

到了不负使命,成为继捷达、高尔夫、速腾、迈腾之后一汽-大众又一款明星车型。

产品夯实立身之本: 探岳收获一众新中产青睐

作为一款为城市新中产量身打造的高端中型 SUV,探岳拥有技术领先的先天优势,同时也更懂得如何取悦新一代中国消费者。新中产人群“不张扬也绝对不简朴”的消费观,正渗透进他们日常生活的方方面面。他们更看重设计感、舒适感、品质感,对他们来说,购买一款车更多的可能代表着一种生活方式。而探岳无论是先锋的设计造型、出色的动力操控,还是领先的科技配置,都为城市新中产提供了更高生活品质的保障。

首先,探岳不同于以往大众的保守风格,采用了“锋尚主义”的设计风格,既容纳了一个 SUV 应有的野性,又展示出非常锐利的时尚感。很多人第一眼,就被探岳独具一格的 X 型前脸所吸引,如此强烈的设计感是新中产阶级非常喜欢的设计风格。

在动力方面,探岳也不愧为大众汽车的“当家”SUV。“TSI+DSG 黄金动力组合”、4MOTION 智能四驱系统、博格华纳第五代中央差速器的高效控制和专业 SUV 底盘调校技术,赋予了探岳对付越野路况和平稳城市道路行驶的双重能力,既可以满足车主背山向海的闲情野趣,也能让他们更加惬意地享受朝九晚五的常规生活。



此外,探岳不仅是一台传统意义上德系产品,更是一台站在汽车产业前端的车型。探岳实现了 L2 级别的智能驾驶辅助,使车辆能够在交通拥堵的路况中,以低速行驶的状态也能实现自动跟车和车道保持。而新一代 Active Info Display 全液晶数字仪表、MIB 多媒体系统、PLA3.0 智能泊车辅助系统、HUD 平视显示系统等也将整车的品质感和舒适性进一步提升,尽显高端风采。

营销凝聚攀升之力: 岳升行动助推探岳销量走高

如果说产品实力是探岳在中高端 SUV 市场的立身之本,那么营销无疑是助力其

月销持续攀升的动力之源。疲软的大环境和一片红海的激烈竞争,对产品的营销策略和企业的体系能力提出了极大的考验。为了优化消费体验,提升客户满意度,2019 年 6 月初,一汽-大众为应对市场变化开启了“岳升行动”。“岳升行动”提出从“产品导向”转为“客户导向”的新思路,并从全面优化消费体验,到提升客户满意度,再到开展立体营销攻坚战,多措并举,以多级联动深入终端,令探岳成功跻身中高端 SUV 市场第一阵营,并将其勇于探索、敢于征服的品牌形象愈加走进年轻人的内心,成就销量与声量的“双赢”局面。

总体来说,探岳不辱使命,无愧于一汽-大众 SUV 家族中的尖刀产品,不仅为市场带来了一股强劲的旋风,也为一汽-大众 SUV 家族确立了市场地位。它的成功,为一汽-大众 SUV 战略提供了有力支撑。未来,探岳还将继续拓宽细分市场,不断丰富产品矩阵,形成包括探岳、探岳 R-Line、探岳 GTE、COUPE SUV 在内的“探岳家族”,全面引领高端中型 SUV 市场持续向上发展。

