

 一汽青岛

解放卡车 挣钱机器



天V 6×4牵引车

辽宁惠华集团商用车销售服务有限公司 地址：沈阳市大东区东北大马路366号 电话：88459822 88459804

HUIHUA AUTO ROAD 惠华集团

2014年12月 第25期



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



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

迎接新挑战、把握新机遇， 齐心协力创造新优势

在大市场背景下，只有对目前和未来形势有相对客观的判断，才能够抓住机遇、快速反应，持续发展。目前中国汽车市场产能过剩、供大于求，价格战已经由整车延伸到维修服务领域；国家反垄断法的贯彻执行不断深入，过去以4s店经营方式为主的经销商面临巨大挑战；新能源、新技术引发产业升级，将会改变市场格局；互联网对各行各业的渗透广泛、威力强大，汽车行业互联网这盘棋怎么下，上述问题都需要我们认真思考和面对。

集团今年为开拓新的利润增长点进行了多方面探索，在现有经营模式下已经取得了一些突破和创新，为明年做好了铺垫和准备，未来的发展空间仍然很大。

惠华集团经过持续优化基本面越来越好，在多年的发展中我们始终坚持商德诚信原则，不碰高压线、不闯红灯、依法经营。所以面对未来发展我们没有后顾之忧。2014年是惠华集团的调整年，对管理者队伍调整规模是前所未有的。通过调整管理团队得以优化，绝大多数履新者精神面貌比较好，积极向上、工作富有成效，团队凝聚力大大加强。过去汽车市场一度处于井喷时代，而现在微增长和严酷市场竞争使我们部分单位面对生存的考验。困难面前领导者不能以身作则，发挥模范带头作用就带不出硬的团队。形势逼人，企业要持续发展，优化注定会成为常态。管理者必须根据形势的发展变化来调整自己，适者生存。

解决了人的问题，要在竞争中立于不败之地，关键需要解决的是执行力。再好的战略规划、再宏伟的目标，没有强有力的执行就不能落地。执行规章、实现经营目标必须不打折扣、不讲价钱；违规必须铁面问责、钢性约束，让制度成为带电的高压线。唱黑脸是职业经理人职责范围内的事情，不能总当老好人。要解决执行力的问题，首先下达计划应目标明确、科学合理、细化到位；集团职能部门工作要沉下去发现问题，帮助经营单位解决问题，发现和培养创新型人才和单位，总结推广典型经验；最后做到激励到位、考核有效，真正形成奖勤罚懒的良好氛围。

目前的形势可总结为困难与希望同在，挑战与机遇并存。我们没有理由盲目乐观，但也没有理由悲观失望。目前像我们这样日子还过得不错的经销商集团不是很多，大家要珍惜。一个企业能走多远，一个人能达到什么高度，关键在于眼界，要站位高一点、眼光远一点。

集团董事长：



沉淀冬天的思考

PRECIPITATION IN WINTER
THINKING

文 崔秀敏

THE WINTER

沉淀冬天的思考

PRECIPITATION IN WINTER
THINKING

文 崔秀敏

THE WINTER

由甜美成熟的秋进入萧杀凛冽的冬，时间也仿佛凝固了，漫天的雪涤荡着空气中的尘霾，寒冷的空气刺激着人们的神经，提醒着人们，这是一个思考的季节。

好似应着这季节的景，2014年下半年，国家宏观经济整体继续低位运行，消费增速不温不火，汽车销售尽显疲态。供大于求、竞争白热化的阴云还未挥去，国家有关部委祭起“反垄断”的大旗又将汽车行业推上了风口浪尖；今年的“金九银十”来得本不如往年热烈，速腾、大众的召回又让疲软的市场雪上加霜；汽车经销商整车零利润甚至负利润的时代已经来临，而汽车后市场这最后一块蛋糕正在被各方电商瓜分；新能源汽车何时迎来销售的春天尚未可知，但国家、地方政府补贴政策已日渐升温；和王健林的亿元赌约结果还需时间来验证，纽交所最大规模的IPO融资已让马云成为新的中国首富……有些风光在快速褪色，有些景象却正是春色满园，唯一不变的，是这飞速向前的时代，还来不及嗟叹，就已沧海桑田。

生命之所以枯竭，不是因为安逸而忘记了奋斗，就是因为盲目而忽略了思考。君不见，昔日的行业巨人柯达与诺基亚，今日已同是天涯沦落人。新的技术催生新的行业，昨日保证事业稳固发展的根基可能正是阻碍明天转型升级的桎梏。新时代下，任何固步自封的企业都可能随时走向下坡路。成长是一种美丽的痛，孤鹰断喙退羽，是为了再次展翅于蓝天。为了应对新的挑战，我已开始提前发力：历时半年的管理咨询公司进驻，帮助我意识到了人力资源工作的缺陷，也为我指明了人力资源发展的方向；壮士断腕的管理团队调整，虽然伴随着阵痛，但团队面貌得以焕然一新；在运营管理部推动下集团整体运营质量已小有起色，向管理要效益还大有潜力可挖；为开拓新的赢利增长点，崭新的“头脑风暴”模式让来自不同品系的管理者聚在一起打开思路，集思广益；异业联盟、资源共享、开拓新市场、代理新领域……面对新的挑战，多份蓝图等着我去描绘，未来虽然不可预测，我却知道机会就在那里，只对有准备的人

招手。

行动决定理想与现实之间的距离，一张行军图，不论内容多详尽，比例多精确，如果不投入使用，并不能带着战士在地面上移动半步；一份制度，不论规定多完善，流程多严谨，如果监督不到位，也不能防止违规事件发生；一项计划，不论考虑多周全，细化多缜密，如果不去执行，永远不能到达成功的彼岸。只有行动才能使梦想、计划、目标有意义。不暗打折扣、不投机取巧、不寻找借口、不逃避责任……这些正是履职二字最完美的诠释。冬天并不可怕，可怕的是没有准备，可怕的是没有预计它有多长，多寒冷。冬是一个历程，越过这绵延的冬，生命将完成新的超越。幸福是一段奋斗的旅程，是从一个起点驶向另一个起点，永远没有彼岸。

冬天的季节属于沉思而不属于凋零，如果说春天激发了生命的孕育，那么冬天就沉淀了勃发的力量。蛰伏是为了更好的勃发，在这寒冷的冬季，我感受到的却是血脉里喷张的激情。我看新晋的年轻的店长们在岗

位上顽强地努力；我看见担负品系管理使命的两位久经沙场的老将毫无保留地帮扶；我呼吸到崭新的汽车经纪人模式吹来的新鲜的空气；我触碰到集团全线参与“双十一”营销活动，向飞速向前的时代张开的怀抱。数字化营销时代已经来了，不论各经销商是清醒还是懵懂，都已被裹挟在这场浪潮中，推着向前。互联网经济正在迎来竞争、创新、群雄逐鹿的春天，而我知道自己正乘着开往春天的高铁，向着未来飞驰。

冬天是最浪漫的季节，埋下希望的种子，把功绩与过失混合在一起，用皑皑的白雪深埋，用冷静的思绪做引子，发酵、酝酿着营养，等待着春雨，唤出那新生的一抹绿。真正的勇气，是零积累时的白手起家、咽辛啖苦，更是壮大后的如履薄冰、三省吾身。奋斗后的思考是休整，更是薄发前的累积。天是寒冷的，心是火热的，土地在瑞雪下思忖着，万物在沉睡中等待着，人们在严寒里憧憬着！



辽宁惠华汽车集团旗下实业

辽宁惠华新业贸易有限公司
辽宁惠华汽车集团有限公司（一汽-大众品牌4S店）
辽宁惠华集团本溪汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
辽宁惠华集团朝阳汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
沈阳惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
辽宁惠华新业集团新民汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
辽宁惠华新业集团辽中汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
辽宁奥通汽车销售服务有限公司（一汽奥迪品牌4S店）
辽阳惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽奥迪品牌4S店）
丹东惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽奥迪品牌4S店）
辽宁福达汽车销售服务有限公司（一汽马自达品牌4S店）
铁岭金惠源丰田汽车销售服务有限公司（一汽丰田品牌4S店）
沈阳惠华红馆汽车销售有限公司（一汽轿车红旗品牌店）
辽宁惠华集团奔腾汽车销售服务有限公司（一汽轿车奔腾品牌4S店）
辽宁博达汽车贸易有限公司（一汽轿车奔腾品牌4S店）
辽宁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	President: Li Yanhai
总策划：戴 增	General Planner: Daishuang
总监制：吴大伟	Supervisor in Chief: Wu Dawei
总 编：崔秀敏	Editor in Chief: Cui Xumin
主 编：荆 莹	Executive Editor: Jing Ying
设 计：郝莹莹	Designer: Hao Yingying
校 对：刘波 明星 郭亚玉	Proofreader: Liu Bo Ming Xing Guo Yanyu
编辑部电话：024-88459822	Telephone: 024-88459822
电子信箱：hhzdbjb@126.com	Email: hhzdbjb@126.com
出 版：辽宁惠华集团	Publication: Liaoning Huihua Group
印 刷：沈阳市美图艺术印刷厂	Printing: ShenYang Mei Tu Artistic Advertising CO.,LTD

CONTENTS 目录

12	资讯篇
20	盘点篇
50	发展篇
78	文化篇
102	惠华车世界



2014年 一汽-大众品牌经销商 合作伙伴大会纪实

FAW – VOLKSWAGEN DEALERS PARTNER MEETING

文 集团办公室

2014年一汽-大众品牌经销商合作伙伴大会于11月25日在长春一汽集团礼堂召开，会议主题为“精赢未来”。一汽集团、一汽-大众的相关领导，全国844家经销商的投资人及总经理参加了此次大会。我集团副总经理、运营管理总监、大众品牌沈阳区域总经理、大众朝阳、本溪、辽中、新民、法库店的总经理或副总经理共8人参加了此次大会。

会议由一汽大众销售责任有限公司执行副总经理姜立堂主持，大会通过开场视频展示了2014年一汽-大众品牌经营业绩，一汽集团公司副总经理秦焕明首先致词，提到2014年在中国经济增速放缓，反垄断实施，竞争对手新品不断投放，成交价格不断拉低、社会舆论压力不断加大的外部环境挑战下，一汽大众品牌克服困难，取得了骄人的业绩；为了更好的实现2015年的目标，向一汽大众品牌提两点希望，一是要继续千方百计为各位经销商创造更多价值，二是要持续加强队伍工作能力、工作作风建设；一汽-大众汽车有限公司董事总经理张丕杰致词，与大家分享了在宏观经济和市场环境下一汽-大众的经营现状，2020战略的产销量和产品规划前景，明确了一汽-大众未来发展的四个目标，即成为市场份额的领导者，领先的盈利能力，最佳的客户满意度和质量，做社会责任的典范；向经销商伙伴提出了合作创新的期望与共勉；一汽-大众汽车销售责任有限公司总经理胡汉杰在工作报告中对2014年营销业绩进行了回顾，介绍了未来目标及战略构想，报告了2015年目标与重点工作，将从精益销售、精准营销、精心售后、精英团队四个方面，本着“精赢未来”的理念，通过12项具体战略模块的实施来实现大众品牌4个最佳战略目标，对经销商提出了戮力同心、守土有责、提升管理、稳健经营四点期望；一汽-大众品牌外方执行总监冯总就2015年新产品和用户满意度进行了介绍；主管销售计划业务的孟祥会副总经理、市场业务的王长辉副总经理、网络与培训业务的钱智副总经理及售后服务业务的刘涌涛副总经理就所分管的业务及15年的商务政策进行了宣讲与解读。

会议最后进行了现场颁奖，我集团大众品牌沈阳区域王占启总经理获得2014年度最佳总经理奖；郑欣然获得最佳销售总监奖；王兆平、王琦、王琛获得优秀销售顾问奖；高海萍获得优秀服务顾问奖。

集团召开 第三季度经营管理 总结分析会议

THE GROUP HELD THE THIRD QUARTER MEETING
MANAGEMENT SUMMARY ANALYSIS

文 运营管理部

自2014年三季度始，“反垄断”在汽车行业引起不小的震动，一系列相关政策及事件，将汽车行业推上“反垄断”的风口浪尖。在新的市场形势下，集团于2014年10月18日召开第三季度经营管理例会，对前三季度用心盘点、认真总结，为四季度明确目标、找准方向。

本次会议以精简高效为原则，注重分享亮点、问题剖析、找准方向、提升改善。大众沈阳区域、解放品系事业部两位品系管理负责人，以及奥迪沈阳店、奔腾大东店等九个经营单位第一负责人代表在会上做了发言，集团运营管理总监就前三季度关键经营数据进行了总结、分析。

集团董事长认真听取了11位负责人的汇报，对汇报的内容给予了充分的肯定，对当前的市场形势进行了重点分析，对各部位工作中的亮点及集团存在的主要问题进行了重点点评，对四季度工作要点做出重要部署，起到了坚定信心、指明方向的作用。



大众沈阳店服务部
荣获2014年一汽大众
售后服务优秀案例奖

AFTER SALE SERVICE CASE EXCELLENT AWARD

文 大众沈阳店 杨艳玲

智汇，共享未来！

2014年一汽-大众开展售后服务优秀案例推广活动，大众沈阳店服务部以“附件套餐”案例参加竞选，经过全国层层选拔，大众沈阳店荣获2014年一汽-大众全国经销商服务优秀案例奖。

2014年11月2日-11月4日在青岛开展的售后服务优秀案例推广会上，作为全国10家分享案例经销商其中之一，大众沈阳店服务总监助理王连聪代表大众沈阳店进行了案例分享，并获得了一汽-大众厂家老师及各经销商的一致好评。

通过一汽-大众厂家搭建的经验交流平台，我们开拓了视野，提高了售后服务专业水平，从而提升了用户满意度。



**集团人力资源部
组织企业文化巡回宣讲活动
ENTERPRISE CULTURE**



文 集团人力资源部 孙薇薇

本轮企业文化培训包括以下五项核心内容：

- 1、惠华集团简介
- 2、组织架构及职能（14年最新调整后相关内容）
- 3、企业用人机制
- 4、职业化标准
- 5、打造学习型组织

由集团人力资源执行总监、集团办公室主任、集团网络信息部部长、集团人力资源经理、奥迪沈阳店人力资源及客服经理、培训经理、大众沈阳店人力资源经理、奔腾大东店人力资源经理组成的宣导小组，到集团内28家独立经营单位分批次进行了全员宣讲，参加宣导员工共计1500余人。通过本轮宣导，新入职员工对集团企业文化有了更深刻的了解，老员工对集团倡导的价值观、指导思想有了更准确的把握，团队凝聚力得以大大加强。



企业发展到一定程度和规模，都会自觉或不自觉地形成具备不同特点的企业风格，也就是通常所说的企业文化。惠华集团多年来一直重视企业文化的总结及提炼，使之系统化，在企业的发展中发挥积极作用。虽然在不同阶段所体现的重点不同，但它却时刻体现在公司的战略乃至所有员工的具体行为中。

而身为企业中的一员，不仅需要了解企业文化，更要理解企业文化，知道什么样的行为在企业行得通、什么行为行不通，例如对待客户和同事的方式、态度等。如果你是管理者，更要知道如何使自己的团队风格贴近、符合企业文化标准，更好的完成业绩，使团队跟上企业前进的步伐。

在这样的背景下，由集团人力资源部组织，在集团办公室、集团网络信息部及各独立经营单位的积极配合下，首轮企业文化巡回宣讲于2014年10月份顺利开展并完成。



TRANSFORMATION

惠华奔腾铁西店服务场地搬迁改造

文 奔腾铁西店 姜浩

古人云“人心齐，泰山移”，现在我们也常常说“团队就是力量”。一滴水只有放进大海里才永远不会干涸，一个人只有把自己和集体事业融合在一起的时候才能最有力量。

我是在2009年11月份进入惠华这个大家庭的，至今已近有五个年头了，自进入公司起，我便深刻的感受到集团及公司领导对员工像家人一样关怀和深爱，感受到公司团结一致的氛围，每天晨会我们都会喊着响亮而有力的口号“惠泽天下，华耀万家”，服务团队用此来激励每个员工始终团结一致，共同为惠华的明天而努力奋进。

记得我刚来惠华奔腾铁西店8个月左右的时候，我们的场地就面临着搬迁，那个时候我们团队只有十五、六人，从北二路二楼搬迁至现在的北一路博宇院内。我们当时只雇了两辆小型货车，所有备件、修车的工

具、维修器械都是自己动手完成的，大家齐心协力，始终坚信团结就是力量，仅用了两天时间，全部搬进了新的场地。

截止今日，服务成员已经发展到二十三人，但是我们始终团结到一起，借用惠华给我们带来的这么好的平台而发展。由于北一路场地租期在2015年3月即将到期，我们也准备在2015年初再次进行场地搬迁。

2014年10月末新场地硬装修即将完成，所有墙面都需要重新粉刷，服务经理王希带领服务人员利用下班时间，只用了两天时间将所有墙面全部粉刷一遍，为我们第二个家增添了新的光彩，充分体现出团队协作的力量。

