

\*\*\*汽车贸易

# 销 售 服 务 店 管 理

# 规 范

2月

## 第一章 销售服务店机构设置标准

### 1. 目标：

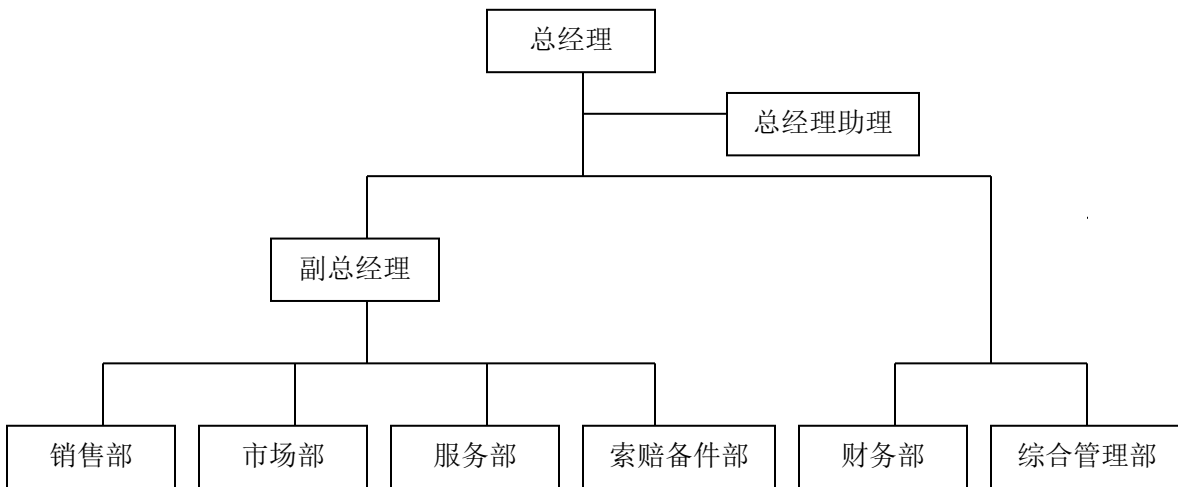
- 1.1 规范销售服务店组织机构设置。
- 1.2 使销售服务店含有合理、能力满足要求人力资源，以满足企业对销售、售后服务、零配件销售及信息反馈等管理要求。
- 1.3 为用户提供满意服务。

### 2. 适用范围：

《销售服务店机构设置标准》适用于同\*\*\*汽车贸易签约各品牌汽车销售服务店。

### 3. 组织机构设置及职能描述：

董事会



**副总经理关键职能：**

**销售部关键职能：**

1. 依据各品牌汽车企业下达销售目标制订对应工作计划，并组织实施。
2. 负责展厅日常管理及用户接待工作。
3. 负责集团用户市场开发和销售。
4. 负责二级销售网点开拓和管理。
5. 组织实施对购车用户新车交付和相关配套服务。

**市场部关键职能：**

1. 市场部作为销售服务店对各品牌汽车企业信息反馈责任及牵头部门，负责对各品牌各项信息反馈工作监督实施。
2. 负责销售服务店品牌管理工作，确保各项工作和形象符合各品牌汽车企业管理规范。
3. 组织、开展各项市场调研工作，搜集整理分析区域内竞争产品、消费者和相关政策信息，为管理层提供决议提议。

服务部关键职能：

1. 依据各品牌汽车企业下达年度目标，制订销售服务店年度服务工作目标和  
工作计划并实施。
2. 负责各品牌汽车企业售后服务工作，车辆保养、保修和修理。
3. 实施各品牌汽车企业各类服务标准规范、政策。
4. 建立、完善用户档案，定时回访用户，做好用户终生服务。

索赔备件部关键职能：

1. 依据各品牌汽车企业下达年度目标，制订销售服务店年度备件工作目标和  
工作计划并实施。
2. 销售服务店各品牌汽车备件计划、采购、销售。
3. 销售服务店各品牌汽车三包索赔申请、填报、旧件返回工作。
4. 实施各品牌汽车企业索赔、备件管理标准、规范、政策。

