

立足“进”“实”“拼”，奋力冲刺年度目标

走访市场一线

■ 上汽大众全新4S店开业

填补空白,每一份订单都带来增量

本报记者 邹勇

10月10日,记者走进刚开业的上汽大众上海冠众4S店。虽然当前汽车经销商的经营压力巨大,但车市迅速回暖给这家全新的上汽大众4S店增添了信心。

“我们店在10月8日正式开业,从5月1日试营业开始,店里的销售数据每月都在递增。9月份,我们的销量达到141辆。国庆长假期间,我们参加了上海浦东车展,在收获订单的同时,还增加了很多意向客户,预计10月份的销量会更好。”上汽大众上海冠众4S店销售部负责人告诉记者。

更好的购车体验

记者了解到,位于上海浦东南汇的上汽大众上海冠众4S店所在的位置原先是一家比亚迪4S店,按照上汽大众品牌的标准进行改建后,全新展厅采用开放、通透的空间设计,打破区域隔



断,营造出宽敞、明亮的舒适空间,购车环境让人感觉很舒服。

同时,上海冠众还配备了先进的数字化科技,客户可通过移动终端了解车型信息,并选择自己喜欢的外观、内饰、颜色、配置等,从而拥有更好的购车体验。

记者注意到,上海冠众的展厅拥有专属新能源汽车展区,不仅展示帕萨特PHEV等新能源车型,也为上汽大众首款MEB平台打造的全新电动车型ID.4做好

了充分准备。

“虽然新店刚开业,但我们一直在想办法拓展客户资源,做到‘周周有活动’‘月月有外展’。这个月,我们策划了购车节抢购活动和商圈外展活动,通过线上、线下联动吸引客户到店,争取更多订单。”上汽大众上海冠众4S店市场部负责人在接受采访时表示。

高质量发展销售网络

“上海冠众填补了上汽

大众品牌网络在浦东南汇地区的空白,并辐射整个临港地区,将促进大众品牌在上海地区的销售。同时,上汽大众将为这一区域的客户提供优质售后服务,提升上汽大众的品牌形象。”上汽大众品牌华东分销中心总经理顾明远表示。

目前,上汽大众品牌在上海地区共有43家授权经销商,动态看既有新加入的经销商,也有退出的经销商,但上海地区经销商数量基本上保持稳定。

在顾明远看来,上汽大众经销商网络建设追求的是质量而不是数量。“上海地区大众品牌2020年1-9月市占率达到9.45%。虽然受疫情影响,但还是牢牢占据上海市场第一名。9月,上海地区大众品牌市占率达到9.51%,同比增加了0.36%。”

在不断变化的市场形势下,上汽大众经销商正不断加强自身服务能力,提高客户满意度,全力冲刺大众品牌全年销售目标。

■ 探访R标首家体验中心

620公里长续航
让客户心动

本报记者 张渊源

“许先生,我知道您的顾虑,但是关于我们这款ER6的电池质量,您可以放心,我们提供终身‘三电’质保和终身整车质保。对于质量,我们非常有信心。”当记者走进位于上海南方商城的全国首家R标体验中心时,销售人员正在向顾客介绍新车。介绍完后,他们就去试乘试驾了。

作为上汽新零售体系落地的首款产品,上汽R标ER6自8月13日上市以来,已经有2个月了,消费者对于新的销售方式有什么评价?对服务质量认不认可?对车辆性能满不满意?

新零售模式受认可

“其实,顾客最关心的还是续航里程,因为这款车有620公里的高续航里程,可以跑高速,所以很多消费者还是很心动的。此外,还有终身‘三电’质保、终身整车质保、终身免费基础保养和终身免费基础流量这4大终身保障服务也是很吸引顾客的,这样他们买好车后就不用操心了。”在谈到ER6哪里最吸引消费者时,R标南方商城体验中心的曹店长和记者说道。据记者了解,自上市以来,这家体验中心已经收获了220多份订单,平均每个月有100单的成交量,这对于一个新品牌来说,是非常不错的成绩。

曹店长还告诉记者,现在体验中心在工作日平均每天会接待20

组左右的顾客,而双休日会达到40-50组,平均每天有3-4单的成交量。顾客除了对车辆性能比较满意外,对于R标的新零售模式和服务人员的服务质量也非常认可。“我们现在可以提供上门试驾服务,从这两个月的情况来看,越来越多的消费者也希望能够提供上门试驾服务,当客户预约成功后,我们就会把车开到他家或者单位里,提供半个小时左右的试驾体验。从我这里的数据来看,只要是上门试驾的,基本上都能签单。”

“我对ER6很感兴趣,这辆车整体的驾驶体验非常不错,620公里的续航里程对我来说已经足够了。”刚刚完成试乘试驾的许先生告诉记者。

有条不紊忙交付

据统计,目前上海地区的ER6订单数已经超过了400份,不少车主正等待着新车交付。记者得知,位于东安路的R标上海交付中心已在“十一”长假后启用,开始了有条不紊的交付工作。

记者来到现场后看到,交付中心楼上、楼下共有15个交付车位,不少车辆正在进行充电工作。交付中心负责人潘云告诉记者,在ER6交付车主前,会对车辆进行两次PDI检测,保证新车质量。“我们在交车之前都会把车辆的电池充满,并根据车主的时间安排,灵活调度各交付车辆的位置,保证积压订单及时交付。”

■ 上汽通用开足马力冲刺订单

过节忙碌,是一份特殊的快乐

首席记者 阮希琼

一上午,好几名销售顾问来到东昌别克4S店总经理刘纯秀的办公室签单,采访过程中,她的手机频繁地响起,有咨询买车的,有要她为客户调配车源的,还有与她商讨如何做好线上直播的。

在国庆长假的一周时间里,这家店卖了67辆车。“‘金九银十’回来的感觉真的太好了。”店里的一名销售顾问感叹。

提前到来的黄金周

试乘试驾、洽谈、签单、参与外展、电话回访……对于东昌别克4S店的销售顾问来说,这个忙碌的黄金周早已提前到来,每天连轴转的状态已经持续了一个多月。

原来,他们早在9月19日就开启了“双节”活动。“国庆长假期间会有很多上海人出去旅游,所以我们想提前挖掘一波需求。”刘纯秀说,“我们推出一个活动,客户付99元意向金,只要到店看车,我们都会送一个2000元的拉杆箱,通过这个活动邀约高意向客户到店。这个活动刚开始没两天,我们就卖了60多辆车。”

“早上带客户看车,晚上就打电话回访,还和其他同事交换着打,把每一个基盘客户都盘点一遍,每天最起碼忙到晚上八点半。”回忆起这段时间,一位销售顾问颇为感慨。

虽然忙碌,但国庆长假期间,销售顾问们时不时会有些小惊喜。“有一位顾客就住在我们店附近,一年多来,他几乎每周都来我们店里逛逛。每次他来店里,我



们都会很耐心地为他介绍新车,每一位销售顾问都认识他。没想到的是,他在国庆节下单订了一辆昂科旗。”

多彩活动人气火爆

10月1日,凯迪拉克CT4被装扮成一个神秘礼盒,“空降”在长宁来福士广场。在电子火焰的围绕中,夜色下的红色凯迪拉克异常吸引眼球,很多来往行

人不禁上前一探究竟,还有不少“网红”打卡拍照。现场还有精彩的表演,场面非常火爆。

“国庆长假期间,我们别克品牌启动了商场巡展、车展、直播等多种活动,其中,总部主导活动211场、区域主打活动120场、经销商活动3516场,直播3699场,日均收获客户意向数量都破万。”上汽通用别克品牌相关负责人说。