

辽宁福达一汽马自达 全新阿特兹 焕“饰”驾临

致更出色的自己

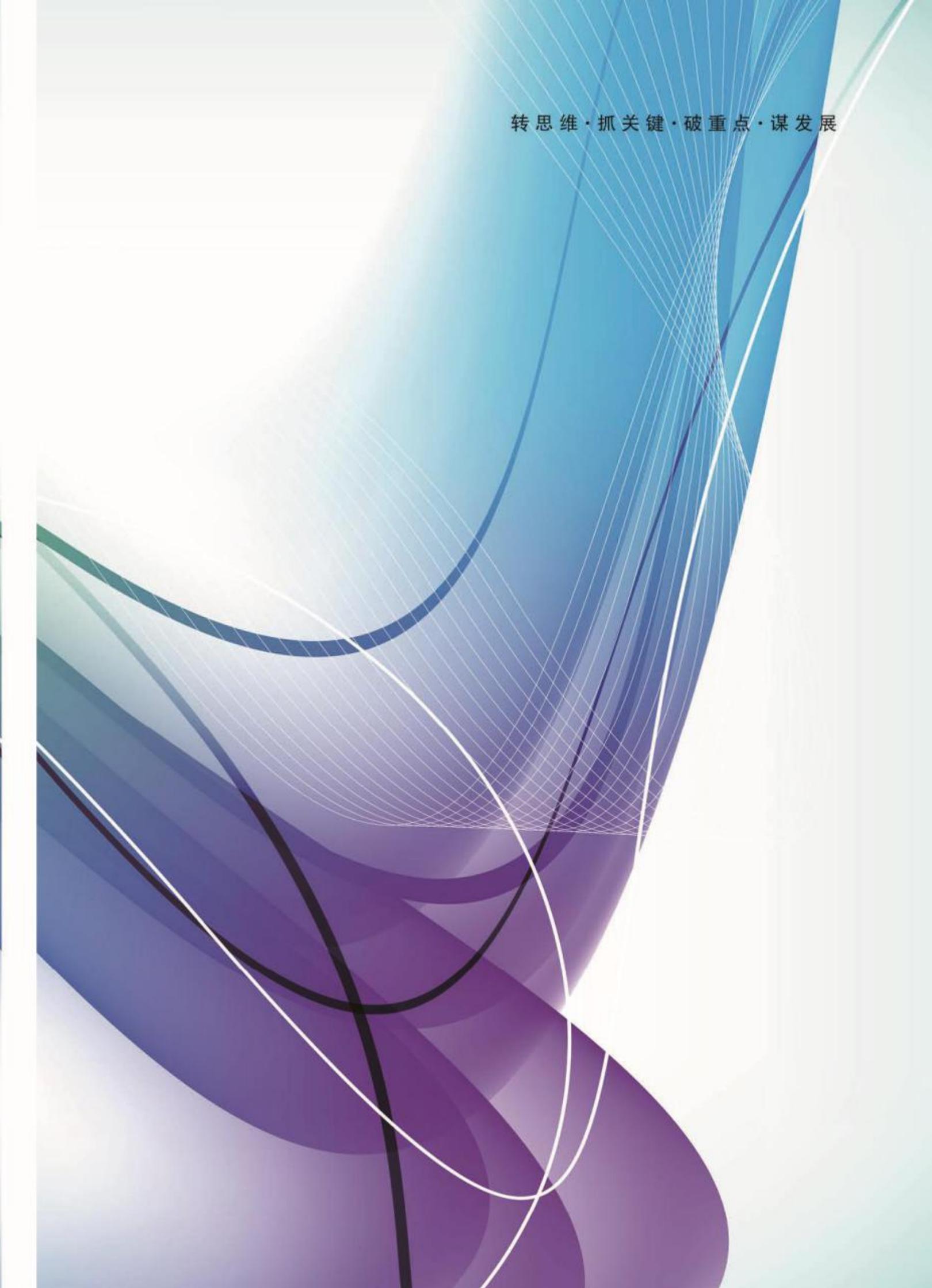




转思维·抓关键·破重点·谋发展



TURN THINKING · GRASP THE KEY
BREAKING POINT · SEEK DEVELOPMENT
转思维·抓关键·破重点·谋发展



SPEECH

董事长致辞

基础不牢，风雨飘摇

2016年度集团以“转思维、抓关键、破重点、谋发展”为指导思想，然而转思维是指导思想的基础和灵魂。这个基础打不牢，运营管理就会大起大落，风雨飘摇。

通过半年总结我们可以清晰的看到，凡是关键业绩指标达成比较好、增长幅度大的单位总经理都有强烈的责任意识和进取精神。心态阳光、积极向上，自己内定目标具有挑战性，这叫不用扬鞭自奋蹄；开放新的思维方式使他们不断实现自我超越。衍生业务指标实现跨越式的大幅度增长，服务吸收率有的单位已高达85%，这是企业可持续发展的重要保证和途径。

相比之下有些单位的总经理缺乏必要的担当。目标低水准，他及其团队的薪酬自然也就是“瓜菜代”，人家吃肉你喝汤。这种恶性循环不能自拔对企业和管理者及团队都是十分有害的。因此，集团用一个月的时间组织了“解放思想、转变观念”的大讨论。有5个单位因大讨论走过场进行了补课。通过讨论较好的提高和统一了管理团队的思想认识，增强了责任感。有些老店对出效益、出人才、出管理办法和经验感到责任重大，自扫门前雪、不管他人瓦上霜的想法和做法是十分狭隘的，与集团给予的平台地位是不相称的。同时结合大讨论对不思进取，不作为、乱作为的管理层进行通报批评、约谈、降职、解除管理岗位等组织处理。扭转了以往雷声大雨点小的局面。对大家有触动、起到了警钟长鸣的警示作用。

伴随着全球经济一体化的步伐，中国提出要做负责任的大国。现代社会人们的依存度越来越高，人人为我，我为人人。企业要对员工和社会负责，管理层同样要对员工和企业负责，同时也是对家庭负责。责任意识是我们的安身立命之本，没有责任意识、就失去了精神脊梁，其他方面的能力不可能得到正确、充分发挥。不负责任定会被团队和社会抛弃。

集团董事长：



最初的梦想

the original dream



最初的梦想

THE ORIGINAL DREAM

文 崔秀敏

写下此篇时，里约奥运的赛事刚刚落幕，奖牌榜上的数字已经定格，而奥运上那些难忘的瞬间即将成为追忆。也许这注定是一届喧闹的奥运，亮点与槽点同在，喝彩与段子齐飞，十足把握的落空与猝不及防的惊喜，如同繁华与贫穷两个极端就这样局促地共存在里约灿烂的阳光下。

集团上半年的经营盘点刚刚结束，就像计分板上起起落落的成绩，集团各单位的经营业绩也是“冰火两重天”，有的实现跨越式增长，有的经历断崖式滑落。时光飞逝，转眼间一年过半，回首过往，你对自己和团队的战果是否满意？同样在数字、指标中煎熬，你是想尽一切办法去自我挑战，用尽了“洪荒之力”，还是浑浑噩噩，被裹挟着磕磕绊绊向前，或是还未找准方向，在原地茫然四顾？同样的市场态势下，不一样的态度会导致不一样的结果，时间不等人，激烈的竞争更容不得踟蹰和迷茫，在今日节奏加速的汽车市场，竞争力弱的产品，管理差的企业，乃至不能承担起岗位任务的管理者和员工，都将面临

加速被淘汰的命运。

经营的过程是自我挑战、不断完善的过程，业绩起伏、市场的涨落不应改变你我的信仰。“做人没有梦想，跟咸鱼有什么区别？”——《少林足球》中周星驰认真地对大师兄说。生活和生计是不同的境界，奋斗和挣扎是不同的体验，使命和任务是不同的信仰。在这个“现实”的社会里，大多数人都在为生计而奔波，而我更愿和你一起为梦想而战，为有一天成为自己梦想中的样子而拼搏。

“人不能两次踏进同一条河流”，不变的是永远在变，变了精神、变了信念，也就变了结果。2016年上半年，我们迎来了商用车品系销售、衍生的业绩提升，奥迪辽阳、丹东两店的比肩并进，丰田铁岭店华丽转身实现赢利，以及大众沈阳店二手车业务的精彩突破。追寻他们成功背后的原因，有的是换了管理者带来新的气象，有的是原团队经历挫折后决定背水一战的气魄，还有的是组织调整、角色调整催生了活力，不同的背景，却有着一点同样的成功因素，是团队观念的转变带动了业绩目标的达成。

敢于挑战自我是迈向成功的第一步，没有“嫦娥奔月”、“万户飞天”的梦想和尝试，何来中国月球探测“嫦娥工程”的步步实现？同理，没有不停的“折腾”，尝试各种营销方式和管理工具，怎能断定经营没有潜力可挖？于是我们知道商用车的精品只要开发对路也很受欢迎；身处铁岭的丰田车也可以不跟风打“价格战”；4S店做二手车可以跟“车贩子”一决高低；集团“融资租赁”公司业务上了轨道，原来市场需求如此之大……

这个世界上永远有人比你更有实力，却比你更努力。相同的道路上，总有人因为清醒自知而走得更快更远。暂不去妄论究竟怎样活着才是“正确”的一生，但不为自己设限，不断地去尝试，不轻言放弃，笑对生活的难，才有可能将生活过得越来越丰盈，将狭窄的路越走越宽。

不是所有人都有问鼎金牌的机会，但在经营的赛道上，每个人都有拼尽全力的义务。“重要的是参与”，当每个人都在尽情挥洒汗水、追求更高目标时，整体能力的提升就成为必然。体育之所以让人着迷，并不是因为对冠

军的仰视和对金牌的崇拜，我们为孙杨200米夺金欢呼喝彩，也为他400米和1500米失利送上真心的慰藉和鼓励。如同国乒女花丁宁三哭三笑终称王，如同女排姑娘们在小组赛三连败的失利后又咬着牙一场场地把输掉的赢回来，捧回历史上分量最重的冠军奖杯，“更快、更高、更强”不只是赛场的一刹那创造的世界纪录，更是人们不断努力，探索和突破自身极限的勇气。这种挑战和自我超越的追求，正是人类生生不息、创造更好生活的精神动力。

此时此刻是一年中最好的时节，天空是最清澈的宝石蓝，饱满的阳光毫不吝啬的照耀着每个角落，城市里满眼是茂盛的绿，你我在充实地忙碌，为自己的小事业、我们的大梦想而奔忙。支撑我们前行的，是骨子里不服输的信仰，是跌倒又爬起的自我鼓励，是疲惫时合上眼睛感到的一种踏实，是不曾忘记的最初的梦想。

愿你眼中总有光芒，成为你想要的模样。

辽宁惠华汽车集团旗下实业

辽宁惠华新业贸易有限公司
辽宁惠华汽车集团有限公司（一汽-大众品牌4S店）
辽宁惠华集团本溪汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
辽宁惠华集团朝阳汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
沈阳惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
辽宁惠华新业集团新民汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
辽宁惠华新业集团辽中汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
辽宁奥通汽车销售服务有限公司（一汽奥迪品牌4S店）
辽阳惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽奥迪品牌4S店）
丹东惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽奥迪品牌4S店）
辽宁福达汽车销售服务有限公司（一汽马自达品牌4S店）
铁岭金惠源丰田汽车销售服务有限公司（一汽丰田品牌4S店）
沈阳惠华红馆汽车销售有限公司（一汽轿车红旗品牌店）
辽宁惠华集团奔腾汽车销售服务有限公司（一汽轿车奔腾品牌4S店）
辽宁博达汽车贸易有限公司（一汽轿车奔腾品牌4S店）
辽宁一汽贸易有限公司（解放商用车4S店）
辽宁惠众汽车销售服务有限公司（解放商用车4S店）
辽宁惠华汽车集团铁岭销售服务有限公司（解放商用车4S店）
辽宁惠华集团丹东汽车销售服务有限公司（解放商用车4S店）
乌鲁木齐惠华兴业汽车贸易有限公司（解放商用车4S店）
辽宁惠华集团盘锦汽车销售服务有限公司（解放商用车4S店）
辽宁惠华集团商用车销售服务有限公司（解放青岛车事业部）
辽宁惠华新业贸易集团轻型车销售有限公司（一汽通用轻型车事业部）
辽宁一汽贸易有限公司大东分公司（一汽吉林汽车4S店）
辽宁惠华备品销售事业部
辽宁惠华国际贸易事业部
辽宁惠华新业汽车保险代理有限公司
辽宁惠华汽车租赁有限公司
辽宁惠华客运服务有限公司
辽宁惠华运输服务有限公司
延吉惠华兴业汽车销售有限公司
辽宁惠华汽车集团朝鲜平壤总装厂（合资）
辽宁惠华汽车集团哈萨克斯坦阿拉木图商务代表处
辽宁惠华汽车集团蒙古惠华FAW公司
辽宁惠华汽车集团俄罗斯布拉戈维申斯克合营公司

出 品 人：李彦海 President: Li Yanhai
总 策 划：戴 爽 General Planner: Dai Shuang
监 制：王晓北 Supervisors: Wang Xiaobei
总 编：崔秀敏 Editor in Chief: Cui Xumin
主 编：吕德敏 Executive Editor: Lv Demin
设 计：陈婷婷 Designer: Chen Tingting
校 对：吕德敏 张 燮 尹大群 Proofreader: Lv Demin Zhang Yuan Yin Daqun
电子信箱：hhzdbjb@126.com Email: hhzdbjb@126.com
出 版：辽宁惠华集团 Publication: Liaoning Huihua Group
印 刷：沈阳市美图艺术印刷厂 Printing: ShenYang Mei Tu Artistic Advertising CO.,LTD

CONTENTS

目录

10 盘点篇

56 发展篇

74 文化篇

90 惠华车世界



FAW-VOLKSWAGEN

一汽-大众品牌厂家领导

莅临我集团举行经销商投资人沟通会

文 运营管理部 闫秀丽

2016年一汽-大众大众品牌投资人峰会，改变以往年中以集中会议形式的沟通，调整为选择全国网络700余家经销商中有规模和代表性的22家以厂家领导到经销商处与投资人面对面沟通的形式进行。

经过6月16日的初期沟通，到6月22日准备完毕来访所需的材料，6月29日接收到以大众品牌高级经理孟祥会先生带队的厂家领导团队来访的具体通知。

7月13日，一汽-大众厂家领导团队与集团投资人、集团部分职能部门及大众品系相关管理层进行了为期一日的沟通与交流。上午，一汽-大众方网络管理部部长就一汽-大众的

未来关键战略进行了分享，集团就会议资料；集团介绍及战略发展，集团财务状况，一汽-大众品牌业绩表现-对比其他竞品，商务政策横向对比，经销商对一汽大众在数字化营销、Budget car等期许和希望，从5个方面进行了具体沟通与探讨。下午，“经销商对一汽大众的需求和建议”从弱势市场开发，商务计划与市场结合，增加服务政策支持，经销商关键岗位综合盈利能力提升和数据对标，案例分享、参观、学习，共5个项目点进行了具体的阐述与交流。

8月15日收到一汽-大众《2016一汽-大众品牌经销商投资人走访反馈函》邮件，邮件中厂家针对7

月13日颇有成效的沟通，双方就发展战略、体系运营等众多方面达成的共识，形成以新订单系统设计、新商务政策设计、售后服务运营提升、新市场战略规划、网络运营管理及发展规划和金融规划为主的6大战略任务，作为中长期工作改善计划，对于改善成果厂家明确将在经销商年会上进行阶段性的汇报。针对集团在交流时提到的具体事项，厂家以短期工作改善计划的形式进行了明确。

