

# 汽车销售 沟通实务

## QICHE

XIAOSHOU GOUTONG SHIWU

主编◎赵晓东 真 金

主审◎李春明



# 汽车销售 沟通实务

QICHE

QICHE 汽车营销与售后服务

张洪瑞 主编  
张洪瑞 副主编



QICHE 汽车营销与售后服务  
QICHE 汽车营销与售后服务

F76  
241

1493798

ISBN 978-7-304-08850-7

汽车 (CIP) 目次

ISBN 978-7-304-08850-7  
北京理工大学出版社  
2014.3

# 汽车销售沟通实务

主 编 赵晓东 真 金

副主编 高腾玲 杨冬旭 王 旭

丁杨志 杨秀丽 高一强

主 审 李春明



北京理工大学出版社  
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

8073021

057  
140

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车销售沟通实务 / 赵晓东, 真金主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2014.2  
ISBN 978-7-5640-8850-7

I. ①汽… II. ①赵… ②真… III. ①汽车—销售—方法 IV. ①F766

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第025426号

金 真 书 编 主  
赵 王 赵 冬 林 我 编 高 编 主 隔  
路 一 高 丽 衣 林 志 林 丁  
阳 春 季 审 主



出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

82562903 (教材售后服务热线)

68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 天津紫阳印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 11.75

字 数 / 269 千字

版 次 / 2014 年 2 月第 1 版 2014 年 2 月第 1 次印刷

定 价 / 39.00 元

责任编辑 / 李志敏

文案编辑 / 李志敏

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 马振武

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换











<b>第5章 商品介绍中的沟通</b> .....	<b>091</b>
5.1 汽车销售商品介绍概述.....	091
5.2 重点绕车介绍(六位绕车).....	093
5.3 各方位介绍要点.....	094
5.4 六位绕车话术示范.....	097
5.5 商品介绍中的沟通障碍及其清除.....	100
<b>第6章 试乘试驾沟通</b> .....	<b>105</b>
6.1 试乘试驾概述.....	106
6.2 试乘试驾的沟通话术.....	110
6.3 客户试乘试驾前后的心理轨迹.....	112
6.4 试乘试驾沟通障碍及清除.....	113
<b>第7章 报价成交沟通</b> .....	<b>116</b>
7.1 报价成交概述.....	116
7.2 商谈议价.....	119
7.3 异议与抗拒处理(沟通障碍及其清除).....	122
<b>第8章 热情交车沟通</b> .....	<b>127</b>
8.1 热情交车概述.....	128
8.2 热情交车的具体环节.....	130
8.3 交车环节容易出现的问题.....	134
8.4 话术参考.....	140
<b>第9章 售后跟踪沟通</b> .....	<b>144</b>
9.1 售后跟踪概述.....	144
9.2 成交后的跟踪服务.....	149
9.3 客户投诉处理.....	152
<b>参考答案</b> .....	<b>158</b>
<b>参考书目</b> .....	<b>179</b>



# 第1章

## 沟通基本原理



### 学习目标

**知识目标:** 通过本章的学习,使学生了解沟通的定义、分类;明确沟通的本质、作用,沟通的障碍、沟通与情商的关系;掌握倾听的技巧、表达的技巧、提问的技巧。

**能力目标:** 培养与发展学生沟通的基本技巧。

**态度目标:** 使学生形成牢固的“汽车销售离不开过硬的沟通技巧”的认知,形成“掌握沟通技巧为了将来更多地销售汽车”的意向,并开始尝试掌握了沟通技巧后的积极的愉悦的内心体验。



### 情境导入

为什么有的销售顾问每月卖的车多些,有的则少些,极个别的可能一台也卖不出去?这里面固然有个人吸引力(如身高、体型、长相等)差异,有专业知识方面的差异,但更有沟通能力的差异。老话说“一句话十样说法”。“我爱你”三个字用不同的语气语调说出来,表达的就是不同的意思。沟通能力不是天生就有的,而是后天习得的。怎样才能汽车销售中,提高自己与顾客的沟通能力呢?



## 1.1 沟通概述

### 1.1.1 沟通的定义

沟通是人与人之间、人与群体之间思想与感情的传递和反馈的过程,以求达成思想的一致和感情的通畅。怎样理解这个定义?

