



# “华北战略”重点要突破山东市场

## ——专访一汽丰田汽车销售有限公司华北分部总监邵学斌

第三十六届齐鲁车展将于9月7日在高新国际会展中心和舜耕国际会展中心同时拉开帷幕,届时八十多家参展商的千款车型以及数十款新车将会纷纷亮相,为济南的广大车友奉上一场盛大的赏车购车盛宴。

众所周知,9月是车市的关键点,齐鲁车展上,参展商有什么声音?下半年又有什么新的动态?近日,本报记者就这些问题采访了一汽丰田汽车销售有限公司华北分部总监邵学斌,请他介绍了一汽丰田的现状以及未来的发展规划。

本报记者 吕晓丽



邵学斌

### 华北区域“巷战”激烈,“齐鲁战役”打响

一开场,邵总用稳扎稳打四个字来形容一汽丰田近年来的经营策略。从2014年开始,一汽丰田开启了“华北战略”,经过3年努力,截至2016年底,一汽丰田在华北区域的市场占有率从2.2%升至2.4%。可以说得益于小型车战略以及新皇冠等产品加持,一汽丰田已在华北区域取得了第一阶段的成功。2017年一汽丰田再接再厉,打响了华北战略的第二战——“齐鲁战役”。

“山东是目前国内乘用车的最大省级市场,也是最复杂的市场。全省既有像济南、青岛和烟台这类消费结构越来越接近北京的城市,也有潍坊、淄博、临沂等大量的三四线市场,而一汽丰田华北战略的重点恰恰就是突破山东市场。”邵学斌表示。

面对如此明显的差异化市场,一汽丰田一方面要坚持小型车战略,满足广大四五线市场,另一方面要加强皇冠以及卡罗拉双擎等

高端车的市场认知度。目前,小型车在河北、山东、山西的非城区县级市场销售占比约60%。

此前,一汽丰田汽车销售有限公司总经理姜君透露,到今年9月份,一汽丰田客户将达到600万,而这之中,华北区域的客户会占到100万之多,因此华北区对一汽丰田至关重要,如何增强客户与经销商的黏性,加大市场活动向经销商的倾斜度是其今年发展的关键。

### 加强深耕细作,巩固基盘客户

随着区域差异化管理经验的增加,2017年,一汽丰田也将加强区域的店头营销及售后服务。这不仅是为了巩固基盘客户,也有助于经销商改善盈利机制。例如,2016年在全国购买威驰、卡罗拉的客户可以得到三年六次免费保养,到了2017年,该政策已经推广到京、鲁等地区的其它车型,这种营销策略就是“让消费者

用非常小的代价体验一汽丰田的售后服务。”

邵学斌指出:“从前年和去年的实践上来看,华北战略有几个重要的指标。一个是一汽丰田能不能在河北市场和山东市场有所突破,改变目前的市场表现。一个是和市场沟通,这主要是在中国的三四线城市,包括华北很多偏远的五六线城市和乡镇,这些区域一汽丰田有

没有做出创新,更好接近消费者,或者说为消费者提供更好的购车和使用环节,从销售到售后服务做一系列尝试。这些尝试在今年已经超出华北范围,我们在一些华东的地区,三四线城市或者五六线城市也做了推广,给消费者提供这些产品的接触,产品的体验,产品的分享,以及产品的使用等方面的利好。”

### 今年销量必达67万辆,向进攻型销售转型

销量方面,2017年一汽丰田的目标是必达67万辆,争取70万辆。2018年,丰田会把基于全新TNGA架构的产品陆续投放中国市场,届时,无论是燃油限值排放,成本还是产品线都将大幅提升。对一汽丰田来说,在未来一年内完成向进攻

型销售的转变可谓势在必行,从而为2018年以后的新品攻势打好铺垫。

说到一汽丰田今年参展的阵容以及亮点车型,邵总表示,一汽丰田将携强大阵容倾情参展,其中不乏上市不久的全新COROLLA

卡罗拉以及全能驾趣先锋威驰FS,此外明星车型RAV4荣放、全新VIOS威驰等也会到场助阵,而且在销售上将推出极具诚意和针对性极强的优惠政策,力促一汽丰田展台人气,希望能成为齐鲁车展的一道风景线。



时间:9月7日-10日 主办:齐鲁晚报 协办单位:广汽丰田汽车销售有限公司  
唯一指定合作银行:中国建设银行山东省分行  
地点:济南高新国际会展中心(合资品牌及自主品牌展区) 济南舜耕国际会展中心(豪华品牌及进口品牌展区)

招商电话:0531-85196370

2017齐鲁地市车展

聊城车展 地点:聊城体育馆 时间:8月19日-20日  
淄博车展 地点:淄博国际会展中心 时间:11月4日-5日



观众报名

“用”建行的钱 买自己的车 25大品牌百种车型专享免利息免手续费车展特惠信贷政策