

 中国一汽

奔腾 | BESTURN

进 取 不 止

越精彩 享自由

2015款 奔腾 X80 澎湃登场



辽宁惠华集团奔腾大东店

地址：沈阳市大东区东北大马路366号
服务电话：024-86200466 86200766

销售电话：024-88204588 88204688

辽宁惠华集团奔腾铁西店

销售地址：沈阳市铁西区北二中路25号
服务地址：沈阳市铁西区北一西路24号

销售电话：024-25729333 25737555

服务电话：024-25735500 25822734

辽宁惠华集团奔腾大连店

地址：大连市甘井子区迎客路9-1号
服务电话：0411-39523396

销售电话：0411-39523501

辽宁惠华集团奔腾体验店

地址：沈阳市大东区东陵西路17号

销售电话：024-88459888 88459966



2014年10月 第24期

HUIHUA AUTOPROAD

 惠华集团
HUIHUA GROUP 出品

惠华之道

2014年10月 第24期
HUIHUA AUTO
ROAD
 惠华集团
HUIHUA GROUP



HUIHUA

TURN STYLE · BEAR RESPONSIBILITY
BRAVE INNOVATION · HEAVY PRACTICE

转作风 · 担责任 · 勇创新 · 重践行

HUIHUA

TURN STYLE · BEAR RESPONSIBILITY
BRAVE INNOVATION · HEAVY PRACTICE

转作风 · 担责任 · 勇创新 · 重践行



The logo for HUIHUA, featuring the brand name in a bold, white, stylized sans-serif font. The letters are thick and blocky, with a slight shadow effect. The 'H' and 'U' are particularly prominent, with the 'U' having a unique shape where the top bar is slightly curved. The 'A' is also stylized, with a sharp point at the top.

HUIHUA

TURN STYLE · BEAR RESPONSIBILITY
BRAVE INNOVATION · HEAVY PRACTICE

转作风 · 担责任 · 勇创新 · 重践行

SPEECH

董事长致辞

正确且统一的**价值观**是 企业健康、持续发展的根本保证

“微软”的使命和价值观是帮助全球个人和企业发挥自己的潜力，让每张桌子和每个家庭都有一台电脑；“可口可乐”的目标是让全世界都爱喝、都上瘾；“肯德基”要成为世界上最受欢迎的餐饮品。

目标定位就是全球性，可谓“志存高远”。美国由一个英属殖民地国家发展成为世界头号帝国，用总统罗斯福的话说，得益于全民目标的高度一致。常言道：“万众一心，其利断金”，“志同道合”。

团队中每个人一把号，各吹各的调，哪里还会有合力、凝聚力、战斗力而言。

安信人力资源咨询公司项目组对集团管理团队的人才盘点发现我们中高管全局观念普遍较淡薄，这是企业健康、持续发展的致命伤。

近期集团辞退、劝退部分管理者大多不是因为能力、经验问题，主要是价值取向差异，正是“志不同、道不合，不相为谋”。

有了正确的价值观，把工作当成事业而不仅仅是谋生的手段，为了事业我们需要苦一点、累一点，想想以后的收获，我们今天的付出都值得。

一个人的成功与失败，意志力的强与弱是重要分水岭，没有远大的目标，你就无法摆脱当今社会的各种各样诱惑。我们各级管理者都掌握一定权利，常在河边站能不能不湿鞋？我们有的人沉迷网络游戏的梦幻世界不能自拔，怎么能担当大任呢？

正确的价值观靠各级示范、引导，把个人目标与企业发展目标统一起来，形成有机整体，这个组织才能坚强有力量。增强践行企业目标的主动性、自觉性、持续性，在此过程中实现自我价值，这是管理者领导力的集中表现。

同时，必须强化制度和规范建设，管理层没有降职降薪，没有退出机制，活力从哪里来？必须有走的，有将功补过的，通过制度化保持管理团队不懈怠。

奉献企业，回报社会，提升自己，有益别人。这是一种境界，也是职业经理人的义务。

集团董事长：

李晋海

VALUES

ENTERPRISE HEALTH
THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT
FUNDAMENTAL GUARANTEE

正确且统一的**价值观**是
企业健康、持续发展的根本保证



品鉴 **秋** 的 **醇香**

TASTING
THE AUTUMN
FLAVOUR

文 崔秀敏

THE AUTUMN

品鉴秋^的醇香

TASTING
THE AUTUMN
FLAVOUR

文 崔秀敏

又值金秋，秋风裹挟着丰收的甜香，吹来阵阵清凉。伴随着这个夏天的，有红透大江南北的《小苹果》掀起的火热与激情，有上海福喜食品安全事件带来的震惊与思考，有昆山中荣爆炸事故引发的问责与反思，有云南鲁甸地震灾难激起的泪水与坚强，还有中央反腐前所未有的深入获得的拥护与叫好。欢乐与悲伤，错愕与彷徨，信心与希望，太多种表情随着逝去的时光，永远凝结在这个夏天的记忆里。

2014年上半年的汽车市场，增速毫无悬念地继续放缓，不管你接受，还是不接受，汽车行业的微利时代已经到来，无法回避。随着夏日喧嚣的远去，更多的思考涌上心头：环境既然不可控，人力如何有可为？为何看似制度健全的国企、央企、外企经不住考验纷纷倒下？企业的组织变革与人力资源建设如何有机结合？惠华50亿向百亿进军的高铁，动力和方向如何保障？

管理就是这样一个不断发问—设答—尝试—修正的过程。面对同样的考验，有些人败下阵来，而有些人则交上令人欣慰的答卷。上半年集团运营质量在运营管理总监闫秀丽不懈的推进下，迈上了新的台阶；她的继任者，大众朝阳店总经理刘东明不负众望，在各方面都取得了出色的业绩；而培养他们的严师，大众沈阳店总经理王占启，在网络营销和增收节支方面又有了新的突破；解放新疆店总经理苏晶宇四年的守望终于换来了初成的硕果，理清了新的机遇与挑战的他蓄势待发准备向更高的目标冲刺；原奥迪丹东店总经理李蓬勃，在衍生

和厂家考核方面都名列前茅，即将在新的岗位上展开新一轮发力；解放铁岭店总经理梁忠宇和解放盘锦店总经理李卫东在国内商用车销量整体下滑的市场形势下，逆势飞扬超额完成目标；一汽吉林店总经理郭吉红和青岛事业部总经理吴大伟在运营质量方面实现了进一步提升。“海阔凭鱼跃，天高任鸟飞”，惠华管理团队的管理水平，就在这样的赛马不相马的平台上，在你争我赶的氛围中不断提升、发展，如同这季节新采摘的葡萄酿出的美酒，散发出淡淡的醇香。

态度决定成败，价值观决定命运。唯短期利益是图的观念，毁掉了上海福喜和昆山中荣；拜金、享乐的观念造就了一批“老虎”和“苍蝇”；而自强不息的追求让人们在灾难的废墟中仍然可以期待美好，如同解放军官兵在震区帐篷前带领灾区小朋友跳起的《小苹果》，能够点亮生命的火！奋斗是一种精神，一种纵使百转千回，始终昂扬向上的精神；奋斗是一份使命，一份黄沙百战穿金甲，不破楼兰终不还的使命；奋斗是红旗团队面对全新的环境和挑战擎起的一面旗帜；奋斗是一汽通用事业部在激流劲风中撑起的一张风帆；奋斗是服务部长张明达始终如一的坚持；奋斗是行政主管袁建清不离不弃的忠诚。

如同葡萄酒中单宁的生涩要经年累月才会转化成圆润的醇香，我知道团队的建设也不能一蹴而就。安信项目组对集团管理团队的人才盘点显示中高管理层全局观念普遍淡薄，人才培养能力、主动性有待改善，这是惠

华健康、持续发展的最大障碍。在向百亿规模行进的路途中，要时时眺望保证方向不出偏差，要随时检查保证设备不出故障。不是每个人都能习惯高铁的速度，也不是每个人都能耐得住途中的寂寞。有的同伴因为贪恋途中的某处风景而举步不前，或因为对险恶的路况心生畏惧而改变方向，我虽然无奈，但也别无选择，只能向他们挥手作别。“问渠哪得清如许，为有源头活水来”，要保持高速行驶的速度，必须每节车厢都有足够的动力，并且朝着共同的方向行驶。我相信，只有真正认可“诚信为根、协作为本、创新为魂、勤奋为路”的理念，才能适应行进的速度；只有服从“打造服务第一品牌”的战略目标，才能紧跟前进的队伍。

我期待这样一批中坚力量，他们能够完成困难的任务，他们能够扫除懒散的风气，他们能够应对日益激烈的竞争，他们能够建立充满活力的事业；他们能够树立和维持“人生在世，生一日当尽一日之勤”的正气，他们能够承载和实现“惠泽天下、华耀万家”的使命。

秋之美，在于天高云淡、大雁南徙之辽阔；秋之美，在于万山红遍、层林尽染之绚烂；秋之美，在于花落籽熟、麦实果鲜之圆满；秋之美，在于叶落归根、生命轮回之期待。摇转手中的酒杯，唤醒这年轻的红酒，体味它活跃的芬芳；轻啜一口，让酒体在口腔中回转，慢慢品味它的醇香和微涩，期待岁月历练将其调和成圆润和厚重。待功成日，与君举杯共饮，美哉！壮哉！



辽宁惠华汽车集团旗下实业

辽宁惠华新业贸易集团有限公司
 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6S店)
 沈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)
 辽宁惠华汽车集团大连汽车销售服务有限公司(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)
 一汽解放备品销售事业部
 辽宁惠华国际贸易事业部
 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商务代表处
 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

总策划: 戴爽

总监制: 王晓北

总编: 孙学英

副总编: 崔秀敏

主编: 李璠

设计: 倪畅

校对: 孙琳 刘国莉 王薇薇

编辑部电话: 024-88204499

电子信箱: hhzdbjb@126.com

出版: 辽宁惠华集团

印刷: 沈阳市美图艺术印刷厂

President: Li Yanhai

General Planner: Daishuang

Supervisor in Chief: Wang Xiaobei

Editor_in_Chief: Sun Xueying

Deputy Editor in Chief: Cui Xiumin

Executive Editor: Li Fan

Designer: Ni Chang

Proofreader: Sun Lin Liu Guoli Wang Weiwei

Telephone: 024-88204499

Email: hhzdbjb@126.com

Publication: Liaoning Huihua Group

Printing: ShenYang Mei Tu Artistic Advertising CO.,LTD

CONTENTS

目录

12	资讯篇
22	盘点篇
54	改善篇
86	文化篇
108	惠华车世界

集团上半年 经营管理总结分析会议 成功召开

SUMMARY ANALYSIS MEETING SUCCESSFUL

文 集团运营管理部

2014年上半年汽车行业仍处于从高增长到微增长的转折时期，有些自主品牌生存艰难，合资品牌产能过剩、供大于求，面临的行业形势依然严峻。集团各单位及部门群策群力，在上半年的经营中取得了有目共睹的成绩。

集团上半年经营管理总结分析会于7月18日至7月24日召开，会议以务实、求变为原则，自下而上总结为基础，取得了理清头绪、明确方向、提振信心的实效。会议首先分品系汇报、总结，以突出品系差异，使典型、共性案例借鉴、共享。最后以集团整体会议的形式对29家独立经营单位以13项经营指标为主线，采用乘用车、商用车及品系内部两种形式的对标，让各店准确了解各项关键指标的差异点，为下半年的工作指明了方向。

集团董事长认真听取了各独立经营单位及职能部门的汇报，对汇报的内容及所取得的成绩给予了充分的肯定，对各部位工作中的亮点进行了重点点评，明确了集团整体及各店下半年的工作方向，达到了提振信心的实效。

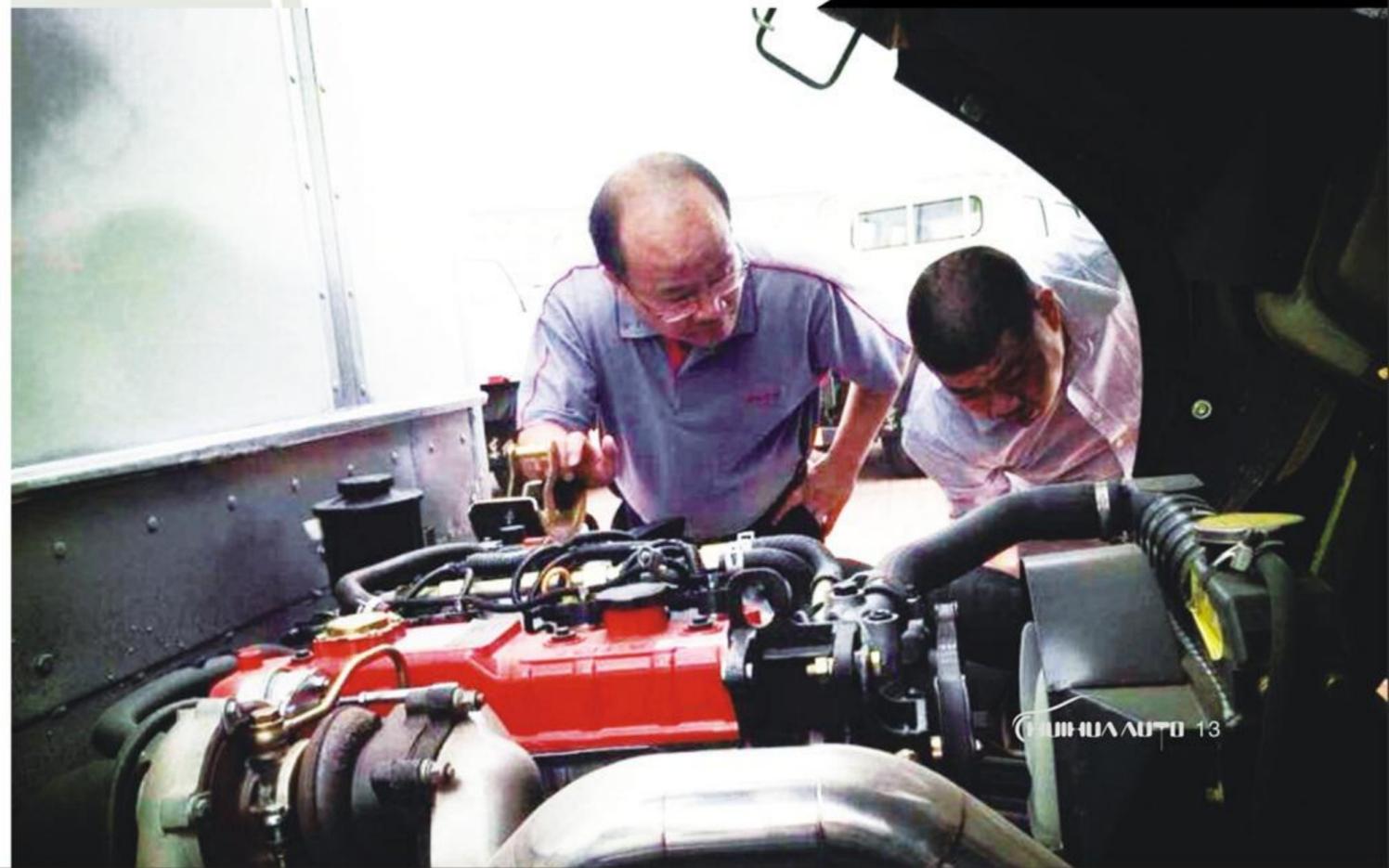
一汽通用公司领导莅临 一汽通用事业部指导工作

TO GUIDE THE WORK

文 一汽通用事业部 吴迪

2014年8月8日至9日，一汽通用公司总裁徐晓剑、销售总监刘振国等厂家领导到我公司指导工作。恰逢一汽通用新产品，解放公狮S230系列以及解放速豹F330系列产品上市，公司按照厂家要求进行展厅以及展场形象改造。厂家领导对一汽通用事业部展厅形象建设工程进行验收，参观了展厅与展场的布置，对店面及展场新形象表示满意，并且参与了在展厅内举办的新产品上市推介会。在国IV新产品的推广和举办相关市场推广活动方面，厂家给予了专业的指导，使我们有了更加明确的工作思路和推广办法。厂里还针对新产品对销售顾问进行专项培训，带来了积极有效的管理工具，使大家能够更加快速地了解掌握新产品信息，更加积极地向客户推荐解放公狮S230系列以及解放速豹F330系列产品，带动新产品更加快速地融入轻卡市场。

在此次轻卡新产品的学习与推介活动中，我们受益匪浅，产品知识和销售技能得到提高，9月份我们将积极参与到厂家举办的销售技能大赛中，争取取得好的成绩！



大众沈阳店 精品展厅成功升级改造

SUCCESSFUL UPGRADING

文 大众沈阳店 周鹤辉

历程：2014年6月1日，大众沈阳店新建精品展厅的申请获得了集团批准，并被列为惠华集团2014年重点升级改建项目。得知项目批复后，王占启总经理第一时间召开了项目会议，对施工工作进行了详细部署，在对现有业务影响最低的前提下保障项目开工，土建、钢结构、室内装修等顺利进行，在集团行政部的现场指导、公司行政部的缜密监工下，历时79天，崭新的精品展厅终于建成营业。

新颜——软硬件全面升级

1、宽敞明亮的贴膜车间，先进的降尘设备，封闭式施工作业，车辆的内饰及漆面防护工序，惠华为客户提供了最为专业的贴膜施工条件；

2、车辆施工高峰期，我们与车间通道连接，实行一进一出式管理，并在电器、精品安装的同时为客户提供新车内室消毒除味的项目，对客户介绍产品使用方法及注意事项后，将车辆冲洗干净，交付车主，增值服务才会让每一台大众车主在体验过惠华装饰服务后能打出“非常满意”的评价；

3、精品展厅的功能布置更是推陈出新：专业的电子产品展示区，可以让客户清楚了解安装行车记录仪、倒车影像等产品的必要性；太阳膜展区为客户提供了具备四项检测功能展台，专业展示加专业的透明贴膜车间让产品成交率提升一倍；加上原装附件精品展区、特价区和改装专区，五大区域可以满足各年龄段车主的多样化需求；

4、我们取消了已规划的办公区域，只留下必备的接待区，给客户洽谈和产品展示腾出了更多空间。完美的环境让精品部全员兴奋不已，竣工伊始，我们仅用了两天的时间搬迁完毕，通过销售部全员的努力付出，8月中旬精品单车产值突破2600元，环比提升了40%。

造梦——梦想照进现实，创新改变未来

硬件的改变必将催生传统思维的改变，服务流程的改变必将带来服务能力和用户感受的提升。惠华要让精品业务成为整车销售的主要赢利模式，我们将通过衍生增值服务增加客户粘度，提升客户满意度，提升公司利润，增加员工收入，将精品业务带入新的时代，开启新的篇章。

在汽车流通行业步入微利时代的今天，惠华不惜重金打造全新精品展厅，就是为了迎接未来，让每一位在精品业务中默默付出的惠华人，满怀信心、通过创新和实践去实现梦想，改变未来！



集团高层经理人内训 GROUP SENIOR MANAGERS' INTERNAL TRAINING THE FIRST PERIOD

第1期顺利开展

文 集团人力资源部 孙薇薇

8月24日，由大众沈阳店王占启总经理主讲，面向集团内总经理、副总经理层级的高层经理人内训课程“4S店日常管理关键点及操作技巧之如何提升销售毛利”顺利完成。

目前集团履新管理层较多，或是晋升，或因业务需要到了新的岗位，所以很多管理层提出希望集团提供管理类相关培训，以协助其更好地适应新的岗位要求，本次培训即是在这样的背景下开发实施的。通过前期针对性的培训需求调查、课程内容设计及王总实践性强、多样化且生动的培训手段，本次培训效果取得了大家的一致认可，并通过培训过程总结出四大项共64条提升销售毛利的具体措施，随训后总结下发，为大家未来工作实践提供参考。

在三季度的培训计划中安排了两次总经理层级的内训课程，分别由大众沈阳店王占启总经理和奥迪沈阳店戴庆九总经理主讲。四季度集团人力资源部将在持续挖掘内部资源的基础上，针对学习意愿强、培训效果明显的参训人，提供更多的内训课程，并适当开发优秀的外部专业培训讲师及课程，为大家提供更好的培训体验。

START 集团启动 租赁公司和 婚庆车队业务

文 集团运营管理部

鉴于目前整体经济放缓，宏观经济低位运行，各领域竞争加剧，汽车行业由“井喷”转入“微增长”，汽车反垄断管控的后续影响并不明朗。从集团长远发展战略的高度着眼，从集团“争第一、创新业，打造惠华第一服务品牌”目标实施组织体系保障入手，为有效整合集团资源、提升集团社会影响力，决定启动集团租赁公司和婚庆车队业务。

集团董事长于2014年7月6日提出重新启动惠华集团租赁公司项目，明确充分整合、利用集团各店现有的170余辆试乘试驾、服务替换车及办公用车等资源，开展汽车租赁与婚庆车队业务。并于7月7日安排集团总经理助理及运营管理总监、人力资源执行总监分别就可行性报告及管控方式进行研究、落实。

2014年8月4日集团完成了惠华汽车租赁公司经理岗位的竞聘与任命，惠华汽车租赁公司手续完善与业务推进正在有序进行。租赁公司和婚庆车队业务将成为惠华集团新的经营板块与赢利点。





蒙古惠华FAW公司隆重开业

· 董事长助理李昱明接受蒙古TV9电视台采访 ·

OPENING

文 国际贸易事业部 刘霖

作为辽宁惠华汽车集团的首家境外公司，中国一汽集团解放卡车4S店—蒙古惠华FAW公司19日在蒙古国seoul club隆重开业，开业当天迎来了来自中国、蒙古两国的政府及企业领导，为蒙古惠华FAW公司的开业仪式增添了不少光彩。

蒙古惠华FAW公司坐落于蒙古国首都乌兰巴托市西郊22号公路收费站附近，是中国辽宁惠华汽车集团在蒙古设立的全资子公司，主要在蒙古国销售解放牌卡车，是中国一汽集团在蒙古唯一授权经销一汽产品的代理商。

参加该公司开业庆典活动的主要嘉宾有：中华人民共和国驻蒙古国大使馆杨庆东代办、孙维仁参赞；中国第一汽车集团解放公司海外部经理黑晓光；辽宁惠华汽车集团董事长助理李昱明；蒙古国中华总商会会长刘文可，以及蒙古国和中国企业的各位领导。

