

汽车美容店

金

牌店长

美容店长百炼成金的红宝书
普通店员晋升店长的参考书
业主培训金牌店长的教科书

陈勇 朱红兵 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

要點容內

汽车美容店金牌店长

高銷票管册又木好新知加蓋疑弄自管銷計才充加以能員人业从，争博案跟
以吉的会向五真式选，本人之复整

陈勇 朱红兵 主编

謝 謝 (CIP) 目 錄 索 引 附

册册：京北一，能于另选求 册册：京北一，能于另选求 册册：京北一，能于另选求
册册：京北一，能于另选求 册册：京北一，能于另选求 册册：京北一，能于另选求

ISBN 958-7-11-8827-8

商一發

1. CIP 目 錄 索 引

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

册册：京北一，能于另选求

机械工业出版社



内容提要

本书从汽车美容店店长应具备的基本素质展开讲解,既包含了关于汽车美容技术的分析和实例介绍,又涵盖了关于汽车美容店的经营技巧,主要内容有岗位设计、卖场商机、促销方法、人员管理、顾客分析和驻店管理案例等,从业人员通过阅读本书能将自我塑造成既懂技术又懂管理的高级复合人才,成为真正的金牌店长。

机械工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

汽车美容店金牌店长/陈勇,朱红兵主编. —北京:机械工业出版社,2009.6

ISBN 978-7-111-26952-6

I. 汽… II. ①陈… ②朱… III. 汽车—车辆保养—商店—商业经营 IV. F719.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第065791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:杜凡如

版式设计:霍永明

封面设计:鞠杨

责任印制:王书来

三河市宏达印刷有限公司印刷

2009年6月第1版·第1次印刷

787mm×1092mm·12.75印张·2插页·198千字

标准书号:ISBN 978-7-111-26952-6

定价:33.00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

言序

中国汽车消费的日益旺盛，形成了汽车后市场巨大产业链。广阔的市场前景吸引众多资金进入。随着人们生活水平的提高和消费能力的增强，人们不再满足于将汽车只作为“代步工具”，而对汽车的舒适性、美观性以及崇尚自我个性方面提出了更高要求。因此，汽车美容行业得到前所未有的迅猛发展，全国各地如雨后春笋般地纷纷投资建店，各地大小汽车美容店一派繁忙景象。

最近几年，国内汽车美容行业的走向逐渐清晰化，过去传统的汽车美容服务项目即洗车附带打蜡的模式，已经远远不能满足现代车主的需求。汽车美容业正朝向集汽车美容、装饰、改装、快修、养护和汽车俱乐部等综合性服务为一体的方向发展，为车主提供保姆式服务，让有车一族更省钱、省时、省心。掌握核心技术、经营项目有特色、管理规范的品牌连锁业企业将是未来汽车美容行业的强者。与此同时，汽车美容业对从业人员的要求也在不断提高，专业程度高、管理能力强、知识面丰富的汽车美容业店长人才，已经成为业内的香饽饽，这样的人才在很多地区重金难寻，甚至许多投资人除了开出高薪待遇还许诺分配干股。人才已经成为制约汽车美容业发展的最大瓶颈。

汽车美容店作为相对独立的经营实体，店长的重要性是不言而喻的。店长作为企业各项方针政策和经济指标的推进者与落实人，对于美容店获得良性发展，立于不败之地，起着至关重要的作用。

本书作者从实战经验出发，梳理出汽车美容行业店面管理的特点和店面营销精髓，结合当前汽车美容业市场现状，从专业、管理到营销全方位、多角度地为读者提供参考，是本行业终端零售店面经营管理的有效工具书，也是一部不可多得的汽车美容店店长学习的好教材。

梅昭志

前言

近年来，汽车消费不断地呈上升趋势，而一般消费者对爱车的维护知识非常有限，意味着专业、规范、优质的汽车售后服务业在将来的汽车消费市场中发展潜力将十分巨大，这也正是构建“绿色、环保、快捷、规范化”汽车服务机构的的目的之所在。汽车美容、养护、装饰、快修以及新车改装等服务市场利润率高达40%以上。