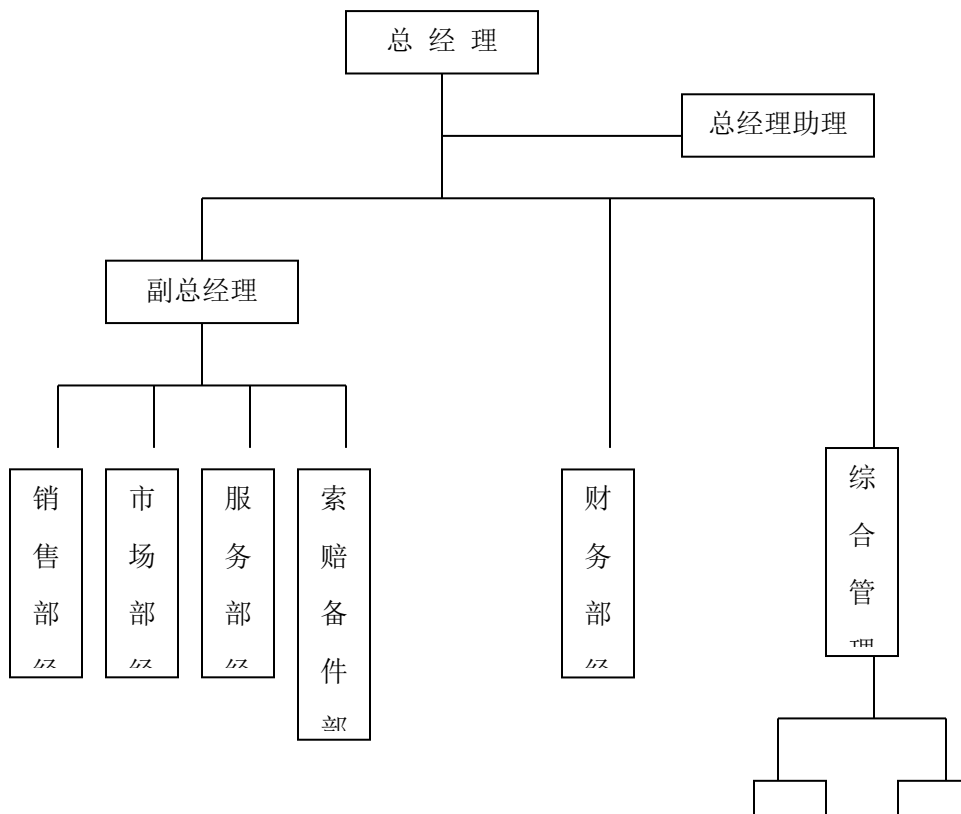
财务部关键职能：

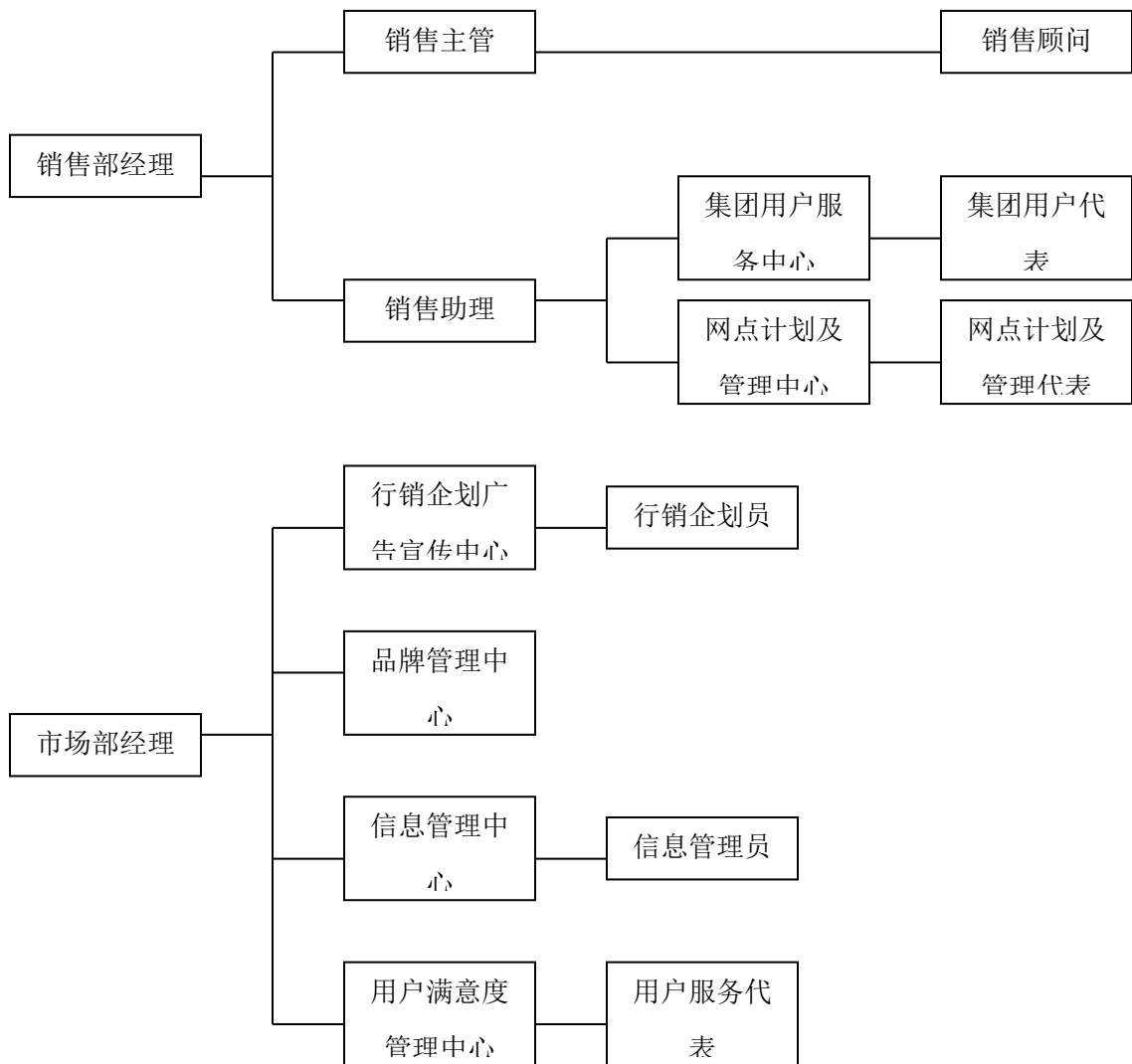
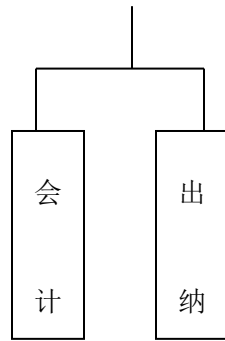
1. 建立健全企业各项会计基础工作。
2. 完成日常报销、记帐、结账工作。
3. 对企业流动资金、库存商品、固定资产、低值易耗品等有价物质建立完事帐  
目、并按要求审校清查。

