



夯基础·迎挑战·寻突破·谋发展



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

夯基础·迎挑战·寻突破·谋发展

FINE 董事长致辞

“精细化管理” 还有很长的路要走

精细化管理是形势发展的客观要求。汽车市场由井喷式的高增长转变为微增长，客观上要求企业管理精细化。不论网络市场、广告宣传、市场活动还是人力资源配置都必须改变以往那种大水漫灌的方式。以色列使沙海变绿洲靠的是滴灌。滴灌对我们而言是一次思想和技术的革命，把有限的资源用到刀刃上，必须从转变思维方式开始。

精细化管理就是必须向每一个经营环节要效益。整车销售由于供大于求价格倒挂的现象十分普遍，必须向衍生业务等汽车后市场要效益。必须转变把衍生业务当副业的思维方式，经销商的利润源泉就蕴含在后市场的服务需求各环节中，不要再奢望一下抱个大西瓜，必须把所有能捡起来的芝麻捡到手。要像拧毛巾一样把里边所有的水全部拧净。具体工作中必须转变行为方式。

精细化管理必须有强烈的事业心和责任感做基础。形势的发展变化、客户需求的变化如高铁一日千里，我们的观念和作风如果仍然停留在绿皮车的时代，必然被历史所淘汰。我们有个单位有6台超期库存上装车库龄达5年之久，我们经办部门负责人、店总经理的责任意识哪里去了？品系负责人、集团相关职能部门负责人的责任意识哪里去了？值得我们深思。

集团董事长:



THERE IS STILL A LONG WAY TO GO

Meticulous management is the objective requirement of the development of the situation. Automobile market by the high growth rate of growth into micro growth, the objective requirements of enterprise management refinement.

速度与激情
THE 激情
**FAST
AND THE
FURIOUS**



速度与激情 *THE* **FAST AND THE FURIOUS**

文 崔秀敏

2015年的冬天，沈城的雾霾出人意料地早早争了媒体的头条。资源被过度使用的日子里，纯净的蓝天和空气也成了奢侈品，萧条的市场上，只有3M口罩的销售一再火爆脱销，让人几度唏嘘。如同透过N95口罩层层过滤吸入的空气，汽车经销商的利润在多方分摊后也变得一样稀薄。就像渴求能够自由呼吸一样，汽车4S店也迫切需要改变的良方。

经营企业如同赛车，不同的是赛道上没有弥漫的飞尘和轰鸣的引擎。在速度和耐力的争夺战中，只有精细化才能使目标执行落地。2015年集团运营管理部从七个方面精心规划了具体运营管理，助力利润最大化的中心目标，前三季度，部分单位已经率先品尝到了“精细化、微创新”果实的甘甜：奥迪辽阳店三季度保险与消费信贷毛利翻了一番；青岛事业部非代理品牌保险业务开发取得了显著进展；大众本溪店圆满承办了一汽-大众本钢集团大型员工团购会；备品事业部延伸产

业链推出了轿车备件及以“惠华”冠名的机油、玻璃水产品……“问渠哪得清如许，为有源头活水来”，事实证明，我们缺乏的不是市场机会，而是善于寻找发现的慧眼和不停挖掘的双手。

人生可以没有法拉利，但不能没有速度与激情。确立了规则和轨道后，只有快人一步才能抢占先机；激烈的市场竞争中，只有找准目标，处于第一阵营才能立于不败之地。“激水之疾，至于漂石者，势也”，疾流之飞速能够将石块浮于水面之上，创新之迭代可以为传统产业插上腾飞的翅膀。一时之领先不足夸耀，在经营的赛道上，最让我着迷的是彼此追逐、互相超越。这注定是一段不孤独的赛程，前面的背影永远在召唤你我不能懈怠；最大的鼓舞不是路边的呐喊，而是身边共同前行的对手和伙伴。

失败者在踌躇中计划，成功者在实践中成长；失败者认为为时太晚，成功者已高唱凯歌。针对2015年10

月1日推出的小排量车辆购置税优惠政策，大众沈阳店已在节前做好预热，国庆期间即实现120台订单；东陵路建成的双向六车道高架桥一扫拥堵的烦躁，但比不上奥迪沈阳店借力于保险业务创新第三季度实现肇事车维修产值翻番的好消息更令人畅快；备品事业部社会市场销量增长了近50%；奔腾出租车在知名度打开后，销量节节攀升。领先者在冲刺下一段路程，后来者更需借鉴和超越。经营如逆水行舟，不进则退，在利润逐年下滑时，即使要保住现有赢利水平也需要更大的工作量。只有行动才能决定在市场上的价值，若要加倍价值，必须加倍努力。

加速的赛场上，每个人都必须全神贯注，丝毫的疏忽和失误都蕴含着危险，更容不得绕路开小差。整车销售利润倒挂，服务板块在孕育着未来的同时也滋养着腐败。2015年集团加强审计队伍建设、加大审计力量，为的是保持上下一心，保持高速运行的质量。一个个侵

占案例的查实，违规者受到应有的处分和法律的制裁，高悬的达摩克里斯之剑让清者心安，让贪者胆寒，为惠华的快速发展提供了系统保障，让你我在平稳的赛道上自由飞驰！

二十年的光阴转眼即逝，屹立在辽沈汽车行业的我，依然处在最好的年华。不去问时间都去哪儿了，也不曾因自己走了多远，而忘了当初出发的目标。奥迪沈阳店团队获得2015奥迪中国区专业双杯竟赛季军，也许是重溯2008年度获得全球总冠军的荣耀之旅的开始，而选择了这样一个跨越了井喷时代的行业，这样一个领导了一段历史，又在新环境里不断挑战自我的企业的你我，正在共同书写一篇新的传奇。无论身处何方，无论是在1/4英里的赛道，还是绕了大半个地球的距离，就在此时，就在此地，你始终在我身边，永远是我的队友伙伴！



HUIHUA AUTO
ROAD

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）
辽宁惠华备品销售事业部
辽宁惠华国际贸易事业部
辽宁惠华新业汽车保险代理有限公司
辽宁惠华汽车租赁有限公司
辽宁惠华客运服务有限公司
辽宁惠华运输服务有限公司
延吉惠华兴业汽车销售有限公司
辽宁惠华汽车集团朝鲜平壤总装厂（合资）
辽宁惠华汽车集团哈萨克斯坦阿拉木图商务代表处
辽宁惠华汽车集团蒙古惠华FAW公司
辽宁惠华汽车集团俄罗斯布拉戈维申斯克合营公司

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

CONTENTS

目录

10 盘点篇

38 发展篇

64 文化篇

82 惠华车世界



HUIHUA AUTO
ROAD



奥迪沈阳店代表团队获得2015奥迪 中国区专业双杯竞赛季军

文 奥迪沈阳店 潘金秀

奥迪专业双杯竞赛 (Audi Professional Twin Cup) 由奥迪服务杯和奥迪技术杯竞赛共同组成，简称为“双杯竞赛”，是奥迪推行全球统一服务品质的重要举措之一，也是检验和提升奥迪服务工作的重要平台。该比赛旨在提升经销商综合服务能力，致力于为用户提供更加便利、完善的服务技术。

2015年10月22日，在中国举办的第12届双杯竞赛总决赛在成都举行，本届赛事参赛团队规模空前，是自2002年奥迪专业双杯竞赛落户中国以来，参与人数最多、赛事规模最大的一届。48支决赛队伍从全国406家奥迪特许经销商/服务商的1434支团队中经过激励角逐，力胜群雄脱颖而出晋级中国区总决赛。

比赛是紧张的、一丝不苟的，我们全力冲刺，力求展示自我及团队最优秀的状态。在双杯赛场上充斥着力争更强的斗志，面对困境或者疑难时，团队间满是相互勉励、共同面对的气概。经过努力，奥迪沈阳店团队最终荣获2015年中国区双杯竞赛第三名。虽然离冠军之路还有一定距离，但我们坚信我们是最好的团队，永不言败，强者之路一定会走得更远！

回首奥迪沈阳店团队夺得2008年度双杯竞赛全球总冠军的巅峰，我们现在迈出的只是微不足道的一小步，无论未来有怎样巨大的困难和挑战，只要奥迪服务精神在，任何难关将不复存在。让我们2016年再会！





一汽-大众本钢集团 大型员工团购会圆满结束

GROUP PURCHASE

文 大众本溪店 孟祥艳



2015年10月17日，大众本溪店携手本钢集团在本钢技校院内举办了一场员工专属团购会活动。四个小时的团购会，让本钢员工们满意而归。活动现场人头涌动，到场客户将近200组，当日成功签单78台。后续累计销量116台。在本钢员工朋友们的支持下，本次“本钢员工专属团购会”活动圆满结束！

思变——面临严峻市场形势！坐等客户还是主动出击？

2015年汽车行业面临严峻的市场形势，尤其是以重工业带动当地经济发展的本溪地区。钢材市场的产能过剩影响了本溪两大钢厂的经济效益，这对汽车这类高端消费品销售带来了不小的冲击。对于上半年市场销量的一滑再滑，公司内部管理层如坐针毡，是坐等客户还是主动出击？这是大家一直在思考的问题。在结合了市场环境和当地经济状态下，我店总经理果断制定了“走出去请进来”的方案——举行本钢员工专属团购会活动。

厂家支持、集团领导重视

对于本次团购会活动，一汽-大众厂家和惠华集团给予了高度重视。一汽-大众事业部徐总、区域苏经理和惠华集团领导于9月29日亲自到本钢集团商榷团购会项目。10月13日本钢集团领导在惠华集团戴总和大众本溪店岳总的陪同下，由一汽-大众姜总亲自接待并安排人员陪同参观了一汽-大众生产线，见证了大众汽车的品质。经过一汽-大众区域苏经理、本溪店岳总与本钢集团领导的多次商谈，结合一汽-大众厂家的政策支持最终确定了本次团购会的政策。为确保团购会顺利开展，集团领导从其他兄弟店调拨了优秀的销售顾问给予大众本溪店现场支援。

前期宣传

为了达到预期的活动效果，店内销售顾问多次对意向客户进行电话回访，并利用本钢上下班高峰期发放传单。微信平台软文每日更新、全员转发，汽车之家、易车网推送发文，合作银行LED屏滚动播放，户外条幅悬挂等

宣传方式齐上阵，充分利用现有的宣传资源齐心协力锁住客户，保证10月17日到达活动现场。我们踏踏实实地最大程度利用好现有渠道，做最有价值的宣传。

任务目标

- 1、结合团购政策，捆绑精品销售，提高精品产值。
- 2、以本店库存车为主，清库存。
- 3、为销售顾问制定销售台次目标及激励政策，用台次决定奖励力度。

- 4、全员销售，鼓励辅助岗位接待客户，从而让客户多一分停留、销售多一分机会。

5、集客目标：150组；销量目标：100台。

营销政策

结合大众品系85%车型购置税减半和捷达、宝来赠送保养券等厂家政策外，大众本溪店推出26款特价车、精品买一送一、延保等方案。同时针对不同方案进行销售顾问话术培训，做好团购前的人员准备。

现场气氛打造

一、此次是本年度唯一一次针对本钢员工的大型专属团购活动，现场注重突出“唯一”、“厂家直销”、“机不可失不再来”的紧张氛围，将政策支持力度大、礼品丰厚的优势加重宣传，刺激客户感性消费。

二、捷达的车震展示互动，使观众可以更直观的感受和体验大众的品质。

三、视觉冲击：现场整点循环抽奖，极大地吸引了观众的参与热情。

总结

通过本次本钢团购活动，我们充分利用了厂家提供的资源，降低了店内的活动费用，不仅圆满完成了销售目标，而且提升了集团和大众品牌在当地的知名度。汽车行业已经过了靠天吃饭的日子，事实证明只有不断创新，选取适当的销售方式才能在激烈的市场竞争下生存并获得持续发展。

GROUP HELD THIRD QUARTER OPERATING MANAGEMENT MEETING

集团召开第三季度经营管理例会

文 集团办公室

2015年汽车行业竞争态势处于从业以来最为严酷的调整时期，行业竞争已成为新常态，行业调整期仍将持续，面临的形势依然严峻。

在此背景下，集团于10月6日、7日、8日、10日分别召开了大众品系、奥迪品系、解放品系及综合品系四个板块的三季度总结分析会议，25家独立经营单位就“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”进行了分析及简述；就四季度经营目标及下半年达成预算预估进行了汇报；重点对“在半年会议中店内制定的‘关于下半年保持、提升规模，降低成本’的重要措施哪些在三季度已落实，哪些在四季度需实现，且四季度有哪些新的重要措

施”进行了详实、具体的阐述；同时各经营单位就“对集团的建议与意见，所需集团提供的支持”进行了说明。运营管理部总监就前三季度集团整体经营数据达成情况、同期比及同品系不同单位之间关键经营指标的差异进行了展示。

集团董事长认真听取了25家独立经营单位第一负责人的汇报，对汇报的内容进行了点评与分享；对前三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剖析。通过本次会议，各经营单位准确了解了各项关键指标的差异点，明确了下一步努力的目标，为集团第四季度的工作指明了方向。

DIGITAL SPEECH ASSESSMENT

以数字说话 重量化考核

文 集团运营管理部 闫秀丽

2015年，集团运营管理部从七个方面规划了具体运营管理规划，分解为一个解读、二项创新、三项细化、四项检视、五项分析、六项整合、七项风险控制，共28项工作规划，目的是助力一个中心，即以利润最大化为中心。

在执行中，运营管理部根据目前的经营形势，从增收、节支，利润最大化角度考虑，重点细化执行了商务政策解读、管理工具创新细化客户管理、细化各店厂家返利跟踪、四项衍生指标月度报告、关键经营指标达成率月度报告、厂家返利汇总、分析报告、客户档案分析报告、内控质量报告、整车资源整合、经典案例共享、管理风险控制、整车采购风险、系统权限风险共15项内容，本着“以数字说话 重量化考核”的思路，针对出口车交接与拆装、二手车业务流程细化、“精细化、微创新”项目拓展、外出服务、备件采购归口、备件/精品库龄、整车库存采购及库存现金车管理、服务吸收率/客户流失率及增长率目标化、厂家标检及年度考核、厂家年度奖励、以及拓展精品新品开发渠道及评估流程等多项控制关键点出台了17项管理规定，在推动经营业绩发展、促进目标达成、控制业务风险等方面起到了积极作用；同时，针对经营中有待取得突破的关键问题，包括

