

<<汽车4S店销售顾问培训手册>>

图书基本信息

书名：<<汽车4S店销售顾问培训手册>>

13位ISBN编号：9787122164919

10位ISBN编号：7122164918

出版时间：2013-4

出版时间：化学工业出版社

作者：刘军 编

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>

<<汽车4S店销售顾问培训手册>>

内容概要

《汽车4S店销售顾问培训手册》内容简介：作为汽车销售顾问，不仅需要汽车方面的专业知识，还需要较高的综合素质。

汽车销售的流程、方法、技巧等与传统销售方法存在本质上的差异，没有经过专业的训练，是不会成功的。

因此，《汽车4S店销售顾问培训手册》从汽车销售顾问基础知识、汽车销售顾问基本礼仪、展厅汽车销售标准流程、汽车销售实战情景话术四个角度对汽车销售进行了全面系统的介绍。

《汽车4S店销售顾问培训手册》可作为汽车4S店销售顾问的参考用书，也可作为汽车职业培训院校、培训机构和企业内训的职业教材。

<<汽车4S店销售顾问培训手册>>

书籍目录

专题一 汽车销售顾问基础知识 第一节 汽车专业知识 一、汽车分类 二、17位车辆识别代码(VIN规则) 三、发动机基本构造及工作原理 四、底盘基本构造及工作原理 五、汽车重量参数 六、汽车尺寸参数 七、汽车性能参数 八、汽车常用术语 九、汽车新术语 第二节 合同法规知识 一、合同文本格式拟订 二、合同的领用管理 三、合同的填写签订 四、合同条款内容规定 五、合同的变更、解除 六、客户名称变更的规定 第三节 消费信贷知识 一、信贷的含义与特征 二、消费信贷的含义与特征 三、消费信贷的种类 四、汽车消费信贷种类 五、我国汽车消费信贷的贷款类型 六、汽车消费信贷贷款的还款方式 第四节 车辆保险知识 一、车险构成 二、险种种类 三、保险金额限额和赔偿限额 专题二 汽车销售顾问基本礼仪 第一节 销售顾问个人礼仪 一、着装礼仪 二、坐姿礼仪 三、站姿礼仪 四、行姿礼仪 五、蹲姿礼仪 六、微笑礼仪 第二节 销售顾问工作礼仪 一、握手礼仪 二、电话礼仪 三、名片礼仪 四、引导客户礼仪 五、交谈礼仪 六、递送饮料或茶点礼仪 七、资料递送礼仪 八、送别客户礼仪 九、车辆乘坐礼仪 专题三 展厅汽车销售标准流程 第一节 售前准备 一、知识素养准备 二、仪容仪表准备 三、销售工具准备 第二节 集客活动 一、了解漏斗原理 二、潜在客户开发与意向促进 三、潜在客户开发步骤 第三节 客户接待 一、客户看车时应对要点 二、客户心理分析 三、展厅客户接待 四、客户电话接待 第四节 需求分析 一、需求分析的含义 二、需求分析流程的解析 三、学会提问 四、学会倾听 五、需求分析操作技巧 六、不同类型客户分析应对 第五节 车辆介绍 一、做好准备工作 二、六方位绕车介绍 三、FAB介绍法(特征利益法) 第六节 试乘试驾 一、试乘试驾概述 二、试乘试驾准备事项 三、店面试乘试驾 第七节 议价成交 一、客户异议类型 二、异议产生原因 三、处理客户异议准备 四、对待客户异议的态度 五、处理客户异议的原则 六、客户异议处理步骤 七、价格协商的操作技巧 八、成交促成方法 九、签订合同 第八节 新车交车 一、交车前 二、交车中 三、交车后 第九节 跟踪回访 一、销售顾问跟踪回访 二、客户关系部跟踪回访 专题四 汽车销售实战情景话术 第一节 诱导话术(情景再现) 获得潜在客户资料(情景再现) 巧妙应对客户的拒绝(情景再现) 当客户要求介绍产品时(情景再现) 当客户要求提供产品样本与资料时 第二节 展厅接待话术(情景再现) 新客户接待(情景再现) 老客户接待(情景再现) 销售正题导入(情景再现) 客户的购车背景(情景再现) 客户需要解决的问题(情景再现) 客户解决问题的欲望 第三节 产品展示话术(情景再现) 产品展示前(情景再现) 产品展示(情景再现) 六方位绕车介绍(情景再现) 激发客户的占有欲望 第四节 试乘试驾话术(情景再现) 试乘(情景再现) 试启动(情景再现) 试起步(情景再现) 试隔音(情景再现) 试提速(情景再现) 试刹车(情景再现) 试转弯(情景再现) 试悬挂(情景再现) 试顿挫感(情景再现) 试驾过程 第五节 客户异议话术(情景再现) 价格异议(情景再现) 异议避免(情景再现) 有效消除异议 第六节 成交话术(情景再现) 成交控制(情景再现) 要求客户成交(情景再现) 客户满意而归 第七节 交车话术(情景再现) 热情交车(情景再现) 清晰服务事项与流程 第八节 跟踪服务话术(情景再现) 服务事项提醒(情景再现) 征询客户意见(情景再现) 持续开发客户需求 第九节 投诉处理话术(情景再现) 缓和客户态度(情景再现) 找出问题根源(情景再现) 提出解决方案(情景再现) 从客户投诉到客户忠诚 第十节 二手车置换(情景再现) 应对客户咨询(情景再现) 结合置换应对展厅接待(情景再现) 为客户介绍置换业务 附录 销售顾问日常工作使用工具 工具01:销售顾问日报表 工具02:来店邀请函 工具03:有望客户等级推进表 工具04:试驾预约记录表 工具05:试驾登记表 工具06:客户现场满意度调查表 工具07:来店(电)客户登记表 工具08:客户信息记录卡 工具09:客户信息(从交车至跟踪的记录) 工具10:客户洽谈卡 工具11:试驾协议书 工具12:试乘车辆检核表 工具13:报价单 工具14:购车协议书 工具15:售前检查证明(PDI) 工具16:车辆结算清单 工具17:交车确认表 工具18:销售顾问工作计划与分析表(月度) 工具19:销售漏斗管理表 工具20:营销活动月报表 工具21:客户流量时间段统计分析表 工具22:客户信息来源数据分析表 工具23:意向车型比例分析表 参考文献

