

汽车营销专家
朱松满/著



REWARD ME
WITH A
BUICK REGAL



炼成我 一辆别克君威

千台汽车销售是这样炼成的

“中国式乔·吉拉德”全情分享汽车营销成功秘籍★★

广东旅游出版社



REWARD ME
WITH A
BUICK REGAL

朱松满/著

奖我
一辆别克君威

千台汽车销售是这样炼成的

广东旅游出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

奖我一辆别克君威 / 朱松满著. — 广州: 广东旅游出版社, 2011.4

ISBN 978-7-80766-314-0

I. ①奖… II. ①朱… III. 汽车 - 销售 - 经验 ②朱松满 - 生平事迹

IV. ①F766②K825.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 043369 号

出版发行: 广东旅游出版社 (广州市中山一路 30 号之一)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 汕头市辉亿彩印有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 12

字 数: 110 千字

版 次: 2011 年 4 月第 1 版 2011 年 9 月第 2 次印刷

印 数: 1-3000 册

定 价: 45.00 元

如发现印刷质量问题, 请直接与印刷厂联系调换。



作者在他的办公室中。



作者（右）和上海通用新任总经理叶永明合照。



作者（左二）和上汽集团的董事长胡茂元（左三）、前上海通用副总经理孙晓东（右三）、上海通用别克售后总监孟峻（左一）合影。



←作者（左三）所在的合胜别克的销售顾问张佩苑（左二）获得上海通用全国金牌销售顾问总决赛第三名。

→作者（左）与 2005 年度亚洲小姐冠军王磊合影。





作者和他的江门合胜别克营销团队。



作者所在的江门合胜别克的售后前台接待团队。



作者所在的江门合胜别克的维修师傅们。



作者所在的江门合胜别克的强大维修团队。



在 2010 年举办的“江门首届大学生汽车销售体验营”中，作者（中间戴领带者）和大学学子一起。



↑ 2010 年，作者被授予“江门车市年度风云人物”称号。

← 作者为企业家开办营销讲座。



作者接受媒体采访。



←在车主活动中，作者
(右二)和小朋友们在一起。



→作者
(右)和员
工在一起。



目录 >> >> >> CONTENTS

序言

上篇：营销宝典

写在前面

第一章

车市纵横

汽车市场充满着竞争，充满着不确定因素，竞争品牌多不胜数，同级车型更新频繁，产品技术也一日千里，顾客的需求更是呈现多元化，身处市场第一线的营销人士，既要展现本品牌本车型的优势，更须巧妙应对各种类型的顾客，对顾客进行正确的引导。这与其说是一种推销技巧，不如说是一种双赢的艺术。

汽车销售前的准备	015
对待顾客的基本技巧	017
对待个别顾客的特殊技巧	023
灵活应对砍价的顾客	026

引导不同类型顾客选择汽车	028
汽车成交之后	040
成功销售案例分享	042
江门合胜销售部案例分析	044

第二章

营销管理

汽车市场营销管理，就是为了实现企业目标，创造、建立和保持与目标汽车市场之间的互利交换关系，而对设计方案进行分析、计划、执行和控制。车主定位、市场细分、选择目标市场、品牌发展、定价、创新和营销策略的实施，都是汽车营销管理的范畴，正确进行营销管理，对提升销售业绩能起到事半功倍的效果。

认识营销管理	065
汽车 4S 店的管理者能力	069
汽车销售顾问须具备的能力	073
关于营销的经典故事	077

第三章

难题和解决办法

我的领导王总常说：“办法总比困难多。”汽车销售看似简单，其实却是一个复杂的过程，总会碰到各种类型的难题，如何寻找顾客、如何争取顾客满意度、如何应对顾客的投诉，甚至在洽谈完成后如何更好地交付，这些都是销售顾问需要面对的问题，其做法巧妙与否，关系到顾客的忠诚度。

如何寻找顾客	097
如何让顾客满意我的服务	099

如何通过试乘试驾提高销量	100
如何让砍价不再延续	102
如何交车才能让顾客满意	104
如何让顾客感受专业的售后服务	106
如何达到最高销售境界	108
如何成为营销高手	110
如何应对顾客投诉	112

下篇：成长纪事

写在前面

第一章

少年立志

“少年负壮气，奋烈自有时！”小时候立的志向或许是幼稚懵懂的，但却是一个人最原始最直接的向往，为日后的奋发图强指明了方向。今天的成就，与我年少时的点滴趣事不无关系，父亲的榜样、母亲的教诲、与儿时同学打闹的琐事、捉蛙捕鱼捞蟹的经历……这些无不给我幼稚的心灵以深刻启迪，让我自少年时就立下志向。

龙溪第一泉	121
家里的第一张奖状	124
借米及捉蛙捕鱼的启迪	130
精明老师的印象	136
流金岁月的故事	140

第二章

青春躁动

哲人说：“一个成功的男人背后总有一位支持他的女人。”但我觉得，有时候，一个成功的男人之前也有一些令他伤心的女人，这也不无道理。在青春躁动的岁月，我因为平庸而在感情屡受打击，而这些挫折也让我的志向更坚定，目标更加明确。感谢挫折！

