CUCA 中国二手车大会 China used car assembly

立信逐势 共享融通 Credibility Trend Share Fusion

2017 CHINA USED CAR ASSEMBLY 中国二手车大会

二手车经销商品牌战略

中国汽车流通协会 China Automobile Dealers Association



深圳市澳康达名车广场有限公司

董事总经理　陈祥达

目录

关键词

01 眼光
02 勇气
03 谦逊
04 简单
05 平衡

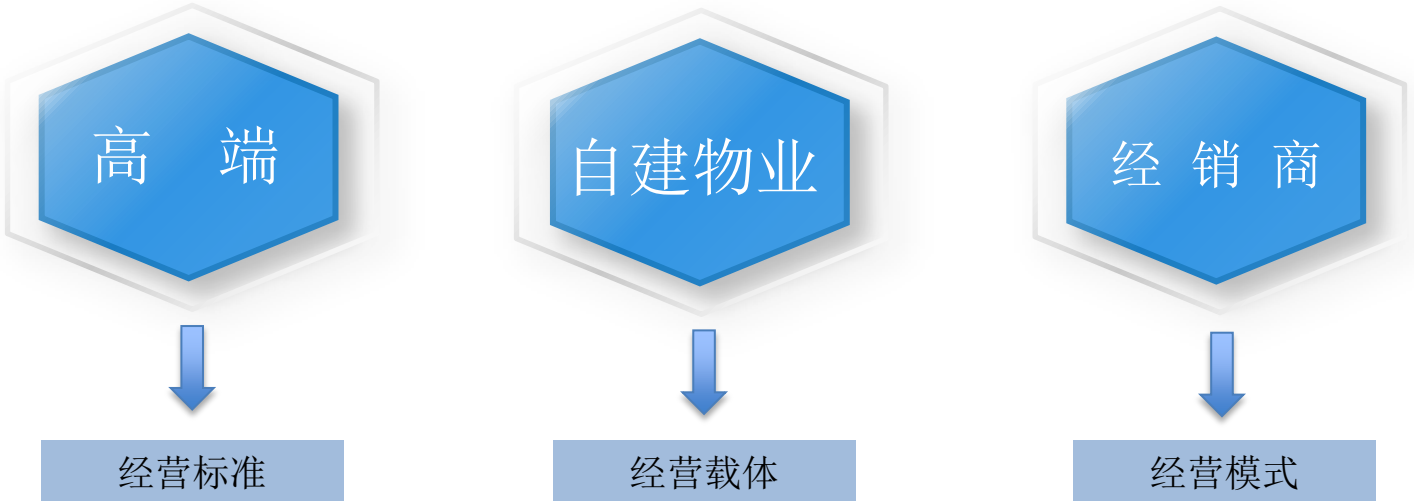
2017 CHINA
USED CAR ASSEMBLY

品牌定位是方向、是前行的源动力，不仅要有充分了解自己，更要有战略眼光。

1 眼光：给品牌定位 → 坚持到底

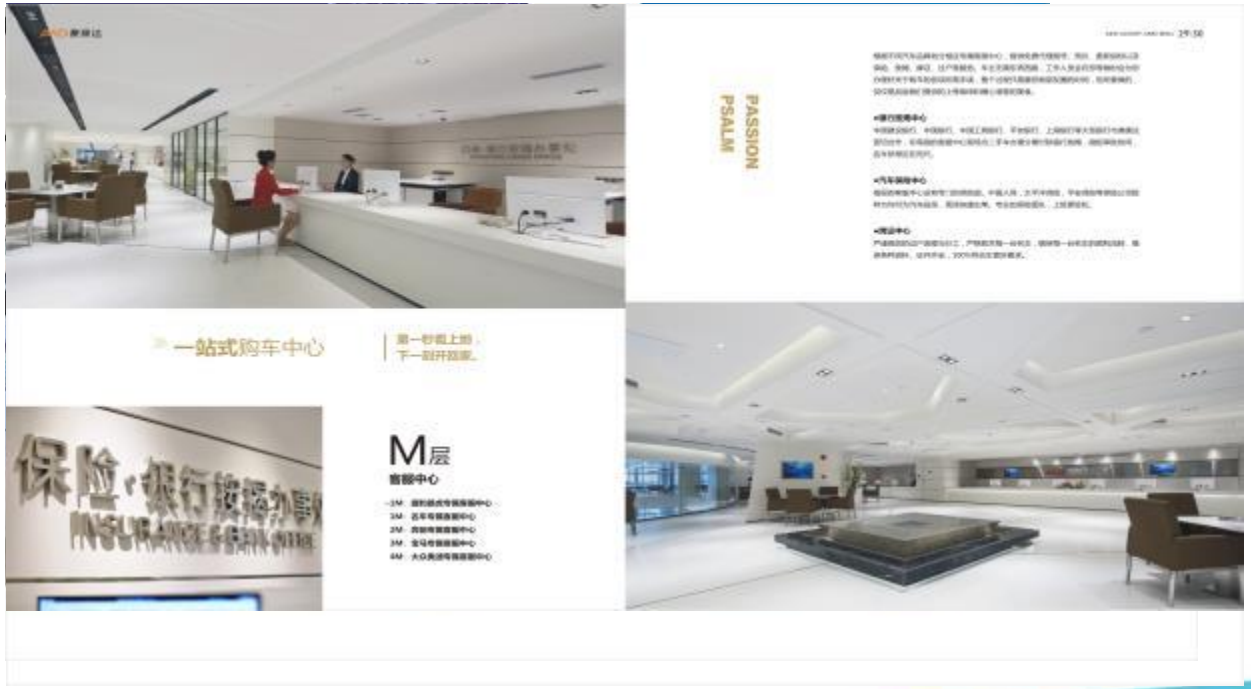
中国汽车流通协会

> 澳康达定位 — 长期聚焦旨在获得品牌竞争力



> 深圳澳康达

占地1万㎡、建筑面积12万㎡、全空调玻璃幕墙的汽车交易综合体。



2017 CHINA
USED CAR ASSEMBLY

宣传　　人力　　资金　　布局

2

勇气：在形势未定时 → 敢于冒险布局

中国汽车流通协会
China Automobile Dealers Association

> 澳康达广告 — 每年品牌广告（策划）经费预算3600多万

自主广告				户外广告		媒体广告			
APP软文	AKD杂志	主题活动	大型活动	电梯广告	大型LED	报刊杂志	专业网站	电视广告	电台频道
（篇）	（份）	（场）	（场）	（点）	（幅）	（篇）	（个）	（秒/天）	（频次/天）
300	240000	24	2	100000	26	560	42	60	8

