

模块四 4S 店整车销售管理

课题一 4S 店整车销售概述

学习目标

1. 了解4S店整车销售的工作内容;
2. 理解汽车销售服务的重要性;
3. 熟悉新车交付前的全面检查(PDI);
4. 掌握合格的销售人员应具备的素质。

建议完成本课题的时间为2课时。

课题描述

某汽修专业毕业生欲进入汽车4S店从事汽车销售工作。那么4S店整车销售部门的工作有哪些?成为一名合格的销售顾问应具备哪些条件?

学习内容

1. 4S店整车销售的工作内容;
2. 新产品定价策略;
3. 合格的销售人员应具备的素质。

→ 一、资料收集 → → →

整车销售是汽车4S店主要的经营内容之一,包括整车采购、整车销售、整车库存、整车结算等在内的所有整车相关工作,更是4S店经营管理的重要内容。

引导问题(一) 4S店整车销售的工作内容有哪些?

4S店整车销售的工作流程:进货、验收、运输、存储、定价、促销、销售。

1. 进货

依据整车订货计划而进行。

对汽车经销商而言,进货主渠道就是整车生产厂或其主管的汽车销售公司,除此之外还可从各地汽车销售公司进货。

2. 验收

查看真假货、新旧车,有“四看一开”。

1) 看外表是否完好:

- ① 查看车漆是否均匀,有无刮痕;
- ② 检查前盖、车门等处间隙是否均匀;
- ③ 查看车门关闭是否灵活;
- ④ 查看车辆配件是否老化(电瓶、刮雨器、轮胎等);
- ⑤ 查看底盘、轮拱、避震器、悬挂等工作情况,可用手按压车身一角,看其弹动次数,一般为两三次;
- ⑥ 查看发动机室车底边缘是否有贴补痕迹,并查看底盘。

2) 看车内情况是否正常:

- ① 查看仪表盘上各种仪表是否齐全有效、易于识别;
- ② 查看方向盘:上下应有间隙,左右自由行程不宜过大;
- ③ 查看车门玻璃是否升降自如、密封良好;
- ④ 查看座椅表面是否清洁完好,是否移动自由并有多位置可固定;
- ⑤ 查看离合器、制动器、油门是否正常,坐入车内,左脚踏离合器,应感觉轻松自如,并有一小段自由行程;右脚踩下制动踏板,应保持一定高度,若其缓慢下移,则可能有泄漏现象;油

门踏板不应有沉重、犯卡以及不回位现象。

3) 看汽车性能是否良好:

首先打开发动机盖,先检查水箱补充液、清洗液、动力转向液、润滑油、制动液面是否正常,液罐外表要干净,无水痕、油迹,液面在最高与最低刻度之间算正常。

其次查看电瓶的固定桩头与电线,应可靠、良好,用手扳,无松动现象。

4) 看汽车手续是否齐全:

查看汽车与其铭牌,包括发动机、车驾号、产品合格证及出厂日期是否相符,如购买进口车还必须检查关税、增值税等各项应交税单,以防办理牌照时因手续不全而无法上牌。

5) 亲身试开:

启动发动机,聆听转速情况,包括发动机启动是否快捷,有无杂音和异响,加油门感受发动机响应是否连续,连续加速后怠速应仍然稳定。

若从经营单位批量进货时应逐个验收试开,因个别单位有可能只给你看一台新车,实际上混进几台旧车。

验车重视钱货两清,确有把握方可付款,防止交款后长期拿不到车,在可能条件下允许由用户直接从工厂自提车辆。

3. 运输

运输方式主要有:

1) 委托工厂发货。

2) 委托当地储运公司发货。

3) 由工厂派司机或自雇司机长途运输(这种方式费用高,速度快)。

注意:无论何种运输方式都要上有关保险。

4. 存储

汽车运送到目的地后,接车员首先要核对运输凭证,根据凭证清点数目,同时,检查每辆车的外形是否有破损、刮伤等,验收无误后才能办理汽车入库手续。

入库后的汽车要做好维护保养工作,如避免

日晒雨淋;电瓶定期充电,防止失效;上油防锈,放水防冻等。

5. 定价

价格是价值的体现,确定产品的价格是市场营销中一个非常重要、敏感的环节,它直接关系到产品受市场接受的程度,影响着市场需要量、销售量和企业利润的多少,它涉及生产者、经销者、用户等多方面的利益。

我国汽车厂商的定价模式通常是:根据核算的产品生产成本,加上适度的利税,确定出厂价格,并按此价格提供给销售部门。销售部门再考虑物流费、各种营销费用以及销售环节利润后,确定销售价格,并按这个价格将车辆销售给经销商。同样,经销商也大体按此模式,确定出最终用户的零售价格。

新产品定价策略有三种,企业可以根据自身情况选用某一种。

(1) 撇脂定价策略(高价保利策略)。

优点:

- 刚投入市场,未有竞争者,性能超群,质量过硬,可采取高价,满足顾客求新、求异要求。

- 价格较高,可以在短期内获取较大利润。

- 定价高,有利于在竞争者进入市场时主动降价。

缺点:

- 新产品没有市场信誉,高价不利于打开市场。

- 高价投入市场,销路好,会带来跟风者。

适应情况:开发周期长;市场有需求;性能质量好。

(2) 渗透定价策略。

优点:

- 低价容易迅速打开新产品销路,占领市场。

- 可以在多销中增加利润(薄利多销)。

- 低价有利于控制市场,阻止竞争者跟入。

缺点:

- 投资回收期较长,见效慢,风险大,一旦渗透失利,企业会一败涂地。

适应情况:新产品技术已公开;该市场上

已供求平衡；市场上已有相关汽车；想尽快占据市场领先地位。

表 4.1 撇脂定价策略和渗透定价策略对照表

两种汽车定价策略选择标准	撇脂定价策略	渗透定价策略
汽车市场需求水平	高	低
与同类竞争汽车产品的差别	较大	较小
汽车价格需求弹性	小	大
汽车企业生产能力扩大可能性	小	大
汽车消费者购买力水平	高	低
汽车产品目标市场潜力	不大	大
汽车产品仿制的难易程度	难	易
汽车企业投资回收期长短	较短	较长

(3) 满意定价策略 (以社会平均利润为目标)

优点：成功可能性大；风险小；较快为市场所接受；适当延长汽车新产品的使用寿命；有助于汽车企业树立信誉，稳步调价，使顾客满意。

6. 促销

引发、刺激消费者产生购买行为。

常通过报纸、广播、电视等媒介，通过展销

会、体育比赛、新车表演等方式来促销。

7. 销售

是 4S 店整车销售的核心环节，是实现销售利润的环节。

销售单位与顾客洽谈，选车、试车、谈价格、办理付款手续、上牌、提车交货的全过程。

引导问题 (二) 什么是 PDI ?

PDI (Pre-delivery Inspection) 是销售部门的质检人员所进行的新车交车前的全面检查。

PDI 检查的项目大致包括车辆外观、动力性、舒适性、随车物品等方面的检查，表 4.2 为某品牌汽车售车检查卡 (PDI)。

检查合格后，验车员要在相应的 PDI 作业单签字确认 (一车一单)。4S 店的 PDI 验车员必须经过主机厂培训认证后持证上岗。

PDI 检查合格的车辆才能入库，不合格的车辆如只有小毛病，则就地修理后入库，其他明显缺陷的车辆，注明原因后返回生产部门，同时，清点入库数目，做到账实相符。

表 4.2 某品牌汽车售车检查卡 (PDI)

销售商代码	车型代码	车架号码
生产日期	外观颜色	发动机号码
检查日期	钥匙号码	变速箱号码
对各项检查结果作如下标记 “√” = 合格 “×” = 异常		
外观与内部检查： (1) □内部与外观缺陷 (2) □油漆、电镀部件和车内装饰 (3) □随车物品、工具、备胎、千斤顶使用说明书、随车钥匙 (4) □拆下车轮防波动和车身保护膜	(10) □发动机油位 (11) □冷却液位及水质 (12) □助力转向液位 (13) □ A/T 油位 (14) □玻璃清洗液位 (15) □传动皮带的松紧状况 (助力转向、发电机、压缩机) (16) □油门控制拉线 (A/T 控制拉线) 关闭发动机盖 操作与控制检查： (17) □离合器踏板高度与自由行程 (18) □制动器踏板高度与自由行程 (19) □油门踏板	(20) □检查室内保险及备用件 把点火开关转至位置 I 检查： (21) □收音机调整 (22) □收音机 / 录音机 / CD 机与天线 把点火开关转至位置 II 检查： (23) □所有警报灯的检查、发电机、手刹、油压、制动故障、A/T 挡位显示器、ABS、SRS (24) □ AT 启动保护器
发动机部分检查： (5) □发动机盖锁扣及铰链 (6) □电瓶电极 (7) □电解液高度 (8) □主地线 (9) □主保险及备用件		

