

4S店服务升级战打响

北京市实施摇号政策后, 北京的经销商们在兔年来临后纷纷行动起来。日前, 记者走访京城车市后了解到, 由于2011年的销售总量一定, 售后服务成了经销商们竞争的主要阵地。

小李是京城一家4S店的售后服务经理, 大年初三, 小李便开始给客户发短信, 提醒大家年后及时回店做检测和保养。

小李告诉记者, 年后是车辆维修、保养的高峰, 及时提醒能带来不少的客源。“我们店的老总将今年的重点放在了售后, 我得多努力才行。”小李说。

据悉, 北京自限购政策实施以来, 车市销售几乎处于停滞状态。“春节假期, 店里一辆车都没有卖出去。”采访中, 多家4S店的负责人告诉记者, 和去年相比, 今年的销售业绩惨不忍睹。

一家一汽-大众4S店的老总告诉记者, 今年1月订单下降了50%多, 目前的主要任务是消化2010年12月的订单, 向用户交付车辆。

面对巨大的压力, 经



销商们不得不重新思考未来业务的模式, 开始着手加大售后服务培训等, 来吸引客户的回归。“过几天, 我们店会把旁边的场地租下来, 改建成车辆的维修、保养工位, 这样的话, 维修、保养的速度就可以加快了, 现在客户都要求快。”上述老总指着4S店旁边的一片场地说。

此外, 许多北京经销商开始重视换购业务, 以吸引更多客源。针对北京经销商的特殊情况, 各汽车厂家们也非常重视。

北京一家4S店的负责人告诉记者, 厂家会给予换购的二手车补贴, 以鼓励4S店开展二手车业务。还有厂家成立二手

车中心, 二手车中心会分车型将经销商收购来的二手车销往价格最高的地方。这样一来, 北京经销商就不用担心二手车的销路问题, 可以放心开展旧车置换业务。

虽然积极拉拢售后的客源, 但采访中多位售后服务经理不忘提醒广大车主, 到店保养前最好电话预约, 这样就可以让4S店能合理安排保养的车辆, 同时也节省了车主的时间。

不仅仅是普通保养, 这几天, 4S店内的维修也“超负荷”。维修车间的工作人员表示, 前几天的降雪使事故车数量大增。由于大部分事故是小刮小蹭, 4S店的喷

漆车间几乎成了最为忙碌的部门。

“今年的头一场雪让不少车主有了轻微的刮蹭, 再加上节后的高峰, 这让车主们急切地选在近日对车辆进行维修、保养。”采访中, 一家4S店的服务总监告诉记者, 这几天, 京城众多4S店的维修、保养服务迎来了“年度最高峰”。

据了解, 现在几乎所有的4S店都有预约服务, 很多4S店更是在春节前后推出专门的预约服务, 车主只要提前打个电话, 工作人员便会告知车主确切的来店时间, 车主只要按照和4S店预约的时间赶到4S店就可以, 这样也方便安排自己的事情。

“现在越来越多的4S店开始将服务的时间错后, 车主们完全可以在下班后将车开到4S店进行保养、维修。”一位4S店的维修总监告诉记者, 为了加强服务, 京城越来越多的4S店都在晚上开通了“星月服务”, 只要车主提前预约, 晚上也可以去维修、保养。

商报记者 钱瑜

· 信息 ·

一汽丰田购车赠交强险

记者了解到, 继1月的“好礼旺新春”活动后, 近期一汽丰田又推出“迎春惠”活动。在2月12日-3月31日购买一汽丰田全系车(除兰德酷路泽LC200、普拉多和柯斯达), 均可获赠价值960元的交强险。

优质的商品赢得了消费者的青睐, 在J.D. Power亚太公司发布的2010年中国新车质量研究SM(IQS)报告中, 一汽丰田有5款车型位列三甲。其中, 花冠获中型车细分市场第一名, RAV4获运动型多用途乘用车细分市场第一名, 卡罗拉获中型车细分市场季军, 威驰获入门级中型车细分市场亚军, 皇冠获豪华车细分市场亚军。

瑞麒X1购车有礼

据瑞麒4S店相关负责人介绍, 即日起至2月28日, 全国瑞麒4S店都将展开瑞麒X1新年贺“税”促销活动: 凡是到店试驾瑞麒X1并登记联系方式的顾客均可赢取乐酷探险大礼包一份; 购车的消费者更可享受购置税减半的优惠, 对于一款本身售价在5万-7万元的城市迷你SUV来说, 这种大力度优惠在业界所见不多。

据悉, 瑞麒X1舒适型已经全面到店, 售价5.58万元, 各家经销商货源充足。除配置上与豪华型有所区别以外, 舒适型同样可以享受此次购置税减半的活动。

C5导航系统全面升级

日前, 记者从汽修一厂东风雪铁龙4S店获悉, 兔年伊始, 东风雪铁龙对所有C5用户的导航系统进行全面免费升级。

此次东风雪铁龙C5导航系统主要针对2011年1月25日以前生产的车型, 而1月25日后生产的车辆已采用新版地图。升级内容包含地图和功能两大方面。地图采用最新版, 拥有更多的道路信息; 在选择目的地时, 在名称的输入法上增加了首字母输入功能。两大提升使车辆定位和导向更加精准, 输入操作更为便捷, 应用范围更加宽广。