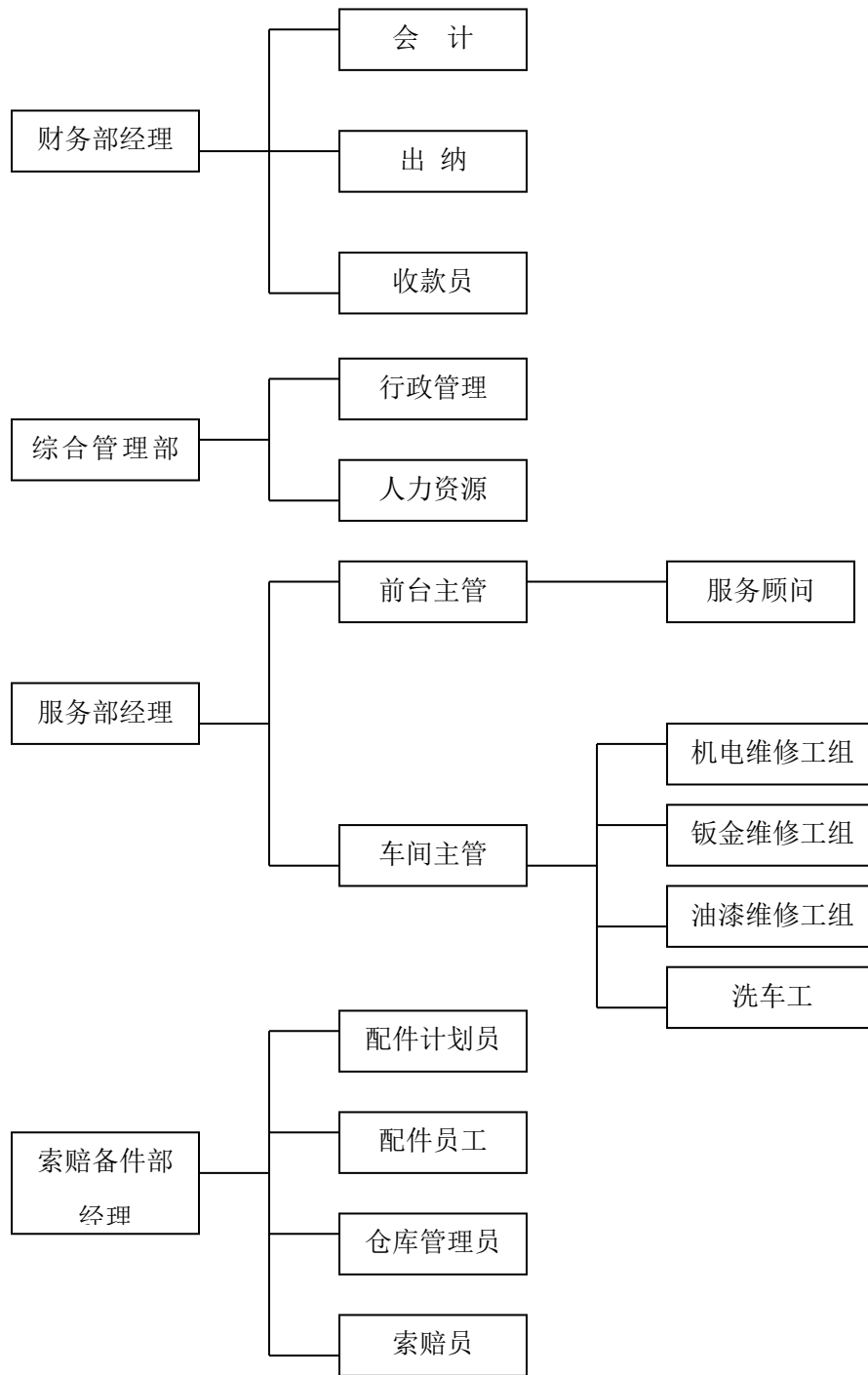
综合管理部关键职能：

1. 负责销售服务店各项规章制度建设及公文档案管理。
2. 负责销售服务店公章管理、接待工作，处理和有关外联单位公共事务。
3. 负责销售服务店人力资源管理，负担招聘、薪资、培训、社保等相关事务。
4. 负责后勤保障工作，包含办公环境、通讯设施、办公用车、膳食、保安等事

4. 岗位设置及关键岗位人员配置标准：







岗位名称	销售服务店人员配置标准	
	标准人数	最低要求人数
总经理助理	1	1
副总经理	1	1
销售部经理	1	/
销售助理	1	1

-+

服务顾问	2	2
车间主管	1	1
机电维修工	12	9
钣金维修工	4	3
油漆维修工	4	3
洗车工	2	1

5. 关键岗位任职条件:

岗位名称	任职条件	证实文件
销售部经理	含有相当大学专科以上学历，有三年以上相关行业经验，有较强经营管理能力及沟通能力，并熟练利用办公软件。	学历证书、简历、销售服务店任命文件
市场部经理		学历证书、简历、销售服务店任命文件



	含有相当大学专科以上学历，有三年以上工作经验，对汽车行业有相当了解，文字写作能力及社交能力、调研分析能力强，有较强管理能力。	
服务部经理	含有相当大学专科以上学历，有三年以上汽车备件管理工作经验，熟悉计算机基础操作，并熟练利用汽车维修管理软件。	学历证书、简历、销售服务店任命文件
索赔备件部经理	含有相当大学专科以上学历，有三年以上汽车索赔备件管理工作经验，熟悉计算机基础操作，并熟练利用汽车备件管理软件。	学历证书、简历、销售服务店任命文件
财务部经理	含有相当大学本科以上学历，含有三年以上相关经验，有一定组织能力及领导能力，并熟练利用财务软件。	学历证书、简历、销售服务店任命文件
行政部经理	含有相当大学专科以上学历，含有三年以上相关经验，有一定文字能力，较强社交能力，并熟练利用办公软件。	学历证书、简历、销售服务店任命文件

