

“十三五”精品课程建设规划教材·汽车类

“十三五”精品课程建设规划教材·汽车类

汽车售后服务管理

QICHE SHOUHOU FUWU GUANLI

主 编 聂耳双 孟 旭 闫春丽



汽车售后服务管理

主 编 聂耳双 孟 旭 闫春丽

江苏大学出版社



江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

目 录

项目一 汽车售后服务接待	1
任务一 服务顾问岗位及服务内容	1
任务二 售后服务流程	10
任务三 接待礼仪	29
任务四 服务接待案件处理 ——东风悦达起亚 4S 店事故车接待案例	39
项目二 备件管理	42
任务一 汽车备件	42
任务二 备件订货管理	44
任务三 备件库房管理	49
项目三 索赔管理	56
任务一 汽车产品的质量担保	56
任务二 索赔条例	65
任务三 索赔程序	67
任务四 索赔件的管理	74
任务五 外出服务的管理规定	76
任务六 汽车生产企业对索赔管理的要求	77
任务七 索赔的财务结算	78
项目四 车间维修管理	82
任务一 汽车维护与修理概况	82
任务二 交车前检查与首保	88
任务三 汽车维修质量管理	94
任务四 汽车维修车间管理	101
任务五 5S 管理	108

项目五 经销商内部管理	121
任务一 人力资源管理	121
任务二 培训管理	134
任务三 专用工具、设备、资料的管理	137
任务四 信息与网络管理	141
项目六 服务营销与客户关系管理	152
任务一 服务营销概述	152
任务二 客户关系管理	156
任务三 客户满意及客户满意度	160
任务四 提高客户感受及服务意识	166
任务五 客户投诉及服务补救	171
项目七 特约经销商与汽车生产企业	178
任务一 特约经销商概况	178
任务二 经销商的组织机构	181
任务三 汽车生产企业的售后服务组织	183
任务四 汽车生产企业对经销商的管理与支持	186
参考文献	193

项目一 汽车售后服务接待

学习目标

1. 了解服务顾问的岗位职责。
2. 了解服务顾问应具备的条件及素质要求。
3. 掌握服务顾问的标准工作程序。
4. 掌握服务顾问的工作要求。
5. 学会车辆维修档案的建立。
6. 了解如何进行顾客回访。
7. 掌握服务接待基本礼仪。

任务一 服务顾问岗位及服务内容

一、服务顾问岗位

(一) 岗位概述

服务顾问是汽车维修时接待客户的专业服务人员，是客户和维修技师之间联系的纽带，需要了解基本的汽车知识和常见的汽车故障（见图 1-1）。

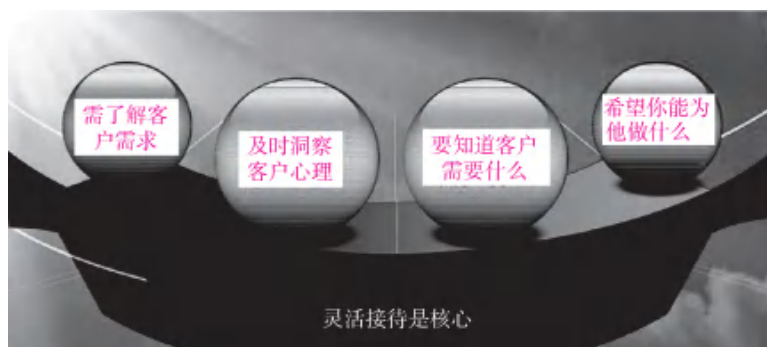


图 1-1 服务顾问岗位概述

服务顾问是使客户对企业产生美好第一印象的重要岗位，因为第一印象留在大多数人的记忆中是最深刻的。从客户将车停到业务接待厅的门前那一刻起，服务顾问对客户的接

待就开始了。从那一刻起，客户就应当感受到友好的氛围，特别是受到友好的问候，此时客户常常有意识或无意识地就决定了对企业的好感和信任程度。

客户是否满意，进而成为忠诚客户，服务顾问负有实质性的责任。不满意的客户会在熟人当中到处宣传其对企业的的天，由此带来的损失是不可估量的。优秀的服务顾问，可以化解客户的不满，挽回由于客户的不满而带来的损失，为企业创造最大的效益。

（二）岗位职责

①服从企业总经理和执行经理的领导，严格执行企业的各项规章制度，并对自己所负责的工作承担相应责任。

②负责受理客户提出的预约维修请求或向客户提出预约维修建议，经客户同意后，办理预约手续。

③负责接待咨询业务的客户或前来企业送修车辆的客户，认真询问客户的来意与要求（见图 1-2）。



图 1-2 接待咨询业务的客户

④负责配合技术人员对送修车辆进行诊断，确定维修内容和大致期限（见图 1-3）。



图 1-3 确定维修内容

⑤负责维修报价，告知客户预计交车时间和维修费用。

⑥负责与客户及车间维修人员办理维修车辆的交车手续。

⑦负责维修业务的日常进度监督。

⑧负责对维修增项意见的征询与处理。

⑨负责将竣工车辆从维修车间接出，检查车辆外观技术状况及有关随车物品，通知客户提车，准备客户接车资料。

⑩负责接待前来企业提车的客户，引导客户检视车辆，向客户汇报维修情况，办理结算手续，恭送客户。

⑪负责客户的咨询解答、电话回访与投诉处理。

二、服务顾问的重要性

进入 21 世纪以来，随着汽车行业竞争的加剧，国内汽车制造企业、汽车销售服务有限公司和汽车维修企业越来越重视汽车售后服务的接待工作。服务顾问的地位在售后服务中越来越凸显出来。客户对业务接待的第一印象往往代表着对汽车维修企业的总体认识，参与业务接待的服务顾问的工作质量，已逐渐成为衡量汽车维修企业服务质量好坏的重要标准之一。不仅汽车制造企业和绝大部分汽车维修企业的管理者这样认为，在实际的服务工作中，我们发现客户也是通过对服务顾问的评价去感知服务水平和服务质量的高低。这也说明服务顾问在汽车售后服务中的重要性得到客户和管理者的重视。

一个汽车维修企业是否设置服务顾问岗位，会使客户对其满意度和忠诚度产生很大的差异。从客户的角度来说，如果汽车维修企业设立了服务接待岗位，其员工严格按照服务规范执行，树立良好的服务形象，将会给客户留下美好的印象，进而会认为这家汽车服务企业管理到位，服务规范，服务水平上档次，服务态度好，形成一定的信任度。如果服务顾问能够专业地解释汽车维修、保养、索赔、维修报价和汽车使用方面的知识，并随时对客户车辆出现的问题做出准确判断，进而促使车辆的一次性修复率提高，使客户的期望得到满足，那么客户满意度和忠诚度更会得到提高。此外，随着客户忠诚度的提高，客户不仅自己会固定在此接受服务，还会将其亲身体验告诉他所能够触及的交际群体，建议他们也来此接受服务，这样会给企业带来更大的价值。相反，如果客户到一家汽车服务企业，到店时或没人理睬，或汽车使用中的疑问无人能够准确、及时给予解答，维修费用不明不白及维修时间无人告知，客户随即就会对服务质量产生反感，该客户有可能再也不来此店接受服务了。无论是对汽车制造企业，还是对服务企业来说，服务接待都是企业的窗口，它是企业与客户交流，让客户体验服务品质的重要接触点。其本身代表着这两种不同企业的共同形象，关乎制造企业品牌的价值，服务企业的生存发展。因此，无论是哪种类型的企业都应该认识到服务顾问这一岗位的重要性：做到精心选拔人才，严格进行服务接待、服务礼仪和汽车维修技能培训，全面提升专业水平，并指导其提高与其他岗位人员（如维修人员、配件人员等）共同完成企业的经营目标的团队意识和工作执行力。

总结服务顾问的作用有以下几点：

①能体现汽车服务企业的总体形象和规范的经营管理水平。

②是客户与汽车服务企业之间进行业务联系的纽带。

③通过服务顾问与售后服务各个环节进行协调，使企业内部各部门之间明确职责，步调一致，提高服务效率和质量，提升客户满意度。

④有效协调客户与维修企业、汽车制造企业三者之间的利益，使之达成一致，增加三方的信任度和提升相互间的配合程度，进而提升整个服务体系的工作效率。

⑤及时更新客户信息及其车辆全部信息，为维修回访等后续工作提供基本信息支持。

三、服务顾问的服务内容

服务顾问这个角色之所以重要就在于他或她是客户进入维修站第一个碰到的人，如果服务好，客户信赖度就高。另外，服务顾问也可能是客户在维修站唯一接触的人，因为客户的时间有限、专业知识不足，所以，很容易将爱车交给服务顾问后就放心地去等待结果，一直到结账时取到发票付款。因此，理论上讲，服务应该是由服务顾问从头包到尾的整体工作。

服务顾问的服务内容就是建议客户做最好的维修项目，以保障车辆的长期使用。因此，服务顾问的专业性是客户的依赖。只要说服力强，就可以对客户提出最适合的建议，这将有助于维修站业绩的稳定提升。服务顾问需掌握维修站的工作流程及工作进度，以便确保客户的车辆维修进度，能在客户认可的时间内顺利完成，或者提前告知客户车辆状况，使车主能提早有心理准备。服务顾问必须站在客户的立场，为客户检查爱车，使客户的交修项目能逐项完成并在结账时为客户说明发生的费用，使客户从进站到交车能有完整的服务，以使得客户满意。

（一）服务顾问应具备的条件

根据各汽车4S店的调查现状和汽车工业的发展水平，一个合格的前台接待必须具备下列条件：

- ①品貌端正，口齿伶俐，会说普通话，具有较强的语言表达能力和随机应变能力。
- ②熟悉汽车维修、汽车材料、汽车配件知识及汽车保险知识，并有一定的实践经验。
- ③接受过业务接待技巧的专业培训。
- ④熟悉汽车维修和保养的价格结算工作流程，以及工时单价和工时定额，具有初步的企业财务知识。
- ⑤有驾驶证，掌握4S店管理软件的一般使用方法。
- ⑥具有高度的责任心、良好的职业道德和心理素质。

案例

李先生最近买了一辆通用别克凯越轿车。因为不小心右后车门被划伤，他开车到一家维修企业进行维修，服务顾问热情地接待了他，详细记录了车辆的损伤情况，并且绕车仔细检查了其他部位，发现左前门还有一道划痕。于是通知李先生并征求意见：是否一起修理？李先生感到很惊奇，由于自己忙于工作，没有注意到这道划痕。服务顾问向李先生说明了具体的费用，李先生愉快地接受了。

案例解析：案例中服务顾问的热情、认真、礼貌增加了顾客的满意度，同时增加了4S店的营业额。本案例中服务顾问认真细致地检查车辆，在交车之前发现车辆其他部位的损伤避免了不必要的纠纷。

（二）服务顾问的素质要求

1. 品格素质

- ①忍耐与宽容是优秀接待人员的一种美德。

- ②不轻易承诺，说了就要做到。
- ③勇于承担责任。
- ④拥有博爱之心，真诚对待每一个人。
- ⑤谦虚是做好客户服务工作的要素之一。
- ⑥强烈的集体荣誉感。

2. 技能素质

- ①良好的语言表达能力。
- ②丰富的行业知识及经验。
- ③熟练的专业技能。
- ④优雅的形体语言表达技巧。
- ⑤思维敏捷，具备对客户心理活动的洞察力。
- ⑥具备良好的人际关系沟通能力。
- ⑦具备专业的客户服务电话接听技巧。
- ⑧良好的倾听能力。

3. 综合素质

- ①“客户至上”的服务观念。
- ②工作中独立处理问题的能力。
- ③各种问题的分析解决能力。
- ④人际关系的协调能力（风见 1-4）。

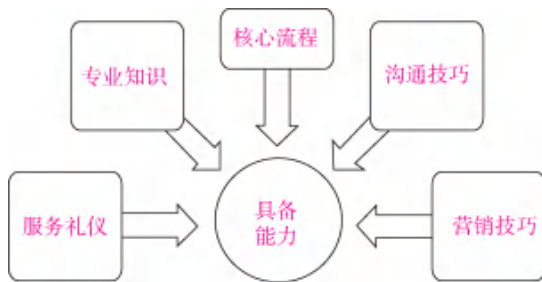


图 1-4 服务接待应具备的能力

（三）服务顾问的业务要求

①要树立“顾客就是上帝”的服务宗旨。前台接待要充分认识到客户是企业的生存之本，是企业职工的衣食父母。

②接待要有一定的技巧。在业务接待中会遇到各种各样的客户，对不同类型的客户要采用不同的方法。例如，有的客户对一切都斤斤计较；有的客户软磨硬泡，让人无法招架，对此，服务顾问要把与这些人谈判看作是对自己锻炼的机会，磨练自己的意志和提高谈判技巧。在接待这类客户时一定要有所思想准备，把握住谈判的底线，耐心与之谈判。对于个别野蛮客户也要有一定的对策，应据理力争，并用情和理阐明自己的态度，必要时求