虽然现在的市场竞争非常激烈，奔腾铁西店所面临的形势依然严峻，但是我们有信心，在未来的每一天，不断进取，不断超越，我们的团队会创造更卓越的佳绩！



SENIOR MANAGERS TRAINING

集团高层经理人内训第二、三期顺利开展

文 集团人力资源部 孙薇薇

伴随着企业的发展，对员工胜任力要求也逐渐提高，而培训的目的正在于支撑及提升各岗位人员的胜任能力。要实现这样的目标，依靠临时性的、零散的、应付突发需求的培训显然远远不够。在2014年培训模块的设计中，凭借集团领导、各单位管理层、集团内训师的支持及配合，培训工作得以逐步分层级、按需求地朝着常态化、规范化、体系化目标规划，以便更好地支撑各岗位人员胜任力提升需要，达到企业要求的标准。

9月28日由奥迪沈阳店总经理戴庆九主讲的《4S店日常管理关键点及操作技巧之店长应该了解的财务知识》，及10月24日由解放品系事业部总经理陶晓明主讲的《4S店日常管理关键点及操作技巧之4S店市场营销活动如何策划和开展》两次课程，在二位讲师的精心准备及各独立经营单位负责人的积极参与中按计划顺利完成。

在讲师们的努力下，《4S店日常管理关键点及操作技巧》系列培训课程内容逐渐深入，从总经理的关键胜任力到日常管理需掌握的重点，选取不同角度进行讲授和组织讨论，收获了良好的培训效果。集团人力资源部在未来的培训组织工作中，会努力为大家安排更多有针对性且实效性强的培训内容。



融智精进 拓域而行

EXTENSION FIELD

文 大众朝阳店 刘颖

自2009年起，一汽-大众经销商市场推广大赛和经销商CRM技能大赛均已相继成功举办六届，并成为一汽-大众经销商市场、CRM业务发展风向标。随着2014年一汽-大众组织架构更新，两项赛事首次合并举办，力求让整个经销商体系得到锻炼，提升技能。两项赛事合二为一，考核个人能力同时考量新团队配合，旨在调动经销商前沿拓展积极性，提升经销商能力水平，迎接终端销售及市场推广更严峻的挑战。

经过一汽-大众六大销售区域层层选拔，2014年11月18日，以“融智精进 拓域而行”为主题的一汽-大众市场与CRM大赛在广州培训中心拉开帷幕，辽宁惠华集团大众朝阳店衍生主管丁凯、客服主管张洪霞、市场主管刘颖代

表一汽-大众东北区辽西小区参加比赛。经过三日紧张激烈的个人赛与团队赛比拼，大众朝阳店团队不负众望，获得以下荣誉：

- “最佳市场推广经理”——刘颖；
- “最佳客户关系管理经理”——张洪霞；
- “优秀市场与CRM总监”——丁凯；
- “2014年度一汽-大众优秀营销案例”；
- “优秀市场与CRM团队”；

赛事虽已落幕，但大众朝阳店市场与CRM团队的进取之心仍在延续，让我们将一路走来的竞逐和比拼铭记在心，让这些荣誉激发我们拓域激情，以此为征程的起点，再攀巅峰！



Audi

突破科技 启迪未来

一汽-大众

china.Land of quattro

见控与激情，从未如此共舞

一汽-大众

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：024-88443417

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(家具城西300米)

电话：0419-5568888

二十四小时救援热线：0419-5568999

辽宁惠华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：024-88443417

奥迪

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

奥迪



会议时间：2014年10月18日8:00-12:30

会议地点：集团总部五楼会议室

会议主题：

1、各经营单位上报前三季度主要经营管理指标达成情况；对重点指标达成率、同期对比情况进行分析及简述。

2、分析本部位工作中存在的最关键问题及主要困惑，汇报主要改进提升措施。

3、四季度经营目标、主攻方向及重要措施办法。

4、各经营单位对集团的建议与意见及所需集团提供的支持。

5、运营管理总监就前三季度关键经营数据进行总结、分析；集团董事长就前三季度经营中的成果及问题进行总结，就当前行业形势做重点分析，对四季度工作要点做出部署。

参会人员：集团董事长兼总经理、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。

会议纪要：

会议由运营管理总监主持。会议的汇报环节，由解放品系事业部、大众品牌沈阳区域两位总经理首先就所负责的解放沈阳、大众沈阳两店前三季度的主要经营、管理指标的达成情况进行了分析和简述；其次，对所分管的解放品系8个独立经营单位及大众品牌沈阳区域4个4S店四季度工作目标及主要措施进行了重点说明；奥迪沈阳店、奔腾大东店、大众朝阳店、奥迪辽阳店、马自达店、青岛事业部、解放新民店、国际贸易事业部、备品事业部等9位独立经营单位第一负责人对前三季度的主要经营、管理指标的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；对四季度的经营目标、主攻方向及措施办法进行了重点阐述；各店针对对集团的建议与意见及所需的支持进行了详细说明。

集团董事长认真听取了11位负责人的汇报，对汇报的内容给予了充分的肯定，对当前的市场形势进行了重点分析，对各部位工作中的亮点及集团存在的主要问题进行了重点点评，对四季度工作要点做出重要部署。具体内容如下：

一、2014年是惠华集团的调整年：

集团董事长指出，2014年是惠华集团的调整年，从集团职能部门的完善、品系事业部、品牌区域运营管理的整合，不同层面管理层较大幅度的优化和调整，在调整的过程中能取得这样的经营成果来之不易。2014年集团做了很多打基础的工作，可以说今年的调整和持续优化为明年的成长做了铺垫和准备，今年的管理者队伍环境得到了净化，通过对部分店长及中层约谈、降职、劝退等方式处理了一批人，调整的动作是前所未有的。过去集团在汽车市场处于井喷时代是发展的快慢问题，而现在一些店面临生存的考验，有的处于亏损边缘，有的甚至亏损很严重，这样的背景下有的管理者仍然不紧不慢，作为店长按时上下班都做不到，负面影响太大，企业在这种形势下不可能再包容。企业要发展，这种优化将成为常态，适者生存，必须根据形势的发展、变化来调整和改变自己。

二、“顺应形势，与时俱进”为主题的市场形势分析：

集团董事长就当前市场形势及围绕市场形势惠华集团所做的前瞻性调整与应对进行了具体的分析与阐述。集团董事长指出，大势要顺，要想“顺应形势”，首先必须认清形势，对目前和未来的形势要有相对客观的判断，才能

够抓住机遇快速发展。

1、目前国内国际汽车市场形势：

目前，国内、国际汽车市场形势复杂多变，中国汽车市场产能过剩、供大于求，这个态势改变不了，各个生产厂家不管是合资品牌，还是自主品牌都在扩大产能，在全国各地建立工厂，供大于求导致价格战，前几年是整车打价格战，从去年开始价格战已经由整车延伸到维修服务的领域，以后将成为常态。我们应该思考该如何应对。

其次，国家反垄断法的贯彻执行在不断的深入，国家有关部门对很多汽车厂和经销商涉嫌垄断处以巨额罚款，国家鼓励连锁经营、优化市场结构，这个会对过去以4S店为主经营的经销商产生直接影响。

再一个变化，是互联网对各行各业的渗透非常广泛、威力强大。汽车互联网这盘棋怎么下，是需要管理层认真思考的，互联网思维打造全新的汽车研发、生产、销售、服务整个体系将成为一种可能。互联网与新能源的结合，将带来新一轮的技术革命，也会改变市场格局。

2、围绕市场形势变化集团所做的前瞻性的调整与应对：

维修突破4S店的模式，我们在进行探索。最近接触几家厂商提到了电动车，国家对电动车的补贴额度力度大，消费者、生产厂均受益，同样经销商也会受益。目前，我们所代理的品牌部分产品更新速度慢，得不到相关政策的支持，在市场上的竞争力将会大打折扣。集团只卖同一生产商集团车的想法也应做出一些调整，在出口业务上已经打破了此界限，国际市场需求什么产品就提供什么产品，

否则会迟滞我们的发展。

三、集团目前亟待解决的问题 – 执行力

董事长指出，集团目前亟欲解决的就是执行力的问题，再好的战略规划，再宏伟的目标，没有强有力的执行就不能落地，规划只能成为镜中花、水中月。执行规章制度，实现经营目标，必须不打折扣、不讲价钱。违规必须铁面问责、钢性约束，让制度成为带电的高压线；唱黑脸是职业经理人职责范围内的事情，不能总当老好人。有的店内员工利用职务便利侵占公司资金金额大、持续时间长，暴露了我们在管理方面的严重缺失；还有些单位报喜不报忧，员工打架既不按规定严肃处理，也不上报集团，欺上瞒下，作为职业经理人涉及的不仅是工作方法问题，严格讲涉及到诚信和职业操守问题；有部分管理者坐店等客的旧习惯仍然没有根本转变，销售副经理任职六个月竟然没有跑过一次市场，充分暴露出上级管理者的管理不到位。

要解决执行力的问题，简单说就两个方面，一方面作为集团的职能部门，工作要沉下去。有的店财务经理能力弱、管理意识淡薄、领导力差，缺少凝聚力，导致短款还缺乏正确认知、打架、融资上报材料质量差，个别员工利用职务便利徇私管理者不能及时发现和有效控制等，在这样的情况下财务部长需要向下探或者兼职，一定要解决财务管理人员管理意识和能力提升问题，特别是奥迪沈阳店、大众沈阳店、解放沈阳店等旗舰店不能出现问题，同时对银行、税务部门所有报表及材料各级负责人必须亲自

把关，不能出现纰漏。另一方面四季度对不在状态的管理者要持续优化。

目前形势是困难与希望同在，挑战与机遇并存，我们没有理由盲目乐观，也没有理由悲观失望。能够像现在惠华集团这么好的经销商集团不多，大家要珍惜，一个人能达到什么高度，一个企业能走多远，关键在于眼界，站位高一点，眼光远一点。

四、工作中的亮点：

1、对履新管理层的肯定：

2014年履新的管理层和高管，绝大多数都是比较积极、乐观、向上，工作也很有成效，比较明显的是陶景宏从解放铁岭店到解放丹东店，店内销量和利润指标立竿见影。王清民从解放铁岭店调到解放新民店维修产值增长幅度明显，店内现场管理都有很大的提升。

2、各部位工作中的亮点：

大众朝阳店驾校市场的开发效果明显，上牌业务有附加值的开发已初见成效；奔腾大东店维修预存款的方式，一方面绑定了用户，另一方可有效利用资金；大众品牌沈阳区域的设立与资源整合值得借鉴。

会议最后，李总分享了毛泽东《赠柳亚子先生》的一首七律韵诗中的“牢骚太盛防肠断，风物长宜放眼量”两句话诗词，与大家共勉。

惠华集团

2014年10月21日

集团员工分级项目 正式启动 PROJECT LAUNCHED

文 集团人力资源部 左怡

在新的宏观经济环境和市场形势下，做好集团人力资源储备工作是有效执行集团战略与计划、实现经营目标的保证。为支持企业的可持续发展，集团决定启动员工分级项目，将向一线员工倾斜的指导思想真正落地，使企业的价值分配向真正有能力、为公司创造价值的人才倾斜，同时促进员工队伍素质的不断提高，有效增强企业的竞争力。

人才分级管理的管理目标包括：1.根据员工综合能力、贡献度不同进行薪酬分级，体现“多劳多得”； 2、根据不同级别制定不同的培训方案，做好人才培养； 3、为员工设立企业内部晋升通道，帮助员工建立个人职业生涯规划。集团人力资源部在牵头设计员工分级管理制度的过程中借鉴了美世的3P管理模式，经过内部反复论证、会议沟通、模拟操作等环节，最终确定了员工分级的试行方案。

12月份起，集团人力资源部与工作组、督导组成员一起，在大众沈阳店先行试点，逐步推进，计划在2015年将员工分级真正应用到人力资源管理中。



服务号：huihuajt



惠华集团订阅号
inhhjt/辽宁惠华集团

集团完善二网管理规范和流程 SPECIFICATION AND PROCESS

文 运营管理部 闫秀丽

随着国家反垄断法规的推进，汽车行业的独家授权专营、区域封闭管理模式被打破已是大势所趋。为有效规避风险、提高竞争力、整合有效资源，二网的合理布局和强化成为目前集团运营管理工作中一个重要且紧迫的问题。

在市场井喷时代，二网由各经营单位自行主导与开发，缺乏整体规划、严格的标准及规范的激励政策。集团针对目前各单位二网的现状，于9月30日下发了《关于完善二网规范及流程的管理规定》，对二网从资源整合、营销整合、目标管理、激励政策、评估与优化、库存管理、培训、走访与沟通等十个方面进行了规范。运营管理部将针对合作二网的效果以季度为周期进行整理、汇总，会同财务部及审计部对二网合作的有效性进行共同评定，持续地优化、整合二网资源。



CHALLENGES ADVANTAGES

“迎接新**挑战**、创造新**优势**”
头脑风暴系列研讨成功召开

文 运营管理部 闫秀丽

为应对国家整体经济发展放缓，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”，汽车行业展开反垄断管控等严峻的经济和市场形势，遵照集团董事长“经营是选择正确的事情做”的批示，9月21日由集团职能部门总监、部长及经营单位总经理共16人以分组头脑风暴的形式针对如何拓展新的赢利点、及反垄断后如何发挥集团整体优势、提升竞争力两个议题进行了研讨，研讨过程共收集、汇总了34个方面的86个论点，在对86个论点进行分类整理后，参会人员根据重要与适用性评选出20个重点项目，上报集团领导参考。

集团董事长对参会管理者充分准备、积极思考的态度以及研讨成果给予了肯定，并批示参会者根据“长计划、短安排，统筹兼顾”的原则，选出重大项目深入调研、着手推进。10月12日，16位参会人员再次聚齐，针对9月21日研讨汇总的34个方面86个论点进行了深入的研讨，评估出重要且需调研的新项目、以及在现有工作基础上需深入推进的项目。现部分项

目已在推行、实施过程中。
为在更大的范围内发扬“寻求突破、拓展新的赢利点”头脑风暴研讨形式的优势，起到以会代训的作用，集团于11月1日召集各经营单位销售、服务、市场、客服负责人共25人，与集团部分职能部门总监、部长一同共30人举行了研讨，以分组讨论的形式，针对4S店销售、服务两大业务模块，还可以创造哪些新的优势，以及反垄断形势下如何调整销售、服务模式，化解危机，提升竞争力两个议题，共汇总八大类、128项论点，会后以会议纪要的形式对讨论结果中的重大项目进行了分类，并下发到各店及集团相应的职能部门进行实施与推进，目前部分项目效果已突显。

集团内部品牌众多，不同品牌或同一品牌不同店因建店时间、管理层履职长短等方面差异，在经营方式与管理技巧方面有较多可学习、借鉴、互通之处。为了方便互通有无、取长补短，一定范围有针对性的头脑风暴研讨将成为解决问题、学习、培训的有效方式。



團隊·精神

上下同心 其利断金



微信公众账号: bttx521

文 奔腾铁西店 魏丽

在经历了2013年6月的银行“钱荒”之后，今年政府采取了一系列调控措施，让我们感到“钱荒”已经远离我们，不会对我们日常的经营带来影响了。然而意想不到的是，从厂家2014年商务政策中，我又感觉到了“钱荒”，只不过这次缺钱的是一汽轿车厂家。

2014年厂家的商务政策中，将采购的资金渠道增加了现款采购一条，之前的政策，厂家只是鼓励经销商现款提车，给予一定现金折扣，而此次更改为现款提车金额必须达到一定的比例，否则每季度将扣除10万余元的财务费用。这对我们这样资金比较短缺的店来说，简直尤如晴天霹雳。要完成任务，每季度至少需要400万现款，这钱我们很难筹措；完不成任务，扣除10万余元的返利，对我们来说更是雪上加霜了。此时，我们陷入了两难的境地……

经过与店长的仔细研究、反复测算，我们决定，充分利用现有的资金，制定详尽的计划，加快资金的流动，尽可能的完成现款进车的计划。店长与销售部通过对现有定单的仔细分析，将可以即刻实现销售的车型

统计列表后，对这部分车辆采用现款采购。由于店内资金有限，只够现款采购一板车，财务将车款于月初就汇入厂家帐户，业务经过与厂家储运沟通，这一板车于月中就全部到店，同时销售顾问及时将这些现款采购的车辆交付客户。至此，通过全店的配合，仅用15天时间，就完成了资金的周转。再接再厉，将周转出来的资金继续用这种方式进车，每个月可以周转两圈，在没有向集团借一分钱的情况下，我们单月完成了200万的现款进车任务，同时没有造成库存积压。这样，我们成功地完成了季度400万现款进车的任务，得到了10万元的返利。实践证明，只要通过全店齐心努力，看似遥不可及的任务，我们也可以完成。这充分验证了一句古语，“上下同心，其利断金”！

在经营的道路上，也许还会遇到很多突发的事件，明年也许又会有其他的商务政策来制约我们，但通过这次的事件，我们明白了一个道理，兵来将挡水来土掩，只要我们用心，只要我们团结，只要我们努力，就没有攻不下的城！

奔腾铁西人，加油！

D on't look for excuses

你在找借口，我在想办法

文 奥迪辽阳店 张微



今年1-8月份，我店总体满意度成绩很不理想，为了改善那些不正确但已成为习惯的做法，服务部与销售部分别对本部门的流程进行内部全面的整改，通过电话及录音笔等工具来监控销售、服务两个部门的流程，客服部每天监听流程并把结果反馈到总经理、销售总监、服务总监，然后由销售顾问、服务顾问再一起联系客户，最后再由客服重新检查，形成闭环。

针对不满意项或未达到极为

满意项要求进行道歉解释与进店的邀约。最终我们在9月迎来了辽阳惠华新业奥迪4S店的一个丰收月，服务满意度117.9分，销售满意度120分，秘密采购100%，这样的成绩与我们全体员工的努力是分不开的。

