

用服务拓展完善企业价值链 推品牌销量共进

# 从“AAA保险”看一汽丰田软实力

岁末年初,记者通过采访发现,在今年车市增长明显放缓,且没有太多利好政策出台的前提下,业界专家及市场人士普遍对明年车市的发展持谨慎态度。因此,各大车企高层也纷纷向媒体透露了明年的工作重点不是激进,而是“调整”。其中,最重要的一项就是售后服务、客户满意度等软实力的提升。

最近几年随着中国车市的飞速发展,各大车企已经意识到那种有车不愁卖的年代早已一去不复返,只有维系住了客户,让更多的消费者信赖和满意,才能获得长久稳定的发展。特别是一向以“客户第一,经销商第二,厂家第三”为经营理念的一汽丰田汽车销售有限公司(以下简称“一汽丰田”),更是早就提出了不但要使客户满意,更要让客户感动。

但是很显然,让客户满意不仅是一句口号那么简单,以一汽丰田为例,为了让客户满意且感动,多年来一直坚持不懈努力,在各方面巩固提升软实力。延长保修、爱车养护课堂、车主感恩回馈活动、透明车间、诚信服务嘉年华、二手车置换即时拍、“AAA保险”服务……通过以远超竞争对手速度推出的一项项真正从客户角度出发的贴心关怀,一汽丰田售后服务内容日益丰富,企业价值链也因此获得更充分的拓展和完善。

## “AAA保险”为品牌增色 引发旗下车型热销潮

一汽丰田每年都有值得称道的售后服务新政推出,而车市冷淡的2011年,“AAA保险”无疑是最大的亮点。特别是在实施了限购政策的北京,一汽丰田“AAA保险”的力量更得到了明显的体现。

今年北京实施购车摇号政策后,因一牌难求,取得了拍牌资格的消费者买车时更注重对比各个品牌的售后服务。而值得关注的是,有相关统计数据表明,在京城车市绝大多数品牌销量因购买力受限而明显缩水的时候,一汽丰田车型的市场占有量明显增长,且销量持续上升;特别是最近一两个月,已经出现了严重的供不应求局面。

市场人士分析,一汽丰田车型热销是缘于其相对于竞争对手在售后服务方面软实力的优势,特别是“AAA保险”的推出,在眼下购车消费者中新手比例较高的情况下,是一种超强的安心用车保障。

今年10月17日,一汽丰田北京23家经销商与中国平安财产保险股份有限公司北京分公司举行了一汽丰田“AAA保险”签约仪式,此次签约标志着一汽丰田“AAA保险”在全国一二线城市的覆盖基本达成,同样喻示着一汽丰田“安心、安全、爱用”的客户服务理念将最大化地展示,以服务再树行业标杆,以实际行动启动汽车保险的品牌时代。

一汽丰田此举迅速吸引了大批京城消费者的目光,也因此掀起了今年最后



## 缔造专业服务品质 引领车企品牌保险趋势

一汽丰田北京23家经销商与平安保险的签约让更多京城车主开始关注“AAA保险”。其实早在3年前,一汽丰田就已推出了“AAA保险”服务。

2008年9月,经过多方考察和缜密分析,一汽丰田顺应国际潮流,借鉴国外经验,以“安心感、优惠的价格、标准化流程、信息透明”为开发理念,联袂国内优秀的保险公司在国内率先推出了“AAA保险”服务,旨在为消费者提供轻松购买、便捷理赔的全方位专享保险服务。

通过与国内一线保险企业合作,强强联手缔造的“AAA保险”具有以下四大优势。

首先,“AAA品牌保险”为客户提供了一站式服务。客户无论买车、维修还是保险理赔,均可在经销商店内完成。车辆发生事故,客户只需在经销商内等候,维修、保险方面的专业团队就会处理好各项事务,设计出最合理、最高效的解决方案。如果说,一般的汽车保险是客户跟着流程走,那么“AAA保险”则是服务围着客户走。

第二,“AAA品牌保险”实现了费用标准化。投保车辆在维修更换零部件时,一律使用丰田纯正零部件;保险公司认可并执行一汽丰田纯正零部件全国推荐价格;同时,合同明确了修理费用的计算方法,明确了工时费和喷漆耗材费的单价和计算方案;另外,减少了中间环节,彻底杜绝了定损不统一、理赔金额不足等现象。

