

以最大诚意收获满意的答卷

——记焦作市民丰电动轿车销售有限公司总经理姬忠明

本报记者 李洋洋

近年来,在中国自主品牌的投入及国家政策的辅助之下,新能源汽车技术较过去更为成熟。说到新能源汽车,相信不少人第一个想到的就是奇瑞新能源汽车的明星产品“小蚂蚁”,“小蚂蚁”的热销奠定了奇瑞新能源汽车行业领头羊的地位。日前,记者采访了焦作市民丰电动轿车销售有限公司总经理姬忠明,请他为我们解读奇瑞新能源汽车的魅力和焦作民丰的发展历程。

焦作市民丰电动轿车销售有限公司创立于2014年,是一家集奇瑞新能源汽车销售、服务于一体的公司,有着标准化展厅、国际先进设备的维修车间,旗下拥有奇瑞新能源全新车型。

“当年,奇瑞新能源汽车仅凭QQ3EV这款车就打开了焦作新能源汽车市场。”姬忠明说,“由于当时老百姓对新能源汽车的不了解,很多人都误以为老年代步车就是新能源汽

车,所以为了让老百姓认识并接受奇瑞新能源汽车,我们推出了‘体验式’营销,让老百姓亲身感受奇瑞新能源汽车的品质。同时,参加车展宣传品牌、利用节假日到县(市、区)推广……在焦作民丰全体员工的一次次努力下,老百姓渐渐认识了奇瑞新能源汽车。”

奇瑞新能源自主开发完成的国内首款全铝车身及车体框架设计“小蚂蚁”,在我市街头经常能看见它的身影。“‘小蚂蚁’是奇瑞战略转型2.0时代的首款纯电动汽车,是集奇瑞新能源领先技术之大成者。”姬忠明说,“随着产品矩阵的不断完善,如今奇瑞新能源先后推出了‘小蚂蚁’400、‘大蚂蚁’、艾瑞泽5e等拳头产品,这几款车的续航里程在400公里以上,打破了人们对传统电动汽车只能短途出行的认知,具有市场竞争力。”

凭借过硬的产品质量和焦作民丰全体员工的不懈努力,

奇瑞新能源汽车成了焦作地区新能源汽车的领军品牌之一。几年来,焦作民丰先后获得河南电视台战略合作伙伴、河南电视台“3·15”诚信经营单位,连续5年获得奇瑞新能源全国最佳零售经销商等荣誉。焦作民丰由最初的一间小展厅发展成为以厂家标准建立的全新4S店,店面规模更大、设备更全,能为更多奇瑞新能源汽车车主提供舒适的选车、购车、养车环境。

“金杯银杯不如用户的口碑。焦作民丰能有今天的成绩,靠的是焦作市民对我们的厚爱,同时也离不开焦作日报社的大力支持。”姬忠明说,“参加报业车展能给车商带来更好的销售业绩和宣传效果,是品牌推广、产品促销、汽车文化传播的高水平平台,依靠报业车展这个平台,我们不仅能扩大民丰在焦作的影响力,还能有效提升销量,这也是我们多年来坚持参加报业车展的原因。”

车轱辘话

分合之变

□许伟涛

天下大势,分久必合,合久必分。分分合合之间,并无优劣对错,唯有是否“合势”而已。比如,保险行业产销分离说了这些年,仍未分明;而汽车行业,产销一体的全渠道转型已势在必行。

这上哪说理去?

在传统销售模式中,主机厂与经销商各有侧重:主机厂专注于品牌与产品,除部分营销活动外,与客户的直接交流有限;经销商负责投资、建设和运营4S店,垫资压库、管理一线4S店团队;4S店承担了日常销售和售后服务管理的职责,是线下最主要的客户触点。

如此均衡态势,却由于数字化时代的到来而被打破。数字化时代,人和物皆可具象为大数据,消费者有什么个性化的需求、喜欢什么样的购物体验……这些单靠原来线下的客户触点,已无法描画出一幅完整的用户画像,必须由主机厂与销售端、线上线下形成闭环,打破现有的销售业态,开展全

渠道销售模式,提升销售效率。

无论你变或不变,消费者的消费习惯已悄然改变。线上了解、线下购买,已成为消费者的主要购车方式。虽然不同的消费者,品牌偏好迥异,但相同的是绝大部分消费者在扫码付款之前,基本上早已在中心想好要买什么品牌和类型的汽车。特别是不断升级的数字化技术,为消费者提供了愈发多元化的线上渠道来研究感兴趣的汽车,汽车的车型、参数和价格在网上越来越透明,甚至有些汽车销售顾问对某款车型的了解还没消费者明白。

当然,“纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行”,尽管很多消费者从网上了解与汽车相关的信息,但在购买前还是要去线下“摸一把方向盘”,试驾之后才会最终购买。这一消费心理使然的惯性,也正是线下经销商存在的可能与意义。

车轱辘儿朝前转,车轱辘话来来回说。变是不变,不变合变,分合之变间,你我咋变?

