

赠送 电子课件

高职高专汽车类教学改革规划教材

汽车销售实务

刘亚杰 张元元 李磊 编著

清华大学出版社





高职高专汽车类教学改革规划教材

汽车销售实务

刘亚杰 张元元 李磊 编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本教材针对高等职业教育的特点,在“工学结合”人才培养模式下,按照基于工作过程的课程开发要求,结合汽车销售业务的实际编写而成。全书包括三个单元,各个单元又分解为若干任务,分别介绍了汽车销售人员素质和能力要求、汽车销售流程、汽车保险代理、汽车消费信贷、汽车税费缴纳和牌照代理、二手车交易、汽车售后服务、汽车备件管理等业务知识和技能。

本教材体例新颖、实用性强,既可以作为汽车类专业的教材,也可以作为经济与管理类专业的教材,还可以作为汽车销售人员的业务培训教材和参考读物。本书配有课件,下载地址为:
<http://www.tupwk.com.cn/downpage>。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

汽车销售实务/刘亚杰等 编著. —北京:清华大学出版社,2012.5

(高职高专汽车类教学改革规划教材)

ISBN 978-7-302-28524-3

I. ①汽… II. ①刘… III. ①汽车—销售—高等职业教育—教材 IV. ①F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 066163 号

责任编辑:施 猛

封面设计:常雪影

责任校对:成凤进

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62794504

印 刷 者:三河市君旺印装厂

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:14.5

字 数:266 千字

版 次:2012 年 5 月第 1 版

印 次:2012 年 5 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:24.00 元

前言



在国家宏观政策的支持下，中国的汽车工业和汽车贸易已经进入一个蓬勃发展的阶段，汽车的消费品特性日趋显现，汽车正在成为消费热门商品并逐渐走进千家万户。在汽车需求非常旺盛的今天，汽车生产企业和流通企业面临的不仅是发展的机遇，也面临着竞争日益激烈的挑战。企业的竞争也是人才的竞争，汽车企业能否拥有既懂汽车技术知识和技能，又懂市场营销和企业管理知识，同时又具有良好的综合素质的职业人才，是企业生存和发展的关键。汽车销售实务是汽车类高职专业的一门专业技能课程，对于培养学生汽车销售的业务能力，使其在汽车企业能胜任相应岗位的业务工作具有重要作用。

本教材的编者结合高等职业教育改革的实际，根据汽车销售企业对汽车销售业务人员的岗位能力要求，按照任务式教学方法编著了本教材。在教材编著过程中，编者曾亲自到汽车销售企业参加实践并进行了广泛的调研，积累了大量的第一手资料。本教材遵循知识“必需、够用”的原则，强调汽车职业人才实际业务的处理和实践动手能力的训练与培养，同时兼顾汽车职业人才综合素质的培养。教材内容通俗易懂，对于开展教学和培训，具有很强的操作性，不仅可以作为在校学生学习专业课程教材，也可以作为汽车销售岗位从业人员的业务培训教材，还可以作为汽车营销师、汽车销售顾问等职业资格培训和考试的参考教材。

本教材具有如下特色：

1. 教材内容以汽车销售实际工作业务的处理方法为主，兼顾汽车销售业务人员应该具备的市场营销、企业管理、个人综合素质等基本知识，内容符合高等职业教育的要求。
2. 按任务式教学方法的要求编排教材结构，每节提出一个学习任务，使学习任务同实际岗位要求相一致，培养学生正确、熟练处理业务的能力，符合高等职业教育教学改革的要求。
3. 本教材突出对实际工作业务的实训指导，通过设计实际工作业务的情境，指导学生在模拟的工作场景中自主学习和研究工作业务的处理方法，对培养学生的实

II | 汽车销售实务

际动手能力具有针对性的帮助。

4. 本教材注重对学生知识和技能的指导，为学生提供一个拓展知识和技能的空间。

5. 本教材来源于汽车销售业务的实际，又对实际业务起指导作用，在学习过程中需要考虑国家经济形势和产业政策等宏观因素的变化对实际工作业务的影响，做到理论联系实际。

本教材在清华大学出版社的鼎力支持下得以出版。本书由刘亚杰、张元元、李磊编著，其中刘亚杰负责第2单元的编著并承担全书的编纂工作，张元元负责第1单元的编著工作，李磊负责第3单元的编著工作。

