

免费提供

★★★ 精品教学资料包

服务热线: 400-615-1233  
www.huatengzy.com

### 中等职业教育新能源汽车技术系列教材

书 名	主 编
汽车电路识图	葛昱麟
电动汽车充电桩安装与维护	胡克晓
新能源汽车充电系统检修	赵玉田 王江兰 胡克晓
新能源汽车电气系统检修	房宏威 胡克晓 祝政杰
新能源汽车整车控制技术	贺天柱 马占立 吴 喆
新能源汽车动力电池系统检修	胡克晓
新能源汽车驱动电机系统检修	贾燕红 冯 帆 胡克晓
新能源汽车销售实务	丁仰阳 刘云霞



ISBN 978-7-5612-9247-1



9 787561 292471 >

定价: 29.90元



中等职业教育新能源汽车技术系列教材

# 新能源汽车 销售实务

主编 丁仰阳 刘云霞

新能源汽车销售实务

主编 丁仰阳 刘云霞

西北工业大学出版社



西北工业大学出版社

中等职业教育新能源汽车技术系列教材

# 新能源汽车 销售实务

主 编 丁仰阳 刘云霞

副主编 胡叶敏 裴佳兴 牛云光



西北工业大学出版社

西 安

**【内容简介】** 本书参照有关国家职业技能标准和行业职业技能鉴定规范,并结合中等职业教育教学实际编写而成。本书主要内容有新能源汽车销售组织架构设置及岗位职责、展厅布置、仪容仪表、展厅接待、售前准备、客户管理、图文宣传制作、客户需求分析、销售策略、产品介绍、试乘试驾、报价成交和新车交付等。

本书既可作为中等职业教育新能源汽车相关专业的教材,也可作为新能源汽车营销人员的参考书。

## 图书在版编目(CIP)数据

新能源汽车销售实务 / 丁仰阳, 刘云霞主编. — 西安: 西北工业大学出版社, 2024. 3

ISBN 978 - 7 - 5612 - 9247 - 1

I. ①新… II. ①丁… ②刘… III. ①新能源 - 汽车 - 销售 - 中等专业学校 - 教材 IV. ①F766

中国国家版本馆 CIP 数据核字(2024)第 061940 号

XINNENGYUAN QICHE XIAOSHOU SHIWU

新能源汽车销售实务

丁仰阳 刘云霞 主编

责任编辑: 隋秀娟

装帧设计: 黄燕美

责任校对: 万灵芝

出版发行: 西北工业大学出版社

通信地址: 西安市友谊西路 127 号

邮编: 710072

电 话: (029)88491757, 88493844

网 址: www.nwpup.com

印 刷 者: 大厂回族自治县聚鑫印刷有限责任公司

开 本: 787 mm×1 092 mm

1/16

印 张: 9

字 数: 157 千字

版 次: 2024 年 3 月第 1 版

2024 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5612 - 9247 - 1

定 价: 29.90 元

如有印装问题请与出版社联系调换



“新能源汽车销售实务”是中等职业学校汽车服务与营销、新能源汽车运用与维修、汽车运用与维修等专业的一体化课程，是一门面向社会的实用性很强的技能训练课程。通过本课程的学习，学生能了解新能源汽车销售组织架构设置及岗位职责、展厅布置、仪容仪表、展厅接待、售前准备、客户管理、图文宣传制作、客户需求分析、销售策略、产品介绍、试乘试驾、报价成交和新车交付等相关的基础知识，以及相应的实践技巧。

本书贯彻了“以技能训练为主线，以相关知识为支撑”的思路，较好地处理了理论教学和技能训练的关系，切实落实了“实用、够用”的指导思想，紧密联系了生产实际和相关工种的国家职业技能标准，体现了科学性、实用性和先进性。

本书具有以下特点。

(1)编写模式新颖，教材体系体现中等职业教育特色。贯彻“以服务为宗旨，以就业为导向”的职业教育方针，打破“章、节”编写模式，建立了“以学习情境为引导，以任务为驱动，以行动体系为框架”的教材体系。本书紧紧围绕学生关键能力的培养组织内容，在确保理论知识实用、够用的基础上，融合了新能源汽车线下店实际销售流程等知识，以培养学生相应的工作能力。

