



温州职教

职业教育汽车专业规划教材

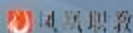
汽车营销

QICHE YINGXIAO

○主编 余长卫



江苏凤凰教育出版社



温州职教



职业教育汽车专业规划教材

汽车营销

QICHE YINGXIAO

主 编 余长卫
副主编 朱美华
编 写 顾利锋 黄斌斌
季亮亮 夏小芳



图书在版编目(CIP)数据

汽车营销 / 余长卫主编. —南京:江苏凤凰教育出版社,2016.1(2024.1重印)

ISBN 978-7-5499-5301-1

I. ①汽… II. ①余… III. ①汽车-市场营销学-教材 IV. ①F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 165523 号

职业教育汽车专业规划教材
书 名 汽车营销

主 编 余长卫
责任编辑 汪立亮
装帧设计 汤 欣
出版发行 江苏凤凰教育出版社
地 址 南京市湖南路1号A楼,邮编:210009
出 品 江苏凤凰职业教育图书有限公司
网 址 <http://www.fhmooc.com>
排 版 江苏凤凰制版有限公司
印 刷 三河市鑫鑫科达彩色印刷包装有限公司
厂 址 三河市李旗庄镇崔家窑,邮编:065200
电 话 0316-3456566
开 本 787毫米×1092毫米 1/16
印 张 10.5
字 数 253千字
版次印次 2016年1月第1版 2024年1月第12次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5499-5301-1
定 价 38.80元
批发电话 025-83677909
盗版举报 025-83658893

如发现质量问题,请联系我们。

【内容质量】电话:025-83658873 邮箱:sunyi@ppm.cn

【印装质量】电话:025-83677905

编委会

顾 问：沈 健 陈海燕 杨湘宁 孙真福
策 划：尹伟民 刘克勇 杨志霞 徐 宁 王巧林
主 任：杨 新
副主任：张荣胜 王国海 曹华祝 徐 忠 吴 魏
委 员：王稼伟 谢心鹏 陈志平 孙伟宏 甘志雄
许振华 张 波 张希成 马 松 吕成鹰
周 俊 王志强 潘晓群 张兵营 杨晓华
姜 峻 徐志方 黄学勇 王亮伟 杨建良
金玉书 缪世春 黄少基 陈乃军 李太云
邓立新 赵建康 芮新海 刘 波 秦榛蓁
缪正宏 王生宁 巫伟钢 孙秀华 王巍平
虞静东 季 军 黄 晨 葛伯炎 戴建坤
金同实 王胜发 王 伟 张圣琪 臧其林
庞志勤 刘 勇 黄熙宗 张伟贤 王慕启
徐祥华 陈大斌 冷耀明

总序

这套系列教材无论在体例设计与逻辑架构上,还是在内容构成与呈现形式上,皆是务实与创造并重、规范与创新兼备,显示着编写者宽阔的视野和开阔的思路,予人耳目一新之感。在共建共享的合作机制下,编写人员克服“繁、难、散、旧”等传统教材编写过程中容易出现的通病,着力于“实”,尝试于“新”,指向于“活”。内容选择紧扣产业发展与企业用工需求,内容呈现方式也更加灵活。不仅给教师使用时提供了发挥与创造的空间,也让这套教材更具柔性,为教学活动提供了更为广阔自由的空间。同时,该系列教材还体现了专业与专业之间的叠加整合,甚至是异构融合。在系列化的整体架构下,相关专业之间可以顾盼呼应、相互支撑,从而在各自独立成书的基础上形成系列化、集成化、规模化的总体效应。

教材的设计编写要为提高教育教学质量服务。我们基于工作过程开发的以典型工作任务或案例为主体的项目化教材充分体现了“专业与产业对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产对接”,教师要以开放的思维和姿态,充分利用教材中反映产业升级和技术进步的知识元素,调动学生内在的学习动力和发展潜力,引导学生在实践中学习,在学习中实践。