第三,“AAA品牌保险”效率高。一站式服务有效地提升了险后处理速度;除此以外,“AAA品牌保险”还对勘察、定损、理赔各个环节的时限均做出明确规定,到场速度、定损速度都受到严格监管。节约车主宝贵时间,“AAA品牌保险”无疑更加贴心。

第四,“AAA品牌保险”可以确保维修的高品质。在“AAA品牌保险”中,所有的维修业务均由经销商完成,经销商严格按照丰田标准作业方法,维修人员必须全部经过专业培训并通过丰田的认证,100%使用丰田纯牌零件,不但能够高效、高品质地完成维修,而且可以按相关零部件的质保期限,保障维修后的品质。

谈到与其他车企品牌车险的不同之处,一汽丰田方便表示,一汽丰田“AAA保险”中的“AAA”指的是“安全、安心、爱用”的“3A”理念,它的最大特点在于高度透明、标准的服务内容,任何理赔工作,消费者都可以看到明确的费用和时限。

“具体来说,服务内容将被细化,而且全流程的每个环节的工时和单位时间费用都是统一标准的,而且对客户公示。客户在进店后很快就能了解总共有哪几个步骤,各自工时多少,就很容易计算总的工时费用。”一汽丰田相关负责人说。

据悉,截至目前,一汽丰田“AAA保险”已相继在全国30个地区、292个经销商展开。所到之处均广受消费者好评,市场表现始终在行业占优。2011年,“AAA保险”新增签约城市42个,自北京地区成功导入后,一汽丰田已基本达成全面覆盖国内一二线城市,并将尽快在条件成熟的城市继续开展该业务,使全国的一汽丰田客户都可享受优质保险服务,让顾客的汽车生涯更加安心无忧。据一汽丰田相关负责人透露,预计在2013年,一汽丰田的主要经销商、主要地区都会采用“AAA保险”这种品牌保险的模式。2015年之前,所有经销商都会完全按照这个标准来操作。

度过冷清的2011年,即将迎来挑战更大的2012年,经过几年的爆发式增长,中国车市进入了调整期。那么,如何适应新环境,并为自身营造更好的发展空间,这是各大汽车厂商都正在面对也必须面对的紧迫课题。眼下,各大车企都在不断发掘新的增长点,调整自身企业结构。一汽丰田认为,只有为消费者输送更多的利益、不断强化品牌价值,才能奠定未来发展的基础。

一汽丰田“AAA保险”引领了车企品牌保险发展新趋势,为消费者带来了更多实实在在的贴心服务。那么,接下来还会有什么样的惊喜?且让我们拭目以待。

本报记者 王万利

## 商报链接

### 品牌车险标杆 实力享誉全国

就中国而言,汽车保险的地位无疑举足轻重,其在很大程度上弥补了车主的损失,维护了广大消费者的切身利益。然而,行业内的瑕疵也同样不容小觑。在国内,车险保险公司实力参差不齐、销售渠道混乱、险种单一、理赔程序复杂、过程不透明、收费不统一等种种棘手现象,令消费者得不到安心的消费环境,也无法满足日益个性化的保险需求,市场渴望更成熟、更贴心的车险服务。

一汽丰田的售后服务有口皆碑,一直以来也以密切关注并实现消费者需求为己任。面对市场需求,一汽丰田将“品牌保险”项目成功引进中国。一汽丰田“AAA保险”项目在为消费者带来安心服务的同时,也为合作保险公司带来业绩,更进一步提高了一汽丰田售后服务的满意度,形成了三方共赢的喜人局面。

自2008年9月以深圳为试点以来,一汽丰田实施的“AAA保险”项目取得了非常好的效果,得到了包括消费者在内的各方好评。一汽丰田认为,谁维系住了客户关系,谁就维系住了财富。满意只是起步和标准,感动才是水平和能力,忠诚是一汽丰田客户关系管理追求的目的。一汽丰田的使命是“让用户体验拥有汽车的喜悦,为推动汽车社会的发展贡献力量”。