汽车美容养护业在中国应运而生，前景非常广阔，必将成为中国汽车后市场的重头戏。未来生活和工作的节奏将大大加快，汽车将不可避免成为大众的代步工具，汽车美容养护服务必将成为大众日常的消费内容。

据权威调查显示：一个优秀的汽车美容店店长能够提升店面营业收入的30%。这是一个相当可观的数字。店长作为店面的灵魂人物，在店面的日常经营运作中发挥着至关重要的作用。而一个优秀的店长，也并非人人可以胜任，他必须要具备出色的职业素养与非凡的魅力。

为编写本书，作者深入业内众多知名企业调查研究，收集素材，得到企业老总们的帮助与指导。在此感谢以下单位对本书提供的帮助：常州大学城科教中心、江苏省江都市职教集团、山东省交通技术学院、山东奥世洁汽车美容学校、中国汽车影音网、青岛美鹰国际贸易有限公司、南京年发实业有限公司、常州名门汽车服务有限公司、江都巨众汽车服务有限公司、上海追得玻璃窗膜有限公司、北京龙天车友商贸公司、上海华枫汽车用品有限公司、意大利老人头国际发展集团、上海帕坦汀汽车用品有限公司和杭州欧特隆汽车用品超市有限公司。

本书由陈勇和朱红兵任主编，参与编写的还有付荣伟、李传龙、曹栋梁和汪渊等。由于编者的知识面有限，书中难免会出现疏漏之处，所以，在此恳切希望广大读者给予批评指正。

编者

02	顾客内容	第三章
03	表册内容	第四章
10	游间站突员主营乱容美平汽	第五章
25	网案能别典经平汽	第六章
28	术器用常容美平汽	第七章
28	目 录	器具工容美平汽	第八章
00	术器用常容美平汽	第九章
111	网UP客回术器用常容美平汽	第十章
131	野管出新器用岗乱容美平汽	第十一章
序	说理自岗乱容美平汽	序一
前 言	序前体发理国汽	序二
第一章 认识汽车美容业	1
第一节 汽车美容概述	2
第二节 汽车美容业的发展前景	5
第三节 汽车美容服务项目	6
第二章 店长的角色扮演	10
第一节 店长的角色定位	10
第二节 店长的职务内容	11
第三节 店长的工作职责	12
第四节 金牌店长的素质要求	13
第三章 店面精细化管理	18
第一节 店面调研分析	18
第二节 岗位设计	22
第三节 薪酬设计	24
第四节 人员的招募和培训	25
第五节 人事管理	31
第六节 店长应急事务手册	35
第四章 汽车美容店整合营销模式	39
第一节 店内宣传展示	39
第二节 宣传方式及传递渠道的选择	43

第三节	客户管理	50
第四节	客户服务	53
第五节	汽车美容店营业员实战训练	61
第六节	8个经典促销案例	73
第五章	汽车美容常用技术	82
第一节	汽车美容工具与设备	82
第二节	汽车美容常用技术	90
第三节	汽车美容常用技术问答 50 例	111
第六章	汽车美容店岗位标准化管理	134
第一节	汽车美容店岗位职责	135
第二节	常用绩效考核表	165
第三节	常用管理制度	169
第七章	实战驻店管理案例	185
第一节	走差异化竞争道路来突围——南京帕博专业贴膜 工作室	185
第二节	投资 700 万装修大店重新营业——南京年发实业 有限公司	187
第三节	导入行业前沿理念全面整改——泰州新万科汽车 美容广场	190