第一,沟通是在人类之间进行的;

第二，沟通本质上是一个过程；

第三，沟通的内容是思想与感情；

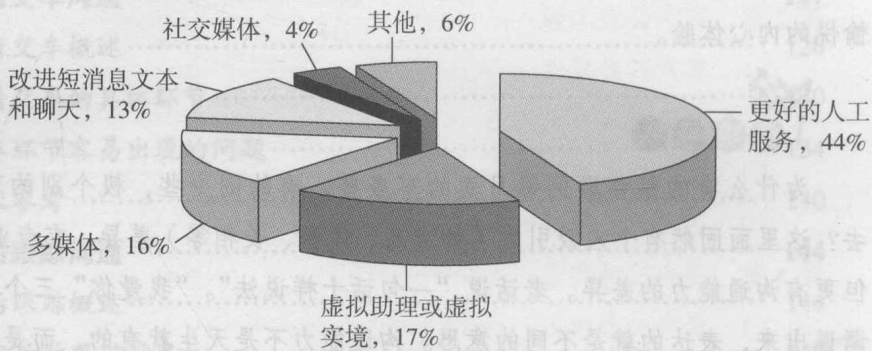
第四，沟通的目的是求得思想达成一致和感情的积极交流。

现实生活中，人们更追求的是有效沟通。有效沟通是指发送者凭借一定渠道将信息发送给接收者，并寻求反馈、排除干扰，以达到准确、充分理解并接受信息的目的的过程。这里面包含了有效沟通的几大要素：

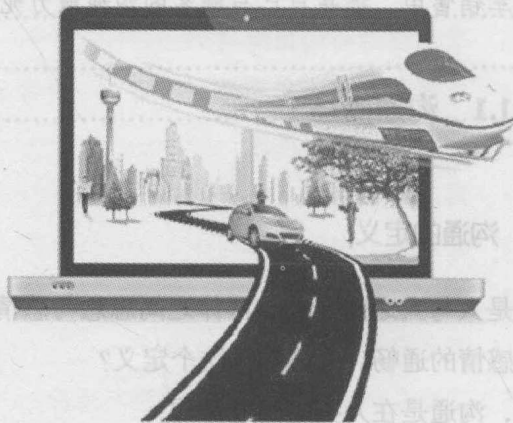
(1) 发送者（接收者）：



(2) 渠道：



(3) 信息：



第三视角：正式

正式沟通是指

非正式沟通是

(4) 反馈：

语言沟通是指

沟通等；

非语言沟通是

通的过程。



(5) 干扰：



### 1.1.2 沟通的分类

从不同视角可以把沟通分成不同类别：

第一视角：自身内沟通、人际沟通、小组中沟通、公共场合沟通、跨文化沟通、道德沟通。

自身内沟通是发生在我们自身内部的沟通，它包括思想、情感和我们看待自己的方式。

人际沟通是发生在一对一的基础上进行的沟通，通常是在非正式的、不规则的环境中。

小组中的沟通是少数人员聚到一起解决某个问题时发生的沟通。

公共场合沟通是指演讲者向听众发送某种信息（发表演说）。

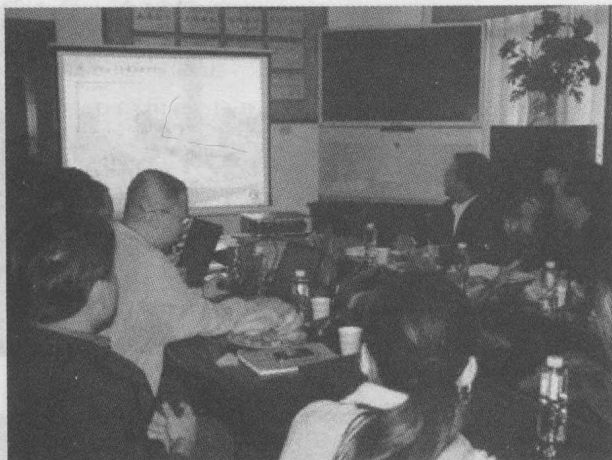
跨文化沟通是指两个或两个以上来自不同文化的人在任何时候相互作用而产生的沟通。

道德沟通是指诚实、令人满意和考虑他人权利的沟通。

第二视角：上行沟通、下行沟通、平行沟通。

上行沟通即自下而上的沟通，是下级向上级反映意见和情况。





下行沟通即自上而下的沟通，是上级向下级传递信息。



平行沟通即横向的沟通，就是同级部门或同事之间的沟通。





第三视角：正式沟通、非正式沟通。

正式沟通是指由组织内部明确的规章制度所规定的沟通方式；

非正式沟通是指正式组织途径以外的信息流通途径。

第四视角：语言沟通、非语言沟通。

语言沟通是指以语词符号为载体实现的沟通，主要包括口头沟通、书面沟通和电子沟通等；

非语言沟通是指通过身体动作、体态、语气语调、空间距离等方式交流信息进行沟通的过程。



### 1.1.3 沟通的本质

沟通从本质上看，是一种过程，是一种相互作用。



首先，沟通是人们分享信息、思想和情感的过程。人们的沟通从相互观察、形成某种印象开始，这为后来的进一步发展打下了基础。当我们说沟通是一种过程时，是说它总是在变化的。



