

培训汽车销售人员教材

成就汽车销售

To make car sales successful

丁一 著

同济大学出版社

培训汽车销售人员教材

成就汽车销售

To make car sales successful

丁一 著

同济大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成就汽车销售 / 丁一著. — 上海: 同济大学出版社,
2003.7
ISBN 7-5608-2662-8

I. 成... II. 丁... III. 汽车 - 销售管理
IV. F724.76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 041122 号

本书著作权和出版权受到《中华人民共和国著作权法》的保护。凡对本书的任何一部分进行转载或引用均属侵害著作权行为, 构成违法。若你有任何问题或对书的内容提出改进意见, 请与作者联系。

作者 E-Mail: vwsourc@hotmai.com

作者网站: www.dealernet.cn

成就汽车销售 / 丁一著

责任编辑: 曹焜康

封面设计: 张布

策 划: 上海浦友企业形象策划有限公司

出版发行: 同济大学出版社

(上海四平路 1239 号 邮编 200092 电话 021-65985622)

经 销 者: 全国各地新华书店

印 刷: 上海市印刷十厂有限公司

开 本: 890mm × 1240mm 1/32

印 张: 7.5

字 数: 200000

印 数: 1-11000

版 次: 2003 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5608-2662-8/F · 259

定 价: 25.00 元

写在前面

汽车（Automobile）作为“世界第一商品”，不仅仅是一种交通工具，它的制造、销售和服务给国民经济作出了贡献和带来了就业机会，它也带给人们新的文化理念和新的生活方式和思维方式。汽车文明对中国文化的渗透，将使中国人民的传统观念“不显山，不露水，怕冒尖，怕露富”，逐渐转变为西方人的开拓、勇于冒险和敢于张扬个性的精神。

自2002年3月回国工作后，我发现中国汽车市场俨然是一个典型的卖方市场，许多经销商和销售人员的素质有待提高，经销商内部管理还没有经历过像美国和加拿大（书中简称“北美”）汽车销售的那样残酷的竞争经历，经销商和销售人员急需得到培训。

北美汽车市场的今天就是中国汽车市场的明天。我结合在国内三十多年生活对本土文化的理解和在北美销售汽车的买方市场的亲身经历和汽车管理经验，讲述从培养经销商领军人物、经销商的内部管理、解析销售汽车流程、到如何培养终身客户、如何对销售人员进行培训，从经销商企业文化的铸就，到发达国家的汽车消费信贷和旧车交易等。附录中还介绍了一些北美二手车交易、高速公路管理、号牌发放管理的方法。本书对汽车品牌没有任何倾向，我谨望本书对全国的各种品牌的经销商经理和销售人员进行实在的帮助。

作者 2003.5 于上海

目 录

第 1 章 中国汽车工业与其他国家汽车工业的对比 / 1

- ◆ 国内这几年的汽车合资企业风起云涌地出现，中外和中中外的合资组合非常复杂，了解外资企业的背景和合资企业组合对经销商了解品牌竞争对手有帮助。近些年，中国汽车市场一直处于销售好的卖方市场，它与发达国家的汽车买方市场的特点形成了鲜明的对比。

第 2 章 经销商领导者和领导艺术 / 15

- ◆ 选择和培养经销商的领军人物尤其重要，优秀的领导者等于企业成功的一半。要注意给予领军人物时间和空间。诚实经商，有效率地工作，科学地生活，运用图表是领军人物应当具有的优秀品质和工作方法。一个优秀的职业经理同时也应是一个头脑清楚的会计师。优秀的企业家也应当是一个精明的市场经济学家。

第 3 章 经销商内部管理 / 35

- ◆ 在汽车销售市场一片大好的情况下，管理者应当未雨绸缪，应当懂得如何组织完成销售任务，如何确定销售人员的数量，如何挑选销售人员进行团对销售，销售人员是你的第一客户，有刚性指标又需要柔性管理；
- ◆ 展厅的环境和标识的规范统一影响着企业的形象和给顾客的第一印象；
- ◆ 为什么发达国家经销商管理中采用部门之间“内部现金结算”的运作方式？你的服务经理和零件部经理有没有干劲为经销商工作取决于你对各个部门科学管理与否。成功经销商要下工夫考虑如何提高经销商内部的管理效率和用人效率；
- ◆ 你知道不知道顾客看见一个广告上印上 2~3 个电话号码会一个也记不住，科学管理通讯设施将直接影响公司的形象和运作效率；
- ◆ 要有人人皆知保证汽车销售质量的思想，尤其要注意销售人员对客户提车时的讲解。

