

解放 蓝途 中国蓝天

—— 解放J6P 智能渣土自卸车



解放J6P 智能渣土自卸车 两高一低两大一小

辽宁一汽贸易有限公司 地址：沈阳市大东区东北大马路366号 电话：024-88432981/88432982

第 27 期

HUIHUA AUTO ROAD

惠华集团 HUIHUA GROUP

惠之道

2015年8月 第 27 期
HUIHUA AUTO ROAD
惠华集团 HUIHUA GROUP

夯基础·迎挑战·寻突破·谋发展

HUIHUA

TAMPING FOUNDATION · MEET THE CHALLENGE
TO FIND A BREAKTHROUGH · DEVELOPMENT

夯基础·迎挑战·寻突破·谋发展

SPEECH

董事长致辞

一分为二看形势，坚定信心迎挑战 扎扎实实夯基础，苦练内功谋发展

上半年的汽车市场形势让我们切实感到2015年注定是汽车人备受煎熬的一年。如何度过这个难关？不同的企业做出不同的选择。有的企业推出有史以来最大的瘦身计划，避免资金链出问题；有的企业因战略布局或体系能力等问题已经倒下；有的企业希望抓住机会低成本扩张。

中国汽车市场从高增长到微增长是很正常的，必须有这个预见性。在这个庞大的市场中你的定位非常重要，市场井喷阶段不论什么品牌都有利可图，扩张速度快、规模大看似一件好事，风光无限，当产能过剩、竞争加剧，原来似乎具备规模优势的弱势品牌和表面光鲜的高端品牌一下变成巨大的负担。这对个别企业可能是灾难性的，但对整个行业不一定是一件坏事，优胜劣汰是自然规律，有利于产品的技术革命，有利于市场环境的净化，有利于对汽车行业从业人员的锻炼和考验。对那些战略定位清晰、把微增长视为常态、很少投机心理、延伸产业链条、持续构造适应新形势的体系能力的企业而言是非常好的机会，是做强做大的新起点。所以不要灰心泄气、不要抱怨，笑迎挑战。

信心是迎接挑战的前提，要想保持让企业可持续发展重要的是苦练内功，把基础工作打牢。惠华集团随着持续的变革、创新，组织架构日趋完善，集团部门与部门、部门与各经营单位之间的协同能力大大改善，管理层队伍持续优化、体系能力逐步提升，创新能力不断增强。这是集团健康发展的重要保证。

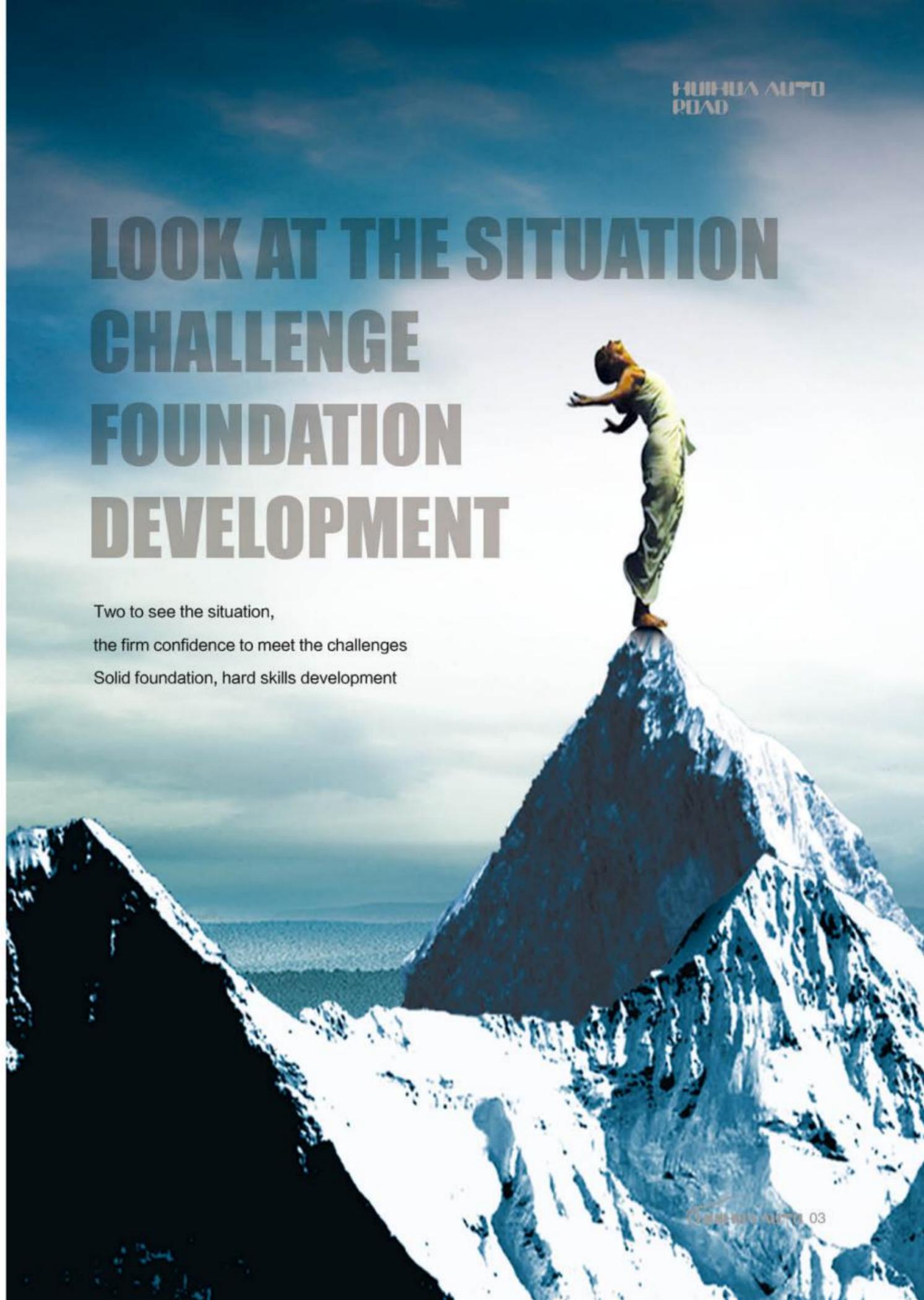
经过大浪淘沙，希望真心实意、志同道合的伙伴珍惜来之不易的成果，为2000名惠华人活得更有尊严，同时回报社会做出不懈努力。

集团董事长：

李晋海

LOOK AT THE SITUATION CHALLENGE FOUNDATION DEVELOPMENT

Two to see the situation,
the firm confidence to meet the challenges
Solid foundation, hard skills development



HUIHUA AUTO
ROAD

HUIHUA AUTO
ROAD

一步之遥
ONLY ONE STEP AWAY

一步之遥

ONLY ONE STEP AWAY

文 崔秀敏

“没有比脚更长的路，没有比人更高的山”，2015年的四月天，诗人汪国真的离世牵动了千万人追忆的思绪，那些广为流传的句子再次被反复吟诵，那些锲而不舍、执着向上的力量再次温暖了一代人的记忆。

2015年，伴随着宏观经济结构持续调整，钢铁、房地产等传统产业正在经历生死存亡的考验，相比之下，汽车经销商们也正经历着“冰火两重天”的双面煎熬。一方面整车销售零利润甚至负利润早已是“新常态”，销量下滑与银行集体收紧信贷夹攻造成的资金压力令人倍感紧张，另一方面在服务领域还要面对反垄断后时代各类独立维修主体及“互联网+”模式的挑战，“瘦身”、“资产轻量化”，各家经销商纷纷使出各自解数，传说中的行业洗牌正在我们的身边上演。

同是在路上，同是在攀登，有人心中有方向，有人永远在追随；有人看到风雨欲来加快了脚步，有人却留恋路边风景止步不前；有人出行前做了多方案的准备，有人只有一颗赤手空拳征服世界的心。谋划与盲从、先知与后觉、践行与空谈，看似人尽皆知的道理，能否迅速付诸行动也许只是一步之遥，但最终境遇却有天壤之

别。竞技决赛铜牌与第四名的差别是一张榜单以及无限的荣耀，小组赛入围与出局的差别是问鼎终极宝座的机会，商场抉择的一念之差可能是决定发展与颓败的岔路口，战场上的一步之差也许是生与死的距离，一步之遥却是咫尺天涯。

有紧迫感的人效率更高，有危机感的企业进步更快，正如狮子和羚羊的生存法则都是加速奔跑。领先一步在于精细，如同一场说走就走的穷游，甩掉包袱简装上路固然轻松，但补给从哪里来，极端环境如何应对，都是能否行得远的关键。世界那么大，市场也那么大，轻资产固然是一种卸下负担的方式，但有效盘活手中的资产和渠道，提升核心竞争力，创新赢利模式、提升赢利能力才是持续发展的关键。草长莺飞之际，我看到集团各单位创新的成果陆续展现并得以推广，多年联保、商用车、乘用车备品并举社会市场销售、维修预存款、非代理品牌衍生业务……一抹抹亮色展现着勃勃生机，事实证明，只要善于创新，市场的潜力永远是有的。现实和理想之间，不变的是跋涉；平淡与辉煌之间，不变的是开拓。

“变革”对于我来说并不是一个新名词，惠华之“道”，即蕴含着不断否定自己、超越自己的勇气。在其他经销商还在享受汽车销售的盛世时，我率先开展了扁平化的组织变革；在国内市场产出仍然丰盈时，我抢占先机进行了外贸出口的试水；在出口成为大家眼中共同的蓝海时，我已品尝到整合资源投资建厂、将产品本地化的成果；在市场转变为微增长，各经销商开始拼人才、拼综合运营实力时，我已借助专业的管理咨询建议完成了人才的储备和组织的调整。比起如镜面般平静的西子湖，我更爱钱塘江波澜壮阔的天下第一潮，只有久经风浪的弄潮儿才能经得住独立潮头的考验。市场不变的法则永远是变，汽车行业的这场变局对于我来说是一场意料之中的风浪，只待先否后喜、否极泰来的那一天。

春花明媚、夏花绚烂，南来的熏风挟着温暖的花香拂走冬日的清冷和早春料峭，在这万物生长的季节里，大众品牌新、辽、法区域服务产值有了显著提升，服务创造未来的局面已初现眉目；马自达店一季度销量提升的同时，销售满意度获全国第一，丰田店一季度销

量与维修产值提升，飞行检查获全国第一，弱势品牌已逐渐找到发力点，只待奋起直追；解放新疆店销售、服务业绩与综合管理质量同步提升，商用车板块中的一颗新星正散发出愈发明亮的光彩；奥迪沈阳店面对东陵西路修桥封路的挑战，迎难而上不等不靠、走出店门主动服务，老店新风的新面貌正印证了“人才非困厄而不能激，非危心深虑则不能达”的真理……惠华人敢拼搏、敢打硬仗的精神好似夏的热情，在这芳菲遍地的季节里成长和蔓延。

不忘初心，方得始终。新形势下，企业比的是用户体验，争的是用户信任，只要胜于竞争对手一步，用户自然会用脚投票，站到自己信赖的商家一边。有了用户，也便有了赢的基础。前行的路上，坚守打造服务第一品牌的目标，创造客户满意，领先一步在于胸怀、在于格局。夏日虽喧嚣和烦躁，凭借心中绿荫，自会揽一份清凉；在路上，坚守着最初的梦想，遇山则攀山，遇水则涉水。这是一场和自己的较量，所有的磨练和挫折都是一种积累，有一天这些磨难会变成美好，像不艳丽但清香的百合花，一直盛开。

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）
 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（解放商用车事业部）
 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

总策划：戴爽

监制：陶晓明

总编：崔秀敏

主编：刘勋

设计：陈婷婷

校对：刘勋 张媛 尹大群

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: Dai Shuang

Supervisors: Tao Xiaoming

Editor in Chief: Cui Xiumin

Executive Editor: Liu Xun

Designer: Chen Tingting

Proofreader: Liu Xun Zhang Yuan Yin Daqun

Email: hhzdbjb@126.com

Publication: Liaoning Huihua Group

Printing: ShenYang Mei Tu Artistic Advertising CO.,LTD

CONTENTS

目录

10 盘点篇

44 发展篇

72 文化篇

94 惠华车世界

ANNUAL MEETING GET MULTIPLE AWARDS

2015沈阳汽车流通行业年会召开 集团各单位获多个奖项

文 集团办公室 李艳

2015年3月3日，由沈阳汽车流通协会组织的“2015沈阳汽车流通行业年会暨协会二届二次会员大会”顺利召开，会议主要总结了2014年协会的重点工作与成果、宣读了组织工作报告和《关于表彰2014年度沈阳汽车流通行业先进集体和先进个人的决定》，提出了2015年协会的工作思路和工作目标。

沈阳汽车流通协会是沈阳各大汽车营销集团、汽车生产企业销售部门、品牌汽车4S店、二手车交易市场、汽车经销商等企业及团体组成的行业组织。截至3月份，协会会员总数为245家，其中我集团各单位会员共19家。在2014年，协会配合沈阳市物价局开展汽车4S店“价格诚信单位活动”，接受协会和各级政府主管部门的监督，对评选结果进行表彰，弘扬诚信，鼓励创新，自觉履行社会责任，树立了良好的社会形象，在扶持汽车流通行业企业发展、协调服务、解决纠纷、举办行业活动方面起到了积极的作用。

会议指出，随着互联网经济、电子商务的日益壮大，汽车市场和汽车流通行业面临更多的机遇和挑战，对于这种市场转变，一定要面对现实、结合国家政策，转型创新，力求将实体经营转变为电商实体融合并存的经营模式。并鼓励各会员单位继续贯彻“合作发展、和谐共赢”的经营理念。

会议上宣布了《关于表彰2014年度沈阳汽车流通行业先进集体和先进个人的决定》，我集团荣获“沈阳汽车流通行业经营单位模式创新奖”；大众沈阳店荣获“沈阳汽车流通行业十强经销商”奖项；奔腾大东店荣获“沈阳汽车流通行业优秀单位”称号；红旗店荣获“沈阳汽车流通行业公益事业贡献奖”；马自达店王法、集团运营管理部王融分别获得“沈阳汽车流通行业市场工作先进个人”、“沈阳汽车流通行业统计工作先进个人”称号。



集团召开一季度 经营管理例会

QUARTERLY MANAGEMENT
MEETING

文 运营管理部 闫秀丽

2015年一季度汽车行业仍处于从高增长到微增长的转折时期，整车销售、售后服务竞争双向加剧，且此形势将成为常态。金融机构对汽车流通行业贷款额度更为谨慎、审核条件更加严苛。乘用车上牌总量虽呈上升趋势，但不同品牌、不同车型市场份额变化较为明显，汽车行业正经历着大浪淘沙的洗牌过程。

在此背景下，集团一季度经营管理总结分析会于4月18日、19日、21日召开，乘用车15个独立经营单位，国际贸易、备品两个事业部，解放品牌的4个4S店，共21家独立经营单位的第一负责人就2015年一季度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；对二季度的经营目标、主攻方向及将要采取的重要措施、办法，特别是集团内部成熟项目如何转化与实施进行了重点阐述；集团职能部门的管理层分别就所分管的板块对一季度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；并就二季度如何发挥本部门的职能作用做出了清晰规划。

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点评，对存在的问题进行了重点分析；结合目前的行业形势，对二季度的工作提出了明确的要求。通过本次会议，各经营单位准确了解各项关键指标的差异点，职能部门明确了下一步努力的目标，为集团二季度的工作指明了方向。

GROUP

FURTHER PROMOTE THE FINE, MICRO
INNOVATION SERIES OF PROJECT
DEVELOPMENT WORK

集团深入推进 “精细化、微创新” 系列项目拓展工作

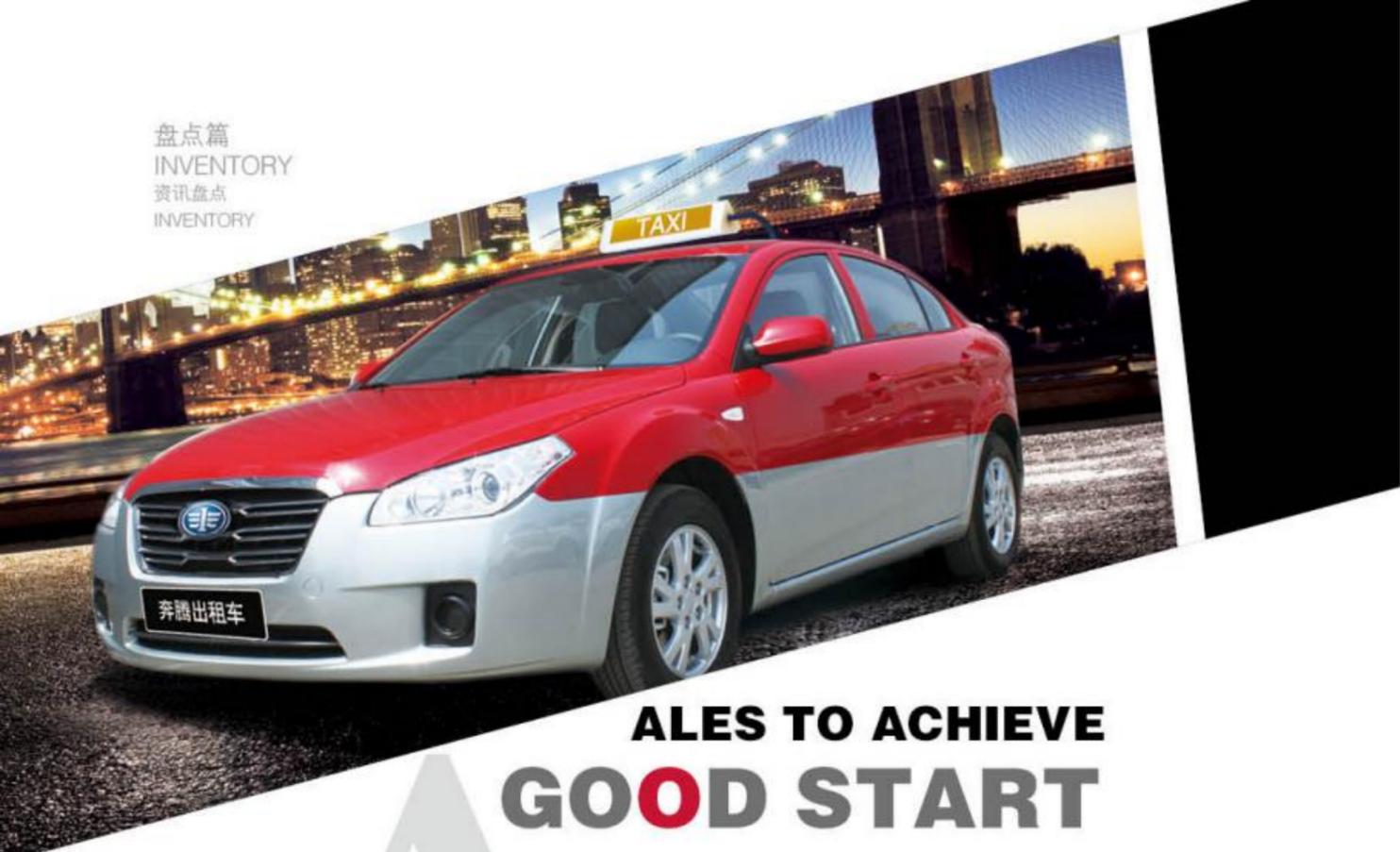
文 运营管理部 闫秀丽

2015年一季度，汽车行业无论整车销售，还是售后服务竞争加剧态势明显，原有常规经营模式的利润空间不断缩小，各品牌汽车生产厂家不断调整阶段性商务政策，各汽车经销商集团也在不断寻求新的突破点与增长点。面对不容乐观的市场形势，如何减少销售、服务常规业务模块获利降低的同时，对现有项目进行“精细化、微创新”的深化与拓展迫在眉睫。

