

Huoyeshi Xiaoqi Hezuo
Gaozhi Qiche Zhuanyequn
Guihua Jiaocai

丛书主编
王建良

活页式·校企合作·高职汽车专业群规划教材

汽车营销礼仪

商香华 陈春梅 闫春丽 主编

山东大学出版社
SHANDONG UNIVERSITY PRESS

活页式·校企合作·高职汽车专业群规划教材

汽车营销礼仪

主 编	商香华	陈春梅	闫春丽
副主编	张 雪	袁秀珍	胡玉冰
	孙秋云		

山东大学出版社
SHANDONG UNIVERSITY PRESS
· 济南 ·

图书在版编目(CIP)数据

汽车营销礼仪 / 商香华, 陈春梅, 闫春丽主编. —
济南: 山东大学出版社, 2021. 7 (2022. 8 重印)

活页式·校企合作·高职汽车专业群规划教材/王
建良主编

ISBN 978-7-5607-7040-6

I. ①汽… II. ①商… ②陈… ③闫… III. ①汽车—
市场营销学—礼仪—高等教育—教材 IV. ①F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 122946 号

策划编辑 刘 彤

责任编辑 刘 彤

封面设计 牛 钧

出版发行 山东大学出版社

社 址 山东省济南市山大南路 20 号

邮政编码 250100

发行热线 (0531)88363008

经 销 新华书店

印 刷 济南乾丰印刷有限公司

规 格 787 毫米×1092 毫米 1/16

9.25 印张 214 千字

版 次 2021 年 7 月第 1 版

印 次 2022 年 8 月第 2 次印刷

定 价 45.00 元

版权所有 侵权必究

《活页式·校企合作·高职汽车专业群规划教材》
丛书编委会

主 任 王建良

副主任 王国林 杜洪香 张立荣
王永浩 吕丕华 段志敏

编 委 (按姓氏笔画排序)

王世江	王洪佩	艾 锋	曲鲁滨	刘文国
刘国军	刘猛洪	孙建俊	孙清涛	李 勇
宋广辉	张 峻	张玉华	张树峰	张桂华
陈玲玲	国 兵	房玉胜	逢兰芹	祝政杰
骆洪山	徐云祥	殷镜波	郭复欣	

总 序

《国家职业教育改革实施方案》(国发〔2019〕4号)指出,要深化“三教”改革,建设一批校企“双元”合作开发的国家规划教材,倡导使用新型活页式、工作手册式教材,并配套开发信息化资源。同时,要求专业教材随着信息技术的发展和产业升级情况及时动态更新。为落实《国家职业教育改革实施方案》,推进国家教学标准落地实施,提升职业教育质量,提高人才培养的针对性,教育部出台了《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》(教职成〔2019〕13号)和《职业院校教材管理办法》(教材〔2019〕3号),对教材和资源建设提出了具体要求。为全面落实国家和教育部有关文件精神,“活页式·校企合作·高职汽车专业群规划教材”丛书编委会牵头组织编写了本套教材。教材的编写秉承以下原则:

1.突出素质教育,培养职业道德

本套教材在编写上秉承“三全育人”的理念,坚持立德树人、德技并修,强调“文化育人”,注重实现素质教育、职业素养与汽车相关专业岗位技术技能培养的有机统一。结合汽车行业和企业的典型文化案例和思政元素,强化学生的职业素养养成,将专业精神、职业精神和工匠精神融入人才培养全过程。

2.突出职业特征,强化技术技能

本套教材在编写上坚持突出类型特征,强化了产教融合、校企合作的全流程设计,集合了产业发展新趋势,融入了新技术、新设备、新工艺、新规范,旨在培养适应行业技术变革要求的技能型人才,提高人才培养的适应性。课程、教材、教学一体化设计有利于建设符合项目式、模块化教学需要的教学创新团队,普及项目教学、案例教学、情景教学、模块化教学等教学方式,广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法,推动课堂教学革命。

3.突出体系设计,服务教学改革

丛书编委会联合行业、企业、学校和山东大学出版社,聘请各方面的有关专家予以指导,坚持面向实践、强化能力,围绕汽车技术服务专业集群,系统化地提出了教材体系建设的思路并进行优化设计,适应全面推进“双高计划”、现代学徒制改革试点和“1+X”证书制度试点的工作需要,力求建设反映“三教”改革新形态,突出职业教育特色,对接“双高”水准,对标国内一流的教材和教学资源。

培养更多高素质的技术技能人才,是我们的责任和义务。当前,职业教育战线正在





全面落实习近平总书记关于职业教育的重要指示和全国教育大会精神。出版本套教材也是为了“抛砖引玉”,以便更好地服务我国汽车产业转型升级和职业教育体系建设,推进我国汽车职业教育的更快更好发展。

本丛书编委会

前言

孔子曰：“不学礼，无以立。”中国有礼仪之邦的美称，讲礼仪是中华民族优良传统。随着社会的快速发展，人们的社会交往日益频繁，礼仪作为联系、沟通、交往的桥梁，显得尤为重要。为了提高自身的综合竞争力和社会认可度，各行各业越来越重视企业自身文化建设和企业形象的塑造。近年来，汽车企业之间竞争激烈，各品牌汽车的营销及售后服务越来越重视，礼仪在汽车行业的应用也越来越广泛，与汽车营销相关岗位相对应的汽车营销礼仪应运而生。对汽车营销人员来说，礼仪不但是社交场合的一种“通行证”，还是体现其个人修养和业务素质的一种标志。

本书立足于高等职业教育特点及汽车销售企业对营销人才的需求，结合汽车销售企业职业礼仪规范，以汽车营销相关岗位的职业素养为基础，以汽车营销人员在日常工作中的职业形象标准和职业行为为规范。本书既可作为高职高专汽车技术服务与营销、汽车运用技术、汽车电子技术、汽车智能技术、新能源汽车运用技术等专业的平台课教学用书，也可作为从事营销尤其是汽车营销相关工作人员的参考用书。本书的编写主要有以下特点：

1. 职业岗位凸显，针对性强

本书针对汽车营销相关岗位工作对礼仪的要求，对传统汽车商务礼仪进行了提炼整合，将礼仪知识融入汽车营销相关岗位，更加注重礼仪知识的应用，针对性强。

2. 融入思政元素，内容全面

本书以汽车营销人员日常工作为主线，从上班前的形象准备——汽车营销形象礼仪入手，介绍了汽车营销形象礼仪展示、汽车营销客户接待礼仪、汽车营销环车介绍礼仪、汽车营销洽谈礼仪等七个项目，在每个项目中合理融入思政元素，内容全面，结构完整，满足了汽车营销相关岗位对礼仪的需求。

