CONTENTS 目 录

# 新手篇

## 第一章 汽车销售越专业越好：吃透你所售卖的产品


世界主要汽车品牌介绍 ..... 3
汽车的详细分类 ..... 7
国产、合资、进口车的区别 ..... 10
整车的结构及性能 ..... 13
驱动系统 ..... 15
发动机分类及参数 ..... 19
主动安全系统 ..... 22
被动安全系统 ..... 24
悬挂系统 ..... 27
灯光电路系统 ..... 30
汽车识别码 ..... 32
汽车高科技配置 ..... 37


## 第二章 想游泳，先知池水有多深：详细了解汽车销售市场


中国汽车市场的现状以及发展趋势 ..... 43
中国人汽车消费的习惯 ..... 46

熟练运用汽车的常用术语 ..... 49
熟知公司的销售流程 ..... 53
熟知所售品牌的特点和优势 ..... 57
熟悉各车型的报价组成 ..... 60

## 第三章 能为客户排忧解难：熟悉汽车贷款与保险的办理

汽车贷款需要的条件及材料 ..... 64
汽车贷款的分类 ..... 66
汽车贷款的流程 ..... 68
汽车贷款费用的计算 ..... 71
车险具体包括的内容 ..... 75
车险办理的渠道 ..... 78
车险办理的具体流程 ..... 81
建议客户选择合适的车险 ..... 83

## 第四章 做最优秀的自己：汽车销售必须具备的个人品质

从内心喜欢汽车销售工作 ..... 87
自信：我一定能成为金牌销售员 ..... 89
耐心：性急做不了汽车销售 ..... 92
不怕拒绝：快速调整心态，面对下一个客户 ..... 95
积极主动：把汽车销售工作当成事业来做 ..... 98
口才出众：说动客户，生意自然成 ..... 99

## 第五章 态度至关重要：给客户一个良好的第一印象

态度一致，不要挑选客户 ..... 103
用微笑拉近与客户的距离 ..... 105
用握手传递信任 ..... 107
称呼要用合适的敬语 ..... 110
多提问，多倾听，不要滔滔不绝 ..... 114

给予客户适当的赞美 ..... 116
着装大方得体，让客户看着舒服 ..... 117

# 高手篇

## 第六章 做好客户接待：打好汽车售卖的基础

接待关键点：自然而热情 ..... 121
如何接待随便看一看的客户 ..... 124
如何接待爱理不理的客户 ..... 127
如何接待徘徊不定的客户 ..... 129
如何接待就奔一款车而来的客户 ..... 131
如何接待老客户介绍来的客户 ..... 133
如何接待已经考察过一次的客户 ..... 135

## 第七章 这样沟通最有效：搞清楚客户的需求和购车意向

沟通不无的放矢 ..... 138
购车的欲望是否强烈 ..... 141
让客户说出购车预算 ..... 144
购车的主要动因是什么 ..... 146
谁是购车的决策者 ..... 149
购车时间是什么时候 ..... 151
想买什么车型 ..... 153
一次性付款还是按揭付款 ..... 155

## 第八章 介绍汽车，突出卖点：吸引客户爱上这款车

突出汽车的卖点 ..... 159
做好汽车介绍的准备 ..... 161

异议 6：我不要赠品，想要抵现金 ..... 215
异议 7：还是太高，再便宜点吧 ..... 217
异议 8：你们经理还有优惠的权限，你去问一下吧 ..... 220

## 第十一章 快速成交：使用“柔掌”推客户最后一把

成交关键点：不拖泥带水 ..... 224
敏锐地捕捉成交信号 ..... 225
通过让步快速完成交易 ..... 227
通过对比促成交易 ..... 229
通过二选一的方法促成交易 ..... 232
利用从众心理促成交易 ..... 233
巧用激将法促成交易 ..... 235
利用假设成交法促成交易 ..... 238
运用机会成交法促成交易 ..... 239
利用富兰克林成交法促成交易 ..... 242
利用惜失成交法促成交易 ..... 243
运用冷淡成交法促成交易 ..... 245

## 第十二章 完美交车：走好售车流程的“最后一公里”

交车关键点：认真细致 ..... 250
交车 PDI 确认 ..... 251
做好交车的各项准备 ..... 254
车辆交接过程 ..... 256
给客户进行技术讲解 ..... 258
举行交车仪式 ..... 260
帮助客户办理临时牌照 ..... 262
帮助客户办理保险 ..... 263
送别客户 ..... 265

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com