“精细化、微创新”深化、拓展、服务系统如何开发外品牌维修业务及提高客户忠诚度与粘性、如何提高市场营销效果、解放品系大客户开发、厂家返利即时计提核算、二手车经营模式如何取得突破等内容召开了专项研讨，并根据研讨成果进行了专项跟进。

2016年，运营管理部将继续秉承精细化管理的指导思想，运用数据分析、对标、量化考核等思路分析解决经营中出现的问题，为集团在微利时代的持续、健康发展助力。

AUDI SHENYANG SHOP FOR SPRAY STANDARD **WORKSHOP**

奥迪沈阳店进行钣喷
标准化车间改造

文 奥迪沈阳店 孙超



奥迪作为汽车行业的高端品牌，其售后服务车间在表现品牌价值、服务理念同时，还秉承环境保护的责任。一汽大众奥迪厂家推动钣喷标准项目的目标是为经销商打造绿色环保车间，提升维修质量，提高维修效率，提高经销商盈利能力。在施工过程中，秉承奥迪“卓悦服务”战略和“以心悦心”的服务理念，继续为用户提供高质量的维修服务，保证服务满意度目标的实现。

奥迪沈阳店于9月份开始按照厂家要求及结合本站自身情况对钣喷车间进行了全方面的升级改造，至今已经竣工在望。在钣喷车间升级前，钣喷维修台次10台左右，有15个钣金工位，22个油漆工位。根据经销商要求，现场讨论后，决定在经销商现有场地进行布局调整，并实施流水线作业模式，设计16个钣金工位，16个油漆工位，理论上可以满足事故车日维修台次20台的需求。

FINE, MICRO INNOVATION

集团“精细化、微创新”系列项目 推进成果初步显现

文 集团运营管理部 闫秀丽

2015年，随着国家经济发展进入增长步骤放缓、经济转型调整的“新常态”，汽车行业整车销售及售后服务竞争加剧态势明显，为寻求新的突破点与增长点来减少或抵消销售、服务常规业务模块获利的降低，集团开展了对现有项目进行“精细化、微创新”的深化与拓展，由运营管理部牵头，在四月份组织乘用车、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，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。

在集团精细部署和系统推进下，各单位根据自身情况对设定目标进行了重点冲刺，同时对其他提升获利规模与空间的渠道进行了深入开发。根据前三季度的经营数据，已有部分单位在“精细化、微创新”方面取得了较大突破，其中解放沈阳店非代理品牌保险业务开发上半年完成127单，完成设定的当期目标；奥迪沈阳店肇事车维修产值三季度实现增长翻番；奥迪辽阳店在新车连保项目上超额完成集团制定的目标，自5月份到三季度末新车连保占比达到51%，三季度保险与消费信贷毛利实现翻番；青岛事业部非代理品牌贷款业务开发上半年完成54单，完成品系设定的年度目标，非代理品牌贷款收益达50万元；解放新疆店服务板块从三月份启动，前三季度累计产值已达124万元；备品事业部前三季度社会市场销售收入较去年同期相比提升近50%；解放丹东店销售部与丹东黄海合作开发项目，上半年实现销售36台，其中22台为贷款车，创造毛利25万元，另黄海方面开发的10多项公告归我公司所用；大众朝阳店出租车市场开发取得突破性进展，实现销售25台，在朝阳区域树立了捷达出租车的口碑，同时为凌源市场下一步集中大规模上出租车打下了良好的基础。

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，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。集团运营管理部将针对各经营单位的精细化、微创新推进成果不断对标，推动各经营单位找出自身差异、针对成功经验快速复制，不断形成新的利润增长点。

DEVELOPMENT FOUNDATION

严抓内控管理 稳定集团发展基石

文 集团审计部 魏嘉

实施企业内控规范，开展集团内控体系建设，是促进集团发展壮大、优化企业管理、强化管控力度、规避风险的需要。良好的内部控制系统可以有效地防止各项资源的浪费、控制经营风险，同时提高经营管理效率，降低企业成本费用，提高企业经济效益。

《惠华集团内部控制制度手册》自2011年下发以来，在完善集团内部控制体系与制度、规范各单位内部管理工作及经营活动的业务流程分解和责任落实，进一步控制风险，有效地促进集团实现发展战略等方面起到了一定积极作用。随着集团的快速发展，内控手册也在不断地补充、完善和修订，经广泛征求各层级意见并报集团审批后，2015修订版《内控手册》已经按计划下发各经营单位。

在实施内部控制的过程中，集团审计部发现有一些因素，影响内部控制的实施效果，主要表现为：

(一) 经营单位对《内控手册》的宣导和培训不到位

下店检查时经常发现，员工甚至部分管理层对内控要求不清楚，对流程操

作不清晰。店内没有对内控手册进行培训和学习，导致大部分员工对内部控制的作用及意义不了解，缺乏全员参与内部控制与管理的意识，认为内部控制是管理层及财务部门的事，与自己无关。

(二) 实际工作中执行不到位，轻视内部稽核

内控手册虽然对操作模式、业务流程等方方面面做出了详细的规定，但实际工作中没有认真贯彻落实，导致部门之间或员工之间对工作职责无明确标准，出现问题不重视，在新的情况出现时，也未及时进行充分的研讨论证，没有完善，即使有绩效考核及奖惩制度也未真正落实。并且因内部稽核不直接创造效益而忽视该工作的开展，影响内控的落地。

基于上述原因，应从以下两方面完善企业内部控制：

(一) 深化内部控制意识、强化内部控制过程的全员参与

内部控制是涉及到集团各个经营方面、各个环节、各个流程、各个岗位的。它不只是管理层、财务部门、审计部门可以完善的，只有全员参与，多方配合，建立覆盖集团全部业务和运作流程的控制系统，确保所有员工理解和执行相关制度，切实履行职责，才能真正建立完善有效的内部控制体系。

在执行过程中，应强化内部控制过程的全员参与，对全体员工进行内部控制的专项培训，确保每位员工都能清楚的知道到岗位赋予自己的权力与责任，参与到内部控制当中来，认真履行自己的职责。

(二) 严格绩效考核，加强稽核和审计

在明确岗位职责的同时应进行严格的绩效考核，制定各岗位工作目标，按内控手册要求明确各岗位工作应达到的程度、完成的时间、完成的效果。建立强有力的管理制度和监督制约机制，加强审计力度的同时不能忽视内部稽核作用，对内控手册在实际工作中的执行效率及风险防范应做好监督。

内控体系的建设和发展不是一蹴而就的，而是随着内部条件和外部因素的变化循序渐进，不断完善。集团执行层和监管层有责任为持续更新和完善内部控制体系设计的有效性，做出及时、恰当的更新、调整和补充。只有上下一心，通力合作，才能确保集团战略目标得以实现。

TRAINING WORK PRESENTATION

集团人力资源部第三、四季度 培训工作简报

文 集团人力资源部 孙薇薇

在集团上半年经营管理总结会议中，集团董事长针对各经营单位提出的培训需求，重点强调了培训在未来团队业务能力提升中应起到的重要作用。在第三、四季度中，集团人力资源部依据下半年集团整体经营战略重点，从体系能力改善、关键管理岗位重点能力提升以及丰富课程设置三个方面对培训工作进行了重点部署及规划。

内训工作简报

第三、四季度，集团人力资源部在经营单位内训实操能力方面进行了管理体系的设计及实施，通过月度培训档案的建议、汇总及沟通反馈机制，提升集团内各经营单位的培训实施能力及对训后业务能力提升的跟踪、优化意识。

结合当前工作重点，集团组织进行了提升人力资源团队体系能力的《劳动关系与风险控制》培训、《招聘实操讲解》培训等专项业务能力提升培训。结合专业知识需求，邀请厂家老师到集团内进行了《曼牌滤清器工作原理与产品卖点》培训，在集团领导的大力支持下，不断提升关键管理岗位培训课程内容实用性及实操性，于四季度完成《销售运营管理关键风险点之整车进销存管理》及《服务系统基础管理关键点》培训。

外训工作简报

在外训课程的选择上，集团人力资源部在三、四季度中一方面将外训课程做为内训的强化及完善，另一方面力求提供丰富多样课程，适应各岗位的技能提升需求。在体系能力提升上引进了《目标计划制定与督导执行》、《融资新渠道》、《卓越销售管理与业绩推动》等核心课程，同时安排了《如何让培训更有效》、《性格与人际沟通》等综合性课程，希望通过培训完善每位参训者的知识结构，开拓眼界，扩大圈子，在岗位的综合胜任能力及思维成熟度上得到有效提升。

企业发展需要依靠团队的强大战斗力，而在现今市场不断变化的大环境下则需要不断提升战斗力才能应对市场及客户的更高要求，无论是个人，还是团队，都要保持不断提升、不断创新的意识，才能在混战中突围。





TAXI Sales rose



奔腾出租车销量一路攀升

文 一汽轿车沈阳区域奔腾店 边疆

近年，随着城市的不断发展，城区的不断扩大，市民对于出行有了更高的要求，出租车一直是老百姓出行不可或缺的交通方式之一。

奔腾出租车也在这种环境下应运而生，作为国内自主品牌的佼佼者，一汽轿车根据出租车市场的需要及国家相关标准，对奔腾轿车进行二次开发，历时三年，生产出新的出租车型，以满足出租车市场对中高级轿车的需求。该车型具备“高、大、强、多、好”等五大产品优势，发动机的完美匹配确保了车辆的动力性、行驶平顺性和节能环保性能。同时，新车型也体现出人性化造车理念，大幅提升了行车安全性。

上市初期，一汽轿车对店内出租车业务进行大力扶持，通过98.6广播电台、天禹星LED及有线电视三种途径宣传奔腾出租车，并且在沈阳举行了隆重的出租车上市仪式，将奔腾出租车上市的消息传遍沈城每个角落。与此同时，在集团领导及奔腾店领导的大力支持下，店内得以及时采购车辆，完成车辆改装，为交付第一批车辆开通绿色通道，在时间紧迫的情况下，依然保障店内顺利的交付车辆，得到车主的充分肯定。此外，售后“管家式服务”也使得该车型更具市场竞争力，优秀的服务顾问，专业的维修技师，较低的维修保养价格，使奔腾出租车受到广泛好评。

已经开上奔腾出租车的司机表示，奔腾出租车非常棒，开起来特别稳，特别舒适。尤其是103升的超大气罐，节省了加气时间，再也不担心排队浪费时间了，看着别人排队加气，自己却可以继续开，别提多开心了，“车好赚钱多”将是众多出租车公司及出租车车主选择奔腾出租车的主要因素。

至今，奔腾出租车已在长春、大连、南通、福州、鞍山、南京、南宁等多个城市实现成功投放，在出租车行业取得了良好的示范效应。沈阳作为东北重镇，具有不可忽视的风向标地位。在短短的几个月时间里，奔腾出租车从寥寥的几台到现在已有40余台服务于沈城人民，奔腾出租车的销量一路攀升，将为市民提供更优的出行选择，成为沈城又一道亮丽的风景线。

SOCIAL SALES CONTINUED IMPROVE

备品事业部社会销量持续提升

文 备品事业部 孔磊

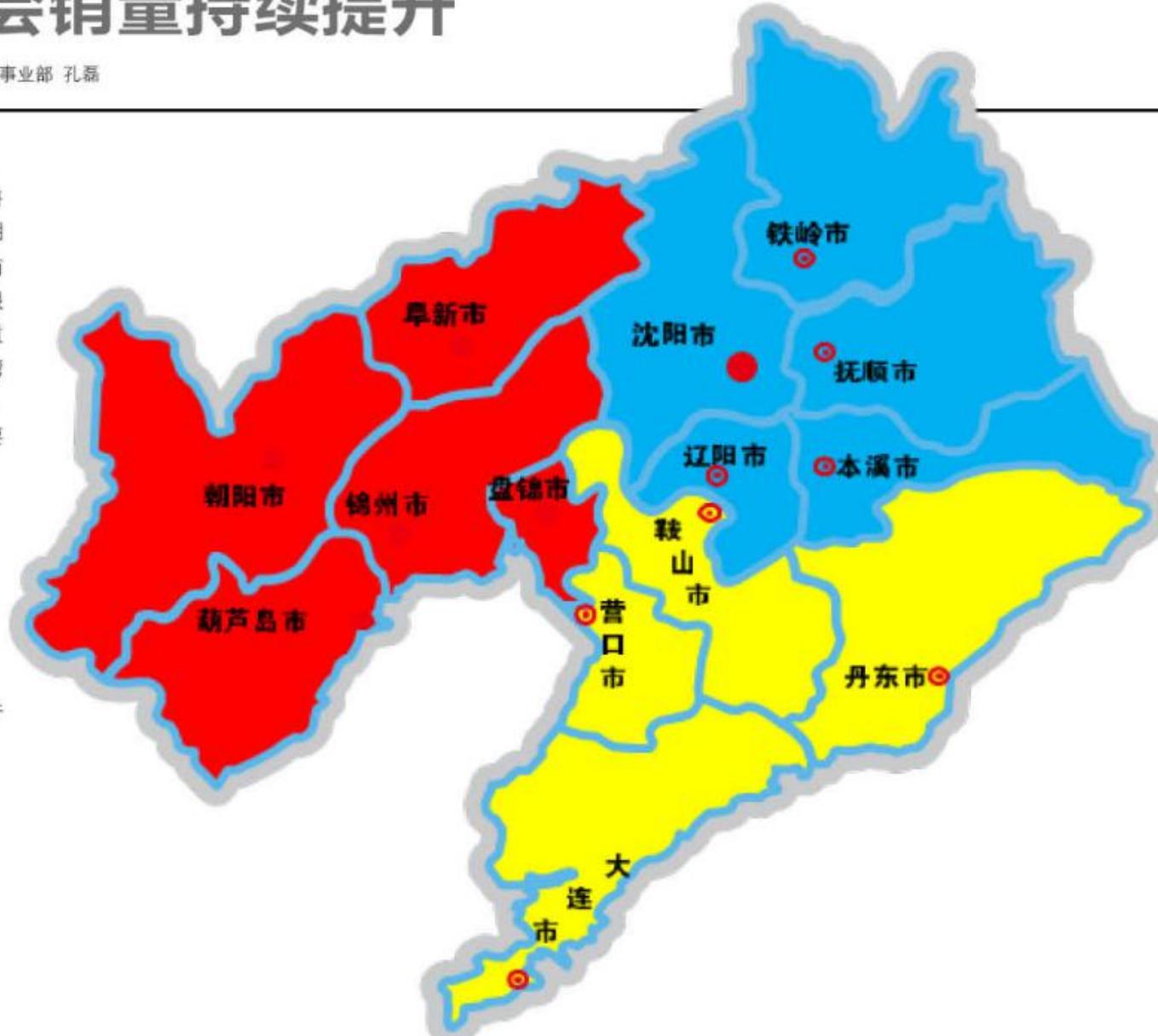
备品事业部2015年社会市场截止到10月份共销售7513万元，占备品事业部总体销售的62.78%。去年同期社会市场销量4904万元，增加2609万元，增长53%。在商用车市场低迷的环境下，2015年对备品事业部来说也是艰难和挑战并存的一年，在集团领导的指导下我们将工作重点继续深扎社会市场，认真研究厂家商务政策，走访塔湾汽配城和省内大客户、配件商店、一级代理等社会客户。把销售方向转移，从服务站转移到以社会市场客户为主要销售群体，提升社会销量。

