



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

新速腾 以至臻品质, 再领全新格局



新速腾

新速腾 NEW SAGITAR

品质, 不是争夺眼球的奢华之战, 而是精致实用的简单回归。
新速腾, 秉承包豪斯艺术理念, 融汇德国精湛造车工艺, 摒弃奢华繁复, 将精致与简约完美平衡, 赋予速腾全新美学风格。

3月23日 新速腾 即将登场

现在就莅临辽宁惠华, 了解这令人心驰神往的诚挚之作。



辽宁惠华公众平台



Das Auto.

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

辽宁惠华本溪店 024-44801234
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 024-62913333

CC

GTI

MAGOTAN 迈腾

SAGITAR 速腾

GOLF 高尔夫

BORA 宝来

JETTA 捷达



惠华集团 HUIHUA GROUP

第 92 期 总第 5102 期



惠华之道

2015年4月 第 26 期
HUIHUA AUTO ROAD
惠华集团 HUIHUA GROUP

夯基础·迎挑战·寻突破·谋发展

HUIHUA

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

夯基础·迎挑战·寻突破·谋发展

SPEECH

董事长致辞

一定不要输在起跑线上

形势在发展，时代在变迁，社会在进步，个人角色在转换，我们每一年都相当于站在一个新的起点，迎接新的机遇、挑战和考验。

常言道：“吃不穷、穿不穷、算计不到就受穷。”讲的是规划的重要性。国际著名汽车生产企业的竞争力主要来自产品的竞争力。他们始终保持生产一代、研发储备一代、规划一代，年年都有新产品问世，所以他们能够引领消费，引领行业前进；好的企业都是干今天、想明天、规划后天乃至长远未来。一部优秀的传世经典作品，一首好的词、曲都需要长时间、有时甚至是苦恼的精心构思才能成就。真可谓台上一分钟，台下十年功。

我们集团、各经营单位、职能部门对新年度的工作安排和规划必须在精细化、精准化、前瞻性、主动性上下功夫。构思、筹划阶段下的功夫不够，问题找不准、形势看不清、方向搞不明，措施不得力你就一定输在起点上。常言说得好：不怕办不到，就怕想不到。想、即规划的任务主要由各级管理者承担组织、发动所属团队长时间酝酿、研讨与完善。

毛泽东同志曾经指出：政治路线确定之后，干部就是决定的因素。各级管理者都应该具有责任感和使命感，不负重托。实践证明：只有落后的干部没有落后的群众。2014年集团对部分困难和后进的经营单位总经理岗位进行了调整，部分品系管理进行了整合，经营形势和团队精神面貌发生了可喜的变化。员工还是那些员工，关键在第一负责人和主要管理者。

2014年度集团管理团队述职，我们采取了对标的办法，虽然让有些人脸红发热，但是真正能看到思维方式与方法的差距，认识到自我改善的空间，这的确是一件好事。对标是一件看得见、摸得着、行之有效的好办法。

一年之计在于春，一天之计在于勤。精心的筹划一年、一个季度、一个月乃至一天的工作既是工作方法问题，更重要的是思想方法、思维方式的问题。习惯于传统的思想观念和工作作风是无法突破和创新、有所作为的。谁主动的转变谁就会适应形势发展的要求，以积极的心态带领所属团队在市场竞争中赢得主导权；谁被动的转变或不转变，谁将落伍于这个时代，前车之鉴。

集团董事长：

李晋海

BE SURE NOT TO LOSE AT THE STARTING LINE

The development of the situation,
the age is in the change, the society is in progress,
the personal role in the conversion,
we each year is equivalent to stand at a new starting
point, to meet the opportunities, new challenges.

匆 匆 那 年

Fleet
of
Time
.....

文 崔秀敏

匆匆那年

FLEET OF TIME 文 崔秀敏

2014年末，一部叫做“匆匆那年”的电影，红了许多人的眼眶，暖了许多人的记忆。这一年里，德国赢了世界杯，世界失了马航370，长江水由南向北入京，“一带一路”东出海、西挺进。而此时距离惠华第一家汽车专卖店创立的彼时，已过去了二十载光阴。二十年的岁月，见证了年销售捷达3800台的奇迹，全国第一家一汽-大众品牌标准4S店、辽宁首家奥迪4S店和首家解放4S店建成的风光，也见证了奥迪沈阳店团队夺得2008年度奥迪服务与技术双杯竞赛全球总冠军的荣耀，和“七个一”目标陆续实现，集团营业额突破50个亿的辉煌。

回忆是一场追溯时间的逆旅，而过分沉浸于回忆则会让人的脚步放慢。变化是永恒的主题，只有跟上时代的脚步，才能保持新鲜的动力。呼吸着2015年新的空气，相信你和我一样感受到了新的气息：员工分级管理制度的试点让薪酬向一线员工倾斜的指导思想落到了实处；预算编制的改革从体制上为多劳多得奠定了基础；集团管理层年终述职迎来了新模式，管理团队互相

对标，集团领导和职能部门总监针对弱项当场提问和点评，经营单位代表参加集团职能部门述职直接传达意见和建议，对问题和不足的梳理让新一年的着力方向更清晰；集团年终总结表彰大会中，履新一年的总监们首次站上了讲台，侃侃而谈细数一年的工作，让管理团队思想更一致、步调更统一。2015年，重装上阵的我已做好了向更高处攀登的准备，只待你与我一起发力，去共同体味“一览众山小”的磅礴。

千里之行，始于足下。商场如战场，欲决胜千里之外，先需运筹帷幄之中。没有精心布局和谋划，要么会迷失方向，要么会被他人抢了先机、占了优势，错失了第一阵营的位置。如同一盘棋局，要持续立于不败之地，开局的巧思和谨慎、局中的博弈和权衡，必是一样都不能少；而企业经营若想保持长久的优势，必然需要在高峰时布局下一个高峰，在资源尚丰盛时挖掘更多的机会，以深谋远虑的心思赢得举手投足间的从容，免得真正遇到困境、碰了瓶颈时没了选择，落得慌不择路，步步惊心。

同样一盘棋，有人在胜势时会急转直下，直至丢盔卸甲；有人却能从败势中谋得峰回路转，柳暗花明。二者同台PK，高下立现。态度决定行动，行动决定命运，“自古不谋万世者不足谋一时，不谋全局者不足谋一域。”举棋不定的茫然是因为积累不足，而落棋无悔，更要求执子之人格外谨慎，一时的运气也许能成就暂时的风光，而可持续发展，必定要把短期目标和长期规划相结合，让心中所想和脚下之路步调一致。对弈之下，是眼界的角逐，更是作风的较量，“非不能也，是不为也”，做与不做，差距只在一念之间。

现实与未来的距离，需要用脚步去丈量。道路漫长，不停走着的我们也会成为一处风光；前行的路再孤独，红旗店销售经理宁朋飞用坚守和开拓让团队找到了奋进的方向；俄罗斯的冬天再寒冷，解放盘锦店车间主任白强用敬业和执着温暖了用户的心房；服务板块面临的挑战再大，奥迪丹东店服务顾问田亚卓用勤奋和热忱证明突破并非在看不见的远方；广告攻势和价格拼杀的硝烟再浓，奥迪沈阳店市场经理王春燕用稳健和求新

维护着旗舰店斗志的昂扬。人生苦短，我们学着只争朝夕，热情不灭，这便是我们的大勇，我们的修行。

匆匆那年，你我在生存与发展的边界上走过，在挑战与机遇的边界上走过，在变迁与变革的边界上走过，在世纪与时代的边界上走过，经历过创业的艰辛，坚守的孤独，绽放的欣喜，重生的煎熬，那些懵懂与感悟已交织在匆匆而去的岁月里。有一天你会感谢这段共同奋斗的经历，是汗水和泪水让单薄的日历纸有了沉甸甸的份量；有一天你会有一份属于自己的成就感，是拼搏让工作超越了简单的谋生需求而成为一份事业；有一天你会登上更高的平台，是不断归零的心态让心灵挣脱束缚从而飞得更远；有一天你会从容面对岁月，是奋斗让每一寸光阴不至于虚度，每一道皱纹不至于平添。不论时光如何匆匆逝去，我们都以青春的姿态存在着，青春永不褪色！

辽宁惠华汽车集团旗下实业

辽宁惠华新业贸易集团有限公司
 辽宁惠华汽车集团有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 辽宁惠华集团本溪汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 辽宁惠华集团朝阳汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 沈阳惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 辽宁惠华新业集团新民汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 辽宁惠华新业集团辽中汽车销售服务有限公司（一汽-大众品牌4S店）
 辽宁奥通汽车销售服务有限公司（一汽-奥迪品牌6S店）
 辽阳惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽-奥迪品牌4S店）
 丹东惠华新业汽车销售服务有限公司（一汽-奥迪品牌4S店）
 辽宁福达汽车销售服务有限公司（一汽-马自达品牌4S店）
 铁岭金惠源丰田汽车销售服务有限公司（一汽-丰田品牌4S店）
 沈阳惠华红馆汽车销售有限公司（一汽-轿车红旗品牌店）
 辽宁惠华集团奔腾汽车销售服务有限公司（一汽-轿车奔腾品牌4S店）
 辽宁博达汽车贸易有限公司（一汽-轿车奔腾品牌4S店）
 辽宁惠华汽车集团大连汽车销售服务有限公司（一汽-轿车奔腾品牌4S店）
 辽宁一汽贸易有限公司（解放商用车4S店）
 辽宁惠众汽车销售服务有限公司（解放商用车4S店）
 辽宁惠华汽车集团铁岭销售服务有限公司（解放商用车4S店）
 辽宁惠华集团丹东汽车销售服务有限公司（解放商用车4S店）
 乌鲁木齐惠华兴业汽车贸易有限公司（解放商用车4S店）
 辽宁惠华集团盘锦汽车销售服务有限公司（解放商用车4S店）
 辽宁惠华集团商用车销售服务有限公司（解放青岛车事业部）
 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：戴爽	General Planner: Dai Shuang
联合监制：钟卓宇 乔久帅 于光	Supervisors: Zhong Zhuoyu Qiao Jiushuai Yu Guang
总编：崔秀敏	Editor in Chief: Cui Xiumin
编辑：王俊杰 邱启丽 洪健	Editors: Wang Junjie Qiu Qili Hong Jian
设计：陈婷婷	Designer: Chen Tingting
校对：王俊杰 邱启丽 洪健	Proofreader: Wang Junjie Qiu Qili Hong Jian
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 总结篇

40 盘点篇

56 发展篇

86 文化篇

106 惠华车世界

THE GROUP HOLDS THE
THE 2014 ANNUAL SUMMARY COMMENDATION
CONGRESS

GROUP HOLDS

集团召开 2014年度总结表彰大会



一、2014年集团运营管理、财务管理、人力资源工作总结：

在运营管理方面，集团十项过程指标超预算、超同期达成，体现了集团整体运营质量的提升，诠释了向运营管理要效益的理念；会上展示了五项关键业绩指标达成情况集团内部排序，沈阳区域内集团各店在同品牌区域市场排序，区域市场份额或贡献度纵向年度比较及分析结果，并对集团与一汽金融深度合作与资源整合，保费与保险收益资源整合，VIP卡销售以及网络销售四个成功案例进行了分享和成功因素总结。

在财务管理方面，2014年的9项关键业绩指标中达成率在80%以上有6项，达成率在75%以上有2项，2014年的预算设定基本符合实际的经营情况；集团重点从内部控制出发，通过一系列行之有效的管理考核制度，有效的控制了各项费用支出；信贷收入成为继精品销售之后整车盈利的又一重要途径；集团财务总监汇报了利用集团规模和良好信用，积极与银行沟通协调保证企业融资需求的情况，以及优化库存结构，降低库存深度、盘活资金的成果，并提出了集团财务部“保资金，细核算，抓内控，防风险，重培训”的工作重点。

在集团人力资源管理方面，2014年集团完成了组织架构调整和职能完善，管理团队的人才盘点和优化，内训体系的建设与持续完善，员工分级管理方案的制定和推进共四项主要工作，真正落实了管理人员能上能下、能进能出的机制，将向一线员工倾斜、体现多劳多得的分配方针落到实处，目前各项工作正在稳步推进。

2015年2月7日上午9时-11时，以“夯基础、迎挑战、寻突破、谋发展”为主题的2014年度惠华集团总结表彰大会在辽宁会馆一楼多功能厅举行。集团董事长兼总经理、副总经理、董事长助理和集团240多名管理层及年度先进员工代表参加了会议。

会议由集团运营管理总监闫秀丽主持，在总结环节，首先由集团运营管理总监、财务总监和人力资源执行总监针对2014年集团运营管理、财务管理、人力资源管理工作做专题报告；由五名经营单位代表进行了典型案例分享报告；集团副总经理做了题为《惠华集团2014年工作总结和2015年工作规划》的主题工作报告。



集团召开 2014年度总结表彰大会

THE GROUP HOLDS THE
THE 2014 ANNUAL SUMMARY COMMENDATION
CONGRESS



二、各专题报告内容



解放铁岭店梁忠宇做了主题为《胜在心态，赢在执行》的专题报告，从明确工作方向、深耕终端提高市场占有率、吃透厂家政策拿到最高支持、完善团队建设打造精英团队四个方面，分享了解放铁岭店2014年完成利润指标182%，同期增长31%的达成措施；

大众朝阳店总经理刘东明以《天道酬勤——大客户开发之路》为题，从找方向、定目标、选人员的前期周密筹划，到总经理带队亲自走访击破各个重点区域，以及全心服务、全意维护提供差异化服务的做法，分享了大众朝阳店202%完成大客户销量的成功经验；



奥迪沈阳店总经理李蓬勃从《专注目标，合力致胜》的角度，分“初到辽阳、砥砺前行”，“找准方向、扬帆起航”，“目标一致，上下一心”三个篇章，介绍了奥迪沈阳店在四个半月的时间里显著提高销量、提升团队士气的具体经历；

大众沈阳店服务总监于贺年通过《精耕细作，向服务要效益》的报告，汇报了大众沈阳店秉承精细管理思路，一方面注重提升服务产值，一方面精细化管理，节约成本，提升服务利润的心得体会；



