

情暖大山，与爱同行



2018年9月，在教师节来临之际，郑隆党支部带着集团所有小伙伴的满满爱心，远赴江西省遂川县，先后在小溪小学、汤湖镇高塘小学、大汾镇石排小学、汤湖小学开展公益慈善捐助活动，希望能够通过这样的方式真切地给予孩子们或长教育过程中的支持及帮助。

9月5日下午我们抵达遂川县。与一直合作的吉安市慈善会负责人汇合后，初步沟通了此次行程，并为明天要走访的学校小朋友准备“小礼物”。

第二天一早，在当地爱心人士和工作人员陪同下驱车两个小时，行驶在盘山公路上。经过了无数个S弯，一边是峭壁，一边是悬崖，美景尽收眼底，但又惊险刺激。

来到小溪小学时，正巧学校刚下课，孩子们在操场上奔跑、玩耍、嬉戏。看到我们来了，都特别热情的过来打招呼，还邀请我们一起去玩游戏。每个孩子脸上都露出快乐的笑容。

与校长沟通了学校的实际情况，校舍在几年前进行了修缮，但全校师生仍然通过皮管接水到水桶内饮水。为此，我们代表集团资助学校用于改善饮水工程，希望孩子和老师们都能喝上自来水。



郑隆集团员工福利清单等			
(一) 五险一金	(七) 节日福利(中秋节、春节、三八妇女节等)	(十三) 劳动用品	
(二) 法定节假日(法定节日、事假、病假、婚假、丧假、带薪公休假、产假、陪产假和工伤假等)	(八) 生日贺礼	(十四) 员工探亲路费报销	
(三) 高温补贴、防暑降温品	(九) 基层员工服务年限奖励金	(十五) 爱心基金(用于资助家庭困难员工)	
(四) 工作午餐	(十) 健康体检	(十六) 外地员工直系亲属探亲来沪可申请临时用车(费用自理)	
(五) 租房(住房补贴)(外地来沪员工收入不足6000元)	(十一) 庆生会(结婚贺礼、生育金/生育礼品、夜醉幸福金)		
(六) 出差补贴	(十二) 旅游(公司每两年为服务满1年的员工组织一次旅游活动)		

2018年度郑隆集团同岗交流会



日期：2018.11.06 (周二)
地点：凯悦嘉轩酒店(长宁区苏云路421号SOHO天山广场1幢#02)
时间：上午9:00-中午16:00
参会人员：市场、销售、售后、客服部门负责人及相关人才库员工
嘉宾：肖俊(任郑隆名品品牌营销顾问公司&高级项目经理)

虽然集团旗下汽车4s店内部作业流程规范较为完善，但在市场营销端还需进一步讨论优化，拿出实质有效的解决方案。由此我们此次交流会的侧重点就在于各部门各自已见探讨交流营销办法。我们将以营销的四维分析及SWOT分析模型为框架，分析各部门的情况，总结营销战略优化办法。

一、会议议题：如何提升4S店市场营销的能力，从而应对市场环境？
二、自我介绍：开场简单活跃一下气氛，参会人员相互认识。
三、四维分析法切入主题

行业：该对于行业趋势的了解以及近期行业动态的认识。
竞品：关于竞品(包括其他同类经销商或其他同层级汽车品牌)的了解认识。
自身：对于自身公司的优势讨论
消费者：对于客户人群的了解。

四、SWOT分析模型展开讨论
优势：我们擅长什么？有什么与众不同？哪些方面做的较好？为什么能够在这些方面做的比较好？
劣势：我们缺乏什么？有什么别人做的比我们好的？哪些方面不足？为什么导致这些不足？
机会：有哪些方面比较适合我们去学习借鉴？这样做会有什么好处？如何打造差异化？近期一年内的发展规划？
威胁：近期有什么不利因素会直接影响我们？是否赶不上市场环境的变化？竞争威胁是否影响到自身？