第一章 认识汽车美容业

中国的汽车工业保持了持续快速的增长，其强劲的发展势头带动了整个汽车产业链上各个环节的高速运转，尤其是以整车售后服务为代表的汽车装饰美容业。在汽车保有量急剧增长的刺激下，汽车装饰美容业出现了百家争鸣的繁荣局面。汽车美容店长，应从汽车美容业历史背景、当前环境、未来趋势等全方位多角度去学习掌握更全面的知识，方能规划管理好自己所要经营管理的店面。国内的汽车美容业最早由东南亚传入广东沿海城市，广东称得上是国内汽车美容业的发源地。我们首先来了解一下当前汽车用品生产制造业四大集中地及比较知名的汽车用品批发市场：

1) 广东：国内最早的汽车用品生产发源地，在业内著名的品牌较多，如：铁将军、小提琴、五羊、好帮手、华阳、三九车仆、彩虹和保赐利等。

2) 浙江：浙江的汽车用品行业从哪一年开始似乎难以界定，但是嘉兴和宁波的汽车扬声器、HID，台州市路桥区、天台温岭的汽车内饰用品，各家生产都蒸蒸日上。以生产汽车两季座垫、汽车脚垫、汽车香水为主的天台县如今被誉为“中国汽车用品生产基地”。

3) 河南：以生产羊剪绒汽车座垫为主，已经形成了规模很大的产业，其中比较知名的品牌有尼罗河、牧宝、雪峰等，由于产品生产地的优势，近年来“夏季郑州汽车用品展”成为业内最火爆的专业展会之一。

4) 黑龙江兰西：以生产汽车亚麻座垫而著称，国内几乎 80% 的汽车亚麻座垫都来源于这里，亚麻汽车座垫已成为当地的支柱产业。同时兰西也是国内最大的亚麻汽车座垫集散地，每年 10 到 11 月份，全国各地汽车用品的大批发商就会聚集在这里，订购来年所需要的亚麻汽车座垫。比较知名的汽车亚麻座垫品牌有：冰峰、车夫、老人头、雪中花等。

作为从事汽车美容业的店长，我们不仅要知道汽车用品的生产地，更为重要的是要了解汽车用品的采购地，在哪里进货方便、价格合理、物流快捷等。这里为大家简单介绍一下国内汽车用品比较著名的采购地。

1) 广州: 永福路以市场规模大、产品全、价格低而著称, 早些年国内大部分汽车用品生产厂家的产品都经过这里流向全国各地市场。

2) 山东临沂: 华丰汽车用品市场以产品价格低、物流方便辐射到中国北方大多数地方, 有广州永福路翻版之称。

3) 北京: 六里桥汽车用品一条街。有句话道出这里的买卖兴隆: “白天做全国的生意, 晚上做北京的生意”。白天很多外地的客户来这里进货, 晚上北京当地的很多店铺会在这里进第二天需要的货。这里晚上经常要营业到 11 点。

4) 上海: 以代理国际知名品牌见长, 这里有很多我们业内熟悉的国际品牌, 如: 3M、威固、龙膜、舒热佳、莱福、SONAX、卡泰克、流氓兔和 F1 等。

随着汽车后市场的快速发展, 催生了各地汽车装饰用品流通业的发展。近年全国各地都形成了地方性的汽车用品批发地, 更加便捷地服务当地汽车美容零售店。如: 长沙三湘汽车用品广场、成都肖家河沿街、南京大明路、济南西郊世购广场、郑州宏达广场、西安汇能汽车用品广场、太原建设路和沈阳荣富广场等。谈到汽车美容业, 我们不得不提起广东人对行业的贡献, 最早的汽车美容业存在很大的技术堡垒, 比如安装汽车防盗器、汽车贴膜这类属于比较难的技术活, 都是以广东增城人为代表的广东籍前辈们攻克的。他们在国内各个城市开店, 仅在江苏一个省份, 增城商会就多达 300 多人, 在江苏境内增城人投资比较著名的大店有: 南京年发、常熟车乐福、扬州羊城车之家、张家港五羊等, 是他们最早在国内推动了汽车装饰美容业的发展。

第一节 汽车美容概述

一、什么是汽车美容?