（按年为周期统计）

> 澳康达品牌推广活动


AUTO
CULTURAL
LIFE


AUTO CULTURAL LIFE
LOOKING FOR
梦想启程 重遇经典

> 澳康达布局 — 做强线下实体，布局重点区域



以深圳为起点，澳康达汽车产业结合商业地产的模式将发展重点区域—珠三角、长三角、津京冀以及西南地区。

>上海澳康达（规划中）—

占地2.5万㎡、建筑面积10万㎡，打造成长达168米立体化室内交易展厅（嘉定区）。







>天津澳康达（规划中）—

占地7.7万㎡、建筑面积19万㎡，打造以名车为主题的商业综合体（武清区）。

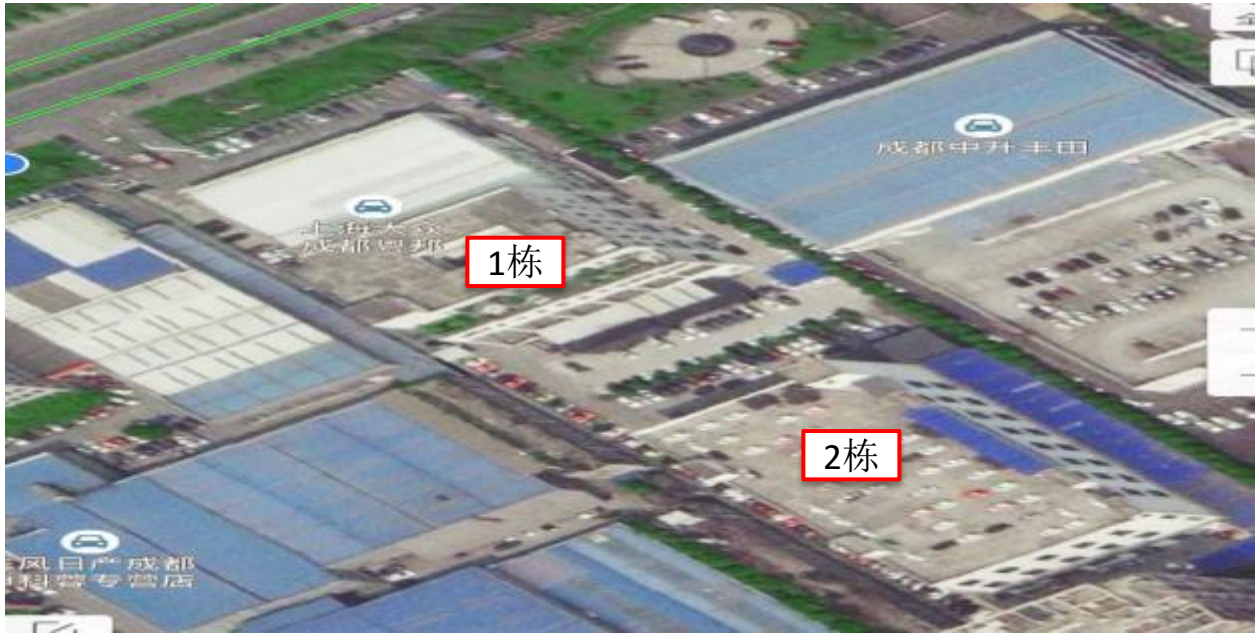






> 成都澳康达（规划中）—

占地7300㎡、建筑面积20000㎡，该项目设计方案正在酝酿中（武侯区）。



2017 CHINA
USED CAR ASSEMBLY

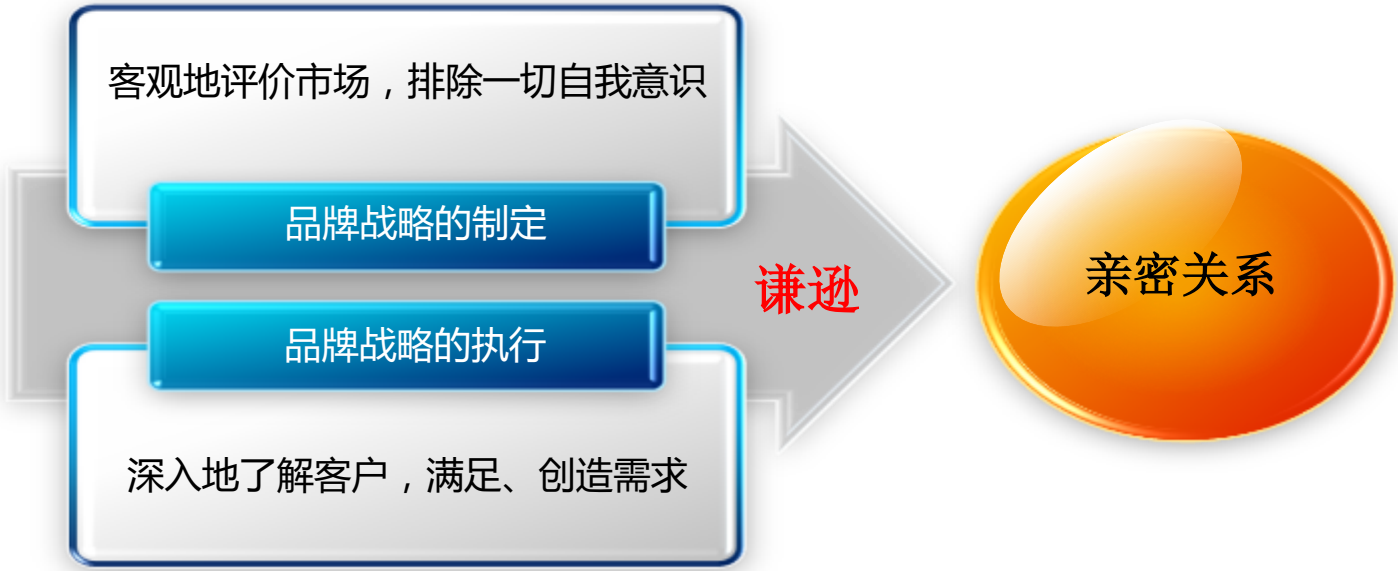
了解客户　　了解市场　　了解产品

3

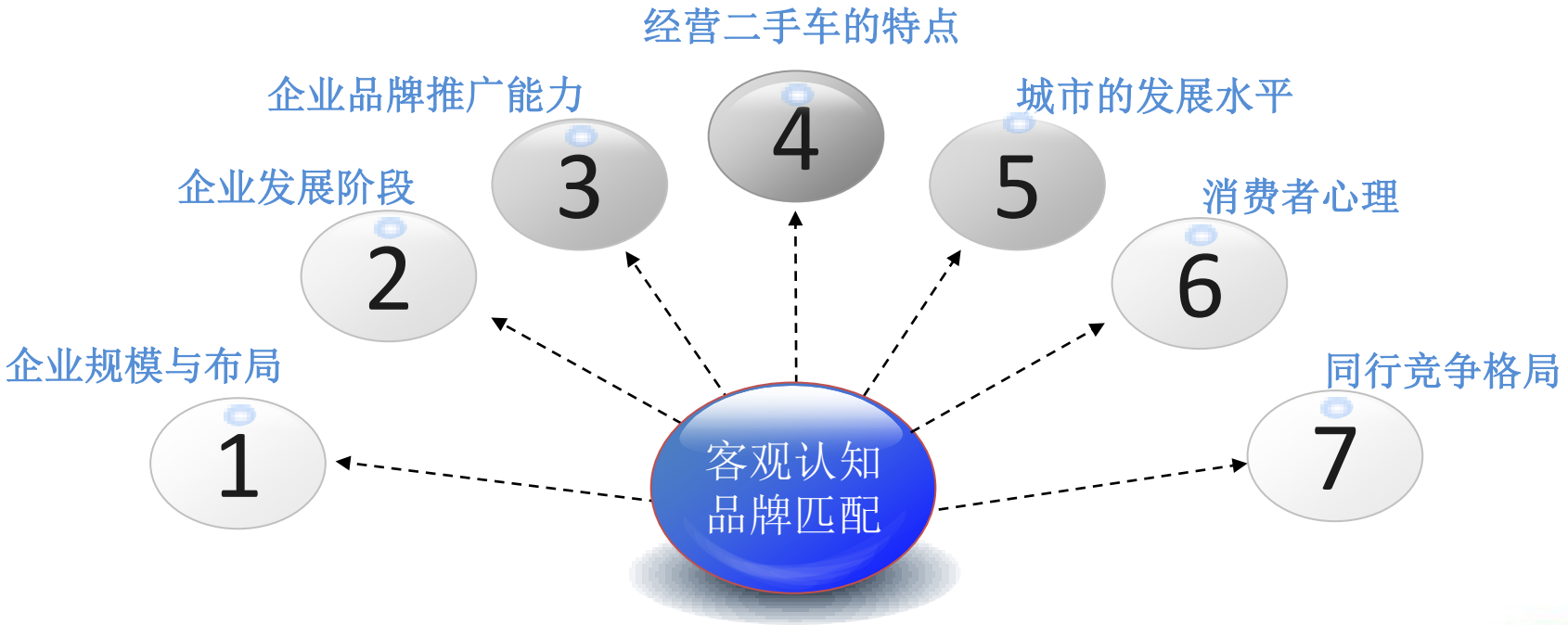
谦逊：躬身实践 → 与客户发生亲密关系

中国汽车流通协会
China Automobile Dealers Association

> 谦逊·躬身实践



> 谦逊·躬身实践


