

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

汽车营销实务

闫春丽 袁秀珍 商香华 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

汽车营销实务

主 编	闫春丽	袁秀珍	商香华
副主编	梅 钰	苑萌萌	姜菲菲
参 编	孙 丽	吕道媛	高 晴

山东大学出版社
SHANDONG UNIVERSITY PRESS

· 济 南 ·

图书在版编目(CIP)数据

汽车营销实务 / 闫春丽, 袁秀珍, 商香华主编. —
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 978-7-5607-7037-6

I. ①汽… II. ①闫… ②袁… ③商… III. ①汽车—
市场营销学—高等职业教育—教材 IV. ①F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 124624 号

策划编辑 刘 彤
责任编辑 李艳玲
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
17 印张 400 千字
版 次 2021 年 7 月第 1 版
印 次 2022 年 8 月第 2 次印刷
定 价 56.00 元

版权所有 侵权必究

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

当前,汽车销售行业的竞争日趋激烈,销售业绩直接决定企业的成败。销售业绩不佳和客户的流失是现今绝大多数销售企业亟待解决的问题,各汽车公司及其4S店追求的就是规范的产品销售流程以及不断提升销售顾问的营销技能。

汽车营销实务是汽车技术服务与营销专业的一门核心课程,所授内容是汽车销售顾问必备的基础知识,也是其在实际工作中的主要任务之一。它是汽车销售顾问专业核心能力——汽车销售技能的重要组成部分,直接面向以汽车销售顾问为代表的汽车销售实务类岗位。

本书坚持职教特色,坚持产教融合和校企“双元”开发,将产业发展的新技术、新工艺、新规范纳入教材内容,基于汽车销售顾问工作内容进行开发。具体有以下特点:

1. 两条主线,循序渐进

本书以销售新人江小白(设计的人物)上岗为明线,以汽车销售流程为暗线,逐步介绍汽车销售顾问的工作环境、岗位要求、工作流程等知识点。章节之间循序渐进,条理性强,连贯性好,符合学生的认知规律。

2. 遵循规律,德能并重

本书遵循技术技能人才成长规律,知识传授与技术技能培养并重,强化学生职业素养养成和专业技术积累,将专业精神、职业精神和工匠精神融入教材内容。

3. 课程思政,润物无声

本书坚持思想引领与知识传授的有机结合,深入挖掘教学内容中所蕴含的思政教育元素,遵循思政教育元素与课程内容之间的联系性原则,确保课程的育人性和适用性,达到“润物无声”的效果。

4. 劳动教育,有机融入

本书将劳动教育融入教学内容中,培养学生爱劳动、会劳动、珍惜劳动的价值观。

5. “互联网+图书”

本书是围绕深化教学改革和“互联网+职业教育”的发展需求,探索开发的将课程建设、教材编写、配套资源开发、信息技术应用统筹推进的新形态一体化、活页式立体化





教材。

6. 系统设计,评价全面

本书按照“以学生为中心,学习成果为导向,促进自主学习”的思路,融入项目、任务、案例等内容,系统设计开发。根据教学实际,分别设计了小组评价、个人评价等多元化评价体系,方便不同主体及时总结,确保学生学有所获。

7. 产教融合,“双元”开发

参加本书编写的人员既有工作十几年的一线专职教师,也有汽车销售工作经验丰富的企业人员,每一个任务都配有实训工单,实践性较强。本书力求成为高职高专汽车技术服务与营销专业的理想教材,同时也可作为相关从业人员的学习参考用书。

8. “岗、课、证、赛”,四位一体

本书在内容编排上,全面统筹汽车销售顾问岗位要求、“1+X”职业技能等级证书标准、职业院校技能大赛“汽车营销”赛项标准,形成集“岗、课、证、赛”四位于一体的知识体系。

9. 口诀总结,方便记忆

本书在每个任务的小结模块,将本任务涉及的知识点进行梳理,总结为口诀,方便学生记忆,提高学习效率。

本书由烟台汽车工程职业学院闫春丽、德州职业技术学院袁秀珍、山东交通职业学院商香华三位“双师”型教师担任主编,烟台汽车工程职业学院梅钰、德州职业技术学院苑萌萌和姜菲菲担任副主编,参与编写的还有烟台汽车工程职业学院孙丽、吕道媛和高晴。具体编写分工如下:闫春丽编写项目一、项目三及项目十,并设计了本书体例及任务工单、学习评价和评分标准等表格样式;袁秀珍编写项目二、项目四及项目九,并设计搭建了本书主要目录框架;商香华编写项目五;梅钰编写项目七;苑萌萌编写项目六;姜菲菲编写项目八;全书由闫春丽负责统稿汇编并提出修改建议,孙丽、吕道媛、高晴协助主编统稿汇编,并提供部分案例。烟台东联汽车销售有限公司内训师谢云霞在本书编写过程中给予了一些宝贵意见,在此表示衷心感谢。

本书在编写过程中参考了大量的资料和文献,在此对相关编著者表示诚挚的谢意。

由于编者水平有限,教材难免有不妥之处,敬请广大读者批评指正。

编 者

目 录

项目一 走近你的世界——汽车销售岗位体验	(1)
任务一 认识汽车 4S 店	(2)
任务二 认识汽车销售顾问	(9)
任务三 成为一名杰出的销售顾问	(17)
项目二 众里寻他千百度——开发与管理潜在客户	(30)
任务一 开发潜在客户	(31)
任务二 管理跟进潜在客户	(39)
项目三 以礼相待——4S 店展厅客户接待	(47)
任务一 准备客户接待工作	(48)
任务二 接待来店客户	(56)
项目四 你的心思我知道——客户需求分析	(73)
任务一 分析客户购买动机	(74)
任务二 判断客户交际风格	(84)
任务三 探寻客户需求	(94)
项目五 把我说给你听——汽车产品展示	(107)
任务一 熟悉你的产品	(108)
任务二 运用 FAB 法介绍产品	(120)
任务三 运用六方位绕车法介绍汽车	(128)
项目六 嫌货人才是买货人——客户异议处理	(141)
任务一 认识客户异议	(142)
任务二 处理客户异议	(150)
项目七 汽车会说话——客户试乘试驾	(162)
任务一 完成试乘试驾准备工作	(163)





任务二 带领客户试乘试驾	(174)
任务三 完成试乘试驾后反馈与跟进工作	(186)
项目八 货真价实——洽谈成交	(195)
任务一 报价成交	(196)
任务二 推荐附加业务	(209)
项目九 欣喜之路——新车交付	(222)
任务一 准备接待交车客户	(223)
任务二 验收交付新车	(232)
项目十 不忘老朋友——售后维系	(240)
任务一 跟踪回访成交客户	(241)
任务二 处理客户投诉	(250)
参考文献	(259)



