

4S店汽车精品差异化营销



4S店汽车精品差异化营销

吴海

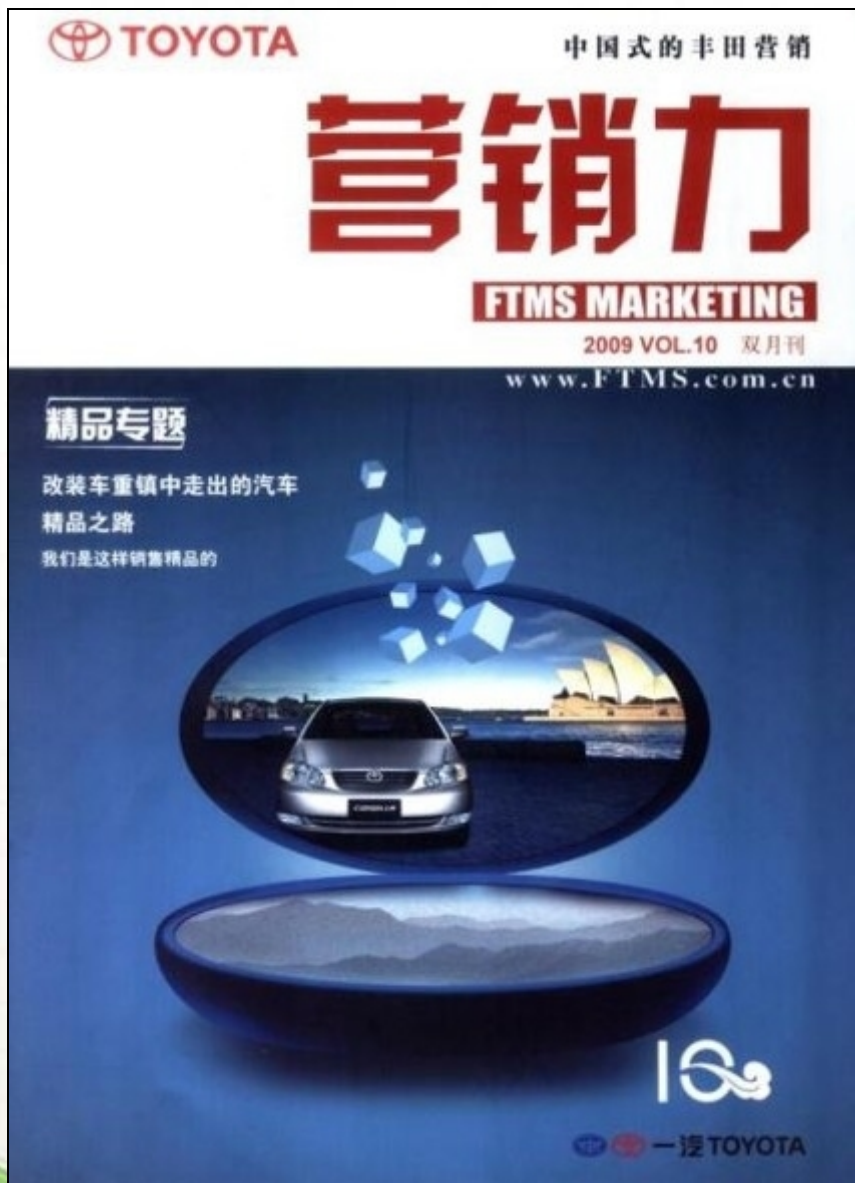
工商管理博士

国际注册企业管理师

中国汽车工业协会汽车用具分会理事长

雄兵汽车电器有限公司总经理

汽车用具行业从业**23**年，一直致力于销售及销售管理专题，为政府部门起草过多种行业原则及行业发展报告，最新研究有《中国**4S**店汽车用具经营发展报告》这也是行业内唯一权威报告。目前是国内众多汽车销售集团的后市场高级顾问。其作品有《汽车用具店面销售技巧》、《**4S**店汽车用具管理及销售技巧》等，这也是行业的第一本培训教材。



