



汽车行业零距离上岗指导丛书

怎样做好汽车 维修业务接待

罗双〇主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

汽车行业零距离上岗指导丛书

怎样做好汽车维修 业务接待

主 编 罗 双
副主编 刘智婷
参 编 张 政 何 静
主 审 贺展开



机械工业出版社

本书从维修业务接待的规范流程着手,逐步深入地对汽车维修接待员的规范化业务接待流程和技巧进行较为全面的阐述。另外,针对汽车售后服务人员的专业知识,本书专门开辟了一个专业基础知识章节,对一些汽车维修接待工作中常常涉及的汽车专业知识进行阐述和分析,还包括一些与诊断相关的知识和维修项目的报价参考等。

全书包括汽车维修服务流程、服务礼仪、客户关系管理、维修接待员应具备的专业知识、车辆识别和汽车配件管理、维修合同和财务结算、事故车辆保险理赔服务等共7章。本书适合高职、高专、中专院校的汽车营销、汽车保险与理赔等相关专业使用,也可用于成人高等教育以及培训教学,还可供汽车维修工、驾驶人、汽车行业专业人员以及汽车爱好者阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

怎样做好汽车维修业务接待/罗双主编. —北京:机械工业出版社, 2012. 9

(汽车行业零距离上岗指导丛书)

ISBN 978-7-111-39704-5

I. ①怎… II. ①罗… III. ①汽车—修理厂—商业服务 IV. ①U472.31

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第213370号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:徐巍 责任编辑:徐巍

版式设计:姜婷 责任校对:张力

封面设计:陈沛 责任印制:乔宇

北京铭成印刷有限公司印刷

2012年11月第1版第1次印刷

184mm×260mm·13.75印张·335千字

0001—3000册

标准书号:ISBN 978-7-111-39704-5

定价:35.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010)88361066 教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010)68326294 机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010)88379649 机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010)88379203 封面无防伪标均为盗版

前 言

近年来,各大品牌汽车的4S店甚至一些汽车维修厂都设立了专门的汽车维修业务接待岗位。实践证明,训练有素的维修业务接待人员不仅可以成为企业和客户有效沟通的桥梁,更给企业带来了丰厚的社会和经济效益。

汽车行业已经逐步从产品本身的质量竞争转移到售后服务质量的竞争。客户满意度已经成为衡量汽车品牌影响力的主要指标。对于国内外各大汽车企业而言,汽车市场的迅速发展意味着历史性的机遇和挑战,而想要在汽车市场竞争中立于不败之地,就必须有一套完备的售后服务制度并拥有高素质的汽车售后服务人才队伍。维修业务接待作为售后服务工作的第一站,必须具备较强的业务接待能力。现代汽车售后服务不仅要求维修业务接待人员具有较强的沟通能力,同时也需要他们具有扎实的汽车专业基础知识,这对汽车维修业务接待人员提出了更高的要求,因此,企业需要对维修业务接待人员进行专业化和职业化的培训。

本书从维修业务接待人员的规范流程着手,逐步深入地对汽车维修业务接待的规范化接待流程和技巧进行较为全面的阐述。另外,针对汽车售后服务人员的专业知识,本书专门开辟了一个专业基础知识章节,将一些维修业务接待工作中常常涉及的汽车专业知识进行阐述和分析,甚至包括一些与诊断相关的知识和维修项目的报价参考等。本书力争语言简洁、图文并茂,突出工学结合特色,注重职业工作岗位的要求,特别强化了学生职业能力的提高和综合素质的培养。在各个章节中提供了学习要点,希望通过章节中每个学习要点,使读者掌握必需的方法和流程,具有较强的实践指导意义。

全书包括汽车维修服务流程、服务礼仪、客户关系管理、维修业务接待人员应具备的专业知识、车辆识别和汽车配件管理、维修合同和财务结算、事故车辆保险代赔服务等共7章。本书适合高职、高专、中专院校的汽车营销、汽车保险与理赔等相关专业使用,也可用于成人高等教育以及培训教学,还可供汽车维修工、驾驶人、汽车行业专业人员以及汽车爱好者阅读参考。

本书由湖南交通职业技术学院的罗双担任主编,刘智婷担任副主编,张政、何静参加编写,贺展开担任主审。编写成员及分工为:罗双负责前言、第1、2、3、5、6章的编写;刘智婷负责第4章的编写;张政负责第7章的编写;何静负责参考文献和本书的统稿工作;贺展开负责全书审稿工作。由于编者水平所限,书中难免存在错误或疏漏之处,欢迎使用本书的广大师生和其他读者批评指正。