项目一

走近你的世界——汽车销售岗位体验

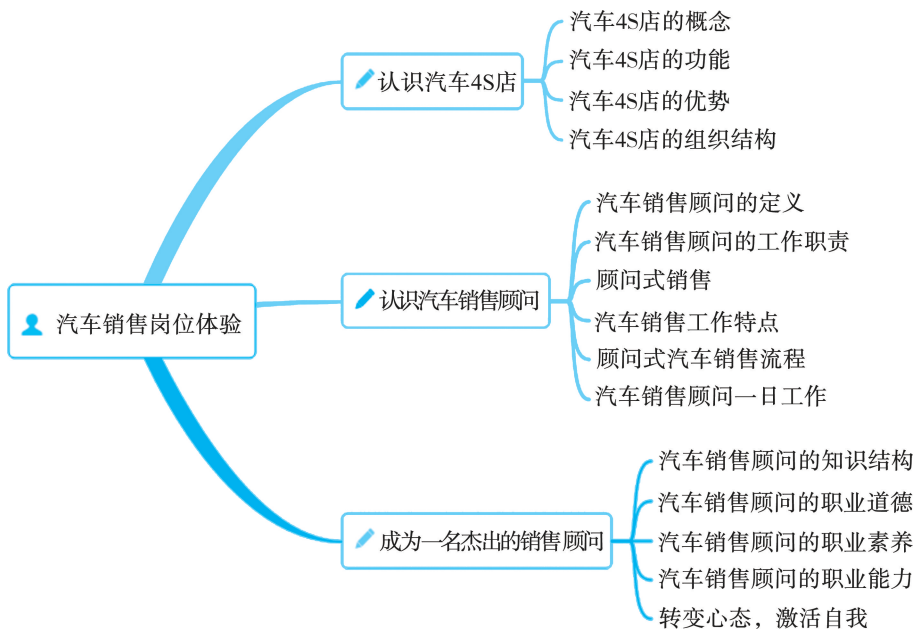
在过去的一个多世纪里,汽车的发展和普及影响和改变了人类的生活。车轮不仅扩大了人们的生活范围,而且改变了人们的生活方式。随着国民经济的蓬勃发展,汽车已渗透到现代社会活动的各个方面。中国是全世界发展潜力最大的汽车消费市场。“用户至上”被提到更为重要的位置上来,服务是汽车销售企业真正的产品。消费者选择何种汽车品牌由多种因素共同决定,但选择通过哪家经销商购买则很大程度上由该汽车 4S 店的服务决定。汽车销售 4S 店凭借其塑造品牌形象的终端优势,逐渐成为国内汽车销售服务渠道的主体。汽车销售顾问需要具备良好的职业素质,了解市场现状,预测汽车未来发展趋势,运用适当的汽车销售模式,准确把握机遇,高效销售产品。

在本项目中,笔者将带领大家认识汽车 4S 店,了解汽车销售顾问应具备的职业素质和能力。





【课程导航】



任务一 认识汽车 4S 店

随着时代的进步和经济的发展,人们的生活水平与消费意识不断提高,汽车已经成为重要的交通工具,汽车营销活动也成为现代营销研究关注的焦点之一。汽车的产销量持续增加,汽车品牌不断增多,汽车 4S 店也在蓬勃发展。因此,了解汽车 4S 店的具体情况,是每一位 4S 店工作人员的首要任务。

【工作情景】

江小白同学在校期间认真学习,早早就给自己做好了规划,毕业之际,她成功应聘成为一汽大众汽车 4S 店的一名销售顾问,下面我们就跟着她一起认识一下她的工作环境。

【学习目标】

素质目标

1. 培养认真负责的工作态度。
2. 培养积极的心态,饱满的工作热情。
3. 培养良好的团队协作能力。
4. 掌握扎实的专业知识。

知识目标

1. 知道 4S 店的功能。
2. 知道 4S 店的优势。
3. 了解 4S 店的组织架构。

能力目标

能够说出 4S 店的功能及优势。

【知识储备】

一、汽车 4S 店的概念

“4S”，是四个以“S”开头的英文单词，分别代表如下含义：整车销售(Sale)、零配件供应(Sparepart)、售后服务(Service)、信息反馈(Survey)。因此，“4S”代表了一种集整车销售、零配件供应、售后服务、信息反馈“四位一体”的汽车经营方式。但它的前提是由汽车生产商授权。在此条件下，可以做更具体的描述：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、信息反馈四项功能的销售服务店。

4S 店于 20 世纪 90 年代中期从欧洲传入中国，此后，我国建立大量汽车 4S 店。随着人们生活水平的提高，消费者心理不断成熟，对产品的质量、销售顾问的态度、售后服务要求也越来越严格。

汽车 4S 专卖店是由经销商按照汽车生产厂家规定的标准建造，店内外设计统一，投资巨大，装修豪华气派，环境舒适，且只能销售由生产厂家特别授权的单一品牌汽车，能够为客户提供更低廉的价格、更专业的技术支持和更深入的售后服务。4S 店与汽车厂家共同组成汽车品牌联盟，代表汽车品牌文化，体现品牌价值，维持品牌忠诚度。通常一个汽车品牌在一个地区只分布一个或相对等距离的几个专卖店，各专卖店之间不能跨区销售。

除了 4S 店，现在也有了 6S 店，是指除了整车销售、售后服务、零配件供应、信息反馈以外，还提供个性化售车和集拍(集体竞拍，购车者越多，价格越便宜)服务。

二、汽车 4S 店的功能

1. 整车销售

整车销售是汽车营销活动的中心内容，是汽车 4S 店的基本职责，是为零配件供应、维修、信息反馈等工作带来潜在客户的关键环节。在销售工作中，要始终坚持“可持续发展”的营销理念，所有部门密切配合，共同关注客户的“后续需要”，在兼顾社会利益的同时，为 4S 店的整体效益作出贡献。整车销售包括进货、运输、验收、储存、销售等环节。在 4S 店销售的汽车大多是汽车生产企业直接发货的车辆，价格是由汽车生产企业制订的统一售价。

2. 售后服务

售后服务是现代汽车经销企业服务的基本组成部分。汽车售后服务指 4S 店在车辆售出后为客户提供的车辆保养、故障维修等服务。售后服务可以使企业与客户建立长久的、良好的往来关系，为企业积累宝贵的客户资源，以求生产和销售环节的利润最大化。随着汽车市场的发展，汽车 4S 店更应该致力于提高车辆的维修保养质量、规范服务程序和强化诚信服务，不断提高客户满意度，巩固客户资源，使汽车企业获得更大的利润。





3. 零配件供应

零配件供应是汽车售后服务的基本保证。从销售利润来看,在国外成熟的汽车市场中,整车销售利润约占整个汽车利润的 20%,汽车装饰、改装以及汽车用品的利润约占 20%,而 50%—60% 的利润是在汽车零配件及服务领域中产生的。4S 店的零配件是由汽车生产企业提供的,质量有保证,价格自然要比普通维修店的高一些。汽车的零配件被分为四类:一是汽车正常使用中因自然老化、失效而必须更换的消耗件,如皮带、胶管、各种滤芯等;二是在汽车运行中,因自然磨损而容易失效的易损件,如离合器摩擦片、制动片、活塞、活塞环等;三是组成汽车的主要的、价值较高的基础件,如曲轴、缸体、缸盖等;四是汽车发生意外时损坏的事故件,如前后保险杠、车身覆盖件、冷凝器、水箱等。

4. 信息反馈

信息反馈是汽车 4S 店的一个重要的功能。汽车 4S 店直接接触客户,有条件及时、准确地了解当前的市场动态,将汽车产品的使用性能、客户满意度等情况反馈给汽车生产企业。这对于汽车生产企业提高产品质量、开发满足客户需求的新产品、提高产品的市场占有率等具有重要的意义。

三、汽车 4S 店的优势

1. 信誉度方面

4S 店有一系列的处理客户投诉、意见、索赔的管理办法,给车主留下了良好的印象,而普通改装店由于管理等问题,经常发生出了问题找不到负责人,相互推诿、相互埋怨的情况,给车主留下非常恶劣的印象。以前 4S 店不经营汽车用品,车主没有选择,只能去零售改装店。现在 4S 店经营这方面的业务,车主大多不会舍近求远,4S 店将是他们的第一选择。

2. 专业方面

4S 店只针对一个厂家的系列车型,有厂家的系列培训和技术支持,在车的性能测试、技术参数校对、使用和维修方面都是非常专业的,做到了“专而精”。而汽车用品经销商接触的车型多,对每一种车型都不是非常精通,只能做到“杂而博”。所以在改装一些需要技术支持和售后服务的产品时,4S 店更专业,有着很大优势。

