

齐鲁车展销量夺冠,区域营销显成效

—雪佛兰区域营销中心总经理王焱谈山东市场营销

销量高达1208辆,雪佛兰在刚刚落幕的2012年齐鲁车展上,不仅创下了雪佛兰品牌的销售纪录,还夺得了本届车展所有参展品牌的订单冠军,较上半年春季车展环比增长28.2%。

据了解,在本次齐鲁车展上,雪佛兰旗舰车型迈锐宝以134台的销量战绩完成一次革命性的突破,成功跻身B级车“第一阵营”;

“新生代性能中级车”科鲁兹、都市力量SUV全新科帕奇、全方位舒适型中级车景程、新生代越级性能小车爱唯欧和“全民理想家轿”新赛欧亦均表现出色。

雪佛兰区域营销中心总

经理王焱在接受采访时表示,能获得如此佳绩,与雪佛兰在山东区域营销上所作的努力密不可分。一方面在山东市场,雪佛兰有地产车的优势,市场保有量大,经过了长时间的品牌建设和沉淀,消费者对雪佛兰的品牌和产品认可度高;另一方面,雪佛兰旗下车型都拥有过硬的产品力,凭借具有区域特色的商务政策,点燃了山东消费者的购车热情。

在齐鲁车展前期,对市场一向敏锐的雪佛兰采取了迅速精准的价格政策,王焱告诉笔者:“迈锐宝最高钜惠3万的‘春风’,1.6T迈锐宝上市的‘及时雨’,以及科帕



奇5000万购车共享基金的“在一起”等一系列促销政策启动,准确地洞悉了齐鲁消费者内心需求,为雪佛兰夺得齐鲁秋展销售翘楚的地位指明了方向。”

除了优惠政策,上海通用雪佛兰在区域市场推广方

面的稳扎稳打也是这次车展取得优异成绩的保障。中国市场环境复杂,消费者多样化需求显著。“一刀切”式的营销政策不具备区域特色,无法唤起消费者的共鸣,“接地气”的文化营销成为服务区域消费者、撬动

市场的有力手段。

王焱透露:“今年10月14日,雪佛兰的区域营销中心将正式落成,它的目的就是要更好地实现决策部门前移,了解并满足区域消费者的真实需求,因此,雪佛兰在区域市场推广方面必须学

会说‘山东话’。”他相信,随着区域营销中心的落成,雪佛兰在山东地区的区域营销也将进入新的阶段。

随着雪佛兰区域营销策略的不断完善,管理的下探以及资源的下沉将更有利于从区域特色出发,实现特色化的精准营销。凭借出色的产品力优势和更贴近消费者需求的服务政策,雪佛兰将赢得更多消费者的支

持和肯定,在山东区域实现更大的突破! (小猛)

山东润艺天成:

0531-88772111

山东润艺:0531-87297866

山东鸿发森泉:

0531-82787000

山东兆瑞:0531-88938866

解密“史上最强中级车”

—深度品驾东风日产新一代轩逸

凭借“高、富、帅”越级产品力和令人心动的价格,东风日产新一代轩逸实现了销量与口碑的双丰收。从上市首月(7月19日-8月19日)销量突破2.3万台的销售业绩来看,其超越同级的技术品质以及越级款待的情感价值已得到众多消费者的青睐。

4大领先优势
洞悉实力本质

在家用轿车领域,空间、油耗、安全、外观往往是消费者最关心的几个话题。作为“越级款待的旗舰家轿”,新一代轩逸以四大绝对领先优势——6.2L百公里油耗、680mm后排空间、980Mpa超

同级最低油耗。

680mm行政级后排膝部空间——秉承“技术日产人·车·生活”的品牌主张,新一代轩逸继承并发扬了轩逸以往的大空间优势,并以绝对领先的680mm行政级后排膝部空间,1760mm超宽车身宽度与2700mm超长轴距,超越奔驰S级,为客户提供媲美中高级车的宽敞、舒适专属空间。

980Mpa核潜艇级超强钢——在行车中,消费者往往更为关心汽车的安全性,而车身材质正是汽车安全的重要保障。新一代轩逸在同级车中率先采用980Mpa核潜艇级超强钢,打造出日产高级车标准的UHSS超高刚

性车身,使车身不易变形。

前后豪华晶钻LED灯——作为一款面向精英中产阶层推出的旗舰中级车,新一代轩逸是国内唯一在中级车上采用前后豪华晶钻LED灯的车型。其汲取中高级车设计元素,以“越级力量”为设计理念,打造的超越消费者期待、媲美豪华车的尊尚外观,着实让人惊叹。

