

天下没有难卖的车



汽车销售业绩提升书系

步步为

汽车销售顾问
职业化训练

赢

顾问式培训首席导师 肖晓春 著

价值万金
的企业内部
培训学院
实战教程



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



天下没有难卖的车

汽车销售业绩提升书系

步步为赢

汽车销售顾问
职业化训练

顾问式培训首席导师 肖晓春 著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书根据汽车销售顾问实际工作中遇到的具体问题，大量采用汽车销售第一手实战案例，将实战的销售技巧与销售妙语、销售技法贯穿于销售流程之中，通过案例讨论、情景模拟以及实战问题诊治等方式，让读者朋友全程参与，切身体会并掌握行之有效的销售实战技巧与方法，从根本上把握与推进客户购买进程，快速提升汽车销售成交率。

本书最大的特点是从细节入手，注重销售顾问基本素质培养。接待客户、车辆展示与介绍、客户联络与跟进、试乘试驾体验、促成订单、售后服务，汽车销售的每个环节都需要注意细节问题，这是决定销售成败的关键。

这是一本十分奏效的实战性书籍，它会使您在与客户交流的过程中时刻把握住主动，实现销售业绩的快速提升！本书适合于汽车4S店店长、汽车销售经理以及汽车销售顾问等人员珍藏阅读。

图书在版编目（CIP）数据

步步为赢：汽车销售顾问职业化训练/肖晓春著. —北京：机械工业出版社，2009.4

（汽车销售业绩提升书系）

ISBN 978-7-111-26619-8

I. 步... II. 肖... III. 汽车—销售 IV. F766

中国版本图书馆CIP数据核字（2009）第040212号

机械工业出版社（北京市百万庄大街22号 邮政编码100037）

责任编辑：管晓伟 责任校对：刘志文

封面设计：鞠 杨 责任印制：李 妍

中国农业出版社印刷厂印刷

2009年5月第1版第1次印刷

169mm×239mm·14.75印张·283千字

0001—4000册

标准书号：ISBN 978-7-111-26619-8

定价：38.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换
销售服务热线电话：(010)68326294

购书热线电话：(010)88379639 88379641 88379643

编辑热线电话：(010)88379949

封面无防伪标均为盗版

汽车销售业绩提升的解决之道

肖晓春

恭喜您，亲爱的读者朋友：您现在阅读的是价值万金的企业内部培训学院教程，来源于顶级汽车企业中国市场一线实战，囊括国际领先的汽车营销、营销管理与培训模式精华，包含核心流程、高效方法、实战技巧以及操作细节，确保您上午学完，下午就能使用。



汽车销售顾问是客户在汽车4S店接触的第一件“商品”，客户到底购买谁家的汽车，在很大程度上取决于销售顾问的言谈举止和销售服务水平。很多汽车4S店销售顾问可能每天都少卖了三五辆车，甚至在无意识中驱赶顾客、流失利润！可他们自己及其老板却浑然不知！其实这一切都源于汽车销售顾问采用了不合理的沟通方式，形成了有缺陷的销售习惯。

目前中国80%的汽车企业和汽车4S店，其销售人员普遍缺乏专业、系统和有效的培训！因此，对汽车销售人员进行专业的销售技能培训，是汽车企业与汽车4S店能够胜出的最简单有效的措施，也是低投入、高产出、快速回报的投资之一！

《妙语连珠：汽车销售实战情景训练》一书，是“妙语连珠：汽车销售实战情景训练营”及其同名培训光盘的完整教材，其精彩内容没有任何删减，包括86种实战情景，172个销售绝招，

208 例销售妙语，上午学完，下午能用！该书根据汽车销售人员实际工作中遇到的具体问题，大量采用汽车销售第一手实战案例，将实战的销售技巧与销售妙语贯穿于销售流程之中，通过案例讨论、情景模拟以及实战问题诊治等方式，让读者全程参与，切身体会并掌握行之有效的销售实战技巧与方法，从根本上把握与推进客户购买进程，提升汽车销售成交率！

《步步为赢：汽车销售顾问职业化训练》是“步步为赢：汽车销售顾问职业化训练营”及其同名培训光盘的完整教材，是多名专家跟踪调研数百位销售精英，潜心研究总结出的“销售天龙八部”。多年实践证明，天龙八部，步步为赢；业绩提升，立竿见影！有趣的是，原来以为自己业绩不太可能大幅度增长的销售人员，学习“天龙八部心法”，把自己激励成“超人”，并修炼随时随地创造销售机会、超级赞美不露痕迹等销售心法，3个月内业绩提升30%！进一步研习“天龙八部技法”，钻研 USP 商品独特卖点提炼、FAB 精准切中顾客需求等销售技法，半年内业绩劲升50%！最后进修“天龙八部战法”，掌握客户跟进方式与策略以及解除客户异议的万能公式等销售战法，1年内业绩飙升100%！