## 6. 关键岗位职责：

岗位名称	岗位职责
销售部经理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、负责完成销售服务店下达相关经营指标。</li> <li>2、负责销售部全方面工作，制订本部门各岗位职责、工作标准并进行考评。</li> <li>3、制订销售服务店年度、季度、月度销售计划并负责实施。</li> <li>4、负责组织提升销售部职员能力和素质培训工作。</li> <li>5、负责向各品牌汽车企业相关部门申报年度、季度、月度销售计划并进行常常性业务联络。</li> <li>6、督促销售助理按要要求立即向各品牌汽车企业相关部门反馈各类信息、报表等。</li> <li>7、负责组织用户座谈会、商品展示活动。</li> </ol>
市场部经理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、负责市场部各岗位职责、工作标准、管理制订制订实施及考评。</li> <li>2、负责广告策划、市场营销、品牌建设政策制订。</li> <li>3、组织开展市场调研活动。</li> <li>4、负责搜集和分析各类市场信息。</li> </ol>
服务部经理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、负责销售服务店辖区售后服务全方面工作，组织开展多种服务营销及指导辖区二级网点服务工作。</li> <li>2、负责实施各品牌汽车企业各类服务标准、规范和政策。</li> <li>3、依据企业下达年度目标，制订销售服务店年度服务工作目标和工作计划。</li> </ol>

- |  |  |
|--|--|
|  | <ol style="list-style-type: none"><li>4、负责签发各类报送各品牌汽车企业服务文件、资料。</li><li>5、负责处理用户投诉，处理服务过程中和用户发生纠纷。</li></ol> |
|--|--|

	<ul style="list-style-type: none"> <li>6、负责监督、检验、指导下属服务工作; 协调车间维修和销售、索赔备件部门工作。</li> <li>7、负责外出救援、预约服务、走访用户等工作管理。</li> <li>8、参与重大维修项目评审。</li> </ul>
索赔备件部经理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、负责销售服务店各品牌汽车备件销售全方面工作。</li> <li>2、负责实施各品牌汽车索赔、备件管理标准、规范、政策。</li> <li>3、依据企业下达年度目标, 制订销售服务店年度备件工作目标和工作计划。</li> <li>4、负责配合各品牌汽车企业规范备件市场、打假及打击商标侵权行为。</li> <li>5、负责审批索赔申请、三包旧件返回、备件文件、订单和报表。</li> <li>6、负责签发各类报送各品牌汽车企业索赔、备件文件、订单和报表。</li> </ul>
财务部经理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、制订企业各项财务制度。</li> <li>2、制订本部门岗位职责并进行检验考评。</li> <li>3、负责企业财产资金核实、审查、清点、汇总工作。</li> <li>4、定时分析、总结企业财务指标情况, 提出改善方法。</li> <li>5、负责和主管单位相关会计工作协调及帐目标校对结算。</li> <li>6、依据企业经营目标, 制订部门工作目标及季、月工作计划并组织实施。</li> </ul>
行政部经理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、负责企业人员招聘、录用、培训。</li> <li>2、负责企业多种会议筹备、组织及接待工作。</li> <li>3、制订企业规章制度、岗位职责确实定及实施考评。</li> <li>4、对企业固定资产管理。</li> <li>5、对企业后勤及安全事务管理。</li> <li>6、负责企业印章管理。</li> </ul>

## 第二章 销售服务店展厅管理规范

### 1. 展厅规范要求：

#### 1.1 展厅整体：

- 1.1.1 展厅内、外墙面、玻璃墙等保持洁净整齐，应定时（1次/六个月）清洁。
- 1.1.2 相关标识使用应符合各品牌汽车企业相关 VS 要求。
- 1.1.3 按各品牌汽车企业要求挂有标准销售服务店营业时间示意牌。

- 1.1.4 展厅地面、墙面、展台、灯具、空调器、视听设备等保持洁净整齐，墙面无乱贴广告海报等。
- 1.1.5 展厅内摆设有斜立展示牌，斜立展示牌上整齐放满和展示车辆相对应多种车型目录。
- 1.1.6 展厅内保持适宜、舒适温度，依据标准保持在 25℃左右。
- 1.1.7 展厅内照明要求明亮、令感觉舒适，依据标准照度在 800Lux 左右。
- 1.1.8 展厅内须有隐蔽式音响系统，在营业期间播放舒缓、优雅轻音乐。
- 1.1.9 展厅内全部部署物应使用各品牌汽车企业提供标准部署物或按各品牌汽车企业标准做部署物。