我们相信,这套教材通过广大师生的创造性使用,一定会展现出自身的个性化魅力,有力促进示范校建设迈向更高的发展层次。同时,我们也

真切地希望大家在使用中能及时反馈意见、提出建议,从而保证这套系列教材日臻完善。

编委会

前言



p r e f a c e

本系列教材是集中各国家职业学校本专业骨干教师,在多年实际专业教学实践的基础上,经教育同行广泛交流合作编写而成。

随着汽车营销专业开始作为各类职业学校汽车专业的主要专业培养方向,汽车营销课程也就成为该专业人才培养的核心课程之一。为了能更好的培养适合汽车销售岗位的人才,本教材依据目前职业教育项目化教学的教育理论来编写,以能力培养为主线,设计了四大模块并将四大模块进行项目化。具体四大模块内容包括汽车营销人员职业修养、汽车构造及性能指标、汽车销售流程、汽车营销法律法规。四大模块涵盖了汽车营销人员工作职责、汽车营销人员仪容与行为要求、汽车营销人员基本礼仪、汽车分类及基本行驶原理、汽车总体构造、汽车主要性能指标、集客活动/获取销售机会、展厅接待、需求分析、车辆展示、试乘试驾、报价和达成交易、新车递交、售后服务、汽车营销与《合同法》、汽车营销与《产品质量法》、汽车营销与保险一系列项目,每个项目下包括若干的学习任务,每个任务通过任务描述、任务目标、知识储备、任务实施、任务评价及任务测评这六个部分展开。通过理论学习和技能训练,达到了学以致用、强化技能培养的目的。

建议本书授课学时不超过100学时,可根据学生的类别和专业特点及教学的实际需要带领学生去当地的汽车销售公司进行实践,通过这样的教学活动,学生的综合销售能力一定会有所提高。

本教材由余长卫老师担任主编,参加编写的有顾利锋老师、黄斌斌老师、季亮亮老师、夏小芳老师、余长卫老师和朱美华老师。具体编写分工如下:模块一由夏小芳老师编写;模块二由黄斌斌老师编写;模块三的项目一、二和三由朱美华老师编写;模块三的项目四、五和六由顾利锋老师编写;模块三的项目七和八由余长卫老师编写;模块四由季亮亮老师编写。

本书可作为汽车专业中、高职学生教材,也可供汽车及相关行业管理人员、营销人员阅读使用。

由于水平有限,书中的不足之处,欢迎读者批评指正。

目 录

模块一 汽车营销人员职业修养

项目一 汽车营销人员工作职责·····	1
任务一 汽车营销人员的基本要求·····	1
任务二 汽车营销人员岗位职责·····	7
项目二 汽车营销人员仪容与行为要求·····	10
任务一 职业着装·····	10
任务二 仪容和形象修饰·····	15
任务三 职业仪态·····	19
任务四 谈吐修养·····	27
项目三 汽车营销人员基本礼仪·····	35
任务一 电话礼仪·····	35
任务二 服务接待·····	41

模块二 汽车构造及性能指标

项目一 汽车分类及基本行驶原理·····	46
任务一 汽车分类·····	46
任务二 汽车基本行驶原理·····	49
项目二 汽车总体构造·····	51
任务 认识汽车总体构造·····	51
项目三 汽车主要性能指标·····	57
任务 了解汽车主要性能指标·····	57

模块三 汽车销售流程

项目一 集客活动/获取销售机会·····	61
任务一 集客活动的组织·····	62
任务二 潜在客户的开发·····	68

项目二 展厅接待	73
任务一 展厅接待前的准备工作	73
任务二 展厅接待流程	76
项目三 需求分析	80
任务一 判断客户类型	80
任务二 需求分析的方法	82
项目四 车辆展示	86
任务一 车辆展示礼仪	86
任务二 车辆展示	96
项目五 汽车产品销售过程的试乘试驾	106
任务一 签订试乘试驾协议书	106
任务二 模拟试乘试驾	110
项目六 报价与达成交易	115
任务一 报价	115
任务二 达成交易	119
项目七 新车递交	124
任务一 交车服务的准备	124
任务二 交车服务的流程	126
项目八 售后服务	129
任务一 售后服务的内容	129
任务二 客户投诉处理	134

