



车市新军亮相泉城

——2012泉城车界新开业4S店不完全汇总

2012年的日历已翻至5月,桃红柳绿,草长莺飞的泉城车界依然没有放缓前进的脚步,启辰、纳智捷等全新品牌的强势入驻,别克、雪佛兰等新“东家”的高调亮相,越发让济南车界的竞争格局更为激烈。本期,小编为此特别探营泉城汽车“新军”,带您领略一番泉城车界“新气象”。

□王士强 李晓宁 赵兴



东风日产启辰 开启汽车下乡营销新模式

4月23日,东风日产启辰D50全国上市,标志着启辰这个东风日产全新子品牌正式开启国内的营销之路。截至D50上市之时,启辰已经在国内开设了100家专营店。在国内自主品牌销量最大的山东省,启辰专营店的数量达到13家。4月29日,东风日产启辰在济南的唯一一家标准4S店山东大友龙开门纳客,他们将承担起东风日产启辰在全国最大

市场核心城市攻城拔寨的市场重任。

“我们这个店的投资就接近1000万,算上水电日常花销,所有的费用分摊到月度,每个月销量低于100辆就赔钱。”山东大友龙店总经理王杰说。据了解,山东大友龙专营店位于工业北路,和东风日产金大友店相邻,占地面积4000平方米,投资约1000万。王杰给记者算了一笔账,按照目前厂家

的政策,完成任务利润可以达到4%。启辰D50的单车利润3000元,100辆才30万元,刚刚够店内人员工资和正常运转。如何尽快上量,是摆在王杰面前最重要的任务。

对于熟悉汽车行业的消费者来说,D50并不陌生,它的原版车型就是当年曾经畅销一时的东风日产颐达。当年这款以都市白领为目标消费群体的时尚车型,曾经积累了广泛的市场口碑,成为入门级中级市场的明星车型。经过重新调校升级之后,再以低价入市,D50的市场前景被业内看好。

“周边县市的二级网点已经开始着手建设,大部分已经正式营业,东风日产在济南的所有二级店都已经排上了D50,网络方面,必须达到无缝覆盖。营销层面上,我们也准备走进乡镇村落,真正地做到汽车下乡,把销售沉到基层去。也只有这样,启辰才能有未来。”

东风裕隆 带来全新汽车生活体验馆

位于槐荫区济齐路的纳智捷鑫大友汽车生活馆,是目前济南市唯一一家东风裕隆授权经销商。“汽车生活馆”这个理念,可以说是纳智捷品牌的首创,不但代表着全新的营销方式,也是一个售前售后无间隔的服务流程和理念。

整个汽车生活馆的最大亮点,是纳智捷独创的体验剧场。济南鑫大友店展厅内有5个体验剧场,每个体验剧场正中均停放一辆纳智捷大7,周围的卷帘可以像剧场的幕布一样拉起。体验之旅开始前,销售顾问会贴心地为顾客调整座椅,通过手机连接新一代交互式车载系统——Think+系统,10.2寸的超大中控液晶屏为每个顾客呈现想不到的视觉冲击和实车体验,而最有趣、最具前瞻性、与行车安全最有

关的,莫过于Eagle View+360度全景影像系统、Side View+车侧安全影像辅助系统、Night Vision+高感光夜视辅助系统。

据鑫大友副总经理沈阵介绍,顾客除了在汽车生活馆深度体验到这款来自台湾的SUV,更将享受到五星级酒店级的尊贵服务:纳智捷汽车生活馆内,包括现磨咖啡在内的4种饮料,在专门为客户打

造的可视服务区,不用到维修车间就可以全方位关注爱车的维修情况。

纳智捷鑫大友汽车生活馆总经理刘峰说到,“体验馆占地面积2000多平米,建筑面积超过3200m²,自3月11日正式开业以来销量稳步提升。相信随着纳智捷品牌影响力的扩大和消费者认可度的增加,前景将更为看好,并且随着大7的热卖,纳智捷将不断丰富产品线,MPV车型‘CEO’和轿车‘纳智捷5’将陆续与国内消费者见面。”



兆瑞雪佛兰“金领结”的贴心关怀

雪佛兰,一个年轻并充满活力的汽车品牌,其市场覆盖到全球70多个国家,曾创下每7.2秒销售一部新车的记录,恰逢雪佛兰汽车百年华诞,工业南路上一家全新雪佛兰4S旗舰店山东兆瑞雪佛兰也绚烂“绽放”在春日泉城,这也是离济南市区最近的雪佛兰4S店。

投资近2000万的兆瑞雪佛兰,总建筑面积近

4000平方米,展厅可容纳十一台展车,配备豪华VIP客户休息室,独具雪佛兰运动气息的展厅布置让每一位到店的客人都能体验到轻松愉悦的心情。不仅如此,兆瑞雪佛兰在售后服务上也做足了“功课”,位于展厅后方的维修保养专区设有40个维修工位,九项爱车终生免费检测,24小时紧急救援服务,给选车、购车、保养

爱车的雪佛兰车主提供了超乎想象的精致服务。

“我们就是要把最贴心、最周到的服务带到每一位客户身边,让更多的济南市民都能享受到轻松快乐的‘雪佛兰文化’。”兆瑞雪佛兰的市场负责人这样说到。据了解,兆瑞雪佛兰每月都会为车主举办“雪佛兰金领结爱车课堂讲座”活动,前来参加金领结课堂的客户还能得到车辆免检一次。讲座内容不仅涵盖了爱车的日常使用、节油常识、新车注