相信通过厂商双方的共同努力，大众品系的运营能力定会稳步提升，实现厂商共同的发展战略，取得双方共赢的业绩。

XINJIANG TRIP

集团组织上半年 评比优秀单位代表新疆行

文 集团办公室 崔秀敏

2016年，汽车行业仍旧面临前所未有的压力与挑战，上半年结束，集团根据各经营单位在经营与管理中所取得的成绩与亮点，针对在“关键业绩指标”达成率、同期比名列前茅的单位或部门负责人及在“业务创新”方面取得突破，在业务链拓展有突出贡献的个人进行了评选。针对各经营单位关键业绩指标综合达成情况，取店利润、整车销量、服务产值三项指标，经集团评估，在综合达成率名列前茅的经营单位推荐出的人选中评选出21名优秀骨干代表，组织了为期一周的“新疆游”特殊奖励。

8月5日开始，先进代表团由集团副总经理戴爽领队到达了新疆乌鲁木齐市，团员们首先参观了集团解放新疆店，与坚守新疆的团队进行了亲切交流，在接下来的时间里大家游览了天山天池、赛里木湖、那拉提大草原、巴音布鲁克草原、吐鲁番火焰山、坎儿井、葡萄沟等著名景点，欣赏了新疆独有的水色湛蓝，雪山倒映，草原辽阔，野花竞放的醉人景色。本次先进代表团成员涵盖了乘用车、商用车品系（含备品）销售、服务、衍生、客服、人资、财务、等人员，在旅途中，大家吃、住、行在一起，在欣赏壮观景色的同时，也得以在工作之外进行了充分的沟通和交流，在惠华大家庭范围内增进了对彼此的了解，增加了团队凝聚力。

时间过得飞快，一周的行程奔波而充实，8月10日下午，旅行团成员返回了乌鲁木齐，与新疆店管理层团队再次相聚、把酒言欢，8月11日，先进代表旅行团成员与新疆店的伙伴依依不舍地道别，登上了返程的航班，抵沈后，集团董事长亲自到机场迎接、慰问了代表团成员，对上半年各单位取得的业绩给予了高度评价，并勉励大家在各自岗位上做出更大贡献。

一周的行程虽然短暂，却在大家心里留下了美好的回忆，行程刚刚结束，来自各单位的伙伴们已经重新投入了紧张的工作中，相信未来各单位、各岗位定会有更多优秀代表涌现。





文 网络信息部 廉德磊

2016年3月24号正式开通了另一个集团化的信息应用——集团企业号。经过近5个月的试用，集团企业号的优势已经逐步得到体现。目前关注集团企业号员工已经达70%以上，它不仅是集团内部沟通的桥梁，更是信息传播的新途径。

集团企业号作为企业内部沟通的桥梁，实现企业员工基本的沟通和协同。同时由网络信息部统一管理组织架构，方便快捷的通讯方式能够让员工轻松的跨部门、跨单位搜索自己需要沟通的对象，并且可以组建交流群进行工作讨论。

The screenshot shows the '通讯录' (Contacts) section of the WeChat Group Management interface. On the left, there's a sidebar with organizational structures like '惠华集团' (Huihua Group), '集团部门' (Group Department), '解放', '大众', '奥迪', '一汽轿车', '综合品牌', '商品事业部', and '国际贸易事业部'. The main area lists 1153 members, each with a profile picture, name, phone number, email, and status. The names listed include 刘峰, 吕玉典, 袁令江, 刘磊, 李星明, 高一平, 胡哲, 关心, 魏嘉, and 胡静智.

集团企业号不同于微信订阅号和服务号，它是一个独立的服务类型。集团企业号针对性较强，它是对集团员工或合作伙伴提供的一项专门服务，方便彼此的沟通。而且集团企业号群发消息不受次数限制，消息内容更有针对性，更能体现消息发布的时效性，体现出消息发布的时效性。

集团企业号可以发送文字、图片、语音、视频、图文、文件等不同类型的信息。各单位在企业应用的素材库或者发消息中直接编辑要发布消息的内容，按照实际需求选择适合的接收人群，相应人群接收到再点击转发可将活动发布到个人的微信朋友圈中，形成病毒式大范围传播。



发布消息不仅能够通过电脑端编辑发布，移动手机端也可以到移动管理助手中编辑消息并发送，这样就能够让活动和消息发布的更加及时和便捷，方便活动的推广。

随着时代的发展变化，移动办公已经成为一种新的趋势，集团企业号作为一个集团交流和信息传播的平台将会给惠华集团企业形象宣传和网络营销带来新的突破。

The screenshot shows the '移动管理助手' (Mobile Management Assistant) app interface. It features a navigation bar with '返回' (Back), '移动管理助手', and three dots. Below the navigation is a header for '辽宁惠华新业贸易集团有限公司' with a blue verified checkmark. The main area has five buttons: '发消息' (Send Message), '发送记录' (Delivery Record), '通讯录' (Contact List), '审批加入' (Approval Join), and '授权管理' (Authorization Management).



RE MANUFACTURING PROJECT

奥迪沈阳店启动奥迪 品荐二手车“再制造项目”试点

文 奥迪沈阳店 王雪

近日，辽宁奥通荣幸地成为全国首批品荐二手车经销商“再制造项目”试点单位！

奥迪品荐二手车“再制造项目”是继奥迪魔翻新技术之后又一深度整备项目，在整备翻新环节上采取国际上领先的技术水平及环保材料，它的模式分为六大模块，分别为全车翻新、聪明维修、轮毂修复、漆面养护、机械养护、无菌处理，每一项都有专门的工位及设备和专业的施工人员，对人员的技术水平要求也非常高，试点单位需要不断的尝试施工项目，反复确认以达到最好的效果。一汽大众奥迪二手车室从2014年开始筹划这个项目，历时3年形成了一套完整的整备翻新流程，它将成为经销商又一赢利点，经过“再制造项目”处理后的车辆可大大提升车辆价值，提高品牌影响度。

从8月起，本项目进入试点筹备阶段，届时会有专业人员驻店培训，从如何订货到成功销售都有完善的团队完成，按计划2018年正式投入经营此项目，相信未来两年的准备测试工作能为奥通品荐二手车实现新的突破，相信奥迪品荐二手车“再制造项目”会成为我们独一无二的经营利器，它将给我们带来新的技术突破和更大的利润空间！



中国 长春 www.faw-vw.com vw.faw-vw.com 客户关怀热线：4008-171-888

领·创 如你
As Advanced As You Are
全新一代迈腾，创新驾临



全新一代迈腾
THE NEXT GENERATION MAGOTAN



比创造未来更难得的，是对现在的改变。全新一代迈腾的舒适感受，超越改写同级定义：极效发挥MQB/B平台的独有优势，轴距增加59mm后长达2871mm，乘坐体验全面提升；更为后排空间打造出比肩C级的宽大舒适；Nappa真皮的座椅一触即舒合，而驾驶员座椅按摩功能、前排座椅通风功能、后排舒适睡眠头枕等贴心设计配合宽大空间，则令长途驾驶也少有倦意；超大全景天窗，不止舒展视觉，更拓宽空间感受；这一切再加上以尊贵内饰格调甄别XL、智能三区自动恒温空调、第二代MIB信息娱乐系统、12高保真扬声器丹拿豪华音响，皆为营造每一刻的身心舒适、灵感泉涌。

纯正德国大众MQB/B制造平台的突破运用，引领宽适尊享新标准。

车之道，为大众

024-88442588
024-87108111

辽宁惠华朝阳店 0421-7106666
辽宁惠华辽中店 024-62913333

辽宁惠华本溪店 024-44801234
辽宁惠华新民店 024-27851866

024-88442588
024-87108111

2016 集团召开2016年上半年 经营管理总结分析会

ANNUAL HONOR ROLL

文 集团办公室

2016年上半年，汽车行业竞争已成为新常态，行业调整期仍将持续，面临的形势依然严峻。集团各单位及部门群策群力，在上半年的经营中取得了一些成绩。为及时梳理总结上半年各单位经营中的亮点和不足，为下半年经营取得突破找准方向，在2016年过半之际，集团组织召开了2016年上半年经营管理总结分析会。

会议分为经营单位会议和集团职能部门会议两个单元，于7月23日上午、下午在集团总部召开，首先针对上半年中国汽车市场的市场形势和重大事件，由集团运营管理部总监向与会人员做了分享；接下来由各财务部长和财务总监汇报了所分管经营单位上半年主要经营管理指标达成情况，对重点指标达成率、同期比进行展示，从财务视角对各店差异及弱项进行了财务分析；由部分经营单位结合市场竞争形势及店内实际情况，在集团总的绩效考核方案的框架下对关键管理层（销售、服务部第一负责人等）及一线关键岗位（销售服务顾问、维修技师等）绩效考核方案在上半年进行的必要调整，以及取得的显著成果进行了分享；对上半年各单位在经营中做的较好的经营或管理典型案例，用数据说话的方式进行了分享；针对结合上半年工作中存在的问题、各经营单位的汇报材料及集团董事长对于“解放思想，转变观念”大讨论结果的批示，集团职能部门负责人从各自分管角度，对三季度的重点工作内容进行了汇报。

集团董事长、副总经理对各单位经营情况以及职能部门负责人的发言及各部门工作情况做了点评，将集团上半年的经营情况概括为“喜忧参半”，对上半年经营中的亮点，例如解放品系打了翻身仗、未来可持续盈利的空间仍然非常大，各单位年轻的管理层逐步成熟，在集团层面通过一个月的“解放思想、转变观念”大讨论使管理层在思想方面得到统一和提高等，给予了充分肯定，同时指出了各品牌运营管理发展极度不平衡等不足，对下一步工作提出了四点要求，要求各单位把“解放思想、转变观念”大讨论的成果持续深化，要坚持持续优化、末位淘汰，要强化考核，要强化学习和培训；在集团职能部门会议单元，董事长针对集团职能部门管理层的汇报情况和思想认识程度进行了深刻的批评教育，要求大家要深入思考、深刻反思，要做实事，推动店里业务改善与提升。

会后，根据会议要求，集团运营管理部和集团财务部对经营中的薄弱环节、可增长点、各单位会上会下的建议进行了梳理，各职能部门做了分工，在8月份由集团董事长带领运营管理、财务等职能部门逐个单位研讨，切实解决问题，在改善、提升经营、管理业绩起到了强有力的推动作用。

集团下发《会员管理手册》，规范会员 管理工作

NORMATIVE MEMBER MANAGEMENT WORK

文 集团运营管理部 闫秀丽

惠华集团经营20余载，用户基盘已累积10万余人，在当今社会，各行各业均有共识，拥有客户即拥有财富。汽车行业专家断言，现在乃至将来的汽车经销商，卖的、修的不是汽车及相应价值链，而是在经营用户，用户经营的好与坏对集团持续良性发展至关重要。随着集团各经营单位营销方式的多样化与复杂化，集团在2015年开发了《惠华集团会员管理系统》软件，并于2015年7月份正式投入使用。在集团领导的重点关注下，经过集团职能部门负责人及经营单位关键岗位的共同参与和多次沟通，《集团会员管理手册》拟定完毕，在广泛征求各层级意见并报集团审批后2016年7月下发。

《集团会员管理手册》共分三章，第一章是集团经营单位内部会员管理制度，此章节为各经营单位内部管理所需遵循的文件；第二章是惠华集团会员章程，此章节为店内工作人员在为用户办理会员卡时，需当面向用户明示的内容；第三章是惠华集团会员手册，此章节由各经营单位结合厂家对于VI的要求，自行制作会员手册内容，在用户正式成为会员后，交给用户留存。

用户转为会员管理模式，是规范用户服务流程、提升用户满意度、增加客户忠诚度和规避经营风险必要之需。在《集团会员管理手册》基础上，各单位将运用现代客户关系管理理论对客户信息数据进行科学的分析，根据客户群体的特征采用差异化的客户维系方案，从而在更好地服务客户的同时提升经营质量。

开展专项培训，持续提升学习能力

——记集团人力资源部上半年开展业务提升系列培训

CONTINUOUS IMPROVEMENT OF LEARNING ABILITY

文 集团人力资源部 唐一平

面对日益严峻的市场形势和残酷激励的行业竞争，我们若想保证企业和个人都能稳步前进，必须不断学习，吸收的知识、掌握新的技能，才能跟上市场和行业发展的步伐。集团董事长在二季度经营管理例会上强调：“要强化学习和培训。”为更好的提升核心管理团队管理能力，充分提升企业整体盈利能力，降低运营风险，充分发挥企业内部优秀管理方法，协助各经营单位不断提升整体运营水平，上半年集团人力资源部组织了三次业务提升系列培训，分别是关于《服务新业态下运营管理之服务客户全价值链营销》培训、关于“精品单车产值提升”的专项分享、培训及关于“营销活动如何策划、内容如何设定、效果如何分析”的培训。

在服务客户全价值链营销的培训会上，奥迪丹东店总经理刘东明就客户全生命周期价

值综合开发的作用及思路、客户价值挖掘分类营销框架搭建、客户价值分类模型应用等几个方面分别进行了讲解，通过培训使各店服务部提升了客户维系能力、对客户服务有了更高的认识。

在“精品单车产值提升”的专项分享、培训会上，丰田店总经理董超就丰田店精品单车产值进行专项分享，就如何有效提升精品单车产值进行专项培训。各参训单位就如何提升精品产值规模与提升精品单车产值及三、四季度的目标如何设定进行说明，集团运营管理部分享了一汽-大众网络部张雪松老师就“集团大众品牌经销商盈利能力分析汇报会”点评内容，并结合精品提升项目对行动方案进行布置。

根据董事长的批示：“现在的促销活动是基于目前的市场形势做

出的必要的选择，不是愿意与不愿意的问题。活动搞的多少取决于店第一负责人及销售和服务各业务部门的积极性，整车销售竞争加剧，卖车不挣钱，继续等是不行的。开展促销活动的目的是为了集客、成交和提升盈利水平”，6月下旬奥迪沈阳店核心管理团队就“营销活动如何策划、内容如何设定、效果如何分析”在集团范围内进行了专项分享。

集团人力资源部在上半年的培训中采取了专项分享、以会代训、实战案例分析等多种形式，培训后对培训效果进行了跟踪，在相应的板块均有不同程度的提升，下半年集团人力资源部将持续开展专项培训活动。



AUTO FINANCE FINANCE LEASE

汽车金融新生力量 ——融资租赁

文 集团信用控制部 关心

J.D.POWER调查显示，2016年中国的新车销售增长率预测在8%，但是到了2017年，或会跌到1%的水平，而在2018年的时候会有所回升，这可能是汽车行业的一个周期。

过去的几年中，中国经销商整体新车销售利润有一个变化。新车利润一路下滑，甚至出现倒挂的状态。而伴随着年轻一代消费思维的转变、对生活品质的追求等诸多因素影响，贷款渗透率一路高速攀升，与欧美发达国家的差距也在逐年缩小。金融直接利润成为经销商的新的利润增长点。纵观汽车金融市场主要以汽车金融公司、银行信用卡为主体。其优点随着被人们普遍接受不言而喻，但缺点主要体现在审批方式局限、模式单一、金融机构与经销商分别存在相互专业能力不足造成的业务链接瑕疵。也正因为如此融资租赁业务才在汽车行业悄然崛起，成为又一汽车金融的新

