

B14 影响力论坛



李峰 北京现代汽车有限公司常务副总经理



姚一鸣 广汽本田汽车有限公司执行副总经理

(上接B12版)

议题3 市场与销售策略如何升级

2011年,各大汽车制造商纷纷推出全新的销售体系架构,东风日产、上海通用等纷纷将市场与销售职能从大的品牌中分割出来,或者从总部下放到区域;但也有企业将原有的不同事业部进行整合,以求统一管理,形成合力。市场与销售策略到底应该谁说了算,是区域还是总部,事业部扮演什么角色?

李峰:这两年车市增速尽管放缓,但比2004年那一波强了很多。往往市场一旦出现不好厂家就比较着急,为完成销售任务而采取降价措施,然后导致消费者持币待购。现在3年之内没有厂家宣布降价,基本上都是陪着给一些促销,相比过去的简单打法变得成熟了,这是好的表现。

没有市场会永远不好,如今面对低增长,大家还是比较注重主动降低速度。北京现代这两年也一直在做这样的工作,在降低速度的同时我们在调整机构,提升品牌。在低增长环境下,一定要稳住经销商的积极性,现在厂家都还过得去,经销商千万不能出现问题。要确保他们的利益不受损失,同时要扩大后市场,让经销商拓展业务链,培育更多盈利点。

姚一鸣:今年车市有点儿寒,但还没寒到底。现在虽说市场大了,但产能也大了,前几年由于形势很好,大家一直按照自己的节奏发展,但是持续竞争力是怎样的,值得考量。广汽本田这几年产能、产品没有及时跟上,不过我们从3年前就开始提升公司管理团队的能力了。

同时,我们一直注重经销商能

力的提升,因为我们的产品不是卖给经销商就可以了,而是要通过经销商卖给消费者。我们每年拿好几亿去帮助经销商提高服务能力和满意度,同时拓展业务链,让经销商盈利点从卖车转向后市场、金融保险等领域。

冯兴亚:每个厂家的情况不太一样,自主车企往往可以对产品开发和产品导入全面掌控,但很多合资品牌本身是不具备产品控制力的。大家经常讨论广丰产品太少,但丰田的管理很明确,两款产品导入期间间隔必须大于8个月。

说到竞争,每一次汽车行业的成长也好、低谷也好,对每一个企业都是不同的机遇。

陈斌波:从未来发展的角度来说,一定会有一些厂家生存不下去,因为有这么多企业,过去在快速成长的市场大家都可以生存,但是等增长到了一定水平后,优胜劣汰就会起作用了,资源肯定会自动流向优势企业。

如今,汽车行业的壁垒还没有打破,只有哪一天打破了,重新组合,使资产有效利用才是最有效的方向。所以企业必须要有这种认知和危机意识,才能在未来动荡的局面里处理得更合适一些。



陈斌波 东风本田执行副总经理



冯兴亚 广汽丰田汽车有限公司执行副总经理

责编 魏希宁 图编 李冬 美编 叶绿 责校 赵琳



中国 长春 www.faw-vw.com vw.faw-vw.com 客户关怀热线: 4008-171-888

智臻成就 辉映人生



全新迈腾
NEW MAGOTAN

全新一代迈腾,傲然登场

当智慧的光芒在前行中闪耀,当创新的力量在超越中迸发,卓尔人生瞬间开启!
全新一代迈腾,承袭德国纯正血统,融合前瞻设计,超凡驾驭和创新科技,傲然而至。
全新一代迈腾,智臻成就,辉映人生

动感流线车身设计与创新动力组合,引领崭新格局;宽透豪华空间与人性化智能配备,令您尽享尊崇礼遇。



Das Auto.

全新迈腾特价车限量秒杀 最高可享2万元优惠

北京捷亚泰中兴汽车销售有限公司 ★ 大兴店——一汽-大众4s店展厅 地址:京开辅路双星桥西侧100米(郁花园一里北门对面) TEL: 010-60298787
★ 京顺路4s销售展厅 TEL: 84701879/1800 ★ 朝阳区双会桥4s销售展厅 TEL: 65457980/8688转835 ★ 昌平区4S销售展厅 TEL: 80106289