一、区域划分：

辽东、辽北区域：沈阳、抚顺、铁岭、辽阳、本溪
辽南区域：鞍山、营口、丹东、大连
辽西区域：盘锦、锦州、阜新、朝阳、葫芦岛

二、客户分类

客户分为三类：1、重点客户，2、大客户，3、配件商店。



三、市场销售拓展及客户维护：

1、市场代表根据区域划分走访市场，对负责区域内市县制定走访计划，主要针对配件商店、修理厂、车队等客户进行走访，在走访过程中市场代表做好走访记录，填写客户信息登记表。发放DM宣传单，与客户进行交谈，了解客户主要维修车型和经营项目。并对我们经营产品进行宣传和讲解，对集团概况进行介绍，让客户了解惠华集团，让客户知道我们与配件城商家经营模式的不同，使客户对我们经营的产品和集团文化产生兴趣，为双方合作打好基础。在与客户的交谈中，我们也能得到当地一些车队和厂矿、大客户所拥有车辆保有量信息，为市场开发提供不可缺少的重要信息。

2、重点客户设立重点客户维护专员，针对重点客户制定双方合作业务流程。了解客户在合作过程中所出现的问题，市场人员及时反馈到各业务部门，提升我们服务质量。

3、大客户每月走访一次，每周电话回访一次。做到主动沟通，帮助大客户制定采购订单，了解客户每月配件需求情况。

4、根据配件商店客户所在区域每月统一进行走访，了解客户销售经营情况，多帮助客户解决配件方面的问题，走访同时填写客户回访表。

5、老客户维护：市场代表对老客户进行电话和短信回访，填写好回访记录，对客户提出的建议和意见进行归纳整理，每月报给各相关部门。

四、促销：

1、每季度搞促销活动，锡柴油品、曼牌滤芯、回天密封胶等快速消费品根据单次提货金额做出相对应的促销方式，促销活动前做出促销方案。各部门根据自身销售品种制定促销方案，市场代表根据促销配件种类进行客户走访及电话回访进行宣传促销政策。如锡柴油品促销，尿素溶液促销，马石油促销等都得到客户参与。提升社会客户销量。

2、对进店扫描备品事业部二维码客户赠送小礼品。不定期地通过微信公众号发布促销信息。

备品事业部全体员工会全力以赴，再接再厉，不负集团领导众望，挑战更高的目标，力争早日实现备品社会利润过千万！

EXPORT VEHICLE

DISMANTLING BUSINESS

一汽吉林店服务部圆满执行
出口车拆装业务

文 一汽吉林店 崔万伟

2015年对于汽车行业来说是艰难的一年，对于我们一汽吉林店来说更是挑战的一年，受新车销量下滑的影响，服务部进厂台次和服务产值有所下滑，但是服务毛利率不但没有下滑还有所上升，这主要是来自于集团对我店的支持——把国际贸易事业部出口车拆装任务给了我们一汽吉林店服务部，感谢集团对我店的支持！

服务部全体员工都非常珍惜这次机会，为了保证每一次拆装任务按时、保质、保量的完成，服务部选拔骨干员工组成了出口车拆装小组，在国际贸易事业部的指导下进行了相关业务标准及流程的培训。每次去大连执行拆装任务，考虑到路上耽误的时间，我们都会在晚上8点以后收工，小组员工没有任何抱怨，每一次都是保质保量完成任务，因为他们深知不能辜负集团对我们的信任！

在团队的努力下，2至9月份，我们共计完成了245台车的拆装任务（包括奥迪系列、大众系列、奔腾系列、佳宝系列及九龙、海格等），实现维修收入近18万元。



大众本溪店举办首届 **续保团购会**



THE FIRST INSURANCE GROUP PURCHASE EVENT

文 大众本溪店 王明

响应集团“争第一，创新创业”的口号，为在续保业务上有所突破，在岳总与中保的多次沟通下，历时半个月的精心准备，我店于7月19日与中保保险公司成功联合举办了惠华本溪店的大型续保团购会。此次团购会是我店首次举行关于续保方面的大型活动，本次活动的成功不仅大幅提升续保台次也同时提高了团队对续保的激情，对日后的续保工作提高了信心与目标。

活动前我们对当日的流程经过多次研讨，在进厂、停车、签到、休息区、冷餐区、礼品发放等环节进行了明确的分工及充分的准备安排，让客户体验到了我们优质细微的服务。通过本次团购会本月续保台次达到84单，是平均各月的2倍。在续保团购会中我们为客户精心准备了四重大礼：进店礼、中保积分礼、本店续保礼和定时抽奖礼，四重大礼极大的调动了客户的热情，客户反响极好。

续保团购会大大的提高了续保政策力度，现场气氛促进续保客户成交进度及成交量。本次团购会虽然取得了一定的成绩，但也存在了一些不足：一是举办当日时间宣传为7月19日，当天导致客户不是集中到店，现场不够火爆；二是先期邀约打电话比较仓促，电话只邀约了一遍，实际到店的比确认到店的要少50%。所以有了这次团购会的经验，有信心再次举办续保团购会，优惠于客户，提升续保量，争取突破百台目标。





2015中国(沈阳) 国际汽车展览会成果报道

文 奥迪沈阳店 徐仲尧

本届中国(沈阳)国际汽车展览会以“悦未来、驾无限”为主题，以“品鉴世界名车、繁荣汽车市场、传播汽车文化、引导汽车消费、发展汽车经济”为宗旨。辽宁奥通奥迪展位在W4—08馆。

现场气氛非常活跃，有我们的销售顾问与客户之间的交谈，有专业的主持人对我们的车型进行一一讲解，互动问答，外籍舞蹈团队的精彩表演，还有特邀的国内外模特，绝对是现场一道亮丽的风景线，吸引了不少观众的眼球。

精心准备之下必然有满意的收获，在团队的不断努力下，为期6天的车展中，集客量达到了782组，车展订单13单，让我们的车展得以完美收官。



INTERNATIONAL AUTO SHOW BESTURN SUCCESS

10月国际车展奔腾创佳绩

文 一汽轿车奔腾沈阳区域 孟静梅



中国汽车流通协会主办，沈阳汽车流通协会协办的2015“中国沈阳国际汽车展览会”于2015年10月21-26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，参展车辆达千余辆，辽宁省内及国内主流到会媒体达百余家。进一步凸显了本次中国沈阳国际车展的市场影响力。

本次车展由一汽集团组织旗下品牌共同出席参展，一汽奔腾携旗下全系车型奔腾X80、奔腾B90、奔腾B70、奔腾B50、奔腾B30、一汽欧朗盛装出席，完美亮相会展中心E1馆，前期在厂家及总经理带领下，我们做了充分的部署及应对措施，从节支、花最少的钱尽量达到最大的效果方面考虑，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、展后分阶段有侧重的进行传播，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；展中产品互动体验，深入与消费者交流，促进成交。购车礼，小蜜蜂宣传集客；车展后期报道及店头集中邀约销售转化等。

不管汽车市场多难、有多少不利因素，奔腾人都勇往直前。车展短短6天时间里，大家付出了超常的辛苦，但功夫不负有心人，在全体员工的共同努力下，实现有效新增集客830组，销订37台的好成绩。





MICRO CHANNEL COMMUNICATION

微信沟通

让我们心灵畅通

文 奥迪沈阳店 徐仲尧



微信不仅仅是我们的沟通工具、更是一种企业的展示空间。在奥通的日子
里，我每天接触我最爱的网站、微博、微信。在这里的微信可不同于往常。

因为这是企业的微信，更智能、更能挑战一些不敢想象的。

辽宁奥通现有两个微信公众账号，分别为辽宁奥通奥迪订阅号和辽宁奥通服务
号。共计粉丝人数4000余人。在管理微信公众账号的工作里，我觉得虽然微信是一
种不透明的交流工具，即使见不到面，但是我们通过每天给粉丝们发送一些他们想要
的资讯，更能拉近我们与客户之间的距离。向我们已有的客户提供一些应有的服务，
也为那些潜在的奥迪客户提供一些最新动态最新消息，让服务更透明，让客户更加了
解和深入我们奥迪的魅力，也提升销售机会，现在我们的粉丝有了独有的称号“通心
粉”。微信是一个庞大的群体，只要用心去经营，我相信它的功能一定会变得更强
大。粉丝们也会更加的爱企业。



Audi 突破科技 启迪未来

一汽-大众

伟大，不止！
全新奥迪Q7，伟大问世！



STEP BY STEP TO FORWARD

积跬步，至千里

文 奥迪辽阳店 田鹏飞

2015年，奥迪辽阳店进入第三个经营年，在竞争日益激烈的奥迪品牌店中也即将跨入准老店队伍。整车销售利润的逐步下降给各项衍生指标的提升敲响了警钟，其中最重要的盈利点便是消费信贷和保险业务。

2015年一季度的开端，信贷渗透率跌入历史最低点，新保率也低于往年。通过一季度总结及各项内部调整，二季度指标有了明显提升基本可以达成年初预算水平。半年总结后，集团制定了新的目标，公司内部

对考核目标、培训及绩效方案进行新的调整，三季度将信贷渗透率稳定控制在50%左右，展厅新保率基本实现100%，三年连保率达到50%以上，实现翻倍式增长。

我们将上述成功经验总结如下：

一、总经理的高度重视

公司各项指标的提升离不开总经理的鼎力支持，针对一季度出现的信贷渗透率下滑问题，总经理给予高度重视，经常走到一线观察询问发现问题，并及时指出。指导销售部内部进行整改，对信贷及保险业务中的重点问题进行研究讨论，确定下一步重点突破点。

二、绩效方案调整

为提高信贷销售的积极性，部门内部对信贷考核及绩效方案进行调整，与全部绩效联合考核，通过整体控制局部提升，有效提高了销售顾问的信贷业务推介及三年连保业务推介积极性，收入也明显提高，整体业务形成良性有序增长。

三、业务培训

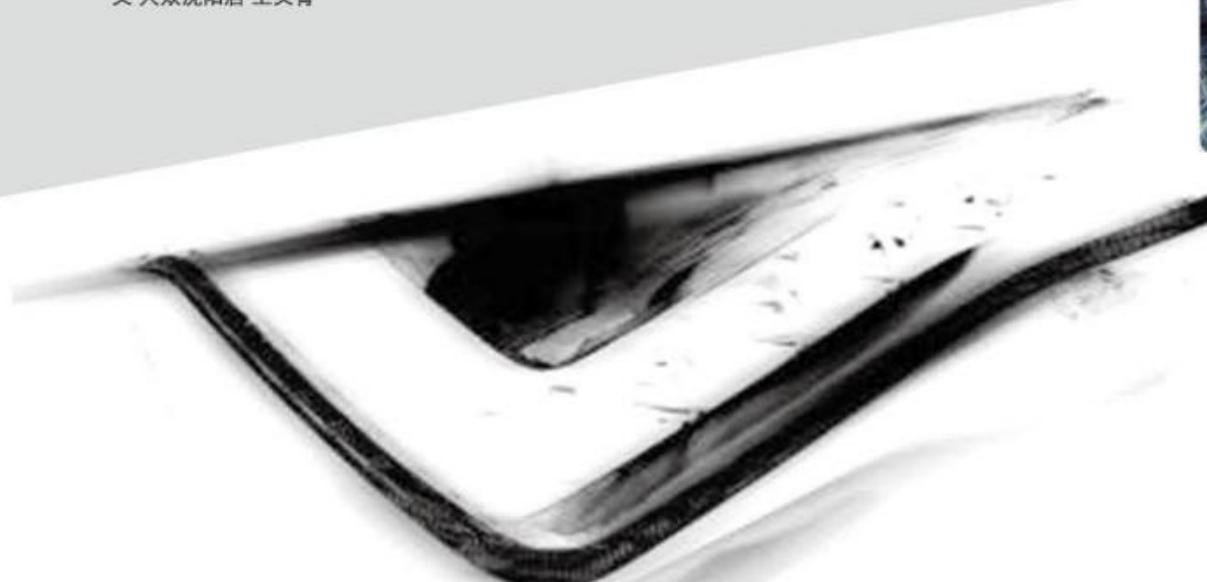
对于信贷业务和保险业务制定有针对性的培训，信贷业务重点从客户角度做分析，制作信贷购车与理财分析表，通过利用厂家免息政策，明确列出贷款额的理财收益，明显高于手续费及部分利息，优点客户显而易见。三年连保业务同样以客户利益为出发点，制作单年投保与连保优劣势对比图，充分凸显出三年连保带给客户的利益。以上方式可以使销售顾问在推介过程更加自信，效果明显。

2015年即将过去，成绩已是过往，新的目标正等待我们发起冲击。我们仍将在集团及领导的带领下团结一心，积跬步，至千里，向新的目标前进！

抓住机遇 快速反应 定创佳绩

文 大众沈阳店 王文青

SEIZE THE
OPPORTUNITY
RAPID REACTION
MAKE SUCCESS



2015年9月29日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，确定支持新能源和小排量汽车发展措施，促进调结构扩内需。最终确定小排量1.6升排量及以下车辆购置税减半。

一汽-大众品系是这一利好消息的最大受益者之一，一汽-大众品系85%车型全部享受此政策，一汽-大众品系旗下4个品牌捷达，宝来，速腾，高尔夫全系均可享受。此政策大大刺激了客户消费。

大众沈阳店借助此利好消息出台，第一时间做出反应，借助10月1、2日两日参加惠民车展，推出购车即可享受购置税减半+500元红包政策。当时与本店一起参展的还有同城竞争对手，由于我店反应迅速，借助政策制作条幅十分醒目，与对手相比，活动新颖，政策鲜明，吸引了不少客户，还有很多客户并不了解国家政策，我店借助此政策加大宣传，两天共计订购121台车，而竞争对手仅订购不到60台车。此次活动的成功推动了我店10月销售突破300台大关。