奥迪沈阳店销售总监李水晶以《突破，永不止步——深挖保险营销潜力》为题，介绍了奥迪沈阳店在2012年通过与发达地区同行业对标，找到保费差距以及提升空间，并通过组织、流程整合，配合人员培训与绩效考核，实现2013年保费突破3000万，2014年通过流程再造和三年联保等措施，实现保费近5000万的创新路程。



会议在表彰环节，对2014年度先进员工和部门及单位进行了颁奖。2014年度共评出惠华之星奖15人，最佳团队奖5个，优秀单位奖2个。颁奖典礼上，由颁奖主持人宣读了获奖人员和单位的颁奖词。集团总监、集团副总经理、集团董事长亲自上台为获奖人员颁奖并合影留念。

集团董事长兼总经理在会上做了重要讲话，对集团在2014年取得的进步给予了充分肯定，强调了工作精细化安排与推进的重要性，并通过对两个百年经典故事的分析，指出管理者及其团队的职业道德和素养是关系成败的关键因素，并号召管理团队勤勉、自律，严格地约束和带领团队，取得更大的发展。

集团副总经理总结报告

惠华集团2014年工作总结和 2015年工作计划

Group Annual Report

尊敬的李总、柴局长，各位惠华的同事：

大家上午好！下面由我来做《惠华集团2014年工作总结和2015年工作计划》的报告，报告共分四个部分：

第一部分 2014年的市场环境

刚刚过去的2014年，是充满了挑战和变化的一年，体现在政策法规方面，反垄断法的进一步推进实施，交通部等十部委下发的《汽车维修行业转型指导意见》等政策法规将打破主机厂与经销商现有经营现状，渠道将被迫向社会开放；受厉行节约的政治导向以及限牌限行等政策的影响，加之对维修的便捷性、价值及服务质量的关注，客户回厂率呈现下降趋势；体现在行业竞争态势方面，快修连锁、社会修理厂、O2O竞争态势日趋激烈，网络外维修店日益规模化、品牌化，竞争力不断增强；这些都对传统的4S店经营模式提出了严峻的挑战。

2014年又是汽车行业持续增长的一年。2014年，中国GDP增长率预计为7.4%，虽然中国经济出现下滑，但汽车在所有消费中占比最高，达到12.5%，成为中国经济的一枝独秀；一汽大众、奥迪、解放等品牌在全国范围内取得了骄人的业绩。其中一汽大众品牌单月销量多次夺冠，各款车型在细分市场均名列前茅，以远超市场平均水平增长速度领跑行业；解放产品全国销售17.8万辆，在中重卡市场销售份额17.1%，实现持续增长；奔腾品牌全国销量18万台，较2014年增长40.8%，集团经营品牌总体仍然拥有较强的竞争力。

第二部分 集团在2014年取得的主要成绩

2014年集团整体实现整车销量2.4万辆、服务产值4.1个亿，销售收入已经突破50亿规模实现了53个亿，其中保险代理公司保费规模突破1.5亿，整车销售信贷渗透率接近30%。

盘点2014年取得的主要工作成绩，有以下几个方面：

一、是人力资源状况的提升和改善

集团在2014年引入专业的管理咨询公司，搭建了科学的组织框架、为未来人才规划与发展指明了方向。集团参考管理咨询公司提交的人才盘点报告，结合业绩指标达成情况，对管理层进行了持续的人员优化与调整，更多年轻人走向管理岗位，真正落实了管理人员能上能下、能进能出的机制。目前管理团队综合能力显著提升，其中解放铁岭店利润达成率为182%，目标增长率为31%；大众法库店销量增长30%、目标增长率为47%，且在新建店中唯一服务产值100%达成计划，产值增比50%以上；解放丹东店在更换店总经理后短短五个月就扭亏为盈，利润达成率为111%，充分证明人才是企业的核心竞争力的硬道理。

同时，为提高人员整体素质，集团在咨询公司的协助下，加强了培训、交流工作，在岗人员胜任能力及后续人才培养状况得以改观。

2014年末，集团经反复论证后，正式启动了员工分级管理项目，遵循向一线骨干倾斜的指导方针，体现了多劳多得原则，为人力资源可持续发展提供了系统支持。

二、是集团整体运营质量的提高

首先，各经营单位整体在运营质量方面上了一个新的台阶，通过多种运营管理工具的使用，集团各经营单位在衍生指标方面有较大改观，收益有大幅提升；在厂家考核佣金方面，满意度、标检、运营评价及管理考核老店稳步提升，大部分新建店进步较快；管理者普遍能够将经营质量作为首要目标，并在运营管理的各个环节的策略制订中予以贯彻，其中大众沈阳店全年总费用较预算节省320万，青岛事业部、一汽通用事业部和一汽吉林店在销量受市场

整体影响有所下滑的情况下提高了赢利水平；老店在原有管理基础上能够主动寻求突破，运营三年以上的店盈利能力提升显著，向管理要效益已经成为管理团队的共识。

此外，集团层面的指导、监督、整合优势得以体现，在现金流改善、销售政策制定、资源整合方面集团整体作战的能力得以加强，在规范流程、健全制度、风险管控等方面的管理水平显著提升。在风险控制环节，梳理了多个流程，对商用车上装、二网管理、试乘试驾等出台了多项管理规范 and 补充规定；对保安、保洁、食堂进行外包，解决了用工问题的同时有效提升了管理质量、降低了管理风险；在资金方面，通过集团对资金统一管理及筹划，资金利用率及收益较上年度有3%的提升；在集团四季度消化超期库存的行动中，各经营单位能够保持较高站位，服从集团整体安排，在两个月的时间里库存现金车总量下降300多台，资金占用下降近5000万；确立品系、区域管理后，品系、区域内部在岗位空缺、人员培训、展会等方面都实现了资源共享，2014年四季度与三季度经营数据比较，解放品系销量增长35%，消费信贷渗透率增长28%，库存深度下降38%；大众品牌新、辽、法三店合计销量及服务毛利均增长42%，库存深度下降53%。

三、在经营方面的战略布局基本稳定

2014年，针对国内市场，红馆竣工开业，集团获得红旗轿车辽宁省内首家经营权的殊荣；解放新疆店竣工开业，顺应了国家“一带一路”的政策导向，走在了汽车厂商和其他经销商前面，率先占领了市场空间，解放新疆店将作为集团西北部的根据地，在进一步开发当地市场的同时，可与对俄、对蒙、对中亚出口业务资源共享，具有广阔的前景。

在国外布局方面，朝鲜商用车总装线项目进展顺利，对朝出口业务掀开了向SKD、CKD转化的新篇章；集团首家境外独资公司蒙古FAW公司隆重开业，形成了销售、服务、零配件供应一条龙的服务链条；同时，集团顺应国家“走出去”的政策导向，在哈萨克斯坦投资建厂的项目正在积极调研和落实，集团国际贸易的深度、广度不断拓展，质量持续提升。

四、在创新方面的突破

为顺应新形势，破局求新，2014年在经营单位层面和集团层面都做出了一些创新和突破：

在经营单位层面，大众朝阳店引入交通局机动车登记服务站，开发附加值业务；奔腾大东店开发维修预存款业务绑定客户，提前归集资金；与造化汽车大市场合作，以汽车经纪人模式推广集团车辆；奥迪沈阳店开发三年联保，严抓续保，2014年实现全年近5000万保费；同时

利用异业联盟模式，整合资源进行销售创新；一汽通用事业部在市场、产品都遇到困难时积极想办法，代理跃进轻卡产品，开辟了新的利润增长点；事实证明，只要善于研究，提升的空间和潜力还很大，还有更多新的业务领域、新的营销方式等待我们去挖掘。

在集团层面，为盘活试乘试驾车和买断车资源，集团重新启动租赁公司，将价值链加以延伸；在营销方面，顺应时代需求，打造数字化营销思维，全力探索新的发展之路，并首次从集团层面推动各经营单位利用“双十一”的契机进行全线营销；在经营思路方面，采用“头脑风暴”研讨方式，探讨在新形势下企业中长期发展战略模式和思路，并以会代训，实现品系间、品系内部各店在经营方式与管理技巧方面的研讨、借鉴和互通；在国际贸易板块，顺应客户需求，突破只经营一家汽车厂商产品的局限；并以转口贸易、整合资源合资建厂打造价格优势等多种思路应对国际贸易环境变化对经营形成的挑战。

此外，注重预算制定的科学性和合理性，集团在制定2015年预算的过程中更加注重和各个经营团队沟通交流、统一思想，使集团工作思想落地，避免管理脱节。并组织人员反复论证，力求将需要管控的项目在预算阶段提前考虑进去，同时顺应形势对2015年预算及绩效考核进行了很大调整，更能体现多劳多得的绩效导向。

第三部分 2014年存在的主要问题

在取得上述成绩的同时，我们也清醒地看到自身的不足，认识到在经营中还有很多待改善之处，具体体现在以下几个方面：

一、管理者和基层团队综合素养、胜任度普遍需要提高，后续人才储备不容乐观

从管理团队综合能力和胜任度来看，虽然有厂家统一的管理规范，但各店在经营管理意识、管理水平上差异很大，各经营单位总经理层面的管理水平和风格很大程度上影响了店的经营水平和风格，这是集团化企业运营的很大风险，也是集团运营质量发展的较大障碍。据此集团在2014年对管理团队进行了较大幅度的调整，但从整体来看与胜任素质模型相比仍有一定差距，管理团队胜任度的持续提升将是集团需要深入研究的课题。

从团队综合素养来看，尽管集团三令五申并大力惩处，员工打架事件依然时有发生，大众沈阳店财务和服务人员在店内发生打架事件，沈阳区域奔腾二店销售顾问在展会期间，且有厂家代表在场的场合打架，给企业形象造成不良影响，说明个别基层员工的个人素质和职业素养亟待提高，也

说明管理者在日常培训、团队建设方面的工作没有到位；尤其是个别店长综合素质亟待提高，在有董事长和厂家参加的聚餐上做派及言语都有失惠华职业经理人的水准，说明管理团队在职业化的道路上还有很长的路要走。

此外，目前人力资源管理较突出的矛盾是梯队建设和人员后备力量储备不足。员工新老交替的过程中，知识、经验和技能传递出现断层。企业宝贵经验财富没有有效总结、提炼和传递，企业可持续发展动力不足。

二、经营质量有待进一步提高，店与店之间发展不均衡，同一品系不同地区间经营状况差距较大

在汽车行业整体直接销售利润有所下降，服务台次、产值普遍下滑的环境下，各店对市场形势的掌控能力不均衡，对厂家商务政策解读精准度，对新的销售渠道和模式的重视与敏感程度存在差异，例如各店网络营销发展不均衡，大店投入较多，小店顾虑费用等因素投入较少或较慢；对长远与近期效益评估能力不一，部分经营单位经营偏重短期效益，可能损害长期利益；新建店大部分收回投资速度较慢，没有找到有效赢利点。

三、各部位管理漏洞依然存在，风险管控需要进一步加强

奔腾大连店财务收款少收客户3万元，在事后20多天才发现；一汽吉林店服务维修监督不到位、发生内领未经审批事件；奥迪沈阳店个别服务人员利用职权长期巨额侵占；丰田店外展车辆返回途中车辆肇事造成22万直接经济损失；合作二网在眼皮底下将我们的展车拿去顶工程款等现象，暴露出至上而下的管理不到位的官僚作风。

四、信息化潜力有待挖掘

具体体现在信息化办公系统没有得到充分利用，经营单位层面个别纸质流程存在信息化提升空间；OA手机客户端没有完全充分利用，部分管理人员没有有效引导员工使用OA申请，导致出差在外影响工作审批效率；集团审批流程还需要再细致理清，缩短审批时间，提高工作效率；部分内部管理模块有待探寻信息化解决方案。

第四部分 2015年的主要工作规划

一、对2015年经济环境的预测

从国家宏观经济环境角度看，中国经济发展进入新常态，高速增长转为中高速增长，经济结构不断优化升级，从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。在未来相当长的时期里，中国经济增速将放缓至7%左右，但实际增量依然可观，新常态下，中国经济增长更趋平稳，增长动力更为多元，中国经济结构优化升级，发展前景更加稳定，中国

政府大力简政放权，市场活力进一步释放。

虽然2015年宏观经济环境充满变化和挑战，但业内普遍预期2015年汽车行业总体增长速度将不会有较大波动，集团代理品牌仍将保持行业优势；集团的战略布局已经基本稳定，现任管理团队的精神面貌普遍积极向上、执行力较强；集团在资金实力、运营能力、管理水平等方面在经销商集团中处于领先地位；面对国家政策法规的调整和行业竞争形势的变化，以及用户需求结构和关注点的转移，应顺势而行，强化核心竞争力、抢占先机打造新的优势。

二、集团2015年的工作规划

集团2015年的工作方向是稳中求进，将管理团队持续优化、经营质量持续提升作为“新常态”。集团投资和扩建速度将放缓，经营场所和网点该瘦身的要瘦身，进一步控制成本减少支出；老店要精耕细作、提高持续盈利能力；新建店要寻求突破，实现自负盈亏目标。

2015年本着求真务实、直面挑战的原则制定了新年度经营指标及绩效考核，2015年整车销量及服务产值预算与去年实际达成基本持平，2015年着力点是通过运营质量的改善提升经营利润，集团整体毛利计划提升幅度为18.7%。

在2015年具体工作中，将遵循以下具体工作思路：

1、结构调整，针对独立经营单位的经营状况采取不同经营策略定位

针对沈阳的大众、奥迪、解放等还有进一步提升空间的旗舰店，以及解放新疆店等符合国家区域经济政策导向、在集团未来发展蓝图中居重要战略地位的经营单位，在人、财、物等方面应加大支持力度，通过精耕细作实现更高产出；针对萎缩严重的品牌要认真研究应对措施。

2、精耕细作，向运营管理要效益

首先要吃透厂家政策，向精细化管理要效益，在品系和区域管理板块要整合资源，力求达到整体收益最大化；其次应深耕终端，向服务要效益，增加客户保有量，促进与保险公司的良性沟通，同时提升客户满意度，将“打造惠华第一服务品牌”的口号落到实处；此外，应深挖赢利点，向各个能够产生利润的环节要效益，并相应调整激励导向。

