

# 模块 3



## 售前准备与热情接待

### ◎ 学习目标



#### 1. 知识目标

- (1) 了解售前准备的重要性；
- (2) 能够描述客户在初次接待阶段的期望；
- (3) 能够列举售前需要准备的内容；
- (4) 能够描述电话接待的要点；
- (5) 能够描述展厅接待的要点；
- (6) 能够描述沟通与赞美的注意事项。



#### 2. 能力目标

- (1) 具备售前准备的能力；
- (2) 具备电话接待的能力；
- (3) 具备沟通的技巧；
- (4) 具备赞美的技巧；
- (5) 具备展厅接待的能力；
- (6) 具备严谨工作态度及爱岗敬业的精神。

### ◎ 案例导入

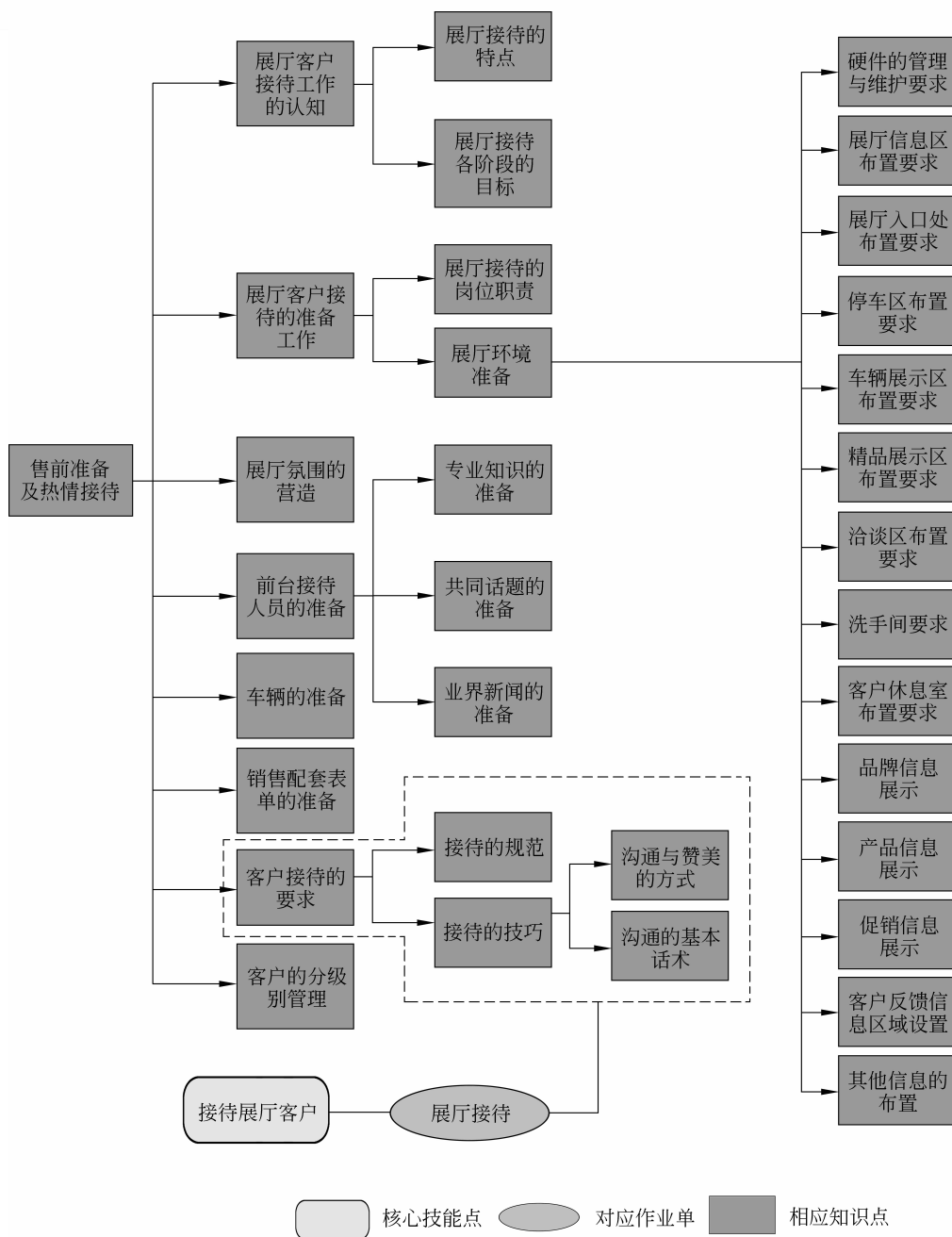
汽车服务与营销专业的大二学生小王特别喜欢销售工作,知道汽车销售有很大的发展空间,毕业后想做一名汽车销售顾问。但是,她对售前准备与展厅接待技巧不甚了解,希望提升自己的知识与技能。