成功最重要的方法——就是学习和观察！

成功最快捷的方法——就是模仿和创造！

成功最简单的方法——就是复制成功者的成功方法！

为帮助广大汽车销售企业及汽车4S店切实提升销售业绩，我们历经10余年的潜心研究和实践，开发出“销售话术规范+实战情景训练”的顾问式培训新模式。通过深入汽车企业、4S店调研分析，运用专业咨询诊断的方法，找出期待解决的问题及其根源，为汽车企业和4S店提供完全针对性的解决方案，实施量身定做的培训课程，并跟踪培训效果，直接转化为生产力。这



种顾问式培训可以为汽车销售顾问提供成功的经验借鉴，不仅对他们的日常工作起到“参考”和“提示”作用，还能够通过在销售话术中设立“关键点”来提高销售服务的专业性，提升顾客的满意度，使终端销售人员3天内成长为销售高手！且成本低、见效快、实施简单！

“汽车销售业绩提升书系”的出版，要感谢机械工业出版社汽车分社社长杨民强老师的大力支持，特别是策划编辑管晓伟老师及其同事们的辛勤劳动，我们在编撰往来中碰撞出不少创意火花，对此表示最真挚的感谢！

感谢我的合作伙伴张果宁、林川、龚震波、叶素贞、王颂舒、张建华、郎春敏、孔繁雪、李巧仪、李利珍、刘红梅、丛珊、肖艳芳、叶艺明、孙桂生、刘少芝、林丽梅、何丽秋、叶伟驱、林月好、肖建芳和王娜，感谢他们的支持与付出。

由于每个企业的实际情况有所不同，国际汽车营销管理培训专家团，可以为读者朋友提供汽车企业及4S店年度内训定制、汽车销售实战情景训练解决方案顾问式培训等超值服务，详情请见本书末页“汽车销售实战情景训练解决方案”简章，联系邮箱：f6868@126.com，欢迎业务交流。

恭祝所有的新老朋友们百尺竿头，更进一步！



目 录

CONTENTS

汽车销售业绩提升的解决之道

第一章 卖车功夫在车外	1
塑造汽车销售顾问职业形象	3
主动拓展人脉, 开发潜在客户	8
将 80% 的精力花在 20% 的客户上	11
随时随地创造销售机会	15
给客户持续的关爱	18
将自己激励成超人	22
第二章 初次接待客户	27
迎接客户进店	29
递送名片与自我介绍	32
不同类型客户的心理特点与接待技巧	35
设计吸引客户的开场白	38
超级赞美不露痕迹	41
自然而然地主导并控制话题	45
恭送客户离店	50

第三章 车辆展示与介绍	53
引导客户主动说出自己的需求	55
汽车的静态展示	60
“FAB”利益介绍法	64
六方位绕车介绍法	67
横向比较——强化自身，弱化对手	78
车辆展示的构图法	82
车辆展示中需要注意的问题	85
第四章 客户联络与跟进	89
让客户留下自己的资料	91
客户跟进的流程	95
对客户资料归档整理	97
客户跟进方式与策略	99
成功跟进所要达成的目标	102
客户离开一周后的回访电话	105
“AIDA”电话沟通技巧	112
第五章 试乘试驾体验	115
试乘试驾前准备	117
试乘试驾流程	119
销售顾问主导的试乘试驾体验	121
引导客户的积极体验	124
试乘试驾的结束	128
第六章 嫌车才是买车人	131
是什么引起客户异议——不专业	133



汽车销售中的常见异议	138
无需澄清的异议	142
解除客户异议的万能公式	146
妥善处理客户异议的九种方法	148
价格异议的处理	156

第七章 促成签单	163
是什么阻碍交易的达成	165
捕捉促成交易的信号	168
主动对客户说：“我们成交吧！”	173
三招战胜客户最后的犹豫	176
经典汽车销售成交方法	180
签订汽车销售合同	187
避免客户成交后的后悔	190

第八章 汽车售后服务	193
及时的交车服务	195
交车的流程	197
让客户满意的售后服务	207
妥善化解客户的不满和投诉	212
要求客户为自己引荐	217





第一章 卖车功夫在车外

汽车销售高手=30%的车内功夫+70%的车外功夫。车内功夫是指对汽车行业、品牌、型号、性能、展示等专业知识的运用自如，这些通过学习和实践，可以在较短的时间内掌握；而车外功夫是指销售顾问所具备的综合素质，如销售的职业技能、专业的服务心态、良好的人脉关系等，需要长时间的学习、实践、积累和更新！

