

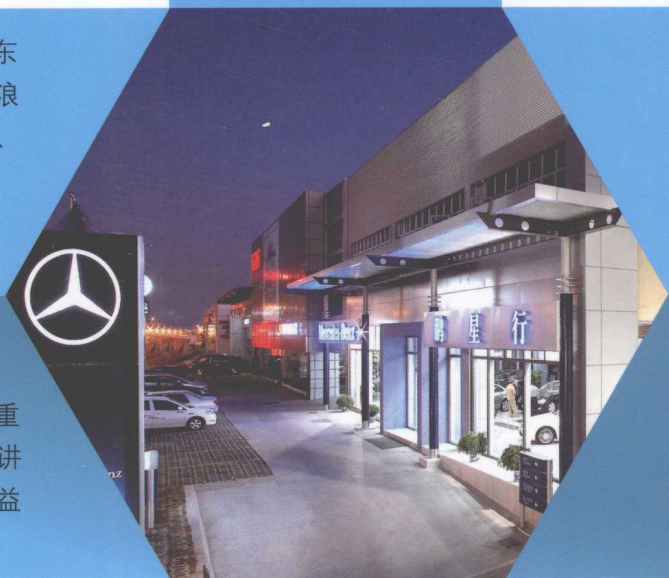
# 汽车4S店规范化

作业流程·服务细节·疑难解答

图解版

安建伟 主编

- 精细化管理遵循“为顾客准备好想要的东西、在顾客需要的时间和地点提供价值、不浪费顾客的时间”的原则，要求把服务做到位、做得好，以便吸引顾客。
- 精细化管理是将管理工作制度化、格式化、程序化，强调执行力，也就是细分服务对象、职能和岗位，细分每一项具体工作，并落实到各个具体的环节中。
- 精细化管理最基本的特征就是重细节、重具体、重落实、重质量、重效果，讲认真地做好每一件事，在每一个细节上精益求精、力争最佳。



服务业精细化管理系列丛书

# 汽车4S店 规范化

作业流程·服务细节·疑难解答

图解版

安建伟 主编

SPM

南方出版传媒  
广东人民出版社  
·广州·

## 图书在版编目 (CIP) 数据

汽车 4S 店规范化作业流程·服务细节·疑难解答 (图解版) / 安建伟主编. —广州: 广东经济出版社, 2014. 12  
服务业精细化管理系列丛书  
ISBN 978 - 7 - 5454 - 3614 - 3

I. ①汽… II. ①安… III. ①汽车 - 专业商店 - 商业管理 - 图解 IV. ①F717.5 - 64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 232157 号

|      |                                     |
|------|-------------------------------------|
| 出版发行 | 广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼) |
| 经销   | 全国新华书店                              |
| 印刷   | 广东新华印刷有限公司<br>(广东省佛山市南海区盐步河东中心路)    |
| 开本   | 730 毫米 × 1020 毫米 1/16               |
| 印张   | 11.5 2 插页                           |
| 字数   | 187 000 字                           |
| 版次   | 2014 年 12 月第 1 版                    |
| 印次   | 2014 年 12 月第 1 次                    |
| 印数   | 1 ~ 4 000 册                         |
| 书号   | ISBN 978 - 7 - 5454 - 3614 - 3      |
| 定价   | 35.00 元                             |

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

# **QICHE 4S DIAN GUIFANHUA**

ZUOYE LIUCHENG FUWU XIJIE YINAN JIEDA

# 前言

精益生产管理技术在制造型企业已得到广泛应用。随着经济的发展，精益思想逐渐渗透到社会的各个层面，日益受到人们的关注。近年来，有关精益管理在服务业，特别是传统服务业，如酒店、餐饮、零售、汽车等服务企业如何运用的话题越来越多。

服务业的精益管理更多的是继承精益生产管理的理念，而非精益生产管理模式。换句话说，精益服务管理是以用尽可能少的投入来获取尽可能多的产出，最大限度地满足客户需求为基本目标的一种管理方法。因而，准确地说“精益服务管理”应被称为“精细化服务管理”。

