



何湘运的二手汽车店。



何湘运正在录制发布到自媒体平台上的视频。



为顾客详细介绍二手车。

二手车店主何湘运：

就算换个赛道，奋斗路上继续『狂飙』

■文/散文景 实习生 王一泓 图/王皓永 实习生 周继晋

在“互联网+”的时代背景下，短视频成为各个行业“抢滩”市场的平台。在蒸湘区，二手车店主何湘运利用自媒体平台制作短视频，结合二手车专业内容，以创意与灵感碰撞出新火花，为“老行业”注入新活力，在全新的赛道上继续“狂飙”。

“如果你今后有可能买二手车，那你就听老何讲两点……”跟随镜头的移动，何湘运正用一口流利正宗的衡阳话，以幽默轻松的态度向网友展开介绍，十分的“接地气”。正是利用“衡阳话”这一特色，何湘运吸引了许多本地的粉丝，短视频围绕二手车展开各类详尽的讲解，从基本的汽车科普到深入市场的行情剖析，以简单直观的方式，让大众更加系统、全面地了解二手车，从而购买到心仪的车辆。目前，他的自媒体平台已经拥有11万左右的粉丝，每日持续更新1—2条，每条都有上千甚至上万个点赞。

何湘运接触到短视频自媒体平台属于偶然。2020年，受疫情影响，门店客流量减少，他发现长沙有同行通过短视频进行运营宣传，效果甚佳，于是开始对此进行学习研究。

“最开始我只是叫同事帮忙拍摄，每个视频只有几十个点赞，但是后来渐渐有粉丝到店来看车，我就觉得要优化内容，继续坚持下去了。”现在，何湘运已经聘请专业的摄影师跟拍，为了拍好一个

镜头，每次可能都要录上数十遍。他通过不断地提升自己视频的制作水平、内容精度，将账号从0粉丝的“僵尸号”涨到10万+的“大咖号”。

“老何口才了得，就算想好台词临场发挥也难啊！”“老何，我想看一台3万左右的代步车”……短视频后面的跟评和留言层出不穷，这些粉丝也逐步转化为门店的顾客。

何湘运充分地运用短视频平台“短、平、快”的优势，打破传统二手汽车单一的运营模式，及时利用流量的红利，打通销售的时空壁垒，在线上对他的汽车产品进行推广。“现在门店90%以上的客流量都来自于短视频平台，我们要承接住这批客流的话，就需要提供标准化的服务以及品质好的车辆。”对于短视频自媒体引流而来的客户，他认为一定要更尽心尽力的服务，巩固好口碑。

得益于粉丝的支持，门店的生意日渐红火，他也时常怀着一颗感恩的心，通过短视频平台的影响力，做了许多有意义的事情，成为了一个乐于助人的“网红”。

“通过我们的自媒体账号发布寻人启事，帮助一位粉丝寻回了他失散多日的亲人，我觉得这比我卖任何一辆车都有意义。”据何湘运回忆，当时有一位粉丝通过后台私信联系上他，希望能够利用他的账号帮助扩散寻人消息。何湘运毫不犹豫地在第一时间发布了寻人启事，根据热心粉丝们提供的线索，这位粉丝顺利寻回亲人。

“今年我正在筹备一个汽车售后服务中心，我想通过它更好地服务客户，让我的客户在这里买车更加有保障、有安全。”何湘运表示，在当下的时代，自媒体宣传非常重要，但它不是商业成功的唯一标准，只有做好服务与品质，才能长久健康地发展壮大。



扫一扫，查看视频报道。



何湘运清洗收购而来的二手车。