事实证明，获得消息第一时间做出反应推出政策，使我们这次惠民车展大获成功的主要原因。早于竞争对手一步，就会抓住机遇，快速反应，定创佳绩！

M

坚持高标准 推进从严执纪 维护集团 经营秩序

aintain High Standard 文 集团审计部 孙琳

多年来不断扩容的汽车保有量促使汽车后市场驶入野蛮生长期，特别是当下的互联网消费习惯，将会加快中国汽车后市场的成长步伐。汽车产业转型升级需求迫切，互联网经济新架构下，智能信息共享、汽车电商将成汽车产业的主流趋势和转型推手，并将催生万亿市场。

然而顺利迈向新纪元的征程的前提是要经得住经济市场的动荡、整合。此时扎实的运营基础、科学的管控手段尤为重要。审计部作为集团职能部门中的“纪检委”，亦应遵循王岐山总书记十八届五次会议中明确的思想路线：“信任不能代替监督。己不正，焉能正人？要心存敬畏和戒惧，增强纪律观念和规矩意识。充分发挥纪检监察干部监督机构的作用，完善自我监督机制，健全内控措施。”从而为集团经营秩序的健康发展保驾护航。

自今年6月，审计部先后在马自达店、大众法库店查处因利用职务之便及公司经营管理薄弱环节进行职务侵占的案件，涉案金额共计68万余元。目前主要涉案人员一人被批捕，四人被开除并退回侵占财物，保留追索权。

近年来之所以公司内部侵占案件屡见不鲜，即便是警钟长鸣、不断细化管理手段也未能制止此类恶性事件的重演，不禁让人疑惑，到底问题出在哪里？还应该如何去防控？一边是经营业绩，一边是规章制度，总会有太多的人质疑，鱼和熊掌如何兼得？在这里将审计并处理这两起案件时的感受与反思与大家分享。

首先，需要明确的一点——无以规矩，不成方圆。内控管理涵盖基础经营环节的方方面面，是企业经营模式的解读，更是运营精髓的浓缩。随着日新月异的企业经营发展变化，内控管理也在不断的更新

完善。读懂规矩、顺势运用必能辅助各岗位在运营过程中如鱼得水。只有靠扎实的岗位技能、严谨的工作作风，才可能突破经营困境，华丽转身。

其次，树立正确的价值观，与企业形成互动的合作关系更利于双方利益的共赢。作为惠华人，尤其是管理者，集团风风雨雨十几载为我们搭建了广阔的平台来展现诸位的才华、提升个人的社会地位与自身价值。当我们开阔眼界、获取名利、成为职场新锐的同时，勿忘反哺回馈。这也是自身素养及意志力的一种历练过程，是美名远扬还是昙花一现往往就决定于心中天使和恶魔较量时的那一刻。

再次，需要强调的是有权就有责，权责要对等。干工作别糊弄，出现问题还有倒查机制，一定会被追究责任。糊弄了事只会姑息了某些不良风气的嚣张蔓延，是对工作不负责任的表现。严于律己，宽以待人是做人的态度；究根问底，精雕细琢是做事的原则，懂得平衡两者之间的关系靠的是智慧和操守。利用好手中的这把双刃剑，是保证集团经营秩序的关键。

最后，应不断的充实自我，勤学好问。职业技能应与经营环境相结合，工作质量与成绩不在于涉及的宽度，而是能踏踏实实将每件事做精做细。做事的标准高了，后期产生的连锁效益是相当可观的收益。

在坚持高标准，推进从严执纪的道路上，有困难不必怕，我们有集团作为坚强的后盾一路相随；有问题不必怕，我们有敏锐的洞察力和智慧去发现、解决。维护集团经营秩序不推脱、不逃避、不旁观、不渎职，从你、从我、从他做起……

SMALL CHANGE BIG UPGRADE

小改变，大提升

文 奥迪沈阳店 赵璐

在2015年3月12日，东陵路因修建高架桥开始封路限行，封路的第一天，整条马路上缓缓地行驶着密密麻麻的车辆，随之而来的客户进店量的巨减。修桥要持续长达半年多的时间，销售任务并不会因此而改变，我们又该做些什么，才能保质保量地完成任务呢？

客观因素不可抗力，但是人是可以改变的，我们的潜力是无穷的。客户量减少，但任务不能减少，也就是说我们要在有限的销售机会中挖掘出更多的购车客户，无论是管理手段还是一线业务执行，都需要深耕细作仅有的土地，才能收获丰硕的果实。因此销售总监李水晶对销售部门实行了一系列数据指标细化要求，首先是缩短指标量化的时间周期，之前是每个月各部位将相应指标进行统一汇总，例会时大家对相应指标进行共同分析、研讨和制定下月提升方案，更改之后变为每周进行统一汇总各项指标；其次就是扩大统计的指标范围，包括销量、精品销售额完成量、单车产值、贷款量、贷款渗透率、保险量、新保率、三年联保率、二手车评估量、二手车置换量、当周接待量、当周再次进店客户量、成交率、客户流失率等等；另外，数据统计落实到部门、展厅、各组、乃至个人，做到横向纵向数据的双向统

一；细致繁多的数据看似目不暇接，实则清晰地显示出过程及结果中的优势及不足，当有人稍微懈怠的时候，清晰量化的数据作为管理手段强有力的支持就可以帮助每个人、每个组及时地调整不足，就这样一个月、两个月、半年走过之后，我们回头望望，原来没有什么是不可能实现的，我们竟然在这样的条件下顺利完成了任务进度。

在完成任务的过程中，最令人欣喜的不仅仅是指标的达成，更是管理思路的清晰化。精细化管理包含很多内容，数据管理应该只是其中的一项内容，但这项小小的提升让我看到，管理中还是有很大的发展空间，坐在办公室凭感觉拍脑门的官僚时代早已一去不返，作为新时代的管理者，我们固然有很多不足，但是只要想做好，方法总比困难多。

做管理者，就意味着要一直走在学习的路上，因为市场瞬息万变，人员更新不断，问题也会接踵而来，中国汽车销售行业在经历了十几年的风雨洗礼之后，也迎来了更加激烈的竞争，这也意味着我们管理人员将面临更大的挑战和考验，如何做好精细化管理成为我们的必修课题，分享更是对自我的总结，只要用心，小改变也可以得到大的提升！





文 解放沈阳店 高智强

救援分很多种，消防救援，生命救援，航海救援，野外救援，道路救援，电力救援，洪水救援等，在商用车服务板块中，维修救援也是一项重要业务。也许每个行业的救援对象和服务内容都有所不同，但共同点都体现在“急人所急”上。

记得在今年2月份的一天早上6点左右，我接到了驻辽宁省办事处王卓经理的紧急电话，有一台J6牵引车在法库服务区，由于变速器内部齿轮损坏无法行驶，当地服务站对法士特变速器技术还不了解，不具备维修条件。事故发生现场距离沈阳还有90多公里，车上拉着20多万元的蔬菜，货主着急送货，如果晚一些送货，那些蔬菜会因为寒冷的天气都冻坏。因为损坏的配件特殊，如果修复最快也得4、5个小时，用户急的好像热锅上的蚂蚁。

为解决用户的难题，王卓经理亲自给备品中心刘强总经理打了个电话，查询得知正好备品中心有该车配置的变速器总成，王卓经理便临时决定由沈海站代为借用该变速器，王经理和我立即带队奔赴高速公路，一路狂奔至事故现场。在几句简单沟通后我们便开始进行现场抢修更换，终于在上午10点之前把用户的J6牵引修竣。

当时，用户含着热泪紧紧的握着我和王经理的手连声称谢。此情此景，让我深深的体会到急用户所急，想用户所想真正体现的意义。内心暗自决定，回



站后我要好好的制定一个更完善的救援应急措施，并将此案例分享给大家，让每一个人都懂得救援的真正意义。我们沈海服务站是辽宁沈阳地区唯一一个老站，无论在技术上、还是在客户满意度上应让每一位来沈海的用户都产生下次有事还来沈海服务站的信任。

事后通过王经理的反馈，一汽服务科得知我们的这次外出救援服务的事迹，还特意在一汽OA上通告表扬我沈海服务站，并奖励1000元以资鼓励。

在今年3月初，我站接到通知于3月12日东陵西路至东陵路将全线进行封路建桥。这个通知对于本就完不成任务的沈海服务站来说简直不亚于封站的打击，犹如晴天霹雳。因我站门前只有一条主要干道东陵路，路一封进厂的车就更进不来了，根本无法正常运营。在此危急关头，领导临时召开紧急会议，并制定了应急外出救援ABC三种方案以应对外来用户车进不来站的危机。

A 制作一些临时维修点和换小道进站的路线的宣传单，在高速路口和各大货站发放。

B 外出服务的厢式货车上储备常用配件和油品，随时能去现场对故障车辆进行维护和保养。

C 森雅车负责城区内紧急配送修理工和配件工具等机动任务，站内有驾驶证的司机随时待命。

事实证明，沈海服务站在封路受影响，进厂台次大为减少，外出救援为增加服务站的产值做出了巨大贡献。每天车来车往，风里来雨里去，为奔驰在路上的商用车们“保驾护航”。据粗略统计，这期间每天外出救援不少于4次，但在大量救援服务中无一例出现投诉现象，得到了用户和厂家的一致好评，沈海服务站的员工在此期间也都体会到了救援的真正意义！

FIGHT FOR LIFE

人生能得几回“博”

文 奥迪沈阳店 莫凡



“您好，先生，这是我的名片”，个子不高，身体挺得笔直，双手向前递上名片，露出爽朗的笑容，细心的为客户介绍车辆，这是奥迪沈阳店销售顾问刘博日常工作时的一个小镜头。

刘博是奥迪沈阳店的一名普通员工，年纪不大的他作为一名销售顾问却有着不同的地方。在同事眼中他是幽默搞怪，阳光洒脱的大男孩。在客

户眼中，他是专业可靠，知识丰富，值得信赖的好朋友。业绩方面在公司也是名列前茅，多次获得月度销量冠军。

一、天道酬勤 汽车小白蜕变奥迪活百科

2013年9月，刚刚走出校园的刘博来到了辽宁奥通，成为了一名奥迪品牌的汽车销售顾问，作为电商专业毕业的他对汽车方面的知识一窍不通。“基础比较差，可能上岗时间要比预期晚一些”，这是培训经理对刘博的评价，看到身边一起来的同事一个个上岗，刘博没有



灰心，一看到老销售顾问接待客户他就跟过去学习，主动帮助老销售顾问分担工作，擦车、打手续、交车、领装饰，简直成了全能手，他不断的努力使自己能够适应销售顾问的岗位要求。也许是男孩天生对汽车充满热情，这段时间的刘博只要一有时间就一头扎进汽车的海洋中，只要有时间就不断补充着自己的汽车知识，各种陌生的专业名词变得越来越熟悉，对于车型的操作与对比也越来越娴熟。终于，历经三个月，刘博迎来了上岗。“证明自己的机会到了，不能让自己的努力白费”，他这样想着，果然不被看好的他让领导大吃一惊，从新人上岗连续6个月完成目标销量，而且各项业绩指标均名列前茅，作为一名小白汽车销售顾问，2014年全年贡献率90多台的销量。

工作上仿佛没有什么能难到他的事情，对于客户提出的各式各样的问题，他都能一一解答，不少新员工在车辆上的问题都会向他请教，而一年多工作的历练也使他蜕变成了一个奥迪活百科。

二、工作中激情四射 人称车展小王子

工作中的刘博总是激情满满，很容易感染身边的同事。6、7、8月份是汽车行业传统的淡季，也是销售顾问最苦最累的季节，因为在这个季节有去不完的车展和打不完的回访电话。而刘博却不怕烈日的暴晒，每每有车展他都是第一个申请前去。

每次车展出发前，刘博都要在朋友圈里为自己鼓劲。他说“每一次车展都是老天安排的机会，而我要做的就是把握机会，只要不空手而回就不亏！”烈日炎炎下，刘博拖着瘦小的身躯孜孜不倦的为客户介绍车辆，不少之前没有考虑过奥迪的客户被他憨厚的笑容所吸引，耐心的听着他讲解车辆，凭借对奥迪车型以及竞品车型的了解，他用精彩的介绍和对比打动了一个又一个客户，有激情有付出就会有回报，这样的他曾在一次车展中当天成交8台订单，被同事及领导称赞为“车展小王子”。

企业的发展少不了这样的员工，他们在平凡的岗位做出不平凡的坚持。“人生能得几回搏”，过去的两年时间里，刘博一步一个脚印，他用勤奋与激情谱写了一个又一个属于自己的奇迹，也用自己的青春诠释了

“争第一，创新业，打造惠华第一服务品牌”的决心，而我们的惠华大家庭，也正需要众多刘博这样的员工，才能在竞争中立于不败之地！

奥迪沈阳店肇事车 产值翻番**背后的故事**

COUNTER CURRENT UPWARD **FLYING IN THE WIND**

文 奥迪沈阳店 武猛

奥迪沈阳店事故车维修产值在三季度实现翻番，这并非是一时冲刺的成果，早在一季度、二季度我们便孕育了这颗种子，下面我将从几个方面来诠释这颗硕果是如何实现的：

首先功劳最大的是奥迪沈阳店的事故车服务顾问，三季度的产值验证了他们的责任心和灵活应变的能力，他们通过工作和个人关系与各个保险公司建立友好合作，以达到保险公司有车就能对客户提出奥通这两个字；并在接待用户时为用户提供更多的帮助与建议，让客户有事就可以想到奥通想到当时尽职尽责地为他修车的那个小伙子。

其次从续保和新保入手，续保专员专业的话术和负责的心态，外加公司的优惠政策，让更多的奥迪用户来我店实施续保，其中包括很多客户家里的其他品牌车辆，与客户建立长期的友好合作关系是我们奥迪沈阳店续保专员的内心准则，强有力的职业操守也是保证续

保业务提升的不二法则。

产值翻番的背后还有一群汗流浃背的技师在默默的奉献着，在炎热的夏季，他们使用的电焊机、打磨器在工作时的温度足以烤熟肉片，而他们却在温度高达四五十度的烤房里喷漆，正是他们的汗水和不懈的努力还有那份责任感，才可以让破烂不堪的事故车与新车别无二至，才能博得用户的认可和信赖。

集团公司的优越指导和规划是实现奥迪沈阳店事故车三季度产值翻番的根本所在，集团的规划让我们有了目标和动力，公司领导的正确指导让我们在前进的道路上不畏惧风雨；通过以上方式方法我们基本实现了用户买保险、续保险、出保险都在奥迪沈阳店体系内实现的“体内循环”。