虽然目前服务业精益管理尚无统一的模式可循，但是本着“精细化服务管理”的基本理念在服务业开展精益管理，也应遵循“为顾客准备好想要的东西；在顾客需要的时间和地点提供价值；不浪费顾客的时间”的原则。服务业是一个管理复杂的行业，其员工多、岗位多、工种多、要求多，管理起来相应地就要费时、费心、费力，若不实施精细化管理，则难以把服务做到位、做得好，也就难以吸引顾客。

精细化管理是将管理工作制度化、格式化、程序化，强调执行力，也就是细分服务对象、细分职能和岗位、细化分解每一项具体工作，并落实到具体的环节中。“精”可以理解为更好、更优，精益求精；“细”可以解释为更加具体，细针密缕，细大不捐。精细化管理最基本的特征就是重细节、重过程、重具体、重落实、重质量、重效果，讲究专注地做好每一件事，在每一个细节上精益求精、力争最佳。

然而，对于一些服务型企业来说，要做到精细化管理谈何容易！许多服务业的创业者、管理者在管理上茫然无措，从而造成成本居高不下、员工总是留不住、每天忙忙碌碌却收益不高等情况出现。

基于此，我们组织编写了“服务业精细化管理系列”丛书。本套丛书涵盖七个方面：便利门店、酒店前厅、酒店客房、酒楼餐厅、汽车4S店、保险销

售、休闲娱乐中心。

《汽车4S店规范化作业流程·服务细节·疑难解答》(图解版)由作业流程、服务细节、疑难解答三大模块组成。

◇作业流程。将汽车4S店经营中一些常用的管理流程、工作流程等予以清晰的展示,步骤清晰,一看就懂。

◇服务细节。服务细节则是对汽车4S店作业流程中需要注意的细节的具体分析指导,以弥补作业流程没有具体讲解分析的内容。

◇疑难解答。疑难解答则是对汽车4S店作业流程中经常遇到的问题的一个解释分析,采用提问的形式进行解答,可以让读者直接找到解决问题的方法。

本书最大的特色是将文字图解化,有着大量的图示及解说,内容简单易懂。每章正文前均有一个本章的概括性图示,实现了全面的图解化。

“服务业精细化管理系列”丛书在编写过程中,参阅了大量文献及网上资料,在此,特向所有文献和资料的作者表示衷心的感谢。

# 目 录

## 第一章 市场推广规范化作业流程·服务细节·疑难解答

对于汽车4S店来说,提高销售业绩的基本方法有两种:提高客户来店数量和提高客户销售成交率。市场推广活动的主要目的就是帮助汽车4S店提高客户来店数量,从而为取得良好的销售业绩打下夯实的基础。

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 第一节 作业流程 .....           | 3  |
| 流程01:市场推广、促销审批 .....     | 3  |
| 流程02:总部巡展审批 .....        | 3  |
| 流程03:大区巡展审批 .....        | 4  |
| 流程04:自行策划巡展审批 .....      | 4  |
| 流程05:市场调研计划 .....        | 5  |
| 流程06:制订广告宣传计划 .....      | 5  |
| 流程07:制作市场推广物料 .....      | 6  |
| 流程08:市场宣传物料领用 .....      | 6  |
| 流程09:危机处理 .....          | 6  |
| 第二节 服务细节 .....           | 7  |
| 细节01:区域市场信息分析 .....      | 7  |
| 细节02:汽车广告类型 .....        | 7  |
| 细节03:常用广告媒体优点、缺点分析 ..... | 8  |
| 细节04:区域媒体关系的维护要求 .....   | 9  |
| 细节05:软文投放要求 .....        | 9  |
| 细节06:大型公关活动执行要领 .....    | 10 |
| 细节07:展厅店头活动类别 .....      | 11 |
| 细节07:厅外展示活动 .....        | 11 |