助于政府部门和公安机关解决问题。

③前台接待应气质高雅，接待客人应亲和友善，同时要有精湛的车辆故障判断能力。前台接待是第一个与客户接触的人，给客户留下的第一印象至关重要，业务接待人员技术精湛，会增强客户对企业的信任感。

④前台接待应有良好的业务水平，如接车检验、业务估价、完工结算、事故评估、合同签订等。

（四）服务顾问的工作程序及要求

1. 接待客户

（1）工作内容

①见到客户驾车驶进公司大门，立即起身，带上工作用具（笔、接修单）走到客户车辆驾驶室边门一侧向客户致意（微笑点头）。当客户走出车门或放下车窗后，应主动向客户问好，表示欢迎（一般说“欢迎光临!”），同时做简短自我介绍。

②如客户车辆未停在4S店规定的接待车位，应礼貌引导客户把车停放到位。

③简短问明来意，如属简单咨询，可当场答复，然后礼貌地送客户出门并致意（一般讲“请走好，欢迎再来”）。如属需诊断、报价或进厂维修的情况应征得客户同意后进接待厅商洽；或让客户先到接待厅休息，4S店工作人员对车辆检测诊断后，再与客户商洽。情况简单的或客户要求当场填写维修单和预约单的，应按客户要求办理手续。

④如属新客户，应主动向其简单介绍4S店售后服务的内容和程序。

⑤如属维修预约，应尽快问明情况与要求，填写预约单，并呈交客户，同时礼貌告知客户“请记住预约时间”。

（2）工作要求

接待人员要文明礼貌，仪表大方整洁、主动热情，要让客户有宾至如归的第一印象。客户在接待厅坐下等候时，应主动倒茶，并示意“请用茶”，以表示待客礼貌热忱。

2. 业务答询与诊断

（1）工作内容

在客户提出维修养护方面的诉求时，4S店接待人员应细心专注倾听，然后以专业人员的角度，通俗的语言回答客户的问题。在客户车辆需做技术诊断才能做维修决定时，应先征得客户同意，然后接待人员开始技术诊断。接待人员对技术问题有疑问时，应立即通知技术部专职技术员迅速到接待车位予以协助，以尽快完成技术诊断。技术诊断完成后应立即打印或填写诊断书，应明确车辆故障或问题所在，然后把诊断情况和维修建议告诉客户，同时把检测诊断单呈交客户，让客户进一步了解自己的车况。

（2）工作要求

在这一环节，4S店接待人员要态度认真细致，善于倾听，善于专业引导。在检测诊断时，动作要熟练，诊断要明确，要显示4S店技术上的优越性、权威性。

3. 业务洽谈

(1) 工作内容

①与客户商定或提出维修项目，确定维修内容、收费定价、交车时间，确定客户有无其他要求，将以上内容一一填入维修单，请客户过目并决定是否进厂。

②客户审阅进厂维修单后，如果同意进厂维修，接待人员应礼貌地请其在客户签字栏签字确认；如果不同意进厂维修，应主动告诉并引导客户到收银处办理出厂手续；如果车辆经过4S店诊断或估价的，还应通知客户交纳诊断费或估价费。办完手续后应礼貌地送客户出4S店，并致意“请走好，欢迎再来”。

(2) 工作要求

与客户洽谈时，要诚恳、自信，为客户着想，不卑不亢、宽容、灵活，要坚持“顾客总是对的”观念。对不在厂维修的客户，不能表示不满，要保持一贯的友好态度。

4. 业务洽谈中的维修估价

(1) 工作内容

与客户确定维修估价时，一般采用“系统估价”即按排除故障所涉及的系统进行维修收费。对一时难以找准故障所涉及系统的，也可以采用“现象估价”，即按排除故障现象进行维修收费。这种方式风险大，4S店定价时应考虑风险价值。对维修内容技术含量不高，或市场有相应行价的，或客户指定维修的可以用“项目定价”，即按实际维修工作量收费。这种方式有时并不能保证质量，应事先向客户做必要的说明。维修估价洽谈中，应明确维修配件是由4S店还是由客户提供，用正厂件还是副厂件，并应向客户说明。凡客户自购配件，或坚持要求关键部位用副厂件的，4S店应讲清楚维修质量不能担保，并在维修单上说明。

(2) 工作要求

这一环节中，4S店业务接待人员应以专业人员的姿态与客户洽谈，语气要沉稳平和，灵活选用不同的估价方式，要让客户对4S店有信任感。同时应尽可能说明4S店价格的合理性。

5. 业务洽谈中维修质量与交车时间的承诺

(1) 工作内容

业务洽谈中，要向客户明确承诺质量保证，并向客户介绍4S店承诺质量保证的具体规定。要在掌握公司现时生产情况下承诺交车时间，并留有一定的余地。特别要考虑汽车配件供应商情况。

(2) 工作要求

要有信心，同时要严肃，特别要注意4S店的实际生产能力，不可有失信于客户的心态与行为。

6. 办理交车手续

(1) 工作内容

客户在签订维修合同（即维修单）后，接待人员应尽快与客户办理交车手续，接收客

户随车证件（特别是二保、年审车）并审验其证件的有效性、完整性、完好性，如果有差异应当场与客户说明，并做相应处理，请客户签字确认差异。

接收送修车时，应对所接车的外观、内饰表层、仪表座椅等做一次视检，以确认有无异常。如有异常，应在维修单上注明。对随车的工具和物品应清点登记，并请客户在随车物品清单上签字，同时把工具与物品装入为该车用户专门提供的存物箱内。

接车时，对车钥匙（总开关钥匙）要登记、编号并放在统一规定的车钥匙柜内。对当时油表、里程表标示的数字登记入表。如即时送车于车间修理的，车交入车间时，车间接车人要办理接车签字手续。

（2）工作要求

视检、查点、登记要仔细，并礼貌地请客户在维修单上签名。

7. 礼貌送客户

（1）工作内容

客户办完全部送修手续后，接待员应礼貌告知客户手续全部办完，礼貌暗示可以离去。客户离去时，接待员应起身致意送客，或送客户至业务厅门口，致意“请走好，恕不远送”。

（2）工作要求

热情主动、亲切友好，注意不可虎头蛇尾。

8. 为送修车办理进车间手续

（1）工作内容

客户离去后，迅速整理维修单，如属单组作业的，直接由业务部填列承修作业组；如属多组作业的，应将维修单交车间主管处理。

由业务接待员通知清洗车辆，然后将送修车送入车间，交车间主管或调度，并同时交随车的维修单，请接车人在维修单指定栏签名并写明接车时间，时间要精确到 10 分钟。

（2）工作要求

认真对待、不可忽视工作细节，更不可省略应办手续。洗车工作人员洗完车后，应立即将该车交业务员处理。

9. 追加维修项目处理

（1）工作内容

业务部接到车间关于追加维修项目的信息后，应立即与客户进行电话联系，征求对方对增项维修的意见。同时，应告知客户由增项引起的工期延期。得到客户明确答复后，立即转达到车间。如客户不同意追加维修项目，业务接待员即可口头通知车间并记录通知时间和车间受话人；如同意追加，即开具维修单填列追加维修项目内容，立即交车间主管或调度，并记录交单时间。

（2）工作要求

咨询客户时，要礼貌。说明追加项目时，要从技术上做好解释工作，事关安全时要特别强调利害关系。此时要冷静对待客户的抱怨，不可强求客户，应当尊重客户的选择。

10. 查询工作进度

(1) 工作内容

业务部根据生产进展定时向车间询问维修任务的完成情况，询问时间一般定在维修预计工期进行到70%~80%的时候。询问完工时间和维修有无异常。如有异常应立即采取应急措施，尽可能不拖延工期。

(2) 工作要求

要及时询问，以免影响准时交车。

11. 通知客户接车

(1) 工作内容

①做好相应交车准备：车间交出完工验收车辆后，业务人员要对车辆做最后一次清理，包括清洗、清理车厢内部，查看外观是否正常，清点随车工具和物品并放入车上。结算员应将该车全部单据汇总核算，此前要通知车间与配件部收缴有关单据。

②通知客户接车。完成一切准备工作之后，即提前1小时，或提前4小时（工期在2天以上包括2天）通知客户准时来接车，并致意“谢谢合作！”。如不能按期交车，也要按上述时间或更早些时间通知客户，说明延误原因，争取客户谅解，并表示道歉。

(2) 工作要求

通知前，交车准备要认真；向客户致意、道歉要真诚，不得敷衍了事。

12. 接待取车客户

(1) 工作内容

①主动起身迎候取车的客户，简要介绍客户车辆维修情况，指示或引领客户办理结算手续。

②结算。客户来到结算台时，结算员应主动礼貌向客户打招呼，并示意客户在台前座位落坐，以示尊重，同时迅速拿出结算单呈交客户。当客户同意办理结算手续时，应迅速办理，当客户要求打折或提出其他要求时，结算员可引领客户找业务主管处理。

③结算完毕，应开具该车的出厂通知单，连同该车的维修单、结算单、质量保证书、随车证件和车钥匙一并交到客户手中，然后由业务员引领客户到车场做随车工具与物品的清点和外形视检，如果客户无异议，则请其在维修单上签名。

④客户办完接车手续，接待员送客户出厂，并致“××先生（小姐）请慢走。”“祝一路平安，欢迎下次光临！”

(2) 工作要求

在整个结算交车过程中动作、语言要简练，不使客户觉得拖拉繁琐；清点、交车后客户签名不可遗漏；送客要至诚。

13. 客户档案的管理

(1) 工作内容

客户进厂后业务接待人员当日要为其建立业务档案，一般情况下，一车一档案袋。档

案内容有客户有关资料和客户车辆有关资料、维修项目资料、修理保养资料、结算资料、投诉资料，一般以该车维修单内容为主。老客户的档案资料表填好后，仍存入原档案袋。

(2) 工作要求

建立档案要细心，不可遗失档案规定的资料，不可随意乱放，应放置在规定的车辆档案柜内，由专人保管。

14. 客户的咨询解答与投诉处理

(1) 工作内容

客户电话或来业务厅咨询有关维修业务问题，业务接待人员必须先听后答，倾听要细心，不可随意打断客户；回答要明确、简明、耐心。答询中要善于正确引导客户对维修的认识，引导其对4S店实力和服务的认识与信任；留意记下客户的工作单位地址、联系电话，以便今后联系。客户投诉无论电话或上门，业务接待员都要热情礼貌接待，认真倾听客户意见，并做好登记、记录。倾听完意见后，接待员应立即给予答复。如不能立即处理的，应先向客户表示歉意并明确表示下次答复时间。

处理投诉时，不能凭主观臆断，不能与客户辩驳争吵，要冷静处理。投诉对话结束时，要致意“××先生（女士），感谢您的信任，一定给您满意答复”。

(2) 工作要求

受理投诉人员要有公司大局观，要有“客户第一”的观念，投诉处理要善终，不可轻慢客户。客户对4S店答复是否满意要做记录。

15. 跟踪服务

(1) 工作内容

根据档案资料，业务人员应定期向客户进行电话跟踪服务。跟踪服务的第一次时间一般选定在客户车辆出厂2~7天内。

(2) 工作要求

跟踪电话时，要文明礼貌，尊重客户，在客户方便时与之通话，不可强求；跟踪电话要有一定准备，要有针对性，不能漫无主题，用语要简明扼要，语调应亲切自然。要善于在交谈中了解相关市场信息，发现潜在维修服务消费需求，并及时向业务主管汇报。