“汽车美容”源于欧美发达国家, 英文名称为“Car Beauty”或“Car Care”。

汽车美容随着整个汽车产业的高速发展, 已达到非常完善的地步, 也有人称这一行业为“汽车保姆”(Car Care Center)。汽车美容的功能一般界定为三个层次, 第一个层次是自理性保养: 车主自己购买车蜡、清洁剂等普通的养护用品自行对汽车进行简单的清洗防护。第二层次是浅性服务: 如贴太阳膜、保护膜, 内饰品安装, 漆面简单处理、抛光翻新等, 依赖一般的快修店服务。第三个层次就是专业的汽车美容服务: 运用现代高新技术手段, 倡导汽车文化理念, 对爱车进行全方位的美容护理, 体现出车主的性格、修养、生活观及喜好。汽车美容的新概念, 不只是简单的汽车打蜡、

除渍、除臭、吸尘及车内外的清洁服务等常规美容护理,还包括利用专业美容系列产品和高科技技术设备,采用特殊的工艺和方法,对漆面增光、打蜡、抛光、镀膜及深浅划痕处理,做全车漆面美容、底盘防护装甲处理和发动机免拆清洗等一系列养车技术,以达到“旧车变新,新车保值”的目的。

二、汽车为什么要美容?

汽车美容就如同人们护理皮肤一样,皮肤得不到爱护就会变得粗糙,失去弹性和光泽,就会未老先衰,汽车的美容保养也是一样。通常车身表面、底盘、室内会受到以下多方面的侵害:

(1) 紫外线对汽车漆面的侵害 阳光中含有强烈的紫外线,汽车油漆经过长期的阳光照射,漆层内部的油分会大量损失,漆面变得日益干燥,会出现失光、异色斑点,甚至龟裂。

(2) 有害气体对漆面的侵害 大气中的有害气体,如二氧化硫、二氧化碳、二氧化氮等含量随着全球大气污染的日益严重在增加。在高速行驶中,汽车车体与空气摩擦使车身表面形成一层强烈的静电。静电吸附的灰尘、有害气体分子附着物逐渐加厚,时间久了就会形成一层顽固的交通膜,持续损伤漆面。由于交通膜的产生,使得原来很光亮的车身变得黯淡起来,颜色也不再那么鲜艳,同时严重影响以后上蜡的质量。

(3) 雨水、雪水对漆面、底盘的侵害 由于工业污染,使雨水中二氧化硫、二氧化碳、盐分及其他物质的含量越来越多而形成酸雨,造成对漆面的持续侵害。

(4) 其他因素对车漆的损害 汽车在运行过程中也会受到外界的伤害,如车漆被硬物等划伤、鸟粪和飞漆等粘附于漆面而形成的侵害。

以上种种原因造成的车体伤害,如果不进行定期的专业汽车美容护理,长期积累,不仅影响车辆的美观,更会影响到车辆和人员的安全。

三、汽车专业美容项目有哪些?

现代汽车美容服务大体上可分为以下六大部分:

(1) 贴防爆隔热膜 进行防爆隔热膜施工的部位包括前风窗、后风窗、侧窗。通常用的有绿色、蓝色、灰色、棕色及自然色等。

(2) 车身美容 车身美容服务项目包括电脑洗车,去除沥青、焦油等

污物,上蜡增艳与镜面处理,漆面方程式处理,新车开蜡,钢圈、轮胎、保险杠翻新与底盘防腐涂胶处理等。

(3) 内饰美容 内饰美容服务项目可分为汽车室内美容、发动机美容及行李箱清洁等项目。其中汽车室内美容包括仪表板、顶蓬、地毯、脚垫、座椅、座套、车门内饰的吸尘清洁保护,以及蒸汽杀菌、冷暖风口除臭、室内空气净化等项目。发动机美容包括发动机冲洗清洁、喷上光保护剂、做翻新处理及三滤清洁等项目。