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| 细节09: 促销方案构成要素 .....         | 12        |
| 细节09: 促销活动前期人员准备 .....       | 13        |
| 细节11: 促销活动后续跟踪要点 .....       | 14        |
| <b>第三节    疑难解答 .....</b>     | <b>15</b> |
| 问题01: 媒体组合运用有哪几种方式 .....     | 15        |
| 问题02: 汽车4S店广告投放有何要求 .....    | 15        |
| 问题03: 物料制作有何总体要求 .....       | 16        |
| 问题04: 如何选择促销活动的时机 .....      | 16        |
| 问题05: 促销活动前期场地准备有何要求 .....   | 17        |
| 问题06: 促销活动举办当日开始前有何工作 .....  | 17        |
| 问题07: 促销活动举办当日如何做好来宾接待 ..... | 17        |
| 问题08: 促销活动结束后要做好哪些工作 .....   | 18        |
| 问题09: 如何对促销活动进行评价 .....      | 18        |

## 第二章 展厅销售规范化作业流程·服务细节·疑难解答

目前中国的汽车销售行业而言,汽车4S店展厅仍是销售活动发生的主要场所。因而,如何吸引足够的客户来到展厅和说服来店客户购买汽车显得异常重要。建立完整展厅销售流程,提供给所有汽车4S店作为销售标准,借以提升整体品牌形象。

|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| <b>第一节    作业流程 .....</b> | <b>21</b> |
| 流程01: 展厅客户接待 .....       | 21        |
| 流程02: 客户需求分析 .....       | 22        |
| 流程03: 新车展示 .....         | 23        |
| 流程04: 试乘试驾 .....         | 24        |
| 流程05: 报价与达成交易 .....      | 25        |
| 流程06: 销售合同传递 .....       | 26        |
| 流程07: 递交新车 .....         | 27        |
| 流程08: 保持与客户联系 .....      | 28        |
| <b>第二节    服务细节 .....</b> | <b>29</b> |
| 细节01: 展厅销售氛围营造要点 .....   | 29        |



|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| 细节02: 销售工具准备 .....          | 30        |
| 细节03: 潜在客户的开发渠道 .....       | 30        |
| 细节04: 潜在客户的来源 .....         | 31        |
| 细节05: 客户心理分析 .....          | 31        |
| 细节06: 客户进入展厅接待 .....        | 33        |
| 细节07: 客户要求自行看车或随便看看时 .....  | 33        |
| 细节08: 客户看车需要帮助时 .....       | 34        |
| 细节09: 客户在洽谈区时 .....         | 34        |
| 细节10: 客户离开时 .....           | 35        |
| 细节11: 不同类型客户分析应对 .....      | 36        |
| 细节12: 车辆介绍前的车辆准备 .....      | 37        |
| 细节13: 试乘试驾前的展厅介绍要点 .....    | 37        |
| 细节14: 客户试乘时介绍要点 .....       | 38        |
| 细节15: 客户试乘时介绍要点 .....       | 38        |
| 细节16: 客户试驾后操作要点 .....       | 39        |
| 细节17: 新车交车准备文件 .....        | 40        |
| 细节18: 交车后有哪些注意事项 .....      | 41        |
| <b>第三节 疑难解答 .....</b>       | <b>42</b> |
| 问题01: 客户开发前要做好哪些准备工作 .....  | 42        |
| 问题02: 如何与潜在客户沟通 .....       | 42        |
| 问题03: 试乘试驾体验方式有哪几种 .....    | 43        |
| 问题04: 试乘试驾要做好哪些准备工作 .....   | 43        |
| 问题05: 常用的促成成交方法有哪些 .....    | 44        |
| 问题06: 如何确认交车日期 .....        | 45        |
| 问题07: 汽车销售顾问应如何进行跟踪回访 ..... | 45        |

### 第三章 精品管理规范化作业流程·服务细节·疑难解答

汽车4S店更好地发展,必须做好精品管理。不过目前,有20%的汽车4S店意识到其对于企业盈利增长点的重要性;有30%的汽车4S店开始意识到其可能会成为一个重要的盈利增长点;然而50%的汽车4S店则仍未意识到其重要性,对此还熟视无睹!

