

锐意进取 昂扬向前



图说 2011年3月12日,汽车县巡展孟州站活动现场。本报记者 石凯 摄

(上接 T3版)

活动:顺势而变善引导

创刊以来,《车周刊》、《车时代》连续报道了焦作车市的一次又一次重磅活动,焦作日报社试乘试驾直通车、十大诚信车商评选活动、焦作市汽车政府采购论坛、焦作市汽车县市巡展、焦作市房车文化节、焦作市中秋赏车会、自主汽车品牌大型团购会,每次活动都带来不同的精彩。

《车周刊》创刊之初,焦作车市起步不久,我市家庭汽车消费还处在刚刚兴起的阶段。为了扩大汽车各汽车品牌的影响力,《车周刊》前身《车行天下》开通焦作日报社试乘试驾直通车,先后数次征集市民到品牌车商处试乘试驾,对于这一创新之举,不仅市民十分欢迎,车商反响也极为热烈,获得了购销双方的交口称赞。

到了2008年,我市车商整体已经初具规模,国内车市也开始呈现热销趋势。焦作日报社在2008年年初举办了迎新春车商联谊会,吸引了市内30余家车商代表与会,共同探讨焦作车市的未来走向。当年3月15日,《车周刊》联合焦作市消费者协会举办了2007年度焦作十大诚信车商评选活动,为百姓购车提供指导;5月16日,《车周刊》隆重推出了2008年度焦作春季房车文化节,一举奠定了我市大型综合车展的展出标准和模式。

2009年4月10日,《车周刊》组织的2009年

周刊》只用了短短两年时间,广告收入就在我省地市级汽车媒体中名列前茅,并吸引了周边城市汽车媒体纷纷来到焦作日报社参观取经。

为了在焦作车市迅速打开局面,创刊之初,《车周刊》的工作人员在积极借鉴外地市媒体成功经验的基础上,不断深入车市一线了解情况,与焦作车商形成了良好的互动关系,摸清了焦作车市的整体格局,从而根据本地情况制定了相应的报道思路,迅速得到了车商的认可。

此后,根据我市车商不断增多,百姓汽车消费需求日益提升的实际情况,《车周刊》又确定了组织开展大型车展的策略,发挥新闻媒体的资源优势,为车商搭建车展营销的服务平台。

随着春秋两季汽车文化节、中秋赏车会、汽车县市巡展等一系列车展活动的开展,焦作日报社作为活动的主办方和组织者,日益得到参展商和市民的认可。汽车文化节不仅成为车商必定参加的重头活动之一,也成为许多消费者的首选购车渠道之一。

“要了解车,就看《车周刊》;要买车,就去汽车文化节。”这是焦作市人民医院耳鼻喉科主任钟彦的经验之谈。当年,钟彦就是依据《车周刊》提供的信息,买到了自己称心如意的爱车。从中不难发现,《车周刊》以及汽车文化节等车展活动,已经在焦作市民心中形成了极高的品牌效应。

“企业投放广告,关键要看媒体是不是具有广泛的影响力、公信力和亲和力。”焦作市锦田汽车销售服务有限公司总经理吕印乾说,“作为焦作市最权威的平面媒体,《车周刊》、《车时代》在这一方面具有先天的优势,并且焦作日报社所举办的一系列车展活动如今已经具有了极高的号召力和影响力,这都促使我们从各个层面不断加强与合作,从而提升自身的品牌影响力。”

无论是百姓的信赖,还是车商的认可,都给了《车周刊》、《车时代》不断前行的动力。在媒体竞争日益加剧的今天,《车周刊》、《车时代》要保持已有的优势,就必须不断求新求变,不断提升品牌高度,这样才能占据制高点,充分发挥媒体应有的作用。对于这一点,《车周刊》、《车时代》背后的工作团队都有清醒的认识,并为之作好了充分的准备。

策划勇于创新,新闻力求多变,服务细处着手,活动顺势而变,品牌提升高度,回顾《车周刊》、《车时代》近年来的发展历程,这五个方面每个都很重要。也正是因为在这五个方面都打下了坚实的基础,《车周刊》、《车时代》才能成为焦作汽车媒体的领军者之一。焦作日报社汽车·交通工作室主任聂会军动情地说,随着汽车时代的来临,《车周刊》、《车时代》将借汽车市场蓬勃发展的东风,不断锐意进取、昂扬向前,为创刊55周年的《焦作日报》开创新的辉煌、贡献应有的力量。

比起新闻采编和广告经营,《车周刊》、《车时代》花在品牌塑造上的心思一点也不少。创刊初期,《车

度焦作春季房车文化节再次隆重登场,不仅参展规模再创新高,别克汽车公园的展厅化参展形式更是成为展会的新亮点。

2010年国庆节,《车周刊》推出《向祖国致敬,向母亲问好》专版,以地图的形式标注了我市各汽车经销商的具体位置,并分4个版推出了不同价位汽车产品的导购新闻,帮助市民选购适合的车型,引导市民理性消费。

2011年至今,国内车市在经历连年高速增长后,终于开始回归稳健发展。为了营造理想的车市环境,《车周刊》、《车时代》先后开展了豹哥试驾赵固一矿专场赏车会、三八节美女赏车会、自主汽车品牌大型团购会等众多专场车展,并加大了县市汽车巡展的活动力度。无论是专场车展,还是县市巡展,都加大了对细分市场的关注和营销力度,促使车商加强对城乡市场的开发,引导车商丰富细分市场的营销手段。