编 者

目 录

前言

第1章 汽车维修服务流程..... 1

- 1.1 客户招揽 4
- 1.2 预约服务 5
- 1.3 店面接待 10
 - 1.3.1 店面接待的流程规范 11
 - 1.3.2 店面接待的实施要点 11
 - 1.3.3 接待注意细节 18
- 1.4 维修作业 19
- 1.5 竣工检验 27
- 1.6 结算交车 30
- 1.7 跟踪回访服务 33

第2章 业务接待的服务礼仪 38

- 2.1 业务接待礼仪 38
 - 2.1.1 基本举止规范 39
 - 2.1.2 基本礼仪要求 41
 - 2.1.3 电话礼仪要求 42
- 2.2 客户接待技巧 45
 - 2.2.1 接待客户的准备 45
 - 2.2.2 言谈的技巧 46
- 2.3 倾听的技巧 51
 - 2.3.1 倾听的目的 51
 - 2.3.2 倾听的技巧及案例 52
- 2.4 与客户的沟通技巧 55
 - 2.4.1 与客户的沟通原则 55
 - 2.4.2 与客户沟通的要点 56
- 2.5 处理异议的技巧 57
- 2.6 处理客户投诉的技巧 59
 - 2.6.1 接待投诉客户的技巧 60
 - 2.6.2 处理愤怒客户的技巧 66

第3章 客户关系管理 69

- 3.1 客户关系管理概述 69
 - 3.1.1 客户关系管理的内容 70
 - 3.1.2 客户关系管理的理念 71

- 3.1.3 客户关系管理的意义 72

3.2 客户满意与客户关怀 72

- 3.2.1 客户满意分析 72
- 3.2.2 客户满意因素 73
- 3.2.3 客户关怀的基本原则和要点 76
- 3.2.4 客户与企业关系的处理 77
- 3.3 客户档案管理 78
- 3.4 会员折扣管理 80
- 3.5 会员积分管理 81
- 3.6 跟踪回访管理 82
- 3.7 短信群发管理 83
- 3.8 紧急救援管理 83

第4章 维修接待员应具备的汽车

专业知识 85

- 4.1 汽车构造与常见维修项目 85
 - 4.1.1 发动机构造与常见维修项目 86
 - 4.1.2 底盘构造与常见维修项目 88
 - 4.1.3 电气系统的组成与常见
维修项目 91
- 4.2 钣金喷漆及常见维修项目 92
- 4.3 汽车维护项目 95
- 4.4 汽车检验知识 97
- 4.5 汽车新技术知识 101
- 4.6 汽车美容与装饰 109
 - 4.6.1 汽车美容与装饰概述 109
 - 4.6.2 汽车美容服务项目及销售技巧 111
 - 4.6.3 新车的美容装饰项目 116
- 4.7 常用维修保养知识及话术 119
 - 4.7.1 汽车维修保养常识 119
 - 4.7.2 汽车维修设备介绍 123
 - 4.7.3 维修业务接待员应对话术列举 127

第5章 车辆识别和汽车配件管理 133

- 5.1 车辆识别 133
- 5.2 汽车配件基本知识 137

5.2.1 配件分类和标识	137	7.1.1 商业险常用险种分析	173
5.2.2 汽车配件的编号	140	7.1.2 保险方案选择	174
5.2.3 汽车配件成本核算方法	144	7.1.3 交强险	176
5.3 汽车配件的管理	145	7.1.4 投保注意事项	177
5.3.1 配件的采购和进发货管理	146	7.2 汽车保险理赔概述	179
5.3.2 库房管理	147	7.2.1 理赔的特点	179
第6章 维修合同和财务结算	154	7.2.2 汽车保险理赔的作用	180
6.1 汽车维修合同	154	7.2.3 索赔服务的基本原则	180
6.1.1 维修合同的特征与作用	154	7.2.4 汽车保险索赔程序	182
6.1.2 汽车维修合同的主要内容和 填写规范	155	7.2.5 汽车保险“免赔”条款	185
6.1.3 维修合同的鉴证与仲裁	157	7.3 事故车保险代赔服务流程	186
6.2 财务结算	158	7.3.1 保险理赔车辆接待流程	186
6.2.1 一般财务知识	158	7.3.2 保险车辆出险索赔流程	189
6.2.2 汽车维修价格结算基本知识	164	附录	195
6.2.3 结果结算常用单据	168	附录 A 汽车产品零部件编号中的组号和 分组号	195
第7章 事故车辆保险代赔服务	172	附录 B 业务接待基本英语	208
7.1 汽车保险产品介绍	172	参考文献	212

第 1 章 汽车维修服务流程

学习要求：

- 了解建立汽车维修服务流程的目的
- 掌握汽车维修服务流程的实质
- 知道制定汽车维修服务流程的意义
- 掌握汽车维修服务流程的内容
- 了解建立汽车维修服务标准流程对汽车维修服务企业的好处