生力量，为客户、为经销商提供更为完善的购销体验。2016年可谓是中国汽车融资租赁的元年。

集团领导以其敏锐的市场洞察力于本年初着手成立惠华融资租赁（天津）有限公司，通过各部门的奋力协作，于2016年5月已经开始正式挂牌运营。目前商用车主要开展售后回租业务。自开展以来以其购车门槛降低、分期利率合理、满足客户差异化需求、减少客户资金压力等要素，深受购车客户青睐。短短两个月时间，已成交35台，为客户提供融资300余万元。潜在待成交客户20余组。乘用车主要开展低首付、二手车、网约车融资租赁业务，8月份已开始实现成交。

集团成立融资租赁公司与其说是现有资源的大整合，倒不如说是整个产业链的完善与升级。不仅帮助集团增加汽车销量、清理库存、增加盈

利点；也为客户提供更专业、更便捷的专属资产筹划服务。当然，我们的融资租赁业务刚刚位于摸索前进的起点，越往后发展，其核心竞争力将来自于运营。直租、售后回租、经营性租赁、经营与融资混合性租赁将逐渐出现在我们的视野中，届时Big deal（价格最优惠的）打包销售方案也会成为客户一站式安心服务的首选，成为经销商为客户循环为已有融资租赁客户精准提供营销服务的重要依托。

融资租赁作为汽车行业的新坐标，作为集团业务拓展的新领域，还有很长的路要走。营销策略、渠道策略、终端维护策略、佣金策略、软硬件设施布局等，需要惠华人用汗水和智慧去灌溉，需要惠华人精诚所至，金石为开的信念和毅力。未来，相信那个硕果累累的秋天离我们并不遥远。

NEW BUSINESS DEVELOPMENT

衍生业务新拓展： ——集团上牌中心开通自助缴纳车辆购置税业务

文 衍生业务部 荆迪

集团上牌中心经过为期一个月的学习和准备，于2016年4月8日开通缴纳车辆购置税业务，与此同时真正实现购车、缴税、上牌一站式服务。

目前凡在集团旗下4S店购买的车辆均可在集团上牌中心缴纳车辆购置税，沈阳本地客户更是可以直接办理上牌业务，免去远到车管所、购置税大厅，免去问询、长时排队等诸多不便，真正做到了购车一站式VIP服务，高效、便捷！实实在在为购车客户带来方便，自开通业务以来，广受各店及客户好评！

作为沈阳市为数不多可实现4S店缴税+上牌的经销商，自助缴税业务扩大4S店增值业务范围，降低了各店销售顾问及上牌人员的劳动强度，极大地提升客户满意度。同时不断精细上牌业务流程，贷款车辆的登记证书次日即可取到，一改往日至少7个工作日送达的邮寄形式，提高了效率、缩短放款时间、加速集团资金流通。

自开通近4个月以来，上牌中心累计缴税数量已达967台，作为全省第一家完成金税三期系统升级的示范单位，在系统恢复当天，上牌中心共缴纳车辆购置税62台，远超包括金宝台检车线和万悦二手车市场在内的其他15家自助缴税机构。作为其中的佼佼者，国税局以我上牌中心的业务流程为标准、以我上牌中心展厅布置为模板等进行宣传，吸引服务站前来参观学习。

成绩自不必说，集团上牌中心将一如既往的以饱满的热情为每一位客户提供优质服务，踏踏实实做好本职工作，为提升4S店的竞争力，增加集团美誉度贡献自己的一份力量！



BATTLE COUNTER ATTACK

背水一战 绝地反击

文 商用车沈阳区域 左怡

集团董事长在2015年度总结表彰大会上针对2016年工作主题之一“破重点”做了明确的诠释：“重点就是大客户，就是衍生业务等后市场，我们考察团到发达省区、境外考察，考察结果都证明了发展的空间”，“国内汽车行业供大于求的形势是不会逆转的，整车销售利润空间不会太大，有时可能价格倒挂，如果不向衍生要效益就无路可走。”

解放品系各店2015年整体经营情况为亏损，是集团组建以来业绩下滑到历史谷底的一年。2016年的卡车市场总体情况并不乐观，要绝地反击，只有背水一战，而车辆价格因为市场竞争的白热化，想要销售车辆产生利润很难很难，恰恰商用车后市场的业务，解放品系有十几年消费信贷业务的经验积累，并且无论是精品、保险还是二手车业务，在商用车业内还没有乘用车业内关注的程度高，所以开发的空间非常大。这就是解放品系“绝地反击”的机会。

经过半年的努力，解放品系各店在衍生业务方面可圈可点的业绩如下：

1、消费信贷渗透率解放品系总体同比提升40%，其中解放沈阳店、解放丹东店单月渗透率突破60%；

2、外品牌贷款业务与同期比翻了两番；

3、二手车融资租赁业务实现了突破，6月单月实现销售26台，综合内部收益率达到25%以上；

4、在一汽金融公司、邮政银行等金融合作单位的消费信贷垫付率低至2.5%，而在金融行业内，垫付率的标准为15%；

总结上半年取得这些成绩的原因，有如下成功因素：

首先是天时、地利、人和：

1、2016年初，针对市场状况，集团董事长提出解放沈阳区域衍生部门以及支持部门的人员进行整合，对于不胜任人员进行了优化；

2、针对2015年商用车市场低迷的状况，2016年3月份开始，厂家为拉动经销商消费信贷业务增长量，首次联合一汽汽车金融公司进行了贴息政策支持，降息比例空前的大，使得解放品牌在商用车信贷市场上的竞争力激增；

3、整合后部门人员采取“一人一主岗，同时交叉兼多岗”的模式，提升员工学习意愿，“多劳多得，奖惩结合”的绩效考核方式使得员工的积极性得到极大的提升；

其次是抓住新机会、乘势而上：

集团上半年在天津注册了融资租赁公司，开展业务不受区域限制，解放品系各店抓住目前商用车二手车消费信贷业务处于初级阶段，绝大多数

银行对此业务望而却步的机会，大力宣传，在售后回租及新车首付业务上大做文章，一是将二手车业务开展起来，下一步会逐步拓展到二手车收、售等相关的业务；二是解决了客户手里有台二手车，想买新车还缺少资金的问题，带动了新车的销售。

再次是营造了“团结、紧张、向上”的氛围：

2015年的教训，在解放品系每个人的心里都留下了深深的烙印，2016年，终于打了一个翻身仗，但没有人敢松懈，脚踏实地、抓住每一次微创新的机会，细细研究，深入探讨、实践，加大对员工的绩效考核力度，根据业务情况及时更新绩效考核方案，在内部创造了“比、学、赶、超”的氛围，在完成一个目标之后，就会制定更有挑战性的目标，一次次刷新自己的记录。

油箱加热实现销售了，独立暖风实现销售了，轮胎轮毂实现销售了，随着卡车精品项目的逐步引进，一个个来自卡车精品的好消息在激励着大家的斗志，燃烧起向更高目标挑战的激情。商用车的衍生项目空间很大，相信在大家的努力下，在集团领导的支持下，解放品系的衍生各项指标会逐步达成一个又一个新的高度。

SECOND HAND CAR ACHIEVEMENT SHARING

大众沈阳店二手车业绩提升 成果分享

文 大众沈阳店 任利刚

新年度，一汽大众厂家推出了极具竞争力的二手车促进政策：“置换补贴”、“二手车以旧换旧补贴”、“二手车贷款贴息”，我们抓住这个契机，结合之前对二手车市场的走访调查，拿出重点提升展厅置换量的方案，二手车评估师前移，与展厅业务无缝对接：

目标客户分析：因有本品牌的零售支持的资源优势，我们就想利用好这个优势尽可能多的让客户来我们这里置换购车。首先对大众车型进行筛选，首选是捷达，其次是宝来与高尔夫，在对二手车市场同类车型的收购及销售价格进行详细了解分析后，再结合新车的价格，考虑如何让客户不填钱或少填钱的情况下，置换购买新车，这样能够最大程度的调动客户参与的积极性，最终选定捷达客户为主要目标！

活动方案制定和执行：有了前边目标客户的分析，根据对二手车市场价格的调研与核算，我们分别制定了“0元换购”“原值置换”两种方案。我们寻找三年之内捷达的老客户，根据不同年份、配置车型的客户，特别制定了不同的邀约话术，活动前我们认真的调整了销售顾问的置换奖励机制，同时评估师由外部收购转移到展厅内置换。通过销售顾问挖掘1-3年捷达老客户，进行邀约，通过“0元换购活动”拉动置换购车的热潮；

活动中遇到的问题及应对措施：在“0元换购”“原值置换”活动开展伊始，我们发现，高配置车在做置换的时候折价率较高，如果按原方案执行势必会影响利润，因此及时作出调整，将精品、续保、服务保养赠送等结合运用，实现了多部门配合，将风险巧妙转化，高效的完成活动目标；

通过活动大众沈阳店实现置换24台，同时推动集团内大众品牌认证联动，外阜大众店本品牌置换与认证活动如期开展；实现认证22台，本品牌收购共计84台；这些离不开前期客户资源的积累，离不开各部门之间的配合与支持，大众沈阳店二手车部，必定再接再厉，全力完成年初制定的目标！



PROFIT
Sales to achieve a good start

销量微增长 利润大跨步

文 奥迪辽阳店 王可强

2016年的上半年是汽车行业面临重大变革的时间，各种新形式的整车销售店如雨后春笋般蓬勃发展，作为地处沈阳与鞍山两大城市交界处的惠华集团奥迪辽阳店迎来了3岁生日，从无到有，从新店到成熟店，奥迪辽阳店迎来了变革的时期。

在做2016年预算指标的时候，总经理就把2016年的公司目标定义为“销量微增长，利润大跨步”。销售部如何要效益的难题也摆到了大家的面前。我们积极响应，跟进集团的步调，“向衍生要效益”成为2016年销售部的重点工作。总结2015年各项衍生数据完成情况，基本达成预期指标。如何在目标基础上更进一步，成为2016年销售衍生部的重点课题。

“只要思想不滑坡，办法总比困难多”销售部始终秉着这样的观念，坐在一起发散思维、头脑风暴，制定了2016年行动计划。

在金融保险方面，我们对绩效考核方案进行了调整，销售顾问每月根

据销量制定贷款、新保、联保任务目标，让销售顾问能明确的知道奖金的构成及想要获得奖金就不光在整车销售上下功夫还要在衍生等相关指标进行努力，同时使用表格管理工具（衍生业务分析表、销售顾问个人分析表等）做分析，找准弱项有针对性的整改。

在精品方面，同样将精品绩效同样纳入总体衍生项目考核，取最低项完成率作为绩效发放的标准；将新产品的引入成为今年精品的重点工作，主动安全系统，安全辅助系统，舒适升级系统等一些奥迪产品在店内进行试装，充实目前店内精品销售的产品种类的同时，也可以同周边经销商形成差异化销售；通过整车销售和衍生产品的整合营销，充分利用各项衍生产品的优势与整车销售进行捆绑，多种营销方案促进销售。针对精品更多推行体验式营销方案，在展车上尽可能的前装各种产品，在销售过程中邀请客户参加体验，使客户更了解产

品，更认同产品，产品的价值就得到了凸显，更有利于成交；应用精品管理工具，细化到单车型产值、单产品加装率的分析表，更容易让我们发现弱点，去做效率更高、更针对性的整改；完善内训制度，每周一次的精品培训，更多的加入实战案例的分享，更贴合实际销售，提高了销售顾问的销售能力。

截止2016年6月30日，奥迪辽阳店各项衍生指标完成均高于集团既定目标，重点指标精品单车产值过万，同比增长31%，贷款渗透率同比增长34%，二手车置换率同比增长181%。虽然离年初制定的内部挑战目标还有差距，但数据的提升也让我们看到了我们的潜力，也让我们对完成全年挑战目标有了更大的信心。

成绩已成过去，新的挑战才刚刚开始，相信通过销售部全体员工精诚团结共同努力，在汽车市场微增长的时代定能奏响属于我们惠华集团奥迪辽阳店的最强音。



WONDERFUL ACTIVITIES TO SHARE

奥迪沈阳店二季度精彩活动分享

文 奥迪沈阳店 徐仲尧

又是一个季度，新的开始，新的起点，每次都有不一样的收获，现将第二季度的部分精彩活动及图片与大家分享：

中超足球联赛指定“VIP指定用车”
利用足球赛的热情，宣传奥迪新A6L品牌形象、VIP指定座驾，大力曝光奥迪品牌，宣传新A6L，取得了良好的效果。

The first image shows a black Audi A6L with "中超联赛指定 VIP指定用车" and "CSL" logos on its side, parked in front of a modern building. The second image shows a group of people in red jackets standing together outdoors.

A3重定位80后

5月是一个活动季，一大波活动袭来，又是一个大卖的季节，新车型的上市，车型的重新定位，激起了许多潜在客户的购买欲，这次以80后怀旧为主题的一次大型活动，进店送礼，店内装饰更是别有用心，随处可见的80后童年时的玩具、小零食、小游戏等等，更精彩的是还有我们的80后乐队为我们精彩演唱怀旧歌词，带动全场热情，回忆满满，除此之外还有上学时一起做过的广播体操，所有人都一起加入到这个追忆年华的环节，吃过玩过之后也不错过愉快的订车环节，此次活动效果极佳，一天的时间，最后以集客600，订单35，圆满收尾。



5月活动买奥迪、送飞机

五一节一个全民休息的节日，正是卖车的好时机，我们加大订车福利的力度，同时也成立了我们奥通无人机俱乐部，现场买车的即送我们一架大疆无人机一台，同时也可成为我们无人机俱乐部的一员，参加后续我们的教程活动，现场有主持人的细心讲解，后续还有茶歇环节及订车互动小游戏，订车气氛相当热烈，最后以集客800，订单68，完美收官。



LIAONING

Challenge the country's lowest price

辽宁惠华奔腾X80独家买断
挑战全国最低价
全员行动 单一车型累计销售41台

文 一汽轿车沈阳区域 孟静梅

7月份，一声“枪响”，奔腾人马上警觉，振作起精神，全副武装，开始战斗了，因为我们是一家人，全员在行动，所以我们不孤单。在总经理带领下，集团申请价格政策、店内统一话术，统一对外宣传口径，店内+厂家资源充分利用，展厅内+展车包装、销售邀约回访、车展集客，车展后团购会现场斩杀，转介亲朋好友……我们的目标是共同的，所以在短短的一个月里单一车型奔腾X80累计实现销售41台。



INNOVATE

Develop a new situation

推动网销工作可持续发展
打开创新发展**新局面**

文 奥迪丹东店 李英男



夏季特惠丹东惠华奥迪A3火热销售快抢购

来源：经济观察报

华新社 日期：优惠促

日期: 2016-06-09

促销时间 2016-8-06 - 2016-8-13

全新奥迪A3 Sportback，携未来驾到！丹东惠华奥迪与您心有“掌”息，让您购车压力完全归零，轻松把车贷回家！本周特推出置换大礼：0.5~1万精品配饰免费得，机惠有限。在丹东惠华购车，还可享受大用户政策，折上最高减6万元！优惠“价”临，打得很好奥迪冰点回馈，聚惠江城，让你轻松拥有梦想座驾，尊享阶级人生！