五、总结营销战略优化办法
1、协作
被动协作向主动协作发展；店内协作向多店协作发展；部门内协作向跨部门协作发展。

2、协作需求
市场部需要售后及客服提供客户相关数据，便于规划有针对性的特色市场活动；同时需要销售部积极配合对相关客户进行邀约，提高活动参与度。

3、跨界合作
市场部需要拓展更多的跨界合作活动，选取有同类消费人群的行业，尝试开展合作，从而获取较为优质的新流量。

4、内容形式
传播推广的内容及形式可以更加多元化，例如利用时下流行的抖音等媒介载体，配合线下活动，打造线上线下、新媒体组合的传播矩阵。

5、消费者满意度
以往单一减少消费者不满，向增加消费者满意度发展；突破常规的服务，增加具有差异化特色的增值服务，从而提高消费者满意度。

6、消费心理
通过满足消费者面子，从众等大众消费心理，从而与消费者建立较为信任的关系，进一步提升销售人员的销售技巧，从而提高成交的几率。

郑隆报期待您的分享

尊敬的郑隆集团同仁们：

《郑隆报》希望越来越多的同仁们能参与进来，让郑隆报的内容变得更加丰富。【来稿要求】标题简明、醒目；内容可读性强，切忌流水账，空洞无物；文字简洁、准确，字数500-2000；语句通顺、生动，有条理性，逻辑性；形式可多样化：讨论、评论、叙事、读后感均可；每篇需附上与内容相关的照片或图片，图文并茂。

第20期投稿截止日期为2019年02月20日 / 投稿邮箱：xingzheng@zhenglonggroup.com

直击幕后，揭秘祥隆

双11 破亿战绩

提及“双十一”，相信每个人都不会陌生。许多年前这一天还被叫做光棍节，转眼间它已迎来了10周岁的生日，而这也是祥隆加入“双十一”狂欢节的第8年。

作为国内汽车品牌授权网络零售服务商，祥隆电商源源不断地带给品牌方和消费者一个又一个惊喜，惊喜的背后更是掩藏了许多不为人知的努力。今年就让我们从台前到幕后，一同前往一探究竟。

“双十一”来临还有几天，祥隆已早早布置好了环境，一排排精致



动，“粮草先行”是古人给出的解决办法，今年人事行政部依旧在傍晚时分便已备足了“粮草”，让员工在忙碌的同时更能体会舒适与温馨，战斗力瞬间爆棚！

随着夜色渐渐沉寂，“战士”们纷纷回到岗位，不断检查手头的工作，一遍又一遍，紧张地等待着“双十一”零点的到来。随后在应对节节攀升的交易额时，也没有丝毫松懈，加班加点一直奋战到最后一刻。

最终功夫不负有心人，今年“双十一”，祥隆全总成交额轻松破 3.7

个亿，再创新高！面对如此战绩所有人都松了一口气，而他们就是破亿背后的秘密武器。伙伴们常爱说，尽管做电商很辛苦，但成就感爆棚，比起鼓鼓的钱包，更关键的是能够发挥人生的价值，这比什么都更有意义。



2018年9月26日 9点26分，享有20年汽车行业美誉的上海郑隆集团迎来了旗下上海浦江凯迪4S店，上海郑隆名智4S店、郑隆名智车工坊三店同时开业的盛大典礼。这是继今年3月智捷雪佛兰浦江店之后，郑隆集团在上海落成的又一浓墨重彩的一笔。

上海郑隆名智4S店及郑隆名智车工坊地处上海市宝山区潘泾路439号，毗邻于顾村商业圈，这两家店的落成，为宝山区车主和车友带来了凯迪拉克享誉全球的卓越服务及无微不至的客户关怀。

上海浦江凯迪4S店地处上海市联川路258号，坐落于集团园区内，毗邻集



开展的前期、中期、后期都相当重要。前期软文推广、整理销售数据、客户信息、制定激励方案、DCC部门同事回访邀约；中期物料设计与展示摆放、抽奖(循环抽奖提高客量)；后期活动总结，每一环节都需要把细节把控好，缺一不可，各部门相互配合也是至关重要的。最后，第一时间开展活动总结会，相关人员分析各环节利弊，优势持续发扬，劣势立即改正，为下一次活动打下良好的基础。

问：王经理，您当年怎么会选择汽车行业的？
答：刚出校门，职业规划不明确，网上投简历找工作。第一个邀约面试的公司是汽车行业，大学专业就是汽车服务工程，刚好契合，本着先就业再择业的心态，误打误撞就踏进了汽车行业。

问：当初加入郑隆集团的初衷是什么？
答：当时刚离开上家单位，朋友那边得知郑隆招人，华隆的地理位置、品牌定位都是比较认可的，另外集团经营理念“以员工满意度为导向，以客户满意度为中心”更坚定了加入郑隆集团的信念。

问：都说入职第一个月是彼此适应的阶段，您加入郑隆后，是如何开展市场工作的呢？
答：首先，了解集团与本店的经营理念、工作流程、岗位职责、专业知识等相关内容，通过短时间的熟悉了解，逐渐上手并按计划开展市场部所有工作。其次，多了解华隆市场运营的状况，利弊权衡，根据主机厂最新政策，时下热点新闻、互动游戏、意外惊喜等相关因素，策划出新颖的市场活动。再次，市场活动

不负期待 耀世而来 郑隆集团旗下三店同时盛大开业