意事项等诸多方面的用车常识,同时还安排了有趣的有奖问答环节,让安全驾驶的学习在轻松愉悦中度过。

兆瑞雪佛兰总经理尹海翔对笔者这样说:“金领结课堂的开展不仅为每一位雪佛兰车主的驾驶安全加了一道‘保险’,也成为雪佛兰车主结识更多新朋友的平台,希望兆瑞雪佛兰成为所有雪佛兰车主的一个大家庭。”

嘉恒别克 缔造“水钻英朗XT”传奇

2012齐鲁春季车展上,全身贴满数万颗水钻的英朗XT令车展无数观展者大饱眼福赞叹不已,一度成为车展镜头下“宠儿”。

关于水钻英朗XT的诞生经历,曾经从事奢侈品营销的嘉恒4S店市场经理吴运涛感慨良多,车展前一周才下定决心要创造这样一辆水钻车,在众多汽

车美容店即使面对高达6万元制作费也连连摇头称“工期太短,不可能完成”的情况下,嘉恒人靠着一股子拼劲开始了“全店总动员”,耗时五天四夜按时完工。

今年年初开业的嘉恒别克是济南第5家由上海通用授权的别克汽车经销商,坐落于山东省济南市工业南路60-3号。硬件方面,嘉恒

别克的服务中心采用全套通用电脑检测仪器及专用工具,严格按照别克售前售后服务管理模式,通过现代化的数据机联网系统,进行高效的客户档案、维修进度及零件库存的数据化管理。设备完善的售后车间占地2800平米,可同时接待25台车辆预检维修,尊贵典雅的客户休息区设有多媒体区,影音室,VIP休息室,在客户等待车辆维修的同时,享受嘉恒带来的尊享服务。

时尚是嘉恒的特色“标签”,细致周到的服务更是嘉恒人一贯坚持的目标。从店内简约陈设所散发出的独特魅力,到展厅缓缓流淌在蓝调音乐里那句“嘉恒温馨提示”,无一不令前来选车或保养的客户陶醉其中。嘉恒4S店总经理路飞这样说到:“嘉恒的目标就是,员工以在嘉恒工作为骄傲,顾客以享受嘉恒服务为快乐!通用以与嘉恒合作为荣幸!”



心系藏族孤儿 关注高海拔地区教育

——东风日产阳光关爱·助教未来2012年首站活动启动

5月4日-6日,在东风日产西区事业部的全力支持下,东风日产阳光关爱基金会经过两天的日夜兼程,行程900多公里,终于将价值超过10万元的生活用品、学习用品送到了海拔3880米的甘孜州马尼干戈孤儿院的孩子手中。这是东风日产阳光关爱基金会发起的“阳光关爱·助教未来”项目2012年的首站活动,也是该项目继广东清远、湖北襄阳、湖北十堰、黑龙江齐齐哈尔、福建长乐、西藏拉萨、山西太原之后的第八站活动。

没有热闹的捐赠仪式,没有宏大的助教场面,只有大批梦寐以求的学习用品、大量保暖衣物、加厚的棉被褥子,孤儿院的孩子像过节一样,兴

奋异常。“这些书我们从来都没见过,这些衣服真暖和,感谢东风日产的叔叔阿姨……”孩子用不熟悉的汉语表达着自己的内心喜悦。

藏区教育事业一直备受关注,2012年3月初的“两会”政府工作报告中,温家宝总理特别强调“促进义务教育均衡发展,资源配置要向中西部、农村、边远、民族地区和城市薄弱学校倾斜。”此次阳光关爱基金会捐赠的孤儿院所在地玛尼干戈地区,海拔高达3880米,高寒、缺氧、贫困,条件恶劣,资源贫乏,形成了典型的“地理位置高海拔教育资源低洼地”现象。

“儿童是希望,教育是未来。2010年阳光关爱基金会曾



走进世界海拔最高的小学,并捐赠了满足当地学生锻炼需求的室内体育馆,2011年这个室内体育馆项目成为西藏教育的样板案例被西藏自治区团委推广到所有的西藏小学。今年我们再次来到藏区,一方面是对高海拔地区低洼地教育的持续关注,另一方面

是希望通过东风日产持续的助教活动吸引更多社会力量关注这一人群,关注这一地区的教育现状。”东风日产经营管理总部副部长李军表示。

2009年7月东风日产先于行业率先发布了企业公民战略报告,致力于以“共创价值、共谋福祉”为核心理念,以成

为倍受信赖企业为目标愿景,有系统、有规划地在公益、环保、安全等三个重点领域持续开展企业公民实践活动。其中在教育公益方面,迄今为止东风日产已经累计投入款物超过3000万元。

阳光关爱·助教未来项目自2009年启动以来主要致力于两个方向,其一是通过对贫困、边远地区教师培训提供长期性的资金支持,有效促进全国不同地区教育资源的均衡发展,该活动已经在全国8个城市站点持续开展了三年,受益教师超过10万名,惠及学生超过100万人;另一方面是发动员工、车主、专营店等爱心人士群,对落后地区贫困学校、孤儿院、福利院开展一对一的

捐赠帮扶活动。据初步统计曾参与过该项目的东风日产车主就超过100万人。

“2011年东风日产突破历史,全年实现产销80万辆,2012年全心启程,剑指百万,第一季度已经实现了22万多辆的销量,同比增长18.1%,目前正在NISSAN和启辰双品牌运营下朝百万梦想迈进。而在教育公益方面,我们也全心启程,除了一如既往做好阳光关爱·助教未来项目外,还将联合国家相关部委,继续拓宽教育公益的领域和方式,希望通过企业一己之力的示范效应和撬动作用,让更多的政府机构、社会公众关注中国的教育现状,并切实为提升整体教育水平付诸实践。”东风日产副总经理任勇表示。(晓岩)