在本教材的编著过程中，借鉴了有关书籍的内容和观点，在此谨向各位作者表示诚挚的敬意和衷心的感谢！

由于水平有限，不足之处在所难免，恳请读者提出宝贵意见。反馈邮箱：
lyly1989@126.com。

编 者

2012年3月

目录



第1单元 汽车销售人员素质和能力要求 … 1

学习任务1.1 汽车销售活动概述 …… 2

1.1.1 汽车产品的特点 …… 2

1.1.2 汽车销售的含义 …… 4

1.1.3 汽车销售活动的业务内容 … 5

知识问答与技能训练 …… 6

学习任务1.2 汽车销售人员素质和能力要求 …… 7

1.2.1 汽车销售业务人员应该具备的专业能力 …… 7

1.2.2 汽车销售业务人员应该具备的职业素质 …… 9

知识问答与技能训练 …… 11

学习任务1.3 汽车发展史 …… 11

1.3.1 汽车的发展进程 …… 12

1.3.2 我国汽车工业发展历程 … 14

知识问答与技能训练 …… 17

学习任务1.4 汽车新概念与汽车标志 …… 17

1.4.1 汽车新概念 …… 18

1.4.2 汽车标志及含义 …… 21

知识问答与技能训练 …… 28

学习任务1.5 汽车市场营销 …… 28

1.5.1 市场的含义 …… 29

1.5.2 市场营销 …… 30

1.5.3 现代市场经营观念 …… 31

1.5.4 营销组合策略 …… 32

知识问答与技能训练 …… 33

学习任务1.6 汽车分类 …… 33

1.6.1 汽车市场细分化 …… 34

1.6.2 汽车型号 …… 36

1.6.3 车辆识别代号编码 …… 38

知识问答与技能训练 …… 40

学习任务1.7 汽车销售术语 …… 40

学习任务1.8 汽车消费需求分析 …… 50

1.8.1 家用汽车需求特点 …… 51

1.8.2 顾客购买家用汽车的心理分析 …… 54

知识问答与技能训练 …… 57

学习任务1.9 企业基本知识 …… 57

1.9.1 企业概况 …… 57

1.9.2 企业的销售目标及重要客户范围 …… 59

1.9.3 服务项目、付款条件及理赔政策 …… 59

1.9.4 销售策略和销售部门职能 … 60

知识问答与技能训练 …… 62

学习任务1.10 财务和税收基本知识 … 63

1.10.1 财务基本知识 …… 63

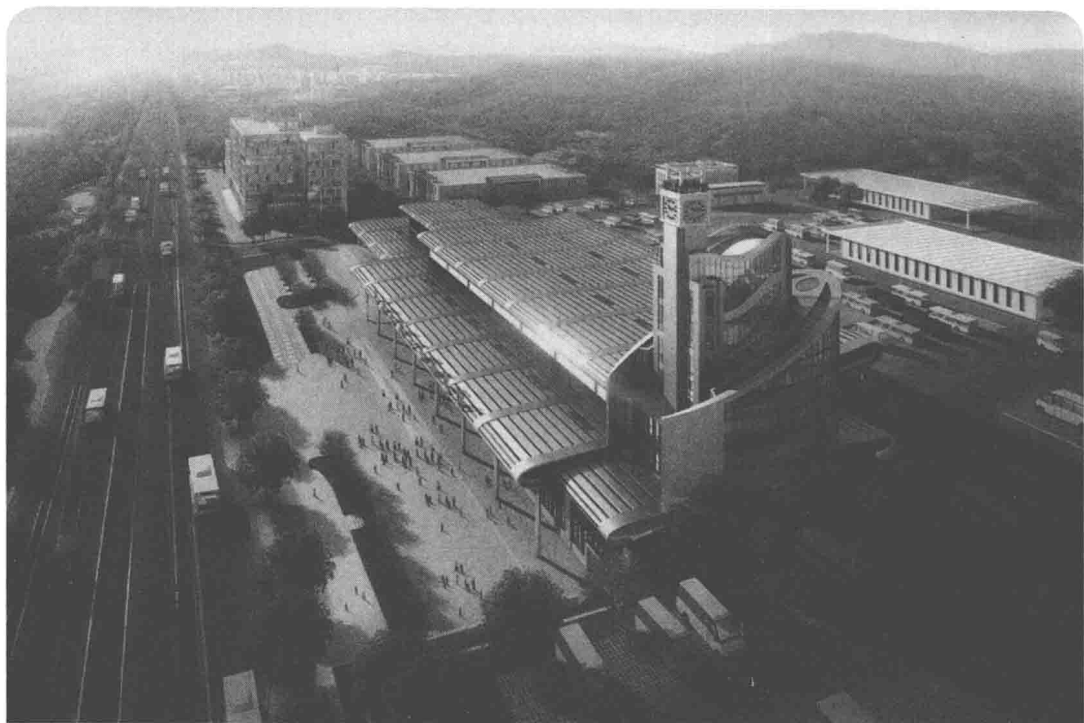
1.10.2 税收基本知识 …… 66