孙先生购买 2008 款 × × 车型大约有三个月了。他认为现在应该进行第一次服务预约了。上次下雨，他的刮水器发出一种奇怪的声音，所以他想检修一下刮水器（这种噪声有些讨厌）。因此，他给经销商打电话进行预约。电话中说明 45 分钟差不多能检修好。一周后，孙先生驾着车来到 4S 店，但他不知道应该从哪个地方把车开进去。尽管这时才刚刚早上 8 点 30 分，他的前面好像已经停了好多车了。客户们站在自己的车旁，穿着工作服的人急匆匆地拿着纸、钥匙、电话和笔记本东奔西跑。一个多小时后在别人的引导下，孙先生找到了维修业务接待员李苏，安排车子维修。

孙先生走进去找到了休息室，里面有些拥挤，但他在一个角落里发现一把小椅子，他快速地走过去把那个位置占了下来。孙先生听到扬声器里在喊他的名字。“很抱歉那样呼叫您，我们今天实在是太忙了，这边离不了人……您的车子已经修好了，这是完整的维修单。”李苏把单子交给了孙先生。“我要这个有什么用？”孙先生向维修业务接待员询问。对方回答：“带着它去找我们的收银员，她会向您解释的。”孙先生又带着维修单回到接待厅，找到了收银台。这时他发现自己还是要排队。对此他也毫无办法，只能耐心等待。终于轮到他了，他把维修单交给收银员。“一共是 240 元。”孙先生问：“这 240 元是干什么的？我的车还在保修期内。”“您需要支付磨损项目费用，包括机油、机油滤清器……看来他们也给您更换了刮水器，购货也需要一小部分费用，我不清楚具体是什么，当然包括税。这些加起来一共 240 元。”

孙先生有些不情愿付这些费用，但他的维修业务接待员又不在身边，也没法和她讨论，他又赶着去上班，所以他掏了掏口袋，付了这些钱。收银员找完零钱，给发票盖完章后，说了一句，“您可以去提车了，谢谢。”

孙先生出去取车的时候已经是上午 10 点 30 分，此时维修车道似乎没人了。他等了大约 5 分钟，然后又回到收银员那里。“我想我的车已经修好了，我已经等了好一会儿了，为什么车还没有过来？”收银员回答道：“他们可能正在给您洗车，第一次保

养我们会为您好好地洗一次车，不过提车不归我管，请联系您的维修业务接待员，谢谢。”孙先生又走了出去，几分钟后，他的车开过来了，上面还流着水。最初在外面给他检查车的那位工作人员为孙先生打开车门。孙先生走进去后，发现三件套还在车内，他只好自己摘下三件套，塞进了堆满垃圾的垃圾桶。

孙先生把车开出了4S店。在上班的路上他试了一下刮水器，那种奇怪的声音又出现了……

我国已成为世界第二大汽车消费市场。随着汽车后市场的不断发展和壮大，汽车相关岗位需求量也随之增加，但是从业人员素质却并未随之提高。比如汽车维修业务接待员，可以说是一家维修企业专业化形象的代言人，通过其工作有助于平均分配企业每天的工作量，增加维修单的销售工时数及零件数，为企业增加利润，同时也减少了返工量，提高了劳动效率，进而优化客户的满意度和忠诚度。但通过对部分地区的汽车行业进行调研，各级维修站包括一些4S店，都没有达到预期的目标，不是服务流程不规范，就是接待员由汽车维修人员所代替，还有些企业（民营和私企较突出）出于对绝大多数客户心理需求的错误分析，或为了迎合某些个别的客户心理需求，将一些漂亮女孩或者是能说会道的但不懂技术的人员安排在前台进行维修业务接待，这种人员的素质是远远不能适应现代汽车维修企业要求的，甚至有时反而会降低企业在客户心目中的形象。因此必须对汽车维修业务接待人员的服务流程进行规范化，迅速提升其从业人员的素质。

汽车维修服务流程实际上就是汽车维修企业的维修业务管理流程。一个汽车维修企业是否具有一套科学完整的维修服务流程，以及这种流程执行得是否全面和细致，直接体现了企业的经营管理水平。

★讨论：假设您的车子出了故障来到维修厂修理，您期望获得怎样的服务？

车主对售后服务的期望，见表1-1。

表1-1 车主对售后服务的期望

旧的服务模式	车主的新期望
➤ 维修厂的地理位置好，很容易找到 ➤ 诚实可靠 ➤ 技工技术好 ➤ 收费合理	➤ 能够竭尽全力地为客户服务 ➤ 接待客户亲切热情、彬彬有礼 ➤ 善于倾听、注重细节 ➤ 遵守承诺、值得信赖 ➤ 环境舒适的休息室 ➤ 能够提供代用车辆 ➤ 能够做到销售与服务一条龙