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 第一节 作业流程 .....             | 49 |
| 流程01：精品全程管理 .....          | 49 |
| 流程02：精品销售管理 .....          | 50 |
| 流程03：精品库存管理 .....          | 51 |
| 第二节 服务细节 .....             | 51 |
| 细节01：汽车精品的类别 .....         | 51 |
| 细节02：精品采购的原则 .....         | 52 |
| 细节03：精品采购工作分类 .....        | 52 |
| 细节04：精品改装的原则 .....         | 53 |
| 细节05：精品有效定价方法 .....        | 53 |
| 细节06：精品销售模式 .....          | 54 |
| 细节07：样车精品展示要点 .....        | 54 |
| 细节08：精品促销方式 .....          | 55 |
| 第三节 疑难解答 .....             | 56 |
| 问题01：精品销售的好处 .....         | 56 |
| 问题02：试乘试驾时如何向客户销售精品 .....  | 56 |
| 问题03：成交时如何向客户销售精品 .....    | 56 |
| 问题04：交车时如何向客户销售精品 .....    | 57 |
| 问题05：如何利用丢卒保车法销售精品 .....   | 57 |
| 问题06：如何利用潜移默化法销售精品 .....   | 58 |
| 问题07：如何利用投桃报李法销售精品 .....   | 58 |
| 问题08：如何利用举一反三法销售精品 .....   | 59 |
| 问题09：如何利用以退为进法销售精品 .....   | 59 |
| 问题10：如何利用投其所“需”法销售精品 ..... | 59 |

## 第四章 商品车辆管理规范化作业流程·服务细节·疑难解答

本章所指的车辆是与汽车4S店销售运营有关的所有车辆，主要包括了展车、试乘试驾车、待交车和库存车。通过车辆管理，既可从一定程度来促进和辅助销售工作的开展，又能够帮助管理者安排合理的销售计划，保证新车的合格品质。

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 第一节 作业流程 .....                | 63 |
| 流程01：商品车入库 .....              | 63 |
| 流程02：商品车出库 .....              | 64 |
| 流程03：商品车移库 .....              | 65 |
| 第二节 服务细节 .....                | 66 |
| 细节01：展车摆放原则 .....             | 66 |
| 细节02：展车标准（外观） .....           | 66 |
| 细节03：展车标准（内部） .....           | 67 |
| 细节04：展车的维护 .....              | 68 |
| 细节05：试乘试驾车的标准 .....           | 68 |
| 细节06：待交车的管理要求 .....           | 69 |
| 细节07：库存车的管理原则 .....           | 70 |
| 细节08：库存车存储环境要求 .....          | 70 |
| 细节09：库存车的维护要点 .....           | 71 |
| 第三节 疑难解答 .....                | 72 |
| 问题01：展车摆放有何要求 .....           | 72 |
| 问题02：试乘试驾车使用需要注意哪些事项 .....    | 72 |
| 问题03：如何确定库存车的合理存销比与合理库存 ..... | 73 |

## 第五章 配件管理规范化作业流程·服务细节·疑难解答

在汽车销售的整个获利过程中，整车销售、配件销售、维修的利润比例结构为2：1：4，而配件销售和汽车维修两个环节都离不开配件供应。配件能否及时供应直接关系到汽车4S店的服务质量、关系着客户的满意度、体现汽车4S店的服务能力。

|                 |    |
|-----------------|----|
| 第一节 作业流程 .....  | 77 |
| 流程01：配件验收 ..... | 77 |
| 流程02：配件领料 ..... | 78 |
| 流程03：配件订货 ..... | 79 |
| 流程04：配件报价 ..... | 80 |

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 流程05：预约零件 .....          | 81 |
| 流程06：配件出库 .....          | 82 |
| 流程07：日常盘点 .....          | 83 |
| 流程08：定期盘点 .....          | 84 |
| 第二节    服务细节 .....        | 85 |
| 细节01：配件到货验收要点 .....      | 85 |
| 细节02：办理入库手续时的注意事项 .....  | 85 |
| 细节03：货位分配方法 .....        | 86 |
| 细节04：仓库定置定位作业 .....      | 87 |
| 细节05：配件盘点形式 .....        | 87 |
| 细节06：盘点问题的处理 .....       | 88 |
| 细节07：配件库存管理 .....        | 89 |
| 细节08：呆滞件处理方法 .....       | 90 |
| 细节09：旧配件管理要点 .....       | 90 |
| 第三节    疑难解答 .....        | 91 |
| 问题01：如何保证常备配件的库存 .....   | 91 |
| 问题02：怎样杜绝配件缺货 .....      | 91 |
| 问题03：为什么要建立库存 .....      | 92 |
| 问题04：如何制订合适的库存控制策略 ..... | 93 |
| 问题05：如何预防呆滞件 .....       | 94 |
| 问题06：如何评价零配件管理 .....     | 94 |