知识问答与技能训练 …… 70

第2单元 汽车销售活动	71	2.6.2 汽车消费贷款的额度、期限与利率	109
学习任务2.1 接待顾客	72	2.6.3 自然人申请贷款的程序	110
2.1.1 电话接听礼仪	73	2.6.4 汽车消费借款合同范本	113
2.1.2 接待上门的顾客	74	知识问答与技能训练	118
2.1.3 汽车销售接待礼仪	76	学习任务2.7 汽车消费贷款的偿还	119
2.1.4 销售接待的交谈要求	79	2.7.1 汽车消费贷款的偿还	119
知识问答与技能训练	80	2.7.2 汽车消费贷款案例	120
学习任务2.2 汽车展示和推介方法	81	知识问答与技能训练	122
2.2.1 汽车展示方法	81	学习任务2.8 交车业务	123
2.2.2 汽车介绍方法	83	知识问答与技能训练	127
知识问答与技能训练	87	学习任务2.9 税款缴纳	127
学习任务2.3 试乘试驾	87	2.9.1 车辆购置税	128
2.3.1 试乘试驾的意义	88	2.9.2 车船使用税的缴纳	130
2.3.2 试乘试驾的目的和作用	89	知识问答与技能训练	132
2.3.3 试乘试驾业务流程	89	学习任务2.10 保险基础知识	133
知识问答与技能训练	93	2.10.1 保险的定义	134
学习任务2.4 商务洽谈	94	2.10.2 保险术语	134
2.4.1 洽谈时的应对技巧	94	2.10.3 机动车保险的重要意义	135
2.4.2 促成交易的技巧	99	2.10.4 机动车辆保险合同的法律特征	136
2.4.3 增加成交机会的一些细节	102	2.10.5 机动车辆保险合同的形式	138
知识问答与技能训练	103	知识问答与技能训练	139
学习任务2.5 消费信贷基础知识	103	学习任务2.11 机动车辆保险种类	140
2.5.1 消费信贷的含义	104	2.11.1 机动车辆商业保险	140
2.5.2 提高对消费信贷的认识	105	2.11.2 交通事故责任强制保险	142
2.5.3 消费信贷的分类	105	知识问答与技能训练	148
2.5.4 汽车消费信贷的含义	106	学习任务2.12 机动车辆保险的投保程序	148
2.5.5 汽车消费贷款的担保方式	106	知识问答与技能训练	154
知识问答与技能训练	108	学习任务2.13 机动车辆保险的理赔程序	154
学习任务2.6 汽车消费贷款办理程序	108		
2.6.1 申请汽车消费贷款的条件	109		



