

RUHE  KAIJIA

你身边的开店法则和生财之道
QICHE MEIRONGDIAN

如何开家 汽车美容店

王靖◎主编



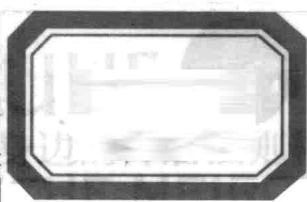
- 养车是一种生活方式
- 爱车是一种生活态度
- 让车洁净闪亮，是一种生活品质

开店
必读



化学工业出版社

R
你
QI



KAIJIA

生财之道
NGDIAN

如何开家 汽车美容店

王靖◎主编



化学工业出版社

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

如何开家汽车美容店/王靖主编. —北京: 化学工业出版社, 2011. 9

ISBN 978-7-122-12091-5

I. 如… II. 王… III. 汽车-车辆保养-商店-商业经营 IV. F719.9

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第164292号

责任编辑: 辛 田

文字编辑: 冯国庆

责任校对: 战河红

装帧设计: 尹琳琳

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装: 北京云浩印刷有限责任公司

710mm×1000mm 1/16 印张14¹/₂ 字数274千字 2012年8月北京第1版第3次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 38.00元

版权所有 违者必究



“汽车就像人一样需要呵护，也需要美容装饰。”一位车主这样说。将爱车装饰得富有个性，打理得漂漂亮亮，让汽车成为自己一个舒适的“流动的家”，逐渐成为车主们的必然选择。

“有车是一种生活方式；爱车是一种生活态度；让车洁净闪亮，是一种生活品质。”很多车主这样认为。据一份市场调查表明：目前我国约60%的私人高档汽车车主有给汽车做外部美容养护的习惯；30%左右的私人中低档车车主开始形成给汽车做美容养护的观念；30%以上的公用高档汽车也定时进行外部美容养护；50%以上的私家车主愿意在掌握基本技术的情况下自己进行汽车美容和养护。汽车美容业巨大的市场潜力可见一斑。

汽车美容行业孕育了极好的发展前景和投资机遇，因而受到各界人士的众多关注，也是许多自主创业者的首选。

许多自主创业者志存高远，有志创出一番大业，但他们缺乏对汽车美容行业的具体认知，不熟悉汽车美容行业的特点，更加不知道该如何去管理，从而使得创业的梦想停留在初级阶段。

基于此，编者将自己在汽车美容行业多年的经验总结出来，以期能帮助那些有志于此的创业者。《如何开家汽车美容店》为进入汽车美容行业的创业者提供所关注的相关信息，并就创业过程及经营管理过程提供尽可能详细的介绍和指导，本书定将成为您在汽车美容店的创办和经营上的好帮手。

本书由深圳市汽车维修行业协会理事、深圳市创业和就业指导专家、深圳丽车坊汽车服务有限公司总经理王靖主编。同时在本书的整理过程中，获得了许多朋友的帮助和支持，其中参与编写和提供资料的有赵明、范寅兴、张建均、刘施材、刘建伟、刘海江、刘军、李亮、周亮、杨冬琼、赵仁涛、杨吉华、李冰冰、赵建学、江美亮、匡仲潇、滕宝红，在此对他们一并表示感谢！

由于编者水平有限，书中不足之处在所难免，希望广大读者批评指正。

编者



第一章 前期策划 \1

第一节 汽车美容的认识 \2

- 一 汽车美容的必要性 \2
- 二 普通美容与专业美容的区别 \3
- 三 汽车美容专业术语 \4

第二节 汽车美容行业认知 \5

- 一 汽车美容行业现状 \5
- 二 汽车美容行业的投资模式 \5
- 三 汽车美容行业的市场准入条件 \6
- 四 汽车美容店的竞争方式 \6
- 五 汽车美容店的投资回报 \6
- 六 建独体店还是加盟店 \6