与会的很多领导都为公司开业庆典致辞，尤其是杨庆东代办代表中华人民共和国驻蒙古国大使馆对蒙古惠华FAW公司的开业表示祝贺，也衷心希望蒙古惠华FAW公司做大做强，为中蒙两国的经济、文化的交流做出贡献。

自2009年惠华集团国际贸易部进入蒙古国市场以来，解放卡车的年销量节节攀升，一汽集团及惠华集团都对蒙古国的卡车市场前景非常看好。基于对市场的调研，一汽集团授权辽宁惠华汽车集团建立了第一家解放4S店—蒙古惠华FAW公司，一汽解放将全力支持惠华FAW公司在蒙古开展汽车业务，为蒙古惠华FAW公司提供优质的支撑和服务。相信有惠华集团的精耕细作和一汽集团作为强有力的后盾，一定会让更多的“解放车”行驶在蒙古国的大地上！



FAW OPENING



· 中国驻蒙古大使馆杨庆东代办致辞 ·



· 一汽厂家领导黑晓光致辞 ·



· 中国驻蒙古大使馆杨庆东代办致辞 ·



· 一汽厂家领导、大使馆领导与集团领导合影 ·



· 一汽厂家领导、大使馆领导、集团领导开业剪彩 ·



大众沈阳店 LEADER 被辽宁省服务局授予服务业 领军企业 称号

文 大众沈阳店 于爽

2014年6月24日，辽宁省服务局领导莅临大众沈阳店视察，并授予我公司服务业“领军企业”称号。视察中，服务局领导高度赞扬了大众沈阳店为客户提供的优质服务，并鼓励我公司再接再厉，继续做好汽车销售与服务工作。视察后，服务局邀请沈阳市部分龙头企业参加省委主办的《全省推动企业加快发展》会议，此次会议于6月30日在辽宁人民会堂召开，由代省长李希做发言讲话，惠华集团主要领导参加了此次会议。

大众朝阳店 机动车登记服务站 PUT INTO OPERATION 正式投入运营

文 大众朝阳店 杨荣会



·大众朝阳店机动车登记服务站·



·精品展示区·

在近年的运营中，大众朝阳店的销售业绩一直处于朝阳地区同行业领先地位。为继续拓展店内盈利能力，提升客户满意度，打造购车上牌一站式服务，2014年初，大众朝阳店总经理结合汽车市场未来发展趋势，对朝阳店提出“四个提高”、“三个改善”的经营规划。经总经理监管，我店与朝阳当地车管业务部门进行有效沟通和洽谈，并于今年6月开展工程改造。经过两个月的先期调试，2014年8月交通局机动车登记服务站正式落户大众朝阳店！集上牌服务、车购税服务、精品销售、保险业务于一体的一站式服务中心正式实现经营。预计至今年年底，项目盈利能力将达到5万元；2015年，项目利润额将达到20-30万元。

另外，经与当地税务主管部门沟通，我店已取得开展上税业务服务资格。今后，将继续为客户带来更加便捷贴心的服务，同时也为集团开拓更具前景的发展项目。



微信号: Inhhcyyqdz

集团信息管理部
正式更名为

集团网络信息部
NETWORK INFORMATION
DEPARTMENT

文 集团网络信息部 关扬

2014年上半年，经安信公司调查分析及部门职能的整理分配，集团信息管理部正式更名为集团网络信息部。顾名思义，在以往信息安全管理的基础上，信息部2014年下半年重要工作项目之一是网络营销推广。

为推进网络营销的渠道开发和运营数据的统计分析工作，2014年8月初，经集团内部竞聘任命一名网络营销专员。在一个月的时间里，除集团网站、微信、微博等基础维护工作交接外，还走访了沈阳各店网络营销小组及市场部，成立集团网络营销小组QQ群和微信群，便于各店网络营销小组的沟通与交流，研究集团网络推广方向及更适合各品牌的营销模式。

网络信息部在网络营销方面主要策划并运用新媒体工具（门户网站、搜索引擎、虚拟社区、电子邮件、微信微博、即时通讯/对话链、博客/播客等）等网络资源开展集团统一的网络市场营销活动，指导和推动各4S店、各事业部等独立经营单位充分利用网络营销渠道与新媒体工具进行市场宣传和品牌推广，从而促进销售，打造惠华集团独特的新营销模式。

惠华集团

服务号：huihuajt/惠华新业集团

订阅号：lnhhjt/辽宁惠华新业



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

唯收放自如 为超越自我



全新高尔夫
THE NEW GOLF

很多人问我，为什么总能一路领先，其实成就我的不仅是简单的激情，更是在快节奏中收放自如的生活态度。这是我的天性，也是全新高尔夫的天性。踏下油门的一刻，心情与TSI发动机一起运转，随着DSG双离合变速器在不经意间自如切换，ESP电子稳定程序和XDS车辆动态电子差速锁让驾驭更得心应手，让我时刻保持最佳状态。
高尔夫·唯你·为我 The Golf. The One. For Me
全新高尔夫现已上市，辽宁惠华恭迎品鉴。



辽宁惠华公众服务



Das Auto.

辽宁惠华沈阳店 024-88442788
辽宁惠华法库店 024-87108111

辽宁惠华本溪店 0414-5995999
辽宁惠华新民店 024-27851866

辽宁惠华朝阳店 0421-7106666
辽宁惠华辽中店 024-27811608

CC

GTI

MAGOTAN 迈腾

SAGITAR 速腾

GOLF 高尔夫

BORA 宝来

JETTA 捷达

SUMMARY ANALYSIS



MEETING MINUTES

上半年经营管理 总结分析会议纪要

会议时间：2014年7月18日 8:00-11:00（大众、奥迪品牌店）
2014年7月19日 8:00-10:30（奔腾品牌、马自达、丰田、一汽吉林、红旗店）
2014年7月20日 8:00-11:30（解放品牌及集团改装厂）
2014年7月23日 8:00-12:00（国际贸易事业部及各职能部门）
2014年7月24日 8:00-10:00（集团各店及职能部门）

会议地点：集团总部五楼会议室

会议主题：

1、各独立经营单位：

◇各经营单位汇报上半年主要经营指标达成情况；对重点指标达成率、同期对比情况进行分析及简述。

◇分析本部位工作中存在的关键问题及主要困惑，汇报主要改进提升措施。

◇下半年经营目标、主攻方向及重要措施、办法。

◇各经营单位对集团的建议与意见及所需集团提供的支持

2、职能部门：

◇各位总监及部长从各自分管角度对上半年经营管理关键节点的控制情况；

◇分管板块发现的重点问题和改善建议；

◇下半年如何更好发挥所属部门的职能作用。

3、全体会议：

◇运营管理总监就上半年经营数据进行总结、分析；

◇集团董事长就上半年经营中的共同的成果及问题进行总结，对下半年工作方向、要点做出部署。

参会人员：

集团董事长、副总经理；总经理助理；集团总监、部长及助理、人力资源部经理；各独立经营单位总经理、执行总经理、副总经理、总经理助理、销售及部门负责人。

会议纪要：

会议由运营管理总监主持，7月18日、19日、20日三天由乘用车16个独立经营单位、解放品牌的6个4S店和4个事业部、国际贸易事业部及集团改装厂，共28家独立经营单位的第一负责人就上半年的经营指标达成情况进行了分析和简述；对工作中存在的关键问题、困扰及主要改进、提升措施进行了重点说明；对下半年的经营目标、主攻方向及措施办法进行了重点阐述；各店对集团的建议与意见及所需的支持进行了详细说明。7月23日，首先由国际贸易事业部就上半年经营指标达成情况与下半年的经营目标计划进行了汇报，其次由12位职能部门对上半年经营管理关键节点的控制情况、对工作中发现的所分管板块存在的重点问题与解决措施和建议进行了详细阐述；对下半年所属部位的重点工作做出了清晰的规划。

集团董事长认真听取了各独立经营单位负责人及职能部门总监、部长及部长助理的汇报，对汇报的内容及所取得的成绩给予了充分的肯定，对各部位工作中的亮点及存在的问题进行了重点点评，并对以后的工作提出了明确的要求。具体内容如下：

一、工作中的亮点：

1、对部分管理层的肯定：

集团董事长对大众沈阳店总经理王占启、朝阳店总经理刘东明；奥迪品牌店总经理李蓬勃；一汽吉林店、

一汽通用事业部总经理郭吉红、李连超；红旗店品牌总监范静及销售经理宁鹏飞；解放品牌4S总经理梁忠宇、李卫东；青岛事业部执行总经理吴大伟；丰田店服务部长张明达；某些入职时间不长的职能部门总监和部长等管理层能在目前市场微增长、竞争越来越残酷及挑战压力越来越大的背景下能够严控成本、勇于开拓、做事谦虚、顶住压力、坚守“阵地”、逆势飞扬等积极、严谨的工作态度给予了充分的肯定，李总多次提到从这些人身上能够看到惠华的未来，看到惠华的希望所在。

2、各部门工作中的亮点：

集团董事长对大众朝阳店销量和利润保持30%以上的增长，信贷消费渗透率接近40%；大众沈阳店半年网络销售整车500台，预算内的费用节省了61万；奥迪丹东店新保率接近90%，续保率达到96%以上；丰田店服务产值在行业单店整体下降的情况下有总量7%的增长，钣喷产值增幅达27%；一汽吉林店整车销量下降幅度较大，但运营质量提升很大，算上返利上半年有100万的盈余，并且团队的现状比较好；解放铁岭店在经济相对欠发达地区上半年销量增长86%，利润增长4倍及在大客户开发方面的成绩；青岛事业部销量和去年基本持平，但是运营质量提升比例较大，上半年达赢利近400万，且与厂家关系的维系、处理的非常好；一汽通用事业部在产品竞争力不强，规模不大的团队，在上半年贡献出近100万的利润；备品事业部在备品中心社会市场销量上提升70%等亮点给予了充分的肯定。

二、存在的问题：

集团董事长对上半年各店在经营与管理方面存在的典型或共性的问题进行了点评，具体如下：

1、经营方面：

同一关键指标在同一品牌店或不同品牌店中存在差异较大；李总提到奥迪丹东店新保率将近90%、续保率完成96%，同一品牌奥迪辽阳店与之存在差距，在19日

汇报的各店与丹东店在这两项指标存的差距还是较大的；厂家满意度及运营评价考核方面同是第一年经营的新建店，大众辽中店与奥迪丹东店差距较大，奥迪丹东店均在区域靠前即一、二档的位置，而大众辽中店相对靠后，均在合格、不合格的档位；奔腾大东店作为老店、销售服务一体店，而奔腾铁西店是非标准店，上半年在服务产值中小修模块反而低于铁西店20万；同样的市场环境下有些单位一落千丈，有些单位经营指标滑坡的幅度大的惊人，一样的市场环境一样的条件形成这么大的反差，李总提示，一个很重要的因素就是主要经营管理者的价值观，如果把这份工作简简单单作为谋生的手段，而不是作为事业来经营，遇到困难和挫折的时候表现出的态度是截然不同的。一个人成功和失败，区别主要在于意志力，史玉柱能够东山再起、邓小平三起三落靠的都是意志力。

数量的增长与质量的增长不同步：李总提到奔腾品牌三店整车销量提升幅度较大，但是在销量增长的同时，要注意运营管理指标的平衡性。与一汽吉林、青岛和一汽通用事业部销量整体下降或基本持平的情况下，整个店的赢利能力有很大提升相比，奔腾品牌还是有差距的。

2、管理方面：

不要有一俊遮百丑的想法，做决定不能先斩后奏；李总提到，奔腾大连店今年销量的成长性比较好，一方面是因为去年的基数较低，当然也有自身的努力，但是在运营管理的过程当中包括对员工的提升激励，一定要在集团预算框架之内运作，预算不足以支撑完成任务指标，有必要调整必须请示、报告，不允许先斩后奏，有意见和建议可以向集团报告，集团会合情合理地、科学地做出调整。

管理团队管理意识缺失：马自达店在现场管理方面存在的问题反映出管理团队管理意识缺失，下一步人力资源要优化管理团队，实际上有些东西不是技能的问题，而是管理团队不作为，团队没有战斗力，当然也有

历史的原因，但负责人调整已有半年的时间，要缩短调整周期，尽快进入角色。

成本控制意识也可以说主人翁意识较差：解放4S店总经理参加解放商会，各店总经理申请交通方式均为自带车辆，没有事前想到资源整合，从能源、环境、安全这些方方面面考虑都应该节约，店长对这个问题的认识反应出店长思维方式和思想意识是存在问题的。

三、提出几点要求

1、各独立经营单位方面的要求：

工作中要学会对标：李总要求对于一些关键指标在集团范围内可以对标的，并且有可比性的，在同品牌、不同品牌店之间一定要取长补短、要对标，要清楚自己的短板在哪里。

汇报中不要强调大环境：在汇报或工作中不要强调大环境，光说一些大环境没有意义，要找到提升销量、提升盈利水平的办法，不要给领导留作业，要同时提报二到三个解决方案才是正确的工作方式。

管理者要学会自律，要严格要求自己，要讲究原则：现在社会诱惑太多，有个别管理者嗜赌成性，严重影响了惠华集团企业形象，惠华集团搭建了个人成长的平台，在此重申惠华集团全员不准参赌，否则发现则开除，要求大家严格自律、严格约束下属；还有个别人晚上不睡早上不起，这样是不能干好工作的。意志力是决定一个人成功和失败的分界点，管理者在很大程度上要自律。下一步管理者对自己的团队要严格要求、要有原则。不能拿原则换人情，更不能拿原则换交易，集团下一步将采取“中西医结合”的措施，治标更要治本。

要求目标一致性：作为一个集体、一个团队成败的关键在于目标的一致性，美国通用电气前CEO说过“将个人目标能够融入企业和团队的目标中来，使个人目标和企业目标相一致”。美国之所以能够强大有力量称霸世界就因为美国公民目标的一致性，现在我们惠华集团就要解决这个问题，个人目标要与企业目标有效结合，

如果目标不一致只能搭顺风船、开顺风车，有困难、有压力特别是遇到逆境的时候，肯定会有人退缩。如果定位很低，怎么能跟企业共同发展和成长，个别管理者发生这样和那样的问题，思想滑坡很严重。惠华这几年讲包容，实际上是一种放纵，中央打击贪污腐化被追究法律责任表明完全靠自律是靠不住的，不严格约束、不严格管理肯定会出问题，只是出的问题大小、时间早晚的问题。

2、对职能部门的要求：

李总提到，作为集团的总监或部长工作的好坏与各个4S店的第一负责人有很大的不同，职能部门的工作更具有全局性，职能部门出现偏差或者是工作不到位影响的是整个集团，至少是影响一条线或者是影响一大片，职能部门责任重大，要有清醒的认识。

比如有些单位维修产值大幅度滑坡，有些单位人才流失严重，有些单位的管理者职业操守和职业道德方面出现突出问题，这些都是一面镜子，通过这面镜子从财务、审计、人资角度都能折射出工作当中的薄弱环节。李总对职能部门提出要求如下：

职能部门一定要以服务为导向：各个部门职能和职责有区别、有差异，对下面各店要有指导、有监督、有管控，但立足点要以服务为准则。做事要坚持原则，但有话也要好话好说，不能穷横，要有好的解决方法。工作要沉下去，不沉下去就不会发现问题。另外，在工程问题上我们交了很多学费，解放新疆店如果不是集团董事长反复督促，非常容易造成延误工期，造成与施工方产生矛盾，后果很难想象。不是很专业，沉下去到施工现场，看看施工比较关键的时间节点和工程进度也能很容易的发现问题，解放丹东店维修车间去年冬天屋内结冰，今年通过提醒和督促，把墙体打开后问题就出来了，反复地犯同一个错误是非常愚蠢的事情。

各个职能部门要加强团队的管理，要有针对性：以往也发生和存在对80后、90后迁就、照顾、迎合，这样是不会培养出有战斗力的团队的。今年上半年的管理团

队当中发生了很多突出的或者极端的问题，是值得管理层和高管反思的，是与日常管理有直接关系的，说严重叫误人子弟。

要激励与考核相结合：一定要有激励，并且要有激励的时效性和及时性。强化考核，绩效和薪酬要进行捆绑，包括独立经营单位职能部门和集团职能部门，结合年中工作总结对职能部门的薪酬一定要尽职尽责地进行捆绑，不然下面出了天大的问题都与你没关系。一定要把固定的薪酬调整到适当的比例，剩余的一定要与自身主管部门的整体业绩要做捆绑和考核。

就股权激励集团人力资源部着手试点工作的准备和调研，积极推动，使投资人和职业化水准高的职业经理人成为命运共同体。

会后要求：

1、运营管理部一周内把各店自检自查发现的问题、集团董事长点评发现的问题及职能部门对下半年改进提升和完善的建议进行分门别类的梳理，制定出改善的时间节点和部门负责人。

2、运营管理部一周内按照品系或大综合把大家汇报好的地方要归纳和整理，并下发到各部门。

3、人力资源部二周内结合年中工作总结对职能部门（店内及集团）的薪酬要制定捆绑方案，以便尽快实施；对业绩指标达成差的单位相关管理者作出降职降薪等组织处理，激发活力。

4、前段时期针对高发问题有些管控办法矫枉过正，财务管理部根据各单位的实际情况，总经理的职业操守，经营规模，关键业绩指标达成情况，对授权做出相应调整。

注：关于各店对集团提出的建议与意见，集团各职能部门已进行了梳理，在一周内会将最终解决方案下发到相应的部位。



DO TALENT
STRATEGIC RESERVES

以人才盘点为起点 做好集团人才战略储备

文 集团人力资源部

随着惠华集团的快速发展，集团对人才的需求越来越突出。是否有足够合适的人才，已经成为惠华集团发展战略实现的最重要的驱动因素。然而集团既有的员工队伍的能力素质水平如何？能否执行组织战略？个人与团队是否具备充分能力来应对不断变化的发展环境？现有人才与实际需求之间的差距到底有多大？这些都是摆在集团面前需要尽快厘清的问题。

而有效的人才盘点正是解决这一问题并实现集团人才战略的重要途径。通过对集团核心岗位任职者的测评和盘点，识别现有管理人员的既有能力，预测其潜力并形成人员发展培训计划，为集团储备人才、发展人才。

安信咨询公司利用两个月的时间对集团70位各独立经营单位的第一负责人以及各独立经营单位的销售、服务第一负责人，20位集团职能部门的总监、部长、经理进行了测评和盘点，借助行为风格测试、公文筐、逻辑思维能力测试、行为事件访谈、现场考察、无领导小组讨论等工具进行了测评和盘点，同时建立了管理干部盘点模型：



安信咨询公司对本次参与盘点的独立经营单位中的70位管理层的测评结果进行了统计分析，结果显示：各独立经营单位第一负责人层面全局意识、成本控制意识方面相当部分人有待于提高；销售第一负责人层面领导能力、客户导向、全局观念、人才培养方面很大部分人有待于提升；服务第一负责人层面沟通能力、全局观念、人才培养、积极主动方面是需要统一重点培训提升的课题。

集团人才盘点的目的是对人才进行识别后，针对不同类型的人才制定有针对性的人才发展和使用策略，根据被盘点人员的现有胜任素质差距，并结合集团的未来发展规划，制定培训计划来提升现有管理人员的整体能力。





QUALITY

OPERATING

In the first half of the year

Audi

奥迪丹东店

上半年运营质量盘点

文 奥迪丹东店 刘明亮

时间转瞬即逝，自2014年1月28日取得奥迪厂家正式授权以来，奥迪丹东店已开业半年有余。这半年是我店组建以来接受厂家运营考核的第一个年度，通过对厂家政策的学习，我们对政策从了解到熟知，从理论演练到实际作战，在集团及公司领导的支持与带领下，公司各部门也取得了阶段性成绩：

销售：整车销量数据稳步增长，单月销量实现35台；成交率提升至18%；销量季度环比提升65%；新保率89%；销售客户满意度上半年以平均分120分的优异成绩连续位列全国第1名。

服务：服务产值同比提升30%；钣喷维修产值同期增长50%；续保完成率180%；首次飞行检查以满分102.6%的成绩通过；服务CSS客户满意度分值也呈现每月递增的状态；客户可接触度的全国排名在逐月递增的同时，6月份晋升到全国排名第19位。

厂家标检：7月25日我店顺利地通过了半年一度的标准检查，取得了上半年厂家全额奖励。

虽然这些成绩与我们的目标还存在一定差距，但相信因为有了团队里每个人的辛勤付出，有了上级领导的无私奉献与细心指导及跨部门的全力配合与协作，以上都只是开始，在集团“高起点，高标准”的工作思路引导下，我们有决心也有信心，要同心协力、持续地挑战更高目标！



微信号：丹东惠华奥迪

QUALITY OPERATING

开源节流

大众沈阳店上半年服务部

利润**103%**完成目标

IN THE FIRST HALF OF THE YEAR
SERVICE DEPARTMENT
PROFITS
MEET THE TARGET

文 大众沈阳店 杨艳玲

2014年，随着车市的竞争激烈，为了构筑自己的经营特点，寻求新的利润增长点，满足客户服务要求的同时积极响应集团精细化运营管理，大众沈阳店在王总的工作指导下，在服务总监于贺年的率领下，依靠全体员工共同努力，通过以“开源节流”经营的方式，上半年服务部取得了利润完成目标103%的好成绩。

一、开源方面

在开源方面我们将工作重点放在客户档案量及员工业务能力两个方面提升：

1、增加客户档案量

制定客户档案管理制度，每月由服务顾问对首保、二保、质保、休眠等客户进行专项电话邀约，并针对各类的用户开展相应的优惠活动，吸引用户回厂。

2、提升员工业务能力

年初，服务部增加了服务顾问、机电技师月度业绩考核评比排名，通过评出最佳电话邀约奖、最佳个人业绩奖及最佳团队业绩奖对其激励，在提高员工工作积极

性基础上，也让员工深深地感觉到团队合作的重要性。

二、节流方面

“勤俭持家，精打细算”是我们中华民族的光荣传统，我们应从细微做起，节约到一根螺丝钉甚至到一张砂纸。

1、从细节做起

针对车间辅料领用，我们对技术经理进行了相应考核，制定了车间辅料领用制度，由技术经理进行监控。

2、旧件再利用

实施了旧件再利用相应考核激励政策，由专人对可再利用旧件统一登记管理，通过对维修工、服务顾问等相应激励，从而提升了旧件再利用数量。

《荀子·富国》中言：“故明主必谨养其和，节其流，开其源，而时斟酌焉，潢然使天下必有馀，而上不忧不足”。为了适应微利时代的竞争，大众沈阳店会继续发挥开源节流的精神，在运营管理方面创造更出色的业绩！