一切销售都是围绕客户的需求而展开的，而集客能力的内涵正是采用各种方式和措施吸引客户来店，增加销售顾问与客户的接触机会，这是实现销售的前提。来店组数越多，人气越旺，销售机会就越大。对所有来店看车的客户组数要做好统计记录，以备检验客户活动的针对性和有效性，不断地改善，提高集客能力，从而为完成销售目标打好坚实的基础。但是在日常的管理中总经理发现销售顾

问在展厅集客过程中出现了问题，在11月份总经理带领销售管理层、市场经理、客服经理对销售展厅集客流程进行梳理，并对展厅集客质量提出了目标与要求。由客

服进行系统与展厅集客、电话监听表进行核对，确保集客信息100%的录入。展厅接待的新增客户要求100%使用录音笔，并由客服部监听整改接待流程，每日客服部将展厅集客、电话监听、录音笔监听结果反馈给总经理、销售总监，然后由销售内部进行日整改、客户检验整改效果。现在我们在集客、流程方面已经有了质的提高，但这些日常工作流程与规范还是需要我们更加认真、细致地对待。

冬天默默的给生命以考验，冬天锻炼强者、勇敢者。若没有了冬，那么生命将会一帆风顺，生命也会因无味而索然。冬天是位严厉的裁判，当你经受不住挫折失败和锻炼时，会被它毫不犹豫地判罚出局。相信奥迪辽阳店会经受住冬的磨练，迎来夏日最灿烂的阳光！



公众微信号：
辽阳惠华新业奥迪4S店

REMARKABLE RESULTS

集团清理超期库存车成效显著

文 运营管理部 闫秀丽

由于整车销售市场竞争激烈，下半年整车销售的量与质量均呈现下降趋势，汽车行业银行贷款逾期偿还时有发生，各大银行高度警觉、贷款收紧，对贷款条件要求更加严苛。为适应形势的发展变化，压缩库存、盘活资金势在必行。

7月-8月，集团库存现金车台次近700台，资金占用过亿。集团在8月25日下发了《关于压缩库存、盘活资金的管理规定》，8月26日下发了《关于“压缩库存、盘活资金的管理规定”实施细则》，设立了各经营单位9月份、10月份超期库存台次及资金占比的目标值，同时以激励为主的方式对相关岗位

设立了单项奖励。

集团规定下发之后，各经营单位对集团要求高度重视、认真执行。经各经营单位的共同努力，9月末，集团库存现金车台次降至540台，资金占用降至约9000万元；10月末，集团库存现金车台次降到391台，资金占用降至约7000万元。

资金是企业的生命线，随着本轮清理超期库存车活动的顺利开展，集团各经营单位对维护流动资金工作的重视程度均显著提高，为了有效降低财务成本，压缩库存、优化库存将会成为集团运营管理工作的常态。

朝鲜商用车 组装基地项目最新进展

LATEST PROGRESS OF THE ASSEMBLY BASE PROJECT

文 集团行政管理部 李艳

自从与朝鲜民兴总会社确立朝鲜商用车组装基地项目合作以来，历时一年，双方经历了由方案筹备到方案制定，再到确定每一个合作细节的过程，现已步入正轨。

朝鲜商用车组装厂的建设分为三个阶段：1、编制图纸和清单计划；2、基础材料的加工生产和采购；3、包装、运输、技术指导。

2014年初，第一阶段的编制工作完成，经过与设计院、咨询公司、钢结构生产厂家等相关单位反复修改方案、图纸、报价和材料标准，最终达成一致，将成熟方案报予朝鲜民兴总会社，获得朝鲜民兴总会社认可后，随即组织进行第二阶段工作，即加工生产钢结构框架。截止到2014年6月，钢结构框架已全部生产加工完毕，并在2014年10月底将第一批钢结构框架顺利发运至朝方，由朝方进行安装。



目前，第二批运输钢结构框架的清单已经确认，择日装货发运。第二批发运的材料是厂房彩钢板、门窗等，在第二批货物到达后，商用车厂房可以达到完全封闭状态。

同时，第三批准备运往朝鲜的基础建筑材料也已开始筹备，包括装饰装修材料、水暖设备及管线、检车线设备等，在第二批货物成功发运后，将立即着手采购第三批建筑材料，争取在厂房框架搭建完成后发运第三批建筑材料。计划在2014年年底前将所有基础材料全部运输完毕。

奔腾大连店实现**新突破** 年度销量有望再度突破1000台

NEW BREAKTHROUGH

文 奔腾大连店 邢洪宇

2014年对于奔腾大连店来说是不平凡的一年，在集团和厂家的大力支持下，截止至11月20日，年销量已达925台，在剩下的40天里，销量突破1000台已是指日可待。这是在2010年销量达到1331台后，时隔3年，销量有望再度突破1000台，这对于奔腾大连店来说意义非凡。当然，成绩的取得也绝非偶然。



公众微信号：dihuiautobt



2014年汽车市场竞争加剧，合资车企纷纷实现汽车产品价格下探，自主品牌汽车市场空间被进一步挤压，市场份额下降。

大连汽车市场在“限牌”的刺激下，购车潜能被提前释放，为我们创造了机遇，加上消费者现在对SUV热度不减，使X80成为今年销量和利润的有力支撑点；相比SUV市场，轿车市场竞争更加激烈，全新奔腾B70指导价已突破10万元，然而如此高性价比车型的上市却并未实现预期的销量；而B50因也车型较老，市场竞争力下降。

面对这样的外部压力，公司管理层提出了“主抓展厅稳销量，开拓二网DCC冲销量”的目标。

首先，在展厅管理方面，本着谁为公司创造利润就给谁激励的原则，围绕整车、贷款、保险、精品、二手车、上牌、满意度、大客户“八大利润点”重新设定绩效考核，大幅提升

了销售人员的积极性。八大利润点之间相互考核，既鼓励多劳多得，同时又给予销售人员一定销售压力，正激励与负激励并存，促使员工提升业绩。

“打铁还需自身硬”，在给予员工提升收入的平台及绩效的同时，提升员工自身素质也是非常重要的，员工培训是提升销售人员素质有效途径之一，今年贯彻始终的周二、周四培训，提升了员工的知识层面及能力层面，而实际培训中的不断演练是最好的办法。公司培训的同时，鼓励员工自主学习，自我提升。

展厅焕然一新的布置也为销售增色不少，良好的洽谈环境、儿童娱乐区、多样化的饮品，也让顾客倍感舒适。俗话说“良好的第一印象会让你久久不能忘怀”，员工自费订制品牌西装，大幅提升了员工企业形象。

无论是强化培训，还是提升展厅形象，都最终要服务于客户满意度。在2014年厂家实行标检的第一个年度，标检工作也成为我们的一项重要工作，我们将日常的标准向标检看齐，要求各部位人员落实。

在众多合资品牌抢夺三四线城市市场的形势下，大连店今年借助厂家直营店建设，在庄河开设了直营店，提升了一汽品牌形象。建店同时，直营店安排销售人员参加厂家培训，大连店每月定期到直营店走访，为奔腾在庄河地区提升销量奠定了基础。

2014年大连店正式组建DCC小

组，设DCC经理1人，DCC电话专员和网络专员各1人，同时明确岗位职责及工作内容，截至目前累计实现销售120台，也是一个不小的突破。

2014年大连作为厂家差异化营销城市，累计得到厂家市场投放支持达220万，效果明显，提升了奔腾品牌在大连地区的影响力。在8月末的大连国际车展上，我店订车达153台。

团结就是力量，团队建设工作也是大连店今年的一项重要工作之一，为了让员工感受公司的关怀，车展结束后大连团队到驼山海边聚餐，让员工在紧张奋战五天后好好的放松一下，也让大家的心紧紧的团结在一起。

2014年末，我们已经感受到宏观经济对汽车销售的影响，2015年我们将面临更大的市场考验和挑战，我们也将从渠道下沉、网络营销、车主关爱活动三大方向寻求新突破，2015年我们会更加努力！



XINJIANG PROJECT CONSTRUCTION

品系管理系列报道之一

赴新疆 抓项目 抢工期 保验收

—解放品系事业部总经理陶晓明亲驻新疆督战建店

文 解放新疆店 苏晶宇



2014年7月集团组建解放品系事业部，自此惠华旗下各解放4S店正式成为解放集群。次月陶晓明总经理主动赴疆，亲自督战解放新疆4S店工程建设项目建设。为期一个多月的艰苦督战，效果显著。

一、制定时间节点，做好统筹安排

8月4日陶总一行三人到达乌鲁木齐后，次日在施工现场将整体项目各环节一一察看，现场情况摸清后，陶总立即组织相关人员开会研究并逐一落实，临时组建了项目领导小组，并且做了明确的分工：

1、陶总为领导小组组长，在负责全局工作的同时，主抓4S店验收前的准备工作，按照厂家验收标准，组建服务团队、办公区域的规划及设施的选购、人员的配备、验店资料等。

2、韩督办负责项目建设的工作，每天在施工现场负责工程质量、隐蔽工程的验收、施工细节及工程进度的监督和技术指导。

3、王俊华集中精力负责办理项目建设所需的审批手续。

二、提高作业时间与作业强度，做到保质保量

8月8日，陶总提出必须增加作业时间与强度，方能保证工程的顺利完成。次日在施工现场至少有40名以上工人和4台机械设备在施工，展厅收尾、车间封闭、院内消防、供暖、上下水管线铺设都在紧张进行中，几乎所有工作项目都在同时展开，陶总每天都在工地5个小时以上督促工程进度。值得欣喜的是工程的施工标准要高于解放各店，渗水井、化粪池全部采用混凝土浇筑（避免未来浸泡坍塌），场地内隐蔽的消防、水暖、上、下水工程管线铺设全部采用地沟形式而不用直埋，而且防冻深度严格达到1.4米以下（保证未来维修方便并节约维修成本），展厅外面涂料采用5道喷涂工艺，不会出现展厅外面脱皮、褪色现象，车间外墙保温完全按照规范执行不会出现玻璃丝脱落现象，陶总亲自现场督查施工质量。

三、及时有效沟通与分工

陶总自进疆以来，晚饭后都要与临时小组成员进行当日工作交流，当日各环节的进展情况、需要更改的工程部位、次日工作计划等都是茶余饭后的必查项，有了井然有序的组织、清晰明确的目标，施工速度显著提升。

自陶总进疆一个月以来，工程项目的施工得以加速，9月份施工项目进入收尾阶段，原定9月7日返程的陶总，临时决定将返程日期更改为9月9日，因为9月8日是传统的中秋节，陶总说要在新疆与惠华的团队过一个中秋节，毕竟新疆这里也是惠华的家，家在这里，就应该团聚一下。新疆团队度过了一个难忘的中秋节，这种异地团聚的感觉

无法言表。

经过8-9月陶总督战建店，10月厂家验收小组入疆验收，对于解放新疆4S店的施工标准赞不绝口，声称将作为全国解放样板店推广。承载着解放厂家的盼望、集团领导的期望、新疆团队的希望，解放新疆店一定会继续加油！



微信号hxy09913711469



THE INTEGRATION OF THE RESOURCES

品系管理系列报道之二

资源整合 大众品牌沈阳区域在行动

文 大众沈阳店 刘琪



一、决策——集团领导英明决策，大
众品牌沈阳区域应势而生

为提高大众品牌新民、辽中、法库三
店的运营管理能力及在一汽-大众区域事
业部的综合排名，集团领导审时度势，运筹
帷幄，成立大众品牌沈阳区域，旨在提高
新民、辽中、法库三店的销售、服务能力
及各项管理指标，充分发挥区域优势，达

到最有效的资源整合。

1、区域会议：大众品牌沈阳区域成立
后，区域总经理分析了新、辽、法三店的
经营情况，并于10月15日召开大众品牌沈
阳区域经营管理会议。会议主要以前三季
度主要经营管理指标达成情况、目前存在
主要问题及改进措施、四季度业务规划为
主题，并对四季度总体工作目标及开展思



路进行了安排、部署。对重要工作明
确了责任人及时间节点，并且由专人
负责跟踪执行情况，做到了PDCA闭
环式管理。通过此次会议，不但明确
了四季度的工作目标及方向，更为区
域内各店管理层提供了一个横向交流
的机会。

2、重点工作：根据大众品牌沈
阳区域经营管理会议，重点对新、
辽、法三店库存现金车，STD、AAK
计划完成率进行协调，并设专人对完
成情况进行跟踪，每周提报跟踪表。
人力资源方面对部分关键岗位人员进
行了调整，大众沈阳店人力资源部也
充分发挥品牌区域的力量，针对新、
辽、法人员招聘较困难的问题，对应
聘人员进行资源整合，全力帮助新、
辽、法三店，进行统一招聘。

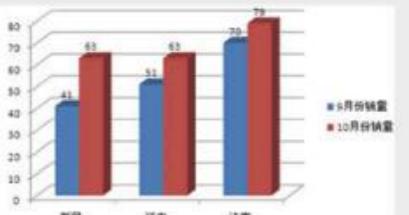
3、驻店帮扶：为更好的发挥区
域、品牌优势，大众品牌沈阳区域组
成了驻店辅导小组，由区域总经理任
组长，负责驻店辅导的总体安排，小
组内有分别负责销售、服务、人资、
财务模块的负责人，由组长带队，分
别到新、辽、法三店进行帮扶。10

月30日到大众新民店进行首次驻店
辅导。辅导小组成员通过对前三季度
的经营数据分析，重点对前三季度的
STD、AAK计划达成率、运营评价、
满意度、服务产值、人员及现场管理
等方面进行了深入分析并制定了改
进措施，明确了时间节点，并制定了改
善行动计划表，驻店辅导小组成员及
新民店主要管理层对改善行动计划进
行了会签。

三、成果——资源整合，初见成
效

通过驻店辅导小组现场辅导，大
众新民店的管理团队明确了近阶段工
作目标，增加了信心，找到了方法，
总经理亲自带头，全员积极行动，较
前三季度有较大改观。STD、AAK计
划完成率由前三季度完成不到70%，
提高到截止11月底完成70%以上，预
计四季度会100%完成STD、AAK任
务。前三季度服务产值月均17万，11
月份提高到当月产值30万。现场管理
也有了很大的改善，各项工作有序推
进。驻店辅导初见成效，并将持续进
行。

10月份的国际车展及11月的惠民
车展，沈阳区域也发挥区域力量，资
源整合，共同出击，取得了较好的成
绩。新、辽、法三店的销量均有明显



新、辽、法三店9月、10月销量对比图
提高，正所谓付出就有回报，沈阳区
域联动起来，势不可挡。

四、展望——不断超越，2015年
更加辉煌

大众品牌沈阳区域的成立，充
分发挥了区域及资源的优势，为2015年
业绩的稳步提升夯实了基础。我们相
信，在集团领导的战略部署下，在大
众品牌沈阳区域全体员工的共同努力
下，2015年，大众品牌沈阳区域定会
不断超越，谱写更加绚丽的篇章，与
惠华集团其他经营单位一起迎接明天
的辉煌！

DIGITAL MARKETING

大众沈阳店数字化营销再创新高

随着市场竞争的加剧，汽车行业已进入微利时代，我们一直在寻找新的营销模式，数字化营销就是其中一种。随着淘宝、京东商城、1号店等知名购物网站已走入消费者的世界，汽车之家、易车网、太平洋等汽车网站也成为当下购车消费者最为青睐的获取信息渠道，消费者可以通过汽车网站来了解汽车报价、车型对比、配置信息，查看商家信息、文章、视频、4S店活动等信息。

一、数字化营销简介

目前，大众沈阳店已与汽车之家、易车网、太平洋、搜狐汽车、爱卡汽车5家汽车网站合作，网站由电话营销专员和市场部共同维护，已建立了完善的网络信息平台。

网络营销部9月前员工8人，10月份新入职3名员工，现分为三个小组，共计12人，分别由王冰、王琛、王兆平等销售精英带领团队共同作战，2014年网销全年目标1000台，截止10月末已销售945台，月均销量占总销量比24.3%，超额完成了进度目标。



二、网络部工作变化

信息维护：汽车网站由电话营销专员每天进行信息维护、促销文章发布、价格更新，市场部发布活动类文

文 大众沈阳店 韩迪

章。

网上订单、APP回复：网上订单按时分配给销售顾问，销售顾问跟踪回复信息，保证不浪费一个资源，并及时与客户沟通；每天监督查看积分获得情况，监督订单处理及时性。

400电话：三个小组每月轮流负责网站400电话接听与回复，当天未接起电话，由销售顾问进行二次跟进。

抢订单：汽车之家网站抢订单，可以获得更多的销售线索、积分，并且能提升排名。

报表数据统计：通过《每日销售日报表》、《网站销售线索统计》、《网站动态报价表》、《未接起电话统计》、《销售进度跟进表》，实时

监控网络动态及完成情况，及时找出网站失分原因和不足，以提升网络销量。

市场部与网络部互动：市场部负责网站信息维护常识培训，发现问题及时沟通，安排网站工作人员来店内培训和辅导，提升了网络部员工网络维护能力。

网络营销已是一汽-大众厂家非

常重视的一种营销手段，厂家目前已开发DDMP数据营销平台，为区域和经销商开展数字营销活动提供了一个优良的线上平台，同时为客户提供了一站式购车服务，有效提升了用户的品牌体验。