第三节 汽车美容市场评估 \9

- 一 商圈的定义及商圈划定 \9
- 二 商圈调查 \10
- 三 制定商圈图 \14
- 四 店铺选址 \14

第四节 确定开多大规模的店 \16

- 一 汽车美容店规模分类 \16
- 二 不同规模汽车美容店的比较 \16

第五节 市场定位与经营项目确定 \17

- 一 市场定位 \17
- 二 经营项目的确定 \18

第六节 了解企业创办的法律环境 \20

- 一 和企业有关的基本法律 \20
- 二 证照办理与银行开户 \21
- 三 尊重员工的权益 \23

第七节 店面装潢装饰 \25

- 一 汽车美容店整体布局设计 \25
- 二 装潢装修施工要求 \26

第八节 预测启动资金 \28

- 一 启动资金的用途 \28
- 二 计算启动资金的步骤 \29
- 三 投资(固定资产)预测 \29
- 四 流动资金预测 \33



- 五 总的启动资金预测 \35
- 六 预测启动资金要注意的问题 \35

第二章 人员组织与管理 \36

第一节 汽车美容店的人员构成 \37

- 一 业主 \37
- 二 企业合伙人 \38
- 三 员工 \39

第二节 汽车美容店的组织架构 \40

- 一 建立组织架构的好处 \40
- 二 如何建立组织架构 \40
- 三 确定员工的岗位与职责 \41

第三节 员工招聘 \43

- 一 确定员工的任职条件 \43
- 二 人员招聘渠道 \44
- 三 人员招聘实施 \44
- 四 员工配对组合 \45

第四节 员工培训 \46

- 一 员工培训的内容 \46
- 二 员工培训的方法 \46
- 三 员工培训计划 \47
- 四 员工培训的控制 \50

第五节 员工管理策略 \52

- 一 制度化管理 \52
- 二 人员礼仪规范 \53
- 三 员工的工资管理 \54
- 四 有效激励员工 \55

第三章 汽车美容店市场营销怎么做 \75

第一节 汽车美容店品牌形象传播 \76

- 一 VI系统的规划与设计 \76
- 二 店面形象管理 \77

第二节 汽车美容店的营销策略 \79

- 一 会员营销 \79
- 二 文化营销 \80
- 三 服务营销 \80
- 四 网络营销 \80
- 五 其他营销 \80

第三节 汽车美容店促销管理 \81

- 一 促销策略 \81
- 二 促销方式 \82
- 三 促销的具体方法 \83

第四节 怎样开发新客户 \83

- 一 怎样利用开业优惠吸引客户 \84



二 怎样利用汽车销售商争取新客户 \84

三 怎样转移其他汽车美容店客户 \84

第五节 怎样提高店面客户到达成交率 \85

一 优质客户——利润的主要来源 \85

二 普通客户——忠实的客户 \86

三 问题客户 \86