### ◎ 学习方案

- (1) 上网更多了解相关内容和经典案例；
- (2) 多调研几家汽车经销商,写出调研报告,与同学分享。



# 拓 扑 图





## 3.1 展厅客户接待工作任务描述

在通常情况下,客户对购车会有一些疑虑,进入展厅时情绪处于防备状态。在销售过程中,热情、周到的接待可以建立积极的第一印象。专业化的接待将会消除客户的疑虑,并建立客户的信心,营造一种友好愉快的气氛。

### 1. 展厅接待的特点

来4S店的客户,大多数是第一次看车,他们既希望自己在看车的过程中不被打扰,能够自由、舒心的慢慢比较和选择,同时也希望得到4S店展厅内所有销售顾问的尊重和热情。因此,作为销售顾问,如何为客户营造一种惬意的购车环境,并提供优质的购车服务是必须要考虑和重视的。对于来店的客户,销售顾问要态度真诚并热情有度,要与客户在较短的时间内建立信心,并让他们愿意在展厅里逗留更长的时间,以利于销售活动的顺利开展,并获得更多的销售机会。

### 2. 展厅接待的目标

展厅接待的目标就是建立公司正面的形象。

留给客户第一印象的机会只有一次。第一印象一旦形成,很难改变,良好的第一印象等于成功了一半。它将会消除客户的疑虑,并建立客户的信心,营造一种友好愉快的气氛。

### 3. 汽车前台销售顾问的岗位职责

汽车前台销售顾问,不只是公司的门面,也是公司整体形象的最直观体现。汽车前台销售顾问人员对来电、来访人员所说的每一句话、做的每一个动作都会给对方留下深刻的印象。这不仅是对汽车前台销售顾问的印象,更是对公司整体的印象,所以汽车前台销售顾问在工作的过程中扮演着相当重要的角色。

在工作过程中,汽车前台销售顾问一定要注意自己的言行举止,对待每一客户都要认真,以同样的热情、周到的服务去为客户服务,让客户对自己、对公司都留下美好而且深刻的印象。在这一过程中,同等对待很重要。因为在工作的过程中,往往很难在第一时间就分清对方的身份,特别是在电话或与来访人员沟通的过程中,所以只有用积极热情的态度、周到的服务去对待每一位客户,才能做到尽善尽美,才能让双方在沟通中都享受到快乐。

汽车前台销售顾问的具体职责如下。

- (1) 接听外部电话,并负责转接给相应的部门及销售顾问。要求熟记各部门及销售顾问分机号。
- (2) 根据客户需求,将客户引导到相应部门或销售顾问处。
- (3) 准确记录电话访问及来访信息。具体内容包括姓名、试驾、意向车型、购买级别。



## 3.2 接待前的准备

在豪华汽车品牌专营店进行市场调研时,绝大多数公司的销售行为是基于汽车销售流程和规范进行的。规范汽车的销售流程、提升销售人员的营销技能和客户满意度,是当今各汽车公司以及各4S店的发展趋势。销售是一件面对变化的工作,应将复杂的销售过程分解为易于理解的、清晰的阶段目标和步骤,从而提升销量。标准化的流程,不但能提高销售成功率、提升品牌形象,更便于网络、团队内互相借鉴、经验共享,自我检查工作质量,规范记录和团队合作,使管理层和销售顾问之间的沟通更准确、更清楚。一个完整的汽车销售流程主要包括客户开发、客户接待、需求分析(咨询)、车辆的展示与介绍、试乘试驾、处理客户的异议、签约成交、交车服务及售后跟踪服务,如图3-1所示。