从历年来车展活动的发展变化可以看出,《车周刊》、《车时代》每一次相关活动的开展,都和当时的市场环境息息相关,并能根据当时的具体形势进行相应调整,使各项活动实现经济效益与社会效益的双丰收,从而达到引导车市良性发展的目标。

品牌:提升高度观大局

联手合作 共创辉煌

——访焦作未来汽车集团董事长郭金

本报记者 石凯

“所谓伙伴,是指拥有相同梦想、朝着一个方向共同努力、值得相互信赖的朋友。四年来,焦作未来汽车集团与焦作日报社形成了长期的战略合作伙伴关系。在焦作日报创刊55周年之际,我代表公司全体员工表示衷心的祝贺。”近日,焦作未来汽车集团董事长郭金在接受采访时这样告诉记者。

“《焦作日报·车时代》、《焦作晚报·车周刊》作为焦作地区的主流汽车专业媒体,一直以来都在努力搭建客户与名优经销商之间的沟通桥梁。”郭金说,“特别是每年的春季和秋季汽车文化节,场面隆重、形式新颖,既方便了广大市民选购,也为车商提供了展示品牌的大好机会。所以,焦作日报社每次组织的车展活动,未来汽车集团都积极踊跃地参与其中,并取得了良好的经济效益。”

“近两年来,焦作日报社响应国家‘惠民下乡’政策的号召,开启了汽车县区巡展系列



活动,不仅方便了城乡居民买车,也为车商填补了一些尚未触及到的销售空白地区。”郭金表示,“这不仅帮我们提升了销售量,更带来了一些营销上的有益启发,加速了我们对城乡市场的开发。”

对于焦作日报社每年年终开展的焦作车市总评榜活动,郭金也给出了高度评价。他认为,焦作车市总评榜是焦作地区最具权威性、最具公正性的汽车品牌和汽车企业评选活动,不仅能帮助广大消费者更好地选择汽车产品,对于行业经营者也是最佳的褒奖与肯定。

“四年来,焦作未来汽车集团与焦作日报社形成了融洽的战略合作伙伴关系,始终保持着有效的、紧密的合作。通过焦作日报社这一媒体平台,我们不仅在品牌推广、形象展示上取得了极大的提升,也通过历次车展和相关活动取得了极佳的销售业绩。”郭金表示,“最后,我对焦作日报创刊55周年表示衷心祝贺,预祝焦作日报55周年庆典圆满成功。今后,我们期待和焦作日报社进一步加强合作,联手开创新的辉煌。”



携手并进 谋求共赢

——访焦作市锦田汽车销售服务有限公司总经理吕印乾

本报记者 石凯

“在企业的发展、信息的传播、消费的引导上,媒体的宣传是功不可没的。在信息化时代,谁的信息速度快,谁的信息量大,谁的信息占据有利地位,谁就能够赢得市场。这一点,我们深有体会。”近日,在接受记者采访时,焦作市锦田汽车销售服务有限公司总经理吕印乾如是说。

自2007年开业以来,该公司始终以“一切站在顾客角度考虑”的服务宗旨,建立以销售、售后服务、配件供应到客户服务等全方位、一体化的服务体系。在销售上,该公司让客户在购车过程中享受“三个喜悦”,即创造的喜悦、销售的喜悦和购买的喜悦。在售后服务上,该公司全力做到“五个一”,即一句问候、一杯热茶、一次车辆全检、提前一分钟交车和一条建议。通过贴心的“保姆式”服务,该公司赢得了广大客户的信赖,获得了焦作市“十大诚信车商”、“十大畅销汽车品牌”等称号。

自开业以来,该公司给客户提供了多款科技含量高、绿色环保的车型。第九代新

思域首次标配ECON智能化绿色节油辅助系统和多功能显示系统;思铂睿素以“运动绅士”著称,创领高端运动型轿车,借奥运春风,大有引领高端运动之势;CR-V的垂直换代融入了本田全新的家族化特征,更显张力,独特的城市运动感继续着城市SUV的开拓者形象。

“近年来,汽车已走入百姓的生活,给人们的工作、生活带来了巨大改变。作为主流媒体,焦作日报社除了进行宣传,还组织多种形式的房车展、团购会,让车商与消费者进行零距离接触,引导消费良性发展,使商家与消费者在媒体搭建的平台上实现了共赢。”吕印乾说。

“在焦作日报创刊55周年之际,焦作市锦田汽车销售服务有限公司向一直关心、支持车商的焦作日报社致以热烈祝贺,愿我们的合作更加愉快。”吕印乾表示,“同时我们也借此契机向广大消费者报告一个好消息,下半年我们还会不断推出几款全新的多用途车型上市,消费者的选择空间将变得更大,此外我们的济源直营店也在紧锣密鼓地筹备中。”

TOYOTA 广汽TOYOTA | 品质感动世界

经典版凯美瑞15.98万元开回家

CAMRY Classical 凯美瑞 经典

凯美瑞经典版现正接受预订

广汽丰田富达迎宾路店

销售热线:(0391) 3669988 服务热线:(0391) 3669999

地址:焦作市迎宾路与龙源路交叉口西南角(电视台斜对面)

民主南路

龙源路

迎宾路

太极路

TOYOTA

车到山前必有路 有路必有丰田车

本广告拍摄车型为凯美瑞·经典200G版,详细信息请咨询广汽TOYOTA销售店。

广汽丰田汽车有限公司 官方网站 www.gac-toyota.com.cn 顾客服务中心:800-8308888(免费热线) 400-8308888(可用手机拨打,且需付市话服务费)