

借展会平台展品牌实力

让更多市民了解汽车 4S 店

□晚报记者 朱东一

周运集团汽车超市销售经理张志勇说,今年举办的这次展会效果不错,让他们销售的汽车品牌得到了很好的宣传。可能原来宣传力度不大,前一段有几个客户想买中华 FSV 轿车,都不知道周口有卖的,通过这次展会,很多想购买中华轿车的市民知道咱周口也有中华汽车 4S 店了。

有力推动我市汽车销售

□晚报记者 朱东一

“这次车展有很多市民前去观看,询问参展汽车的相关情况,使他们了解到北斗星是适合家庭用的经济实用型轿车品牌。”昌河铃木周口华源 4S 店董事长朱祖良高兴地说。

朱祖良说,通过这次展会,许多有意向买车的市民更详细地了解了不少品牌汽车的性能、油耗等情况,然后他们会货比三家购买自己喜欢的车型。这次车展对我市汽车销售会起到很大的推动作用。

为市民提供良好购车平台

□晚报记者 朱东一

长安福特周口铭阳 4S 店展厅经理王超杰兴奋地告诉记者,这次展会对福特汽车这一品牌起到很好的宣传作用,也提高了他们铭阳 4S 店的知名度。前来观展的市民众多,不仅使广大客户全面了解到自己喜欢的汽车品牌、车型,而且还提供了一个很好的购车平台,也使他们这几天的销量提高很多。另外,这次展会准备得很好,宣传很到位,像这样的展会应该多多举办。

借展会平台展品牌实力

□晚报记者 朱东一

比亚迪汽车周口亿顺汽车销售服务有限公司经理孟金先说,今年展会效果不错,前来看车购车的市民不少。他们收获挺大,3 天订车客户 12 个,当场提现车的有 21 个,有意向购车的客户 100 多个。

这次展会他们所展示的车型,备受市民关注的是 F3、F6、G3 及混合动力车(双模电动车),因为这些汽车适合大众平民,而且是自主品牌。这次展会为商家打造了一个平台,向市民展示了他们的汽车品牌实力。

车展红火市民热情

□晚报记者 朱东一

海马福仕达周口新大通 4S 店的销售员孙万军说,举办这样的展会不错,不管展会上能卖出多少车,单单能让市民看到很多品牌汽车、了解很多车,这已是它的成功所在了。他希望明年的展会有更多的市民前来观展,让更多的人了解咱们的汽车,对现在及今后的销售都有一定帮助。

孙万军说,总体来说展会效果不错,感觉很成功,而且前来观展的市民比较多,有老人也有小孩。从某种意义上来说,展会红火了我市的汽车市场。



车展吸引众多市民驻足观看 陈卫东 摄

市民购车更集中

□晚报记者 朱东一

周口市兴周汽车贸易有限公司销售员王鸿玉说,通过这次展会,他们的汽车销量不错,订车的市民也比原来多。要在平常,客户

都是专门跑到店里去,现在有了车展,他们都直接来展会上看了,使市民更能集中地看车购车。由于这里的车品牌集中,作为参展商家也是一次很好展示自己的机会。希望以后多举办这样的展会。

商家知名度提高

□晚报记者 朱东一

周口永达汽贸有限公司长安轿车 4S 店陈战红经理说,展会很不错,整体布局和规模比去年提高了一个档次,场面也很隆重。他粗略算了一下,前来参展的汽车商有 20 多家,所展车辆有 100 多辆。

由于长安汽车 4S 店所展示的长安汽车备受市民关注,询问汽车价格、性能、油耗等各方面情况的市民络绎不绝。这次展会提高了客户对长安汽车公司以及长安汽车的了解,为他们销售长安汽车起到很大的推动作用。希望明年的车展会更有影响力,争取把更多的市民吸引过来。

车展档次高

□晚报记者 朱东一

上海英伦云阳海周口直营店销售员于光说,这几天展会带来的效果不错,他们销售的汽车成交量也有所提高。他认为这次举办的车展和我省其他地市举办

的相比,从规模和布局档次上都稍胜一筹,整体水平很高,为参展商家提供了一个很好的平台。通过这次展会,很好地宣传了他们的汽车品牌。车展这 3 天他们卖了好几辆车,有意向的客户也不少。