## **1.2 车辆展示区：**

- 1.2.1 每辆展车周围要求位置(在展车驾驶位右前方)设有汽车车型说明架，汽车车型说明上摆有和该展车一致汽车说明书。
- 1.2.2 展车之间相正确空间位置和距离、展示面积等参考《展示部署规范示意图》实施。
- 1.2.3 其它项目参考《展车规范要求》及《各品牌汽车企业销售服务店设计准则》中《展部署规范示意图》实施。

## **1.3 业务洽谈区：**

- 1.3.1 业务洽谈区沙发、茶几等摆放整齐并保持清洁。
- 1.3.2 业务洽谈区桌面上备有烟灰缸，烟灰缸内若有 3 个以上（含 3 个）烟蒂，应立即清理；每次在客人走后应立即把用过烟灰缸清理洁净。

- 1.3.3 业务洽谈区设有杂志架，摆设相关车型宣传资料。
- 1.3.4 业务洽谈区需摆放绿色植物盆栽，以保持生机盎然气氛。
- 1.3.5 业务洽谈区配置有大屏幕彩色电视机、影碟机等视听设备，在营业时间内可播放各品牌汽车企业广告宣传片或专题片。

#### 1.4 用户接待台：

- 1.4.1 用户接待台保持洁净整齐，台面上不可放在任何杂物，多种文件、名片、资料等整齐有序地摆放在台面下，不许放置和工作无关报纸、杂志等杂物。
- 1.4.2 用户接待台处电话、电脑等设备保持良好可使用状态。

#### 1.5 卫生间：

- 1.5.1 卫生间应有明确、标准标识牌指导，男、女标识易于明确区分。客人和职员分离，由专员负责卫生打扫和清洁，并由专员负责卫生打扫和清洁，并由专员负责检验和统计。
- 1.5.2 卫生间地面、墙面、洗手台、设备用具等各部分保持清洁，台面、地面不许积水，大、小便池不许有黄垢等脏物。
- 1.5.3 卫生间内无异味，应采取自动喷洒香水喷洒器来消除异味。
- 1.5.4 卫生间内对应位置应随时备有充足卫生纸，各隔间内设有衣帽钩，小便池全部在墙面上应悬挂有赏心悦目标图画。
- 1.5.5 适度部署部分绿色植物或鲜花给予点缀。

1.5.6 卫生间洗手处须有洗手液、烘干机、擦手纸、绿色盆栽等，洗手台上不可有积水或其它杂物。

1.5.7 在营业期间播放舒缓、优雅背景音乐。

## **1.6 儿童游乐区：**

1.6.1 儿童游乐区有专员负责儿童活动时看护工作（提议为女性），不宜离楼梯、展车、电视、斜立展示牌、汽车车型说明架等距离太近，但能使展厅内用户看到儿童活动情况。

