

A

U

T

O

M

O

B

I

L

E

S

汽车

刘同福/著

**AUTOMOBILE SALESMEN'S
HANDBOOK**

销售员实战手册



BMW

TOYOTA

HONDA

NISSAN

汽车销售路训教

○ 汽车业面对的主要问题是汽车商贸,而不是汽车生产。
不善营销,汽车业就不能持久发展。中国汽车企业最大的问题,是还没有学会怎样卖车!

南方日报出版社

本书告诉你如何成长为一名优秀的汽车销售员

AUTOMOBILE SALESMEN'S HANDBOOK

刘同福 / 著

汽车销售员实战手册

南方日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车销售员实战手册/刘同福著. —广州: 南方日报出版社, 2003
ISBN7-80652-284-0

I. 汽… II. 刘… III. 汽车—销售—手册 IV. F724.76—62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 098430 号

汽车销售员实战手册

刘同福 著

出版发行: 南方日报出版社

地 址: 广州市广州大道中 289 号

电 话: (020) 87373998—8502

经 销: 广东新华发行集团股份有限公司

印 刷: 南海市彩印制本厂

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 34.5

字 数: 462 千字

版 次: 2004 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 45.00 元

投稿热线: (020) 87373998—8503 读者热线: (020) 87373998—8502

网址: <http://www.nanfangdaily.com.cn/press> <http://www.southcn.com/ebook>

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

总 序

在北京举办的一次大型国际研讨会上，一家大型汽车公司总经理答记者问时说，面对加入 WTO 的挑战，中国的汽车企业最大的问题，是还没有学会怎样卖车！从开发到销售，这“两头”受到的冲击比中间（指生产环节）大，特别是营销上，如何满足客户的需求，把车卖出去，我们还没有学会！

汽车业面对的主要问题是汽车商贸，而不是汽车生产。不善营销，汽车业就不能持久地发展。

中国是最具潜力的、最后一个待开发的汽车大市场，这一点国外汽车商的认识，也许比我们中国人更清楚。面对势不可挡的经济全球一体化大趋势，我国汽车工业会受到前所未有的震动，汽车营销方式必将由此发生变革。

加入 WTO 后，中国汽车市场进一步开放，国外公司将不仅开进来先进的汽车，同时也会带来比较成熟的营销理念和营销手段。为适应形势，我国汽车营销体系中的服务水平和服务质量也必须有所提高，对于汽车经营者来说压力肯定增大，竞争将更加激烈，原有的经销模式和经销体制都会受到巨大的冲击，汽车销售和维修、服务等领域都将面临挑战。目前中国汽车市场全国性的完整的营销网络尚未建立，适合汽车行业的营销人员数量相对少，尚需大规模的培养。

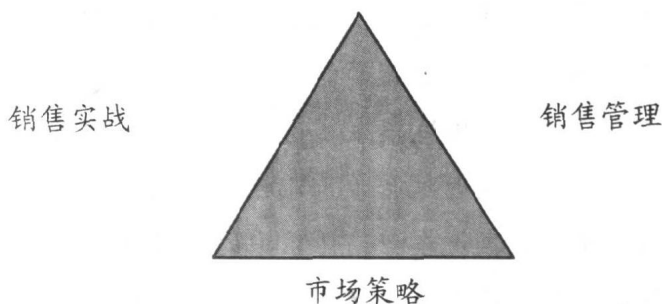
营销，不是简单意义的买卖，汽车营销人员也不是传统的生意人。当今，“生产第一”的时代早已一去不返了；汽车市场讲

究的是“营销”、“管理”、“服务”，营销队伍的整体水平如何，很大程度上决定着企业的兴衰沉浮。

汽车销售不能光学国外的形式，关键是要学实质，如推销技术的培训、产品技术培训、客户资源管理、品牌经营、信息化管理、服务规范、市场调查及市场发展战略等。国内在这方面的探讨还很少。

本书拟从市场策略、销售管理、销售实战（销售员个人能力）三方面探讨。这三方面犹如三角形的三边，共同决定着汽车的销售业绩。

在有一个好产品的前提下，经营效益符合下列三角形条件：即当三角形的三条边最长而且相等时，三角形的面积最大，也就是市场策略、销售管理和销售员个人能力三者并驾齐驱时，经营效益才会达到最理想的境地。反之，当任何一条边的长度变短时，三角形的面积随之减小，也就是经营效益降低。