公众微信号：Inhcar

盘点篇
INVENTORY
经营盘点
INVENTORY

HUIHUA AUTO
ROAD

逆境中破冰前行》》

THE FACE OF
ADVERSITY
TO BREAK THE ICE
FORWARD

文 丰田店 张芳芳



微信号: tefingjinhuiyaan

逆境中破冰前行》

THE FACE OF
ADVERSITY
TO BREAK THE ICE
FORWARD

文 丰田店 张芳芳

2014年整个汽车行业面临着巨大的挑战，受13年钓鱼岛事件和政府限排政策的影响，有意向购买日系车的客户群体大幅缩减，出现观望的态势。整体日系车辆市场销量在下滑。但即使多次遭遇外部不利因素影响，我们仍旧破冰前行，在过去半年中我们不放弃每一个希望，在逆境中不断寻求突破口。相信随着人们消费观念越来越理性及成熟，对售后服务品质的要求也将越来越高。面对严峻的考验，我们没有抱怨，没有借口，为实现“争第一，创新业，打造惠华第一服务品牌”的战略目标，我们用心计划，用心付出！

一、维系客户关系

- 1、针对保有客户做细致化分类，为他们提供个性化服务，根据不同车型，不同年限推出多元化服务套餐。对久未回店及流失客户进行一对一回访，流失率相对较高的外阜客户，由车间主任带队，每月开展一次巡访服务，减少客户流失的同时提升客户满意度。
- 2、每两个月组织一次爱车讲堂活动，在活动中会精心设计客户感兴趣的话题，由技术经理担任主讲，在车间现场与客户互动，让客户在实践中增长对丰田车辆性能的了解，有效提升了转介绍的发生几率。

二、开拓客户资源

坚持不懈，走访周边县区至农村乡村、城市街道，发放DM单，张宇总经理提出利用好厂家召回政策，尤其是大排量进口普拉多车型，要重点开发招揽，制定了统一应对话术，制作了召回提示宣传标贴，由车间主任带领员工发放。

三、保险公司合作

通过与中保公司深度合作及与平安保险公司AAA协议，新车、续保份额保证平安公司30%，其他份额送中保公司，根据送修额平衡分配保费资源，与2-3家保险公司进行单项合作，使事故产值提升27%。

四、强化流程执行

通过细化流程考核及走动管理监控执行情况，达到流程执行率97%以上。由服务经理做日常走动式监控，每周一下班后DV拍摄流程演练，从中找出问题点，做对应提升培训，服务顾问每天佩戴录音笔，录音不得低于6小时/每天，每天下班前发至客服部，由客户部专员监听录音，如有接待环节漏项情况会及时反馈给服务经理列入绩效考核。作为结果，我店2014年最佳成绩客户满意度进入区域第5名，全国第74名。神秘客成绩名列区域第1名，全国第44名。

五、备品管理

备件经理针对厂家的零件业务考核细项认真钻研，各项指标达成良好，标准折扣7.5折，最高奖励折扣7折，我店折扣为72.54折，为提高毛利率做出了贡献。

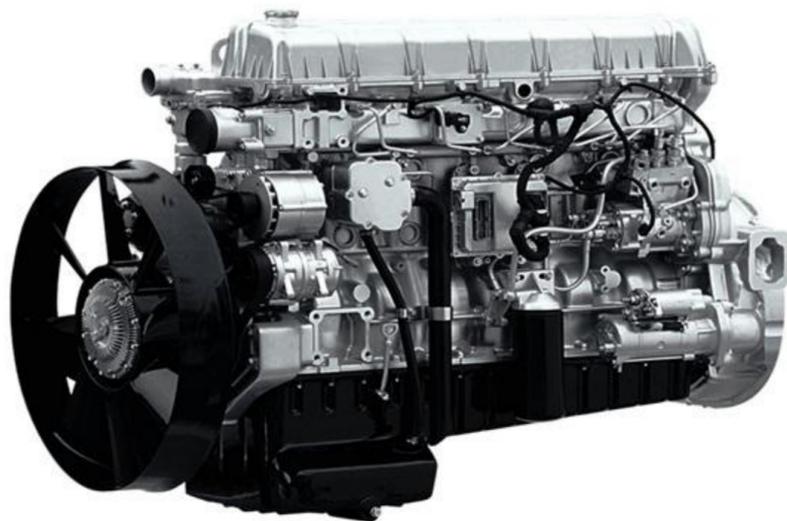
六、提高技术水平

技术经理每周做一次技术培训，目前技师14人，1人通过丰田技师3级认证，2人通过丰田技师2级认证，6人通过丰田技师1级认证，另外几人也在考级报名中。严格执行三道质检程序，自检，互检，终检，返工返修率为零。

在逆境中我们破冰前行，凭借灵敏的市场嗅觉，积极的心态，不断从逆境中寻找机会，赢在细节，胜在执行！



解放 JIEFANG J6L



初结硕果

解放新疆店**233%**完成上半年利润目标

FRUIT PROFIT TARGET

文 解放新疆店 苏晶宇

2010年集团决定将业务向西北拓展，同时将出口业务全面铺展开，于是解放新疆店在2010年的8月份在乌鲁木齐开业。解放新疆店从无到有，从亏损到今年上半年完成了233%的利润目标，来自于经营+渠道这种模块化的销售形式，来自于我们这四年来的不断坚持：

1、解放伊犁店三年磨一剑，使自卸车产品成功地在伊犁市场彻底打开局面，1-5月份实现销售30台，解放在伊犁地区的占有率得到了大幅提升，同时将集团的品牌效应播撒开来，更多的客户都口碑相传“买解放去惠华”。

2、J6L的承销，13年初，解放新疆店彻底地了解市场动态并与集团领导决定向新疆地区引入J6L载货车产品，在经过一年的努力下，我们看到的是J6L产品的全线飘红，解放新疆店打了一个漂亮的翻身仗。

3、大额贷款的尝试，年初推广的LNG产品整车价格在100万以上，考虑到运输市场的大环境，为了推动销售，解放新疆店决定推出大额贷款方案，在控制风险的前提下，提高了毛利率，同时使得产品销售模式变得多样化，也为销售提供了更多的选择，并在大额贷款的风险控制方面积累了很多的经验。

4、集团领导及各职能部门的鼎力支持，李总对新疆市场的期望，陶晓明总经理的驻店辅导，都是我们实现上半年利润目标的强力后盾，集团各兄弟单位的支持，使得解放新疆店每年都有提升。

BUSINESS RESULTS INVENTORY

解放铁岭店 上半年经营业绩盘点

文 解放铁岭店 梁忠宇

2014年上半年，在集团领导的支持和解放铁岭店全体员工的努力下，解放铁岭店超额完成了集团下达的利润指标。部分指标较2013年有一定的提升，其中销量同比上年提升167%，贷款销量提升200%，贷款渗透率提升120%，利润指标完成进度计划的162%，厂家STD同比提升172%。

服务部虽然还没有扭亏，但是通过大家服务意识的转变，对沈北、调兵山、昌图等大用户的维护，主动上门首保、维修、保养，上半年首保索赔、社会维修产值都有不同比例的提高；关注营口天然气牵引车途经102国道车辆，通过和锡柴服务沟通，努力学习天然气维修技术，先后到昌图、辽中、法库等地区进行救援服务，得到营口吉星、营口战锋国际等大客户的认可和好评，6月份天然气牵引车维修产值达到6万元；针对三家合作保险公司，合理调配保费资源，已经初见成效，7月份肇事车产值达到7万元，是二季度产值之和。

下半年市场竞争将更加激烈，容不得我们有一丝放松，为迎接铁岭地区粮食运输旺季的到来，我们从7月份就开始进行市场走访、调研，店长、销售经理带头到客户家里面对面沟通交流，到各地区修理厂了解客户分布信息，了解客户需求。期间我们确定主推车型、建立微信平台、粉刷墙体广告、重点区域悬挂条幅等。

我们已经做好了充分的准备，相信这个秋天一定是个丰收的季节，解放铁岭店全体员工一定不负众望、团结协作、不断创新，再创佳绩！



NEVER GIVE UP · ACHIEVEMENT PERFORMANCE

志存高远 永不放弃 执着成就业绩

文 解放盘锦店 李卫东

白驹过隙，时光荏苒。2014年上半年已经过去，就今年的市场分析看，2014年商用车市场增长点并不明显，但是对于商用车4S店来说是挑战和机遇并存，依然可以在不会出现大幅度增长的市场中分得一杯羹，更可通过自身的努力，获得更大的市场份额和更高的企业效益。

在这样机遇和挑战并存的形势下，解放盘锦店在上半年的经营中取得优秀的业绩：

2014年上半年销量286台，目标达成率100.35%；

2014年上半年大客户销量158台，目标达成率112.86%；

2014年上半年贷款渗透率57.69%，目标达成率164%；

2014年上半年服务产值273.25万，目标达成率80%；

2014年上半年店总利润目标达成率88.5%；

2014年上半年主要变动费用率0.3%，目标达成率207%；

2014年上半年解放在盘锦的市场份额55.7%，居辽宁省第一；

这些成绩的取得离不开解放盘锦店全体员工的努力和集团各部门的支持。我们从单个用户的接待、洽谈、回访到成交，坚持做好每个细节提高成交率，对大用户坚持经常走访，沟通建立良好的感情基础。对已经要放弃我们产品的大客户，每周2-3次的登门拜访、沟通，把用户的心拉回来，促成成交。只要有一点用户采购需求的信息，我们就主动登门拜访。这一切都是为了一个目标，就是完成集团下达的任务指标和提升当地解放车份额。向着这个目标，解放盘锦店的全体员工脚踏实地，一步一个脚印执着地前进。解放公司半年营销会议中，有3名解放经销商代表分享他们开发城建渣土自卸车，淘汰黄标车促进车辆销售和专用车开发的实际案例，从中我也深刻的体会到“目标已定，永不放弃，执着成就业绩”的精神。

2014年上半年已经过去，下半年商用车在细分市场上会有不同的反应。细分市场会有增有减，我们要找准市场定位，发扬我们永不放弃、执着前进的精神，深挖市场，加强服务，坚持“不流失一名客户”的信念，在整体具有挑战性的市场中，寻求自身的发展和壮大。

精打细算过日子 PINCH PENNIES

谈一汽吉林由量到质转变过程

文 一汽吉林店 郭吉红

降低成本是企业管理的一项永恒的主题，对我们集团也不例外。对于企业经营来说，越是在外部经营环境困难、企业利润大幅下滑的情况下，成本费用控制的重要性越突出，成本费用控制的好坏往往会决定着企业的生死存亡。对于我们一汽吉林这样单车价值小、获利能力相对较低的品牌店来说，精打细算更是日常工作的重中之重。

决策

2013年集团董事长曾指出一汽吉林店要由量到质进行转变。一汽吉林店的经营必须达到自负盈亏，不能靠集团输血，这是对4S店经营最起码的要求。

集团对一汽吉林品牌近三年来的经营数据进行分析，其中人力成本占到整个费用的60%，财务费用超过100万。结合2013年的销量，以及对微车市场及未来一汽吉林品牌发展的预测，2013年年底集团决定对现有一汽吉林团队进行优化来降低人力成本，通过收缩网络、提高库存周转来降低财务费用。

执行

1、人员优化

对于集团的决策，我在集团人力资源部的帮助下，2周内完成执行。

总计优化20人，主要优化的是业务支持及行政人员，按全年算节省近100万的人力成本。一汽吉林品牌2014年上半年总体市场表现不好，销量大幅下滑，因此我在6月底进行了第二次人员优化，总计优化12人，按半年算节省人力成本30万。

2、网络收缩、压缩库存、降低财务费用

一汽吉林店网络最多时达到30家，直营店14家，合

作二网16家，这30家的销量占比达到了60%，2013年仅财务费用就超过了100万。由于单车毛利低，去掉运费、财务费用及人员费用所剩无几，基本上就是走量。因此我们主动放弃了3个区域如丹东、鞍山、阜新，截止到8月底，一汽吉林店有2个直营店，6家合作二网。上半年的采购也主要是以补充资源为主，在不影响正常销售的情况下，控制库存深度，提高周转率，降低财务费用。

3、精打细算过日子，干毛巾也能拧出三滴水

在每一张纸、每一度电、每一分钱上精打细算，2014年上半年办公费节省了近2万元。

感悟

一汽吉林店由量到质的转变，源于集团正确、及时、前瞻性的决策，走在了一汽吉林厂家及其他代理商的前面，有了集团的指导，我们需要做的就是执行到位。

感动来自于每位员工精打细算的表现。有个小事例和大家分享，夏季集团对空调的使用有管理规定，室内超过29度可以开空调。记得有一天天气特别热，我到销售展厅，发现空调没开，问了一句，怎么没开空调，员工答，展厅就我们4个人，人少开空调费电，我们展厅阴面不朝阳，每人一把扇子就可以了，反正现在也没有客户。我当时特别感动！没有完美的个人，只有完美的团队！

有了集团的指导与帮助，有了这样的团队，2014年一汽吉林店有信心打好这场攻坚战！



微信号：2752821847

PINCH PENNIES TO LIVE

TO TALK ABOUT
SHIFTING FROM QUANTITY TO QUALITY



奥迪沈阳店订阅号 奥迪沈阳店服务号



每逢周六周日光临奥通展厅的客户都是带家人来看车, 为了更精准地留住客户的脚步, 吸引更多进店的客户, 我们策划了这个不仅能体现奥迪车主尊贵, 同时更能体现奥迪对客户的关怀活动——爸爸的奥迪, 妈妈的迪奥, 宝宝的奥利奥。

DAD · MOTHER · BABY

亮点一：重点车型重点装饰

重点车型在销售上给了诱人的政策, 再加上车型重点装饰, 使客户更好地了解车型车款。

亮点二：宝宝的奥利奥进店礼

亮点三：给家庭中的半边天完美的彩妆

此次活动亮点突出, 得到客户青睐, 吸引了很多客户进店增加集客量, 此次活动期间集客量144 其中新增64。本次活动反映良好, 为下次活动打下了良好基础。



庆丰包子 THINKING 子 引起的思考 ——名人效应是市场活动有力的推手

文 奔腾大东店 李瑶

一份炒肝, 一份芥菜, 六个猪肉大葱的包子……庆丰包子铺依然火爆至今, 炒肝只是北京的特色小吃, 好吃的包子也数不胜数, 只不过主席去吃了, 才成就了庆丰包子铺。

常规市场活动中标准流程把思路禁锢成一个框, 一提到活动, 基本就是前期宣传准备, 活动执行, 活动总结, 那么真正能把活动做到有效的元素在哪里? 需要我们用心挖掘, 而不是每次的制式活动流程。

由于我店的地理位置问题, 自然集客量少, 销售顾问邀约困难, 想在店里做活动靠网络宣传和店内邀约很难达到理想的效果。在以往店头活动中, 邀请的主持人也只是专业主持人, 但是8月2日的店头活动首次尝试了与电台合作, 而且邀请了汽车行业知名主持人老茂来主持活动。活动过程中气氛火爆, 效果非常好, 以往的团购活动来店客户数在20-30组之间, 本次来店客户数达到98组, 是近年来集客效果最好的一次店头活动。

现总结成功经验如下:

1. 与电台合作, 重点是老茂侃车的口播植入, 借助老

茂本身在行业内的知名度以及业内公信力, 以口播的形式对奔腾的宣传, 效果比较好。

2. 随时监控电台的集客情况, 每天与电台负责人沟通, 即时掌握客户报名情况, 了解到前期客户报名较少, 我们及时增加了口播的节目小妹说新闻等, 增加了口播的频率, 增加后第二天报名情况就有明显提升, 在最大程度上提高了客户进店量。

3. 活动当天, 邀请老茂进店主持, 很大程度上带动了潜客的进店。由第三方对客户提出的购车建议, 要比销售顾问更有说服力, 现场客户把老茂也围得水泄不通, 互动效果非常好。

4. 现场的订车玩转大富翁的游戏也给活动增加了色彩。

5. 以往在老茂主持的电台节目中, 对奔腾品牌评价不高, 在推介客户的时候, 也会有意向其他车型转化。不过通过本次活动, 店里同厂家的领导出面与老茂本人有了正面的沟通, 建立了良性联系, 也会在日后的节目中对奔腾品牌有所倾向, 是一个良好公关的开始。



2014 SEASON 2

ALL DEPARTMENT DRIVING AT
EXPERIENCE CAMP
PERFECT ENDING

一汽-大众第2季全系驾享体验营
完美落幕

文
大众沈阳店
王千焯

2014年8月24日，“领行新驾趣，尽享新生活”2014一汽-大众第2季全系驾享体验营活动在沈阳会展中心圆满落下帷幕。试驾会邀请到众多车友到场，并提供了精彩绝伦的试驾体验机会，全系车型极致完美的动力性在试驾会中演绎得淋漓尽致。

活动现场，广大车友不仅体验了深度试驾（高速变线避险、弯道侧向支撑、直线加速体验、紧急制动避险）的快感，更对大众车系安全性能、舒适性能有了刻骨铭心的印象。活动现场还有资深教练讲解、专业讲师培训，还特别设置了科技展示体验区、激情动感赛道体验区、安全赛道体验区，让广大车友亲身感受到了道路试驾体验、赛道体验、道具体验、百米加速等精品试驾科目。

天公作美，活动当天天气凉爽，秋意袭袭，让到场的车友们在舒适的环境中度过了一个愉悦的午后时光。

在本次试驾体验活动中接触到不少刚刚进行了试乘的客户，他们普遍反映一汽-大众车系灵动好开，操控安全性极高，即使驾驶经验不是很丰富也可以短时间就实现较为激烈的驾驶，并从中感觉到畅快的驾驶乐趣。

活动当天，不仅令广大车友体会了试乘试驾的快感，我们还为当天订车的客户设置了幸运大抽奖环节，多位车主都获得了我们精心准备的豪华大奖，可谓是“抱得大奖归”。

本次活动可以说是完美落幕，我们也期待着下半年的活动也会一如既往精彩纷呈！



ALL DEPARTMENT DRIVING AT EXPERIENCE CAMP
PERFECT ENDING



汽车TV购

一汽奔腾完美收官 PERFECT

文 奔腾铁西店 孟静梅

由沈阳广播电视台主办，厂家支持，沈阳奔腾两店共同执行参加的汽车TV购，于8月23日在奥体中心举行。奔腾品牌全系参展。

行动：

1. 动员会：提前一周召集全员，明确目标、客户接待、车辆摆放、时间节点、现场物料携带等，树立信心的同时，转变思想，发挥整体优势；
2. 资源共享：统一政策、统一话术、统一对外宣传口径、实现联动、资源共享；
3. 总经理、销售经理现场与销售顾问共同参与销售。

成果：

实现有效集客：68组
销售：8台

在新领导带领下，奔腾铁西店在车展实现新的突破，本次活动完美收官。



微信公众账号：bitx521



应需者胜 领先者赢

满足综合运营

解放J6L粮食运输车东北领先制胜

文 解放沈阳店 刘勋



2014年8月30日，以“满载丰收喜悦 运旺福旺财旺”为主题的辽宁省一汽解放J6L拉粮车专场团购会在辽宁沈阳隆重举行。活动现场热烈欢快，充满喜庆。来自辽宁地区的150多名用户热情参与，积极购车。活动现场达成订单81辆。解放J6L粮食运输车——“小J6”运粮车得到广大用户的信赖与认可。

“小J6”运粮车源于解放J6L高端中卡平台研发而成，承继解放J6高品质重卡精髓。在沿袭解放卡车安全、可靠、节油卓越品质的同时，着眼于农村、城镇运营市场的综合需求，聚力打造紧贴市场趋势，助力用户创赢的拳头产品。为城乡用户提供马力大、承载强、使得住、更省油，满足多种路况运营，多种货物配送的高效能、综合物流运输车辆。解放J6L粮食运输车就是集以上大成定制而成的中短途物流运输的领军车型。

现场订单的踊跃达成，映射出解放J6L运粮车从市场需求出发，以满足用户为己任的设计理念与人性关爱。

面对运粮市场货重路烂的特点，解放J6L运粮车在动力匹配及输出上强调大马力、大扭矩的设计思路。160马力的—汽道依茨发动机，陕齿8档带半档的大扭矩变速箱，对满载状态下的起步、爬坡可以轻松应对，在同级别产品中可谓独占鳌头。

为了适应满载运输下的可靠运营，J6L运粮车采用237x75x(7+4)mm双层高强度车架，解放成熟的435型10吨级后桥。保证车辆在粮食满载运行状况下的坚实可靠，承载能力远超市场同类竞品。抬高的驾驶室设计，

离地间距增加70mm，在颠簸坑洼的泥泞路况中通过性更佳。解放J6L运粮车采用国际公认的最省油、最可靠的道依茨发动机，采用解放独有的单体泵技术，对不同品质燃油适应性强，不挑油、不堵嘴，维修便捷，充分满足农忙时节的高效运粮需求。

解放J6L运粮车驾驶室延续J6人性化的设计理念，全钢封闭式驾驶室，全部采用瑞典ABB机器人精准焊接而成。1mm厚车身钢板，侧门防撞梁设计为驾驶员提供最为坚实的安全防护。欧洲轿车化内饰和同类产品中最大的驾乘空间，为驾乘人员提供着赏心悦目的人机操控感受，有效地降低驾驶疲劳。无盲区设计，让驾驶员的视野更广阔，驾驶更安全，是国内高端中卡安全驾驶的完美代言。

为所需者所需，充分体现了一汽解放坚持“用户第一”的品牌理念，同时也表明了一汽解放真正为用户打造高效营运时代“挣钱机器”的决心和实力。

解放J6L高端中卡，通过对市场需求的细分，将国内城际物流市场的发展需求和商用车高品质、高性能的产品发展趋势完美契合，这也是J6L两年多来得到广大用户青睐的重要原因。



公众账号名：辽宁一汽贸易有限公司
LNYQ88432982





DO TALENT
STRATEGIC RESERVES

以人才盘点为起点 做好集团人才战略储备

文 集团人力资源部

随着惠华集团的快速发展，集团对人才的需求越来越突出。是否有足够合适的人才，已经成为惠华集团发展战略实现的最重要的驱动因素。然而集团既有的员工队伍的能力素质水平如何？能否执行组织战略？个人与团队是否具备充分能力来应对不断变化的发展环境？现有人才与实际需求之间的差距到底有多大？这些都是摆在集团面前需要尽快厘清的问题。

