

<<7天学会汽车销售>>

图书基本信息

书名：<<7天学会汽车销售>>

13位ISBN编号：9787111254089

10位ISBN编号：7111254082

出版时间：2009-1

出版时间：机械工业

作者：郭兴旺

页数：160

字数：208000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<7天学会汽车销售>>

前言

敢为天下先 我第一次近距离与这本书的作者接触是在2008年4月22日。这一天，2008北京国际汽车高峰论坛在长富宫大酒店隆重举行。当天下午，在我主持论坛的间歇，一位高高大大、满面风尘、身背行囊的小伙子毫不客气地挡在了我的面前。

一番简短的交流后，我大概知道了这个“楞头青”的来历。郭兴旺，30岁，洛阳人，河南某汽车销售公司市场部经理。此次来北京，一是参加第10届北京国际汽车展览会，二是想请我为他的处女作——《7天学会汽车销售》作序。

客观地讲，进入汽车行业几十年，出书立说的人，我是遇到了许多，然而，能够像兴旺先生这样从基层销售顾问做起再到由机械工业出版社出版专著委实只有他一人。

那么，他凭借什么就能写出一本《7天学会汽车销售》呢？

此时此刻，我不由联想到奇瑞汽车的尹同耀以及绰号——“汽车疯子”的吉利控股集团李书福。

尹同耀从一汽大众来到安徽芜湖时，原来的老领导都认为他“疯”了。

李书福从冰箱转移到汽车时，亲戚们也认为他“疯”了。

跨国汽车公司进入中国时，国内汽车市场还没有放开，因此，他们的市场发展战略一般是“中端切入、低端扩张”。

因为低端市场利润较“低”，跨国汽车公司在低端市场的竞争能力是一块“短板”。

因此，奇瑞和吉利都选择了从低端突破。

奇瑞的第一个车型是风云，这款模仿捷达的轿车，只以8.8万元的价格进行销售，相当于捷达价格的三分之二。

尹同耀对捷达非常熟悉，因为他原来就是生产捷达的。

吉利的第一个车型是豪情，这款前脸模仿奔驰的轿车，让很多收入不高的普通中国老百姓能够享受到汽车带来的便捷。

短短几年中，奇瑞和吉利通过最初的“反向工程”和随后的“正向工程”开发出了拥有自主知识产权的奇瑞A1、吉利金刚，中国乘用车销量前十名的榜单上首度出现了非合资公司的名字。

外国专家曾作出预言：中国要研发自主品牌汽车必须具备年产200万辆整车的生产能力、10亿美元的流动资金、10亿美元的研发经费、8000~10000人的研发队伍以及30~40个汽车实验室等条件。

是什么筑建起中国自主品牌汽车，又是什么打破了外国专家的预百？

尹同耀和李书福，两个人在没有一个条件完全具备的环境下，仍然走出了一条具有中国特色的自主品牌发展道路。

原因是什么？

是得到了国家的特别关照？

是有着得天独厚的地理优势？

还是具有良好的技术和优秀的人才？

都不是！

答案很简单，那就是他们每个人的身上都散发着一股“敢为天下先”的勇气和胆略。

“敢为天下先”，说明白点就是：创新。

按照目前最时髦的名词就是：脱离红海。

再创蓝海。

郭兴旺先生作为从2004年进入汽车行业的“新人”，通过对汽车销售顾问这一职业的亲身体会，自动自发，敢为天下先，敢于创新，敢于千里迢迢每年自费到北京、上海参观车展，敢于总结、归纳自己在汽车行业的经验并结集出版，敢于将汽车销售顾问应掌握的知识、技能进行全面、系统的介绍，敢于用“对话+图表”这一通俗易懂的形式将枯燥的汽车知识介绍给广大读者，敢于将汽车理论与现实车市信息相结合，敢于为特约汽车销售服务商提供销售、客户关系、售后维修等智力支持……这对于中国汽车生产企业、销售服务商以及从业人员的成长都具有现实和长远的借鉴意义。

<<7天学会汽车销售>>

兴旺先生此书的出版，真实体现了“立壮志，强信心，善方法，吃大苦，创伟业”的人生追求；真实体现了“壮志为动力，信心为保证。

方法为基础，吃苦为桥梁，伟业为结果”的成功秘诀。

希望兴旺先生戒骄戒躁，继续努力，争取更大的成就！

向一切奋勇拼搏，敢为天下先，为中华民族的科技腾飞、经济发展、社会进步、繁荣富强而作出不懈努力的人士致敬！

<<7天学会汽车销售>>

内容概要

《7天学会汽车销售》用7个章节，将汽车销售涉及到的极具行业代表性的、汽车销售顾问每天都会遇到并且需要耐心给予客户解答的知识、技能以由浅入深、循序渐进的方式，逐一进行归纳和讲解。读者用7天学完后，将对汽车文化、汽车构造、汽车保险、汽车装饰、汽车宏观政策、汽车销售技巧以及汽车未来发展趋势有一个全面、深入的了解。

该书的创新意义在于：第一次将汽车销售顾问应掌握的知识、技能进行全面、系统的介绍；第一次用“对话+图表”这一通俗易懂的形式将枯燥的汽车知识介绍给广大读者；第一次将汽车理论与现实车市信息相结合，从而体现了理论性与实践性的完美结合。