(2)在内容的选取上，本书以实际销售流程为原型进行设计，任务围绕学习情境，由易到难，层层分解，帮助学生理解和掌握任务实施过程中的核心知识点，注重“做、学、教”的密切结合和学生在技能训练方面的能力培养。

(3)为便于学生阅读理解和满足其考核需要，本书配以大量图片与表格，充分体现了“加强针对性，注重实用性，拓宽知识面”的原则，针对学生的实际情况，对不同水平的学生要求不同，力求达到因材施教、分层教学的目的。

本书由河北省机电工程技师学院丁仰阳、刘云霞任主编,河北省机电工程技师学院胡叶敏、裴佳兴、牛云光任副主编,河北省机电工程技师学院蔡永新、时燕雄和张家口市职业技术教育中心白欣然参与编写。具体编写分工如下:丁仰阳负责学习情境一、学习情境十的编写,刘云霞负责学习情境二、学习情境三的编写,胡叶敏负责学习情境四、学习情境七的编写,裴佳兴负责学习情境五、学习情境六的编写,牛云光负责学习情境十一、学习情境十二的编写,蔡永新负责学习情境九的编写,时燕雄负责学习情境十三的编写,白欣然负责学习情境八的编写。

限于编者的知识水平和经验,书中难免有不足之处,恳请广大读者提出宝贵意见和建议,以便再版时修订。

编者  
2024年1月

	学习情境一 新能源汽车销售组织架构设置及岗位职责 …	1
	学习情境二 展厅布置 .....	9
	学习情境三 仪容仪表 .....	20
	学习情境四 展厅接待 .....	28
	学习情境五 售前准备 .....	36
	学习情境六 客户管理 .....	47
	学习情境七 图文宣传制作 .....	56
	学习情境八 客户需求分析 .....	70
	学习情境九 销售策略 .....	79
	学习情境十 产品介绍 .....	92

	学习情境十一 试乘试驾 .....	106
	学习情境十二 报价成交 .....	116
	学习情境十三 新车交付 .....	126
	参考文献 .....	138

## 学习情境一

# 新能源汽车销售组织架构设置及岗位职责

### 学习目标

#### 【专业能力】

了解新能源汽车销售组织架构的设置及功能。

了解新能源汽车销售组织架构中各岗位的职责。

#### 【社会能力】

具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力。

具有团队合作精神和协作精神。

具有良好的心理素质和克服困难的能力。

#### 【方法能力】

能够自主学习新知识、新技术,通过各种媒体资源查找所需要的信息。

能够独立制订工作计划并实施。

能够不断积累各种工作经验,从实践中寻找共性。

### 信息资讯

#### 1. 新能源汽车销售组织架构的设置

课堂应深度融合汽车企业,由学生情境模拟新能源汽车销售服务商,分组分工协作。新能源汽车销售组织架构如图 1-1 所示。

新能源汽车销售服务商应根据自身情况,做好组织机构搭建及岗位职责设定,运用组织团队达成企业整体经营目标。





图 1-1 新能源汽车销售组织架构

## 2. 新能源汽车销售组织架构的功能

### 1) 销售功能

负责新车销售、按揭、保险、上牌交车、广告促销、客户满意服务及车辆库存管理等业务。

### 2) 管理功能

负责新能源汽车品牌及公司形象维护,公司内部资源的整合利用及营销目标达成等职能。

### 3) 市场分析功能

负责新能源汽车销售市场信息的收集、整理、分析与反馈,市场营销策划等其他工作。

## 3. 新能源汽车销售组织架构的岗位职责

### 1) 管理岗位

新能源汽车销售组织架构管理岗位职责见表 1-1。

表 1-1 管理岗位职责

岗位类别	岗位	职责
管理岗位	总经理	(1)负责确定 4S 店 <sup>①</sup> 经营宗旨和发展方向; (2)负责决定 4S 店的各项规章制度及人事管理方针; (3)负责确定 4S 店年度经营计划并确保实施; (4)负责 4S 店的日常管理,保持所有部门有序运营; (5)提升客户满意度指数(customer satisfaction index,CSI)和销售满意度指数(sales satisfaction index,SSI)

<sup>①</sup>4S 店全称为汽车销售服务 4S 店,经营范围包括整车销售(sale)、零配件(sparepart)、售后服务(service)、信息反馈(survey)。