第4章 解析销售流程 /71

- ◆ 销售人员在任何时候都应保持热情接待顾客的态度，这是国内销售人员首先要做到的。真诚的态度，扎实的专业知识，广泛的文化素养等等都应是一个优秀销售人员应当具备的条件；
- ◆ 销售人员还应具备许多销售技巧，诸如对品牌车销售特点的掌握，如何接听电话，如何缩小目标详细讲解等等。

第5章 培养终身客户 /99

- ◆ 终身客户是经销商最有价值的客户，他们通过言传经销商的良好口碑形成了有威力的无形广告。要教育经销商所有人员都要有“客户永远是对的”经营思想和随时随地服务的理念，创造客户的温馨之家，不断提升客户的满意度。

第6章 销售人员的培训 /109

- ◆ 不断培训销售人员是经销商可持续稳定地增长的重要因素，培训人员所花的时间和经费与经销商的业绩和员工对经销商的满意度成正比，建设培训平台和注重培训方式和方法。

第7章 贷款和融资性租赁销售汽车 /117

- ◆ 发达国家汽车消费者用借贷方式买车占90%以上，经销商通过借贷获得达9%的利润。在这一章中介绍国外个人贷款体系，分期付款，融资租赁等方法的计算原理和方法，也概况了我国目前开展的情况。

第8章 二手车交易 /131

- ◆ 我国二手车现有的管理体制有待改革，二手车交易即将成为经销商的一个主要业务。如何评估二手车是保持经销商利润的关键。北美二手车的完全市场化运作拉动了整个汽车行业的发展。

第9章 经销商的无形资产 /151

- ◆ 优秀经销商需要理解无形资产的价值和不断铸就其无形资产，维护汽车品牌和经销商品牌的发展，建立和认知知识，激励员工学习，提高自身素质。

第10章 E化企业管理 /165

- ◆ 什么是B2C, B2B, B2E, B2P, CRM, ERP, SAP, SRM, CIO?
- ◆ 采用E化管理企业，提高企业效率；
- ◆ 经销商如何利用高技术提高企业效率。

第11章 展望未来 /181

- ◆ 中国未来的汽车消费市场将推动国营企业体制改革，经销商管理者注重学习先进的管理方法和理念。梅花香自苦寒来，坚毅的人总会成功。

附录1 车辆识别代号

附录2 常见与汽车有关的英文缩写

附录3 汽车的轮胎和胎压

附录4 企业管理，汽车信息，汽车展览，汽车厂商网站目录

附录5 常见与汽车有关的单位换算

附录6 发达国家与汽车有关的相关行业

附录7 国际石油储备

附录8 北美的老爷车市场

附录9 我国2002式号牌的发放与北美汽车号牌的发放对比

附录10 超载货车对道路的损坏和控制

附录11 发达国家汽车召回的管理制度

第 1 章



中国汽车工业 与其他国家汽车 工业的对比

- ◆ 世界汽车品牌
- ◆ 卖方市场和买方市场
经销商的对比
- ◆ 2002 年中国汽车业格局





世界汽车品牌

由于汽车这一产品的技术含量较高，涉及比较广泛的技术组织和市场运作，在历经百年市场竞争后，世界著名汽车厂集中在少数大的厂家。一些品牌汽车现在年产量虽然少，但在世界汽车市场上仍然很有名气。下面列出了每个汽车公司的标志和厂家简介及公司网站，网站是读者进一步了解品牌汽车的源泉。