3. 售后服务保障方面

随着竞争的加剧,4S 店越来越重视服务品牌的建立,重视客户的满意度,加上 4S 店的后盾是汽车生产厂家,所以在售后服务方面可以得到保障。特别是汽车电子产品和汽车影音产品在改装时要改变汽车原来的电路,给以后的售后服务带来麻烦。为此,4S 店可以对本店车主承诺保修,消除车主的后顾之忧,那将是吸引车主改装的重要手段之一。在 4S 店改装一些技术含量高的产品是车主的首选。

4. 人性化方面

相比汽车用品改装店,在 4S 店,车主能真正体验到“客户就是上帝”的感觉,累了有豪华的休息室,渴了有各种饮品,无聊时可以看杂志、图书、报纸,还可以上网、打台球、下棋等,如果着急用车还有备用车供客户使用,整个流程有专门的服务人员为客户打理,不用客户操心就能完成整个业务。

四、汽车 4S 店的组织结构

一名销售顾问应该了解汽车 4S 店的组织结构,了解各部门之间的关系。这样在工作中能更好地和各部门进行沟通、协调,提高工作效率。

汽车 4S 店主要由销售部、售后服务部、客户服务部、市场部、财务部、人力资源部、行政部等部门组成。如图 1-1 所示。

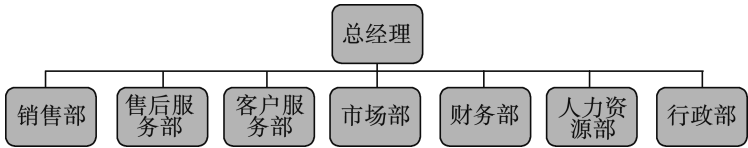


图 1-1 4S 店总体结构

汽车销售顾问隶属于销售部,销售部组织结构如图 1-2 所示。

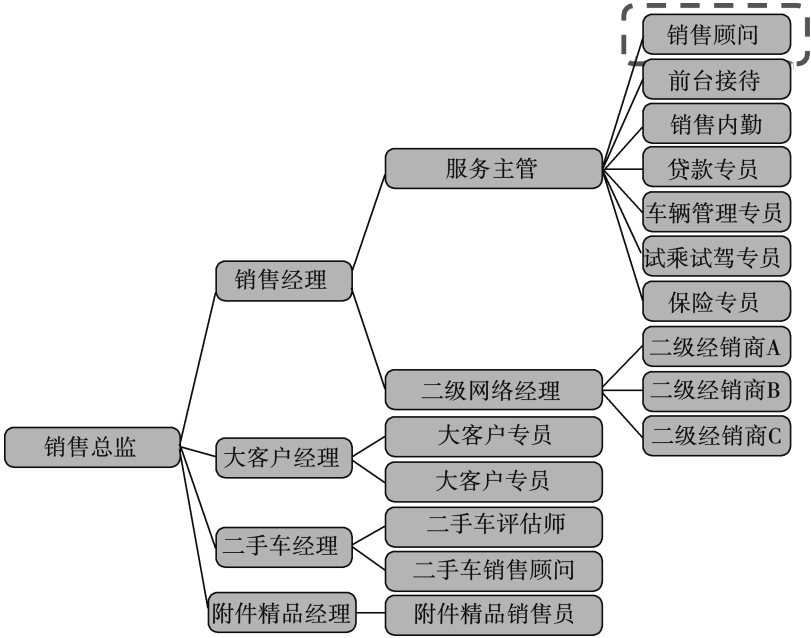


图 1-2 销售部组织结构

【任务小结】

本任务主要讲解了汽车 4S 店的概念、功能、优势、组织架构几个问题,可依照以下口诀进行记忆。

整车销售及售后,信息反馈零配件。
四位一体专卖店,树立品牌有优势。
技术专业信誉好,服务保障人性化。
组织架构要熟识,方便沟通提效率。



【任务实施】

【任务工单】★☆☆认识汽车 4S 店☆☆★

工作任务	认识汽车 4S 店	实操成绩	
任务地点		任务日期	
组号		小组组长	
班级		小组成员	
任务描述	我叫江小白,是一名大学毕业生,经过应聘,成为一汽大众汽车 4S 店的一名销售顾问。作为一名新晋员工,首先我要熟悉一下自己的工作环境。		
任务实施	任务	聊聊汽车 4S 店那些事儿	
	以小组为单位,梳理汽车 4S 店有关内容信息,制作一份介绍汽车 4S 店的 PPT,要求课件制作精美。		

说明:本表由小组长带领成员共同完成,一组一份。

【学习评价——小组评价】

小组学习评价表

小组自评 (100分)	优点	不足	自评成绩
小组互评 (100分)	组别	优点与不足	互评成绩
	1组		
	2组		
	3组		
	4组		
教师评价 (100分)	优点	不足	教师评分成绩
总评成绩 (100分)	计算公式		总成绩
	总评成绩=小组自评成绩×30%+小组互评成绩×30%+教师评价成绩×40%		
反思与 改善			

说明:本表由小组长完成,一组一份。





【学习评价——个人评价】

个人学习评价表

我学会了	
我做到了	
我有待提升的地方	
自我学习评价	☐ 优 ☐ 良 <input type="triangle-up"/> 及格 <input type="triangle-down"/> 不及格
反思与改善	
教师评语及建议	

说明：本表由学生个人完成，一人一份。

【评分标准】

“认识汽车 4S 店”评分细则

	项目	满分	得分
1	能进行 5S 管理(整理、整顿、清理、清洁、素养)	5	
2	着装整洁,仪表端庄,表情和蔼可亲,眼神自然真诚,手势规范,姿态正确、自然大方,声音清晰标准,语音语速适中,语言流畅	10	
3	准确描述什么是汽车 4S 店	15	
4	汽车 4S 店功能描述全面、准确	15	
5	汽车 4S 店优势描述全面、准确	15	
6	对汽车 4S 店组织架构了解清晰、全面	15	
7	课件制作精美	10	
8	突发事件处理能力	5	
9	小组成员分工合理,职责明确	10	

【巩固提升】

1. 汽车 4S 店的功能有哪些?
2. 汽车 4S 店的优势有哪些?
3. 任意选择某一品牌汽车 4S 店,实地走访考察,了解汽车 4S 店的结构及运转情况,完成一份考察报告。

任务二 认识汽车销售顾问

汽车销售顾问是连接汽车经销商与消费者的重要桥梁,销售顾问的一举一动,都会影响到客户的购买行为。一名汽车销售顾问必须对自己的工作岗位有一个正确的认识,知道自己的工作内容是什么,岗位有哪些要求,然后努力达到这些素质要求,更好地为客户提供专业、优质的服务,在自己的工作岗位上发光发热。

【工作情景】

我是江小白,我已成功应聘为一汽大众 4S 店的一名销售顾问。这个岗位主要是做什么的呢?下面请随我一起去了解一下吧。

【学习目标】

素质目标

1. 认真负责的工作态度。
2. 积极的心态,饱满的工作热情。





3. 良好的团队协作能力。
4. 扎实的专业知识。

知识目标

1. 知道什么是顾问式销售。
2. 知道销售顾问的工作内容。
3. 知道汽车销售包含的流程。

能力目标

1. 能够掌握汽车销售顾问的含义及工作内容。
2. 能够说出传统销售与顾问式销售的区别。
3. 能够说出汽车销售包含的流程。

【知识储备】

一、汽车销售顾问的定义

汽车销售顾问是指经过专业的品牌车型与汽车相关知识的培训,在指定的汽车销售场所接待客户,使用销售技巧,分析客户需求,为客户讲解车辆,并为客户办理交车手续及相关服务,将车完好无损地交给客户,同时在客户用车过程中及时解答其关于本车相关问题的人员。所谓知己知彼,方能百战不殆,汽车销售顾问既要熟悉自己品牌的车型以及车型的卖点,也要熟悉竞争品牌车型的相关知识,以便为客户做对比分析;同时也需要了解汽车精品、汽车保险、汽车贷款等业务。