任务二 售后服务流程

汽车4S店的服务业务操作总体上包含预约、接车、维修、交车和回访共5个关键环节，这些关键环节首尾相接形成以顾客为中心的闭环的服务流程。在每个环节上，服务人员均以顾客和车辆为关注核心，按照给定的服务操作标准辅以灵活的技巧进行非技术或技术的服务操作，以保证整个过程的服务质量，进而让顾客获得全过程的良好服务体验。

销售服务店应建立完备的车辆维修档案，并设立24小时服务热线，作为售后服务工作的基础。售后服务部根据销售部已售车辆的资料和首次来店维修车辆的资料建立车辆维

修档案，并不断地维护、更新。24 小时服务热线应尽量采用整齐、便于记忆的固定电话号码；24 小时服务电话作为销售服务店售后服务部门向顾客公开的唯一联系电话，接受顾客的预约、咨询、求援和投诉等业务。

一、车辆维修档案的建立和顾客回访

（一）车辆维修档案的要求

对于已经配备“4S 店售后服务管理软件”的销售服务店，可以利用管理软件建立车辆维修档案；对于尚未配备“4S 店售后服务管理软件”的销售服务店，可以利用 Excel 电子表格文件建立车辆维修档案，该电子表格的每一行记录一部车辆的全部信息。无论采取何种方式，车辆维修档案的每一部车辆档案应包含“车辆信息”“顾客信息”“维修档案”和“回访”等内容，相关栏目、栏目内容和填写规范如下：

1. 车辆信息

【VIN】栏：填写完整的 17 位车辆识别码。

【车型】栏：填写乘用车具体型号。

【牌照号码】栏：填写完整的车辆行驶证上的号码。

【变速箱】栏：填写“AT”或“MT”表示自动变速箱或手动变速箱信息。

【颜色】栏：填写乘用车车身外部颜色，如富士白、古堡蓝、丝绸灰、沙滩黄、墨石绿等。

【发动机号】栏：填写完整的 8 位发动机号码。

【购车日期】栏：填写购买车辆的时间，以购车发票显示的日期为准，格式为：2010 - 10 - 10。

【购车里程】栏：填写购买车辆时里程表显示的数值和单位，如 15 km。

【用途】栏：填写“公”表示公务/商务用车，填写“私”表示私人用车，或填写“营运”表示出租车等运营用车，或填写“特殊”表示赛车等特殊用途。

【销售商】栏：填写售车的销售服务店简称，以产品质量保证书的“用户登记表”为准。

2. 顾客信息

【车主】栏：填写车辆所有者的姓名，以行驶证显示的信息为准。

【使用者】栏：填写现阶段使用车辆的顾客姓名。

【联系电话】栏：填写车主或使用者的有效联系电话。

【电子邮箱】栏：填写车主或使用者常用的电子邮箱。

【联系地址】栏：填写车主或使用者可以收到信件详细地址和邮编。

3. 维修档案

【第Ⅳ次来店日期】栏：根据维修工单填写，格式为：2010 - 10 - 10。

【第Ⅳ次维修内容】栏：包含“维修项目”，如首保等；“建议维修但未修项目”“行驶里程”，填写车辆来店维修时的里程数值和单位，如 6 000 km；“服务顾问”，填写名字或代码；“维修工单号”，格式为：月份（2 位数）+日期（2 位数）+当日顺序号（3 位数），如 1010055。

4. 回访

【回访日期】栏：填写回访顾客的时间，格式为：2010-11-11。

【回访内容】栏：填写首次售后回访或保养提醒等回访内容，如首保提醒等。

（二）车辆维修档案的建立

对于销售服务店售出的新车，顾客管理员应每天根据销售部门转来的新销售车辆的顾客资料录入管理软件或 Excel 版车辆维修档案；对于其他销售服务店售出、首次来店售后服务的车辆，根据维修工单，由服务顾问或专人录入管理软件，或由顾客管理员录入 Excel 版车辆维修档案。

（三）售后服务环节的顾客回访工作

售后服务环节的顾客回访有 3 种：首次售后回访、车辆保养提醒和维修跟踪回访，均由顾客管理员进行回访。

“首次售后回访”针对销售服务店售出新车的顾客，以“车辆维修档案”为管理工具，必须在档案建立后的 3 天内进行，回访内容包括询问新车使用情况和建立售后服务关系。“车辆保养提醒”针对所有在档顾客，以“车辆维修档案”为管理工具，按照预计该车辆的下一次保养时间提前 1 周进行车辆保养提醒。

每次完成首次售后回访或车辆保养提醒后，将车辆维修档案的“回访日期”和“回访内容”栏更新为下一次回访的时间和内容。“维修跟踪回访”针对来店维修的顾客，以“维修工单”和“维修服务跟踪回访表”为管理工具进行回访。

二、预约

预约服务的实现具有多种形式，它是企业与客户提前约定在某一时间进行的服务。这是汽车维修服务发展的一大趋势，也是有效提高客户满意度的重要手段。它一方面能够合理地安排维修作业工作量，另一方面又能节省客户的维修等待时间，从而提高维修企业的快速服务水平，切实体现企业的服务品牌。

完善的预约系统能有效地将维修业务平均分配到各个营业时间段，保证有充足的时间接待每位客户，使各个工作环节更加高效和顺畅，从而提高客户满意度。对于客户而言，实施预约服务有以下意义：可以方便地根据自己的日程安排服务时间；减少非维修等待时间；可以指定专属的服务人员，快速、优先维修，保证交车时间；企业事先准备相关事项（备件、技师、工具、资料、维修方案等）；通过电话诊断，客户能初步了解相关情况（费用、时间等）。

对于企业而言，实施预约服务有以下意义：控制客户入厂时间，防止集中在高峰期入厂，接待可以合理分配时间，减少客户抱怨；提前确认零件库存，提高零件及时供应率；有计划地调度车间生产，确保工作效率；留出足够的维修能力接待非预约客户。

（一）预约工作流程

预约分为主动预约和被动预约。主动预约为客户主动打电话预约，相关人员做好电话记录，安排好预约事项。被动预约为公司向客户预约，如在保养提醒或者维修事务的处理中，接受预约后及时下单。其具体的工作流程如图 1-5 所示。

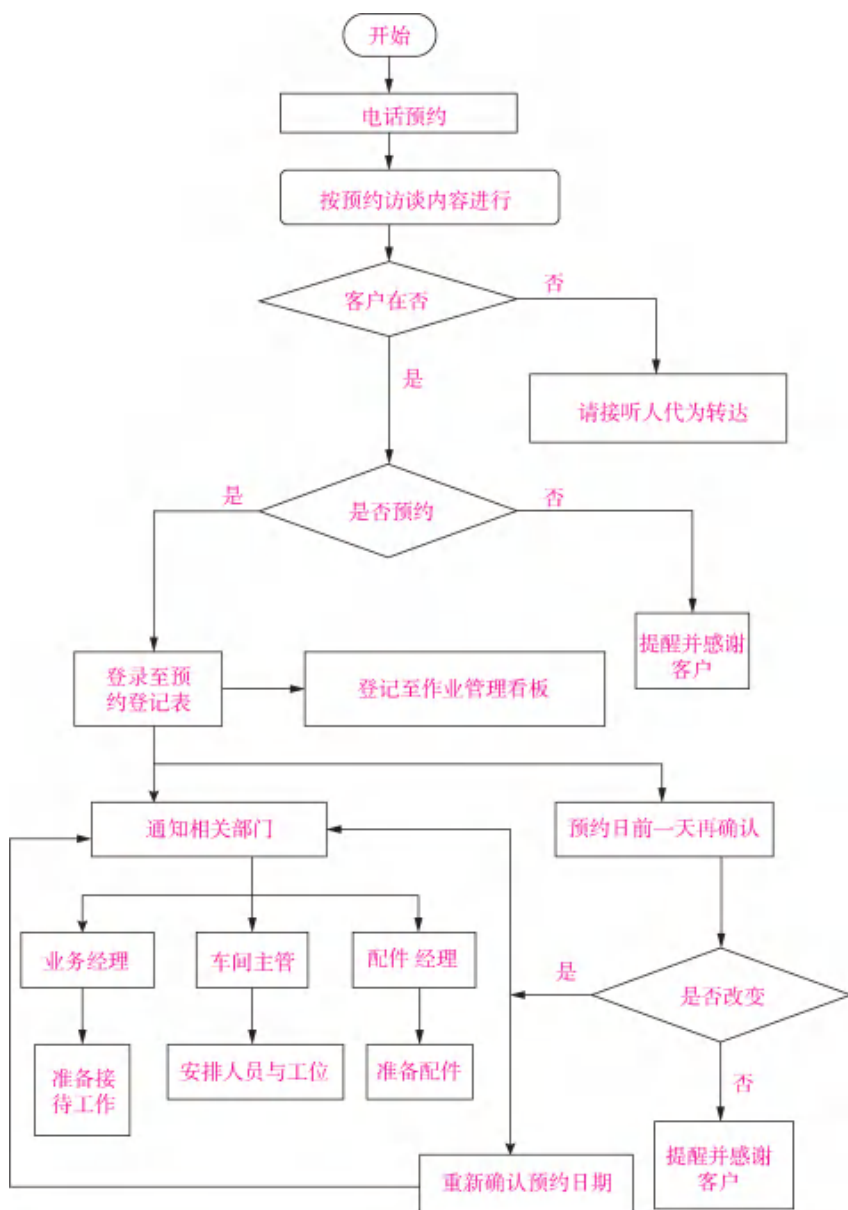


图 1-5 预约流程

(二) 预约的话术

1. 预约确认话术

“××先生/小姐，您好，我是××服务助理×××，您在××号预约的今天××点来我店进行维护保养，请问您今天能准时到吗？”

（客户能准时到）“好的，那麻烦您在××点前后半小时左右到店，再次感谢您的预约。我们稍后见。”

（客户不能准时到）“××先生/小姐，您预约的时间在前后半小时都是有效的。如果

超过半小时，系统将不再当作预约处理，那样的话您可能享受不到相应的优惠。您看您能否确定一个具体的您方便的时间，我们为您做相应的预约时间变更（提供我公司有空时间段给客户选择），以保证您能享受到便捷、优惠的服务。”

（客户能够赶过来）“好的，请您尽快，我们稍后见。”

2. 预约接受的话术

“您好，我是××服务助理×××，请问有什么可以帮您？”

（客户叙述需要预约保养）“好的，请问您打算预约什么时间前来维护保养呢？”

（客户叙述了需要过来保养的时间）“××先生/小姐，请问您的车牌号码是多少呢？”
（若客户是首次保养，或电脑内查不到该客户的相应信息，则需要询问客户汽车的车架号和发动机号）

（客户叙述了车牌号码并准确记录下来）“××先生/小姐，我已经记录下您的车牌号和您预约前来的时间（向客户复述并确认），我会预先为您安排好服务顾问，希望您到时能准时前往我店。”

“××先生/小姐，感谢您来电预约，那么我们××时间（预约时间）见！”

“您好，我是××服务助理×××，请问有什么可以帮您？”

（客户叙述需要预约保养）“好的，请问您打算预约在什么时间前来维护保养呢？”

（客户叙述了需要过来保养的时间）“××先生/小姐，非常抱歉，我们预约维护保养是需要提前一天以上的，您看您其他时间方便过来吗？（提供我公司有空时间段给客户选择）我很高兴为您安排另外的您方便的时间。”

“××先生/小姐，非常抱歉，您预约的这个时间已经有另外的客户提前预约了，为了保障您及其他客户的利益和维护保养的等待时间，您看您能否重新选择一个您方便的时间过来？（提供我公司有空时间段给客户选择）我很高兴为您安排另外的您方便的时间。”

（客户不愿意）“××先生/小姐，如果您后面实在没有时间的话，您也可以现在来我店，只是您可能享受不到相应的预约客户才有的优惠。”

（客户愿意）“××先生/小姐，很高兴能为您服务，再次感谢您来电预约，那么我们稍后见！”

“如果您的保养进行了预约，并能按照预约时间准时到达，那么您将享受保养项目工时费用××折，保养项目配件××折的预约优惠政策。本优惠仅针对保养项目，如产生其他维修项目的话，还是要按照正常的收费标准进行收费。”

（三）预约工作标准

1. 预约开始

- ①电话预约。
- ②顾客现场预约。
- ③跟踪回访预约。

如果在跟踪回访中顾客提出预约服务，则顾客管理员应在“预约信息传递表”（见表 1-1）中详细记录“预约内容”并参照维修工单，完整地填写预约信息传递表，填写完毕后，在“记录人”栏签字后递交给服务主管。