2.13.1 机动车辆道路交通事故的 处理程序	154
2.13.2 机动车辆索赔及 理赔程序	155
2.13.3 理赔额计算举例	157
知识问答与技能训练	159
学习任务2.14 办理牌照	159
2.14.1 机动车行驶证	160
2.14.2 临时牌照和车辆移动证	161
2.14.3 机动车牌照	161
2.14.4 补发机动车牌照	162
2.14.5 机动车异动登记	162
2.14.6 报废登记	163
2.14.7 新车牌照办理流程	164
知识问答与技能训练	165
第3单元 汽车售后活动	166
学习任务3.1 二手车交易基础知识	167
3.1.1 不能交易的车辆	167
3.1.2 车价折算	168
知识问答与技能训练	173
学习任务3.2 二手车交易流程	173
3.2.1 了解车源	174
3.2.2 技术状况检查	174
3.2.3 二手车置换程序	183
知识问答与技能训练	184
学习任务3.3 售后服务概述	185
3.3.1 售后服务的意义	185
3.3.2 售后服务的工作内容	187
3.3.3 投诉的处理	190
知识问答与技能训练	193
学习任务3.4 质量保修的程序	193
知识问答与技能训练	196
学习任务3.5 汽车备件进货管理	196
3.5.1 汽车备件采购计划 的制定	196
3.5.2 汽车备件进货验收	201
3.5.3 填写与使用进货凭证	201
知识问答与技能训练	202
学习任务3.6 汽车备件保管和 出库管理	203
3.6.1 汽车备件入库	203
3.6.2 汽车备件分区分类 及货位编写	204
3.6.3 货物堆码	205
3.6.4 汽车备件存储的安全管理	206
3.6.5 库存汽车备件数量管理	207
3.6.6 汽车备件的条形码管理	208
3.6.7 汽车备件出库与复核	208
3.6.8 汽车配件盘存	208
知识问答与技能训练	209
附录1 汽车品牌销售管理实施办法	210
附录2 机动车交通事故责任 强制保险条例	216
参考文献	224



销 售

第1单元

汽车销售人员 素质和能力要求

学习任务1.1 | 汽车销售活动概述

学习目标

1. 熟悉汽车产品的特点;
2. 理解汽车销售的含义;
3. 掌握汽车销售活动的业务内容。

学习内容

1. 汽车产品的特点;
2. 汽车销售的含义;
3. 汽车销售活动的业务内容。

学习方法

1. 比较和分析不同产品之间的特点;
2. 认识和理解汽车销售企业的业务活动内容;
3. 回顾汽车技术知识、市场营销知识等专业知识;
4. 探讨个人的职业生涯规划。

任务导入

汽车是一种商品,是汽车销售工作的对象,但你对汽车产品的特点了解多少?你知道汽车销售活动的业务内容有哪些吗?

1.1.1 汽车产品的特点

汽车一般是指本身具有动力装置,由动力驱动,具有四个或四个以上车轮的非轨道承载的车辆,它主要用于:载运人员和(或)货物;牵引载运人员和(或)货物的车辆。汽车也包括与电力线相连的车辆,如无轨电车,整车整备质量超过400kg的三轮车辆。本教材中所提到的汽车销售,主要是以家庭用轿车的销售为主。所以,分析汽车产品的特点,主要是分析家庭用轿车的特点。

汽车作为人类发明创造出来的产品,除了具有和其他产品一样为人类生产和生活服务的共性之外,还有着本身的特点。



1. 价格昂贵

汽车由几万个零件组成,制造材料多样,制造技术复杂,导致汽车生产成本比较高,再加上生产、流通环节中的税金和有关费用,使汽车的销售价格比较高,并且不同种类、不同品牌的汽车价格还存在着天壤之别。在我国目前的经济水平下,汽车的最低价格为3万元人民币(如奇瑞QQ等微型汽车),而一些高级轿车价格可以达到上百万元人民币(如奔驰、宝马等名车),一些运动型汽车和时尚型汽车,价格高达上千万元人民币(如法拉利赛车、悍马越野车等)。