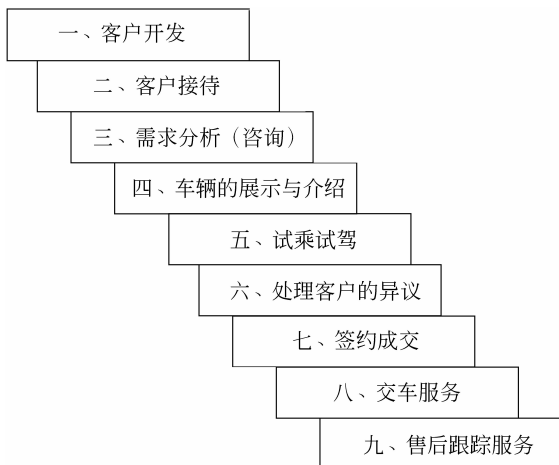


图 3-1 汽车销售流程

本节我们将着重讨论第二个环节,即客户接待。在客户接待前,还有一项非常重要的工作,即售前准备。这就好像家里来客人前,先要将家里收拾干净,准备点水果之类的。售前准备工作的目的在于展示销售顾客良好的专业形象,建立客户信心;充分利用各项工具和销售流程,顺利地开展工作;建立销售顾问的信心。拥有客户所期望的个人品质,销售顾问就可以提高销售业绩。这些品质包括:仪容仪表、专业化、可信赖、真诚、积极的态度。



### 3.2.1 展厅环境准备

良好的展厅环境可以树立良好的品牌形象,营造舒适的工作与购买环境,提高员工与客户的满意度。

#### 1. 展厅硬件的管理与维护

为建立展厅的新风格,展现品牌特色,并利于管理,可将展厅划为展厅信息区、展厅入



口处、停车区、接待台(值班台)、车辆展示区、精品展示区、洽谈区、洗手间、客户休息区。

#### (1) 展厅信息区

为了便于客户了解购车、用车的信息,展厅的信息布置应力求简单明确,内容具体,并易于客户阅读。展厅的信息包括品牌信息、产品信息、促销信息、客户反馈信息、其他信息。

① 品牌信息,用于介绍品牌文化,以挂旗、品牌形象展示架的形式布置在展厅上方空间、展厅入口处。

② 产品信息,用于介绍产品信息及主要卖点,以产品卖点展示架、易拉宝、大型窗贴海报的形式布置在展示车附近、展厅2楼、展厅玻璃墙。

③ 促销信息,用于介绍促销活动的信息,以横幅、易拉宝的形式布置在展厅洽谈区或入口处。

④ 客户反馈信息,包括提供客户意见箱,便于客户提供反馈信息,以及提供车主活动的信息、照片及用车保养的知识等,以客户意见箱、公布栏的形式布置在客户休息区附近。

⑤ 其他信息,包括购车常识、用车常识及其他客户感兴趣的信息,以易拉宝、宣传单页的形式布置在客户休息区。

#### (2) 展厅入口处

展厅入口处布置的目的在于树立××××特约店正面良好的第一印象,其管理要点包括:

- ① 雨伞及雨伞架;
- ② 入口处地面放置地毯;
- ③ 入口处标示营业时间;
- ④ 欢迎客户光临的标语;
- ⑤ 侧门路口应加装雨棚,利于客户进入展厅;
- ⑥ 店外的绿色植物应每周浇灌,避免灰尘密布。

#### (3) 停车区

特约店应为客户提供一个整洁、方便停车的环境,布置及管理要点主要包括:

- ① 出入口应方便车辆进出,宽度大于6m;
- ② 停车区标牌标识清楚,便于客户白天及晚上辨识;
- ③ 标牌干净明亮,无破损;
- ④ 停车区规划井然有序,易于出入;
- ⑤ 规划试乘试驾车专属停放区;
- ⑥ 员工车辆不得停放于客户停车区内。

#### (4) 车辆展示区

展厅应为客户提供一个具有吸引力,且易于接近的车辆展示空间,要点包括:

- ① 展示车整洁、表面无手印;
- ② 展示车功能正常、前座窗户放下、天窗打开,车内的塑料套应全部拆除;
- ③ 展示车的组合应兼顾车型与车色;
- ④ 车内不得放置任何宣传物及私人物品;