(4) 漆面处理 漆面处理服务项目可分为氧化膜、飞漆及酸雨处理、漆面深浅划痕处理、漆面破损处理以及整车喷漆。

(5) 汽车防护及电器 加装汽车防护及电器服务项目包括安装防盗器、倒车雷达、GPS 静电放电器、车载影音和汽车语音报警装置等。

(6) 汽车精品配置 作为汽车美容服务的延伸项目,汽车精品能满足驾驶员及乘员对汽车内部附属装饰、便捷服务的需求,如车用香水、蜡掸、脚垫、座垫、座套及把套等的配置,能使汽车美容服务贴身贴心,使顾客有宾至如归的感觉。

四、汽车美容行业的利润分析

到 2008 年年末,国内民用轿车保有量为 2438 万辆,汽车市场仍处于快速扩张期。利润方面,整个汽车后市场平均利润达 40%~50%,汽车后市场已经继整车销售之后成为又一个“聚宝盆”。

以汽车美容业的装饰改装为例,统计数据显示,我国 10 万元以下的车辆在汽车装饰用品方面的平均支出为 3876 元,选择汽车用品的档次相对较低;10 万~30 万元的车辆,车主的消费能力较强,能够承受高价位的汽车用品。目前 60% 以上的私人高档汽车车主有给汽车做专业美容养护的习惯,30% 以上的私人低档车主形成了给汽车做专业美容养护的观念,30% 以上的公用高档汽车会定时给车辆进行专业美容养护。

在欧美发达国家的成熟市场,汽车美容业是汽车产业链中的主要利润来源,一般占据 50%~60%。在中国,汽车美容业的的利润一般在 40% 左右,据专家介绍,汽车制造行业每投入 1 元钱,将会带动售后消费 24~34 元。

第二节 汽车美容业的发展前景

中国汽车市场的迅猛增长,引来全球汽车厂商的关注,全球著名汽车厂商多数已经在中国境内完成战略合作,如:奥迪与一汽、大众与上汽、宝马与华晨、福特与长安、标志与东风等,同时中国汽车工业的快速发展,涌现了如奇瑞、吉利等一大批民族品牌,国人在购买汽车时可选择的款式、性能、价格等范围更宽更广。随着人们消费水平的不断增长,私人拥有轿车已经变成现实。最引人注目的是世界名车纷纷来到北京车展,宾利、兰博基尼这些过去鲜见的顶级名车频繁亮相,北京车展盛况空前已经成为全球四大车展之一。

汽车后市场庞大而复杂,可以细分为汽车美容养护市场、装饰改装市场、汽车安全防盗市场、影音导航市场等,无论从前景、规模还是利润来分析,都显示出了行业的无限空间。来自中国汽车工业协会的数据显示,2007年中国汽车销量达到了849万量,超过日本550万辆的销售总量,是全球第二大市场,汽车销量的持续增长,是汽车后市场持续发展的动力。

汽车美容行业的迅猛发展,已经引来资本涌入,在各大城市经常有某大型集团公司出巨资投资几十家汽车美容连锁直营店的例子,如:新焦点、新奇特、上美、爱义行、月福、非常城市、置信经典、正道、云鹰及百车汇等,都是投巨资在本地或者全国投资直营店面,扩大占领市场的份额。同时还孕育了像欧特隆这样的优秀汽车用品批发企业,他们将汽车用品批发打造成国内最大最优的中间流通平台,产品齐全、送货及时,为众多终端汽车美容店提供了快捷便利、放心优质的服务,目前网络已经遍及浙江、江苏、江西、山东、山西、辽宁和甘肃等地。

国外行业巨头也以各种形式进入中国市场,且在国内市场稳步发展,其中比较著名的有:美国3M、美国霍尼韦尔、美国龟牌、英国尼尔森、德国SONAX、日本黄帽子、日本澳德巴克斯等。