1.6.2 儿童游乐区要能够确保儿童安全，所用儿童玩具应符合国家相关安全标准要求，应由相对柔软材料制作而成，不许采取坚硬锐利物品作为儿童玩具。

1.6.3 儿童游乐区玩具含有一定新意，色调丰富，确保玩具对儿童有一定吸引力。

## **2. 展车规范要求：**

### **2.1 车身和车外部分：**

2.1.1 展车车身经过清洗、打蜡处理，保持清洁，挡风玻璃和车窗玻璃保持明亮。

2.1.2 展车四个轮胎下方放置标准车轮垫板，位置正确。

2.1.3 轮胎经过清洗、上光，展厅内展示车辆轮辋盖上比亚迪标志保持水平，各轮胎内侧护板要刷洗洁净，没污渍。

2.1.4 车前方和后方安装牌照处须配置标准车铭牌。

2.1.5 除特殊要求外，展车车门保持不上锁状态，可供用户随时进入车内。

2.1.6 展车左右对应车窗玻璃升降高度保持一致。



2.1.7 车身上不许摆放价格板、车型说明、宣传资料等其它非装饰性物品。

## 2.2 车内部分：

2.2.1 汽车发动机室可见部分、可触及部位等经过清洗，擦拭洁净，挡风玻璃和其下塑料件结合部位应无灰尘。

2.2.2 后备箱保持干燥洁净，工具、使用手册等物品摆放整齐，无其它杂物。

2.2.3 汽车油箱内备有一定汽油（不少于五升），确保汽车可随时发动。

2.2.4 车厢内部保持清洁，除掉座椅、遮阳板、方向盘、门把手（包含后车灯）等部件上塑料保护套。

2.2.5 中央扶手箱、副驾驶位手套箱、车门内侧杂物箱、前座椅靠背后物品袋内均不旋转任何杂物。

2.2.6 前排座椅在前后方向上移至合适位置（确保一般驾乘者较方便驾驶），而且两座椅靠背向后倾角保持一致。

2.2.7 车内后视镜和左右后视镜配合驾驶位对应地调至适宜位置，并擦拭洁净，不留手印等污迹，各座椅上安全带摆放整齐一致。

2.2.8 各座椅上安全带摆放整齐一致。

2.2.9 车内 CD 机盒中装有 CD 试音碟或 DVD，可供随时播放，收音机预设有已调谐完好收音频道（调至调频立体声音乐台或当地交通台）。

2.2.10 车内时钟调至正确时间。

2.2.11 在车内能够放置香水或其它装饰物，营造气氛。

- 2.2.12 车内地板上铺有脚踏垫，并保持洁净整齐。
- 2.2.13 车厢内不许有价格板、CD 碟片、车型说明、报刊杂志等其它物品。
- 2.2.14 全部电器开关请置于关（OFF）位置。

### 第三章 销售服务店销售顾问管理规范

- 1. 销售顾问概念和素质要求：

## 1.1 销售顾问定义：

- 1.1.1 销售顾问指是常常同用户打交道，直接向用户介绍各品牌汽车提供利益，从而满足用户特定需求人。所以，依据这个定义，销售服务店总经理和售后服务工作人员不能算作销售顾问，销售服务店行销策划、广告人员也不能算作销售顾问。
- 1.1.2 因为汽车商品复杂性，销售顾问应熟练掌握各品牌汽车产品知识，并做到根据企业培训要求步骤规范地介绍各品牌汽车。优异销售顾问应以用户为中心，最大程度地满足用户需求，从而成为用户信赖销售顾问和汽车教授，达成用户和企业双赢目标，发明企业利润。

## 1.2 销售顾问作用：

- 1.2.1 代表企业：销售顾问任何行为全部将被用户视为企业表现，关系企业信誉，所以作为企业代表，销售顾问行为举止必需得体。
- 1.2.2 发明需求：销售顾问职责不仅是找到需要购置汽车人，还要发掘潜在用户，使那些对汽车没有爱好人开始了解汽车，从而确信拥有汽车好处（便利、乐趣、优越感），从而激发购置需求；另一职责是让使用竞争对手产品用户认同我们销售品牌汽车较竞争对手优异性，从而激发购置需求。
- 1.2.3 了解市场：充足了解本辖区内用户需求，随时掌握竞争对手动态，各竞争品牌市场情况，可据此开展更有效促销活动。反馈用户信息、当地市场需求，方便愈加好地开发、改善产品。
- 1.2.4 发明利润：销售顾问目标是赢利，实现销售是达成这一目标路径。我们必需卖出最大化产品以实现利润最大化。

1.2.5 成为轿车教授: 销售顾问必需成为一名出色轿车教授, 成为用户购车顾问。

### 1.3 基础素质要求:

一个优异销售顾问除自己性格适合销售外, 还须含有以下四大素质:

- 1.3.1 自信: 对于一个销售顾问来说, 首要是成功自信。要时时刻刻怀有“我一定能完成自己目标”, “我一定能成为一个优异销售顾问”信念, 并以这种信念去指导行动, 便能克服一切困难, 不辞劳苦, 勇往直前, 达成目标。
- 1.3.2 热情: 一个有高昂斗志销售顾问, 必需保持包满工作热情。在和用户洽谈交流过程中, 用户也会所以而感动, 更易达成预期效果。
- 1.3.3 毅力: 一次成交机会是极少, 只有靠一次又一次坚韧不拔争取, 才能成功。
- 1.3.4 勇气: 销售顾问最常碰到是异议和拒绝, 这往往会给她们造成极大心理障碍。所以, 克服这种心理障碍就成为销售顾问能否成功标志。这就需要足够勇气。

### 1.4 日常工作计划:

销售顾问天天面对用户、销售业务等很多事宜, 应该对天天、每七天、每个月工作按轻得缓急作时间上统筹安排。对天天、每七天、每个月实施行动应作好总结, 要常常和同事、销售经理交流学习, 以不停改善以后工作。一定要做一个有计划、有步骤、不停提升销售顾问, 这么才是一个合格销售顾问。