四 劣质客户 \86

第六节 汽车用品的销售要领 \87

一 吸引客户的商品陈列 \87

二 灵活应用POP \87

三 吸引人的产品和服务 \88

四 全员营销 \88

五 锻炼员工的销售能力 \88

第七节 商圈作战 \95

一 商圈在店铺运营管理中的意义和作用 \95

二 实施商圈作战的步骤 \96

三 商圈作战的具体办法 \97

四 商圈作战的评估和考核 \99

第四章 汽车美容店设备怎么管 \100

第一节 汽车美容店设备管理内容 \101

一 设备购置 \101

二 设备验收 \101

三 设备安装 \101

四 设备使用 \101

五 设备维护 \102

六 档案 \102

第二节 汽车美容店设备操作规程 \103

一 高压清洗机的使用 \103

二 研磨抛光机的使用 \104

三 空气压缩机的使用 \106

四 泡沫洗车机的使用 \106

五 地毯脱水机的使用 \107

六 蒸汽消毒机的使用 \107

七 油路清洗机的使用 \108

八 打蜡机的使用 \108

九 积炭清除机的使用 \110

十 举升机的使用 \110

十一 废油抽吸机的使用 \111

十二 吸尘吹干机的使用 \112

第五章 汽车美容护理用品管理 \113

第一节 汽车美容护理用品的介绍 \114

一 汽车清洗用品 \114



- 二 汽车研磨、抛光及还原用品 \117
- 三 汽车蜡 \119
- 四 汽车专业保护剂系列用品 \120
- 第二节 汽车美容护理用品的采购 \122
 - 一 采购渠道 \122
 - 二 采购方式 \123
- 第三节 汽车美容护理用品的管理 \124
 - 一 储存管理 \124
 - 二 建立管理台账 \124
 - 三 领用登记制度 \125

第六章 汽车美容项目操作流程 \126

第一节 汽车外部清洗服务 \127

- 一 洗车岗位上岗要求 \127
- 二 洗车用的设备、工具 \129
- 三 接车服务 \129
- 四 洗车作业 \130
- 五 室内外清洁擦干 \134
- 六 验车交车 \141
- 七 现场清理 \142
- 八 安全事项 \143

第二节 打蜡服务 \143

- 一 打蜡的重要性 \143
- 二 打蜡的作用 \144
- 三 打蜡用产品、工具 \145
- 四 打蜡工艺流程 \145
- 五 打蜡的注意事项 \155

第三节 车漆的镜面处理 \156

- 一 基本工具与用品 \156
- 二 准备工作 \156
- 三 研磨 \161
- 四 抛光 \163
- 五 除眩光 \167
- 六 封釉 \167
- 七 镀膜 \168
- 八 除静电 \169
- 九 终检 \169
- 十 交车 \169
- 十一 清理现场 \170