粉红色的初恋	147
办公室的交椅	154
夜合花的爱情	158

第三章

商海弄潮

有道是：“无商不奸。”还有句话是：“人在江湖飘，哪能不挨刀？”商海弄潮，处处有赚钱的机会，但也无处不存在诈骗的陷阱。初涉商海之际，我既幸遇扶我成长的贵人，更不可避免地遭遇鬼蜮伎俩的诈骗。这些经历，让我在以后的商业较量中更显成熟，而对于初涉商海人士，本章也有重要的参考意义。

改弦易辙的抉择	167
首都北京的奇遇	170
鬼蜮伎俩的诈骗	173

结语

书评摘录

Preface

序 言

当前，随着人们生活水平的提高，各式各样的轿车应运而生，你方唱罢我登场，新品牌、新车型琳琅满目，争奇斗艳。国内轿车市场竞争激烈，价格之战此起彼伏，这里隐藏商机，也给行业带来挑战。

20 世纪 90 年代，我在江门进口汽车服务有限公司工作；世纪之交，我任江门市美昌汽车贸易有限公司销售总监、江门市华天汽车销售服务有限公司（华天别克）总经理，后来，我辗转至汕头，任职汕头市建威经贸有限公司（建威别克）的总经理；直至今日，我在江门市合胜汽车销售服务有限公司（合胜别克）担任总经理，在社会上我还担任江门市汽车销售服务行业协会的会长。前前后后，十多年摸爬滚打在这个如火如荼的轿车市场，笑看风云变幻，也阅历潮涨潮落，几许风雨，有挫折失意更有成功喜悦。

每一发奋努力的背后，必有加倍的赏赐。我干这行业最欣慰的莫过于得到两辆轿车的奖赏，一辆是 10 万元的别克赛欧，另外那一辆是 20 多万元的别克君威。那么我还是用“奖我一辆别克君威”为书名，相信它对不少爱车一族或从事汽车市场的新手都是开卷有益的。一辆别克君威轿车的奖赏，本来不算什么，也不值得张扬炫耀。但是，令我感怀难忘的是其中前前后后的故事。我觉得自己积累的那些营销技巧、经营理念、销售理念、服务理念、管理理念，尽管不是金科玉律，可也毕竟是宝贵难得的。

近年，我多次接受江门五邑大学、江门技术职业学院、江门技术学院等学校邀请去开堂讲课，向在校学习汽车营销的大学生现身说法，即席答辩，受到师生的热烈欢迎。有的大学教授也以赞许的口吻提议：“你的演讲这么精彩，是否出版一本这方面的书籍？”当我犹豫时，李桂生教授接着说：“如果你的书出版了，我帮你

在江门五邑大学开签售大会，宣传和推销你的书，怎样？”我说：“如果我写好书真的能帮我开签售大会吗？”回答是肯定的。这建议令我心动——享受成果并与他人分享，这正是人生最大的乐趣呀！

此书如何写？我自从2002~2004年在上海同济大学进修“EMBA”之后，很少时间去写文章了，就算是写，多是一些培训讲座的提纲、讲稿，可是要结集成书，这使我颇费心思。如果你认为《奖我一辆别克君威》一书是凭空虚构的文艺小说，那么你就错了，因为这是本人的自传实录，年少岁月的生活启迪、青春年华的努力工作、人到中年的奋斗历程，无不是我真实生活的写照。

此书根据本人之人生经历分成上下两篇，上篇主要谈汽车销售技巧，是我从事汽车行业十几年来积累的经验，从中得出的点点体会，基本以故事、案例来阐述观念和事理。不得不承认，我工作上的处事风格和个人魅力，与我从小到大的个人经历息息相关，这也算是春天播种秋天收获吧。所以，本书的下篇为个人成长经历，那些欢乐的年少岁月、羞涩的青春年华、辗转的职场历程，点点滴滴都影响着我的成长。更重要的是，我希望从我的成长经历中，对大家如何抉择有所启发。人生最善良的行为是奉献，既然生活对我不薄，我也要回报社会，回报生活，这就是出版此书最大的旨意。

男儿不展凌云志，空负天生八尺躯。也许你在人生奋斗里程中的运气比我更好，生活会馈赠你一幢别墅，一座工厂！

最后，得感谢鼓励我写书的江门五邑大学的李桂生教授，感谢鼎力支持修编、润色的江门文广新局艺术科的叶先生，感谢说服我从事销售业务的关永雄先生，感谢最初给我机会做销售业务的谭厂长，感谢教我如何做一个胸襟广阔的人的区毅辉先生，感谢提供销售案例的江门合胜别克的同事，感谢上海通用汽车给我这么好的平台，感谢所有关爱我的各界朋友！

特别是一些颇有身份地位的朋友，看了此书的章节初稿就纷纷为此题词祝贺，在此再次表示衷心感谢！



2011年元月

目录 >> >> >> CONTENTS

序言

上篇：营销宝典

写在前面

第一章

车市纵横

汽车市场充满着竞争，充满着不确定因素，竞争品牌多不胜数，同级车型更新频繁，产品技术也一日千里，顾客的需求更是呈现多元化，身处市场第一线的营销人士，既要展现本品牌本车型的优势，更须巧妙应对各种类型的顾客，对顾客进行正确的引导。这与其说是一种推销技巧，不如说是一种双赢的艺术。

汽车销售前的准备	015
对待顾客的基本技巧	017
对待个别顾客的特殊技巧	023
灵活应对砍价的顾客	026