塑造汽车销售顾问职业形象

汽车销售顾问是指为客户提供顾问式的专业汽车消费咨询和导购服务的汽车销售服务人员。即以客户的需求和利益为出发点，向客户提供符合客户需求和利益的产品销售服务，其具体工作有：客户开发、客户接待、销售导购、客户跟进、销售洽谈、销售成交等，还可能涉及到汽车保险、上牌、装潢、交车、理赔、年检等业务的介绍、成交或代办等。

汽车销售是一项专业性非常强的工作，因为汽车是由数万个零件所组成的精密机器，同时又由于不同的品牌、车型、配置以及价格等等构成了不同的消费倾向，要让客户认同汽车销售顾问的推荐并欣然做出投资决定并非一朝一夕的事，销售顾问只有让自己成为专业的汽车销售顾问，才有可能说服他们。

为成功而打扮——让客户第一眼就认可

第一印象往往是深刻、长久而重要的，客户总是希望与那些衣着整齐、修饰有度、彬彬有礼而又具有专业知识的销售顾问进行交流。和蔼的笑容，得体的外表，恰到好处的肢体语言都会为你的专业形象加分，从而取得客户的信赖。专业的销售顾问形象可以有效地营造一种差异化的销售氛围，增强产品的说服力，让



客户从看到你的第一眼就认可你的专业素养。

一般来说，各大品牌 4S 店都对销售顾问的着装有统一的要求，选择的服装多为单色套装，这可以传达给客户一种专业、严谨、沉稳的职业形象，让客户在看到销售顾问的第一眼就认可他们的职业能力。但是仅仅依靠 4S 店统一的着装还不足以展现销售顾问的专业化顾问的形象，所以你还需要为自己的成功支付“第一笔”投资——购置一套职业套装，作为你在展厅以外会见客户的战衣。另外，你还必须从细微处着手去建立与客户相处的信心，让自己从头到脚，每一根发丝，甚至身上每一道褶皱都体现出专业的作风。



汽车销售顾问专业形象规范一览表

项目	内 容		
	要 求	男 性	女 性
头发	洁净、整齐、无头屑。不论什么发型都要梳理整齐，不披头散发，不留、染怪异的发型和颜色，肩、背上无散落的头发	不留长发，前不过眉，侧不过耳，后不盖衣领，也不要留光头	发型应大方得体，高雅干练，如果是长发，最好盘在脑后，注意不要用过华丽的发饰
面部	不在工作场所佩戴墨镜或有色眼镜；同时要注意面部的清洁，应做到眼睛无眼屎，鼻毛不外露，耳朵内外干净	不要穿耳孔、戴耳环；胡子应刮干净、修整齐	最好不戴耳环，可化淡妆、施薄粉、描轻眉、唇浅红
口腔	注意口腔卫生，保持牙齿整齐洁白，口中无异味；有吸烟习惯的应及时清除牙斑和色素沉着；与客户洽谈时也不要嚼口香糖		
身体	勤洗澡、勤换衣物，避免身体异味；不要使用刺鼻的香水；不穿有汗渍的衬衣		
手	保持双手和袖口的整洁；勤剪指甲，不要修剪成奇怪的造型，不要着色，不留长指甲；手掌上不能有多余的死皮；不戴除结婚戒指外的其他戒指，注意保持手的湿润与柔软		

(续)

项目	内 容		
	要 求	男 性	女 性
服装	口袋	西装的上衣口袋不要插笔，全身所有口袋不要因放置钱包、名片、香烟、打火机以及钥匙等物品而鼓起来	
	领带	男性在正式场合通常应该穿西装、打领带，领带应端正整洁，不歪不皱。质地以真丝为佳，尽量选择中性颜色，最好不要佩戴印有公司标记的领带，质地、款式与颜色应与服饰匹配，尤其要避免条纹领带搭配条纹西装/衬衫或格领带配格西装/衬衫，同时还要符合自己的年龄、身份和公司的个性，不要过分华丽。系领带时，其长度以其下端不超过皮带扣的位置为标准，一般情况下可以不用领带夹	
	领袖口	着装时应保持领口与袖口的干净，第一颗扣子要扣上，热时也不要撩起袖子。西装上衣领子不要别徽章，最好不戴饰物；女性佩戴首饰时要注意搭配得体	
	皮带	高于肚脐，松紧适度，带头造型不怪异。皮带的品质应与销售的汽车档次相匹配，达到人车合一的协调性	
	袜子	应选择素雅、深色的袜子，避免穿白袜子，以免分散客户的注意力；女性应穿丝袜，要高于裙子下摆（最好是连裤袜），无论是坐还是站都不能露出大腿，注意不要穿跳丝或是有破洞的丝袜	
	皮鞋	应保持清洁、光亮，无尘土和污物，鞋底与鞋侧同样保持清洁，不要有碰撞磨损，鞋跟不宜过高、过厚或是怪异，最好不要钉铁掌	