3、完善预算执行考核办法

预算执行中要注意严肃性、灵活性统一，预算与实际偏差过大时经过评估后允许调整，但不能随意调整。同时发挥并运用好预算管理、绩效考核两个工具，考核中对超额达成预算目标的团队要及时激励。

4、继续推动以人力资源管理为重心的变革

在2015年及以后的工作中，集团将把人员的持续优化和调整作为新常态，以绩效为导向，持续地贯彻执行干部能上能下的考核机制；要加强培训交流，提高管理团队整体胜任度，同时加强价值观建设和职业化素养的培养，促进观念和工作态度的转变；以员工分级管理项目为切入点，持续地进行薪酬体系的调整，加强考核评估、打造执行力；同时加强人员梯队建设，从现有规模及长远发展规划建立各层级梯队人员的重点储备与培养。

5、完善与优化制度，在控制风险的前提下进一步提高效率

首先是权限下放与监管体系的完善：预算细化后，在预算内的各项支出除项目建设外审批权原则上上交还各单位。还权于各单位后财务、审计部门强化监督作用，保证预算执行合规性；

其次是强化集团职能部门指导监督作用，职能部门的人员配置已经到位，下一步的下沉、督导工作要形成制度并见到成效；

另外，要提高办公信息化程度，增强效率，推广OA流程和OA客户端的使用，同时适当增加内部管理软件的投入。

6、加大创新力度，寻求突破、创造新的增长点

要重视对大数据营销的投入，投入要持续，对各网站的投入和产出要有分析，将资源用在刀刃上；二手车网络营销要有新突破，与二手车专业网站开展有效互动合作，打造惠华二手车品牌；

对大用户的开发要有新突破，大用户的定义要拓宽，开发和维护手段要推陈出新；

国际贸易要有新突破，针对国际市场需求、汇率、竞争等形势变化要有对策，要持续开发新市场、打造竞争优势、寻求差异化；

集团、独立经营单位等各个层面都要持续创新，注重开辟新业务、新市场、采用新的营销手段、新的管理办法等，要持续实现突破，不断打造新的优势。

以上是《惠华集团2014年工作总结和2015年工作规划》报告，2014年，我们经历了政策和形势变化的冲击，也经历了艰难的自我审视和变革的阵痛，2015年将是充满机遇和挑战的一年，市场竞争会更加激烈，但我们已经做好了迎难而上的准备。希望全体管理团队凝聚斗志，深挖潜力，昂扬进取，开拓创新，再创佳绩！

年度先进表彰 RECOGNITION



惠华之星奖



红旗店销售经理——宁鹏飞

第一任奔腾DCC和大客户专员，第一任红旗店销售经理，他已习惯于迎接新挑战；以身作则，打造一支能吃苦、能打硬仗的红旗销售团队，开业仅半年，销售顾问认证100%通过，取得客户满意度第一的优异成绩，带领红旗团队埋头苦干，赢得多个大客户订单。

解放盘锦店服务部车间主任——白强

他是业务技能一流的商用车维修专家，他把别人用于休息的时间都用在了研究故障原因和解决方案上；他在集团需要出国维修人员时勇挑重担，两次接受紧急出国维修任务，凭借丰富的经验和超常的韧性，解决了生产厂家没能解决的问题，提升了惠华集团国际美誉度。



青岛事业部销售经理——杨鑫

醉心于商用车销售工作，曾蝉联两年销售冠军；不放弃每一个客户是他执着的追求。经营客户、经营团队，销售业绩领跑商用车各店，国内排名第四，超额完成大客户销售指标和全年利润指标，优秀的业绩证明了他的努力。



大众沈阳店服务总监助理——王连聪

蝉联两届一汽大众品牌全国优秀服务顾问，2014年带领服务团队参加一汽-大众全国服务技能锦标赛东北区决赛，荣获个人技能竞赛第一名，服务团队第二名的好成绩。2014年运营评价所负责服务考核项目四个季度均为满分。



国际贸易事业部综合计划主管——李鹏

他为国际贸易出口工作提供基础保障；他工作踏实认真，勤勤恳恳，总是第一时间不折不扣地完成每台车辆的排产和报关手续，让每台车辆以最快速度到达客户的手中；2014年车辆排产539辆，许可证申领596份，商检办理82批次，朴素数字展示着他的付出。

大众法库店衍生主管——付波

将衍生业务做得风生水起，贷款渗透率集团内排名第一位，精品单车产值，二手车销售占比也在集团内名列前茅，他的努力印证了一分耕耘、一分收获的道理，让我们在竞争残酷的销售环境下看到了希望。



解放新疆店行政储运主管——袁建清

四年间义无反顾扎根边疆，不论是份内还是份外的工作，都不折不扣地去完成。不辞辛苦、不求回报，以极高的忠诚度做好每一项最基础的支持工作。他把解放新疆店当成了自己的家，在平凡中做出不平凡坚持。



奥迪丹东店服务顾问——田亚卓

三年如一日地坚守岗位，对待工作兢兢业业，2014年度，个人贡献店内事故车总台次的75%、总产值的71%。创造了Q7、A8车型单车产值店内最高纪录，并在高产值、高强度的工作压力下实现了全年零投诉，她是实现公司的利益最大化的典范。



一汽吉林店总经理——郭吉红

2015年是她加入惠华的第十二年，经历了多个角色的轮换，不变的是始终如一的认真、勤奋、正直；2014年她实现了新的突破，凭借高度的责任心和强大的执行力，出色地带领一汽吉林店扭亏为盈，实现了由量向质的转变。

解放丹东店总经理——陶景宏

十年来，他在集团商用车板块默默耕耘，解放新民店的奠基和成长中有他洒下的汗水，解放铁岭店持续发展的历史中有他谱写的篇章；2014年他再创新高，带领解放丹东店在短短五个月中扭亏为盈，团队面貌焕然一新。



大众本溪店服务总监——王明

外派四年，他勤恳工作、任劳任怨；工作中他总是带头冲在一线，带领团队向新的目标前行。2014年率领服务部门实现利润大幅提升，利润同比实现125%的增长。





奥迪沈阳店市场经理——王春燕

在客服工作的五年，磨练了她的耐心，奠定了她的执着，市场工作的挑战再次激发了她的潜能，求变求新求集客，抢人抢势抢先机，从活动效果达到市场费用控制，无处不体现出她的细心与大胆。

马自达店展厅主管——陈平

从集团职能部门到销售一线，不到一年的时间里，她怀着空杯心态从零做起，完成了职场角色的成功转换。在她的努力下，店内展厅管理水平迈上了新的台阶。



丰田店财务经理——孟德芳

从一名普通结算员，成长为一名优秀的财务管理人员，她以勤恳、踏实、严谨的工作态度和突出的业务水平得到了公司的肯定。三年的时间里，她扎根外阜，兢兢业业、任劳任怨，把控着财务流程，坚守着公司的内控制度。



集团行政部行政督办——韩延成

他总是忙碌在集团各经营单位工程建设和维修项目的第一线，无论是西北边陲的新疆，塞外大漠的蒙古和鸭绿江对岸的朝鲜，都曾挥洒过他辛勤的汗水；他将个人多年积累的实践经验毫无保留地应用于集团各项工程建设中，在集团工程方案制定、质量把关、费用控制方面做出了突出贡献。



奥迪沈阳店 ——保险团队

三年联保、深耕续保，向保险业务要效益，他们树立了保险代理业务新的标杆，2014年实现全年4835万保费，保险收益825万，新保率集团第一。他们让我们看到了业务发展新的希望。

大众法库店 ——服务团队

这是一支年轻而优秀的服务团队，新建店中唯一服务产值100%达成计划，产值增比50%以上，将服务赢得市场、服务创造价值、服务塑造品牌的理念发挥到极致，他们的成绩证明，凭着热情和坚韧，一定能获得成功的回报。



备品事业部 ——财务团队

他们是认真细致的财务团队，他们是解放备品连续五年销售额过亿元背后的有力支持和坚实保障，单品从几十元到上万元，11万张销售单据的精准核算一笔笔勾勒出业绩的辉煌；解放备品销售华丽转身的背后，有她们默默无闻奉献的辛劳。



解放铁岭店 ——销售团队

他们是一支过硬的商用车销售团队，在相对弱势的区域，销量完成同比增长7.7%，利润同比增长16.2%；坚定信心、坚持拼搏、坚守生而为赢的信念；他们相信，只要团结一致，同心同德，任何困难的环境，都会被征服。

奔腾大连店 ——销售团队

他们完成了看似不可能完成的任务，2014年完成总销量1039台，利润达成率225.7%，成绩来源于他们不懈的努力。开拓市场、抢占先机，寻改变、求创新，祝愿他们超越历史，再创佳绩！



一汽通用事业部

2014年，他们的关键词是“逆势飞扬”，在轻卡市场严峻的市场形势下，超额完成利润指标；全员苦练内功，珍惜每一位客户是他们的座右铭；2015年，代理新产品，加强销售力度，他们已准备好新一轮发力。



优秀单位奖



大众朝阳店

这是一支不断进取的团队，2014年整车销售完成1874台，计划完成率104%，店利润完成450万元，同比增长26.05%，运营评价、服务满意度成绩均进入全国优秀档；这是一支突破创新的团队，2014年在大用户开拓、增值衍生业务方面再创新高；这是一支团结奋进的团队，在2014年一汽-大众经销商市场与CRM大赛中斩获五项大奖。

win

Win in the implementation 胜在心态 赢在执行

文 解放铁岭店 梁忠宇



尊敬的李总、戴总，集团各位领导、各位惠华家人们：

大家上午好，我是解放铁岭店负责人梁忠宇，非常荣幸站在这里，向各位领导汇报解放铁岭店2014年的工作。

汇报之前，请允许我介绍一下个人在惠华集团的成长历程：我在2005年12月份毕业后到解放沈阳店工作，期间分别任职销售部保险专员、销售顾问、自卸主管、大客户主管、销售经理。2012年12月份任职解放沈阳店副总经理兼销售经理，2014年1月1日接到集团任命，到解放铁岭店任职总经理。

我的汇报主要分为以下六部分：

第一部分：2014年总体工作方向

2014年解放铁岭店根据集团年会精神和厂家商务政策，各部门进行了深入研讨，明确了14年总体工作方向。

销售方面：深耕细作区域市场，提高企业知名度，大客户营销，做强衍生业务；

服务方面：首保索赔、提高肇事车进厂率，增加社会维修利润，提升服务产值。

最终目标是全面提升店内盈利能力。

第二部分：深耕终端，提高市场占有率

2014年通过对区域市场的精准分析，主销产品规划、

定位，以及客户关系维护，在终端市场取得一定成果。

1、区域市场分析方面：根据12、13年区域上牌数据，分析出铁岭地区商用车需求较集中的区域，以及需求量最大的品系。明确2014年主攻区域和主销产品；

2、产品定位方面：根据铁岭各区域运输特点，分析、调研市场需求，最终确定解放主推产品，长春、青岛两基地产品同时推广，突出解放品牌整体优势。同时各区域设立专人负责；

3、客户关系维护方面：2014年解放铁岭店共计开展市场活动31次，通过销售部的市场走访、对成交客户定期拜访；服务部对重点客户上门服务、让渡索赔、维修、备件给予一定优惠，14年新开发大客户5家，开发核心客户7名；

4、深耕终端取得的成果：
终端市场销量由2013年的184台，提升到2014年的247台，提升比例34%；

区域市场份额由32.4%提升到33.4%，提升1%。

第三部分：掌握厂家政策，拿到最高支持

1、为了更好的掌握厂家商务政策及季度促销政策，解放品系年初召开完商务政策研讨会后，店内对三个部门管理层和关键岗位进行了分级、分批的培训，培训后对关

键岗位进行了测试，做到熟练掌握厂家政策。同时针对各项政策的执行和监督明确了责任人；

2、2014年第四季度针对粮食运输市场，向厂家申请了J6L载货额外政策支持，采购51台车获得10.2万支持；

同时按照商务政策规定季度采购J6L载货60台以上再增加采购额0.2%的模糊返利，借助集团解放品系优势，从解放沈阳店、新民店调剂资源，完成销量指标，返利增加1.8万；

准确分析市场，多次向厂家和商代处提出产品改进建议和区域营销方案，获得厂家的认可和支持，全年有三个季度拿到区域最高政策支持，支持额度18.6万；

通过各个岗位对厂家商务政策的充分理解、灵活运用，2014年额外获得厂家支持共计30.6万。

第四部分：完善团队建设，打造精英团队

1、标准化销售流程的执行，通过对厂家三表一卡管理工具的应用（即一表、一卡、一看板、一例会），持续提升销售部整体销售能力；5个流程规范还需继续完善，逐步提升客户满意度；

2、完善各部门绩效考核方案，将店内主要经营指标分解到每个岗位；

销售顾问新增贷款渗透率、贯标、新保率、重点车型激励、溢价车激励等考核指标；销售支持增加垫付率、放

款周期、续保率考核指标；

服务部增加客户满意度、超期件销售激励、非首要故障维修工时激励等指标，从而保障店内各项指标的达成。

第五部分：2014年利润指标达成情况

通过2014年的努力，虽然销量目标完成率为88%，但整车销售毛利率目标完成率达123%，总利润指标完成率183%，超额完成了计划目标。

第六部分：2015年解放铁岭店利润目标

2015年是挑战和机遇并存的一年，国家经济增速放缓，国三转国四等因素对商用车需求量有一定的影响；但解放国四阶段产品的适应性，在行业内有很大的优势；同时铁岭店的客户资源，企业知名度、客户满意度也在不断提升；衍生业务、差异化营销等，还有许多需要我们去突破和创新。

2015年解放铁岭店计划在销售盈利能力提升的同时，服务实现扭亏，店内利润挑战目标在2014年基础上提升38%。最后，我代表解放铁岭团队，感谢集团为我们创造的平台，给予我们展现能力的机会；感谢集团各店过去一年里对解放铁岭店的支持和帮助，祝大家2015年工作顺利，万事如意！