数字化营销是我们坚定不移要开展和全力推广的销售模式，只要我们认真去精耕细作，真诚为每一个客户

服务，就能在行业中立于不败之地，相信大众沈阳店数字化营销业绩一定会再创新高！



微信号: Inhhcar

大众沈阳店 14周年店庆，再战



文 大众沈阳店 王昌凤

刚刚步入11月份，一年一度的“双十一”大战就已快速的拉开了序幕。大众沈阳店同样追逐电子商务的营销热浪，参与到了“双十一”网购大营销活动中。由于我们自身的实力及积极的态度，十分有幸的成为一汽-大众品牌沈阳唯一一家与汽车之家合作的经销商，成为了“汽车之家双11疯狂购车节”线上活动沈阳站一汽-大众汽车供应商。

此次电商大战我们结合网络营销模式，大胆尝试新方式销售，改变店内看车付款的常规方式，完全按照在线支付的流程操作，通过与媒体的紧密协作，为客户提供额外的购车优惠及购车礼品。这样的营销模式不仅让客户体验到了购车的便利性，同时也享受到了实际的优惠，为我们融入电子时代形成了良好的助力，大大的推进了汽车行业数字化营销的进程。

恰逢“双十一”的到来，辽宁惠华大众沈阳店也迎来了14岁的生日。为了感谢沈城百姓14年不懈的支持，店内也特在2014年11月11日-2014年12月10日期间举办了周年店庆活动，借以回馈

消费者长久以来的厚爱及陪伴。

活动期间，店内推出了14台店庆超低特价车，数万元现金优惠的同时还赠送保养；除此之外，全系车型低价供应：捷达、宝来、速腾、迈腾、高尔夫、CC全部现金优惠。并且，我们还为所有客户准备了进店礼、购车礼、贷款礼、车险礼、修车礼、选装礼、换购礼、置换礼，八重大礼天天循环送，多种好礼时时享不停！不仅购车客户享受优厚的礼遇，已购车的一汽-大众的车主同样不差分毫，售后服务也专门为车主准备了七大系统免费检测、维修工时费7折优惠，以及养护品特惠、新车主冬季养护爱车讲堂等一系列店庆服务活动。

2014年的“双十一”虽然已经过去，但是我们14年的店庆服务仍然还在继续。无论是线上，还是线下，我们始终致力于在每一个寒冷的冬季为大家提供无尽的暖冬温情。

辽宁惠华大众沈阳店更多温暖无限放送！欢迎各位关注辽宁惠华，及时了解我们最新的动态！



辽宁惠华一汽-大众4S店官方微博：一汽大众惠华4S旗舰店
辽宁惠华一汽-大众4S店公众微信：lnhhcar

PURCHASE DOUBLE ELEVEN CARNIVAL

双十一奥迪购车狂欢节

文 奥迪辽阳店 孙丽丽

近两年，在电商的联合下，双十一已经成为一年中最为轰动的购物节日。奥迪辽阳店在这一天，以“双十一奥迪购车狂欢节”为活动概念，旨在为用户提供看得见、摸得着、可以实实在在体验的购物感受，免除用户双十一线上盲目购物的后顾之忧的全新活动模式，并以此来制造古城双十一线下话题。为我们即将到来的年底销售任务指标收官冲刺及区域奥迪冰雪购车季打造一个良好的开端。

11月11日这一天，奥迪辽阳店内始终人头攒动，来自古城辽阳的奥迪准用户们很早就到达了活动现场，在销售顾问们热情的推介和耐心的讲解下，用户对我们现场推出的限量特价车型车款。双十一集市大礼包、双十一汽车之家秒杀499买2499活动规则和内容都有了详细的了解。当场便有两位幸运的用户秒杀成功，实现订单，

同时他们在12月12日之前完成上传发票和提车之后还可以参加后续的全国抽大奖活动。在这两份幸运的带动下，现场的签单气氛逐步升温，至活动结束时，我们共实现销订11台，活动取得圆满成功。



此次“购车狂欢节”盛典不只给古城的奥迪准车主们带去了真正的实惠，也给奥迪辽阳店的团队带来了新的市场营销经验和启发——只要我们勇于尝试，勇于创新，勇于在普遍性的已接受的营销活动模式中树立全新的亮点，用户会乐于接受，乐于配合，并乐于以此为话题，持续性地为我们进行口碑宣传。在辽阳这座圈子较小的城市，每一次市场营销活动都会对奥迪辽阳店口碑的建立有着不可忽视的促进作用，我们一定会充分利用每次市场活动的机会，让每一分投入都产生最大化的回报！



HARVEST

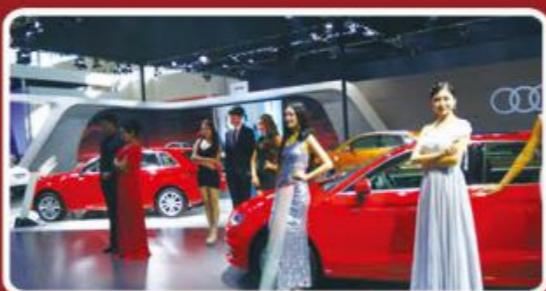
奥迪沈阳店 沈阳国际车展 收获

文 奥迪沈阳店 邵颖

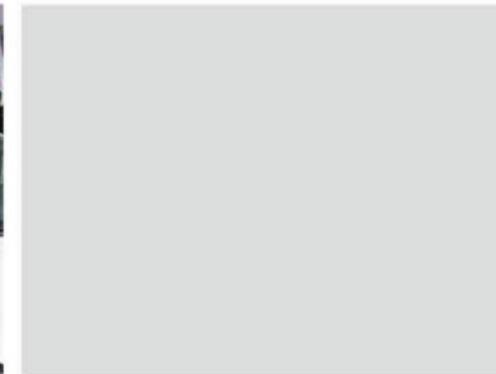
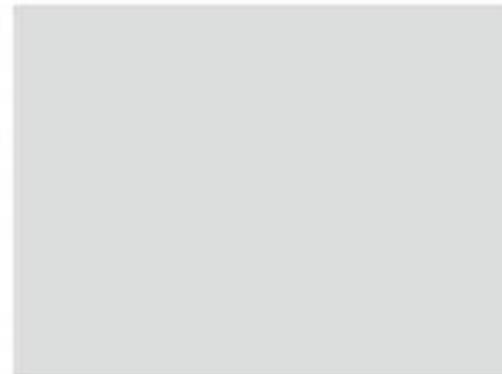
10月是收获的季节。恰在这个收获的季节，沈阳国际车展又一次来临。作为参展车商，奥迪沈阳店以最新车型、最大优惠参展，购车即抽奖，惊喜大奖劲爆放送，倾力打造最精彩的车展。

精彩，意味着丰盛，只有丰盛，才能与这样一个收获的季节相映生辉。此次参展在全体员工的努力下，共集客538组，产生实际订单66单。

在这样的一个金秋收获了累累果实，要感谢车展前的精心准备和全体员工的努力。相信凭借大家一如既往的辛勤耕耘，每次车展都会为奥迪沈阳店销售业绩增添靓丽的色彩！



车展现场



10月国际车展 奔腾品牌创 SUCCESS 佳绩

文 奔腾铁西店 孟静梅 奔腾大东店 王薇薇

由中国汽车流通协会主办、沈阳汽车流通协会协办的2014“中国沈阳国际汽车展览会”于2014年10月22-27日在沈阳国际展览中心隆重举办。本届汽博会展览面积达16万平米，参展品牌近百个，参展车辆达1003余辆，观众累计达49万余人次，辽宁省及国内主流到会媒体达700余家。进一步凸显了本次中国沈阳国际车展的市场影响力。

为了赢得市场、赢得顾客、优化整合集团内部资源，本次车展由一汽集团旗下品牌共同出席，一汽奔腾品系由奔腾大东店与铁西店共同参展。

本次展会为期6天，一汽奔腾携旗下全系车型奔腾X80、奔腾B90、奔腾B70、奔腾B50、一汽欧朗盛装出席并完美亮相会展中心E3馆-05号展位，在厂家及总经理带领下，前期做了充分的部署及应对措施，对车展进行整体规划及展前培训，内促激励和外促刺激相结合，外延主动集客，展台创意促进成交，按631法则，展前、展中、展后分阶段有侧重地进行传播：前期车展预热，广泛宣传促进集客，销售顾问客户邀约，有针对性的进行展前产品知识、竞品等培训；展中宣传集客，邀请消费者产品互动体验、深入交流、促

进成交，购车砸金蛋增加人气；车展后期报道及店头集中邀约销售转化；车展6天，大家付出了很多辛苦，但功夫不负有心人，在两店全体员工的共同努力下，共实现新增集客1051组，销订119台。



奔腾大东店
微信号：lnhh123456



奔腾铁西店
微信公众号账号：bttx521

MARKETING 从提高分享性看微信营销



文 奔腾大东店 王薇薇



随着科技的发展和智能时代的到来，当今人手一个智能手机，每天发微信记录生活的点滴，分享记录自己生活中的喜怒哀乐。

越来越多的人离不了微信，每天摇一摇。很多人有事没事都发微信，吃个饭发个微信，旅游也要晒晒照片，微信成为很多人生活中不可缺少的一部分。

正是微信具有即时性、分享性、传播速度快、辐射范围广等特点，越来越多的企业公司开始重视通过微信达到营销的目的。当然微信营销并不是纯粹的发广告，纯粹的广告不仅不能达到营销的目的，反而让人感到反感和抵触。因为营销具有极强的分享性，假如一条具有分享价值的消息，很多人都乐意关注。那如何从提高分享性开始，做好微信营销呢？

提高信息分享性七原则

- 有趣——创造一些喜闻乐见有创意的内容
- 有用——为用户提供实用价值的内容
- 有关——与用户相关，与企业目标相关
- 有序——利用主题让零碎内容变有序，利用小结专题让内容变有序
- 有热点——最新新闻事件及社会热点事件的追踪
- 有参与——正面积极的内容或活动，让用户主动参与，形成互动
- 有共鸣——情感色彩比较浓的内容，激发用户心理的共鸣

微信推送的内容还需要保持多元化和多样性。话题内容的多元化包括情感类、新鲜类、实用类、消遣类、娱乐类及通用话题。内容形式的多样性包括文本、单图文、多图文、语音及视频，没必要都采用多图文的形式。比如重点活动的时候，使用单图文，可以让用户聚焦；日常的节日问候，可以采用文本或语音；娱乐类的话题，可以使用视频，一定要把视频压缩为手机的视频格式。



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双离合器自动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。

全新高尔夫现火热供应中，辽宁惠华恭迎品鉴。

全新高尔夫
THE NEW GOLF

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

JETTA 捷达

BORA 宝来

GOLF 高尔夫

SAGITAR 速腾

MAGOTAN 迈腾

GTI

JETTA 捷达

结果是检验执行力的唯一标准

RESULT IS THE ONLY STANDARD OF TEST EXECUTION

文 运营管理部 闫秀丽

相信“执行力”一词对于在职场打拼的我们都不陌生，只是理解的深度与广度或因岗位、职级、阅历的不同存有些许的差异。经过十四年的磨砺，每一个人都会如我般由青涩变成熟，由肤浅变深邃，对同一事物的看法与领悟或因时间与空间的变换、经验与阅历的积累已改变原有的初衷。对于“执行力”一词，我目前最深的感悟是“结果是检验执行力的唯一标准”，与大家分享与共勉。

据有关数据统计表明，一个企业的成功，30%靠企业的战略，20%靠机遇、环境等客观因素形成的平台，而50%靠的是执行力，可见执行力是最重要的。

执行就是有结果的行动。而提供的结果必须是一个有时间节点，对企业具有明确的价值，并且完成后能够拿出来可供他人检查、衡量的东西。只要缺失其中任何一个要素，就等于我们没有提供结果，就说明我们的执行毫无意义。

第一，好的态度不能保证结果。做为公司一员的我们，可能会经常说或经常听到这句话：“我没功劳也有苦劳，为什么对我这么不公平？”或“我已经尽最大努力了”。总之觉得自己很委屈、觉得这个世界不公平。试问：有一个销售顾问工作态度非常好，每天上班都是第一个到，每天下班都是最后一个走，而且

每天上班都是埋头苦干，但整车销量与衍生指标却居于人后，你觉得这名销售顾问合格吗？他有没有给企业和部门提供具有明确价值的结果呢？如果每一个员工都是只求苦劳，不求功劳，那么这个企业还能长期良性发展下去吗？答案不言而喻。因此，态度和结果是两个独立的系统，态度好固然重要，但同时更要注重结果。

第二，局限于职责的范围不能保证结果。所谓职责就是对工作范围和边界的抽象概括。我们会经常说“该做的我都做了”。曾看到这样一则故事：有一个人到俄罗斯去旅游，他发现一个很奇怪的现象。他看到一个人在前面拼命地挖坑，又看到一个人在后面拼命地向坑里填土。他感到很纳闷，就上前去问这个挖坑的人：“你们是不是在庆祝什么节日呀？”挖坑的人回答说：“没有呀，我们在种树。”他就更纳闷了，“可树在哪里呢？”这个挖坑的人很轻松地解释说：“是这样的，我的职责是挖坑，他的职责是填土，而把树苗放到坑里的那个人今天生病了没来。”试问：他们种树的结果达到了吗？他们有没有完成他们各自的职责呢？因此，没有结果意识，职责就是一纸空文。该做的都做了，有没有结果呢？完成职责固然重要，但同时更要有结果意识。

第三，机械地完成任务不能保证结果。我

们会经常说：“我已经按照您说的做了”。比如，领导让你干什么，你很快就做了，然后就认为任务完成了。分享“卖土豆的故事”：两个同龄的年轻人同时受雇于一家店铺，最初拿同样的薪水。可是叫阿诺德的小伙子却青云直上，而那个叫布鲁诺的却还在原地踏步。对此，布鲁诺很不满意。老板为了让布鲁诺知道他与阿诺德的区别，这一天，把他叫到身旁：“你到集市上去一下，看看今天早上有卖什么的？”布鲁诺从集市上回来后向老板汇报：“今早到现在集市上只有一个农民拉了一车土豆在卖！”同样，老板让人叫来了阿诺德，也叫他去集市上看看有卖什么的。阿诺德很快就把集市上回来了，汇报说，到现在为止只有一个农民在卖土豆，一共有40袋，价格是1元；土豆质量很不错，他带回一个给老板看。试想：领导交待你这项任务的最终目的与想要的结果是什么呢？而你有没有达到这个结果呢？显然阿诺德与布鲁诺同样完成了任务，但结果是不一样的。因此，完成任务不等于拿到结果，完成任务只是对程序、过程负责，只有收获结果才是对价值、目的负责。

结果是检验执行力的唯一标准，执行后，收获结果的员工才是好员工，奉献完美结果的员工才是优秀的员工。只有这样，才能让自己更快地成长，才能让企业良性地运营！





EXECUTIVE FORCE 向军人学习执行力

—— 盘锦8610部队服务有感

10月27日应厂家要求，解放盘锦店为8610部队做了一次上门维修及检测服务，我们服务站对驻地的15台军车更换挂车阀阙片、胶圈及底座总成，由于厂家领导非常重视，这次由我亲自带领维修人员前往驻地。

初到部队大门我就被那威武庄严的气势震撼，进门后驱车行驶至汽车连的路上，更是被整齐、干净的院落所震撼，军人的气质，军人的作风无不体现得淋漓尽致。车队队长姓李，是一个志愿兵，是个河北人，在维修人员为其车辆维修的时候，我与他攀谈了起来，我说：“你们这院里这样干净整齐，管理的一定很严。”他回答说：“部队没有严格的纪律就不会有军人的气势。”他带我去了营房，8人一个屋的营房里，被子折叠得方方正正，床下洗漱用品及鞋子都有固定的摆放地点。他说：“你看这被子

叠起来可不容易，有些新兵来的时候为了让被子平整，每天睡觉都不盖被子忍着冻，将被子压在身下。”他刚毅的面孔上有一丝动容，接着说：“这不算什么，新兵在军训的时候更残酷，很多新兵都受不了这样的折磨，每天哭鼻子。”我问为什么要这样，他回答道：“就是要磨练他们的意志，将严格的纪律融入到他们的日常生活中，慢慢成为一种习惯，习惯于严苛，习惯于军营生活，服从上级的命令。”

军队管理跟企业管理何尝不是一样的呢？军人没有任何借口、坚决服从命令的执行力，值得我们每位管理者、每个员工学习。执行力的核心是态度，执行力实际上是态度与毅力的结晶。军人在接受任务与命令时最标准的回答就是“是，保证完成任务”。简单的七个字，并不是一句

文 解放盘锦店 沙培源

简单的口号，而是一种重如泰山的承诺。“保证完成任务”，执行就是要不打折扣。“保证完成任务”是责任、忠诚、服从、勇敢、合作、纪律的概括，是职业精神的根本体现，是执行力的根本保证。解放军能够取得如此辉煌的成就，是因为始终把“保证完成任务”作为最核心的行为准则，敢于斗争，敢于胜利，因此才成为世界上最具有执行力的伟大团队。

所谓一往无前，是要把事情想明白，判断是不是一定能攻得下，一旦下了决心就要一往无前、没有任何借口、坚决执行到位。愿“保证完成任务”能够像前进的号角一样，激励我们每一个团队、每一个人勇往直前，战胜困难、取得胜利！

