

一汽大众营销变革使销量“速腾”

全国设置5个SBU大区,将淘汰不合标准的经销商

□本版文、图 时报记者 唐燕

“营销变革第一阶段实施效果显著,下一阶段将全面淘汰不合标准的经销商,”5月15日,一汽-大众销售公司副总经理麦凯文和市场推广部总监王枫来到广州介绍了营销变革的进展情况和未来的发展规划。

权力下放到5个SBU

今年3月9日,一汽-大众大刀阔斧实施了营销变革“新动作”:统一全国市场终端零售价;建立全能型的区域SBU;实施订单制生产销售模式。两个多月过去了,此项营销变革进展如何?

一汽-大众销售公司副总经理麦凯文介绍,营销变革第一阶段实施顺利、效果显著,甚至超出了预期。首先,一汽-大众在全国设立5个集销售管理、市场推广、售后服务、财务控制、培训支持几方面功能于一身的战略业务单元(SBU),即5个大区,权力由厂家直接下放到SBU地区,每个SBU高层都由厂领导高层选派,相当总监级别,权力增加,可与公司最高层领导直接对话,这样对整个市场和用户的反馈更加直接,反应更加快速。虽然实施起初有点矛盾,但经过SBU和

公司高层不断沟通,两个多月的市场实践证明,SBU模式非常有效,受到经销商、消费者和市场的欢迎。

其次,将原有的市场指导价体制调整为终端市场零售价体制,终端市场零售价将过去零售价与指导价的价差全部回馈给用户,使得消费者有更多的时间了解产品的性能、安全、技术等信息,而经销商也拥有了公平的、透明的、有序的市场环境,提高了整体竞争力。

另外,营销变革中的重要一环:订单式管理体系已经全部实施到位。至4月30日,全国已交付近1700辆,滚动订单近1万台。华南地区速腾累计订单已超过3000辆,目前还在以1000辆/天的速度在增长,一汽-大众现在正全力以赴提高速腾的产量,尽快满足消费者的需求。

营销变革的结果是,今年一季度一汽-大众轿车销量达到6.21万辆,销量增长超过100%。其中仅3、4月份就在华南地区累计销售6500余辆汽车,与去年同期相比增长95%,这样的业绩确实令人瞩目。王枫表示,尤以速腾销售最为理想,全国均处于供不应求的状态当中。

下半年将优化经销商网络

麦凯文表示,营销变革



一汽大众营销变革后推出的速腾轿车一直处于供不应求之中。

将进入第二阶段,即开展经销商网络优化工程,全力提升经销商网络质量和体系营销能力。

客户满意度是一汽-大众考核经销商的最重要的依据,因此,在下一阶段,将对客户满意度高、整合营销能力强、销售业绩好的经销商加大支持的力度;而淘汰一批对于客户满意

度低、不能有效贯彻一汽-大众标准销售和服务流程的经销商。

王枫表示,广州是一汽-大众销售的重点区域,广州向来以服务优质见长,所以也希望把广州经销商作为全国300家经销商效仿的对象。王枫强调,此次改革并非要减少经销商的数量,而是要着重提高他们的服务质量,

而随着更多后续新产品引入、销售不断提高,一汽-大众将会引入有实力的、有好的营销理念的经销商加入。

麦凯文和王枫都充满信心的表示,营销变革已经受到市场和消费者的欢迎,一汽-大众也为区域提供前所未有的政策支持,整个营销变革工作正有步骤有计划地开展并取得了显著的成果。

■车讯

QQ蝉联微车销量冠军

记者近日从奇瑞QQ汽车销售有限公司获悉,有“微车销量王”之称的奇瑞QQ四月销量情势依然喜人,继续保持月销万辆的持久纪录,稳坐两厢车销量第一的头把交椅。与此同时,其在三月份曾以月销1000多辆的成绩夺得1.5升以下自动挡车销量冠军的QQ-AMT电子自动挡,四月销量又有新突破,销量近2000辆,再度蝉联1.5升以下自动挡车销量冠军。 时报记者 马海燕

海马汽车赞助选秀活动

近日记者了解到,由上海东方卫视主办、海马汽车赞助协办的全国大型男性选秀活动——《加油!好男儿》自2006年4月10日在上海正式宣布启动后,目前此次活动的全国海选工作正在全国火热进行中。据了解,海马汽车作为此次活动的主要赞助商,将为本次选秀大赛最终的冠军选手提供一台新一代福美来轿车作为奖品。 时报记者 马海燕



2006 第二届番禺汽车文化节

缔造番禺黄金车市

三大主题活动 ★ 品牌大联展 ★ 专业试车会 ★ 汽车精品展

主办单位:



广州吉盛伟邦家居博览中心

活动时间:2006.5.27-28

活动地点:广州吉盛伟邦家居博览中心

协办单位:



策划推广:

