

汽车专业精品教材

汽车维修

服务接待

QICHE WEIXIU FUWU JIEDAI

主编 吕嵩岩 赵凤伟 邢林林

含微课



航空工业出版社

汽车专业精品教材

汽车维修服务接待

主编 吕嵩岩 赵凤伟 邢林林

本书的主要特点有以下几方面

1. 内容实用、紧贴岗位：本书以汽车维修服务接待工作过程为主线，介绍了维修接待工作的方法和技巧。书中讲解的内容紧贴《汽车维修服务接待》国家标准，以岗位需求为导向，注重实用性。

2. 情景引入、实施引领：本书以情景引入的方式，更加直观、深刻地认识到这项工作的重要性。本书采用“任务引领”的形式编排，在每项任务的开头，通过情景引入，可以激发学生学习的兴趣，更好地帮助学生了解工作任务。例如，在任务三“接待客户”中，通过情景引入，学生能够更真实地体验工作过程。

3. 模块丰富、体例生动：本书体例，让对话示范更生动活泼，贴近生活。本书模块丰富，体例生动，通过情景引入、实施引领、任务引领、知识拓展、评价反馈等环节，帮助学生结合实际加深对知识点的印象。例如，在任务一“接待客户”中，引入与顾客检查重要性相关的案例，通过分析案例，学生可以更加直观、深刻地认识到这项工作的必要性。此外，我们还为书中的对话示范设计了左右侧栏形式的体例，让对话示范更生动活泼，贴近生活。

4. 图片精美、翻译精准：本书配有大量流程图和维修服务接待工作的实景照片，另外还精心挑选了很多装饰图片。流程图采用双色处理，清晰明了；实景照片很好地展现出实际的工作场景，装饰图片也恰到好处，与项目内容相呼应；所选图片均精美、清晰，能够给学生带来轻松、愉悦的阅读体验。除此之外，本书还为任务实践演练配有翻译。

本书由吕嵩岩、赵凤伟、邢林林

在编写过程中，我们参考了

资料和精美的图片，在此向这些

由于编者经历和水平有限，

本书配有丰富的教学资源

可以活跃课堂气氛。例如，在任务三

可以更加直观、深刻地认识到这项工作

体例，让对话示范更生动活泼，贴近

配有大量流程图和维修服务接待工作的

教材主编

并从 Internet 中获取了部分最新

教材主编

教材主编

教材主编

教材主编

教材主编

教材主编

教材主编

教材主编

教材主编

教材主编

教材主编

教材主编

教材主编

航空工业出版社

北京

2017年7月

内 容 提 要

本书通过项目引领、任务驱动的方式介绍了汽车维修服务接待知识。全书共分 8 个项目，具体内容包括客户预约、客户来店接待、车辆诊断及维修委托、车辆派工维修及增项处理、车辆终检及交付、客户跟踪回访、处理异议和投诉以及事故车辆的接待等。

本书内容实用，体例新颖，语言精练，模块丰富，可作为职业院校汽车营销与服务专业及其他相关专业的教材，也可供汽车维修企业服务顾问和管理人员学习参考。

图书在版编目（CIP）数据

汽车维修服务接待 / 吕嵩岩，赵凤伟，邢林林主编

— 北京：航空工业出版社，2017.8

ISBN 978-7-5165-1269-2

I. ①汽… II. ①吕… ②赵… ③邢… III. ①汽车—
车辆修理—商业服务—高等职业教育—教材 IV.
①U472.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 183621 号

汽车维修服务接待

Qiche Weixiu Fuwu Jiedai

航空工业出版社出版发行

(北京市朝阳区北苑 2 号院 100012)

发行部电话：010-84936597 010-84936343

三河市祥达印刷包装有限公司印刷

全国各地新华书店经售

2017 年 8 月第 1 版

2017 年 8 月第 1 次印刷

开本：880×1230

1/16

印张：10.25

字数：310 千字

印数：1—3000

定价：38.00 元

我国经济的飞速增长推进了汽车产业的迅猛发展。随着汽车保有量的增加,汽车售后服务需求的增多,汽车市场已逐步跨入后市场时代。

在汽车后市场中,汽车维修服务接待人员是企业同客户进行售后沟通的主要桥梁,代表了企业的形象。因此对企业而言,汽车维修服务接待岗位非常重要。为适应社会对此类人才的需求,培养满足企业岗位要求的高素质工作人员,各职业院校纷纷开始重视并增设“汽车维修服务接待”课程。为此,我们精心编写了本书。