THE IMPLEMENTATION FORCE OF THE TEAM 浅论如何打造 团队执行力

文 大众辽中店 刘印玺

俗话说，十年树木，百年树人。作为行政人员的工作者，我认为要打造一支高执行力的职业化团队，需从自我做起，对自己的行为规范要严格要求，不搞特殊化，不唱独角戏，并向员工传递个人服从集体的大局观念；管理层更应该以身作则，来带动员工认真执行集团及上级领导各项决策，在参与执行过程中弥补不足之处，使之更加完善。

管理者的职责是让每一位员工在企业内健康发展，管理者不仅仅是单纯的管理，还要学会做教练，他对下属员工的日常跟踪辅导，是促进员工提升执行能力的重要方式，而员工的执行能力，是打造高执行力职业化团队的根本保证，公司内部必须有这样一个负责任的管理者团队。同时启用“绩效问责制”，这个发动机不能停止转动，要时时刻刻用制度纠偏，用数据说话，创造一个公平、公正的环境，给员工正确的导向和目标，使员工更清晰的找到自己在企业中的定位与价值，从而保证团队及个人目标的共同实现，以此打造高执行力团队，不折不扣地实现企业经营目标。

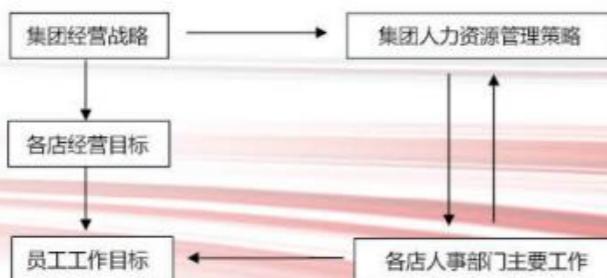
“人事管理”之我见

PERSONNEL MANAGEMENT

文 青岛事业部 荆莹

惠华集团，一个拥有近2000余名员工、29个独立经营单位、跨越辽沈地区及海外的企业集团。如何将集团的发展战略传达给每一位员工，充分发挥每一位员工的潜能，提升组织的绩效，除了各店负责人在日常管理中对经营目标进行战略分工外，各店的人事部门也应该成为促使员工提升绩效的主力军。

集团根据内外环境和条件的变化，经过科学的分析制定了长期发展战略和短期经营目标，集团人力资源部根据外部面临的机会和威胁、内部拥有的优势和劣势制定了相应的人力资源管理策略，如何将企业战略和人力资源管理策略有效传达，落实到个人，则需要店内业务部门和人事部门共同完成。关系如下图所示：



集团经营战略和人资策略能否有效推行，将直接影响到员工的信念、精神状态和行为，而员工的信念、精神状态和行为又是决定经营战略成败的关键。人力资源管理系统通过两个基本途径来影响企业精神、员工信念和行为，一是人力资源管理活动，二是各种有益信息的传递和灌输。各店人事部门除了按照集团的人资策略，认真落实招聘、培训、考核、薪酬福利管理等传统人事事务外，更重要的功能就是持续不断的向员工传递集团的工作方向和管理意图，例如今年集团为了完善人力资源管理体系，采取了请专业测评机构进驻对现有管理层能力进行测评，增加员工旅游福利作为集团的管理制度来执行，对员工进行分级管理等一系列完善体系的措施。这样一方面潜移默化的对员工

进行教育，将集团所做的工作和要达到的目标及时传达到员工处，另一方面向集团反馈新政策的实施对他们的信念、精神状态和行为都起到了哪些作用，研究如何提升员工的绩效。

为了让以上工作能够形成良性循环，还需要做到三方面的努力：一、集团人力资源部与各店人事部门的密切沟通；二、各店人事部门的有效传达和反馈；三、店长对人事工作的支持与监督。

总之，在新的市场环境和压力下，集团战略和人力资源管理策略的制定与调整，赋予各店人事部门新的使命，不再是单纯地行使传统职能，更多的是信息的有效传导和反馈。

在逆境中成长

GROWTH IN THE FACE OF ADVERSITY

奥迪辽阳店自2013年6月26日通过一汽-大众奥迪事业部现场验收，正式营业已接近一年半的时间，在成长过程中，我们可谓在摔打中艰难前行。这其间有收获的喜悦，也有失败的痛楚。

2014年1-6月份累计销售162台，月均27台，累计完成全年销量计划的40%；秘采考核处于全国第三梯队；客户满意度考核排名全国295名，处于第三梯队，获得第三档返利。

2014年7-10月份累计销售138台，月均34.5台，且在10月份创下了历史销售最高值46台，截至10月份累计完成全年销量计划的74.5%；秘采考核三季度处于全国第一梯队，获得全额返利；客户满意度考核9月份单月获得120分满分成绩，受到厂家区域质量经理的表扬。

成绩的变化来自于销售团队在集团和新公司领导的带领下，转变工作方式方法，坦诚自省、积极整改。管理意识在短短的一个月时间里就有了明显的改善，一线员工能更加清晰地明晰目标并极大地提振了士气，具体工作有以下几方面：

首先，公司总经理第一时间与销售管理团队以讨论的形式沟通了现存

的管理团队沟通不畅、客户管理精细度不足、团队士气低迷、岗位设置不合理、激励绩效政策缺乏有效性、对厂家及集团政策不了解甚至误解等问题，共同制订了改进方案，并第一时间组织落实，这一系列改变起到了立竿见影的效果。

其次，销售部在三个月内密集地组织市场活动，增加了大量集客，对销量提升起到了明显的拉动作用。此外，关注二级网络经销商，在厂家政策允许的范围内扩大自身营销网络，把车辆以更好的价格销售出去。还有，内部人才储备及培养使销售团队向着早日实现优胜劣汰机制的方向迈进，老员工被调动起积极性，新员工也得到了很好的培养，大家都想尝尝“销冠”的滋味。这三个月来，销售团队的自信心明显增强，不再惧怕来自于周边经销商的挑战，而9、10月份突破历史性的实现41台和46台销量也让销售团队看到了自身的价值和希望所在。

再次，重新定位价格政策，在合适的时机冲量，按集团要求定期上报库存现金车明细，实时掌握店内库存情况，有内部预警，通过配置差异化销售价格优先推销此类车型，以相对较小的代价实现了超期库存现金车的

文 奥迪辽阳店 李威



H 苦练内功，学做产品专家

ARD SKILLS,
LEARN TO BE PRODUCT SPECIALIST

文 一汽通用事业部 吴迪

2014年下半年，轻卡市场经历了前所未有的挑战，产品的更新、国家法规的变化、车辆价格的上升，直接影响了我们事业部车辆的销售，销量持续下滑。在严峻的市场形势下，如何完成全年的目标，成为我们的头等大事。在李连超总经理的带领下，全员抓紧时间苦练内功，从车辆知识学起，组织全员培训，分专题研究，研究车辆产品知识、销售顾问技巧培训、产品对标、国三与国四产品优缺点对比等等，利用每周四的下午进行专题培训，同时对日常工作中存在的问题给予指正和指导。

通过一系列的培训，销售顾问的能力明显提升，工作也更加得心应手，大家的困惑解决了，工作更加有积极性。关于如何学习产品知识，李总给我们提供了几点建议：

- 1、要多抽时间学习汽车构造的知识，这样在接待客户的过程中，才能更加专业的为客户介绍其所需求的车型。
- 2、熟悉所经销的主要车型，了解产品的运输能力和适应区域。
- 3、通过厂里下发的资料和网络信息及时关注政策变化和产品公告的更新，这样更能有利于车辆的销售。
- 4、多与核心客户交流，了解车辆使用情况及使用过程中碰到的问题，及时反馈汇总到厂家，这样才能进一步完善我们所经销的产品，更加适应市场需求。
- 5、通过网络、媒体、走访市场等多渠道了解产品及竞品信息，时刻关注市场变化，打开更广的销售渠道。通过积累和学习，希望我们大家做销售过程中的有心人。

“天道酬勤”，相信通过我们的努力，一定能迎来轻卡市场更好的明天！



STRICTLY SPEAKING FROM THE FINE MANAGEMENT BIGGER AND STRONGER GRASPING OPERATION

从严从细讲管理，做强做大抓运营

文 青岛事业部 吴大伟

2014年商用车市场经历了一场没有硝烟的战争，受国家大环境影响，房地产、钢材等支柱产业受到很大打击，同样的阵痛延伸到商用车市场，市场需求不强，要保证企业盈利或存活，只能外抓市场，内强管理。

对于青岛事业部本身来说，2014年是富有挑战的一年，任务指标高，完成难度大，要想完成集团任务是一种压力和责任，同时也是一种激励和鞭策，只有将压力变成动力，责任变成行动，努力工作扎实推进。



一、加强组织领导，强化责任意识

1、团队内部领导分工合作，切实抓好销售工作。成立品系小组，由组长负责牵头负责，组员配合完成工作，销售经理、内勤主管分管销售顾问和销售内勤，真正做到工作有人管，事情有人做，责任有人担。

2、实行目标激励。年初的销量不理想，这是现实，我们不能否认。销售顾问基础不牢固，但我们并没有泄气，决定花大力气培训，出大政策，想更多办法来推进接下来的工作。在认真分析市场需求后，制定了每月的奋斗目标，细化每组每人的销量目标，让组长细盯目标、瞄准目标，同时制定和分配的目标与考核奖励的落实、挂钩、兑现。

二、认真分析市场现状，对症下药

“知己知彼，百战不殆”，了解对手，是给自己提供了努力的动力，而了解自己才是向前发展的关键。

1、区域市场控制不严，外阜区域，辽阳、铁岭，其他经销商低价进入，导致销量下滑；

2、市场宣传不到位，知名度下降；

3、产品大众化，无差异化产品，利润低

三、认真做好与厂家领导沟通，增强团队信心

1、找准劣势，看到优势。针对区域市场混乱情况，找商代处和厂家领导协调，对辽阳、铁岭市场进行封闭，独家销售，公共区域制定限价销售政策，每月商务政策利

用到最大化，同时我们也挖掘和看到了自己潜力和优势，增强全体员工的信心和动力。

2、与骨干员工沟通，多交流，及时发现和了解情况，排除和解决工作生活中的具体问题。每周安排分组跑市场，搞巡展，发DM单，网络宣传推广。

3、差异化产品推广，低平板运输车，6*2大吨位载货车的引进，适时的切入，提高利润产值。

总之，细化管理在每天工作中都能运用到，只有不断外抓市场，内强管理，才能在变化无常的市场竞争中站稳脚跟。



胜在心态 赢在执行

WINS IN THE MENTALITY OF WIN IN THE IMPLEMENTATION

文 解放丹东店 冯登科

2014年的年初，解放丹东店搬进了新家，但新环境并未带来新气象，半年下来，从厂家的排名到集团内部同品系的各个4S店利润排名，各项指标均纷纷跌至最后一名，1-6月份的丹东解放车市场份额仅为18%，面对惨淡的现状，整个团队没有动力，没有方向，用一盘散沙形容最合适不过了。

败下阵来的原领队人在临走时，曾放过狠话：丹东这破地方，谁来谁都不能干好！然而在7月的酷暑中我们迎来了希望，集团新任命的总经理

陶总来到了解放丹东店。我们盼望着在陶总的带领下，团队能走出迷雾，迎来曙光。

7月份的丹东是最热的，然而陶总来到店后一刻也没有喘息，第一时间与各部门管理层及员工沟通，了解店内情况，挖掘根源问题，从最基本终端用户入手，带领销售顾问在东港、丹东地区走访大客户、种子客户。每天看到最多的就是陶总脖子上搭一条白毛巾，与管理层、与客户交谈着。

前进的路上总有荆棘，很多外围

的二网都不太支持，埋怨着陶总来了之后车价就上涨，该送的东西也不送了；同行们也在纷纷议论着，一个快退休的总经理，会拿出百分之百的努力去管理你们这个“烂摊子”？别做梦了，说不定呆个一年半载的又回去了呢？但事实给了这些嘴舌的人一记响亮的耳光，陶总到店的第一个月销量就翻了一倍，三季度的季度销量及大客户销量均超过上半年的销量，单台车毛利在三季度达到全年最高，10月份上牌数量显示丹东地区解放市场份额从18%提升至25%。

陶总的每一步努力都坚定了我们要努力的决心，在大家共同的努力下，东港海鲜市场顺利突破，11月份以25台大客户的订单完美突破，并一举拿下22台贷款。整个11月份的订单就已达到69台，这是解放丹东店绝无仅有的历史性时刻。

解放丹东店二级代理商黄海特种车很多国三车型从外地公司采购，用陶总的话说，“这么大一块肉，放在门前我们哪有不吃的道理”，陶总与一汽及商代处多方面沟通，并与黄海特种车领导反复洽谈，最终与黄海特

种车签订合作协议，从协议日起所有解放车都从我公司采购，现黄海特种车申请的解放国四公告样车已全面排产并下线，国四的专用车市场已慢慢打开。

两家合作的保险公司投保送修业务，由原来的随意投保，没有计划性，到现在的均衡保险保费，提高保险公司的肇事车送修量，仅10月份就带来了8台肇事车的送修。

累累的硕果见证了短短四个月内，陶总给解放丹东店带来的改变和收获。回想这四个月的战绩，主要胜

在心态，赢在执行。相信在陶总的的带领下，解放丹东店的团队一定会团结一致，继续奋勇向前。在11月份结束之际，我们已超额完成集团年初给解放丹东店的信贷任务和大客户任务数，相信在马年的岁尾，解放丹东店一定会给大家一个大大的惊喜，请拭目以待吧！

FLY AGAINST THE WIND

迎难而上 逆风飞扬

文 解放新民店 姜晓琳

2014年7月，解放新民店迎来了建店以来的第三任总经理王清民，虽然是新官上任，可大家对他却并不陌生，因为两年前王总正是从我们解放新民店外派去解放铁岭店的，那时，他还是解放新民店的总经理助理。

此次王总回来，可以说是临危受命，解放新民店做为集团的老店，自建店起，在集团一直是赢利大户。可是近两年来受外部市场环境的影响，赢利水平开始逐年下降。王总来到公司的第一件事，就是鼓舞大家的士气，当时，整车销量和服务产值都处在历史的最低点，员工们的情绪都很低落，有很多以前的老员工都离开了公司。

王总上任后，首先从团队建设开始，通过晨会、日常沟通等方式与员工聊天，为大家树立信心，每天基本上都在销售前台和员工们一起工作，上午和下午各一次到车间进行巡视、了解维修情况和维修进度，发现问题立即整改，经过一段时间的努力，车间彻底改变了脏乱差的现象，大家又恢复了以前的干劲。

业务上王总更是兢兢业业，每天早上都要坚持参加销售部的晨会，和大家一起研究政策，制定销售方案，分析未成交的原因，经常与销售部的员工一起针对某个问题进行座谈，每月都要和销售经理一起走访周边的市场和大客户，寻找商机。维修服务是王总的老本行，当年维修产值曾达到了沈海服务站的水平，更带领服务团队勇夺惠华之星的荣誉。为了改变服务站的现状，王总和服务经理一起走访周边的大企业，定期与老车主们沟通联络，帮助车主们解决问题，取得了大家的信任，现在进厂维修的车辆也逐渐增加。

王总上任之初曾说过，做为从一名基层员工成长起来的惠华人，必当忠于职守，完成集团赋予的使命和任务。在王总的影响下，解放新民店员工对于“责任”二字有了更深的理解，干劲也更足了。相信凭借着全体员工的努力，解放新民店一定有能力走出寒冬，奔向春天！



3

BIG MARKET BROKER IN ACTION

造化大市场 经纪人在行动

文 奔腾大东店 史岩

“金九银十”一直被汽车经销商认为是车辆销售的黄金时节。和我们有着同样想法的还有一群人——农民兄弟。秋天是丰收的季节。农民兄弟经过了一个秋天的劳作，付出的努力终于取得了回报，腰包也鼓了起来。而随着农村生活水平的不断提高及城市化脚步的加快，赚钱买车自然也成了农民在秋收后的第一选择。

正是因为看准了这样一个市场群体在不断地发展壮大，奔腾大东店销售部在王总的指引下，抓准了时机与中农大市场、兴顺夜市管理公司强强联合，打造沈阳造化汽车大市场。

沈阳造化汽车大市场是中农集团继打造“兴顺夜市”大品牌之后的又一力作。致力于打造集整车销售、二手车、维修、配件销售、美容装饰、售后服务、电商网络、车友服务等综合性的汽车市场。

造化汽车大市场组建了庞大的经纪人团队，目前在辽宁省城乡已经达到了6000余家经纪信息服务中心。构成主要人群有：汽修老板、其他行业店主、保健品公司、村长、书记、妇联主任、驾校教练、出租车司机、车友会、旅行社、售楼员、汽车销售人员、企业家协会、房展会、社区及小区物业、汽车装备制造院校、网络、媒体、私家车一族、保险公司等。经纪人主要分布在全省各市、县（区）、乡、镇、村、街道、社区、小区（物业）。

在今年的9月份，得知中农集团的汽车大市场活动方案之后，我们对此次活动及合作非常的重视，经与集团的汇报、沟通，我们取得了集团的极大支持，批准我们参与活动的同时，又组织了集团内部其他兄弟单位的同事，共同来参与造化大市场的汽车团购会活动。初次的合作我们宣传及收集潜客信息的同时，当日还实现了奔腾品牌及大