而有效的人才盘点正是解决这一问题并实现集团人才战略的重要途径。通过对集团核心岗位任职者的测评和盘点，识别现有管理人员的既有能力，预测其潜力并形成人员发展培训计划，为集团储备人才、发展人才。

安信咨询公司利用两个月的时间对集团70位各独立经营单位的第一负责人、以及各独立经营单位的销售、服务第一负责人，20位集团职能部门的总监、部长、经理进行了测评和盘点，借助行为风格测试、公文筐、逻辑思维能力测试、行为事件访谈、现场考察、无领导小组讨论等工具进行了测评和盘点，同时建立了管理干部盘点模型：



安信咨询公司对本次参与盘点的独立经营单位中的70位管理层的测评结果进行了统计分析，结果显示：各独立经营单位第一负责人层面全局意识、成本控制意识方面相当部分人有待于提高；销售第一负责人层面领导能力、客户导向、全局观念、人才培养方面很大部分人有待于提升；服务第一负责人层面沟通能力、全局观念、人才培养、积极主动方面是需要统一重点培训提升的课题。

集团人才盘点的目的是对人才进行识别后，针对不同类型的人才制定有针对性的人才发展和使用策略，根据被盘点人员的现有胜任素质差距，并结合集团的未来发展规划，制定培训计划来提升现有管理人员的整体能力。



决胜 2014大连国际车展 奔腾大连店创造销售奇迹 CREATE SALES MIRACLE

文 奔腾大连店 毕晓蕾

为期五天的2014（第十九届）大连国际汽车展览会于8月31日落下帷幕。在这五天当中，奔腾大连店携一汽奔腾全系车型精彩亮相，创造了惊人的销售业绩。

在集团和厂家领导的大力支持下，经过一个月的精心筹备，奔腾大连店全体员工全力奋战，总经理杜樱柳亲自上阵，坐镇车展现场。虽然天气炎热，但依然挡不住人们的购车热情，展区内人头攒动，订车喜讯频频传来，现场气氛火爆非凡！

签单、交款、砸金蛋，现场出现了前所未有的热销场面，订单数在不断地被刷新。截至8月31日下午5点，经过信息员的统计，2014年大连国际车展奔腾大连店集客691组，订车152台，帮助沈阳两家奔腾店消化库存58台，这个数字让全体员工欢欣鼓舞！奔腾大连店取得的成绩离不开集团领导的大力支持，特别是集团从沈阳调配五名销售顾问、两名二手车评估师到现场支援，给奔腾大连店非常大的帮助。

奔腾大连店将秉承一汽奔腾“进取不止”的品牌精神，为实现全年销量突破一千台的目标不断努力！



公众微信号: dihuihuabt

红旗 8月首登大连国际车展

In August

First, the auto show

文 红旗店 赵川



公众微信号: hhhg111

2014年8月31日，第十九届大连国际汽车展览会完美落幕。红馆团队携红旗全系车型以巨大的阵容首次出征大连国际汽车展览会，为所有爱车、看车、买车的客户带来了一场红旗品牌汽车文化盛宴。

大连车展，红旗汽车引发了较高的关注度，前来看车的人们积极踊跃，展台上人潮涌动。本次车展，红旗汽车展台采用了简约、大气的展示风格，在外展众多品牌的展台独树一帜。

本次车展也是沈阳红馆建店以来参与的最大规模的跨市车展，是团队组建以来组织的第一次大型外展，车展得到了奔腾大连店各部门的全力协助。同时大连国际车展前期红馆争取到一汽厂家的大力支持，厂家区域经理现场督战，红馆的工作人员不畏高温天气，全体人员连续5天从早上7点半到晚上8点半在车展现场为客户讲解红旗轿车，品牌总监亲自带队现场接待客户，销售总监对每个高意向客户进行试驾，希望通过试驾车让更多的客户体验到红旗车的驾乘舒适感。因为前期红馆团队人员较少，我们不能像其它店一样轮换休息，所有人员需要从早上坚持到晚上，但每个销售顾问的热情比大连8月的气温还要高，大家相信只要多发出一张DM单，就会多一个人了解红旗车。大家用积极态度接待客户，不仅赢得了高度的赞誉，也树立了良好的惠华人团队形象。

整个车展日程确定后，红馆就开始制定车展前期运营手册及车展过程中的详细分工。由于是跨市参与活动，市场总监前期对展位运营搭建布置逐个落地执行，人员安排上包括主持人、传单发放员、搭建工人及展车前初级接待员都进行了展前培训，制定各环节责任确认。我们始终谨记集团董事长的批示“精心组织，实现突破”。

第十九届大连国际汽车展览会现已完美落幕，红旗H7在广大客户的心目中留下了深刻而完美的印象。通过这次车展红旗的团队凝聚力更强了，大家都坚信通过团队所有人的努力，红旗车一定会成为中国人购车的首选品牌！



浅谈微信

MARKETING 营销的几点心得



微信号: Inhh123456

文 奔腾大东店 李瑶

据统计微信上线以来到现在已经发展到6亿的用户，而微信作为一个营销平台，给我们提供很多的便利，每天阅读微信也逐渐发展成为一种生活习惯，与大众的生活息息相关。在这种前提下，我们也应该不断学习微信营销知识。建立企业公共微信账号，关注有礼，扩大宣传，推送信息，这样的微信营销每个人都可以做到，我们需要研究的是如何运营微信公众号。

一、微信的标题：

标题的设计一定要吸引人，要有看见标题之后有想继续了解的意愿，例如：做一个有关店头团购的活动，如果标题单纯是“*月*日全系钜惠”之类，那么看了之后的感觉就是一个普通的优惠活动，如果标题变成“亲，您摊大事了！”看着之后会有继续想看的意愿，看看到底摊什么大事了，看到正文知道了，是摊上大便宜了，全系促销。所以标题的设计很关键，吸引人才引导你的客户继续往下看。

二、微信的内容：

内容的设计要从客户的角度出发，对客户有价值。如果只是发送经销商想让客户知道的促销消息，一些促销的广告，那么就失去意义了，而且会引起客户的反感。具体做法有：

1.微信的内容可以是多图文的发送，我们在发送的时候可以尝试多篇幅发送，比如夏天到了，我们可以发送一些夏天行车的小贴士，夏天生活的小常识；

2.微信的形式也可以是多样的，可以是图文的，音频的，还可以是微视，多种方式能让客户感觉更有趣，更生动。

三、微信的活动形式：

形式可以是互动式的，线上沟通带动线下活动，让微信的客户感觉到活动更加生动和“接地气”。

四、微信的发送的时机：

发送时机也很重要，这个也跟我们的网络软文类似，要找客户乐于接收并方便阅读的时间，比如早上刚上班、午休、晚饭后、睡觉前的时间更利于微信的阅读。

五、微信的粉丝转化：

微信的粉丝如何转化为消费者也是一个值得重点探索的问题，我们会定期或不定期地推送图文消息，通过后台发现微信的点击率可以达到50%左右，但是互动一般，没有实现销售。这种情况首先我们需要明确微信运营的目的，是宣传还是销售，这就更加需要抓住线上的互动的机会迅速转移到线下的沟通，这样才能增加成交的机会。

微信营销需要从最基础的问题开始解决，要想做好一个公众号确实不易，必须进行深层的研究，才能做到在节约大量成本的同时提升N倍营销效果。

运动型高性能 SUV

CX-7 心越野 型越魅



MAZDA

zoom-zoom

售价：19.98-27.38万

辽宁福达汽车销售服务有限公司

销售热线：024-88440668

地址：沈阳市东陵区东陵路26号

用心感动客户 以行动打造惠华第**1**服务品牌

HEART TOUCHED BY THE CUSTOMER ACTION BUILD THE FIRST SERVICE BRAND

文 大众沈阳店 徐志超

接到内刊编辑部的约稿通知，虽然有些突然，但却给了一个让我沉下来整理思绪的理由。

时间过得很快，来惠华工作已经九个多月了，从陌生到熟悉，从新鲜到积累，由盲从紧张到按部就班，在一个成熟运营的企业工作，最大的益处就是可以接受系统的培训，短时间获得专业素质的提高。可是作为一名销售人员，如何真正把销售工作做好，是我长久以来思考和探索的一个问题。

前些日子，在工作中遇到两个小插曲，让我很有感触。

一次是客户提车上牌后，手里的车牌找不到人安装。客户抱怨，4S店卖了车，就算完事了，其他什么都不管了。

—销售细节的完整性，我们做到了吗？

还有一次已经下班，有个客户还在犹豫是不是订车，他所选的白色高尔夫店里的优惠力度没有其他店高，可我们有其他颜色的优惠车型，展厅没有现车，客户看不到实物，又无法确定颜色是否满意。销售人员不嫌麻烦打车从库房提回优惠车型，亲自刷车整备，让客户看到实车，参考颜色。尽管客户最终没有认购这辆库存车，但是非常认可我们的服务，放弃了其他店更高的优惠，购买了我們店里的白色高尔夫。

—销售，不仅仅是销售产品，更是用心与创造感动

在我们还在千方百计为完成销量一筹莫展的时候，如果我们可以将压力转化为发自内心的服务，融入我们日常的销售工作中，这样的销售才是真正的SALE。

“服务”是价格战后的唯一选择，在市场经济条件下营销环境发生了巨大的变化，信息高速流动，产品硬件标准趋同；公平、有序的市场竞争环境逐渐形成；商品的品种、质量和价格大体相当；利润已低到接近成本，这一切使价格竞争达到极限。所以，谁能为顾客提供更优质服务，谁就能赢得顾客、赢得市场。

销售=产品+优质服务

大众的品牌保证了其产品的品质，我们需要的就是再加上发自内心的服务。

发自内心的笑是甜美的，发自内心的爱是最真的，发自内心的服务是最优秀的。

真正优质的服务，是发自内心的，是以感同身受的角度来服务顾客的。

刷看着朋友圈里的一篇文章，有的在叹息社会冷漠、无奈世态炎凉，也有的在以积极的心态传递正能量。不一样的态度造就不一样的人生，我们可以做的是从自身做起，以一颗平常、宽容、阳光的心，去迎接每一天，悦心、悦人、悦己。



INSURANCE BUSINESS CONTROL MODE 奥迪沈阳店 保险业务管控模式

文 奥迪沈阳店 王雷

汽车保险作为经销商的一项重要盈利项目，如何开展才能为店里带来更大的资源及利润是我们需要思考的问题。奥迪沈阳店在2013年开始针对新保及续保业务进行大步伐的调整，取得了阶段性的成果。在业务实践过程中我们也多次遇到困难，例如新的业务模式启动时的不适应，业务量激增带来的压力，客户的不配合等等，最终我们战胜了一切的困难并坚持了下来，使我们看到了业务发展新的希望，好的实验结果也希望能与大家分享，下面就本店如何开展保险业务做了如下概括，主要从三方面入手：

一、提升车险业务能力

1、保险团队建设及软硬件设备应用

团队建设：人员主要分为新保专员及续保专员，上岗前需要掌握汽车保险专业知识、车险术语、销售流程、理赔流程及基本知识，持续更新店内活动信息、竞品信息、战败分析，具有一定的执行能力、沟通能力、协调能力和谈判能力并能贯穿售前、售中及售后。

软硬件设备应用：包括搭建车险提醒体系和客户邀

约体系，车险到期前60天需要建立提醒，并以每七天为周期跟踪一次，直到客户成交。同时搭建客户邀约体系，利用专门的号码进行电话邀约，这样可以达到人员流动但客户不流失的目的，利用专门的录音软件来对人员进行统计和考核。

2、车险销售方法：过去的车险销售存在的问题有销售战略方向不对、销售方式单一、缺销售话术、夸大电销实力、营销不够精确等问题，我们也是从这些问题中寻找出来一些车险销售的技巧，简单归纳为以下六点：

- ①邀约客户要遵从续保提醒系统；
- ②车险销售前务必查看客户信息管理系统；
- ③车险销售时建议使用投保建议书；
- ④与客户沟通时务必使用商谈技巧；
- ⑤跟踪客户期间务必向其传播标准制胜和消极暗示信息，直到保单到期日；
- ⑥车险销售成功后，推荐服务人员联系卡或静电贴。

3、考评制度和激励政策：搭建绩效考评体系和薪酬管理体系，绩效考评体系建议考核三KPI渗透率（次年、双年、三年含综合续保率）、电话呼出总量、电话有效呼出量、短信推送量、车险跟踪卡的使用情况，薪酬管理体系建议为基本工资加绩效奖金。

二、提供差异化服务（业务亮点）

1、保单管家服务：如果客户保单留在4S店，代表对4S店的信任，事故车维修极有可能来4S店维修，争取把客户保单留在4S店内；

2、专属车险顾问：主要负责理赔协助、保养协助、日常咨询，帮助客户解决用车过程中遇到的难题，建立客户对4S店的依赖感，可将车险顾问的名片给到客户；

3、事故车优先接待：让客户感受到到店投保的VIP服务，车险事故车来店后，车险顾问接，并把优先接待牌放在车上，建立对车险顾问的依赖感；

4、直赔服务：客户出险后，由经销商为客户办理直赔服务，不需要客户自己垫付维修费用，为客户理赔提供一站式服务，提高客户满意度。

三、新保、续保营销方案

- 1、严格控制展厅新保率90%以上，贷款车辆必须三年联保，做三年

联保车价可以给予一定优惠；

- 2、采用针对不同客户类别的营销策略，设置维修保养代币券、服务礼包、礼品的不同组合，灵活多变，长期吸引客户；
- 3、不定期举行续保团购活动，以刺激续保量的提升。

我们也在继续探索更为有效、更为科学的保险营销模式及管理模式，汽车保险业务已经成为经销商的一项重点业务，不单单能够为我们带来盈利，也为形成售后资源奠定基础，是一项值得我们深入挖掘的课题！

为备品销售做好**物流保障**

LOGISTICS SECURITY

文 备品事业部 宫庆

“兵马未动粮草先行”备品事业部物流就是备件销售工作的先行军，是备品销售不可缺少的环节。要保障备件快速周转，及时服务客户，出色的完成每天的发送任务。除此之外，索赔件管理业务，也是我们工作内容之一，每天要按照厂家要求，对一汽索赔件、锡柴、大柴索赔件确认、整理、装箱、返货。

备品事业部成立以来，物流部门在领导的带领下，积极参与到备品销售的服务中，以快速准确服务满足客户需求。在各部门的鼎力协助下和全体员工的共同努力下，物流不断在工作中总结经验，完善工作流程，逐渐成长。

1、配送货物方面

怎样提高配送货物能力呢？工作中只有多想办法。为了提高配送货物量、加快货物流通、降低运输成本、解决运输中损坏及丢失货物的赔偿问题，我们做好如下工作：

外部：与社会上信誉较好、实力雄厚的物流运输企业沟通，经过多次协商，约定每天定时上门提货，规定标准货物发运价格，对运输装卸造成损坏、丢失按价赔偿，2014上半年货站丢失损坏索赔约15000元，减少了运输风险。

内部：细化工作流程，对每天发送货物交接确认，记录发送货物单位、收货人电话、到货地址、发货品类及数量，反复确认，与发送物流交接。

随着发送货物量不断增加，运输量逐年上涨，2014年度截止7月份备品物流完成的运输量为：

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	合计
送货(次)	6	7	9	12	10	14	9	67
短途(次)	81	47	94	99	81	107	101	610
配货(次)	1077	624	1096	1238	1139	1243	1134	7551

2、索赔件管理

自2011年开始，一汽索赔件辽宁中转库开展索赔件确认验收工作。与服务站确认后，入库整理包装。预约返货车辆，按厂家要求确认装车，跟踪索赔件到货登记。保证索赔件安全返回到厂家，尽快给予结算。

2014年年度上半年一汽索赔件返厂运输总量约264吨。锡柴终审装箱130件，材料

费661068.25元，锡柴金杯装箱811件，一汽锡柴共返厂402箱。材料费约为3164609.28元。出色地完成了索赔件的管理工作。

我们与备品团队一齐成长，共同见证了备品事业部所取得的成绩。2013年我们物流代表备品事业部荣获集团“优秀部门”的荣誉，荣誉面前，我们有喜悦也有思考。我们明白责任的重大，在今后的的工作中，我们还要再接再厉，再创佳绩。

严肃企业纪律从**考**勤做起

SERIOUS BUSINESS DISCIPLINE START FROM THE ATTENDANCE

文 大众沈阳店 吴会颖

考勤一直是令员工关注的话题，每天早晚上下班的打卡制度，更是让好多上班族烦不胜烦。但是请大家在抱怨的同时思考一下，企业为何设置考勤制度？

俗话说“没有规矩，不成方圆”。作为企业，必须有一系列的制度和办法强化员工的基本行为，维护正常的工作秩序；按时上下班，不无故旷工更是对员工个人最起码的要求。为考察一个人的综合素质而考核他的考勤记录是无可厚非的，也是理所当然的。试想，一个员工如果连正常的上下班时间都无法遵守、无法约束，何谈时间观念、时间管理和自我约束？

为了进一步增强员工的时间观念，提高工作效率，改善公司的精神风貌，打造一支时间观念强，工作效率高的队伍，大众沈阳店在集团大方针的指导下，细化了迟到、早退的处罚等级，在一定程度上加大了处罚力度，同时细化了员工外出办事的相关流程，规范工作秩序，从而引起全体员工对考勤的高度重视，同时也帮助员工在时间管理上加强对自身的约束。

只有考勤制度的规范是不够的，制度是死的，人是活的，再严格的考勤制度对于没有高度自觉的人也可能成为一纸空文。所以考勤的真正意义在于规范员工的基本行为与自我管理意识，从而提升企业效益，提高员工绩效，维护企业规范化管理的良好氛围。

PROACTIVE

THE OPPORTUNITY TO MASTER
IN HIS OWN HANDS

文 奥迪丹东店 甄溪莎

主动出击 把机会掌握在自己手里



近年来汽车行业快速发展，销量年年攀升新高，同时也带动了相关产业的大步前行。以往没有得到重视的汽车衍生产业，现在是各个汽车经销商的利润亮点之一。而汽车贷款则是衍生产业的重中之重。从前的观念里借钱买车是丢人的事，银行、经销商处处以己为尊，坐在店里等着客户上门来求贷款，还要嫌弃贷款手续麻烦，不如全款购车省心，更有甚者，在办理贷款过程中吃拿卡要，给客户甩脸子。但是通过近年来的实践证明，贷款购车对经销商有着众多好处：

好处一：服务费收入成为公司新的利润增长点；

好处二：增加销售顾问收入，提高员工满意度；

好处三：三年新保，三年续保，保费增长；

好处四：车辆回店维修资源不外流，带动服务产值增长；

好处五：增加客户触点，形成忠诚客户；

不仅经销商与客户的地位在悄然发生着改变，作为联接客户及银行的衍生部也在调整心态，通过改进工作方式服务客户，从而促成一笔又一笔贷款业务。除了店内制定相应政策，以贷款培训等手段来提高成交率以外，最大的改变就是由坐店等待转变为主动联系客户，上门帮助客户办理贷款相应手续，及时到银行报件。

今年5月郭大姐到店里定了一台Q7，销售顾问焦海滨向其推荐了贷款业务。在联系客户递件的过程中得知郭大姐的结婚证上名字打错了，银行要求必须到民政局开具证明，否则不予办理。而郭大姐家里的钢材厂刚好到货非常忙，没有时间办理此事。这时客户怕麻烦的心理占了上风，几次打电话说不想贷款了。而我们不愿意放过任何一笔贷款业务，更何况鸭子已经快要煮熟，怎么能让它飞了呢？这时我们主动与店内领导商量，由衍生经理与销售顾问共同上门，协助客户办理手续。到店开完早会通过电话向相关部门咨询办理流程后，我们便出门去接客户。镇政府查档案，民政局重新办理结婚证。不知不觉时间的指针已经指向了下午三点，客户在整个过程中虽然有不耐烦，但是在我们的精心维护下对我们的服务非常满意，并且笑称，夫妻过了三十年才算是名正言顺结了婚。贷款业务顺利办完，客户也及时提了车，自此我们与客户成为了朋友。

这只是今年主动上门提供服务的案例之一，东港大孤山，五龙背、蛤蟆塘都留下过我们的足迹。配合好销售工作，为客户提供贴心的服务，为公司创造更多的利润，是衍生部门的职责。**改变心态，主动出击，才能把机会牢牢掌握在自己手里！**

IN HIS OWN HANDS

改善篇
IMPROVE
担责任
RESPONSIBILITY

HUIHUA AUTO
ROAD

红旗
让我们的理想 **飞** 扬
AIGOFLY
LET OUR IDEAL

文 红旗店 范静



红旗 让我们的理想 AIGOFLY 飞扬

LET OUR IDEAL

文 红旗店 范静

红旗，一个家喻户晓的名字。在中国，红旗已经超越了它的品牌，成了中国梦的象征。没有任何一个品牌能像红旗一样，见证国家发展，见证民族复兴。中国梦，中国车，作为辽宁省唯一授权经销商，沈阳惠华红馆承载着红旗品牌的希望，承载着坚定不移、历久弥新、薪火相传、厚积薄发的红旗精神，承载着国人的理想！

人活着都要有理想，才会有希望、有目标。沈阳惠华红馆是我第一次独立组建的工作团队，看着团队从无到有并慢慢成长，看着这些新员工从对销售一无所知到信心满满，我们每个人都看到了这个团队的希望。很多人都会认为红旗不好干，新团队不好带，但我相信天道酬勤。

能来到这个团队我很幸运，集团董事长讲过“解放是根，红旗是魂”。自从2000年走出校园来到惠华，我从事过两个品牌，第一个品牌是解放，第二个品牌就是红旗。惠华给了我一个机会，也给了我一次信任，集团的力量是巨大的，我们背后有这么多惠华人在帮助我们，我们没有理由放弃。正因为红旗不好干，所以团队中的每个人才会倍加努力，才会倍加团结。虽然我们都不是最优秀的，但我们要做最努力的。在这个团队中每个人都在发挥自身的优点，组成合力。新团队成员都很年轻，但他们有无限的激情、有使命感、有责任感；每个人都坚信红旗品牌能干好。每一次的车展、每一次的店头活动、每一次的客户拜访，共同的经历，共同的回忆，是团队最好的精神黏合剂。