1. 建立汽车维修服务流程的目的

- (1) 使经销商维修业务作业标准化。
- (2) 促使维修作业流畅，人力、设备发挥最佳效用。
- (3) 满足客户要求，实现客户满意的手段。

2. 汽车维修服务流程的实质

- (1) 对传统维修服务程序的改进。
- (2) 以广泛研究为基础并已被证明成功，是国际通用的管理维修部门的工具。
- (3) 超过客户期望、确保客户满意的手段。
- (4) 以客户为中心的维修服务系统。

3. 制定汽车维修服务流程的意义

(1) 提供一个全局的观点，把员工和服务视为不可分割的整体，并与“我要做什么”联系起来，从而在员工中树立以客户满意为导向的意识。

- (2) 识别失误点，即服务行动链上的薄弱环节，确定随后的质量改善目标。
- (3) 提供一个由表及里的提高质量的途径，促进合理的服务设计并不断地提高服务质量。
- (4) 明确过程和职责，减少和预防服务差距的产生和扩大。

4. 遵循汽车维修服务流程的意义

- (1) 提高效率。
- (2) 降低成本。
- (3) 取之即用。
- (4) 有章可循。

5. 汽车维修服务标准流程对汽车维修服务企业的好处

- (1) 在市场中树立专业化的形象。
- (2) 有助于平均分配每天的工作量。
- (3) 增加每个维修单的销售工时数。
- (4) 增加每个维修单所销售的零部件数。
- (5) 减少返工修理量。
- (6) 提高劳动生产率和工作效率。
- (7) 最大限度地实现客户满意。
- (8) 提高客户的忠诚度。

6. 汽车维修业务接待人员的工作内容见表 1-2。

表 1-2 汽车维修业务接待人员的工作内容

维修业务接待人员的工作内容	SA	MSA
1. 汽车维修业务接待人员的工作程序		
1-1: 正确使用和及时更新客户档案(车辆历史档案)	√	√
1-2: 按照指定的程序，运行与宣传维修预约系统	√	√
1-3: 接待来厂的维修客户并进行必要的故障诊断与估价	√	√
1-4: 利用维修服务系统软件制作估价单及派工单	√	√
1-5: 车间派工并监控工作进程	√	√
1-6: 维修后交车	√	√
1-7: 维修后客户跟踪	√	√
2. 处理客户抱怨		
正确处理客户投诉与抱怨，必要时请求上级的帮助	√	√

(续)

维修业务接待人员的工作内容	SA	MSA
3. 监督维修服务工作		
确保维修服务工作有条不紊地进行,并采取必要的行动解决问题		√
4. 改进维修服务工作质量		
4-1: 确定可能会影响客户满意度的维修服务问题		√
4-2: 分析维修服务存在的问题,找出原因并向上级汇报		√
5. 生产现场“5S”活动		
5-1: 通过整理防止物品混用、误用,创造一个干净的工作场所	√	√
5-2: 通过整顿把有用的物品按规定分类摆放好,并做好适当的标识	√	√
5-3: 通过清扫使工作环境保持卫生,以维护生产安全,保证工作质量	√	√
5-4: 清洁的目的是消除工作场所产生脏、乱、差的源头	√	√
5-5: 素养要求员工工作时精神饱满,遵守纪律,养成良好的工作习惯	√	√

注: SA—Service Assistant(服务顾问)。

MSA—Manager Service Assistant(服务经理)。

汽车维修服务流程一般是从预约开始,经过店面接待、维修作业、竣工检验、结算交车,最后跟踪回访,如图 1-1 所示,这是多数修理企业常见的传统流程。



图 1-1 汽车维修服务一般流程

现在,为了更好地提高服务质量和客户满意度,提升企业的社会形象,大部分的 4S 店及大型综合性维修企业还在此基础上增加了客户招揽,起到了锦上添花的作用,实现了销售店的成功经营(图 1-2)。