表 1-1 预约信息传递表

×××4S店预约信息传递表					
预约时间		牌照号码		车型	
用户姓名		联系电话		记录人	
预约内容					

2. 记录顾客预约服务内容

初步达成的来店日期，只提供时间段为第二天至第四天的预约服务，按照日期使用每日唯一一份的“服务预约登记表”（见表 1-2）；根据来电预约和现场预约的内容，详细填写服务预约登记表；跟踪回访预约，根据服务主管或顾客管理员转来的预约信息传递表的内容详细填写服务预约登记表。

表 1-2 业务预约登记表

×××4S店服务预约登记表××××年××月××日星期×							
序号	预约时间	用户姓名	联系电话	车型	牌照号码	预约内容	服务顾问
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

3. 和顾客约定服务时间

查看“预约管理看板”（见表 1-3）上显示的维修资源情况；和顾客初步确认当天具体来店时间，并填写在服务预约登记表“预约时间”栏中；提供 2 个时间，让顾客选择最方便的时间；若可以确定，告知顾客费用预算和预计交车时间。

表 1-3 预约管理看板

×××4S店预约管理看板××××年××月××日星期×											
时间 维修班组	8: 00	9: 00	10: 00	11: 00	12: 00	13: 00	14: 00	15: 00	16: 00	17: 00	18: 00
机电											
机电											
机电											
钣金											
油漆											

4. 预约信息内部传递

服务顾问及时在对应的预约管理看板上标识预约占用维修资源情况；服务顾问及时填写预约“看板管理标签”（见表 1-4）上的“牌照号码”、“交车时间”和“服务顾问”栏，并将看板管理标签标识在对应的预约管理看板上；每天将服务预约登记表汇总至服务主管处。

表 1-4 看板管理标签

车牌号码			
服务顾问		交车时间	月 日
			时 分

5. 服务资源落实

服务顾问落实维修需要的各种资源，如配件等。若由于配件等因素与事先预约产生冲突，应尽快联系顾客说明情况，取得顾客谅解并取消或重新进行预约；若与事先预约无冲突，提前致电顾客再确认。

6. 提前致电顾客再确认

服务顾问应提前半天致电顾客，确认顾客是否能按约定时间前来。若不能，询问原因，调整预约管理看板和服务预约登记表的预约时间，或取消预约；若能按照约定时间来

店，进入服务前准备工作。

7. 服务前准备工作

服务主管按照“谁记录谁接待”的原则安排一对一接待的服务顾问，必要时做出调整并在服务预约登记表和看板管理标签的“服务顾问”栏中更改；每个服务顾问分配约15分钟接待一个预约顾客，尽可能预留一个服务顾问接待非预约顾客；服务主管、车间主管和车间调度在每天结束营业后，依据次日预约管理看板的内容确定维修班组并将看板管理标签转移到接待前台的维修作业看板上，并提前更新其他两块预约管理看板的日期；服务顾问根据对应的预约信息和车辆维修档案准备维修工单及接待车辆的防护用品等。至此，顾客预约工作流程结束，进入接车服务流程。

案例

王先生是公司的老板，生意繁忙。这两天他感觉他开的捷达轿车加速时有些发抖，于是他开车到经常光顾的一家维修站。刚一进门就看见业务接待桌前围了很多，他等了半天才排上队，开好了派工单。王先生将车开进维修车间，看到车间车辆满满的，车间主任告诉他来的不是时候，再有半个小时才能给他检修，而什么时候能修好车间主任也说不清楚。这期间不停地有人打电话找王先生有事，王先生有点儿不耐烦了，决定不修了，就这样，他开着带病的车返回了单位。一连几天，他都开着这辆车办事，虽然有点儿不舒服，也只好勉强这样。忽然有一天，他接到一个电话，是他曾经去过的另外一家修理厂的服务小姐打给他的，问他车辆状况怎么样。他把一肚子委屈一股脑地向服务小姐倾诉，服务小姐问他什么时候方便，可以与我们预约，提前给他留出工位，准备好可能用到的配件和好的修理工。王先生想了想，决定次日早晨9点去。第二天早晨8点，服务小姐就给王先生打电话，说一切工作准备就绪，问王先生什么时间赴约，王先生说准时到达。当王先生9点开车到达修理厂时，业务接待员热情地接待他，并拿出早已准备好的维修委托书，请王先生过目签字，领他来到车间。车间业务虽然很忙，但早已为他准备好了工位和修理工。修理工是一位很精明的小伙子，他熟练地操作仪器检查故障，最后更换了4个火花塞后，故障就排除了，前后不到半个小时。王先生很是高兴，从此他成为这家修理厂的老客户。

案例分析：预约可以缩短客户等待时间，保证客户按约定的时间修车和取车，减少客户抱怨，提高客户满意度。

三、接车

（一）接车服务工作流程

接车服务流程如图1-6所示。

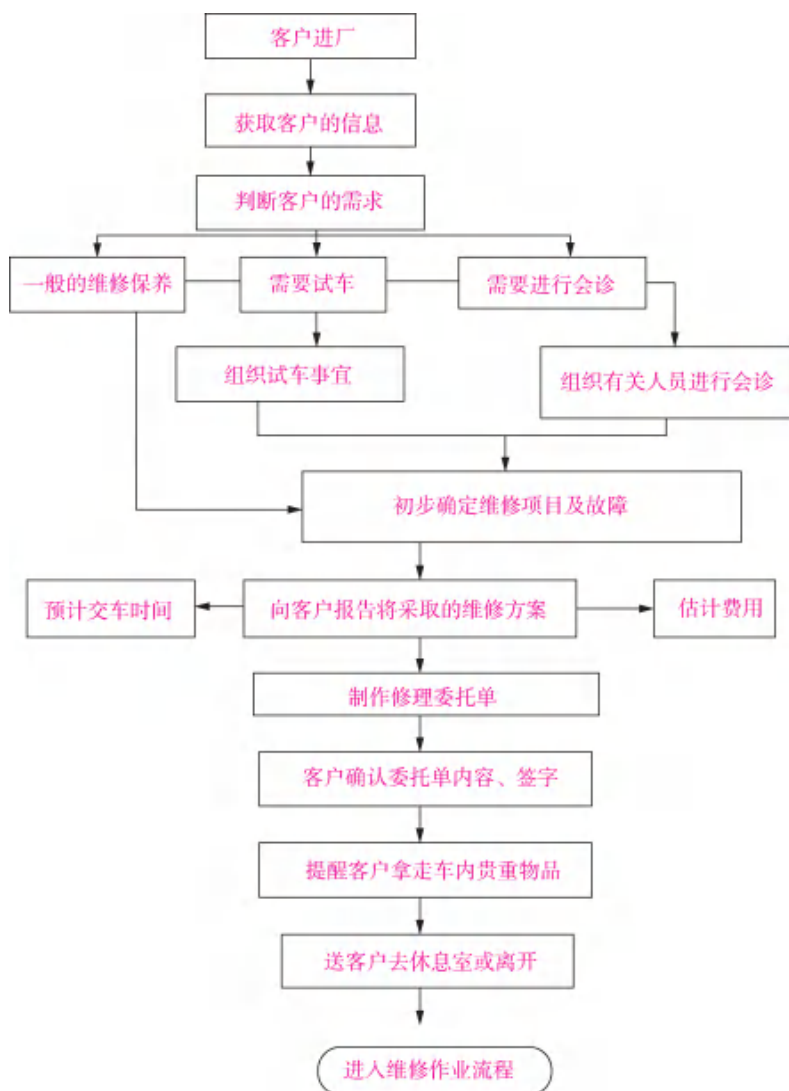


图 1-6 接车流程

(二) 接车服务工作标准

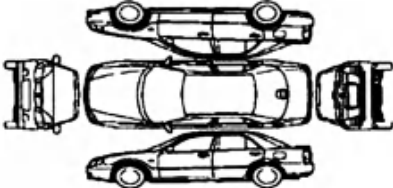
1. 车辆进店，迎接顾客

车辆进店，服务顾问起身迎接顾客，将车辆引导至指定停车区停放；面带微笑、热情地为顾客打开车门；引导顾客前往维修接待前台，并注意照料顾客。

2. 倾听顾客描述故障

服务顾问获取“维修工单”（见表 1-5）的同时填写下一份维修工单的单号；首先关注顾客的抱怨和需求，倾听顾客对故障的描述，用顾客的语言记录在维修工单的“维修内容”栏；必要时快速查找车辆维修档案，获取车辆历史维修记录；填写维修工单的“服务顾问”和“开单时间”栏。

表 1-5 ×××4S 店维修工单

服务顾问		开单时间		约定取车时间	
顾客姓名		VIN			
联系电话		牌照号码			
电子邮箱		发动机号		车型	
联系地址					
交车前车辆状况：				维修授权	
☐ 备胎 ☐ 随车工具 ☐ 千斤顶 ☐ 轮圈盖 ☐ 点烟器 ☐ 烟灰缸 ☐ 防盜锁 ☐ 灭火器 ☐ 脚垫_____张 ☐ CD 碟_____张					
行驶里程：				结算取车	
	维修技师	工时	维修内容	工费（保修）	工费（顾客）
1					
2					
3					
4					
工时费用小计/元					
	配件（A 类）和辅件（B 类）名称或代码		类别	材料费用（保修）	材料费用（顾客）
1					
2					
3					
4					
材料费用小计/元					
其他					
质检		结算		费用总计/元	保修 顾客

3. 车辆防护措施

服务顾问拿取车辆方向盘套、座椅套、换挡杆套、脚垫等防护用品，当面对顾客的车辆进行防护。

4. 进行互动预检或确认故障，记录维修项目

根据车辆维修档案，如果车辆超过半年或 10 000 km 没有进行过任何的维护保养，则建议顾客进行全面的互动性预检；服务顾问亲自确认顾客所描述的故障，进一步明确故障现象，在维修工单对应的“维修内容”栏填写必要的补充内容；必要时请技术顾问协助确定维修项目；将顾客不同意维修的项目备注于“其他”栏。

5. 费用估算，预计交车时间

确定各个维修项目所需的时间并填写在维修工单“工时”栏，并在对应的“工时费用”栏填写金额（区分保修和顾客付费）；确定各个维修项目所需的配件并在维修工单“配件（A 类）和辅料（B 类）名称或代码”“类别”“材料费用”栏填写相应内容；在顾客离开前确认所需主要配件的库存；假如发生拖车和/或可能的的外委维修，则在维修工单“其他”栏填写并向顾客说明；基于以上 3 个方面进行费用估算；预计交车时间并填写在维修工单“约定取车时间”栏；向顾客解释费用估算和预计的取车时间，由顾客决定是否维修，如果顾客同意维修，进入交修前的车辆状况，如果顾客不同意维修，进行相关结算，送走顾客。

6. 恢复车辆，相关结算，送走顾客

取下车辆防护用品，恢复车辆；陪同顾客结算可能产生的费用，如检测费；礼貌送走顾客，并欢迎下次光临；服务顾问接车服务流程结束。

7. 记录交修前车辆状况

当面检查车辆的钣金、油漆、行驶里程、燃油剩余量、随车附件等情况，若有异常情况及时和顾客现场确认；在维修工单的“交修前车辆状况”栏记录上述相关信息。

8. 顾客签字授权、委托维修，钥匙交接

完善维修工单信息；快速查找车辆维修档案，获取车辆和用户信息；只在维修工单上填写主要信息，包括“顾客姓名”“联系电话”“牌照号码”“车型”“VIN”等；同时和顾客进行信息确认（包括“电子邮箱”和“联系地址”等），若有变更，填写新的信息并使用下划线标识；若是新用户，利用产品质量保证书或保养和保修手册和行驶证填写维修工单上的所需信息，并获取车辆维修档案所需的以下信息：“变速箱”“颜色”“购车日期”“购车里程”“用途”“销售商”等；顾客在“顾客签字”栏的“维修授权”位置签字对维修工单所列项目进行授权委托维修；维修工单（顾客联）交由顾客保管；接受顾客车辆的钥匙并妥善保管。