二、汽车销售顾问的工作职责

汽车销售顾问的工作实际上就是从事汽车销售的工作,但其立足点是客户的需求和利益,向客户提供符合其需求和利益的产品销售服务。其具体工作包括客户开发、客户跟踪、销售导购、销售洽谈、销售成交等基本过程,还可能涉及汽车保险、落籍、装饰、改装、贷款、交车、理赔、年检等业务的介绍、成交或代办。在 4S 店内,其工作范围一般定位于销售领域,其他业务领域可与相应的业务部门进行衔接。

三、顾问式销售

传统式销售简单来说就是卖产品,就产品论产品,所以经常出现客户对销售人员不信任,认为产品对自己毫无用处,不需要或不着急购买该产品,亦不会将该产品推荐给朋友等现象。究其原因,无非是销售人员未站在客户角度去沟通,没有发现客户的需求,客户不了解产品的好处、需求不迫切等情况。针对这样的现象及成因,如何应对呢? 如果客户不信任自己,那么就通过有效沟通建立信任;如果客户未发现需求,就带领客户发现需求,让客户产生购买动机;如果客户不了解产品的好处,认为其对自己毫无用处,那么我们就给他提供方案并让他认同;如果客户需求不迫切,不着急买,那么我们就抓住他的需求点,让他愿意购买,将原来的压力销售、被动消费转为快乐销售、愉悦消费。在销售过程中销售人员了解并满足客户的需求,帮助客户提出解决方案,最终实现双赢,我们把这种销售方式叫作顾问式销售。下面我们给顾问式销售下一个定义。

顾问式销售,是指销售顾问利用自己的专业知识,从客户的利益出发,帮助客户正确

选择产品服务,满足客户现有或潜在的需求,赢得客户满意和忠诚的一种营销方式。简单来说就是充当“顾问”,实现“双赢”。顾问式销售认为,客户是朋友,是与销售者存在共同利益的群体,好商品就是客户真正需要的产品;服务本身就是商品,服务是为了与客户达成沟通。汽车 4S 店中的顾问式销售是从客户需求出发,帮客户买车,强调的是满足客户需求以实现双赢,关注的是长期效益。在销售顾问眼中,好车是客户真正需要的车,也就是适合客户的车。

四、汽车销售工作特点

汽车是现代工业文明的产物,既有普通商品的销售特点,又有其不同之处,概括而言,有以下四点。

1. 汽车销售是一项复杂的销售行为

汽车销售更强调以客户为中心。汽车与一般的商品不同,是一种高技术含量的昂贵消费品。在整个销售过程中,消费者参与程度非常高。如果销售顾问不能以消费者的需求为关注焦点,就很难了解客户的真实需求,达成销售目标。

2. 汽车销售所需的专业化知识更多

汽车是一种高技术含量且更新换代特别快的产品,非专业化的人员很难对汽车有全面了解。售前需要销售顾问经常性地了解相关汽车信息,以便能够全面准确地向消费者传达汽车的有关信息;售后要有专业的技术人员提供维护保养服务,才能保证产品的正常使用。可以说整个消费过程都离不开专业化的服务。

3. 汽车销售要树立整体的服务理念

汽车产品的消费形式与一般商品不同。在汽车整个消费过程中,不仅售前离不开专业人士的服务,售中和售后同样离不开专业人士的服务。可以说,一旦消费者选择了某款车型,销售顾问就需要不间断地为其提供服务,才能保证产品的良好使用。

4. 汽车销售更强调团队合作

汽车消费是一个漫长的服务项目,不仅购买决策的时间长,而且在消费过程中需要提供服务的时间更长。单一的业务人员很难为客户提供全面化的服务,因此,需要整个服务链的参与人员相互协作,才能保证服务的连续性,达到让客户满意的目的。

五、顾问式汽车销售流程

汽车消费是一种复杂的购买行为,消费者购买行为持续时间长,参与程度也高。因此,销售顾问要以客户的需求为关注焦点,以顾问的身份参与消费者的购买决策过程,才能实现销售。整个汽车销售活动是围绕着客户的购买行为展开的。专业规范的汽车 4S 店都在推行流程化作业。流程化的作业一是规范,给人以专业感;二是流程明确,易于对每个流程的把控;三是便于对结果的检核。汽车销售过程中,销售顾问要严格按照本品牌制订的标准销售流程操作,力求在每一个环节精益求精,用最热情周到的服务态度和专业精准的汽车知识为客户提供购车服务。各个汽车品牌都对汽车销售流程进行了优化,形成了自己品牌所属的具体操作规范,图 1-3 和图 1-4 分别为一汽丰田汽车标准销售流程和一汽大众汽车标准销售流程,其他品牌也是大同小异,基本上包含如下流程。



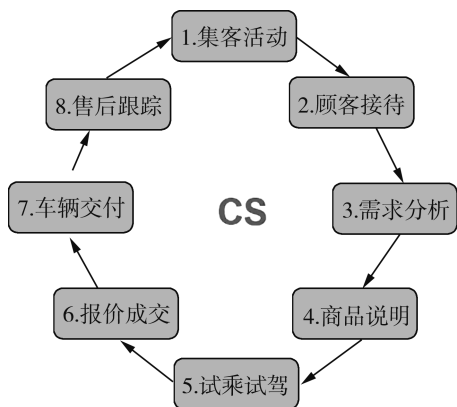


图 1-3 一汽丰田汽车销售流程



图 1-4 一汽大众汽车销售流程

1. 客户开发

巧妇难为无米之炊。客户开发是汽车销售的第一个环节,这一环节重点在于寻找客户,了解潜在客户的购买需求,与潜在客户建立良好关系,并对潜在客户进行邀约。

2. 客户接待

在客户接待环节,重点要研究:怎样有效地接待客户?怎样获得客户的资料?怎样把客户引导到下个环节中?

3. 需求分析

需求分析是以客户为中心,以客户的需求为导向,对客户的需求进行分析,以期为客户介绍和提供一款符合客户实际需要的汽车产品。

4. 产品说明

产品说明也就是销售顾问全面地向客户介绍车辆,一般采用六方位绕车介绍法。在绕车介绍过程中,针对客户需求,对整车的各个部位进行互动式的介绍,将产品的亮点通过适当的方法和技巧进行展示,向客户阐述该车能够带给他哪些利益,以便顺理成章地进入下个环节。

5. 试乘试驾

试乘试驾是对上述环节的延伸,客户可以通过试乘试驾的亲身体验和感受对整车有一个全新的了解。这样可以使客户充分地了解该款汽车的优良性能,从而增强购买欲望。

6. 报价签约

在这一环节,销售顾问的主要任务就是解决客户价格异议问题。销售顾问需要采用合适的技巧向客户报价,并与客户讨价还价。如果这一环节处理得好,就可以顺利地进入签订合同环节。

7. 交车管理

交车是指成交以后,要把新车交给客户。在交车服务过程中,相关人员应具备规范的服务意识。

8. 售后维系

对于保有客户(稳定的客户),销售顾问应该运用规范的技巧与之开展长期的联系,以达到让客户帮你宣传、帮你介绍新的意向客户来看车购车的目的。因此,售后服务是一个非常重要的环节,可以说是一个新的客户开发过程。

六、汽车销售顾问一日工作

1. 早晨打卡签到

- (1)比上班时间提前 5—10 分钟到达展厅。
- (2)换好制服或公司规定套装,在镜子前检查自己的仪容仪表。
- (3)前台签到,调整自己的心情与状态,热情地投入到当天的工作中。

2. 准备工作

- (1)巡视展厅内的展示车辆,检查展车的状况。
- (2)擦拭车辆内外,保证展车整洁、车内空气清新。
- (3)查看自己的工具包,检查当天销售工作所需资料是否齐全。