续表

岗位类别	岗位	职责
管理岗位	销售经理	(1)负责协助总经理管理专营店销售业务； (2)负责分解年度销量目标及销售额目标； (3)负责落实厂家和本店年度销售目标及 SSI 目标； (4)负责按标准建立销售组织,配合人员招聘及培训管理,制订绩效考核管理办法及执行措施； (5)负责专营店 SSI 管理； (6)负责展厅及接待管理等
	渠道经理	(1)负责所有二级网点的销售管理体系的建立； (2)负责二级网点的规划、开发； (3)负责二级网点的督导与管理； (4)负责二级网点的维护与管理
	市场经理	(1)负责根据年度任务,管理集客工作的进度达成； (2)负责与新能源公司互动工作,执行新能源公司的市场活动； (3)负责策划组织市场活动并执行； (4)负责地方媒体关系维护； (5)负责广告宣传费用结算等
	财务经理	(1)主持 4S 店日常财务、会计及税务管理工作,管理监督基础财务的工作质量,维系好与银行及税务机关的关系； (2)组织 4S 店编制预算,参与制订经营计划； (3)严格遵守 4S 店财务管理制度并监督执行； (4)确保资金有效管理,加速资金周转,提高资金使用效果,规避资金和债务风险； (5)对报送会计报表的准确性、及时性负责,按要求编写财务分析,定期向集团财务部负责人汇报财务状况； (6)定期清理往来账户,及时催收和清偿款项,做好账务核对工作； (7)组织财务、业务人员与财务相关的业务培训
	大客户经理	(1)负责巩固、维护大客户关系,建立良好的大客户网络,宣传新能源汽车品牌企业形象及产品； (2)完成全年大客户销售目标,定期完成大客户返款,保证专营店及时收取回款,指导大客户专员制订销售计划并督促执行； (3)定期研究行业竞争对手及合作伙伴的大客户政策,制订专营店大客户销售政策,定期制作大客户销售报告； (4)负责新能源汽车品牌进入政府采购目录并积极参与政府招标



## 2) 业务岗位

新能源汽车销售组织架构业务岗位职责见表 1-2。

表 1-2 业务岗位职责

岗位类别	岗位	职责
业务岗位	信息员	(1)及时传递新能源公司相关信息,确保领导快速决策、执行; (2)定时统计新能源公司关于销售方面的数据资料; (3)负责内部文件资料的管理工作; (4)负责公司内部工作的上传下达
	销售顾问	(1)按照规定执行车辆销售工作; (2)负有招揽、销售与车辆相关商品服务的责任,如保险、按揭、精品、保有客户进厂维修等; (3)日常展厅维护、展车维护工作; (4)按规定注意服装仪容及接待准备,填写“三表一卡”数据; (5)执行日常销售业务工作
	大客户专员	(1)负责按照大客户商务政策及流程,开展大客户业务工作; (2)负责制订每月业务促进计划并组织实施等; (3)负责区域内大客户的关系维护及公关; (4)负责区域内大客户品牌推广及宣传活动的开展; (5)完成大客户信息、竞争对手销售策略的收集、分析工作,为公司调整和制订相应的销售政策提供依据等
	市场专员	(1)规划、组织、实施、协调区域市场策划及广告业务; (2)定期提交市场拓展情况报告和市场分析报告; (3)收集竞品上牌数据,分析总结市场占有率; (4)区域行业政策的收集与分析; (5)展厅来店顾客信息的汇总分析



计划准备

请在表 1-3 中勾选出完成本学习情境所需的物品。

表 1-3 学习情境一计划准备

			
<p><input type="checkbox"/>计算机</p>	<p><input type="checkbox"/>计算器</p>	<p><input type="checkbox"/>销售工具夹</p>	<p><input type="checkbox"/>驾驶证</p>
			
<p><input type="checkbox"/>写字板</p>	<p><input type="checkbox"/>笔</p>	<p><input type="checkbox"/>对讲机</p>	<p><input type="checkbox"/>汽车配置展示架</p>
			
<p><input type="checkbox"/>客户信息卡</p>	<p><input type="checkbox"/>实训整车</p>	<p><input type="checkbox"/>抹布</p>	<p><input type="checkbox"/>销售顾问名片</p>