仅仅三季度的成绩表明不了什么，相信我们会做的更好！



COUNTER CURRENT UPWARD
FLYING IN THE WIND



TAXI MARKET DEVELOPMENT TO ACHIEVE A BREAKTHROUGH

大众朝阳店出租车
市场开发取得突破

文 大众朝阳店 崔博强

2000年至今，朝阳市出租车保有量为1971台，在此期间却没有新增一台出租车。所以，大众朝阳店决心打破现状，准备打入朝阳市出租车市场，改被动为主动。

由于大众朝阳店为一汽大众出租车合作经销商，厂家领导与集团领导非常重视朝阳地区出租车市场，朝阳店也下定决心必须在朝阳地区实现零的突破。

首先由总经理牵头走访朝阳市、县、区出租车公司，了解出租车更新和新增信息，到政府部门了解相关信息。经过一段时间的走访，了解到凌源市政府要更新一批老旧出租车，得到消息后，我公司马上与凌源当地合作经销商协商共同制定销售方案，争取在凌源市实现我公司出租车零的突破。

通过与交通局和出租车公司沟通了解到此次将选购三款出租车，共计100台，必须为油气两用CNG车型，排量为1.6L以上，价格在6万元至8万元选择两款车型，8万元以上选择一款车型，选定车型方式为出租车主投票选定。根据我公司的实际情况结合此次凌源市购买出租车的实际要求，我公司全新捷达出租车符合8万元以上车型。通过市场调查8万元以上车型需求量不多，但竞争品牌却有上海大众、北京现代、雪铁龙、标志、中华、起亚等6家。捷达双燃料出租车在当地出租车市场为零，因此我公司决定竞争8万元以上的车型。

凭借全新捷达的产品优势：皮实、耐用、节能省油、空间大、在市场上有良好的口碑等，依托厂家的政策支持。总经理开始安排作战计划，积极与当地出租车公司和相关部门沟通了解情况，加大市场宣传，对出租车主一对一走访宣传全新捷达油汽两用出租车优势，借助衍生贷款等工具，通过不懈的努力，捷达双燃料车型终于成功入围8万元以上指定车型。2015年我公司合计向凌源地区销售13台出租车，打破了一汽大众双燃料出租车“零”的突破。

通过在凌源地区出租车的销售经验，在销售过程中不断积累经验，不断改进销售政策，截至2015年三季度末，我公司已合计销售25台出租车。凭借前期积累的经验和不懈追求、精耕细作的精神，相信大众朝阳店将在出租车市场取得更大突破！

全新捷达出租款
您理性的选择



SSI 精耕细作， 也可以出效益

CAN ALSO BENEFIT

文 马自达店 吕德敏

一汽马自达厂家对于CS客户满意度是非常重视的，其连续几年荣获JD.Power满意度排名第四，主流车型满意度前五名，因此对于经销商满意度方面的考核管理也比较严格，去年仅新增的销售明检项目就进行了3次，第三方调查公司每年更换，无论明检还是暗访不断变化灵活，无法识别，客户投诉考核条款又十分苛刻。但厂家在加强此项工作提升管理的同时也加大了奖励力度，这对我们其实是一个难得的好机会。近几年我店的SSI成绩基础在第二档梯队，这其实说明我们有极大的提升空间，也意味着有很多事需要我们去做。



一、摸清厂家商务政策脉络，整理思路，清晰规划目标

今年SSI专项政策规定综合得分包括：神秘客户调查、电话调查、明检KPI考核项及客户投诉4个方面，计算方法是：

SSI综合得分=60%X神秘客调查得分+20%X电话调查得分+明检KPI+半年投诉得分
在此基础上结合FMSC销售目标考核，对应如下：

FMSC销售满意价格折扣对应表(台)				
得分 AAK	≥950	(950-900)	(900-850)	以下略
≥450	40	20	8	—
(330-450)	24	12	4	—
以下略	16	8	2	—

最后根据考核结果，给予5000元/台的价格折扣。

同时，SSI考核成绩还有另一个重要作用，就是年终进行评比的销售服务店综合绩效指标的重要组成部分。

销售服务店综合绩效成绩各项目占比图



SSI成绩占整体评比10%的重要比重，考虑到一些综合绩效评比中不确定完成的项目：如现汇回款比例、原厂备品采购完成率、来款均衡性等，这个10%是我们必须要拿到的。

根据以上，年初我们明确了SSI工作的目标必达项

2015年销售部SSI成绩目标

分类	项目	KPI		目标
		神秘客调查	全国前10%，≥950分	
必达项	SSI综合成绩≥950分	明检KPI	全国前10名	获得考核期最高折扣40万元
	电话调查	≥950分		
	客户投诉	0		获得优秀店评选银牌店资格10万元
	综合绩效评比	全国前15%		
挑战项	综合绩效评比			综合金牌店27万元

二、全员备战，改善弱项

近几年我店的SSI成绩全国排名均在第二档的中或下游，加之人员更换频繁，所以存在很多需要调整甚至从头做起的基础工作的改善。针对厂家专项考核政策，我们全面重新彻查了每一次得分对应的业务点，排查易丢分项，从后往前梳理，不难发现存在的薄弱环节并制定相应的整改措施，包括：

1. 规定出库流程，增加客服与内勤对出库信息周期的控制，形成内勤——销售顾问——客服——销售经理——销售顾问的闭环流程，销售顾问不能随意自行安排时间出库，出库前客户资料必须经过这一系列流程才能进行，目的是确保客服人员与销售经理的参与起到监督作用，最大程度保证厂家回访时客户的安全评价。

2. 根据厂家回访规律制定出库周期，这也许是一个讨巧的做法，但对于少数过高或无理诉求并以此为要挟的客户来说是必要的。根据沟通与了解，我们基本掌握了每月厂家客服回访的时间规律，按照店内客户初访结果及客户特殊情况分别进行出库时间的安排，确保厂家回访时一定是良好评价的客户。

3. 对于占比重最大项目的神秘客调查，严禁员工凭经验识别。今年厂家的第三方合作公司又改进了调查方法，对流程，硬件，试驾等重点环节采取多批次、不同时间进行，还会结合真实潜在客户参与，根本无法识别，所以必须要按照标准流程认真进行，人员调整使值岗受到影响，但我们重新定制了轮值制度和实施接待岗监督办法后，漏岗现象得以全面改善。

三、扎实内功，分分必争

1. 高标准，严格要求是得分基础。《易经》说：取法乎上，仅得其中；取法乎中，仅得其下。去年明检成绩我店名次分别为全国第17，第11，第6，今年我们设定的目标是前5名，得分目标是1000分满分。

2. 明检中硬件和文档指标，是必保满分的项目，而作为容易失分的销售顾问绕车演练，笔试和流程演示则是我们与其他店拉开名次的好机会，这方面我们是下了一些功夫的，我们有这样的自信，到明检的前一天，我们可以保证每名销售顾问都能熟练背诵8000字的绕车演练及流程演示，其中50%的销售顾问可以做到几乎一字不漏，这需要销售部全体员工们的心血和努力，每当夜幕降临展厅里、展车旁都是员工们踱步背诵的身影，学习气氛很热烈，每名销售顾问必须完成当天的背诵进度并且由经理或主管考试才能下班，这样的准备已经成为习惯，这也正是这样的过程，才有可能在检验当天倒背如流，完美交卷。

3. 严格的绩效辅助至关重要。销售部客户满意度奖罚占销售顾问提成部分的20%以上，占衍生员工提成部分的10%。员工们从撅着嘴不情愿到习惯地把客户回访评价作为一项重要的业绩来对待。今年有2名员工因为电话调查扣分当月扣罚2000元后，员工重视效果异常明显。因为处罚的坚决与坚持，这一直是员工们小心翼翼对待的重要工作，生怕发生闪失，并利用各种方法拉近与客户的感情维系，也许负激励并非是最好的方法，但怀有诚恐之心去对待一件工作，毕竟比敷衍了事要好很多。

作为服务性质的企业，客户是我们生存与持续发展的命脉，也是我们通过成绩向厂家证明运

营能力的途径。在店总经理的支持和销售部全体员工努力下，我店2014年SSI成绩开始迅速提升，到年底已经冲进第一档，而今年前3季度我们更是收获了丰硕的果实：

- 1.2015年2次明检KPI成绩均为满分1000分，全国排名第一，创造厂家满分记录；
- 2.上半年SSI综合考核全国第三名；

4S销售服务店名称	SSI		明检	
	上半年	上半年排名	上半年	上半年KPI
辽阳合光汽车销售服务有限公司	988.46	1	999.00	1000.00
浙江元通瑞达汽车有限公司	980.83	2	971.10	973.00
辽宁福达汽车销售服务有限公司	973.65	3	1000.00	1000.00
哈尔滨乾丰汽车销售服务有限责任公司	963.37	4	950.45	997.50
吉林省仁德汽车销售服务有限公司	960.29	5	991.38	993.44
沈阳中联汽车服务有限公司	959.24	6	979.40	1000.00
绍兴骏捷汽车有限公司	956.35	7	964.15	978.13
上海绿地场浦汽车销售服务有限公司	951.24	8	925.26	940.00
如皋市金泽汽车销售服务有限公司	937.25	9	994.45	996.25
许昌正通马六汽车销售服务有限公司	936.86	10	962.85	928.75

3.SSI上半年成绩完成年初目标，AAK与SSI得分均达第一档，获得最高价格折扣20万元，全国仅3家。

4.SSI综合业绩提升情况

年度	成绩全国排名	档位
2013年上半年	57	2
2013年下半年	47	2
2014年上半年	66	2
2014年下半年	16	1
2015年上半年	3	1

在市场竞争惨烈，整车销售利润倒挂的今天，这几十万是所剩不多的纯利之一，更重要的是这项工作是可控的，不但不是一根难啃的骨头，反而是一块甜美的蛋糕，只要肯努力，SSI这项工作不仅可以维系良好的客户沟通，为售后回店与转介绍奠定基础，更可以为我们收获宝贵的返利收入，是实实在在的真金白银，而我们只需付出汗水与努力，在经营异常艰难的今天，这样的好事何乐而不为呢？



青岛事业部非代理品牌

消费信贷开发出 PROFIT FROM CREDIT BUSINESS

文 青岛事业部 王美玲

2015年的商用车市场经历着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，市场需求不高，要保证企业盈利或存活，不能只靠卖车赚取的利润，正当我们在思考如何面对这种困境时，集团下发了解放品系非代理品牌消费信贷政策给我们指明了方向。



一、好事多磨

我们的老用户（贷款大用户）沈阳金正物流有限公司2015年预计采购车辆100台，第一批采购数量是30台LNG牵引车和10台载货车。得知这一消息我部门立即上门拜访，了解到该公司2015年确有采购100台车的计划，而且全部贷款采购，第一批采购车型是5台载货车和5台牵引车，而且5台载货预计在4月份提车，备选车型是东风和解放，另东风能够提供零首付贷款支持（不包含保险费用85000元即可上路运营）。了解到该信息后我们回公司立即开会研讨，选择合适的车型（LNG牵引和国三赛龙挂牌车）同时制定出针对性的贷款方案。当我们再次上门洽谈时，客户贷款车型和贷款年限又有所改变，增加挂车贷款、外品牌奥铃、叉车贷款，贷款年限要求3年，同时提出我们的国三赛龙挂牌车辆价格比原来有所提高，牵引车价格也比东风价格高出很多，我们带着这些问题又一次返回公司重新商讨对策，找青岛厂家申请牵引车价格支持，重新核算国三挂牌车辆销售价格，同时联系邮政银行与其沟通三年期贷款是否可做，叉车不上牌车辆如何贷款等，经过一番争取以上条件均能满足，我们兴致勃勃的第三次上门与客户洽谈，去的过程中我们认为当天去即可签订合同，没有想到客户又提出新的质疑，说我们公司的牵引车价格、贷款手续费和保证金均高，另外取消了国三挂牌车的采购。带着这些问题我们又一次返回公司，重新制定销售方案，考虑该客户是我公司贷款老用户，还款情况一直非常好，从无逾期现象，我部门特向集团申请了新的政策，带着调整后的政策我们第四次上门拜访，虽然没有完全按照客户的意愿所有的费用全降，但是我们坚持不懈的努力被他们看在眼里，客户终于被我们的真诚打动，最终签订了53台贷款车辆的合同。该批车辆预计在6月份交付，另外我部门与沈阳金正物流洽谈叉车和车厢的融资也一并在我公司做小额贷款。

二、乘胜追击

辽宁远航国际物流有限公司一直是我公司现款大用户，今年5月份欲现款采购16台车，其中我公司6台牵引车，无锡挂车厂5台挂车，天鹰改装厂5台专用车，在商谈我公司采购6台牵引车的过程中，店长就有意识的宣传我公司的贷款手续简便，而且非我公司采购车辆均能提供贷款支持，通过积极推介为我公司争取了16台（6台青岛牵引、5台外品牌挂车、5台外品牌载货）贷款车的销量，同时开创了远航物流在我公司贷款购车的先例。

三、开拓进取

积累经验后，我部门积极与现在合作的二网沟通该业务，二网对该业务非常感兴趣，从4月份开始截止10月末二网共销售了10台。另与二网洽谈调整业务的同时，我们将其以前不在我公司投保的惯例打破，贷款车辆在我公司投保，这样既提高了保险销量，同时也保证了贷款车辆相对安全。

在微利时代，经营就是要拧干毛巾里的最后一滴水，只要肯挖掘，机会无处不在。我们将发扬积极进取的精神，继续在精细化管理之路上不懈进取！



OPPORTUNITY

把握机遇，共迎未来

——记丹东黄海特种车合作历程

CONTINUOUS INNOVATION TO

ACHIEVE A QUALITATIVE LEAP

文 解放丹东店 冯登科



解放丹东店陶总与丹东黄海国内销售总经理冯总针对合作事宜会谈

一、了解情况，全面备战

丹东黄海特种车隶属于丹东曙光集团，在东北地区的民用车改装，军车改装及特种车改装方面都有较大的影响力，年出口数量千台以上，国内特种车年销量在300台左右。作为整车销售企业自然也涉猎底盘，其公司在各底盘厂家均有自己的开票系统，在一汽解放也不另外。曾何几时，做为丹东地区解放代理商，为了保证销量和争取市场份额，在我们与黄海的解放底盘重叠部分，与丹东黄海成为了竞争对手，在本来市场需求量就不大的丹东市场互相争抢客户，关系并不融洽。

