

看看长沙“网红”怎么忽悠我们买车

文: 今日女报/凤凰网记者 陈炜 图: 受访者提供



多渠道了解, 上网搜索, 反复对比, 到店看车, 下单, 这是当前大多数人的购车方式。但当汽车与互联网相结合, 当“网红”挤进了汽车销售的行列, 买车就不再那么乏味。

最近, 长沙的多场汽车销售展上“网红”成了主角, “网红”介绍, 到现场互动, 最后亲身试驾, 挑选汽车俨然成了一场时尚网络真人秀。“网红”们嗲嗲的推荐, 像一股清泉吸引了很多买车族的关注, 可是买车真的能跟着“网红”的推荐挑选吗? “网红”和汽车专家是这样对记者说的……



专家观点 >>

“网红”卖车不要全信, 有些甚至抹黑车企

随着汽车企业日益激烈的竞争, 很多车企不得不剑走偏锋, 通过“网红”卖车来吸引客户, 提高汽车销量。湖南跃丰汽车销售服务有限公司汽车顾问陈国强无奈地说: “企业一味地追求创意营销, 却忽略了宣传内容要与宣传车型相匹配, 且在求新求异的过程中要避免低俗恶搞, 而这种赚足观众眼球的做法归根到底只是一种炒作。”

陈国强说, “网红”直播焦点并不在活动主角新车的身上, 他们的台词大多数都是“谢谢XXX送的礼物”, 然后嘟着嘴, 搓首弄姿, 上演一番嗲嗲的撒娇轰炸, 镜头也在大多数时间里对着自己的脸蛋或胸部, 给新车的镜头寥寥无几。这可能会引起一些人观感上的不适, 而且是否违反行业规则或者法律法规, 都应予以考虑。

即便从客户角度而言, “网红”的粉丝与新车的粉丝, 兴趣也不在一个点上, 他们并不会关注新车的价格、配置如何。“网红”口中念叨的汽车产品名字对粉丝来说只是一个“硬植入”广告。

此外, 一些网络主播为了搏出位、求关注, 绯闻不断, 各种无下限行为屡见不鲜, 容易让前来购车的客户产生定向联想。如果这种影响被无意识带入到汽车品牌, 对于汽车文化的长久发展、品牌文化打造, 都会产生负面影响。

“网红”直播巧妙做汽车广告



最近在网上看到一款xx品牌的新车, 真的好漂亮, 好喜欢噢! ……听朋友说车子看起来小巧但又很结实, 很适合女孩子开……而且就在XX路XX店有卖, 离我家很近, 你们说, 我到底买不买呢? ……哪位哥哥能不能有时间去店里帮宝宝看看车? 不过, 买了后, 宝宝怕是只能穷得吃土了。”9月3日下午, 家住长沙市芙蓉区的小馨带着精致的妆容, 对着家里的高清摄像头, 神情自若地在网络直播平台上开始了自

己的“show time”。

小馨当“网红”已有两年时间, “那时, 自己刚刚大学毕业, 因为暂时没找到工作就闲在家里, 后来觉得无聊就想开个直播间和网友聊聊天。”没想到, 凭借姣好的外貌, 嫋嫋的撒娇音, 她很快赢得了众多男粉丝的喜爱。当“网红”上路之后, 小馨的直播不再那么单纯。她告诉记者, 现在做网络直播不仅可以打发无聊时间, 收获粉丝的关心和赞美, 它还是一条发家致富的捷径。“因为我在网上

积累了一些人气, 有一些商家就找我在直播中做广告”。在众多商家中, 汽车商家特别钟情于“网红”, 他们找到小馨, 要求她在直播时给粉丝推广汽车, 如果直播效果好还会有额外奖励。

所以小馨直播时, 经常会与粉丝交流购车的想法, 不过说的内容也会被商家要求: “其实硬播广告, 粉丝不爱看, 所以我做广告就要说得巧妙, 但产品实际效果怎样, 自己并不知道。”

现场解答不了客户的疑问遭到质疑, 甚至, 还会导致直播间掉粉”。

由此, 朵朵不得不在每天的网络直播之余, 挤出大量时间熟悉资料来为车展做足功课。“虽然工作量大, 比其他网红卖车更辛苦些, 但也是值得的。毕竟, 我不但更懂车了, 而且, 汽车商家给我的提成也比其他卖车的‘网红’更多”。

她又如何在车展现场扮演“汽车伪专家”呢? 对此, 朵朵断断续续地说道: “其实, 早在车展开始前一周, 汽车商家就会将所展示的新车资料提前交给我熟悉”。对于朵朵来说, 最好的熟悉方式就是死记硬背。“因为以前几乎没卖过车, 所以在熟悉新车各方面性能参数前, 自己不得不了解一些诸如发动机、变速箱、刹车片等概念性的内容, 免得在车展

死记硬背充“汽车专家”

相比于小馨曲线卖车的方式, 同样是“网红”的朵朵, 卖起车来显然更“努力”, 也更“实干”。

“过去三个多月里, 我已经参加过两次车展并现场售车、直播。”9月2日晚, 朵朵告诉今日女报/凤凰网记者, 由于自己的声音有些粗, 平时的说话方式也比较硬朗干练, 再加上外表也不够甜美, 所以参加的两次车展, 汽车商家都要求自

己扮演一名“懂车”的“网红”, 主打“老司机”牌。

深谙“网红”之道的朵朵往往会在车展前就在网络直播间进行诸如“过几天要去XX车展卖车, 到时欢迎大家前来捧场”等此类的预热。只是, 汽车对于朵朵来说, 除了外形设计、颜色搭配能给出一些见解外, 其余的她可谓“门外汉”。

那么, 对汽车一窍不通的

要在汽车圈做“网红”, 首先就必须得懂车, 要有一颗懂车的大脑。我们得承认, 汽车这行是有专业门槛的, 卡罗拉、雷凌分不清, 陆风、极光分不清的, 您做什么“网红”啊? 而且发动机、变速箱的工作原理您得清楚吧? 涡轮增压和自然吸气的区别您得明白吧? 这些都是汽车“网红”要知道的基础, 可是中南汽车世界一位资深汽车销售顾问张先生说, 长沙汽车“网红”中, 很多人连这些都不懂。

“虽然她们什么都不懂, 但一些年轻消费者, 对于‘网红’推荐还很相信。”张先生说, “网红”们卖车时除了撒娇卖萌、扮汽车“伪专家”之外, 她们会用一些“必杀技”来博观众眼球。

“她们比普通销售员更有个性。”张先生说, “网红”在直播中除了靠打扮加分, 另一方面就是靠语言增色。所以“网红”在直播时说话总是“豁得出去”,

当然不是所有美女都能接受当毒舌型“网红”, 豁不出去不敢毒舌, 那就做一个满“正能量”的人。这类型的姑娘总是甜甜地介绍着每一款自己所售的车, 有时像林志玲姐姐般的酥甜, 让很多车友不自主想对她介绍的汽车产品点赞, 所以这类“网红”总是在引起围观时把汽车给卖了。张先生说, 汽车销售圈也和其他圈子一样是一个隐形江湖, 江湖中宗派林立、高手如云、纷争不断。现在湖南的汽车“网红”刚起步不久, 鱼龙混杂的状态让专