千串味版肉面半  
厨汁批息前满文左

发五；余野三章  
山許县版肉友五  
社县版肉友五非  
信番；余野四章  
日谁基版肉育番  
；季版肉  
县县版肉言番非  
。野版肉

其次，沟通也是一种相互作用。沟通的相互作用不仅包括身体方面，也包括心理方面。相互作用的沟通有三个原理：

- 第一，进行沟通的人连续、同步地发出信息；
- 第二，沟通事件有过去、现在和将来；
- 第三，沟通的参与者扮演相应的角色。



本版的家 8.11  
管丁那本凡版肉

### 1.1.4 沟通的作用

沟通的作用是多方面、多角度的。这里仅从沟通对个人的作用的角度来分析问题。

第一，沟通对个人健康成长意义重大。没有足够数量与质量的沟通，孩子不会健康成长，不会形成健全的人格。



其如进，樂野立計八版肉  
守對县、和野立將一其  
人县版肉；共首  
而米温次去，做开象印特  
。拍汁变番县总

第二，沟通对个人成才至关重要。一个不注重学习的人，是不会进步、不会成才的。人可以向老师学习，向朋友学习，向书本学习，向网络学习，而所有这一切，都是在沟通。



第三，良好的沟通是个人事业成功的必经之路。一个人要成功，就必须进行有效的沟通。这种有效的沟通，可能是与老师、师父进行的，也可能是与前人的资料、素材进行的，也有可能是通过不断总结自己与别人的经验教训进行的。

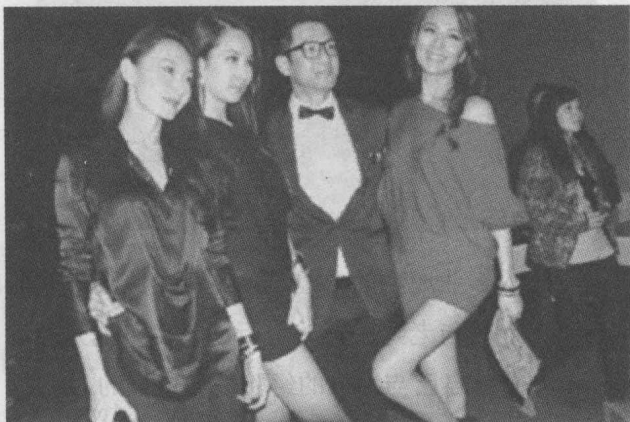


第四，沟通对于个人的家庭幸福是绝对的保证。决定家庭幸福的因素很多，但夫妻间的沟通，是绝不可少的。托尔斯泰说过，“所有幸福的家庭都一样，不幸的家庭各有各的不幸”，我的理解，幸福的家庭，就是夫妻沟通得好的家庭；而不幸的家庭就是沟通得不好的家庭。





第五,沟通对个人健康极其重要。沟通顺畅,人的心情就好;心情好,就不容易得病。沟通顺畅,人际关系就好,人际关系好,人就不容易得病。从某种角度说,有半数以上的患者,尤其是各种大病(如癌症),究其病因,都能从心理的角度找出问题,都能找出沟通中存在的各种障碍。



## 1.2 沟通的障碍

### 1.2.1 自然吸引力

这里所说的自然吸引力,是指个人的性别、长相、身高、体型、嗓音等条件。

“同性相斥、异性相吸”,这个物理学原理在这里也同样管用。不管什么性别,人们都愿意与长得好看的人交往。



在大多数情况下,身材高些的人,与别人沟通就顺畅些。





太骨感、太肥胖的人，与人沟通可能会产生某种障碍。



说话有磁性、嗓音穿透力强的人，容易吸引人的注意力，沟通起来容易得多。



### 1.2.6 思维方式

沟通双方的思维方式不同，

于逆向思维，二者沟通会产生障碍。