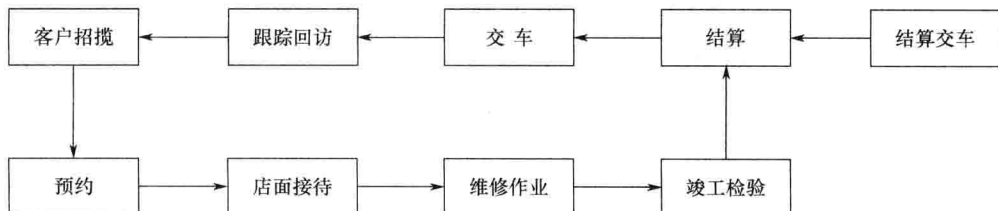


图 1-2 汽车维修服务新流程

1.1 客户招揽

1. 招揽目的

(1) 提高汽车品牌和特约店的知名度。

(2) 提高客户对汽车品牌和特约店的满意度。

(3) 提高特约店的服务收益。

2. 招揽方法

(1) 采用广告宣传方式,如电视广告、电台广告、报刊广告、户外广告、传单派发、网络宣传、巡演宣传等。

(2) 采用直接联络方式,如邀请信函、电话联络、短信提示、E-mail 服务、上门服务等。

(3) 采用其他服务活动方式,如服务周/月——“五一服务周”、积分回报、会员制VIP服务等。

3. 招揽步骤

(1) 制作定期保养一览表

1) 选取定期保养对象。

2) 推算档案客户下次保养日期。

(2) 定期保养招揽的实施记录

1) 向客户发邀请信件,并记录时间。

2) 向客户打邀请电话,并记录联络时间和预约结果。

(3) 核对保养实施车辆

(4) 招揽工作统计

1) 统计招揽成功率。

2) 汇总没有来店客户的数量和原因。

3) 如何制定改善客户招揽方案。

1.2 预约服务

情景模拟:

车牌号为湘AW××××的文先生致电要求预约在12月1日的上午10:00来我店为其车辆做一个20000公里的常规保养,刚好这个时间已经预约满了,请业务接待人员接听文先生的预约来电。

★任务: 如何完成客户预约来电的服务流程?

预约是汽车维修服务流程的首要环节,是一个与客户建立良好关系的机会。预约就是在接受客户预约时,根据维修服务中心本身的作业容量定出具体作业时间,以保证作业效率,并均化每日的作业量(图1-3)。

预约的目的在于能够合理地安排工作时间,提高企业生产效率;均化每天工作量,避免人员和设备过分疲惫;减少用户等待时间,提高客户满意度等。

1. 预约的好处

(1) 预约实现对客户的好处

1) 方便客户根据自己的日程安排服务时间。

2) 缩短客户等待时间。

- 3) 获得更多的个别关照。
- 4) 可以有更多的咨询时间。
- 5) 更充分的诊断时间使客户得到质量更好的服务。

(2) 预约实现对经销商的好处

- 1) 确保接待时间, 以免遗漏客户要求。
- 2) 使客户的车辆得到迅速、优质的维修, 提高客户满意度和忠诚度。

3) 可以合理安排维修工作量, 节约时间, 从而提高生产效率。

4) 避免客户集中出现, 可以从容应对, 避免不必要的纠纷。

5) 可以实现计划工作和单车过程控制。

6) 可以事先准备配件, 实行计划作业, 降低配件准备和查询对工作效率的影响。

7) 可以预先安排工作协作, 加强计划性。

2. 预约的分类

预约可以分为主动预约和被动预约两种。

(1) 主动预约。很多客户因时间、工作等各种原因无法对自己的车辆时时关注; 另外客户的汽车专业知识不一定十分丰富, 不一定了解车辆何时需要何种维护或修理, 平时需要对汽车采取何种保养等。这就需要维修企业定期对客户进行电话访问, 及时了解车辆的使用情况, 提出合理的维修建议, 根据客户的时间和维修企业的生产情况进行积极主动的合理安排, 这种预约方式称为主动预约。

主动预约不但体现了维修企业对客户的关怀, 增进其与客户之间的感情交流, 而且也是服务营销工作向客户展示维修企业的服务形象, 介绍和推销维修企业的服务, 增加维修企业的业务量和提高营业收入的需要。

(2) 被动预约。有的客户感觉到自己的车辆需要维护或车辆发生故障需要维修时也会给维修企业打电话进行预约, 预定好时间、工位和配件, 以便进厂之后迅速进行维修作业, 节约自己的时间。这对维修企业而言是被动的, 所以称为被动预约。

3. 预约的服务流程和实施规范

(1) 预约的流程。通常, 预约工作由维修业务接待员或信息员按照规范的预约规范流程来完成, 预约规范流程如图 1-4 所示。

在进行预约之前必须完成下面两方面的准备:

1) 熟悉客户的信息和客户的车辆信息, 如客户的姓名、联系方式、车辆牌照、车辆型号、行驶里程数、以往的维修情况、车辆需要做何种维修或有何种故障现象需要做何种维修等。

2) 了解本厂的维修生产情况和收费情况, 如维修车间是否可以安排工位、维修工; 专用工具、资料是否可用; 相关的配件是否有现货, 以及相应维修项目的工时费和资料费等。

