

要把齐鲁车展打造成 “全国成交第一展”



从进入汽车行业至今,易易互联科技有限公司战略与品牌部总监房立从未缺席过齐鲁国际车展,中途角色虽有转变,但吉利品牌始终如一。回顾过往,房立对于车展的关键词是“成交”,从首次参展默默无闻,到2002年车展销量破百,再到2012年车展销量破千,吉利汽车在车展实现销量跨越;面向未来,房立对车展的关键词仍然是“成交”。

1998年,房立踏入汽车行业,首个接触的品牌就是后来让他一次次站上领奖台的吉利。“可以说车展与吉利互相成就,那几年在车展的销量一年一个台阶。”

2017年,房立从经销商迈入主机厂,品牌仍是吉利。身份转变,视角也在变。房立认为,对于齐鲁车展来说,“成交”的品牌定位应继续深化,北上广车展已成为展示为主,这些车展目前的定位与其城市定位相匹配。考虑到差异化及山东的区位,齐鲁车展不妨就定位于“成交”车展。

房立
易易互联科技
战略与品牌部总监

盘点重要市场销量 齐鲁车展是风向标



他是参展人,带领经销商在齐鲁车展上打出了斐然的销量;他是企划人,营销总有新点子,把“齐天大圣”领进车展,爆款频频。“每年都有新玩法”是他与车展同频共振的思路和默契。

对于侯俊东而言,与奇瑞品牌结缘,也是与齐鲁车展结缘,十余年来,他一步一个脚印,从一名汽车区域经理成长为奇瑞风云终端新媒体部总监,齐鲁车展陪伴了他的成长之路,他也见证了齐鲁车展上诞生的一个又一个高光时刻。

“这是我参加过最大的区域性车展。”侯俊东说,多年以来,齐鲁车展形成了自己的车界影响力,用户基础比较大,用户粘性也比较强。观众来到车展不一定买车,但也愿意深入逛一逛,实现了车展品牌和用户的深度赋能。

齐鲁车展应“新”而变,线上线下同“出拳”,强化IP赋能,但在本质上还是服务客户,追求极致,这也与奇瑞的销售理念不谋而合。

侯俊东
奇瑞风云终端新媒体部总监

携手齐鲁车展 为消费者共创美好车生活



他是从南到北,扎根齐鲁二十余年的“半个山东人”;他是从一而终,为上汽大众奉献职业生涯半生的汽车人;他是齐鲁车展的“忠实粉丝”,26年来届届不落,通过齐鲁车展见证了山东车市的跌宕起伏。如今执掌上汽大众华中营销大区的江翔,无疑是齐鲁国际车展最有发言权的老朋友之一。

多年来,他坚持深耕山东市场,让上汽大众品牌在齐鲁大地上硕果频收,让好车开进千家万户,让好口碑住进山东老百姓心中。

“26年的齐鲁车展,上汽大众全勤参展,齐鲁车展是山东车市的一个缩影,上汽大众也借助齐鲁车展这一窗口,完成了对本土市场的敏锐把握和对消费者需求的深入洞察。”江翔表示,“通过齐鲁车展,使我们进一步贴近了山东消费者,了解到了大家对产品的需求和喜好。”

江翔
上汽大众华中营销大区总经理

与时俱进 不拘于传统的创新车展



在汽车行业的漫长征程中,金泰宇已累积了长达18年的丰富经验。作为一家汽车主机厂的高层,他深谙汽车市场脉动,积累了深厚的专业知识与行业洞察。

金泰宇第一次听说齐鲁国际车展是在2008年前后,“那时候我刚上班一年多,不少地方媒体都会举办一些大型车展。”其中齐鲁国际车展的名气是比较大的,“那时就听同事、同行说,山东的这个车展效果很好。”2014年,身为起亚首席商务代表的金泰宇,开始负责山东大区的工作,到任三个月后就参加了秋季车展。“来逛车展的市民可不少,我记得当时就有二三十万人来到现场。”金泰宇感慨。

金泰宇认为,“能将一个车展变成传统并且能在客户心中占据一席之地,是其他外地车展无法比拟的。第五十届是成绩,也是一个新起点。”

金泰宇
起亚汽车东区事业部部长

广汽 HONDA | 让梦走得更远
Your Dreams. Our Drive.

买广汽本田就到齐鲁车展 2号馆B6

纵横齐鲁车展 唯我广汽本田



秋天第一波福利



济南新广源店

地址:济南市市中区英雄山路216号
电话:0531-89737777

济南山和店

地址:济南市槐荫区无影山中路
匡山汽车大世界南区东1号
电话:0531-87505688

济南胜华店

地址:山东省济南市高新技术产业开发区
济南国际会展中心E座一层
电话:0531-88550111

济南鸿发店

地址:济南市市中区大涧沟(103省道西侧鸿发汽车城)
电话:0531-82787361