经营二手车的特点
企业品牌推广能力
城市的发展水平
企业发展阶段
消费者心理
企业规模与布局
同行竞争格局
3
4
5
2
6
1
7
客观认知
品牌匹配

2017 CHINA
USED CAR ASSEMBLY

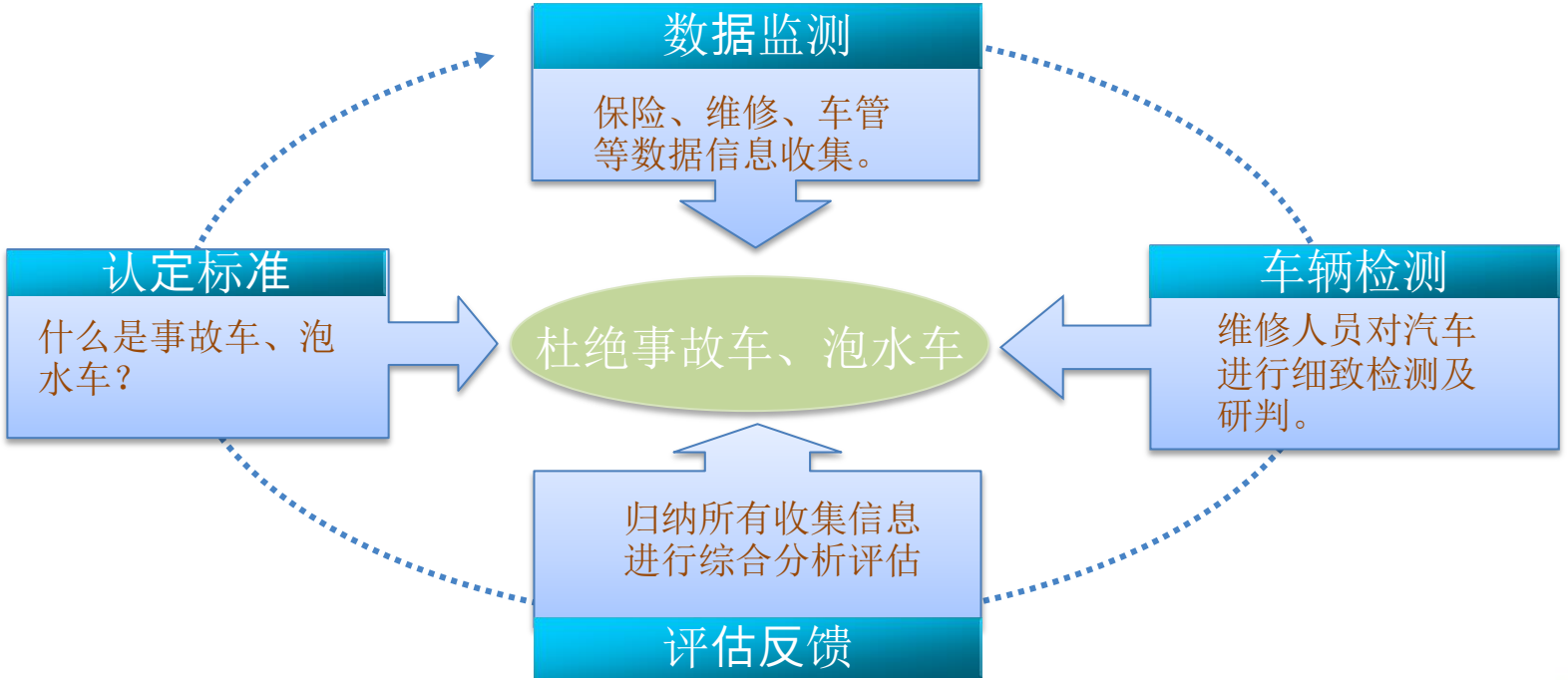
简单 → 复杂

复杂 → 简单

4

简单：狭窄而深入地改变 → 细节的坚持

> 品牌推广案例1


数据监测
保险、维修、车管等数据信息收集。
认定标准
什么是事故车、泡水车？
杜绝事故车、泡水车
车辆检测
维修人员对汽车进行细致检测及研判。
归纳所有收集信息进行综合分析评估
评估反馈