与客户的预约方式一般通过电话来实现, 电话是一种有声的名片, 代表着维修企业的形



图 1-3 预约客户

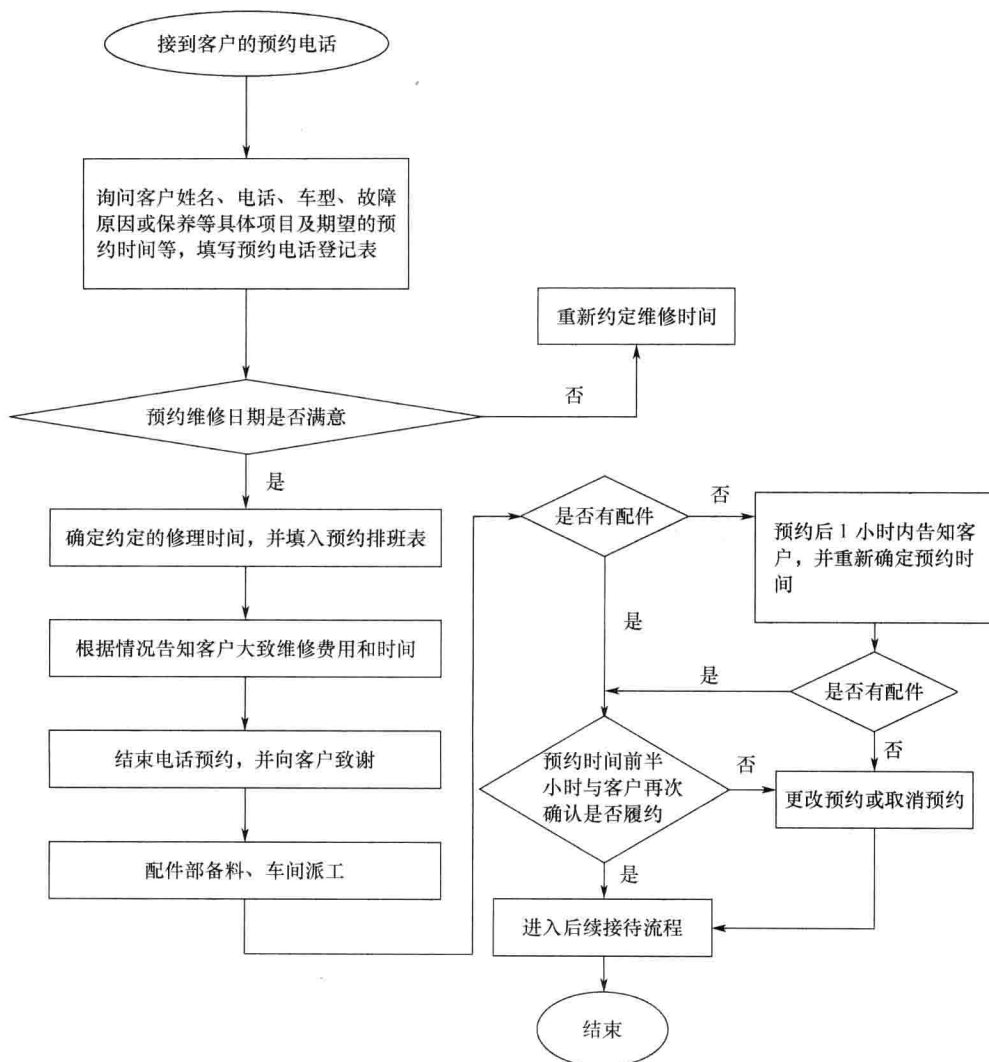


图 1-4 预约的标准规范流程图

象。电话预约的内容如下：

- ① 应答并自我介绍。
- ② 询问客户的姓名、车型、车牌号、大致行驶里程和联系电话。
- ③ 询问客户预约来店时间。
- ④ 询问客户上次维修保养的时间、里程和大致项目。
- ⑤ 再次确认客户预约项目、所需零件项目、大致维修报价并且再次确认预约来店时间。
- ⑥ 感谢客户。
- ⑦ 等待客户挂断电话之后再挂断电话。
- ⑧ 跟踪确认客户来店预约情况。

预约人员为客户预约好之后应当及时做好记录汇总，以便有据可查，见表 1-3 和表 1-4。

表 1-3 预约登记表

填表时间：____年____月____日

车型：_____车号：_____车架号：_____发动机号：_____					
车主：_____联系电话：_____接待员：_____预约时间：_____年____月____日					
故障陈述		维修项目		跟踪情况	
					客户签名

说明：（1）此表用于客户预约服务的登记；（2）业务接待人员必须认真填写此表以作为客户跟踪的依据；（3）业务接待人员必须在预约到期的前 1~2 天提醒客户如期来公司维修保养；（4）如果由于跟踪不及时而导致客户流失，要追究业务接待人员的责任。

表 1-4 维修预约确认单

客户名称			联系人	
客户地址		客户住址		
客户电话		来厂时间	年 月 日 时 分	
维修项目：				
预约进厂时间				
预计出厂时间				
客户其他要求：				
客户预交材料定金：			定金接收人签字盖章	
接待员：		公司业务电话：		

若有必要，预约人员可在客户到来之前，快到约定时间的时候对客户进行一次电话提醒，对预约进行进一步的确认。如果由于其他特殊原因客户不能来的，还应与客户续约，确定下次来访的时间。