奥迪A3车型最新价格变化报价					
车型	厂商指导价 （万元）	优惠金额 （万元）	裸车价 （万元）	参考总价 （万元）	优惠条件
奥迪A3 2016款 Sportback 40 TFSI 风尚型	24.99	↓ 6.50	18.49	21.36	叠加装饰 店内上保险 店内置换 公务员的车 公务费补贴
奥迪A3 2016款 Sportback 40 TFSI 豪华型	27.70	↓ 7.20	20.50	23.86	叠加装饰 店内上保险 店内置换 公务员的车 公务费补贴

奥迪丹东店根据2016年销售工作制定的“完善数字化营销”总体布局，深入贯彻“抓关键、破重点”的发展理念，于2016年1月-3月对网销工作进行重新梳理，从人员设置、工作细分、KPI设定等几方面入手，对“网站运维”、“客户接待”、“数据入口”、“数据出口”等四个纬度进行深入研究分析，立足自身优势，加强改革创新，努力闯出新路开创发展新局面。以下为奥迪丹东店网销工作的工作重点，希望兄弟店给予批评与指导！

维度一：网站运维

- 1) 会员页面优化：
 - 头图画面更改：制作各个性化头图背景、添加公司信息、提高辨识度；
 - 焦点图画面更换：焦点图可更换带有店内促销信息、设计美观的图片；
 - 公告栏发布信息：置顶放店内促销软文，使用自定义标题可更加直观醒目；

2) 文章发布优化:

推荐名额使用：使用“优惠促销模板”发布文章，充分利用推荐名额优势，做到文章发布阅读最大化（例：豪华版每周20篇，周一至周日发布数量为：2、4、2、4、2、4、2，可根据当地客户阅读习惯进行调整）：

车型文章露出：在公告栏中放置主流车型文章，与网络客户产生共鸣，提升阅读量；

文章发布内容：“优惠促销模板”的“内容”中的信息为置顶信息，在此处添加店内相关促销信息，符合阅读习惯，吸引客户关注，促使客户致电、下单。

维度二·客户接待

- 1) 400电话接听：严控接听时长，第一时间接听电话，每个400电话分别设置接入电话，防止占线等情况发生；

2) 网上订单回复: 手机端专人负责订单接收并及时刷新信息, 第一

时间回复客户订单：

纬度三：数据入口

系统录入：录音监听，本地客户
经过网销专员排除非意向客户外，要
求录入率为100%：

客户回访：要求录入系统客户，最少3次以上回访，才能确认客户级别，制定回访计划；

维度四：数据出口

客户邀约：按本地客户数量，制定邀约到店KPI，保证展厅流量；

客户开发：每月对未成交且半年以上的潜在客户进行电话邀约，并加入KPI考核。

截止到2016年6月，奥迪丹东店4-6月网络集客数为735组，同比1-3月提升114.30%；本地网络集客446组，提升127.80%；系统录入162组，提升105.20%；网络销售24台，提升133.33%。以上为奥迪丹东店网销工作的体会和心得，望与兄弟店相互学习、互相交流，共同提升网销工作。

BIG CLIENT

SALES TO ACHIEVE A GOOD START

困中求变，灵活经营

文 解放盘锦店 朱明山

面对2016年严峻的商用车市场形势，解放盘锦店在开拓市场和维系客户的同时，将工作重中之重放在强化绩效考核和经营管理上，重新确定了全员绩效的理念，实施“低固定，高绩效”的方式，目的在于提高每个人的积极性和战斗力。恰逢2016年的商用车市场启动早于往年，解放盘锦店依据市场形势，准确把握时间节点，于2016年2月19日（正月十二）举办大型促销活动，当日成交121台牵引车，迎来今年销售工作的开门红。售后服务方面也是与销售互相拉动，不断通过衍生（铝合金钢圈、主车加热系统等）拉动进场台次，促进服务产值的提升。这样的转变，为我们带来了好的效益。

解放盘锦店1-6月份数据如下：

整车销售方面：实现整车销量完成预算的189%，其中贷款销售62%，完成预算的190%。

售后服务方面：进场维修车辆台次完成预算132%，其中维修产值207.5完成预算的106.7%。

2016年已经过半，解放盘锦店经过半年绩效评估，重新制定了新的全年挑战目标。面对瞬息万变的市场形势，解放盘锦店的全体员工会保持优势，改善自身不足，戒骄戒躁，为实现全年挑战目标而努力。



奔腾 | BESTURN

进取不止

全新奔腾 B50 焕新而至

为更好的自己点赞

10周年

2006-2016 一汽奔腾
一路有你·进取不止
CONTINUE ON THE WAY

辽宁惠华汽车集团一汽轿车沈阳区域奔腾店

一部大东店：销售热线：024-88200766、88200466 地址：沈阳市大东区东北大马路366号
二部铁西店：销售热线：024-25729333、25737555 地址：沈阳市铁西区北二中路25号
东陵店：销售热线：024-88459888、88459966 地址：沈阳市大东区东陵西路17号

一部大东店：销售热线：024-88204588、88204688服务热线：024-66752360、66752380 地址：沈阳市铁西区肇工街北四路，方大胜景西门

集团开展“解放思想，转变观念”大讨论

统一思想认识 UNIFIED

文 集团办公室 崔秀敏

汽车市场早已进入微利时代，各经销商正处于“大浪淘沙”的生死存亡的转折关头，在“新常态”下，只有转变传统的思维方式、思想观念、工作作风，采用创新经营模式，才有持续生存空间。2016年上半年，集团从各个角度出发，对经营中可增长的点进行了调研和强力推动，调研显示，在经营的许多方面都不乏优秀做法，一些单位在创新方面已经走在了前头，而部分单位则还在原地徘徊，对于如何在新形势下取得突破既拿不出好的办法，对于集团推广的优秀经验也没有及时跟上，在第一时间推广，在紧张的竞争中已经落在了后面。

6月3日，集团办公室下发了集团董事长《关于在集团管理层（主管以上）开展一次进一步解放思想，转变观念大讨论的意见》，董事长在《意见》中以中国封建社会因闭关锁国、禁锢思想而由盛转衰，新中国通过30多年的改革开放，破除教条、解放思想，及时总结经验推广好的做法，在经济建设、社会生活方面获得了巨大发展为例，指出现在已经步入信息化，全球经济一体化的时代，因循守旧、固步自封注定没有前途，注定被历史无情的淘汰。

董事长在文件中高度评价了集团上半年经营活动中的突出案例，包括奥迪沈阳店销售及服务部业务促销活动多，各种礼包、套餐品种花样繁多，虽然增加了管控方面的难度系数，但更重要的是极大地拉动了销量、维修产值的提升和综合收益的大幅增长；解放沈阳区域等商用车单位在社会市场需求并无大的变化情况下，销量和盈利实现了成倍、甚至成

几倍的增长，成果得益于团队成员“走出去”，充分发掘客户，也有经营模式的创新的贡献；集团主要领导动员、财务管理部主推、信用控制部积极参与的惠华融资租赁（天津）有限公司组建完成并且已经开展业务，市场范围、信贷品种、盈利能力都得到极大提升，深受各相关经营单位欢迎，对集团发展的支撑作用已经显现；集团二手车交易市场的项目正在推进过程中，该项目对集团产业链条的拉长和拓宽、综合收益和企业形象的提升都有十分重要的意义。上述项目之所以成功，与相关责任高管及管理团队以积极的心态去推动，能够用心、精准把握机会是分不开的。

董事长对集团目前存在的问题也进行了剖析，指出有些部门和单位运营管理畏首畏尾，对个别人利用职务的便利侵占企业和骗取客户资财的违法行为袒护、迁就致使不良风气蔓延，严重损害企业利益和形象，负有主要和直接责任的管理者没有任何形式的自我反思和检讨；管理层对重点工作推动只奖不罚的思维定式具有普遍性，导致重大项目推行不利，重大案件屡禁不止；店总经理而言必须统筹兼顾、全面负责，不能担心顾此失彼。因此有必要通过讨论进一步提高和统一集团的思想认识，在创新上取得实质性的突破，创新探索不存在失败，不完美的英雄也是英雄。排除阻力和干扰，不换思想就换人。

根据集团文件要求，“解放思想，转变观念”大讨论以集团职能部门和独立经营单位为单元组织，在主管以上级别管理层中，围绕解放思想、创新突破的差距和根源在哪里，如何改善的措施和时间节点，对集团主要领导的意见和期望

等角度展开。讨论时间持续了一个月，并在6月末由各单位、各部门将讨论结果以书面形式汇报给集团董事长。董事长对于各单位、各部门的讨论结果分别做了回复和点评，对讨论效果不理想的单位要求补了课。

经过一个月时间的讨论，集团管理团队在思想方面得到了统一和提高。集团董事在上半年经营管理总结会上的训勉中提到，思想问题解决得好还是不好，决定惠华集团未来发展和走向，如果没有理性的思维，没有办法摆脱不健康的思想情绪，永远都没有办法实现真正的超越。业绩指标达成好坏关键在于人，关键在于店总经理、销售和服务第一负责人，在管理上不能迁就，不能感情用事，要理性。只有关键管理层的思想统一了、转变了，业绩的提升就有保证。

董事长在训勉中指出，要把“解放思想、转变观念”大讨论成果持续深化，重点是要解决责任心和危机感的问题，新建店着重于尽快的解决自我生存问题，老店和旗舰店除了贡献利润，还要承担积累经验、积累客户、人脉关系等社会资源、为集团输送人才的作用。责任感还体现在对下属严格要求、大胆管理，不能怕得罪人，管理不能迁就和照顾，严格绩效考核是管理最有效手段，绝不能放任自流。

通过“解放思想、转变观念”大讨论，集团管理团队在思想层面受到了很深的触动，在解决思想问题的基础上，全集团管理层已形成共识，破除思想僵化的落后意识，不求上进的保守心态，以担当意识和实干作风探索新途径，寻求新突破，在较短时间内实现跨越式增长。

CHANGE THOUGHT 转变思想，扭亏为盈

文 丰田铁岭店 张恒

2016年对于铁岭丰田店意义非凡，如何做到扭亏为盈，如何丢掉亏损的帽子是我们每个丰田人的心声！在新任总经理的带领下我们首先转变现有的思维模式，将经营目标定为如何立足于现有经营条件扭亏为盈。

众所周知目前的整车销售亏损严重，想要从中获取利润就要从衍生业务着手，其中精品销售业务做为盈利点最高的板块是我们开发的重点。如何转变固有的思想，如何把最新的经营思路传递给员工？

思则变、变则通、通则久

一直以来丰田店的单车产值都在4500元左右，始终完不成预算目标，在履新管理团队的带领下，针对如何实现扭亏为盈，开展解放思想、转变观念的研讨，转变管理团队的思想，让我们意识到还有很大的提升空间。业务开展初期总经理潜心研究了一套管理工具，让我们管理层清晰掌握每天所销售车量的盈亏情况。并从中研究提升的空间还有哪些，如何让前装量最大化，对数据进行分析总结，利用分析结果制定新的考核方案，并逐步落实。

没有卖不出去的商品，只有卖不出商品的人，其实人都是有弹性的，面对如此严峻的市场环境我们没有选择，唯有盈利我们才能对得起自己，对得起投资人！我们要给员工方式，

方法，树立员工的信心和恒心。

首先针对展厅车辆我们制定了专属礼包，固定车型，固定加装商品，修改配置报价单，杜绝展厅裸车销售，保证库存车80%的前装率。

目标明确以后我们打破原有单车产值5000元/台的指标，并重新制定了绩效考核方案，与整车捆绑考核。将精品单车产值逐月提升，由5000元提升到6000元；再由6000元提升到7000元；现今正在冲击8000元/台，同时激励优秀员工建立学习型团队，每天早晚会分享成功销售案例，利用管理工具做精确的数据分析帮助员工提升精品销售技能。组织员工进行精品项目培训，清晰我们的产品优势及售后保障优势，加强客户在4S店购买精品的信心，使精品产值得到了提升。

挑战自我，挑战目标。

目标设定是标准，超出标准是根本，我们店在原有预算指标的基础上重新设立了新的考核指标，只要敢想才能敢做。在部分车还没到店的时候我们就研究好了车到店后加装什么，把产品准备好，车辆到店后第一时间加装进展厅。其实做精品前装不要担心客户不买，只要我们了解客户需求，客户是很容易接受的。曾经我们尝试了RAV4北美版的加装方案，面对高成本的产品说实话我们心里真

的没有把握，毕竟单车产值达15000元，当把这台车销售出去的时候员工感受到了成就感，感受到了客户的认可度，同时信心倍增，随之而来的是更多的北美版车型销售。事情没去做就开始担心做不成，必将一事无成。

做每件事最重要的是贵在坚持，持久才是王道。以前面对前装员工表现出来的是少加点，加多了车就卖不去了，通过这几个月的努力，现在员工去查订车时会主动找到精品内勤，告诉她大概的到车时间，嘱咐第一时间把车加装好。再有订车前也会问销售信息员有几台加装完毕的车！实践证明“播种一种思想，收获一种行为；播种一种行为，收获一种习惯”。

每天我们会根据数据化的表格清楚的知道单车产值，单车毛利情况，时刻关注指标达成情况，发现问题及早解决。目前我们在确保单车产值7000元的同时，又开发了一些新的项目，比如，多功能方向盘，右视，威驰雾灯，在原有的必装礼包中又增加了1000元产值，力争平均单车产值达8000元。

2016年已经过半，为了能力争达到优秀店单车产值10000元，我们肩上的责任更重，我们还要付出更多的努力，更多的信心。坚定必胜的思想，坚持创新变革，在集团的指引下携手全体员工迈向更美好的未来！



数据展示—精品单车产值及毛利		
项 目	单车产值(元)	单车毛利(元)
2015年	4,959	2,227
2016年1-7月	7,095	3,121

铁岭金惠源丰田2016年1---7月份对比2015年单车产值增长率为43%，单车毛利增长率为40%。



锲而不舍，金石可镂

PERSEVERANCE,
CAN ENGRAVE STONE

文 解放商用车沈阳区域 袁野



经历了2015年卡车市场低迷时期煎熬，解放商用车沈阳区域在2016年上半年打了一个漂亮的翻身仗。

风雨无阻跑市场，踏踏实实做销售

这半年的成绩多取决于集团的不抛弃不放弃及领导们的战略思想及方向。要想打胜仗，就要有一支不怕苦不怕牺牲的队伍。我不敢说我们做到了，但我们真的在朝这个方向迈进。

在2015年中期，店总及销售经理给我们全体销售人员开了一次紧急会议。主要是部署2015年下半年的工作方向，主要围绕几点：1.打硬仗，要有过苦日子的准备。2.分片到人，落实销量并立军令状。3.按周计划开

发区域二网。4.按月考核基盘客户指标。以上所有都与个人绩效挂钩，奖惩分明。

我们心里在打鼓，这样的市场情况下，身边很多熟悉的身影离开了我们，剩下的我们这样做真的可以扭转乾坤吗？既然落定目标，领导也实时找大家单独进行谈心，了解情况及想法并适时的给予支持和鼓励，把我们从游离和迷茫中拉回正轨。

既然选择做一名商用车销售人员，那我们就不能做一天和尚撞一天钟。所谓：大河汹涌，小河畅流。安下心来，找差距，找问题所在，安安分分的做一个销售人员，跑自己区域的市场，维护自己的基盘客户。

啃硬骨头，打攻坚战

当我们刚刚进入市场的时候，

多数汽贸面临着生死存亡，挺不过去就面临倒闭，萧条的店门前门可罗雀，惨淡的市场环境真是给我们泼了一盆冰水。在他们放弃自己的时候，我们抓住了这根救命稻草，用信念做诺亚舟，斩断后路，顶着烈日挨家挨户的敲门、洽谈、拒绝…冷笑、无视、嘲弄…我们心里五味杂陈，唯一不舍的信念就是我们要“好好的活下去”。