车房联展效果好

□晚报记者 张劲松

广汽本田周口得邦汽车销售服务有限公司销售顾问刘艳君告诉记者,此次车房展由于宣传力度大,车展地址选得好,人气较旺,效果较好,他们的日订单数量

比平时多了不少。刘艳君说,车房联展好,车房互动,联手出击,目标直接瞄准了有消费能力的高端人群。在同一个舞台上,各商家都使出浑身解数,展示了周口车市和楼市的魅力。

车展文化味儿浓

□晚报记者 张劲松

“车展本身是一种艺术的展示,当然它也透射着深刻的文化内涵。它从立体层面承担着社会角色、经济角色,并从多个方面表现一个民族及其国家的文化特征。”东风日产威诚专营店销售经

理李平洋告诉记者。他表示,车展实际上是科技和艺术的完美结合,在车展现场,每个观展的市民都能体会到参展商的良苦用心。参展商以及主办方都是怀着一份美好的愿望,希望车市能够得到更快的增长。

车展应与精彩节目同行

□晚报记者 张劲松

“车展现场主办方提供的文艺节目较少。因为有些市民是为了看精彩的文艺节目来广场的,如果文艺节目办得好了,宣传效果也就会大大提高,也会增加潜在的客户。”周口市车之港汽车销售服务有限公司董事长助理刘燕对记者说。

刘燕说,总的来说,此次车房

展效果不错,日订单比平时要多得多。不过,外地举办车展的经验也应值得我们借鉴,比如有些车展会推出车展宝贝,她们的精彩才艺表演,配上新潮的电影节目,使车展成为车迷们的节日盛会。

另外,由于房展需要展厅,展架较高,车和房应该分区,或者对展架高度进行一个统一的尺寸规划,这样会更加规范。

天气晴好利于观车展

□晚报记者 张劲松

比亚迪汽车周口金裕达销售服务店副总经理王康告诉记者,由于主办方宣传力度大,组织严密,加上本公司服务到位,展会期间汽车销售又有让利活动,客户非常认可,这次展会他们收获不小,日订单明显增加。

王康说,美中不足的是,天公不太作美,9 日风和日丽,可是第二天就刮起了大风,对展会效果影响不小。特别是第三天,天气转阴,温度大幅下降,使展会效果打了不少折扣。他建议主办方以后举办此类活动更多地注意天气状况,这样应该会收到更好的效果。

展会效果超出预期

□晚报记者 张劲松

“此次展会效果相当不错,我们收获颇丰,截止到 11 日中午,我们已收到订单 37 辆。”雪弗兰周口新希望汽车销售服务有限公司总经理李贺勇告诉记者。

李贺勇说,此次展会主办

前期工作准备到位,组织较严密,宣传力度大,整体效果超出预期。不过,他认为,主办方还应安排大型文艺演出等形式多样的文艺活动,这样会增添车展的娱乐性和艺术性,更能吸引人们的眼球,增加潜在客户。

展会大显“眼球效应”

□晚报记者 张劲松

雪铁龙周口唐风汽车销售服务有限公司销售部经理康伟告诉记者,由于周口日报社是当地的主流媒体,此次展会真正体现了“媒体搭台,企业唱戏”的宗旨,宣传效果较好,群众参与热情较高,展会客流量很大,人气很旺,展会大显“眼球效应”,汽车销售日订单比平时增加不少。

康伟说,此次车房展前来参

观的市民真是络绎不绝,他们争先恐后地在车展区和房展区挑个不停。可以说,车房联展让商家们抢足了顾客的眼球,出尽了风头。

康伟说:“唯一遗憾的是,8 日的汽车巡展,我们接到通知的时间太晚了,当时由于仓促,就连汽车标签我们都没有来得及贴。对于主办方来说,希望以后举办类似活动,时间、场地都要有周密的安排,展会方案手册更加具体,流程安排更加全面。”