## 小组演练

教师进行分组,每7名学生分为一组并推选组长;组长按照4S店岗位对小组成员进行角色分配;各小组成员进行情境演练,将演练结果填入表1-4。

表 1-4 学习情境一小组演练表

任 务	组 长	人 员 分 工	任 务 明 细
组织架构设置			

## 任务实施

各组组长根据人员分工,布置工作任务;各小组成员就自身的分工岗位,进行资料收集和岗位分析,做一份10分钟的岗位分析报告。

### 岗位分析报告



## 检查评估

学习情境一评价表见表 1-5。

表 1-5 学习情境一评价表

组 名	姓 名	人 员 分 工	项 目	是否符合要求	评 价
		总经理			
		销售经理			
		渠道经理			
		市场经理			
		财务经理			
		大客户经理			
		总经理			
		销售经理			
		渠道经理			
		市场经理			
		财务经理			
		大客户经理			
		总经理			
		销售经理			
		渠道经理			
		市场经理			
		财务经理			
		大客户经理			
		总经理			
		销售经理			
		渠道经理			
		市场经理			
		财务经理			
		大客户经理			
		总经理			
		销售经理			
		渠道经理			
		市场经理			
		财务经理			
		大客户经理			





## 学习情境二

# 展厅布置

### 学习目标

#### 【专业能力】

能够完成展厅接待前的准备工作。

能够根据展厅布置的注意事项制定展厅布置方案。

能够掌握新能源汽车 4S 店场地布置的方法。

#### 【社会能力】

具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通的能力。

具有团队合作精神和协作精神。

具有良好的心理素质和克服困难的能力。

#### 【方法能力】

能够自主学习新知识、新技术,通过各种媒体资源查找所需要的信息。

能够独立制订工作计划并实施。

能够不断积累各种工作经验,从实践中寻找共性。

### 信息资讯

#### 1. 展厅接待前的准备工作

##### 1) 洽谈区及办公区域

(1) 桌面整理干净,可适当布置装饰品(如鲜花等),保持室内空气清新。

(2) 电脑及时开机,方便随时输入和调出客户信息或档案。

(3) 备齐饮水机、饮品、一次性杯子、烟灰缸(洁净)、雨伞、食品(推荐准备糖



果)等。

(4)备齐名片、公事包、商谈报价单、笔等。

(5)查看并确认当日产品车库存(数量、颜色、型号、优惠幅度及促销活动等)。

(6)浏览当月相关销售计划及分析报表。

## 2)展车

(1)展车清洁工作应落实到每个销售顾问,保证展车随时清洁,车内空气清新(建议展厅在开放时打开前部车窗)。

(2)车门锁必须打开,方便客户随时进入车内观看和操作。

(3)新能源车型要保证电池电量充足。

## 3)晨会(夕会)

由销售经理主持,建议一个月内总经理主持 1~3 次晨会(夕会),见表 2-1。

表 2-1 晨会(夕会)

晨 会	夕 会
(1)确认当天每位销售顾问的工作任务和 目标,检查日工作计划安排情况	(1)销售顾问汇报当日任务完成情况,如 客流量、成交量及疑难问题等
(2)对销售顾问的要求支持解决	
(3)激励销售顾问的士气	(2)共同探讨问题的解决方法
(4)销售顾问根据工作人员自检表进行互检	(3)专项培训
(5)结束后,销售顾问开始准备接待工作	(4)其他销售事务日总结

## 2. 展厅布置的注意事项

(1)确定展厅主题:考虑到新能源汽车环保、节能的特点,展厅主题应突出科技、环保、未来感。

(2)合理规划空间布局:展厅应分区布置,包括产品展示区、客户休息区、洽谈区、体验区等。确保空间利用最大化,同时保证客户体验舒适。

(3)新能源汽车摆放:在产品展示区,应将新能源汽车摆放在焦点位置,便于客户观赏;可以设置透明展示柜或展示台,让客户更清楚地看到新能源汽车结构特点。

(4)使用科技元素:在展厅布置中融入科技元素,如 LED(light emitting diode,发光二极管)大屏、数字投影等,展示新能源汽车的先进技术;同时,设置互

动体验区,让客户亲身体会新能源汽车的智能功能。

(5)营造环保氛围:利用环保材料、绿植等元素,营造出清新、自然的氛围,凸显新能源汽车的环保特点。

(6)注重细节:灯光照明要适宜,营造舒适的光环境,在展厅内设置指示牌、展板等辅助展示工具,帮助客户更好地了解产品信息;同时,提供免费 Wi-Fi (wireless fidelity,无线网络)、饮料等贴心服务,提升客户满意度。