为此，集团在4月11日、12日分别召集乘用车、商用车管理团队针对提升保费规模、提升维修规模与获利空间、非代理品牌贷款、保险业务拓展等方面的“精细化、微创新”工作进行了研讨，奥迪沈阳店、奔腾大东店、备品事业部、解放沈阳店总经理分别对本单位在联保、维修预存款、备品乘用车板块、非代理品牌衍生业务等方面的创新进行了经验分享与成果展示，对未来发展前景进行了展望。参会各单位代表就“精细化、微创新”工作如何开展进行了充分的讨论，从各自板块的角度提出了实施的建议。集团董事长就会议中分享与研讨结果进行了总结，对下一步工作进行了部署。

根据会议纪要以及各单位推进情况，4月29日，集团下发了《关于“精细化、微创新”深化、拓展项目转化实施的管理规定》，对各项推进工作设定了各季度的进度目标和奖励方案，确定了核算方式及核算跟进的责任部门。为系统推进“精细化、微创新”工作提供了制度保障。

整车销售微利时代下，汽车经销商必须秉承精细化管理和持续创新的经营思路，要善于与厂家、与行业协会保持良好联系，与行业内业绩突出的先进单位学习，要善于对标，找出自身差异，针对成功经验要快速复制。只有持续寻求突破、创新，开展差异化服务，才能在激烈的市场竞争下生存并获得持续发展。



ALES TO ACHIEVE GOOD START

奔腾B50出租车 销售实现开门红

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 边疆

出租车作为“城市形象”穿梭于城市的各大交通干道，是城市面貌的象征，也是城市文明的象征。

在集团领导的大力支持下，奔腾B50双燃料出租车成功进入沈阳市场，成为沈阳市交通局批准的五款出租车型之一。

奔腾B50首次以出租车的身份进入沈阳市场，这既是机遇又是挑战，随着奔腾B50出租车于长春、南京、大连、鞍山等地的上市，市场逐渐认可奔腾B50出租车，其以优异的操控，较高的性价比，宽大的驾乘空间及较低的使用成本，得到了出租车司机的一致好评。

2015年5月27日，沈阳第一位奔腾B50出租车车主产生了！车主赵先生的出租车早在今年年初就已经下线了，但是迟迟没有选购新车，主要是因为自己没有满足符合自己的要求的车型，众所周知，出租车不同于家用车，出租车的使用频率非常高，必须满足故障率低、油耗低、维修保养方便等多种要求，一次偶然的机会，赵先生了解到

奔腾B50出租车上市了，通过多次电话沟通及到店试车，最终决定选择奔腾B50作为自己的第三辆出租车，营运手续办理完毕后，赵先生与奔腾B50出租车又奔波在路上了。通过第一辆奔腾B50出租车的正式运营，车主来电咨询也渐渐增多，截止至6月末，第二位奔腾出租车车主也已经产生，此外还有两台出租车订单等待交货。厂家也投入大力支持，8月5日将在沈阳友谊宾馆举行奔腾出租车上市会。

奔腾品牌作为我国自主品牌的代表，将会成为服务于本土化市场的先行典范，奔腾B50出租车将成为我们新的“城市名片”，支持自主品牌，全力促进奔腾B50出租车在我市的深入推广，我们奔腾人坚信，在不久的将来，奔腾B50出租车定会成为沈阳出租车市场的主力军。



MANAGEMENT SOFTWARE

集团人力资源管理软件和会员卡 管理软件投入使用

文 集团网络信息部 康德磊

为了满足集团各店对积分管理、会员储值、礼品兑换等需求，为集团“精细化、微创新”工作提供信息系统保障，经过店内调研统计，集团与大连润霖公司合作开发了一款适合集团应用的会员卡管理操作软件，该软件能够详细记录所有会员和消费者的资料，了解用户的兴趣爱好、消费特点、消费意向等，同时还可以培养会员忠诚度、稳定消费群体、提高店内服务质量能力、加强4S店与会员之间互动交流、掌握消费者的信息动态。该软件同时实现了集团同品系之间的通存通兑，很好地解决了客户跨区域，例如在一汽轿车沈阳区域奔腾两店之间储值和消费的需求，是一款能够很好地提升客户满意度的软件。

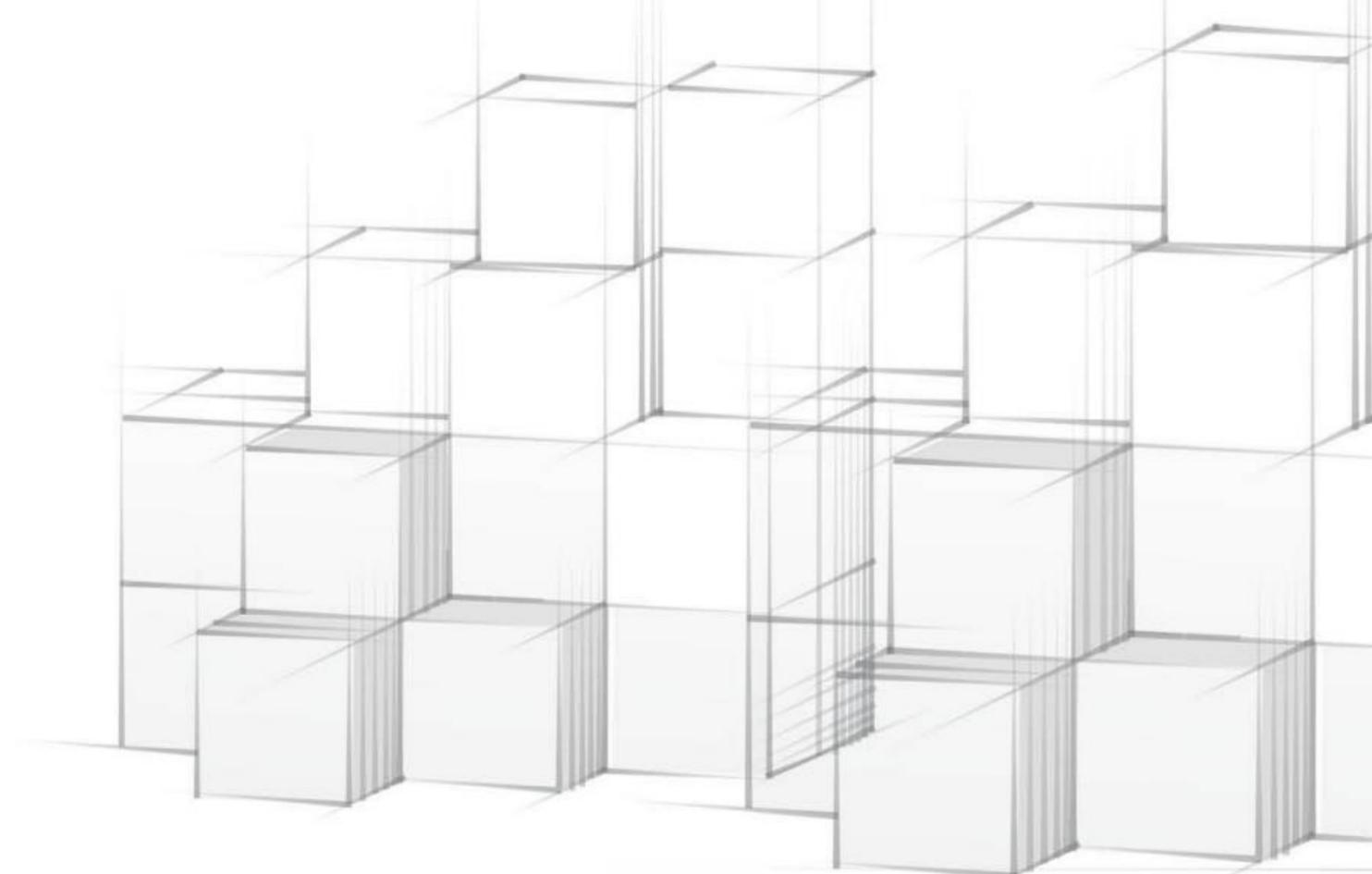
现在该软件开发一期工程已经完成，并实现了积分管理、会员储值、礼品兑换等功能，软件已经投入使用，各店提供的会员信息都已经导入系统，现已在大众沈阳店和奥迪沈阳店两家业务量比较大的单位试点运行。该软件在6月15号之前正式投入到集团各店的应用之中。

为了满足集团人事档案、合同档案、财务工资和保险管理的数据一体化管理需求，集团网络信息部在2015年推出了集团人力资源管理软件，用于集团内部员工数据信息管理。通过人力资源管理系统，企业可以更合理地管理人力成本，并实现了资源共享，减少信息的丢失，同时可系统地提高企业员工的各方面能力，从而优化企业的内部管理。该软件还实现了人力资源在系统中录入数据财务自动生成凭证的功能。现在软件已经开始应用，各店的基础数据都已经导入完成，各店人力资源人员正在修改和补充数据，这款软件还能够让集团人力资源部更好的了解各店员工的实际情况，做好适合集团各单位岗位需求的人才储备。

Decoration **COMPLETION** **OPENING SOON**

集团商用车中集车辆园店 装修竣工开业在即

文 一汽解放青岛中集车辆园店 左怡



经过一年紧锣密鼓的筹划和施工，惠华集团在中集车辆园规划建设4S店装修竣工已具备开业条件。在集团董事长指导下，本工程由我方自主采购原材料，只有人工外包，充分体现了精细化管理的原则，大大节约了装修成本，仅牌匾一项即节约装修成本5万元。

中集车辆园集中了各品牌的商用车加盟，包括解放、东风、欧曼、重汽、陕汽等，逐步形成卡车卖场的格局。惠华集团中集车辆园店作为园区首家入驻单位，将不限品牌开展销售、消费信贷、二手车贷款等业务，打破以往经营模式，逐步实现卡车超市经营。借助中集车辆园的东风，惠华商用车的路一定会越走越广阔。

2015 YEAR

惠华集团2015年 一季度经营管理例会纪要

经营单位的第一负责人就2015年一季度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；对二季度的经营目标、主攻方向及将要采取的重要措施、办法，特别是集团内部成熟项目如何转化与实施进行了重点阐述；大众品牌沈阳区域总经理，解放品系总经理及助理就所分管的品系各店一季度整体达成情况及二季度经营目标及措施进行了汇报；各店对集团的建议与意见及所需集团的支持进行了详尽的说明。4月21日，由集团总会计师，各位总监，办公室主任、副主任，各位部长及衍生业务部部长助理，共13位集团职能部门的管理层分别就所分管的板块对一季度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；并就二季度如何发挥本部门的职能作用做出了清晰规划。

集团董事长、副总经理认真听取了各独立经营单位21位负责人及职能部门13位管理层的汇报，对汇报的内容及参会感受进行了点评与分享；对一季度部分单位取得的成绩给予了充分的肯定，对存在的问题进行了重点分析；结合目前的行业形势，对二季度的工作提出了明确的要求。具体内容如下：

一、汽车行业形势分析：

集团董事长提到，从一季度的汽车行业动态及集团各经营单位汇报的内容可以看出，2015年汽车生产厂家和经销商都是备受煎熬的一年，某汽车经销商集团为了回笼资金已经出售旗下4个高端品牌，还要在1至2年内将固定资产从200亿压缩到100亿，计划将大部分的土地出售来解决资金流问题；某上市的汽车经销商集团因为资金链出现问题，现整体运营已经停滞；沈阳某汽车经销商集团4家4S店总经理现由集团经管会副总直接兼职管理，这种非常规的做法引人注目；沈阳某汽车经销商集团高端品牌全面亏损，关键管理岗位需要交保证金……上述这些情况足以说明汽车行业竞争形势2015年比2014年更为严峻，我们面临的挑战和压力比2014年更大。但是在严峻的形势下，惠华集团2015年一季度取得的经

营成果来之不易，同时也在意料之中，主要在于精细化管理和创新趋动。在这个基础上我们还要深挖创新成果和体系能力建设，如果充分运用这些创新成果，那么各项指标的达成还能进一步充分释放。汽车行业从井喷到微增长，虽然市场面临着巨大的压力，但是对比钢铁行业、水泥行业、煤炭行业灾难性的影响，我们还是比较幸运，因此要教育和引导我们的员工珍惜这个行业平台，踏踏实实的工作。

二、工作中的亮点

1、各经营单位方面：

集团董事长提到，听取15家乘用车经营单位的汇报，从汇报的情况来看，2015年一季度乘用车各经营单位整体运营质量提升幅度较大，其中奔腾品牌和马自达店在一季度整车销量上同比增长幅度较大，特别是马自达店网络销量提升58%，奔腾品牌信贷渗透率同比逆势上扬；在东陵西路修桥道路限行的情况下，大众沈阳店和奥迪沈阳店维修产值保持适度增长趋势，大众沈阳店钣金维修增长幅度较大，奥迪沈阳店维修毛利增长幅度较大，两家店对东陵西路修桥限行迅速做出应对预案；奥迪沈阳店在消费信贷渗透率上同比提升，大众沈阳店网络销量上同比提升；大众新民、辽中、法库维修产值及销量提升幅度较大；马自达店一季度销量及消费信贷渗透率增幅较大，马自达店的网络销售占比提升，销售满意度全国第一；丰田店销量有所提升，飞行检查获得全国第一的佳绩来之不易。一季度经营情况说明各乘用车单位在落实精细化管理上确实用心，执行力增强。

解放新疆店团队年轻，敢闯敢干；解放丹东店和解放铁岭店能和专用车厂深度合作，引进信贷业务，延伸合作空间；备品事业部总量微增长，社会市场销量增长幅度高达95%，不仅能够有效弥补区域内4S店备件需求萎缩，而且社会市场的利润率比4S店高很多，保证持续的盈利能力企业的发展才能可持续。

2、集团职能部门方面：

对于集团职能部门的汇报内容，集团董事长提到，集团各个经营单位的团队职业素养即职业操守和职业技能差距较大，由于品牌的差异，厂家给予的培训差异也比较大，各单位在体系能力建设上不平衡，加上目前市场的残酷，在这样一个背景下，需要集团职能部门有效督导的必要性特别突出，经过去年对组织架构及人员的调整，职能部门的履职能力、责任意识及突破创新等方面有明显的进步。其中集团总会计师一抓大事，二抓难事，着手解决疑难问题，工作卓有成效；集团审计部进行人员调整后专业水平提高，动态审计成效显著；集团运营管理和人力资源部在工作强度比较大的情况下，还能做到工作勤恳、扎实，对厂家政策进行精算的思维和管理方法值得各部门借鉴；一季度集团高层与集团职能部门的互动性有所加强，通过集团财务部使得集团高层与银行部门的沟通与联系有所加强，使我们的融资渠道更加顺畅。

三、存在的问题

1、各经营单位方面

针对各经营单位的汇报内容，集团董事长提到，目前解放品系在运营管理上的波动很大，应该认真分析原因；其他一些单位，在网络销售方面还未实现“0”的突破，集团大会小会强调网络营销的重要性，应提高重视程度。商用车和乘用车在运营管理上还是有一定差距的，年轻的管理者不要满足现状，要不断强化自身学习能力。市场的困难和压力确实存在，越是困难的时候对我们越是锻炼和考验。

今年要加强对解放品系的关注，解放新疆店有现在的变化与集团对人力、物力、财力的支持是密不可分的，但是解决问题还得依靠团队。精细化管理主要体现在运营上要抓住每一个环节和赢利点，要转变观念和思路进行创新。商用车目前处于一个非常重要的转折点，在这个转折点如果不去转变思路就会持续亏损，没有未来。

VALUE MAXIMIZATION

建立激励机制， 实现人员 **价值** 最大化

——集团员工分级项目进展

文 集团人力资源部 唐一平

2、集团职能部门方面

集团职能部门存在的问题在运营管理及行政监管方面，对于修竣车辆离厂无出门证的存在风险漏洞，属于集团哪个部门管辖就需要责无旁贷的制定整改方案，同时涉及两个职能部门以上的事项由集团副总经理牵头协调；在财务管理方面个人对公银行卡丢失、U盾损坏、影响款项入账，发现就应该及时解决，不应拖延；在一汽财务公司等帐户保证金长期沉淀，是不应该的；销售预收款不及时入账属于严重违规。在行政管理方面，丰田店及新疆店现场管理出现问题是非常严重和典型的事件，丰田店2位管理层留岗查看，新疆店3位管理层留岗查看，作为企业采取这种非常规的措施是不得已为之，是不具指导意义的，从根本上还是要提升整个团队自我约束和体系能力。

四、创新成果转化、实施

集团董事长提到，运营管理总监展示的4家经营单位的创新成果，证明了4家经营单位在此方面工作做的扎实。有些事不怕我们做不到就怕我们想不到，兄弟单位积累了成熟的成功经验，大家一定要快速进行复制、转化，快速反应。通过4家单位的创新成果展示，可以看到2015年完成甚至超目标完成的可能性很大。李克强总理讲到“中国经济可以平稳增长，还有很多保增长的手段和工具没有利用”。如果店内把这些经验思路充分运用，再深度挖掘创新点，这样成长的空间会非常大。弱势品牌店和新建店从去年开始有危机感，置之死地而后生，今年的增长幅度较大。要积极寻求突破、创新，以及开展差异化服务，转变思路寻找创新方法，如果按照老思路将会导致我们无路可走。

五、提出几点要求

严峻的市场竞争形势提醒我们，从现在开始集团各职能部门及经营单位要做到敏感，否则满足不了市场变化节奏快的需求。其次，要求各职能部门及单位要做到快速反应，发现问题快速解决问题。最后，需要管理人员有系统性的思维和统筹的能力。具体要求如下：

1、对存在问题要进行细致的分析及论证。

针对解放品系资本运作同比下降的原因，不能简单归结为资金不足，需要对影响资金的因素如国三车储备占用大量资金、借售影响资金回笼、应收账款、银行信贷放款等诸多因素进行系统分析与论证，优选出最佳的营销方案，拍脑门决策非出问题不可，这方面的学费没少交。数字化时代必须精算，不能面多加水，水多加面。

2、强化管理最简单的办法-对标

董事长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。要对一季度大众沈阳店精品单车产值同比上升，马自达店网销渗透率提升，大众法库店二手车增长等进行原因分析，并在集团范围内进行推广。

3、创新项目复制、转化，纳入预算与考核。

对于集团内部兄弟店创新项目，各店要进行复制、转化，纳入预算加大考核力度。我们面临的压力和挑战很大，但是还是有可提升的空间。希望大家多用心把工作做到深入、细致、扎实，集团职能部门同时要给予年轻的管理团队进行细致的指导。

4、职能部门要树立服务意识。

现在处于大数据、云计算时代，因此集团网络信息部等部门应提供精准的数据支持后台；对各个经营单位对集团提出的意见和建议，集团职能部门要做出及时反馈；集团职能部门要下沉到店内并与各经营单位相互协作。职能部门要树立服务意识，尽可能维护好后台的建设，对于店内突破及创新的业务，集团职能部门要及时进行评估、推广和完善，使创新持续、遍地开花。

集团董事长在2014年年终管理层述职会议上提出：“在人才培养上，对员工负责，就是对企业负责。企业的根本问题是人才问题。”为实现员工差异性管理，激发员工积极进取的精神，保证企业可持续发展，根据集团董事长指示，集团人力资源部在沈阳地区7家4S店及事业部开展了员工分级工作。

集团员工分级项目正式启动后，首先在大众沈阳店进行了试点，之后在解放沈阳店、一汽轿车店、青岛事业部、马自达店、一汽吉林店、一汽通用事业部开展了员工分级考试。根据员工掌握的岗位知识、业绩水平、岗位操作水平以及日常工作表现，对销售部、服务部一线岗位（销售顾问、服务顾问、维修技师）员工进行了分级。

按照岗位分为以下认证级别：

销售顾问：首席销售顾问、资深销售顾问、销售顾问、助理销售顾问

服务顾问：首席服务顾问、资深服务顾问、服务顾问、助理服务顾问

维修技师：专家维修技师、首席维修技师、高级维修技师、中级维修技师、维修技师、助理维修技师

针对每个级别由集团人力资源部组织相关岗位的负责人编写试题，对报名参加分级的员工进行了笔试，同时结合日常工作业绩及上级评价得分计算最终评分结果确认认证级别。本次分级通过认证人数79人，其中首席销售顾问3人、资深销售顾问22人、销售顾问10人、首席服务顾问4人、资深服务顾问3人、服务顾问6人、专家维修技师2人、首席维修技师5人、高级维修技师8人、中级维修技师11人、维修技师5人。

