

三湘四水遍地开花

# “永通模式”辐射全湖南



渠道下沉第一人

作为汽车湘军的领头人物，湖南永通汽车集团所走的每一步都足以影响整个湖南。2003年，当各大汽车厂商正在为长沙车市争得不可开交时，湖南永通汽车集团董事长蒋宗平却将目光转移至了相当冷清的地州市。那一年，他在地州市一举布下14家二级网点，这个当时让诸多人非常不理解的决定，如今看来充满了智慧，让人不得不佩服蒋宗平的先见之明。

历经九载春秋，从最初的14家二级网点，到现在，湖南永通汽车集团的二级网络已遍布全省14个地州市、数量高达50家。二级网点的年销量也从最初的750台发展到去年的8100余台，年销量占集团总销量比例从最初的10%飞涨至30%。湖南永通汽车集团辐射三湘四水的二级网络正在飞速扩张。而随着网络的大肆扩张，“永通模式”也逐渐辐射至整个湖南。

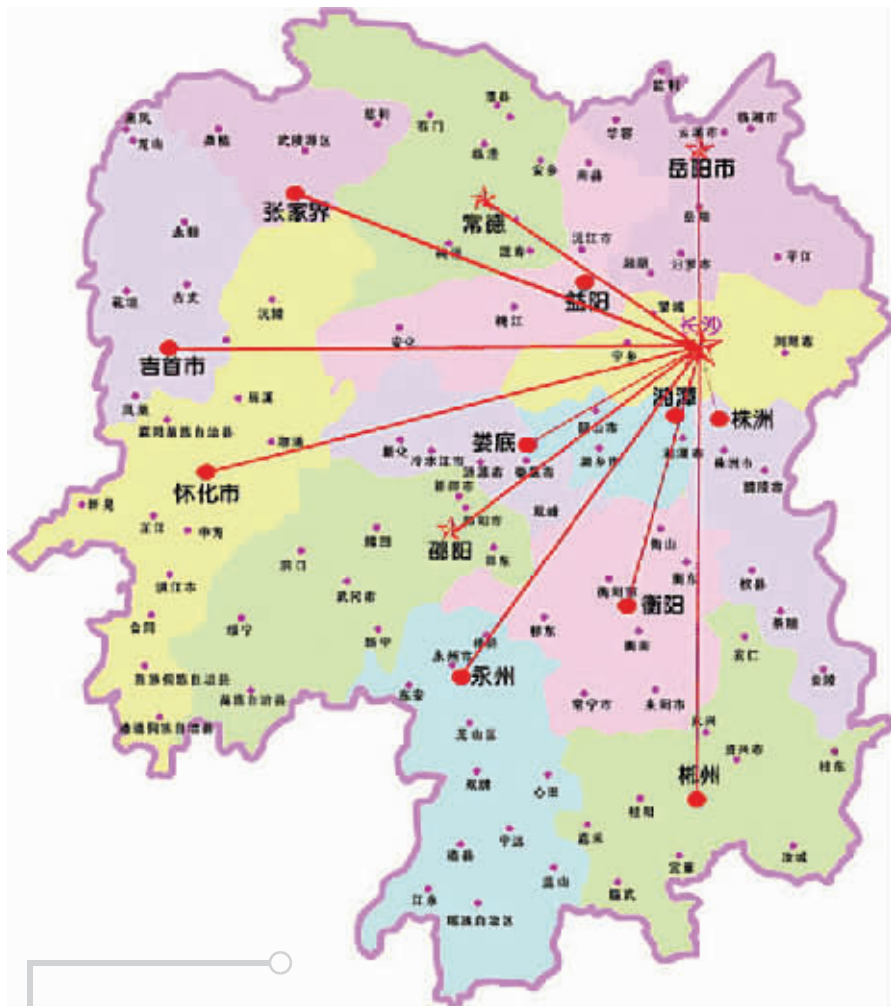
■记者 刘宇慧

“早动手、早布局”才能抢占先机。早在2003年，当各大汽车厂商正在为长沙车市争得不可开交时，湖南永通汽车集团便在董事长蒋宗平的带领下，积极挺进省内二三级市场。

“二三级网点的布局一直是我们永通的战略部署中的重中之重，2003年长沙车市正火爆，很多厂商都未进驻二三级市场。当时很多人不明白，不赞同我去各地方建立网点。我说这是大错特错。目前，长沙市人口只占湖南省人口的百分之十，其汽车保有量却已突破百万大关，占全省的百分之五十。而百分之九十的人口却只拥有全省百分之五十的汽车，可见二三级市场汽车消费潜力是巨大的。例如去年浏阳的上牌量为2万台，其中1万台就是来自我们永通，市场占有率高达百分之五十。”回顾九年前就开始的二三级网点的布局，蒋宗平如是说。