(7)定期更新内容:根据市场需求和品牌发展,定期更新展厅布置内容和展示车辆,保持新鲜感和吸引力。

(8)监控与调整:定期监控展厅的客流量和客户停留时间,分析客户行为和 需求,及时调整展厅布置和营销策略。

(9)与时俱进:关注新能源汽车行业的发展动态,及时将新技术、新车型引入展厅,提高竞争力。

### 3. 展厅布置方案

#### 1) 展厅整体

(1)展厅内、外墙面、玻璃墙等应保持干净整洁,应定期(1次/半年)清洁。

(2)展厅内部相关标识的使用应符合 4S 店有关形象识别 (corporate identity, CI)、视觉识别 (visual identity, VI) 要求。

(3)应按 4S 店要求挂有标准的 4S 店汽车营业时间看牌。

(4)展厅的地面、墙面、展台、灯具、空调器、视听设备等应保持干净整洁,墙面无乱贴的广告海报等。

(5)展厅内应摆设型录架,型录架上整齐放满与展示车辆相对应的各种型录。

(6)展厅内应保持适宜、舒适的温度,依照标准保持在 25℃ 左右。

(7)展厅内的照明要求明亮、令人感觉舒适,依照标准照度在 800 lx 左右。

(8)展厅内需有隐蔽式音响系统,在营业期间播放舒缓、优雅的轻音乐。

(9)展厅内所有布置物应使用 4S 店可提供的标准布置物。

#### 2) 车辆展示区

(1)每辆展车附近的规定位置(展车驾驶位的右前方)应设有一个规格架,规

格架上摆有与该展车一致的规格表。

(2)展车间相对的空间位置和距离、展示面积应适宜。

### 3)顾客休息区

(1)顾客休息区应保持整齐清洁,沙发、茶几等摆放整齐并保持清洁。

(2)顾客休息区桌面上应备有烟灰缸,烟灰缸内若有3个以上(含3个)烟蒂,应立即清理;每次在客人走后立即把用过的烟灰缸清理干净。

(3)顾客休息区应设有杂志架、报纸架,各备有5种以上的杂志、报纸,其中含有汽车杂志、报纸,报纸应每天更新,杂志超过一个月需更换新版。

(4)顾客休息区应设有饮水机,并配备4S店标准的杯托和纸杯。

(5)顾客休息区应摆放绿色植物盆栽,以保持生机盎然的气氛。

(6)顾客休息区应配备大屏幕彩色电视机、影碟机等视听设备,在营业时间内可播放4S店汽车广告宣传片和专题片。

### 4)业务洽谈区

业务洽谈区的桌椅摆放应整齐有序,保持洁净,桌面上备有烟灰缸,烟灰缸内若有3个及以上烟蒂,应立即清理;每次在客人走后立即把用过的烟灰缸清理干净。

### 5)顾客接待台

(1)接待台应保持干净,台面上不可放有任何物品,各种文件、名片、资料等应整齐有序地摆放在台面下,不许放置与工作无关的报纸、杂志等杂物。

(2)接待台处的电话、电脑等设备应保持良好的使用状态。

### 6)卫生间

(1)卫生间应有明确、标准的标识牌指引,男女标识易于明确区分;客人和员工卫生间分离,客人卫生间在一楼,员工卫生间在二楼;由专人负责卫生打扫与清洁,并由专人负责检查与记录。

(2)卫生间的地面、墙面、洗手台、设备用具等各部分保持清洁,台面、地面不允许有积水,大、小便池不许有黄垢等脏物。

(3)卫生间内应无异味,应采用自动喷洒香水的喷洒器来消除异味。

(4)卫生间内相应位置应备有充足的卫生纸,各隔间内设有衣帽钩,小便池

所在的墙面上应悬挂赏心悦目的图画。

(5)应适度布置一些绿色植物或鲜花予以点缀。

(6)卫生间洗手处需有洗手液、烘干机、擦手纸、绿色盆栽等,洗手台上不可有积水或其他杂物。

(7)在营业期间应播放舒缓、优雅的背景音乐。

#### 7)儿童游乐区

(1)儿童游乐区应设在展厅的里端,位置应相对独立,有专人负责儿童活动时的看护工作(建议为女性),不宜离楼梯、展车、电视、型录架、规格架等距离太近,并能使展厅内的顾客看到儿童的活动情况。