3. 新型教材，资源丰富

本书在编写过程中配套开发了相应的视频二维码资源和网络学习资源，更立体化展示了教材内容，方便学生泛在式学习。

本书由山东交通职业学院商香华、陈春梅、烟台汽车工程职业学院闫春丽担任主编，山东交通职业学院张雪、德州职业技术学院袁秀珍、山东理工职业学院胡玉冰、山东交通





职业学院孙秋云担任副主编。其中,商香华编写了项目一、项目四的任务二;陈春梅编写了项目二;闫春丽编写了项目五;张雪编写了项目三;袁秀珍编写了项目六;胡玉冰编写了项目七、孙秋云编写了项目四的任务一,商香华、陈春梅负责全书的通稿工作,王建良负责全书的主审工作。

特别感谢在本书编写过程中给予指导的广潍集团一汽大众市场总监杜辉凌女士和金牌讲师申雯雯女士。另外,本书在编写过程中借鉴和参阅了大量相关教材、著作、网站及企业相关的培训资料,吸取了许多有益内容,在此对相关作者表示敬意和感谢。

由于编者水平有限,书中难免有疏漏和不当之处,敬请同行专家和广大读者批评指正。

编 者

目 录

项目一 汽车营销形象礼仪展示	(1)
学习目标	(1)
学习任务	(2)
任务一 汽车营销仪容礼仪	(2)
任务二 汽车营销仪表服饰礼仪	(7)
礼仪技能训练	(18)
学习评价	(19)
项目二 汽车营销客户接待礼仪	(21)
学习目标	(21)
学习任务	(22)
任务一 汽车营销会面礼仪	(22)
任务二 汽车营销位次礼仪	(31)
礼仪技能训练	(42)
学习评价	(44)
项目三 汽车营销环车介绍礼仪	(47)
学习目标	(47)
学习任务	(48)
任务一 环车介绍中的表情礼仪	(48)
任务二 环车介绍中的仪态礼仪	(54)
任务三 环车介绍流程礼仪	(68)
礼仪技能训练	(73)
学习评价	(74)
项目四 汽车营销洽谈礼仪	(75)
学习目标	(75)
学习任务	(76)
任务一 洽谈区奉茶礼仪	(76)
任务二 汽车营销基本语言礼仪	(78)
礼仪技能训练	(89)
学习评价	(90)
项目五 汽车营销通信礼仪	(92)
学习目标	(92)





学习任务	(93)
任务一 汽车营销电话礼仪	(93)
任务二 汽车营销文书礼仪	(102)
礼仪技能训练	(106)
学习评价	(107)
项目六 汽车营销会务礼仪	(108)
学习目标	(108)
学习任务	(109)
任务一 汽车营销一般会议礼仪	(109)
任务二 汽车营销会展礼仪	(114)
礼仪技能训练	(120)
学习评价	(121)
项目七 汽车营销社交礼仪	(123)
学习目标	(123)
学习任务	(124)
任务一 汽车营销拜访礼仪	(124)
任务二 汽车营销商务宴请礼仪	(127)
礼仪技能训练	(134)
学习评价	(136)
参考文献	(137)



项目一

汽车营销形象礼仪展示

形象礼仪是汽车营销人员必备的素质和基本条件,标准的营销服务礼仪可以带给顾客良好的心理感受,而得体的个人形象会给初次见面的人留下良好的第一印象。形象沟通的“55387”定律中,决定一个人第一印象的 55% 在于外表、穿着、打扮,38% 在于肢体语言与语气,谈话内容只占到 7%。汽车营销人员要想在激烈的营销环境和社会竞争中立于不败之地,首先要做的就是树立良好的职业形象,规范日常的形象礼仪。那么,作为汽车营销人员,上班之前应如何装扮自己的个人形象呢?

★学习目标

素质目标

通过对汽车营销形象礼仪知识的学习和实践,提高自身形象的认识,从注重自身形象层面学会尊重他人,进而获得他人的尊重、倡导文明新风。

知识目标

掌握汽车营销相关岗位的仪容、仪表服饰礼仪规范。

能力目标

能在汽车营销相关岗位中合理地展现自身的仪容、仪表服饰礼仪,展现自信,塑造良好的个人形象。





★学习任务

任务一 汽车营销仪容礼仪

【任务情境】

来自同一所学校的小辛和小薇已经在某汽车品牌 4S 店销售顾问岗位实习半年,小薇提前转正成了销售顾问,而小辛却因为工作业绩始终没有起色,还是销售见习生。一天中午,小辛如往常一样热情接待了一对夫妇:“欢迎光临! 请问有什么可以帮助您的?”夫妇俩上下打量了小辛几眼,略微皱了一下眉头,说了一声:“哦,随便看看,谢谢!”随后逛了一下,转身离开了展厅。

正当小辛不知所措的时候,小薇微笑着走了过来:“小辛,我带了化妆品,我重新帮你化个淡妆,把大耳环摘了,指甲油洗了。”听了小薇的一席话,她这才注意到自己的形象:面部妆容粗糙,口红和指甲油鲜亮耀眼,夸张的圆形大耳环不停地前后摇摆着,小辛一下子脸红了,连忙和小薇跑向化妆间。

请思考:

1. 小辛、小薇在同一家汽车 4S 店实习,都从事的是销售顾问工作,但是为什么半年后两人的职位却大不一样?
2. 小辛要如何做才能获得客户的青睐和尊重呢? 请结合案例进行分析。

【相关知识】

尊重是礼仪的灵魂和基础,我国无论哪个民族、哪个地区,其礼仪形式都体现着“尊重”的精神,如尊老敬贤、仪尚适宜、礼貌待人、仪容有整等。当今,对这些传统礼仪加以改造和传承,对于修养良好的个人素质、协调和谐的人际关系、塑造文明的社会风气,具有重要的作用。本项目中的仪容、仪表服饰礼仪就是要求对传统的“仪容有整”进行传承和应用。在现代社会交往中,对对方的尊重应首先体现在自己的仪容、仪表这些外在形象上。