3. 销售部晨会

每日上班后应由销售部经理或者展厅主管主持召开 20 分钟左右的销售晨会,会议内容参考如下:

- (1)确认当天每位销售顾问的工作目标与任务,检查每位销售顾问的工作计划安排。
- (2)询问销售顾问当日所需支持,并在会上合理分配资源。
- (3)要求销售顾问互相检查仪容仪表,并激励销售顾问士气。

4. 客户接待工作

该部分具体参见核心业务流程(见项目三)。

5. 下班前整理工作

当天销售工作结束至下班前,如果已经没有客户来电或来店,自下班前 50 分钟开始,销售顾问应利用 20 分钟的时间进行当日工作自检。

- (1)总结当日工作,并填写营业日报表。
- (2)翻看当日来店(电)客户资料的记录情况是否完整,有无需要补充。
- (3)制订明日工作计划提示。
- (4)依据来店(电)客户登记表及营业日报表,更新潜在客户等级推进表。

6. 销售部夕会

每天下班前应由销售部门经理主持召开 20 分钟的销售会,会议内容建议如下:

- (1)销售顾问简要汇报当日的工作数据及遇到的问题。
- (2)由销售部经理主持,针对个别问题进行集体讨论,明确解决问题的方法。
- (3)销售部经理根据个人的观察,针对个别销售顾问做业务上的指导。
- (4)常规性内部培训。

【任务小结】

这节课我们主要带领大家认识了汽车销售顾问这个岗位,包括汽车销售顾问的定义、工作职责、一日工作流程等内容,可依以下口诀进行记忆。

传统销售问题多,顾问销售解疑难。
客户利益为出发,满足客需达双赢。
销售流程八步骤,环环相扣逐递进。
做好准备勤总结,履职尽责提业绩。





【任务实施】

【任务工单】★☆☆认识汽车销售顾问☆☆★

工作任务	认识汽车销售顾问		实操成绩	
任务地点			任务日期	
组号			小组组长	
班级			小组成员	
任务描述	我是江小白,我的工作岗位是汽车销售顾问,这个岗位主要的工作是什么呢? 下面我们一起来认识一下我的岗位——汽车销售顾问。			
任务实施	任务	认识汽车销售顾问		
	以小组为单位,梳理汽车销售顾问有关内容信息,制作一份认识汽车销售顾问 PPT 并进行汇报,要求课件制作精美。			

说明:本表由小组长带领成员共同完成,一组一份。

【学习评价——小组评价】

小组学习评价表			
小组自评 (100分)	优点	不足	自评成绩
小组互评 (100分)	组别	优点与不足	互评成绩
	1组		
	2组		
	3组		
	4组		
教师评价 (100分)	优点	不足	教师评分成绩
总评成绩 (100分)	计算公式		总成绩
	总评成绩=小组自评成绩×30%+小组互评成绩×30%+教师评价成绩×40%		
反思与改善			

说明:本表由小组长完成,一组一份。





【学习评价——个人评价】

个人学习评价表

我学会了	
我做到了	
我有待提升的地方	
自我学习评价	☐ 优 ☐ 良 <input type="triangle-up"/> 及格 <input type="triangle-down"/> 不及格
反思与改善	
教师评语及建议	

说明：本表由学生个人完成，一人一份。

【评分标准】

“认识汽车销售顾问”评分细则

	项目	满分	得分
1	能进行 5S 管理(整理、整顿、清理、清洁、素养)	6	
2	着装整洁,仪表端庄,表情和蔼可亲,眼神自然真诚,手势规范,姿态正确、自然大方,声音清晰标准,语音语速适中,语言流畅	6	
3	准确描述汽车销售顾问工作职责	10	
4	对比传统销售与顾问式销售,知识全面、准确	15	
5	汽车销售工作特点描述全面、准确	15	
6	准确描述汽车销售流程,内容全面	15	
7	准确描述销售顾问一日工作内容	15	
8	课件制作精美	6	
9	突发事件处理能力	6	
10	小组成员分工合理,职责明确	6	

【巩固提升】

1. 汽车销售顾问的工作职责是什么?
2. 什么是顾问式销售?
3. 汽车销售工作的特点有哪些?
4. 任意选择某一品牌汽车 4S 店,实地走访考察,与销售顾问进行沟通交流,了解汽车销售顾问的工作内容,完成一份有关汽车销售顾问岗位认知的考察报告。

任务三 成为一名杰出的销售顾问

一份职业,一个工作岗位,是一个人赖以生存和发展的基本保障。只有爱岗敬业的人,才会在自己的工作岗位上勤勤恳恳,不断钻研学习,一丝不苟,精益求精,才会为社会、为企业作出贡献。

2021 年 5 月 22 日,杂交水稻之父袁隆平逝世,享年 91 岁。袁隆平是将水稻的杂交优势成功地应用于农业生产的第一人,他为解决中国人的吃饭问题作出了巨大贡献。干一行爱一行,爱一行钻一行,袁老从西南农学院毕业后被分配到偏远的湘西安江农校任教,在此期间发现天然杂交水稻,从此与其结缘。袁老爱好农业,把爱好变成自己终生奋斗的事业,把事业升华成使命,一辈子只做一件事,就是让全中国人吃饱饭。

作为新时代的青年,我们要学习袁老干事爱事,把一件事做到极致的精神,努力成为自己领域的优秀人才。





【工作情景】

把产品的质量做到极致,市场就会青睐你;把服务做到极致,客户就会记住你;把品牌做到极致,世界就会属于你。努力是将工作做完,用心是将工作做好。初入职场,我立志要在自己的岗位上发光发热,努力成为一名杰出的销售顾问。杰出的销售顾问具备的职业素养有哪些呢?

【学习目标】

素质目标

1. 遵守职业道德。
2. 爱岗敬业,岗位成才。
3. 积极的心态。

知识目标

1. 知道销售顾问应具备的知识结构。
2. 知道销售顾问应具备的职业道德。
3. 知道销售顾问应具备的职业能力。

能力目标

1. 树立积极的心态。
2. 结合职业素养和自我分析情况,制订个人发展规划。

【知识储备】

一、汽车销售顾问的知识结构

汽车销售顾问作为客户的购车顾问,需要帮助客户解决很多产品技术和使用方面的问题,所以每一位销售顾问应该掌握产品技术和销售政策的相关知识。实际上,由于销售工作面对的是客户,因此在销售顾问的知识构成中排名第一的应该是客户知识:你是否了解你的客户?你是否了解你的客户所从事的行业以及他的兴趣爱好?全面而主动地了解客户的相关信息,在见到客户时可以做到有话可说,有事可谈。汽车销售顾问应具备的知识结构包括:

1. 客户知识

客户知识包括市场行业动态、客户的类型、客户心理研究、语言技巧、礼仪知识等。

2. 营销知识

营销知识包括市场营销专业理论、市场环境、竞争对手优劣势、销售流程、销售技巧等。

3. 汽车专业知识

汽车专业知识包括汽车理论、汽车构造、汽车配件、汽车报价组成、性价比、汽车相关术语、品牌的创建历史、业界地位、企业文化等。

4. 合同法规知识

合同法规知识包括汽车合同的内容,最新的相关政策、法规、制度,维修保养知识,消费信贷知识,车辆保险知识等。

5. 其他知识

其他知识包括驾驶执照、设计、美学知识、外语知识等。

二、汽车销售顾问的职业道德

销售顾问要帮助客户针对其需求作出一个明智的购买决定,其本质在于维护客户的利益。客户利益高于公司利益,销售顾问开展工作的根本原则就是绝不做任何损害客户利益的事情,严格遵循社会的道德伦理以及法律法规。