（2）预约的实施规范

规范 1：掌握自身企业的预约维修能力。

规范 2：优先安排保养、返修、召回、紧急维修和特殊客户。

规范 3：预约的进厂时间应尽量方便客户。

规范 4：提醒客户服务可采用电话、短信等直接有效的方式进行，提醒后两小时内，客户关系员与客户进行电话联系，确认客户收到提醒。

规范 5: 预约工作以《预约登记表》为依据,表中的内容应填写完整。

规范 6: 维修企业应设预约电话,并公开、公告。

规范 7: 预约客户数量,在考虑未预约客户余量的前提下由各服务维修企业自行决定。

规范 8: 预约电话铃响三声内,必须有人接听电话。

规范 9: 接受电话预约时,应仔细倾听预约客户的要求,并记录在预约电话登记表上。

规范 10: 接受电话预约时,如果无法回答客户的问题或存在顾虑时,应亲自联络其他人员协助。如果一时不能解答客户的问题,应向客户承诺何时能够给予答复。

规范 11: 在预约结束前向客户再次确认客户的要求,如客户的预约维修时间、故障描述及客户的要求等,同时根据客户的要求,作出对维修费用的大致估计,并向客户说明。

规范 12: 守约。告诉客户工位预留时间,预留时间指超过预约时间的工位再等待的时间。预留时间因地域不同而不同,可由维修企业自己确定。告诉客户将提前一个小时再次确认,即给客户打电话确认是否准时赴约。

规范 13: 接线员需提醒客户带随车文件及随车工具,如行驶证、保养手册等。

规范 14: 预约结束时须向客户表达感谢,欢迎客户光临本服务维修企业。

规范 15: 对预约成功的客户,可传递以下言语“感谢您的预约,我们恭候您的光临。”

规范 16: 对于未预约成功的客户,可传递以下言语“非常抱歉,这次未能满足您的需求,如果您今后有需要,欢迎再次预约。”

4. 提高预约率的方法

要让预约客户享受到预约的待遇,要与直接入厂维修客户严格区分开,这是决定此客户下次会否再次预约的关键因素。提高预约率的方法如下:

- (1) 让客户知道预约服务的好处。
- (2) 在客户接待区和客户休息室放置告示牌,提醒客户预约。
- (3) 把当日预约客户的名单写在欢迎板上,让客户感受到被重视。
- (4) 在跟踪回访客户时宣传预约业务,让更多的客户了解预约的好处。
- (5) 经常向未经预约直接入厂的客户宣传预约的好处,增加预约维修单。



案例

步骤一: 应答并自我介绍。

维修接待员: “早上好,这里是××××服务部,我是李霞。”

客户: “我想给车做个保养,顺便修一下排气系统。”

步骤二: 询问客户的姓名和车辆的详细情况。

维修接待员: “当然可以了,能告诉我您的姓名和车型吗?”

客户: “我叫李静,车是我丈夫的,车型是佳美。”

维修接待员: “没错,我想起来了,白色的佳美,2004年的车型。”

客户: “对,就是那辆车,已经驾驶了80000公里,最近我丈夫发现排气系统开始出现噪声,他认为需要换个后消声器,您能安排明天吗?星期五?”

步骤三: 为客户提供若干选择时间,星期几、几号。

维修接待员: “非常抱歉,李太太,明天的预约已经满了,做保养和维修排气系统至少需要三个小时,我们可以将预约安排在下周二、周三或周四的任意时间,您方便哪天来?”

客户：“排气噪声太恼人了，我想越快越好，您能周二上午维修，中午交车吗？”

维修接待员：“好的。我们可以周二上午 8:30 开始工作，即使要更换整个排气系统，不单是消声器，到 12:00 时，我们也可以将车辆准备好。”

步骤四：如果可能的话，提供报价、保养、基本维修项目。

客户：“太好了，那就定在下周二上午吧。顺便问一下，价格是多少？”

维修接待员：“80000 公里保养需 250 元(含零件、润滑油和工时费)，更换后消声器需 99 元。如果需要更换整个排气系统需花费 160 元(含工时费)，检查车辆后我将给您一个明确的报价。”

客户：“但愿更换后消声器就可以解决问题。好吧，那就将预约定在星期二吧，但是请您确定能准时交车，我两点有个约会，需要用车。”

步骤五：确认和客户达成的协议，重复星期几、几号、具体时间和客户的要求。

步骤六：确认是否需要为客户提供交通工具。

维修接待员：“我们确定能准时交车，那么，我们将预约定在下周二上午 8:30，为您做 80000 公里保养并解决排气噪声问题，车辆维修将在中午 12:00 之前完成，顺便问一下，需要为您提供交通工具吗？”

客户：“不用了，我的朋友会来接我。”