章节摘录

版权页：插图：（1）在客户进展厅之前，都有一种期望，即花最少的钱买最好的产品，这是司空见惯的。

（2）客户担心其要求和想法不能得到满足，这也很正常。

比如，客户要求现货交易，而有的时候店里没有现货，客户不得不等两天，有时客户需要的颜色也没有，要等两天；客户有时还会要求价格再降低一些，有的时候也不能够得到满足。

（二）客户的自我保护意识 客户担心价格不能降到其所希望的幅度，更担心受到欺骗，甚至认为按照设定的价格买了车以后，是不是被“宰”了。

总之他越想越害怕，在这种情况下客户就有一种自然的自我保护意识。

客户的自我保护意识主要表现在两个方面。

（1）如有的客户进展厅看车的时候，看见销售顾问走过来，就赶紧掉头走人，这就是一种很自然的自我保护意识。

（2）当销售顾问向客户要联系方式的时候，回答往往是：“我就住在附近，我会主动联系销售顾问，有销售顾问的名片就可以了”之类的。

客户之所以这么说，一是因为客户不信任销售顾问；二是因为客户有自我保护意识，他不想让销售顾问不停地给他打电话，骚扰他。

（三）客户对销售顾问没有好感 虽然客户与销售顾问谈了，但是他对销售顾问没有产生多少好感。在某些汽车销售展厅会有这样的工作安排，就是男客户进来以后，销售经理会安排女销售顾问上去接待，其目的就是想最短的时间里让客户对销售顾问产生好感，尽快促成交易。

（四）客户害怕进入实质 客户害怕进入实质，特别是在付款的时候。

当事情都谈得差不多了，该付定金、签合同，客户还是会犹豫，他总是在想：“我还有什么地方没有弄清楚？

我还有什么问题没有得到解决？

销售顾问提供的价格到底是不是最低价等”。

所以当销售顾问让客户付款的时候，绝大多数客户还会产生犹豫。

二、展厅客户接待 汽车销售顾问对于来店的客户，要主动热情地上前迎接。

客户到展厅主要是为了了解信息或者进一步了解有关产品或购车相关信息。

展厅客户接待流程如图3—8所示。

（一）客户进入展厅（1）30秒内察觉到客户的到来，并在几秒内大脑就要加工处理客户的信号，依据其衣着、姿态、面部表情、眼神等，评估出客户的态度、购买倾向等，注意不要以貌取人。

（2）目光相遇时，点头示意，如客户点头回应，应即刻上前接待，如果客户视而不见，且直奔展车专注看车，可给客户1~2分钟的自由看车时间。

（3）面带微笑，目光柔和和注视对方，以愉快的声调致欢迎词“欢迎光临，我是销售顾问×××，请问有什么可以帮助的吗？

”

<<汽车4S店销售顾问培训手册>>

编辑推荐

《汽车4S店销售顾问培训手册》可作为汽车4S店销售顾问的参考用书，也可作为汽车职业培训院校、培训机构和企业内训的职业教材。

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>