模块四 汽车营销法律法规

项目一 汽车营销与《合同法》	138
任务 汽车营销与《合同法》	138
项目二 汽车营销与《产品质量法》	145
任务 汽车营销与《产品质量法》	145
项目三 汽车营销与保险	151
任务 汽车营销与保险	151
参考文献	159

模块一 汽车营销人员职业修养

项目一 汽车营销人员工作职责

任务一 汽车营销人员的基本要求

任务描述

通过学生讨论和网上搜索,能够了解汽车营销人员有哪些素质要求,教师总结汽车营销人员基本素质和应具备的工作意识。

任务目标

1. 了解汽车营销人员的基本素质;
2. 掌握汽车营销人员的工作意识。

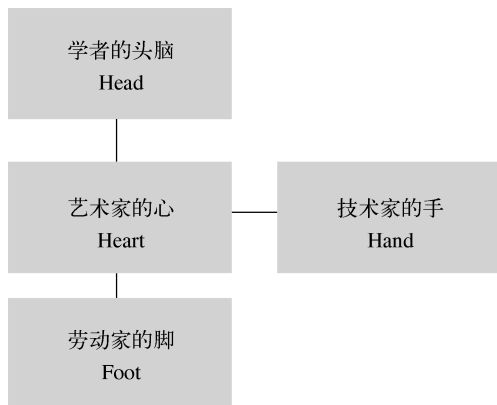
知识储备

一、汽车营销人员的基本素质

在发展一支成功的销售队伍过程中,企业一切产品与服务的销售都必须通过销售人员来

完成,在销售活动中销售人员即代表公司,要联系顾客,既要取得销售利润,又要为用户尽责,要完成如此艰巨的任务,就必须有较高的素质。

国外有学者将销售人员应具备的素质简称为“3H1F”模式。3H是指 head、heart 和 hand, 1F是指 foot. Head是指销售人员要有学者的头脑,要注重销售创新。Heart是指销售人员要有艺术家的心,要会观察市场和客户;Hand是指销售人员要有技术专家的能力,要了解产品及其使用的知识。Foot是指销售人员身体首先要健康,要能主动寻找客户。如图 1-1-1 所示。



国外有学者将销售人员应具备的素质, 简化为“3H1F”模式。

图 1-1-1 3H1F 模式

一般来说,一名合格的销售人员,应具备思想品德、心理素质、业务素质、能力素质等几方面的基本素质。

1. 销售人员的思想品德

(1) 实事求是。销售工作的实质在于通过买卖双方信息交流来达到销售产品和服务的目的。要使销售活动获得成功的基本前提是所传播的信息必须真实准确。严重的信息失真不仅会导致企业在客户心中名声扫地,而且会导致企业管理和生产决策的失误,给企业带来形象和经营上的损失。销售人员说话办事要表里如一,不可投机取巧,所作所为要禁得起顾客的检查与事实的考验。

(2) 讲究信用。我国有句俗语:“言必行,行必果。”无论对那个企业,信誉是至关重要的。对顾客做得到的才承诺,不承诺办不到的事情,一个企业的良好信誉甚至可以在关键时刻挽救企业。讲究信用是商务活动中的基本准则。作为销售代表,每发布一条信息,签订一项合同,承诺一桩购销协议,都应当想方设法去兑现。

(3) 遵纪守法。销售人员作为社会的一分子,他的一切活动都置于一定的法律规范之内。这就要求销售人员具有强烈的法制观念,遵纪守法,一切依法办事,真正做到执法、懂法、守法。