美国通用汽车 (www.gm.com, www.gm.com.mx) 自 1928 年超过 Ford 公司，一直在世界上居首位。有：

- 别克分部， www.buick.com (系列产品有: Skylark, Regal, Le Sabre, Park Avenue, Road Master, Riviera) ；
- 凯迪拉克分部， www.cadillac.com (系列产品有: De Ville, Seville, Fleetwood, Allante) ；
- 庞蒂亚克分部， www.pontiac.com (系列产品有: Sunfire, Grand Am, Grand Prix, Firebird) ；
- 雪佛兰分部， www.chevrolet.com (系列产品有: Cavalier, Corsica, Beretta, Camaro, Corvette, Lumina, Caprice Impala) ；
- 奥兹莫比尔分部， www.oldsmobile.com (系列产品有: Achieva, Cutlass Giera, Cutlass Supreme, Aurora) ；
- 土星分部， www.saturn.com www.saturncars.com ；
- GMC 分部， www.gmc.com, www.gmccanada.com ；
- 欧宝分部， www.opel.com (系列产品有: Corsa, Astra, Vectra, Omega. 欧宝分部是德国最老的汽车公司之一，1929 年被通用公司收购) ；

通用在国内的合资企业: 上海通用, 金杯通用, 上汽五菱

美国福特于 1903 年成立，亨利·福特是这一世界上第二大公司的创始人。上个世纪初福特公司生产出世界上第





一辆家庭汽车(T型车)。目前在美国本土设有44个工厂,海外设有25个工厂。此外,拥有以下汽车公司的部分股权,阿斯顿·马丁(Aston Martin)、美洲豹(Jaguar)、马自达(Mazda)、沃尔沃(Volvo)和陆虎(Land Rover)。

·福特分部, www.ford.com www.ford.co.uk www.ford.ca (系列产品有: Escort, Taurus, Windstar, Countour, Crown Victoria, Probe Thunderbird, Mustang);



·林肯分部, www.lincolnvehicles.com (系列产品有: Continental, Town Car, Mark);



·水星分部, www.mercuryvehicles.com (系列产品有: Misticque, Tracer, Sable, Grand Marques);

福特在国内的合资企业有: 重庆长安福特, 江铃陆风, 江铃汽车



美国克莱斯勒在1925年成立, 瓦尔特·克莱斯勒是这一美国第三大公司的创始人。1928年收购了道奇公司, 1929年由最初成立时的美国排名第25位越升为第3位。

该公司旗下有克莱斯勒分部, www.chrysler.com www.chryslercanada.com (系列产品有: Le Baron, Cirrus, New Yorker, Concorde);



·道奇分部, www.dodge.com (系列产品有: Intrepid, Stratus, Neon, Colt, Caravan);



·顺风分部, 自2002年起, 克莱斯勒公司决定不再生产Plymouth这一品牌车, (2001年以前的系列产品有: Neon, Laser, Voyager);



·吉普(Jeep)分部, www.jeep.com (系列产品有: Talon, Vision, Grand Cherokee);

DODGE

Jeep

1984年在中国与北京汽车制造厂合资生产北京 JEEP

日本丰田是日本十几家生产汽车公司中最大的公司，

www.toyota.co.jp www.toyota.com www.toyota.ca (系列产品有: Corolla, Camry, Tercel, Echo, Sienna, Previa, Avalon, Crown, Land Cruiser)

· 丰田在 1989 年成立豪华车凌志分部, www.lexus.com (系列产品有: ES300, GS300, LS400, SC300/400)。

在中国国内合资企业有: 四川丰田, 天津一汽丰田



日本日产于 1933 年成立。1937 年从美国引进技术后开始生产家用汽车。日产公司长期与丰田公司竞争。在本土的十几家工厂中使用机器人的数量是全球生产厂家最多的, www.nissan.co.jp www.nissan-na.com

www.nissanmotors.com , (系列产品有: March, Sunny, Presea, Bluebird, Skyline, Cefiro, Laurel, Maxima, Cima, President, Cedric) ;

日产公司有“无限”分部, www.infinitimotors.com ;

中国国内合资企业有: 郑州日产



德国大众, 1934 年设计师波尔舍开始组建大众公司, 于 1938 年正式成立德国大众公司, 目前它是欧洲最大的汽车公司。上个世纪中叶, 大众的甲壳虫汽车风靡欧洲和北美大陆。现有如下分部:

- 大众公司(Volkswagen) www.vw-online.de www.vw.com;
- 奥迪(Audi) www.audi.com;
- 斯柯达(Skoda);
- 宾利(又译: 本特利, Bentley) www.bentleymotors.com;
- 布加迪(Bugatti);
- 兰博基尼(Lamborghini);
- 西亚特(Seat);





德国大众是最早成功进入我国的国外汽车企业，有一汽-大众和上海大众合资企业



意大利菲亚特 (FIAT) 是乔瓦尼 1899 年所创立，
www.fiat.com www.fiatusa.com(系列产品有: Punto, Tipo, Tempra, Bravo, Croma);



与中国的合资企业有南京菲亚特和江苏南亚



德国宝马 (BMW) 汽车于 1916 年成立，www.bmw.de
www.bmw.com www.bmwusa.com (系列产品有: 3 系、5 系和 7 系)。“开宝马,坐奔驰”的口头禅是赞美宝马的驾驶舒适性。

在中国的合资企业有华晨宝马公司



奔驰 (MERCEDES-BENZ) 以生产技术和做工考究的奔驰轿车为名，www.mercedes-benz.com
www.usa.mercedes-benz.com (有 C, E, S 系列产品)。
奔驰公司在中国国内与扬州客车成立合资企业



日本本田 (HONDA), www.honda.co.jp www.honda.com
www.acura.com (系列产品有: Civic, Accord, Prelude)。
1986 年成立豪华车 Acura 分部 (系列产品有: Integra, Vigor, Legend)。本田公司近三年的销售量一直在上升。
中国国内的合资企业是广州本田



法国雷诺 (RENAULT) 于 1898 年成立，是法国第一大汽车公司，www.renault.com (系列产品有: Twingo, Clio, Safrane, Espace)

法国 PSA 集团制造标致 (PEUGEOT) www.peugeot.com

www.citroen.com 和雪铁龙 (CITROEN) www.psa-peugeot-citroen.com 两种品牌汽车。标志和雪铁龙在 1976 年合并组成集团。标致有 106 型、306 型、405 型和 605 型系列产品；雪铁龙有 AX、ZX、XM 型系列产品



瑞典沃尔沃, 又称富豪 (VOLVO), www.volvocars.com, (系列产品有: 400 系列、480 系列、850 系列和 940/960)。以车体宽、稳重和碰撞实验记录优秀为著称



日本铃木 (SUZUKI) 以生产微型汽车和出口摩托车著名 (www.suzuki.co.jp www.suzuki.com)。其 51% 股份为丰田公司所有



日本三菱 (MITSUBISHI) 成立于 1970 年, www.mitsubishi-motors.co.jp www.mitsucars.com, 生产有轿车、厢式汽车、货车和吉普车等, 产品较为齐全, (系列产品有: Minica, Lancer, Galant, Emeraude, Diamante, Debonair, Eclipse 和 Space Wagon 等)。Pajero 吉普车在国际市场上很有名



日本富士重工 (SUBARU), www.subaru.com, 成立于 1953 年, 生产有 Subaru 轿车, 4 轮驱动是其轿车的特点



日本马自达 (MAZDA) 曾是日本最大的汽车公司, (www.mazda.co.jp www.mazdausa.com), 上个世纪九十年代, 福特公司收购其 33.3% 的股份, 该公司生产有轿车、皮卡和厢式汽车等, (系列产品有: 马自达 MPV、马自达 121、马自达 323、马自达 626 和马自达 Miata 等); 马自达公司还设有豪华车俊郎分部 (系列产品有: 俊郎 500 和俊郎 800)。



在中国合资企业有：海南一汽马自达



日本五十铃（ISUZU）成立于1937年，www.isuzu.co.jp
www.isuzu.com，主要产品有皮卡、客货两用车、中型和
重型货车；

在中国国内合资企业有：江西五十铃，重庆五十铃



日本大发，是日本丰田控股的一家汽车制造公司
www.daihatsu.co.jp www.daihatsu.com，以生产微型汽车为
主和研究开发电动汽车为名。1984年在天津生产大发
850微型汽车。2003年与一汽合资组成一汽华利生产
SUV