2. 生产资料和消费资料的双重属性

汽车从诞生之日起,就具有生产资料和消费资料的双重属性,即汽车既是生产手段(如载货汽车、旅客运输车、出租车等),又是生活用具;既可以通过使用汽车获得运输收入,又可以将汽车作为交通代步工具,获得生活的便利。

3. 使用管理的强制性

我国对汽车的使用管理实行两种根本制度:驾驶证(执照)制度和车辆牌照制度。驾驶证(执照)制度,是车辆管理部门通过对驾驶证的考取、核发和日常严格管理,控制驾驶员素质从而保证安全行车的一项制度,这也是掌握驾驶员队伍状况的有效手段之一。车辆牌照制度,是车辆管理部门通过对车辆牌照的核发和日常严格管理,控制车辆数量和单车安全技术状态,创造安全、畅通的交通条件的一项制度。公安机关的车辆管理部门依法履行汽车使用管理职能。

此外,国家工商管理部门、国家税收部门、公路养路费征收部门、环保部门等,也是参与汽车使用管理的行政部门,在汽车交易、税费征收、排放要求等方面,均具有法定强制力。

4. 交易复杂

汽车交易不同于一般消费品的柜台交易,价格、品牌、服务等多种因素都会对购买者的购买决定产生影响。新车的个人消费者往往要经过反复咨询和比较才能决定购买某款汽车。购买者选择的多样性和决策的复杂性决定了销售业务不是简单的工作,而是个复杂的提供服务的业务过程。一旦交易达成,还需要签订《汽车购销合同》、验车交车、装配饰品、代理缴纳税费、代理上牌、代理保险、代理信贷、进行售后服务等。汽车销售业务不是一次性的买卖行为,而是销售方同客户建立长久关系的行为。而对于二手车交易来说,还增加了技术鉴定与评估、价格磋商、转让手续办理等程序,交易的实现同样是复杂的。

5. 使用成本大

汽车在使用过程中,会发生燃料消耗、机件磨损、撞击损坏等有形损耗,也会

发生由于科学技术的进步与发展导致的无形损耗(即汽车贬值),消费者还要支出维护保养费用、修理费用、交通事故责任强制保险的费用、各种税费、过路和停车费用等。一辆家庭用汽车,平均每年至少需要1万元。

6. 安全和排放要求高

汽车使用的安全性和污染物排放状况受自然因素、道路条件、行政部门的交通管理情况、驾驶员的操作水平等因素的影响,但主要取决于车辆本身的技术条件。对汽车使用的一些强制性要求,主要是为了保障使用者的安全和公众利益。



1.1.2 汽车销售的含义

汽车销售是指汽车(销售)企业将商品车与客户进行价值交换的一种社会活动及其商务过程,也可以理解为:汽车销售是在了解顾客需求的基础上,通过有针对性地对汽车及服务进行介绍,以满足顾客特定需求的过程。满足顾客特定的需求是指顾客特定的欲望被满足,或者顾客特定的问题被解决。能够满足顾客这种特定需求的,只有商品提供的特殊利益。例如,顾客购车有的是为了开拓业务,彰显自己尊贵的身份;有的是为了突出个性,体现自身独特的品味;有的是为了代步,考虑经济实用。由于每个人的需求不同,所以在介绍汽车的过程中,必须要有针对性。例如,一辆红色的跑车,是不能同时满足彰显身份和希望经济实用这两类顾客的利益和特殊需要的。因此,销售汽车就要找出汽车所能提供的特殊利益,满足顾客的特殊需求。

汽车销售不是单纯解说商品的功能,而是要深入地了解顾客的需求,进行有针对性的介绍,注重结果。在与顾客沟通过程中,不要试图说服顾客,要让顾客感觉到受尊重,要由顾客自己来做决定,要让顾客发自内心地认同。销售不是炫耀自己的专业,而是要注意倾听,让顾客说出他的想法,销售员要谦虚,要让顾客感觉到轻松和愉悦。销售不只是销售商品,最关键的是要赢得顾客的理解和信任,真诚是销售员最有力的武器。