本书的主要特点有以下几方面。

1. 内容实用,紧贴岗位。本书以汽车维修服务接待的工作流程为主线,介绍了维修服务接待工作的方法和技巧。书中讲解的内容紧密贴合实际工作情境和岗位要求,以须掌握的工作技能为主,简明易懂,实用性强。

2. 情景引入,实践巩固。本书采用项目式教学,每个任务均以“情景引入→相关知识→任务实践演练”的形式编排。在每项任务的开始部分,通过情景描述以及将情景和任务相结合的分析,可以激发学生的兴趣,更好地帮助学生了解任务内容。在每项任务的实践演练中,通过模拟实际工作程序进行练习,学生能够更真实地体验工作过程,锻炼所学技能,避免教学过程脱离实际。

3. 模块丰富,体例生动。本书设有“注意”“案例分析”“课堂互动”等模块。这些模块可以帮助学生结合实际加深对知识点的印象,还可以活跃课堂气氛。例如,在项目三任务一中,引入与环车检查重要性相关的案例,通过分析案例,学生可以更加直观、深刻地认识到这项工作的必要性。此外,我们还为书中的对话示范设计了左右弹窗形式的体例,让对话示范更生动活泼、贴近生活。

4. 图片精美,微课辅助。本书配有大量流程图和维修服务接待工作的实景照片,另外还精心挑选了很多装饰图片。流程图采用双色处理,清晰明了;实景图片很好地展现出实际的工作场景,装饰图片也恰到好处,与项目内容相呼应。所选图片均精美、清晰,能够给学生带来轻松、愉悦的阅读体验。除此之外,本书还为任务实践演练配有微课视频,学生可扫码观看,便于教学和学生参考,让学习过程更轻松。

本书由吕嵩岩、赵凤伟、邢林林担任主编,王家兵、胡四莲、李洪娟担任副主编。

在编写过程中,我们参考了大量有关汽车维修服务接待的相关文献,并从 Internet 中获取了部分最新资料和精美的图片,在此向这些材料的作者表示衷心的感谢。

由于编者经历和水平有限,读者若发现书中有疏漏或不足之处,诚请批评指正。

本书配有丰富的教学资源包,读者可登录北京金企鹅联合出版中心的网站(www.bjjqe.com)下载。

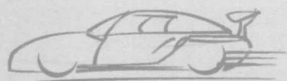
编者

2017年7月

目 录

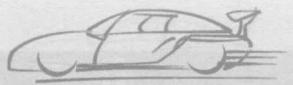
CONTENTS

绪论	1
一、汽车维修服务接待岗位认识	1
1. 汽车维修服务接待背景简介	1
2. 服务顾问的素质要求	1
二、汽车维修服务接待流程及工作内容简介	4
1. 汽车维修服务接待流程	4
2. 汽车维修服务接待工作内容	5
项目一 客户预约	7
任务一 客户主动预约	8
一、情景引入	8
二、相关知识	8
1. 预约服务流程	8
2. 客户来电预约应对技巧及话术	9
3. 预约登记表填写	12
4. 预约确认	13
三、任务实践演练——客户主动预约角色扮演	15
任务二 服务顾问主动预约客户	17
一、情景引入	17
二、相关知识	18
1. 预约服务流程	18
2. 预约技巧	19
3. 预约登记表填写	23
4. 预约确认	23
三、任务实践演练——服务顾问主动预约客户角色扮演	23