## 第六章    售后服务规范化作业流程·服务细节·疑难解答

售后服务对汽车4S店来说越来越重要，从无到有，从小到大，可以说所占的比重越来越大。此外，售后服务还能从某种程度上提高汽车4S店的美誉度，满意度，这对汽车4S店的生存是非常重要的。

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 第一节    作业流程 ..... | 99  |
| 流程01：维修预约 .....   | 99  |
| 流程02：维修接待安排 ..... | 100 |

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| 流程03：接待定损 .....                 | 101        |
| 流程04：控工排程 .....                 | 102        |
| 流程05：目录式报价 .....                | 103        |
| 流程06：场内返修 .....                 | 104        |
| 流程07：场外返修 .....                 | 105        |
| 流程08：维修作业 .....                 | 106        |
| 流程09：质量检查 .....                 | 107        |
| 流程10：结算交车 .....                 | 108        |
| <b>第二节    服务细节 .....</b>        | <b>109</b> |
| 细节01：维修预约事项 .....               | 109        |
| 细节02：维修预约准备工作 .....             | 110        |
| 细节03：维修接待前工作准备 .....            | 110        |
| 细节04：维修前环车检查 .....              | 111        |
| 细节05：跟踪维修服务进程要点 .....           | 112        |
| 细节06：维修人员一级检查 .....             | 112        |
| 细节07：维修班组长二级检查 .....            | 113        |
| 细节08：终检人员三级检查 .....             | 113        |
| 细节09：维修车辆内部交车 .....             | 114        |
| <b>第三节    疑难解答 .....</b>        | <b>115</b> |
| 问题01：实行预约有何好处 .....             | 115        |
| 问题02：维修预约有哪些规范 .....            | 116        |
| 问题03：服务顾问在维修接待前要做好哪些服务准备 .....  | 117        |
| 问题04：服务顾问如何对车辆进行初步诊断 .....      | 117        |
| 问题05：如何同客户确定维修项目、工期、价格 .....    | 118        |
| 问题06：如何对车间维修进度进行监控 .....        | 119        |
| 问题07：如何向客户建议额外的维修 .....         | 120        |
| 问题08：追加维修项目（服务）为何要征得客户的认可 ..... | 121        |
| 问题09：打印结算单要注意哪些事项 .....         | 121        |
| 问题10：如何向客户说明所做工作和收费明细 .....     | 121        |

## 第七章 客户管理规范化作业流程·服务细节·疑难解答

汽车4S店是“四位一体”销售专卖店，即包括了整车销售、零配件供应、售后服务、信息反馈四项功能在内的销售服务店。汽车4S店拥有主动权的就是信息反馈一环，也就是客户管理。客户管理注重的是与客户的交流，企业的经营是以客户为中心，而不是传统的以产品或以市场为中心。

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 第一节 作业流程 .....          | 125 |
| 流程01：客户信息收集 .....       | 125 |
| 流程02：会员入会 .....         | 126 |
| 流程03：会员卡办理 .....        | 127 |
| 流程04：会员积分管理 .....       | 128 |
| 流程05：会员消费 .....         | 129 |
| 流程06：会员退会 .....         | 129 |
| 流程07：会员升级 .....         | 130 |
| 流程08：客户投诉处理 .....       | 131 |
| 流程09：销售回访 .....         | 131 |
| 流程10：维修回访 .....         | 132 |
| 第二节 服务细节 .....          | 132 |
| 细节01：客户信息收集内容 .....     | 132 |
| 细节02：精准细分客户 .....       | 133 |
| 细节03：老客户维护和保留的必要性 ..... | 133 |
| 细节04：电话回访时间 .....       | 134 |
| 细节05：销售电话回访要求 .....     | 135 |
| 细节06：销售电话回访统计要求 .....   | 135 |
| 细节07：提高客户满意度的要点 .....   | 136 |
| 细节08：提高客户满意度的细则 .....   | 136 |
| 细节09：销售服务满意度评价的内容 ..... | 137 |
| 细节10：维修服务满意度评价细则 .....  | 139 |
| 细节11：贴心服务项目 .....       | 140 |