我国在20世纪90年代初期,汽车销售人员的主要工作就是等待客人上门,然后向客人介绍产品特性,缺乏对顾客群的主动研究、细分和定位;同时,在车辆销售之后就不再与顾客保持长期联系,可能会失去老顾客增购和老客户介绍新客户购买的机会。目前的各家汽车4S店普遍采用顾问式销售,通过一对一顾问式销售,可以把售前咨询、售中服务、售后维系有机结合起来,形成面向顾客群的全程销售模式,减少来自不同环节的潜在顾客流失。因此,顾问式销售要求变被动销售为主动销售,它能有效地提高顾客的满意度,能最大限度地满足顾客的精神需求,同时也



能最大限度地创造销售机会。顾问式销售必将对汽车销售行业从业人员的整体素质提出更高的要求。

近几年我国的汽车工业飞速发展,产销量已经双双居于世界第一位,可以说我国已经是“汽车大国”,但是距离“汽车强国”的目标还有很大的距离。随着汽车普及程度的提高,交通拥堵、环境污染、能源消耗大等由于汽车发展带来的社会问题也越来越引起人们的思考。由于竞争日益激烈,汽车销售企业的销售活动必须兼顾经济效益和社会责任,汽车销售活动面临巨大的机会和挑战。目前汽车销售人员的素质、专业化程度等虽然有了长足的进步,但同汽车发达国家相比,汽车销售人员的专业能力还很薄弱,对企业的忠诚度还有待提高,高素质、懂专业、工作扎实的汽车销售人才供不应求。



1.1.3 汽车销售活动的业务内容

根据我国目前多数汽车销售企业的销售和管理模式,完整的汽车销售活动包括售前活动、销售活动和售后活动三个阶段。

1. 售前活动

售前活动包括:汽车销售企业(4S店)获得某品牌汽车的经营权,组织订购、运输和仓储,上市前的宣传,对展厅进行合理布置,确定样车的摆放位置,确定新车的价格,组织销售人员进行业务培训等。

2. 销售活动

完成一项汽车交易活动,即从顾客上门开始,到最后成交以及协助顾客办理完相关手续,车辆可以上路行驶为止,一般要经历八个业务环节,如图1-1所示。

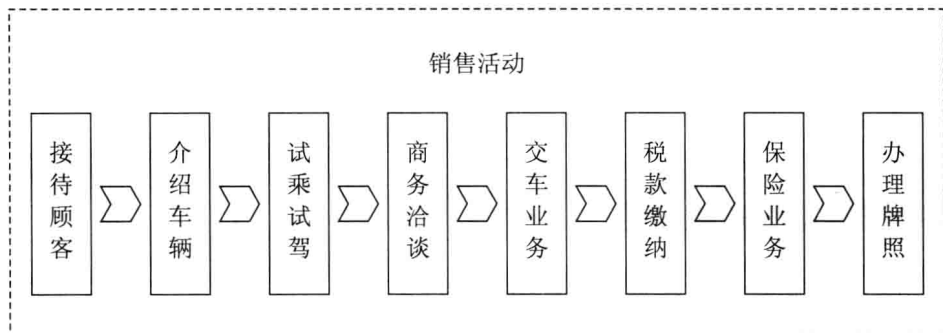


图1-1 销售活动的八个环节

(1) 接待顾客

按照统一的礼仪规范接待到店看车的顾客。

(2) 介绍车辆

销售人员向顾客介绍汽车的技术性能、卖点和价格等。

(3) 试乘试驾

这是一项销售跟进工作,通过试乘试驾,让顾客亲身体验汽车性能的优越性、操作的方便性、乘坐的舒适性、驾驶的安全性等特征,强化顾客的购买欲望。试乘试驾包括路线设计、车辆准备、人员安排、程序安排等工作。