一、汽车营销仪容礼仪的基本要求

(一) 干净整洁

汽车营销仪容的首要要求是干净、卫生、整洁。保持卫生整洁是仪容的基本要求。

1. 对个人卫生严格要求,勤洗手,早晚刷牙。
2. 坚持洗澡,勤剪指甲。

3. 经常进行面部清洁。
4. 经常清洁耳、鼻、眼角和嘴角部位。
5. 男士定时剃须修面,修剪鼻毛、耳毛。

(二)简约得体

汽车营销仪容要做到简洁、明快、朴素、实用,一切以简朴自然为出发点,其标准是男性整洁卫生,女性则以淡妆为宜。

从发型的角度来看,男性不留长发、不梳小辫子、不剃光头;女性一般不提倡留披肩发,不梳新奇怪异的发型。

二、汽车营销基本的仪容礼仪

(一)发式之美

头发是人脸面中的脸面,所以应经常洗护自己的头发。对于头发修饰,汽车营销人员应主要从以下三个方面去做。

1. 净发

(1)平时应对自己的头发勤于梳洗。勤于梳洗头发,既有助于保养头发,又有助于消除异味。

(2)如果不勤于对自己的头发梳洗打理,会极大影响个人形象,给客户留下蓬头垢面的不好印象。

2. 理发

(1)理发可使人看上去清洁整齐,对个人有美化外形、美容之功用。

(2)在汽车营销相关岗位中,女士头发不宜过肩,必要时可以盘发或者束发,如图1-1、1-2所示。



图 1-1 女士发型



图 1-2 女士发型

男士不宜留鬓角、发帘。男士头发的规范要求为:前发不覆额,侧发不掩耳,后发不及领,鬓角不长于耳朵中部,发长不长于7厘米,如图1-3、1-4所示。



图 1-3 男士发型



图 1-4 男士发型

3. 美发

美发不宜雕琢过重,或是不合时宜,应该美观大方,自然得体。美发的方法通常有烫发、染发、做发和假发四种。

✿ 随堂练习

根据发式之美的学习内容,以小组为单位讨论汽车营销岗位人员应具有的发型要求,评选出本组最适合汽车营销岗位发型的同学,然后上台展示,其他组同学对该同学的发型展示说说自己的看法。

(二)面容之美

女士、男士面容之美如图 1-5、图 1-6 所示。修饰面容,首先要洗脸,保持脸面干净清爽,无不洁之物。



图 1-5 女士面容之美



图 1-6 男士面容之美

1. 眼睛

眼部分泌物要及时清除,若眼睛患有传染病,应避免社交活动。

2. 耳朵

在清洁过程中,也应注意清洗耳朵。

3. 鼻子

平时应注意保持鼻腔清洁,不要在他人面前挖鼻孔。

4. 嘴巴

应保持口气清新,饭后漱口,注意牙齿上不要留有食物残渣;会客前应用爽口液或口香糖清除异味,但要注意会客时不要嚼口香糖等。

(三) 妆容之美

1. 化妆的原则

(1) 美化

在化妆时,要注意适度矫正、修饰得法。

(2) 自然

在化妆时,要使人看起来自然、健康。

(3) 协调

在化妆时,要注意色系搭配,使妆面与身体、场合、身份等协调。

2. 化妆应注意的事项

(1) 修饰要避人。

(2) 不要将妆化得过浓、过重。

(3) 若妆面出现残缺,应及时避人补妆。

3. 女士化妆步骤

化妆是礼仪的需要,掌握一些基本的化妆术,可以提高女性魅力,为生活和工作增添光彩。

(1) 彻底清洁脸部。

(2) 上化妆水,能够起到洁肤、润肤、紧肤和调理肌肤的作用。

(3) 擦润肤霜,能够滋润皮肤,锁住水分。

(4) 拭擦粉底时要擦拭均匀,因为脸上的 T 型部位(额头至鼻尖的区域)常常分泌油脂,容易脱妆。

(5) 扑脸粉,用以定妆,防止妆容脱落,并可抑制过度的油光。应根据自身的肤色选择香粉。皮肤白皙者可选择浅色粉饼;皮肤较黑者可选择麦色粉饼。

(6) 上腮红,使脸部显得健康而有血色。

(7) 眼部化妆。眼部化妆包括画眼线和涂眼影两部分。

眼线的基本画法是:沿眼睛轮廓,上眼线全画实,下眼线则从大眼睑离眼端三分之一处画至眼尾,而不能把眼睛的四周涂成黑黑的一圈。

根据情况,可以在眼部涂上眼影:用眼影棒或粉刷取适合的眼影,轻轻沿 45° 方向涂在上眼皮上并向眼尾处抹匀,并可在眼头或眼尾处加以强调,以达到不同的效果。画完眼线和眼影,再涂上睫毛膏,使睫毛显得长密,眼睛明亮有神。

(8) 画眉毛。方法是从眉腰处开始,顺着眉毛的生长方向,描画至眉峰处,形成上扬的弧线;然后从眉峰处开始,顺着眉毛的生长方向,向斜下方画至眉梢,形成下降的弧线;再由眉腰向眉头处进行描画;最后用眉刷刷眉,使其柔和,与各部位衔接。

(9) 勾画鼻侧影。亚洲人五官轮廓不明显,鼻子不挺拔,可以用鼻影打在鼻子两侧,使五官轮廓更立体。

(10) 勾勒唇部。最好是用唇笔勾画好轮廓,用同一支唇笔在轮廓内填上颜色,然后





用唇笔扫蘸唇膏再涂一层,这样会令唇形看起来更加丰满。嘴唇不能涂得鲜红,只要显得精神即可,服务人员在工作场合一般不使用唇彩、唇蜜等,以示庄重。



视频 1-1 化妆步骤

知识拓展

脸型与化妆

脸部化妆需要利用各种技术,通过使用化妆品和一定的艺术处理,达到美化形象的目的。不同的脸型要采用不同的化妆技巧。

1. 椭圆脸化妆

椭圆脸可谓公认的理想脸型,化妆时宜注意保持其自然形状,突出其可爱之处,不必通过化妆去改变脸型。

2. 长脸型化妆

长脸型的人应增加面部的宽度。胭脂应注意离鼻子稍远一些,在视觉上拉宽面部。涂抹胭脂时可沿颧骨的最高处与太阳穴下方所构成的曲线部位向外、向上抹开;若双颊下陷或者额部窄小,应在双颊和额部涂以浅色调的粉底,形成光影,使之变得丰满一些;眉毛应令其呈弧形,切不可有棱有角,眉毛的位置不宜太高,眉毛尾部切忌高翘。