总之，好的产品加上好的营销策略，肯定会赢得市场的份额。事实已证明了这一点，营销的好坏，不仅依靠产品，而且依靠切合实际的行之有效的营销策略，更要依靠一支好的有战斗力的销售队伍和先进的管理，这是成功的关键。

刘同福

2004年3月于上海



第一章 基本礼仪与技巧训练

- 一、礼仪与形象/3
- 二、说话的技巧/28
 - * 说话的八个诀窍
 - * 不该说的九种话
- 三、不让顾客说“不”的技巧/34
- 四、训练笑的艺术/38
- 五、充分利用非语言表达方式/44
- 六、让顾客产生好感的技巧/45
- 七、针对顾客不同的反应和态度的应对技巧/56



第二章 顾客购车行为模式分析

- 一、顾客购车的不同心理类型分析/71
- 二、顾客的购车动机分析/74
- 三、不同性别顾客购车动机的差别/77
- 四、不同年龄顾客购车动机的差别/79
- 五、顾客购车的行为模式分析/80
- 六、私人购车行为分析/93
- 七、影响女士购车行为的因素/99
- 八、单位购车行为分析/103



目 录



九、国产经济型轿车市场影响购车行为的因素/107

十、商务车市场影响购车行为的因素/110

十一、家轿市场影响购车行为的因素/112

十二、中高档车市场影响购车行为的因素/116

十三、客车市场影响购车行为的因素/118

十四、轻卡市场影响购车行为的因素/121

第三章 八步推销法

一、找准汽车目标市场/128

二、识别潜在购车顾客/146

三、建立顾客资料卡/158

四、初次与顾客联系/173

五、会见潜在顾客并介绍车辆/203

六、撰写建议书/258

七、谈判与成交/266

八、总结经验不断提高/300



第四章 六步销售法

一、欢迎顾客/313

二、提供咨询/321

三、展示车辆/350

目 录



四、达成协议/352

五、交车验车/353

六、售后跟踪服务/365



第五章 购车与用车的一条龙服务

一、怎样办理新车手续/383

二、车辆入户须知/392

三、汽车上牌流程/393

四、汽车保险知识/396

五、家庭汽车怎样投保/409

六、汽车保险索赔/411

七、机动车年检/423

八、汽车消费信贷知识/423



第六章 汽车销售人员的知识结构

一、汽车专业知识/459

二、订立合同的基本知识/474



第七章 专业汽车销售员

自我修炼

一、正确的态度/503

目 录



二、自我驱策力/514

三、书面沟通能力/526

四、口头沟通能力/537



第一章 基本礼仪与 技巧训练



- 一、礼仪与形象
- 二、说话的技巧 *说话的八个诀窍*不该说的九种话
- 三、不让顾客说“不”的技巧
- 四、训练笑的艺术
- 五、充分利用非语言表达方式
- 六、让顾客产生好感的技巧
- 七、针对顾客不同的反应和态度的应对技巧

QICHE XIAOSHOUYUAN SHIZHAN SHOUCE

一、礼仪与形象

礼仪，又称礼节和仪式。是从法语 Etiquette 演变而来的。原是法国法庭上用的一种通行证，上面写着进入法庭应遵守的事项。后来，其他各种公众场合也都制订了相应的行为规则。这些规则由繁到简，构成系统，并渐渐得到大家的公认，成为大家自觉遵守的“礼仪”。对汽车销售人员来说，礼仪不但是社交场合的一种“通行证”，而且还折射出该员工所在公司的企业文化水平和经营管理境界，也是体现其个人修养水平和业务素质的一种标志。礼仪有多种表现形式，不同的场合，不同的对象，有不同的礼节和仪式要求，因而懂得各种礼仪并能恰到好处地应用，是汽车销售人员的基本条件之一。

那么，作为汽车销售人员应该了解哪些基本礼仪内容呢？

（一）外表

部位	要求
头发	头发最能表现出一个人的精神状态，专业的销售人员的头发需要精心的梳洗和处理。洁净、整齐，无头屑，不染发，不做奇异发型。男性不留长发，女性不留披肩发，也不用华丽头饰。
眼睛	无眼屎，眼屎绝不可以留在眼角上。无睡意，不充血，不斜视。眼镜端正、洁净明亮。不戴墨镜或有色眼镜。女性不画眼影，不用人造睫毛。
耳朵	耳朵内外须清洗干净。无耳屎。女性不戴耳环。
鼻子	鼻孔干净，不流鼻涕。鼻毛不可以露出鼻孔。
胡子	刮干净或修整齐，不留长胡子，不留八字胡或其他怪状胡子。