天道酬勤 GOD HELPS THOSE WHO HELP THEMSELVES

——大用户开发之路

文 大众朝阳店 刘东明

尊敬的李总、戴总，尊敬的柴局，尊敬的各位领导同事：

大家上午好！

下面由我代表大众朝阳店做《天道酬勤——大用户开发之路》的主题汇报。汇报之前允许我介绍一下我个人在惠华的成长历程：我于2005年12月幸运的加入惠华集团，至今已近第十个年头，其中8年的时间在大众沈阳店服务部度过。在集团及公司领导的指导和帮助下荣获首届惠华之星奖项；在2012年度带领服务部荣获集团优秀团队奖；2012年、2013年连续两年荣获一汽-大众最佳服务总监奖项；2013年11月被集团任命为大众朝阳店总经理。在集团提出的转作风、担责任、勇创新、重实践的工作思路的指引下，带领大众朝阳店开启了大用户开发之路。

我汇报的内容分为以下四个部分：第一是大用户开拓项目背景；第二是大用户开拓历程；第三是大用户开拓成果；第四是大用户开拓2015规划。

第一部分，大用户开拓项目背景：

2014年1月集团下发的大用户会议通知中，李总做出了明确批示：大用户开发应提到战略高度。2014年各单位都必须设置专人负责此项工作；目标各单位结合自身实际确定，必须具有挑战性；大客户工作纳入考核，一般号召是不够的。李总的批示，既为我们指明了方向，也提出了具体的要求。2014年3月，在一汽-大众东北区年会上，东北区事业部总经理提出了大用户工作要求，重点实施驾校攻略。提出考试车必争，可买、可送；驾培车必争，可大幅优惠。同时提供常规和特殊两部分支持。最后承诺谁开发谁受益！

在集团的要求和厂家的支持下，我们针对大众朝阳店的具体销售情况，制定了市场份额提升至9.5%的目标，延缓朝阳地区第二家店的建店节奏。2014年销量需要增加372台，同时对增量进行目标分解，增量重点确定为大用户销售，通过实施驾校攻略，将大用户销售占比由2013年的4%增加至10%以上，实现增加130台车的销售任务。

截止2013年底朝阳地区驾校保有车辆超过700台，其中上海大众车型占比为85%，我们的占比不足5%。有人劝告我朝阳地区驾校车辆被某个品牌垄断10年之久，不要触碰这个领域，甚至还接到过威胁。面对这样的市场状况，我有过犹豫，有过退缩的想

法，但多年的售后工作经历让我练就了坚毅的性格，必须要抓住2014年计划更新178台的机会，实现突破。

第二部分，大用户开拓历程：

既然选择了远方，便只顾风雨兼程。记得李总在一次高管会上借用“一万年太久，只争朝夕”来训勉我们，我也始终牢记。来到大众朝阳店的第三天，我便开始了驾校市场的调研及公关工作，通过集团大用户系统会议、一汽-大众商务政策支持及考试中心、各驾校更换车辆需求，制定规划。在公司年会上明确提出2014年将以驾考车的销售带动驾培车销售的销售策略，在驾校等重点销售领域实现突破。同时确定了驾考车销售8台，驾培车销售122台，大用户销售占整车销售10%以上的具体目标。由我担任总负责人，销售总监、大用户、计划订单等人员组成项目组，明确相应分工。

在集团的指导和支持下，经过长达3个月的走访、公关，朝阳市考试中心成功采购5台捷达驾考车，至此打破了朝阳地区驾考车100%为上海大众垄断的历史；2014年4月，喀左考试中心成功采购2台捷达驾考车，捷达考试车成功进入县区；2014年10月，捷达自动档车型成为朝阳地区自动档考试唯一指定车型！

在驾考车销售的带动下，我们同时推出7项差异化服务，推动驾培车销售：

- 一、与厂家售后服务改装业务组取得联系，开发捷达车型专用副驾驶室制动系统改装；
- 二、维修保养开启绿色通道；
- 三、资源保障，驾校车大用户优

先提车；

四、通过与金融机构沟通，排除困难，开启驾培车贷款业务；

五、专人帮助办理上税上牌等后期服务；

六、定制带有惠华标识驾培车座套；

七、专人交车服务，送车上门。

以上差异化服务得到了各驾校的认可。

第三部分，大用户开拓成果：

2014年朝阳市共增加9台驾考车，其中有7台为我们销售的捷达车型，占比77%；更新驾培车230台，其中我们销售186台，占比81%；驾校车保有份额由2013年的5%提升至2014年的24%，达成了年初目标。通过驾校攻略的成功实施，2014年大用户销量实现202台，计划达成比为202%。获得一汽大众大用户返利支持120万。同时与朝阳地区24家驾校建立了长期的合作关系，为大众朝阳店的发展打下了良好的基础。

第四部分，大用户开拓2015规划：

2015年，大众朝阳店将深入推广驾校攻略，抓住车辆更新的机会，实现200台车辆的销售。同时将通过驾培车的销售，实施教练营销、学员营销，目标直指朝阳区域每年新增的33000名驾驶员。通过精准营销手段，推动私家车销售。另外需要全力提升大用户业务的盈利能力，让前期的投入尽快形成收益。

最后祝愿集团新的一年鸿运当头，祝愿惠华家人们身体健康，事业长红！





专注目标 ATTENTION TO 合力致胜 THE WINNING GOAL

文 奥迪辽阳店 李蓬勃

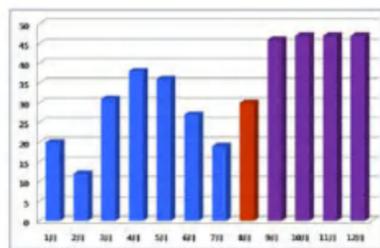
今年是我入职惠华集团的第10个年头。2005年10月，我入职奥迪沈阳店，2012年底在奥迪丹东店任项目负责人，去年8月调任奥迪辽阳店。2014年在奥迪辽阳店工作4个半月的时间里，整车销量、质量考核和团队方面发生了一些变化，这期间我得到了集团领导的支持与帮助，奥迪辽阳店管理团队更是给了我极大的支持与配合。

初到辽阳，砥砺前行

到辽阳店后，我们面对的主要问题如下：

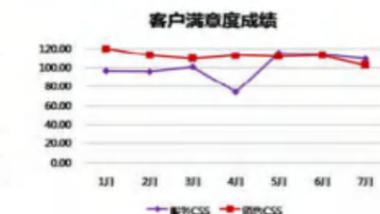
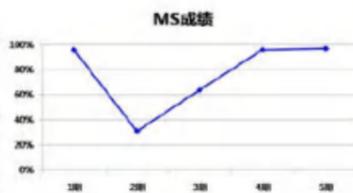
一、如何实现销售进度的加速？

2014年1-7月总计销售183台，月均26台，8月份达成30台，最后四个月总计需要完成187台才能达成年初的销量目标，相较于前8个月的销量，需要实现增长75.6%。同时，当时的库存深度已经达到了3，在年底之前需要将之降低到1.5以内。



二、质量考核档位如何提升？

上半年销售部秘采处于第三档和第四档，满意度一直处于第二档；服务满意度则处于第三档



和第四档。并且成绩很不稳定。由于我在奥迪品牌工作时间较长，对厂家的商务政策和标准都比较熟悉，还有丹东新建店的管理经验，在丹东店时与辽阳店的交流也比较多，再加上部分奥迪辽阳店管理层曾一起在奥迪沈阳店共事，这也省去了许多双方的磨合时间，使整个团队能够尽快凝聚力量，明确目标，妥善安排，各司其职。

找准目标，扬帆起航

目标明确后，如何带领团队一起尽快成长？

经过初期的了解分析，我们共同制订了后四个月的工作目标：

1、销量抢跑、市场助力，力争完成年度销量目标400辆，降低库存深度至1.5以下。2、明确满意度和秘密采购必须进入第一梯队，设立专项考核，发挥客服部职能。3、关注员工，规范作息、会议、培训等，对部分人员进行岗位调整。4、稳定团队、增强信心，共同学习集团文件和厂家商务政策，提升业务能力。

我们的态度是：积极主动，身体力行，坚定信心，实现目标；我们的方式是：专注细节管理，提升战斗力，最终的目标是要使员工对企业有绝对的信心。

目标一致，上下一心

在整个工作目标提升的过程中，我们分别针对以下四个方面进行了重点改善，不仅改善了业绩，各部门人员更是在此过程中得到了高强度锻炼，实现了成长，我们的目的，就是要把基础夯实，为发展提供坚实的保障！

四个半月的时间里，我们共开展各类型市场活动9次，市场部与业务部门协作更顺畅了，目标更加一致。

同时市场活动的高产出极大的激励了销售团队的信心，通过活动前的启动会和活动中的实际执行使销售顾问学会通过公司活动将潜在用户转化为现实用户实现销量；经过实地走访和对比，增加了在市内重点路口华兴岗LED大屏广告的投放。

9月1日，与销售和服务总监分别签署了满意度、秘采、飞检奖惩责任书，制定了全新的执行标准和考核办法，对部门管理层和相关顾问明确奖惩标准，使得销售与服务部质量管理能力得到了迅速提升；对用户给予了更多关爱，充分发挥客服回访作用，取得较好成绩。客服部话费较以往翻了一番也从侧面证明了我们付出的努力。

将销售顾问已形成的不正确的习惯改掉，充分地利用AICOM系统，执行标准接待流程、规范留档和跟踪回访，严格执行标准流程，并由客服部发挥监督检查的作用，检查结果是否真正得到运用，销售管理层能通过系统掌控销售顾问工作情况并及时给予指导，客服部真正体现了其应有的价值；调整作息时间，增强了员工对企业的认可度，明确了各岗位试用时间和薪资标准；对部分人员进行岗位调整，大用户二网经理调为金融保险经理，2名精品专员调为精品信贷专员，实现人尽其才。头脑风暴的方式更让我们针对目前团队与集团和厂家标准的差距共同激荡出了很多针对性强的制度、标准和执行方法，并迅速将其应用到了实际工作中，收效良好。

正是因为整个团队的戮力同心，携手奋进，我们才有了以下收获：

市场活动——9次，集客586组，

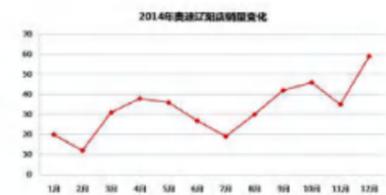
订单102台

整车销量——9月份突破40台，12月份突破50台，最后全年实现销售395台，较1-8月月均提升71%；短期的爆发、持续有效的市场活动带动了展厅销量的增长；为了尽快消化库存，调整库存结构，大幅提升了二网销量。

质量考核——销售CSS：前8个月仅有1月份满分120.9-11月中10月份较低为105分，但9月和11月均为120满分；服务CSS：8月份之前全国排名300多名，9-11月份排名分别在121、118、52名，提升幅度较大；销售MS：14年前5期平均77分，第7期由于前台咨询员接待得分较低仅为64分，但第6期和8期均为100满分，以上努力为2015年“质量考核务求第一”的目标打下了基础。

库存深度——由7月底的3以上到12月底降低至1.15，缓解了资金和期初库存压力。

通过上述努力，奥迪辽阳店的销量取得了明显的提升。



最后，我借用奥迪的一句宣传语结束今天的报告：“突破一番格局，就是在创立一番格局”。我代表

奥迪辽阳店祝惠华家人们在新的一年里身体健康，阖家欢乐！



精耕细作

向服务要效益

INTENSIVE AND METICULOUS FARMING,
TO SERVICE TO BENEFIT

文 大众沈阳店 于贺年

尊敬的李总、戴总，惠华团队的同事们，大家上午好！我是来自大众沈阳店服务部的于贺年，很高兴有机会能在这里向集团管理层做以《精耕细作，向服务要效益》为主题的汇报。今天我所汇报的内容分为两部分：

一、精细管理，提升效益

2014年，服务部在全员的共同努力下完成维修产值7000多万，目标达成比为95%，比去年增长220万。服务利润完成900余万，利润目标完成比为96%，增长30万。服务毛利完成1700多万，毛利目标完成比为93%。其中，利用保险保费合理化分配，最大化获得保险公司送修率，提升工时费，从而钣喷毛利比去年增长65万；利用现有厂家索赔政策，导出符合条件车辆，主动邀约回厂检测，并与绩效单项考核挂钩，索赔毛利比去年增长47万。

拒绝被动营销，主动向客户邀约

在2014年市场低迷的情况下，我们以“拒绝被动营销，主动向客户邀约”的理念，根据客户类型，开展主动

邀约活动。通过成立邀约小组，制定相应考核方案，并通过反馈信息汇总，开展一系列有效的营销活动。截止2014年年底服务部有效档案量已提升到17241台。

2014年服务部荣幸的被一汽-大众选为预约样本店，通过规范预约流程、利用厂家支持开展预约营销活动，利用短信、微信、网站等宣传，让客户体验到预约的好处，截止12月份预约率提高了168%。

合理控制费用，减少部门成本

2014年服务部通过合理控制费用，实际发生费用比预计节省6%。2014年费用变动率为1.22%，比预算少0.31%。服务部从通过细化管理，节约细微做起：

1、机油回收，将机油空桶进行回收，把空桶倒挂滴油回收，积少成多，年积攒油量达4万元。

2、旧件再利用，对钣喷再用备件进行回收，专人管理，最大化备件再次利用，创造产值4万元。

3、节约机修辅料，对机修维修所需辅料进行登记领取，杜绝多领浪费，2014年辅料费用节省2万元。

4、节约钣喷辅料，对钣喷辅料实施个人记名制，并设立辅料工时比进行控制，年节省费用8万元。

5、人员优化，现服务部人员106人，低于2014预算4.5%，大幅度低于其它同品牌店。

2014年服务部在一汽-大众综合评价考核中，服务部分别在维修台次、备件采购额、服务满意度、技术神秘访客、服务神秘访客项目获得优异成绩，取得服务类综合排名大区第一名的好成绩。

二、夯实基础，寻求突破

2015年集团董事长提出“夯基础、迎挑战、寻突破、谋发展”的工作主题，大众沈阳店服务部秉承集团工作思路，在逆境中寻找机会，制定了下工作方向：

1、新速腾服务行动方面：在东陵西路修路的不利条件下，利用新速腾服务行动，对厂家下发2084台车辆及在档其他车辆538台进行主动邀约回厂并对该部分车辆实施拓展营销。