红旗品牌面临新的历史考验，还需要太多的人了解；我们的团队也在面对新团队成长期的考验，也需要更多的学习，但我们愿与红旗品牌共同成长。

红旗有着很深的文化积淀，正如红旗品牌的理念一样：“红旗一定会让我们的理想飞扬”。我们的团队也会为了这个理想，扬帆起航！



坚定信念 追求卓越

FIRM FAITH THE PURSUIT OF EXCELLENCE

文 一汽通用事业部 吴迪

2014年对于解放轻卡来说是艰苦奋斗的一年，因为国家法律法规的变化和厂家产品的切换，以及受到江淮套牌车曝光事件的影响，轻卡车的销售受到很大影响。加上解放品牌做轻卡产品的时间不长，缺乏品牌忠实的用车群体，种种原因使得2014年的销售情况呈下降趋势。但是一汽通用事业部的全体员工并没有因此而妥协，反而更加团结，越挫越勇。

我们深知对于销售来说客户的开发和维护是重中之重，从自身做起，不断完善和提升销售能力才是我们应该努力去做的。

明确工作重点和方向：

1、对已成交的行业客户跟踪回访。定期上门拜访，将客户需求放在首位，第一时间为客户解决难题，即使有时客户需求超过我们服务范围，我们也尽量沟通，解决不了的与当地服务站沟通给予解决，问题出现时，第一时间一定有我们的销售人员在现场，使客户对我们能够信任和放心。

2、开发新的行业大客户（锁定物流、冷品运输及医药运输行业），多关注网站及政府采购信息。每月定期走访市场，向他们推荐我们的产品，介绍解放轻卡的优势，比如产品质量可靠，服务与中重卡服务体系相同，服务半径小于50公里，能够更加及时为客户排忧解难等。向他们推荐我们的新的国IV产品，为下半年的新产品销售打下坚实的客户基础。

3、维系已掌握的有影响力的核心客户。虽然一汽通用事业部成立时间较晚，但也积累了一些忠实用户，经常与他们沟通，了解其行业发展情况，这样才能够掌握市场动态，帮助他们解决在用车过程中遇到的困难。相信付出总会有回报，这些客户再次购车，或者有朋友购车的时候首先想到的肯定是我们，这样我们与客户建立了良好的合作关系，客户也会把我们当成朋友，帮助他人的同时也成就了我们的。

一汽通用事业部虽然上半年销量并未完成预期目标，但是利润指标超额完成。下半年将把市场开发和抓重点客户放在首要位置，开辟多种销售渠道，提升销量，为完成一千零伍拾台的全年销售目标持续努力！

FIRM FAITH THE PURSUIT OF EXCELLENCE

坚持不懈 PERSEVERANCE 步步为营 UNREMITTING

文 丰田店 张明达



ADHERE TO · UNREMITTING

一、我的惠华经历

2003年2月-2007年5月，一汽马自达店；先后获得一汽马自达优秀销售服务店、最佳客户满意度、最佳服务流程、最佳备件管理、全国服务技能大赛第二名、一汽集团优秀服务商等奖项。

2007年5月-2012年11月，一汽奔腾铁西店；获得一汽轿车服务管理认证，个人获得惠华集团突出贡献奖。

2012年11月-至今，一汽丰田店；获得惠华集团优秀团队奖，单月获得CSI992分、神秘客区域第一名、备件进价72.54折扣好成绩。

二、我的工作体会

从事售后服务工作27年，在惠华工作也有12个年头了，在我的职业生涯中，我先后历任上海轿车、一汽大众、上海大众、一汽红旗服务站站长，在惠华又经历上述众多工作岗位，体会了售后服务工作的酸甜苦辣。但它给我带来更多的快乐和愉悦，这也是我坚守在惠华和售后服务工作岗位的理由。下面就粗浅地谈一下自己在售后服务团队的几点体会：

1、团队力量

古人云：“人心齐，泰山移”，现在我们也常常说“团结就是力量”。大雁遥遥迁徙之路只有借助的团队的力量、头雁的带领、雁群的合理分工和配合才能够完成。

至今使我记忆犹新的是2010年6月12日，我刚到奔腾铁西店一个月时服务场地的搬迁。那时铁西店服务团队只有十五、六人，从北二路奔腾店二楼搬迁至现在的北一路博宇院内。我们只雇了两辆货车，其他搬进搬

出、拆卸安全全由我们自己完成，大家齐心协力仅用两天时间，在6月14日就在新场地正常营业。在员工的行动和表情中我能看得出他们对新场地为客户多服务一台车，为店多出一分力的期盼。因为在北二路维修区域最多同时可容纳5台车，并且钣金、喷漆还要借用其他店作业。而北一路厂区虽然不是前店后场，但具备了维修的全部功能。在团队的共同努力下，在新的场地，在半年时间里，服务产值由原来每月20万，到年底已经可以每月实现60万，这就是团队的力量。

2012年底我调至丰田店，在此前丰田店服务产值提升很快，当时我也信心满满。可从2013年初开始由于国家财政对“三公”经费的控制，过去对服务产值贡献比较大的政府、部队、事业单位的车辆被封存，4、5月份开始进店量明显下降，经营前景开始暗淡。但我们的服务团队没有放弃和“顺其自然”，而是主动出击寻找客户，大家针对通过其他渠道销售到铁岭区域内的车辆进行招揽。一些客户不知道铁岭还有丰田4S店，我们就走进社区走街串巷，走进农村走家串户发放DM单。我们一个服务员家住开原农村，他把DM单放到自家的小卖店里使购物者了解丰田4S店。出去招揽客户的员工很多是利用自己的休息时间和熟悉的区域为重点，一些员工把自家所在村庄或过去在其他修理厂所熟悉的客户引导进店。店里当年完成1200万服务产值，这就是团队合力的作用。

在丰田店每天早晨都能听到“全力以赴，永不止步”响亮的声音，这就是我们服务部每天晨会的口号，服务团队用此来激励每个员工不抛弃、不放弃，不遗余

力地前行，这样使大家能够心往一处想，劲往一处使。发现与集团发展不和谐的现象要及时改进，对不符合团队发展要求的成员要及时调整。刚来丰田店时我在工作中发现一个部门负责人业务能力不强，部门之间协调总是在他那里出错，与其多次沟通也无效果，最后只好进行优化，同时也优化了另外两个工作不进取的员工。通过优化改进，服务团队更加团结和谐。同时我们也给服务员晋升机会，一名库管员晋升为备品部负责人，一名机电中工也调岗至服务顾问。我也相信自己培养的核心力量对企业的忠诚度会更高。近两年来丰田服务部没有一个核心员工流失，并且工作效率也大有提高。

2、以身作则

古人云：“其身正，不令而行；其身不正，虽令不行”。现在也提倡以身作则，率先垂范，立言立行，即“三个表率”。

一个人做事业不可能成功，一定要领导一个团队，领导一个团队要有能力，最重要的能力是影响他人。影

响他人有各种方法，最好的方法就是给别人最好的体验，让别人有最好的体验就是以身作则。所以，打造团队要从打造自己开始，对员工要求的首先自己要做到。我们要求员工要有强烈的时间观念，不但出勤不能迟到早退，安排任何工作都有时间节点，包括对维修的车辆也要按约定的时间完成，在常规时间不能完成的需要加班加点完成，这样不但提前实现服务产值，而且也维系了客户，还能及时腾出工位、设备、技师，接纳新的任务。我自己从上学开始就有早一点到校习惯，在铁岭工作，每天上班基本在7:10分左右就来到店里，在楼上、楼下、车间内外巡视一遍再到维修车间或服务展厅前，这时一些员工纷纷进店上班相互问候便开始一天的工作。原来每天的晨会时间在8:00整，服务员为了不影提前进店的客户，几乎在7:50分就站好队参加晨会，自然而然就将晨会开始的时间提前。

我们通常说“市场不好无法左右，现场不好无法忍受”，这说明市场竞争的残酷，也说明现场是企业的门面及现场管理的重要性。在每天的走动管理时，我在车

担当与奉献 DEDICATION

文 解放新疆店 赵志仁

人要有一颗感恩的心，感谢平台带给你的成就，感谢同事对你的帮助。

——解放新疆店 袁建清

间内外或展厅门前发现烟蒂、杂物都会主动弯下腰捡起来，每天也有十几次这样的动作，现在很多服务部的员工也效仿这样做，真的使我感到欣慰。

虽然自己的一言一行并不能惊天动地，但做为基层工作负责人每天与最基层的员工在一起，举手投足都直接影响着你的员工，这就需要我们行为上要自律，思想上要向上，传递给团队成员的是积极前行的正能量，这个团队才能成为特别有战斗力的“亮剑”团队。如果自身都是“三天打鱼两天晒网”，这个团队也一定是“一盘散沙”没有战斗力的涣散之队。

3、乐观心态

心情愉快事如意，笑脸迎人传愉悦。乐观积极的心态是生活和工作的动力，而悲观消极的心态则是影响生活和工作质量的不良因素。所以不论到何种境界，我们都不能放弃，放弃就意味着失败，做团队的带头人更应该心存永不言败的乐观心态。

由于惠华集团给我们创造了宽松的工作氛围，我在惠华集团工作得也算是顺风顺水，但在实际工作中仍出现过事与愿违的事，辽宁福达一汽马自达店是我在惠华工作的第一站，从建店开始，车间布局、设备安装、服务人员招聘都是由我亲自来做的，服务产值从零开始到后来每月可实现一百七、八十万，一汽马自达所有的服务奖项该得到的也全部得到。但有一段时间服务客户满意度突然滑到全国中游，当时领导着急，服务现场代表也讲“一汽马自达立下标杆不能就这样滑落下来”，我也表示年底之前客户满意度不上来我将自动离职。这样做一是下定决心把满意度搞上去，二是我乐观的看到我们有实力和能力改善它，是荣誉、成绩冲昏了我们的头脑，只要抓得再实、再细一些一定会水到渠成。由于团队成员不懈努力，年底满意度又进入到全国的前列，我

也得以在这个岗位继续我的工作。

2012年底集团调我到丰田店，那时我已经55岁的年龄，一些人跟我说已经是这个年龄在沈阳干几年还可以，就别到外地再折腾啦，不行就在家享受天伦之乐吧。实际情况也是：在沈阳有自己的家，还有90岁高龄的老母亲，大连有儿子、孙子，自己工作在铁岭，三地四家料理起来确实有些困难，但是我还是很乐观地感到这是领导的信任、集团的需要，不但给我与年轻人工作的机会，还给我与他们一起生活的机会。虽然党组织关系不在惠华，但我也入党近40年的老党员，党的组织原则就是“个人服从组织，下级服从上级”，我没有理由不接受集团的决定。现在我每周休息开车110公里往返沈阳、铁岭，每天徒步8公里上下班往返铁岭新区、公司，即观赏了街边美景，也锻炼了自己的身体和意志，每天与年轻人在一起工作，使我心情愉悦，也有助于我的工作。

我的职业生涯经历了汽车服务业从计划经济到市场经济的转型，也见证了汽车行业飞速发展。在惠华12年里，见证了辽宁惠华的从小到大、从弱到强的发展过程，也享受到惠华给我们提供的发展平台。是基于包容和信任，集团才会安排我在丰田服务这个重要的岗位。我们知道未来的汽车行业竞争将会更加激烈，售后服务也会面临新的考验，这需要用我们团队的智慧和力量，管理者的表率作用和乐观积极的心态激励我们的团队迎接新的挑战。**我自己也会在惠华发挥好余热，在惠华光荣结束我的职业生涯！**

转眼，进公司已经足足三个年头了，但是刚进公司时的情景依然历历在目。刚进公司就发现大家在各自岗位有条不紊的工作，只有一个消瘦的身影在忙里忙外。当时只感觉他非常忙碌，后来熟悉了，才知道他就是集团外派到新疆的行政主管袁建清，大家都叫他袁哥。

算算时间，袁哥来新疆已经足足四个年头。快50的人了，工作起来雷厉风行，一点都不拖沓，让我们这些年轻人时常汗颜。

生活篇

集团对员工都有午餐的餐补，但是考虑到新疆地区的特殊性，为了能让我们吃上可口安全的饭菜，袁哥每天到单位迅速忙完自己的工作后，还要赶在12点之前把中午做饭的材料买回来，然后就开始忙活我们新疆店11个员工的午饭，常常是楼上楼下来回跑，但是从来都没有说过什么。平常有新车到库，这边正在验车不能回来做饭，还在想着那边午饭怎么弄。这里冬天供暖是公司自己烧暖气，每年一到秋天，袁哥都会惦记着得买煤、收拾锅炉，这样一到冬天，袁哥不但要亲自下厨做饭，还得时时照看着锅炉里是否需要添煤。他管的事比较多，每年的社保和劳动用工以及组织机构代码证都是他自己去审核，还要管员工的劳动纪律、人员招聘、办公场地和宿舍的租赁以及商品车和办公用车的管理等等杂事。这样袁哥一年四季365天基本全在单位上班，感觉就像个累不倒的铁人。

工作篇

印象最深刻的就是每年公司都要举行车辆巡展活动，袁哥总是身先士卒。公司有一位专门的车辆储运员，但是巡展一般都是两台车同时出动，袁哥都会主动的承担另一台车的驾驶任务，而且是跑完乌鲁木齐店之后又去伊犁店再次外出巡展。每次巡展的过程中，袁哥不但要开车，还要负责我们的一切后勤保障工作，总是在最前开路，在最后休息。

今年开春的时候，公司刚刚销售的一台载货车因为



客户的操作不当致使全车线束全部烧毁。那天恰巧服务站电工被外派出去抢修车辆，客户这边是拉了一车货，货主还要求尽快送达，于是袁哥在联系服务站之后，拿到电工电话，立马开车前往电工所在地去将电工接回来，同时与电工一道将全车线束全部更换。那天晚上两人一直忙到第二天早上6点钟，但忙过之后早晨袁哥又按时到达单位进行工作。

惠华精神

像这样的情况，不管大事小事，分内分外，袁哥都会尽职尽责全力的去完成，我一直很好奇一个将近50岁的人是怎样四年如一日，抛家舍业的跑到4000多公里外的新疆来，每天都过得如此匆忙，到底是为了什么？经过了三年的相处，我有点明白了，这个在集团工作了十几年的老大哥的心里，是将惠华集团当成了自己的家，所以他十几年如一日为这个家付出，不辞辛苦，不求回报。记得他曾经说过，从集团出发的那天场面特别隆重，集团领导告诉他：“希望你们风风光光的走，风风光光的回来。”他说他一直记得这句话，将这句话当作对自己的警示，每天都在努力工作。

对于一个上班刚满三年的职场菜鸟来说，对集团的文化和集团的精神的理解更多的还停留在纸面上，与袁哥的理解还相差很远。但是袁哥正在用最朴实的行动一天一天、一年一年地向我们传达这种精神，可能这就是一个惠华集团老员工所理解的惠华之魂吧！

惠华汽车租赁公司 经营工作思路

WORKING TRAIN OF THOUGHT

文 汽车租赁公司 陈锐

蓄势待发的惠华汽车租赁公司得到了集团领导和各有关部门的大力支持，惠华汽车租赁公司的资源优势来源于我们的集团——辽宁惠华汽车集团。我们将结合惠华汽车租赁公司实际，以客户需求为导向，推进租赁业务发展，强化服务、加强管理、规范制度、降低成本、确保安全、打破原有的经营模式，大胆探索、勇于创新、抢抓机遇，积极推进扩大租赁规模、抢占市场，运用全新管理理念使经营目标得以实现。

一、经营思路

1、提升品牌影响力和知名度

打造惠华汽车租赁品牌，提升惠华汽车集团影响力。利用惠华汽车集团的优势进行宣传，打造惠华汽车租赁公司品牌，充分利用试乘试驾车辆、服务替换车辆、二手车置购车辆、集团办公车辆，积极开展租赁业务，利用各店内二手车认证、置换政策及店内销售活动等达成以租代售业务营销。

2、高端车型定制化、特殊化租赁业务

客户用车观念改变、更重视使用权，同时客户商务需求增长，我们将根据客户需求推出高端车型定制化、特殊化租赁业务，充分挖掘潜在高端客户资源，测算运营费用，制定高端车型租赁计划，明确专人管理，让承租客户拥有专属管家式的服务。

3、大客户租赁业务

政府、国有企业，受国家车改影响减少用车成本，合资企业、外企、金融、移动、保险公司等客户削减用

车成本，我们需要根据以上不同客户群体的需求，积极主动走访、洽谈，与之建立长期合作，开展长租、短租、临时、定期调换车型等租赁形式，以满足不同客户群体的需求。同时开展高端车辆租赁业务、开展会议用车、接送站服务、城际租车、通勤、司乘、代驾、引导等业务，定制租赁汽车的政府机关或企事业单位，采取以新换旧方式，确保租赁收入的稳定。

4、婚庆车队

我们将与婚庆公司、婚庆车队、车友会进行洽谈合作。婚庆车队常规主体车队车辆数量不少于8台且车型、颜色要求一致，前期我们可以与婚庆公司洽谈婚礼头车、婚车补缺等相关租赁事宜，同时开展内部员工婚庆用车业务，根据婚庆用车行业标准，进行车辆整合，与各店搭建婚庆、租赁用车平台，制定婚庆长租、短租营销合作方案并成立惠华独有的奥迪、大众、红旗品牌系列特色婚庆车队（例如：奥迪A8-A1）。

5、务实群体租赁业务

1) 根据个人休闲需求的增长，我们将开展短期租赁，如家庭自驾游租赁业务或与旅游公司合作进行短期旅游小汽车租赁业务。

2) 根据各4S店维修客户的用车需求，我们可开展短期或临时租车，如大修或事故车辆在厂维修。

3) 我们将与1-3家银行金额机构开展战略合作，采用银行卡租车，简捷租赁手续，降低信用风险。

6、内部员工福利租赁业务

1) OA平台、集团网络、CC、微信、QQ、行政部定期公布租赁业务活动，利用惠华汽车集团信息平台宣传内部租赁业务，内部员工租车享受集团福利政策，集团全员宣传惠华租赁业务。

2) 集团各店如取消办公车辆，店内用车可提前预约租赁车辆，租赁公司负责进行维修保养、保险、年检等工作（长期租赁、短期租赁、临时租赁）。

7、盘活试驾、替换、二手车、办公车、积压库存车
试乘试驾、替换、二手车、办公车、积压库存转化计划，统计集团各店试乘试驾、服务替换、二手车、办公车辆，按车型、车况、颜色、车辆分布进行分类规划，根据车辆情况，制定汽车租赁营销方案，通过电话、网络、微信、微博平台进行市场推广，应用于假日个人租赁、一般商务租赁或婚庆车队租赁。

8、寻找盟友，搭建合作平台

为完成经营目标，优先发展业务，在直接业务拓展能力有限情况下，抓好婚礼、会议、旅游旺季，与酒店、宾馆、婚庆公司、培训机构、旅行社等结成盟友，通过外围延伸业务扩张签订租赁合作协议。

9、建立客户数据库

与网络信息部合作，在网络平台上开发电子商务订单系统，记录客户的姓名、汽车等级偏好、信用卡号码、地址、公司信息和历史租赁记录，确保为客户提供一个统一的、稳固的服务体系，通过网络平台，推广租车软件实行租车模式，搭建连接“车主”和“租客”的平台，开展租赁服务业务。

10、会员制度

调查个人汽车租赁市场，拟订会员制租赁管理办法，培育商旅、假日的个人汽车租赁市场发展。

二、市场宣传

1、做好市场调查，找准切入点，在适合集团外阜4S店进行布阵，寻找业务发展机会，形成连锁经营的网络布局，让顾客知道要租车，找惠华租赁。

2、组织惠华租赁车队巡游每月1次，每次提前预定线路，起到扩大惠华品牌影响力的效果。

3、制作宣传广告、宣传册、牌匾、易拉宝，各店发放租赁公司宣传资料及宣传册。

4、开发网络商城及公司租赁网页并建立租赁微信平台、OA平台、集团网页、朋友圈等，利用集团的网页，介绍惠华租赁公司发展现状、经营优势、业务项目、电子商务订单、联系与投诉方式，利用网络延伸经营。

5、联合婚庆公司进行宣传，根据婚庆市场需求开展

婚庆合作租赁业务。

6、加强媒介宣传与酒店、宾馆开展战略合作，发布汽车租赁信息，策划全新租赁模式，力邀电台进行免费宣传。

三、财务服务与监控

1、做好市场定价工作，租赁市场是一个价格透明市场，准确测算成本，制定合理定价区域，有利于业务开展。

2、成本控制：在市场价格透明情况下，控制成本，压缩经营成本、节减管理开支，合理筹划资金使用成本与税收缴纳时间，赢得利润空间。

3、预算分析：加强预算管理，开展预算分析，及时发现问題，并落实纠偏措施，确保经营轨迹不偏离最终目标。

四、安全管理

1、加强租赁客户及内部驾驶人员的安全行车管理，减少交通事故发生或不发生交通事故，就是对生产经营的节约，对公司利润的贡献。

2、加强租赁车辆及车辆设备的防损、防盗、防火、防水安全监管。

3、定期对车辆进行维护保养，降低车辆的故障率。

五、租赁公司所面临的挑战

目前租赁公司散租用车价格无优势，婚庆车队不成规模车型、颜色繁杂，政府机构用车政策、方向不明确，略显影响租赁公司运营。

解决思路如下：

1、定期制定特价车、优惠套餐、工作周套餐、假日周套餐满足不同需求的散租客户。

2、与婚庆公司洽谈婚礼头车、婚车补缺等租赁业务，开展内部员工婚庆用车业务，组建惠华特有的奥迪、大众、红旗品牌系列特色婚庆车队。

3、走访政府机构，寻求合作方向，开展租赁业务。

挑战是我们前进的动力，惠华汽车租赁将以优质专业服务、安全车辆保障赢得客户，以全新、务实、专业的租赁服务为着眼点，以满足客户需求为导向，开展切实安全、高端、快捷、低价的租赁业务。在业务的发展过程中我们将不断完善服务、不断提升惠华汽车租赁的竞争力，将惠华汽车租赁公司建设成为辽宁省乃至全国备受瞩目的汽车租赁品牌企业。

汽车租赁业务开展分析

文 集团二手车部 尹丽娜

从长远战略着眼，集团决定启动集团租赁公司和婚庆车队业务，现试从以下角度分析，希望有助于租赁业务的开展：

一、租赁业务的两种模式

1、经营性租赁

以向客户提供车辆的短期使用权为收益方式，主要面向社会散户，业务规模大，是国际通行的最常见的租赁模式。特点是开展较容易，但管理系统复杂，经营风险大，我国目前大部分租赁业务都采用该模式。

