

北京现代庆祝成立十周年 维修配件最高优惠25%

十周年庆 20天免费检测

北京现代借十周年庆典之际推出了为期20天的免费检测服务。北京现代信发4S店售后负责人马力介绍,在10月18日至11月8日期间举行的免费检测活动提供7大类的服务内容,最大亮点在于在此期间到店维修客户,都将享受到配件价格不同程度优惠。根据不同零部件,优惠幅度在5%到25%不等。“相当于厂家在零部件出货的时候让利给经销商,要求经销商必须让利给终端消费者。”这个执行起来有严格的保证,马力介绍,以前历年的工单(到店维修由经销商开具客户的消费明细单据)都是单联的,现在要求用双联的账单,会在CRM系统显示,而且厂家会致电回访客户监督。对于免费检测活动,厂家给予经销商一定补贴。

除了配件优惠外,平时会以季度或者服务月的形式开展检测活动,而且今年新增了针对集团大客户的外出巡检项目,主要是针对一些集中购买了北京现代车辆的政府机关等大客户。



10月18日,北京现代为自己十周岁庆生。它的十年,也是中国汽车产业链飞速布局完整的十年。

当下,汽车已经不再是单纯的消费品,对于消费者而言,它愈趋成为复杂的感知:包含了人们对汽车产品品质、价格、口碑以及售后服务质量的全方位体验。“以前买汽车需要排队、加价,属于稀缺资源,而如今已转为买方市场。”一位从事售后维修多年的一线工人小李描述自己亲历的行业变化。随着国内消费者对服务的日益看重,从而带动汽车制造商们进入了比拼软实力的新竞争格局。售后服务竟才刚刚拉开了帷幕,白热化竞争引发的裂变还在后十年。

一位去年曾到台湾考察的北京一家经销商总经理介绍,台湾4S店服务无孔不入,未来大陆也必然达成这样的竞争结果。“哪还有人来店试驾,都是给准车主送车上门体验的。”下一个十年,谁将成为国内汽车业的海底捞?北京现代已经做好准备角逐的准备!

售后体系全面成型

成立十年的北京现代已然拥有了接近400万客户。这400万保有客户的需求催生了北京现代“真心伴全程”的服务品牌和部分车型“5年10万公里整车保修”的超前售后服务承诺。

北京现代有关负责人介绍,未来汽车行业竞争中,企业需要提高品牌附加值,必须要完成品牌转型,以新的姿态面对中国汽车市场和消费者。转型中包含重要的一环:售后服务的精细化管理和提升。

实际上,前年北京现代已经提出了一个新的战略:提升品牌、调整结构、强化管理,强调“内涵式”增长,并且强调体系能力的提升。为了提升经销商售后运营能力并且统一工作流程,北京现代同行业内权威咨询机构共同开发了DSOM(经销商运营指导手册)并对经销商进行宣贯培训。

店面硬件全面升级

为全面提高店面设施为用户带来舒适体验,北京现代在全国范围推进经销商的店面形象升级。北京现代信发4S店售后负责人马力介绍,该店在今年第二季度内完成了硬件设施的整体改造。

马力介绍,新形象有统一模式要求,与以前店面最大区别在于销售和售后两个不同功能分

开。从正门进来的大厅用来做车辆展示,这是销售功能区域;售后接待统一到店面侧面,以后做售后保养的车主登记信息也从侧面进来,这样两个功能区间就能严格分开。“老的店面布置是销售和售后都挤在一起了,一方面展车不够空间,另一方面等待的客户也会觉得环境比较嘈杂,维修车辆较多时,对销售有影响。”

“我们店去年已经安装了透明车间系统,今年店面建设完成后就投入使用,用户在休息区就可以看到自己车辆维修进度。”马力介绍,该系统有摄像头可以从每一辆车进店时即记录下车牌,以及整个维修保养项目的全过程。当这辆车下次进厂时,系统根据储存的信息用语音广播这辆车上次是由哪个服务顾问接待,这位服务顾问如手上没其他车辆则会优先接待这位老顾客。“这种类似私人管家的服务能够增强客户对4S店的黏度。”

另据介绍,“车间优化”也是北京现代为了提高维修保养效率和标准化水平所进行的一项升级举措。“车间优化”工程在一些店推出汽车快修的流水线,将汽车问题诊断、维修的环节以流水线的方式进行,未来这一新的服务措施也将要进行全国范围内的大规模推广。“车间优化”不仅能够帮助北京现代提高对车辆维修、保养的效率,也能够帮助车主节约车辆维护、维修的时间。

导入CRM系统

除硬件升级之外,软件方面是重点导入客户关系管理系统(CRM),该系统可以帮助北京现代更好地管理与客户之间的关系,整合销售、客服、售后、客户回访、客户满意度等多方面渠道资源,以统一的标准规范北京现代的服务体系。

马力介绍,CRM主要包括经销商怎么更好地去管理客户关系,这是去年北京现代开始在各经销商推广的项目。目前,CRM系统主要是针对潜在客户管理,以往销售顾问卖车都是用一个小小记录每一个到店咨询的消费者,但这样系统性比较弱,所以统一用软件实现管理就能提升工作效率。



售后接待区工位可以满足大客流需求。



客户休息区有宽敞的休息空间。



获奖代表与颁奖嘉宾合影留念。



机修车间布局合理。

■ 声音

“车间地板干净整洁”

今年9月18日,针对汽车流通领域售后服务评比的《金手套》暗访团队,曾到信发店考察其服务细节,当时随行的售后专家——合力华通雪佛兰店售后经理马震波介绍,在中端品牌中该店的硬件水平实属不错。“整个车间地板出奇的干净整洁,这对于一个保有客户很大的店而言,如果管理不到位很难做到。”



两位维修技师正在检修车辆。

本版图片均为资料图片

“休息区逐渐上档次”

一位前伊兰特车主张先生如今升级成了新索纳塔车主,他对北京现代经销商硬件体验的变化更为直观。“以前展厅摆满车,客户休息最早就在展厅内销售洽谈小圆桌上,后来在一层新开辟了一小块地方做休息区”,张先生如此描述,今年硬件升级之后,二楼又新增了客户休息区,有3个房间,一个可以上网、一个可以做按摩休息,另一个是可以看到透明车间的沙发区。专题采写/新京报记者 梁静晶

2012年中国质量协会 CACSI 调研概要

测评对象	测评单位:中国质量协会 测评车型:涉及38个汽车品牌,120个主流车型 北京现代:6个车型(瑞纳、伊兰特、悦动、第八代索纳塔、途胜、ix35) 测评对象: 车型产品质量调研;购车2-6个月的个人用户 售后服务质量调研;购车12-24个月的个人用户 销售服务质量调研;购车2-4个月的个人用户	2012年测评结果 北京现代: 3个车型排名第一(瑞纳、悦动、第八代索纳塔);售后服务满意度排名第三(合资品牌排名,2011年第四) 1个车型排名第二(IX35);销售服务满意度排名第二(合资品牌排名,2011年第二) 2个车型排名第三(伊兰特、途胜)
测评方式	测评方式:定点拦截面访、电话预约面访。 测评区域:华北、东北、华东、华中、华南、西南、西北等七大市场区域等36个主要城市。 测评时间:2012年4月至2012年8月	
测评内容	汽车产品设计性能运行 9个因子/74个项目 汽车产品质量可靠性 9个因子/128个项目 销售服务满意度 5个因子/41个项目 售后服务满意度 5个因子/34个项目	