

车商投入历届最大、销售量创历届之最…… 春季车展那些不可不知的“秘密”

□晨报记者 席适之

4月14日,春季车展落幕,为期3天的展会共销售车辆686台,创下了历届车展最高销售纪录,是往届最高纪录的3倍。

车商投入历届最大

本届春季车展期间,除了一般的桁架外,多家车商展位使用的大篷车、移动展厅及大型展架十分抢眼。记者在调查中发现,为了此次车展,参展车商不惜投入,致力将展位提升一个档次。而这些大型展具同样不辱使命,为本次车展立下了汗马功劳。

其中,福特汽车的大型展具、雪佛兰汽车的大型移动展厅,斯柯达、雪铁龙、东南汽车的大篷车在布展首日就出现在车展场地,工作人员连夜施工,为自家品牌布展。记者了解到,这些大型展具如移动展厅、大篷车的造价都在百万元以上,只有在大规模的车展上,汽车厂商总部才允许当地车商使用。

“申请使用大篷车总部是有审核要求的,其中包括车展主办方是谁、主办方是否有公信力、车展场地总规模、参展品牌多少等,只有符合指标,总部才允许大篷车助阵。”上海大众斯柯达鹤壁鹤海店总经理助理董晓萌对记者说,布展前一天,斯柯达汽车河南区总部总经理专程到车展现场进行查看。

福特汽车近400平方米的大型展具、雪佛兰汽车的大型移动展厅十分惹眼,这让车展第一天的阴雨天气没给他们带来多大影响。除了厂家免费支持的大型展具之外,部分车商还要为展具向厂家支付一定费用。“我们使用的移动展厅和人工费用每天需要两万元左右。”雪佛兰汽车市场经理赵倩对记者说,这是他们建店4年以来车展投入最大的一次。

车展时间恰当、地理位置佳

“每年的2月~3月是汽车销售的淡季,5月市民出游的又多,市民积攒了几个月的购车欲望在4月份爆发,主办方所选的时间非常恰当。而车展场地的地理位置和环境也非常好,我们在和客户洽谈的时候非常顺利。”某汽车品牌销售顾问对记者说。



14日上午,我省唯一长安新SUV亮相车展,引起不少市民关注,预计该款SUV上半年上市,售价10万元到16万元之间。

“水、电也是车展中的大问题,在市会展中心广场这里一应俱全,给我们创造了良好的条件和平台。”这位销售顾问说。

人流量大,品牌多、车型全

“人流量大让有效客户增多,有意向购车的客户也增多,本次车展上有近50个参展品牌,这如同一大桌子菜,无论从价位、配置、外形还是品牌上,给了广大市民对比和选择的空间,而其中比较适合大多数人口味的那一道菜,就脱颖而出。”鹤海别克4S店内训师李亚伟对记者说。

车展上,从两三万元到几十万元,从商务用车、家庭用车、SUV、轿跑到电动汽车应有尽有。而不少车商也将刚上市的车或还未上市的车带到车展上,让市民先睹为快。如起亚K3S新车上市会就在车展期间举行;别克汽车在12日晚全国上市的GL8在11日就亮相车展;长安汽车将我省唯一且刚在大河车展参展,还未上市的车型,在几分钟内,就在销售顾问的笔记本上留下了一个个有购车意向的联系电话。近万人次的人流量与近50个参展汽车品牌、200余款车型的碰撞,注定让本次车展结下硕果。

展前邀约,为促销下“血本”

为了在车展上大显身手,参展车商几乎将价格压到最低,从现金折扣到赠送车险、车内饰品,再到订车有礼、“砸金蛋”抽奖,优惠措施层出不穷。“展前邀约应该是很多车商在车展前的一项必备工作,因为平时很多的意向客户因为价格因素在观望,车展期间的优惠给了他们下单的机会。”据福特汽车一位销售人员介绍,他们推出的现金优惠措施是建店以来最大的一次,比平时活动的优惠还多3000元~5000元,这让很多客户决定购车。雪佛兰汽车市场经理赵倩说,他们仅赠送的礼品就花费了两万多元。