后续集团人力资源部会继续组织外埠店进行相关员工分级工作，通过员工分级工作，鼓励员工努力学习岗位知识，提高工作技能，引导优秀员工向关键管理岗位流动，同时也为员工的培养方向、职业生涯规划提供了一定依据。未来员工分级项目将实现常态化，每年定期进行分级测试，并将分级结果应用于员工的绩效考核、晋升评优等工作中。



SECOND QUARTERLY TRAINING BRIEFING

集团人力资源部 第二季度培训工作简报

文 集团人力资源部 孙薇薇

二季度，集团人力资源部结合经营重点及集团领导的指导思路，为各经营单位不同层级不同岗位提供内部、外部培训10余次，参与培训同事120余人次

集团内训

一、情境领导培训（外训转训课程）

5月15日，管理类内训课程“情境领导”培训顺利完成，本次培训为前程无忧精品课程“情境领导2”的转训课程，由解放盘锦店总经理梁忠宇主讲。本次课程的培训对象为集团内各经营单位总监、部门经理等中层管理者，目标在于将目前在管理中遇到的问题、应用的技巧进行梳理并提升至管理理论高度进行解答，以提升管理思路及意识。具体内容如何调动员工热情提升团队士气和工作满意度、建立有效的沟通平台、增强改善组织和个人绩效、提高管理人员的能力、提升员工保留率；提高内部和外部客户服务水平等几个核心问题。培训通过管理理论配合实际案例为参训人员展现管理核心内容。集团内29名管理层参加了现场及视频培训。

二、二手车业务培训

二手车作为汽车后市场中强势盈利点，大有可深挖的空间，为提升二手车人员业务能力及二手车板块盈利能力，4月30日由集团二手车部尹丽娜部长对集团内各单位二手车岗位人员从置换宗旨、置换总流程、展厅换动线及集团二手车业务相关规定标准等内容进行了培训及宣导。带领参训人员对二手车业务全流程及各环节关键点进行了一次系统梳理。

外训精华

一、组织参与安信咨询组织的“领导力”提升培训

在市场向规范化过渡的变革时期，产品的同质化使企业竞争的核心转向人才的竞争、团队能力的竞争。因此对管理者的知识结构、思维水平和运营能力提出了更高的要求。4月24日至26日，集团内19名管理层在沈阳三隆中天酒店会议室参加了由安信咨询组织的为期3天的高级管理类课程《领导力之打造领袖型管理者》，课程包括：打造领袖型管理者、企业成功秘籍（思考篇）、高效团队建设与教练式管理三个共同围绕领导力的核心课程，帮助参训管理者通过不断提升自身管理能力，突破惯有思维及瓶颈，力求使所在单位的运营水平在个人能力进步的带动下不断登上新的高峰。

二、组织参加东北大学EMBA课程《互联网思维与新媒体营销》

在电商盛行、网络信息时代的大背景下，集团网络营销业务还有深挖空间及潜力，集团人力资源部组织集团相关岗位参与了5月30、31日为期两天的“互联网思维与新媒体营销”主题外训课程，希望激发大家的思路进一步强化对互联网思维的理解。该课程由曾任阿里巴巴市场总监，现任北京航空航天大学研究生导师的蒋虹老师主讲，为东北大学EMBA总裁班课程之一，虽然此次培训并非汽车行业的专题课程，但却可以让参训人员更加深入的认识互联网本质，从了解互联网时代的商业形成原因与模式、营销的创新逐渐形成自己的互联网思维，通过学习先进的网络销售思路，掌握全员营销及媒体营销的新思路。

培训也许不能立刻解决工作中即时发生的各类问题，但却可以为受训者提供更为开阔的解决思路，帮助受训者发现自身优势与不足，学会对标与改变。将学习转化为生产力需要时间与积累，希望每一次的培训都能为大家带来或多或少的改变与成长，让管理者能力持续提升，从而带领团队不断成长。



ALONG WITH BUSINESS 与经营一路同行

文 集团审计部 孙琳

原本熟悉的街角，几个月未曾经过后的再次重逢或许都会让你眼前一亮，更何况是瞬息万变的社会经济。形势不同，对策不同，敢于迎难而上，才可能突破重围进入一片新的蓝海。但前提是我们是否有足够扎实的基础及稳健的步伐？应对新形势下的生存之战，经营过程中基础管理的优劣就显得尤为重要，集团审计部历时三个多月，针对基础管理工作展开了全面检查，协助各经营单位为接下来的商战奠定了基础。

本次审计从三月上旬开始陆续展开，到五月末审计部及信用控制部共同完成了大众品牌、奥迪品牌、解放品牌、奔腾品牌共计33家独立经营单位的审计工作，于6月中旬完成集团内部所有独立经营单位的基础审计任务。

伴随着审计工作的不断深入开展，一方面审计部自身汲取了很多新的经营理念和工作思路，知识面及眼界在不断扩展；另一方面针对存在共性的或是盲点问题实现了店与店之间分享。

通过此轮摸底，对一些共性问题做如下概括总结：

1. 在修车管理意识较为淡薄。其中存在内部结算车辆缺少相应审批；协议单位超授信额度；保险转款业务长期未回款；车辆已离场需要其他在场车辆共同结算等情况。这些车辆的成本已随当期领料体现，也意味着利润不在当期，甚至存在坏账的风险，从而影响了利润的达成。

2. 应收往来款项的清理需要落地。现金为王这句话作为惠华的每一位成员都耳熟能详，每期财务报表中财务人员也会与每位经办人逐一核实、确认。但翻阅多期报表会发现，总有一些笔往来依旧存在，总有那么几个经办人签字未曾改变，变的只是预计回款时间和账龄。这也就失去了应收账款作为基础管理的真正意义。

3. 出门证管理执行不到位。虽然集团内控手册对此有明确的管理要求，但在各店执行的过程中发现，管理上还是大打折扣的。主要问题集中在：事故车出厂、免费检测出厂、首保索赔车辆出厂、精品施工出厂、员工车辆出厂及非营业时间车辆出厂几个环节。归纳起来就是对所谓的非当次缴费车辆的出门管理。此类情况最容易出现跑单，或者会成为其他变通现象的切入点，属于基础管控盲区。

4. 新业务开展的前期准备及逐步调整完善不够及时充分。对于新业务相关部门不能及时、准确的掌握政策及操作流程。对整体业务规划缺少细致的规划过程，常常因事后弥补而造成基础数据简单，管理粗放，给业务开展留下诸多弊病，甚至部分环节失控，使原本利好的经营思路，成为风险高发波段。

通过此轮审计，经横纵向对比分析，同时借鉴成熟店或某一岗位的较优工作思路，集团为各经营单位搭建了一个相互学习、融通的平台。使得相对欠缺的管理部位少走弯路、快速进步。而作为审计部特殊的岗位职责，就是要在这一条经营之路上不断的为其定位、为其护航。

有了适时的监督和规范，脚下的路才会越走越远；消除了经营的隐患，迸发的力量才会无穷无尽。快速发展的时代，不能怕出问题而畏首畏尾坐以待毙；团队协作的时代，不能怕承担责任而掩藏问题的毒瘤。失败是成功之母，惠华文化孕育着足够的包容。只要目标一致、步伐一致，经营之路必定会更加平坦、顺畅。

SHENYANG DISTRICT GROUP BUDGET INDEX

大众品牌沈阳区域 服务产值 超额完成集团预算指标

文 大众沈阳店 刘琪

近年来汽车行业市场竞争日益激烈，同时快修连锁店如雨后春笋般增加，客户选择服务的渠道也逐渐增多，经销商面临着客户和内部人员的双重流失，售后业务面临严峻的考验和挑战。

在诸多不利因素下，大众品牌沈阳区域紧随集团领导最新思想，在集团领导和区域总经理的带领下进行深入的思考、研究和筹划，充分发挥区域优势，达到最有效的资源整合，实现服务产值超额完成任务。1-4月份沈阳区域维修产值合计预算达成比为105%，其中新民店预算达成比最高，达成比为121%。盘点维修产值提升的原因，主要来自以下几个方面的努力：

主动邀约——拒绝被动营销

大众沈阳店在市场因素加之沈阳店东陵西路修桥客观因素双重压力下，凭借“拒绝被动营销，主动向客户邀约”的理念，根据客户类型，开展主动邀约活动。成立机电、钣喷邀约小组，针对首保、二保、质保、休眠、外围、保养等类型客户制定有针对性的政策；将有效客户数量与服务顾问的绩效挂钩，并通过反馈信息汇总，开展一系列营销活动，吸引用户回厂。

提升钣喷——增加保险事故车维修

凭借根据续保客户类型特点进行电话邀约，提高新保及续保业务，与合作保险公司制定维修标准价格并按标准执行；加大保险公司合作深度，明确保费与送修比例，每周监控送修匹配度，调整保费分配；每周派服务人员跟随理赔员出事故现场，提高事故车进站维修等手段，提升店内钣喷维修产值，沈阳区域各店均有明显提升，其中新民店钣喷维修产值提升较高，目标达成率为124%，较去年

同期增长89%。

吃透厂家政策——提升索赔产值

利用现有厂家索赔政策，导出符合条件车辆，主动邀约回厂检测，对质保即将到期客户进行电话邀约，并对回厂车辆100%免费检测，设定索赔目标，并与服务顾问绩效单项考核挂钩，从而提升索赔产值，其中法库及新民店索赔产值目标均达170%以上。

突破、创新——外品牌车辆维修等增值业务

大众辽中店争取到外品牌车辆维修授权，加大与保险公司合作，开展外品牌车辆维修，充分利用产能，提升产值；同时开发会员卡业务，根据车型不同制定不同面值会员卡，持会员卡的客户到店维修、保养等可享受工时费优惠，增加了服务毛利的同时确保客户保有量。辽中店还开展了与定损公司合作，从中获取利润点，从而提升服务利润，截止4月份辽中店服务部利润超额完成预算指标，目标达成率为404%。

区域总监排名——赶、帮、超的工作氛围

对区域服务总监进行季度排名，并制定奖罚方案，激发团队工作热情，在区域内形成良好的工作氛围。

铸卓越、赢未来

售后服务在专营店经营中以服务吸收率作为贡献度测量方式，在销售形势日趋激烈、紧张的市场环境下，提高服务吸收率成为了店内经营无风险的保障。大众品牌沈阳区域已做好充分准备，迎难而上，永葆激情，不断超越，用饱满的热情去精赢未来，再获卓越经销商，与惠华集团一起迎接新的辉煌！



RESULTS

FIRST NATIONAL

丰田店一**季度**销量与
服务产值双提升，
飞行检查成绩获**全国第一**



文 丰田店 王宏亮 孙辉

2015年初，集团以及公司领导经过多次研究，制定了2015年的经营计划，我店结合本店实际情况，对全年的任务进行了分解，并且严格按照制定的方法执行。通过全体员工的努力，在今年整体汽车行业销量产值严重下滑的大背景下，上半年一季度销量同比增长37%，服务产值同比增长15%，并且在一季度厂家的飞行检查中获得了满分，名列全国第一。回顾一季度的成绩，几个经营的要点是我们取得进步的关键：

一、在销售方面，强化了展厅接待质量和客户管理过程

首先是创造良好的接待过程，严抓跟进回访邀约质量，减少客户流失，抓细节，通过过程管理找出不足之处，强化培训，提升不足，改善弱项，在夯实基础的同时理清销售渠道。考虑我店地理位置离市区较远，DCC销售模式必不可少，虽然在短期内没有太过明显的效果，不过在二月份登记114后有较明显的电话数量的提升，铁岭地区的地形特点要求我们由坐销变行销，走出去绝对是不错的选择，各村县客户是必争之地，谁先做谁就有市场。根据店内店外的市场需求，做好市场活动，更是促进销售的基石，最后是做好内部绩效管理，设定目标，设立激励机制，奖罚分明，严格执行末尾淘汰制度。

二、保有客户的梳理

如果不能确定真实的客户保有量，服务产值计划的实施就没有保障，模糊不清的基础数据会造成在计划的制定和实施存在较大的偏差，任务能否完成存在较大的不确定性。因此必须梳理清楚本店的保有量，进行产值计划和调控，否则，不可控的东西太多，会严重影响工作的开展和任务的完成。



三、更细致的电话招揽

很多4S店此项工作的开展较差，最主要的原因来源于客服人员工作不到位，很多4S店的客服对于客户的车辆行驶状态掌控较差，回访形式化，不清楚客户的保养时间和里程以及客户的车辆使用情况，无法准确判断客户不回厂的真正原因，从而不能真正的根据电话回访的情况制定相应的招揽政策。根据此现状，我店由更有服务经验的前台服务顾问打招揽电话，并制定专业的回访话术，深挖客户不回厂原因，经过几个月的回访和数据分析，了解到了客户不回厂的真实原因，并根据几个重点问题制定了相应的招揽政策，已提高客户回厂率。

四、自身管理流程的梳理

能够获得厂家考核的认可，管理流程的管控是密不可分的，将技术培训与非技术培训结合，由服务部长牵头，进行综合培训，将日常的技术案例以及前台工作中遇到的问题进行系统综合的培训，服务经理组织全员进行服务流程的培训和演练，重点做好三位一体工作和服务流程的培训，做好内部考试记录，并做好体系工作梳理，严格按照丰田公司要求，做好内部管理流程的梳理，梳理出不足之处进行快速的整改，便于后期工作开展。

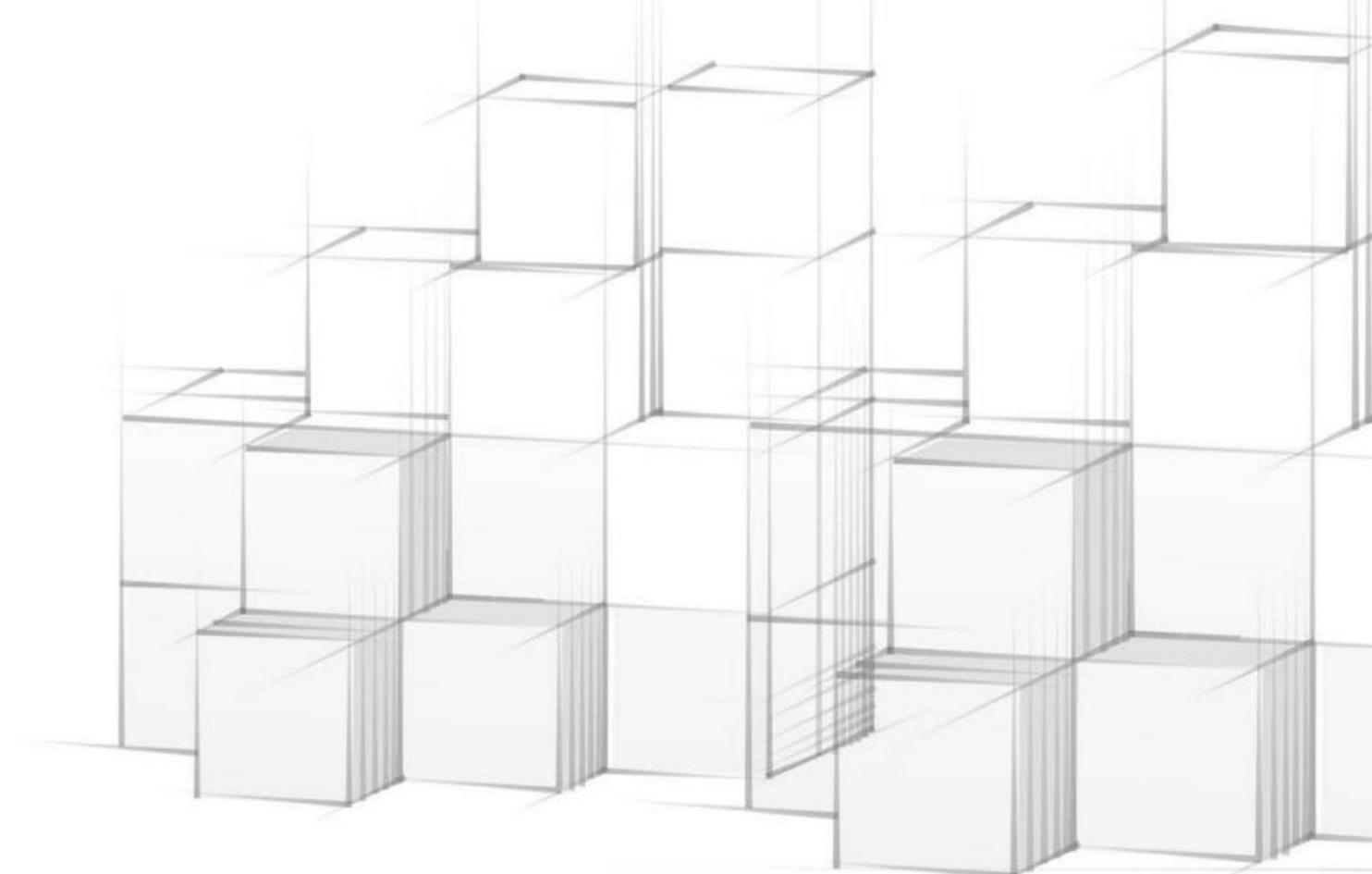
综上所述，一切成绩源自日积月累的努力，虽然我们还有很多的不足之处，但在未来的工作中，我们会扬长避短，秉承P.D.C.A质量管理的原则，将工作做到极致。请大家拭目以待！



Decoration **COMPLETION** **OPENING SOON**

集团商用车中集车辆园店 装修竣工开业在即

文 一汽解放青岛中集车辆园店 左怡



经过一个多月紧锣密鼓的筹划和施工，惠华集团在
中集车辆园规划的4S店装修竣工已具备开业条件。在集
团董事长的指导下，本工程由我方自主采购原材料，只
有人工外包，充分体现了精细化管理的原则，大大节约
了装修成本，仅牌匾一项即节约装修成本5万元。

中集车辆园集中了各品牌的商用车加盟，包括解
放、东风、欧曼、重汽、陕汽等，逐步形成卡车卖场的
格局。惠华集团中集车辆园店作为园区首家入驻单位，
将不限品牌开展销售、消费信贷、二手车贷款等业务，
打破以往经营模式，逐步实现卡车超市经营。借助中集
车辆园的东风，惠华商用车的路一定会越走越广阔。

PENTIUM AHEAD

奔腾进取不止

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 倪静

2015年整个汽车行业遭遇天花板，一汽奔腾品牌同样面临前所未有的挑战。从两店整合经营，到新团队组建磨合，在快速变化的市场环境中奔腾人不断进取、打拼。2015年一汽轿车厂家调整部分支持性政策的考核方式，从固定激励支持到按考核全国排名支持，经销商的精细化管理面临较大挑战。奔腾沈阳区域全体员工针对厂家考核项仔细研究，从展厅管理到DCC各项管理指标详细分解，量化到每位员工分别担当，最终在一季度取得阶段性胜利。

1、标准管理检查：成绩85分以上，给予车型奖励1系数；成绩95分以上给1.2系数；一季度奔腾沈阳区域成绩97.5分，实现多得20%返利；

2、DCC网站考核：全国185家经销商，通过对网站400电话接起率、文章发布及新闻推送数量等若干项考核，排名全国前17名，易车、汽车之家分别给予第一档返利支持政策；

3、经销商销售竞赛，将全国经销商按销量划分为15组，通过环比上月销量+本月完成增加比例得出数据进行排名；奔腾沈阳区域排在第三组，获得“马到成功奖”45000元。

通过短时间磨合，两个销售团队人员已快速融合。奔腾沈阳团队将团结一致，进取不止！



PRECISION MARKETING, FINE EXECUTION

精准营销、精细执行

文 大众朝阳店 刘颖



车展时间：2015年4月27日-2015年5月3日

车展地点：朝阳市体育场

在朝阳地区车展可谓是购车客户心目中最优惠、最具吸引力的购车下单时刻，大部分购车客户会选择车展前持币待购等待车展的到来。以往朝阳车展都是以销售结果为导向，忽略车展期间经销商企业的品牌建设、形象推广，但是世界在变、市场在变、客户在变、竞争者在变，如果客户只知生产厂商品牌而经销商企业无法被客户熟记无疑是错失持续营销的良机。