项目二 客户来店接待	27
任务一 完成接待前的准备工作	28
一、情景引入	28
二、相关知识	28
1. 了解预约情况	29
2. 准备工具及表单	29
3. 确认人员到位情况	30
4. 布置接待环境	30
5. 整理仪容仪表	31
三、任务实践演练——完成接待客户前的准备工作	32
任务二 接待来店客户	33
一、情景引入	33
二、相关知识	34
1. 迎接客户	34
2. 初步了解客户需求	37
3. 车辆防护	38
三、任务实践演练——服务顾问接待未预约来店客户	39
项目三 车辆诊断及维修委托	41
任务一 环车检查及问诊	42
一、情景引入	42
二、相关知识	42
1. 环车检查	42
2. 车辆问诊	46
3. 填写接车问诊单	52
三、任务实践演练——环车检查及问诊	54
任务二 解释维修项目及制作维修委托书	57
一、情景引入	57
二、相关知识	57
1. 维修项目解释及确认	58
2. 维修项目估价估时	58
3. 制作维修委托书	60
4. 安排客户休息或送别客户	62
三、任务实践演练——维修项目解释及制作维修委托书	64

项目四 车辆派工维修及增项处理	67
任务一 车辆派工维修及监控维修进度	68
一、情景引入	68
二、相关知识	68
1. 车辆派工及维修作业	68
2. 维修进度监控	69
三、任务实践演练——服务顾问与车间工作人员交接车辆并监控维修进度	72
任务二 处理新增项目	74
一、情景引入	74
二、相关知识	75
1. 增项处理流程	75
2. 增项处理内容及技巧	75
三、任务实践演练——维修过程中的增项处理	79
项目五 车辆终检及交付	83
任务一 车辆终检	84
一、情景引入	84
二、相关知识	84
1. 维修后质检流程	84
2. 服务顾问与质检员交接车辆	86
3. 服务顾问终检	86
三、任务实践演练——服务顾问与质检员交接车辆并进行车辆终检	87
任务二 车辆交付	89
一、情景引入	89
二、相关知识	90
1. 制作维修结算单	90
2. 约定交车时间	92
3. 陪同客户验车	93
4. 说明维修结算单	96
5. 陪同客户付款	98
6. 将钥匙及资料交给客户	98
7. 送别客户	99
三、任务实践演练——车辆交付演练	100
项目六 客户跟踪回访	105
任务一 维修后跟踪回访	106
一、情景引入	106



二、相关知识	106
1. 跟踪回访的意义	107
2. 跟踪回访的流程	107
3. 跟踪回访的内容和技巧	108
三、任务实践演练——维修三日后跟踪回访客户	112
任务二 电话回访流失客户	114
一、情景引入	114
二、相关知识	114
1. 流失客户回访流程	115
2. 流失客户回访内容及沟通技巧	115
三、任务实践演练——维修过程中的增项处理	118
项目七 处理异议及投诉	121
任务一 处理异议	122
一、情景引入	122
二、相关知识	122
1. 异议的类型	123
2. 处理异议的态度和原则	123
3. 处理异议的方法	125
三、任务实践演练——异议处理	127
任务二 处理投诉	129
一、情景引入	129
二、相关知识	130
1. 客户投诉类型	130
2. 投诉处理原则	131
3. 投诉处理流程与方法	132
三、任务实践演练——处理客户投诉	136
项目八 事故车辆的接待	139
任务 接待事故车辆	140
一、情景引入	140
二、相关知识	140
1. 事故车辆的接待及处理流程	140
2. 4S 店代理索赔流程	147
三、任务实践演练——事故车辆接待	148
参考文献	153

绪论

一、汽车维修服务接待岗位认识

1. 汽车维修服务接待背景简介



随着我国汽车产业的迅猛发展和汽车保有量的急剧增加，客户对汽车售后服务的需求越来越多，期望也越来越高。售后服务的盈利在汽车产业利润分配中的占比正在逐年上升。因此，汽车售后服务在汽车产业价值链中的地位也越来越高。相应地，企业对汽车维修服务接待人员的需求不断增多，要求也在不断提升。

汽车维修服务接待人员又称为服务顾问，是专业的服务人员，负责接待有车辆维修及保养需求的客户，是企业与客户之间的纽带。服务顾问既代表了企业的形象，又是客户车辆维修保养的贴心顾问，要能够在维护企业利益的同时，为顾客排忧解难，保障顾客的利益。