第四节 其他美容服务项目 \173

- 一 划痕修复 \173
- 二 干洗车内及消毒服务 \177
- 三 底盘防锈服务——底盘装甲 \179
- 四 发动机清洗服务 \181





五 仪表板处理服务 \183

第五节 汽车养护服务项目操作 \184

一 换机油、机油格 \184

二 润滑系统清洗保养操作 \186

三 燃油系统清洗保养操作规范 \187

四 冷却系统清洗保养操作规范 \189

五 动力转向系统清洗保养操作 \190

六 自动变速箱清洗保养操作 \191

七 汽车养护方面管理记录 \193

第七章 客户管理 \200

第一节 会员制管理 \201

一 汽车会员的历史与背景 \201

二 会员服务体系 \202

三 如何确定会员权益 \202

四 如何制定会员积分计划 \203

五 会员级别的确定 \203

六 会员管理信息系统 \206

七 如何制定会员手册 \206

八 会员登记表 \210

九 会员卡销售与服务流程 \211

第二节 提升客户满意度 \214

一 做好客户服务 \214

二 善于观察，投客人所好 \214

三 建立客户档案 \216

四 加强联络与宣传 \217

五 确保服务质量 \217

六 定期进行客户回访 \217

七 正确处理客户不满 \218

八 定期开展客户满意度调查 \218

第三节 提升客户忠诚度 \219

一 客户忠诚的表现形式 \219

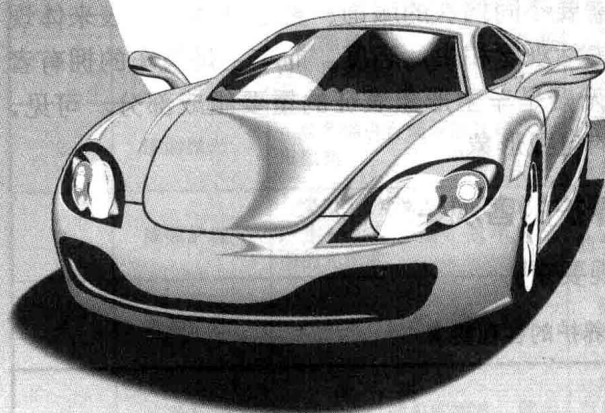
二 忠诚客户的分类 \220

三 如何提升客户忠诚度 \220

参考文献 /224

第一章 前期策划

Q I C H E M E I R O N G



第一节

汽车美容的认识

汽车美容是指对汽车进行外观与内装彻底的清洁与保护，如汽车漆面处理、打蜡、改装、装饰、美化、保护等都属于汽车美容的领域。

一 汽车美容的必要性

人们越来越需要汽车美容，基于以下要求。

（一）汽车美容护理是美学上的要求

汽车和人是一个密不可分的整体，现在人们已把视点由车辆的技术性能转移到车辆的美学角度上。汽车美容护理集清洁、除尘、打蜡、翻新及漆面处理为一体，由表及里、全面而细致地使车辆的风采永存。由此可见，汽车美容护理是车辆美的缔造，其意义不言而喻。

（二）汽车美容护理也是车主形象的反映

就像现代人的包装一样，人们需要不同档次的服饰、整洁得体的仪表来体现个人的某些内在的个性、气质乃至生活观念和生活态度。而车主是汽车的拥有者和使用者，汽车与车主朝夕相处，无疑是车主形象表征的重要组成部分。可见，汽车美容可协助车主塑造一个全新的自我形象。

（三）汽车美容护理也是汽车养护的客观要求

下表所列项目是汽车养护的客观要求。

汽车养护的客观要求

序号	护理项目	说 明
1	汽车清洁	及时清除车身外表上的尘土、酸雨、沥青、树叶、鸟粪等污染物，保持车表清洁，防止漆层受到腐蚀和损坏。专业美容护理还能去除车表上的静电膜、交通膜、旧蜡等，使车漆露出本来面目



续表

序号	护理项目	说 明
2	车身表面的研磨	使用专门的研磨剂,对车身漆面上存在的缺陷,如氧化层、划痕、褪色、酸点、碱点等进行研磨处理,消除缺陷
3	抛光及上光	抛光是消除研磨留下的缺陷,也为打蜡提供一个光滑、平整的漆面。上光也就是打蜡,为汽车面漆提供一个保护层,并给车身以光彩亮丽的视觉效果。而选择不同类型的车蜡,可以防酸雨、防静电、防紫外线、抗高温等
4	车室美容	在除尘、清洗的同时,采用特殊的工艺及用品,进行杀菌、除异味、除异物、上光保护、翻新修补及空气净化,让您的生活空间充满清馨、恬静
5	发动机美容	灰尘、油污等各种酸碱物质若长时间附着在机体上,会使金属零件产生腐蚀,橡胶、塑料会产生老化失去弹性、产生龟裂等。所以用专业的美容护理用品,清除发动机外表的一切异物,且不伤害机件及橡胶、塑料件,并能恢复其原有的光泽度
6	汽车防护	汽车防护是汽车美容的边缘项目,能给车主和汽车带来更大的方便,增加配置。如防爆太阳膜、车门报警系统、语言报警系统、静电放电器,挡风玻璃防雾剂、防盗器等

普通美容与专业美容的区别

普通美容是清洗车身外表上的尘土等异物,打蜡上光;而专业汽车美容则是对车辆进行由表及里、全面细致的护理,每道工序都有严格的操作规范和标准,并由经过专业培训的技师,采用专用设备、专业用品和独特的技术对汽车进行美容护理。它们在护理的内容上有以下几点不同。