(2)儿童游乐区要能够保证儿童的安全,所用的儿童玩具应符合国家有关的安全标准要求,由相对柔软的材料制作而成,不许采用坚硬锐利的物品作为儿童玩具。

(3)儿童游乐区的玩具应具有一定的新意,色调丰富,保证玩具对儿童有一定的吸引力。

### 4. 新能源汽车 4S 店分区设计

4S店是一种以“四位一体”为核心的单一品牌的汽车特许经营模式,“4S”包括整车销售、零配件、售后服务、信息反馈。初期也有“汽车 3S 品牌专卖店”,包括前面的 3 个 S。反映在建筑设计平面布局里也是前 3 个 S,因为信息反馈功能主要是软性管理配备,所以其反映在软件与网络布线上。

新能源汽车 4S 品牌专卖店(新能源汽车 4S 店)的营销方式较传统汽车有了颠覆性创新,它们推出各自品牌 4S 店的整体设计模式或原理,营销场地设在中心商圈、写字楼,甚至线上。新能源汽车 4S 店的建设需要较多的资金和场地设施投入,无形中会增加不少的销售成本,所以很多新能源厂家采用直营店的模式,将销售与零配件、售后服务分开经营,减少运营成本,并且更加突出营销的作用。

### 5. 新能源汽车 4S 店场地布置

新能源汽车 4S 店建造规模的大小,主要是依据所选择的网点以及估计新年销售数量和售后服务数量而定。

基地按地域位置主要可分为城市周边和市区两类(这涉及地价和土地利用等率等有关经销商成本的问题,以及网点的渗透)。城市周边的4S店用地比较宽裕,建筑以单层为主,且多采用钢结构,这样可以提高车间修车位的利用率,展厅布置自由,施工速度快。室外停车分区也较充分,还可以考虑二手车的停放展示场地。市区的4S店,受场地的限制,往往以二层乃至多层的建筑形式出现,以钢混结构为主。由于升降机、楼梯等垂直交通、框架柱网的关系,修车位利用率要损失25%~30%,室外停车位一般较少。在国外,市区的4S店还存在由其他老建筑改造而来的形式。

基地地块大小、形状的假定与建筑的规模和形态有关,同时考虑周边道路情况,一般先取其最小值进行假想(建筑形态与地块整体的利用率的研究可以降低4S店的投资成本)。城市周边基地多为长方形或前小后大形。以5~7m的车道绕建筑环通,四周布置停车位。忽略绿地率指标,建筑密度一般占40%~45%。遇到具体网点基地的特殊形状或市内场地时,可以依据基本设计原理进行重新整合设计。

基地内停车位一般有:新车停放区、售后维修停车区(待修停车区、快修停车区、竣工停车区)、客户停车区、服务停车区、员工停车区、二手车停放区。

## 6. 新能源汽车4S店平面功能关系

(1)展厅部分:完成新车展示与销售功能,是形象和理念体现的中心。设有展示车位、总接待台、洽谈散座与洽谈室、儿童活动区、配件展示区、销售办公室、新车交互区。

(2)维修接待部分:进行维修接待,另有配件展示与销售。它是形象和信誉的第二展示层次,主要分为以下两个区域。

①维修接待/预检区域:对维修车辆进行接待、登记、预检。预检一般设有1~2个预检工位,就近于维修接待,并能方便预检车辆进入,预检完成后又能直接驶入车间。客户一般不宜直接进入车间,维修接待区域与车间之间通过调度室内部联系。

②客户休息区域:客户休息区域除布置舒适,除配套咖啡吧、影视屏幕等外,一般要求有一面可以直接看见车间的玻璃墙,以显示厂家的技术操作的规范性

与可信任性的设计理念。同时,维修接待与客户休息区还要完成零配件展示(部分安排在展厅)与销售功能,设有展示架或精品屋,并配备收银处。

维修接待部分与展厅的关系,根据厂家的理念和经销商的地方习惯可分为功用型、连接型、完全分离型。功用型的维修接待统一由展厅入口进入,客户休息区与展厅空间连通,供展厅客户共用,同时维修客户可以方便观看新车。连接型的维修接待一般单独设出入口,不经过展厅,但通过客户休息室并联进入展厅,观看新车。完全分离型的维修接待,客户休息区域则完全不与展厅连通,维修客户流线 with 展厅客户流线完全分离。