2、融资性租赁

通过第三方贷款购车后，把车辆总值、贷款利息、租赁收益均摊到特定的较长的承租期内，租赁期满后车辆残值所有权归属承租人。是满足特定客户需求，促进经销商卖车的一种新型经营模式，在国外已运作的比较成熟，在国内因其需要较为特殊的条件，尚处于摸索阶段。

二、惠华集团租赁业务现状

我集团曾开展经营性短期租赁业务，因管理成本大，经营风险控制能力不足，已于2009年停止经营；融资租赁业务2010年起试点运营，与一汽财务公司合作开展，目前共实现了47台奥迪、大众、奔腾车辆的销售与租赁，这些车已成为惠华二手车资源。

三、开展大用户租赁业务

根据以上现状和考察调研的情况，可找出适合惠华集团的租赁业务模式，即针对企事业单位、政府等大客户单位，开展直客或第三方融资的长期租赁业务，不面向社会散户以降低经营风险，通过租赁带动整车销售和售后服务，延长租赁期以降低租价，期满后我集团保留所有权，在残值很低或为零的状态下转为二手车资源，该模式经过科学核算后应具备较强的盈利能力，同时对于集团所属企业的库存消化、AAK增长有促进作用。

该业务可与融资租赁业务并行开展。

四、惠华集团开展大用户租赁业务的可行性分析

A、我们的优势

1、作为汽车经销商集团，我们拥有多品牌成系列汽车资源，常备库存车辆两千台以上，可供客户选择较多，流动资金紧迫性较小。

2、多年经营使我们积累了一批大客户资源，对于业务的早期推广比较有利。同时，社会对租赁车的需求呈现长期增长的趋势。

3、我们已建立了相对完善的二手车销售体系，其对二手车资源的需求能够保证该业务开展具备盈利能力。

4、因为我们租赁的是全新车辆，与常规租赁公司差异化明显，所以竞争压力很小。该业务模式目前在东北起步阶段，成长空间较大。

5、该模式不存在空租期、不需要库存车，未成交前

不需要资金投入。

B、问题与风险

1、需要拟定严密的租赁协议（含维修、保养、保险、肇事责任、抵押公证、残值归属等）。

2、需要精算租赁价格（保证盈利同时具备市场竞争力）。

3、需要开辟独立的融资渠道。

4、租金催收、信用控制与法律纠纷处理。

5、起始盈利期较长（三年或五年以上），视经营规模而定，所需流动资金额度跨度期较长。

五、模拟案例展示

目前行业计算回收成本通常以30个月为准，试以30个月收回成本为例

开支如下：

大众迈腾1台，车价+附加费+财务费用+人工成本=30万元；

保险1万元/年×2.5年=2.5万元

维修0.5万元/年×2.5年=1.25万元

合计成本：33.75万元

月租金33.75万元÷30个月=1.12万元

收入如下：

若租赁24个月，则租金收入24个月×1.12万=26.88万元

该车2年后二手车市场折旧至60%，则二手车销价30万元×60%=18万元

该车两年后收益为26.88万元+18万元-33.75万元=11.13万元

潜在效益：

1、增加AAK销量。

2、消化库存车。

3、锁定5年维修保养。

4、消化二手车库存与补充二手车资源。

六、搭建融资业务平台

1、有效利用厂家融资机构

现有的一汽财务公司的贷款业务，奥迪厂家、大众金融二手车免息贷款等业务。

2、寻找国际知名的融资租赁公司合作

目前已知的日本独资的欧力士融资租赁（中国）有限公司在日本已有60年历史，是具有高水平专业知识和优质性金融服务的金融公司。据了解，该公司的租赁业务较广，可操作多种产品。对融资的要求是融资额度不超过1200万元，没有最低额度限制，适合高、中、低端品牌任意车型的融资操作。

培训工作下半年 发展计划

TRAINING WORK IN THE SECOND HALF OF

THE DEVELOPMENT PLAN

文 集团人力资源部



自今年3月份安信入驻以来，在完成了架构搭建及重点岗位评估等一系列工作的同时开展了为期一周的惠华集团首批内训师脱产培训课程，经集团内各单位推荐、集团及安信评估遴选出的30名候选人，参加了此次培训并全部顺利完成课程，结合内训师课程成果，集团人力资源部组织了惠华集团首批内训课程设计，并于9月份完成部分课程评审工作，目前部分内训师课程已经在集团实际内训中开始应用。

首批内训师课程选题汇总

序号	所属单位	内训师	选题
1	解放沈阳店	郝艳东	销售流程培训
2	解放丹东店	冯登科	卡车客户初次接待的技巧
3	解放盘锦店	沙培源	如何提高维修人员的维修技能
4	解放盘锦店	朱明山	如何胜任销售工作
5	青岛事业部	杨鑫	如何提升个人在团队中的地位
6	备品事业部	郭勇	大客户的开发与管理
7	一汽通用事业部	李连超	经典汽车构造（商用车）

8	一汽吉林店	石兴华	专业市场V80广宣车开发思路及执行情况
9	奔腾大东店	孙琳	财务相关流程规范
10	奔腾大东店	倪静	商务（销售）礼仪知多少
11	奔腾铁西店	王希	售后服务满意度提升培训
12	奔腾铁西店	陈琦	如何提高客户满意度
13	奔腾大连店	邢洪宇	销售顾问如何赚钱
14	大众沈阳店	迟宇	全新迈腾产品知识培训及介绍技巧
15	大众沈阳店	王强	针对运营评价考核点及现存问题进行《服务维修基本要点培训》
16	大众朝阳店	鞠鹏宝	优惠价格不能随便给
17	大众法库店	马喜平	一汽大众R3系统财务报表介绍
18	大众辽中店	乔久帅	如何有效提升客户满意度
19	大众新民店	姜波	汽车精品这样卖才对
20	奥迪沈阳店	杨延琪	常见教学方法与教学工具运用
21	奥迪沈阳店	费小晏	客服顾问投诉解决技巧
22	奥迪辽阳店	田鹏飞	从满意到忠诚
23	奥迪辽阳店	夏青竹	财务基础收款知识培训
24	奥迪辽阳店	屈欣欣	服务核心流程
25	奥迪丹东店	王馨梦	奥迪销售流程
26	马自达店	陈平	识别客户与应对-如何慧眼识“鹰”
27	集团衍生业务部	徐国翠	EXCEL应用技巧
28	集团网络信息部	孙学英	企业文化、内训师培训、管理类培训
29	集团财务部	许红	各部门工资额计算过程及相关考核规定
30	集团财务部	杨翠	业务流程及会计核算

8月12日集团董事长亲自主持了企业培训跨部门研讨会结合集团目前人员情况、梯队培养现状及培训工作开展实际对下一步培训工作的思路及重点进行了系统指示。参会人员结合李总思路，积极献计献策。结合会议内容，人力资源部对14年下半年培训工作除持续进行系统的课程的开发、组织及推动外，同时将侧重如下工作重点：

- 1、结合内训资源，进行企业文化宣导，营造积极正向的企业文化氛围；
- 2、将新员工入职培训系统化、深入化，丰富培训课程内容，帮助员工快速融入；
- 3、集团近三年培训案例汇总：集团人力资源部汇总搜集近三年通报内容，筛选典型形成案例汇编，为下步培训打好资源基础；
- 4、提升培训评估的有效性，强化培训效果评估及课后反馈，不断提升培训质量。

从三季度起，集团内训工作已正式展开，目前计划内训课程在集团优秀内训师及参训人员的共同努力及配合下，实施率为100%，取得了较好的效果和参训人员反馈。

惠华集团三季度内训课程安排

序号	时间安排	课程内容	讲师	培训对象
1	7月9日	内训关键技能提升	孙学英	集团内训师
2	7月16日	常见教学方法与教学工具运用	杨延琪	集团内训师
3	7月28日	新员工入职培训 企业文化宣讲	孙薇薇 孙学英	新员工（新员工培训）
4	8月20日	4S店日常管理关键点及操作技巧之一	王占启	集团内各4S店总经理、 副总经理、总经理助理
5	8月22日	新员工入职培训 企业文化宣讲 基础财务常识培训	孙薇薇 孙学英 孙琳	新员工（新员工培训）
6	8月25日	解放品牌接待及索赔标准流程及关键点	沙培源	解放品牌服务经理、服务顾问
7	9月15日	从授课讲师到课程研发师	孙薇薇	集团内训师
8	9月17日	4S店日常管理关键点及操作技巧之二	戴庆九	集团内各4S店总经理、 副总经理、总经理助理
9	9月26日	新员工入职培训 企业文化宣讲 基础财务常识培训	孙薇薇 孙学英 孙琳	新员工（新员工培训）

在三季度内训工作经验及反馈信息的基础上，集团人力资源部于9月份进行了以实际业务需要为重点的培训需求调查，力求四季度的内训课程与员工工作实际需要更为贴近。随着9月份内训课程评审的全部完成，会进一步充实集团内训师的内训课程，充份利用内部资源，计划单月内训课程不少于四次。

集团董事长多次在重要会议及相关批示中提到：“企业培训，事关团队健康成长，关系到企业可持续发展”，这也凸显了培训在我们目前的发展阶段举足轻重的作用。几乎所有的世界知名企业都拥有自己的企业商学院，它支撑了企业不断发展壮大所需人才的供给，提供平台及资源，使企业内部梯队人选可以更好地储备最实用的知识，在企业需要时，召之可来、来之能战。虽然我们目前的内训工作才刚刚起步，但希望能在不久的将来，能够起到这样的作用，不断地提升系统性、规范性、实用性、有效性，向着专业化不断前进，成为企业与内部梯队人才供给的有效支撑。



LIBERATION IN XINJIANG, MANAGEMENT IDEA IN THE SECOND HALF OF 2014

解放新疆店 2014年下半年经营思路

——九大机遇、三项挑战

文 解放新疆店 苏晶宇

2014年对于新疆而言是不平凡的一年，经历了社会恐怖局势的动荡、商用车市场竞品的更新换代、国三与国四垂直切换的滞后与不同步，解放新疆店在2014年上半年仍然顶住压力在新疆解放市场中占据一席之地。下半年的机遇与挑战并存，我们会继续坚持迎接崭新的市场挑战。

NINE 九大机遇 BIG OPPORTUNITIES

一、抓住大客户机遇

1、米东物流园、东站物流区、黑山头物流区、业务人员走访，定期维护，抓住对方采购机会予以销售。

2、和有工程项目承包的运输公司建立关系，形成长期回访机制。

二、黄标车机遇

1、通过环保局与运管稽查科关系，得到乌市黄标车信息，进行电话回访。

2、对自用型黄标车车辆公司、工厂进行走访并保持长期联系，时刻关注购买意向。

三、口岸物流运输机遇

对霍尔果斯口岸进行物流公司走访，时刻观察口岸物流运输车辆更新动态。

四、城市基础建设渣土车机遇

1、渣土车走访，搜集用户信息。

2、与修路工程承包标段、房产承包运输运量的运输公司建立关系，关注车辆采购与更新机会。

五、西部支援、年底加大投资的机遇

1、库尔勒至疆外修建铁路带来工程用车的需求，协助库尔勒二网巴州茂迪进行攻关。

2、对乌鲁木齐地铁工程的自卸车外运、载货车4*2物料运输的终端用户进行走访。

六、专用车机遇

1、与商代处达成共识，进行至少一台专用随车吊资源的储备作为展车，尝试打进专用车市场。

2、对乌鲁木齐市内城北主干道、长春南路、八道湾、九家湾，四处随车吊集中地进行集客搜集，以当地需求4*2随车吊产品为主线进行产品储备与促销。

七、LNG天然气机遇

1、对已成交LNG牵引车客户跟踪回访，并做信贷消费引导，实现用户二次购买，提高转介绍几率。

2、吉木乃口岸与中亚的天然气管道建设中，以运输LNG促进LNG牵引车销售，与合作运输公司（昌吉乾路）共同对用户进行解放LNG产品推广。

八、新产品投放机遇

适时引入JH06新款牵引产品，对竞品GTL进行对标，并与同品牌形成差异化营销。

九、解放新疆4S店投入运营机遇

1、运营初期通过“开业仪式”“乔迁之喜，回馈惠华老用户”等活动扩大知名度宣传，引导进店参观与适时维修。

2、与各地州运输公司建立扎实的合作关系并做来店参观交流邀请。

3、以服务带动销售，以销售宣传服务。

一、塔城、乌苏已陆续实现国四排放挑战

加快国三快速消化并将国四产品引入市场。并在年底根据实施区域的程度适时进行国三储备，形成2015年上半年销量主要增长点。

二、严格的政策法规升级的挑战

解放产品始终走正规化路线，政策法规的不断升级，对非正规车辆有较大冲击，会带来解放产品的销售利好。

三、竞品推出新款产品投放市场对解放产品的挑战

需要适时引入解放新产品JH06进入新疆市场，缓解GTL牵引在新疆对解放产品的冲击。

总而言之，下半年机遇与挑战并存，重要在于如何将正确的经营思路行之有效地落地并执行下去，这是完成下半年经营指标的关键。我们会坚持跟随集团的脚步，在新疆乃至西北地区喊破嗓子不如做出样子，坚持！执行！超越！

THREE 三项挑战 CHALLENGES



解放铁岭店

THE LIBERATION OF TIELING SHOP

下半年经营思路及改进计划

IN THE SECOND HALF OF THE BUSINESS IDEA AND IMPROVEMENT PLAN

文 解放铁岭店 梁忠宇

下半年经营思路:

一、销售方面

1、区域市场的走访，并为9月份粮食运输旺季来临打好基础。销售部分为三组，A组主要负责调兵山市煤炭运输市场的走访工作；B组主要负责开原市冷链运输市场的走访；C组主要负责昌图西丰粮食运输市场的走访，并制定当期集客目标和成交率。店长和销售经理兼顾区域大客户及外阜区域的走访。

2、重点区域墙体广告、牌匾、条幅的更新和维护。

3、网络宣传，专人负责卡车之家网站和微信平台的维护工作，每周更新卡车之家网站促销信息，每周更新微信宣传信息。

4、贷款清欠工作，重点关注大连大客户还款，按照制定的清欠计划逐渐减少贷款垫付率，10月份垫付率控制在5%以内。

二、服务方面

1、服务销售联动，销售部做区域巡展、定展等活动的时候，服务部参与，到现场为用户答疑、做免费检测以及维修保养的常识讲解。

2、重点关注周边改装厂，目前已经与运达、合力、金杯、广燕、陆平建立了合作关系，努力做好上线服务。

3、事故车进厂目前有所提升，下半年重点关注合作三家保险公司的出险车辆流向，与停车场搞好关系，让其推荐车辆到公司维修。



存在的问题及改进措施:

一、消费信贷集中欠款问题较严重。

改进措施:

1、对欠款用户进行上门清欠，如达不到预期效果，通过GPS查询车辆位置，必要时收回车辆。

2、14年以前贷款客户数量不多，由店长、销售经理负责清欠工作。对欠款客户制定还款计划，到期未还采取相应措施（起诉、收车）。

3、14年贷款客户由销售顾问负责，销售经理监督，并与销售顾问绩效挂钩，做到全员参与清欠工作。

二、服务维修产值达成较差，事故车进厂量少。

改进措施:

1、合理利用保费资源，针对合作三家保险公司，合理调配新保保费，做好资源互换。

2、每天关注高速停车场出险车辆，关注事故车流向。

3、利用重卡4S店优势吸引客户进场。

4、利用保险公司直赔业务优势，不用客户垫款，减少客户资金压力，树立良好口碑。



目标基于规划 收获缘于耕耘

THE TARGET PLANNING HARVEST CULTIVATION

大众法库店下半年经营思路及改进计划

文 大众法库店 于光



光阴荏苒，转眼间我来到惠华集团已有6年零8个月的时间，与大众法库店的同仁们在一起也奋斗了两年整，2014年8月有幸晋升为大众法库店总经理助理。由于一直从事售后服务方面工作，对售后服务以外的其他管理模块相对生疏，这更激发了我的学习欲望及成就意愿，以及思考如何才能经营好一个店。虽然我对大众法库店下半年的工作思路还有些欠细致全面及不成熟，但却一直在认真地思考并虚心学习。总体看大众法库店上半年各项经营指标较2013年同期有所提升，下面就大众法库店下半年个别模块的提升与改善制定以下计划：

一、做好市场工作，夯实业务根基：

虽然我店为法库区域内首家标准4S店，但是也不乏部分群众提及“大众4S店”时感到陌生。今年当地汽贸无论是规模还是数量较往年增长迅猛，带来的竞争也是前所未有的。因此，我们必须做好市场工作，夯实业务根基。

1、市场调查与网络布控。业务不能等，要先做。下半年做好市场调查，找准市场切入点，及时根据市场情况进行车展、营销的网络布控。

2、提升网络平台建设。大众沈阳店上半年网销500台是很好的经验。下半年关注网络平台、微信平台的建设，确保网络用户的终端销量。

3、加强媒介宣传。法库区域大、人口密度低、网络覆盖面小。而法库是国道203与省道106的交汇处，即铁煤、周边农业、蔬菜、水果运输等必经之道。计划下半年挑选醒目位置制作广告宣传牌、交通指示牌等，以此宣传我店知名度。

二、做好店面的服务与管控：

1、做好市场定价工作。汽车销售市场价格日趋透明化，时时关注整车成本，制定合理定价区域。

2、成本控制。难销车型准确测算财务费用与提前销售的成本控制。

3、财务预算。加强预算管理，例会中对预算进行分析，及时发现问题并制定整改措施，确保经营轨迹不偏离经营目标。

三、做好满意度管理工作：

1、CSS成绩：

A、由客服部发起，部门负责人组织，每月进行一次满意度例会，整改方案需符合当地民情，确保客户真切感受良好的服务；

B、定期组织员工分享经典案例，协助落后员工提升自我工作技能；

C、针对薄弱环节总经理助理牵头组织研讨例会制定满意度整改方案。

2、秘密采购、神秘访客：

A、按厂家下发的流程标准及制定的话术，主管级以上人员每周带队演练一次；

B、销售、服务顾问每天一人携带录音笔记录接待流程，部门总监定期抽查；

C、流程形成常态化，部门负责人带头监督流程执行；

D、3个月进行一次综合指标评比，综合指标不达标者进行优化。

3、飞行检查：

A、技术经理负责制，针对下发的厂家检查标准进行逐项研读及解答、培训，使维修技师深入了解并熟知飞检内容；

B、保养检查常态化，超出客户期望值。真正做到检查全面、细致，不留遗漏，使客户真真切切感受服务超值、满意；

C、技术经理一线工作常态化，不定期抽检，常见问题形成总结报告，月例会中对客户反馈问题进行逐一研讨并制定整改方案。

四、做好运营管理工作：

1、涉及运营评价岗位员工熟读厂家评价指导文件，明确执行规则；

2、各项工作流程按厂家标准不打折扣执行；

3、专人负责单据的整理与归档；

4、有关单据每天专人核查，每周1次复核，每月1次终审；

5、管理人员时时关注数据性模块达成情况，容易出现问题点及时组织有关人员整改；

6、关注人员动态，确保关键岗位人员稳定且可持续发挥该岗位作用；

7、每周1-2次培训提升关键岗位人员各项基础知识与技能；

8、工作应严谨、细致、缜密，任何模块均应符合逻辑。

一番耕耘、一番收获。大众法库店会秉承“创新、求真、务实”的态度，以及服务赢得市场、服务创造价值、服务塑造品牌形象的服务理念，坚持不懈满足顾客需求，永远追求卓越！



微信号：hhdzfk

BREAK THROUGH ADVERSITY ILLUMINATE THE FUTURE 突破逆境 启迪未来

——为奥迪沈阳店下半年精细化管理献策

文 奥迪沈阳店 闻宁宁

2014年上半年已经成为历史，总结过去的同时我们也对即将到来的下半年抱着美好的憧憬，国产A3车型的上市，拓宽了奥迪品牌的产品谱系，A8 PA车型的上市一定会掀起D级车的新热潮，随着第二版商务计划的调整，整车资源将更加充足，带着这些美好的假设，我们像是一个胸有成竹的运动员一样，蓄势待发，迫不及待的等待着发令枪响的那一刻快点到来。

然而现实往往是一张冷峻的面孔。2014年年中，整体经济形势下滑，8月初传的沸沸扬扬的“反垄断法”都对整体豪华车市场有着非常大的影响，用户大多抱着观望的态度持币待购，从7月下旬开始，展厅集客量出现了下降的趋势，同品牌之间的价格PK也日益白热化，经销商为了完成销量任务，降低库存而大打价格战。经济的颓势在短期内难以扭转，“反垄断法”的影响也将持续一段时间，整体汽车市场的高盈利时期已经成为过去，面对整体大环境的变化，我们应该怎样调整来越过眼前的这座山峰，胜利的完成下半年集团和厂家下发的任务呢？

一、转变经营管理模式，管理要更加精细化

受大环境的影响，下半年的集客量较上半年有所减少，所以我们要更加珍惜每一个进店的用户，不放过任何一个销售机会，通过培训和日常考试来提高销售人员业务能力和服务意识，降低客户流失率，狠抓成交率。降低衍生产品成本，丰富衍生产品种类，保证单车产值，对每一台成交的车都要在衍生方面下功夫，保证利润。继续提高整车新保率和三年联保车的数量，为客户的日后进厂维修打下良好的基础。

二、时刻关注库存深度，严格控制呆滞库存和超期

库存车的数量和资金占比。

上半年我们的库存现金车数量较以前已经有了一定程度的降低，但由于奥迪品牌单车成本金额较高，所以占用资金额相对较多，合理的控制库存要在进销两方面双管齐下。在采购方面，要根据自身库存深度合理控制采购进度，要在库存深度和采购进度以及经营规模三方面找到一个平衡点，不能顾此失彼。对自身库存要进行深度分析，对难销车型要及时预警，及时采取措施，及早销售。对已经超期的车辆，要加强日常宣导，采取有效的激励政策和价格优惠，防止呆滞库存的产生，加快资金流转速度。

三、最大化的利用厂家的政策支持

对于厂家每季度下发的商务政策，及时开会研究，把政策吃透，争取最大化地拿到厂家所有的政策支持，这样我们的销售价格会更加有优势，不但会对销量起到很好的促进作用，还能保证不损失公司利润。上半年我们灵活运用厂家的进口车仓储费政策，在不影响本公司自身库存深度的前提下获得额外的利润18万元，下半年要继续利用厂家相关奖励政策，实现利润最大化。