商报记者 王万利/整理

全面升级 全程无忧

东风日产2011年“感心到家”活动启动

日前, 记者从东风日产获悉, 在其正式启动2011“全心启程年”战略的同时, 东风日产宣布, 在以往“感心公路”平台上经过全面升级的“感心到家”服务即刻起航。“感心到家”服务在行业内率先把单纯的公路网点服务, 延展成为无缝覆盖“专营店-高速路-目的地”的全程服务体验。

无缝覆盖 “感心公路”全面升级

据了解, 2011年“感心到家”服务是由东风日产“感心公路”全面升级而来, 不仅为消费者带来全面覆盖春节回家前期、行车途中、节后返程的感心服务体验, 更创新性地运用网络、电话、短信等渠道打造了丰富、便捷的服务方式, 让所有东风日产车主在回家及返程途中尽享无忧。

据介绍, 1月10日-2月28日, “感心到家”服务通过感心预约、感心公路、感心礼包三大服务环节, 全程关注车主的回家及返程旅途。车主启程回家前, “感心预约”服务为车主提供在东风日产全国各专营店内的免费检测、预约服

务热线及礼包发放; 同时, 活动还设置了全国统一服务热线, 为广大车主提供“感心到家”活动相关信息的查询。

在“感心预约”给车主带去数项贴心服务之后, “感心公路”又在春节回家往返途中全程呵护。据悉, “感心公路”活动覆盖全国100多个城市、80多条高速公路, 在高速公路路口及加油站, 共设立了130多个感心服务站点, 每个服务区站点配有专业维修技师及接待人员服务, 为过往的东风日产车辆提供免费常规检测及简单的维修服务, 及时了解客户车辆的行驶状况及安全性, 帮助客户解决车辆需要紧急处理的故障问题, 让所有东风日产车主安全到家。



除此之外, “感心到家”亦为广大东风日产车主送上丰厚的感心馈赠好礼, 让其旅程一路温馨。活动期间, “感心礼包”将为广大车主送上包含节日问候、免费检测赠券、感心地图、易租车现金券、红包袋、保险管家春节礼包、感心有礼等温馨大礼的礼包, 让车主一路畅享礼遇。

东风日产市场部部长叶磊表示: “此次全新升级的‘感心到家’服务以更专业、更全面、更贴心的全程服务, 充分满足广大车主在春节回家往返途中的全方位实际需求, 为他们打造安全、便捷、温馨的旅程, 最大化实现企业与消费者之间

的价值过渡, 这也是东风日产对广大车主的回馈。”

完美服务 助力“人·车·生活”

随着中国汽车市场不断走向成熟, 消费者对汽车的关注正逐步从以价格、外形、配置为主的产品层面转移到以技术、品质、服务为核心的品牌层面上。作为国内领先车企, 东风日产对汽车消费者日益增长的服务需求给予了充分关注。

自2009年开始, 东风日产就以“感心公路”服务平台推进服务体系的建设, 这不仅是对全面建设三维

价值体系的有力支撑, 更是对其一贯坚持的服务理念的延伸。2011年, “感心公路”全面升级为“感心到家”, 不仅延续了“感心公路”服务的高品质, 更在行业内率先将服务无缝覆盖, 再次让广大车主体会到东风日产一路相随的真挚情感, 进一步提升了用户的品牌忠诚度。

在以“舒心驾乘、放心品质、感心服务”为特色的三维价值体系的构建下, 东风日产还推出了“售后服务技能大赛”等特色品牌服务, 进一步提升了东风日产售后服务体系的整体服务技能, 让更多消费者享受到东风日产更高级

质更人性化的服务。此外, 保险管家、二手车置换、易租车、N易贷等全面丰富的汽车增值服务, 更为消费者在租车、用车、换车方面提供了系统和专业的服务体验, 真正让广大车主的汽车生活从此无忧。

2010年, 东风日产乘风破浪, 不仅用87个月跻身“200万辆俱乐部”, 更提前一个多月完成全年60万辆的产销目标, 全年销量成功突破66万辆, 之所以表现如此出色, 除了得益于产品和技术方面的优势外, 更与服务体系竞争力的全方位提升密不可分。

业内人士认为, 凭借高品质的产品和优秀的营销手段, 东风日产已经打造了业内销量传奇。如今, 东风日产又领先半步, 服务体系日臻完善, 进一步扩大了其在业内的领先地位, 为东风日产的发展和腾飞提供了至关重要的推动作用。相信随着“感心到家”服务的逐渐推进, 将进一步巩固和提升东风日产品牌形象和市场地位, 助力实践东风日产“人·车·生活”的企业愿景。

商报记者 钱瑜