2、大客户开发方面：与销售部协调，做到客户信息共享化管理，在大客户购买车辆时同时签署大客户维修协议。

3、在续保业务方面：根据续保客户类型（续转续、新转续、非转续）特点进行电话邀约，并针对各类型客户推出不同营销方案。计划续保率达到70%。

4、明确厂家考核项目：2015年将厂家考核目标项目做为重点工作，通过解读厂家的商务政策，制定返利负责人，进行有效的激励。

售后服务在专营店经营中以服务吸收率做为贡献度测量方式，服务吸收率达到70%，就可确保店内经营无风险。2015年服务部计划服务吸收率达到77%。

感谢各位领导对大众沈阳店服务部一年来的工作支持，我们坚信，服务创造未来。在崭新的一年里大众沈阳店服务部将坚定信心、迎接挑战，实现2015年全年目标！





B 突破，永不止步——深挖保险营销潜力

REAKTHROUGH, NEVER STOP

文 奥迪沈阳店 李水晶

尊敬的李总、戴总，各位惠华的伙伴，大家上午好！

我是来自奥迪沈阳店销售总监李水晶，非常感谢集团给我这次的机会，能与大家分享我店保险业务的成长历程。

奥迪沈阳店保险业务开展背景：

时间回到2012年10月，当时沈阳市场，奥迪品牌在3家成熟经销商基础上又新增两家奥迪4S店，在事故车送修上形成中保对应新龙业，太平洋对应鑫迪，平安对应奥通，保持着单店对单家保险公司的合作格局。由于保险投保费率规则变化，小划小碰事故车锐减，各家事故车产值占比下降明显。2013年9月底沈阳取消新车共保制度，惠华做出快速反映，成立惠华新业汽车保险代理有限公司。但是团队没有新保业务的任何经验，所以我店在第一时间走访了在保险业务方面非常优秀的经销商北京亚之杰奥迪4S店。这次走访收获很大，不但学到了很多业务开展方法，更让我们看到了差距。同样都是2400台销量，亚之杰保费规模5000万，而我店仅不到1000万，市场竞争如此激烈，新车利润几近为零，有的店还要赔钱卖车，我们不得不思考未来4S店生存之道是什么？厂家在做金融培训时曾给过们一个通关密码叫13396350，就是说以贷款形势销售一台新车，会有三年的车险，三年的售后理赔，新车销售第一年可以有90%的新保，到了第二年会有60%的续保，第三年30%的续保，每年有50%的理赔，这样的能力循环起来，那么4S店不愁规模，有了规模，就不愁利润。

奥迪沈阳店在2012年12月制定了三年的保险目标：

第一年达到保险规模3000万，两年达到保险规模5000万，第三年开始保费持续提升，每年60%以上回厂，不低于3000万事故车产值。

保险业务开展措施及效果：

考虑到续保在服务部，连续三年续保量在近500万左右徘徊，始终没有更好的突破，而销售部从未做过保险业务，恰逢新保业务开展势头正浓，所以把保险电话小组归到销售部，目的利用新保的影响力来带动续保业务。2013年初正式将新保、续保业务整合，挑战3000万保费。其中新保2000万，续保1000万，并按月份进行滚动分解，以便时时监督进度的达成。在新保业务中结合新车销售及衍生业务组合营销，调整销售顾问考核方式，采用衍生业务对数表考核方式，确保保险、精品、贷款同步达成。特别在合作二网中也以对数表方式进行合作。在续保改变以往等客上门的方式，主动出击，结合店内服务优势制定有竞争力的礼包政策、挑战车险电话营销、2013年共计五次续保的专场团购类特色活动等措施，不但增加了客户量，而且成交率也不断提升。



这张图是目标分解与实际达成对比，从1-9月的保险完成情况来看，比照12年虽有大幅提升，但距3000万保费规模还有一定差距，如果再没有突破，完成目标将成为泡影。通过滚动计划预估，要想完成3000万保费在四季度需完成月均378万保费，比照前9个月月均完成情况单月要提升100余万保费，仅靠新保率及续保持续提升速度是远远不够的，在别无它路的情况下推出新车用户一次性投保三年保险政策，结果就是此政策让我店的保费规模再上一个新的台阶。



11月单月突破保费400万，最终2013年总保费实现3094万，综合新保率78%，续保率53%。上图是2013年实际完成较2012年对比，同比增长204%，利润增长183%，事故车产值增长5%。

有了2013年的经验，让我们更相信事在人为的道理，2014年实现5000万目标更有信心。基于2013保费的增长势头，服务顾问也很有意思启动他们的客户资源，考虑到车险电话营销的竞争，续保与服务项目结合营销更有利于续保客户的锁定，所以2014年初将保险业务重新拆分，并将5000万目标按部门及月份分解，销售新保3500万，服务续保1500万。当年销售新保业务中利用厂家贷款贴息政策绑定三年联保业务，使得贷款及三年联保覆盖率实现双提升。续保利用服务项目结合的营销策略，加强4S店续保竞争力，绿色通道理赔、上门出单等服务，建立了续保业务口碑，续保量持续上升。凭借综合新保率由2013年78%提升至85%，三年联保率43%，单月保费突破500万，续保率由2013年53%提升至63%，新保完成3552万，续保完成1330万，总计完成4882万保费规模，计划完成率97.6%，保费及利润比照2013年大幅增长，在维修总产值下降趋势下事故车产值增长11%。虽然没有完成5000万保费目标，但目前的保险规模让我店在中保、太平洋、平安三大保险公司有足够的的话语权，而且从2014年底，这三家保险公司不再与其它奥迪4S店合作，只针对奥通及鑫迪送修，两年前单店对单家保险公司的格局彻底打破，为2015年保险事故车产值增量奠定基础。

奥迪沈阳店保险业务未来规划：

我店将在2015年开展保费及保养费贷款贴息，解决用户一次性付费过多顾虑，提高三年联保覆盖率，通过车讯通及送修短信监控车辆使用及出险状态，提高回厂率，最终持续提升服务产值。

以上是我对奥迪沈阳店保险业务的汇报，最后以一句话结束我的汇报：一切才刚刚开始，让我们共同努力，再创佳绩！



GROUP CHAIRMAN COMMENTS

集团董事长训勉点评



这样规模的会议每年只有一次，所以有些感受和大家一起分享，首先分享的是对这次年会的感受，常言说的好：“年年岁岁花相似，岁岁年年人不同”。我们管理团队有进有出、有上有下，特别是有些老高管，能够高风亮节，为年轻人走上更重要的岗位创造条件，让我们欣喜地看到，我们的管理团队已经呈现出朝气蓬勃、积极进取的一种新常态。

这次年会还有一个非常突出的特点，就是由过去的一言堂，变为今年的群言堂。这也是走群众路线的具体体现，投资人以一种更加开放的心态来给管理团队搭建更多的平台，提供更多的展示、锻炼自己的机会。另外我觉得以上的专题和主题报告还有经验和体会分享，与以往年度相比，在系统性、全面性、针对性、指导性方面都有非常大的提高，让我从一个侧面看到了惠华的未来，看到了希望。希望在座的管理团队多学习观察、分析、认识、解决问题的能力，多学一学方法论。

安排一个新年度的工作，好比写一篇文章、一部著作，构思非常重要。著名作词家乔羽老先生，为了写上甘岭的主题歌，构思了六个多月的时间终于想清楚了，才一气呵成，使《一条大河》成为不朽之作；还有部队系统的著名作词家阎肃老先生，今年已经85岁高龄。他在接到《西游记》的主题歌作词的时候，两三个月的时间里动不了笔，一直在思考、在构思，每天他在屋里转来转去，弄得他老伴和儿子都很烦，说你总在我们这晃来晃去、晃来

晃去。他说，不晃不行啊，找不到灵感。也是用了很长的时间，把《西游记》的主题曲写出来，“你挑着担，我牵着马”，这么多年仍让大家记忆深刻。希望我们的管理团队，不管在多大的范围内，在谋划新一年工作的时候，一定要深入的、反复的、用心的思考和构思。不很好地思考，很容易输到起点上。

再谈一点对去年的感受，2014年无论对我们的国家，对汽车行业，还是对惠华集团应该说都是不平凡的一年。虽然汽车这个产业仍然保持着一定速度的增长，但是由于各个生产厂家在不断地持续扩大产能、供大于求，生产厂家和经销商过度竞争，呈现出的局面是“几家欢乐几家愁”。惠华集团应该说还比较幸运，从2012年开始我们进行了一系列的变革，这些变革也得到了在座的理解、支持和帮助，在此借助这个机会对大家表示衷心的感谢。同时也借这个机会，对这么多年来做出优异成绩的单位和个人，特别是今天的获奖者，表示热烈的祝贺。

2015年的形势戴总进行了分析和概括，要我说就一句



话：2015年让人欢喜让人忧。2015年乃至未来，我们要想在这个残酷的竞争当中，能够不仅仅是持续的生存，还能够持续的发展，包括一个国家、一个民族、一个人、一个团队也都是这样，要想赢得优势、获得成功，或者说你的成败最关键的因素，当然有很多，我想最最根本的还是自身的修养。

这里想跟大家分享两个百年的经典故事，一个是红顶商人胡雪岩，在座多数人都应该有深刻的印象。胡雪岩出身家庭贫寒，8岁给人家放牛，只读过两年的私塾，12岁父亲去世。由于“拾金不昧”，被一个杂粮店收为学徒，由于他勤奋、勤俭、刻苦，获得东家的赏识，后来金华火腿工厂把他从杂粮店挖走，在19岁的时候有机会到了杭州的富康钱庄。在富康钱庄用了8年的时间，到了27岁，钱庄的东家不幸去世了，因为膝下没有儿女，就把钱庄交给了胡雪岩，胡雪岩用心打理，到了39岁就非常发达了，当地人管他叫“胡财神”，非常有钱。到了53岁的时候，胡雪岩到了人生的巅峰，拥有个人财富三千万两白银，富可敌国。他协助支持左宗棠平定了暴乱、收复了新疆、对国家的贡献不可谓不大，所以得到了慈禧老佛爷赐予黄马甲、一品大员的封赏，胡雪岩的母亲也受封诰命夫人。但是后来在帮助朝廷从英国银行贷款五百万两白银时，本来英国银行收的利率是4厘，胡雪岩把利率加到了一分三，中间吃了9厘，事情败露以后，慈禧震怒，使他丢官罢职倾家荡产。有的人认为胡雪岩的败露、失败，归罪于当时清朝的重臣，一个是左宗棠，再一个是李鸿章，李鸿章和左宗棠有矛盾，是朝中重臣的斗争使胡雪岩成为牺牲品，其实不然。如果你不是吃朝廷的、侵占朝廷的利益，李鸿章抓不到你实实在在的把柄，就是想打击你、陷害你也办不到，所以说谁也帮不了你，谁也救不了你，这叫罪有应得。这是一个想跟大家分享的案例，也是比较经典的案例。

还有一个叫“六尺巷”的故事，安徽省有一个桐城，桐城里有一个“六尺巷”。故事发生在清代，当时有一个宰相叫张英，接到一封家信，里边写的是宰相的老家因为宅基地跟邻居家发生了一些矛盾和争执，老家想借助张英的宰相的地位施加一些影响，张英给家里回了一封信，信里的主要内容有这么几句话：千里家书只为墙，让他三尺又何妨，万里长城今犹在，不见当年秦始皇。由于宰相的高风亮节，家人感觉很惭愧，主动退让了三尺，邻居也深受感动，也随之退让了三尺。这样就形成了一个“六尺巷”。现在这个安徽桐城的六尺巷是咱们国家一个AAA级旅游景区，去年七八月份，中纪委书记王岐山曾经视察过这个“六尺巷”，应该说有很深的寓意。结合目前汽车行业，一汽集团、东风集团上百名中高层的管理者有的接受调查、有的已经被批捕，开始可能有一些侥幸心理，最后都得到了应有的制裁，这句话就适合胡雪岩的下场，自作自受。

所以说个人的修养、团队的修养是关系成败的最根本的因素。现在大家都清楚我们汽车行业产品同质化很严重，特别是我们在一个区域经营同样的一些品牌，没有什么差异可言，只有提供极致的服务、提供超值的服 务，才能够赢得人心，赢得客户，才能够有美好的未来。经典的案例给大家分享后，希望大家能够把历史做为镜子。现实中也有很多非常深刻，甚至是沉痛的经验教训，值得我们去总结。成绩和辉煌已经成为过去，未来应该说是任重道远。希望我们在座的管理团队能够勤勉、自律，严格地约束和带领你的团队，希望我们能够走得更远。

一年一度的新春佳节就要到了，借着这个机会给大家拜一个早年，希望大家在2015年学习进步、身体健康、事业有成！

自由·驰骋 未来·先见



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

辽宁奥迪奥迪
关注我们您就是亲爱的“通心粉”啦！
周围都有好礼相送，我们在这里等您哦！

辽宁奥迪汽车销售服务有限公司

地址：沈阳市东陵区东陵路8号
电话：024-88446688

二十四小时救援热线：024-88448417

丹东惠华新业汽车销售服务有限公司

地址：丹东市振兴区汤池镇集贤村胜利街
电话：0415-2598888

二十四小时救援热线：0415-2595599

辽阳惠华新业汽车销售服务有限公司

地址：辽阳市繁荣路中段(家俱城西300米)
电话：0419-5568888

二十四小时救援热线：0419-5568999

集团深化预算编制改革， 完善科学 **管理体制**

SCIENCE

文 运营管理部 闫秀丽

预算是企业发展的航标，科学的预算指标与目标是引领企业业务与管理模块前行的动力，同样预算也是企业把经营目标转化成执行者操作的依据和重要导向。

2014年12月6日，集团召开了惠华集团2015年度预算启动会，集团董事长针对2015年度集团预算的总原则做了重要批示；12月9日，集团下发了《惠华集团2015年度预算编制工作安排的通知》，通知中明确了预算管理委员会的人员与分工，同时要求2015年度预算要充分收集各独立经营单位对2015年度预算编制原则及填报模板的建议与意见；2014年12月24日、25日两日，由预算管理委员会对各板块预算组长提报的预算编制原则进行了逐条审核与确认，最终形成集团2015年度预算编制原则。