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| 第三节 疑难解答 .....                                       | 140 |
| 问题01: 如何保管客户的档案 .....                                | 140 |
| 问题02: 怎样做好客户资料的保密管理 .....                            | 141 |
| 问题03: 电话回访有什么作用 .....                                | 141 |
| 问题04: 如何对客户进行定期回访 .....                              | 142 |
| 问题05: 如何处理客户的投诉 .....                                | 143 |
| 问题06: 回访潜在客户时, 客户表示自己没有购车计划,<br>但其朋友有购车计划应如何应对 ..... | 143 |
| 问题07: 回访客户时, 有客户担心个人信息会被透露时<br>应如何应对 .....           | 143 |
| 问题08: 客户咨询车辆已经出保, 再到汽车4S店维修有<br>什么好处 .....           | 144 |
| 问题09: 客户关系系统管理有何功能 .....                             | 144 |
| 问题10: 如何为客户提供代办服务 .....                              | 145 |
| 问题11: 如何为客户提供新车保险及续保服务 .....                         | 146 |

## 第八章 员工管理规范化作业流程·服务细节·疑难解答

从汽车4S店发展的角度来看, 员工管理是实现人与事的最佳配合, 保证汽车4S店目标顺利完成的重要手段; 同时也是汽车4S店照顾员工各方面的合理需求, 留住并激励优秀人才, 鞭策或淘汰不合格员工的重要手段。从员工个人发展来看, 员工管理是帮助员工实现其自我职业规划的必要措施。

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第一节 作业流程 .....       | 149 |
| 流程01: 员工招聘控制 .....   | 149 |
| 流程02: 新员工入职 .....    | 150 |
| 流程03: 员工转正考核 .....   | 151 |
| 流程04: 员工内部调动 .....   | 152 |
| 流程05: 员工离职管理 .....   | 153 |
| 流程06: 劳动合同签订管理 ..... | 154 |
| 流程07: 员工考勤管理 .....   | 155 |
| 流程08: 请假管理 .....     | 156 |

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| 流程09: 员工绩效考核 .....        | 156        |
| 流程10: 员工奖励 .....          | 157        |
| 流程11: 员工违纪处分 .....        | 158        |
| 流程12: 员工培训管理 .....        | 159        |
| <b>第二节 服务细节 .....</b>     | <b>160</b> |
| 细节01: 员工招聘渠道 .....        | 160        |
| 细节02: 员工责任心的管理 .....      | 160        |
| 细节03: 员工培训目的 .....        | 161        |
| 细节04: 员工工作态度要求 .....      | 162        |
| 细节05: 员工着装要求 .....        | 162        |
| 细节06: 员工仪表要求 .....        | 163        |
| 细节07: 不同类型员工的管理 .....     | 163        |
| 细节08: 赞美员工禁忌 .....        | 164        |
| 细节09: 员工离职原因分析 .....      | 165        |
| <b>第三节 疑难解答 .....</b>     | <b>166</b> |
| 问题01: 员工任职条件的内容包括哪些 ..... | 166        |
| 问题02: 如何安排员工工作 .....      | 167        |
| 问题03: 如何处理员工的争吵行为 .....   | 167        |
| 问题04: 如何对员工进行情感激励 .....   | 168        |
| 问题05: 留用员工有哪些策略 .....     | 169        |
| 问题06: 如何处理好离职员工关系 .....   | 169        |
| <b>参考文献 .....</b>         | <b>171</b> |



A circular arrow graphic with two arrows forming a circle, one pointing clockwise and one pointing counter-clockwise.

# 第一章

## 市场推广规范化

## 作业流程·服务细节·疑难解答

A thick horizontal arrow pointing to the right.