普通美容与专业美容的区别

序号	服务项目	普通美容	专业美容
1	漆面清洁	清除漆面泥沙、灰尘及沥青、鸟粪等	要经过预洗(冲车、除旧蜡)、处理(清除沥青、焦油等)、清洗(除静电清洗、除交通膜清洗、增艳清洗等)等步骤
2	漆面抛光	对车辆进行简单的处理,全车抛光	专业的划痕处理(划痕填补、局部补漆、抛光处理)全车抛光(两步快速抛光、三步深度抛光)及镜面釉处理
3	漆面护理	采用上蜡的方式,使漆面上产生一层保护层,且增加漆面的光泽度	要根据不同的车况和车辆的使用环境,提供不同的车蜡。如彩色蜡、钻石蜡、水晶蜡、釉面蜡等
4	外饰护理	只是进行清洗、除污工作	能对轮胎、轮毂、保险杠、电镀件、不锈钢件等进行专门的清洁护理、上光,使之焕然一新
5	内饰护理	只是进行简单的擦洗、除尘	能对内饰进行杀菌、消毒、除臭、熏香处理,并对皮革件、真皮件、塑料件等进行专业的护理、上光,并对玻璃进行防雾、防水处理等
6	发动机、底盘护理	没有进行	对外部进行除污、除油、除锈、防锈处理,并能对燃料供给系统、润滑系统、冷却系统、自动变速器总成或系统进行清洁护理

三 汽车美容专业术语

汽车美容行业有许多专业术语，若进入该行业，则必须要进行了解。

汽车美容专业术语

序号	术语名称	说 明
1	脱蜡洗车	使用能洗掉汽车表面原有蜡层的洗车液洗车。主要用于漆面修补、漆面缺陷处理、漆面重新打蜡之前。如新车开蜡就必须进行脱蜡洗车
2	不脱蜡洗车	只是用专用的洗车液洗掉车身上的尘土、污垢，但漆面原有蜡仍存在。这是最常用的日常洗车
3	洗车蜡	洗车蜡是含有水蜡的一种洗车液，能在洗车的同时给漆面上光，一举两得，但光泽保持时间不长
4	研磨剂	是含有各种摩擦材料的乳剂，用于处理车漆表面的缺陷。摩擦能力强的研磨剂称为深切研磨剂；摩擦能力适中，较柔和的研磨剂为中切研磨剂；摩擦力极柔和的，对漆面损伤极轻的研磨剂称微切研磨剂
5	抛光剂	主要用于消除研磨工序留下的磨痕，同时也是打蜡前车漆表面的强力去污剂
6	镜面釉剂	内含高分子釉剂的抛光剂，主要用于车漆的二次抛光（去除抛光时形成的光环、划痕）并在车漆面形成釉质镜面保护膜
7	增光剂	是集抛光和上光（蜡）的二合一的产品
8	抛光蜡	含有极柔和摩擦材料的车蜡
9	上光蜡	不含任何摩擦材料的车蜡
10	镀膜	含有高分子聚合物的车蜡
11	保护剂	是含高分子聚合物的清洗剂或上光剂，在清洗或上光的同时起到了防老化、防腐蚀等保护的作用
12	透明漆	在色彩上覆盖一层透明的清漆
13	普通漆	是没有覆盖任何透明漆的漆
14	太阳纹	是汽车在高速行驶中，车漆与风沙摩擦，长期积累而形成的微痕
15	交通膜	车漆在使用的过程中与空气摩擦所产生的静电，并吸附灰尘和有害气体等，使车漆氧化而形成的一层膜。其产生的原因是由于静电吸附作用
16	防爆膜	汽车防爆太阳膜（防暴隔热纸）贴在汽车侧窗玻璃上。其隔光率高，可有效防止紫外线，同时增强玻璃的抗破碎能力，提高空调效益并能创造最佳的美感



第二节

汽车美容行业认知

汽车美容店是指有专业的技师对汽车进行清洁、内饰美容、外观美容施工的专业施工店，再加上部分装饰精品销售。在准备投资一家汽车美容店之前，一定要对行业现状、投资模式、市场准入条件、竞争方式等都有充分的了解。

一 汽车美容行业现状

汽车美容店的初始投资的跨度较大，少则十多万元，多则达七八十万元以上，据业内人士透露，目前汽车美容行业有的利润率高达30%~40%，但十万元以下的投资因为提供的服务项目单一，不适应今后市场竞争的需要，很难生存。