3. 圆脸型化妆

圆脸型给人可爱、玲珑之感。可用唇膏将上嘴唇涂成浅浅的弓形;选用暗色调粉底在两颊形成阴影,使脸显得清瘦。眉毛修成自然的弧形,可作少许弯曲,不可太平直或有棱角,也不可过于弯曲。

4. 方脸型化妆

方脸型的特点为双颊骨突出,在化妆时,要设法加以掩蔽,增加柔和感。胭脂宜涂抹得与眼部平行,切忌涂在颧骨最突出处;可用暗色调粉底在颧骨最宽处形成阴影,令其方正感减弱,唇膏涂丰满;眉毛应修得稍宽一些,眉形可稍带弯曲,不宜有棱角。

(四)修饰手臂

手臂是肢体中使用最多、动作最多的部位,汽车营销人员需要经常使用手势辅助表达,手部不可避免地会经常暴露在外,引起客户的注意,所以要注意自己手臂的“形象”。修饰手臂分为三个方面。

1. 手掌

(1)手掌保持干净卫生。作为汽车营销人员,经常需要触摸车辆,为防止划伤车辆,需定期修剪手指甲,指甲的长度以不超过手指指尖为宜,如图 1-7 所示。



图 1-7 指甲

(2)女士不要涂抹颜色过于鲜艳的指甲油。

2. 肩臂

在汽车营销工作场合不宜穿着无袖装,在非常正式的政务、商务、学术、外交等场合不宜穿着半袖装和无袖装。

3. 汗毛及腋下

(1)穿短袖衣服时,手臂会裸露在外面,应注意清理汗毛。手臂上汗毛生长得过浓、过重或过长时,应采用适当的方法进行脱毛。

(2)在正式场合一定不要穿让腋毛外露的服装。

任务二 汽车营销仪表服饰礼仪

【任务情境】

某4S店汽车销售顾问小王在第一次参加店内新车发售仪式时遇到了着装带给他的窘境,那次窘境让他认识到着装不能忽视场合。

新车发售当天早上,小王因为此前一天恰好把店里发的白衬衣洗了,就穿了一件浅蓝色衬衣去了单位。到单位后,他发现领导、同事都统一穿着白色衬衣,相形之下自己显得格格不入,便产生了一种被环境隔离开来的不自在感。自此之后,小王就非常注意在不同时间、不同场合、不同环境的服饰穿着和饰物的搭配,让自己的职业形象更加完美。

请思考:

1. 为什么汽车服务企业都要求各级员工必须统一着装?作为一名汽车营销人员,注重仪表服饰有何意义?

2. 你对仪表着装的时间、地点、场合有怎样的想法?

【相关知识】

一、仪表服饰礼仪的内涵

仪表是人的外表形象,涉及人的容貌、姿态、体形、服饰、风度等,是一个人教养、性格内涵的外在体现。容貌是一个人仪表的基础,服饰是对仪表的发展、创造和补充,姿态是





一个人仪表的动态表现。一个人的仪表与其生活情调、思想修养、道德品质和文明程度密切相关。

服饰作为仪表的创造和外延,由服装本体及其延伸饰物构成。人们可以利用服饰来装饰、塑造自己,突出自己的“美点”,掩饰自己的不足,以达到比自身原有条件更加完美的效果。事实证明,穿着得体不仅可以显示一个人良好的品位、职业素养、审美情趣以及生活态度,还能给人留下良好的印象,赢得他人的信赖。本任务就是着重探讨汽车营销人员的服饰礼仪。作为一名汽车营销人员,要直接和形形色色的客户打交道,第一印象的重要性是毋庸置疑的,在与你接触的前两分钟,你的客户已经通过观察决定是否留下来听你把商品介绍完。所以,对于汽车营销人员来讲,穿着打扮不仅代表个人形象,还代表企业形象和产品形象,对待着装,一定不要随心所欲,必须遵守规范,熟知原则。

二、着装的 TOP 原则

TOP 是三个英语单词 Time(时间)、Occasion(场合)、Place(地点)的缩写,即着装应与当时的时间、所处的场合和地点相协调。

(一)时间原则

不同时段的着装规则对女士尤其重要。男士有一套质地上乘的深色西装或中山装足以包打天下,而女士的着装则要随时间而变换。白天工作时,女士应穿着正式套装,以体现专业性;晚上出席鸡尾酒会就须多加一些修饰,如换一双高跟鞋,戴上有光泽的佩饰,围一条漂亮的丝巾。服装的选择还要适合季节气候特点,保持与潮流大势同步。

(二)场合原则

汽车营销人员衣着要与场合协调。与顾客会谈、参加正式会议等,衣着应庄重考究;参加新车发布仪式、公司集体活动等,着装应整齐划一(任务情境中的小王就是违背了着装的场合原则,将自己置于尴尬境地);听音乐会或参加舞会,则应按惯例着正装;出席正式宴会时,则应穿中国的传统旗袍或西方的长裙晚礼服;而在朋友聚会、郊游等场合,着装应轻便舒适。试想一下,如果大家都穿便装,你却穿礼服就欠轻松;同样,如果以便装出席正式宴会,不但是对宴会主人不尊重,还会令自己觉得尴尬。

(三)地点原则

在自己家里接待客人,可以穿舒适但整洁的休闲服;汽车营销人员去拜访客户,穿职业套装方会显得专业;外出时要顾及当地的传统和风俗习惯,如去严肃的场所,就不能穿着过露或过短。

※ 知识拓展

服饰的色彩哲学

色彩对人的视觉刺激最敏感、最快速,会给人留下很深的印象。汽车营销人员要想自己的服装搭配更加专业和出彩,还要了解一些服饰的色彩哲学,明确服装与服装、服装与饰物、饰物与饰物之间的色彩应色调和谐、层次分明。服饰色彩在统一的基础上应寻求变化,肤与服、服与饰、饰与饰之间在变化的基础上应寻求平衡。