众品牌车辆的销售。

第一次的合作给了我们很大的信心，每一次的活动，无论是活动的展位选择，还是对经纪人的管理、留档，我们都精心策划、认真准备。自2014年9月与造化汽车大市场合作至今，已经备案奔腾汽车销售经纪人近200名，累计订交奔腾车辆5台。提升了奔腾品牌在沈阳市周边区域的知名度。同时也迎合了当地客户对购车的需求。

通过近2个月的合作，总结出了一些成功的经验及有待提升的内容：

第一、展车及展位形象的提升，现阶段我们已将展车摆放在中农集团提供的展位，便于每月集市活动开展的同时，方便客户看车。计划将后期展位进行相关宣传物料的填充，突出集团品牌优势。

第二、经纪人的培养，目前中农集团经

纪人团队正在不断地发展壮大，对经纪人的管理显得格外重要，首先要知道经纪人在哪，是谁以及如何利用。我们已经利用车展、团购等活动，收集经纪人信息，并且通过后续的跟踪回访，与经纪人取得初步联系，掌握简单信息。后续将进一步对经纪人进行等级考核制度，对经纪人按照等级划分不同的阶梯奖励制度。能够真正让经纪人成为我们的销售顾问去一对一的推荐我们的产品。

第三、积极参与并协助中农集团组织相关活动，不断变换活动形式，聚集人气，扩充经纪人队伍。

期待着通过我们不断的探索和努力，在与中农集团的合作中取得更大的成绩，在此基础上通过复制和创新，为新形势下汽车销售做更多有益的探索！



ONLINE SHOPPING

奥通“云购”节，网购狂欢月

文 奥迪沈阳店 崔岚

2014年10月，奥迪沈阳店作为中兴云购战略合作伙伴及奥迪品牌唯一指定合作经销商，再次掀起了购车风潮。中兴云购是中兴集团旗下产业之一，凭借中兴商业的品牌优势和规模优势，将产品分类更加合理化，是东北地区最大的百货、生活服务类网站，最值得信赖的本地网络销售平台，成为轻松生活方式的倡导者、高品质生活理念的传播者和时尚生活的创造者。

奥迪沈阳店的媒体推广包括网上专题页面广告，中兴云购首页轮播加汽车频道轮播广告，中兴大厦户外LED广告

位，怀远门文峰大厦户外LED广告位，云购羽联赛事场内广告费，青年大街报业大厦户外LED广告位，中兴大厦收银台LED广告，中兴云购双微推广（微博、微信），加油站户外媒体广告等。

10月11日、12日、18日，利用两个周末三天的时间，奥迪沈阳店共集客207组，新增销售机会112组，实现订单17台，现车销售15台。

相信异业联合会成为营销工作新的发展方向，奥迪沈阳店会在新营销模式方面进一步探索，与集团各经营单位一起共同进步！

INTERNATIONAL TRADE DEVELOPMENT

浅谈集团国际贸易业务 **发展** 方向

文 国际贸易事业部 顾彦旭

时间飞逝，一转眼加入惠华大家庭已经有三个半月时间，在这段忙碌的时间里，作为惠华人的自豪感和成就感与日俱增，期间对国际贸易事业部的工作进行了系统梳理，现针对国贸部未来的发展简单谈谈思路：

1. 研究国际市场

国际市场规模大，开放性强，除了存在语言、文化等差异，不同地区还有不同的产品标准及管理规则，国际业务必须熟悉国内外相关法律法规、市场竞争现状和发展态势，深入研究国际市场，才能在深层市场上避开众多竞争来赢得胜利。

2. 准确的市场定位

目前国贸部已经涉及的国际市场包括：朝鲜、蒙古、俄罗斯、中亚等国家。但是，整体来看对朝鲜市场的依赖性过强，导致国贸部经营指标对国际市场风险的抵抗能力过于脆弱。市场是变化的，变化会带来新的市场需求，必须寻找自己的市场定位，开拓发达国家跨国公司不屑一顾的市场空隙，达到求生存谋取发展的目的。比如：非洲市场，东欧非一类发达国家地区等。

市场竞争环境的变迁，要求国际贸易需要根据市场需求，改变单一业务模式及业务结构，进行合理的市场定位，建立新的利润增长模式，实现企业赢利。

3. 培养专业化人才

深化实施人才战略，加强人员素养培养，通过学习和引入并重的方法，实现企业发展目标，合理配置人力资源，加大培养、发现、使用不同人才的力度，对企业所属员工进行专业强化培训，鼓励员工开发思维，并深度挖掘员工自身的潜力非常重要。企业应加强培养与引进人才，同时完善激励机制，使企业能够留得住核心人才，为企业的发展奠定坚实的人力资源基础。目前，国贸部的人员很

多是从经营国内贸易的人员中挑选出来的，外语水平、外贸知识、尤其是外贸实战经验贫乏也是目前最大的弱点。

4. 强化过程控制

国际贸易的中间环节多，涉及面广，除交易双方当事人外，还涉及商检（目前取消）、运输、保险、金融、车站、港口和海关等部门以及各种中间商和代理商。如果哪个环节出了问题就会影响整笔交易的正常进行并有可能引起法律上的纠纷。合同是业务纠纷的依据，所以在合同的谈判和签订上一定不能大意。在谈判和签订阶段，首先要确定用户的诚信，加强资信调查是确定交易伙伴的重要方法。在调查中要重点了解对方的企业性质、贸易对象的商业信誉、贸易经验等，特别是贸易伙伴的资金及负债情况、经济作风及履约信用等。另外，在国际贸易中交易双方的成交量通常都比较大，而且交易的商品在运输过程中可能遭到各种自然灾害、意外事故和其它外来风险。所以通常还需要办理各种保险以避免或减少经济损失。因此，在整个外贸操作过程中，每个环节都要严格控制。

5. 竞争与合作

对于竞争对手我们也要有所熟悉，在经济高速发展的今天，竞争的激烈程度也日趋白热化，同行业之间既要有竞争也要有合作，竞争越激烈的行业越能意识到双方的共存关系而且人们越来越重视合作、重视信誉和共同利益，意识到只有开展广泛的合作关系才能在市场中生存才能求得共赢。

目前宏观经济环境复杂，国际市场环境瞬息万变，要在国际市场上站稳脚跟，除以上各点外，还要保持创新意识，随时根据市场环境对出口工作进行相应调整，才能在激烈的市场竞争中求得生存与发展。



2013年末大众朝阳店抓住驾校更换驾培车、驾考车这一契机，主动出击，2014年销售驾培车178台、驾考车14台。在向朝阳各驾校销售过程中，总结如下几点攻略：

一、知己知彼

知己知彼，百战不殆。首先通过市场调查，了解朝阳各大驾校信息，掌握其现有车辆状况，及竞争对手情况，从而寻找突破口；

二、主动出击

主动出击，抢占先机。“知彼”后根据各个驾校的实际情况，开始有计划走访，收集各个驾校的反馈意见；

三、制定策略

主动出击，赢在执行。根据驾校信息和反馈意见，制定相应的销售策略。根据每个驾校的实际情况，找到销售的突破口。

一、制定策略

主动出击，赢在执行。根据驾校信息和反馈意见，制定相应的销售策略。根据每个驾校的实际情况，找到销售的突破口。

在实操过程中，我们运用SWOT分析法，认真分析了自身的优劣势，面对环境的机会和威胁，从而有针对性地制定了“驾校—教练—学员”三位一体全方位营销方案，通过

走访调研、交车仪式、毕业典礼、现场活动将驾校维护和学员关爱有机地结合起来，凭借勤奋、恒心和执行力超额完成了计划。

“梅花香自苦寒来”，在经历了2013年驾校车辆销售的“寒冷”后，2014年大众朝阳店凭借坚持不懈的努力，终于迎来了驾校车辆销售的春天！



微信号: lnhhcyyqdz



2014年，随着商用车运输终端市场急剧萎缩，市场竞争愈发激烈，但大型物流公司、大客户垄断物流市场形成一股强大的需求之潮，席卷商用车市场。在当下，大客户采购才是提升销量和利润的重要渠道，相信每个企业针对大客户开发都有自己的一套流程和方法，我们也不例外。

今年我公司大客户销量占总销量的1/4，其中最具代表的是沈阳铁路局采购的12台招标车辆，在招标采购、车辆排产、产品交付和车辆上牌等过程中，我们如在炼狱中蜕变，结果是美丽的，过程是惨烈的，为了和兄弟店共勉，让我们来回顾一下这场艰难的战役。

1、投标险出局

沈阳铁路局物资采购是9月5日下发招标采购信息，投标开标日期为9月11日，我们看到信息第一时间安排专人准备相应手续，包括公司简介，车型配置及相应报价，其中当然少不了厂家出具的相关资料。为按时参与招标特安排人员到厂家将所需手续准备齐全并赶制成投标文件。

招标倒计时48小时，我们得知此次铁路局招标采购产品考虑的首要因素是价格，通过前期对竞品车型、价格进行市场调研及对其厂家所给予的政策支持的了解，我们心里初步感觉我方在价格方面并没有竞争力，因此通过与厂家相关领导沟通得到额外一些政策支持，尽量减少价格差距并争取中标机会。

招标倒计时24小时，我们抓紧一切时间进行了招标前的预演，结合以往铁路局招标的经验，都是经过三轮报价后，取最后一轮的最低价成交，经过研讨后达成共识。

招标倒计时0.5小时，竞标单位到场后铁路局临时要求投标车辆需喷绘货运中心标识，在竞标的同时我们及时联系广告公司对喷绘价格进行咨询，正常的三轮报价后我们投标的两款车价格略低于竞争对手。本以为胜券在握，然而铁路局又增加一次报价环节，彻底打乱前期的投标价格。经过10分钟紧急商讨后，我们为了拿下铁路局这个大客户，以底价作为最后一轮报价，开标结果我公司仅以800元优势中标了此次招标中的一个12台车的标号。

2、排产难点多

兵行险招，我们过了第一关，接下来就是把中标车型及时向厂家反馈进行排产。铁路局要求10月12日全部车辆交付完毕。该批车辆由于改动较大需要提前排产，我方领导与厂家领导多次沟通后，协议此次车辆可以先排产但价格需要重新核实后再下拨。厂家维护价格后高于选装差价增减的价格，而且排产周期要晚于铁路局要求交货日期，

经过我们多番的交涉，最终把排产时间定为9月30日。

3、车辆发运、改装及车辆交付之三头六臂

从厂家发运到我公司铁岭厢厂改装，联系发运队送车到铁路局指定地点的过程中也有很多突发事件，但是合理的人员安排，对各个环节进行管控，最终都能按照时间节点交付车辆。在此期间铁岭改装厂给我公司提供了很大帮助。

铁路局采购的12台车中，其他货运中心都在上完牌照后进行标识喷绘，但发往通辽和通化的车辆需提前喷绘铁路局货运中心标识，车厢改装完毕后又与广告公司一起加班一整夜做了车厢喷绘。

4、车辆上牌再遇风波

厢式运输车公告尺寸存在内、外尺寸不符，为保证该批车辆能够上牌落户，在车辆发运同时与厂家沟通，安排各区域商代处协调上牌问题，但有一定的费用支出。我公司对每个上牌车辆安排好接洽人员，提前与车管部门沟通进行车辆上牌，白城、吉林等地交管部门管理相对严格，在多方沟通后最终顺利上牌登记。

通过此次夺标战役使我们深刻地认识到自身还有很多不足之处，只有不断历练才能不断完善，没有最好，只有更好。要随时为自己准备应急预案，只要我们坚信并坚持，不抛弃、不放弃，凡事都有解决的方案。

让我们用充实的准备去迎接下一次的挑战，奔跑吧，兄弟！



公众账号名：
辽宁一汽贸易有限公司/LNYQ88432982

Road 我的大客户之 她

文 解放丹东店 陈青春

东港，地理位置特殊，位于辽东半岛东端，南临黄海，东依鸭绿江，和朝鲜隔江相望，拥有沿海、沿江、沿边地理优势。东港是中国最大的海蜇养殖基地、是国家级的草莓产研中心，拥有丰富的海洋资源。丰富的资源带动了运输业的发展，我的大客户之路就从这里开始。

王树东是东港养车大户，也是最早一批吃螃蟹的人，名下经营20余量载货车。2014年东港海鲜产品丰收，其手里车辆明显不够用，往往出现货等车的情况。

公司领导在得知情况后，派我走访市场，主要任务是调查车辆需求情况。在走访中发现，东港客户主要货源为拉海鲜，都是鲜活产品，对车辆的需求是速度快、运行稳定且油耗低。通过多次实地的走访考察，我听说王树东等人要合伙购车的消息，知道他们在选择车辆品牌，具体购车数量应该在10台左右。得到了第一手的消息后，我回来跟领导针对此批车辆进行研究，首先确定了我们主推的车型J6系列高配置8×4载货汽车，其车辆优点恰好符合用户需求，但是价格高出其他品牌车型一大

截，价格成了我们的第一道障碍。

这一天我早早地来到单位，准备好车辆相关资料后，再一次走访客户，这一次的任务是向客户推荐我们之前选定的车辆类型。见到客户时，他们正好也在讨论各个品牌的车型，我们一起热聊了起来，我把解放的配置、优势、售后服务、备件供应等一一做了介绍，获得了客户的赞同。同时，客户也在电话联系陕汽德龙，对方M3000车辆价格比我们便宜6万元左右，同时竞争对手也向客户抛出了橄榄枝，给出比我们优惠的贷款条件，气氛越聊越热烈，各个合伙人也纷纷赶来，言语间透露出活源着急，准备这一两天就订车。俗话说打铁要趁热，看见这种情况，我拿起电话向销售经理做了汇报，公司领导在第一时间申请了贷款政策，我在接到大客户贷款政策落实的电话通知后，马上回头跟客户继续商谈。

平时客户一般都很忙，聚在一起的时间不多，大家商量了一下说：“既然小陈也已经来了多次，陕汽那边政策也已经给出来了，不如今天就把车选订了吧。”听

到此话，我心里暗暗高兴，已经有了70%的把握，我还有最后一张贷款政策的牌没有亮出，但是又暗暗告诉自己不要高兴得过早。

就在此时，一直没有说话的其中一位合伙人说话了：“差价如此大，不如选择德龙了”。我话锋一转，谈到车辆配置、产品优势，不跟客户谈价钱，只跟客户讲品质，给客户讲解出差价的原因。最终，客户同意了车辆的价位。由于先前陕汽给出的贷款比较低，客户也有了一个底线，我们顺势就势，对客户做出承诺，如果今天确定此批车辆，也会得到较高的优惠政策。最后一张牌打出来了，如我们预期地打动了客户，经过反复商谈、确定购车细节，终于客户开口了——订车！

在集团领导的支持，丹东店领导和同事的帮助下，我们成功签订了这10台贷款车辆的订单，后续该客户又介绍了多名客户在我公司购车，我公司也因此获得了较高的收益。随着产品口碑和销售经验的提升，相信我的大客户之路会越走越宽广！

众人划桨开大船 CONCERTED EFFORTS

“一支竹篙，难渡汪洋海；众人划桨，开动大帆船。”一首歌曲的开头正唱出了青岛事业部的精神：齐心协力，团结互助。

随着前期的铺垫和洽谈，青岛事业部大客户订单在10月迎来了大爆发。包括辽宁远航24台载货、联合物流的4台牵引和沈阳峻豪12台载货，其中辽宁远航的订单为本年度单月一次性采购的最大订单。

大客户开发具有开发艰难性和订单批量性双重特点，这也就决定了开发程序和人员配备的特殊性，通常可以促成大客户的成交，都是团队有效合作的结果，绝非个人功劳。

前期开发阶段—领导冲锋洽谈

凭借惠华集团在解放车销售行业的优良信誉和服务水平，总经理吴大伟和销售经理杨鑫成功接洽采购方策人。二位领导身先士卒，凭借多年的销售经验和坦诚的服务态度赢得了用户的信任，为洽谈的成功奠定了坚实的基础。

中期跟进阶段—团队合力促成

在此阶段，领导层主要负责与厂家的沟通和协调，以确定最终成交的价格；而销售顾问们则根据用户的实际需求，结合青岛车的特点，为用户推荐适合其业务需要的车型并介绍车

辆配置，用周到的服务获取用户的满意，最终促使订单的达成。

后期维护阶段—员工细心服务

车辆从排产到下线，从送达至上装，销售顾问们全程跟踪，以确保交车时间和交车质量。包括后续的维修和保养，销售顾问也会定期回访，询问用户车辆使用情况，主动帮助用户联系服务站提供相应的服务。此阶段的工作尤为重要，对再一次采购和产品推荐起到决定性的作用。

大客户开发，看似困难，实则不难。在惠华集团强大的品牌影响力下，只要我们的员工做好充足的准备工作，掌握灵活的谈判技巧，具备精湛的业务水平，凭借热心周到的服务和有效的团队合作，就一定可以促使工作目标的达成。

随着年底的到来，国Ⅱ销售收官在即，明年将迎接国Ⅳ的新挑战。届时，经济、节能、环保等方面将备受客户关注。在竞争日益激烈的环境下，青岛事业部定会做好充足的准备，迎风而上、披荆斩棘、创造更大的辉煌！

文 青岛事业部 李健



让理想飞扬

“双保”0成本轻松理想路

开红旗，四年用车0成本

保险赠送：赠送4年主险（交强险+车损险+三者险50万元+不计免赔）
超值购车方案：首付30%，36个月零利率；首付50%，60个月零利率
置换补贴：二手车置换最高补贴4万元

