

全面升级 全程无忧

东风日产2011年“感心到家”活动盛情启动

1月20日,东风日产在其新春晚会现场正式启动2011“全心启程年”战略,同时宣布在以往“感心公路”平台上经过全面升级的“感心到家”服务即刻起航。“感心到家”服务在行业内率先把单纯的公路网点服务,延展成为无缝覆盖“专营店—高速路—目的地”的全程服务体验。

非情擾

♥无缝覆盖, “感心公路”全面升级

据了解,2011年“感心到家”服务是由东风日产“感心公路”全面升级而来,不仅为消费者带来全面覆盖春节回家前期、行车途中、节后返程的感心服务体验,更创新性地运用网络、电话、短信等渠道打造了丰富、便捷的服务方式,让所有东风日产车主在回家及返程途中尽享无忧。

据介绍,1月10日至2月28日,“感心到家”服务将通过感心预约、感心公路、感心礼包三大服务环节,全程关注车主的回家及返程旅途。车主启程回家前,“感心预约”服务将为车主提供在东风日产全国各专营店内的免费检测、预约服务热线及礼包发放;同时,活动还设置了全国统一服务咨询热线,为广大车主提供相关信息查询。

在“感心预约”给车主带去数项贴心服务之后,“感心公路”又将在春节回家往返途中全程呵护。据悉,“感心公路”活动覆盖全国100多个城市、80多条高速公路,在高速路口及加油站,共设立了130多个感心服务站点,每个服务区站点配有专业维修技师及接待人员服务,为过往的东风日产车辆提供免费常规检测及简单的维修服务,及时了解客户车辆的行驶状况及安全性,帮助客户解决车辆需要紧急处理的故障问题,让所有东风日产车主安全到家。

除此之外,“感心到家”亦为广大东风日产车主送上丰厚的感心馈赠好礼,让其旅程一路温馨。活动期间,“感心礼包”将为广大车主送上包含节日问候信、免费检测赠券、感心地图、易租车现金券、红包袋、保险管家春节礼包、感心有礼等温馨大礼的礼包,让车主一路畅享礼遇。

东风日产市场部部长叶磊表示:“此次全新升级的‘感心到家’服务以更专业、更全面、更贴心的全程服务,这也是东风日产对广大车主的回馈。”

♥“感心服务”品牌 实现价值承诺



2010年初,东风日产正式发布了自己的服务品牌——“感心服务”,该品牌秉承东风日产“技术日产·人·车·生活”的主张,在“舒心驾乘、放心品质、感心服务”的NISSAN三维价值体系之下,以“专业专注 全心全程”的服务理念为核心,为消费者提供贯穿从买车、用车到换车的系统化专业服务,让消费者真正感受到放心、安心、省心的全程专业服务,从而更好地实现东风日产对消费者的价值承诺,全情进取,不断超越。

据东风日产介绍,全新的“感心服务”品牌是从客户的根本需求出发,以日产先进技术和产品为支撑,为顾客提供放心、安心、省心的专业服务体验,贯穿于客户购车、用车、换车的全程服务。

正是源于让每一位顾客满意的执著追求,东风日产在购车的每一个细节上都想了顾客的前面,从进入专营店开始,每一位顾客都能感受到无微不至、专业可靠、全程高品质服务。

东风日产“感心服务”在专业性、全程化方面充分体现和传承了NISSAN“创新,为你心动”的品牌核心价值,通过“专业专注 全心全程”的服务,向150万名现有车主和全国消费者做出郑重的价值承诺。

东风日产此次高调发布“感心服务”品牌,对整个汽车行业而言

都极具行业意义和价值,意味着位居第一军团的东风日产将不断完善和创新,为消费者提供更专业、更全面、更贴心的服务,全面打造东风日产强势服务品牌,由此在产品和服务两个层面达到均衡发展,共同推进品牌的提升。

其中,“专心专注”是整个服务品牌的重要支撑点和亮点,该方面服务内容突出了“技术日产”的创新理念和先进技术,让客户在放心、安心、省心的同时感受东风日产的专业性和品牌内涵;“全心全程”则统领了东风日产所有领域的服务内容,通过从买车、用车到换车各环节的系统性服务,体现东风日产在汽车服务方面的全面性和广泛性。

“专心专注 全心全程”的服务内容,是对“技术日产·人·车·生活”品牌主张的完美诠释和强力支撑,将实现东风日产以创新服务为消费者创造精彩移动生活的价值承诺。在执行方面,东风日产以创新的服务方式,将“感心服务”品牌贯穿在从买车、用车到换车的全程当中。五个安心售后服务、580个服务网点的强大网络、17000名专业技师队伍、24小时紧急救援、100%纯正备件,让消费者的爱车得到呵护备至的关怀;更有保险管家、二手车置换、易租车、N易贷汽车等全面的汽车增值服务,让广大车主的汽车生活从此无忧。

♥完美服务, 感心助力“人·车·生活”

随着中国汽车市场不断成熟,消费者对汽车的关注正从以价格、外形、配置为主的产品层面转移到以技术、品质、服务为核心的品牌层面。作为国内领先车企,东风日产对汽车消费者日益增长的服务需求给予了充分关注。

自2009年开始,东风日产就以“感心公路”服务平台推进服务体系的建设,这不仅是对全面建设三维价值体系的有力支撑,更是对其一贯坚持的服务理念的延伸。2011年,“感心公路”全面升级为“感心到家”,不仅延续了“感心公路”服务的高品质,更在行业内率先将服务无缝覆盖,再次让广大车主体会到东风日产一路相随的真挚情感,进一步提升了用户的品牌忠诚度。

在以“舒心驾乘、放心品质、感心服务”为特色的三维价值体系的构建下,东风日产还推出了“售后服务技能大赛”等特色品牌服务,进一步提升了东风日产售后服务体系的整体服务技能,让更多消费者享受到东风日产更高品质更人性化的服务。此外,保险管家、二手车置换、易租车、N易贷等全面丰富的汽车增值服务,更为消费者在租车、用车、换车方面提供了系统和专业的服务体验,真正让广大车主的汽车生活从此无忧。

2010年,东风日产乘风破浪,不仅用87个月跻身“200万辆俱乐部”,更提前1个多月完成全年60万产销目标,全年销量成功突破66万辆大关,之所以表现如此出色,除了得益于产品和技术方面的优势外,更与服务体系竞争力的全方位提升密不可分。

业内人士认为,凭借高品质的产品和优秀的营销手段,东风日产已经打造了业内销量传奇。相信随着“感心到家”服务的逐渐推进,将进一步巩固和提升东风日产品牌形象和市场地位,助力实践东风日产“人·车·生活”企业愿景。