驾驭“史上最强”
体会别样感动

与同级别车型相比,新一代轩逸不论是动力、操控,还是节能、舒适,均处于行业领先水平,在直线、弯道、波浪路、紧急变线等多项日常驾驶

中常见的路况环境和驾驶环境中的表现相当出众。在相同路况、相同车速的情况下,新一代轩逸的车内噪音明显低于同级别其它车型。从技术资料上显示更是如此,日产高级车尊享的三维超静音工程的应用,让新一代轩逸拥有了图书馆般的静谧空间。

在一段直线加速中,新一代轩逸的平顺性和稳定性展现得淋漓尽致。新一代轩逸搭载的全新1.8升发动机(MRA8DE)与全新智能XTRONIC CVT无级变速器完美合璧,使得新一代轩逸的加速过程十分平顺,动力随传随到且没有换挡冲击感,与同级别车型相比,驾驶

感受更加畅快舒适。

一天的驾乘丝毫没有让笔者产生疲惫感,新一代轩逸细致入微的人性化设计和先进技术应用,让笔者感受到了史上最强中级车的强大实力。总体来讲,新一代轩逸的“高、富、帅”强势产品力在驾驶过程中都得到了不同程度的体现,其极富竞争力的四大绝对领先优势不仅在市面上大受欢迎,也在实际使用过程中展现出了过人之处。东风日产用超越级别、超越期待、集合众多高级车先进技术的新一代轩逸,为整个中级车市树立了新的标杆,也凸显了企业强大的综合实力与未来征服市场的信心。

(晓枫)



新款保时捷Boxster登陆中国市场

9月13日,新款保时捷Boxster跑车全国首发仪式在苏州举行。新款智能轻质车身相比前代车型重量减轻了35公斤,二氧化碳排放量最多可降低16%,而动力性能却没有丝毫降低。搭配2.7升中置发动机的新款Boxster具有高达265 hp的最大输出功率,仅在5.5秒内便能从静止加速到每小时100公里;搭配3.4升水平对置发动机的Boxster S可产生315hp的最大输出功率,其0-100km/h加速时间仅为4.8秒。据悉,新款Boxster起始售价为人民币732000元,Boxster S起始售价为人民币976000元。

(刘庆义)



全新一代甲壳虫上市

9月20日,堪称全球汽车工业奇迹之一,代表大众汽车品牌根基的全新一代甲壳虫,在无数中国虫迷的期盼声中于上海正式上市。为期两天的“怒放·‘虫’生”全新一代甲壳虫上市系列活动,吸引了全球时尚人士的强烈关注。此次上市车型为全新一代甲壳虫1.2TSI时尚型和舒适型,以及1.4TSI时尚型、舒适型和豪华型,5款车型的国内售价为19.88万-29.98万元。全新一代甲壳虫的上市,将进一步满足中国消费者日益增长的个性化需求,引领阳光时尚,活力动感的汽车文化潮流。

(本记)



济南之星“星辉驾驭”试驾活动举行

9月20日,梅赛德斯-奔驰“星辉驾驭”试驾活动济南站在奥体中心激情启幕,活动持续4天,梅赛德斯-奔驰旗下C级、E级、GLK级、ML级众多车型悉数亮相,全新梅赛德斯奔驰B级车也在此试驾活动首次公开亮相。此举标志着奔驰最大规模的试驾活动将最大程度地走近消费者,让更多的用户了解奔驰是真正属于驾驶者的品牌。据悉,星辉驾驭项目,包括蛇形绕桩,ASR,ESP/PRE SAFE和Off-Road越野等,旨在满足不同的细分需求,通过这些环节将强调每款车型的细节技术特点,令参与者了解体验到每一款奔驰车型的强大优势和吸引力。(庆文)



赛欧
全民理想家

*购新赛欧4.99万元起
*更多升级组合套餐
金融特惠

5.6升/百公里
同级超低油耗

**全家认可
新赛欧 大品牌 大品质
幸福指数节节“高”**

新赛欧全系尽享国家节能惠民补贴3000元、车船税减半

5人宽敞空间
1215升超大后备厢

6大安全配备
安全笼式车身

放心
百年国际标准
造车工艺

贴心
雪佛兰金领结
懂车更懂你

信心
上市两年拥有
35万车主



雪佛兰
未来为我而来