2015年度集团预算重要调整内容可概述为“全面性、精细化、重激励”九个字，具体体现在如下方面：

一、乘用车部分：

1、销售模块：

调整部分：对整车单价衍生影响因素、同一品牌车型配制差异进行界定；对单一车型毛利率剔除主要考核佣金因素进行重新核算、对总销量与厂家商务计划及销量的提升比例进行了细化调整；

新增部分：新增了销售渠道特别是对网络销售、大客户、二网销售

进行了重新界定；根据销售的季节因素对销售预算各项指标进行了月度分解；对厂家主要考核佣金返利新增到预算模块。

2、服务模块：

调整部分：对维修收入增长幅度结合品牌及规模的差异进行了细化，对收入构成（废油、废件、厂家主要考核佣金）进行了细化；

新增部分：同销售部分对服务预算进行了月度分解。

3、衍生模块：

调整部分：对衍生对数表精品、新保、续保进行了品牌、区域、新老店的细化测算；

新增部分：二手车部分，结合二手车新增了置换率；综合毛利率；试乘试驾、办公车毛利率部分，对二手车进行精细化管理；保险收益部分，单车保费收益按14年四季度返利政策进行核算。

4、费用部分：

固定费用：对办公车、试乘试驾车需承保的车险项目与额度进行了细化规定；

变动费用：新增了外包保安、保洁的劳务费及销售促销延保费两项变动费用预算；

人资费用：对工资总额分盈利店与非盈利店进行了细化界定；福利费中增加了旅游费用预算；职工薪酬费用中增加了公积金费用预算。

二、商用车部分：

1、销售部分：

调整部分：整车单价因国4产品因素整体上调；对销售渠道进行了重新界定。

新增部分：新增资本运作收益预算。

2、服务部分：

针对维修台次、收入、毛利率对于新疆、丹东两店进行了细化。

3、衍生部分：

调整部分：单车贷款收益、新保、续保在14年实际完成的基础上持平或增长。

三、总利润激励方案：

增加了总利润激励方案，根据14年各店的盈利情况对15年进行了细分，对于14年的盈利店15年店利润如完成14年的利润规模，超额部分提出20%做为团队激励；14年非盈利店利润增长率超50%以上，对于超额部分按店分类不同提出10%或20%提成做为团队激励。

针对2015年预算指标的目标值设定，在保证具有挑战性的同时，也充分考虑了客观情况，保证各个团队经过努力可实现。

2015年度集团预算更贴合各经营单位的规模与实际，同时更贴合生产厂家的商务计划指标。相信通过合理预算的引导，2015年定会是惠华集团稳步提升的一年。



STRONG FIRST

人才强企 培训先行

——集团国际贸易事业部开展专项系列培训活动

文 集团人力资源部 孙薇薇

员工培训是人力资源管理的重要内容，在目前行业经营趋于同质化的今天，企业是否具有竞争力，其核心是看在这个企业的员工是否具有竞争力。员工培训是提高员工乃至企业竞争力的重要途径之一。集团培训工作经过2014年的系统梳理，已逐步向体系化发展，目前已经完成基础类课程体系的建立，在系统规划知识类课程、技能类课程、管理类培训课程的基础上，接下来将建立可解决各单位不同时期不同业务需要的、更为丰富的课程体系内容，全面提升人员胜任能力、向培训要效益。

集团国际贸易事业部已成立七个年头，同时面对国内及国外两个市场，业务范围扩张迅速，在已建立的朝鲜、俄罗斯、蒙古市场的基础上，将大力发展在哈萨克斯坦等国家的合资建厂、组装和销售业务。随着业务发展，面对新的机遇与挑战，需要国际贸易事业部每一位成员不断提升能

力，以支撑、推动业务前进。在这样的背景下，按照集团董事长助理要求，依据培训需求调查结果及目前国际贸易事业部人员现状分析，集团人力资源部制定了国际贸易事业部一季度专项培训计划，明确了培训的重点方向，即从产品（竞品）知识、卖点话术及销售技巧三个方面入手，夯实基础、提升全员产品知识及销售能力。共规划了解放品牌、一汽轻卡、一汽吉林、青岛车、奔腾品牌及大众品牌等国贸主销车型产品培训及销售技巧培训13期。

因课程讲师均为集团内各品牌店业务骨干及管理层，日常以内贸业务为主的现状，为适时优化课程内容，避免因内训师对国际业务了解的局限使课程内容与实际需求脱节，在1月29日的首次培训后，结合课堂反馈，针对目前国际市场销售车型及境外竞品车型进行了需求调查，根据调查结果调整了培训内容，后续课程收到了

较好的反馈效果。截至2月末，培训课程已全部按计划完成。针对国贸员工岗位分散、产品差异较大且车型需求不同的现状，在接下来的培训中将加入店内现场培训（可实地观察培训产品）及产品资料、视频学习等多样的培训形式，提升培训效率。

3月份，集团人力资源部将在集团范围内下发培训需求调查，在目前培训的基础上，不断完善、调整培训课程内容，提高实用性，不断提升员工职业技能及素养；针对需求设计以提升胜任能力及绩效的专项系统课程。在新的一年里，遵循集团“夯基础、迎挑战、寻突破、谋发展”的工作思路，让集团培训工作上一个新的台阶。





2015期大众中国ART项目正式启动 集团选送学员参训进展顺利

AFTER SALE SERVICE CASE EXCELLENT AWARD 文 运营管理部 向秀丽



近年来中国汽车行业迅速发展，经销商网络的快速扩张需要大量优秀的零售高阶菁英管理人才。基于此背景，大众中国在2013年与战略经销商集团携手搭建了一个定制化的汽车零售菁英快速发展平台，针对经销商中层管理人才，也就是未来高层管理者的高潜质人才，推出了ART项目（Auto Retail Talent Program 汽车零售菁英人才成长计划）。大众中国开展的ART项目的目标有三层含义：建立一个汽车经销商的后备人才库；定制开发一个经销商后备人才的一体化加速发展平台；通过“1+1+1”计划带动经销商业务发展。2014年一汽大众ART项目第一期15名学员毕业至今，在各自岗位上都取得了巨大的进步，为所属的经销商集团做出了显著的贡献。

2014年12月，我集团接收到大众中国ART项目组的“筹备ART项目2015期的各项招生工作”的邮件，就大众中国ART项目代培学员的人选进行了内部的选拔。12月23日集团将反馈发至大众中国ART项目组，选送大众朝阳店总经理刘东明、大众沈阳店销售总监徐志超两名学员，并选送集团运营管理总监及大众品牌沈阳区域总经理兼大众沈阳店总经理作为带教人。2015年1月份，大众中国针对全国经销商选送的学员和带教人进行了评估，我集团选送人员顺利通过评估。

目前2015期ART项目已正式启动，2015年3月8日至3月14日，两位学员已接受了ART项目为期一周的专项培训。此项目将持续一年的时间，相信此项目的专项培训及与同业人员的交流将对学员个人成长、企业发展，乃至集团后续人才的培养起到积极的推动作用。

2015年3月8日至3月14日，两位学员已接受了ART项目为期一周的专项培训。此项目将持续一年的时间，相信此项目的专项培训及与同业人员的交流将对学员个人成长、企业发展，乃至集团后续人才的培养起到积极的推动作用。



LICENSE LATE BUSINESS

集团拍号业务开通 上牌中心业务增长近两倍

文 集团衍生业务部 徐国翠

经过多次协调、联合沈阳各大4S店上牌中心共同向车管所提出的申请，终于在11月26日这一天达成所愿，解决了备受诟病的“号牌带4”问题。拍号业务正式开通啦！

- 让我们重温一次这一波波的好消息！
- 2014年9月4日，放开抵押登记车辆上牌业务；
- 11月26日，开通“十选一”拍号业务；
- 12月5日，办理区域扩大至整个沈阳地区；
- 1月4日，进一步放宽拍号至“二十选一”；
- 上牌中心热闹了起来，上牌专员忙碌了起来，客户的笑脸露了出来！12月上牌数量达到172台，较之以往月均58台，增长了将近2倍。1月份更是史无前例的达到了282台。
- 2015年上牌中心要火啦！



节俭持家—大众沈阳店 2014年度总费用节省320万

2014 TOTAL ANNUAL COST SAVING

文 大众沈阳店 刘琦

春回大地，万象更新，在集团精细化管理思想的指导下，大众沈阳店本着节俭持家的原则，在2014年度总费用节省了320万元，圆满完成了年度费用预算控制指标，这是全店上下，上至店长下至每一位普通员工共同努力的结果。

一、建立组织体系保障机制

成本费用控制是一项系统的工程，首先要在组织体系上建立保障。大众沈阳店由总经理亲自牵头，财务部组织，对各项费用进行归口管理，并在各项费用发生点建立费用控制责任制，定岗、定人、定责，并定期检查。财务部对成本费用的发生严格按照预算费用标准进行控制和监督，并及时对费用控制情况进行反馈。如，每月经营例会财务部都要对各部门费用发生情况进行通报，各部门做到心中有数，并从事前进行控制，杜绝费用超支。

二、提倡全员成本控制意识，费用节约从点滴做起

大众沈阳店在日常费用控制中一贯提倡节约，讲究效能，费用控制“从我做起，人人有责”，上至总经理下至每一名普通员工都在日常的工作的点滴中养成了节约的好习惯。打印机旁边永远备着二次用纸；采光好的办公室在晴天时总有人想着第一时间关闭日光灯；下班后有专人关闭饮水机及开关电源；快递的“九手”纸袋子替代了塑料文件夹；长时间不用的设备都关闭电源减少空耗；去长春厂家出差为节省一天的住宿费往往都是当天早上起早出发……就这样，在一点一滴中，全店费用得以有效的节约。

三、合理控制库存，有效维持销售、采购额平衡，合理进行税务筹划

大众沈阳店财务部与销售部积极沟通，既有效保证厂家商务计划的达成，又合理控制库存、有效控制采购节奏，维持销售、采购额平衡，财务部利用集团平台积极与品系内其他各店调配资源达到集团整体税收筹划的规模效应。

四、合理调配资金，加速资金周转，节约资金成本近120万元

在集团资金管理部指导下，合理调配资金，对采购付款资金选择进行合理规划与安排，根据店内经营情况合理选择融资银行、融资方式与融资期限；根据集团9月份下发的《关于压缩库存、盘活资金的管理规定》，对库存现金车进行有效促销，库存大幅度降低，资金迅速回笼，形成良性循环，大幅度节约财务费用；通过合理控制采购及销售节奏，节约税款同时也缓解了现金流压力，节约了资金占用成本。

在集团资金管理部统筹安排下，通过与一汽金融客户信贷业务进行合作，建立批发业务与消费信贷业务协调销售模式，通过合理引导客户，提升一汽金融公司消费信贷渗透率，从而联动降低准时化贷款年利率0.26个百分点，节约了利息费用。

五、严格控制各项开支，各项日常费用节约120余万元

中共十八大以后，中央加大了防腐力度，大众沈阳店在集团的领导下，与时俱进，严格控制业务招待费的规模，坚持少花钱多办事，花小钱办大事的原则，全年业务招待费用得以有效节约；大众沈阳店按照集团要求，结合店内实际情况，规范了名片、日常宣传品、礼品、媒体宣传、市场活动等制作的审批要求，通过市场经理、总经理双层过滤，控制了市场费用的使用，提高了市场费用有效利用率，每次投入媒体宣传前，均需与业务部门充分讨论后形成文字材料向总经理申请，取得总经理同意后，方可执行；每次活动前详细做好活动预算工作，向总经理申请，严格把关，杜绝了活动费用使用的不合理性。通过合理规划和统筹安排全店全年市场费用节约20余万元。

行政部在精品装饰车间改造、保险理赔室装修改造、新洗车房改造等工程中，通过严格控制预算，对比多家报价，施工过程管理降低成本，节约费用。工程实施前进行充分论证，在满足使用要求的前提下，考虑设计方案的经济性，节约施工成本，对比多家施工单位工程报价，了解原材料、人工费等市场价格，保证报价合理，不花冤枉钱；施工过程中，与施工单位沟通，提高材料使用率，避免浪费，对增项部分严格审核，由施工方原因导致的增项，不予追加资金。通过对工程论证、工程报价、工程进度、工程验收进行全链条控制，店内工程维修费用大幅度节约。

“历览前贤国与家，成由勤俭败由奢”，勤俭节约是中华民族的美德，勤俭守业也是实现企业可持续发展的重要环节。员工的一举一动都与公司的发展和员工的切身利益息息相关。我们会继续坚持做勤俭节约的传播者、实践者、示范者，用实际行动为公司的经营负责，在集团的领导下，在2015年继续控制成本费用，为店内乃至整个集团健康、持续发展做出更大的贡献。



PRESENTATION SERVICE TEAM

解放新疆店 服务团队工作简报

文 解放品系事业部 王晓光

解放新疆店服务团队自2015年3月9日正式组建，共10人。其中前台5人，包括王晓光（帮扶）、袁建清、杜永生、张鑫辉、王彩茹，车间5人，包括张阔（帮扶）、杨浩（帮扶），及袁力等3名徒工。到4月10日，服务团队成立正好满一个月，她就像一个刚刚满月的孩子，充满着朝气，充满着活力，生机勃勃，一天一个变化。这个充满激情的团队，让我们这些参加工作多年的老员工，都有一种刚参加工作的兴奋感觉，也点燃了我们久违了的创业激情。

新疆地处亚欧大陆腹地，位于中国西北边陲，面积166万平方公里，占中国国土总面积六分之一，是中国面积最大的省级行政区，乌鲁木齐是新疆首府。这里与中国内地城市有大约2个半小时的时差，所以这边的工作时间一般为早晨10:00上班，下午19:00下班。2015年3月8日，陶总一行来到乌鲁木齐店，将解放品系精细化管理的思路和办法一一落实，使新疆团队的精神面貌发生了显著变化。