销量结构中不可小觑的就是二网，却比想象中的更为艰难。期间我们了解到很多二网及客户对我们价格存在异议，还对我们政策不认可。

借长补短，强化我们不可逾越的强势优势。资源丰厚，20年的积淀，集团坚不可摧的资金支持，多样化的增值性服务…这些让多数二网看到了

黑暗中的一束光。奠定了与我们长期合作的基础，达成共赢的协议。

不抛弃 不放弃，燃燎原之势

盘点2016年上半年的工作中，我们成功开发出了几个有销量的二网。实现销售车辆超百台。其中最典型的是成功销售给大连某物流有限公司10台单桥牵引车。

当第一时间得知大连某物流有限公司要采购车辆。我们即兴奋又忐忑，因为2015年在我公司采购车辆15台，其中含10台天然气牵引车，该批车辆出厂时有些小问题，车辆使用情况非常不理想。但正因我们在处理问题时积极的进行解决与沟通，与该公司车队队长建立了很好的关系，他们第一时间将要采购的消息告知我们，

让我们第一时间与厂家报备。经过几轮的竞标，我们最大的劲敌——陕汽凸显出来。

该公司现有100多台陕汽牵引车，使用情况良好，再加上我们之前车辆的使用情况，感觉成交希望很渺茫。反差如此之大，让我们参与竞标的人员在这样的荆棘感中煎熬了数日。只要有一线希望，放弃就是毫无余力的失败，努力还有成功的可能，你会如何选择？

通过不知多少轮的与厂家的沟通，我们成功争取到将原有车辆进行延保，并且免费索赔发动机易损件；通过一次又一次的上门拜访，对标分析，给予客户在金融和服务上最大力度的支持，完美利用厂家资源打了一

个漂亮的组合拳。

客户最终被我们的诚意打动，再一次给了我们机会，在我公司采购10台车，后续还有大批量采购的计划。拿下订单的那一刻，我们体味到了从未有的成就感，这一仗也对解放轿车在辽宁市场上的份额有很大影响！

不遗余力跑市场，踏踏实实维护基盘，风雨无阻找合作，真心诚意感动大客户……一步一步的走下来，脚窝清晰可见，每一天我们都身心疲惫，但我们过得充实又快乐。

在2016年下半年的时间里，我们团队会继续努力。我们会秉着“客户至上，求实创新”的理念，让解放之声回荡在辽沈大地。





EXPERIENCE SHARING

文 大众沈阳店 韩迪

大众沈阳店网络营销团队获得2015年度集团最佳团队奖，这是与领导的支持与帮助分不开的，要感谢各级领导、各部门的支持与配合，更要感谢团队所有人的付出与努力。以下是在数字化营销方面的经验分享：

1、主动营销方式

数字化营销即是主动营销，我们的线索来源于汽车之家、易车网、太平洋汽车网站，按照小组轮换方式接听网站电话。当400电话响起时，销售顾问都认真的接听每一位客户的来电，耐心解答客户的每一个问题。接听电话后录入CRM系统，12小时内主动回访客户，并且客户分级管理。

客服部每天做数据统计与监督，每天统计销售顾问接听网站电话数量、有效客户数、客户留档、回访情况。

2、重视网站维护与排名

数字化营销专员负责网站维护，网站做出了自己的特色，研究网站排名与积分规则，保证网站排名第一，增加文章发布量和焦点图露出，同时增加线索量。

3、客户邀约进店

制定销售顾问和邀约顾问邀约话术，按照话术邀约客户。

一汽-大众经销商数字营销平台建设项目（简称

DDMP），实现了网站线索与CRM系统的数据对接，邀约顾问负责网站线索跟进与回访，将客户邀约到店，到店后销售顾问负责接待，并且每日进行战败分析。

针对邀约专员的到店量和成交量进行考核，到店量最高达到月300组以上，提升了邀约到店率和成交率。

4、完善组织架构

2015年我们完善了网络销售团队，按照厂家人员配备标准，现分为4个销售小组，共计12名销售顾问，4名网络邀约顾问。小组长带领团队共同作战，帮助组员洽谈客户，完成销售目标。

经过团队2015年全年的努力，在领导的支持与配合下，数字化营销2015年全年完成目标1350台，超额完成了全年任务，让我们更加认识到团队的配合及团队的向心力的重要性。

2016年网络销量占比稳步提升，连续两个月销量突破150台，是同城竞争对手的近3倍，上半年销量完成605台，同期对比增长6%；贷款渗透率45%，同期对比增长60%；新保率100%，同期对比增长13%。

相信大众沈阳店数字化营销团队在集团“转思维”、“破重点”指导思想的正确引导下，定会创造更加辉煌的业绩，不断超越，业绩再攀高峰！

One who wants to wear the crown,
BEARS THE CROWN

欲戴王冠 必承其重

——记解放丹东销售团队

文 解放丹东店 冯登科



2015年对解放丹东销售团队来说是艰辛的一年，也是收获的一年，经历了一年的风雨兼程，他们实现销量257台，销售及衍生业务利润近150万，这些闪亮的成绩离不开团队每一个成员的点滴付出，也离不开领导对团队的支持。

解放丹东店销售部组建团队已近5年，在这5年里，他们经历过国三到国四的车型转变，也经历过外来市场的低价打压，同行业人员的威胁和恐吓，但他们没有退缩，也没有让步。而是在领导的带领和支持下，一步一个脚印，夯实基础，完善专业知识，用加班加点的工作精神和任劳任怨的工作态度，一次次的完成厂家的STD，达成集团制定的预算目标。他们中有刚刚毕业的大学生，也有工作7年之久的“前辈”，他们相互扶持，互相勉励，尽管工作中有太多的不尽人意，也有失之交臂的机遇，但他们在磨砺中成长着，也发挥着他们对工作的热情。

机会总是留给准备好了的人，当他们褪去青涩，更加成熟，了解市场，熟悉客户，丹东的三区四县到处都是他们留下的身影，他们并不满足于本区域的销售，外拓市场，开疆扩土，把车辆销售至海城，鞍山，灯塔，甚至更

远，累积的销量和客户口碑是对他们付出最好的回应。当他们捧起集团颁发的最佳奖杯，他们笑了，这一刻他们等了5年，也奋力了5年，他们默默无闻，他们低调沉稳，但是金子总会发光，这一年，他们等到了，这是属于他们的荣誉，尽管来的晚一些，但更加值得自豪。

荣誉加身，他们并没有骄傲，2016年，他们扬帆起航，乘胜追击，面对着更加恶劣的市场环境，二网的恶意竞争，他们站得更稳，走的更远。2016年上半年已完成销量150台，利润已超过年初整年的预算，是他们的努力的最好的证明。

下半年，虽然集团没有因为上半年完成得好而增加任务指标，但团队自己却提升了挑战目标，除了基础的STD，另有外品牌的车辆销量。信贷渗透率的提升至65%，全年利润设定更大的挑战目标。自加砝码，让同事见证了他们对工作的执着，也让领导对这个年轻的队伍更加欣慰。他们没有太多华丽的语言，也没有过多的慷慨陈词，为完成任务，脚踏实地，一步一个脚印地向前。

他们感恩惠华的平台，也坚信作为惠华的一员，和惠华一起，一定会走的更远，更坚定！



WIN-WIN WITH CUSTOMERS

从事故车做起，与客户双赢

文 奥迪辽阳店 服务部 屈欣欣

汽车行业整体“躺着挣钱”的时代早已过去，取而代之的，是进入了维修企业之间更为激烈更为残酷的市场竞争的历史时期。如何在激烈的市场竞争环境中寻求更为稳定，更为持续的发展，成为了每一位售后维修人员永恒的课题。

汽车三包法的实施，4S店数量的增加，社会修理厂的竞争等等，又无形的增加了维修企业的生存压力。怎样才能使售后的维修产值增加，维修利润提升，在竞争中处于不败之地，这个问题切实的摆在了我们大家面前。

2016年初，在李总的带领下，我们针对如何完成集团交给的任务，达成维修产值的目标展开了激烈的研

讨。车型的改进，社会修理厂的价格优势，法律法规的约束，导致小修保养产值的保持乃至提升变得举步维艰。索赔政策的改变，索赔条例的增加，也加大了索赔产值提升的难度。最终，我们研讨出严抓事故车维修，以事故车辆带动维修保养车辆提升，从事故车辆做起的办法。

半年过去了，大家的努力取得了比较显著的成效，事故车总产值同比增长35%，我们圆满的达成了集团年初制定的既定目标。

总结过去，针对事故车维修方面选出以下几点与大家分享。

一 严把质量关

质量是维修企业的命脉，是生存发展的根本。只有良好的维修质量，

才会换取用户的满意，才能保证企业持续健康的发展。所以针对每一辆事故车，我们在喷漆的过程对颜色就进行严格的比对，尽量减少色差，针对出现色差的车辆立即返修。对于一些维修量较大，维修金额较高的事故车维修完成后，由技术经理进行试车检查，确保无故障后交付用户。在质检环节，要求质检员对事故车进行严格彻底的质量检验，并形成详细的质检记录。确保交付到用户手中的车辆复原如初。

二 跟紧保险推送短信

事故车辆出险之后，合作较好的中保、平安会将出险车辆的推送短信发送给我们，我们会排出轮值表，接到短信后，十分钟内由值班人员对出

险车辆进行电话跟踪，并推荐进店维修。针对半夜11点之后出险的车辆，我们会在次日上午9点前对车辆进行跟踪，推荐维修。

三 减少低碳修复

事故车的“低碳”修复是保险行业推行的一项围绕“环保、节约”开展的维修政策。它主要针对车辆的大灯，轮毂，钣金件等进行修复，会大大减少保险公司的理赔金额，一些理赔员为了一己私利也会强行增加低碳修复的数量。正如第一点提到的，维修质量是维修企业生存发展的根本，事故车一旦定为低碳修复，不仅会影响维修的质量，严重的会出现返修的情况，更会影响我们的维修利润。针对这种情况，我们严把“低碳”关，尤其像大灯，车门等维修金额比较高的备件，如果需“低碳”维修，我们会主动跟理赔员沟通，理赔员沟通不行，就跟保险公司的理赔经理沟通，理赔经理不行，我们就跟用户解释“低碳”维修存在的隐患，想尽办法减少这种修复方式，争得对车辆复原效果最佳的维修方案。

四 紧抓细节 分角必争

在事故车定价维修的环节中，保险公司的理赔员会以“标准、点选、别人家”等理由降低维修的工时费，降低理赔金额。在事故车分解查勘环

节中，对一些金额较小的备件视而不见等等。针对这种情况，我们在给保险公司报价定损的过程中，小到一个胶圈，一个卡扣也不会漏报，这不仅是对企业负责，也是为了更好的为用户提供服务；严把工时费关，发现核算出的工时费低的情况第一时间由服务顾问沟通，服务顾问沟通不了，就服务经理，服务经理不行，就服务总监沟通，层层把关，确保该争取的利润一分都不能少。并且在后期严格审核保险车辆的委托书，确保不存在任何的“跑、冒、滴、漏”的情况。

五 回访

事故车维修完成后，尤其是一些维修金额较大的事故车，除了由客服顾问电话回访外，我们还要求由服务顾问进行再次回访，确认维修质量是否合格。因为当车辆发生交通事故，车身撞击严重，一些细小的撞击导致的隐患在维修过程中是很难被发现的，所以就要求我们服务人员在车辆交付后，仍要对撞击严重的车辆进行再次回访，没有出现其他的并发故障就关心用户，提出使用建议，并提醒用户进店保养。如果有其他的并发故障，就邀约用户第一时间进店检查，解决问题，并推荐维修保养的优惠政策。做到关怀，营销两不误！

六 加强续保，以保费换送修

众所周知，保险公司针对维修企业有清晰的等级划分，依据保费的多少为维修企业定级，保费越高，级别越高，定级的工时费就越高。经过前期的努力，我们在各大保险均定级为A类维修企业。而为了保持A类的定级，就需要我们保持现有的保费，为了换取更多的送修，我们就要续保更多的车辆。针对此项，我们与销售部门合作，每月开展专项的续保活动，和优惠的新保政策。由服务和销售的一线人员进行点对点的宣传，付出终有回报，我们上半年新保比历史同期增长36%，续保增长35%，从而换取了保险产值35%的提升。

以上几点是我们提升维修经营质量总结出的一些经验，希望可以对大家今后的工作有所帮助。团结一心，众志成城，让我们共同为惠华更美好的明天而努力奋斗！



SMALL

EFFORTS ADD UP TO BIG IMPROVEMENT

不积跬步，无以至千里
不积小流，无以成江海

文 本溪大众店 杨威



行程千里，都是从一步一步开始；无边江河，都是一个个小溪小河汇聚而成；犹记得2015年本溪大众店年会时，集团领导给我们做会议总结时对我们2016年的工作提出的长远规划及鼓励，年会过后，销售部首先针对2015年又重新进行总结分析，面对严峻的市场挑战，分析出2015年的销售毛利的几个大的亏损点：

1、为了完成销量任务，一味地跟随沈阳区域的市场价格，对于整车的毛利把握不足；

2、库存结构和实际销售需求不匹配，造成大量库存车，产生很多的财务费用；

3、销售部人员配置不合理，岗位工作量不饱和；

4、衍生业务本身作为盈利业务，始终没有完全开展起来

针对以上四点，分别制定以下几种改进措施：

1、针对为了完成销量任务，一味地跟随沈阳区域的市场价格，对于整车的毛利把握不足；

2016年年初，研究厂家下发的商务政策，紧跟厂家节奏，完成相应的STD和AAK任务，保证厂家返利的足额拿到。

每月申请价格权限时，参照沈阳多家大众店的价格申请，严格把控价格权限，守好整车成本。

对于厂家临时下发的政策和新上市车型及时反应，把握这些新增的利润点。

2、针对库存结构结构和实际销

售需求不匹配，造成大量库存车，产生很多的财务费用；

邀请区域经理进行指导培训本店的计划订单专员，重新学习厂家的资源分配原则，并要求计划订单专员多与其他兄弟店进行学习沟通，随时了解厂家动态。

每次报订单都结合销售顾问确认意向车型在下订单无意向车型结合以往销量占比下订单，销售源头做起，有好资源才能卖好车。

每月的绩效考核制定不仅仅对于超期车有考核，对于预超期车和相对难销车也进行考核，时时把握库存情况，降低超期车和翻牌车占比。

3、针对销售部人员配置不合理，岗位工作量不饱和；

*2015年同期销售顾问有10人，月人均销量为7.35台，距离预算和厂家要求相差比较远，销售顾问必须进行优化，优化后，目前销售顾问6人，人均销量11.83台，人均销量的增加，销售顾问的个人随之收入增加，工作积极性也随之提高。

4、针对衍生业务本身作为盈利业务，始终没有完全开展起来；

2015年末，集团宣导，2016年各店的衍生业务必须开展起来，因此，任命新的衍生经理，主抓衍生、销售部管理层分为：销售总监+衍生经理+展厅经理，各司其责，业务开展更加精细、流畅。

贷款方面，针对厂家2016年下发的金融政策，主推贷款，增加贷款手续费，绩效考核方面对于贷款采取重

奖重罚的政策，贷款量同比2015年达到193%。

置换方面，在集团大力推行的“三年捷达零元换购”的政策下，销售顾问给所有老客户进行电话回访推介，二手车置换量同比增加158%。

精品方面，邀请各个供应商对销售顾问进行产品卖点的培训，同时绩效方案也逐渐倾向精品产值的提升，加强销售顾问对于精品产值重要性的认识，精品产值同比增长117%，但是相对于预算还是差距比较大，因此我们去铁岭丰田店及大众品系其他精品产值较好的店去学习，下半年精品产值又重新制定目标，达到单车4000元，挑战单车产值4500元。

新保量+延保+连保方面，由于6月份费改之后连保因为第二年费率调整，增加了销售难度，但是依旧不能放弃任何一个赢利点，在整车销售权限方面对于连保和延保继续倾斜，也通过绩效激励销售顾问重点去推介，使每台车的利润最大化，新保量同比增长115%。

通过不断的调整，在行业整体整车都在亏损的背景下，通过衍生业务的开展，使我们通过衍生业务的盈利来支撑整车的亏损，严峻的市场形势，让很多人认为整车销量和利润无法实现共同增长，但作为惠华人，我们大众本溪销售部正在寻找二者之间的平衡点，抓住每一个赢利点。即使再小也不会放弃，通过点点滴滴的积累，每个方面的完善，我们下半年会更好！



HEIGHT

{ 你的高度 }
由 用户 决 定 ! }

YOUR HEIGHT IS DETERMINED
BY THE USER!