在不断变化的形势下，大众朝阳店为参加朝阳车展制定出“精准营销、精细执行”的车展要求，车展期间不仅制定各类型全方位营销方案，各部门紧密配合更将惠华企业文化传播至购车客户脑海中。

分析库存

车展前期对在库库存、在途库存、订单情况进行梳理，并且结合厂家当月STD、AAK任务及风险车型进行预警，制定出重点攻略车型。做到车展前销售目标明确。

制定任务

结合库存分析及往届朝阳车展历史销售、集客量数据，大众朝阳店设定了三项具体目标：

1. 车展期间集客1000组；
2. 车展期间订交车160台；
3. 老款速腾清库。

并且要求销售部4月、5月整车销量、精品产值、新保率、贷款渗透率超额完成集团目标。

确定营销政策

结合一汽-大众厂家“质惠双重礼”主题活动，大众朝阳店推出“质惠双重礼 车展更惊喜”主题活动及相关政策：

1. 车展期间购车在享受价格优惠的基础上更可以享受保险赠送、二手车置换补贴、贷款贴息优惠政策；
2. 车展期间推出10台精装车，针对装车加装精品进行话术整理及销售顾问培训；
3. 车展期间惠华大众朝阳店老客户带亲友、同事成功购车，购车双方均可获赠精美礼品；
4. 针对教师、医务工作者等“车改”群体客户可在已有优惠基础上再次享有“车改”优惠政礼。

营造氛围

四线城市车展一般很难获得厂家展具支持，大众朝阳店在一汽-大众厂家领导的帮助下申请到了E类车展展具及运营支持，为了让客户有更好的选车空间及洽谈氛围大众朝阳店在

支持基础上增加了地台、LED屏幕等硬件项目。

为了让客户能够更好的参与进入车展状态，车展期间大众朝阳店准备了丰富的主题活动吸引客户订车、购车。

1. 新速腾揭幕—利用车展第一日热度及新速腾上市传播宣传，进行车展现场新速腾亮相揭幕仪式，揭幕仪式不仅吸引了车展现场客户的关注更为速腾车型的销售打下了良好的基础；
2. 销售总监签售会—以销售顾问为载体针对意向客户进行聚拢，以“小团购”活动形式进行销售总监签售；
3. 车展砍价团—销售顾问针对意向客户进行销售回访及砍价团活动邀约，活动现场邀请主持人进行收取定金砍价活动；
4. 二手车现场置换评估—车展现场置换意向车主只要说出车辆品牌、车型、配置、颜色、购车时间、行驶里程、保险时间等基础信息即可获得集团二手车评估师置换初步评估价格，免去了客户车辆到达车展现场不便、到店较远的困扰，增加了二手车评估量；
5. 车改团购会—针对“车改”客户群体进行车辆团购活动，促进车辆销售。

除了以上主题活动外，活动期间车辆贷款、车险常识、维修保养讲座、“车震”演示等活动更是全天不间断循环宣導。

保证了以往车展的经验，大众朝阳店春季车展在运营保障方面增加以下措施：

1. “结对子 互相帮扶” 车展订车客户店内安排专人交车，减少客户等待时间，提高客户满意度；

2. 车展现场安排专人进行客户登记、礼品发放提高留档量，为后续营销提供客户资源；

3. 利用一汽-大众代理公司外聘工作人员进行DM宣传单车展现场发放降低活动费用；

4. 异业联盟让客户在炎炎夏日进入大众朝阳店展区有冰爽饮品可品尝；

5. 安排专业夜间值班人员进行展区夜间值班，确保车辆安保，降低销售人员工作强度；

6. 增加现场突发事件应急处理小组，将现场突发事件最优化、最迅速处理。

7. 安排专业夜间值班人员进行展区夜间值班，确保车辆安保，降低销售人员工作强度；

8. 增加现场突发事件应急处理小组，将现场突发事件最优化、最迅速处理。

9. 安排专业夜间值班人员进行展区夜间值班，确保车辆安保，降低销售人员工作强度；

10. 增加现场突发事件应急处理小组，将现场突发事件最优化、最迅速处理。

11. 安排专业夜间值班人员进行展区夜间值班，确保车辆安保，降低销售人员工作强度；

12. 增加现场突发事件应急处理小组，将现场突发事件最优化、最迅速处理。

13. 安排专业夜间值班人员进行展区夜间值班，确保车辆安保，降低销售人员工作强度；

14. 增加现场突发事件应急处理小组，将现场突发事件最优化、最迅速处理。

15. 安排专业夜间值班人员进行展区夜间值班，确保车辆安保，降低销售人员工作强度；

16. 增加现场突发事件应急处理小组，将现场突发事件最优化、最迅速处理。

17. 安排专业夜间值班人员进行展区夜间值班，确保车辆安保，降低销售人员工作强度；

18. 增加现场突发事件应急处理小组，将现场突发事件最优化、最迅速处理。

19. 安排专业夜间值班人员进行展区夜间值班，确保车辆安保，降低销售人员工作强度；

20. 增加现场突发事件应急处理小组，将现场突发事件最优化、最迅速处理。

21. 安排专业夜间值班人员进行展区夜间值班，确保车辆安保，降低销售人员工作强度；

22. 增加现场突发事件应急处理小组，将现场突发事件最优化、最迅速处理。



佳宝 V80 警车霸气十足

JIABAO V80
THE POLICE CAR
DOMINEERING



文 一汽吉林店 王伟

随着股市牛市的到来,很多人实现了财富的增值,而对于丹东市公安局的广大干警来说,最幸福的不是马上有钱,而是马上有车!

继2013年8月丹东市公安局购置首批佳宝V80警车后,通过我店郭吉红总经理长期的亲自走访和商谈,今年4月8日该局与我店再次签订39台佳宝V80警车的采购订单,订单签订后,郭吉红总经理积极与办事处及厂家领导沟通给予优先排产,成功于4月30日完成了此批车辆的交付。

丹东市公安局此次采购的39辆佳宝V80主要用作基层公安、边防派出所的警务用车,交车现场佳宝V80警车大队霸气十足,整齐划一的佳宝V80警车整装待发!

坐骑更新换代,而今,满城蓝白相间统一涂装的全新佳宝V80警车俨然成为丹东“城市的流动名片”!佳宝V80,威武啊!!



奥迪丹东店大力开展借势营销

AUDI DANDONG VIGOROUSLY CARRY OUT THE MARKETING OCCASION

文 奥迪丹东店 李英男

借势营销是将销售的目的隐藏于营销活动之中，将产品的推广融入到一个消费者喜闻乐见的环境里，使消费者在这个环境中了解产品并接受产品的营销手段。具体表现为通过媒体争夺消费者眼球、借助消费者自身的传播力、依靠轻松娱乐的方式等潜移默化地引导市场消费。换言之，便是通过顺势、造势、借势等方式，以求提高企业或产品的知名度、美誉度，树立良好的品牌形象，并最终促成产品或服务销售的营销策略。

进入2015年后，汽车市场行情下滑较为明显，来店/电量下降幅度较大，给销售工作带来了较大的困难。经过销售部、市场部深入研究后，我店决定通过异业联盟、资源共享等形式，开发新客户、增加来店/电量，提高知名度，促进销量提升。



异业联盟：2015.04.12“奔跑吧科技走进奥迪4S店”活动在奥迪丹东店展厅展开，由天才宝贝早教中心主办，天才宝贝是丹东地区规模较大、师资力量较为雄厚的早教中心之一，客户以年轻白领，具有一定经济实力的家庭为主。符合潜在客户群体，活动当天到场家庭14组，共计32人次，留资6批。

资源共享：2015.04.16奥迪A3小剧场活动空降奥迪丹东店，为了使活动效果达到最大化，结合话剧主题《筑梦画师》，销售、市场部多次会议沟通，最终决定与丹青画室进行合作，在活动当天，邀请丹青画室学生在店内举办一场绘画比赛，此次活动得到了丹青画室的大力配合，当天学生到场60人左右，家长到场人数达到80余人。在非常成功的举办此次活动的同时，也对奥迪丹东的品牌宣传起到了非常好的效果



制造噱头：2015.05.16-05.18奥迪A6L彩车巡游丹东站正式开始，十台色炫彩车打造丹东市最耀眼绚丽的街景。为期三天的彩色车队巡游，走遍了丹东市的各条主要街道。成为当时丹东市最热议的话题，车队途经、驻足的地方，吸引了众多市民拍照、合影。为奥迪丹东店在丹东地区的宣传添了浓墨重彩的一笔



IDEAL CREATION IN THE FUTURE

理想 创造未来 ——记红旗H7 1.8T车型上市活动



文 一汽轿车沈阳区域红旗店 陶研

2015年4月26日，主题为“理想 创造未来”的红旗H7 1.8T车型上市活动在沈阳新都绿城喜来登酒店顺利举行。

红旗 理想创造未来

上市当日，一汽轿车销售有限公司红旗服务部部长刘天抒先生在现场发表致辞并与辽宁惠华汽车集团副总经理戴爽女士及沈阳惠华红馆汽车销售有限公司品牌总监范静女士一同启动了红旗H7 1.8T的上市仪式，澎湃动力与安全舒适并存的红旗H7 1.8T车型在沈阳站正式登陆发售。作为中国一汽红旗汽车辽宁省唯一授权经销商，沈阳惠华红馆更会与红旗品牌一起创造未来！

红旗 1.8T触手可及

一汽红旗根据大量调研数据和用户的实际驾驭体验，以及对私家车市场的精准把握，在2015年开年之际带来了兼具红旗纯正血统与比肩国际豪华轿车品质的红旗H7 1.8T车型。此次上市的两款车型，分别为红旗H7 1.8T技术型和红旗H7 1.8T豪华型。其售价区间在24.98-27.98万元。动力方面，新车搭载了中国一汽自主研发的全新1.8L直列四缸增压发动机，最大功率可达138千瓦，最大扭矩更是达到了260Nm，具有中低速大扭矩，低油耗的特点，与之匹配的是6速手自一体式变速器，同时匹配先进的底盘悬挂系统，大大提高了车辆行驶过程中的平稳性。舒适性方面，红旗H7根据用户实际的用车体验进行了大量细致入微的优化，一键启动、座椅加热及通风功能为驾乘者带来更为舒适的驾乘感受，车内采用三温式自动空调，保证了车内恒温设定和空气流通，13个BOSE扬声器，数字电视，8英寸触摸屏，让豪华享受真正做到“触手可及”。

红旗 我们伴你成长

沈阳惠华红馆在开业的近一年来，随着一汽红旗的不断进取而成长进步，在经历了大大小小的车展和举办各种活动后，红馆团队不断的自我总结与自我完善都对本次红旗1.8T上市活动的顺利推进产生关键性的影响。在本次活动的前期准备阶段，红馆全体人员多次开会研究讨论活动内容及对各个环节认真反复思索考虑；在活动当日，现场设计的创新互动环节很好地带动了现场的整体氛围。沈阳惠华红馆在此次活动的举办过程中充分表现出了惠华集团的“诚信为根，协作为本，创新为魂，勤奋为路”的精神！

红旗 理想展翅飞翔

红旗H7 1.8T沈阳的上市活动，不但预示着红旗品牌又一次得到了辽沈地区人们的认可与支持，同时也代表着沈阳惠华红馆在辽沈地区的品牌推广上获得了一定的反响。我们坚信红馆定会通过自己的不断努力与进步，让更多的人认识红旗，了解红旗，信任红旗，让红旗成为国人购车的首选！



NET PIN IS A PROTRACTED WAR

网销是场持久战

文 奥迪丹东店 王馨梦

2015年1-5月，奥迪丹东店整车销量137台，同比增长12%，网络销售31台，占比23%，同比增长210%，随着2014年底整体豪华车市场竞争越演越烈，单纯的店头活动和车展促销已经无法吸引更多客户的眼球，网络销售的先行者们也在这期间尝到了甜头，奥迪丹东店总结之前网销工作中的经验，在2015年初对网销工作作出了全面的调整和规划，为网销业务的显著提升做出了重要的推动作用：

一、网销小组架构调整

根据销售顾问电话谈判录音的监听以及对个人性格和行为方式的观察，将两名具有优势的销售顾问调整为网销顾问，负责400电话的接听、客户邀约、后期跟踪等整个流程的工作。增强网销组长的监督和管控职责，对网销小组进行流程的监督和指导。通过这样的调整，细化了每个岗位职责和考核目标，使员工更有方向感和规划感的进行高效的工作。

二、网销流程的调整

从2015年1月起，网络小组发现网络电话来电量同比降低48%，并且咨询质量下降，所有来电中56%为询问售后电话或问路电话，网销小组迅速向销售总监反应问题，并和市场部共同分析原因，发现是在网络报价上过于保守，与同省相比报价颇高。在发现问题后迅速做出了流程调整，由网销组长每日跟踪省内最低报价，与销售总监共同制定网络报价和网络软文营销方案，并报告给市场部，市场部根据销售部给予的方案进行价格发放，每日调整，坚持不懈。经过了2月的春节，从3月起网络电话咨询量回暖，4月来电量大幅度提升，同比3月提升72%，当月网销销量达11台，网络销售占比37%。

三、网络报价全员灌输

由于网络报价作为吸引客户的噱头，与实际展厅报价存在很大差异，许多客户不了解实际情况，如果报价过低没有合理的解释容易失去客户对我们的信任，所以针对每次调整网络报价，网络组长会制定出能够以此价格购买的方案，并向员工进行宣导，在客户询问时能够给予合理的解释，化解客户的疑虑，从而达到吸引客户，提升销量的效果。

今年年初集团组织了一次关于网络销售的分享培训，我们通过对马自达店网销经验的学习，建立了更加科学的方法和明确的目标，也增强了信心。有了加倍的努力，在网销这场持久战里，我们相信成功终将属于掌握合理方法并坚持不懈的人！

NETWORK MARKETING EXCELLENCE

网络营销 精益求精

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 吴娜

2015年的上半年马上过去了，虽然短暂却是我人生的里程碑，因为这是我带领惠华奔腾店销售团队的第一个自然年，回想初带团队时的青涩，领导给予的信任与期望，惠华大家庭里伙伴们给予的帮助与鼓励都历历在目！2015年一汽厂家对全国的奔腾经销商实行排名制支持的政策，各家的网站费用先行垫付，每季度按照排名来返相应的金额，和2014年的全额支持相比，增加了很大的竞争力，针对厂家的政策我马上调整了网络管理的模式，全国共计185家的经销商，每月竞争非常激烈，总结这半年虽有不足却不乏亮点：感触最深的就是网络营销。

由于惠华奔腾店的地理位置相对沈阳市的汽车销售固有商圈较偏，再加上3月份东陵路施工限行的影响，使得购车群体整体西移。在这样的不利局面下，现代通讯设施，新媒体平台是我们最重要的销售工具，也是最有效的销售武器。

所以从2014年末就开始着手完善、改革DCC的运营：

1. 在人员组织架构上进行细分并设立新岗位

设立DCC主管、网络维护专员，细分为易车订单专员、易车电话专员、汽车之家订单专员、汽车之家电话专员，均由销售经理直接管理。

网络维护专员保证了DCC后台的良好运行，并将运行中出现的问题及时汇报给DCC主管。4位专员有了后台的保障可以更加合理的完成工作，节省时间提高工作效率。

2. 网站管理

1) 设定目标：对排名、留档率、集客占比、邀约到店率、到店成交率、月销量占比进行合理并有挑战的量化。

2) DCC与展厅关系：DCC网络单独分开、DCC和展厅价格统一、展厅人员优先、车展任务高于展厅、车展成交不算DCC销量。

3) 工作要点的梳理：针对维护专员、电话专员、订单专员详细梳理了工作流程，设立了工作要求。

3. 绩效方案

针对两个网站的分工制定每个人的绩效方案，赏罚分明，促使DCC专员对待工作积极主动。

4. KPI数据管理

每个月对数据进行总结，对先期设立的量化目标进行详细对比分析，及时发现成功与不足。

近半年来通过以上改革与完善，取得了可喜的成果。易车、汽车之家在普通版的情况下，两个网站均排在全国前20名，拿到第一档的返利，同时也带动了部门的整车产值以及衍生利润。

取得这样的进步离不开整个销售团队的拼搏与奋斗。然而好的成绩即将成为历史，销售没有终点！我和我的小伙伴们将以崭新的面貌再创佳绩！



3000万
纪念版，全车系感恩上市

礼赞300万车主信赖

奥迪全系纪念版车型感恩上市



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

二十四救援热线：02488448417

丹东惠华新业汽车销售服务有限公司

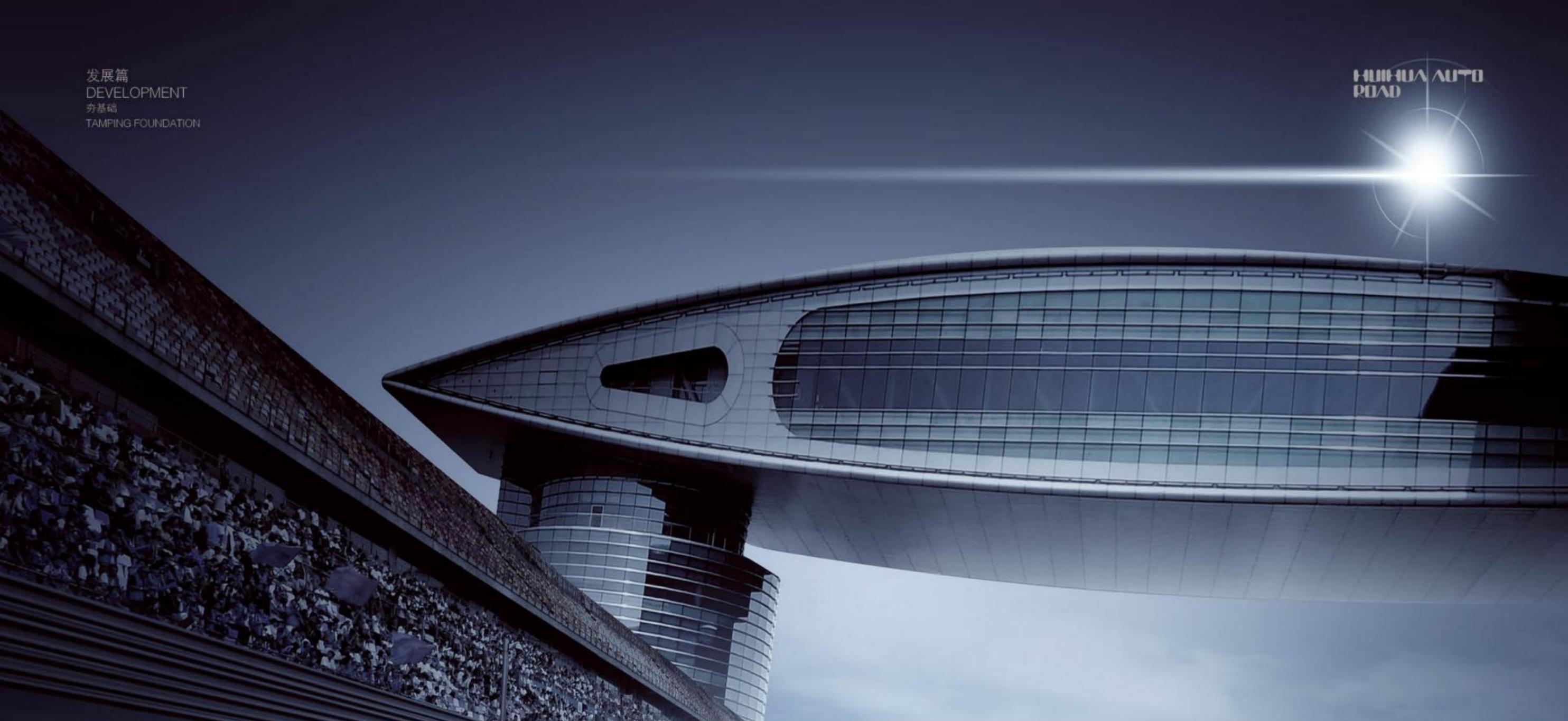
地址：丹东市振兴区汤池镇集贤村胜利街
电话：2415-2598888

二十四小时救援热线：0415-2595599

辽阳惠华汽车集团销售服务有限公司

地址：辽阳市繁荣路中段（家俱城西300米）
电话：2419-5568888

二十四小时救援热线：0419-5568999



新建店 新思想 新管理

**NEW IDEAS
NEW MANAGEMENT
NEW STORE**

文 解放新疆店 苏晶宇

解放新疆新建4S店于2015年3月正式开始营业，截至目前已经历一个季度，随着销售与服务团队规模的扩大，如何帮助团队成员快速适应角色、提升团队凝聚力，如何快速发展市场，种种亟待解决的问题向管理者提出了更高的要求。