阶段性政策，预购从速！以上金融方案任选其一



2014

第三季度集团新任管理层名单

THE NEW MANAGEMENT LIST

GROUP



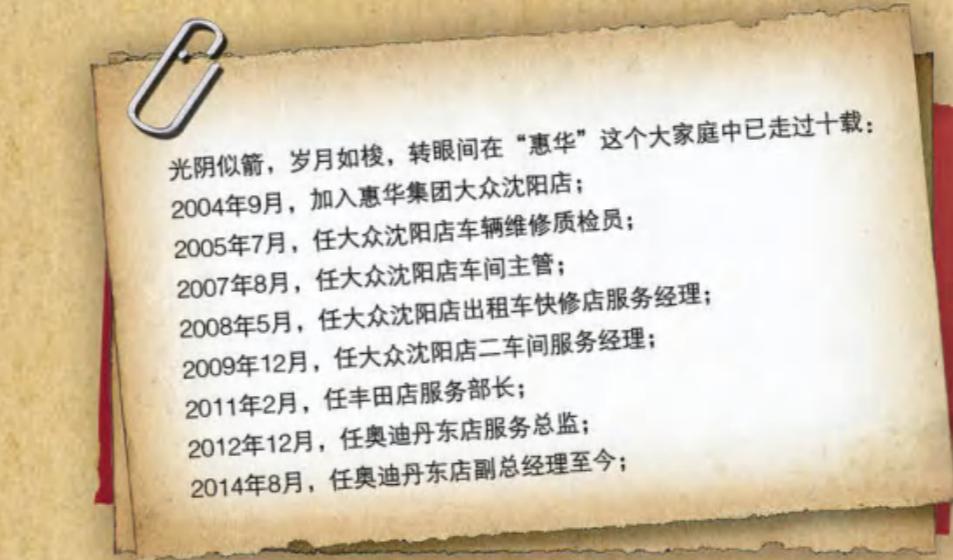
序号	姓名	品系	单 位	岗 位	任命时间
2014年10月					
1	钟卓宇	大众	大众品牌沈阳区域	副总经理兼大众新民店总经理	2014年10月8日
2	徐志超	大众	大众沈阳店	销售总监	2014年10月8日
3	赵德民	大众	大众法库店	销售总监	2014年10月8日
4	韩迪	大众	大众沈阳店	网络销售经理	2014年10月8日
5	贾东生	大众	大众新民店	销售总监	2014年10月11日
6	王文青	大众	大众沈阳店	金融衍生经理	2014年10月11日
7	任利刚	大众	大众沈阳店	销售经理	2014年10月11日
8	李元	大众	大众辽中店	服务总监	2014年10月21日
9	于东绪	直管	国际贸易事业部	延吉业务部销售主管	2014年10月31日
10	王国鹏	直管	马自达店	衍生主管	2014年10月31日
2014年11月					
1	李国松	大众	大众沈阳店	销售总监助理	2014年11月3日
2	褚永	奥迪	奥迪沈阳店	销售经理	2014年11月3日
3	于爽	大众	大众沈阳店	行政主管	2014年11月6日
2014年12月					
1	杨明	集团	集团财务部	财务总监助理	2014年12月1日
2	何朝志	大众	大众法库店	服务总监	2014年12月16日
3	张弘弼	大众	大众本溪店	市场经理	2014年12月19日
4	王宏亮	直管	丰田店	销售副部长(主持工作)	2014年12月27日
5	乔震	直管	红旗品牌店	大客户经理	2014年12月27日



KEEP
GRATITUDE
IN MIND

文 奥迪丹东店 刘明亮

光阴似箭，岁月如梭，转眼间在“惠华”这个大家庭中已走过十载：
2004年9月，加入惠华集团大众沈阳店；
2005年7月，任大众沈阳店车辆维修质检员；
2007年8月，任大众沈阳店车间主管；
2008年5月，任大众沈阳店出租车快修店服务经理；
2009年12月，任大众沈阳店二车间服务经理；
2011年2月，任丰田店服务部长；
2012年12月，任奥迪丹东店服务总监；
2014年8月，任奥迪丹东店副总经理至今；



回顾十年，承蒙领导的认可，职位在不断的提升，每次的转变对我都是一种挑战，但那份对工作的热情和使命感始终未变。今年8月，再次被集团信任调任奥迪丹东店副总经理，主持店内工作。这对于一直从事服务部工作的我来说将面临全新的挑战，涉及的业务更加宽泛，需要掌握的知识也越来越多，任命下达的那一刻，心里真的很是忐忑，忽然感觉之前的自信和骄傲不在了，无形的压力感油然而生。虽在4S店工作已有十年，但对服务部以外的业务均涉足不深，感谢集团领导对我的信任与鼓励，让我鼓起勇气背上集团赋予的新的使命，勇敢的站上了新的起点。

入职后，集团领导启动了新晋升管理岗位培训及专项工作指导。集团运营管理部、人力资源部及李蓬勃总经理定期的走访和时时的关注，让我及奥迪丹东店的团队迈向了新的征程。有了集团各位领导的

大力支持及帮助，相信奥迪丹东店会不断实现新的挑战，给集团及厂家递交一份满意的答卷！

感恩伙伴——在工作中给予的帮助与配合，伴我在惠华的道路上顺利度过十个春秋；

感恩家人——因为有了你们的理解与支持，我才能全心投入到热爱的工作中；

感恩领导——让我在工作中得到历练，提升技能；

感恩惠华——让我穿越梦想，催我进步；

心怀感恩，与惠华同行！



微信号：丹东惠华奥迪

惠华助我
扬帆远航
SET SAIL

文 大众法库店 于光



我的惠华之路：

2008年1月，大众沈阳店机电徒工；
2008年8月，大众沈阳店服务顾问、事故车顾问；
2011年6月，大众沈阳店钣喷主管；
2012年9月，大众法库店服务总监；
2014年8月，大众法库店总经理助理；



2005年前往沈阳植物园途经一汽惠华站，那时已深深牢记惠华这个名字；2007年惠华集团在辽宁交专设立了专场招聘会，抱着试试看的态度，我报名了，很幸运真的成为了惠华人。

初来乍到，我梦想在维修技师的岗位上拥有一技之长，由此设立目标并努力提升着个人的维修技能水平。半年之后我深切地感受到，更加迫切需要提高的是沟通能力，而服务顾问岗位正是能锻炼这一能力的岗位，所以我向领导申请了转岗。很感谢惠华集团的用人理念，我如愿以偿的成为了服务顾问。2008年末大众沈阳店经历了“JD POWER”售后认证，为了通过此次认证，提升大众沈阳店品牌形象，我们连续2个多月每日下班后进行一对一模拟演练。那时的磨砺与拼搏，打造了我们严谨的售后团队，每个人的工作能力都得到了很大的锻炼与提升。

2011年，得益于集团“内部招聘为主，外部招聘为辅”的用人原则，我有幸晋升为钣喷主管，由此踏上了管理之路，个人阅历也迅速增长。次年，集团扩张新建大众店，为了能在个人职业生涯中扬帆远航，在领导的推荐下我选择了竞聘大众法库店服务总监。两年多的时间里，我一直坚持“严谨就是关爱”的管理理念，时刻不敢松懈与怠慢。因为我深知新店在运营初期的坚持将为未来成长打下坚实的基础。2013年是大众法库店运营的第一年，我们响应集团的“增收节

支”的号召，店内各部门积极组织研讨“增收节支”方法与途径。为了迅速打开法库市场、提升法库店的知名度，并且节约市场费用，我们决定在客户进店的低谷期对区域进行走访与DM单发放，进厂台次提升明显。后续的网络集客与调兵山车友会走访，对我店服务产值起着至关重要的作用。终于，功夫不负有心人，大众法库店服务部当年便实现了赢利，带给团队很大的鼓舞。

2014年8月，集团任命我为大众法库店总经理助理，使我在人生中跨越了一大步。大众法库店2014年整体运营指标均有较大幅度增长，给我们团队树立了很大的信心。如今汽车行业飞速发展，产品更新快、更多的竞争车型竞相上市，行业的竞争愈演愈烈。越是在这种市场环境下，对我们迅速的市场反应能力要求就越高，我们的团队也正在向更高的目标努力着。

我的职业生涯中迈出的每一步，都要感谢集团提供的发展与晋升的平台；我取得的每一点成绩，都归功于集团给予的机遇和挑战，信任与鼓励。相信在惠华这片宽广的海洋中，我定能乘风破浪、扬帆远航！



微信号:hhdzfk

WIN THE WORLD 用拼搏 赢世界

文 大众新民店 钟卓宇

2008年7月，没有汽车销售经验的我独自来到惠华集团大众沈阳店应聘，和所有喜欢并热爱汽车的年轻人一样，怀揣着渴望与梦想，凭着对汽车销售行业极大的热情和执着最终打动了大众沈阳店的领导，得到了一次实习销售顾问的机会。机会来之不易，我分外珍惜，实习期间我每天背车型资料、数据，观察正式销售顾问在工作中的方式方法并认真学习，终于通过不断的努力转为正式销售顾问，并通过一汽-大众销售顾问认证。

2010年，正是惠华集团高速发展的时期，随着集团在各地4S店、分公司的建立，空出了一部分管理岗位，而集团的用人理念是以内部竞聘为主，看到这么好的机会摆在面前，我当然不愿错过，在认真准备后我通过竞聘，成为沈北分公司销售主管，期间沈北分公司的销售成绩一直在各分公司中名列前茅。

2012年5月集团在法库县筹建一家标准的一汽大众4S店——大众法库店，当时的我在沈北分公司已积累了一定的销售和管理经验，就主动竞聘大众法库店的销售总监，集团领导也给予我这个在销售总监岗位上零经验的新人绝对的信任。这是一个“零”的世界，零经验的销售团队员工，对标准4S店零认知的当地客户群体，甚至连办公室都是“零”，只有一间铁皮房和几个塑料凳。为了不辜负集团领导的信任，同时也为了自己的理想，我吃

住在法库，每天抓紧每一分每一秒去学习、去工作，驻外的生活是清苦的，但驻外的工作却是充实的，每天不必为下班回家后的琐事烦心，每完成一项工作，每取得一点成绩都会让自己兴奋得睡不着觉。

建店初期我的工作状态可以用没日没夜来形容。每天白天正常工作，晚上加班到10点是常事，有时要夜里12点去店里收车、办理车辆入库，都安顿好已是凌晨2点，小憩一会，马上就开始新一天的工作。因为是新建店，同时又是法库首家4S店，我们在当地的知名度并不高，好多客户还是习惯“买车去沈阳”的老思维，严重影响了我们展厅的集客量。为了扩大宣传、打开市场，我也考虑了很多办法，综合评估后最实用的还是巡展发传单和定点车展。为了把发传单的工作做到细致、真正有效果，初期为发传单我带着销售团队不知道走了多少个乡镇，每个乡镇走了多少遍。街边门店、乡镇集市，到处都有我们惠华人的身影。车展就更不用说了，镇中心广场、康平影院前广场、客运广场、飞行大会，能有效宣传的场所我们都去了。而遇到车展天数多、路途远，展车不能当天回店的时候，我便带头在车展现场看车，在车里过夜。无论是春寒料峭的早春，还是寒意渐浓的深秋，都是如此。值得欣慰的是，我的努力没有白白付出，换回的是销售团队团结互助的凝聚力，以及克服种种困难完成的一

个又一个销售任务。

2014年10月，集团再次给予我晋升的机会，出任大众新民店总经理一职。这对我又是一个新的挑战，虽然在大众法库店有两年多销售团队管理经验，但是来到大众新民店后面临的是整个4S店的管理工作，我深深地感觉到经验欠缺。在集团及大众品牌沈阳区域领导的鼓励和指导下，我快速地掌握了大众新民店的现状，找出实际工作中存在的管理问题，组织各部门负责人将问题都一一列举出来，并制定相应的整改措施，并且经常找其他兄弟店的总经理沟通学习管理经验。

刚到大众新民店时，销售部的库存车型不合理、库存量大，前三季度的考核佣金指标完成不理想，服务部维修产值不高等问题扑面而来。但是我没有慌乱，这些问题其实最根本的问题就是销量少，造成这种情况虽然有厂家市场保护不到位的原因，但更多的是员工销售能力不强、新民客户习惯买车到沈阳的思维，以及我们销售政策制定没有针对性或调整不及时造成的。到大众新民店以后，我

们制定了一系列的整改措施，调整了销售政策、绩效。经过努力，集客量、库存深度、服务产值等指标均有所提升，整车销量也从9月份的41台上升到了63台，库存最低时仅有22台车。现在我们正在向新的目标努力，相信不久的将来，大众新民店的销售质量及运营质量将能够提升到新的高度。

感谢惠华，感谢集团领导和大众品牌沈阳区域领导的支持，在过去的近7年时间里，惠华给我提供了工作机会，给了我一个能展现自己、实现人生价值的舞台。“爱拼才会赢”，我将不断努力拼搏，为不辜负集团领导对我的信任，也为自己的梦想，奋进！



微信号：新民大众汽车/vw249055527

百尺竿头须进取

MAKE STILL FURTHER PROGRESS
TO BE ENTERPRISING

文 解放丹东店 陶景宏

光阴似箭，屈指一算，走向总经理岗位已经有十个年头了。十年间，我经历过风风雨雨，也看到过绚丽的彩虹；十年来，我一直在努力，要跟上惠华集团这辆一直在加速奔驰的列车的速度；十年来，我一直信奉，做为总经理，必须将利润目标作为经营中应实现的第一目标。企业没有利润将无法生存，创造最大利润是职业经理人向投资人应履行的首要职责。

2005年，集团投资在新民市组建辽宁惠众运输服务有限公司（解放4S店），并且将从建设到经营的工作都委任给我。当接到这一任命时，我深感这是一份信任、是一份重托、同时更是一种责任，这是一副沉甸甸的担子，年轻的惠众将如何往前走，这对我，一个刚加入集团的新人来讲，无异于是个巨大的挑战和考验。然而开弓没有回头箭，既然接下了这副重担，就决不能临战退缩。我

们没有被眼前的困难所吓倒，在集团领导的关怀和指导下，在全体惠众同仁的大力支持下，怀着感恩的心，我们冲破销售区域狭窄的限制，打了一个又一个的“胜仗”。从企业实现持续赢利到服务产值近千万，从销量连续两年位居辽宁省第二名，到全店获利进入集团前三甲，从厂家的奖牌到集团的鼓励，从单车毛利近7的高点，到牢牢保住小金牛的承销权……来之不易的成绩证明了自己的价值，辛苦付出能为企业创造财富，才不辜负集团领导的期望。

2012年，企业根据战略需求对高管进行了调整，我被调到解放铁岭店。当时的铁岭店处于严重的亏损状态，销量少得可怜，员工思想极不稳定，工作情绪低落，种种需要解决的问题都迫在眉睫。有句话说得好，只要思想不滑坡，办法总比困难多！先从稳定员工入手，主抓市场管理，争取厂家政策，

提高进店客户成交率，在短短的8个月内，我们改变了铁岭店从建店初始一直亏损的历史，当年实现利润超百万，并且创造了单客购买八十台的记录，为日后的销售工作打下了坚实的基础。

与天斗、与地斗、与困难斗，其乐无穷。

今年8月份，我再一次踏上了前线，被集团任命为解放丹东店总经理，奉命立即赶赴新的工作岗位。

彼时的丹东店也深陷亏损，除去国贸销量，半年销量仅在百台左右，省内行业排名在末位，集团品系排名倒数第一，服务产值少之又少，单车毛利仅为2.5左右，解放车的市场份额跌到了18%，厂家领导对丹东的销量也非常不满意，并在公开场合提出了批评。针对上述问题，通过与有关人员谈心、了解情况，我们共同确定了以黄海汽车和东

港海鲜市场为突破口的工作重心。功夫不负有心人，我们的付出获得了回报，黄海汽车已与我公司签订采购协议，在厂家领导的大力支持下，我们又一举收回了东港海鲜市场的阵地。到11月底，我们的市场份额将提升到30%左右，更值得一提的是仅11月份单月的订单和销量将近80台，截止11月末，消费信贷已突破百台大关，单车毛利率也有大幅度提升。年底的利润数字会证明我们的努力，让亏损的帽子随滚滚的鸭绿江水远去，相信汗水浇灌下，今年的杜鹃花会开得更加鲜艳！

回首这十年，要感谢集团领导的信任与支持，感谢惠华这个宽广的平台。

“老骥伏枥，志在千里”，未来我会继续努力地奔跑，寻找新的发力点，为集团创造更大的价值的同时，也实现个人更大的突破！

家有小白的幸福生活

文 奔腾铁西店 王跃明

2012年是特别的一年，这一年，集团给员工以福利，推出了员工购车的好政策，让我拥有了我的第一辆座驾—白色奔腾欧朗！

如今，已是我与小白朝夕相处的第二个春秋。它陪伴我上下班，让我在路上免遭严寒酷暑；旅游出行，它不畏山路、弯路；我家的照片墙，因为有了它而渐渐丰富起来，家有小白让我的生活欢乐无穷。

假期，和朋友一起出行，跟在朋友的X80后面，无论是弯路、雨路，我家的小白丝毫没有怯场。惬意而行，小白载着我们一路欢声笑语！



我的夢想之路——速腾 DREAM ROAD

文 大众沈阳店 陈希

也许对于有些人来说，一台车不算什么。可是对于另外一些人来说，一台车就是一个小小的梦想，我就有这样的一个小梦想，很想有一台属于自己的车。来了惠华五年，陪伴无数车主开开心心的购买了心爱的车，实现了梦想，看着他们脸上洋溢着满足和幸福，今年五月，我也终于迎来了实现梦想的一天——我的爱车速腾，你终于走进了我的生命！