文 奥迪沈阳店 杨延琪

价格与服务您选哪个？当然是价格！没错价格一定是消费前最关键的一环，信息时代同城价格相差无几，个人魅力会彰显！跟大家分享一个奥迪高性能车的案例，个性化小众人群勿以点带面：高性能车再好也只是高端产品，只有专业懂它的人才能赋予它灵魂！那你又怎样能找到专业懂它的人呢！想找到他们，走进他们的内心赢得信任，首先你得有赢得他们的能力，也就是说你至少得达到品牌的高度，得有传递品牌的手段。高性能客户可能会因为朋友的一句话，身边人的刺激或是对手的一个眼神就产生了消费的需求，你能否捕捉得到那是你的能力问题，能否在你手里成交那是你是否专业的问题！四月份客户通过车展与沈阳另一家有高性能代理奥迪经销商接触，因为高性能车价格高用户群体少价格浮动非常敏感，经销商不敢无订单订车，大家都没有现车，经过三个月数次到店客户依然无法在经销商处得到高性能产品的个性化选装建议，结合客户的驾驶特点给出满足客户的选装车型，奥迪高性能车每一台都要个性化选装，每一个选装件又代表了客户的驾驶取向，你都要在无车的情况下讲的清楚，每个车型又有十几到几十个选装配置，对销售人员要求很高！七月初通过介绍客户给我打了个电话，预约客户明日到店，电话里取得了客户的微信，晚上关注客户的微信了解客户的爱好，察觉客户可能的潜在需求，针对客户关注的车型微信转发了一些可能会打动客户的图片。果然晚上23点收到回复抛出问题，预感到机会来了，销售就是从问题和异议开始的！一个小时的微信互通晚安。第二天的见面相见恨晚，在无车的情况下确定车型颜色、选装配置再到交定金10分钟结束！订车周期五个月而且价格是高于客户预期的，在这一个月的等车过程中也已经给客户一系列的改装方案性能提升，包括后期的保养建议。现在网络发达、诚信缺失，真的少一些套路，多一份专业！用专业换真诚，用真诚换共赢。

WORK

AT THE BEGINNING OF THE HEART

踏实工作，不忘初心

文 马自达店 陈平

转眼间这是我来到惠华的第八个年头，从青涩懵懂的少年到如今迈入而立之年，多年来惠华的培育之恩时刻在心不敢忘记。从青岛事业部的人事行政主管到马自达店的展厅主管，两年多的销售一线历练让我成长，领导的谆谆教诲时刻铭记在心，每年的厂家培训更是让我开阔了眼界，在与同行的共同学习中，我总是能找到不足，了解自己的短板。我对展厅主管的理解，更多的是向下帮助销售顾问成长，完成既定的销售目标，在过程中帮助销售顾问及时找到短板，不断调整自己的不足，想方设法达成既定任务；对上要求极强的执行力，不折不扣完成领导交代的各项任务。今天和大家共同分享我的一个小心得：



充分利用工具，用数据说话

从入职惠华以来，关于总结，尤其是一线销售部的，常说的一句话就是用数据说话！但如何用数据说话，一直以来都让我很头疼。对销售顾问的考核指标这么多，数据量这么大，怎么能有一个合适的工具，让所有的数据都集中在一起反应问题，找出努力的方向呢？终于工具来了，解决了我们的数据问题，每周的销售部例会上我也找到了汇报的方向，不会再担心领导对销售部指标数据的质疑，工作的自信心也来了。

从七个维度对销售顾问的基本数据进行汇总，让我们知道我的客户基盘到底有多少！我的试乘试驾率能否达到50%！我的留档率是否能达到85%的同行标准！通过这几个维度带来的当然是销售顾问的衍生项目指标达成情况的跟进，当月的任务哪项需要调整，如何努力也就一目了然了！

下面这个截图是八月第一周周末的数据总结会，以往的总结大家的精气神都不足，总觉得是形式主义，这一次我自己明显觉得我的销售顾问们是那么的认真！虽然那是个周日的晚上，如果按照以往他们的心早就长草了！但这一次不同！就是我们最资深的销售顾问也会平心静气的和她的组员们讨论他们组的不足和改善的方法。

工具的力量是伟大的，它让我轻轻松松的完成工作的同时，自信心也得到了提升，压力也由之变小。我很喜欢“它”。我清晰的记得在我述职转正的过程中李总曾经说过“就那么十几个人，带头干，把工作做细，没有做不好的”，领导的教诲一直在心，这两年每当遇到困难和瓶颈，我就会想起这句话，激励自己，沉下心来，一件一件的做好。在工作中我一直奉行“高调做事，低调做人”的理念，努力突破自我，再创佳绩！

WORK

AT THE BEGINNING OF THE HEART

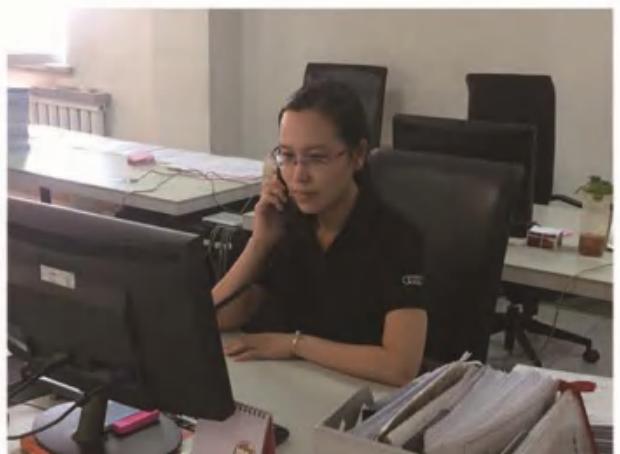


STAFF

普通员工

不普通

文 奥迪沈阳店 周喜勇



俊姐：帮我做个远程诊断、俊姐：帮我查下客户信息、俊姐：帮我看看系统、俊姐：帮我录个像、俊姐：帮我记个电话、俊姐：帮我……这里提到的“俊姐”就是我们辽宁奥通的一名普通员工李俊。从2006年入职到现在已经工作了9个年头，从事过服务顾问、保险顾问、备件管理员、档案管理员，而且现在也是身兼三职：车讯通专员、预约员、二网专员。由于工作过的岗位多，经验丰富和她本人也是热心肠、乐于助人、当同事遇到什么问题，或客户询问什么事情时，她知道的会详细、耐心的解答，不知道的也会帮助查找或询问其他人，因此也被同事们亲切的称之为“万能俊”。李俊的事迹非常多，这次说一说她在客户

对待上的一件小事：

就在今年，我们奥通店刚开始推出主动服务时，李俊接到一位客户的电话，客户头一句问，你们家是辽宁鑫迪吗？我想预约去你家保养，从这句话里我们能分析出，这位客户应该是鑫迪的客户，作为一名没有绩效的普通员工，很多人接到电话会回答不是鑫迪后，不再去争取这位客户，但李俊却尽力争取，向客户解释我们奥通店的优势，15老店、维修经验丰富、进店不需排队，马上可以安排保养等等，与客户进行耐心沟通。客户听后又说道他就住在北二路，距离鑫迪特别近，每次都去鑫迪保养车辆，这时我们的“万能俊”又向客户介绍了我们店刚刚推出的主动服务，可以上门为客户车辆做保养，并详细介绍细节，客户被这样一位服务人员触动到了，欣然同意了我们的主动服务，由于刚开始做主动服务，流程方面需要很多沟通，李俊放下电话后，第一时间沟通了相关的主动服务人员，圆满的完成了此次服务。客户也被李俊和我们奥通的服务感动到了，虽然距离远，但也成为了我们的忠实用户。

单位了解到这件事后，在会议上对李俊提出了表扬，并且给予奖励，李俊也成为我们学习的楷模，在现在市场环境不景气下，加之各家经销商的激烈竞争，李俊的这种服务意识是我们大部分同事所缺少的，值得我们学习与深思。

轻松驾驭
从解放AMT开始

2016

第二季度—第三季度

集团任命管理层名单

2016 second quarter - third quarter

Degree group appo new management list

序号	姓名	品系	单位	职务	任命时间
2016年4月					
1	杨利东	大众	大众新民店	服务总监	4月20日
2	邓少华	备品	备品事业部	兼职乘用车业务经理	4月29日
3	张东	备品	备品事业部	兼职乘用车业务经理	4月29日
2016年5月					
4	陈锐	集团	集团衍生业务部	延保主管	5月4日
5	王明	大众	大众本溪店	总经理助理兼服务总监	5月19日
6	郭吉红	一汽吉林	一汽吉林店	总经理兼销售经理	5月24日
2016年6月					
7	柳迪	丰田	丰田铁岭店	销售部长(试用期)	6月13日
8	陈志玉	集团	集团办公室	行政经理	6月14日
2016年7月					
9	杜永生	解放	解放新疆店	服务部主管	7月1日
10	刘明亮	大众	大众法库店	总经理	7月17日
11	于光	大众	大众法库店	服务经理	7月17日
12	王新江	丰田	丰田铁岭店	服务部长	7月17日
2016年8月					
13	吴隆晴	大众	大众沈阳店	大客户经理	8月8日
14	栾忠宝	大众	大众沈阳店	服务总监助理	8月19日
15	李连超	解放	解放青岛辽阳公司/轻卡销售事业部	总经理	8月20日
16	朱明山	解放	解放青岛朝阳公司	总经理	8月20日
17	王刚	解放	轻卡销售事业部	销售经理	8月20日
18	王禹	解放	解放盘锦店	销售经理	8月25日
19	冉德亮	解放	解放青岛辽阳公司	销售主管	8月25日
20	徐志超	大众	大众朝阳店	销售总监	8月25日
21	马名泽	大众	大众朝阳店	总经理	8月29日
2016年9月					
22	王聪	马自达	马自达店	销售经理	9月1日
23	吕德敏	马自达	马自达店	综合管理部经理(主管市场、行政、人资)	9月1日
24	王宏亮	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域(奔腾品牌)	销售总监	9月5日
25	杨利东	大众	大众本溪店	服务主管	9月5日
26	苏晶宇	解放	解放铁岭店	总经理	9月13日
27	邱石	集团	乘用车备品项目组	经理	9月13日
28	杨炜昊	解放	解放铁岭店	销售主管	9月13日
29	尚英齐	大众	大众沈阳店	客服经理	9月15日
30	裴卫良	集团	轮胎项目组	经理	9月21日

GO ALL OUT WITHOUT ANY REGRET

全力以赴 不留遗憾

文 丰田铁岭店 董超



我的职业历程：

- 2007年8月，斯柯达品牌销售顾问；
- 2008年8月，斯柯达品牌展厅经理；
- 2010年1月，斯柯达品牌服务总监；
- 2014年1月，一汽丰田品牌展厅经理兼职培训讲师、精品经理；
- 2015年4月，广汽丰田品牌总经理；
- 2015年9月，加入惠华集团，任职丰田铁岭店副总经理；
- 2015年12月至今，任丰田铁岭店总经理。

日光荏苒，白驹过隙，转眼间加入惠华集团已经接近1年。加入惠华之前，一直觉得惠华是神秘的，因为听说惠华员工很多人都任职超过了5年、10年、15年甚至20年，员工的忠诚度非常之高。也从来没有想过自己能够有机会加入惠华集团，还记得面试的时候，我只有短短几个月的总经理任职经历，而任命我为丰田铁岭店副总经理乃至总经理时，正是丰田铁岭店最困难的时期。在这里，对李总、戴总及集团各位领导的信任表示衷心的感谢！

为了让我快速的融入团队，了解集团文化，集团又特意安排了刘东明总经理作为我成长之路的引路人。刘总在为期三个月的时间里，在各个方面都给了我很大的帮助，更是让我学会了职业经理人的一种行为准则：使命重于利益！集团利益大于一切！

2015年店内亏损金额到达270万，开业累计亏损额达到979万。作为一名职业经理人，这巨额的数字让我感到责任重大，可数字往往就是这样，不带有一丝感情色彩，展示出来便是赤裸裸、冷冰冰！基于这个前提下，丰田铁岭店确定了16年的重点工作方向：扭亏为盈、持续发展、员工满意、股东满意！

目标设定—取法其上，得乎其中；取法其中，得乎其下！

店内16年的利润目标为0.14万元，也就是所谓的打平，自给自足！丰田店注册资金1000万，如果我们只是打平，没有收益，那么投资人开店的意义又在哪里？职业经理人的价值又在哪里？



所以，16年店内提出了挑战100万的目标。年初这个目标刚刚确定的时候，很多人和我讲，这个目标太高了，毕竟去年店里亏损的数字就摆在那里。坦白的讲，我心里也没有底，也怕目标达成的不尽人意。但是，成功者因为相信才看见，失败者需要看见才相信。如果我们连一个梦都不敢去做，那还能做些什么？我只想和大家一起去全力拼搏，不留遗憾！上半年结束，在集团领导的指引和支持下，通过店内所有员工一起努力，丰田店已经实现盈利34万，虽然盈利的数字微乎其微，但这34万是对丰田铁岭店员工上半年努力拼搏之后最大的鼓舞，更是下半年战斗打响最嘹亮的号角！

转变观念—播种一种观念就收获一种行为，播种一种行为就收获一种习惯，播种一种习惯就收获一种性格，播种一种性格就收获一种命运。

思想是万物之因，改变现状要从改变观念开始。接受不能改变的，改变能够改变的。地理位置、市场环境、国家政策、法律法规这些都是我们无法改变的，但我们的思想观念何去何从，往往只在一念之间。作为丰田店管理层中的一员，我从来不是一个命运主义者，所以同样要求我

的主管，也不能做命运主义者，我们要做一个提出希望的人，并且有能力将这种希望细化到可执行，并最终能够实现的人。丰田铁岭店的精品业务，单车产值由最初的5000元，增长至7000元；销售顾问由最初的不让加装或者拆加装车，变成现在的主动催促加装工期，主动挑加装车卖；售后服务客户维系，由被动的等待客户上门，变成主动去偏远地区上门服务，不仅提升了机电产值，也宣传了企业和品牌形象。这些，都是通过全员思想转变，给店里带来的切身实际的利益。