1. 职业道德

职业道德是所有从业人员在职业活动中应该遵循的行为准则,是对从业人员在职业活动中的行为要求,同时也是本行业对社会所承担的道德责任和义务。

(1) 职业道德规范基本要求

①爱岗敬业。从业者要热爱自己的工作岗位和职业,乐业、勤业、精业,以恭敬、负责的态度对待工作,兢兢业业、专心致志。

②诚实守信。从业者要真心诚意、实事求是、不虚假、不欺诈,在经营上要讲究信守合同、诚信无欺、质量为重。

③办事公道。从业者要公平、正义,“给人以应得”或恰如其分地对待人和事,尽可能做到不偏不倚,不徇私情,对所有工作对象一视同仁,不偏袒、不歧视。

④服务客户。从业者要全心全意为客户服务,对被服务对象热情、主动、耐心、热心、细致、周到,努力提高服务质量和业务技术水平。

⑤奉献社会。从业者应把自己的知识、才能、智慧毫无保留地、不计报酬地贡献给社会。培养社会责任感和无私精神,将公众利益、社会效益摆在第一位,处理好“义”和“利”的关系,处理好社会效益和经济效益的关系,处理好社会效益与个人利益的关系,把奉献社会的职业道德落到实处,充分实现自我价值。

⑥保守秘密。这是每一个企业或组织从业人员都必须遵守的道德规范。对公司认定为“绝密”“机密”“秘密”的文件或事项要严格按公司要求给予保密。

(2) 职业道德修养

不贪:客户若将贵重物品遗忘于汽车内,要帮客户收好并及时交还给客户。千万不能存有侥幸心理,收为己用。否则不但会给自身带来麻烦,同时还会影响公司的信誉。

和善:人人都需要他人的友情、关爱、帮助、支持、鼓励、赞扬、指教、尊重和信任、认同、自制、宽容。汽车销售顾问在与客户或同事、上司相处时,持有与人为善的心态,更容易体会到工作中的快乐。

上进:“当一天和尚撞一天钟”的工作态度和工作作风已不适合现代社会。科技在进步,时代在发展,需要人们付出更多的辛劳去掌握日新月异的知识和技术。一名汽车销售顾问需时刻保持一种积极向上的精神状态,勤奋上进,掌握本岗位所需的知识和本领。

2. 汽车销售顾问常见的职业道德问题

销售顾问常见的职业道德问题是在介绍产品的过程中,就产品或产品相关的服务提供虚假、欺骗或误导性信息,比如夸大产品的用途,故意贬低竞争对手,散布一些不真实的信息,抹黑竞争对手。





3. 汽车销售顾问应遵循的职业道德规范

汽车销售顾问除应遵守一般的职业道德之外,还应遵循汽车销售行业的职业道德规范。具体可参照上海市汽车销售行业协会提出的《上海市汽车销售行业销售顾问职业道德规范(试行)》,其内涵如下:

(1) 遵守法律法规

遵纪守法,维护公德,陶冶品行,注重修养,珍视汽车销售顾问职业声誉;执行规章制度;服从分配,令行禁止,忠于职守,工作有序,维护企业文化和形象。

(2) 掌握汽车技能

科学求真,业精技强,开拓客户,建档回访,注重售前、售中、售后服务规范行为,诚实守信,履行合同,同行互助,公平竞争,共同提高汽车销售服务水平。

(3) 做好汽车业务

依法经营,服务到位,拓展思路,高效务实,努力完成企业各项指标;严禁损企利己;尊重企业,维护商誉,秉公办事,不谋私利,抵制有损企业利益的行为。

(4) 注重文明经商

仪表端庄,言语文雅,态度诚恳,讲究卫生,以真诚的态度接待客户;诚信待客;严谨求实,热情服务,客户至上,提供周到和细致的汽车销售服务。

(5) 构建和谐关爱的企业氛围

同事之间诚信友爱,和睦相处,相互协调,融入企业凝聚力工程建设;爱岗敬业,尽心尽责,审视自我,参与管理,做个称职的汽车销售顾问。

三、汽车销售顾问的职业素养

1. 形象大使——使客户愿意与你交往

销售顾问首先销售的是自己。世界汽车销售第一人乔·吉拉德说:“我卖的不是我的雪佛兰汽车,我卖的是我自己。”产品与客户之间有一个重要的桥梁,那就是销售顾问本身,所以贩卖任何产品之前首先贩卖的是销售顾问自己。面对面销售过程中,假如客户不接受你这个人,他还会给你介绍产品的机会吗?所以首先要让自己看起来像一个好的“产品”。

汽车销售顾问是直接面对客户的窗口岗位,窗口服务是一个两分钟的世界:你只有一分钟让客户清楚你是谁,另一分钟让他们喜欢你,给客户留一个好印象是你销售工作的良好开端。对客户来讲,销售顾问与产品是融为一体的,所以我们首先要成为所服务的产品或者品牌的形象大使,让客户愿意和你交往。

良好的形象对我们仪容仪表、行为举止都有具体要求,这部分内容可参考商务礼仪中有关内容。

2. 产品大师——能为客户提供专业建议

努力成为你所售产品领域的专家、大师,这样就会获得客户的更多信任。在销售过程中能够及时有效地结合客户需求进行产品介绍,为客户提供可信服的购买建议,竞品对比时也可以处于主导和主动位置,同时还可以充分利用专家效应促成交易。在客户用车时能够及时提供专业性的指导与帮助,客户会因满意度的提高让你获得更多销售线索与机会。

3. 服务专家——全方位协助管理客户的汽车生活

努力成为服务型专家,全方位地协助管理客户的汽车生活。在其他条件相同的情况下,周到的服务会促成人们作出购买决定。在这里我们特指汽车销售顾问为客户提供的主动的专业的服务,这种服务出自销售顾问的主动意识。也就是说,在客户还没表明需要这类服务时能抢先为之提供服务。比如,客户开车前来,尚未下车,这时候如果你主动走出展厅,走到客户汽车跟前,礼貌友好地帮客户打开车门,就会让客户心里很舒服,继而满意。再比如,在寒冷的冬天,客户走进温暖的展厅内,室内外温差使得客户的眼镜片上瞬间起了一层雾气,这时候你递过来的擦镜布就会让客户感到贴心,甚至感动。这是对客户需求的深度满足,它代表的是一份诚意,是销售顾问专业的最好证明。

4. 沟通高手——站在客户的角度考虑问题

现在很多销售顾问与客户的沟通效果不佳,一大原因是缺少换位思考的能力。这里我们提出一个词——“同理心”,它指的是从被沟通者的视角、思维出发来看待问题,减少沟通中的对立和碰撞,这是顾问式销售的重要能力之一。同理心不同于同情心,同情心是施舍,而同理心是理解。

四、汽车销售顾问的职业能力

1. 人际交往能力

这是衡量汽车销售顾问能否适应现代社会客户需求的重要标准。汽车营销是与人打交道的工作。良好的语言表达能力及沟通能力是实现与客户高效沟通的必要技能和技巧。高品质的沟通可以快速实现销售目的,提升销售业绩。高品质的沟通可以消除人与人之间的隔阂,使人际关系更加融洽,也可以使团队的合作更加默契,更具凝聚力。值得注意的是,做销售顾问不等于只会能言善辩,更需要的是真诚、包容与谦虚。汽车销售顾问要让客户接受自己,认同自己的产品,解答他们的疑问,使客户对汽车4S店满意,并最终达成协议,实现让客户购买产品,并让客户带来更多的潜在客户的目标。

2. 计划与总结的能力

运筹帷幄之中,决胜千里之外。行动前的计划是一名销售顾问每天必做的功课。只有确定了明确的目标,针对销售目标制订了合理的销售计划,后期的工作才会有条不紊地朝着我们所希望的趋势发展。没有目标,销售顾问会像一只无头苍蝇乱撞,对工作也全无激情与热爱,销售业绩自然提不上去,但光有计划而不总结自己的成败也不可取。我们应善于总结,不断总结,得出经验和教训,才能更好更快地成长和发展。

