

携手共进跃山河

焦作立马2023年年终答谢会举行

本报讯(记者丁垒)1月22日晚上,焦作立马电动车2023年年终答谢会举行,立马电动车厂家代表、焦作区域各经销商汇聚一堂,总结2023年营销成功经验,发布2024年营销战略,立志再创新辉煌。

从2003年成立至今,立马车业集团经过20年的发展,从初创时的一座小厂,发展成了如今拥有五大超级工厂、年产能达500万台整车及相关零部件、全球累计超3000万用户的大国品牌。立马作为首家使用进口材质打造电机、首家使用比亚迪汽车电池的电动车厂家,其产品在核心部件上具有不可比拟的优越性。立马20年飞跃式发展的背后,有中国经济腾飞、低碳出行风口的时代红利,也有自身专注动力科技20年的坚守与进步,更离不开全国各地立马电动车经销商20年来的风雨同舟、一路同行。

2023年,是立马开启大动力品牌的元年。这一年,立马深耕体育营销,签约一系列热门体育赛事,快速实现流量和认知倍增,立马电动车大动力特点和卓越的续航能力得到进一步彰显。围绕“大传播、大战略、大效果”的策略,立马全面展开矩阵式传播攻势,纪录片《立马跃山河》在中央电视台滚动播出,宣传广告陆续登陆全国超30个机场、近100个高铁站,再加上“双微一抖”新媒体端持续发力,大小屏联动、融媒体共振,全面夯实了立马科技智能、安全节能、品质生活、动力领先的大国品牌形象。这一年,焦作区域各代理商面对诸多不确定因素,经过精诚团结、不懈奋斗,交出了一份优异的答卷。

2024年,以霍天才为总经理的经营团队全面接手立马电动车在焦作地区的销售工作。会上,新团队发布了2024年营销战略,决定带领各经销商叫响“大动力、长续航”口号,并立志通过一系列扎实有效的措施重塑市场标杆,在激烈的同质化竞争中快速突围,让更多焦作消费者了解立马电动车、爱上立马电动车。“此次会议统一了思想、坚定了信念、明确了目标,我们坚信,2024年焦作立马必将取得更大的胜利。”立马电动车焦作总代理总经理霍天才说。

乘龙破晓再亮剑

焦作爱玛2024年年会盛大举行

本报讯(记者丁垒)1月23日晚,以“乘龙破晓 亮剑必胜”为主题的焦作爱玛电动车2024年年会盛大举行,这是一年一度焦作爱玛人的家庭盛会,会议全面总结2023年各项工作取得的成绩,增进品牌认同,安排部署2024年战略规划并制定工作目标,引领各经销商携手并进,共创未来。

会上,全面总结了2023年爱玛电动车焦作区域在各个方面取得的成绩,全面分析推介了优秀门店在产品陈列、营销手段运用等方面的成功经验。爱玛科技集团股份有限公司总部位于天津市,在全国范围内拥有七大生产基地、1个智能化中心,同时公司在全球经销商累计超过1900余个,终端门店数量超过3万家。爱玛电动车2017年进入焦作市场以来,在焦作区域已拥有100多家专营店,并以优质的服务和过硬的产品质量赢得广大用户的赞誉,爱玛已经成为焦作城乡居民最信赖的电动车品牌之一。2023年,爱玛电动车多款产品在焦作地区成为深受消费者追捧的“爆款”,在诸多优秀

门店均取得了骄人的销售业绩,爱玛电动车在焦作市场占有率进一步扩大。

新的一年,焦作爱玛人将继续依靠科技提升引领行业发展,通过技术赋能提升消费者骑行体验,借助更高端、更智能的产品,进一步挖掘中高端市场的增量需求,拉动整个品类往更高端的方向发展。同时,为给消费者提供更优质的消费体验,焦作爱玛将继续在售后服务方面提质增效。

会议提出,新的一年,焦作爱玛人务必继续打造爱玛电动车“极致产品、极致技术、极致服务、极致成本、极致价值、极致体验”六大优势,进一步精诚团结,在焦作总代理总经理赵卫国的带领下再创新的辉煌。针对即将到来的春节消费高峰期,会议提出了具体的营销方案,务求“乘龙破晓 亮剑必胜”,在2024年取得“开门红”,并在工作目标的引领下继续坚定前行,谱写属于爱玛人更加辉煌的明天。

图片新闻



1月28日,爱玛电动车焦作旗舰店工作人员给顾客安装新车。近年来,爱玛电动车不仅在时尚设计层面对旗下产品进行大幅升级,还为行业带来了“芯动力全智能”的全新技术。 本报记者 宋崇飞 摄



1月27日,市民在新日电动车焦作旗舰店选购两轮电动车。作为行业领军企业,新日电动车以出色的技术打造极致的产品,为大众的出行带来诸多便捷。 本报记者 宋崇飞 摄



1月27日,市民在小刀电动车焦作旗舰店选购两轮电动车。近年来,小刀电动车一直根据消费者需求提升科技水平,用优质的产品和服务赢得消费者的信赖。 本报记者 宋崇飞 摄



1月28日,市民在立马电动车焦作旗舰店选购新车。作为中国两轮电动车的中坚力量,立马电动车专注动力科技20年,持续深耕科技智造,致力于为用户打造“外观高颜值,内在高性能”的立马大动力电动车,让市民有一个更加高效、独特的出行体验。 本报记者 宋崇飞 摄

言论

作好准备迎接消费高峰

□丁垒

今天是农历腊月十九,春节越来越近了。春节前后是消费高峰期,和其他行业一样,电动车行业也将迎来销售旺季。如何抓住这个时期,打好2024年第一仗,是各品牌电动车经销商需要认真考虑的问题。

1月26日春运开始,近段时间,我市将迎来大批返乡潮,在外地打工的要回家过年,大批学生也进入寒假,这两个群体都是电动车消费的主要群体。春节是中华民族传统节日之一,普通家庭也有过年时购车、换车的意愿和需

求。这段时间,如果各品牌电动车经销商能根据消费者的消费需求及时作出积极反应,推出一些给力的促销活动,必将取得喜人的销售业绩,为2024年目标的完成打下坚实的基础。

用好用足厂家支持政策。在迎接销售旺季这方面,厂家同样也非常重视。近段时间,一些电动车厂家已经出台了促销政策,对销售终端给予大力支持。各品牌经销商应该深入研究如何将厂家给出的支持政策和本地实际紧密结合、如何将厂

家提供的优惠政策更广泛地宣传出去,更好地发挥这些支持政策在提高销售量方面的刺激作用。

营造氛围吸引客户。近段时间,春节是绕不开的主题,在促销活动中可以结合春节策划一系列活动,比如在店面布置中更注重营造喜庆氛围,增设红灯笼、中国结等元素,增加节日氛围,吸引消费者注意;购车赠品可设置为春联、福字等普通家庭用得着的物品,满足消费者的过节需求,赢得消费者的青睐;也可以设置一些抽奖、猜谜等互动

性强的小活动,聚拢人气,增加销售机会。

保证库存防止断货。据分析,春节前后这段时间将成为2024年的第一个电动车销售旺季,为保障首战必胜,各经销商除了做好政策宣传、气氛渲染等方面的准备工作之外,还应备足货源,防止前方需求旺盛、后方保障乏力的情况发生。所谓春节消费高峰期,其实也没有多长时间,机会转瞬即逝,真要发生因缺货而影响销售的情况,再想补救就来不及了。