(4) 商务洽谈

协助顾客选择车型,进行价格洽谈和服务项目说明,介绍汽车消费贷款办理业务,签订购车(或订车)合同、确定提车时间等。

(5) 交车业务

进行新车交车前的检查工作,完成车辆交付及购车发票、合格证、保养手册等随车文件的交付,指导顾客选择装饰品或附加设备并完成安装。

(6) 税款缴纳

指导顾客缴纳相关税款,如车辆购置税、车船使用税等。

(7) 保险业务

指导顾客完成机动车保险的投保。由于道路交通事故责任强制保险是强制性的,保险投保的指导业务主要是帮助顾客合理选择商业保险的有关险种。

(8) 办理牌照

指导顾客完成办理牌照的相关手续,如车辆检验、行驶证和机动车登记证书的申請、牌照号码的选择、照相等。

3. 售后活动

售后活动是维系客户关系、培养顾客对汽车品牌和企业忠诚度、发展潜在客户的重要手段。售后活动主要包括:售后问候,跟踪式服务,使用咨询,救援,汽车的保养与维修,备件供应,二手车置换等。



知识问答与技能训练

1. 结合一款轿车的有关资料,说出其不同于其他产品(如房产、家用电器等)的特点。

2. 结合自己对汽车4S店的了解,说出自己喜欢或适合从事汽车销售企业的哪个岗位的业务工作,并说出理由,从而制定一个实现这个目标的学习计划。



学习任务1.2 | 汽车销售人员素质和能力要求



学习目标

1. 明确成为合格的汽车销售人员应具备的专业能力；
2. 明确成为合格的汽车销售人员应具备的职业素质。



学习内容

1. 汽车销售人员应具备的专业能力；
2. 汽车销售人员应具备的职业素质。



学习方法

1. 总结和评价自己的专业能力和素质水平；
2. 通过演讲的方式，展示自己的语言表达能力。



任务导入

我们已经了解了汽车销售业务内容，但你知道要想成为一名优秀的汽车销售业务人员，应该具备哪些专业能力和职业素质吗？



1.2.1 汽车销售业务人员应该具备的专业能力

专业能力是通过学习和实践获得的从事某种工作的能力。

1. 掌握汽车技术知识和相关技能

由于汽车这一特殊商品的结构非常复杂，技术含量非常高，因此，要求汽车销售业务人员必须全面掌握汽车的构造、各部件的作用和机械原理等知识，掌握汽车维修保养知识和安全驾驶的知识，掌握所销售的车型和竞争车型的主要技术特点等。只有这样，才能让顾客了解更多的车辆技术信息、取得顾客的信任，才能说服顾客。

2. 掌握市场营销知识和相关技能

汽车销售业务人员除了要掌握汽车技术知识和技能外，还要掌握与汽车销售相关的市场营销知识和与汽车销售有关的业务知识；既要掌握汽车市场的细分方法、汽车市场调研方法、汽车促销方法、汽车销售技巧、汽车顾客需求分析方法等，又

要掌握机动车保险的投保及保险理赔知识和代理方法、汽车消费贷款知识和代理方法、汽车牌照办理程序和代理方法、各种汽车税费知识和代理缴纳方法、备件管理知识和业务处理方法、售后服务知识和业务处理方法、二手车的评估知识和业务处理方法等。

汽车技术知识和相关技能、市场营销知识和相关技能是一个专业的汽车销售人员所应具备的两个基本条件。

3. 熟悉法律知识

法是由国家制定或认可的，体现统治阶级意志，以国家的强制力保证实施的行为规范的总和。法通常由国家制定的各种法律、法令、条例、决议、命令等组成。社会主义市场经济是一种法制经济，因此，汽车销售员必须了解和掌握有关法律知识，以便增强法制意识，做到懂法、守法，并学会运用法律手段解决实践中遇到的有关问题，更好地履行岗位职责。

根据汽车销售员的职业特点和工作性质，尤其应该了解和掌握的是协调和调整市场运行中所发生的经济关系的经济法，主要包括反不正当竞争法、产品质量法、消费者权益保护法、经济合同法等。