一般认为,衣服里料的颜色与表料的颜色、衣服中某一色与饰物的颜色均可进行呼应式搭配。

(一)服装色彩搭配可供参考的三种方法

1. 同色搭配

由色彩相近或相同,明度有层次变化的色彩相互搭配,可给人一种统一和谐的感觉。宜上淡下深、上明下暗,整体有稳重踏实之感。

2. 相似色搭配

色彩学把色环上大约九十度以内的邻近色称为相似色,如蓝与绿、红与橙。搭配时,两个色的明度、纯度要错开。

3. 主色搭配

选一种起主导作用的基调和主色,相配于各种颜色,造成一种互相陪衬、相映成趣之效。应首先确定整体服饰的基调,其次选择与基调一致的主色,最后选出多种辅色。

(二)色彩选择应考虑的因素

1. 服色与年龄

年轻人的穿着可鲜艳、活泼和随意;中老年人的着装则要庄重、雅致、含蓄,体现其成熟和端庄。

2. 服色与体形

对于高大的人而言,服色以深色、单色为好,太亮太淡太花的色彩都给人一种扩张感,使着装者显得更高更大;对于较矮的人而言,服色宜稍淡、明快柔和为好,上下色彩一致可以给人修长感;对于较胖的人而言,服色应以冷色调为好,过于强烈的色调会使人显胖;对于偏瘦的人而言,服色以明亮柔和为好,太深太暗的色彩反而使人显得瘦弱。

3. 服色与肤色

肤色发黄或略黑、皮肤粗糙的人,最适宜选用的是与肤色对比不强的粉色系、蓝绿色,最忌色泽明亮的黄、橙、蓝、紫或色调极暗的褐色、黑紫、黑色等;肤色略带灰黄,则不宜选用米黄色、土黄色、灰色的服色,否则会显得精神不振和无精打采;肤色发红,则应配用稍冷或浅色的服色,但不宜选用浅绿色和蓝绿色,因为这种强烈的色彩对比会使肤色显得发紫。

4. 服色与性格

性格内向的人,一般选择较为沉着的颜色,如青、灰、蓝、黑等;性格外向的人,一般以暖色或色彩纯度高的服色为佳,如红、橙、黄、玫瑰红等。

5. 服色与职业

如法官的服色一般为黑色,以显示庄重、威严;汽车营销人员的服色一般选用深色,这会给客户一种可靠、信任的感觉。





三、男士西服着装礼仪

(一) 西装的选择

一般来讲,从事汽车营销工作的男士以西装作为职业装,这样既显得成熟、稳重,又可以给客户一种规范、值得信赖的感觉。西装的主要特点是外观挺括、线条流畅、穿着舒适。若配上领带或领结,则更显得高雅典朴、魅力十足。男士选择西装,可以分为几种情形。

1. 按穿着场合分类

西装分为礼服和便服。其中礼服分为常礼服(又称晨礼服,日常穿)、小礼服(又称晚礼服,晚间穿)、燕尾服。礼服要求布料必须是毛料、纯黑色,下身需配黑皮鞋、黑袜子、白衬衣、黑领结。便服分为便装和正装。人们一般穿的都是正装,正装多是深颜色、毛料(含毛在70%以上),上下身必须是同色、同料并做工良好。汽车营销商务男士的职业装即这里所说的正装。

2. 按西装件数分类

西装分单件西装、二件套西装、三件套西装。男士在正式的商务交往中所穿的西装,必须是西服套装,在参与高层次的商务活动时,以穿三件套西服套装为佳。休闲西装仅适用于非正式场合。汽车营销商务男士的职业装一般是二件套西装,如图1-8所示。



图 1-8 两件套西装

3. 按西装上衣的纽扣排列分类

西装分单排扣西装上衣与双排扣西装上衣。单排扣西装上衣,最常见的有一粒纽扣、两粒纽扣、三粒纽扣三种。一粒纽扣、三粒纽扣单排扣西装上衣穿起来较时髦,而两粒纽扣的单排扣西装上衣更为正规。汽车营销商务男士常穿的单排扣西服款式为两粒扣、平驳领、高驳头、圆角下摆款为主。

双排扣西装上衣,最常见的有两粒纽扣、四粒纽扣、六粒纽扣三种。两粒纽扣、六粒纽扣的双排扣西装上衣属于流行的款式,而四粒纽扣的双排扣西装上衣则明显具有传统风格。汽车营销商务男士常穿的双排扣西装是六粒扣、枪驳领、方角下摆款。

(二) 西装的搭配

根据以上对西装选择的介绍可以看出,商务人士由于出席的场合不同,搭配的西装也不同,这里主要介绍适合汽车营销相关岗位男士的二件套西装的搭配。

1. 衬衫

正装衬衫主要以高支精纺的纯棉、纯毛制品为主,颜色必须为单一色彩,白色为最佳,穿西装时,衬衫袖应比西装袖长出 1~2 厘米,衬衫袖口一定要扣上,如图 1-9 所示。领型多为方领、短领和长领,要根据本人的脸型、脖长、领带结的大小来选择,衬衫领应高出西装领 1 厘米左右,如图 1-10 所示。衬衫下摆必须扎进裤内。若不系领带,衬衫的领口应敞开。

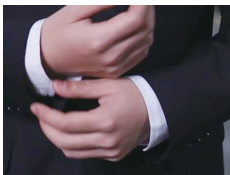


图 1-9 衬衫袖口

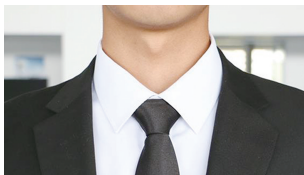


图 1-10 衬衫领口

2. 扣子与口袋

(1) 西装的扣子

单排扣的一粒扣西装日常扣与不扣都可以,但在正式场合应当扣上;两粒扣西装应扣上上面的一粒扣,底下的一粒扣不用扣;三粒扣西装只扣中间一粒扣。双排扣的西装要把扣子全系上;西装背心有六粒扣与五粒扣之分,六粒扣西装最底下的扣子可以不扣,而五粒扣西装的则要全部扣上。

(2) 西装的口袋

西装讲求以直线为美,所以汽车营销商务人士着西装时不要让口袋鼓鼓囊囊,使西装整体走样。一般来说,上衣左侧胸部口袋可装折好花式的手帕;内侧口袋可放名片、钱夹、钢笔等,但不要过厚,上衣下部的两个口袋不能装东西;两侧裤兜和后裤兜也不宜放任何东西,以求裤型美观。而且,把两手随意插在西装衣袋和裤袋里,也是有失风度的。