汽车销售环节日益成熟,从看车到贷款买车只需几小时即可办妥

“不少客户是贷款买车,这就是为什么有很多人花三四万元就能很快买到一辆价值十几万的车了,这跟日益成熟的汽车金融贷款有关。”长安福特鹤壁顺达尔4S店人力资源总监孙浩告诉记者,目前很多家车商有自己的金融公司,不仅分期贷款手续简便、审批快,而且比银行的利息要低,最快的几个小时就可以办理一辆汽车分期付款业务,这给不少客户免去了后顾之忧,购车客户也在逐渐增加。从看车到贷款买车,几个小时就可以搞定。

对于生活水平日益提高的市民来说,买车已经不是什么难事儿,而日趋成熟的贷款购车环节,也让市民们逐渐转变了观念,购车变得越来越简单。

展会声势浩大,引来“蹭展”商家

“我们也很想参加车展,由于总部协调问题不能如愿,看到车展办得这么好,我们也想在此蹭蹭人气,希望主办方不要介意。”某汽车品牌直营店一位销售顾问指着开来的两辆展车无奈地对记者说。花香自有蜂蝶来,任何行业内的商家都不愿意落后。虽不能名正言顺地参与车展,但这也无法阻止这些商家追随车展的脚步。从这个角度来看,更加证明了本次车展的成功。

家装建材博览会高峰时段,展区工作人员只顾忙着签单,部分市民前来咨询都无暇应答。商家表示——

3天签单量相当于店铺一个月的业绩

□晨报记者 李旭阳

“升龙广场杯”2014鹤壁春季住宅产业文化节暨春季车展、家装建材博览会、姻缘会的家装建材博览会展区,不仅有建材经销商参展,还有装饰公司,甚至家居制造厂家。3天时间,参加家装建材博览会的商家共签单126笔,登记意向客户1580名。

以前销售人员要进到小区内才能了解到客户需求,现在客户自己到展位前咨询

在本次展会的家装建材博览会展区,几家装饰公司都取得了不错的营销业绩,其中香港正开装饰鹤壁分公司展会期间共收集有效客户信息400余组。该公司设计总监王乐说:“这对于我们来说节省了大量的人力成本,并且这些信息更为准确可靠。”

“以前,为了多拉订单,我们的工作人员都是到各个待装修的小区里面去,为了获取客户有效信息,甚至拨出专门经费。”王乐说,但最终搜集上来的客户信息并不是很准确,成交率不高。

“而通过这样一种展会形式,市民主动来到我们展区里了解情况,并且愿意留下信息,这是对我们的信任,很有可能成为我们的客户。”王乐说。

“从进展区的人员结构分析来看,以工薪阶层居多。”王乐说,主要是因为展会优惠让利大,通过展会平台,服务质量有保障,所以深受工薪阶层青睐。



参展商家推出了促销环节,消费者砸金蛋中了三等奖。

3天干出店铺一个月的业绩

欧诺橱柜主要经营橱柜、厨房电器、卫浴等。3天的展会时间,直接下单的客户就有15家,另外有很多客户留下了信息,准备到店里参观。

“这3天的成交量几乎是我们店内一个月的成交

量。”欧诺橱柜展区负责人杨艳芳说,13日展会现场人流量非常大,高峰期的时候,他们只顾忙着开单,有些市民前来咨询都顾不上回答。

“展会对我们知名度提升肯定会起到不小作用,最大的好处是现场与店内联动。”杨艳芳说,“毕竟展区是临时的,空间和展示产品都是有限的,通过这个活动,在我们实体店也有相应措施支持,市民可以到店内了解更为具体的情况,这两天就有不少这样的市民。”

厂家参展,直接面对终端客户

悠静床垫是我市的一家床垫生产企业,这次也来到展会。悠静床垫厂总经理蓬永林说:“这是我们的产品直接面对终端客户的一次好机会。以前我们主要是为家居经销商提供配套的床垫,这次我们把我们的产品带到展会上,让市民了解我们本土品牌的产品,实际感受产品质量,如果感兴趣还可以到厂家参观。”蓬永林说,“在这次展会上,我们现场卖出床垫10多张。展会集姻缘会、汽车展会、住宅展于一体,人流量大,对我们品牌推广和营销都非常有利。”