9. 提醒顾客取走车上贵重物品

提醒顾客取走车上的现金和贵重物品；将车上其他剩余物品放置于杂物箱或行李舱中妥善保管。

10. 引导顾客至休息区或送走顾客

如果顾客现场等待，则引导顾客至休息区；如果顾客不需现场等待，则礼貌地送别顾客；服务顾问或指定专人将车辆移至待修区。至此，接车服务流程结束，进入维修作业和质量检验流程。

四、维修作业和质量检验流程和工作标准

（一）维修作业和质量检验工作流程

维修作业和质量检验工作流程如图 1-7 所示。

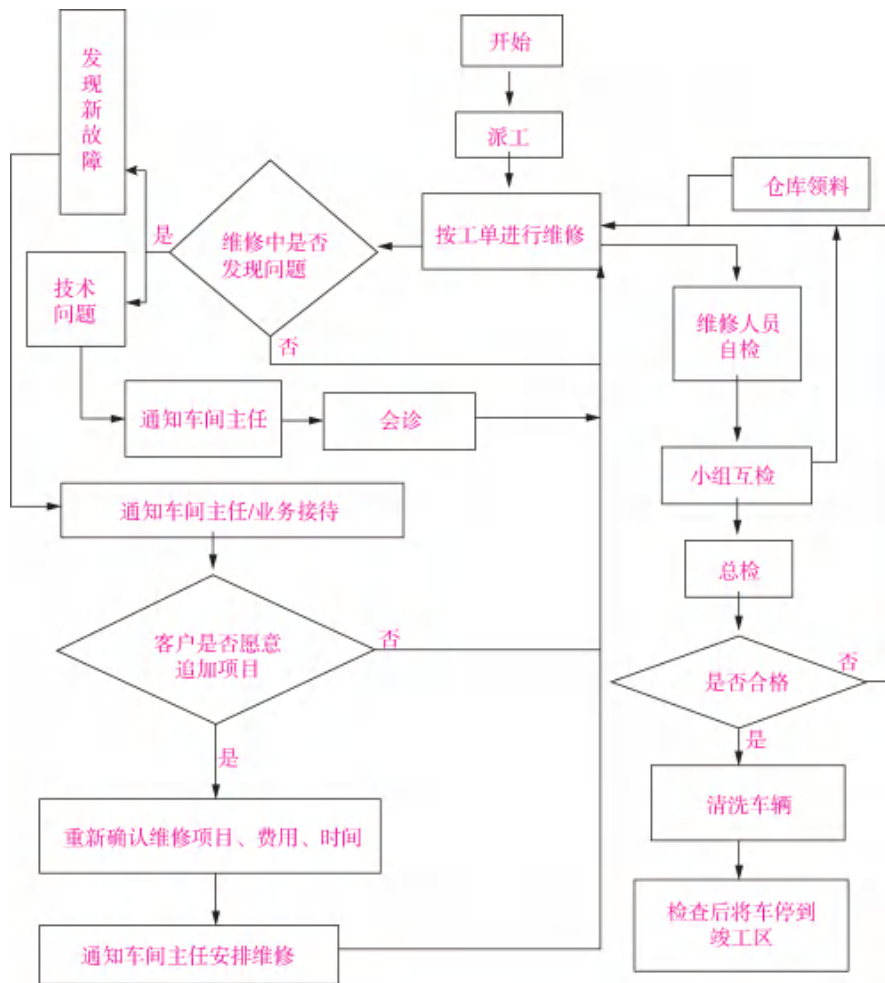


图 1-7 维修和质量检验流程

（二）维修和质检

1. 服务顾问移交工单和钥匙，车间调度派工

服务顾问填写 2 份相同内容的看板管理标签，并将其中一份置于接待前台的“维修作业看板”（见表 1-6）“等待派工”栏；服务顾问将维修工单和车辆钥匙一并移交给车间调度，并进行必要的工单解释；然后依据维修工单由服务顾问或专人将信息录入自行配备的 4S 店售后服务管理系统；车间调度根据车间维修资源利用状况进行派工，在维修工单的“维修技师”栏内填写负责对应项目作业的维修班组代码；车间调度优先安排预约车辆的维修派工；车间调度完成派工后，标识、更新接待前台和维修车间的维修作业看板，将该车

辆的看板管理标签从维修作业看板的“等待派工”栏移动至在修状态区，进行目视管理。

表 1-6 维修作业看板

×××4S店维修作业看板××××年××月××日星期×											
时间 维修班组	8: 00	9: 00	10: 00	11: 00	12: 00	13: 00	14: 00	15: 00	16: 00	17: 00	18: 00
机电 1											
机电 2											
机电 3											
钣金 1											
油漆 1											
等待派工		等待顾客答复		等待配件		等待质检		等待交车			

2. 移动车辆

车间调度将维修工单置于对应车辆的仪表台上方；维修技师/车间调度从待修区移车至维修工位。

3. 作业前准备

维修技师使用翼子板护罩对车辆进行防护；维修技师以维修工单为领料授权凭证到配件仓库领取所需要的零配件和相关辅助材料。

4. 维修作业

维修技师按照维修手册的作业标准和维修工单上的项目进度要求开始维修作业；将拆换下来的废旧零配件妥善包装好，在包装壳上标记维修工单号或车辆牌照号码，并置于规定的存放区；若维修中发生异常情况：发现新的维修项目、配件短缺、完工延误等，则进入信息传递；若没有发生异常情况，完成维修后，进入维修班组自检。



案例

某修理厂接收了一辆雷克萨斯 GX400 轿车，该车蓄电池亏电。业务接待开好维修作业单后，客户就离开了。维修人员将车开到工位进行检查，发现是发电机调节器损坏，打电话与客户联系，客户同意更换。车一会儿修好了。当客户来提车的时候，向厂长反映车的音响不好用了。经检查这辆车有音响防盗系统，从现在的情况看是音响锁死了。询问客户音响密码，客户说不知道该车密码，但知道音响以前是好用的。

厂里的人不知怎么解开密码，于是聘请了一位专家，解开了密码，并付了1 000元劳务费。由于误了客户的时间，客户很不满意。

案例分析：接待员在断开蓄电池前，应检查音响是否已被锁死，若已经锁死应向客户反映；若没锁死，应询问客户音响密码；在无密码的情况下，不应断开蓄电池电缆。在维修作业中更应该注意工作流程和工作标准。

5. 信息传递

维修技师尽快将情况向车间调度反馈；车间调度第一时间将信息反馈给服务顾问，并将该车辆的看板管理标签移至维修作业看板的“等待顾客答复”或“等待配件”栏。

6. 联系顾客：估价与交车时间变更

服务顾问获取该车辆的维修工单，重新进行费用估算和交车时间预计；服务顾问联系顾客，将维修过程中发现新项目或零配件出现短缺等情况向顾客反馈，详细解释由此引起的费用和交车时间变更，争取顾客的理解；服务顾问将维修过程中发现的追加项目填写在维修工单的“维修内容”栏，必须在征求顾客同意后方可继续维修作业；若顾客认可维修情况的变化，维修工单经由车间调度传递给维修技师，进入作业前准备；若顾客不认可维修情况的变化，在维修工单“其他”栏备注情况，维修工单经由车间调度传递给维修技师，进入维修班组自检。

7. 维修班组自检

维修技师根据维修手册对所属班组负责的维修项目的作业质量进行自我检验，若没有通过自我检验，则进行返修，移动车辆；若通过自我检验，但需要变换工种继续作业的在维修工单对应维修项目的“维修技师”栏签字确认完成自检，移交维修工单给车间调度；车间调度继续派工给其他班组后更新维修作业看板，移动车辆；若通过自我检验，且已经完成所有修工单对应维修项目的“维修技师”栏签字确认完成自检，移交维修工单给车间质检员后，将看板管理标签移至维修作业看板的“等待质检”栏；进入车间质检验收。

8. 车间质检验收

质检员根据维修工单的维修内容，按照验收标准对维修质量进行验收；质检员将验收情况记录于维修工单的背面；没有通过验收的，质检员将情况反馈给车间调度，车间调度继续派工返修，更新维修作业看板；通过验收的，质检员在维修工单正反两面的“质检”栏签字确认，进入清洁车辆。

9. 清洁车辆，移至竣工车位

质检员或其他指定人员移车至车辆清洗区；洗车员清洗车辆；车辆清洗完毕，洗车员通知质检员；质检员或其他指定人员移车至竣工车位，将维修工单和钥匙传递给车间调度；质检员将维修工单（企业联）交给技术顾问进行分析并存档。

10. 将工单和钥匙移交给服务顾问

车间调度将维修工单和钥匙移交给服务顾问；车间调度将对应的看板管理标签移至维修作业看板的“等待交车”栏。至此，维修作业和质量检验流程结束，进入交车

服务流程。

五、交车

(一) 交车服务工作流程

交车服务工作流程如图 1-8 所示。

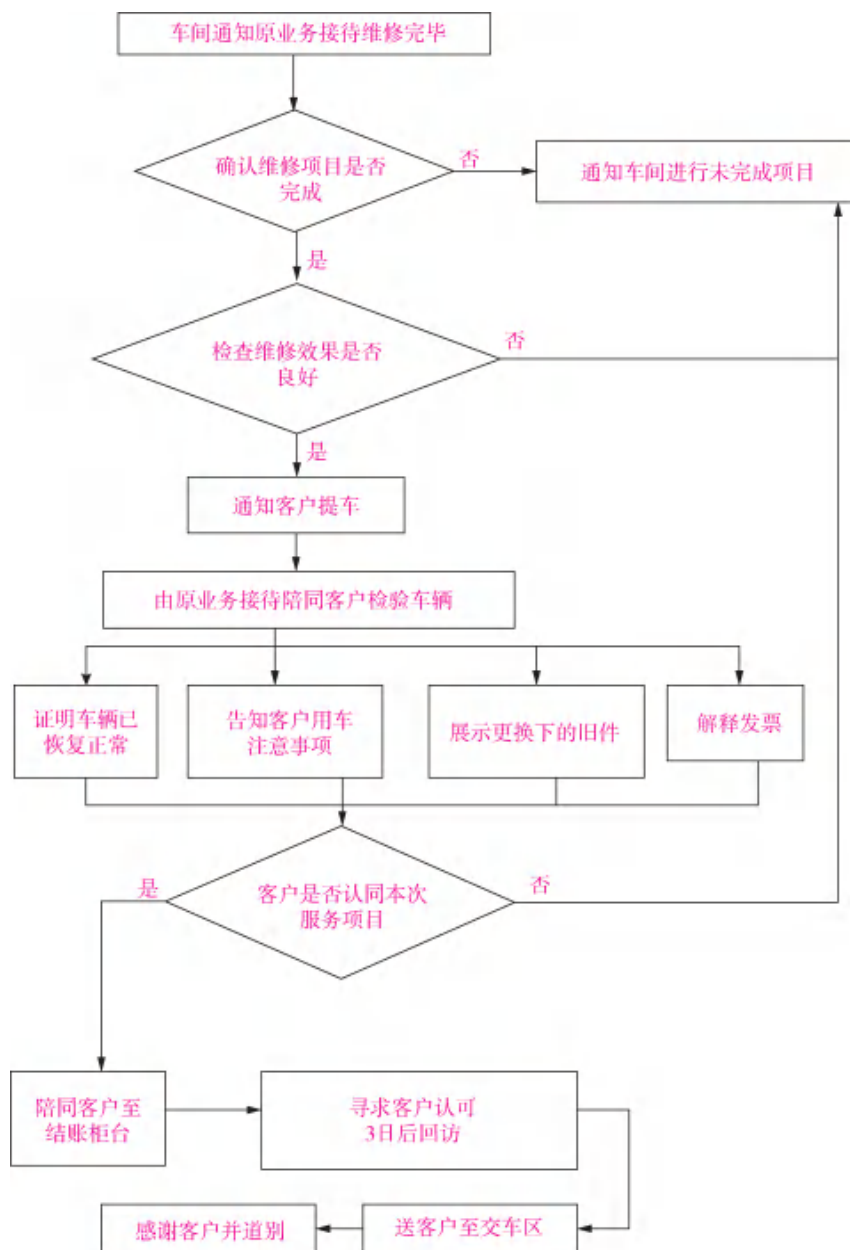


图 1-8 交车流程

（二）交车服务工作标准

1. 服务顾问获取竣工车辆的工单和钥匙

服务顾问从车间调度处获取竣工车辆的维修工单和钥匙。

2. 服务顾问亲自确认竣工车辆状况

亲自确认维修工单上的项目已经完成；亲自确认车辆已经清洗干净。若车符合交车标准，进入服务顾问通知顾客结算和取车；若车辆未完全修复，不符合交车标准，进入车间返修。

3. 车间返修

服务顾问通知车间调度安排返修；执行维修作业和质量检验流程，进入服务顾问获取竣工车辆的工单和钥匙。

4. 服务顾问通知顾客结算和取车

服务顾问准确完成维修工单计价（区分保修和顾客付费），并将维修信息输入维修管理系统（针对软件辅助管理的4S店），打印结算单；备妥该车辆拆换下来的废旧零配件；通知顾客结算和取车。