3. 信息捕捉能力

汽车销售顾问要学会眼观六路,耳听八方,随时保持灵敏的信息嗅觉,及时捕捉身边的信息。汽车销售和管理人员必须对汽车市场的新事物、新情况具有敏感性,及时察觉汽车市场上微妙的变化,能从历年销售资料和有关数据中看出趋势,从平静的市场表象中看出危机和有待挖掘的潜力。要善于把握一些信号,善于察觉别人不易察觉的信息,并设法把信息转化为销售契机。对于销售顾问来说,进入汽车4S店的每一位客户都是一次机会,就看能不能很好地把握。

4. 商务谈判能力

商务谈判是销售工作中一项关键且无法回避的重要内容。谈判的目的是达到双赢,





达到互惠互利。谈判的核心基本围绕购买价格展开。对于销售顾问来说,我们要清楚如何保证公司的利润,如何进行讨价还价。谈判的过程就是一个说服的过程,就是寻找双方最佳利益结合点的过程。在谈判之前,要搞清楚对方的情况,所谓“知己知彼”,了解对方越多,对自己越有利,掌握主动的机会就越多。专业的汽车销售顾问要掌握了解客户、认识需求、展示产品、处理异议以及商业沟通、价格谈判等技巧,而且还要了解客户心理、购买行为等方面的知识。掌握的信息越多,主动权就越有可能掌握在自己手中,同时要根据客户的不同需求来调整自己的谈判模式。

5. 团队合作能力

俗话说:“人心齐,泰山移。”团队合作的力量是巨大的。销售顾问不能以个体的形式单独存在。没有完美的个人,在一个团队中,每个成员都有自己的优点和缺点,要积极寻找队友的优秀品质,并克服自己的缺点。对于一个好的营销团队而言,超强的单兵作战能力固然重要,但协同作战更是必不可少。“众人拾柴火焰高”,只有在真诚地聆听不同的建议和意见的同时,清晰地阐明自己的想法并激发整个群体的共鸣,才能真正地实现团队合作。

五、转变心态,激活自我

1. 正确认识“销售”这一职业

要做好一份工作,首先得对这份工作有一个正确的认识,进而端正工作态度,从心底热爱这份工作,这样才能在工作中取得更好的成绩。

销售是传送价值给客户,经营客户关系,以便让组织与其利益关系人受益的一种组织功能与程序。

(1) 销售是一种光荣、高尚的职业

在人生的舞台上,其实我们每个人都是销售顾问。不管你是达官显贵还是黎民百姓,志在安邦定国还是为了养家糊口,你如果想要实现自己的目标,就必须具备向他人销售自己的能力。

销售的重要性有时远远超过了产品本身,即使一个产品质量再好,对人们再有帮助,如果没有销售,也就无法得到广泛的宣传。我们所从事的销售工作在人们的生产生活中是不可或缺的。

当下销售顾问一般有两种心理角色:一种是乞丐心理,一种是使者心理。

拥有乞丐心理的销售顾问认为销售是乞求,请别人、求别人帮自己办成某件事情。也就是说,销售产品是请求客户购买自己的产品,如果客户购买的话,就是帮了自己的忙。这些销售顾问非常害怕购买者有丝毫的反对意见或看法,一旦听到反对意见,他们就禁不住认为交易将失败。

当今比较流行的销售顾问心理是使者心理。在这种心理的支配下,销售顾问并不是请求客户购买产品,而是向客户介绍或推荐一种对他有用(有利)的产品。销售经理告诉江小白:“你向你的目标客户靠近,是他的福气,因为你将给他带来一些意外的惊喜,你将给他带来便利或机会。你手中掌握着公司的产品,对客户而言,每一个都是一个获利的机会。你是光明的使者,你给消费者带来生活上的便利!”

处于不同心理模式下的销售顾问的精神状态是不一样的,展现在客户面前的气质、

自信也不一样,销售的成绩自然也不一样。

销售产品先销售自己。在使者心理模式下,销售顾问更容易将自己“销售”出去,正因为公司的产品对客户有用,销售顾问才不辞辛苦地向客户介绍、推荐。销售就是诚恳地为用户(客户)服务,是一种奉献,是一种乐趣。

(2)销售是一门综合性学科

销售是一门综合性很强的学科,包含市场营销学、消费心理学、组织行为学。市场营销就是商品或服务从生产者手中移交到消费者手中的一种过程,是企业或其他组织以满足消费者需要为中心进行的一系列活动。消费心理学研究的是消费者在消费活动中的心理现象和行为规律。组织行为学是研究组织中人的心理和行为及其客观规律,提高管理人员预测、引导和控制人的行为的能力,以实现组织既定目标的科学。所以作为一名销售顾问,建议这几方面的知识都应该涉猎一下。

2. 树立正确的客户观

客户是什么?

误区一:把客户当对手,“今天搞定几个客户”。

误区二:把客户当猎物,“上钩了没有啊”。

误区三:把客户当上帝,“客户是衣食父母”。

正确的客户观:客户是朋友,是熟人,是我们服务的对象,是事业上双赢的伙伴;应关注客户的利益,真心帮助客户,让客户成功,让客户快乐。

3. 销售顾问的十大必备心态

态度决定一切。态度是一个人对事物的一种驱动力,不同的态度将产生不同的驱动作用。

好的态度产生好的驱动力,更可能得到好的结果,而不好的态度也会产生不好的驱动力,注定会得到不好的结果。

【案例】

有位秀才第三次进京赶考,住在一个经常住的店里。考试前两天他做了两个梦:第一个梦是梦到自己在墙上种白菜,第二个梦是下雨天,他戴了斗笠还打伞。这两个梦似乎有些深意,秀才第二天就赶紧去找算命的解梦。算命的一听,连拍大腿说:“你还是回家吧。你想想,高墙上种菜不是白费劲吗?戴斗笠打雨伞不是多此一举吗?”秀才一听,心灰意冷,回店收拾包袱准备回家。店老板非常奇怪,问:“不是明天才考试吗,今天你怎么就回乡了?”秀才如此这般说了一番,店老板乐了:“哟,我也会解梦的。我倒觉得,你这次一定要留下来。你想想,墙上种菜不是高种(中)吗?戴斗笠打伞不是说明你这次有备无患吗?”秀才一听,觉得更有道理,于是精神振奋地参加考试,中了个探花。

(1)积极的心态

事物永远是正反两面同存,心态积极的人看到的永远是事物好的一面,而心态消极的人只看到不好的一面。积极的心态能把坏的事情变好,消极的心态能把好的事情变坏。积极的心态,是走向成功、实现自己人生目标的灵丹妙药。

积极的人像太阳,走到哪里哪里亮;消极的人像月亮,初一十五不一样。当某种阴暗





的现象、某种困难出现在你面前时,如果你去关注这种阴暗、这种困难,那你就会因此而消沉;但如果你更加关注这种阴暗的改变、这种困难的排除,你会感觉到自己的心中充满阳光,充满力量。同时,积极的心态不但使自己充满奋斗的力量,也会给身边的人带来阳光。

很多销售顾问害怕被客户拒绝,客户的拒绝是什么?如果客户拒绝10次,成交1次,1次成交10000元,那每次拒绝=1000元。心态积极的人从积极的角度来思考问题,不断地给自己正能量:客户的拒绝是自我财富的积累,客户每一次拒绝都是我迈向成功的阶梯。

(2) 主动的心态

主动是什么?主动就是“没有人告诉你而你正做着恰当的事情”。在竞争异常激烈的时代,被动就会挨打,主动就可以占据优势地位。我们的事业、我们的人生不是上天安排的,是我们主动去争取的。在企业里,有很多的事情也许没有人安排你去做,如果你主动行动起来,就不但锻炼了自己,同时也为自己争取相应的职位积蓄了力量;如果什么事情都需要别人来告诉你,你就已经落后了。