销售篇

销售团队是一个老团队，员工的入司年龄都有4年以上，从最开始的彩钢房走到今天的4S店，团队成员都亲身经历了这一段艰辛的过程，销售团队的员工也从刚入职时带着一丝稚气的大学毕业生发展至成家立业的年龄。环境的变化会带来思想的变化。需要管理者用全新的眼光面对这种变化并给予及时的帮助。

一、管理者要心口如一，鼓励骨干坚持就是胜利

3月份解放品系陶总进疆，提出为彻底缓解新疆区域大、知名度低的困境，每年都要攻克一个重点市场。并要求解放新疆店2015年主攻巴音郭勒蒙古自治州库尔勒，打响库尔勒战役。该市场前期一直由解放新疆店一名蒙古族小伙子巴依尔进行走访，今年在重点市场确定后，巴依尔主动提出要阶段性长期走访。今年虽然市场回归理性，但库尔勒仍然有天然气运输与危险品原油运输等需求，自3月份以来巴依尔通过坚持走访库尔勒各个天然气运输公司、加气站，已与3家合作运输公司建立合作（签订一汽汽车金融运输协议）。天然气运输大户、加气站老板也慢慢与这名蒙古族小伙子建立了信任，通过近三个月的坚持，实现3头3挂的贷款，牵引6台牵引订单（含贷款），还有5头5挂贷款一项。这是坚持的结果，开发一个区域市场就要下苦功夫，不真正的沉下去就不会有效果，为实现这样的效果，管理者更加应该从行动与思想上给予员工更多的关怀。

二、转变销售思想，要有过苦日子的决心

2015年销售市场受国家大环境影响，商用车市场出现下滑，这是客观存在的原因，但绝对不是公司销量低的借口。市场井喷时大家都忙的不亦乐乎，天天忙于用户成交与提车。但市场不井喷时我们应该做什么？是在店里等客户上门咨询，过着做一天和尚撞一天钟的生活，还是利

用市场淡季时主动出击去做一些旺季时无暇顾及的基础工作，例如沉下心来对自己已成交的用户进行全面细致的回访，动用私人关系开发潜在用户，多在合作运输公司驻扎，与运输公司多一些交流？这些都是淡季必须要去做的。

当下经营收益日益减少，挣的是毛利，花出去的却是纯利，如能减少一些不必要的费用，为企业为公司省下的也是为自己省下的。在二季度销售部对办公车辆使用进行有效控制，尽量减少办公用车使用频次，尽量增加部门合用车辆，例如服务外出救援与销售宣传跑市场同行。开始时会有销售或者服务人员不理解，作为管理者需要与大家讲明原因，节约费用创造更大的收益，这是企业生存根本之道，企业平台如果不在，个人的收益也不复存在，企业与员工就是这样唇亡齿寒的关系，共患难更能提升团队凝聚力和战斗力。

三、管理者要多为员工着想，给机会、多引导

员工满意度始终是一个企业的生存之道，作为管理者要想想法为员工着想，本着多劳多得的前提来提高员工的收入。5月份，解放新疆店在品系陶总的指导下，重点开发备件的社会市场销售，由于新疆地域大，销售人员在走访时可以一起走访备件商店、维修厂等，对销售备件的业务人员可以进行激励，一职多责的工作思路在今后的工作中会越来越司空见惯。

服务篇

服务团队在3月中旬正式组建，集团下大力度进行帮扶，由集团解放品系总经理助理王晓光亲自带队，奔赴新疆搭建解放新疆店服务团队，这个如初生婴儿一般的团队创造了维修产值逐月提升的奇迹，3月产值10余万、4月产值20余万、5月产值30余万、6月冲击40万……数据给团队带来了希望与斗志。王晓光、袁建清、杜永生是服务的三驾马车，自3月至今他们由于在店内住宿几乎周末都没休息，始终奋斗在前线。服务前台与维修技师们亦是如此，阶段性成绩是大家共同努力的结果。

一、新团队高频次一对一沟通尤为重要

服务团队的组建是结合了西北与东北的文化，有经

验与无经验的碰撞。服务维修的专业性非常强，尤其开业初期更加要逆势强启动，向维修要效益，在这种服务创造未来的高压之下，从管理层到员工都肩负着巨大压力。服务管理层经常与一线服务人员进行一对一沟通，服务团队大部分都在店内住宿，沟通起来也很方便，服务前台、备件、维修徒弟都是新组建的一支队伍，经过管理层不间断的沟通最大程度上缩短了磨合期，拉近了团队成员之间的距离，减少了工作中的摩擦。

二、打造专业、职业、敬业形象

电视剧《亮剑》中曾经有句话：一个部队的战斗作风与战斗力往往取决于这支部队组建时最高指挥官的性格。服务团队亦是如此，维修班组建立初期，徒弟跟着技师师傅学习专业的维修技能，师傅的一举一动、言语行为都在迁移默化的影响着徒弟，惠华集团要建立新疆唯一一家专业、有实力的解放4S店，要与众不同就要改变一些社会修理厂的工作作风与习气。服务技师的帮扶人员在业务初期就坚持着高效高速的维修原则，为徒弟做出重要表率。身教重于言教，帮扶人员论专业性是在解放品系服务的佼佼者，职业化和敬业程度更加体现的淋漓尽致。几名集团帮扶的维修技师多次维修加班至凌晨3、4点钟，早晨8点（相当于北京时间6点）即开始在工位进行维修的情况更是屡见不鲜。管理层并没有正面要求加班或早起，但帮扶技师的工作主动性确实给所有成员上了一课。

三、只要员工有学习意愿，我们一定全力培养

服务人员的流失是每一个服务站的损失，作为企业我们服务管理层首先要表明态度，只要员工有学习意愿，我们一定全力培养。培养一个人的成本是昂贵的，尤其培养服务维修专业技能的成本更加高昂，但是我们不会纠结于可能会造成人员流失而不全力培养。我们始终向员工传达惠华集团培育人才，为人才搭建平台的企业文化，以及愿意为员工交“学费”的理念，让维修人员切身地感到家的归属感。在这种“家”的气氛的感染下，与我们合作的外部保安公司的一名队员毅然申请加入到我们的服务队伍，对于这种认同公司文化的维修人员我们更是全力以赴地培养与关注。

行政篇

行政管理琐碎复杂，需要细心谨慎，更需要持之以恒。尤其建店初期的行政管理必须要重点抓并且一抓到底，管理者要作为第一责任人负起责任。

一、员工宿舍作为重点对待，宿舍是大家的家

宿舍半军事化的标准在3月份推出以后，我们每周进行一次宿舍管理例行检查，开始是每周固定时间检查，之后是不固定时间检查。值得欣慰的是6月份的不固定检查时，我们看到宿舍的“豆腐块”依然有棱有角，宿舍卫生已经真正意义上形成常态化，这是管理层坚持检查的结果，更是每一位住宿员工坚持保持环境卫生的结果，正是所有惠华家人的努力才换来现在干净明亮整洁的宿舍环境。

二、管理层每日早会的坚持，向时间挤时间

品系陶总3月进疆帮扶提出管理层9点（相当于北京时间早7点）早会制度，在上班前的黄金时间多增加一个小时的管理层交流，以进行部门与部门间的沟通，回顾前一天工作完成情况并部署当天需要执行的工作，同时需要与集团各职能部门以及与一汽厂家沟通的工作也在黄金时间进行沟通，大大提高了工作效率。坚持到现在早会制度成为一种习惯。每天抢出这一小时，一年就增加一个月的工作时间。新建店需要快速提升融入市场，向时间挤时间才能有成效。

总结篇

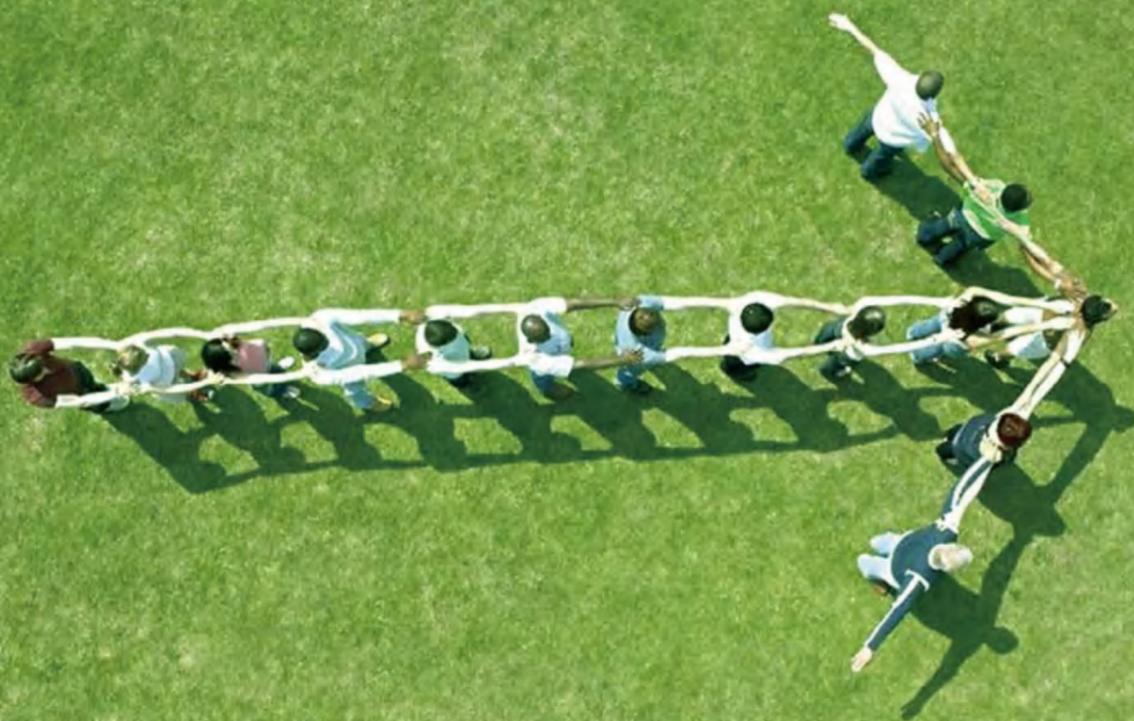
解放新疆店自3月正式投入4S店运营，团队从原来的十几人瞬间扩充至几十人，从一个部门变成四个部门，借助部门之间交流和沟通，秉承着在新疆地区打造一个全新的解放精品店的奋斗目标，我们最大程度地缩短了磨合期。每个人都明白只有公司强大才能让每一个人强大，舍小家为大家的道理，打铁还需自身硬，管理的改善和业绩的提升凝聚着每一位解放新疆店的家人共同努力付出的汗水。今后要走的路还很长很远，我们共同努力一起加油！



BUILD THE FUTURE OUR WILLS UNITE LIKE A FORTRESS.,

众志成城，共筑未来

文 解放丹东店 程伟



2014年4月，解放丹东店正式通过了一汽解放销售公司的验收，服务部下发TDSV2账号，服务板块业务在大家期盼下，拉开了帷幕，但半年的努力下来，并未达到预期的效果，年底服务部亏损43万，大家看在眼里，急在心上。为了能在2015年打个翻身仗，陶总亲自抓服务，多次服务会议，从管理层到员工都感受到了担子前所未有的沉重。

一、挖掘问题，寻求突破

结合各部门建议及总结客户反馈，经过多次会议的讨论，服务部深挖存在的主要问题，归纳为：渠道窄，维修慢，进店大修车辆少。明确目标后，各岗位仔细分工，各负其责，一场无声的“战斗”开始了。为了能最大化发挥4S店的优势，从厂家索赔上更好的提升客户满意度，有效的拉动客户的回店量，在东港、凤城、孤山等主要的客户集散地建立合作二网，使客户“不用东奔西走，修车就在家门口！”增加了厂家的三包索赔的同时，也提高了客户的满意度。增加合作机制，在宣传品牌的同时对店面也有一定的宣传作用，很多客户主动找上门维修。随着维修工作的增加，备品的销量也较同期高了许多，备品单月产值最高达到3万。

二、以资源换资源，提高事故车产值

随着销售部新保车辆的增加，合作的人保和平安两家保险公司的保费越来越高，陶总及时抓住时机，带队与保险公司业务及送修人员确定了以保费换事故车，了解了社会保险送修的“潜规则”，服务部也制定了相应的保险提成绩效方案，双管齐下的政策立竿见影，1-5月份，保险公司的送修台次达到15台，事故车产值为12万，是2014年

全年事故车产值的171%。

三、加强维修技能培训，强化自身

随着业务量的增加，服务维修的速度和维修技能问题也逐渐显露出来，5月份送修的事故车一台接一台，台台都是大修，换驾驶室，抬变速箱，车架变形，服务部维修人员共3人，大工小工各一名，加一名钣金工人，在众多工作聚集在一起时，维修人员明显捉襟见肘，但在重压面前，没有人退缩，也没有人抱怨，能看到的是他们小小的身影在撞击变形的卡车中间穿梭，客户着急要车，他们比客户更着急，吃顾不上吃，下班最后走的还是他们，一专多能，不再分工种，哪里需要修就忙到哪里，连续一个半月的加班，最终换来车辆纷纷重新投入运营，客户满意而归。

在工作中我们奋力向前，冲锋后我们总结经验，维修工之间相互讨论，共同学习，部门也多次内部培训，不会的我们就虚心请教，我们深知打铁还需自身硬，工作中我们愿意低下头，向前辈学习，只为了能在客户面前抬起头，挺起胸，告诉他们，解放丹东服务部可以信赖。

功夫不负苦心人，2015年，在领导的正确带领下，在兄弟部门的支持下，在我们共同努力下，解放丹东店服务部终于迎来了属于我们的“春天”，从1月份起，扭亏为盈，2月-5月一直是盈利状态，在集团的服务部KPI考核中名列第一。感谢集团和领导对我们的鼎力相助，在最困难的时候不抛弃，不放弃，才会有今天的收获，解放丹东店服务部也会低调的一路向前，为成就梦想，众志成城！

NEW HOPE FOR A NEW START

新的希望 新的开始

文 马自达店 吕德敏

在销售战线，还有什么比销量增长更令人欣喜呢？2015年初的马自达店销售部每一个人都品尝到了这个喜悦。马自达店2015年1-4月业绩较去年同比销量提升39%，贷款渗透率、精品单车产值、二手车、分别提升35%、18%、25%，保险新保率也提升了6%。马自达店销售在最近几年的起伏变化中终于稳定下来，这个小小的增幅也许算不上什么成绩，但是对于销售部全体员工来说，却是极大的鼓舞。总结这崭新的4个月，我们共同收获了很多：

一、新团队新气象

2015年的马自达店销售部可以说是个老基础上的新团队，销售顾问90%入职不超过1年，其中70%仅仅不到半年，DCC网销组全员100%更换，内勤、储运等支持人员的变化在50%左右。

对于销售工作来说，这样的团队也许在经验和技巧上有所不足，但在斗志和热情上更胜一筹。2014年10月份团队就已经开始夯实销售基础工作，我们每天固定在晚6:30以后下班，每周2-3次的精品、流程及业务培训是雷打不动的。培训的形式也有所不同，有些是正规严肃的课堂传授，也有些是展厅内实车演练，还有一些是趣味抢答和分组竞赛。你能想到吗？我们对每轮优胜者的奖品是桔子、小浣熊干脆面和蛋糕，这些东西不值钱，但大家争抢得很积极很认真，学习氛围快乐轻松。良好的气氛尤其体现在备战厂家明检前夕，每个人都要背熟N多项绕车演练、交车流程、试驾流程及笔试提纲，下班后大家在一起集中背题，轮流过筛子，接受销售经理和主管的逐条检核，内勤支持人员陪同销售顾问背诵演练，自检通过的奖励是经理给买的一支可爱的大冰糖葫芦！在夜幕笼罩下的宽大展厅里，我们一起奋斗着，在这一次次的摸爬滚打中，新团队在磨合，技巧在提升，各项厂家考核成绩在进步，而我们每一个人都在其中体味着成长的喜悦和业绩的收获。

二、折腾是一种常态

4S店销售行业生存环境愈加艰难，正如集团董事长所讲，这是一场行业洗牌的过程，是必然的理性回归的大趋势，因此我们在顺应大势的前提下，只有想尽一切提升销量的办法才能得以生存。2015年1-4月，我店共进行车展6场，店头活动10场，试驾会2场，各项活动总计21场，累计收获集客846批，为上半年销量保证奠定了坚实基础，同时我们与团车网、汽车达人等客户平台合作，尽可能以最少的成本获取更多的客户资源。比如汽车达人这样的新生客户端销售平台，我们在试用时就给予了很大重视，领先同城对手店与其签订了合同协议，并且要求销售顾问回复率必达60%以上。从今年2月份合作以来，共计成交来自该平台的客户资源10台，虽然这个数字不大，但这可是免费来的馅饼，这10名客户的集客成本是最低的。此外，在店总经理的指导下，我们进行的集中团购活动多是费用低的车市网或者直接就在店头做。既然每一场活动成交数量多少的关键是集客，那么我们就想方设法去完善每一名潜客的回访邀约，所以虽然在集客数量上我店不占优势，但是从成交率看我们明显高于同城对手店。

在马自达店，我们每一周都有集客促销活动，随着天气渐暖，店头活动与车展交叉重叠的周末也逐渐成为一种常态。事实再一次证明，在客户自由选择的买方市场条件下，只有不断的进行各种折腾，才可能更多地影响客户成为我们的用户。

三、明确奖罚，无规矩不成方圆

说句土话，销售部的管理工作就像是按下葫芦起来

瓢。从客户接待到成交、从邀约到回访、从录入到出库，销售工作是由多项琐碎的环节所组成的，看似就那么几个流程、几项业务，但做得越细才能越全面也越严谨。对于销售部每一个岗位的人员来说，常见业务中出错只能说明责任心的强弱，对这份工作是不是用心，所以处罚也就成了必要手段。在马自达店，销售出库人为错误50元/次、置换或大客户资料迟报20元/天/次、展车卫生及摆放不符合要求10元/次、回访率不达标50元/次、接待值岗空岗10元/次、集中录入合同未录30元/次等等，这些肯定不是被员工们所欢迎的，但却是最简单也最有效的办法，员工们在不情愿中接受了这个事实，一些日常业务质量逐渐提升，过后与员工沟通的结果是，其实管的严点也是他们拥护认可的方式，因为大家谁也不喜欢在垃圾堆里工作或生活。严谨和尽量避免出错是销量和厂家考核成绩提升的基础保证，作为基层管理人员，我们都不想让自己每天发疯似的一遍又一遍的督促、强调，而当团队里大多数人还没形成自觉习惯的话，那么好人不要当，这样的手段也不失为一种高效低耗的好方法。

马自达店是一个老店，她有许多优秀的作法积累并流传下来；马自达也许并不是一个强势品牌，但她有很多好的工具和指导方法。2015年1-4月份我们取得了一点点销量上的突破，这是与集团高层领导的战略部署安排与店总经理的关键指标掌控分不开的。成绩虽小，但却让团队中的每个人都看到了希望，树立了信心。我们都相信，2015年，这仅仅是一个开始！