一汽丰田常务总副 王法长

精品，增长最迅速的 价值链增值业务！

最近三年中国的汽车精品市场和FTMS精品业务都有了极大的发展，汽车客户在精品加装和个性化需求上显著提高，据推测整个市场年平均增长速度在70%以上。其他汽车竞品厂家对精品市场都越来越重视，投入了很大的人力、财力、物力发展精品业务，精品市场从路边装饰专门店和大卖场快速向3S店转移。对比有意识的汽车经销商也变得非常重视，使经销店精品收益在经销店经营业务中占到了第三位，做得较好的3S店仅凭精品利润就可以负担销售部全部费用，甚至其中有一些精品优秀店凭借精品利润就可以承担起一个店的全部运营费用。08年FTMS经销商逐渐看到了价值链增值的重要性，不仅在硬件上进行了大量投入，增加精品展区展具，而且陆续成立了精品部门和培养精品专门人才，制定精品销售目标和绩效考核。目前推测，70%以上的FTMS经销店已经成立了独立的精品部门。

贵州通源：全国汽车精品销售冠军

2008年，贵州通源汽车有限公司的精品销售总营业额接近2500万，也就是平均每月的精品销售额达200万，获得全国总销售量冠军；2009年，通源汽车的月销售额再次攀升，超过200万，到年底，精品销售总额有望超过3000万！全国汽车精品做得最好的4S店不是在北京、上海或者广州，而是在贵阳这个经济欠发达的城市。实在是有些不可思议。



不过如果你到贵州通源汽车有限公司总部、通源一汽丰田店看看，你就会明白，它为什么能够做到全国销量冠军了。他们对汽车精品经营的规模、气势以及努力，是别人无法比拟的。通源汽车能够成为全国汽车精品总销量冠军究竟有哪些法宝？通过详细了解，笔者总结出其成功得益于以下几点因素：