零跑汽车城市展厅亮相我市

本报讯(记者李洋洋)近日,零跑汽车城市展厅入驻焦作远大时代商业广场,我市主流媒体和众多喜爱零跑汽车的客户济济一堂,共同见证这一精彩时刻。

据零跑汽车焦作优行专营店的相关负责人介绍,零跑汽车旗下拥有三大整车平台,包括S平台、T平台、C平台,平台间零件通用率在70%以上。零跑S01为S平台的第一款车型,T平台首款车型T03一经上市就成为热销车型,C平台推出的C11也成为16万元至20万元纯电动SUV市场的一匹黑马。

据悉,2022款零跑T03在



市民在零跑汽车城市展厅品鉴2022款零跑T03。

本报记者 李洋洋 摄

该展厅首秀。作为一款有着出色市场基础的高端纯电动小车,2022款零跑T03的上市刷新了细分市场的标杆形象。

自2020年以来,零跑T03占领了高端纯电动小车细分市场,实现口碑、销量双丰收。如

今,2022款零跑T03的上市,带来产品智能科技、高能驾享、轻松舒适三个维度的全面升级,进一步夯实了零跑T03高端智能纯电动小车的基石,更好地满足了用户的个性化追求。

开快车、随意变道……

这些驾驶行为要不得

本报记者 朱颖江

不久前,市民刘先生驾驶机动车在道路上行驶时发生追尾事故,民警划分责任时,他承担事故的全部责任。对此,刘先生觉得委屈,他说,前车避让路上的障碍物刹车,他也作了紧急处理,但由于惯性原因撞上前车,前车也应该承担一部分责任,而不应由他承担全部责任。

在追尾事故中,如何划分责任,让我们听听民警怎么说。

市公安交警支队处理事故的民警说,根据《道路交通安全法》第43条规定,“同车道行驶的机动车,后车应当与前车保持足以采取紧急制动措施的安全距离”。

该民警说,如刘先生所说,前车避让障碍物采取制动措施的行为没有错,后车因没有保持安全车距才会发生追尾,这样的情况应由后车承担全部责任。

记者了解到,民警在处理追尾事故时,还要结合现场实际情况划分责任。该民警表示,并不是所有的追尾事故都是后车的全责,以下几种情况追尾,不需要负全责:第一种情况是两车并行,一辆车加速掉头,导致两车相撞时,前车掉头

行为视为转弯,根据相关规定,转弯车让直行车,前车要承担事故的全部责任。第二种情况是夜间前车没有尾灯,导致追尾事故,前车承担事故的次要责任,后车承担事故的主要责任。第三种情况是前车在道路上停车,未按规定开启危险报警闪光灯和设置警示标志,引发追尾事故,前车承担事故的次要责任,后车承担事故的主要责任。第四种情况是前车超长且未按规定设置明显警示标志,导致追尾事故,前车承担事故的次要责任,后车承担事故的主要责任。第五种情况是前车倒车或溜车撞后车形成的追尾事故,前车承担事故的全部责任。第六种情况是前车行驶过程中压实线,后车追尾,依据一方违反交通法规而导致发生碰撞,违反交通法规一方负全责的规定,后车没有责任。

该民警提醒,车辆在行驶中不能随意变道、超车,如果需要变道或超车时,按要求打转向灯,提醒前车或后车司机注意避让,从而避免引发交通事故。此外,司机还需要定期检查刹车尾灯。

东风雪铁龙为凡尔赛C5X打造全新销售模式

本报讯(记者李洋洋)东风雪铁龙凡尔赛C5X自上市以来,销售火爆。然而,吸引消费者的不仅是该车本身的高定位、低定价优势,还有东风雪铁龙为该车量身打造的全新销售模式。

目前,中国的汽车销售模式主要有两种:一是通过4S店销售;二是通过线上销售。而东风雪铁龙的方式类似于这两种方式的结合。即想要购买东风雪铁龙凡尔赛C5X的客户,只

需通过线上“东风雪铁龙因你不同”小程序交付2999元订金,选择自己喜欢的颜色、配置等,就可以在客户所在地的4S店提到自己预定的车,并在线下享受车辆保养等售后服务。

据焦作华顺东风标致雪铁龙双品牌协同店市场部负责人李伍盈介绍,这种销售模式在传统车企中是首次尝试,优点在于缩短客户选车、购车的过程,让客户更快、更便捷地买到心仪的爱车,同时由于是通过线上

平台厂家统一订购,所以避免客户为了节省资金而货比三家的奔波。对经销商来说,这种销售模式不仅减轻了他们的库存、资金压力,简化了销售过程的同时,还督促经销商提升服务能力和水平,更好地为客户提供服务。目前,我市已有20余位车主通过此销售模式买到爱车。下一步,东风雪铁龙将把这种销售模式推广到该品牌的其他车型上,进一步为消费者带来快捷、便利的消费体验。