嘴	牙齿要干净、整齐、洁白，口中不可留有异味。嘴角无泡沫，会客时不嚼口香糖等食物。女性不用深色或艳丽口红。
脸	洁净，无明显粉刺。女性施粉适度，不留痕迹。
脖子	不戴项链或其他饰物。
手	洁净。指甲要修剪整齐，双手保持清洁。不涂指甲油，不戴结婚戒指以外的戒指。
帽子	整洁、端正，颜色与形状符合自己的年龄与身份。
衬衣	衬衫要及时更换，注意袖口及领口是否有污垢；领口与袖口保持洁净。扣上风纪扣，不要挽袖子。质地、款式、颜色与其他服饰相匹配，并符合自己的年龄、身份和公司的个性。
领带	端正整洁，不至不皱。质地、款式、颜色与其他服饰匹配，符合自己的年龄、身份和公司的个性。不宜过分华丽和耀眼。
西装	整洁笔挺，背部无头发和头屑。不打皱，不过分华丽。与衬衣、领带和西裤匹配。与人谈话或打招呼时，将第一个纽扣扣上。上口袋不要插笔，所有口袋不要因放置钱包、名片、香烟、打火机等物品而鼓起来。记住西装需要及时熨整齐。
胸饰与女性服装	胸卡、徽章佩戴端正，不要佩戴与工作无关的胸饰。胸部不宜袒露。服装整洁无皱。穿职业化服装，不穿时装、艳装、晚装、休闲装、透明装、无袖装和超短裙。
皮带	高于肚脐，松紧适度，不要选用怪异的皮带头。
鞋袜	鞋袜搭配得当。系好鞋带。鞋面洁净亮泽，无尘土和污物，不宜钉铁掌，鞋跟不宜过高、过厚和怪异。袜子干净无异味，不露出腿毛。女性穿肉色短袜或长筒袜，袜子不要褪落和脱丝。鞋袜须搭配平衡，两者都不要太华丽，鞋子上不小心粘上的泥土要及时清理，否则当你进入会客场所时感觉不好，同样还会降低顾客对你的好感。



(二) 姿态

姿态	要求
站立	站立商谈的姿势： 站着与顾客商谈时，两脚平行打开，之间相距约 10 厘米左右，这种姿势比较不易疲劳，同时头部前后摆动时比较能保持平衡，气氛也能较缓和。 站立等待的姿势： 双脚微分，双手握于小腹前，视线可维持较水平线略高的幅度，气度安详稳定，表现出自信的态度。 当下列人员走来时应起立：顾客或客人；上级和职位比自己高的人；与自己平级的女职员。 女性站姿： 双脚要靠拢，膝盖打直，双手握于腹前。
男性坐姿	一般从椅子的左侧入座，紧靠椅背，挺直端正，不要前倾或后仰，双手舒展或轻握于膝盖上，双脚平行，间隔一个拳头的距离，大腿与小腿成 90 度。如坐在深而软的沙发上，应坐在沙发前端，不要仰靠沙发。如果往后仰则容易显得对顾客不尊重。忌讳：跷二郎腿、脱鞋、把脚放到自己的桌椅上或架到别人桌椅上。
女性坐姿	双脚交叉或并拢，双手轻放于膝盖上，嘴微闭，面带微笑，两眼凝视说话对象。
行走	男士： 抬头挺胸，步履稳健、自信。避免八字步。 女士： 背脊挺直，双脚平行前进，步履轻柔自然，避免做作。可右肩背皮包，手持文件夹置于臂膀间。