■完善的体制

通源汽车设置的装饰部与公司销

广。在服务部设立“装饰接待岗”，建立有效A卡，对需求客户进行价值开发；邀请车主参加俱乐部的自驾游、爱车养护课堂等，为客户提供服务的同时增加销售机会。

■激励政策

为了提高全员精品销售积极性，除了绩效外，通源汽车还采用了多种形式的激励措施，包括通报表扬、带薪休假、国内、外旅游、带考察任务的休假

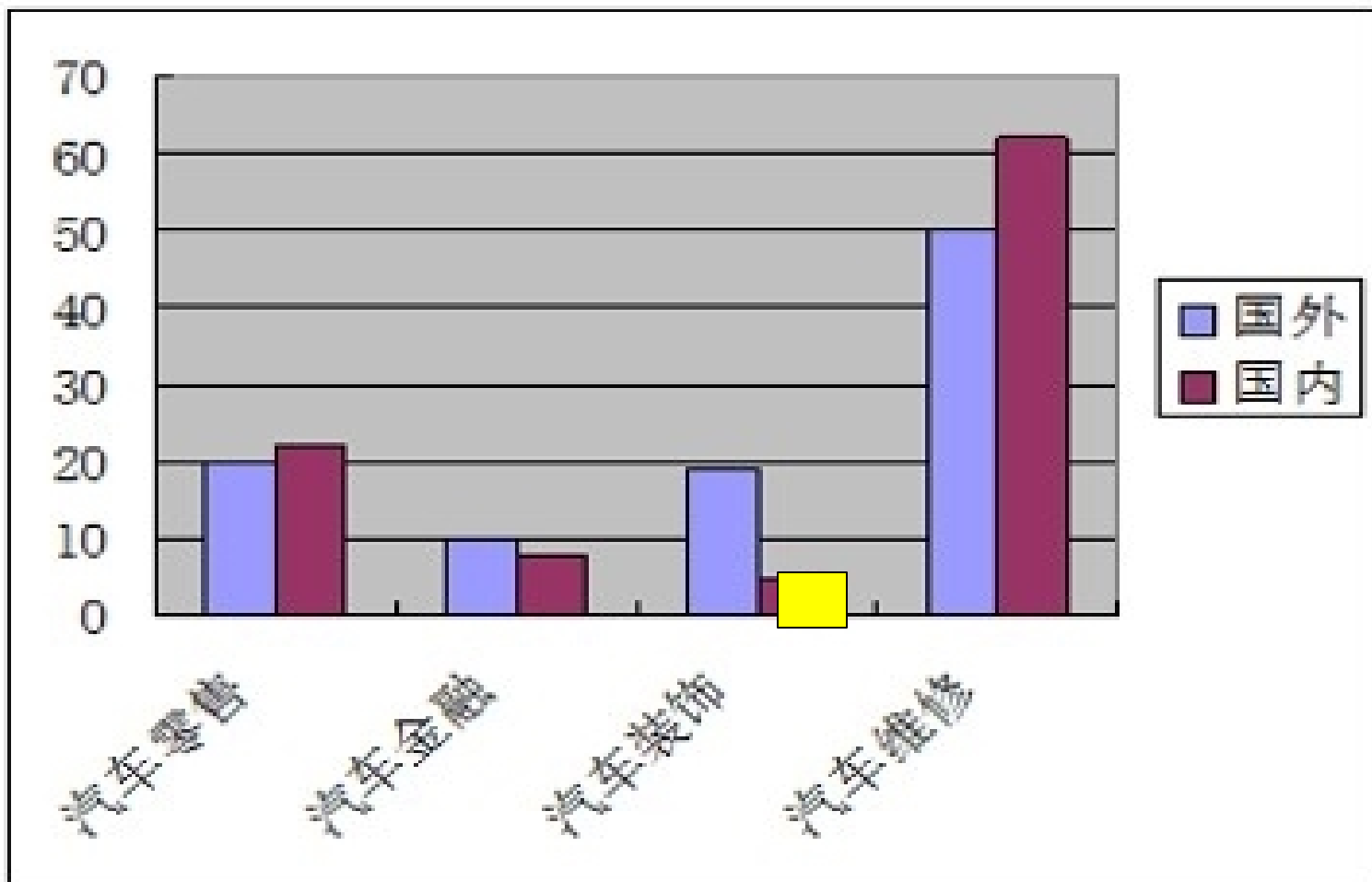
电器和改装件的施工技术 in 贵州地区是独树一帜的。

商品力的提升使得价格可以高于市场，避开了低端市场单纯的价格竞争。

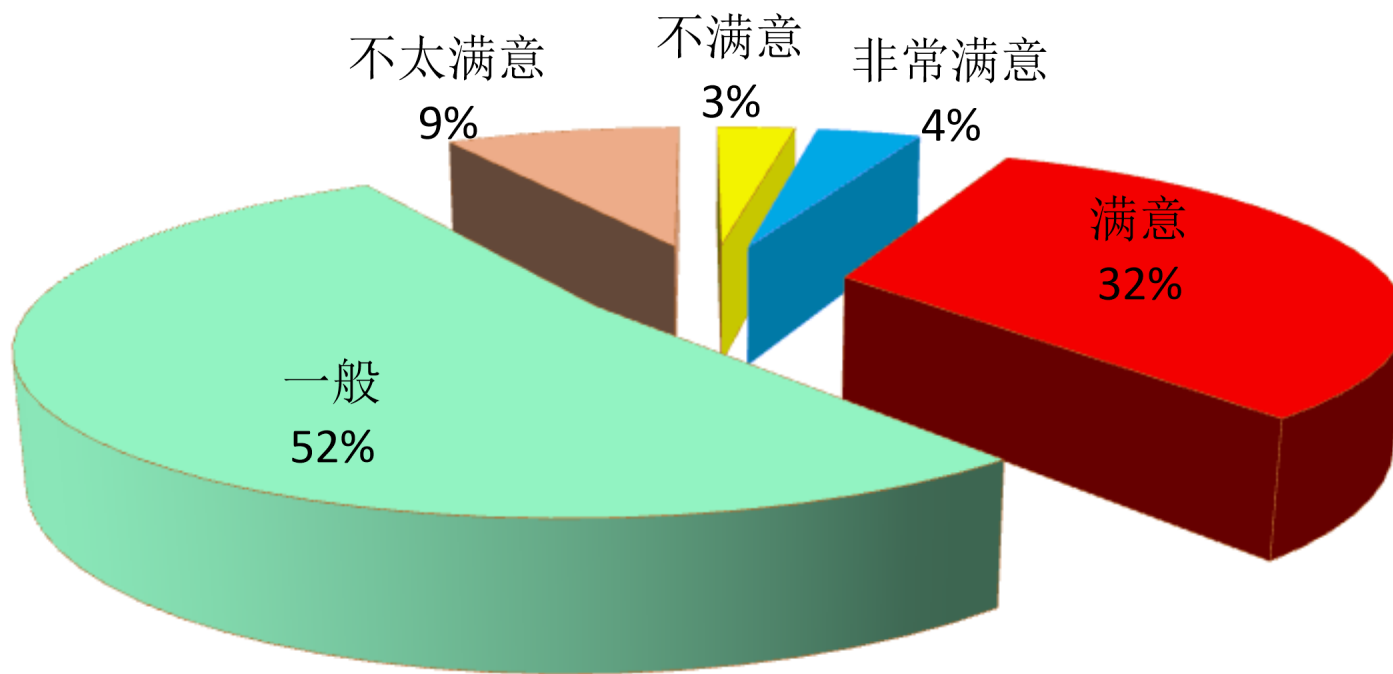
■营销力的提升

通过对前一年精品销售情况及客户需求分析，通源汽车对太阳膜、底盘装甲和外装饰件等汽车常用精品开展了系列促销活动，推出不同产品主题活动月，同时借公司周年庆之机向客户推出