4月7日凌晨01:45，新疆服务团队服务站站长袁建清、杜永生、张阔、杨浩在更换发动机缸垫

新疆服务团队不折不扣的贯彻了集团精细化管理精神，尤其是解放沈阳店张阔、盘锦店杨浩这两名员工，他们的工作作风和敬业精神与新疆地区整体生活节奏慢、相对懒散的状况形成了鲜明对比。他们改变了早晨10点上班的传统观念，9点多就换好工装开始工作；虽然按工作时间应该19时下班，但他们只要有车没修理完毕就加班，凌晨01:00之前能修完的车，都自觉修完，根本不用部门领导吩咐，在3月份短短20天的营业时间里，将服务产值提升至10万元。进入4月份以来，进站台次更是逐日上升，为了赶维修进度，清明节期间服务团队一天都没有休息过。除此之外，因外出利润空间较大，服务站站长袁建清、服务主管杜永生还主动联系外出救援。服务板块的经营状况用一句口号形容十分贴切，那就是“卡车服务，天天进步”。

在此期间，在4月8日发生的一件事让我们非常感动。服务站站长袁建清的姐姐在7日凌晨去世，其实袁建清在4月5日就已得知姐姐病危的消息，但因服务站太忙，他没有让大家知道。按道理，4月8日他应该返回湖南长沙看姐姐最后一眼，但是，交通局从业资格证考试定在4月10日，因从业资格证影响到《道路运输许可证》的办理，为了不影响许可证办理进度，袁建清没有回去。

在解放新疆店，我们看到卡车服务在天天进步，也体会着勇往直前，积极进取的惠华精神。成绩不仅来自一线维修团队的全力拼搏，也有与我们互相扶持的销售部，默默提供后勤保障的行政部，以及服务内勤资料员张鑫辉、库管员王彩茹，袁力等3名徒工洒下的辛勤汗水。新疆团队踏着坚实的步伐，用实际行动践行着对惠华的承诺，体现着自己的人生价值。开业20天服务产值突破10万，第二个月挑战目标20万，然后是30万、40万……我们要把服务打造成新疆店的支柱业务，为解放新疆店的发展持续努力！



4月10日08:00（相当于北京时间6:00），新疆服务团队张阔在更换离合器片



3月28日10:25，新疆服务团队袁建清站长亲自带队外出吐鲁番维修

DREAM COME TRUE

让折翼的天使实现梦想

——沈阳惠华红旗店助力“关爱自闭症儿童”公益爱心活动

文 红旗店 陶研

2015年1月31日，由沈阳惠华红旗店协办的“关爱自闭症儿童”主题公益爱心活动在七星财富中心顺利举行并完美落幕！

红旗助梦未来

根据世界卫生组织统计，全球每20分钟就有一个自闭症孩子诞生，我国的自闭症患者约有560万人。随着每年自闭症儿童数据的增长，为了让这些孩子也能实现自己的梦想，拥有美好的未来，社会各界都伸出了援助之手。本次“关爱自闭症儿童”主题公益爱心行动主要是面对沈阳市自闭症儿童的关爱和捐赠活动。参加的爱心人士有辽宁省中共党史宣传教育中心、市残联领导，各行业老总，商会、协会、银行行长，律师事务所主任，三甲医院主任医师，名校老师等各行业精英。

红旗让孩子插上梦想的翅膀

活动当天的早晨，红旗店工作人员携红旗H7亮相在七星财富中心门前，并且准备了大量红旗品牌宣传图册及展示物摆放在会议厅签到处。沈阳惠华红旗店为这些社会公益爱心人士赠送了精美礼品，奉献自己的爱心。辽宁省书法家协会艺术家在得知红旗店协办此次爱心活动后，现场为红旗题词：让理想飞扬！

对于沈阳惠华红旗店来说，能够为本次公益爱心活动贡献力量，不仅是荣耀，更是责任。常怀从善心，乐为施德人，红旗团队始终谨记集团董事长的理念“奉献企业，回报社会，提升自己，有益别人”。

红旗让梦想成真

我们相信通过这样的公益爱心活动，不仅关爱了这些“星星的孩子”，还让沈阳惠华红旗店的公益形象在辽沈地区的人们心中留下了深刻而完美的印象。红旗定会成为国人购车的首选。赠人玫瑰，手有余香。红旗店通过自己的努力让更多的国人认识红旗，了解红旗，相信耕耘总会有收获！



SALES BREAKTHROUGH

大众辽中店大客户 销售取得突破进展

文 大众辽中店 吴中明



2月3日，大众辽中店在展厅举行了隆重的迈腾新车交车仪式，向沈阳易行汽车租赁公司交付3辆迈腾1.8T豪华版新车。此次的3辆迈腾车能实现销售，来源于辽中店努力开发大客户市场，提升品牌形象及大客户销量的不懈努力。

自辽中店投入运营以来，展厅、网络、二网等销售渠道销量稳中有升，市场份额也有大幅增长，但2014年大客户市场的销售数据一直不稳定，受市场环境及地区差异影响，出租车销售处于无组织管理状态，辽中出租车以个人经营为主，车型大多以羚羊、夏利经济实用车型为主；辽中延宏驾校的驾考用车也以普桑、比亚迪为主；在继续维护上述企业的同时，近期加大了走访频次，了解到沈阳市场租赁公司20万档次车型采购大部分以帕萨特为主。据了解，借滴滴专车契机，多数租赁公司经营模式向此方向转型，所有采购车辆以专车服务为主，市场空间非常大。1月23日总经理乔久帅亲自与沈阳易行汽车租赁有限公司负责人洽谈，并达成一致，前期采购3辆迈腾1.8T用于租赁用车，贷款购车，后续还有意向采购10台，将在春节后提车。

易行负责人说，本次采购的迈腾租赁用车，我们是经过多款车型的对比后选择的，迈腾的口碑、品牌形象深入人心，一汽-大众4S店完善的售后网络、维修、保养、等一系列的服务都是我们选择迈腾的先决条件，相信辽中店的销量能节节攀升，领跑辽中地区汽车销售。

2015年，辽中店是改变的一年，也是突破的一年，我们会找准市场定位，打好基础、迎接挑战，相信全体员工会通过自身的不懈努力，团结协作，披荆斩棘，再创佳绩！





INCREASE PASSENGER FLOW

借力CBA 提升店面知名度及客流

文 大众本溪店 张弘强

CBA联赛进行得如火如荼，尤其是在本溪，做为辽宁药都本溪队的主场，每次比赛都座无虚席，票价在黄牛党的炒作下更是水涨船高，随着辽宁队比赛成绩越来越好，半决赛及决赛的票价更是炒到了800-2000元，而且还一票难求。场均观众近2万人，政府也大力打造“药都本溪”的名片，越来越多的人来到现场看比赛。

我虽然是个铁杆足球迷，但是也被这种篮球热情吸引。但是真正吸引我的不是比赛，可能是出于职业病，我被场边的几块LED屏幕吸引了，上面打的是一汽大众全系的广告，这时我意识到，一汽大众是赞助商。

如果厂家在CBA里投放广告，那么作为当地的经销商是否也能够得到一定的支持呢？如果能够得到支持，能够借助这样一个大事件进行营销活动，那么对我店来说，是一个极好的帮助。我第一时间和岳总进行了沟通，得到了岳总的大力支持。

想法有了，下一步找谁呢？如果我贸然去找场馆或者球队，估计不行。既然厂家是赞助商，我还是从厂家入手，如果能够得到厂家的帮助，那这个事情就成功一半了。我随即联系了沈阳小区，小区也表示支持我的想法。最后在长春事

业部的帮助下，我联系上了辽宁药都本溪队的品牌推广总监，跟他说明了想在检票口定展以及场内主持人广播我店广告并且观众凭票到店领取礼品的执行计划。

在岳总的指挥下，我们确定了定展地点、口播内容和发放的礼品。在辽宁队主场与青岛队的比赛前3个小时，我们将展车和物料送到现场进行布展，虽然天气很冷，但是我们都很高兴，因为这是我们第一次借助这么大的事件进行定展。

现场有幸遇到了一汽大众厂家的人，他们还给我们拍了照片。

天上飘着雪花，也阻挡不了球迷的热情，有看车的我们就介绍，宣传我店的地址和活动，随着比赛临近开始，球迷都逐渐入场，我们也收拾东西回店，虽然脚都冻麻了，但是敢于借力尝试，对我们来说也是一种突破。比赛结束的第二天就有很多球迷凭票到店领取礼品，礼品很简单，是印有我店地址电话和广告的手拎袋，纸抽和彩页。但通过这种方式，有很多人都知道了我店的位置所在。

比赛还在继续，今后只要辽宁队主场有比赛，我们就会到现场进行摆车宣传，我们会尽一切努力提升进店量，让本溪市160万人口都知道惠华大众本溪店！



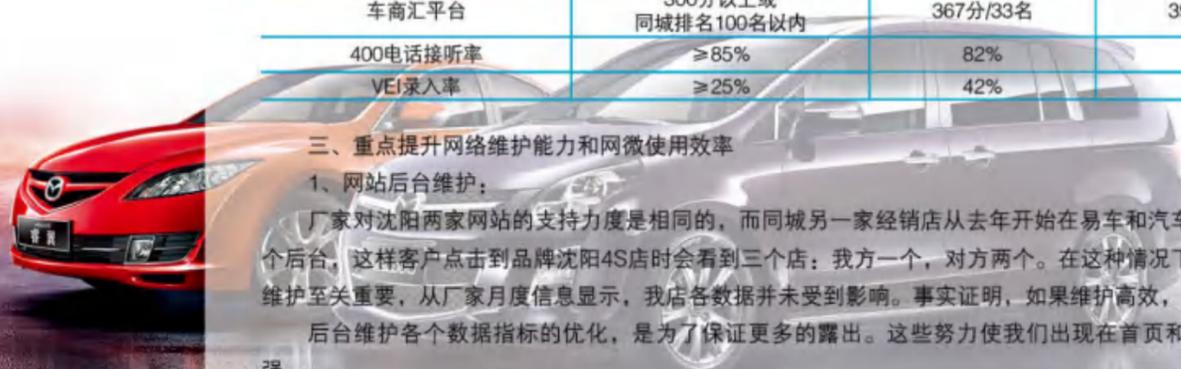
INTERNET SALE

聚力突破，网销先行

文 马自达店 吕德敏



2015年1月，在全体员工的不懈努力下，马自达店整车销量121台，目标完成率121%，1-2月份销量201台，同期对比增长39%，喜迎开门红。其中网销1-2月份销量46台，占比23%，为销量排名提升起到了积极重要的作用，这些主要得益于我店对网销工作全面的调整和改善措施：



一、DCC组织架构及岗位职责调整

通过DCC组织架构及岗位职责调整，增强了销售经理的管控主责、市场经理的分析责任、DCC专员与市场专员职责合并，更加直接高效。

二、细化网销组检核标准和要求

(1) 客户线索录入率提升。网销专员的一切努力最终只有一个目标：获得线索。所以网销顾问不可以随意处理客户线索，需增加管控职能。销售经理每周会抽查网销顾问VEI录入情况，规定VEI录入率标准，按照销售部要求的回访率指标，促使网销顾问有效记录客户线索并及时跟踪回访；经过大家的努力，录入率由30%上升为55%，超过全国平均和大区数据；

(2) 400电话接听率是另一项重要的指标要求。今年1月份我店接听率已由88%增至93%，但和自定目标96%还有差距，网销小组共同想办法并参考了对手的做法，为网销顾问每人配备一部简易手机，专门负责接听400电话，这样个人手机可以作为接听占线的补充，保证线索接听及时不漏，同时也可保持网络电话号码不变；

(3) 监听抽检网销电话接听内容，完善客户电话接待报价、邀约等话术，增加邀约到店量，提高成交率；

项目	厂家要求	大区平均	我店要求最低
车易通平台	900分以上或同城排名100名以内	930分/24名	1000分以上，排名前10
车商汇平台	300分以上或同城排名100名以内	367分/33名	390分以上，排名前15
400电话接听率	≥85%	82%	≥95%
VEI录入率	≥25%	42%	≥55%

三、重点提升网络维护能力和网微使用效率

1、网站后台维护：

厂家对沈阳两家网站的支持力度是相同的，而同城另一家经销店从去年开始在易车和汽车之家两大平台各增购了一个后台，这样客户点击到品牌沈阳4S店时会看到三个店：我方一个，对方两个。在这种情况下网销专员对于后台操作的维护至关重要，从厂家月度信息显示，我店各数据并未受到影响。事实证明，如果维护高效，1完全可以大于2。

后台维护各个数据指标的优化，是为了保证更多的露出。这些努力使我们出现在首页和被客户看到的几率大大增强。

网站首页焦点图露出截图：



随之而来的下一个问题是，花很多功夫露出，露出的政策如何能吸引客户点击？

2、文章质量：

首先文章题目最好有冲击力甚至煽动性，让客户心动，突出我店优势差异，吸引客户点击。如：

福达自有上牌机动车登记服务站 买车上牌无需等待

提车就给合格证 只有福达做得到

团结起来占便宜 省钱就是硬道理

福达马自达暴力拆车，展现隐藏在钢板下的秘密！

真金不怕火炼 福达马自达不怕比价

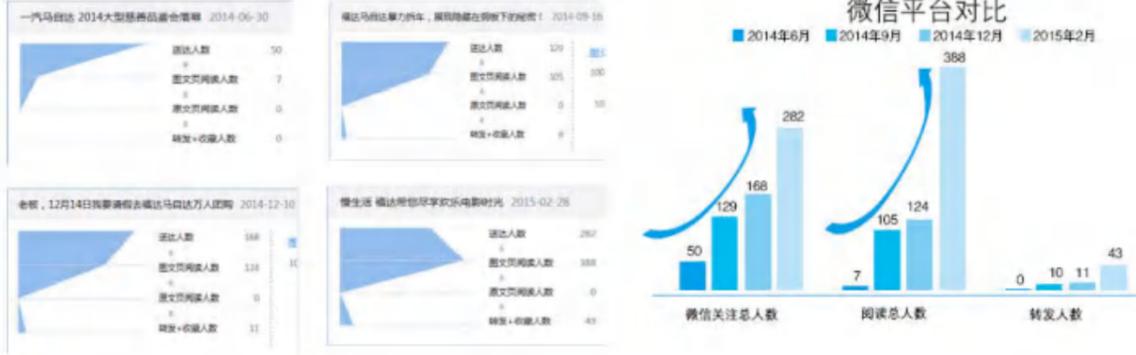
搞不定丈母娘 阿特兹火速来帮忙

其次，文章内容及时发布最新促销政策，厂家每月销售政策会有更新，新的市场活动和促销调整时，由销售经理牵头网销小组制定活动噱头，同时当天夕会宣布噱头含义、应对话术和实际释放政策幅度，力求做到政策活动迅速发布，员工全面了解，统一应对客户。