团队建设—用服务去代替管理。

管理是严肃的爱。我相信，没有任何一个人愿意把事情搞砸。员工没有把事情做好，很大的原因是不擅长，不会做，而不是不想做。出现了这种问题，就是我们管理者的责任，我们有义务帮助大家提升技能，更要有勇气去为下属承担责任。用服务去替代管理，不是我个人的创新理念，只是集团整体工作的一个缩影。这一年里，参加了集团召开的多次会议，有正常的例会，还有运营、衍生、服务、财务、融资等专项会，会议的内容都很有营养，这些会议内容的汇报，不就是对店长和店内管理层的一种服

务吗？这不就是帮我们去提升业绩、提高收入吗？除了对会议内容的深刻学习外，对我触动最大的还是惠华高管团队的风采。由于工作原因，经常私下里和各位领导及同事沟通一些事情，认真、负责、严谨、公正是我最深刻的感受，世界上最可怕的事情，就是比你优秀的人仍然在努力，大家都那么优秀，我有什么资格说累呢？用服务去替代管理，不仅能帮助大家解决问题，更重要的是能让员工都得到提升。凭什么让兄弟姐妹们和我一起冲进枪林弹雨，取决于我心里是否装着大家的利益？赵烈文曾经对曾国藩说过一句话：“合众人之私成一己之公。”在公司中，每个人的需求都很简单，一是赚钱加薪，二是职位升迁，三是职位升迁还能赚钱加薪。这三点是人之常情，也是人性的共鸣，集团已经为员工提供了宽广的晋升平台和不同种类的职业规划，作为店长，我要做的就是把主管和员工服务好，帮助大家共同进步，有能力赚更多的钱，提升大家的生活水平。对于店内团队人才的培养和选拔，结合集团文化，设定了一个大前提：政治合格，品德为先，履历完整，业务过硬。简单描述就是对企业忠诚，业务部门一线岗位有过优秀的业务成绩。有了这个大前提，相信

大家都会向着这个方向去努力，有了这股子拼搏向上的尽头，业绩自然就会有所增长！

持续改善—矢志不渝，追求完美。

世界上或许没有完美二字，但一定要有一颗追求完美的心。人外有人，天外有天。在业绩达成上，不能满足于现状，一定要向行业最巅峰看齐，要勇于向强者发起挑战，不惧怕竞争，视危机为机会！心中无敌者，无敌于天下；千里之堤，溃于蚁穴，在实际的工作中，我们难免会出现流程上或者细节上的漏洞，即使再小的漏洞，如果得不到快速改善，也终将酿成大祸。坚持不懈的满足客户、市场、企业、员工的需求，是我们永恒的追求！

有志者，事竟成，破釜沉舟，百二秦关终属楚；苦心人，天不负，卧薪尝胆，三千越甲可吞吴！相信丰田铁岭店的明天会更好，惠华集团的明天会更好！惠泽天下，华耀万家！让我们一起，为了使命而战！

LIFE MORE **EXCITING**

R7 让我的生活更精彩

文 一汽吉林店 闫海章



我是一汽吉林店的储运库管员，我叫闫海章，购买一台家用轿车对我来说是刚性需求：我有一个女儿，今年9月份步入初中生活，离家远了，放学也晚了，上学送、放学接，这个任务一做就是三年，如果遇上天气不好，接送更不方便，拥有一台车，成了我的刚性需求。买哪个品牌的车，买什么配置的车成为家人前一阵最热议的话题，家人也对比了几款车型，最终我选择了一汽森雅R7，全家全票通过。

作为新上市车型，森雅R7实车未到店前我和我的同事们一样都非常期待，当实车于4月末到店，我就被他的高颜值吸引了，R7这款车完全颠覆了我对国产车的印象，是一款高颜值超配值的SUV，无钥匙进入、一键启动、发动机怠速启停功能、多功能方向盘，定速巡航，真皮座椅、天窗，自动大灯、胎压监测等配置，R7空间大、视野好、性价比高。上市三个月销量也呈上升趋势。

我提完R7开回家还不到一周的时间，邻居也看好这款车，已经到我店看了实车，准备购买。

假期里，带着家人开上我的R7，我们来了一场说走就走的自驾游！高颜值的R7一路上收获了超高的回头率，宽敞的空间让老人孩子乘坐更舒适，宽大的后备箱，装得下出行的所有装备。配备了怠速启停功能不仅延长了发动机的使用寿命，百公里油耗仅为6.2L，让我开车没有顾虑。7位一体智能主动安全系统，让我们出行更安心。

有了R7的陪伴，我和我的家人生活会更加精彩！



我和我的伙伴

MY PARTNER AND ME

文 马自达店 高山

4S店的工作让我明白了很多道理，同时也开阔了自己的眼界。时间飞逝一晃我已在马自达店工作已近3年半的时间了，刚来到福达时我还是处于一个刚刚步入汽车行业的新人，面对未知世界的懵懂和对未来美好发展的憧憬，内心有种努力学习不服输的拼搏精神，是福达给了让我有向上学习开阔视野的机会。

在这里我来说说我和我的伙伴的故事。我的伙伴不是一个人而是一台车，刚来到马自达店九个月的时候由于家与单位距离较远，迫使我不得不买一台车来解决上班的问题。我的第一台车也是我人生的第一台车FO，买这个车的时候还处于新手的我第一天自己一个人战战兢兢的上路了，刚开始时觉得不错有了自己的车了，每天上下班都很方便，也解决了上班难的问题，每天都美滋滋的，但是随着时间的推移，我的驾驶技术也在不断的提升，慢慢的自我安全意识和对车性能的要求也增强了，感觉为了自我用车安全和为家人考虑及享受驾驶的乐趣应该换一台性能更好更安全的车。当时由于囊中羞涩的我只能考虑8万以内的车，当时对比的车型有很多，有新捷达新桑塔纳，锋范，威驰，花冠，但是自己比较倾向于捷达和桑塔纳，正在犹豫不决，正在纠结时了解到咱惠华集团有一批租赁车到期对外销售，了解到价格和车况都相当不错，并且每台车都只有几千公里车龄都是一年内的车，但是价格要比新车便宜好多好多，而且集团对每位自家员工都有额外的照顾价格比正常客户还要优惠，集团还对自己内部员工提供了后续的优惠，就是用车保养这方面，材料费进价，工时费超低优惠，这也是集团给予我们内部员工最大的福利。了解到这些促使我迫不及待的想要去买咱集团内部的这款车，全新捷达。

我的伙伴全新捷达车况是相当的不错，可以说是嘎嘎的没的说，而且皮毛也是和新车一样一点问题没有，就是台准新车。刚开到手时由于比我原来的车动力、操控、安全、空间都要上好几个档次，我当时还不太适应，不过没到一个礼拜，唉，感觉这车开着要比原来的更加顺手，更加灵活，更加舒适，感觉非常棒，空间也是超赞的。今天回想起来，我的伙伴和我在一起也有两年的时间了，也陪我南征北战的走了很多地方，现在算下来也跑了6万多公里了，这车堪称为神车一样，因为除了正常保养外从来没有坏过，从来没发生过毛病，非常的省心省力，更加的省钱。因为处于工薪阶层的我比较主要的是省钱，本身没有毛病就已经很省了，加上集团的内部保养福利政策可以说是超省，对我也是莫大的帮助，也非常感谢集团对我们每位内部员工的帮助。我和我的伙伴一直都会全力的为集团为福达效力，让我拥有了这么省，这么炫，又让我这么喜爱的神车——我的捷达我的伙伴！

OVERALL UPGRADE 大众本溪店激情瞬间

文 大众本溪店 孟祥艳



爱车课堂：屋子是热的，但车主们听到的确是如徐徐凉风般耐心、细心、周到的用车知识讲解。



高尔夫车主活动：丰富多彩的客户维系活动，参与到客户活动中去，用实际行动证明惠华的真情服务。

1

2

3

4

5



高温下的车展：7月炎炎夏日，销售顾问仍然在高温的天气下，认真接待客户，不错过每一个销售机会，获得车展商家销冠。



续保团购前期筹备：续保专员、服务顾问一次又一次的重复拨打电，为的是续保团购会成功举办。惠华人就要有不服输的信心。



汗流浃背的车间技师：无论车间温度多高，无论湿透多少衣衫、流多少汗，车间技师都认真修复车辆，认真完成每一个细节。

FOOTPRINT

丰田铁岭店足迹

文 丰田铁岭店 杨进

发展历程：

2010年 惠华集团一汽丰田店起建，成为铁岭地区唯一一汽丰田授权的经销商；
 2011年 公司正式投入运营；
 2012年 经过团队积极努力，获得一汽丰田东北大区“卓越成就奖”；
 2013年 获得铁岭市消费者协会“2013—2014年度诚信单位”称号；
 2014年 在一汽丰田全国经销店CS自主改善促进活动评比中，被授予2014年度东北大区“TOP店”证书（东北大区仅8家获得此荣誉）；
 2015年 获得铁岭广播电视台新闻综合频道“诚信企业合作单位”称号；
 2016年 被一汽金融授予铂金级合作经销商称号；

铁岭金惠源丰田汽车销售服务有限公司不仅是惠华集团的第一家一汽丰田店，也是铁岭地区第一家一汽丰田授权的经销商，是集整车销售、售后服务、备件销售、二手车置换于一体的全新的标准4S店，在2011年8月28日隆重开业，主营一汽丰田全系车型：威驰、花冠、卡罗拉、RAV4、锐志、皇冠、普拉多、兰德酷路泽等。

铁岭金惠源一汽丰田4S店位于铁岭经济开发区机动车交易市场园区内，现有员工53人，用地9653平方

米，建筑面积5140平方米，拥有最新的售后维修设备，技术经验丰富的维修技师，干净整洁的客户休息大厅，为所有来店的丰田车主提供超五星标准的服务。

品牌象征丰田公司立足于未来，对未来的信心和雄心。公司从2011年成立至今，一直遵循细微之处见精神的丰田式管理，目前累计销售丰田轿车3451辆，累计维修服务36756台次，拥有稳定的维修用户5836人。多年来良好的信誉和稳定的销售增长使公司获得了客户良好的口碑和社会各

界的认可。

公司从2011年成立至2015年连年亏损，一方面为市场大环境下滑，另一方面还要面对沈阳区域经销商价格战的市场压力。而销售员工流失率高，内部资源整合及碎片化信息整合等老问题困扰的常态，管理团队思想僵化，没能与时俱进，让公司的经营雪上加霜。2016年集团对管理团队进行了调整，在履新管理团队的带领下，针对如何实现扭亏为盈开展解放思想，转变观念的研讨，转变管理团队的思想，强调危机感，今天如果不

努力工作并改变僵化的思想明天就得从新找工作，就得被淘汰。让全体员工切身感受到不能为企业创造利润就没有个人存在的价值，企业是家，家没了，个人哪来的发展。只有企业发展了，个人才能有安定的生活空间。履新管理团队带领员工创新思路逐条挖掘利润增长点，严格控制费用支出，制定计划逐步落实。

在2016年上半年：

销售团队2016年1—6月整车毛利为93.9万元，费用为117.58万元。2016年1—6月整车毛利为102.08万元，费用为98.45万元。整车毛利同比增长8.7%，费用同比下降16.26%；衍生单车产值2015年4959元，2016年1—6月7095元，衍生单车毛利2015年平均2227元，2016年1—6月平均3121元。衍生单车产值增长率

为43%，单车毛利增长率为40%。下半年平均单车产值力争8000元，挑战10000元。

经过系统的培训，无论从员工精神面貌还是业务能力都有了进一步的提升，全新的KPI导入，通过过程导向向每一位员工传达公司的发展方向，让大家从打工者的思想转变成老板心态，自己为自己打工，不仅提升了公司整体利润，也让每一位员工收获到更多的价值，让团队始终具备竞争力，不断向前是我们一直在倡导的团队文化，我们始终坚信，停滞不前等同于退步，因为对手不会等你，通过改变经营思路，提倡服务比销售更重要，激情比能力更重要的团队精神，引领大家将心注入，一路向前。

服务团队2016年1—6月维修台次3819，产值630.7万。2016年1—6月

维修台次4438，产值642.12万。同比增长16.2%及1.8%。服务部经过调整服务方向，开拓服务产品，增加服务内容，转变绩效方式一步一个脚印扎实苦干，不断提升服务KPI指标，从团队建设入手调整员工心态，努力挑战目标，成就自己夯实队伍。我们下一步还将不断改善，为适应市场变化不断调整思路，适应市场适应新的客户需求，在产品多样化，服务方式上多下工夫，挑战自己挑战目标。

遵循车到山前必有路，有路必有丰田车的品牌进取精神，丰田店团队在市场大环境下滑的情况下，努力创新，抓住利润点，在2016年上半年实现扭亏，并计划在下半年持续推进利润增长，实现更高盈利目标，彻底翻身！



- 01 2012年荣获一汽丰田东北大区“卓越成就奖”；
- 02 2013年荣获铁岭市消费者协会“2013—2014年度诚信单位”称号；
- 03 2014年度东北大区“TOP店”证书（东北大区仅8家获得此荣誉）；
- 07 提供客户满意服务的同时，更注重回报社会，为保障铁岭军分区军事演习顺利进行，公司派出经验丰富的维修技师参加，演习结束后，铁岭军分区赠送“军民同心，鱼水情深”锦旗表示感谢；
- 05 在卡罗拉上市培训中，经过团队积极参与，努力协作，获得“最佳车神奖”称号；
- 06 2015年 获得铁岭广播电视台新闻综合频道“诚信企业合作单位”称号；
- 04 2016年 被一汽金融授予铂金级合作经销商称号；

STRONG MOTIVATION

领略新疆美景 成就澎湃动力

文 奥迪丹东店 刘东明

新疆，祖国的西北边陲，是一个充满诗情画意，光听到名字就叫人心动的地方，是一个充满神秘，令人心驰神往的圣地，是一个充满活力，放松心情，沐浴阳光的大美之地。那里有集团最远的经营单位——解放新疆店，还有天山天池、赛里木湖、伊犁、那拉提、巴音布鲁克、吐鲁番……每一个名字都令人陶醉，每一个名字都令人感慨万千，每一个名字都令人心旷神怡。

2016年8月5日7点30分惠华集团优秀单位代表新疆行全体人员在沈阳桃仙国际机场集结完毕，在集团戴总的带领下开启了为期一周充满期待的新疆之旅。

8月6日上午8时我们到达了集团解放新疆店，陶总引领我们参观了店内的厂房及设施，并在店内合影留念。解放新疆店的参观使我们感受到新疆店家人开拓新疆市场的不易及辛苦，同时对集团给予我们现在的工作平台感到深深的感恩；随后我们驱车来到海拔5445米的天山，登上了位于天山北坡海拔1900米的天山天池，聆听了关于天池美丽的爱情故事；游览了天山中的高山湖泊海拔2071米的赛里木湖，观赏了湖水湛蓝，水天一色的美景；到达了位于海拔1800米的那拉提大草原，体验了高峻的山峰与舒展的草原交相辉映的壮美；也领略了巴音布鲁克草原雪山环抱下的世外桃源；穿越天山深处，走过戈壁滩，我们品尝了吐鲁番的葡萄，也在充满神话色彩的“火焰山”感受了取经之路上烈焰的炙烤，一路上虽然旅途跋涉，但也深深被西北边疆的壮丽景色所感染，满怀激情！