手势	指引： 需要用手指引某样物品或接引顾客和客人时，食指以下靠拢，拇指向内侧轻轻弯曲，指示方向。 招手： 向远距离的人打招呼时，伸出右手，右胳膊伸直高举，掌心朝着对方，轻轻摆动。不可向上级和长辈招手。
鞠躬	与顾客交错而过时，面带微笑，行 15 度鞠躬礼，头和身体自然前倾，低头比抬头慢。 接送顾客时，行 30 度鞠躬礼。 初见或感谢顾客时，行 45 度鞠躬礼。
视线	与顾客交谈时，两眼视线落在对方的鼻间，偶尔也可以注视对方的双眼。恳请对方时，注视对方的双眼。为表示对顾客的尊重和重视，切忌斜视或光顾他人他物，避免让顾客感到你非礼和心不在焉。视线的落点：平常面对面交谈，当双方对话时，视线落在对方的鼻间，偶尔可注视对方的双目，当诚心诚意想要恳请对方时，两眼可以注视对方的双目，虽然双目一直望着对方的眼睛能表现你的热心，但也会出现过于针锋相对的情景。
距离	商谈的距离：通常与较熟顾客保持的距离是 70~80 厘米，与较不熟悉的顾客的谈话距离是 100~120 厘米。站着商谈时，一般的距离为两个手臂长。一站一坐，则距离可以稍微拉近，约一个半手臂长。坐着时约为一个手臂长。同时保证避免自己的口气吹到对方。



握手：

何时要握手？	* 遇见认识的人 * 与别人道别 * 某人进入你的办公室或离开时 * 被相互介绍时 * 安慰某人时
如何握手？	手要洁净、干燥和温暖。先问候再握手。伸出右手，手掌呈垂直状态，五指并用，握手3秒左右。不要用左手握手。与多人握手时，遵循先尊后卑、先长后幼、先女后男的原则，如果不分一般按从近（身边）到远的顺序——分别进行，既不应挑跳，也不应同时握着两个人的手，不可越过其他人正在相握的手去同另外一个人握手。若戴手套，先脱手套再握手。切忌戴着手套握手或握完手后擦手。握手时双目注视对方，微笑致意，不要旁顾他人他物。用力要适度，切忌手脏、手湿、手凉和用力过大。
与女子握手	与女子握手，一定要等对方伸出手后再与之握手。一般只应握其手指部分，握手时用力轻、时间短，不可长时间握手和紧握手。掌心向左，切忌掌心向下。与年长于己或身份高于己者握手，与主人、年长者、身份高于己者见面，一定要等对方伸出手后再与之握手。与年长于己或身份高于己者握手，应稍稍欠身，为表示格外尊重和亲密，可以双手与对方握手。要按顺序握手，摇动的幅度不要太大。
注意握手 十“不要”	一、不要不讲顺序 二、不要掌心向下压 三、不要心不在焉 四、不要戴手套 五、不要持久握手 六、不要用左手握手 七、不要随处滥用双手握手 八、不要不讲“度” 九、不要过分客套 十、不要交叉握手

(三) 介绍、称呼、致意

自我介绍	在不妨碍他人工作和交际的情况下进行。 介绍的内容：公司名称、职位、姓名。 给对方一个自我介绍的机会。 您好！我是* *集团上海分公司的业务代表，我叫陈功。 请问，我应该怎样称呼您呢？ 作自我介绍时，表情、态度和姿势要自然，应面带笑容地看着对方；如方便，可握住对方的手作介绍；有名片的，可在说出姓名后便给对方递上名片。
介绍他人	介绍别人相识时，应先说“清允许我来为你们介绍一下”之类的话，接着说“这位是×××（称呼），这位是×××”。介绍到谁，就用右手（五指并拢，手掌向左或向上，切不可只用一个指头）指向谁。为了让对方听得更明白，可略作解释，如解释姓名的字形笔画等。此外还可以对被介绍者的职业、工作或其他情况作些说明，但切不可吹嘘，绝不能讲别人的隐私和婚姻状况、工资收入及怪习惯等，以免被介绍者尴尬、反感。 顺序：把职位低者、晚辈、男士、未婚者分别介绍给职位高者、长辈、女士和已婚者。如果介绍本组织或自己家中的人与来宾相识，则应先介绍本组织或自己家里的人，后介绍来宾。 国际惯例敬语（姓名和职位）。如：王小姐，请允许我向您介绍×××。 介绍时不可单指指人，而应掌心朝上，拇指微微张开，指尖向上。 被介绍者应面向对方。介绍完毕后与对方握手问候，如：您好！很高兴认识您！ 避免对某个人特别是女性的过分赞扬。 坐着时，除职位高者、长辈和女士外，应起立。但在会议、宴会进行中不必起立，被介绍人只要微笑点头示意即可。 被介绍时，被介绍的双方应相互微笑点头，坐着的，应站起来；如方便，还应互相握手问好；随身带着名片的，可互相交换名片。