四、合理控制经营成本

过去的半年已经告诉我们，现在汽车行业已经很难实现高盈利，所以我们只能向精细化管理要利润，严格控制成本，如人员、场地、办公设备等。时势造英雄，每一个困境的来临的同时也总伴随着机会，作为惠华集团的一员，每个人都应学会审时度势，学会适应环境，不断改变创新，不断学习，相信我们一定会将辉煌继续保持下去！

Audi
突破科技 启迪未来

A3

Audi A3 Limousine

全新上市 欢迎进店品鉴



关注方法：
微信扫一扫，扫描右侧二维码，或微信搜索“辽宁奥通奥迪”点击关注即可。

辽宁奥通奥迪

关注我们您就是我们亲爱的“通心粉”啦！
周周都有好礼相送，我们在这里等您哦！

辽宁奥通汽车销售服务有限公司

地址：沈阳市东陵区东陵路8号
电话：024-88446688

二十四小时救援热线：024-88448417

丹东惠华新业汽车销售服务有限公司

地址：丹东市振兴区汤池镇集贤村胜利街
电话：0415-2598888

二十四小时救援热线：0415-2595599

辽阳惠华新业汽车销售服务有限公司

地址：辽阳市繁荣路中段(家俱城西300米)
电话：0419-5568888

二十四小时救援热线：0419-5568999



惠华风云
HUIHUA
惠华风云榜
WIND AND CLOUD

2014

第三季度集团新任管理层名单

IN THE THIRD QUARTER

GROUP

THE NEW MANAGEMENT LIST

2014年7月					
序号	姓名	品系	单位	岗位	任命时间
1	崔秀敏	集团	集团	办公室主任	2014年7月21日
2	陶晓明	解放	解放品系事业部	总经理兼解放沈阳店总经理 (主管解放品系各4S店, 整车销售、运输事业部)	2014年7月21日
3	王清民	解放	解放新民店	总经理	2014年7月21日
4	矫大鹏	解放	解放沈阳店	副总经理	2014年7月21日
5	陶景宏	解放	解放丹东店	总经理	2014年7月22日
6	韩迪	大众	大众新民店	总经理	2014年7月24日

7	齐艳辉	直管	马自达店	行政主管	2014年7月24日
8	王晓光	解放	解放沈阳店兼解放铁岭店	服务站站长	2014年7月27日
9	夏青竹	直管	马自达店	财务经理	2014年7月30日

2014年8月

1	陈锐	直管	惠华汽车租赁公司	经理	2014年8月4日
2	高智强	解放	解放沈阳店	服务经理	2014年8月5日
3	姜波	解放	解放新民店	服务经理	2014年8月5日
4	王文青	大众	大众沈阳店	销售总监	2014年8月7日
5	郑欣然	奥迪	奥迪沈阳店	二手车总监	2014年8月7日
6	岳雪莲	集团	集团衍生业务部	部长兼大众法库店总经理	2014年8月11日
7	于光	大众	大众法库店	总经理助理	2014年8月11日
8	倪静	奔腾	奔腾铁西店	副总经理(主持工作)	2014年8月11日
9	王可强	奔腾	奔腾铁西店	销售经理	2014年8月11日
10	吴娜	奔腾	奔腾大东店	销售经理	2014年8月12日
11	丁凯	大众	大众朝阳店	衍生主管	2014年8月12日
12	张洪霞	大众	大众朝阳店	客服主管	2014年8月12日
13	李蓬勃	奥迪	奥迪辽阳店	总经理	2014年8月15日
14	刘明亮	奥迪	奥迪丹东店	副总经理(主持工作)	2014年8月15日
15	顾彦旭	直管	国际贸易事业部	副总经理(主持工作)	2014年8月15日
16	吕玉良	直管	国际贸易事业部	副总经理兼综合计划经理	2014年8月15日
17	鄢斌	大众	大众沈阳店	行政经理	2014年8月18日
18	王馨梦	奥迪	奥迪丹东店	销售总监助理	2014年8月20日
19	阙占英	奥迪	奥迪沈阳店	销售经理	2014年8月20日
20	曾繁胜	直管	马自达店	总经理	2014年8月25日
21	吕德敏	直管	马自达店	总经理助理兼销售经理	2014年8月25日

2014年9月

1	张久林	奥迪	奥迪丹东店	服务经理	2014年9月3日
2	王红光	奥迪	奥迪辽阳店	技术经理	2014年9月3日
3	李响	奔腾	奔腾大东店	销售主管	2014年9月3日
4	孙佳南	大众	大众沈阳店	总经理助理	2014年9月9日
5	王占启	大众	大众品牌沈阳区域	总经理	2014年9月10日
6	侯晓宇	奥迪	奥迪丹东店	客服主管	2014年9月28日

惠华



人生路

ROAD

文 奔腾铁西店 倪静

我的惠华经历:

- 2002年2月-2010年8月, 辽宁一汽, 备件、服务经理
- 2010年8月-2012年4月, 哈尔滨分公司经理
- 2012年4月-2013年8月, 集团运营管理部、大客户部长助理
- 2013年8月-2014年8月, 奔腾大东店销售经理
- 2014年8月至今, 奔腾铁西店副总经理

算算日子, 已经在惠华集团度过了整整12个春夏秋冬, 惠华这两个字已经深深烙在心里。从踏入惠华大门的那一刻, 我被这里的厚重、质朴的企业文化所吸引, 清晰的发展规划, 卓越的愿景俨然成为我新生活的导航标, 团结与友善的同事给予我更多的动力与信心。经过时间的洗礼和各种工作的磨练, 每一个人都在积累和提升。而我也从一名普通的备件库管员成长为奔腾铁西店的副总经理, 这里面有太多太多的惠华人给予我帮助与支持。

感谢惠华, 您给予我太多太多, 我将尽所有的努力带领团队去进取, 去拼搏; 不断提高盈利能力, 不断地去创新以适应现在的市场形势。

未来的日子, 期待继续与惠华同行, 继续我的惠华人生路!

两个月的旅程 TWO MONTHS THE JOURNEY OF

文 马自达店 曾繁胜

两个月, 可以是一段平凡的时光, 也可以是一段不寻常的旅程; 可以如飞逝般短暂, 也可以完成从陌生到熟悉的转变。人生, 总是在路上, “打破常规”才能看到不一样的风景。

2014年7月1日我入职惠华汽车集团, 在大众沈阳店任副总经理。两个月的时间里, 我看见了一道生机勃勃的企业风景, 其中体会最深的有:

- 大销量4S店的氛围和节奏;
- 崇尚荣誉、永争第一、不做第二的团队性格, 正是凭借这种性格和工作标准, 我们一直占据着厂家卓越经销商这一殊荣;
- 网销这种新型销售模式在大众沈阳店的成功引入推行, 使之成为销量的又一个有力支撑;
- 一个多品牌、多店面的大型汽车经销商集团对行业的深层次思考;
- 现代化经营操作手法;
- 有预见性的创新与改革;

这些都对我形成了又一次的冲击, 我在不停的吸取, 不断的与自己以往工作对比、反思、修正, 从而形成自己的思路与方法。这种企业、这个过程正是我想要的。

2014年8月25日, 有幸得到集团领导的信任, 调入集团旗下一汽马自达品牌任店长。我将以感恩之心加倍努力, 以快乐之心应对挑战, 运用新思路, 结合公司现状, 快速融入新集体, 形成凝聚力, 带领团队再现福达辉煌。

最后, 祝惠华集团稳健发展, 兴盛繁荣, 祝惠华家人们工作顺利, 家庭幸福!



入职感言 speech



文 国际贸易事业部 顾彦旭

我来到辽宁惠华汽车集团已经有半个月的时间，时间虽短，却亲身体会到公司领导不断创新的工作思路，对工作要求的精益求精，对员工的无微不至关怀。能成为惠华的一员，我感到十分幸运，感谢集团领导对我的信任，我会心怀感恩更有激情地投入到工作中。

这段时间我学到了很多新知识，过得非常充实、快乐。在这里，我要特别感谢帮助过我的领导和同事，正是因为有了他们不厌其烦的帮助，才使我尽快地适应了环境，全身心地投入到高效的工作中。我很喜欢现在的工作内容，能让我既能把现有的知识体系学以致用，又能学习到新领域、新行业的前沿信息，有挑战性，也带给我新的成就感。

我从事国际市场销售管理10年，具有带领国际销售团队作战的丰富经验。曾经成功开拓了4个空白国际市场，成功经营过的国际市场包括东南亚、北欧、东欧、非洲等。累计实现销售业绩达10余亿人民币。工科的技术背景，让我习惯使用理性分析形势。

当下，占到世界贸易量一半的中国，今年前四个月进出口出现了双下降，贸易顺差缩减了42.9%。据海关统计，2014年上半年，我国进出口总值比去年同期下降0.9%，其中出口额下降1.2%；进口额下降0.6%。在外需不旺、动力成本上升、世界经济复苏缓慢的形势下，国际贸易大局呈现出疲软态势。与此同时，双边和多边自由贸易协定如雨后春笋纷纷涌出，国际贸易呈现出碎片化的格局。

在这种情况下，整合自己的优势资源，积极争取扶持政策显得尤为重要。新一轮“稳外贸”扶持举措中，补贴和照顾性质的政策少了，转型和引导性质的政策多了，因此，有针对性地争取获得国家或厂家的政策支持是外贸企业最理想的选择。

作为一名惠华的新员工是很有压力的。我会时刻保持学习的热情，有问题及时请教领导和同事，积极学习工作所需要的专业知识，努力提高业务水平，尽早进入高效工作状态，把工作处理得得心应手。

在销售领域，为企业签下更多的高质量订单是我和我的团队不断的追求。惟有积极的行动才能带来丰硕的成果。



与奔腾 一起蓄势待发 TOGETHER

文 奔腾铁西店 王可强

本人王可强，从小学开始到大学毕业一直都生活在沈阳，认为沈阳是东北最宜居的城市。大学金融系的背景让我对数字一直有好感，但凭着自幼对汽车的热爱，我最终选择了汽车行业销售工作，相信自己在这份兴趣和专长相结合的工作中能够取得最大的发展！

进入一个新的行业总是很艰难的，凭着长期对汽车的兴趣与了解，我比当时一同进入公司的同事更快地适应了角色，一路走来，凭着我对汽车的热爱和坚持，转眼已过去9个年头，其中的酸甜苦辣只有我自己能够体会。

2014年8月11日是我的职业生涯中需要铭记的一个日子，这一天我来到了辽宁惠华集团，加入到自主品牌一汽奔腾的大家庭中，这对我的汽车从业生涯也是一大挑战。激烈的市场竞争，频频上市的合资品牌新车型吸引着大众的眼球，自主品牌的出路在哪里？如何带领一汽奔腾铁西店在新车销售工作上有所突破？这是摆在我面前的问题，虽然我已做好了心理上的准备，但实际工作中的突破之路在哪里？

入职近一个月以来，对惠华集团有了更深刻的了解，集团的集体作战能力和规模优势给了我信心，凭借着沈阳独家经营一汽奔腾品牌的经验，我相信突出重围的希望大大存在。“千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金”，只要脚踏实地扎根于基础的销售流程，去精耕细作、认真经营，相信销售一定有提升的空间！

未来的日子里，期待与奔腾品牌一起蓄势待发，与奔腾铁西团队一起，在惠华集团谱写一段奋斗的篇章！

破长浪风

SOMETIMES WILL

长风破浪 会有时

文 解放新民店 王清民

2005年10月份，我以一名维修工的身份走进惠华。在这九年时间里，是公司的培养让我不断成长，从一名普通员工晋升成为店长。惠华，像一条源远流长的大河，在我职业生涯的航程中泛起了一朵朵不寻常的浪花，一次次推动我前行。

当我第一次走进惠华这个大家庭，便被他“惠泽天下，华耀万家”的博大胸怀以及积极向上的企业文化所感染。面对卡车维修这一又脏又累的工作，我始终保持诚恳、认真的工作心态，通过一年的努力工作，我得到了领导及同事们的认可，在2006年被任命为解放新民店服务部车间主任。在受到集团认可的同时，我并没有因升职而沾沾自喜，而是意识到要成为一名优秀的管理者我还欠缺很多，不仅自己要自信，要有责任感，要严格遵循公司的各项规章制度，更要带动车间的员工共同努力，为客户带去优质的服务，为公司和集团创造更多的利益。

当你立足现有岗位，对工作多一点激情，对公司多一点关心，对公司的文化和各种规定多认同一点，对每天相处的同事多尊重一点，从而逐步养成好的工作习惯

和正确的工作态度，不断地在工作中提升自己，就能很快成为一个好领导，带好自己的员工，形成有战斗力的团队。

2008年，我被任命为解放新民店服务站站长。职位的升迁给了我更大的施展平台用来回报让我不断成长的惠华。当我接任服务站站长时服务站已亏损多年，站长就换了六任，我感到了压力也意识到了自己的责任。2009年至2012年的三年时间里，在集团的领导的关心及支持下我一步一个脚印地努力，终于没有辜负领导的信任，带领解放新民店服务部创造了一个又一个奇迹：2010年服务部扭亏为盈，2011年维修产值达到了840万，基本与沈海服务站持平，2011年单月产值更是突破100万，同年获得惠华集团2011年度最佳团队奖。在取得成绩的同时我没有躺在功劳簿上，而是在本职岗位上不断努力，为集团创造更大利润。

两年的工作再次得到了集团的认可，我被任命为解放新民店总经理助理。随着岗位的变化，身上的责任也越来越大，首先我看到的不是自己岗位的升迁而是知识量的不足，为了能够胜任自己的本职岗位，我从头开始



从做一名销售顾问学起，不断巩固自己的知识量。岗位知识是能否胜任本职岗位的硬性条件，我用自己不懈的努力来回馈集团对我的认可。同时在工作中我的知识量也得以不断扩充。

随着集团业务的拓展，我被调到解放铁岭店，任命为改装厂厂长兼服务站站长。因为改装这个领域以前接触得很少，我又一次进入了学习和知识积累阶段。但这次没有专门的时间让我来学习，而是要在工作中边做边学。我在全省范围内寻找改装厂家，一家一家的对比，一家一家的学习，学习客户需求、员工管理和其他好的经验。在改装厂期间我们制定了绩效考核方案、进销存流程和库存管理流程，大大提升了产量。从白手起家到改装厂步入正轨，我的辛勤和汗水有了回报，自己的能力也得到了进一步锻炼。

半年后我晋升为解放铁岭店的总经理助理兼服务站站长，经过多年的岗位变动及轮换，我已经能够站到一定的高度去思考问题，急集团之所急，想集团之所想。虽已能够胜任本职工作，但为了回报集团多年的培养，我仍随时准备着响应集团的召唤，去承担更大的责任，同

时也在惠华这个大舞台上实现更大的梦想。

2014年7月，我被集团任命为解放新民店店长，我的职业生涯中又树立了一块新的里程碑。站在这块曾经工作过多年的地方，面对着一张张熟悉的面孔。我下定决心一定要努力提高新民店的各项业绩，用节节攀升的数据来回馈集团领导对我的关怀，回报员工对我的支持。

生命不息，奋斗不止，我将在现任的岗位上尽我所能，发挥最大能量，做一个对惠华集团有用的人。我也想以我的经历鼓励和我一样奋斗的伙伴们，我能力有限，学历不高，但凭借努力还是得到了集团的认可。我相信，只要你踏实肯干勤奋刻苦，就一定会取得不一样的收获！“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”，在惠华这条奔腾的大河中，让我们永远保持激流勇进的心态，去成就不一样的人生！



微信号：
新民大众汽车或vw24905527

I

我和爱车的故事

文 大众辽中店 张洋



微信号: lnhh_dzlj

老公说要给我换辆车，首先考虑的是大众，因为大众车出众的安全性能，捷达极高的性价比，得到了我俩一致认可……于是它开启了我家的欢乐旅程。

周末，超大空间的后备箱装上帐篷，食品，一家四口的随身物品，驱车到公园，在草地上支起帐篷，车里放着喜欢的音乐……伴着夕阳，惬意而归。



听说新区的体育场有足球比赛，全家驾车而至，要不是有了它——心爱的座驾，这么远的路想想就打怵了……



炎炎夏日，自驾到海边吹海风……



爱车讲堂，我是最忠实的客户……



隆重推出我的爱车……



我和小白的故事

文 奔腾铁西店 赵佳宇

和其他的男孩一样，我在很小的时候就特别喜欢汽车。而且一直都有一个梦想，就是长大以后希望能有一辆自己的爱车。而现在呢，奔腾铁西店让我的这个梦想实现了！

能拥有全新的奔腾B70，要感谢公司领导的大力支持，还有就是同事们的鼓励。而且说实话，当我第一眼看到全新奔腾B70的时候，就已经喜欢上它了。

首先，我认为全新的奔腾B70在外观上有了很大的突破，一改以前B70中庸大气的风格，变的更加的运动以及富有活力，特别适合我们这样的年轻人。它那完美的流线型车身的设计以及颇具运动范的整体外观，简直是我对它一见钟情。其次，当我打开车门坐在车内的时候，映入眼帘的是全新材质以及样式的中控设计，全新的设计不仅看上去特别运动，而且给人一种豪华的感觉。再加上全新的包裹式座椅的设计，让我一坐上去就对它爱不释手。当我发动它，行驶在沈阳的大街小巷的时候，它那充足的动力以及完美的悬架调校都让我感觉到了驾驶的乐趣，总之我爱死它了。

现在每天开着我的小白，心情都特别舒畅，而且每天过得都特别充实。而且我也坚信，在有小白陪伴我的日子里，我对自己的工作会越来越有信心，越来越有激情。我更坚信自己在辽宁惠华奔腾铁西店能有更好的明天，会创造出更好的未来。

story



eelings

不一般的奔腾 不一般的感情

文 奔腾大东店 董新

我，今年27岁，是一名奔腾轿车的机电技师，对于奔腾系列车型有着不一般的感情。一直以来，我都想拥有自己的一辆汽车，但是苦于经济原因，一直没能如愿。

2014年3月，我以66600元的价格拍下了寄售在集团的一辆二手黑色2.0L自动豪华型奔腾B70轿车。它外观大气稳重，前大灯和后尾灯前后呼应，侧身上的腰线从车头贯穿车身到车尾，看着整体不那么平庸，且充满力量感。内饰低调而奢华，整体设计偏重商务，上深下浅的设计很温馨。在操控上面，搭载的2.0L发动机5速手自一体变速箱和独立悬挂式的底盘，彼此之间协调顺畅，让驾驶人在换挡时很平顺，而且过弯道时非常平稳。动力算是亮点，2.0配五档手自一体变速箱，在同级别车中是比较好的。油耗方面，在市区走走停停的话，大概需要11升/百公里，长途一般是9.5升/百公里，在同级别轿车中，我觉得算是省油的。空间上，虽然轴距同现在的紧凑级别的轿车相比不算突出，但是前排和后排的空间都挺好，跑长途乘坐也不累。空间比较大，不会有拥挤的感觉。要说缺点，就是最不能让人忍受的异响，尤其是走颠簸的路段，建议把音响声音调大，这样就听不到噪音了，效果还是不错的。

虽然，买车过户的时候费了一些周折，但是想想性价比不错还是值得的，开了5000多公里，性能还是不错的。总而言之，对于我来说，它是不一般的奔腾，让我与我的奔腾带着梦想一起飞翔！

如果您相信我，欢迎加入我们的奔腾家族，一起体验奔腾带给我们的不一般的感受！



一汽吉林店 员工风采 EMPLOYEES ELEGANT DEMEANOUR



咱们一汽吉林店的全家福



为丰富员工业余生活，加强员工间交流，增强团队合作和凝聚力，在班后组织拔河比赛



为增加新保量，曲博龙给客户讲解各险种的必要性



销售顾问就耐心为客户做车型介绍



闫海章是这台车的车辆负责人，不仅要洗车，还定期给车打蜡，比照私家车都上心

体育营销 展现惠华独特竞争力

SPORTS MARKETING SHOW COMPETITIVENESS

文 大众朝阳店 张蓬勃

体育营销(Sport Marketing)就是以体育活动为载体来推广自己的产品和品牌的一种市场营销活动,是市场营销的一种手段。

——百度百科

2014年的夏天世界杯将足球运动推向高峰!最近一段时间无论是阿里巴巴赞助恒大足球队,还是长安福特赞助中超联赛,体育营销事件始终吸引着人们的眼球。各个品牌盯准体育赛事广告,不遗余力宣传产品,提升品牌。

2014年7月下旬由朝阳市政府组织、朝阳市体育局承办的“2014移动杯朝阳足球联赛”拉开帷幕。比赛共有14支球队参加,其中仅有惠华朝阳队1家企业单位参赛。

为了准备本次健身节比赛,大众朝阳店各部门积极参与,队员们利用业余时间积极训练,相互之间技战术配合默契,虽然技术不比专业足球运动员,但对于比赛认真的态度和敬业精神非常值得肯定!

经过半个月的激烈竞争,大众朝阳店不仅在比赛中获得了道德风尚奖,更通过体育扩大知名度,获得认可,打响了惠华集团及大众朝阳店的知名度,让朝阳足球体育爱好者都知道买一汽-大众车就到惠华朝阳店。

同时通过比赛不仅增强了店内员工的凝聚力,更使朝阳汽车行业内优秀人才向往加入惠华这个大家庭,为人才储备库补充了新鲜的血液。



·展现过人技巧·



·大众朝阳店足球队全体队员合影·

— 瞬间 IN AN INSTANT

文 奥迪沈阳店 丁伟

服务部是奥迪沈阳店大家庭里的最大的团队,他们作为汽车的医生专家,每天不厌其烦像检查生病的病人一样检查着车辆,排查可能存在的每一个细小问题,机油尺不知拔过多少条,用过的抹布放在一起不知能铺成多少里路,只为用户微笑的一瞬间;炎热的夏日他们不顾机舱盖下三十甚至四十几度的高温,俯身探头去查找可能隐藏的每一个故障细节;他们汗浸衣衫、谨慎小心,甚至有时做梦都会梦到哪里出了问题,所有的所有,只为用户满意点头、为奥迪沈阳店被认可的一瞬间。

奥迪全车大概有两万两千多种零件,全在他们脑海里,在技师提出需要哪种件的时候,他们要以最快的速度找到相应配件,他们每天都要将前一天已经出库的配件补充完整,每天都要将各种新件进行上架处理,男员工必须心细如发丝,女员工成了女汉子。无疑,他们最为辛苦,然而,他们的尽心尽力只为做好团队配合提高效率,只为惠华被认可的一瞬间。

一瞬间可以促成交易,更能得到赞许和肯定,我是惠华人,我享受在惠华度过的每一瞬间...





