

旺季卖车,淡季蓄客。记者近期走访泰城市发现,无论是前段时间的降雨还是连日来的高温,都降低了4S店展厅的热度。不过车商们没有因此就闲下来,而是主动走出去,通过各种渠道收集意向客户,同时开展各式各样的户外活动,例如试驾会、外展、户外团购,也都搞得有声有色。



现在试驾会的道具越来越专业。

泰城车商4S店外举办试乘试驾

您不进店看车,车就“开出去”

本报记者 赵兴

一个月6场大型试驾,还有特技表演

据不完全统计,从5月中旬到6月中旬的一个月时间内,就有不下6家分属不同汽车品牌的车商在泰城举行试乘试驾活动,其中有别克昂科拉、东风日产天籁、福特翼虎、比亚迪、奇瑞等。这些活动无论规模、档次都堪称大手笔,其中有不少是在厂家的部署下,投入重磅的人力物

力来举行。虽然都是试驾,但各车商在活动包装上都体现了不俗的创意。如别克昂科拉的“惜油记”试驾活动,将参与者分别编为唐僧队、悟空队、八戒队、沙僧队展开节油挑战赛;比亚迪的“我是车手”试驾活动则请来了顶尖特技教练进行特技表演,还在车友间

举行了竞速赛。与以前的固定路线公路试驾不同,现在的试驾大都设置了复杂的跑道,斜坡驻停、直道加速、百公里急刹是最基本的配置,拱桥、颠簸路面、交错路面、双边桥、涉水等项目也逐渐成为标配,至于更惊险刺激的高空“跷跷板”也成为试驾场上的常

客。在试驾活动现场,车商也不忘与老客户联络感情。不少品牌都把内训师和售后主管请到现场,在活动间隙为车主们介绍驾驶技术和售后保养知识。在淡季销售不旺的情况下,通过建立老客户的品牌归属感而转介绍,或许是一个打开销路的好办法。

销售很重要 更要人气旺

各类试驾活动虽都是以突出产品性能为主,车商的目的各有千秋,但总的来说还是为了提升销量。

强世行别克4S店销售员小张告诉记者,别克昂科拉去年推出后销售一度非常火爆,然而随着竞争车型的跟进以及广宣投入的减少,现在市场逐渐趋于平稳,此时推出“惜油记”试驾活动是希望营造昂科拉的再次热销。而新天籁从上市以来销量节节攀升,嘉信专营店市场经理盛丽丽表示,此时做试驾是为了锦上添花,乘势而上;目前新天籁的销量已冲上中级车三甲的行列。

对于室外小型车展,车商们都表示,促进销量是一方面,更重要的是增加车型和品牌在市民眼中的曝光度。“现在积累多一些潜在客户,等到旺季来临或者客户购车意向较大时,肯定会首选我们品牌。”北方车辆上海大众4S店市场经理刁雪莲说,只要场地允许而且现场有人气,接下来还会在市区举行品牌车展。

市中心也能看车展,还有不少优惠

虽然4S店展厅的人气不旺,但是车商没有坐以待毙,而是选择把车送到市民身边。泰城市民周末逛商场超市时,经常发现室外停车场上有汽车品牌搭起展台,竖起宣传牌,办起了小型车展吗,甚至有的4S店和商场在商场里搞起活动。

“我们本来打算趁着中篷车来东平,在东平电影院外举行外场车展,正好赶上齐鲁晚

报在东平的县城车展,我们就把中篷车开到这边来了。”上周末本报东平车展现场,东风日产泰安嘉信专营店市场部经理说,自从进入淡季以来,4S店就把外场活动作为重点,不但在市区和县城都举办小型车展,依托全新天籁“三冠王”挑战赛在花样年华举办的团购活动一举收获了161个订单,“当天仅

东平地区就来了40多组客户,订走了20多台车。”

对于经销商把“展厅”开到身边的营销方式,不少市民都觉得很方便。“现在天气这么热,想买车也没动力一家一家4S店逛,倒不如谁在市区搞活动就过去看看。”市民秦女士说,在品牌车展现场了解车型的同时,感觉优惠也比较大。



别克 来自上海通用汽车 400-920-8242 www.buick.com.cn

2013 别克新视界

欧美科技 创新体验

全新2013 昂科拉 ENCORE

全新2013 君越 LACROSSE

全新凯越 EXCELLE

全新2013 英朗 GT

全新2013 君威 REGAL

全新2013 君威 GS

全新2013 英朗 XT

全新2013 GL8 豪华商务车

6月22日—23日泰安银座奥特莱斯广场

年中促销 疯抢巨“惠”

泰安交运集团通运别克 (0538) 691 8888

泰安强世行别克 (0538) 821 1111