(4) 廉洁奉公。销售人员每天与各类公众打交道,最有机会获取信息、技术和商品,因此销售人员必须遵守廉洁奉公,不谋私利的道德规范。

2. 销售人员的心理素质

(1) 豁达大度。与不同顾客交往,敢于交往,善于交往,热情、豁达、平易近人、热忱相待。由于销售工作要接纳各种各样与自己性格、风格不同的人,所以要善于相处,并使顾客产生好感和信任感,从而提高销售效益。

(2) 自信。销售人员要使销售成功,必须对企业有信心,对产品有信心,对自身个人能力有信心。

(3) 坚韧顽强。销售人员常年在外奔波劳顿,要遇到许多挫折和失败,这就需要销售人员对所负担的工作有忍耐精神和坚持不懈的毅力。

3. 销售人员的业务素质

销售人员是否具备良好的业务素质,直接关系到他们的工作业绩。因此,优秀的销售人员就需要具备多方面的专业知识,并且要把多种专业知识内容化为自己头脑的知识体系和知识结构。

(1) 销售理论知识。销售理论知识及销售工作的基本理论,主要包括市场营销学、消费者行为学、广告学、传播学、顾客管理等方面内容。

(2) 销售环境知识。一般环境包括政治、经济、法律、社会文化、社会心理等,它对购买行为能产生较大的影响。因此销售人员必须了解他所面临的一般环境与作业环境。如销售人员必须了解销售区域内的风土人情、宗教信仰、交通运输、语言习惯等,而行业环境中特别要分析竞争对手,目标市场的变化等等,以利于克服工作中的困难,减少工作中的麻烦,促进销售工作的顺利完成。

(3) 销售实务知识。销售实务知识主要包括:企业知识、商品知识、市场知识、合同知识、结算知识、销售技巧等。

4. 销售人员的能力素质

能力是指一个人从事一定社会实践活动的本领,是销售人员十分重要的智能因素,一个人仅仅掌握知识是不够的,还必须学会运用知识。

(1) 观察能力。由于不同的人在天资、能力、个性、生活阅历、社会经验等方面存在着不同的差异,因而对一件事情就可能产生不同的看法。仁者见仁,智者见智,又由于各人所处的地位,负担的工作和生活习惯不同,从不同角度去观察问题时,也会得出不同的结论,如果某人具有敏锐的观察能力和行为上相应的灵活性,从这个角度看,该人就比较适合于从事销售工作。

(2) 应变能力。在日常工作中,销售人员所接触的顾客很复杂。很广泛,这就要求销售人员有认真观察对手的特点。掌握各地风土人情,生活习俗,了解社会各阶层的知识水平和涵养,以适应不同顾客的具体要求。一般环境的不断变化,竞争对手的此消彼长等不断加入,都要求销售人员具有适应变化的能力和技巧。销售人员在日常工作中还要机警灵敏,随时应付可能出现的顾客异议和突发事件。

(3) 控制情绪的能力。销售人员在工作中要与各种矛盾、冲突打交道。要处理各种突发事件和纠纷,并常常受到顾客冷淡、批评、拒绝、甚至挨骂的待遇,这就需要销售人员具有善于控制情绪的能力。要遇乱不慌、遇危不惊、有理有节、沉着应付、决不能任由情绪办事。

(4) 语言表达能力。能言善辩是做好一个销售人员的重要能力之一。销售人员必须具有良好的语言表达能力和应变活动能力,既是企业的外交家,又是企业的社会活动家,从而广交朋友。正如日本松下幸之助管理学所说:“培养销售人员一套完整合适的应对辞令,那就如虎添翼,一定达到销售的目的。”

(5) 社会交际能力。一个从事销售工作的人必须具备较为强大的交往能力,在任何场合都能应付自如。社交能力是衡量一个销售人员能否适应社会和做好本职工作的一条重要标准。与各界人士建立亲密的交往关系,懂得各种社交礼仪,比如日常的礼节,各种宴会聚会礼仪,公共场合礼节。在洽谈的过程中,往往有些问题是正式场合未得到解决,而在社