2. 服务顾问的素质要求

服务顾问具有双重职责，既要为客户提供非技术类的基础服务，又要提供汽车维修保养相关的技术服务，这样的定位对服务顾问多方面的素质都提出了较高的要求。

1) 形象要求

服务顾问应树立牢固的形象意识。服务顾问是客户在维修服务环节中最先接触，也是接触最多的人，客户对服务顾问的第一印象也就是对企业的第一印象。专业得体的仪容仪表和行为举止能够体现出企业服务的专业性，赢得顾客的好感，让顾客对企业服务建立初步的信心。

(1) 仪容洁净，注意卫生

服务顾问要时刻保持整洁卫生，做好随时接待客户的准备。头发、指甲要勤修剪，不做夸张造型。保持牙齿清洁，口气清新。

(2) 着装专业，大方得体

多数企业会为服务顾问定制统一的工作服，只需穿戴整齐，保持整洁即可。需要自己选择着装的服务顾问需要注意服装是否端庄得体、搭配协调。





(3) 妆容悦目，清新自然

适当的淡妆能够提升服务顾问的形象和气质，体现出对客户尊重。但是要注意妆容的自然协调，与服装搭配和谐，相得益彰。不使用香味过重的化妆品或香水。

(4) 身形挺拔，端庄优美

不论是站立、走路还是蹲坐，都要保持体态的和缓稳重，用最好的精神面貌面对客户。

(5) 面带微笑，言谈有礼

始终用微笑面对客户，说话时亲切有礼，让客户感受到服务人员的热情。

2) 服务意识要求

(1) 基本服务意识

服务顾问要做到从客户的角度出发，第一时间考虑到客户的感受，尊重客户的意愿，以客户需求为重，提供热情、周到的服务，发自内心、自觉主动地做好服务工作。同时要做到真诚待客，不因客户不同而差别对待。这些是作为一名服务人员所要达到的基本要求。

(2) 技术服务意识

如图 0-1 所示，服务顾问是专业性的服务人员，除基本的服务外，还需要能够为客户解答一系列技术方面的问题，并提供合理的建议和解决办法。这就要求服务顾问需要掌握一些技术方面的专业知识，例如汽车基础知识、汽车的保养与维护、汽车配件、常见故障诊断与解决办法、车辆的保险和理赔等，掌握了这些知识才能真正帮助客户解决他们遇到的困难，为客户提供最核心的服务。



图 0-1 服务顾问服务意识

案例分析

刘先生最近在驾车时，发现车辆有颠簸现象，不知道是什么原因造成的，他来到某 4S 店希望进行检修。负责接待他的服务顾问非常热情，刘先生觉得很亲切，认为这家 4S 店的服务品质一定不错。刘先生向服务顾问说明了车辆出现的故障情况，询问是什么原因导致了这样的故障，服务顾问却说这需要将车送进维修部之后才能知道，他现在无法解答。刘先生觉得很奇怪，往常在别的 4S 店做维修保养，服务顾问都会主动询问并进行预检，而这家店的服务顾问却跳过了这些环节，再三追问之下，这名服务顾问对刘先生解释说，他并没有学习过车辆故障方面的知识和技能，无法为刘先生提供这些服务。刘先生听后觉得很失望，认为这名服务顾问耽误了他的时间，虽然服务顾问很热情，但是并没有帮他解决任何问题，于是刘先生决定选择其他地方检修汽车。

通过这样的案例可以看出，一个好的服务顾问需要以优秀的服务为基础，靠专业的知识和技能担任客户的爱车顾问，只有帮助客户切实地解决他们的困难和问题，才能真正赢得客户的信任，让客户满意。

3) 沟通协调要求

如图 0-2 所示，服务顾问是连接客户和企业之间的桥梁，需要不断地与人沟通和交流，处理好各方面的关系，推进维修工作的顺利进行。这就要求服务顾问能够掌握并且熟练运用必要的沟通技巧。