启动发电机 检查: (25) ☐ 电瓶和启动机的工作及各警告灯显示情况 (26) ☐ 怠速 (27) ☐ 前部清洗器工作 (28) ☐ 前雨刮器的工作 (29) ☐ 方向指示灯与自动解除 (30) ☐ 侧灯和牌照灯 (31) 大灯及远光 (远光指示灯) (32) ☐ 雾灯开关 (33) ☐ 制动灯和倒车灯 (34) ☐ 仪表灯和调光灯 (35) ☐ 喇叭 (36) ☐ 点烟器 (37) ☐ 天窗的操作 (38) ☐ 后窗除雾器与指示灯 (39) ☐ 各种挡位下空调系统性能 (制冷、送风量) (40) ☐ 循环开关 (41) ☐ 电动后视镜 (42) ☐ 时钟的设定及检查	(46) ☐ 方向盘角度调整 (47) ☐ 遮阳板 (48) ☐ 中央门锁及遥控装置 (警报) (49) ☐ 室内照明灯 (50) ☐ 阅读照明灯 (51) ☐ 前后座椅安全带 (52) ☐ 座椅靠背角度、座椅调整 (53) ☐ 开启 (54) ☐ 行李箱灯 (55) ☐ 加油盖的开启及燃油牌号 (56) ☐ 行李箱盖 (后车门) 的关闭及锁定	(66) ☐ 轮胎压力 (包括备胎) (67) ☐ 工具与千斤顶 行驶试验 检查: (68) ☐ 驾驶性能 (69) ☐ 从内部、悬架及制动器发出的噪声 (70) ☐ 制动器及手刹 (71) ☐ 方向盘自动回正 (72) ☐ 方向盘震动与位置 (73) ☐ A/T 挡位变化 (升挡、降挡) (74) ☐ 里程表行程读数及取消
关闭发动机 检查: (43) ☐ “未关灯”警告灯	打开所有的车门 检查: (57) ☐ 手动车窗 (58) ☐ 后门儿童锁 (59) ☐ 给锁 / 铰链加注润滑油 (60) ☐ 关闭车门检查安装情况	最终检查 检查: (75) ☐ 冷却风扇 (76) ☐ 怠速 / 排放 ☐ 燃油、发动机油、冷却液及废气的渗漏 (77) ☐ 热启动性能 (78) ☐ 用 ABS 检测仪检查 ABS 性能
关闭各灯 检查: (44) ☐ 方向盘自锁功能 (45) ☐ 手刹调节	支起汽车 检查: (61) ☐ 底部、发动机、制动器与燃油管路是否磨损或破损 (62) ☐ 悬架的固定与螺栓 (63) ☐ M/T 油位 降下汽车 检查: (64) ☐ 确认所有车轮螺母扭矩 (65) ☐ 轮胎压力标签	最终准备 (79) ☐ 清洗车辆内外部 (80) ☐ 检查车内包括行李箱是否有水漏入

PDI

对以上项目的正确安装、调试及操作已做过检查。
特此证明

(盖章)

检查员签字:

日期:

销售

该车辆已完成了所有车辆检查项目, 可以满意交付用户使用。车上的所有必要附件已配备齐全, 所有证明文件已正确填写完毕。
特此证明。

(盖章)

销售员签字:

日期:

※: 本“PDI 检查单”所列的项目也许是您所检查的特定车型所没有的, 为此请结合实际车型进行检查。

引导问题 (三) 4S 店倡导优质销售服务的意义何在?

“一切以客户的需求为宗旨”是现代销售的出

发点和立足点。服务是产品功能的延长, 有服务的销售才能充分满足顾客的需要, 缺乏服务的产品是半成品。未来企业的竞争主要是非价格竞争,

而非价格竞争的主要内容是服务。

销售服务是销售成功的关键。良好的商品形象是销售活动的物质基础；良好的企业形象影响顾客的购买行为，而且是现实的和长远的购买前提。销售服务不仅能够消除顾客的抱怨，增强顾客的满足感，巩固与顾客的关系，可为企业争取更多的客户，而且有利于树立企业形象，增强企业的竞争能力。

引导问题（四） 4S 店销售服务的内涵

4S 店的销售服务包含三个环节：

1) 售前服务：发现潜在客户并售前跟进；有选择地联系老客户，走访新的潜在用户，特别是对重要的大客户要定期走访；向客户介绍新产品、新款车型和新政策；认真了解客户需求，听取客户对产品和服务质量的意见，帮助顾客确认需求；为顾客提供尽可能多的选择；为顾客购买决策提供必要的咨询。

2) 售中服务：为顾客提供买车咨询、融资贷款、保险、上牌、办理各种手续方面的帮助。

3) 售后服务：为顾客进行产品的安装、调试、维修、保养、人员培训、技术咨询、零配件供应、其他承诺兑现等服务等。

引导问题（五） 对 4S 店销售顾问的一般要求

1) 着装整齐、有自信、态度和蔼，专业知识丰富、专业销售技巧高明。

2) 进行销售工作前要事先做好各项准备，包括心理准备，让自己的情绪达到巅峰状态。

3) 销售中与顾客建立信赖感，了解顾客的问题和需求，针对销售中存在的问题提出解决方案并塑造产品的形象。

4) 提供良好的售后服务等。

引导问题（六） 作为一名销售顾问应遵循的原则

- 1) 满足需要原则。
- 2) 诱导原则。
- 3) 照顾顾客利益原则。
- 4) 保本原则。
- 5) 创造魅力。

➔ 二、实施作业 ➔ ➔ ➔

引导问题（七） 作为 4S 店销售部的一名实习员工，哪个岗位适合你将来的发展呢？

实施步骤：

1) 通过知识学习，初步了解本部门的工作流程及工作岗位。

2) 认真分析自身的性格特点、兴趣、爱好及工作特长。

3) 确认适合从事的岗位及未来职业发展的方向。

➔ 三、思考与练习 ➔ ➔ ➔

1. 4S 店整车销售流程有哪些？
2. 什么是 PDI？其主要检查项目有哪些？
3. 新车定价策略有几种？试对比撇脂定价策略和渗透定价策略的优缺点。
4. 简述销售服务的意义。
5. 销售服务分为几个环节？
6. 如何成为一名合格的销售顾问呢？
7. 阅读本书附录一《汽车品牌销售管理实施办法》，试分析其对中国汽车产业健康发展的利弊。