

沃尔沃：为用户提供“赚钱方案” PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/36/2021_2022__E6_B2_83_E5_B0_94_E6_B2_83_EF_c31_36707.htm 阿惠沙丁 沃尔沃卡车在中国获得的殊荣不胜枚举。2005年10月，沃尔沃卡车荣获“2005中国(深圳)车市总评榜中国最佳进口重卡”大奖。11月，在由中国交通运输协会、中国汽车工程学会、《经济参考报》联合举办的中国物流运输车辆调查暨评选活动中，沃尔沃又被评为“最佳售后服务重卡奖”。12月，在中国第三届中国物流企业论坛暨2005中国物流企业年会上，沃尔沃又获得“2005中国最可信赖的物流装备提供商”大奖。再看另一方面的统计，沃尔沃卡车已连续8年蝉联中国进口品牌欧美卡车销量冠军，同时连续第五年超过进口品牌欧美卡车销量的50%。也是在2005年，沃尔沃卡车品牌首次超过日本品牌而跃居所有进口品牌第一位。沃尔沃在进口品牌卡车中的市场占有率从2004年的11%，一跃上升为2005年的29%。2005年11月底，在上海举办的2005亚洲国际物流技术与运输系统展览会上，本刊记者有幸见到了沃尔沃卡车公司亚洲区常务副总裁、大中国区总裁兼首席执行官吴瑜章先生。记者对沃尔沃取得的成绩向吴瑜章表示祝贺，吴瑜章也愉快地接受了记者的采访。采访中，吴瑜章向记者强调了一个观点：沃尔沃卖的不仅是卡车，而更是“赚钱方案”，为用户提供一种使用卡车赚钱的“解决方案”。正是基于这样的考虑，沃尔沃才匠心独运地创立了特色鲜明的“全金程全面物流解决方案”和“全动感售后服务体系”。“全金程全面物流解决方案”包括物流解决方案服务、保险服务、金融服务、挂车和上装

服务等多项定制化服务。“全金程”以客户需求为中心，旨在优化客户物流过程、方便客户，从而使客户的利润最大化，成为最赚钱的客户。沃尔沃卡车在中国率先实施这一解决方案始于1999年，主要内容是：在出售自己的重卡产品前，首先是向用户传达“卡车不是车，而是赚钱赢利的机器”这一理念；然后帮助客户计算他的经营模式到底是否需要购买沃尔沃的车、需要几辆、需要多少个司机，怎么运营以保证其最大赢利，以及如何发挥机器的最大效率。如果客户说要买50辆，而沃尔沃营销人员经过计算实际只需要12辆，就会建议客户买12辆，甚至告诉客户哪些运营不适合用沃尔沃的车而更适合用其他车。这样做的原因是沃尔沃清楚地知道，自己的利益是和整个价值链上所有用户的利益相一致的，客户倒闭了也就是断了自己的财路。吴瑜章对“全动感售后服务体系”做了详细介绍。沃尔沃为保障客户的卡车完好率达到100%，为客户度身定制全面的“全动感”物流保养方案，核心是全覆盖、全天候、全速度、全配件、全质量、全保鲜、全心意、全贵族，将影响客户赚钱的问题解决到底，为“新世纪的新贵族”沃尔沃卡车用户保驾护航。“全动感”服务体系的重点是建设庞大的维修服务网络，配备齐全的检修工具，先进的仪器，专业的服务队伍，实力雄厚的技术支持，完善高效的配件供应体系，24小时服务热线以及快捷有效的“全动感服务”车，让客户免除后顾之忧，尽享赚钱的快乐。在中国高速公路网络上，由特约维修服务中心专业配置的“全动感”服务维修车辆构成了完善的服务体系，保证用户在500公里以内可以得到“全天候、全动感”的路边紧急救援服务。吴瑜章对记者说，“2005年沃尔沃卡车从进口欧美

品牌卡车的8年老大，第一次成为包括日本和韩国进口品牌卡车第一(包括在中国生产的进口品牌卡车)，这是用户的选择，是用户对沃尔沃卡车价值的认可，对沃尔沃全动感售后服务体系的认可，对沃尔沃‘全金程’全面物流解决方案的认可。在经过了多年的品牌战略推广和市场开拓后，沃尔沃已经成为中国用户心中的进口卡车第一品牌；经过结构调整以后，现在正站在更高的起点上，沃尔沃卡车的美好未来才刚刚开始。” 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com