例如在致电客户邀请预约时，要细心倾听顾客的描述，了解顾客的需要，适时询问，明确故障现象；进入维修阶段后，能够及时与维修负责人沟通，告知顾客进度；当顾客心存疑虑或不满时，消除顾客的疑虑，安抚顾客的情绪，妥善处理顾客的投诉。



图 0-2 服务顾问是客户和企业之间沟通的纽带



二、汽车维修服务接待流程及工作内容简介

1. 汽车维修服务接待流程

标准化的维修服务接待流程可以让客户在不同的店里享受到一样的服务,也有利于服务接待人员的学习和日后的工作。

如图 0-3 所示,标准的汽车维修服务接待流程包括客户预约、客户来店接待、车辆诊断、维修委托、车辆维修派工及增项处理、车辆终检及交付,以及后期的跟踪服务和投诉处理。



图 0-3 汽车维修服务流程

2. 汽车维修服务接待工作内容

1) 客户预约

客户预约分为客户主动预约和 4S 店主动邀约客户两种。客户主动预约只需服务顾问记录好客户的信息和预约情况,即可进行接下来的接待工作。而主动邀约客户则是一种招揽客户的方式。通过预约,可以让顾客省事、省时、省心,同时提高店内维修工作的效率,避免出现闲时资源闲置和忙时应接不暇的状况。



2) 客户来店接待

服务顾问要保证接待环境的舒适,接待来店客户时,让客户放松,使其产生宾至如归的感觉。

3) 车辆诊断

在此阶段,服务顾问需要通过听取客户描述,进行询问,明确客户需求和车辆故障。接着通过环车检查等了解故障原因,提出解决办法。



4) 维修委托

在完成对车辆的预检之后,需要向客户解释所需的维修项目,并对维修和保养费用以及配件费用进行估价,制作维修委托书,交与客户确认。

5) 车辆维修派工及增项处理

客户确认维修委托书后,服务顾问需要将维修任务交付给负责维修的人员。在维修过程中,通过与维修人员的沟通和维修管理看板的使用,时刻关注维修进度,如有新增维修项目,需及时与客户进行沟通。

6) 车辆终检及交付

维修完成后通知客户进行车辆交付,在交车前和客户一同检查车辆,向客户解释各项费用明细,确认无误后陪同客户前去付款。

7) 跟踪服务及投诉处理

在维修服务结束后的 7 天至 30 天,向客户致电回访,询问车辆使用情况,并询问意见,及时进行记录和改进。对于客户的投诉,服务顾问要正确看待,礼貌热情地接待,聆听客户意见,及时记录,寻求解决办法并进行答复。过程中要保持冷静,不与客户发生冲突。不论是回访还是客户投诉,都是企业获取客户意见和建议的途径,都应看作是企业提升服务品质的助力。

项目一 客户预约

项目导读

在汽车维修保养的高峰期，很多客户都遇到过在4S店中长时间排队等候的情况。这种情况出现时，服务顾问及维修保养部门的工作人员也常常应接不暇，导致工作出错或是服务质量欠佳，引起客户的不满和抱怨；而在低谷期，又会出现企业资源大量闲置的情况。因此，推广预约服务就成为了减少甚至避免此类情况发生的有效手段。预约分为客户主动预约以及服务顾问主动预约客户两种，两种预约服务有相同点也有不同。那么两种预约服务的过程分别是怎样的？预约过程中与客户沟通又需要哪些技巧呢？通过本项目的学习，我们将会有更深入的了解。

学习目标

掌握汽车维修服务过程中预约服务的流程以及必要的沟通技巧。

能力目标

1. 能够通过客户来电完成客户的预约并进行再次确认。
2. 能够完成预约信息的记录和登记。
3. 能够应对预约服务的变更。
4. 能够积极主动联系客户，邀请客户进行维修保养预约。



任务一 客户主动预约



一、情景引入

李女士想要给自己的汽车做一次保养，于是给某汽车 4S 店打电话进行预约，很快就有一名服务顾问礼貌地接听了她的电话，得知李女士的需求后，服务顾问查看了人员及工位安排，发现李女士说的时间已经预约满了，于是向李女士建议其他几个可以预约的时间，李女士听后选择了一个自己比较方便的时间。