GRASP THE QUALITY

OF LOANS, IMPROVE
PROFITABILITY

抓贷款质量，提升盈利能力

文 奥迪沈阳店 崔岚

2015年汽车市场竞争依然激烈，同城6家经销商使出浑身解数抢占市场份额。对于经销商来说，金融保险等衍生业务更是盈利的重要组成部分。

今年一季度，奥迪沈阳店贷款台次实现200多台，渗透率达到40%，同比增长超过100%。总结成功经验如下：

一、想要渗透率高先提升申报率

每周统计销售顾问的当月新增订单和贷款的提报订单，申报率要达到50%左右，因为客户个人征信需要调查，征信有瑕疵也可能被银行拒批，所以工作要做在前头，抢占先机，然后与各组销售经理分别做个人分析与提升方案；

二、提升贷款额才是利润的根本

去年汽车行业的打法是PK价格，一块肥肉变成了一把骨头。但是如今汽车市场不但要竞争还要看谁笑到最后，谁能盈利。那么从金融业务角度来看贷款额度越大，服务

费越多，经销商的利润才越多。所以我们制定贷款额任务挑战，以激励为导向，形成内部竞争环境，把提升贷款额变成工作中的常态；

三、苦练基本功熟练掌握厂家政策

奥迪厂家的金融支持非常给力，让广大汽车用户提前享受高品质的生活。金融产品多样化，不但能让有贷款需求的客户享受到低息甚至零息，还能帮全款客户理财，实现现金成本最大化。奥迪金融政策每季度都有更新，客户需求不同金融产品推荐也不同，而且利息补贴直接影响到销售价格。所以金融产品和价格计算是基本功，不能出一点错误，阶段性加强培训，甚至角色扮演不同身份背景的客户进行产品推荐演练，保证做到万无一失。

要数量也要质量，要渗透率更要利润，在竞争中只有不断领跑才能与成功更接近！



SERVICE TO WIN THE FUTURE

服务赢得未来

文 大众法库店 何朝志



打造出一个优秀的服务团队才能维系出好的客户群体，利用这些客户群体对我们的服务进行市场宣传才能不断的壮大我们的客户群体。在服务工作上，大众法库店服务团队一直秉承“坚持不懈的满足客户需求，永远追求卓越”的服务理念。

自建店以来，我店不断走访周边区域大客户。2013年我店与调兵山宝来、速腾车友会实现了服务接洽，四季度实现了该车友会的90余名客户进店维修、

保养、检测。2014年我们又与调兵山高尔车车友会实现了合作。2014年全年，我们坚持每月一次车主联谊活动或者爱车课堂活动来增加我店与客户的粘度，提升了调兵山地区客户的忠诚度。2015年5月，为了增加我店在调兵山地区的新车保有量，配合销售部举办了“新速腾上市品鉴会”。当日实现成交8台，其中3台来自调兵山的客户。

2014年我们根据厂家活动指导方案率先在调兵山市区举行了“惠华关爱随心行”的大型免费检测活动。虽然伴有雷雨天气，但是并未削减调兵山市广大车主的热情，当日实现检测并留存信息车辆共计43辆，再一次提升了我店在调兵山地区的知名度，且逾越了不能跨地区宣传的鸿沟。

在店内日常工作中，服务团队始终坚持“满足客户需求，永远追求卓越”的方针。2014年12月24日我店入厂一台宝来车（我店新增客户），客户反应该车行驶中熄火故障已经存在2个月了，在其它大众4S店维修过多次至今没有修好。此车辆故障迅速引起我店重视，服务总监亲自与客户沟通以消除客户疑虑，由技术经理负责带领全体维

修技师加班。由于车辆故障特殊，最终在第三日晚11时将车辆故障排除，客户给予了非常满意的好评。在与客户交谈过程中得知客户家族中有5辆一汽大众品牌轿车，通过本次满意的服务过程，客户承诺会将家族内大众品牌车共计5辆送至我店维修。客户满意才是我们最大的欣慰，通过此次事例，既帮助我们提升了维修技能及团队士气，又提升了客户对我店的满意度。我们虽然有付出，但相信付出终将会有回报。

2015年下半年我们将安排专人走访、跟踪陶瓷等企业大客户。遵循着不抛弃更不放弃每一位客户的原则，我们要严格执行一汽-大众服务核心流程，真正的用服务行动去感动客户。客户就是上帝，我们要满足顾客对我们的期望更要做到超出他们的期望，他们才能成为我们的忠诚客户，只有提高顾客满意度和忠诚度才能提高收益率，真正做到当地汽车行业“领头羊”，以服务行动赢得用户，以客户满意度开拓市场，以客户忠诚度赢得未来！



ACCURATE ACCOUNTING DO STRONG BACKING SPARE PARTS BUSINESS DEVELOPMENT

精准核算， 做备品业务发展的坚强后盾

——备品事业部财务团队介绍

文 备品事业部 杨静

随着惠华集团业务发展需要，2009年备品事业部正式成立。在集团的指导下，备品事业部财务部也相继独立。财务团队经历了备品事业部销量的数次飞跃，从开始的年销售额4000多万，到2010年一跃突破一个亿，2011年实现销量1.65亿；2012年是备品事业辉煌的一年，年销售额近2亿，鞍山备件直营店也独立出来；2013年利用集团引进的DMS系统，鞍山备件直营店不再设置财务人员，由本部财务监管；目前备品财务团队要负责备品本部、塔湾备件门店、鞍山备件直营店、乘用车备件门店四部分的财务工作。

财务日常工作比较繁多、琐碎，主要管控的方面有六个，分别为：

一、欠款信用额度的控制，备品事业部欠款销售占总体销售的70%左右，设置信用额度的用户有60多家，因此控制信用额度尤为重要。为了将风险控制到最低，基本上各个服务站及大用户没有余款都不发货，信誉良好的客户也是在一段时间内给予信用额度的支持，超期还款是不允许的，直至到现在，应收账款没有坏账出现。

二、往来核算对账方面，备品事业部往来比较多，每月需要核对的用户往来有150多家，核对供应商往来近20家，在核对用户往来的同时，出现暂时欠款的情况会及时提示业务部门，催收回款，到现在为止未出现因为相关往来产生的纠纷。

三、库存控制，备品事业部发展的几年间，销量在逐年升高的同时库存也在逐年升高，从700多万到现在的1600万，管理库存备件是重中之重。每月盘点或者抽点库存，对于库存比较大，出入频繁的，为了不影



整理出具盘点报告。对于超期库存，财务会及时提示业务部门并跟踪处理情况。近几年备品事业部的库存深度一直在2以下，符合集团要求的库存深度。

四、资金控制，近几年来资金管控越来越重要，对于采购需要的资金严加控制，控制其库存深度，符合要求可以采购；销售方面不提倡欠款，倡导现款提货，给予政策，加强资金回笼。在大家的努力下，目前基本无欠款。

五、内部控制，坚决按集团严格的内控流程执行，将涉及的内容落实到各个人员身上，哪个环节出现问题，按集团的绩效要求考核。

六、各网点监控，财务部门负责人定期去鞍山备件直营店、塔湾备件门店，到店查看日常的财务工作，盘点库存，严格按照流程操作执行。除了上述六部分外，财务团队会定期给业务团队提供相关财务知识的培训，对于业务团队提出的疑问耐心讲解，使业务团队能够理解财务管控的初衷，能够换位思考，相互沟通，相互交流，这样才能和谐相处。

备品事业部财务团队的成员比较成熟稳定，日复一日重复的财务工作并没有让我们掉以轻心，相反我们会更加仔细认真的对待每一份任务。我们是一个团队，团队需要亲密的合作，才能达到共赢。团队中需要有团队精神、团队意识的个人，这样的团队才是优秀的。

2015年在集团的推动下，备品事业部开展了乘用车备件板块，虽然现在还处于初级阶段，随着业务发展的需要，财务团队一定会涉及更多的内容，更多的项目，团队能力也会得到进一步提高。我们有信心会做的更好，为惠华的明天奉献自己的青春与力量！



PERFECT AIM AT
ABSOLUTE PERFECTION

文 一汽轿车沈阳区域红旗店 范静

臻于完美 止于至善

——记稳重干练的市场经理赵川

赵川于2014年3月18日入职，现任一汽轿车沈阳区域红旗店市场客服经理，在加入惠华集团之前，她曾在日系品牌工作四年。在年龄的分水岭和事业的转折点，她之所以选择惠华，是因为惠华的企业文化、集团优秀的管理团队和完善的学习平台；之所以选择红旗，是因为相信红旗品牌定会强大，同时也是对红旗店团队的热爱。“国人开国车，国车选红旗”这是每名红旗人的梦想。

红馆开业至今，已经开展46场营销活动，每一场活动团队都在一点一滴的向前进步。这种从量变到质变的化学反应，裂变的核心即源自极具凝聚力的市场部。记得在2014年圣诞夜的商超静态展示需要搭建一套迷你展具，由于场地的特殊要求，原计划24小时完成的内容，要赶在8小时完成。经反复沟通，其他红馆都认为工时肯定需要20小时。进场前期我们反复确认是否能顺利进行，赵川给我的回复始终肯定：“放心吧！领导！没问题！”搭建当晚她亲力亲为



跟着工人一起搬一起干，店里的其他员工也像商量好了似的，陆续的来到现场一起配合！大家一起趴在地上铺基材，一起动手铺地板，整个圣诞前夜大家都在努力着，一个部门凝聚了一个红旗团队。最后，整个圣诞期间静态展示顺利进行！

由于红旗厂家的特殊性，有许多申报的项目都只能在活动前一周知道具体的批复结果。活动规模都较大，而且涉及到前期预算与代理公司协商等许多细节上的问题。所以市场部准备工作总是非常紧张，许多内容都需要连夜赶制，车展更是需要通过关系提前预留车展位置。在这样的环境下，赵川不断地摸索着如何能更有效的提高工作效率，从中总结了许多有效的工作方法，使得市场营销活动更有序的进行。惠华红旗店总是能从厂家申报到多于其他城市的大型活动支持。

2015年基于厂家对市场部编制的考核及要求，以及市场部营销活动的增加，经集团批准后增加了一名市场网络专员。赵川虽然岗位经验很足，但是管理经验还是有一定欠缺。与总经理多次沟通后，她自己也在不断努力学习如何管理员工，如何拓展员工潜能，发挥员工特长。市场网络专员也渐入佳境，与市场客服经理紧密配合完成每场营销活动。“臻于完美 止于至善”，红旗精益求精的理念在惠华红旗人的身上得到了最完美的诠释。

转眼已进入2015年6月这个年度销售的高峰期，希望红旗店在市场与销售共同协作努力下，争创销售高峰。愿红旗店把更多年轻人凝聚起来，让所有红旗店的员工发挥各自的无限潜能携手共创美好未来！



突破
LEVEL OF
挑战
MEET THE CHALLENGE
超越自我
HUIHUA STAR

HUIHUA AUTO
ROAD



解放关爱，从心开始

FREE LOVE, FROM THE BEGINNING OF
THE HEART

文 解放沈阳店 刘勋



初夏的季节，伴着雨水和凉风，有时还会不经意间稍打寒颤，今天对于我们来说是个平凡无奇的日子，可却让他记忆如此深刻如此特别，因为从这一天开始，他拥有了朝思暮想的解放卡车，圆梦的他别提多乐呵了。

他，徐中伟，一位三十多岁的普通人，一直给别人开车，做梦都想有一台属于自己的车。勤恳努力，日复一日他终于下定决心自己当老板。选货车不像选轿车，车轮一转，关系着全家人的生计。小徐（请允许我们这样亲切的称呼他）也是看了几个品牌，可总觉得少点儿啥，心里不稳当儿。

这天早上7:20小徐就来到我们解放沈阳店（辽宁一汽）库区中，销售顾问王云龙首先接待，为他做绕车讲解同时建议上车试乘体验。小徐没多说什么，就是在车边转来转去，嘴里一直在嘀咕着什么，王云龙见状马上给储运员李军叫到客户身边一起给客户讲解。小徐是个细心的人，而我们李师傅也是个耐心的主儿，他把库里六七台车全部都打着运行发动机，让小徐听发动机的声音。

小徐在道依茨的轰鸣声中穿梭，如在欣赏一场音乐盛宴。“老李大哥，你看这机器咋样？”小徐说。“老李大哥，你看着变速箱咋样？”……

如此往复着，天公不作美，多云转中雨，气温骤降，王云龙和李军给客户打着伞在库区里，一台挨着一台的试车，打火，轰车，熄火，掀驾驶室……转眼间到了中午，小徐没有要休息的态势，确有不挑好车誓不休的气势。我们热心的老李哥劝小徐去食堂先吃点午餐，下午再挑车也不迟，小徐迟疑了一下，眼里有些许感动。再三推迟下，还是去食堂吃了午餐。

下午新一轮的挑车行动再次开始，王云龙和李军不厌其烦，讲解，试乘，再讲解，再试乘……功夫不负有心人，小徐终于挑选到了一台他满意的爱车，眼里泛出不可遮掩的喜悦。

可此时已经是晚上六点多，相关手续最早也得第二天一早办了，小徐不舍离开新车，可是白天的警备心早已放下，他十分不解的与我们顾问和储运老大哥攀谈，“其实，我也知道要是换成我是你们，我可没这耐心烦儿，顶着雨试车。”李军说：“小老弟，你这是啥话？我们这是工作，不能懈怠，私下我们可以是朋友，但是买车这事儿一码是一码，你们这买车也不容易，都是运营拉货养活一家老小。再说，我们领导也经常教导我们，客户是我们衣食父母，哪里有不用心服务的道理，我们解放厂家也是以用心服务做口号的。”小徐眼里闪着感动，“我这几天也看了不少家车，可总觉得心里差点儿事儿，今儿算明白差啥了，老大哥，啥也不说了。以后我要是买车就是解放就是你家，我身边朋友买车我也告诉他就找你家啦，不为别的就冲你们这心，我真的太感动了。”

一次交易，不光是物品和货币的交换，更是心与心的交换，如心所向，披靡无往，解放关爱，用心至上。



梦在前方，路在脚下

DREAM IN FRONT AT THE FOOT OF THE ROAD

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 孙东菊

她是一汽轿车沈阳区域奔腾店衍生业务部一名普普通通的员工，却创造了不平凡的业绩，她就是2013年大学毕业入职惠华的杜文军。带着对工作的憧憬走进惠华，她先后做过销售顾问、精品专员，在转换了多种职位后，找到了最适合自己的，即现在从事的信贷专员岗位。

刚刚接手信贷工作时，工作有一定的难度，但是她却敢于接受挑战。面对集团目标渗透率30%的压力，她通过努力将2014年渗透率达到了28%，虽然离集团目标还有一定的差距，但是同比2013年增长了47%；在11月份更是突破了贷款渗透率的新高达到了40%。她的不断努力、不断学习、不断突破的精神也得到了公司的肯定，在2014年年总结大会上获得了2014年优秀员工的荣誉，对于一个刚入职的新人来说，这是非常不易的。

2015年上半年，杜文军再接再厉，一次又一次刷新了渗透率的新高，在2015年4月再创佳绩，渗透率达到49%，超额完成了集团下达的目标。

愿在接下来的日子里她能更加完善自己，不管是在贷款的流程方面、还是贷款的目标都能有所突破！



DREAM IN FRONT AT THE FOOT OF THE ROAD

逆流而上 乘风飞翔

COUNTER CURRENT UPWARD FLYING IN THE WIND

文 奥迪沈阳店 徐智勇

2015年3月12日零时起东陵路高架桥施工封路，这对沿线商铺是个极大的挑战。东陵路沿线4S店居多，以奥迪沈阳店为例，3月以来进厂台次与维修产值急剧下降。奥迪车主没有通行证便无法进入东陵路，想维修保养却进不来，去路边维修厂却担心维修质量与配件质量，这对客户来说也是一大难题。

3月初期我们也做了一些工作，例如：主动邀约用户，上门取送车，东陵路东西进口等待客户等等。但是效果依旧不明显，于是我们开始寻求新的思路。北京、上海等一些大城市正兴起一种新的汽车服务模式——“上门保养”，随着城市节奏的加快，对很多人来讲，时间的宝贵也越发的凸显，所以这些大城市的上门保养服务市场也随之扩大，极具发展潜力。

大城市车主差的是时间，我们差的是道路施工客户无法进店，总结原因，都是不方便。于是我们的设想是：既然客户进不来，那么我们就走出去。3月底，通过维修技师的努力，我们成

功将原来的服务车改装成了上门保养服务车，这算是有了基本条件，可是问题随之又来了，大城市的上门服务开展的早，客户接受新鲜事物的能力强，可是向我们的客户推广上门保养这一新鲜服务项目成了我们最大的障碍。起初我们进行店内推广，还有在各大商场的停车场以及各大街路发传单，印制优惠券发放等等。可是4月一个月里，我们也只接到过3单，其中还有一单因为交通堵塞，约定的时间没有到达，结果保养要开始的时候，车主说了一句“你这车里背的什么玩意（改装的充气泵）像炸弹似的，不能爆炸了吧”，然后就走了。失败的教训并没有让我们心灰意冷，相反我们从中总结了经验：第一是要提前到达保养的现场（积极的态度），第二是要做好提前的宣导工作（用我们的专业消除车主的疑惑）。我们的优势在于我们是专业的人员，原厂的配件。之后我们又制作了48项的检测表，让我们的车主体验专业、便捷、全面的上门保养服务。

随着种种疑惑的消除，客户慢慢接受了这种主动服务的新方式，5月上门服务以来，我们已经成功的完成了22台奥迪车辆的保养，车型包括A3、A4L、Q5、A6L、A7、Q7、A8L等。去过的地点包括浑南、蒲河、铁西、东陵、沈河、皇姑、和平以及抚顺和铁岭等地，更有一位蒲河的C7车主在5月初期体验过我们的上门保养服务后，在5月末又推荐自己亲戚的Q5也体验了上门保养服务，闲谈之余，我们也体会到了不少车主的惊讶——竟然还能上门保养啊！奥迪的服务现在都这样贴心了？更有不少车主乐在其中。

客户满意的微笑，就是我们前进的动力，奥迪全体员工有信心在未来的日子里，勇敢面对种种困难，逆流而上，乘风飞翔！



PRACTISE PERSONALLY WHAT ONE PREACHES

躬行实践

文 解放品系事业部 陶晓明

2015年,随着国家国四法规的实施,商用车价格上涨幅度从10%~30%不等,同时经济的下行的压力也让卡车市场受到了空前的挑战。在行业销量普遍下滑的情况下,1季度解放沈阳店的保险业务却逆势飞扬,出现了一些新的亮点,保险台次和保险利润同比增长均超过30%,其中一些经验值得品系其他店借鉴。

1、设立保险专员、明确工作职责

2014年年初,解放沈阳店响应集团开展衍生业务的号召,结合自身店内情况设立了保险专员,专门负责保险业务,除了正常的贷款保险出单外,加强新车现款保险销售,贷款期限后的续保,3年前老客户的回访推介保险,加大了保险业务的客户基盘量,为保险业务取得突破打下客户基础。

2、制定目标,加强绩效考核

人员确定后,店内加大了保险业务的激励,根据卡车保险获利水平,确定保险销售按照毛利比例提成,贷款车辆除外。同时部门从工资额中拿出一部分,作为保险专员的额外奖励,同时要求销售顾问车辆销售后必须介绍客户到保险专员处推荐保险业务,保险专员负责出门证加盖名章,然后才可以出库,保证所有销售的车辆都有保险的销售机会。

3、保险专员细致用心和创新的工作

沈阳店的保险专员为刘敏,按照店内要求不打折扣地执行,将贷款用户、现款用户、多年前的客户档案根据购车时间初步测算客户续保时间,提前半月对客户进行回访和保险推荐,对有意向的客户,以方便给客户测算保费的理由与用户加成微信好友,

编辑保险价格表单,非常直观、方便的给客户计算保费。3月份平均每天通过微信方式给用户测算保费10单以上,通过这种方式,几乎保险客户同时成为了我们的微信好友,更加方便的开展保险和销售业务。

4、竞品客户的开发

14年随着保险业务的开展,有许多客户同时拥有解放和竞品的车辆,由于我们保险的政策和专员的服务得到客户认可,有的客户将自己旗下所有的车辆都拿到我公司来投保,同时他们身边的其他品牌客户也被转介绍到我公司续保,这样竞品客户的数量也在逐渐的积累。沈阳地区解放自卸车份额较低,主要是竞品的客户,每年开春都是自卸车启动的时候,他们多数这时间集中保险,店内保险专员通过老客户得到了这个信息,及时向店内领导汇报,针对这种情况,店内

