”Mazda6 AtENZA阿特兹全媒体试驾活动在成都金港赛车场进行,期间跨界演艺、赛车及企业家的台湾著名艺人兼赛车手林志颖先生现身试驾现场,为即将上市的一汽马自达阿特兹助威。

打破常规 挑战极限

对于林志颖的到来,一汽马自达汽车销售有限公司副总经理田青久先生表示:“林志颖的职业赛车成绩非常出众,由他来试驾Mazda6 AtENZA阿特兹恰如其分。并且林志颖在演艺、赛车、企业界等多个领域异常活跃,不断突破挑战也与马自达‘打破常规 挑战极限’的品牌精神不谋而合。”

车随意动 人马一体

林志颖在活动中驾驶Mazda6 AtENZA阿特兹轻松超越了各项高难度的试驾科目,征服了现场的媒体记者。对于Mazda6 AtENZA阿特兹,小志表示:无论造型还是操控它已超越同级车型,给他带来了惊喜;它的直线加速很平顺,过弯指向很明确,而且作为一款中高级运动轿车百公里油耗仅6.9L(2.5L版)非常令人惊讶。

随着Mazda6 AtENZA阿特兹的横空出世,一汽马自达品牌正在“创驰蓝天技术”及“魂动”设计理念的引领下,开启全新篇章。一汽马自达也将完成由战略守势向战略攻势的转变,并推动品牌再度提升。(刘双)