本书可作为汽车生产企业和销售服务商（4S店）新人职员工的培训教材，也可作为大中专院校汽车类专业的辅导教材，对广大车迷朋友以及相关行业，如汽车广告、汽车咨询等从业人员了解汽车也有一定的借鉴作用。

<<7天学会汽车销售>>

作者简介

郭兴旺，笔名郭嘉华。中国汽车工程学会会员、河南财经学院MBA经理人沙龙创始人，中原客户关系管理论坛创始人，《长久集团报》优秀特约记者、《东方今报》东方车城特约通讯员、《嘉力汽车报》总编。

郭兴旺先生从基层销售顾问做起，在奇瑞汽车、上海华普、北京现代、华晨中华、

<<7天学会汽车销售>>

书籍目录

序一 敢为天下先 序二 学海无涯 序三 汽车销售人员的福音 序四 永远的坐票 自序 读书改变命运 学习成就未来 专家书评 第一天 汽车文化 用历史的眼光观察汽车一百多年来的发展,我们由此得出一个结论:世界上唯一不变的就是变化。

第一节 汽车4S店与销售顾问 第二节 汽车的历史 第三节 汽车博览会 第四节 F1与WRC 第二天 汽车构造 “不积小流,无以成江海;不积跬步,无以至千里”、“合抱之木,生于毫末;九层之台,积于垒土”。

学好汽车构造将为汽车销售顾问今后的可持续发展提供强有力的支撑。

第一节 车辆简介 第二节 发动机 第三节 底盘 第四节 车身 第三天 车检常识与新型电子技术装置 现代化的汽车已经不单纯是一部机械产品,而是由数台电脑控制的高科技产物。

第一节 车检 第二节 ABS防抱死制动系统 第三节 EBD电子制动力分配系统 第四节 TCS牵引力控制系统 第五节 ESP电子稳定程序 第四天 汽车保险 是否能够帮助客户应保尽保、快速帮助客户获得赔偿从而降低损失、增加4S店销售利润将是一名汽车销售顾问应具备的能力。

第一节 汽车保险种类 第二节 保险注意事项 第三节 索赔 第四节 4S店投保优势 第五天 汽车装饰 因为绝大多数出厂汽车普遍没有加装像太阳膜、地板革等物品,所以,4S店一个创造利润的途径就是汽车装饰。

第一节 太阳膜 第二节 倒车雷达 第三节 汽车清洁 第六天 解读汽车法规 销售顾问如果只知道卖车即低头拉车而不关注国家出台的各项政策法规即抬头看路,那么客观地来讲,他并不是一名合格的销售顾问。

第一节 汽车品牌销售管理实施办法 第二节 解读汽车产业发展政策 第七天 汽车销售技巧 在4S店客户交易成本水涨船高的今天,一名合格的汽车销售顾问除了学习汽车基础、保险、装饰等知识外,掌握临门一脚的销售技巧至关重要。

第一节 汽车销售礼仪 第二节 汽车销售流程 第三节 六方位绕车介绍 第四节 汽车分期付款 第五节 汽车销售技巧附录 附录A 汽车品牌销售管理实施办法 附录B 汽车产业发展政策 附录C 中国汽车资本布局图 附录D 跨国主要汽车制造企业品牌及资本关系图 后记 参考文献

<<7天学会汽车销售>>

章节摘录

第一天 汽车文化 旺旺博士（以下简称旺旺）：1994～2008年的十多年间，中国汽车产量从135万辆跃升到888万辆，汽车保有量从940万辆跃升到6122万辆，成为世界第一大汽车潜在市场、第二大汽车消费国、第三大汽车生产国。

同时，消费者也正从过去的感性消费上升到更趋务实的理性消费，从冲动盲目到货比三家。

因此，从今天开始，我将用七天时间介绍汽车销售顾问应掌握的基本知识，希望你能够认真学习、勤于思考，从而尽快成为一名合格的汽车销售顾问。

乐乐：谢谢您，请开始吧！

今日导读： ?汽车4S店 ?汽车销售顾问的知识构成 ?汽车的诞生 ?世界五大车展
?北京车展和上海车展 ?F1与wRC 第一节。

汽车4s店与销售顾问 乐乐：旺旺博士，听说汽车4S店建店成本少则五六百万，多则一两千万，那什么是4S店呢？ 旺旺：4S店就是集销售（Sale）、售后（Service）、配件供应（Spare parts）、信息反馈（Survey）为一体的汽车销售服务商。

中国第一家标准汽车4s店是由广州本田于1999年3月26日建立的。

乐乐：那销售顾问就是在4S店工作的业务员吧？

旺旺：准确地讲。

销售顾问并不等同于业务员。

因为在目前汽车种类繁多、技术日新月异、相关手续复杂的消费环境下，给予潜在客户客观、公正、合理的购买建议并不是普通业务员能够承担的。

相反，销售顾问需要凭借自身对汽车以及汽车市场的了解给予进店客户周到、细致、客观、公正、合理的意见，即顾问式服务，从而赢得客户的信任达成交易。

<<7天学会汽车销售>>

编辑推荐

七个章节，一星期学完，下星期就能用。

该书的创新意义：第一次将汽车销售顾问应掌握的知识、技能进行全面、系统的介绍。

第一次用“对话+图表”这一通俗易懂的形式将枯燥的汽车知识介绍给广大读者。

第一次将汽车理论与现实车市信息相结合，从而体现了理论性与实践性的完美结合。

<<7天学会汽车销售>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>