



BMW“感受完美”全系试驾会 信阳站火热招募中

备受中国 BMW 车迷们期待的“2014 BMW 感受完美”体验日信阳站即将拉开帷幕。作为 BMW 已成功举办 12 年的全系产品品牌体验活动,“BMW 感受完美”为广大 BMW 客户和车迷提供了一个生动全面而充满乐趣的平台,去充分了解 BMW 品牌文化、产品特色和创新科技等,而有机会体验全系车型更是为参与者带来无尽的驾驶乐趣。

备受关注的“BMW 感受完美体验日”每一年在信阳站与大家见面的时刻,都会给信阳喜欢 BMW 品牌的车迷朋友们带来近距离亲身体验 BMW 终极驾驶机会的机会,同时会给客户带去无尽的体验

和多样化的感受,现在,如果您想悦享 BMW 的驾驶激情和感受宝马全系试驾的亲身体会,那么,您就是我们要找寻的“汽车人”。

“2014 BMW 感受完美”体验日以“驾驭美学,创新体验”为主题,将历时 6 个多月,覆盖全国 54 个城市和 184 家 BMW 授权经销商。很高兴,作为 BMW 授权经销商,“2014 BMW 感受完美”体验日信阳宝莲常站即将在 2014 年 5 月 26 日为大家共享激情的一刻。

对于憧憬驾驶乐趣的客户来说,试驾体验环节将带来全新的震撼感受。“感受完美”活动不仅为受邀客户带来 BMW 精英基础

级驾驶培训理论课,还提供全系产品作为试驾车型,包括升级的 X Ramp 体验以及各新发布车型试驾。

信阳宝莲常宝马 4S 店,信阳宝莲常是华晨宝马汽车有限公司和德国宝马汽车集团在信阳地区的授权特许经营商,公司提供 BMW 全线车型的整车销售、售后维修、原厂备件、以及二手车置换、精品装饰、分期金融、保险代理、代办牌照等专业服务。公司售后维修服务拥有德国原装进口的国际先进检测仪器和最新的修理、加工及喷漆设备;所有的售后技术人员和销售人员全部接受了 BMW 的专业培训及认证。

(宝莲常)

信阳悦达起亚专营店

“钜惠五月天”网络直销“惠”

浓情五月天,感恩母亲节。一起约“惠”东风悦达起亚吧!笔者近日从信阳悦达起亚专营店了解到,即日起火热开“惠”!全系购车“惠”。最高现金优惠 35000 元,秀尔惊喜 8.5 折,购 K2、K3 即送原厂导航,智跑综合优惠 20000 元,购车还有母亲节温情大礼包!油卡、0 车险、分期 0 利息、0 手续费、0 购置税诸多豪礼等你来拿!任意品牌均可置换,更有现金补贴!网络报名还有 1000 元代金券。

(李佳)



新马三昂克塞拉来了

搭载创驰蓝天技术的全新马自达 3 昂克塞拉发售在即,长安马自达信阳盛达 4S 店作为长安马自达优秀经销商之一,在第一时间争取到新马自达 3 昂克塞拉实车。并于 4 月 26 日在信阳举行了首发仪式,品鉴会现场,广大客户争相感受新车的魅力,对全新马自达 3 昂克塞拉赞不绝口。盛达店也为当天订车客户准备了丰富的大礼,活动当天共收集 20 多台订单。

马自达 3 Axela 昂克塞拉采用了马自达全新的“Kodo”魂动设计理念,前脸设计灵感来自猎豹,整体设计风格非常的运动,钢琴漆喷涂的盾形前格栅看起来非常有档次,远近光一体式前大灯也集成了主流的 LED 日间行车灯。

相比前部锐利运动的设计风格,马自达 3 Axela 昂克塞拉的尾部看起来要内敛一些,造型与前大灯类似的尾灯没有加入 LED 灯组,雾灯则被设计在后保险杠下中部,另外后排气口也被隐藏起来了。

马自达 3 Axela 昂克塞拉采用了全黑色设计,未来还将会有米色内饰,总体感觉非常运动与时尚,同时该车还具备马自达的互联系统,以及大量的高科技配置在车内,并且在人性化方面也做了特



别的设计,相比同级别的竞品,马自达 3 Axela 昂克塞拉无疑已经在配置上胜出,很多配置只有在更高端的车型上才会配置。

动力上,新车将提供 1.5L 和 2.0L 两款

采用创驰蓝天技术的自然吸气发动机,并搭配 6 速手动或 6 速自动变速箱,创驰蓝天技术是马自达的主打,马自达 3 Axela 昂克塞拉是基于此而打造,相信不会令消费者失望。

(家永)

销售渠道下沉仅是开始

近两年,随着一线城市汽车消费饱和与限购政策的实施,各车企不约而同地将注意力转移到了二、三、四线城市,以求提高销量、扩大市场份额。而这些城市近年汽车销售大幅增长,也促进了各车企的进一步行动。在刚刚闭幕的北京车展上,多家车企负责人均表示将加速销售渠道下沉,如华晨宝马将有六成销售网络下沉到三、四线城市。

销售渠道下沉到三、四线甚至是四、五线城市,是汽车行业发展的结果,标志着汽车行业逐渐成熟。不过,和一线城市相比,三、四线城市的消费能力相对较弱,汽车消费也尚属初期阶段,同时各地区消费习惯、消费特点差异较大,在这种情况下,如果销售模式简单照搬一线城市的成熟经验,可能会面临事倍功半的窘境。

相对一线城市,三、四线城市的经销商

的综合实力要弱一些,如果在这些城市继续大面积推广“大而全”的 4S 店销售模式,不但会加大经销商的经营压力,同时也不利于销售网络的安全——首先,4S 店建设成本高,经销商资金压力较大,在销售微增长的前提下,成本回收时间延长;其次,即使在一线城市,针对 4S 店的去留,目前争论也很多,在三、四线城市大面积建设 4S 店更值得商榷。其实,4S 店、“3S 店”“2S 店”应均衡布局,特别是具有销售和简单维修保养的经销商更适合三、四线城市。这样既减轻了经销商的经营压力,又能使销售网络保持健康稳定的发展。

除建立不同等级的经销店外,在产品投放上也应有所侧重,这一点在未来的三、四线城市同样适用。一线城市汽车消费将以升级换代为主,厂商应主推中高端车型,而三、四线城市的消费者更多是初次购车,中

低端产品更受欢迎。此外,不同地区消费者的消费习惯不同,投放的产品类型也可以体现差异,若在路况不佳的地区,可以大力推广通过性能好的车型,销售效果应该会好一些。如果可能,可以针对不同地区在车辆配置、性能调校等方面也有所不同,以迎合市场需求。

在提高产品本地属性的同时,营销方面同样也要有本地特色。产品宣传途径、方法、客户维系等活动都不应照搬一线城市的经验,更多应结合本地文化、传统、消费水平等因素。当然,价格依然扮演着购买决策者的角色。

销售渠道下沉将成为未来几年各车企营销工作的重点,沉下去是基础,如何让销售网络健康有序地发展是关键。(何立军)

车市评弹



汽车消费投诉维权线索征集

如果您在汽车购买、消费、使用过程中有疑问,如果您了解汽车销售和售后的内幕,都可以告诉我们,我们将和您一起维权,共同维护良好的市场消费环境。

电话:13837664028 6207101
电子邮箱:xywbz@163.com
车友群:175893049