5. 服务顾问解释所有完工项目和收费内容，必要时和顾客一起路试验车

从维修作业看板的“等待交车”栏取下该车辆的看板管理标签；根据维修工单向顾客解释所完成的维修项目、更换的零配件信息和相应的费用明细；向顾客出示该车拆换下来的废旧零配件，由顾客决定是否带走；陪同顾客验收车辆，必要时一起进行路试验车；询问顾客对维修质量是否还有疑问；若顾客未完全满意，进入车间返修；若顾客满意，顾客签字验收。

6. 顾客签字验收

请顾客在维修工单的“顾客签字”栏的“结算取车”位置或结算单上签字验收；若维修工单存在配件短缺或顾客原因的未维修项目，且顾客愿意现场预约的，执行“顾客预约工作流程”的现场预约程序；向顾客说明销售服务店的售后服务跟踪回访制度，询问顾客是否愿意接受回访，以及顾客方便接受回访的时间段，在维修工单的“其他”栏标识顾客的意愿。

7. 服务顾问陪同顾客至收银台结算

服务顾问陪同顾客前往结算台；收银员根据维修工单和结算单进行结算；收银员开具发票、备齐找零，礼貌地双手递给顾客，并表示感谢。

8. 归还顾客钥匙，当面取下防护品

服务顾问为顾客打开车门，当面取下方向盘套、座椅套、换挡杆套、脚垫等车辆防护用品；向顾客归还车辆钥匙；提醒顾客下次车辆维护保养的时间。

9. 感谢顾客并亲自送别

感谢顾客的光临；热情送别顾客；将维修工单移交给顾客管理员进行跟踪回访并存档。至此，交车服务流程结束，进入维修服务跟踪流程。

案例

L 先生是一位非常急躁的人，这天他的三菱帕杰罗越野车的发动机“开锅”了，经过检查是发动机气缸垫冲坏了。L 先生 13:00 还要到 200 km 外的地方谈一笔大生意，因此他希望在这之前将车修好。现在是 9:00，更换气缸垫的时间是绰绰有余的，我们答应了 L 先生的要求。L 先生办其他事去了，我们马上抓紧时间干起来，一切顺利，11:20 气垫更换完毕。试车感觉冷却液温度表指示比正常值高一点，但没有开锅。我们经过仔细的检查，分析是散热器有小部分堵塞，这种情况若控制好车速，发动机可能不会开锅，但万一开锅了呢？这时 12:00 已过，L 先生来提车，我们告诉他气缸垫更换好了，但冷却液温度表指示比正常值高一点，检查是散热器有小部分堵塞，拆装清洗散热器至少需要 2 h。L 先生一听就急了：“你们怎么答应的，耽误我的大生意谁负责？不行我先开车走，回来再修。”我们耐心做着说服工作，告诉他这样行驶的危害。L 先生终于同意了，并联系了另外一辆车去谈生意。第二天，我们将一辆完好的车辆交给了 L 先生，并再次向他表示歉意。

案例分析：只有稳定地维修质量才能使客户满意，并保障维修业务健康、持续、稳定的发展。因此，在维修过程中及维修结束后认真对质量进行监督不仅可以保证客户满意率，更重要的是可以避免客户的抱怨和投诉，减少返工。

六、回访

（一）维修服务跟踪回访工作流程

维修服务跟踪回访工作流程如图 1-9 所示。

（二）维修服务跟踪回访工作标准

1. 维修工单信息整理

根据销售部门新的销售用户资料建立车辆维修档案，填写“车辆信息”和“用户信息”栏；每天整理前一天完成结算的维修工单信息；维修工单中使用下划线标识的新的车辆/顾客信息，要在车辆维修档案的“车辆信息”和“用户信息”栏更新；根据维修工单的内容填写车辆维修档案的“来店维修日期”、“维修内容”、“行驶里程”、“服务顾问”和“维修工单号”栏，其中“维修内容”栏填写实际维修项目和未维修的建议项目。

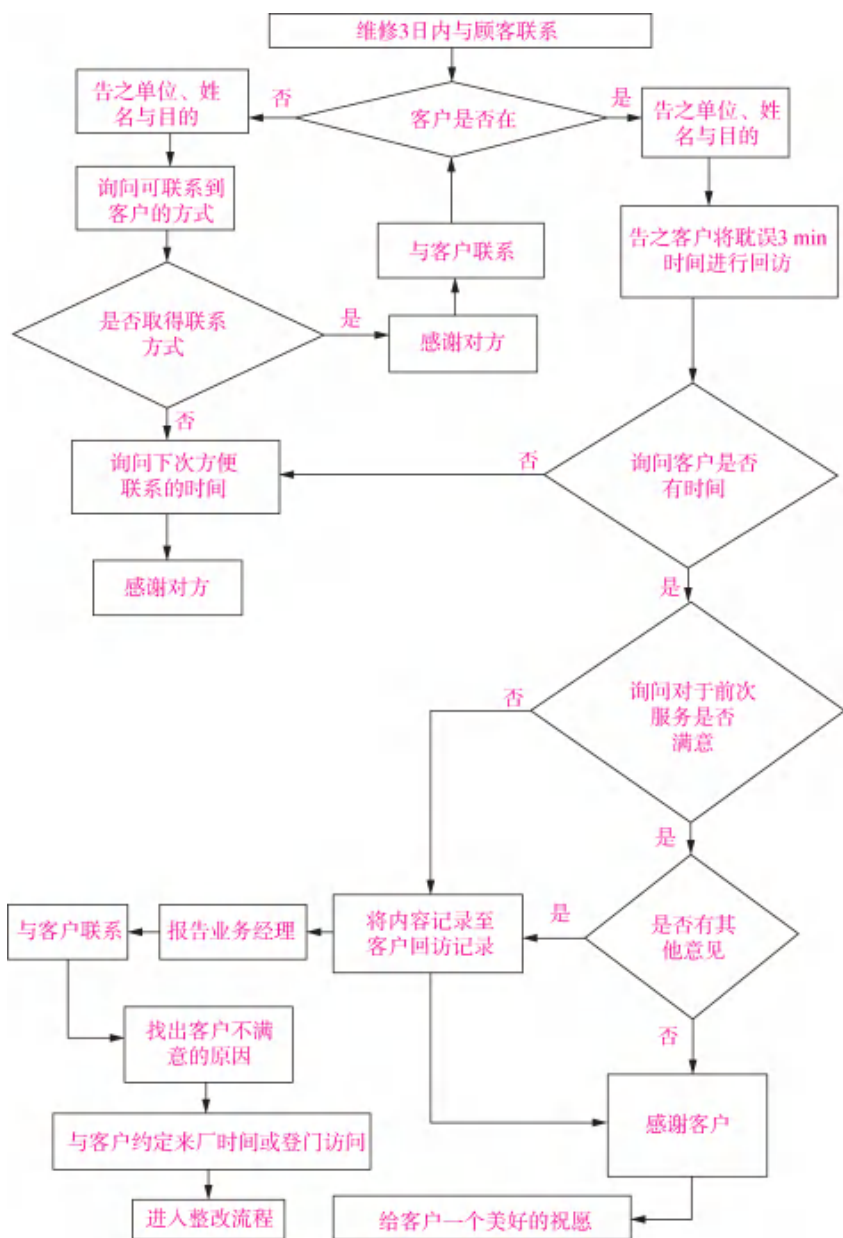


图 1-9 跟踪回访流程

2. 在 3~5 天内进行电话回访

选择 3~5 天前的维修工单，在“维修服务跟踪回访表”（见表 1-7）上按照单号顺序填写“维修工单号”栏；在顾客方便的时间电话联系顾客进行跟踪回访；至少在不同时间做 3 次联系尝试，争取联系上顾客，否则采用跟踪卡等方式进行跟踪回访；电话接通之后，先礼貌地自我介绍：“您好！我是×××店的顾客管理员”；确认对方身份，感谢顾客选择销售服务店的服务，说明本次电话回访的主要内容和大概所需时间；如果顾客不方便，向顾客表达抱歉打扰之意，并询问顾客方便的时间，使用铅笔记录在维修服务跟踪回访表的“顾客意

见”栏，结束此次回访。若顾客接受回访，则询问顾客对维修结果是否满意，如满意则询问是否有预约，有预约则进入启动预约程序，无预约则进入提醒下次保养时间和里程；如不满意则判断是否为投诉，如为投诉则进入启动投诉处理程序，如不是投诉则进入记录顾客建议、抱怨信息；根据维修工单向顾客了解其对维修质量和接待质量的感受，将结果记录在维修服务跟踪回访表的“顾客感受”栏（使用“√”在相应栏目进行标记）；针对维修工单上的“其他”栏建议项目内容，询问顾客是否预约，或者顾客是否有主动预约内容。

表 1-7 维修服务跟踪回访表

序号	维修工单号	顾客意见	服务提醒	顾客感受		是否投诉	是否预约	回访员
				满意	不满意			
1								
2								
3								
4								
5								

3. 启动投诉处理程序

使用“√”在维修服务跟踪回访表的“是否投诉”栏进行标记；将投诉内容记录于“投诉跟踪处理表”（见表 1-8）中；安抚顾客的情绪，并向顾客表明销售服务店将尽快处理；结束通话后，根据维修工单填写完整投诉跟踪处理表的顾客信息和车辆信息及相应的“维修工单号”；启动投诉处理程序。

表 1-8 投诉跟踪处理表

×××4S店投诉处理跟踪表				
基本信息	客户姓名		联系电话	
	车辆型号		购车日期	
	车牌号码		行驶里程	
投诉内容				
	第一接待人		接待日期	
处理记录	处理责任人： 处理时间：			
	处理责任人： 处理时间：			
	处理责任人： 处理时间：			

4. 启动预约程序

在维修服务跟踪回访表的“是否预约”栏使用“√”进行标记；进入“顾客预约工作流程”的“跟踪回访预约”，在预约信息传递表上记录预约内容和初步确定的预约时间等信息，并递交服务主管安排给服务顾问。

5. 记录顾客建议、抱怨信息

将顾客的建议、抱怨事项记录在维修服务跟踪回访表的“顾客意见”栏中；安抚顾客的情绪；顾客管理员每天将顾客抱怨信息向服务主管反馈；服务主管汇总顾客抱怨信息，每周向服务经理汇报一次；服务经理根据需要召集主要管理人员共同研究改进措施，进入回访结果备案。

6. 提醒下次保养时间和里程

若顾客有咨询的信息，则记录在“顾客意见”栏；向顾客提醒下次保养车辆的时间和里程；使用“√”在“服务提醒”栏进行标记；在“回访员”栏填写回访人员的姓名，进入回访结果备案。

7. 回访结果备案

将跟踪回访的记录资料和出现问题的处理结果进行备案。至此，维修服务跟踪工作流程结束，进入顾客预约工作流程。

任务三 接待礼仪

礼仪是人类为维系社会正常生活而要求人们共同遵守的最起码的道德规范，它是人们在长期共同生活和相互交往中逐渐形成，并且以风俗、习惯和传统等方式固定下来。对一个人来说，礼仪是一个人的思想道德水平、文化修养、交际能力的外在表现。对一个社会来说，礼仪是一个国家社会文明程度、道德风尚和生活习惯的反映。

重视、开展礼仪教育已成为道德实践的一个重要内容。礼仪教育的内容涵盖着社会生活的各个方面。从内容上看有仪容、举止、表情、服饰、谈吐、待人接物等；从对象上看有个人礼仪、公共场所礼仪、待客与作客礼仪、餐桌礼仪、馈赠礼仪、文明交往等。在人际交往过程中的行为规范称为礼节，礼仪在言语动作上的表现称为礼貌。加强道德实践应注意礼仪，使人们在“敬人、自律、适度、真诚”的原则上进行人际交往，告别不文明的言行。