微信号: yiqimazidainfd

一汽马自达店 足迹

文 马自达店 王法

2003

2004

2005

2006

2007

2008

2009

2010

2011

2012

2014

春天是播种希望的季节，2003年4月，带着希望，沈阳第一家一汽马自达4S店—辽宁福达汽车销售服务有限公司正式成立开业。成立至今，马自达店从零开始，经历了十一年风雨坎坷，走过了非凡的十一个年头：

2003年4月12日，辽宁福达汽车销售服务有限公司成立；

2003年，荣获一汽轿车公司评比的、代表经销商最高荣誉的“马自达优秀销售服务店”全国第一名；

2004年，荣获年度优秀销售服务店；年度最佳服务流程管理奖；年度最佳客户服务满意度奖；年度最佳用户满意团队；

2005年，荣获年度品牌传播贡献奖一等奖；

2005年，荣获年度备品管理三等奖；

2006年，荣获年度最佳备品管理奖；

2007年，荣获年度最佳流程执行奖；

2008年，荣获一汽马自达第三届售后服务技能竞赛全国总决赛团体优胜奖、机电技师第二名、服务顾问第三名；

2009年，荣获年度优秀销售服务店；

2010年，荣获年度优秀销售服务店；年度备品管理规范奖；年度最具成长奖；

2011年，荣获年度综合银牌店；

2012年，荣获年度综合银牌店；销量贡献奖；“喜悦交车”客户服务专题活动全国第一名；同年，马自达品牌服务升级，应厂家要求店面全面改造升级，改造后的马自达店整车销售大厅面积456平方米，维修车间面1480平方米，备件库面积220平方米，生活服务区面积262平方米。为光顾的客户提供了极为便利、幽雅、舒适的购车、修车条件与环境；

2014年，荣获精品提升店、备品示范店、用品示范店、油漆示范店的荣誉称号，以及备件经营优胜奖。

马自达店始终秉承厂家要求和集团的服务精神，全员推行“管家式销售和服务”流程；并始终坚持以客户的需求为起点，以客户的满意为终点，恪守明理诚信的职业道德，用心创建使客户安心的环境和服务。截至目前马自达店已累计销售马自达轿车1万余辆，累计维修服务超过13万台次，拥有稳定维修用户超过5000人。

在这十一年的成长中，马自达店不断有人离开，有人到来，但是始终不变的是惠华这个大家庭的温暖，是福达坚持不变的宗旨“诚信为本，车行天下，快乐工作，福气到达”。

FOOTPRINT



I HAVE DREAM SET SAIL AGAIN

撑起远行的风帆 再次起航

文 青岛事业部 荆莹

告别了曾经奋斗6年的金融行业，我选择跨行业来到惠华集团，为的就是曾经的梦想。

2014年3月31日，怀揣着最初的梦，我加入惠华集团，正式成为青岛事业部的一名员工。五个月的工作生活，让我庆幸当初的选择，工作上的认真严谨、同事间的团结友爱、管理上的高度职业化，都让我的身心受到了洗礼。

作为一名新入职的综合专员，在经过一天的工作交接后，我便开始独自处理岗位工作。我给自己设定了半年的时间期限，来融入这个对我来说全新的行业。第一个月，完成人事工作流程的梳理；第二个月，完成行政工作流程的梳理；第三个月，通过学习集团内控手册，对人事、行政工作进行完善，完成综合部与财务部的业务对接。此阶段的工作目标是，全面熟悉综合专员岗位的工作内容及流程，并且能独立完成相关工作。第四个月，以青岛事业部为平台学习销售知识和技能，了解销售流程及销售顾问的工作内容；第五个月，了解销售支持的工作流程及工作内容，接手每月汇报给厂家的市场活动计划和总结工作；第六个月，熟练掌握销售岗位的工作流程，亲身体验，协助销售人员完成销售工作。此阶段的工作目标是，了解店内各个岗位的工作流程及工作内容，以便更有效率地推进人资行政工作。

今天的我，已经在逐步完成自己当初设定的目标，我有信心能够在这个全新的行业走的更远。当然，我的进步绝不是我一个人战斗的结果，解放沈阳店行政经理的悉心指导，奔腾大东店行政部的大力支持，集团人力资源部和行政部的协作与帮助，青岛事业部执行总经理对我的信任和教导，都是我前进的动力，感谢大家对我这样一个新人的支持与帮助。

“**I have a dream**”，**我的梦想**，是成为一名职业经理人。惠华集团是一个可以使梦想开花结果的地方，她承载着太多人的梦想，也让他们的梦想成为现实。如今我整装待发，徜徉在职业生涯的海洋上，**撑起远行的风帆，再次起航，期待转身之后我的梦想之花可以在惠华集团炫目绽放！**

重回工作岗位之感悟 TO RETURN

文 解放丹东店 王丽丽



love.baby



我于2014年1月10日生下了我的宝贝，成为一名母亲。这期间我对于再次回到工作岗位有很大的顾虑，舍不得孩子那么小就放在家里，害怕上班的压力会很大。

经过一系列的思想斗争，我还是选择重新回到工作岗位，并做出了调岗的决定，由原来的计划改为信贷，想挑战一下新的岗位、新的工作。刚开始回来感觉一切都很陌生，办公室搬进了宽敞明亮的新店，办公设备整齐划一，领导班子也都调整了，换了新领导，这更让我倍感压力。但是在工作中，领导给予我很大的支持和鼓励，同事也给了我很多帮助，使我很快融入了这个团队，适应了这个岗位。

我加倍付出把工作做好，努力和银行、客户沟通，每个贷款件都保证不出差错、不拖延，续保率100%，并及时催收。现在已经回到岗位3个多月，对于这份工作有了一定的掌握和了解，整理了之前的贷款客户信息，理顺了我店贷款流程。

转眼已来到惠华5年，我热爱这份工作，热爱这个企业，希望惠华做大做强，也希望自己在今后的努力中可以为惠华做出更大的贡献。我感觉自己现在满满的幸福，有爱我的老公，可爱的儿子，关心我的领导，帮助我的同事，感谢一路上有你们！

致解放盘锦店青春路上 感恩与你同行 YOUTH ROAD

文 解放盘锦店 王雅楠

时光，就这样安然流逝，穿过了春天的轻寒，夏天的明媚就在草长莺飞中渐次柔暖。

转眼来到解放盘锦店快两年的时间了，记得刚到解放盘锦店的时候，这里属于新建店，大概有1年的时间，这里的一切都在前进摸索、逐渐完善与日渐成熟的阶段，就像我当时的状态，刚出校门步入社会不久，对工作、人生都处于适应与探索的过程。一路走来，我有幸与解放盘锦店一起成长。我感谢在对的时间来到这里，在一个与青春有关的年纪，与解放盘锦店共同创造着属于我们未来无限的美好。

我是个性格比较矛盾的人，性格比较外向，但仅限于熟识的人，所以初到这里的时候，不爱与人沟通，是解放盘锦店可爱友善的伙伴们热情与真诚地帮助我融入到大家的队伍中，感谢我的伙伴们。我是第一次接触汽车销售行业，带着懵懂与好奇，从最初的出纳，服务结算，到现在的整车销售结算，从零开始，一步一步走过来，期间工作岗位及工作内容的转换使我心中充满忐忑，是部门领导与同事不厌其烦的帮助与支持，使我很好的适应了新岗位，同时也学到了很多很多新的知识与业务，感谢财务部的各位姐姐们。

在以后的工作中，我会一直不断的完善自己、磨练自己，以认真负责的态度对待我的工作。在过去的两年，我与解放盘锦店共同成长，成长的后面，有多少隐忍的泪水，已经不得而知，但无论前进路上有多少挫折与困难，我们始终坚定我们前进的目标，希望在未来的一年、五年、十年，乃至很多很多年，我可以一直与惠华集团共同奋斗、前进，可以在每个如期而至的周一清晨，用属于惠华人应有的热情与激情喊着响亮的口号“惠华集团，学习敬业，创新协作，惠泽天下，华耀万家”。

在青春前进的路上，感恩与惠华同行，与解放盘锦店同行……

两年在惠华成长

文 大众本溪店 孟凡野

2012年初来惠华，一切都是那么的青涩，感谢惠华给予我的宝贵机会。惠华的工作环境特别好，之前在其他企业也实习过，惠华并不像有些单位人际关系紧张，打破头去挤压别人，而是会根据每个人不同的优缺点去细分工作，根据我们的能力和长处安排我们的岗位，让大家可以在工作中充分展现自己的技术。大家都没有私心，每当你虚心请教的时候，别人都会告诉你，要是碰到有时间，都会手把手的教你。这样，只要你人不懒，就会成长得很快。

来惠华的第一个年头，我很幸运地的拥有参加一汽大众钣金技师基础培训的机会。我很珍惜，也很期待，这是提升技能的好机会。师傅手把手的教授固然重要，而参加培训让我的眼界更加宽广，见识到最先进的工具，最精妙的技艺。这些都是我以后的目标，不断进步的方向，而十一月份的钣金高级技师培训更是让我的工作更加有自信，这次培训教会了我维修方法，虽说每个车的维修方案大致都是一样的，但受损程度是不同的，但只要方法对了，一切都会容易起来。

两年了，记得我刚来的时候，还是个初来乍到的菜鸟，都是别的师傅帮助我，而今天我会考虑如何在把自己的工作做好的情况下，让其他人接着干下去的时候更加舒服顺手；两年前我是个懵懂的小徒工，现在我对一些问题也开始有了自己的一些看法；两年前，我只是想着把车修好就行，而现在我会向一些客户去宣扬大众汽车的优势和惠华的一丝不苟服务；两年前我只想着学手艺，挣钱，而现在我却想得多了，如何提升自己的素质，技术技能，去奋斗，提升自己的人生价值。**我是惠华人，虽说没有多少人知道我，但我乐于为惠华付出！**



公共微信账号：
bxhh0414-5995999

TASTE



· 图为大众沈阳店 王冰（女）和大众法库店钟卓宇（男）的全家福



· 图为奔腾大东店 李佳佳（女）的全家福



· 图为奔腾铁西店 乔其峰（男）的全家福

岁月无声
THE YEARS
品味
TASTE

TASTE



· 图为奔腾大东店 陈念维的十字绣作品



TASTE

· 图为奥迪沈阳店 杨林美术作品



超级大微客 一年爽到位！

全新佳宝 V80，黄金功率，超大空间，超爽来袭。



! 超静音, 超舒适!
! 超舒适, 超得爽!
! 超得爽!
! 超得爽!
! 超得爽!
! 超得爽!

一汽吉林汽车有限公司 客服电话: 400 606 8888 更多信息请登录 www.fawmc.com www.faw-jb.com

佳宝 V80
新经典 大不同

全新佳宝 V80 超级大微客，一爽到位，超爽登场！独到的顶部方形设计，实现超大的储物空间，载人载货，更显畅爽；全系标配电子助力转向，人体工程学座椅，让驾乘更享舒适；1.3L、1.5L 第三代黄金排量发动机，成熟轿车化平台打造，在保证源源不绝的动力同时，更实现了超低油耗，坐享劲爽！如此众多超爽体验集于一身的理想好车，你还等什么？即刻到店体验。



佳宝 V80 1.5L 系列
75KW (102马力)



佳宝 V80 1.3L 系列
65KW (88马力)

惠华车世界
NEW
一汽集团新车上市
THE CAR IN THE WORLD

突破科技 启迪未来 Audi 



NEW
MODELS LISTED

车型上市—新奥迪A8



品进取之风浪 赏尊贵再进化 新奥迪A8家族在青岛扬帆起航

THE NEW AUDI A8 FAMILY SET SAIL IN QINGDAO

文 奥迪丹东店 李英男

- 新奥迪A8家族在“帆船之都”青岛上市，诠释“尊贵再进化”
- 新奥迪A8设计更显新时代的尊贵，全系车型高效特性提升，尊贵装备升级
- 一汽-大众奥迪邀请尊贵用户和各界精英领袖，品味帆船运动的进取魅力

2014年8月24日，一汽-大众奥迪携新奥迪A8家族登陆青岛奥帆中心，与奥迪尊贵用户和各界精英领袖分享“尊贵再进化”。此次“新奥迪A8L品味风浪之夜”活动是新奥迪A8家族全国六地营销推广活动的第二站。未来几周，一汽-大众奥迪还将携新奥迪A8家族陆续登抵成都、深圳、杭州、上海，并邀请各领域的奥迪贵宾，从多维度诠释“尊贵再进化”。



此前，在北京举行的“新奥迪A8L尊享领袖之夜”活动上，一汽-大众奥迪宣布新奥迪A8家族正式上市，全系车型售价从87.98万元起。

面向未来，尊贵再进化

一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理葛树文表

示：“新奥迪A8家族将奥迪前瞻科技、工业美学和至臻品质融于一身，从多个维度展现了‘尊贵再进化’，这款D级豪华旗舰车型完美契合了新时代领袖‘进取的尊贵’的品味。”



新时代的尊贵，更注重内涵的体现，而非表面的喧哗。相比改款前的车型，新奥迪A8家族凭借至少10项设计上的“进化”，让外观看起来更有力量、更加干练，将奥迪品牌“少即是多”的设计哲学表达得更为彻底。新时代的尊贵，不只关注“尊享”，更要关注“尊重”。新奥迪A8家族搭载的全球首款矩阵式LED大灯，无论是设计还是功能，都走在时代的最前沿。这款大灯能够自动识别车辆和行人，并根据路况自适应调节多达9.6亿种光线照射方式，以避免远光灯对来车造成眩目，

尊重每一位交通参与者。



新时代的尊贵，需要承担更多责任。新奥迪A8家族全系车型的高效性能显著提升。其中新3.0升TFSI发动机增加了“进气歧管燃油喷射”系统，并优化了细节设计；低功率版4.0升TFSI发动机功率提升了15马力；6.3升FSI发动机增加了专为W型12缸发动机开发的“汽缸按需运行系统”（COD）。此外，搭载全混合动力系统的车型（40 hybrid）每百公里平均油耗下降至6.3升，为同级最低。

不仅如此，新奥迪A8家族还换装了更高效的电子机械式转向系统，新增4项智能驾驶辅助系统，新增奥迪全球专属的纯天然“优尼可（Unikat）”真皮内饰。夜视辅助系统进化得更为智能，不仅能够识别出行人，还新增

了动物识别功能。此外，新奥迪A8家族还根据用户需求，调整了外观、内饰颜色搭配，并更新了轮毂样式。

品味风浪，尊贵再进化



一汽-大众奥迪特意将青岛上市活动安排在奥帆中心举行，是因为奥迪与帆船运动有着深厚的渊源。

奥迪不仅是德国国家帆船队的合作伙伴，还将奥迪研发中心的风洞提供给“德国奥迪帆船队”作研究和训练。在德国，奥迪还是著名帆船赛事“基尔周”的合作伙伴。不仅如此，帆船赛艇本身对轻量化、流体力学等科技的极致应用，也与奥迪车型颇为相似。

在青岛站活动现场，奥迪英杰汇进取先锋、著名航海家、艺术家、“单人无动力帆船环球航海中国第一人”——翟墨，与来宾分享了他对“进取的尊贵”的解



读：“尊贵是勇于面对未来，在碧海蓝天中乘风破浪，探索未知的勇气，同时尊贵也是进取的精神和社会责任感的体现。”



为了共同品味帆船运动的动感与进取精神，一汽-大众奥迪还携手尊贵用户和各界精英，从青岛浮山湾扬帆出海，体验搏击风浪的乐趣和帆船运动的独特魅力。



在24日晚的活动中，奥迪英杰汇进取先锋、著名赛车手程丛夫和奥运冠军蔡赞，分别从职业赛手和奥运冠军的视角，与来宾分享了对“尊贵再进化”的理解。



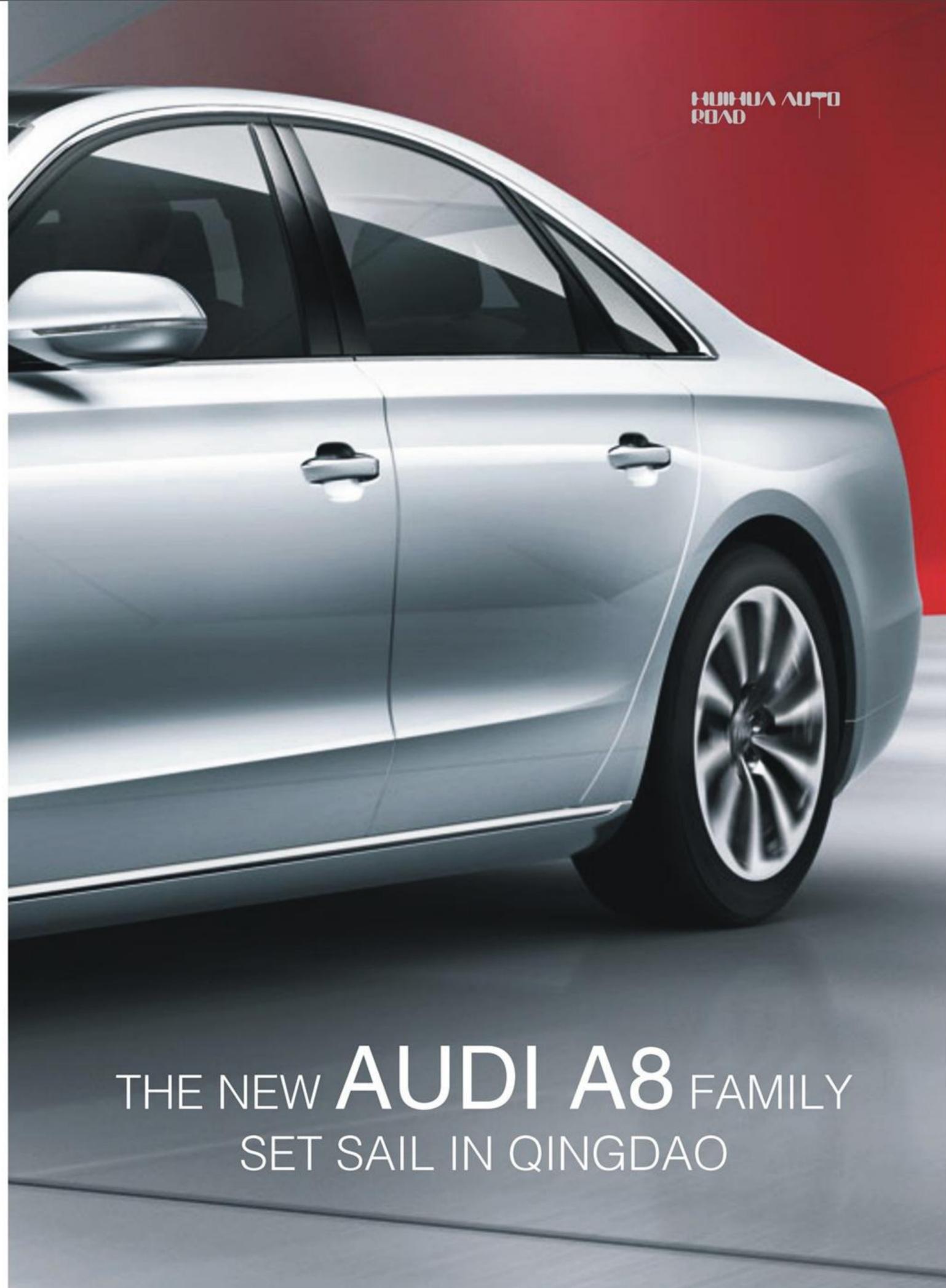
同时，信中利资本集团及美洲杯帆船赛中国队董事长汪潮涌、正安中医创始人梁冬等贵宾也纷纷莅临“新奥迪A8L品味风浪之夜”，与奥迪品牌的新老朋友一起品味新奥迪A8家族，分享彼此在人生和创业历程中对进取和尊贵的感悟。

新奥迪A8家族价格：

车型	价格(人民币:元)
新奥迪A8L 30 FSI 舒适型	879,800
新奥迪A8L 45 TFSI quattro 舒适型	926,800
新奥迪A8L 45 TFSI quattro 豪华型	1,022,000
新奥迪A8L 45 TFSI quattro 专享型	1,139,000
新奥迪A8L 50 TFSI quattro 豪华型	1,222,000
新奥迪A8L 50 TFSI quattro 尊贵型	1,382,000
新奥迪A8L 50 TFSI quattro 专享型	1,502,000
新奥迪A8L 60 TFSI quattro 豪华型	1,848,000
新奥迪A8L 60 TFSI quattro 专享型	1,965,000
新奥迪A8L W12 FSI quattro 旗舰型	2,568,000
新奥迪A8L W12 FSI quattro 专享型	2,715,000
新奥迪A8L 40 hybrid	1,098,000
新奥迪S8	1,988,000

ABOUT 关于奥迪品牌

奥迪品牌由奥古斯特霍希 (August Horch) 于1909年7月16日创立，拥有超过百年的传奇历史。秉承“突破科技 启迪未来”的品牌理念和“进取、尊贵、动感”的品牌价值，奥迪不断挑战现状，引领技术和设计创新。2013年，奥迪品牌全球销量达到突破纪录的157万辆。自1988年奥迪品牌进入中国以来，经过20余年植根中国市场的精耕细作，一汽-大众奥迪凭借在品牌、产品、服务等领域的综合竞争优势始终领跑国内高档汽车市场。2013年奥迪品牌在中国销量达到488,488辆（不包括香港），同比增长21.2%。目前奥迪品牌在中国产品线涵盖A、Q、R三大系列，包括A系列轿车车型A1、A3、A4L/A4 allroad quattro、A5/S5/RS 5、A6L/S6/A6 hybrid、A7/S7/RS 7、A8L/S8/A8L hybrid；Q系列SUV车型Q3、Q5/SQ5/Q5 hybrid quattro、Q7；R系列跑车车型TT/TTS、R8/R8 Spyder。一汽-大众奥迪拥有国内最成熟的销售服务网络，360家授权经销商覆盖了全国159个城市，其尊贵、完善的服务共15次摘得J.D.Power公布的“中国汽车用户服务满意度”冠军和“中国汽车销售满意度”冠军。



THE NEW AUDI A8 FAMILY
SET SAIL IN QINGDAO