> 品牌推广案例2—“一口价”模式

根据收购价格、车况、新车价格、市场行情、历史数据、未来走势把握、以及公司库存等综合因素研判的结果。

1 消费者明明白白消费

2 省去讨价还价环节

3 提高车辆价格竞争力

4 加快车辆流转率

5 简化销售管理流程

薄利多销

2017 CHINA
USED CAR ASSEMBLY

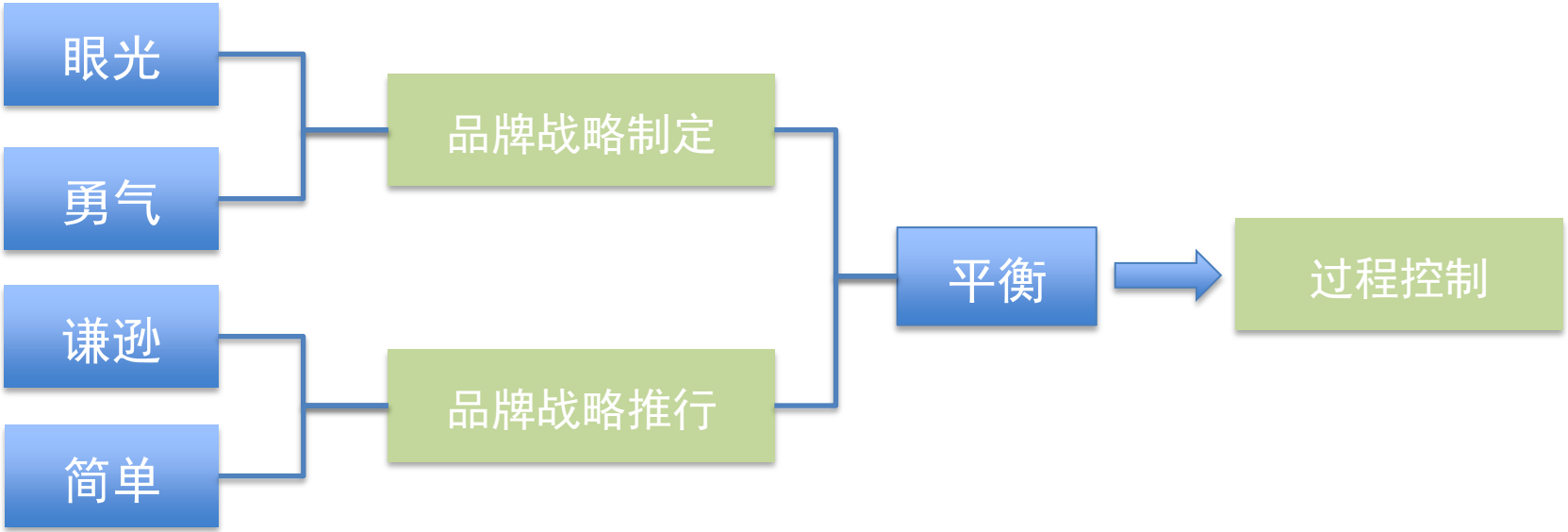
当前需要与长远需要之间的平衡

预期目标与可用资源之间的平衡

5 平衡：需要一种克制且精明的能力

中国汽车流通协会
China Automobile Dealers Association

> 总结 —内在逻辑



CUCA 中国二手车大会
China used car assembly

2017 CHINA USED CAR ASSEMBLY
中国二手车大会

谢谢！

中国汽车流通协会
China Automobile Dealers Association