交场合却能得到圆满解决的。

(6) 动手能力与技术能力。销售人员在工作中,不能夸夸其谈,只说不做。仅有语言说服已不能促使顾客购买,还必须能够教会顾客使用方法,并掌握产品展示,现场广告策划及实施等技术,从而提高企业的形象与服务质量,使顾客感到满意,赢得顾客的信任,同用户建立起密切的关系,取得销售的成功。

(7) 组织能力。销售人员的工作就是开展多种形式的促销宣传活动,如各种纪念活动、重大的庆典活动、新闻发布会、记者招待会、用户联系会、商品展览会和日常接待,整理资料,编写宣传材料等工作。销售人员必须在每一项活动中都参与筹划安排。因此强有力的组织能力对一个销售人员来说是十分重要的。

(8) 创新能力。从事销售工作,大到一个总体计划的制订,小到一份请柬、一张名片的印制都可以有多种截然不同的做法。作为一名销售人员,要有“别出心裁”的创新精神,善于采用新方法,走新路子,这样他们的销售活动才能引起广大顾客的注意,取得良好的效果。

5. 销售人员的仪表与礼节

销售人员的仪表和礼节,既是内在素质的外在表现,也是自己日常修养与锻炼的结果,是文明风范的体现。仪表是指销售人员在销售活动中表现出的仪容、服饰、举止、谈吐等。它如同一张介绍信,给顾客留下第一个印象。因此,一流销售人员首先要成为一流社交家,用自己的仪表给顾客留下美好的印象。

(1) 仪容指一个人的长相和修饰。一个人长得美与丑是无法选择的,顾客也不会责怪。但是销售人员的仪容要大方、整洁、修饰得体、不能不修边幅、蓬头垢面和严重缺陷,要避免怪异形态。切不可浓妆艳抹,香气袭人。这样反而使顾客产生不好的印象。

(2) 服饰是服装与装饰的统称。它是销售人员的广告。俗话说:人要衣裳、马要鞍装。销售人员穿着以协调得体、稳重大方、整齐清爽、干净利落为宜。穿着要因时制宜,因地制宜。例如,访问办公室的客户宜穿西服佩领带;访问工厂则穿夹克衫更适宜。绝不要珠光宝气,使人觉得俗不可耐。销售人员除应注意仪容和服饰外,还应养成良好的言谈举止,注意礼节。

(3) 举止与谈吐反映一个人的文明修养程度与水平。举手投足,都要保持不卑不亢,与客人见面,要主动问好;接受别人帮助,要表示谢意;交谈时,要认真倾听客人的谈话,不随便打断别人的谈话,不左顾右盼,不冷言冷语;遇到不抽烟的客人,决不能“吞云吐雾”;宴会喝酒要适度,不要失态;递名片要用双手,接名片要先过目,后放入包中;不乱丢烟头,果皮和纸片,不随地吐痰,不在公共场所吸烟,不说脏话等等,要表现出很高的文明风尚。

二、汽车营销人员应具备的工作意识

这是一个需要时时刻刻思考如何适应外界变化如何适应竞争的压力时代,做为营销人员,在工作过程中首先应该注意以下工作意识的养成。

1. 职业化的定位

市场经济条件下,职业化将成为每个人安身立命的根本,职业化说白了就是:干一行爱一行、干一行专一行、干一行精一行。职业化要求每个人具备核心工作能力,你必须具备把自己本职工作干好的基本能力素质;你必须成为你所从事工作的专家;你必须能独当一面;你必须能体现出你存在的价值。

2. 认真负责的态度

对自己负责,对工作负责,为自己的职业生涯工作。自助方能被助,天助自助者。不要想

着自己是在打工仔,为老板打工,更应该为自己的声誉、能力、职业生涯而工作,自己对自己负责,为自己的身价打工。市场经济人才是有价的,你有什么样的工作能力,你就有什么样的身价,但前提是你的职业声誉好、道德水平要高、核心工作能力要强。