2014年7月份，陶总上任解放丹东店总经理任职，了解到丹东黄海与我店的关系后，第一时间与黄海由总、冯总联系，亲自去黄海特种车拜访，到黄海特种车厂后看到近百台重卡中，重汽，东风等车在改装车间摆的满满的，竟然一台解放车的身影都没看到。面对着商机，我们却被关在了门外，但陶总并没有因此放弃，而是与在场的黄海两位领导坐下深入沟通，了解到两家合作存在的问题与黄海特种车的顾虑，黄海尽管也表示愿意卖解放车，但对双方合作却不是很自信，对我们的主动示好也没有表现出足够的热情和期待。

二、障碍重重，前途未卜

黄海方主要的顾虑有：

1、黄海可自行从一汽解放排产，现改从我店排产车辆，集团内部很难通过；

2、其公司规定销售单台车毛利必须达到3000元，我店给对方的价格较高；

3、除我公司外，其它辽宁省内代理商均以低于成本的价格向黄海提供底盘；

所有的问题都摆在面前，向前推进，我们腹背受敌，可面对机会我们又怎么能轻易放弃？

奔腾 | BESTURN
进 取 不 止



三、面对困境，寻求突破

面对着严峻的市场考验，黄海的僵局必须要打开，并且要畅通。陶总与管理层仔细分析黄海情况后，制定了相对应的方案，并快速实施。

- 1、黄海业务由冯登科专门负责，所有的报价、定车、发票及服务业务联系归口于一人，并设定考核方案。
- 2、与辽宁商代处联系，将黄海相关事宜报备，辽宁商代处也表示支持，同意黄海特种车所有车辆从惠华丹东排产，并且辽宁省内其它代理商不能对黄海报低价及提供底盘业务。
- 3、与黄海特种车签订合作协议，黄海特种车底盘从我店采购，我店以正常结算价格提供底盘，双方承诺以商代处规定的销售限价售车，并不恶意抢占客户资源。

面对着我们的诚意，黄海尝试去接解放车的订单，每签订的一台订单，陶总都会亲自过问，黄海着急交货的车辆，我们会尽全力去协助厂家，调整排产周期;推进公告样车，申请打点政策及公告燃油补贴；车坏了，我们会第一时间上门去修；记得是2014年8月的中旬，那是丹东夏天最热的时间，黄海有一台牵引车着急交付，正值我们服务站肇事车集中进厂，维修工忙的焦头烂额，黄海的领导也了解我们人手不够的情况，但陶总和服务经理协调人员，将黄海的车辆问题及时解决，维修整整持续了一个下午，黄海领导都非常感动，对我们的付出投桃报李，合作的关系就这样展开了。

四、初见成效，又放大招

合作中不断的磨合，有冲突，也有羁绊，但通过我们的积极配合和协调，所有问题都迎刃而解，两家的业务进展也有了一定的突破，仅2014年黄海共计申请解放底盘公告10款，每款公告黄海都投入了近7万多元的公告申请费用，总计70万余元的公告投入，也看出了黄海对一汽解放和解放丹东店的信心。

陶总抓住机会不放松，2015年又与黄海开展了信贷业务，黄海放弃原合作的北京吉运集团与我公司合作，在当年3月份签订一单20台贷款车的业务，仅该单带来的毛利约为30万元。一举打开了黄海信贷业务的大门，也为我店第三季度的赢利奠定了坚实的基础。

五、面对未来，不骄不躁

2015年下半年，我们与黄海签订了30台的销售协议，并向厂家申请了相应的政策支持，通过黄海特种车的整车销售带动了相关的服务备品外销及维修产值。黄海特种车也在积极的合作，共同完成销售任务。黄海的陶总一直强调：“黄海特种车要与惠华合作，还要合作好，只要有订单，第一时间推介解放车！”，现黄海特种车国五公告已经在积极筹备当中。

在国内合作已初见成效的基础上，我们与黄海的出口业务已经有了接触，在2015年已有近10台的订单，四季度出口订单的业务开展将是我们的主要工作。

在黄海特种车合作的两年内，我是亲身的经历者，也是见证人，这一路走来，我们有汗水，有疲惫，但所有的付出都得到了回报，我们做为惠华人，秉承着惠华的理念，坚定地走好每一步。收获成功，我们不会骄傲；经历挫折，我们也不会气馁。面对与黄海的未来，也面对着解放丹东店的未来，我们时刻准备着！

惠华 HUIHUA BILLBOARD
风云榜

2015

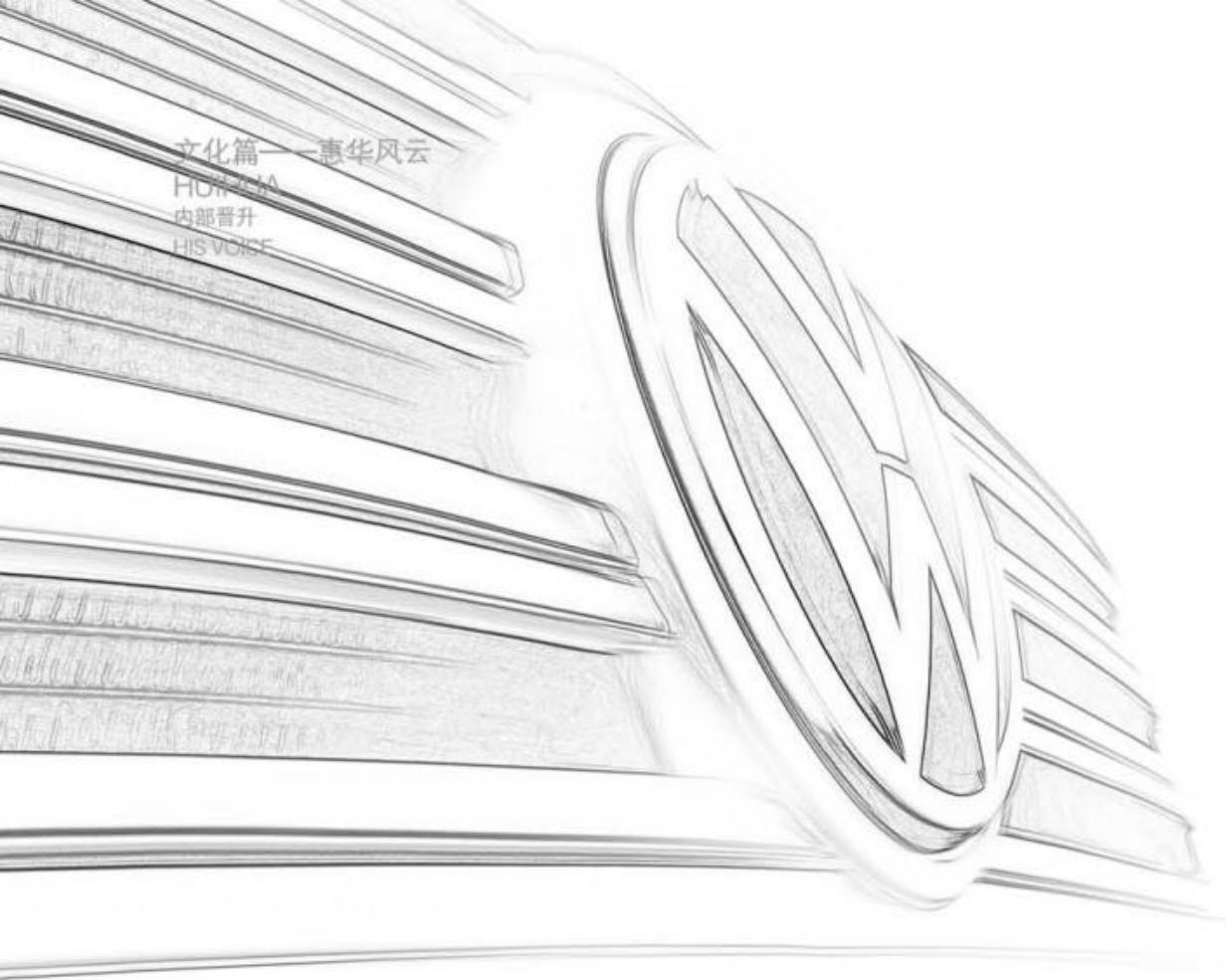
三、四季度集团新任管理层名单

THREE, THE NEW MANAGEMENT OF THE FOURTH QUARTER GROUP

序号	姓名	品系	单位	岗位	任命时间
2015年7月					
1	郑欣然	大众	大众沈阳店	衍生经理	2015年7月8日
2	杨颖	区域	铁岭区域	财务经理	2015年7月10日
3	傅营	区域	丹东区域	财务经理	2015年7月10日
4	曹红凯	区域	新民区域	财务经理	2015年7月10日
5	刘兆臣	解放	解放盘锦店	销售经理	2015年7月15日
6	许红	集团	集团财务管理部	集团财务部长(主管大众品牌、新民区域、保险代理公司)兼大众沈阳店财务经理	2015年7月24日
7	李霞	集团	集团财务管理部	集团财务部长(主管奥迪品牌、奔腾品牌、丹东区域、红馆)兼奥迪沈阳店财务经理	2015年7月24日
8	杨翠	集团	集团财务管理部	集团财务部长(主管解放品牌沈阳店、盘锦店、新疆店、备品事业部、轻卡事业部、一汽吉林店、集团改装厂、青岛车沈阳区域)兼解放沈阳店财务经理	2015年7月24日
9	王雪	奥迪	奥迪沈阳店	二手车经理	2015年7月29日
10	赵丽丽	马自达	马自达店	备件主管	2015年7月29日
11	王聪	大众	大众朝阳店	总经理(代理期)	2015年7月31日
12	丁凯	大众	大众朝阳店	销售总监(代理期)	2015年7月31日

2015年8月					
13	王可强	奥迪	奥迪辽阳店	销售总监(代理期)	2015年8月3日
14	于忠芹	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	财务主管(负责奔腾二部和红旗)	2015年8月3日
15	钟卓宇	大众	大众本溪店	销售总监助理兼大客户经理	2015年8月3日
16	段俗雅	集团	集团人力资源部	人力资源部长(试用期)	2015年8月24日
17	李国松	大众	大众新民店	副总经理(主持工作)	2015年8月26日
2015年9月					
18	马越	大众	大众沈阳店	展厅经理	2015年9月2日
19	邢瑜	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	服务主管(负责奔腾二部)	2015年9月2日
2015年10月					
20	陶景宏	解放	解放丹东店	总经理(兼解放铁岭店总经理)	2015年10月16日
21	朱明山	解放	解放盘锦店	总经理助理	2015年10月21日
22	冯登科	解放	解放丹东店	总经理助理	2015年10月21日
2015年11月					
23	邱石	备品	备品事业部	业务主管(负责乘用车业务)(试用期)	2015年11月25日
2015年12月					
24	李涛	解放	解放新疆店	总经理(试用期)	2015年12月7日
25	刘东明	奥迪	奥迪丹东店	总经理	2015年12月14日
26	董超	丰田	丰田店	总经理(试用期)	2015年12月14日
27	刘明亮	丰田	丰田店	副总经理兼服务部长	2015年12月14日
28	杨硕	马自达	马自达店	服务经理	2015年12月14日

29	王希	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	(奔腾品牌)服务经理	2015年12月14日
30	刘剑	大众	大众沈阳店	销售部大客户经理	2015年12月14日
31	陶晓明	解放	解放(长春)沈阳区域	总经理	2015年12月28日
32	吴大伟	解放	解放青岛沈阳区域	总经理	2015年12月28日
33	矫大鹏	解放	解放(长春)沈阳区域	销售经理兼大客户经理	2015年12月28日
34	杨鑫	解放	解放青岛沈阳区域	销售经理兼大客户经理	2015年12月28日
35	李连超	解放	解放商用车沈阳区域	轻卡车销售经理兼大客户经理	2015年12月28日
36	王晓光	解放	解放商用车沈阳区域	服务站长	2015年12月28日
37	左怡	解放	解放商用车沈阳区域	衍生经理	2015年12月28日
38	王美玲	解放	解放商用车沈阳区域	业务支持部经理	2015年12月28日
39	张宏亮	解放	解放商用车沈阳区域	行政综合经理	2015年12月28日
40	高智强	解放	解放商用车沈阳区域	服务主管	2015年12月28日
41	王连聪	奥迪	奥迪丹东店	总经理助理	2015年12月28日
42	刘琪	大众	大众沈阳店	网络营销经理	2015年12月28日
43	刘强	备品	备品事业部	总经理兼市场开发经理	2015年12月29日
44	刘晓玲	备品	备品事业部	商用车备品销售经理兼大客户经理、配套厂备品主管	2015年12月29日
45	吴宝菊	备品	备品事业部	乘用车备品销售经理兼大客户经理	2015年12月29日
46	宫庆	备品	备品事业部	仓储物流经理兼物流主管	2015年12月29日
47	郭勇	备品	备品事业部	商用车整车厂备品销售主管	2015年12月29日
48	邱石	备品	备品事业部	乘用车备品业务主管	2015年12月29日
49	周添龙	备品	备品事业部	盛惠新主管	2015年12月29日
50	郭健	备品	备品事业部	仓储主管	2015年12月29日



TO MEET THE CHALLENGE OF FLYING DREAM

迎接挑战 放飞梦想

文 大众新民店 李国松

我与惠华的周岁相识

2014年11月1日是我人生的一次重大转折，我离开了工作8年的零售行业，加入了惠华集团这个大家庭，成为了大众沈阳店销售部的一名实习管理层。

在大众沈阳店工作的9个月中，我主要负责销售部展厅工作，在工作中公司领导给了我很多指导，身边的同事们给了我很多的帮助，这让初到惠华的我感受到积极向上充满温暖的企业文化，也使我深深地爱上了这里。

因为对于汽车行业自己是个门外汉，所以在实习期间一切都从零做起，夯实基础，不断学习，熟悉工作流程，掌握销售技巧，积累了工作经验。通过与团队9个月的共同努力，大众沈阳店展厅工作在前台接待、销售完成、衍生指标上都有很大提升，工作成绩的取得也让我成为了一名正式的销售部管理层。



接受新挑战 压力变动力

2015年8月27日，我被正式任命为大众新民店副总经理主持工作，当得知这一消息时，我是既兴奋，又倍感压力，记得当领导问我是否能接受这个挑战时，我的回答很坚定“能”，因为在一年前来到惠华集团时，就希望在这里“突破自我，实现人生价值”。但与此同时，也清楚地认识到自己肩上的责任有多重。