4. 熟悉企业知识

企业是汽车销售人员工作的环境和场所，汽车销售人员应熟悉企业的经营理念，了解企业的组织结构、经营规模、信誉度、业绩、市场占有率等现状，了解企业的管理政策，使自己融入企业之中；培养自己对企业和对职业的忠诚度。

业务流程是确保销售业务工作正常开展的基本保证，也是整个销售工作的关键。销售人员只有熟练掌握销售业务流程，才能确保与业务相关部门的衔接和配合，才能为顾客提供最佳的服务，才能更有效率地开展工作。一个企业的业务流程，体现了企业的经营理念和服务意识，对业务流程的理解也就是对企业经营理念和服务意识的理解，因此，熟练掌握销售业务流程是对一名专业销售顾问的基本要求。由于汽车销售一般都采取品牌销售的模式，每一个品牌都有其特有的销售业务流程，销售人员重在理解而不是简单地执行，只有真正理解了业务流程设计的思想和它所包含的经营理念，在实际工作中才会有创新，才能够为顾客提供高效率的服务。

5. 熟悉财务和税收知识

企业的本质决定了汽车销售企业的经营活动是以赢利为目的的，但是按照市场经济的要求，企业必须处理好企业与员工、企业与顾客、企业与国家的利益关系。汽车销售人员应了解企业经营资金的来源和渠道，熟悉销售量、成本和利润之间的关系，了解经营产品的价格确定方法，熟悉与汽车销售和企业经营有关的各种税务知识等。



1.2.2 汽车销售业务人员应该具备的职业素质

职业素质是一个人从事某种职业，在长期的学习、生活和工作中自觉养成的内在的思维方式、心理状态和习惯。

1. 浓厚的职业兴趣

兴趣是从事和干好一个职业的基础，有了兴趣就有了学习和工作的动力。汽车诞生100多年的历史 and 灿烂多彩的汽车文化，已经渗透到现代社会的方方面面，围绕汽车的话题层出不穷，从汽车技术到汽车经济、从汽车性能到汽车安全、从汽车价格到汽车燃料、从汽车环保到汽车危害等，现代的生产和生活已经离不开汽车。汽车销售人员只有培养了自己的职业兴趣，才会热爱汽车销售职业，才会在汽车销售活动中找到工作乐趣，工作能力和工作业绩才会提高。

2. 良好的职业道德

所谓职业道德，是指在一定职业活动中所应遵循的、具有自身职业特征的道德准则和规范。汽车销售员在从事经营活动时，也必须遵循一定的准则与规范，具体地说就是要遵守公平竞争、公平买卖的市场规则，讲求商业信誉，维护企业与客户的正当利益，不损人利己，不损公肥私，严于律己，工作认真负责，不懈怠，不懒散，具有诚实守信和热情服务的意识。

3. 强健的体魄和健康的心理

身体是工作的本钱。汽车销售人员的工作是开放式的工作，不仅仅是同已有顾客进行交流与沟通，还要去寻找潜在的顾客，还要参加社会需求调研，还要同社会的有关部门进行联系。也就是说，一个汽车销售人员的工作场所可能在4S店，也可能在维修网点、在车管所、在保险公司等，也可能要出差或到汽车制造厂家参加业务培训等，汽车销售人员只有体魄强健，才能适应工作的要求。

汽车销售与其他服务行业一样，良好的服务意识能改变销售人员的销售行为。服务的根本目的，就是让顾客满意。顾客是上帝，是销售员及企业的衣食父母，销售员只有最大限度地使顾客满意，才能获得成功。但是，销售的过程是一个不断经历挫折的过程，被顾客拒绝不仅在所难免，而且是经常遇到的事情。面对这些，许多人会轻易放弃，而成功的销售人员则有着良好的心态，他们怀着被拒绝的心理准备，又拥有征服顾客拒绝的自信。因此，专业的汽车销售顾问必须要有良好的心态来应对挑战，要能做到不论遇到什么挫折都能以一种积极的心态来应对。

4. 善于沟通

汽车销售的过程实际上是一个人与人沟通的过程，销售人员从跟顾客接触开始，