日野（HINO）以生产中型，重型货车和客车而著名
www.hino.co.jp www.hinotruckusa.com；
在中国哈尔滨有中日合资企业生产龙日客车



韩国起亚是一家有60年历史的公司 www.kia.co.kr
www.kiausa.com；
该公司在中国国内与北京汽车集团合资组成北京起亚，
与江苏悦达和东风集团合作组成东风悦达起亚



韩国现代（HYUNDAI）成立于1967年，曾与三菱公司合
作生产 Pony 轿车，www.hmc.com.kr
www.hyundai-motor.com www.hyundaiusa.com；
在中国，韩国现代公司与恒通集团合资组成华泰现代生
产特拉卡越野车



韩国大宇（DAEWOO）在1982年成立，2000年11月曾
宣布破产，被通用公司在2002年收购组成为通用大宇

(GMDAEWOO), www.lm.co.kr ;

该公司在中国上海有 8 家合资服务配件公司



英国捷豹 www.jaguarcars.com www.jaguarvehicles.com 生产高技术的捷豹牌汽车。



1990 年福特公司收购该公司

意大利法拉利 www.ferrari.com 是以生产赛车为著名的汽车公司。1962 年该公司生产了 39 辆有名的法拉利 250GTO



德国波尔舍 (又译: 保时捷) www.porsche.com

www.us.porsche.com 是以生产世界跑车而闻名于世。波尔舍是大众甲壳虫汽车的设计者, 他在 1938 年出任大众公司总经理



英国劳斯莱斯 www.rolls-roycemotorcars.com 生产劳斯莱斯这个世界顶级豪华车 ;

劳斯莱斯车爱好者网站的网址是 www.rrab.com



瑞典绅宝 (SAAB) www.saab.com , 是欧洲老牌子汽车。1990 年通用公司购买了其 50% 股份。绅宝公司生产有 900 系列和 9000 系列汽车



2002 年按全球销量, 通用、福特、戴克、丰田、大众、本田和日产排在前面, 而丰田、本田、日产这三家日本制造商较 2001 年有正增长。美国是全球汽车消费市场比较敏感和成熟发展的地区, 各个大的汽车公司在美国市场占有率的现状是与历史上竞争的较量和公司的经营时间的长短有关, 图 1-1 列出

2002 年全美品牌汽车销售量的情况。

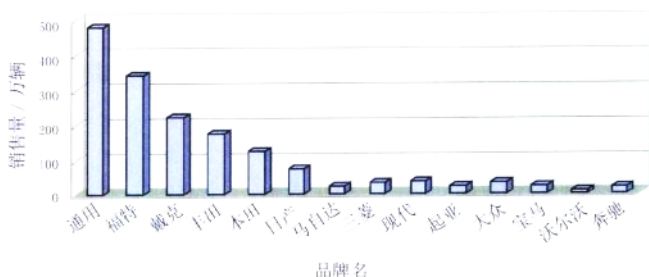


图 1-1 2002 年各品牌汽车在美国的销售量

中国的汽车市场目前仍然处于卖方市场

卖方市场是厂家供货小于市场需求的市场，这时候汽车生产厂方和经销商是大爷，是可以获得暴利的一方。卖方汽车市场呈现如下特点：

- ◆ 生产厂家的利润高（20%~30%，发达国家汽车厂家小于 9%），因此国内一些小企业匆匆忙忙上马，一些拼装的汽车不符合安全和尾气排放标准和质量也没有保证，消费者对质量的投诉案件多。厂家对新车的书面质量保证较低，与发达国家买方市场对新车的质量保证还有相当大的差距。政府管理机构对许多零配件生产的小厂的质量监督失去控制，致使不合格的产品流入市场，损害品牌厂家的声誉和消费者的利益。
- ◆ 政府机构各个部门管理不规范，相互扯皮，法律法规的制定（如汽车质量保证法和柠檬法）的不完全，没有全部对整车进入市场之前进行测试。