蒋宗平的前瞻意识在2011年得以全方位体现。那一年，受“全球经济以及宏观调控”、“刺激汽车消费政策相继推出”、一线城市限购、限牌、治堵等影响，国内汽车市场发生了重大的变化。之前让广大汽车销售集团赢得了巨大市场份额和空间的一级汽车市场竞争逐渐趋向于白热化，而随着市州消费水平的不断提升，蕴藏着无限潜力和巨大商机的二三级汽车市场正逐渐得到各大销售集团的重视。

那一年，在整个市场疲态的情况下，永通集团全省销量超过了32000辆，总销售额达到了61个亿，增速达到了4%到5%，领先行业平均增速两个百分点。而永通之所以能够有这样的成绩，很大程度上取决于蒋宗平的“渠道下沉战略”。数据显示，当年，在总销量所在比重中，永通在长沙市的销量同比下降了8%，但全省销量却上升了3.93%。二三级网点的年销量约占集团总销量的30%。而从2003年开拓网点至今，湖南永通汽车集团二级网络累计销售汽车已达10万余辆，累计总销售额近百亿元。



## 不可复制的“永通模式”

在永通集团营销网络部负责人办公室里，二三级网点经销商的资料被整理得整整齐齐，排列得满满当当。营销网络部负责人告诉记者，几乎每月都会接到经销商申请成为永通集团二三级网点的报告，现在，他手头上就有十多家已提出报告的经销商等待审批。

是什么吸引经销商竞相加入永通的网络？答案便是“永通模式”。永通首开“卖完车再给钱”的网点加盟政策：经销商加入永通集团二三级网点无需垫付资金，也无需先付车款，只需在售出车型后及时回款便可，大大降低了经销商的加盟门槛及经营风险。不仅如此，永通集团还在活动、培训、售后、运输等方面给网点大力支持，保障经销商利益。

首先，活动方面，永通集团大力支持营销网络参加的各类车展。只要永通网点经销商参展并提出申请，永通总部都大力支持，从人员、展车、运输、广告等多方面进行扶持，仅2011年，得到永通集团支持的地市及部分县市车展便达六十余场。

培训方面，永通集团采取了灵活多样的方式对网点人员进行无偿培训，提高他们的业务素质。除了培训专业知识、技能和新品推介，永通的高级讲师、销售顾问、技术经理还经常下到网点，直接面对顾客、面对网点的业务人员，针对工作中出现的问题进行讲解和培训。另外，网点经销商也不定期派送本店业务人员来永通旗下4S店进行业务培训。2011年，网点人员来永通各4S店参加过销售和售后业务培训的学员达200余人次，他们学成回到自己的工作岗位上，一部分成了网点的业务骨干，培训取得了令人满意的效果。

售后方面，永通集团大力支持网点搞好售后服务工作。一直以来，永通各品牌4S店不仅先后多次组织售后服务

人员深入地市营销网络，帮助网点经销商解决维修技术上的难题，还经常安排售后服务人员在网点进行技术指导、培训网点维修人员尽快掌握相关技能，这种不定期送服务、送配件到网点的活动受到了经销商和用户的一致欢迎。

运输方面，为网点经销商发板运输车辆。由于一些网点地处边远，单个提车既不经济，也不安全，永通急网点所急，想网点所想，组织自己的大板车免费为网点经销商发运商品车。去年是永通网点发运商品车较多的一年，统计显示2011年共发运大板车450余趟次，发送运输商品车4600余台，占网点提车量的五成左右。因此永通集团一年要承担近三百万元的运输费用，为网点建设作出了很大努力，大大地减少了网点的成本支出，它有力地促进了边远地区网络经销商的销售，支持了各地车展的顺利进行，取得了令人满意的效果，在业界成为佳话。

如此充满魄力及人文关怀的举措，让业界望尘莫及。而超实惠的政策支持，也让经销商们都萌生了“聚集在永通旗下”的念头。但永通集团并不为追求数量而盲目扩张。“永通集团的二三级网点拓展时刻都在进行，但对于每年新增网点的数量，我们没有硬性指标。那些申请加入集团网点的经销商，我们会逐一对其进行市场考察，根据市场情况酌情考虑。不仅如此，对于已加入的二三级网点，我们也对其实行严格的‘一年一考察，一年一淘汰’的末位淘汰制。”营销网络部负责人告诉记者。

据悉，目前，永通已经拥有50家二级经销商，其中，27家散落在各个地州市，23家在县级区域。谈及未来二三级网点的布局，营销网络部负责人表示：“未来，我们还将继续把二级网点进一步下沉到各个区域，特别是县里，届时，永通在省内地市的布局将真正实现全面开花。”



2012永通网点营销会议。