没有天生的老板,老板大多也是从打工仔积累经验、积累资金才完成的,你在为企业工作的同时,也学到了自强自立能力。

你必须对你的工作效率负责、对工作结果负责,不要以为可以推托,不要以为有些事别人看不到,事实上,群众的眼睛、领导的眼睛是雪亮的。

3. 终生学习的意识

(1) 终身学习观念。您必须有学习的意识与观念,还必须具备学习的能力,学习是一个人一生的事,不可能有结束的时候。

(2) 随时随地学习的意识。您不可能专门找出一段时间来学习,必须利用一切业余、空闲时间来学习提高。

(3) 广泛学习意识。向市场、对手、他人、朋友、同事、客户学习。

(4) 标杆学习的意识。您可以拿生活中、书本上的一个人、一个企业的成功之处当成自己的标杆,向他学习,并试图超过他,这样才能不断进步,标杆还可不断抬高。

4. 竞争与创新的意识

提高自己竞争力的最有效的方法就是不断创新、不断变化,不求变意味着你正在被淘汰。

今天不努力工作,明天就会努力找工作。

5. 团队意识与协作精神

最新的研究表明,对于大多数行业来说,一个人成功的重要因素中,情商的作用远远大于智商,情商与智商的作用在一个人成功的比例大约是7:3。情商除了自我情绪调节与控制外,更重要的是与人的沟通、协作、配合、相处的能力。靠一个人单打独斗创天下的时代已经一去不复返了,企业要成功、要发展壮大,就必须有一群志同道合的人共同努力,自从有了组织就有协调配合问题、就存在团队精神与意识问题。

6. PDCA 意识(图 1-1-2)

PDCA 意识是指在工作中首先有计划(即 P):确定目标,去积极准备资料、信息等;然后执行(即 D):根据目标,按照计划去推进工作并衡量效率;同时检查(即 C):检查进展情况,及时汇报、联络团队人员,对有问题的及时进行修改;最后行动(即 A):对总结检查的结果进行处理,成功的经验加以肯定并适当推广、标准化,失败的教训加以总结,以免重现,未解决的问题放到下一个 PDCA 循环。在实施中,一个循环完了,解决了一部分问题,可能还有其他尚未解决或者又出现了新的问题再进行下一次循环,争取完美的结果。

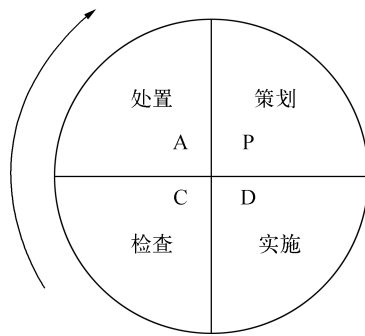


图 1-1-2 PDCA 循环



任务实施

分组练习:作为一名销售人员有哪些基本要求呢?需要掌握哪些技能呢?



任务评价

任务评价	<p>1. 自我检查评估： ① 是否达到活动预期要求？ <input type="checkbox"/> 完成 <input type="checkbox"/> 未完成 ② 自我评价：</p> <p>2. 组间互评：</p> <p>3. 指导教师评语：</p>
------	--



任务测评

一、判断题

1. 汽车营销人员的职业道德可以概括为：实事求是、真诚可信；公正无私、光明磊落；勤奋努力、精益求精。 ()
2. 员工素质主要包含知识、能力、责任心三个方面，其中能力是最重要的。 ()

二、简答题

1. 合格的汽车销售人员应该具备哪些工作意识？

2. 解释说明 PDCA 循环。

任务二

汽车营销人员岗位职责



任务描述

通过教师讲解,能够对汽车营销人员岗位职责有清晰的认识,并能约束自己的言行,明白一个汽车销售人员需要完成哪些具体的工作。



任务目标

能够明确汽车营销人员的岗位职责。



知识储备

汽车营销人员岗位职责如下:

(1) 负责整车销售服务和进店客户咨询服务。

通过专业知识、标准流程接待顾客,并为顾客解答咨询问题,为顾客提供服务,达成交易。

(2) 及时和准确地完成顾客记录。

销售人员在接待工作完成后,要及时填写顾客来店登记表,并分析与客户的沟通情况,考虑建立顾客档案,判定潜在客户。把握“MAN”原则:

M: MONEY,代表“金钱”。所选择的对象必须有一定的购买能力。

A: AUTHORITY,代表购买“决定权”。该对象对购买行为有决定、建议或反对的权力。

N: NEED,代表“需求”。该对象有这方面(产品、服务)的需求。

“潜在客户”应该具备以上特征,但在实际操作中,会碰到以下状况,应根据具体状况采取具体对策:

购买能力 购买决定权 需求

M(有) A(有) N(大)

m(无) a(无) n(无)

其中:

- M+A+N:是有望客户,理想的销售对象。
- M+A+n:可以接触,配上熟练的销售技术,有成功的希望。
- M+a+N:可以接触,并设法找到具有 A 之人(有决定权的人)。
- m+A+N:可以接触,需调查其业务状况、信用条件等给予融资。
- m+a+N:可以接触,应长期观察、培养,使之具备另一条件。
- m+A+n:可以接触,应长期观察、培养,使之具备另一条件。
- M+a+n:可以接触,应长期观察、培养,使之具备另一条件。

• m+a+n:非客户,停止接触。

(3) 每个月及时和准确地完成收入和销售目标工作表。

(4) 在交车三天内 100%地对顾客进行回访。

客户回访是寻找新的潜在客户,培养忠诚客户的重要环节。销售人员通过回访来确认客户是否满意,减轻客户可能产生的不满情绪。销售人员一般最少应在客户购车后的三天、十天、一个月、三个月主动与客户联系,了解相关情况,如有可能在客户进行车辆首保时陪同。

(5) 通过倾听顾客需求、提问找出需求、处理顾客抱怨和销售额外的服务,以提供优秀的顾客服务。

在销售过程中顾客往往对推销品、推销人员、推销方式和交易条件发出的怀疑、抱怨,提出否定或反对意见。销售人员在应对时可以采用转折处理法、转化处理法、以优补劣法、委婉处理法、合并意见法、反驳法、冷处理法等方法进行灵活处理。

(6) 正确和及时地完成文书工作和分配的工作。

及时上交计划与总结并做好相关文件的处理工作。

(7) 销售附件和金融保险产品。

汽车销售在销售汽车时还应向顾客推销本公司汽车附件,如汽车装潢、高档配件等。

同时推荐顾客在本公司购买汽车保险、代办车牌、汽车贷款等业务,并熟悉其业务流程。

(8) 及时、礼貌地回复来电,努力满足来电者的询问。

销售人员电话接听应注意电话声响马上接,以不超过三声为原则。保持笑容,使声音更富有感情。电话旁要准备笔记本、笔等用具。长话短说,简明明确。

(9) 用积极和值得回忆的方式向顾客交车。

交车是成交的最后环节,要赢得顾客的满意,完美的交车环节是顾客最开心、最期待的时刻。销售人员应能够按照交车确认、准备交车、交易过程、技术讲解、交车仪式、送别客户这些环节完成顾客交车,给顾客以完美的体验。



任务实施

学生分组进行讨论汽车营销人员岗位职责,组长进行总结比较。



任务评价

任务评价	<p>1. 自我检查评估:</p> <p>① 是否达到活动预期要求? <input type="checkbox"/> 完成 <input type="checkbox"/> 未完成</p> <p>② 自我评价:</p> <p>2. 组间互评:</p> <p>3. 指导教师评语:</p>
------	--