与景色同样感染人的还有新疆建设过程中可歌可泣的故事：新疆解放后，在王震将军的带领下，解放军响应毛主席的号召放下战斗的武器，拿起生产建设的武器，开始了新疆建设工作的峥嵘岁月。由于当时的运输能力有限，我们的官兵很难吃上新鲜的蔬菜，只能啃咸菜蘸盐水就辣椒面下饭，很多战士因营养不良患上了夜盲症，工作一天后，当夜晚来临时，只能由几个尚能看清路的年轻的战士挺身而出在最前面带路，后面的战士用拉犁的绳子连起来，一路跌跌撞撞的向数里外的地窝子营地里摸去。有次开饭时战士们欢呼起来，因为他们发现当天的热汤里面漂浮着青菜叶。这时连长却一脸凝重的说“后方送来的蔬菜不多，缓解不了全连的夜盲症，为保证我们工作后能找到回家的路，我建议把青菜集中给眼睛最好，最年轻的同志吃，大家同意吗？”“同意！”天地间雷鸣般的吼声后，连长带头，大家排队将青菜挑到一位年轻战士的碗里。那位稚气未消的战士捧着满满的饭盒哭出声来。此后人们经常会看到在大漠的月夜，一条绳子串起来的盲人般的军队在大漠行走，他们衣衫破烂，肩头染红，手脚全是伤痕血泡。他们脸色漆黑，肤色漆黑，眼前更是漆黑，但他们却扯着嘶哑的嗓子齐吼“向前向前向前，我们的队伍像太阳”……我想，正是因为有这些前辈们的忘我付出，才有今日多民族融合，繁荣昌盛的新疆；而惠华集团凭着敢为天

下先的精神，扎根四年，将解放的旗帜稳稳地立在了新疆大地上，这种率先响应国家“一带一路”战略，勇立潮头的精神，不正是建设新疆那种开拓精神的延续吗？从建店工程、投入经营、服务上马、备品驻店指导，乃至今年陶景弘总经理接受集团任命，老将出马驻店帮扶，一批又一批惠华人来到这块边陲土地，将自己的专业知识和技能留在这里，只为了同一个目标——让新疆店这一离集团总部最近，却最具有战略发展潜力的布局早日显现价值，这种团结奋进的精神，与当时解放军战士不畏艰险、不畏困难的精神又是何等的相似！

写下此篇时，我们早已踏上归程，回到工作岗位上继续努力拼搏奋斗，但我的思绪仍会偶尔飘到遥远的新疆。这里有亲爱的同事、神奇的雪峰，雄壮的峡谷、美丽的天鹅、广袤的草原、浓浓的异域风情……每一个场景都令人无限留恋。感谢集团为我们提供这样一个美好的机会，感谢集团的精心安排，感谢戴总的一路相伴，感谢同行人员的互相照顾。太多的感恩和感谢都将凝聚成一份力量，凝聚成今后工作的源源动力！作为一名惠华人，我从心底感到骄傲和自豪！



MY WAY TO GROW UP

我的惠华成长之路

文 奥迪辽阳店 孙欣

时间在忙忙碌碌中过去，不知不觉间我已在奥迪辽阳店工作11个月了，回顾这11个月的工作，从开始的不懂到现在的熟悉，从刚迈出大学的学生到现在的准职业人，从部门同事的认识和相互之间的密切合作，在这里我学到了很多，也懂得了很多。

记得刚入职的时候，初来乍到的我深深的感到学校和社会环境的巨大差异，对同事、对工作的陌生，让我不知所措，在这个时候是领导的关怀指导，同事的热心帮助，让我逐渐适应了工作环境，对于工作内容也慢慢熟悉起来，同时我也清醒的认识到自己有太多的东西需要学习，售后信息员的工作要求严谨精心，认真细致，所以我时刻提醒自己要保持一个良好的精神状态，但是偶尔也会出现错误，也正是因为这些错误让我的工作经验有了提高，从而更好的完善自己，取得进步。

总之，汽车售后是一个锻炼人的好地方，我有幸成为惠华人，伴随它成长，它让我一个涉世未深的人深刻的认识到了自己，认识到工作的本质是需要团队间的协作，一个人可以才华横溢，但是没有其它人的协助，仅凭一人之力是不能把事情做好的，我在工作中学到了很多工作上的事情，也学到了很多做人的道理。尽管觉得很忙很累，但也体验到了苦中有乐、累中有得的收获感觉。感谢领导和同事一直以来的照顾，能成为大家庭的一员我很骄傲。今后的工作中我会努力克服不足，改正缺点，加强锻炼，以出色的表现为公司整体工作做出贡献。

感恩惠华，青春的路上伴我同行！



HUIHUA AUTO
ROAD

岁月无声
THE YEARS
品味
TASTE

Taste 品味



图为奥迪沈阳店杨林的十字绣



图为大众沈阳店 王文青的儿子



图为马自达店赵丽丽的女儿

亦如人生

文 大众新民店 姚克

雨后的天空，
风淡云清。
一切亦如人生，
洗礼后的心灵。
不相信付出没有收获，
不相信会挫折与失败。
人生没有不如意，
追寻的过程也是一种幸福，
没有忘我付出的曾经，
又怎能堪称完美？

智型合一 R7 高颜值 超配置 SUV



辽宁惠华汽车集团一汽轿车沈阳区域奔腾店

一部大东店：销售热线：024-88200766、88200466 地址：沈阳市大东区东北大马路366号

二部铁西店：销售热线：024-25729333、25737555 地址：沈阳市铁西区北二中路25号

东陵店：销售热线：024-88459888、88459966 地址：沈阳市大东区东陵西路17号

辽宁惠华汽车集团奔腾大连店

销售热线：0411-39523501 服务热线：0411-39523396 地址：大连市甘井子区迎客路9-1号

18.99万-31.69万!

A NEW GENERATION OF MAGOTAN

全新一代迈腾定价有诚意吗?

- ★4月25日，他第一次在中国亮相，便成为耀眼的明星；
- ★6月20日，他与海航787-9一拍即合，说上天就上天；
- ★7月27日，他重返北京新国展，领创新格局！



一汽大众专卖店 惠华风

全新一代迈腾 THE NEXT GENERATION MAGOTAN

280TSI DSG 舒适型 189,900元
280TSI DSG 领先型 209,900元

330TSI DSG 舒适型 209,900元
330TSI DSG 领先型 219,900元
330TSI DSG 豪华型 234,900元
330TSI DSG 尊贵型 258,900元

380TSI DSG 豪华型 249,900元
380TSI DSG 尊贵型 273,900元
380TSI DSG 旗舰型 316,900元



诚意十足 领创格局	
1.4TSI	
280TSI DSG 舒适型	189,900元
280TSI DSG 领先型	209,900元
1.8TSI	
330TSI DSG 舒适型	209,900元
330TSI DSG 领先型	219,900元
330TSI DSG 豪华型	234,900元
330TSI DSG 尊贵型	258,900元
2.0TSI	
380TSI DSG 豪华型	249,900元
380TSI DSG 尊贵型	273,900元
380TSI DSG 旗舰型	316,900元

▲ 一汽-大众汽车有限公司董事、总经理张丕杰表示：“全新一代迈腾以更丰富的配置、更创新的科技和更亲民的价格领创上市，体现了一汽-大众对消费者满满的诚意。我们相信，他必将再次确立B级车标杆地位，全面引领B级车市场格局。25年来，一汽-大众始终秉承不断创新的精神，将创新视为企业的使命和发展的源动力。全新一代迈腾，正是一汽-大众创新能力与产品实力的最新体现。”

没错，他就是全新一代迈腾！今晚，作为德国大众第8代B级车，备受瞩目的全新一代迈腾正式上市。3种全新动力共9款车型组成强大的产品组合，10种选装包也充分考虑了新一代精英的个性化需求，根据一汽-大众汽车有限公司商务副总经理、一汽-大众销售有限责任公司总经理董修惠揭晓的价格得知，全新一代迈腾官方指导价还比预售价低了13000元，诚意十足。他除了赢得现场记者们热烈的掌声，是否也赢得了你的青睐？

▼ 此次18.99万元-31.69万元的官方指导价格，是不是给关注这款车的你带来了很大的惊喜？这样的价格，不仅使全新一代迈腾拥有了更强的竞争力，也足以见得一汽-大众满满的诚意。除了亲民的价格，一汽-大众还充分考虑到消费者的使用习惯、个性化需求以及地域差别，提供10个选装包，成为拥有最个性化科技定制、最丰富配置选装包的B级车，这也是全新一代迈腾“以人为本”的哲学。



全新一代迈腾 10大选装包，全面满足您的个性化需求									
选装包									
280TSI DSG		330TSI DSG		380TSI DSG					
舒适型	领先型	舒适型	领先型	舒适型	豪华型	尊享型	豪华型	尊贵型	旗舰型
01: “全景天窗包” 含超大全景天窗(滑动/倾斜双模开启，防紫外线)+电动天窗遮阳帘	01	01							
02: “17英寸车轮包” 含17英寸“DIXONIS”铝合金轮毂+环保轮胎 215/55 R17		02	02						
03: “18英寸车轮包” 含18英寸“REVESSE”铝合金轮毂+环保轮胎 235/45 R18				03					
04: “MIB Standard NAV导航包” 含MIB Standard NAV导航+RVC倒车影像系统+后排USB接口+功能车顶鲨鱼鳍天线+后备箱12V电源					04	04			
05: “全景可视泊车包” 含360°全景可视泊车							05		
06: “后排座椅加热功能包” 含后排座椅加热功能						06	06		
07: “手动织物座椅包” 含手动织物座椅								07	
08: “FPK数字液晶仪表包” 含FPK数字液晶仪表(选0-8选装包时须同时选0-10选装包)						08	08		
09: “丹拿音响包” 含Dynaudio丹拿高级环绕音聆听12扬声器								09	09
10: “MIB High导航包” 含MIB High导航(可单独选装)								10	10



这样的全新迈腾，让其它B级车的内心几乎是崩溃的。

纵观整个上市现场，创新科技无处不在，匠心精神贯穿始终。上市发布会上空，伴随着音乐旋律，多组大疆无人机缓缓升起，在空中组成表演队列，不断变换阵型，与舞台大屏幕上的无人机交相辉映，带来了极具科幻视觉震撼力。

明明可以靠脸吃饭，偏偏要靠才华，以“科技、创新”为标签的全新一代迈腾拥有几十项创新科技，其中包括第三代EA888发动机、15项MQB平台独有科技、20项领先安全科技、10项卓越驾驶辅助系统、多项比肩C级的豪华配置等，无论是国



不仅如此，全新一代迈腾还拥有幻影黑、开罗金、橡木棕、极地白、雅士银、普鲁士灰、凯撒金、流沙金8种车身颜色，全面满足新一代商务精英对颜色多样化、个性化选择。

“此次，全新换代的迈腾可选择的车型和个性化配置非常丰富，而价格也更亲民，加上前期如此高的业内关注度，相信他必然会在产品力、品牌力、定位、定价等多个维度再次引领B级车市场。而全新一代迈腾，也将成为B级车市的代言人。”一位资深媒体如此表示。

内同级车型极少装备的Pre-Crash预碰撞保护系统、还是可适应复杂城市道路的ACC 3.0第三代高级自适应巡航系统，又或者是“智能底盘管家”DCC动态底盘控制系统，都让全新一代迈腾的科技感再次升华。

正如大疆传媒CEO乔岩先生所说：“全新一代迈腾配备了一系列超越同级的前瞻科技，用最先进、最创新的技术重新定义了中国B级车标准，必将引领汽车科技的智能化发展。”



这样的全新迈腾，你是不是get到他的精髓。

执着于创新和科技，更专注于品质和细节。由知名男装设计师周翔宇先生带来的一场时装秀，展现出当今时尚流行元素和当下新锐精英的生活态度，他从高端定制服装的角度，解读全新一代迈腾所带来的尊崇越级体验。



在他看来，全新一代迈腾带来的尊崇感来自于顶级的材质、考究的工艺和独特的设计，展现出大众品牌对现代、创新与豪华的深刻理解与精确把握。

除了颜值和才华，还得看气质！全新迈腾的内饰保持了一贯的精细和严谨，在车内氛围灯的映衬下，无可挑剔的做工恰到好处地衬托出高档材质所独有的肌理与品位，突破了人们对B级车内饰品质的认知。

哑光真实桃木装饰、蓝白双色的Nappa打孔真皮座椅，以及带12扬声器的Dynaudio丹拿环绕音响等，格调均可比肩C级车。

这样的全新迈腾，是不是让你在触觉、视觉和听觉上，已身临其境。



迈腾在中国的成功，来自于对市场的精准把握和最大程度上对消费者需求的满足，而这一次，全新一代迈腾更向前迈出了一大步。他完全根据中国用户需求进行针对性强化，将成为“中国新一代精英的专属座驾”。



全新迈腾拥有多项中国专属设计和配置：轴距相比海外版加长80mm，车内空间更大，更好地满足中国消费者对驾乘舒适性的需求；中国专属的超大全景天窗及电动遮阳帘、26处3色可调内饰氛围灯，彰显尊贵气质。

同时，针对后排乘客对舒适性、隐私的需求，全新一代迈腾还装备了后排舒适睡眠头枕，后排手动侧窗遮阳帘等众多专属配置，全面满足国内用户的尊享需求。

这样的全新迈腾，是不是值得你大力点赞。

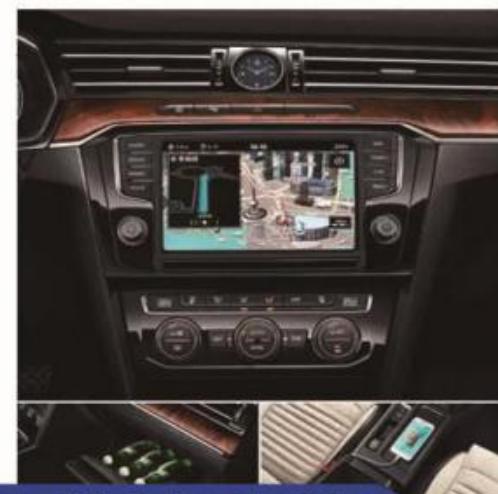
“我们深知，一部汽车只是精美是不够的，只有被需要它的人所驾驭，才具备灵魂。所以，我们更关注用户的需求，这也是迈腾领创精神的真谛——以人为本。”正如一汽-大众销售有限责任公司执行副总经理姜立堂所说，全新一代迈腾在中国的独特哲学是以人为本，人是汽车的驾驭者，汽车是人的品位标签，而全新一代迈腾所追求的就是人车合一。

全新一代迈腾以人为本的理念广泛体现于制造工艺与创新科技之中。为了你的人身安全，他采用了大量领先同级的最新技术，如HSB超高强度安全车身、超长激光焊接、MKB多次碰撞预防系统、RTA后方交通预警系统、全功能ESP车身稳定系统，以及领先同级的全车安全气囊等。全新一代迈腾达到E-NCAP五星安全标准，为驾乘者带来360°的安全防护。

为了用户的便利，全新迈腾带来了更加贴心的配备，比如采用的大众最新一代MIB多媒体信息娱乐系统，可全面支持Apple Car Play 和MirrorLink功能，高版本的8英寸MIB High导航还自带3D地图，给用户带来更佳的导航体验。



全系标配的CLEAN AIR PM2.5空气净化系统、手套箱带制冷功能、车载蓝牙系统等，更体现出全新迈腾对驾乘者的体贴。



这样的全新迈腾，是不是已成为你的理想座驾？