根据专员建议,用保费规模跟保险公司争取非营运保险的返利政策,经过争取保险公司同意给予这种车辆政策支持,从而针对自卸的非营运保险,我们就有了一定的优势。通过跟客户宣导,3月份店内实现其他品牌保险62单,实现了店内保险业务很大的突破。如果维护得好,这些客户2016年的保险有很大把握还在我公司投保,成为我们忠诚的保险客户,借着保险的机会我们的销售人员也结识了一些竞品客户,对宣传解放品牌自卸车起到积极的作用。

竞品保险的成功开发成为解放沈阳店保险业务的最大的亮点。都说推销保险难,通过竞品客户的开发我们再次感觉到事在人为。

5、成立保险小组,强化保险服务,进一步做强保险业务

根据当前的情况,解放沈阳店1

名保险专员已经难以应对越来越多的保险业务,2015年店内从4月份开始成立保险小组,主要负责保险出单、保险对账、报表等业务,让专员有更多的精力去开发客户做强保险。同时今年保险小组将新增加售后服务功能,强化保险服务。2015年计划通过保险小组为服务站送修车辆20台,产值80万,同时对保险小组推荐的送修资源给予提成奖励。

总结:通过以上的论述,其实保险业务的开展没有多少秘密可言,有些措施以前也经常提到。最重要的是精细化管理和执行,即领导重视、目标清晰、选对人员、绩效激励、总结改善、持之以恒。2015年品系的网络营销也将借鉴保险业务开展的模式,争取有新的突破。这也是品系2015年精细化管理的具体体现。



态度决定方向

CONTINUOUS INNOVATION TO
ACHIEVE A QUALITATIVE LEAP

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 赵玲

态度决定方向，毅力成就行动。这句话就是我来惠华后深刻体会到的一切。

时间飞逝，转眼间我来到惠华近1年9个月了，从出纳岗位到现在的销售会计岗位，作为一个平平凡凡、普普通通的员工，我在这个团队中感受到了不平凡。因为我们共同执着、共同努力、共同奋进着。

从2013年奔腾大东店预存款卡开发售卖开始至今，已经售卖500多张。预存款卡的售卖为我店争取了流动资金并增加了客户的回店率。我们财务团队要做的是将每一位客户的基本信息资料在预存款卡系统中进行维护，并按售卖金额进行充值，并且要与财务系统数据并统一，每次消费时要核算清消费项目（包括有偿消费，赠送消费，工时打折等）保证预存款卡内的金额实时与财务系统相统一。配合好业务部门，保证数据准确，这就是我们团队共同的追求，共同的努力目标。

2015年汽车市场不断面临着挑战，奔腾大东店与铁西店出于发展需要，业务上需要整合。2015年3月份两个店正式整合分为一部和二部，财务团队需要面对的不仅是业务量的增加，业务的衔接，更大的挑战是账务处理做到合而不分，分而不合，从而为业务提供精准的数据。最后经过努力逐步完成两个部的业务的衔接配合工作，经过磨合如今已经顺利步入正轨，做到了与业务部门的衔接配合工作，同时兼顾着监督的作用。

共同努力、共同奋进是我们的态度，它决定了我们前行的方向，我们的坚持造就了我们的毅力，它成就了我们的行动。态度与毅力让我们的团队不断成长，与奔腾一起，与惠华一起，迎接挑战，迎接更美好的未来。



打造学习型组织

提高企业核心竞争力

ENHANCE THE CORE
COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

文 集团运营管理部 闫秀丽

《论语·述而》中有这样一句名言：“三人行，必有我师焉；择其善者而从之，其不善者而改之。”意思是“别人的言行举止，必定有值得我学习的地方。选择别人好的学习，看到别人缺点，反省自身有没有同样的缺点，如果有，加以改正。”

因从厂家层面等多角度了解到贵阳通源一汽丰田4S店的运营质量及差异化客户服务比较突出，2015年5月1日到3日，集团董事长带领集团运营管理部总监、大众沈阳店总经理、奥迪沈阳店市场经理到贵阳通源学习管理经验。

出行前，针对此行需重点沟通与了解的内容，我们与通源集团一汽丰田4S店项目总监进行了详细的沟通，沟通的内容覆盖了业务部门毛利构成及员工绩效、客户忠诚度提升、营销活动策化如何有新意、员工的服务意识培养等几大方面。通过2日的沟通与交流，对此行学习的体会重点总结如下：

一、销售政策细化，做到从管理层到基础员工心中有数：

以年度预算为基础，根据整车销售市场影响因素，以月度为周期，对每一车系中的每一车款销售政策进

行月初的制定，细化到各层级的销售权限与各项衍生指标，测算出每一款车毛利标准。制定月度整车销售明细表，针对实际销售的价格、附带的衍生产品销售结果，与对应车款的标准进行核算，实时了解标准与实际的差异。

二、日报表制度，使业务部门负责人、总经理及时了解经营数据与进度差异：

通源集团设计了精细的日报表作为重要的日常管理与应用的工具，使销售、服务两大业务部门负责人及总经理以日为周期对经营数据的达成情况做到及时的了解与掌握，企业管理的重点是报表所涉业务模块能量化的尽量量化，能细化的尽量细化，目的是通过报告让重要岗位管理者做到心里有数，以便适时调整营销方案与销售政策。

三、员工绩效管理积分化：

通源一汽丰田店将销售、服务两大业务部门关键岗位员工绩效考核以积分的形式体现，将销量、衍生项目、维修产值、接车台次、延保及终身保养等关键业绩指标设定目标并分解，按照时段的重要程度及利润贡献度以积分的形式进行考核，同时设定

单人毛利达成、销量、产值总达成设定系数，与单人整体绩效积分相乘，作为最终绩效工资的核算。

通过在贵阳通源的学习，集团已根据集团各店的经营情况制定了销售商务政策、销售明细、总经理日报表等管理工具，供各经营单位借鉴、参照。为迎接新竞争态势带来的挑战，我们必须通过借鉴与学习不断吸取先进的管理经验，同时在集团内部迅速转化与复制，打造学习型组织将成为新常态下致胜的法宝。



他山之石，可以攻玉

——到北京“海联力通”店
学习之感受体会



OUTSIDE THE BOX, JADE

文 大众沈阳店 于贺年

2015年4月份，大众沈阳店管理团队对北京“海联力通”店进行了观摩考察，其间聆听了该店服务总监的关于衍生业务的会议报告，并参观了北京海联力通店内的实际工作情况，经过短短两天的参观学习，感觉受益匪浅。总结起来海联力通店有如下几个方面值得我店借鉴：

一、续保回厂率达到80%

海联力通目前月续保完成550台。通过了解分析，北京区域的车主对4S店续保业务方面有一定的信任，多数车主选择回店内办理续保。目前海联力通配有4名续保专员，每名续保专员每天每人最少呼出30个电话向客户进行邀约。并从客户角度出发，根据实际情况，给客户详细解释分析各险种对客户实际保障效果，为客户打造最优险种组合。

二、钣喷利润空间

1、保险送修率达到70%以上

根据北京市场特点，海联力通利用自家保险优势，与合作的保险公司签订送修协议，最大化的以保费换送

修，确保了送修率达到70%。

2、控制钣喷成本

由车间主任主控钣喷车间辅料，海联力通每月根据产值月目标制定车间辅料使用额度，如超出费用比例，将不予结算，直到找出问题，进行调整解决问题，这一措施很好地控制了车间成本，避免了不必要的浪费，提升了利润空间。

三、降低了客户流失率

海联力通主抓客户流失，目前客户流失率仅为27%，这是我们值得学习的地方，该店客户邀约部分主要由客服负责电话邀约，通过以客户分类邀约，对休眠、流失客户系统化邀约，并开展相关营销活动吸引客户回厂，从而有效降低了客户的流失。

四、制定例会制度，提升例会质量

1、车间每周进行一次例会，由技术经理对本周内发生的内、外返修情况及厂家技术文件进行公布，加强质检质量，减少返修率。

2、前台例会，每天进行晨会、夕会宣导，例会内容由服务经理对机电部分的考核项完成情况进行宣读（台次、产值、邀约、预约等）；保险经理对钣喷部分的考核项完成情况进行宣读（台次、产值、推修电话、续保）。对考核项落后的服务顾问要求加班完成客户邀约工作，直到考核业绩提升为止。

“他山之石，可以攻玉”，借鉴行业先进企业优势板块的成功经验，可以帮助我们迅速找到自身的不足之处并加以改善。通过与海联力通店的对标学习，总结海联力通经营好的方面，结合我店现经营情况，我们制定了详细的改善计划，重点提升续保台次，我坚信，大众沈阳店服务部秉承集团深化拓展“精细化、微创新”的营销理念，定能再创佳绩！



奔腾 | BESTURN
进 取 不 止

乐享生活 为爱奔腾

一汽奔腾东北区乐享季联展



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：024-88204588、88204688 服务热线：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 服务电话：024-66752380 地址：沈阳市铁西区馨工街北四路，方大胜景西门

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

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

惠华 HUIHUA
BILLBOARD
风云榜

2015

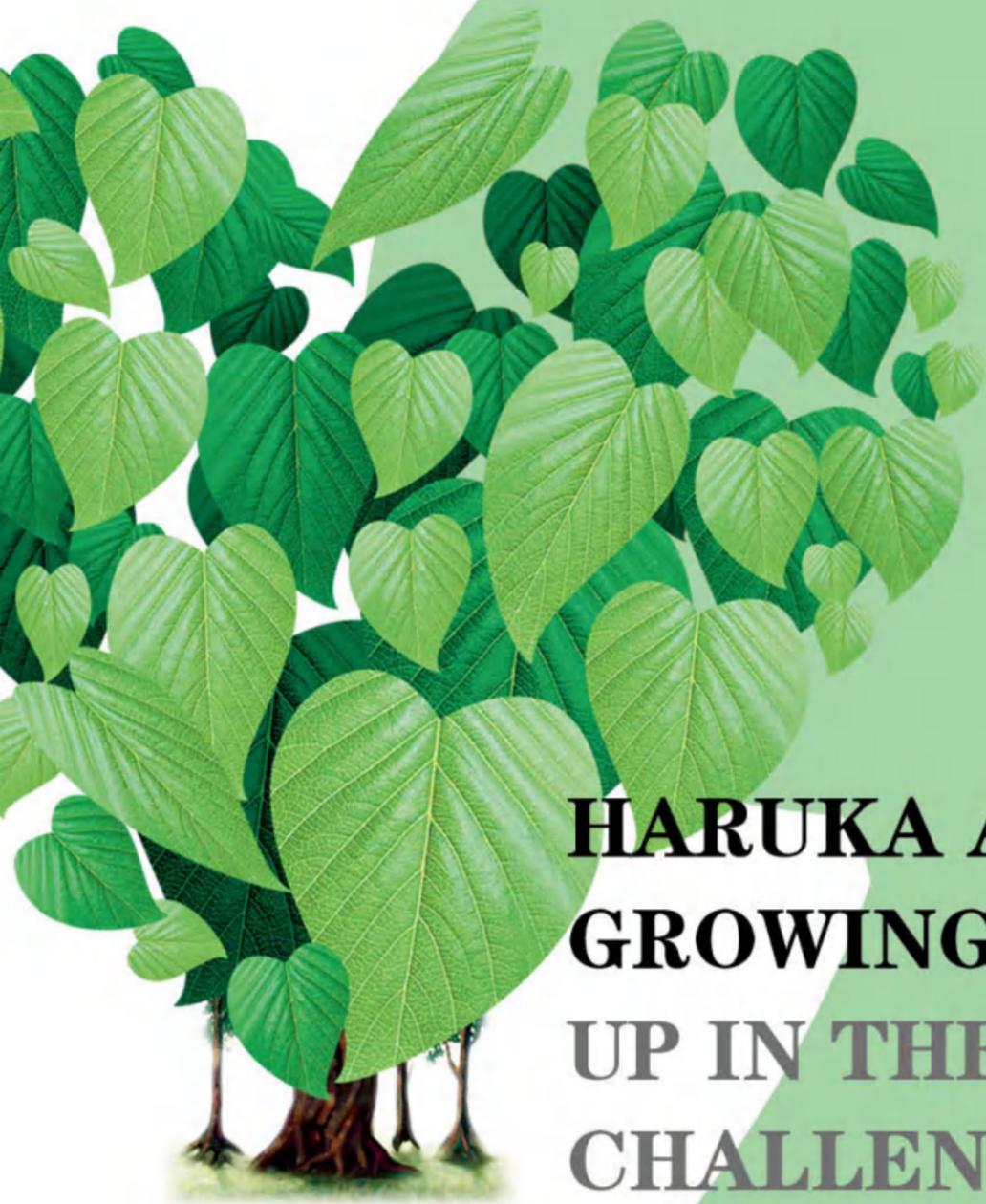
第二季度集团新任管理层名单
SECOND QUARTER OF THE NEW MANAGEMENT OF THE

GROUP

序号	姓名	品系	单位	岗位	任命时间
2015年4月					
1	李霞	集团	集团财务管理部	财务部部长(主管奥迪品系)兼奥迪沈阳店财务经理	2015年4月7日
2	高淑敏	直管	马自达店	财务经理	2015年4月7日
3	杨明	奥迪	奥迪沈阳店	财务主管	2015年4月7日
4	王文青	大众	大众沈阳店	销售总监助理(主持工作)	2015年4月22日
5	徐志超	大众	大众新民店	销售总监	2015年4月22日
6	王东亮	大众	大众新民店	技术经理	2015年4月22日
7	梁忠宇	解放	解放盘锦店	总经理	2015年4月22日

序号	姓名	品系	单位	岗位	任命时间
8	孟庆辉	直管	国际贸易事业部	延吉业务部销售主管	2015年4月25日
9	左怡	解放	一汽解放青岛沈阳中集车辆园4S店	总经理	2015年4月29日
10	郝艳东	解放	解放铁岭店	总经理助理(主持工作)	2015年4月29日
11	白晓丽	解放	解放沈阳店	销售经理助理(主持工作)	2015年4月30日
2015年5月					
1	王剑	解放	解放沈阳店	运输经理	2015年5月12日
2	赵国龙	解放	一汽解放青岛沈阳中集车辆园4S店	销售经理	2015年5月12日
3	陈锐	集团	集团衍生业务部	精品主管	2015年5月12日
2015年6月					
1	赵松文	直管	国际贸易事业部	丹东业务部主管	2015年6月2日

序号	姓名	品系	单位	岗位	任命时间
2	张明达	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域奔腾店	服务经理(负责二部)	2015年6月15日
3	王希	直管	丰田店	服务部长	2015年6月15日
4	周红	解放中集	解放中集车辆园4S店	财务经理	2015年6月16日
5	王雅楠	解放	解放盘锦店	财务主管	2015年6月16日
6	刘淑娜	直管	一汽吉林店	财务主管	2015年6月16日
7	王聪	大众	大众朝阳店	副总经理兼销售总监	2015年6月19日
8	丁凯	大众	大众朝阳店	销售总监助理	2015年6月19日
9	林晓飞	集团	集团衍生业务部	部长	2015年6月29日
10	刘剑	直管	马自达店	副总经理兼服务经理	2015年6月29日
11	王迪	大众	大众朝阳店	衍生主管	2015年6月30日



HARUKA AKIMI, GROWING UP IN THE CHALLENGE

春花秋实

在挑战中成长

文 解放铁岭店 郝艳东

挺起胸膛，站稳脚步，收获是靠自己的播种。这就是我一直坚守的信条，只有自己去努力、去拼搏才会有所收获。

2006年12月20日是我一生难忘的日子，这天我饱含希望来到了人生中的第一个工作单位—解放沈阳店。初到工作岗位对所接触的东西都是一无所知，于是每天把车型码、车型及车辆参数表抱在手中学习。至今还记得当时的车型及参数。就这样经过2个月的学习，在同事的帮助下实现了人生中第一台车的成交，当时这种心情无法用言语来形容。在解放沈阳店的4年工作中，先在信贷部担任销售顾问，后到沈北、朝阳、抚顺、海城担任区域市场代表。近四年驻外工作经验的积累，为以后职业的发展奠定了基础。

2010年集团高速发展，在沈阳区域内成立5家分公司，我很荣幸被任命到苏家屯分公司负责建店和销售工作。在没有任何经验情况下，无论是建店选址、还是人员招聘方面，集团领导给予了很大的帮助和鼓励，为我指明方向的同时，也使我认识到无论管理经验还是个人能力都需要尽快提升。苏家屯分公司在2010年6月正式开业，我带领团队深耕苏家屯辖区内各个村镇市场，到年底实现销量275台。通过苏家屯分公司一年的工作，我在带团队和沟通方面有了很大的提高，为以后走向更高的管理岗位积累了更多的经验。

2011年7月基于集团领导的肯定，任命我到海城分公司负责销售工作。海城市场主要以青岛解放为主，在海城期间带领团队人员跑运输公司和终端客户，与团队人员共同研究当地竞争对手政策，同时与鞍山轮胎厂建立长期合作关系。至今还有海城区域的运输公司在我公司采购车辆。

2013年初集团任命我为朝阳直营店负责人，到朝阳后与团队人员走访朝阳区域内的二网并建立合作关系，同时开拓赤峰区域市场，经过团队人员不懈努力，2013年朝阳直营店实现扭亏为盈。

2014年初，我被任命为解放沈阳店销售经理。从



这里走出又回到这里，我也非常珍惜这来之不易的机会。我在陶总的细心指导和帮助下，带领解放沈阳店销售团队走市场、做活动，与厂家领导交流。提升团队凝聚力的同时也提升自身素质和管理水平。

2015年集团领导又给了我挑战自己的机会，委以重任，将我任命为解放铁岭店总经理助理（主持工作）。这充分体现了集团对我的信任，面对更大规模的团队，尤其是服务板块管理经验的不足，我深深的认识到自己还有很大提升空间。

“要快速成长起来，迎接新的挑战”，这是我来到解放铁岭店第一天在心中的呐喊。解放铁岭店2014年销量和利润指标完成较高，如何进一步提高销量和服务产值，这是我来到铁岭店面对的巨大挑战。组织店内管理层探讨集客和服务进店客户少的问题，组织集客活动和集客方案，调整销售和服务政策，我相信在解放铁岭店团队所有人员共同努力下会创造更辉煌的业绩。

转眼来到惠华已经9个冬夏，集团不断为我提供更好的平台，我也非常珍惜在惠华工作的每一天，带着积极、阳光的心态迎接新的挑战，坚信有付出才能有回报，有播种才能有收获！

MARCH FORWARD COURAGEOUSLY

勇往直前， 不断超越 **自我**

文 大众本溪店 杨荣会

我的成长经历：

- 2010年4月-2011年11月,任大众朝阳店销售顾问;
- 2011年12月-2014年9月,任大众朝阳店衍生主管;
- 2014年9月-2015年2月,在集团运营管理部负责精品工作;
- 2015年2月至今,任大众本溪店销售总监

时光荏苒，转眼间已在集团工作了5个年头。很幸运地在2010年加入了惠华集团从事销售工作，随着集团的快速发展和壮大，借助集团的平台我也从一名基层销售人员成长为现在的销售负责人。

2013年，任职于衍生主管的我在公司领导帮助下，结合精品与整车捆绑的销售模式，调整精品绩效考核方案，单月单车精品产值超过5600元，超额完成集团制定全年精品指标。2014年，在公司领导下牵头大客户洽谈完成驾校贷款台次171台。

默默的耕作，每一次转变都是从零到一的开始，在过去的不断学习中，我深刻体会到要真诚的对待自己的工作和周围的每一个人，以友善之心对待每一个同事，面对自己从事的每一件小事。要以力求精致的态度向完美的结果靠近，这些对我来说，都是不断的激励和鞭策。

如今我被集团任命大众本溪店销售总监，上任后，面对突变的市场行情、陌生的团队及市场，工作开展遇到了前所未有的压力，但我没有因此沮丧和放弃，岳总也不断为我加油打气，并在工作方法上给予指导，让我们对今后的工作方向更加明确。相信2015年是我们本溪销售团队夯实基础，勇于突破的一年！