汽车后市场的利润起源



《中国汽车用具经营情况调查》



您对公司现在的汽车用品项目经营状况满意吗？

4S店经营汽车精品的障碍

排序	项目	4S店认同百分比
1	产品的采购与选择	41.90%
2	安装及施工技术	39.05%
3	专业的销售人员	34.29%
4	安装施工带来的其他风险	31.43%
5	对产品的不了解	31.43%
6	来自汽车厂的压力	14.29%
7	资金不足	9.52%
8	其他	2.86%

4S店与美容店在汽车用具经营的区别

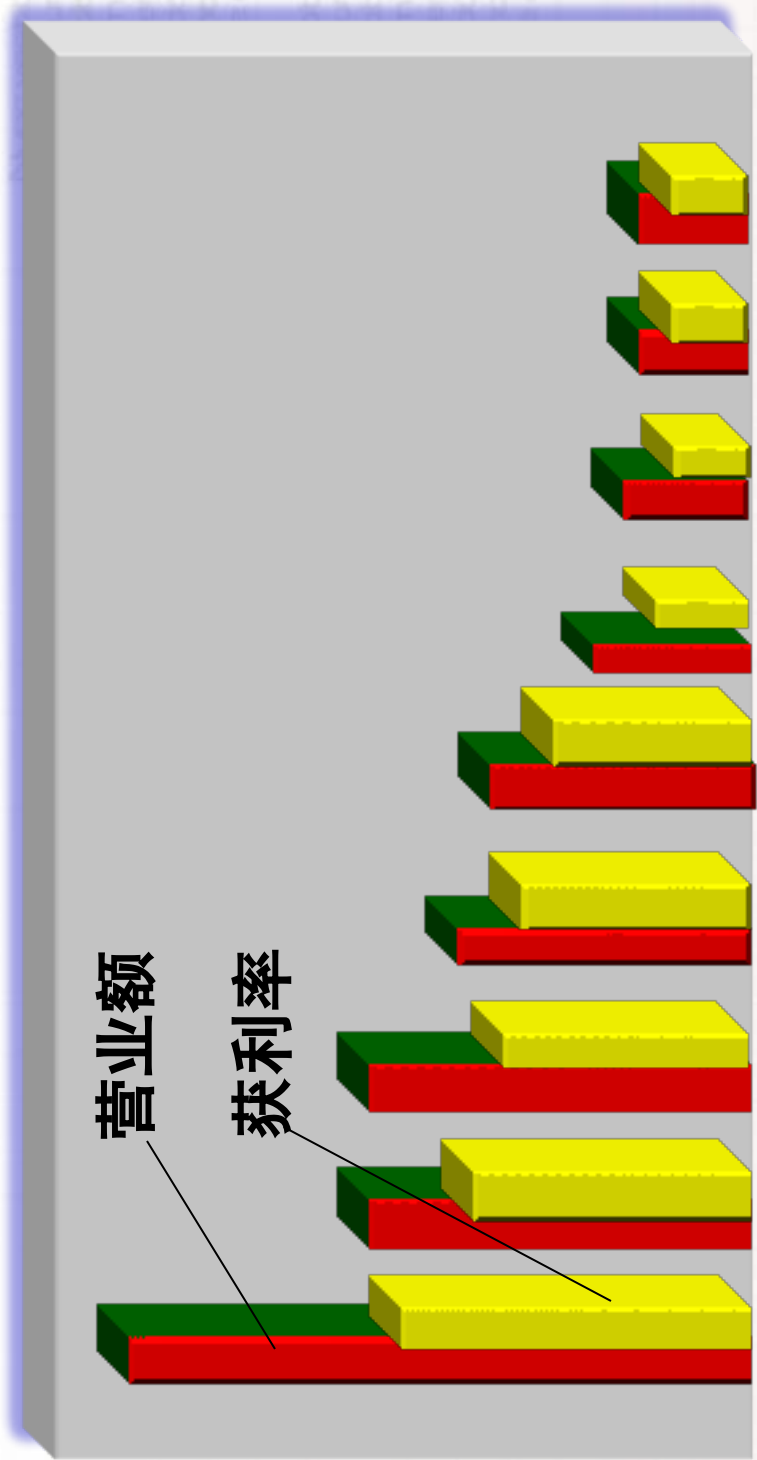


以新车装饰改装为主

以清洁保养美容为主

排序	产品	4S店选择百分比	销售情况
第1位	防爆太阳膜	87.62%	热销
第2位	防盗器、防盗锁	69.52%	
第3位	倒车雷达	56.19%	
第4位	GPS系统	48.57%	畅销
第5位	底盘装甲	46.67%	
第6位	汽车地毯	42.86%	
第7位	汽车真皮	41.90%	
第8位	汽车影音改装用具(含DVD、喇叭等)	40%	
第9位	汽车香水	32.38%	一般
第10位	小装饰品	32.38%	
第11位	汽车清洁用具	26.67%	
第12位	方向盘套	25.71%	
第13位	凉垫	24.76%	
第14位	汽车座套	24.76%	
第15位	电子狗	21.90%	
第16位	氙气大灯系统	20%	
第17位	迎宾踏板	17.14%	一般
第18位	羊毛坐垫	16.19%	
第19位	汽车改装品(定风翼、贴纸等)	14.29%	

5大精品获利项目



- 其他精品
- 易耗产品
- 季节产品
- 真皮
- 新车镀膜
- 底盘装甲
- 电子安防
- 防爆膜
- 汽车AV导航

4S店单项获利率情况分析

了解自己的竞争力

竞争力

产品

服务

质量

价格

速度

速度的主要性

【典故】

故兵闻拙速，未睹巧之久也。

《孙子·作战》

【释义】

指用兵打仗当求速胜而不计战法的巧拙

【当代语】

兵贵神速，速度有时比策略更主要。

要点提醒:

- 产品要带上施工服务才有价值
- 电子产品是主要的利润起源
- 产品选择要做到“少而精”
- “速度”是取得高利润的保障