同时,众多的风险投资都已经开始涉足这一领域。汽车行业的高速发展,直接催生孕育了无限商机的汽车后市场,汽车美容业如今已经成为当之无愧的黄金产业。

第三节 汽车美容服务项目

作为店长一定要对本行业经营的项目全面了解,做到掌握每个项目的投入与产出比、目前的竞争水平、实施项目的人才储备、市场前景及风险评估等,才能更清楚地为店面做出规划,在该上什么项目、不该上哪些项目及重点经营哪些项目等方面做出综合权衡与决断,更为负责地为投资者谋求赢利。

业内通常习惯按照汽车美容店面区域给汽车美容服务项目分类,一般包括:汽车美容区域、汽车太阳膜区域、汽车装饰区域、音响电器区域、座垫脚垫区域、轮胎换油养护区域、精品卖场区域、钣喷修理区域及保险会员办理区域等。

汽车美容项目通常包括:汽车清洗美容和汽车装饰、汽车防盗安全电器、汽车影音系统、汽车外部快修钣金补漆和汽车快速养护几大类。中型汽车美容店面经常选择:洗车、内室清理、打蜡、抛光、封釉、镀膜、贴膜、装防盗器、加装 GPS、改装氙气前照灯、经营汽车用品等这些基础服务。各区域内施工项目大致包括的内容如下:

一、汽车美容项目

(1) 汽车外部清洗及脚垫清洗

(2) 汽车内部清洗及内室桑拿

(3) 新车开蜡

(4) 漆面划痕及污斑点处理

(5) 全车抛光及深度镜面抛光处理

(6) 全车打蜡

(7) 全车封釉

(8) 全车镀膜及烤瓷

(9) 易磨损表面犀牛皮施工

(10) 玻璃防水防雾处理

(11) 底盘装甲封塑

(12) 真皮制品的美容护理

- (13) 轮胎翻新上光
- (14) 光触媒内室杀菌消毒
- (15) 镀铬件翻新
- (16) 高档汽车座垫干洗

前内木饰 (81)

油漆翻新 (81)

树脂木艺饰件修复 (82)

镀铬装饰条修复 (86)

镀铬合金装饰 (87)

二、汽车装饰项目

- (1) 全车玻璃贴膜
- (2) 安装车内室地板胶
- (3) 安装中控门锁及防盗器
- (4) 安装汽车椅套
- (5) 更换原车音源
- (6) 更换扬声器
- (7) 加装多碟机盒
- (8) 加装 GPS 导航
- (9) 安装氙气前照灯
- (10) 安装轮毂挡泥板
- (11) 安装倒车雷达

类品阻前漆车汽,四

壁饰侧饰片饰 (1)

金属回弹 (2)

果壳饰 (3)

中饰 (4)

木饰内车 (5)

火漆装饰 (6)

饰饰车汽 (7)

壁饰车汽 (8)

饰饰内车 (9)

尾并饰 (10)

中车车漆 (11)

原漆饰 (12)

饰饰漆 (13)

套饰漆 (14)

饰饰漆 (15)

饰饰漆 (16)

饰饰漆 (17)

饰饰漆 (18)

饰饰漆 (19)

饰饰漆 (20)

饰饰漆 (21)

饰饰漆 (22)

三、汽车装饰改装项目

- (1) 影音系统升级
- (2) 发烧级汽车音响改装
- (3) 竞赛级汽车音响改装
- (4) 内饰改装
- (5) 加装前后大包围及定风尾翼
- (6) 加装平衡连杆杆
- (7) 改装排气尾管
- (8) 加装车门窗导流板
- (9) 加装汽车轮胎报警器
- (10) 加装倒车后视镜片
- (11) 全球卫星定位系统(GPS)
- (12) 汽车隔音

类饰美饰饰车汽,正

饰饰漆 (23)