主动是为了给自己增加机会,增加锻炼自己的机会,增加实现自己价值的机会。社会、企业只能给你提供道具,而舞台需要自己搭建,演出需要自己排练,能演出怎样精彩的节目,有什么样的收视率,决定权在你自己。

(3) 空杯的心态

金无足赤,人无完人。任何人都有自己的缺陷,或相对较弱的地方。也许你在某个行业已经具备了丰富的技能,但是对于新的企业,对于新的经销商,对于新的客户,你仍然只是普通的一员,没有任何特别之处。你需要用空杯的心态重新去展现自己的智慧,去吸收别人的正确的、优秀的东西。企业有相对成型的文化,有自己的发展思路,有自身的管理方法,只要是正确的、合理的,我们就应该去领悟,去感受。把自己融入企业之中,融入团队之中,否则,你永远是企业发展的局外人。

(4) 双赢的心态

亏本的买卖没人做,这是商业规则。你应该怀着双赢的心态去处理你与企业之间的、企业和消费者之间的关系,不能为了自身的利益去损坏企业的利益。没有大家哪有小家?企业首先是一个利润中心,企业若没有了利益,你也肯定没有利益。同样,消费者满足于自己的需求,而企业致力于实现自己的产品价值,这同样是一个双赢,任何一方的利益受损都会影响对方。

(5) 包容的心态

作为一名销售顾问,你会接触到各种各样的经销商,也会接触到各种各样的消费者。这个经销商有这样的爱好,那个消费者有那样的需求。我们是客户提供服务的、满足客户需求的,这就要求我们学会包容,包容他人的不同喜好,包容别人的挑剔。你的同事也许与你也有不同的喜好,有不同的做事风格,你也应该去包容。水至清则无鱼,海纳百川有容乃大。我们需要培养同理心,需要去接纳差异,包容差异。

(6) 自信的心态

自信是一切行动的原动力,没有自信就没有行动。我们要对自己服务的企业充满自信,对我们的产品充满自信,对自己的能力充满自信,对同事充满自信,对未来充满自信。很多销售顾问自己都不相信自己的产品,又怎样说服别人相信自己的产品呢?很多销售

顾问不相信自己的能力,不相信自己的产品,所以在客户的门外犹豫了很久都不敢敲开对方的门。如果你充满自信,你就会充满干劲,你就会有信心将工作完成得很好。

(7)行动的心态

行动是最有说服力的。千百句雄辩胜不过一个真实的行动。我们需要用行动去证明自己的存在,证明自己的价值;我们需要用行动真正地关怀我们的客户;我们需要用行动去完成我们的目标。如果一切计划、一切目标、一切愿景都只是停留在纸上,不去付诸行动,那计划就得不到执行,目标就不能实现,愿景就是肥皂泡。

【课外链接】

明日歌

(明)钱福

明日复明日,明日何其多。我生待明日,万事成蹉跎。
世人苦被明日累,春去秋来老将至。朝看水东流,暮看日西坠。
百年明日能几何?请君听我明日歌。
明日复明日,明日何其多!日日待明日,万事成蹉跎。
世人皆被明日累,明日无穷老将至。晨昏滚滚水东流,今古悠悠日西坠。
百年明日能几何?请君听我明日歌。

(8)给予的心态

要索取,首先学会给予。没有给予,你就索取不到任何东西。我们要学会给予我们的同事关怀,给予经销商高品质的服务,给予消费者满足其需求的产品和服务。

(9)学习的心态

干到老,学到老。谁不去学习,谁就不能提高,谁就不会去创新,谁的武器就会落后。同事是老师,上级是老师,客户是老师,竞争对手是老师。学习不但是一种心态,更应该是我们的一种生活方式。21世纪,谁会学习,谁就会成功。

(10)老板的心态

要像老板一样思考,像老板一样行动。你具备了老板的心态,就会去考虑企业的成长,考虑企业的费用,你会感觉到企业的事情就是自己的事情。你知道什么是自己应该去做的,什么是自己不应该做的。反之,你就会得过且过,不负责任,认为自己永远是打工者,企业的命运与自己无关。

有什么样的心态,就过着什么样的生活。唯有心态问题解决了,你才会感觉到自己的存在;唯有心态问题解决了,你才会感觉到生活与工作的快乐;唯有心态问题解决了,你才会感觉到自己所做的一切都是理所当然。

【任务小结】

本任务介绍了汽车销售顾问应具备的知识结构、职业道德、职业能力及心态等问题,可依据以下口诀进行记忆。

汽车销售涉面宽,产品客户都要懂。
爱岗敬业守道德,形象良好又专业。
全面服务会沟通,正确识岗心态好。





【任务实施】

【任务工单】★☆成为一名杰出的销售顾问☆☆

工作任务	成为一名杰出的销售顾问	实操成绩	
任务地点		任务日期	
组号		小组组长	
班级		小组成员	
任务描述	把产品的质量做到极致,市场就会青睐你;把服务做到极致,客户就会记住你;把品牌做到极致,世界就会属于你。努力是将工作做完,用心是将工作做好。初入职场,我立志要在自己的岗位上发光发热,努力成为一名杰出的销售顾问。 杰出的销售顾问应具备的职业素养有哪些呢?		
任务实施	任务	成为一名杰出的销售顾问	
	以小组为单位,梳理汽车销售顾问职业素养的相关信息,制作一份“如何成为一名杰出的汽车销售顾问”的 PPT,包括以下内容和要求: 1. 销售顾问应具备的职业素养有哪些。 2. 经过自我审视,对照销售顾问职业素养要求给自己制订规划。 3. 要求课件制作精美。		

说明:本表由小组长带领成员共同完成,一组一份。

【学习评价——小组评价】

小组学习评价表

	优点	不足	自评成绩
小组自评 (100 分)			
小组互评 (100 分)	组别	优点与不足	互评成绩
	1 组		
	2 组		
	3 组		
	4 组		
教师评价 (100 分)	优点	不足	教师评分成绩
总评成绩 (100 分)	计算公式		总成绩
	总评成绩 = 小组自评成绩 × 30% + 小组互评成绩 × 30% + 教师评价成绩 × 40%		
反思与 改善			

说明:本表由小组长完成,一组一份。





【学习评价——个人评价】

个人学习评价表

我学会了	
我做到了	
我有待提升的地方	
自我学习评价	○优 □良 △及格 ▽不及格
反思与改善	
教师评语及建议	

说明：本表由学生个人完成，一人一份。

【评分标准】

“成为一名杰出的销售顾问”评分细则

	项目	满分	得分
1	能进行 5S 管理(整理、整顿、清理、清洁、素养)	5	
2	着装整洁,仪表端庄,表情和蔼可亲,眼神自然真诚,手势规范,姿态正确、自然大方,声音清晰标准,语音语速适中,语言流畅	5	
3	汽车销售顾问应具备的知识结构描述全面、准确	10	
4	汽车销售顾问应遵循的职业道德描述全面、准确	15	
5	汽车销售顾问应具备的职业素养描述全面、准确	10	
6	汽车销售顾问应具备的职业能力描述全面、准确	10	
7	汽车销售顾问应具备的积极心态描述全面	15	
8	自我审视,制订个人规划,合理可执行	15	
9	课件制作精美	5	
10	突发事件处理能力	5	
11	小组成员分工合理,职责明确	5	

【巩固提升】

1. 汽车销售顾问应具备哪些方面的知识?
2. 简述汽车销售顾问应遵守的职业道德。
3. 简述汽车销售顾问应具备的职业能力。
4. 与本岗位成绩优秀的学长取得联系,进行沟通交流,学习优秀、杰出的销售顾问的成功之道。