步骤七：感谢客户。

维修接待员：“感谢您致电，我们下周二上午 8:30 见。”

客户：“谢谢你，再见。”

1.3 店面接待

情景模拟：车牌号为湘 AW×××× 的文先生如期来店，按照维修业务的接待流程完成店面接待工作。

★任务：如何完成店面接待的服务流程？

一位客户如约来到维修服务企业保养或修理车辆，发现一切工作准备就绪，维修接待员正在欢迎他的光临，这会让客户愉快。这也是客户又一次对维修企业建立良好信任的开始。因此，维修接待员应当具有良好的形象和礼仪，并善于与客户进行有效的沟通，体现出对客户关注与尊重，体现出高水平的业务素质，如图 1-5 所示。

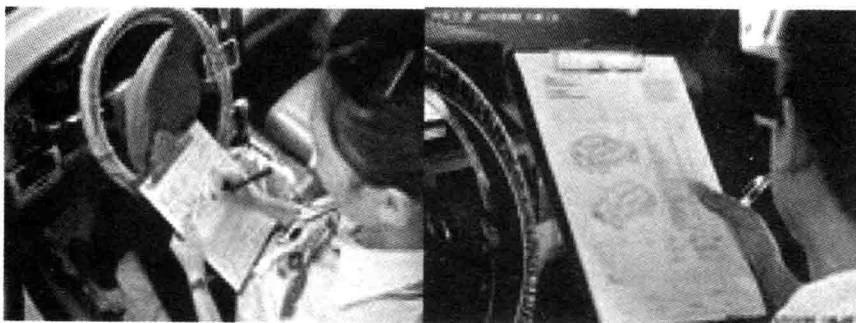


图 1-5 维修接待员店面接待

1.3.1 店面接待的流程规范(表 1-5)

表 1-5 店面接待的流程规范

接待流程	操作规范
日常项目检查	(1) 检查仪容、仪表,保持良好的职业形象 (2) 准备好必要的文件及材料(预约表、接车问诊表、价目表、保护罩等)
迎接客户	(1) 客户到店,立即通过车型和车牌号确认客户姓名,快速出门迎接 (2) 敬称客户名字,面带微笑问候客户:“先生/女士,您好,欢迎光临!您是来做××000公里的保养的吧,我是××,很高兴为您服务。” (3) 如果是未预约的客户,出门迎接打过招呼后,须先询问客户的要求:“您好,欢迎光临!请问您今天来店是做保养还是维修呢?车有什么问题?”
环车检查	(1) 当着客户的面,安装保护罩(座椅套、地板罩、方向盘罩) (2) 征求客户同意,进入车内检查车辆内饰、仪表功能、记录行驶里程数及油表存量 (3) 与客户一起从主驾驶位置开始,沿顺时针方向对车辆外观进行检查 (4) 发现额外的维修项目,应当及时记录并询问客户是否需要维修
确认顾客需求	向客户复述保养及维修项目,确认无误后,让客户在“接车问诊表”上签字确认

1.3.2 店面接待的实施要点

1. 接待的工作内容

在接待过程中,维修接待员有两项重要的工作,即填写“接车问诊表”(接车检查单)和签订“维修施工单”(任务委托书或维修委托任务书或维修合同)。

(1) 填写“接车问诊表”。为避免在客户提车时产生不必要的误会或纠纷,维修接待员在车辆进入维修车间前必须与客户一起对车辆进行环车检查。其目的是:

- 1) 使维修厂免受不应有的赔偿(如已存在的划伤,以及丢失的个人财产)。
- 2) 确定客户没察觉的维修需要(如车身划伤或压痕,轮胎异常磨损,刮水器刮片磨损)。

环车检查的主要内容有车辆外观是否有漆面损伤、车辆玻璃是否完好、内饰是否有脏污、仪表板表面是否有损坏、随车工具附件是否齐全、车内和行李舱是否有贵重物品等。如图 1-6 所示检查部位,检查完成后,填写“接车问诊表”并请客户签字确认。

“接车问诊表”的使用说明:

- 1) 接车过程中填写车辆及客户信息。
- 2) 详细记录客户的故障陈述及要求,并引导客户讲述故障发生时的相关状况并做记录。
- 3) 无法立即诊断时,填写需车间检测的内容,由车间帮助诊断。
- 4) 车间根据客户陈述及检测建议进行诊断,将问题原因及故障零部件填写入表内。
- 5) 接车时对外观进行确认,并做相应记录,并可进行文字说明。
- 6) 在接车时确认各功能状况,在表中如实记录确认结果。
- 7) 接车时检查车内物品,提醒客户贵重物品保管及旧件处理情况,并在表中如实记录。
- 8) 对于需先进行诊断的故障,如果有检测费用,则在表中写明,并请客户确认。