- (13) 桃木内饰
- (14) 车身彩贴
- (15) 车身局部艺术烤漆
- (16) 改装加宽轮胎
- (17) 改装合金轮翼

四、汽车装饰用品类

- (1) 仪表板防滑垫
- (2) 转向盘套
- (3) 手机支架
- (4) 纸巾盒
- (5) 车内香水
- (6) 变速杆头
- (7) 汽车座椅
- (8) 汽车脚垫
- (9) 车内挂件
- (10) 防湿竹炭
- (11) 擦车毛巾
- (12) 空气清新剂
- (13) 钥匙扣件
- (14) 皮革驾驶证套
- (15) 车用杂物箱
- (16) 车载冰箱
- (17) 行李箱垫
- (18) 车用应急包
- (19) 旅行装备套件
- (20) 腰垫和抱枕
- (21) 卡通装饰系列
- (22) 皮革去污上光剂

五、汽车快速养护类

- (1) 四轮定位及更换轮胎

- 米士漆内饰(81)
- 米斯茵奈室内装饰(81)
- 漆饰内饰(81)
- 封干壁面(81)

目录附录(二)

- 翻制内饰(1)
- 翻制内饰(2)
- 翻制内饰(3)
- 翻制内饰(4)
- 翻制内饰(5)
- 翻制内饰(6)
- 翻制内饰(7)
- 翻制内饰(8)
- 翻制内饰(9)
- 翻制内饰(10)
- 翻制内饰(11)

目录附录(三)

- 翻制内饰(1)
- 翻制内饰(2)
- 翻制内饰(3)
- 翻制内饰(4)
- 翻制内饰(5)
- 翻制内饰(6)
- 翻制内饰(7)
- 翻制内饰(8)
- 翻制内饰(9)
- 翻制内饰(10)
- 翻制内饰(11)
- 翻制内饰(12)

- (2) 检测四轮气压修补轮胎及充装氮气
- (3) 检测汽车空调系统加装制冷剂
- (4) 检测汽车制动系统加装制动液
- (5) 检测汽车发动机系统加装抗磨剂
- (6) 发动机内外部快速清洗
- (7) 检测汽车照明系统
- (8) 检测更换三滤
- (9) 检测汽车散热器系统加装防冻液及散热器止漏

六、汽车外部快修钣金补漆

- (1) 快速钣金坑凹修复
- (2) 局部碰撞修复
- (3) 汽车钣金件换件
- (4) 底漆原子灰处理
- (5) 补漆前抛光打磨处理
- (6) 划痕快速补漆
- (7) 局部快干补漆

第二章 店长的角色扮演

店长作为一名特殊的管理者，他既要处理店面诸多具体的繁杂事务，是店面经营活动的全面负责人，同时又必须为实现店面的各种营业目标而努力，要对店面的所有人负责，这是一个至关重要的岗位。因此，作为店长必须具备一定的自身素养与管理能力。

第一节 店长的角色定位

10 汽车美容店的全体员工是一个有机协作的工作团队，店长作为这个团队的带头人，其使命不仅在于全面落实贯彻汽车美容店的运营规则，创造优异的销售业绩，提供良好的顾客服务，还在于如何领导、布置店面各部门的日常工作，把握和弘扬企业文化，最大限度地激发员工的积极性和创造性，最大可能地为企业的长远利益服务。

店长作为汽车美容养护服务中心的负责人，必须担当好以下的职务角色：

(1) 代表者 店长是公司的代表者。店长代表汽车美容店，处理与顾客、社会有关部门的公共关系。就职工而言，店长是职工利益的代表者，是职工的代言人。

(2) 指挥者 店长是美容店的总指挥，他必须安排好店面的各项工作，指挥员工按照汽车美容店的规范标准和各项计划要求开展业务活动。通过最好的销售技巧和业务技能，将汽车美容店的产品和服务提供给顾客，以提升经营业绩。

(3) 规划者 为了实现企业所确立的经营目标，店长应对经营管理活动进行规划。