3. 西裤

西裤要挺,裤线要清晰、笔直;西裤长度以前面能盖住脚背、后边能遮住 1 厘米以上的鞋帮为宜;不能随意将裤管挽起来。

4. 皮鞋和袜子

汽车营销商务人士所穿鞋子应当庄重而且正式,穿着西装套装一定要穿皮鞋,不能穿旅游鞋、布鞋、凉鞋等,一般以穿黑色或咖啡色皮鞋较为正规;要穿与西裤、皮鞋颜色相同或较深的袜子,一般为黑色、深蓝色或藏青色,绝对不能穿花袜子或白色袜子,如图 1-11 所示。另外,袜子的质地一般以棉、毛为宜,长度要高及小腿部位,不然在与客户坐下交谈时会露出脚腕及脚踝皮肉,非常不雅观。



图 1-11 皮鞋和袜子

5. 领带

(1) 领带的选择

领带被称为“西装的灵魂”，可以起到“画龙点睛”的作用。领带的选择一般要注意和西装、衬衫协调。领带的质地一般以真丝、纯毛为宜；领带的颜色宜选用与自己制服颜色相称、光泽柔和、典雅朴素的单色（蓝、灰、棕、黑、紫色等较为理想）；领带图案的选择则要坚持庄重、典雅、保守的基本原则，一般为单色无图案，或者选择点点或条纹等几何图案。如图 1-12 所示。



图 1-12 领带的选择



图 1-13 领带的长度

(2) 领带的打法

领带结要端正、挺括，呈倒三角形。领带打好之后，其外侧要长于内侧，下端正好触及皮带扣的上端，如图 1-13 所示。如穿西装背心，领带尖不要露出背心。领带夹可用可不用，非要用的话，领带夹一般夹在衬衫的第四、五个纽扣之间。以下是常见的几种打法。

① 平结

平结是男士选用最多的领带打法之一。几乎适用于各种材质的领带。完成后领带结呈斜三角形，适合窄领衬衫（如图 1-14）。要诀是宽边在左手边，也可换右手边打。

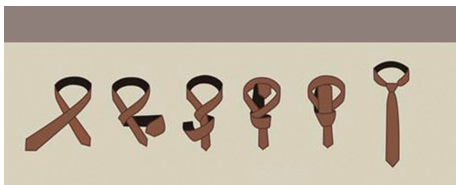


图 1-14 平结

②温莎结

温莎结是因温莎公爵而得名的领带结,是最正统的领带打法(如图 1-15 所示)。打出的结成正三角形,饱满有力,适合搭配宽领衬衫。该集结应多往横向发展。温莎结应避免使用材质过厚的领带,集结也勿打得过大;要诀是宽边先预留较长的空间,绕带时的松、紧会影响领带结的大小。

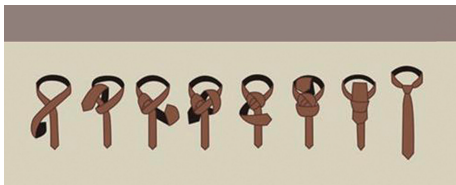


图 1-15 温莎结

③半温莎结(十字结)

半温莎结是一个形状对称的领带结,它比普瑞特结略大而比温莎结小(如图 1-16 所示)。最适合搭配有浪漫的尖领及标准式领口的衬衣。半温莎结看似步骤很多,做起来却不难,系好后的领结通常位置很正,要诀是使用细款领带较容易上手,适合不经常打领带的人。



图 1-16 半温莎结(十字结)

④交叉结

交叉结是适合于单色素雅质料且质地较薄领带的打法。喜欢展现流行感的男士不妨使用交叉结。交叉结的特点在于打出的结有一道分割线,感觉非常时髦(如图 1-17 所示)。注意按步骤打完领带是背面朝前。

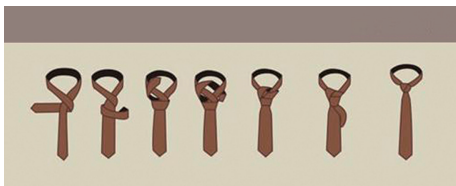


图 1-17 交叉结



⑤ 双交叉结

双交叉结很容易体现男士高雅且隆重的气质,适合正式活动场合选用。该领带打法多运用在素色且丝质领带上,适合搭配大翻领的衬衫,给人一种尊贵感。要诀是宽边从第一圈与第二圈之间穿出(如图 1-18 所示),集结充实饱满。

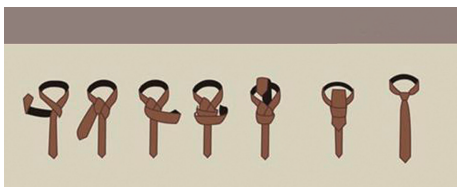


图 1-18 双交叉结



视频 1-2 打领带

✿ 随堂练习

根据对领带的学习内容,以小组为单位讨论并练习几种适合汽车营销岗位的男士领带打法,评选出本组领带打得最快最漂亮的同学,然后上台展示,其他同学对该组展示的领带打法指出优点和不足,最后大家一起学习最适合的领带打法。

(三) 西装整体着装原则

西装着装讲究“三个三”,即三色原则、三一定律、三大禁忌。

1. 三色原则

三色原则是指男士在正式场合穿着西装套装时,全身颜色必须限制在三种之内。

2. 三一定律

三一定律是指男士穿着西服、套装外出时,身上有三个部位的色彩必须协调统一,这三个部位是指鞋子、腰带、公文包的色彩必须统一起来。最理想的选择是鞋子、腰带、公文包皆为黑色。鞋子、腰带、公文包是白领男士着装最为引人瞩目之处,三者色彩统一,有助于提升自己的品位。

3. 三大禁忌

三大禁忌是指在正式场合穿着西服、套装时不能出现的三个错误。

(1) 袖口上的商标没有拆

袖口上的商标应该在买西装付款时就由服务人员拆掉。如果在穿着西装时袖口上的商标还没有拆掉,就显得外行了。

(2) 在正式场合穿着夹克打领带

领带和西装套装是配套的,如果是行业内部的活动,比如说领导到本部门视察,穿夹克打领带是允许的。但是在正式场合,夹克等同于休闲装,所以在正式场合尤其是对外商务交往中,穿夹克打领带是绝对不能被接受的。