产品的选择上要遵从20/80原则

4S店汽车精品选择要点

- 安全性—高品质，不会产生伤害
- 差别性—有独特的卖点，与众不同
- 不可比性—只有不透明的产品才干卖高价



经营上可能面临的“风险”

- 来自于产品本身的风险
 - ✓ 品质但是关所造成的损失
 - ✓ 产品不兼容带来的麻烦
- 客户满意度降低的风险
 - ✓ 因为多种原因出现的客户投诉等
- 信誉方面的损失
 - ✓ 过高的产品价格并被客户发觉
 - ✓ 客户感觉你是在欺骗他

哪怕开始客户不懂得，但事后一般会经过“对比”的方式来了解事情的真相，尤其是价格。

好产品的定义

名牌？

消费者指定？

功能多？

牢固？

品质高？

耐用？

低成本？

还有...？

好产品的定义

- 每个人都会站在自己的立场来想问题
- “好”与“不好”在于自己的判断原则
- 对于企业来说，好产品的首要定义就是

是否有利润!

品牌好是厂家的，
客户满意是消费者的，
只有利润是自己的!



精品的差异化营销

第一招

相同的产品
也要卖出不同

差异化营销

- 消费者对“更加好”是没有感觉的
- 只有“不同”才干激起消费者的爱好
 - ✓ 产品、价格、渠道、促销
- 哪怕是一样的产品也要制造出不同
 - ✓ 找到产品与竞品的不同点，并形成概念
 - ✓ 最佳建立在竞争对手的对立面

案例：“TOP版”当代悦动





北京现代
顺和盈特约销售服务店

更多配置 更多实惠

异“曲”同工

曲线是什么？ELANTRA悦动的每一条曲线，都源于全自动化世界先进工厂的领先工艺。精工杰作散发曲线魅力，映射您不断进取的人生轨迹，ELANTRA悦动，助您进享人生。

上市一周年，精工杰作成就ELANTRA悦动**16万**傲人销量。

● S型腰线，100%自动化工艺打造的时尚诱惑，流线型车身设计更令风阻系数低至0.29。



● 高效节能的动力曲线，源自先进科技造就的CVVT发动机。

● 舒适的驾乘体验，源自每条基于人体工程学原理的曲线设计。



案例：“TOP版”当代悦动



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/796204100130010224>