对于刚刚接触汽车行业不到一年的我来说，这是一个艰巨的挑战，首先要了解所有厂家政策、了解服务部工作流程、了解整体4S店的运作等，面对这些挑战，我有过畏惧，但是想起集团领导对我的信任和嘱托，想起自己肩上的责任，我更加坚定了自己的信念，我将用我的激情，带动身边的每一个人，将压力变为动力，带领团队完成任务。带着这份激情和责任，我离开了沈阳，来到了新民。

实现新梦想 创造新佳绩

在新民工作已经有2个月了，我深深地感受到自己经验的欠缺，但是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，找出了实际工作中存在的管理问题，通过和兄弟单位总经理的沟通和学习，制定了相应的整改措施，并监督执行。这两个月中，我能感受到大众新民店员工的那种朴实和真诚，相信有了他们的支持，大众新民店的明天将更加美好。

一年前，为了实现心中的梦想，我来到了惠华集团，开始了人生的新篇章；一年后的今天，为了实现新梦想，我将带领团队积极的探索和尝试新的销售渠道和经营模式，时刻以“争第一 创新业，打造惠华第一服务品牌”为己任，不断努力拼搏奋进。

最后我想说的是，感谢惠华，感谢集团领导对我的信任，我会把握这次机会，用我饱满的激情，实现新的梦想，创造新的佳绩！

THANKS HUIHUA INTENSE LIFE

感恩惠华，激越人生

文 大众朝阳店 王聪



时光荏苒，岁月如梭，自2009年入职惠华集团，历经六载春秋。时光击打着我的傲气，岁月磨平了我的棱角，但是，激情仍在，是集团给予我机会，教我成长，使我从一名普通的销售顾问成为一名在竞争激烈的行业舞台中突破自己的职业经理人。在惠华，我收获的不只是是一份工作，更是一份事业、一段精彩的人生！

2009-2010 沈阳

2009年6月30日我通过层层面试正式加入惠华集团成为奔腾铁西店的一名销售顾问。面对新的行业、新的环境、新的岗位我感到既陌生又好奇！由于初到岗位对于产品知识、工作流程都不熟悉，我每天手捧车型参数、产品手册进行学习，跟着有经验的销售顾问学习接待客户、分析客户需求、办理交车手续……就这样经过几个月的学习，在同事的帮助下我实现了第一台车的成交。在奔腾工作的半年中我做过销冠，也有过客户投诉，在这一年里我掌握了销售技巧、增强了谈判能力。这为我以后的发展进步奠定了基础。

2009年12月我被集团任命为金融衍生主管，负责集团各店金融衍生工作的汇总与开拓，帮助各店计算信贷任务，选择适合的贷款方案及金融公司。虽然在这个岗位工作的时间不长，但是这个岗位让我熟悉了集团对口各个金融公司各项优劣势，对金融衍生工作有了更深的理解。

2011 辽阳

2011年随着集团的高速发展，我被任命为辽阳天津一汽项目的项目负责人，负责建店前期项目筹备工作。在没有建店经验的情况下，无论是选址，还是人员招聘，集团领导给予了我很大的支持和帮助，在为我指明方向的同时，让我认识到无论是管理经验还是个人能力都需要尽快提升，不能辜负集团对我的信任。在大半年的项目负责人工作中，我丰富了知识储备，为走向更高的岗位积累了经验。

2011 铁岭

2011年8月在集团的安排下我来到了铁岭负责轻微型4S店，作为全国仅有的六家轻微型4S店之一以及厂家重点关注的单位，铁岭轻微型团队不敢松懈，研究竞品行情、组织市场活动、制定政策、抢占市场份额，成功的开拓了铁岭当地轻微型市场，并联合集团其他品牌店在铁岭当地建

立合作单位，开展长期营销。

2012 辽中

2012年受命于集团担任辽中分公司经理，刚到辽中店时辽中店亏损严重、营销滞后、员工懈怠。到岗后，调动员工积极性、与大众沈阳店联动开展营销活动，在集团领导的支持下，在大众沈阳店王总的的帮助下，经营三个月后辽中店开始扭亏为盈并且利润持续增长。

2012至今 朝阳

2012年9月，我被任命为大众朝阳店销售总监，来到陌生的城市、开始新的征程！面对新的品牌、新的规则，在间总的帮助下我迅速进入大众朝阳店销售总监角色，借鉴之前成功的经验为大众朝阳店打造专属营销方案，在保证销量的前提下销售利润大幅提升！在自身能力素质得到提升的同时，销售团队凝聚力增强、人员更加稳定；之后在刘总的指导下通过各类车展主题活动，利用假日、车展、厂家支持等营销活动配合新颖销售政策，使销售额进一步提升。在销售团队的共同努力下，2012年大众朝阳店全年销售车辆1530台；2013年全年销售车辆1620台；2014年全年销售车辆1874台。销量节节攀升，使得大众朝阳店连续三年销量位于朝阳市汽车流通行业榜首！在间总和刘总的带领下连续三年大众朝阳店荣获集团“优秀单位”奖项，我个人的能力也得到了充分的锻炼。

2015年7月末集团任命我为大众朝阳店总经理，这充分体现了集团对我的信任，面对更大的团队、新兴的竞争对手，尤其是服务模块的管理经验不足，我深深的认识到我还需要学习，这对我是一个新的考验！我将时刻以“争第一 创新业 打造惠华第一服务品牌”为己任，全力践行“夯基础 迎挑战 寻突破 谋发展”，打造大众朝阳店团队，开拓朝阳市场。

我为自己感到欣慰，惠华六年，集团给予我成长的平台、锻炼的机会，和一段激越人生路。今后，我将本着“坚持不懈的满足客户需要，永远追求卓越”的经营理念，依靠严格的管理、一流的服务、出众的产品，为用户提供更为贴心周到的服务，锻造行业精英团队，拓宽销售、服务渠道，携手大众朝阳店全体员工打造辽西地区汽车行业优秀的领跑企业！



ELEVEN YEARS

十一载惠华情

文 大众本溪店 岳雪莲

轻轻的打开电脑，夜很静，只能听见时钟滴答声以及风偶尔吹过的声音，静静的，回忆起我在惠华的11载！

结缘

我一直相信缘分，相信一切都是冥冥之中早已注定。第一次走进惠华，是因为陪朋友到惠华面试，那也是我有生以来第一次走进汽车4S店，我被擦拭一新的展车、轻扬的背景音

乐、宽敞明亮的展厅所吸引。于是内心深处有一个声音，我要是能在这里工作该有多好！而且也觉得自己能够胜任这里的工作。机缘巧合，几个月后，我真到惠华工作了。

初入惠华

初入惠华，我还是一个懵懂的小女孩！我的第一份工作是在当时的轻微型销售部做销售支持工作。刚入惠华的我，对汽车知识一无所知，要

从最基础的开始学习，包括汽车型号各个字母代表的意义，对应的配置、价格等基础信息，学习开具发票、记业务部门的明细帐，同时也向老员工学习车辆销售知识及产品知识，慢慢地，在其他同事忙不过来的时候，我也能简单的向客户介绍车。并能为部门同事分担一些不是我分内的工作，那时的我，从来不去计较我多干了多少工作、这个工作是不是应该我

去做，只要我能帮别人的，我能想到的，我都尽量去做。

工作是快乐而充实的，那一年，我是一名快乐的销售支持，在入职惠华的第一年年底被评为先进员工，当时心里真的很美，很美！

沉淀积累

如果说入职的第一年是快乐而充实的，那接下来的5年，对我来说，更是日益充实的！

当时的轻微型销售部，部门虽小，但却经营三个品牌厂家的产品。随着我对工作的不断熟悉，领导逐渐把一些重要的工作交给我去做，与厂家对帐、核对返利、做订车计划、跟踪车辆发运情况，与各个二网及分公司对帐、车辆价格确定、车辆发运等，公司内部与财务核算成本、毛利及部门内部各项工作协调，领导在外面开疆拓土，我在家里做后勤支持保障，在领导的严格要求下，部门内部的大小事情，问到我时，我都能如数家珍、对答如流。哪台车当时是什么情况，客户是什么样的，当时发生了什么事，无论是部门领导还是同事，有什么记不清或叫不准的事，都会让我帮着回忆。久而久之，领导及同事对我多了份信任，更多了一些肯定。

工作中不去计较太多，能主动去帮助别人、能承担责任，能仔细认真的把每一件情都做好，我想这可能是领导和同事对我认可的原因。海尔集团首席执行官张瑞敏说过，把每一件简单的事做好就是不简单，把每一件平凡的事做好就是不平凡。惠华为我们提供了一个平台，我们应该做的，就是把每一件简单的事做好，把每一件平凡的事做好！这5年，是我在惠华沉淀、积累、进步的5年，也在这5年中，我收获了爱情，并且成为了一名母亲。

成长之路

在每一个人的成长历程中，都会遇到一些拐点，我也不例外。如果说入职惠华工作是我人生第一个拐点，那么从一名普通员工到一名销售经理，就是我的职业生涯的第一个拐点。2009年底，我成为轻微型销售事业部的销售经理，岗位和角色的转变，也让我意识到，我需要承担更大责任的同时，还需要提高自己的业务能力及管理能力。以前我只需要做好自己的工作就可以，现在不一样了，我需要带领大家一起干，那几年，正是汽车行业快速增长的几年，在领导的带领下，我和销售部同事的共同努力，完成由原来的区域二流经销商到全国前三名的蜕变。我也是在这个过程中完成了从一名销售顾问到销售经理到总经理助理到副总的蜕变。同时，在领导帮助和指导下，我的管理能力及管理意识也有了很大的提高！

2012年1月30日，我被跨品系任命为大众品系的执行副总裁助理兼集团运营管理部销售经理，这是我在惠华的第二次拐点。我觉得一直以来我

都很幸运，当时李总和我说过的话现在仍然在耳畔回响：“把你调整到大众品牌，提供一个更好的平台，一汽-大众输出的知识比较多，更有利

于你的成长，任命你为品系执行副总裁助理，让你更好的了解大众品系各店的情况，兼职运营管理部的销售工作，也能让你从集团的高度分析问题……”。从自主品牌到合资品牌，而且是到一汽-大众给执行副总裁做助理，这是以前我从来没有想过的。对惠华、对李总我一直怀着一颗感恩的心，认真对待每份工作。

对于我来说，一汽-大众的管理与我原来工作品牌的管理可以用天壤之别来形容。有标准化的销售、服务

流程、有先进的管理工具、精细化的管理方法，精准的数据分析，有满意度、有运营评价等等。当时任执行副总裁的王总也给予我充分的信任，让我参与大众品系及沈阳店的一些工作，在大众，我学到了很多以前没有学过的管理知识。同年，集团在法库建店，我被派到法库进行项目建设，成为了大众法库店的总经理。从挖一铲土到项目建成，从项目建设初期的2人到50人的经营团队，从月销售28台的低谷到近100台销量的提升，从单月15万的服务产值到单月40万产值的增长。每一点进步，都离不开团队成员的共同努力，户外车展、店头活动、DM单发放、赶集、巡展、服务活动，我们抛洒汗水，不停的折腾！研讨方案、制定政策、梳理流程我们孜孜不倦，集团也从运营管理的高度给予了积大的支持和帮助。2年多的经营，让初入大众品牌的我充实了很多，也不再是当初那个稚嫩的小女孩，我实现了从一名普通员工到店总经理的再一次蜕变！

扎根惠华

回首在惠华的11载，我从一个稚嫩的小女孩成长为一个店的总经理，没有太多的豪言壮语，有的只是一份认真、一份执着、一颗不服输的心和一份坚定的信念！

2015年，汽车行业面临前所未有的挑战，这一年，我被任命为大众本溪店总经理，经过十一载的积累、沉淀，我有决心，一定要带领本溪团队直面挑战，走出困境！

扎根于惠华这片沃土，没有理由不茁壮成长！

与奥迪 A1 AUDI A1 一路相伴 ALONG WITH THE

文 奥迪辽阳店 胡晓琳

作为一名刚刚毕业的90后，从大学毕业到现在，在惠华集团已经有了一年的工作历程。这一年来的生丰富精彩。惠华见证了我的进步与成长，也让我从无车一族变成了有车一族。

在选择购买奥迪A1之前，我也曾对比了不同的品牌的不同车型，随着工作经验的积累，对奥迪车的感情也在加深，在家人的支持下我最后选择了奥迪A1。

由于自己是新手，驾驶技术也不大好，提车不久就有了一些小刮碰，在此感谢售后同事们热心的帮助，让我感受到了惠华家人的温暖。随着驾驶技术的慢慢成熟，觉得生活精彩了很多，上下班路上节省了很多时间，自驾游、走亲戚、朋友聚会的次数也慢慢多了起来，想去哪里都很方便。由于家人对于我这次购车的结果特别的满意，亲戚朋友们对奥迪品牌的关注也越来越多。感谢集团给予员工的价格支持，感谢惠华给予我这次与奥迪深入了解的机会！