## 2. 销售礼仪规范:

### 2.1 着装:

- 2.1.1 销售人员着装应为标准职业装。

2.1.2 男士着装以深色西装/淡色衬衫为主;女士着装夏天以裙装为主,冬天以女式西装为主,以显得大方稳重。

2.1.3 在工作时间应着皮鞋,女士鞋跟不宜过高。

## 2.2 接待准备:

2.2.1 销售人员应佩带各汽车品牌标准工作牌(附照片),随身携带标准名片。

2.2.2 随身携带笔和统计本,便于统计用户信息。

## 2.3 仪表举止:

2.3.1 销售人员举止言行应大方自然、彬彬有礼,和用户言谈要适适用户性格、个性。

2.3.2 销售人员接待中保持良好形象和情绪,以愉悦心情和用户进行交流。[.....](#) 中国最大资料库下载

2.3.3 头发保持洁净,整齐,给人以清爽感,不宜留奇特少见发型。

2.3.4 上班时间不要浓妆艳抹,女士应以淡妆为主。

## 3. 管理和培训:

销售服务训练应关心销售顾问思想、行为和生活,为激励好销售顾问,要给合适激励,以使其不停地得到提升,销售服务店应该形成销售顾问培训制度,优胜劣汰,这么,更有利于销售顾问水平提升,使得对销售顾问激励和培训更富有成效。

### 3.1 人员发展和计划:

销售服务店必需制订和销售顾问相关人力资源开发和管理计划,形成完备人才培养机制,做到人尽其用、人尽其能,开成人才向必力和协力,从而给销售顾问发挥空间,并最大程度地为企业发明利润。

### **3.2 销售顾问职责：**

- 3.2.1 了解竞争对手动态、搜集市场信息。
- 3.2.2 走访并接待用户，向用户介绍汽车。
- 3.2.3 用户回访：售车一周、一月、以后每间隔三月回访用户，询问用户感受、需求，进行维护提醒，并注意用户不满意点甚至投诉情况，争取用户进店维修、换购、推介他人购车。
- 3.2.4 清洁展车展厅。
- 3.2.5 填报相关业务报表。
- 3.2.6 接收和完成领导临时交办任务等。

### **3.3 新进人员管理和销售顾问学习提升：**

- 3.3.1 新进入销售服务店人员必需接收销售服务店组织业务培训，并视其表现决定上岗时间；没有经过培训销售顾问一律不得上岗。同时，销售服务店应做好新进人员培养工作，使其立即融入团体。
- 3.3.2 销售顾问必需注意在学习中提升自己销售技巧，不停学习汽车知识，努力使自己成为一优异、专业销售顾问，并主动参与各品牌汽车和销售服务店组织和销售顾问相关培训。销售顾问应做好培训统计，培训完成后三天之内应主动上交培训总结或心得。

### **3.4 培训管理：**

- 3.4.1 销售服务店必需制订针对各品牌销售服务店销售顾问具体情况培训需求和培训计划，并主动参与各品牌汽车组织培训。销售服务店行政部应每三个月初向总经理汇报培训需求和培训情况，每十二个月12月下旬汇报下十二个月度培训计划、培训需求和预算，销售服务店应保留好培训统计、学员总结和培训汇报，并按次序编号方便查询。
- 3.4.2 销售服务店必需做好销售顾问培训后跟进。要激励销售顾问把所学知识应用于实践，要督促学员从培训过程中和培训后找到自己不足，帮助销售顾问更正自己缺点。应做到经过培训后销售顾问思想、行为和 sales 能力有很大程度提升，并注意保持销售顾问水平连续提升。

### 3.5 人员激励和等级管理：

- 3.5.1 销售服务店应重视对销售顾问激励，应对售车多、用户走访和回访作得发并有齐备统计销售顾问给予表彰，并在分成工资、奖金分配上加以区别。
- 3.5.2 销售服务店应依据销售顾问业绩、销售经验，培训情况和受教育程度等对销售顾问进行评定，并在工资定级、奖金分配等个人激励中给予表现。

## 第四章 销售服务店销售绩效管理规范

### 1. 概述：

#### 1.1 定义：

- 1.1.1 利用表格将销售服务店营业目标设定、绩效评定、车辆库存、活动讯息等作业情报进行指示称为看板管理，销售服务店经过看板对其营业活动进行掌控及统筹管理规范称为销售绩效管理规范。

## 1.2 目标:

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/037115144002006114>