(3)配件库:储备一定量的汽车零配件,以供客户选购,修理车辆换用。同时对事故、损耗零部件进行保存归档,反馈给厂家检查。配件需要有直接的进货门,内部可以设 2.5 m 左右的夹层,以提高利用率。另设配件管理办公室、车间领货窗口(有条件的也面向维修接待部分开发货窗口)。

(4)车间:对售后车辆进行保养服务、事故修理、局部组装改进等。除按工艺流程设置洗车位、修车位、修理用房、工具间、废品库等外,还配备车间管理办公室、空压机房、配电房等设备配套用房。车间设计对采光照度要求高,并且需要良好的通风,设有单独的车间出入口。市中心等用地较紧张的地块,车间可放在二层或设计成多层。


(5)行政管理办公部分:经销商的行政办公区,同时管理联系着以上各个功能分块。主要有行政财务办公室、接待室、会议室、员工培训教室等。受地块建筑密度的限制,此部分一般放在楼上。

(6)二手车的交换:先由二手车交易区进行验车收购,再单独放置于室内或室外进行展示交易,也可另辟新车展厅一部分共用。

## 计划准备

请在表 2-2 中勾选出完成本学习情境所需的物品。

表 2-2 学习情境二计划准备

			
<p>□客户意向跟踪卡</p>	<p>□价格配置表</p>	<p>□试乘试驾路线图</p>	<p>□计算器</p>
			
<p>□竞品对标表</p>	<p>□商谈报价单</p>	<p>□保险险种费用表</p>	<p>□贷款利率表</p>
			
<p>□销售顾问名片</p>	<p>□笔 (2 支)</p>	<p>□实训整车</p>	

## 小组演练

教师进行分组,每6名学生分为一组并推选组长;组长按照4S店岗位对小组成员进行角色分配;各小组成员进行情境演练,将演练结果填入表2-3。

表 2-3 学习情境二小组演练表

任 务	组 长	人 员 分 工	任 务 明 细
展厅布置			

## 任务实施

各组组长根据人员分工,布置工作任务;各小组成员就自身的分工岗位,模拟进行展厅布置和检查工作,并填写任务工单(见表2-4)。

表 2-4 展厅管理任务工单

评价项目	评价说明	分 值	得 分
外部环境	1) 入口处导视柱是否形象完好、表面清洁?	5	
	2) 展厅门头表面是否完整清洁且灯光功能完好?	6	
	3) 销售服务商署名是否完好且安装正确?	3	
	4) 展厅玻璃是否擦拭得干净、明亮?	3	
	5) 玻璃胶贴 VI (visual identity, 视觉识别) 是否正确且无褪色?	3	
	6) 展场地面是否干净整洁且无杂物堆放?	5	
展厅入口	7) 是否有明显营业时间标识?	3	
	8) 展厅门口是否清洁?	3	
	9) 是否有促销展板及其他促销物品(横幅、易拉宝、海报)?	4	



续表

评价项目		评价说明	分值	得分
展车管理	展示区 样车	10)展车数量是否合理(与展厅面积匹配)?	4	
		11)新产品/主推车型是否摆放在显著位置?	6	
		12)展车表面是否干净整洁、车况良好?	4	
		13)前车窗是否打开以方便客户看车?	2	
		14)车内底板衬垫(轮拱)是否打扫干净?	2	
		15)座椅座套是否拆掉并调整好?	2	
		16)在顾客离开后是否及时将车辆整理干净?	4	
		17)每台展车是否配备样车说明牌且标明技术参数和价格?	5	
内部环境	接待区	18)接待区形象墙是否完好且保持清洁?	6	
		19)接待台旁边是否设置资料架且宣传材料摆放整齐?	3	
	业务 洽谈区	20)洽谈区是否配备资料架且宣传材料摆放整齐?	5	
		21)洽谈区是否配有烟灰缸等服务设施并及时清洁?	3	
	客户 休息区	22)烟灰缸、垃圾篓等服务设施是否齐备且保持清洁?	4	
		23)沙发、茶几等设施是否整洁且无破损?	5	
	业务 办理区	24)业务办理台是否符合统一标准且表面整洁、无杂物(电话、桌牌等除外)?	5	
25)销售业务办理流程是否上墙且VI正确(上牌流程看板、交车流程看板等)?		5		
合计			100	