我深知自身还有很多的不足，需要在工作中不断改进和提升。虽然路还很长，我将会脚踏实地的坚持前行，不断迎接挑战，共同打造能吃苦、懂克服的一支销售团队，并肩走出车市寒潮，为大众本溪店的持续发展共同努力！





THANKSGIVING

工作十载 感恩有“你”

WORK TEN YEARS OF THANKSGIVING WITH YOU

文 大众朝阳店 刘东明

2005年12月幸运地加入惠华集团，至今已第十个年头，其中8年的时间在大众沈阳店服务部度过。在集团及公司领导的指导和帮助下曾荣获首届惠华之星奖项；在2012年度带领服务部荣获集团优秀团队奖；2012年、2013年连续两年荣获一汽-大众最佳服务总监奖项；2013年11月被集团任命为大众朝阳店总经理，2014年带领大众朝阳店荣获集团最佳经营单位奖项。工作10年，是惠华包容了我的错误和缺点，是惠华为我提供了良好的学习环境和平台，是惠华成就了我的梦想。工作十载，感恩有你。

2005年12月26日，初出校门的我幸运地加入了惠华集团这个大家庭，成为了大众沈阳店服务部的一名普通实习生。刚刚踏入工作岗位，聆听着领导孜孜不倦的教诲，感受着同事间真诚的帮助。这里积极向上的企业文化深深地打动着我，使我深深地爱上了这里。实习工作中我对自己说，一切从零开始，一切从基础学起！八个月的机电学徒经历让我迅速成长，褪去大学“象牙塔”的稚嫩，真正迈入社会的大门。边干边学边思考，工作期间在努力做好本职工作的同时，不断学习、熟悉工作流程、积累工作经验。这为我走向服务一线岗位打下坚实的基础。2006年9月我成为了一名

正式的服务顾问。从学徒到服务顾问，我在惠华迈出了成长的第一步。

身为“80后”的我，骨子里有着这一代人“渴望突破自我，实现创新价值”的性格特征。在积累了两年基础工作经验并对部门工作有了全面了解之后，我决定要勇敢突破自己，在2007年8月成功竞聘成为店内管理层。

从一线的技术工作者到管理者，这一角色的转变是我人生经历中的重大挑战。从前是只做好自己，不断提升自己，而如何当好管理者，这对我来说是一门深奥的学问。从管理自身到管理整个团队，肩上的压力促使我投入到新一轮的学习与努力之中。从机电前台主管，到服务经理、服务总监助理，直至服务总监，5年时间，和团队成员一起共同努力，辛勤付出，在集团及公司领导的指导和帮助下，带领团队顺利完成各项业绩指标的同时，我的个人能力也得到了很大程度的提升。

没有梦想，何必远方？带着心里的梦想和激情，2013年11月我离开沈阳，肩负着更大的责任来到朝阳，担任辽宁惠华集团大众朝阳店总经理。离开熟悉的地方只身一人来到陌生的城市，不得不说这又是一次更大的挑战。面对挑战我有过迷茫，有过畏惧，有过不知所措，但想起集团领导

的嘱托，想起自己肩上的责任，我更加坚定了自己的信念。新的环境代表着要有新的要求，在深入了解朝阳地区汽车行业以及相关市场概况后，带领团队积极的探索和尝试新的销售渠道及经营模式，时刻以“争第一，创新业，打造惠华第一服务品牌”为己任，将自己的努力和汗水留给大众朝阳店。

面对未来，机遇与挑战并存，过去的失败和成功只会属于过去。就像诗人汪国真所写的那样：

“我喜欢出发。

凡是到达了的地方，都属于昨天。哪怕那山再青，那水再秀，那风再温柔。太深的流连便成了一种羁绊，绊住的不仅有双脚，还有未来。

我自然知道，大山有坎坷，大海有浪涛，大漠有风沙，森林有猛兽。

即便这样，我依然喜欢。”

时光荏苒，岁月如梭，弹指一挥间，不知不觉自己已经在惠华工作了10年，回想往事，心潮澎湃，是惠华培养了我，教我成长，是惠华使我变得更加理性、更加成熟。怀着一颗感恩的心，我会把惠华当成自己的家，风雨兼程，迈向辉煌。



PROUD TOYOTA OWNERS,

PROUD TOYOTA EMPLOYEES

骄傲的丰田车主
自豪的丰田员工



文 丰田店 乔永新

爱上花冠也就是去年下半年的事情，之后我就一直关注花冠，本身的工作就是售后服务与维修，可以说是对花冠的性能及故障率了如指掌，终于在今年1月份花冠优惠力度最大的情况下，我购买了花冠这款车。

说真心话花冠优点很多很多，比如说方向的精度，我开过很多同级别的车，比如现代伊兰特等车型，我觉得花冠方向的四轮精度是我开过的车型中最为出色的，转向的精准相当到位；关于动力方面，根据这段时间用车感受，我觉得花冠很给力；关于底盘，10万左右的车能把底盘做到如此地步，我看下来到现在只有花冠，跑高速底盘优势相当明显；关于油耗在各大网站论坛也是众说纷纭，其实花冠油耗真的很低很低；空间方面，针对我170的身高空间也绝对够用。

以上内容是本人最真实的用车感受。在这个世界上，除了自己的父母亲人，没有任何一个人理所应当为另外一个人做什么，在这里我想感谢公司，真诚地说声谢谢！以后的工作中我会更加努力地学习，挖掘自己的潜能，贡献自己的每一份力量！



TREASURE

HOME HAS A TREASURE"

家有一“宝”

文 大众沈阳店 王强

今年5月份，全新宝来运动车型一直吸引着我，可以说有种久违的好友相见的感觉。虽然我一直在关注着它，但真当自己拥有时，却是另一种感觉。它时尚运动、狂野不羁，和本人性格不怎么相符，但的确是心中的理想车型，也许这是另一个自我的体现吧！

当亲身驾驭它的时候，才感觉到它的不平凡，动力输出均匀，换挡平顺没有顿挫感，毕竟是运动款，比较适合城市道路而且动力爆发性强。前部前脸以及大的通风格栅彰显运动元素。在车尾方面，很多人都说车尾不怎么好看，但是我个人还是比较欣赏的，当时决定选这款车时候，也正是看中了它的车尾的与众不同，所以说，见仁见智，只能说每个人的审美观点不一样吧！老款宝来优秀的操控性能，在我家小白身上也得到延续。高速的稳定性比较高，驾驭它比较放心。小白的到来给家里带来了无限乐趣，闲暇时带着家人出去玩，家里姑娘的玩具以及自己喜欢的东西都带上，亲近自然之际看到小白停在树荫下，脸上总会不自主地浮现出笑意！

别人可能只把车当成代步的工具，可我把它当成人生旅程相伴的兄弟，是我们一家人最亲密的伙伴。在以后的日子里，它会见证我们很多的经历，我相信，尽管有些事情现在看来是那么的普通，但在回首时也许会成为难以忘怀的记忆。



PENTIUM SHOP WARM MOMENT

一汽轿车 沈阳区域奔腾店 温馨瞬间

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 汪晟 邢瑜 张佳



这是一个普通的傍晚，下班后回单位拿东西，看到有位还在工作的同事。他没有看我，但我却看着他，看着他仔细的核对今天的客流。拿完东西往门外走，总感觉哪里不对。在走出单位的前一步我回头了，回到了我的电脑前，将本打算明天补上的三表一卡写好，将今天忘打的回访重新打一下。

感觉好多了。临走时，再看他，他还是没看我一眼，只是在仔仔细细的分析和总结上月的各项数据。

在这安静的傍晚，看着我们的绩效管理员，还有这踏实的氛围，由衷的感觉，惠华有你，奔腾有你，真好。

——致销售部陶豹和其他每天都奋斗到很晚的兄弟姐妹们

她是一名普通的大学毕业生，却是交通高等专科学校汽车专业中凤毛麟角的几名女生之一；她是一名普通的惠华人，却是奔腾品牌中既从事过索赔员岗位又通过服务顾问专家级认证的资深员工。她就是一汽轿车沈阳区域奔腾服务二部的主力服务顾问-金叶。在工位岗位上无论遇到多么大的苦难，她总能微笑面对帮助客户解决问题。让客户真切体会到奔腾的管家式服务。



我叫张佳，2015年4月加入一汽轿车沈阳区域奔腾销售团队，在最初一个月的时间里，经过资深销售顾问的培训，顺利通过了考核；在5月份奥体中心举行的汽车TV购车展上，在大家的帮助下成功销售二台车，尝到了小小成功的滋味；为使我快速成长，三个同事热心帮助我学习，通过和大家一起参加各车型知识的试题答卷，我的专业知识技能迅速增长。

加入惠华三个月来，同事间的热情互助深深感动了我，让我很快融入到这个大家庭。

INDEPENDENT BRAND DEVELOPMENT ROAD

自主品牌的成长之路

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 刘国莉

惠华集团在20世纪90年代初依托一汽解放卡车、红旗轿车等自主品牌起步，90年代末立足于商用车、出租车和豪华轿车三大领域，在汽车市场站稳脚跟，从而取得第一次创业的成功。

2003年惠华集团在东北大马路投建了红旗4S店，即现在的奔腾大东店，建筑面积达5000平方米，是集整车销售、汽车维修、配件销售、二手车置换为一体的汽车4S店。

从红旗到奔腾

正式命名为“奔腾”前，奔腾轿车的代号为c301，外界一向称其为“红旗c301”。2006年5月18日，一汽轿车正式对外宣布c301不会采用“红旗”品牌，而是以“奔腾”（besturn）品牌8月18日正式上市销售。

奔腾是一汽集团中最“年轻”的品牌之一。作为自主品牌，奔腾依旧采用了高装备、低价格的销售策略，与马自达6共用主要零部件的生产方式也让奔腾品牌轿车的核心实力要大于同期的其它自主品牌轿车。

从零到一

自2003年建店以来，集团已累计销售红旗、奔腾轿车10000余辆，维修台次累计10000余辆。

2005年荣获一汽轿车最高奖项“第一汽车奖”；

2006年被评为全国五星级服务站；

2007年获得一汽集团的最高荣誉——“一汽集团最佳经销商”；

2007年度全国销售营销钻石奖、五星级服务站；

2008年度全国销售营销钻石奖、五星级服务站；

2009年12月当月销量创历史最高—365台；

2010年荣获一汽集团功勋经销商称号；

2010年完成全国四家样板店之一的展厅升级改造；

布局 and 整合

2008年惠华集团奔腾品牌完成了在省内的布局，分别成立了奔腾铁西店和奔腾大连店，把销售的触角延伸至沈阳另一汽车商圈铁西以及省内另一优势市场大连。

2015年惠华集团对奔腾品牌沈阳二家店及红旗品牌店进行整合，整合人、财、物，对品牌进行归口统一管理，减少内耗以求最大获利。

求新求变求发展

作为自主品牌，奔腾经历着起起落落，每一次的低谷，惠华的奔腾人都团结一心，在集团的带领下勇闯难关，节节攀升。我们会在“全力以赴、没有借口、关注细节、贵在执行”的口号声中求新求变求发展。怀着一颗积极向上勇于进取的心，我们一定会在自主品牌创出属于自己的一片天空。





W

HERE DID THE TIME GO

时间都去哪儿了

——我的惠华五年时光

文 解放丹东店 马志超



2015年的3月1日，对于上班族而言，这是个湛蓝色的放松周末；对于学生而言，这是个黑色的开学日期；对于其他大多数人而言，这只是最普通的一天，但是，对于我而言，它具有特殊的意义，它是我加入惠华集团5周年的日子，它是我职业生涯的5周岁生日。仿佛昨天，我们还坐在大学的教室里上课，转瞬间，我已加入了惠华5年整。五年，时间都去哪儿了？

小网管

2010年，我加入惠华集团解放沈阳店行政部成为了一名网管，初出校门的我跟着师傅从零学起，店内的部门分布，终端数量，网络结构……做系统，做网线，备数据……师傅教的认真，我学的努力，经过了3个月的试用期我已能够处理店内的常规故障了。我通过了试用，成功转正，成为了惠华集团的一份子。“有事找小马”，彼时，我是一名快乐的小网管。

销售顾问

2011年，销售部岗位空缺，我向公司申请加入了销售部，熟悉车型知识，学习销售流程，了解客户特点，每天只要有客户进店，我都会跟随优秀销售顾问学习客户洽谈、成交的整个过程，慢慢的我能够独立接待了，实现了第一台成交，随着销量的增长，我的销售经验也在同步提高。彼时，我是一名专业的销售顾问。

牵引主管

2012年，经过了一年半的销售，在牵引车主管岗位调整后，我做了充分的准备，参加了竞聘。感谢同事的支持，领导的信任，我成功竞聘成为解放沈阳店牵引车主管。我开始学习管理经验，如何带领好牵引车这个小团队成了我的最新课题。我开始向领导“取经”，和团队成员谈心，规划销量，合理排产，引导团队和谐、团结。彼时，我是牵引车主管。

丹东驻外

2013年，解放丹东店需要支持，顺应集团要求和个人意愿，我来到了这个“中国最大、最美的边境城市”——丹东。陌生的城市，陌生的团队，陌生的客户……带着这些陌生，我开始了驻外工作，与同事一起为丹东店努力打拼。我们团结，目标一致，当年成交了35台车的大用户，在店长的带领下，丹东店扭亏为盈。彼时，我是丹东驻外支持。

销售经理

2014年，丹东店完善组织架构，我成功竞聘为解放丹东店销售经理，深知岗位的职责之重，背负着店内的盈亏，不敢有一丝懈怠。销售团队的每一位“战士”也都“开足马力”，我们拿下海鲜运输市场、成交批量用户，我们珍惜每一个客户并且精打细算。在陶总的带领下我们实现了盈利，团队的每个成员都朝气蓬勃，信心满满。此时，我是解放丹东店销售经理。

今夕何夕，岁月离离，时间都去哪儿了？答案在这里，时间在我们的奋斗中已悄然逝去，如果没有奋斗，没有努力，它将走的悄无声息。

梦想，留在心中，为了追求，永不放弃；生活，踏在脚下，为了梦想，步步前行！

BELIEVE IN YOURSELF AND NEVER GIVE UP

相信自己，永不放弃

文 奥迪丹东店 白耀旭

我叫白耀旭，现为奥迪丹东店销售顾问兼二手车评估师。2013年11月5日加入公司时，我刚从大连回到家乡丹东，一切都得重新再来，在大学学的是汽车专业，之前也有过四年的工作经验，所以回来我也想继续从事汽车行业，延续我的梦想，是惠华集团给了我这么珍贵的工作机会。

开始的那段时间过得实在困难，领导说要经过6个月的试用期，前3个月不能卖车，工资是1000元/月，生活压力真的很大。但坚持就是胜利，我相信我自己。虽然之前没有新车销售经验，但我相信通过自己的努力，一定会取得成功！

功夫不负有心人，公司领导看到了我的努力，在我们搬到新店后，进入公司两个月的我已经被允许卖车了。现在我还记得第一个成交的客户，那是在新年的值班期间，正月初六，一家三口来到展厅就说是看看车，先不买，我就耐心地领客户看车、讲车、谈的很投机，经过谈话我了解到客户是做物流生意的，想给妻子买一台车，现在家里还有一台途观，既然家里已经开着德系汽车，我就从品牌忠诚度和客户讲起，一直说到我们集团也有一汽解放的货车可以选择，谈到最后客户说，本来今天不准备买，和你小伙聊的挺投机，可以考虑考虑，可是谈到最后价格还是没有达到客户的期望价格，客户说先考虑一下，我说大哥既然来了我们肯定希望成交，不买没关系，先试驾下吧，我又耐心地陪客户试驾，详细讲解，最后客户终于被我的真诚打动，说：“行，今天我看在你小伙实在，就在你这买了。”当时心里别提多高兴了，我卖了店里新年的第一台车，也是我的第一台奥迪A4L。

在完成自己本职工作的同时，我还兼职单位的二手车评估工作，一切从零开始，在来到店里的一年半时间里我已经成功置换、收购十台车，并且都完成销售，平均单车毛利2000元以上，并且销售了18台试驾车辆。

如今我来到惠华集团已经一年半的时间了，是惠华伴着我一路成长起来，在去年的销售竞赛中，凭借我自己的努力，还拿到了奥迪厂家提供的去加拿大旅游的机会，非常感谢店内和集团领导能够给我这么好的出国锻炼的机会。

成龙说过一句话，我一直当做自己的座右铭：“相信自己，永不放弃。”通过自己的努力取得成功，是最有成就感的！在以后的日子里我会加倍努力去迎接最美好的明天！



岁月无声
THE YEARS
品味
TASTE

Taste 品味



图为奥迪辽阳店杨灵杰的绘画作品



图为大众沈阳店刘琪和她的家人



图为一汽轿车沈阳区域奔腾店李清的女儿



图为一汽轿车沈阳区域奔腾店陈相仁的宝宝

11.98万起买 MAZDA6
超低首付3.6万起，再创B级车驾值新标杆



辽宁惠华汽车集团 辽宁福达汽车销售服务有限公司

6S旗舰店：沈阳市沈河区东陵西路26号 邮编：110043 贵宾热线：024-88440668 88459688 服务专线：024-88450668 88459655

BEYOND THE CLASSIC QI XINCHENG

超越经典 再启 **新程**

文 青岛事业部 明星



在物流货运市场“寒冬”的大背景下，一款高端卡车如果能够具备高效、节油、舒适等特性于一身，那它对于用户的吸引力自然不言而喻。而解放JH6的横空出世就满足了卡车用户对高端卡车所有期望。

解放JH6是一汽青岛解放针对现代高端物流打造的又一世界级自主扛鼎之作。解放JH6重卡定位在解放J6与下一代车型J7之间，承袭解放产品优秀基因，又在“高可靠、高安全、高舒适、低油耗、低自重、低维护成本”等方面进行了全面提升。闲言少叙，让我们一起来领略世界级重卡JH6的风采吧！





作为青汽新工厂最高端车型、解放最新款重卡，JH6整车造型威猛大气，在节油、舒适性、安全性进行了全面提升。

解放

JH6 6x4牵引车的轴距为3300+1350mm。车辆采用解放目前主流的锡柴奥威11升6DM2的国四发动机。当发动机达到1900r/min时，发动机最大输出功率达到420马力。当转速在1100-1400r/min内，发动机的最大扭矩为1900N.m。发动机采用顶置凸轮轴、四气门、胀断连杆技术，燃油雾化效果好，燃烧充分。

解放JH6 6x4牵引车标配导流罩、侧翼板，并采用双钱12R22.5-16PR真空胎，有效降低了风阻、滚阻，符合标载快速物流运输需求。

解放JH6采用环绕式仪表台，体现人性化设计理念。驾驶室外宽2495mm，内高2050mm，驾驶室为纯平地板，810mm宽的卧铺，超大的储物箱及工具箱，为用户提供了超大的居住空间，驾驶室采用模块化设计，高端大气上档次，米色+灰色的内饰渲染了家居般的舒适气氛。



解放JH6装载的信息服务终端系统集成了GPS/北斗双模的行车记录功能，满足交通部、公安部等监管部门各项行车记录法规要求，并提供丰富的影音娱乐功能，增加驾驶员行车过程中的舒适性体验，并提供后台服务、紧急救援等相关功能，保障了车辆用户驾驶安全。

解放JH6采用国际最安全1.1m低重心V杆悬挂系统，有效防止车辆侧翻。



标配EATON离合器，SACHS减振器，TRW转向机、WABCO离合助力泵及阀类、VOSS管及接头；德国CONTITECH公司的耐高压空气弹簧、德国ZF公司的推力杆总成、美国TRW转向机，世界级别的先进技术应用以及一流配件供应体系造就了今日解放高端重卡的王者——JH6。

从1953年7月15日，到2013年7月15日，解放已经走过了整整60年的如歌岁月。它是具有辉煌历程的著名品牌，它寄托了国家的重托和民族的期望。它勇于创新、敢于担当，连续推出了六代成功的产品，为建设新中国做出了不可磨灭的贡献。而作为代表解放最尖端科技和生产力的新一代产品JH6，也定不负众望，超越经典，再启新程！