二 汽车美容行业的投资模式

模式决定效益，模式也能决定运营是否顺利，目前汽车美容服务业的入行模式有直接投资开店和加盟连锁两种模式，这两种模式各有利弊。

（一）个人直接投资

直接投资开店意味着一切都是由你做主，在充分享受自由性的同时也要承受更大的压力和责任。

第一是品牌要由自己创立、宣传和开拓。

第二是技术培训、服务培训要亲自动手。

第三是店内一切的运营活动如市场调查、进货、店面装饰设计等琐碎的事物都要靠自己熟悉。

直接投资开店对投资者要求比较高，既要具备较高的经营能力，又要熟悉汽车美容装饰的知识和服务技巧。

（二）加盟连锁

加盟连锁是赚钱比较快的模式。因为汽车市场是一个处于上升期的市场，众

多的投资者正准备进入这一行业，存在这种“赚钱快”的机遇也就是赚市场准入的钱。目前连锁经营包括直营连锁、特许经营两种形式。

直营连锁

指连锁公司的店铺均由公司总部全资或控股开设，在总部的直接领导下统一经营。总部对店铺实施人、财、物及商流、物流、信息流等方面的统一管理。直营连锁作为大资本运作，具有连锁组织集中管理、分散销售的特点，充分发挥了规模效应

特许经营

指特许者将自己所拥有的商标、商号、产品、专利和专有技术、经营模式等以特许经营合同的形式授予被特许者使用，被特许者按合同规定，在特许者统一的专业模式下从事经营活动，并向特许者支付相应的费用。由于特许企业的存在形式具有连锁经营统一形象、统一管理等基本特征，因此被称为特许连锁

加盟连锁的两种形式

三 汽车美容行业的市场准入条件

汽车美容是特殊行业，所以在政策上对开店有所规定，必须在申请营业执照前由环保部门进行环境测评，没有环保许可证也就拿不到工商营业执照，这是进入汽车美容业最大的一道坎。在一些缺水和环保意识强的城市开设汽车美容店要遵循“三同时原则”，即环保工程与主体工程同时设计、同时施工、同时投入使用。由于我国各地的环保政策有较大差异，相关的办理手续和流程也存在较大差异，关于这方面的具体要求还应到当地的环保部门进行咨询，办理环保许可证。

四 汽车美容店的竞争方式

汽车美容店的竞争方式表现在四个方面，如下图所示。

五 汽车美容店的投资回报

投资回收方面，据估算，在公司运作良好的前提下，以投入20万元为例，假定每月毛利3万元，扣除运营成本及其他费用，大概一年可以收回全部投资。当然，赢利状况和经营水平的高低有很大关系，有些店建成三四年都处于入不敷出的状况，而经营出色的美容店，除了能快速回收投资外，利润率更可高达60% ~ 70%。

六 建独体店还是加盟店

前面讲到，汽车美容店的投资可以直接投资开独体店，也可以加盟品牌连锁



环境竞争

环境是现代服务必须注重的一个主要因素，环境包含两个方面的含义：一是店面环境，是否让客户产生心灵感应是店面装潢装饰的重要基础；二是地段环境，这是消费群体的距离感应，也是汽车美容店竞争的要素之一

价格竞争

消费者追求的是高质量的服务与较低的服务价格之间的平衡点，在保证相同服务质量的前提下，如何减少管理成本并尽可能降低服务价格，已经成为汽车美容店生存和发展的重要因素

特色竞争

所谓特色，是指汽车美容店最擅长而其他类似企业所不具备的服务内容或品质保证，这是现代汽车美容店竞争的焦点，也是赖以生存的基础，特色的源泉在于创新服务

服务竞争

汽车美容店的服务不同于一般商业服务，这种服务比较专业：一是与服务对象的感觉息息相关，因为这是一种美的服务；二是与服务程度有关，因为汽车美容店是专业服务，而服务对象是非专业人士，后者肯定服从于前者，因此，汽车美容店能否提供细致周到、全面体贴的服务成为客户选择的要素之一