AUDI LIAOYANG SHOP WARM MOMENT

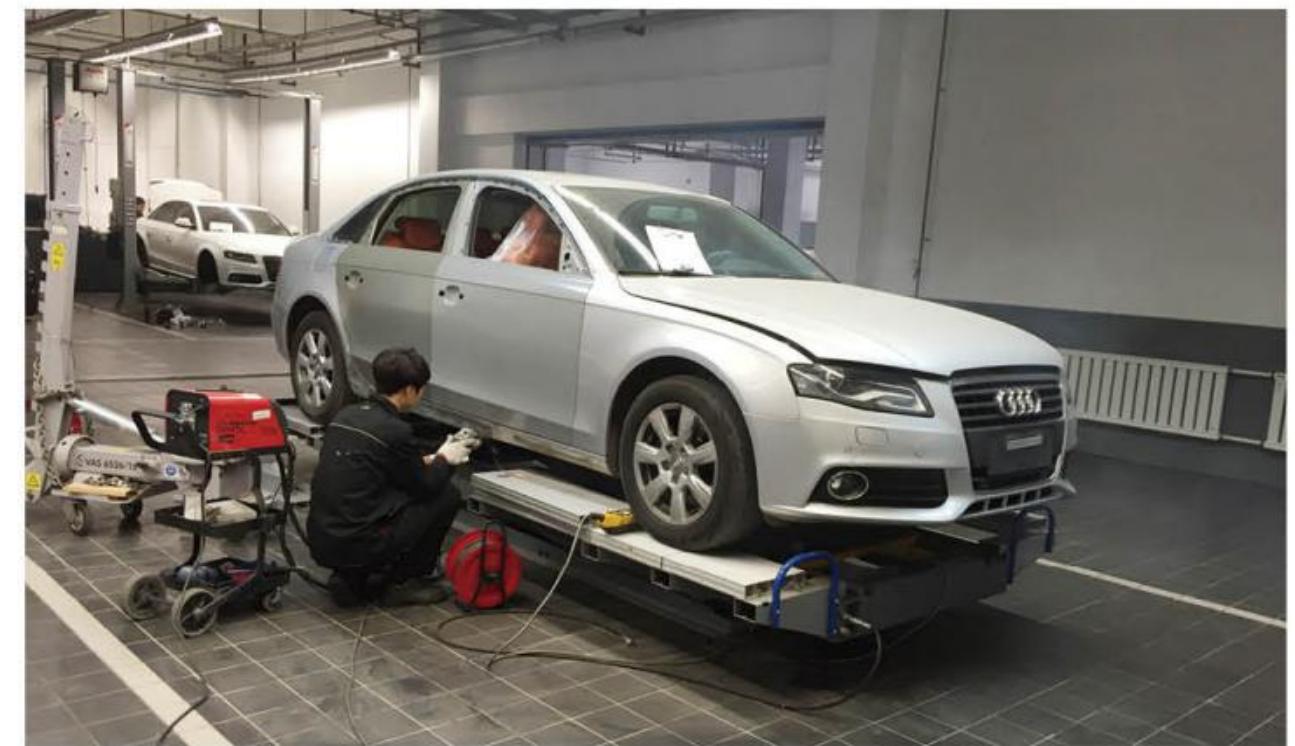
奥迪辽阳店 汽车 瞬间



销售顾问高维晨为客户介绍意向车型配置
区别及购车相关事宜

服务部喷漆技师施大为正在为客户车辆认
真的补漆

美装技师王旭正在为新车安装后
排气



钣金技师许宁正在对进场车辆进行维修



一汽吉林店之质变 CHANGE

文一汽吉林店 王伟

一、发展历程及荣誉展示

一汽吉林店直接隶属于辽宁惠华集团，为集团独立经营单位之一，在2003年12月31日以前是与解放商用车在一起进行销售，没有独立的销售团队与经营场所，随着集团的发展，于2004年初组建了独立的销售团队，经营场所从东陵西路8号搬到了马路对面的17号，即现在的集团综合楼，经营产品为一汽吉林微型车和一汽哈轻轻型商用车，正式成立了惠华轻微型车销售事业部，直接隶属于集团。

至2010年末，随着轻微型销售事业部销量不断的提升，及集团精细化及专业化总体战略部署，将一汽吉林微型车和一汽哈轻轻型商用车拆分成一汽吉林4S店及一汽通用轻型车销售事业部，分别直接隶属于集团。

一汽吉林店是一汽吉林产品辽宁地区最大的经销商，销量及市场份额均排在第一位，2011年整车销售实现了5000台的突破，在全国几百家代理商中排名第二，曾经多次被一汽集团授予功勋经销商、十强经销商、优秀经销商等荣誉称号。

二、整车毛利提升

2014年微车市场面临供大于求的局面，一汽吉林团队更是面临存亡的关键时期，褪去前两年的销量破5000的光环，一汽吉林在郭吉红总经理的带领下，开始了由量向质的转变。众所周知，一种商品降价容易，可要想把价格提升上来却是难上加难的，在面对客户不满意价格愤愤离去时；在面对客户反复比价向我们施压时；我们也有过再次放价的想法，然而这些不如意都在我们坚守价格，与客户迂回谈判最终赢得客户认可的时候消失殆尽，这种成就感是无可取代的，我们也由此认识到作为一个真正的销售顾问的价值。

过程虽是艰辛的，但成果是喜人的，2015年，一汽吉林店单车毛利森雅可达4000元，佳宝可达2000元。



三、整车精品加装

有人说衍生是给高端品牌做的，微车做不起来，但我们一汽吉林团队就不信这个说法，一定要将衍生做起来。我们不追求急于求成，不追求奢华的东西，而是追求稳扎稳打，选择从经济实用的低利润精品入手，确保车车带精品。目前，森雅车导航的加装率已达到95%以上，2015年我店森雅精品单车产值约2500元，佳宝精品单车产值约为800元。

四、保险业务开展

一汽吉林店可以说是集团最晚开展保险业务的品牌，我们一直认为买微型的都舍不得保保险，但随着社会的进步，考驾照已成为众多80后、90后的必修课，路上“新手上路”“女新手”甚至是“老年新手”的字样频频可见，而这股新生力量促进了越来越多人的保险意识增强。新手怕撞到别人，成手怕被新手撞，保险就成了必不可少的部分。今年我店新保率已达到30%，沈阳本部已达到近41%，两年连保渗透率在大家的共同努力下也达到了43%。

五、大客户业务

2015年在市场整体环境仍然低迷的形势下，我店总经理对大客户工作给予了高度关注，今年对丹东市公安局进行了多次走访与商谈，最终于今年4月8日成功与其签订39台佳宝V80警车订单，开启了2015年大客户业务的新篇章。而后相继有鞍山庆丰饮品采购的佳宝货车、辽宁飞驰肥业采购的佳宝系列车、建昌恒瑞达运输公司采购的佳宝

单排货车等等，截止10月底我店大客户购车累计达80台，占全店总销量的12.82%。

为了团队的发展，一汽吉林店进行了人员的多次优化，现在的一汽吉林店可以说人人都是多面手，车展人人能卖车，店内人人都能办手续，大家团结一心众志成城，要为一汽吉林的再次崛起添一份力量！

日期	奖项名称	颁奖单位
2002	最佳信誉单位	中国一汽吉林轻型车厂
2006	年度市场营销——营销拔尖人才奖	长春一汽轻型车厂
2007	优胜经销商	一汽吉林汽车有限公司
2009	十强经销商	一汽吉林汽车有限公司
2009	一汽佳宝乘春风，惠农销售立新功——“增量奖”	一汽吉林汽车有限公司
2009	一汽佳宝乘春风，惠农销售立新功——“销售奖”	一汽吉林汽车有限公司
2009	年度销售功勋奖	一汽吉林汽车有限公司
2010	年度最佳新锐奖(奖状)	一汽财务有限公司
2010	最佳新锐奖(奖杯)	一汽财务有限公司
2010	年度销售功勋奖	一汽吉林汽车有限公司
2011	功勋经销商奖	一汽吉林汽车有限公司
2013	销售团队金奖	一汽吉林销售技能大赛
2014	金鹰维修团队	一汽吉林汽车有限公司
2014	年度服务功勋奖	一汽吉林汽车有限公司

H UIHUA ROAD THE ROAD OF GROWTH

惠华之道，成长之路

文 奥迪沈阳店 李金鹏

2010年1月我有幸加入了惠华集团奥迪沈阳店这个大家庭，也正是从那时起开始了自己的成长之路。2010年那时的我是一个只有25岁刚刚步入社会的青涩青年。在惠华的5年里，我见证了这个大家庭的发展壮大，同时也深切的感受到了自身的成长。回首自己5年来的经历，我明显的感受到了自己在沟通表达等诸多方面，尤其是在处理客户投诉问题时的进步。

2015年5月的一天晚上我接到一位王女士的电话，该客户家住辽宁朝阳市，2015年1月在我店购买了一台奥迪A4L，购车时加装了一套导航一体机。客户投诉原因是因车辆在行驶过程中喇叭不定时出现连续爆破音，严重影响了车辆驾驶。客户给我打电话是因为原销售顾问已经离职，在购车时我为客户进行了产品功能讲解，客户对我印象较深，于是通过前台得到了我的电话。客户在当地进行检查时，当地的维修站将故障的产生原因归结于我店所安装导航，因此客户十分气恼。首先我对客户进行了安抚，同时分析问题原因极有可能是由于原车行车电脑故障造成的。但是为了安抚客户情绪以及方便客户解决问题。我当天晚上与领导沟通，并由领导协调厂家安排第二天为客户进行了一次上门服务。经过检查导航一体机并未发现明显问题，同时我时刻保持与客户进行电话沟通，安抚客户情绪，客户最终同意先由派出的技师对车辆进行断电处理（关闭车辆音响功能）并且开车来沈阳进行检查。经检查

发现问题原因的确为行车电脑损坏造成。

在整个解决的过程中和客户沟通很好，并且与客户夫妻成为了朋友。此时我发现客户车上没有安装行车记录仪并且我店有一新款原车款行车记录仪。我就进一步与客户沟通向其推荐该产品。由于得到了客户的认可，推荐过程很顺利，客户购买并安装了该产品，并且对我及我店的技术都非常认可，表示车辆的问题如果有时间的话还是应该来我店解决。

处理客户投诉涉及到沟通和表达，更重要还涉及个人的心态。如果你觉得这是一件让人难受的事情那就很难解决好，就像我刚来公司时，能够解决问题，但未必会获得客户的认可，很难会与客户有进一步的沟通，促成新的销售机会。重要的是在这个过程中我们不能等，不能拖，不能让客户觉得我们在向外推他。解决问题需要时间，但是一定要让客户感受到我们的诚意，这样才能完善的解决问题。

像王女士这样的客户有很多，现在我们能够完美解决他们的问题，同时还能和他们成为朋友，这些是我来惠华之前不敢想象的。在惠华这条成长之路上，我不仅在工作中变得成熟，生活中也经历了许多正面的改变。在此无法一一赘述，希望能通过这个机会表达我对惠华这个大家庭的感激之情！

GROWTH PATH





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：02488432981/88432982



解放

文 解放丹东店 陶景宏

银装素裹大奉天，
又有瑞雪兆丰年。
风飞雪舞寒冬日，
忽闻天空南来雁。



图为解放沈阳店翟军的婚纱照



图为奥迪丹东店王馨梦的画作



图为大众本溪店杨利东的宝宝



中国一汽

BE LISTED

BESTURN BRAND NEW CAR

再战产品力 奔腾全新A级车
B30正式上市





2015年11月7日，奔腾B30上市发布会辽宁惠华奔腾4S店举行。在到场各界嘉宾及媒体朋友的共同见证下，奔腾B30现场订购享多重好礼，让喜欢奔腾B30的客户朋友满载而归。

奔腾B30是一汽集团全新A级车平台诞生的首款车型，基于一汽集团成熟的A级车技术开发，在整车舒适性、操控性、稳定性等诸多方面都具有十分优异的表现。

同时，奔腾B30全系标配BOSCH第九代ESP系统、电动助力转向系统，全系采用超大7英寸彩色多功能显示屏，这些优于市场同级别竞品的先进技术与领先配置，使得奔腾B30拥有强大的市场竞争力。

此次奔腾B30共推出7款车型，售价从6.98万元至9.28万元。

凭借外观设计、操控驾驶等方面的优势，奔腾B30与奔腾B50将实现双A级车搭档，其后续市场表现值得期待。

时尚设计 奔腾B30瞄准“小康”人群

奔腾B30拥有时尚的外观设计：采用家族式六边形前格栅设计，时尚大气的前脸，棱角中又有锋利的锐气，跑车化多段腰线贯穿车身侧部，搭配五辐式铝合金轮毂、犀利的LED鹰眼大灯，稳重大气同时又不失动感时尚。尾灯采用了光导位置灯与LED制动灯，极大提高了整车的科技感和档次感，也增加了行车安全性。

奔腾B30的内饰设计稳重、大气、简约、科技、运动。经典的T型仪表台功能分布一目了然，利于驾驶者驾驶中简便操作；简式组合仪表加三幅运动式多功能方向盘，给人强烈的驾驶欲望。奔腾B30全系采用超大7英寸彩色多功能显示屏，可以满足驾驶员及乘客的各种需求。

惬意驾控 奔腾B30保障“进取”生活

奔腾B30采用了中国一汽4GB系列高性能发动机，1.6L轿车黄金排量兼顾高动力性及经济性，不仅能为消费者提供满足需要的澎湃动力，而且具有很好的燃油经济性。与其配合的是先进的变速器系统——爱信全新六速手自一体变速箱，针对不同路况下的换挡需求，提供13种自动模式，保证驾驶者始终拥有自由驰骋的完美体验。

基于一汽集团成熟可靠的A级车技术开发的奔腾B30，拥有加强型3H结构高钢车身，全车采用高强度钢比例为40.02%，先进高强钢采用比例为10.34%，按照最新的



2015版《C-NCAP管理规则》设计，超高的安全性将带给驾驶者稳定的驾乘保护。

同时奔腾B30还全系标配BOSCH第九代ESP系统，加上直接式胎压报警系统、倒车影像系统、日间行车灯的配备，更为便捷、舒适出行提供了良好的保障，让惬意生活一触即发。

战略车型 奔腾B30将挑销量“大梁”

奔腾B30不仅产品力出众，它还承担着一汽轿车未来发展的战略任务。

2014年，一汽轿车发布了五年发展战略规划，提出了一汽奔腾品牌瞄准“销量领先、品牌领先、满意度领先”的战略目标。奔腾B30是这一战略发布后上市的第一款全新车型，它的诞生，发展并壮大了奔腾品牌家族。奔腾B30继承了奔腾的品牌基因，它将成为奔腾品牌的第五大产品系列，不仅丰富了奔腾品牌的产品线，增加了产品数量，还完成奔腾品牌“双A级车”与“双B级车”的产品布局；奔腾B30与B50合力，将成为奔腾品牌的第二款轿车销量主力。

在11月5日深圳的全国上市体验会上，一汽轿车股份有

限公司总经理安铁成对奔腾B30寄予厚望，他在讲话中充满自信地评价：“奔腾B30作为一汽集团全新A级车平台的首款车型，基于集团成熟的A级车技术开发，其卓越的平台技术和领先的科技装备必将为消费者带来超越期待的用车生活。”

奔腾B30各款配置车型的价格：

奔腾B30 1.6L自动尊贵型的价格是9.28万元

奔腾B30 1.6L自动尊享型的价格是8.58万元

奔腾B30 1.6L自动豪华型的价格是8.28万元

奔腾B30 1.6L手动尊贵型的价格是8.28万元

奔腾B30 1.6L手动尊享型的价格是7.58万元

奔腾B30 1.6L手动豪华型的价格是7.28万元

奔腾B30 1.6L手动舒适型的价格是6.98万元

面对激烈的市场竞争，一汽奔腾始终进取不止，为中国消费者提供高品质的产品和服务。随着奔腾产品线的不断丰富，奔腾品牌的不断壮大，一汽奔腾将赢得越来越广阔的市场空间，和越来越多消费者的信赖。