礼仪、礼节、礼貌内容丰富多样，但它有自身的规律性，其基本的礼仪原则：一是敬人的原则；二是自律的原则，就是在交往过程中要克己、慎重、积极主动、自觉自愿、礼貌待人、表里如一，自我对照，自我反省，自我要求，自我检点，自我约束，不能妄自尊大，口是心非；三是适度的原则，适度得体，掌握分寸；四是真诚的原则，诚心诚意，以诚待人，不逢场作戏，言行不一。

一、接待礼仪的重要性

元朝时期，西方一名叫马可波罗的传教士，带着对文明古国的仰慕，带着向中国人民学习的心情来到了中国，当他见到创造辉煌文明的中国人民时，他以西方的传统方式拥抱、亲吻来向中国人民表达他的崇敬时，当时时兴磕头、作揖的中国老百姓慌了手脚，不知谁急中生智两手掌互相对拍以对他的放肆表示愤慨。马可波罗聪明极了，他入乡随俗也跟着鼓掌起来了，戏剧性的是双方误解成了和解，化误解为友谊。有了良好的开端，马可波罗谱写了他在中国的十五年辉煌历程，为中国和西方的交流做出了贡献。后来马可波罗将鼓掌当作中国的特产带回西方去见他的父老乡亲。这样鼓掌这一方式在中西方都传开了，至今成为一固定礼节。

第一印象非常重要，人们在打交道最初的 10 秒内就能够得到一个第一印象。第一印象是这样分配的：55% 取决于外表（服装、个人面貌、体型、发色等），38% 是自我表现（语气、语调、手势、坐姿等），7% 是所讲的内容。这些信息在最初 3 秒内汇集在一起，已经决定了留下的印象。

我国是“文明古国、礼仪之邦”。孔子曰：“非礼勿视，非礼勿言，非礼勿听，非礼勿动。”古人说：“礼出于俗，俗化为礼。”早在先秦周公的“制礼作乐”，到现在的五讲四美，各行各业的服务规范，都包含了仪容仪表、言行举止、为人处事等内容。

“客户至上、服务至上”，作为汽车售后服务企业的服务宗旨，它充分地反映了企业对每位员工的期望。汽车售后服务企业的员工的一言一行都代表着企业的形象，员工对客户能否进行优质服务直接影响到企业的声誉。即使企业有再好的商品和维修技术，但却对客户服务不周、态度不佳，也会导致企业的信誉下降、业绩不振。总之，讲求礼仪是任何一家企业对每位员工的基本要求，也是企业服务宗旨的具体表现。

二、仪容仪表礼仪

个人形象是企业的第一张名片，良好的第一印象是吸引客户和赢得客户信任的开始。第一次留下的好印象会带给客户带来积极的影响。

（一）发型（见图 1-10）

- ①不彩染、不怪异。
- ②无头屑、无异味。



图 1-10 发型规范

- ③男士头发前不覆额，侧发不遮耳，后发不触领。

④女士头发不过于个性化，不遮盖面部。发型以干练利落为佳，刘海切勿遮挡眉眼。

（二）面容（见图 1-11）

①面容整洁。

②牙齿清洁、口腔无异味。

③女士应淡妆上岗，色彩以暖色调为主，眼影、眼线、唇膏不宜过浓，香水清新淡雅。

④男士不留胡须。



图 1-11 面容规范

（三）手部

①双手保持清洁，干燥季节每天早晨或洗手后涂润肤霜，保持手部滋润。

②指甲前端白色部分不得超过 1 mm，每天早晨检查，及时修剪。

③指甲缝隙保持干净无脏污，每天早晨检查，及时清洁指甲缝。

④女士可以涂透明或无色的指甲油。

（四）着装

男士在着装时要注意西装平整、清洁，领带紧贴领口，系得美观大方；衬衫要选择白色或浅色单色，领口、袖口无污迹；西装口袋里不放物品，西裤平整有裤线；皮鞋光亮、无尘灰；选择黑色或深色袜子（见图 1-12）。

女士着装要正规（见图 1-13），大方得体，扣好衣扣，不能太薄，裤子长度合适，肤色丝袜，保持丝袜完好，鞋子光亮清洁。



图 1-12 男士着装标准



图 1-13 女士着装标准

案例

一外商考察团来某企业考察投资事宜，企业领导决定请几位漂亮女模特来做接待工作，并特别指示她们身着紧身上衣，黑色的皮裙，领导说这样才显得对外商的高度重视。但上午见了面，还没有座谈，外商考察团就找借口匆匆走了，工作人员被搞得一头雾水。后来通过翻译才知道，他们认为该企业是个工作及管理极不严谨的企业，完全没有合作的必要。原来，该企业接待人员在着装上犯了大忌。根据着装礼仪的要求，工作场合女性穿着紧、薄的服装是工作极不严谨的表现。

案例分析：着装是一种无声的语言，它显示着一个人的个性、身份、角色、涵养、阅历及心理状态等多种信息。在人际交往中，着装直接影响他人对个人形象的评价，同时也关系到一个企业的形象。

（五）谈吐礼仪

作为一名售后服务人员，说话清楚流利是最基本的要求，而要成为一名优秀的售后服务人员，就必须掌握一些基本的交谈原则和技巧，遵守谈吐的基本礼仪。在与客户交谈时态度要诚恳热情，措辞要准确得体，语言要文雅谦恭，不含糊其辞、吞吞吐吐，不信口开河、出言不逊，要注意倾听，要给顾客说话的机会，“说三分，听七分”，这些都是交谈的基本原则，具体要注意以下几个方面。

1. 说话声音要适当

交谈时，音调要明朗，咬字要清楚，语言要有力，语速不要太快，尽量使用普通话与客户交谈。

2. 要注意交谈时的眼神及动作

与客户交谈时，应双目注视对方，不要东张西望、左顾右盼。谈话时可适当用些手势，但幅度不要太大，不要手舞足蹈，不要用手指人，更不能拉拉扯扯、拍拍打打。与顾客保持适当距离，讲话时不要唾沫四溅。

3. 交谈中要给客户说话机会

在客户说话时，不要轻易打断或插话，应让对方把话说完。如果需要打断客户讲话，应先用商量的口气询问，“请等一等，我可以提个问题吗？”“请允许我插一句话。”这样可避免对方产生你轻视他，或对他不耐烦等不必要的误解。如果对方谈到一些不便谈论的问题，可以转移话题，不要轻易表态。

4. 要注意对方的禁忌

与客户交谈时，一般不要涉及疾病、死亡等不愉快的事情。客户若犯过错误或有某种生理缺陷，在言谈中要特别注意，以免伤其自尊心。客户不愿谈的问题，不要寻根问底，谈及引起对方反感的问题应表示歉意，或立即转移话题。另外，谈话对象超过3人时，不要只把注意力集中到一两个人身上，使其他人感到受冷落。交谈中要注意避免习惯性口头禅，以免使客户产生反感。交谈要口语化，使客户感到亲切自然。

三、仪态礼仪

仪态，是人的姿势、举止和动作。不同国家、不同民族及不同的社会历史背景，对不同阶层、不同特殊群体的仪态都有不同标准或不同要求。资本主义国家的贵族阶层和统治集团的上层人物的仪态讲究绅士风度；不同宗教对其教徒也讲究具有宗教特征的仪态。在社会主义社会，提倡讲文明，讲礼貌，每个人仪态应当力求美化。

（一）站姿

1. 标准的站姿（见图 1-14）

从正面观看，全身笔直，精神饱满，两眼正视，两肩平齐，两臂自然下垂，两脚跟并拢，两脚尖张开呈 60° ，身体重心落于两腿正中；从侧面看，两眼平视，下颌微收，挺胸收腹，腰背挺直，手中指贴裤缝，整个身体庄重挺拔。好的站姿，不是只为了美观而已，对于健康也是非常重要。站姿是人的一种本能，是一个人站立的姿势，它是人们平时所采用的一种静态的身体造型，同时又是其他动态的身体造型的基础和起点，最易表现人的姿势特征。在交际中，站姿是个人全部仪态的核心。如果站姿不够标准，其他姿势便根本谈不上优美。



图 1-14 标准站姿

①抬头，头顶平，双目向前平视，嘴唇微闭，下颌微收，面带微笑，动作平和自然。

②双肩放松，稍向下沉，身体有向上的感觉，呼吸自然。

③躯干挺直，收腹，挺胸，立腰。

④双臂放松，自然下垂于体侧，手指自然弯曲。

⑤双腿并拢立直，两脚跟靠紧，脚尖分开呈 60° 。男子站立时，双脚可分开，但不能超过肩宽。

⑥身体立直，双手置于身体两侧，双腿自然并拢，脚跟靠紧，脚掌分开呈“V”字形。

⑦身体立直，右手搭在左手上，贴在腹部，两腿并拢，脚跟靠紧，脚掌分开呈“V”字型。

⑧身体立直，右手搭在左手上，贴在腹部，两腿分开，两脚平行比肩宽略窄一点。

⑨身体重心应在两腿中间，防止重心偏左偏右，做到挺胸、收腹、立腰。

⑩穿礼服或是旗袍，双脚并列，但应该前后稍稍分开，以一只脚为中心站立。

2. 男女标准站姿

根据以上标准站姿的要求，男性的标准站姿应该是身体立直，挺胸抬头，下颌微收，双目平视，两膝并严，脚跟靠紧，脚掌分开呈“V”字形。挺髌立腰，吸腹收臀，双手置于身体两侧自然下垂；或者是两腿分开，两脚平行，双腿分开的距离不能超过肩宽，双手在身后交叉，右手搭在左手上，贴在臀部。同样，女性的标准站姿应该是双脚呈“V”字形，并且膝和脚后跟尽量靠拢；或一只脚略向前，一只脚略向后，前脚的后跟稍稍向后脚的内侧靠拢，后腿的膝盖向前腿靠拢。这些站姿都是规范的，但要避

免僵直硬化，肌肉不能太紧张。在站立的同时可以适宜地变换姿态，追求动感美。还要注意，站立时不要躬腰驼背或挺肚后仰，也不要东倒西歪地将身体倚在其他物体上。两手不要插在裤袋里或叉在腰间，也不要抱臂于胸前。对于女士，上体姿态基本不变，只是两脚的摆放可以略加调整，如小丁字步。对于男士，两手可以搭放在背后，两脚可以略微分开，与肩同宽。

（二）走姿

走姿是人体所呈现出的一种动态，是站姿的延续（见图 1-15）。

走姿文雅、端庄，不仅给人以沉着、稳重、冷静的感觉，而且也是展示自己气质与修养的重要形式。正确的走姿应当身体直立、收腹直腰、两眼平视前方，双臂放松在身体两侧自然摆动，脚尖微向外或向正前方伸出，跨步均匀，两脚之间相距约一只脚到一只半脚，步伐稳健，步履自然，要有节奏感。起步时，身体微向倾，身体重心落于前脚掌，行走中身体的重心要随着移动的脚步不断向前过渡，而不要让重心停留在后脚，并注意在前脚着地和后脚离地时伸直膝部。

步幅的大小应根据身高、着装与场合的不同而有所调整。女性在穿裙装、旗袍或高跟鞋时，步幅应小一些；相反，穿休闲长裤时步伐就可以大些，凸显穿着者的靓丽与活泼。



图 1-15 标准走姿

（三）坐姿

1. 标准坐姿（见图 1-16）

①入坐时要轻而稳，走到座位前，转身后，轻稳地坐下。女子入座时，若着裙装，应用手将裙摆稍稍拢一下，不要坐下后再站起来整理衣服。

②面带笑容，双目平视，嘴唇微闭，微收下颌。

③双肩平正放松，两臂自然弯曲放在膝上，也可放在椅子或沙发扶手上。

④立腰、挺胸、上体自然挺直。

⑤双膝自然并拢，双腿正放或侧放。

⑥至少坐满椅子的 2/3，脊背轻靠椅背。

⑦起立时，右脚向后收半步而后起立。

⑧谈话时，可以侧坐，此时上体与腿同时转向一侧。

⑨坐，作为一种举止，同样有美与丑、优雅与粗俗之分。正确的坐姿能给人一种安详庄重的印象。

⑩坐是举止的主要内容之一，生活中无论学习、参加会议、会客交谈、娱乐休息都离不开坐。



图 1-16 标准坐姿

2. 男女坐姿

男士坐姿：双腿并拢，上身挺直坐正，两脚略向前伸，两手分别放在双膝上。

女士坐姿：坐正，上身挺直，两腿并拢，两脚同时向左或向右放，两手叠放，置于左腿或右腿上。

（四）蹲姿

蹲姿（见图 1-17）是人在处于静态时的一种特殊体位。

蹲姿要领：下蹲时一脚在前，一脚在后，两腿向下蹲，前脚全着地，小腿基本垂直于地面，后脚脚跟提起，脚尖着地。女性应靠紧双腿，男性则可适度的将其分开。臀部向下，基本上以后腿支撑身体。