(3) 正式场合穿着西服、套装时袜子出现问题

一般来说,穿袜子最重要的讲究是两只袜子颜色统一。在正式场合中有两种袜子不适合穿,一是尼龙丝袜,二是白色袜子。袜子最好选择与皮鞋颜色一致的或深色的棉袜、毛袜。

四、女士套裙着装礼仪

职业女装有三种基本类型,即西服套裙、夹克衫或不成形上衣以及连衣裙。在这三种类型中,西服套裙是女性的标准职业着装,它能恰如其分地展示女性认真工作的态度与温婉的女性之美。所以,在所有职业女装中,西服套裙是首选。

(一) 女士套裙的选择

1. 款式

西服套裙大致分为两种,一种是西装上衣和裙子同色同料,称为“标准型”或“成套型”;一种是西装上衣与裙子进行自由组合,上衣与裙子在颜色、质地上存在差异,称为“随意型”。套裙在整体造型上的变化,主要表现在它的长短和宽窄上,裙长一般以膝盖上下5厘米为理想裙长;以宽窄肥瘦而论,紧身式上衣显得较为传统,松身式上衣时髦一些。在汽车营销行业中,女性工作人员要着“成套型”西服套裙(如图 1-19 所示),上衣袖长以恰好盖住着装者的手腕为好,上衣和裙子均不可过于肥大或包身。



图 1-19 女士套裙

2. 颜色

职业套裙的最佳颜色是黑色、藏青色、灰褐色、灰色和暗红色等。精致的方格、印花和条纹也可以接受。汽车营销工作人员套裙以黑色、藏青色为宜,以体现女性工作人员的端庄与稳重,便于赢得客户的信赖。

(二) 女士套裙的搭配

1. 衬衫

面料要轻薄柔软,颜色应雅致端庄,以白色为主,可以有简单的线条、圆点等点缀。款式要简洁大方,不要有过多的花边和皱褶。





2. 内衣

确保内衣要合身,身体线条流畅,既穿得合适,又要注意内衣颜色不要外漏。

3. 丝巾

汽车营销工作人员选择丝巾时要注意颜色中应包含套裙颜色,丝巾以丝绸质地为好(如图 1-20 所示),其他质地的丝巾打结或系起来则没那么好看。

4. 鞋袜

穿着套裙时要穿黑色的高跟、半高跟皮鞋,搭配长筒袜或连裤袜,颜色以肉色为首选,应随身携带一双备用的透明丝袜,以防袜子拉丝或跳丝,如图 1-21 所示。



图 1-20 丝巾



图 1-21 女士鞋袜

(三)穿着套裙的一般要求

1. 穿着到位

汽车营销从业人员在工作场合穿着套裙时,上衣的领子要翻好,衣袋的盖子要拉出来盖住衣袋;不允许将上衣披、搭在身上;衣扣要全部系上,不允许部分或全部解开,更不允许当着别人的面随便脱下上衣。

2. 协调妆饰

通常穿着打扮,讲究的是着装、妆容和配饰风格统一,相辅相成。穿着套裙时,必须维护好个人的形象,妆容与配饰要合乎身份。汽车营销工作人员在工作岗位上最好不要佩戴任何首饰。

3. 兼顾举止

套裙最能够体现女性的柔美曲线,这就要求女士在工作场合要举止优雅,注意个人仪态。穿着套裙,要站得又稳又正,不可以双腿叉开。汽车销售顾问与客户就座以后,务必注意姿态,不要双腿分开过大,或是翘起一条腿,抖动脚尖,更不可以脚尖挑鞋直晃,甚至当众脱鞋。

五、饰物佩戴礼仪

(一)饰物佩戴的原则

服饰礼仪中不仅服装穿着有讲究,饰物的选择和佩戴也不可随心所欲,汽车营销人员应对饰物佩戴礼仪有所了解,要遵循规范和原则。饰物佩戴总的原则是符合身份,以少为佳,提倡不戴。具体规范如下:

1. 点到为止,恰到好处

汽车营销人员佩戴首饰时,数量上是以少为佳,点到为止。具体而言,女士在佩戴饰物时要遵守的一项重要规则,就是在商务场合中饰物以不超过三件为宜,并且要求同质

同色,而男士适宜佩戴的只有结婚戒指一种。

2. 扬长避短,显优藏拙

汽车营销人员选择首饰时,应充分正视自身的形体特点,努力让首饰为自己扬长避短。避短是其中的重点,扬长要适时而定。

3. 符合身份,不盲目模仿

汽车营销人员选戴首饰时,不仅要照顾个人爱好,更应当符合自己的身份,佩戴饰物不能妨碍自己的本职工作。要和自己的职业、工作环境保持基本一致,突出自己的个性,切忌盲目模仿。汽车销售顾问、服务顾问由于要经常触碰车,所以戒指、手链都不宜佩戴。

4. 懂得寓意,避免尴尬

不同的地区、不同的民族,佩戴首饰的习惯做法也有所不同,要了解并且尊重。商务人员要懂得饰物佩戴的寓意,避免尴尬。例如,戒指、手镯、项链的不同佩戴方式,表示的意思完全不同,如果无意中戴错了,可能会在商务交往中导致尴尬的场面。

(二)主要饰物佩戴

1. 项链

项链是女性较为青睐的饰物,商务男士应尽量不戴项链,若非戴不可,注意不要外露。项链佩戴的位置抢眼,会把别人的目光吸引到颈部或者胸部,因此项链配搭要考虑脸型和颈部的特征。如长脸宜配短粗的项链,圆脸宜选择链接式项链;颈部长的人可选择短粗的项链,颈部短的人可选择细而长的项链。同时,项链的佩戴应和年龄、服饰相匹配。

2. 耳饰

耳饰有耳环、耳链、耳钉、耳坠等,一般为女性使用。耳饰讲究成对使用,切勿在工作场合只在一只耳朵上戴耳环,或者戴多个耳环。汽车销售、服务岗位的人员不宜佩戴耳饰,因为不断晃动的耳饰会分散顾客的注意力。

3. 戒指、手链

(1)戒指一般佩戴在左手上,最好只戴一枚。戒指的佩戴往往暗示婚姻和择偶状况,作为汽车营销人员需要了解不同戴法的含义,以便于判断客户身份。戒指戴在食指上,表示无偶或者求婚;戒指戴在中指上,表示已有意中人,正在恋爱中;戒指戴在无名指上,表示已经订婚或者结婚;戒指戴在小指上,则暗示自己是一位独身者。