汽车美容店的竞争方式

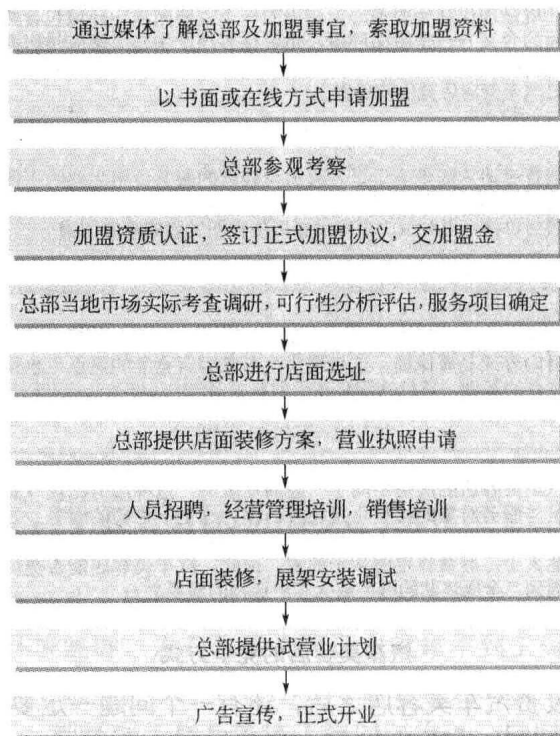
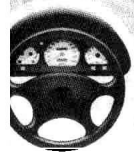
店。所以，在决定投资汽车美容店之后，还有一个问题一定要考虑，那就是建独立店还是加盟一家连锁汽车美容店。如果要加盟一家汽车美容店的话，一定要认真考察其服务特色、加盟费用，在品牌、销售、技术、经营、培训、管理、成本控制等各方面有什么样的特色和支持。可以上各个连锁汽车美容店的官方网站去查阅，也可直接打电话到其总部进行沟通、了解，总之，要货比三家，认真地进行比较，选择最合适自己的。在这里主要讲一讲加盟店的选择要领。

（一）汽车美容店加盟流程

汽车美容店加盟招商一般都遵循一定的流程。综合汽车美容行业最新信息，加盟的一般流程如下图所示。

对于加盟店经营者来说，流程的前期阶段非常重要，包括电话咨询、索取资料、加盟洽谈、协议讨论等。在这些过程中，加盟者除了清楚自己的所处地位、权利和义务，确定是否有巨大商机外，还必须明确特许店的以下方面。

- （1）是否有政策优势。
- （2）服务项目怎样，是否有新、特、齐、高等品质特色。
- （3）技术力量是否雄厚。
- （4）是否有投资、供货优势。
- （5）成本效益怎样，是否有效地降低了投资风险。
- （6）品牌优势怎样，在业内是否有极高商誉和影响力。



加盟的一般流程

(7) 经营管理是否科学。

(8) 关于品牌、服务、竞争力、风险等有何承诺。

(二) 识别特许加盟陷阱

1. 总部至少成立3年以上

总部至少成立一段时间之后，各项工作、营运模式才能建立。如果还在试验期间将不成熟的加盟模式推出，倒霉的一定是加盟者，若一切尚未文字化、标准化、系统化，则无法将所有技巧、精华、经验传承给加盟者。如果总部本身管理机制尚不健全，则没有能力支持加盟者，更不必谈控制力和推动力了。

2. 来者不拒者一定有诈

如果特许人心理不佳或心存不良，一心只是想赚钱，不管加盟店成败，只是把加盟当作是一种工具或手段。若表现出来者不拒，没有明确的资格标准，没有商圈评估报告，没有投资报酬分析，没有书面记录，不必参加教育培训，那么，必须十分注意：这是非常典型的加盟陷阱！

3. 不要过于相信招商广告

一般而言，历史悠久、有相当发展基础的特许企业，都有很完善的制度，选