图 1-17 标准蹲姿

1. 基本蹲姿

- ①下蹲拾物时，应自然、得体、大方，不遮遮掩掩。
- ②下蹲时，两腿合力支撑身体，避免滑倒。

③下蹲时，应使头、胸、膝关节在一个角度上，使蹲姿优美。

2. 蹲姿禁忌

弯腰捡拾物品时，两腿叉开，臀部向后撅起，是不雅观的姿态，两腿展开平衡下蹲，其姿态也不优雅。蹲时注意内衣“不可以露，不可以透”。

四、电话礼仪

电话被现代人公认为便利的通讯工具，在日常工作中，使用电话的语言很关键，它直接影响着一个公司的声誉；在日常生活中，人们通过电话也能粗略判断对方的人品、性格。因而，掌握正确的、礼貌待人的电话礼仪是非常必要的（见图 1-18）。

你找谁？	请问您找哪位？
有什么事？	请问您有什么事？
你是谁？	请问您贵姓？
不知道！	抱歉，这事我不太了解。
我问过了，他不在！	我再帮您看一下，抱歉，他还没回来，你方便留言吗？
没这个人！	对不起，我再查一下，您还有其他信息可以提示一下我吗？
你等一下，我要接个别的电话。	抱歉，稍等。

图 1-18 接听电话对话比较

（一）常说“请”“谢谢”“对不起”等礼仪常用语

一般生活中我们常常忽视简单的礼仪用语，如“请”“谢谢”“对不起”等。这些简单的用语，不一定在大的场合才可使用。在客户休息室，服务人员帮客户倒杯水，客户也可能对你说“谢谢你”。如果客户因你的服务而答谢你时，你应如何回答呢？

（二）打电话

①打电话前应事先准备笔和纸，切勿在打电话中要求对方等待，才开始寻找笔和纸，这是非常不礼貌的。

②通话后首先问候并自我介绍（自己的名字、自己的公司及想要寻找的人）。

用语：“您好，我是×××售后服务部，我是×××，请转接×××部门，×××先生。”

③如果欲寻找的对方接听电话，就先自我介绍，并说明来意。

用语：“×××先生，您好，我是×××店售后服务部，我是服务顾问×××，我向您报告有关您车子保养的状况，不知您是否有 5 分钟时间让我来说明？”

④如果欲寻找的对象不在，那么可留下自己的相关信息，包括姓名、公司名称和联络电话号码。

用语：“请问您能帮我留言吗？我的姓名是×××，×××店售后服务部，联络电话是×××。”

打电话最容易犯的错误，就是未通报自己，让对方不了解来意，浪费了许多时间询问

你的信息。

（三）接电话

接听电话首先应清楚地报上姓名及公司名，让对方马上识别，不要花费许多时间在“喂……喂……喂”上。

用语：“×××店售后服务部，您好，我是服务顾问×××”。

客户希望与一个真实的人在进行交谈，而非无名氏，最好的方法是通报全名：姓与名。

电话用语应文明、礼貌，态度应热情、谦和、诚恳，语调应平和，音量要适中。接听电话最不礼貌的行为就是未通报公司名称及姓名，就质问客人“你是谁……你找谁……找他干什么”。

对方如果打错电话，应婉转地说“对不起，您打错电话了”“对不起，我们公司没这人，请再确认”，待对方确信打错电话才挂断电话。

（四）转接电话

①如果对方请你代传电话，应弄明白对方是谁，要找什么人，以便与接话人联系。

用语：“请问哪里找？”“请问哪一位？”

②确认转接后，请告知对方“稍等片刻”，并迅速找人。如果不放下听筒呼喊距离较远的人，可用手轻捂话筒或保留按钮，然后再呼喊接话人。

用语：“马上为您转接，请稍候。”

③转接电话，必须确认电话完成转接无误。如果转接一段时间后，指定接话人仍无法应答电话，应立即重复接听，并询问对方是否继续等待。

用语：“××先生，对不起，×××可能不在或在忙，是否由我为您服务。”

（五）打电话注意事项

①保持微笑，微笑会影响你说话的语调，让说话气氛变得温馨从而传递给客户。

②让客户感到舒适、轻松，没有压迫感。

③如果无意间打喷嚏或咳嗽，应赶快跟客户说“对不起”。

④切勿在打电话时一边吃零食、抽烟或嚼口香糖，这是非常不礼貌的。

⑤让对方先挂电话。

因为先挂电话，对方一定会听到“咯哒”的声音，这会让对方不舒服。而我们也不喜欢别人挂自己的电话，如果是你要先挂电话，可以用手轻轻按掉挂机键。

五、握手礼仪

握手可以传递出许多信息。在短暂的握手一刻，可以传达出热情的问候、真诚的祝福和由衷的感谢，也可能表达出虚情假意、敷衍应付、冷漠与轻视。

同性之间的握手应当有力，以示热情友好；反之，如果有气无力或轻轻地握一下，就会使对方产生冷淡、疏远的感觉。异性间的握手无需用力，只需要轻轻地握一下即可。握手的时间通常是3~5 s（见图1-19）。握手禁忌：不按顺序，争先恐后和男士戴手套（社交场合女士可戴薄手套）与他人握手。

握手礼仪遵循以下的原则：

- ① 职位高者与职位低者握手，应由职位高者首先伸出手来。
- ② 女士与男士握手，应由女士首先伸出手来。
- ③ 已婚者与未婚者握手，应由已婚者首先伸出手来。
- ④ 年长者与年幼者握手，应由年长者首先伸出手来。
- ⑤ 长辈与晚辈握手，应由长辈首先伸出手来。
- ⑥ 社交场合的先至者与后来者握手，应由先至者首先伸出手来。
- ⑦ 主人应先伸出手来，与到访的客人相握。
- ⑧ 客人告辞时，应首先伸出手来与主人相握。



图 1-19 握手礼节

六、名片礼仪

（一）名片的交换

名片代表主人，所以应该像其主人一样得到尊重。当他人表示要递名片给你或和你交换名片时，应立即停止手中所做的事情，起身站立或欠身，面含微笑，目视对方，用双手的拇指和食指接住名片下方两角，并说“谢谢”之类的客气话。接受名片后应认真阅读用半分钟左右的时间从头至尾认真默读一遍。遇有显示对方荣耀的职务、头衔时可轻轻读出声，以示敬仰。若遇到不会读的字，可当场请教对方。在阅读名片时最好依此程序：看名片一看对方一再看名片，把名片与人对应起来，表示对对方的重视和尊重。

名片阅读后，切勿将其随意放置，尤其不能装进裤袋或拿在手中摆弄。应放在名片夹或重要保存方位，男士也可放在西服左上口袋里。接受他人的名片后，一般应当即刻回送对方一张自己的名片，但应先收好对方的名片，不要一来一往同时进行。若对方递出了名片，而自己没有名片或没带名片，应当先向对方表示歉意，再如实说明原因。

（二）名片的禁忌

- ① 不要将名片当作传单随意乱发。
- ② 不要随意地将他人给你的名片塞在口袋里或丢在包里。
- ③ 如果暂时放在桌上，切忌在名片上放其他物品，也不要漫不经心地放置在一边，更

不要忘记带走。

- ④不要随意摆弄他人的名片。
- ⑤不要用物品压住名片。
- ⑥不要当着对方的面在名片上做谈话笔记。

任务四 服务接待案件处理

——东风悦达起亚 4S 店事故车接待案例

一、事故处理过程

某日上午，东风悦达起亚 4S 店接到客户刘女士的电话，她的狮跑在地下车库倒车时车子右后侧擦到柱子上，刘女士在描述完后就直接问车修好需要多少钱。对于客户这种急于知道结果的情况常有发生，但是在没有见到车子只靠车主口头描述的条件下很难给出答案，所以在电话中应耐心和刘女士解释，帮助刘女士按步骤一步一步来解决这次单方事故。

刘女士考虑到下一年的保费，没有通知保险公司出险，下午刘女士直接将狮跑开往 4S 店，初步查勘后发现车辆损伤（见图 1-20—图 1-22）。



图 1-20 右后门饰板撞凹



图 1-21 车顶边梁撞凹



图 1-22 右后翼子板擦伤

初步判断：右后门整形 200 元，油漆 500 元；翼子板整形 150 元，油漆 400 元；边梁整形 50 元，油漆 100 元。告知刘女士大概需要 1 400 元。刘女士听后表示太贵，说不修了，要去认识的修理厂修理。遇到这种突发情况，应该极力将客户留住。站在客户的立场劝说刘女士：“车刚买一年不到，如果去别的修理厂修理，将来车辆有了质量问题 4S 店是很难再为您保修的，4S 店为客户提供的是最专业的服务，这些专业的维修人员和高品质的配件是修理厂无法提供的。”经过劝说后，刘女士同意在店修理受损车辆。

安排刘女士去客户休息室休息后，按规定制单，车辆移交后场修理。此时校外指导蒋经理发现新的问题，由于右后门被撞凹，导致里面的玻璃升降机也损坏，这是因为接待疏忽导致的追加项目，很可能导致客户的不满，最后由蒋经理与客户沟通处理完毕。

二、案例分析

1. 如何处理犹豫客户

客户听到报价后表示要去别的地方修理，这种情况比较常见，一般会解释 4S 店提供的服务更专业，去过别的修理厂后车辆的质保就会受影响。这些都是直接关乎顾客的利益，所以一般客户听后都会选择专业的 4S 店。赢得客户的信任后客户自然会一直选择 4S 店，这里就需要我们做好自己的工作，为客户提供高品质的服务。

2. 如何处理追加项目

客户接待第一时间应该认真检查车辆，避免客户的不满和不必要的纠纷。当遇到案例中要追加项目时，在确认预检中追加的项目或服务时，要经过诊断，而且要把价格，比如零件费、工时费等都跟客户说清楚，请客户确认。

3. 如何处理愤怒客户

- ①保持积极的态度。
- ②要让客户讲出他的问题。
- ③以平和专业化的方式与客户谈话。

在客户接待中，会有各种情况发生，服务顾问不仅要掌握专业的知识，避免在案例中出现的失误，还要时刻保持清醒的头脑，合理地处理各种问题，为客户提供优质的服务。事故接待是一项对综合素质要求很高的工种，不仅要有很强的接待能力，还要熟知汽车维修、保险的相关专业知识，最重要的是要有过硬的专业技术能力。



思考与练习

1. 简述服务接待的重要性。
2. 你认为要想成为一名优秀的服务顾问，应该具备哪些条件？
3. 简述递名片时应注意的礼仪。
4. 女士在着装时的具体要求有哪些？
5. 如果你是一名客户，请说明在业务接待上，你需要怎样的服务？
6. 简述售后服务核心流程的接待内容。
7. 服务接待人员的工作职责有哪些？

8. 某公司的牛先生是杭州某 4S 店的客户，他经常为公司到杭州买车，并且每次光顾都会提出一些意见和建议。可以说，牛先生是一位既忠实友好又苛刻挑剔的客户。某天早晨 7:30，再次来杭州的牛先生打电话到该 4S 店，询问该 4S 店服务经理李总在不在。总机李小姐接到电话后，请牛先生“稍等”，然后在电脑上进行查询。查到李总正在公司休息室，而且并未要求电话免打扰服务，便对牛先生说“我帮您转过去”，说完就把电话转到了休息室。此时休息室里的李总因昨晚旅途劳累还在休息，接到电话就抱怨客户牛先生不该这么早吵醒他，并为此很生气。问题：这次事件的问题出在哪里？该如何解决？