(2)手镯、手链主要是为了凸显手腕和手臂的美丽,通常戴在左手上。手镯、手链不能同时佩戴,同时二者也不能与手表搭配。

对于汽车行业从事基础销售和服务岗位的人员来说,由于工作中要时常触摸车辆,戒指、手链等都容易刮伤车辆,因此工作时不能佩戴戒指、手链,这也是遵守“有碍自己本职工作的饰物不戴”的岗位原则。

4. 提包

(1)公文包是商务男士的首选,汽车营销人员宜选择黑色、棕色的公文包,公文包外表除商标之外不宜带有任何图案、文字,否则有失身份。

(2)手提包一般为女士使用。作为上班通勤使用的手提包,汽车营销人员一般宜选





择方形或者长形款式、大方、简洁、质量上乘、做工精致的手提包,不宜选用体积过于庞大或者装饰图案过于花哨的手提包。相对来说,女性手提包的选择范围较大,在与服饰搭配时需注意以下三点:

首先,手提包应与服饰呈对比色,这样比较醒目;其次,若服饰为多色彩,手提包可与服饰主色调相同;最后,手提包可与服饰中某一颜色同色,做到上下呼应,增强整体和谐性。

在工作场合,男女员工仪容仪表规范如图 1-22 所示。

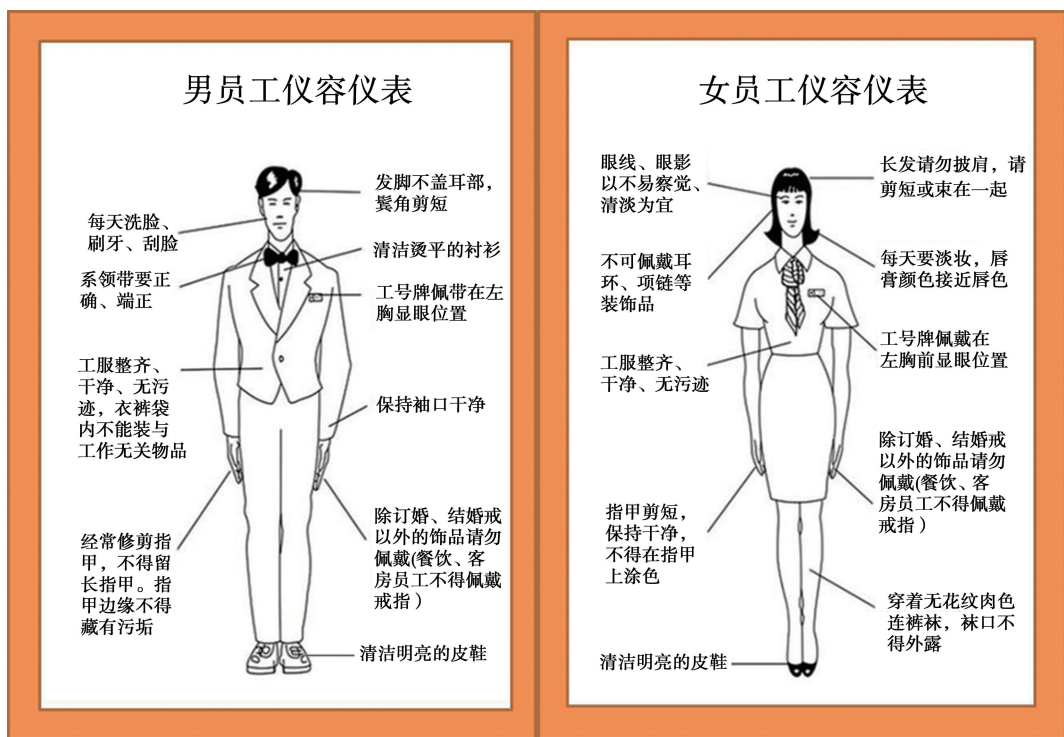


图 1-22 男员工仪容仪表

★礼仪技能训练

汽车营销岗位形象礼仪展示

实训目标	掌握仪容、仪表、服饰礼仪的规范	
	能够熟练按照职业岗位要求展示个人形象	
实训准备	场地准备	礼仪一体化教室
	工具准备	化妆镜、化妆盒等
汽车营销 形象礼仪 职业规范	小组讨论,明确汽车营销岗位人员的形象礼仪规范并记录如下:	

续表

任务实施	按照汽车营销形象礼仪规范进行装扮并分组展示				
考核评价					
评价项目	妆容	发型	服饰	鞋袜搭配	领带、丝巾的佩戴
评价标准	符合岗位要求			搭配得体	系法正确
第 1 组					
互评记录	优点				
	缺点				
第 2 组					
互评记录	优点				
	缺点				
第 3 组					
互评记录	优点				
	缺点				
第 4 组					
互评记录	优点				
	缺点				
自评反思					

★学习评价

通过对本项目的学习,你掌握了多少礼仪小知识呢? 下面来测一测吧!

选择题

- 礼仪的首要问题是()。
A. 尊重为本 B. 规范为本 C. 友善为本 D. 招待为本
- 在工作场合,男性汽车营销人员的头发长度应前发不覆额、侧发不掩耳、后发()。
A. 不过肩 B. 不过领 C. 不超过发际 D. 以上都不对
- 在汽车营销礼仪中,男士西服着装的“三一定律”是指()。
A. 皮鞋、裤子、上衣应为套装
B. 鞋子、腰带、公文包保持一个颜色
C. 西服上衣、西服裤子、皮鞋保持一个颜色
D. 皮鞋、西服、腰带保持一个颜色
- 在正式场合,如果西装有三粒扣子,应将()扣子扣上。
A. 上面 B. 中间 C. 下面 D. 无所谓





5. 穿着西装时,纽扣的扣法很有讲究,穿()西装,不管在什么场合,一般要将扣子全部扣上,否则会被认为轻浮不稳重。

- A.两粒扣 B.三粒扣 C.单排扣 D.双排扣

6. 汽车营销人员在工作场合穿西服时,最理想的衬衫颜色是()。

- A.蓝色 B.白色 C.灰色 D.咖啡色

判断题

7. 女性汽车营销人员工作场合须化淡妆;化妆应在上班前完成;注意补妆。()

8. 穿西装时,衬衫的袖长长短要适度。最美观的做法是衬衫的袖口恰好露出 1~2 厘米。()

9. 汽车营销人员手指甲的长度通常不应长过手指指尖。()

10. 女性汽车营销人员若梳短发,要合拢在耳后,可佩戴色彩艳丽的饰物。()