因为自身的工作是做汽车装饰，所以从订车时候起就有了改造它的想法。提车后加装了一键启动和无钥匙进入功能，感觉特别实用，有一次回家锁车以后忘记关闭天窗，晚上突然下起大雨，心想糟了这下车非让雨水泡了不可，急忙拿伞下楼，到楼下发现原来一键启动的自动升窗功能已经帮我关上了天窗，就这样算是躲过了被雨水泡的危险，自此以后我对汽车装饰的销售更加有信心，它会让很多车主免去很多不必要的麻烦，减少很多不必要的损失。

对于人生的第一辆车我的期望很大，但是速腾真的没让我失望，从舒适性、动力性等方面都让我感到满意。自2006年上市以来，凭借精湛的工艺、严谨的制造、领先的科技，速腾在中国已经赢得超过53万忠实用户的喜爱，持续引领中国A+级轿车市场的发展。但是我提车时正赶上速腾后悬挂断裂，速腾车主维权，很多人问我你不怕悬挂断吗？我的回答很坚定，因为我相信大众的品质和质量，就像一汽大众口号一样“追求卓越品质，真诚面向用户”。我相信，我的梦想之路将从你开始——速腾！





THE RED X80, PROSPEROUS LIFE 火红的X80，红火的生活

文 奔腾大东店 李佳佳

2013年5月16日，期盼已久的奔腾X80上市。作为自主品牌的新产品，X80上市以来，以高性价比改变了都市SUV市场的格局。作为奔腾品牌的销售顾问，我一直对它充满信心。借助品牌及公司的平台，我即将拥有人生中的第一台车——奔腾X80玛瑙红。惠华是我梦想开始的地方，奔腾为我插上理想的翅膀，希望随着火红的X80走进更红火的生活！



奥迪辽阳店员工**温暖瞬间** **WARM MOMENT**

文 奥迪辽阳店 胡馨予



客服专员王林林仔细为客户讲解会员卡办理流程及优惠政策



销售顾问高维晨耐心的为客户介绍购车相关事宜



销售部储运专员陈铁军定期为他负责的试乘试驾的车辆清洗检查工作



喷漆技师穆永新认真的为维修车辆抛光

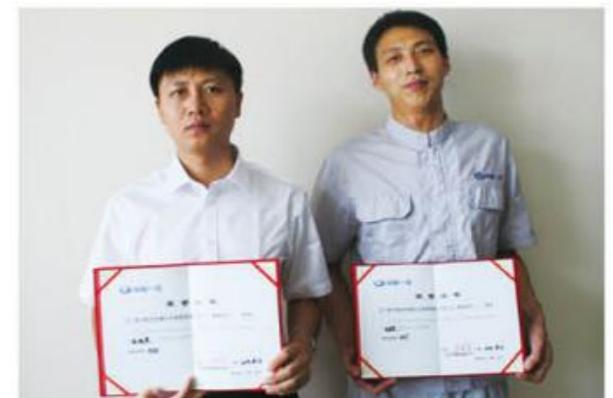


经过行政和后勤人员的努力，员工们有了明亮温暖的新食堂

荣誉**瞬间** **HONOR MOMENT**

文 奔腾大东店 王微微 一汽吉林店 程相莉

在2014年“奔腾之星”销售服务技能大赛中，奔腾大东店张闯（左）、周洋（右）获得优胜奖。



王鑫（左）、孙晨（右）代表一汽吉林店参加了2014年中国一汽TOC营销技能大赛总决赛，并在二人快修和故障诊断项目中取得了第一名的好成绩，被授予金鹰维修团队奖。



海到无边 天作岸 山登绝顶 我为峰

文 解放沈阳店 刘勋

解放沈阳店始建于1995年9月，距今已经历19个春秋的捶打和历练。这是集团董事长一手组建的第一家汽车4S店，建店以来得到了省、市和一汽集团领导及有关部门的关怀与支持，主营产品是一汽解放全系列商用车。

目前公司已发展成集整车、配件、服务、信息反馈四位一体功能齐全的较为成熟的解放品牌4S店，同时一汽辽宁备品中心、一汽锡柴、大柴备品中心也都落户在这里，担负着辽宁省解放品牌近50家服务站的售后服务的备品保障工作。

2008年，迎着国家排放标准的严格把关，解放沈阳店顶着强压，买断了400台国II排放标准车型。在严酷的政策考验中，在集团与店内全员的努力奋斗下，我们完美地实现了全额销售，使车型在国II国III间实现平稳过渡，既得到了客户的认可，也得到了丰厚的利润。



2009年，从原来的东陵西路的“红房子”，转迁到大东区东北大马路366号现址，实现了第一次的战略转移。阵地的转变使我们如鱼得水，凭借占地4万平方米的整车中心库，近千辆解放商品车更便于客户选择，真正实现了面貌焕然一新。

2010年，我们率先完成了集团“七个一”工程的任务指标，漂亮地攻克了整车年销售破万量的大关，向集团交出了令人满意的答卷。

2012年，是商用车市场不平凡的一年，随着国家经济增速的减缓、房地产市场的调控、投资强度的减弱，最直接受到冲击的就是商用车市场，尤其是以资源为主的辽宁省，围绕资源运输的自卸车和牵引车受到的冲击更大。面对这种局面我们不等不靠，认真领会解放销售公司的分品系做强终端市场的精神，加强终端客户的市场推广，取得了新产品J6L销量的突破。同时利用备品中心的优势，搞好服务站备品保障的同时，深入开发备品社会市场，从原来的单纯靠整车销售获利逐渐转变为向汽车后市场要效益的科学发展模式。

2013年，与解放销售公司战略目标保持一致，义无反顾坚定推广J6L的决心，并取得辽宁省销冠的荣誉。

2014年，在原有销售模式基础上，延伸销售模式，突破原始的店销向网销大迈步并取得了喜人的成绩，2014年1-10月份的网销量占总销量1/5，同比2013年提升144%，开创了商用车销售新纪元。

解放沈阳店通过多年的辛勤耕耘，得到了一汽厂家的一致好评，从1999年至2013年均荣获一汽集团授予功勋经销商等荣誉称号。公司凭借管理科学、运作规范的管理制度，取得了良好的行业信誉，始终在同行业中位于领先水平。

同时，我们与金融部门合作，向全省开展汽车消费贷款售车业务，开展保险、免费上牌照及运输挂靠等一条龙增值服务，延长服务链，实现了单一销售到创服务增收的飞跃。

2014年，我们与解放一起在商用车市场的逆境中艰难前行，一汽解放“夯基础、抢份额、谋长远、争第一”的指导方针一直在指引我们前进的方向，也坚定着我们干好解放的决心。选择自主品牌是幸运的，选择解放是幸运的。2014年，夯实基础、逆境突破；2015年，共谋长远，厚积薄发。“海到无边天作岸，山登绝顶我为峰”，解放沈阳店全体员工有信心在2015年迎接挑战，创造辉煌的新未来！



THE SMALL POST GREAT GLORY

小岗位大光荣

文 青岛事业部 刘正伟

我叫刘正伟，今年52岁，来到青岛事业部已经4个年头有余了。我是一名老司机，一辈子跟车打交道，开过出租车，自己干过货运，直到2010年4月，我来到惠华集团青岛事业部，成为店里的一名储运员。

有人说储运工作很辛苦，厂里来车要验车入库，存放期间要负责车辆管理，提送车辆要安全及时的送达，出售的车辆要检验付车。尤其到了冬季，当气温低于0℃的时候，0#柴油就会凝固，导致车辆无法启动，所以每年都会在冬季来临之前，将到库的车辆及时更换为-35#柴油，上百台车的时候一干就是好几天，往往弄得一身油一身土。即便如此，我也觉得我的工作十分有意义，正所谓“职业不分贵贱，岗位不分高低”，我用我的勤奋和认真赢得了领导的信任和同事们的赞扬，作为一名合格的储运员，我同样感到光荣。

店里的小伙、丫头们都习惯叫我“刘哥”，这让我这个年过知命之年的老大哥也觉得自己年轻了许多。大伙有个大事小情，对车有什么不明白的地方，也都愿意和我探讨，而我也乐于帮助他们解决问题。

青岛事业部让我体会到同事间的温暖，同时也让我在年过半百的年龄得以发挥所长，在小的岗位发出大的光芒！

CUSTOMER SERVICE WORK EXPERIENCE

客服工作心得

文 丰田店 吴丹

转眼间来到铁岭金惠源丰田店已经有两年的时间了，客服专员这份工作带给我宝贵的知识和满足感，也锻炼了语言的沟通技巧。工作中我不仅要求自己熟练掌握业务知识，更要求自己具备良好的心理素质，时刻保持热诚的态度，真正理解客户的需求。

俗语说：“路，是人走出来的”，而伴随我走过这段成长的路是同事的关怀、客户的赞扬，当然也会有批评。但我不会因此而放弃或放松。因为在这里我领悟到，要做一个专业的客户服务人员，不但要具备专业的知识和良好的心理素质，还要细心、耐心、贴心、尽心，我会更加努力，因为我们的努力能为顾客创造更大的价值。

从一个刚出学校的毕业生到坐在办公室倾听用户声音的客服专员，我确实成长了许多。人成长了，知识增长了，学习和体会到书本中绝对没有写到的东西，令我获益良多。回访专员的工作，能磨炼人的耐性，耐心聆听客户的需要；能提高工作效率，高效率的工作才能及时为客户解决问题；能培养责任心，这样才可为用户提供更专业更贴心的服务。客户满意的笑声、致谢的话语能让我兴奋半天，是推动我前行的力量；客户不满的声音、责备，使我认识到自己存在的问题，促使我思考，是促使我提升的动力。作为丰田店客户服务工作人员，对我来说是一种幸运，更是一份鞭策。幸运源于我拥有一份充满挑战性的工作，而鞭策是推动我通过自己不断的学习和经验积累，获得更多的知识，从而不断提高自身的业务水平。

知识+技巧+强烈的责任心，是我对这份工作的理解。“急客户所急，想客户所想，创造满意的顾客”，我相信只要坚定这一信念，我会做得更好！两年时间匆匆而过，我爱我的岗位，未来我还会继续努力，秉承着惠华集团“惠泽天下，华耀万家”的理念，随丰田店共进步！



微信号：tielingjinhuiyuan

成就梦想 COME TRUE

文 解放铁岭店 王紫晗

从2011年我走进惠华至今已近三年的时间，走进惠华就像乘上了人生的高铁，一站站地走向成功。我的梦想很大，大到没有一个终点，是惠华让我知道自己的下一站在哪里，哪里该停留，哪里该落脚。对我来说三年可以完成一个愿望，开启一扇希望之门。

2011年9月，刚刚从大学毕业不久的我通过面试来到了解放铁岭店，成为了惠华大家庭中的一员。刚到公司的我还是一个懵懂、迷茫的毕业生，没有什么工作的经验。作为刚入职的新员工，我首先参加了公司的培训，了解了公司基本情况和自己在销售内勤这个岗位的基本工作和任务，学到了许多以前没

有接触到的知识和理念。通过自己的努力学习，我很快掌握了R3系统的基本操作，学会了在系统中做车辆的入库，通过观看学习PPT和解放资料了解解放车辆的基础知识，配合销售顾问做好后台支持工作。在领导、和同事们的指导下帮助下，我很快融入到了这个大家庭中，自身的业务素质和工作能力有了较大提高。

2012年内部调岗，我被调到了计划员的岗位上。这个岗位需要了解的解放知识更为全面，主要是要按照客户每月的定单进行排产并按照车辆下线日期计算资金，还有做一些报表等。本来就对计划员岗位不熟悉的我又正好赶上R3和

DREAM

DMS、TDS和V2系统并轨，刚开始并不是很适应，在并轨的过程中也出现了许多的小问题，但通过自己慢慢的琢磨学习，渐渐也适应了计划员这个角色。

现在的我仍然是一名计划员，计划着自己的工作，计划着自己的人生，在工

作中感受快乐和同事互帮互助相处融洽。我会珍惜一分一秒的时间，谨慎地计划好每一件事，无怨无悔地坚守住我的岗位，坚持奉献能为惠华付出的每一点每一滴，随这辆“梦想号”高铁去迎接下一站的挑战！



AUTO ON OFF



岁月无声
THE YEARS
品味
TASTE



· 图为大众朝阳店丁凯的摄影作品

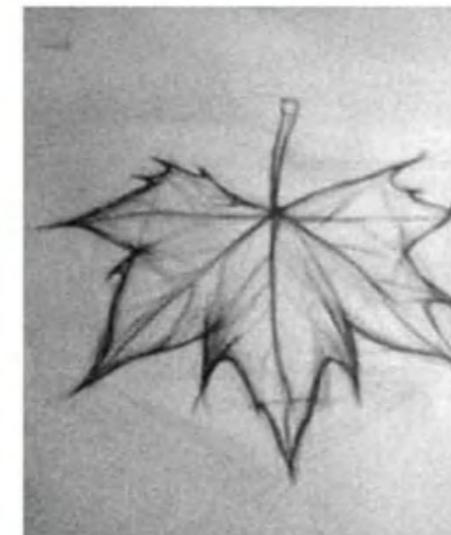


· 图为奥迪丹东店王朔的摄影作品

TASTE



· 图为大众沈阳店王霞与她的宝宝



· 图为奔腾铁西店 温馨的素描作品《秋意浓》

HUHHUA AUTO 100



一汽马自达
魅·力·科·技
mazda



mazda

13:1 赛车级发动机压缩比
澎湃动力与低油耗完美结合

Mazda6 ATENZA 阿特兹
引领技术潮流的先锋座驾



BOSE[®]
11扬声器
高级音响系统

i-ELOOP[®]
制动能量回收系统

i-STOP[®]
智能怠速停止系统

1800^{kg}
核潜艇级钢板
高强度钢版

0.15 秒
超越神经反应
的换挡速度

13:1
赛车级发动机
压缩比

解放 蓝途 中国蓝天



NEW
MODELS LISTED
解放国IV车型上市





NEW解放国IV



“解放蓝途 中国蓝天”

—解放国IV新产品上市

文 解放沈阳店 刘勋

在过去的一年，以北京等地为首的持续雾霾天气严重影响人们的生产生活，我国各地先后重拳出台多项举措治理大气环境污染，《国IV排放标准法》自2013年7月1日，陆续在全国各地实施和执行。而对重卡企业和行业来说，这无疑是一个危机与生机并存的特殊时期。

早在2011年第十四届上海车

展，中国一汽董事长徐建一就提出了“低碳节能技术战略”，即“蓝途战略”，在节能减排、新能源技术方面提出了新思路、新布局和新目标。在此后的两年，一汽解放基于‘国家科学技术进步一等奖’的雄厚研发实力，以更大的人力、物力定向开发“符合发展需要、符合环保需要”的更高标准的节能产品，并最终，在行

业中率先推出符合国IV排放标准的全系车型。

还城市一片蓝天、还百姓一方净土，是每个公民的愿望，更是行业领袖企业的责任。解放蓝途、中国蓝天，做有担当的企业，做有担当的产品，一汽解放国IV产品将在全国区域全面上市，不仅是国车长子的担当表率，更以务实、精进的企业品格为

行业发展标示新的方向、注入新的动力。

此后，一汽解放国IV产品分别在成都、石家庄、上海、济南四地同步上市，来自全国各地的千名卡车用户、各省市权威媒体等共同见证了‘解放国IV新时代’的到来，深刻了解到解放国IV产品不是简单的升级改造“满足标准”，而是秉“产品服务于市场”的优秀理念，更适合终端、更助力运营、更助益用户发展。

在技术优势上，目前，解放国IV产品采用的是国内最为领先的两种技术路线“电控共轨”和“电控单体泵”——电控共轨技术的最大优势就是节油，而国三阶段由于解放共轨产品的销售量最大，在检测能力、维修经验上也最丰富最成熟，售后保障强

大。电控单体泵技术的特点是“不挑油”，对中国复杂油品的特殊情况适应性很强。

在配套保障上，由于尿素是国IV产品的必需品，为了保障市场供应，目前，解放全国所有备品中心、共19家、已经储存了4.3万吨的尿素原料，完全能够保障市场需求。

在服务保障上，解放覆盖全国的近千家服务站，已经全部完成并考核通过了国IV产品的专业技能培训，在保障“快检快修”的同时，实现最小服务半径60公里、最短救援时间3小时到达，保障用户出勤率和运营过程的一切后顾之忧。

优势的技术体系配备良好的服务标准，解放国IV新产品真正实现了‘节油不挑油，省钱更省心’。据

悉，本次区域发布会仅仅是解放国IV产品推广的一部分，自10月中旬开始，全国数十个主力市场将陆续进行投放发布活动，真正将传播影响作用终端、让最基层的消费者了解和认知到产品优势。期间，各地将根据市场情况给予特别政策支持。相信，好车加良策，必将为每一位用户承聚更多财富、创造更多发展机会。

一个甲子一个轮回，今年恰逢一汽建厂六十周年，如果说，60年前建厂奠基的第一锹土“奠定”了中国汽车工业辉煌的60年，那么，60年后，国车长子一汽解放，亦将不辱时代使命，为国家公益环保的一片蓝天、为用户事业征程的一片蓝天，必将尽其所能、永不止步。