你的外表细节无不体现了你的专业素养，是你留给客户最直观的第一印象，也是客户判断你是否专业的重要标准。作为一位专业的销售顾问，你必须能让客户在看到你的第一眼就对你充满了信心，愿意与你交谈，想向你咨询，并听从你的建议，接受你的销售与服务。

三位一体的汽车销售顾问

汽车销售顾问不仅仅是普通的销售代表，更应是集汽车销售顾问、厂家和客户之间沟通的桥梁以及汽车厂商利润中心的三位



一体的角色。在销售进行到不同的阶段，销售顾问应该随时转换自己的角色，实现客户与厂商的双赢。

客户的汽车销售顾问——客户购车的参谋

专业的销售顾问都是客户购车时的参谋，通常能站在客户的角度考虑问题，帮助客户消除对销售商的疑虑，给予客户一个较为宽松的购车环境，让客户实实在在地体会到销售顾问是在为他们着想，并帮助他们进行最有效的投资。

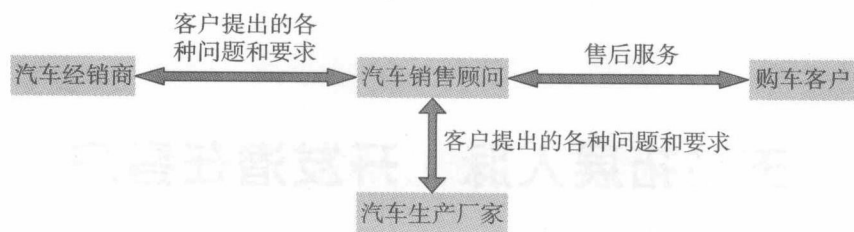
与此同时，汽车销售顾问也十分关注客户的购车需求，分辨客户对汽车产品是“需要”还是“想要”，并为客户推荐最适合的车型。一般来说“想要”只表明客户对汽车产生了兴趣，至于什么时间购买，预算是多少都还没有一个清晰的概念，这时他们来到展厅多半只是“随便看一看”，“走一走”；而“需要”则表明客户有明确的购车要求，在购买的时间、预算金额、品牌和车型都有一个清楚的规划。

另外，汽车销售顾问不同于一般销售顾问之处就是不仅能用最易于客户理解的通俗的语言表达出来，更具有专业的汽车销售知识，足以让客户从“顾问”的一句简单介绍中就掂量出专业的分量。

沟通汽车厂商与客户的桥梁——有效传递信息、反馈和要求

汽车销售顾问的工作并不仅仅是销售汽车，同时要在客户晋升为车主后，继续做客户和厂商沟通的桥梁，及时通知客户厂商的相关优惠政策，并向厂商反馈客户提出的各种产品与服务方面的问题和要求，必要时甚至与制造企业沟通协商，力求使产品和服务更加完善，并力争使汽车厂家、经销商与客户之间达到多方共赢的局面。





汽车厂商的利润中心——寻求企业最大利润

汽车销售顾问虽然要站在客户的角度考虑问题，但归根结底还是汽车厂商的工作人员，因此在整个销售过程中要始终考虑厂商的利益，应该在确保厂商利益的基础上满足客户的需要，在维护厂商利润的基础上让客户愉悦地购车。同时也不忘在厂商利益最大化的同时开拓客户良好的口碑与后续市场的营利能力，要让客户意识到厂商是随时把客户放在重要的位置上。

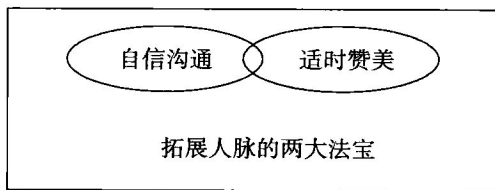
汽车销售顾问必须让自己成为集汽车销售顾问、厂家和客户之间沟通的桥梁以及汽车厂商的利润中心三位一体的专业汽车销售顾问，还要成为客户的朋友；你既是捕捉客户心理变化的心理学家，同时也是能化暴戾为祥和的外交家。



主动拓展人脉，开发潜在客户

美国斯坦福研究中心调查显示：一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自关系。业绩不佳的汽车销售顾问往往喜欢待在汽车展厅里“守株待兔”等客上门，而真正的销售高手则善于主动出击，拓展人脉关系，开发潜在客户。

卡耐基说“成功的85%取决于你与人交往的能力和魅力。”主动拓展人脉的两大法宝就是“自信沟通”和“适时赞美”。“自信沟通”就是主动抓住机会了解他人，例如询问和倾听他人的需要、渴望、能力与动机，并给予适当的反馈。而“适时赞美”就是懂得如何让潜在客户更开心。简单而言，主动拓展人脉的关键就是“说好话，听好话”。



除了拥有“自信沟通”和“适时赞美”的能力，要提升人脉竞争力，你还要遵守以下守则：