在预约时间的前一天，这名服务顾问给李女士打电话进行提醒和确认，李女士觉得很贴心，因为自己差点忘记第二天的保养。在预约好的日期，李女士来到店里给汽车做保养，半小时后保养做完，李女士满意地驾车离开了 4S 店。

【情景分析】

从李女士的预约保养经历中我们可以看出，李女士对于预约服务有如下期望。

- ① 服务顾问能够快速地接听电话并且有礼貌地回应。
- ② 服务顾问能够合理安排预约时间并且尊重客户的意见。
- ③ 对于预约好的服务能够帮助落实，促进维修保养工作顺利进行。

你认为客户对于预约服务还有哪些期望？

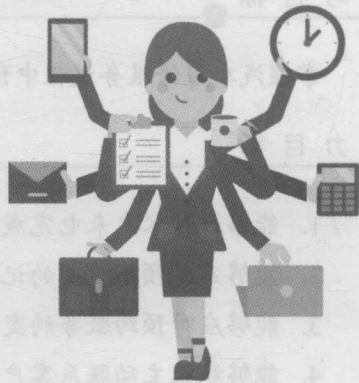
服务顾问要如何应对客户的主动预约，满足客户的这些期望呢？

二、相关知识

通过客户主动拨打预约电话，服务顾问能够了解到客户的维修保养需要，并根据客户的描述和车辆维修保养记录，以及店内零部件库存、工位和人员的安排，为客户合理安排预约时间，使客户到店即可享受车辆的维修保养服务。

1. 预约服务流程

客户主动预约的服务流程如图 1-1 所示。



注意

在接听客户来电时，对客户所描述的信息及需求、查询到的店内零部件、工位及人员调配情况以及

与客户约定的维修保养相关事宜和时间要做到快速、准确、详细的记录,以便在结束通话后将信息翔实地填入预约登记表。

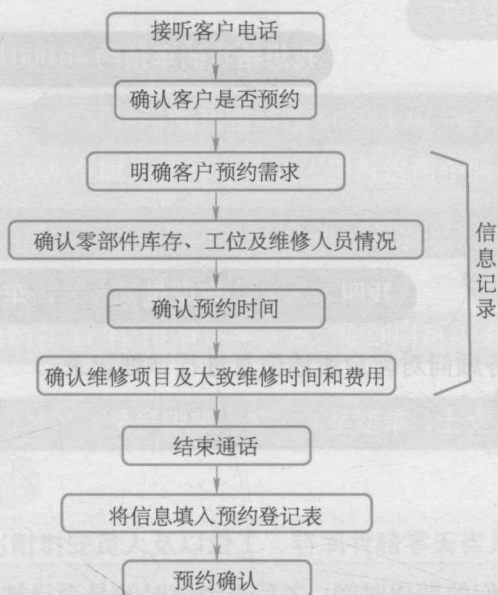


图 1-1 客户主动预约服务流程

2. 客户来电预约应对技巧及话术



掌握客户来电预约时的接听服务流程和技巧,为客户提供优质的预约服务,对于建立客户的信心、提高客户对企业的好感度有很大的帮助。

1) 接听及问候

服务顾问应在电话铃响三声内接起电话,面带微笑,清晰、明快地向客户自报店名、身份及姓名。若铃响超过三次之后才接起电话,首先应向客户表达歉意。

应尽量在铃响三声之内接听电话,因为这是人们普遍能够接受的标准,铃响三声之后,客户的耐心就会减退,甚至会对企业的服务和管理产生怀疑。

话术小示范:



您好!我是×××4S店的服务顾问×××,很高兴为您服务!



您好!很抱歉让您久等。这里是×××4S店,我是服务顾问×××,很高兴为您服务!

2) 确认客户需求并获取客户信息

客户提出要进行维修保养预约时,服务顾问应询问客户的致电需求,注意力集中,仔细倾听,并进行记录,之后复述客户的要求进行确认。

确认之后询问客户的信息(包括客户姓名、车型及车牌号),并尝试在系统中调取客户资料。如果客