3、微信平台维护：

微信是客户最方便的宣传载体，在总经理的支持下，我们设立了展厅集客专员，同时进行福达订阅号、刷码工作，实施绩效捆绑，增加员工积极性，更重要的是潜在客户关注在悄然增多。

微信后台部分截图：



四、绩效导向，提升数据表现

1、网销专员绩效工资中挂钩厂家月度网站后台数据指标完成情况，要求100%完成厂家要求，高于大区指标，按同城对手对比情况，按照超过对方数据数量的比例分别执行不同的奖励和处罚；

2、网销顾问绩效工资中挂钩VEI系统录入率、400接起率、回访率、邀约进店率等指标。月度考核计入工资起到推动作用，周检核每次每项处罚10元起到提醒作用；

3、绩效刚制定时员工会有不理解，但只要坚持，遇到问题及时帮助他们解决处理，终会收到立竿见影的提升效果。

在网微平台上，所有人的机会都是平等的，这里没有店铺位置好坏、实力大小、分店多少、价格高低等条件之分，只要我们认真努力，就一定会有好的结果！

劲享极致的速度，忽略油耗的刻度



阿特兹 2.5L汽油发动机获
中国心十佳发动机

阿特兹 引领技术潮流的先锋座驾





2014年度集团总结表彰大会有感

YEAR 2014 GROUP SUMMARY

IN RECOGNITION OF THE GENERAL ASSEMBLY



文 奥迪丹东店 刘明亮

2015年2月7日上午9时-11时,以“夯基础、迎挑战、寻突破、谋发展”为主题的2014年度惠华集团总结表彰大会在辽宁会馆一楼多功能厅举行。刚入会场便看到大会开始前主持人及经营单位代表展开了最终一轮的彩排,确保大会流程的有序进行,感受到了集团年会组织的严密性。

今年是奥迪丹东店正式运营的第一年,管理团队基本都是新人,深知我们自身的不足,每个人都带着无限的憧憬去参加集团的年会,同时也看到了惠华集团优秀团队的积极上进的精神面貌,感到了作为这个家庭中的一员的自豪和骄傲。

回顾本次集团年会,集团领导的讲话、先进经营单位的典型案例分享及董事长以两个百年经典故事为例做的训勉,让我感受到集团蒸蒸日上的发展氛围,同时也给我们下一步工作指明了方向。以下是对五家经营单位的典型案例分享的心得体会:

一、掌握政策,确立重点,获取利润最大化

“工欲善其事必先利其器”,想要拿到厂家的返点,必须要深入了解厂家政策。解放铁岭店通过对厂家商务政策进行充分的理解、灵活的运用,2014年额外获得厂家支持共计30.6万,诠释了掌握厂家政策是拿到厂家支持的基础的道理。各人员集思广益,研讨各项政策,明确各部门的责任划分,制定积极有效的监督监控政策,为达到最终目标奠定了基石。我店是开业一年的新经销商,应透彻熟悉商务政策,找到工作重点方向,从而获得更多厂家支持。

二、明确目标,深挖终端用户

艰苦奋斗是中华民族优良传统,更是企业发展的坚定基石。大众朝阳店正是继承和发扬了“一万年太久只争朝夕”的精神,在业务中做出了种种突破。在大用户开拓工作方面,通过执行筹划找方向、定目标、选人员,在市场形式不乐观的情况下,达成了朝阳市2014年共增加9台驾考车其中7台为惠华售出捷达,占比77%,更换230台驾培车其中186台为惠华售出捷达,占比81%的骄人业绩。

“有志者、事竟成,破釜沉舟,百二秦关终属楚;苦心人、天不负,卧薪尝胆,三千越甲可吞吴。”凭借着坚韧的毅力去挑战高目标,不畏重重困难,从而创就了这样一份

令人满意的答卷。只有清楚目标的方向,才能有合理的规划,最终实现指标的达成。

三、抓质量、调结构,扬长避短,各尽其才

奥迪辽阳店从“初到辽阳,砥砺前行”,到“找准方向,扬帆起航”,再到“目标一致,上下一心”,最终达成了销售进度加速、质量考核各项提档的目标。夯基础,是新店稳步提升业绩、质量的根本要素之一。奥迪辽阳店在市场活动、流程管理、质量控制、员工关爱四个大方面进行了细化。岗位调整上,以“人尽其才”为准则,合理调整人员结构,扬长避短,发挥各自所长,有效地提高员工的贡献率。“突破一番格局就是在创立一番格局”,这句话生动地说明了思路决定出路,固有的模式如果不适合现状就要及时地调整。

四、主动邀约,精细化管理,成本控制,节流资金

大众沈阳店的报告分为两部分:一为“精细管理,提升效益”,二为“夯实基础,寻求突破”。让我印象最深刻的,第一点是要拒绝被动营销,主动向客户邀约,提升预约率。预约的根本目的是为了削峰填谷,增加维修效率。预约方面,很值得我们店去学习。店内需要加强宣传预约的好处,可根据客户区域及回厂频次差异,制定不同的预约政策,提供快捷服务,为客户提供高效服务的同时,也为店内的维保车辆进行有效分流,减少高峰期压力;第二点是精细化管理,节约从细微做起。在机油回收、旧件再利用、节约机修钣喷辅料、人员优化方面,进行资金的成本控制,积少成多,既发扬民族勤俭节约的传统美德,又节约了成本。进店客户消费习惯的养成,需要业务人员日积月累的灌输和引导,提高预约率、准时履约率,为日益增多的维修车辆到店进行资源的合理调配,奠定坚实的基础。

五、市场分析,学习经验,结合自店现状,制定挑战目标

奥迪沈阳店的报告展示了保险业务开展具体措施及效果。业务开展前期通过市场分析走访经销商(同等规模奥迪经销商)对比学习,掌握了切实可行的宝贵经验,根据现实状况,制定出具有可行性“133”(1笔车贷,3年车险,3年售后、理赔)、“96350”(一年新保率90%,二年续保率60%,三年续保率30%,理赔率50%)

SOLIDARITY COOPERATION

只有团结协作，方能和谐共赢

文 奔腾大东店 吴娜

方案。学习成熟经销商的经验，并结合自店具体情况，取长补短，制定适合自店的营销政策，有利于提升业绩。日常工作中，应加强学习同品牌的经销商的成功经验，虚心请教，一步一个脚印踏踏实实地做好每一项工作；营销方面，应根据不同时间点对市场进行详细分析，扩展营销方式，调整营销方案，来应对多变的市场环境，最终达到预期目标值。

李总在会议上讲到，“年年岁岁花相似，岁岁年年人不同”。截至今日，我加入惠华的大家庭已经有整十年的时间了。十年里，集团的企业文化感染着我，激励我不断前进。集团的业绩给予了我希望、收获，更重要的是给予了我成长的经历。人生一点一滴，都会留下奋斗的影子，也会留下宝贵的精神财富与回忆。奋斗，是不变的理念。更多的挑战在等着我，唯有用心学习，用心实践方能从中吸取经验跟教训。李总讲“构思非常重要”，我认为构思是需要日常的用心积累、学习、方能构思出具有可行性、微创新的工作方法。所以，日常工作中要加强专业知识及管理知识的积累，多观察、分析，还要养成勤动脑的好习惯，才能将个人价值更好的展示出来。李总还讲述了“红顶商人胡雪岩”及“六尺巷”的故事，意在说明勿以权谋私，正所谓“打铁还得自身硬”，借助外力、投机取巧是不会长久的。加强自身的职业道德修养，才能同惠华集团一起走得更高、更远。正所谓先做人后做事，作为新上任的管理层，我会严格要求自己、做正确的事、找准方向，才能引领他人共同进步、成长。

在日后的工作中，我一定会积极面对自身不足，通过自学及向先进学习的方式提升技能，努力使工作效率全面进入一个新水平，为惠华集团做出更大的贡献，与惠华共同发展。

同时根据集团领导的讲话制定了下一步规划：

1、苦练内功，加强自身修养

“言传身教”不仅适用于家庭，亦可适用于职场。作为惠华集团管理层中的一员，下属员工的工作需要进行及时的指导与监督，日常行为规范更是要高标准严要求。这就无形的督促我们，要不断地充实自己，在业务水准和道

德行为上进行提升。正所谓“先做人，再做事”，摆正态度，明辨是非，分清主次，才能将工作内容做好。自身修养的提升，可通过阅读书籍、广交益友等方面进行。在自身提升素养后，才能更好的领导团队向前迈进。

2、管理者要转变思维方式、深入思考

加强自身职业素质能力的同时，应保持与集团内同品牌人员的顺畅沟通，遇到问题及时请教，防止由于个人的主观臆断造成不良的后果。根据过往的经验，结合自店的现状进行政策的实施和改进。

3、坚定信心，迎接挑战

“志坚则行不移”说的是意志坚定，行为才能没有改变。坚定的信心是达到目标的前提。首先，确立目标者要相信目标值的可完成性，以目标为导向，确立实施方法，制定可行性方案进行监督管控，才能取得目标成绩。2015年公司的各项目标基本确定，集团领导在年会上也做了市场分析，指明了下一步工作的规划。厂家的2015年商务政策也正式下达，我店将根据自身情况进行实地改进，以微创新的形式促进各项指标的达成。同时为达成第一梯队目标，迎接新挑战做好准备。

因店内管理人员多为新人，“夯基础”毋庸置疑的将作为2015年的工作重点。店内计划通过细化岗位职责、完善监控流程等具体工作促进各岗位人员业务技能及职业化水准的提升；在“迎挑战”上店内已经达成目标的一致性，在保证预算目标的前提下，也制定了质量管理指标全部拿到厂家一档返利的目标；在“寻突破”方面也进行了相关部署，明确了责任人，计划利用政府车改这个契机，到丹东大型的企事业单位、政府机关进行投递资料，组织团购会等方式拓展大客户业务，目标实现大客户成交40台，促进销量的提升；在“谋发展”方面通过精准的广告投入，适度的客户关怀活动，达成本地销售市占率80%以上、客户忠诚度大于90分的目标。

提升公司业绩的同时也是对自己的一种提升，在惠华这么好的平台，有这么积极向上的氛围，奥迪丹东店全体管理层定会以“学先进、争先进”的积极态度来完成“争第一、创新业，打造惠华第一服务品牌”的战略目标！

2014年的车展活动中，奔腾大东店和铁西店销售顾问之间，出现了为争客户而引发的矛盾。事情发生后，刚成为销售经理没多长时间的我开始时愤愤不平，觉得店里的销售顾问被“欺负”了，如果不给员工争口气，团队以后不好带了。事后，集团对此事件给予了严厉的批评，店内领导也耐心和我们进行了沟通，让我认识到自己想法的错误之处。针对如何能够使团队更好的协作，我进行了深刻的反思，总结出以下六点：

一是要有正确的思想认识。同心山成玉，同力土变金，在一个优秀的团队里，所有人会团结协作创造出出色的业绩，如果人心浮动，甚至搞个“窝里斗”，何来积极与努力？一个缺乏凝聚力的环境里，再有激情的员工也会变得懒散，再有聪明才智的人也不会发挥自己的才能。只有懂得团队协作的人才能领悟到协作对自己、对别人、对公司的意义，才能把团队协作当成自己的一份责任。事实上，经过思想的转变，现在两店的沟通已经越来越顺畅，走到了一起共同面对经营一个市场。

二是要与同事建立和谐关系。无论是自己的领导还是同事，形成和谐、信赖的关系后相处起来就会更加的融洽，互相尊重、理解，工作的气氛会更加的宽松，有利于最大限度地发挥自己的才能。作为一名员工，要领悟好领导的工作要求，对不明白的问题要主动向同事请教，虚心学习，与同事之间配合好，遇到事情多多交流，互相帮助，共同提高，秉承着共同进步的宗旨去面对工作。

三是要积极参加集体活动。经常参加集体活动能增强我们的协作意识，拉近同事之间的距离。在工作和生活中遇到问题时，内心感到忧虑和无助，这时我们会想到身边的同事，团队中朋友的真心鼓励会让我们战胜自我，克服、解决问题。

四是要营造良性竞争的气氛。针对每月的销售目标，进行合理的目标分解，通过不同人员对任务目标的完成情

况对比，形成良性竞争的氛围。例如通过对销售顾问销量、贷款量、保险台次、集客量等KPI指标的完成情况进行对比，来帮助销售顾问知道哪项自己做的较好，哪项还有差距，和销售冠军的顾问差距有多少，还有哪些方面需要努力。通过指标对比分析，让销售顾问之间形成良性的竞争氛围，积极努力完成目标。

五是要充分信任同事。信任是一种美德，与同事相处时一定给予充分的信任，自己也要谦虚一点、宽容一点、主动一点，工作上出现误会时要多分析自己的原因，想想自己为同事做了什么，而不是想着别人是怎么对自己的，同事相处，信任在，一切都在。例如现在销售时，个别客户到过铁西看过车，又到大大东店，说我们报的价格高于铁西，遇到这种情况，首先我们心中要彼此信任，兄弟单位不会低于我们之前共同商定的销售权限；接下来要坚定销售顾问的信心，客户确实是想买车，这是在试探我们。通过这种信任，让我们能够守住底线，更好的把控成交价格，确保利润。

六是要勤于沟通，共同进步。多多沟通，共同学习能实现同事间的信息资源共享，互相交流，扩大自己的知识面。团队中只有大家一起进步才能同步发展，否则有人跑起来，有人还在慢走，有人还在原地踏步，团队就会摔倒，发展就会遇到障碍。例如在满意度工作方面，服务部门做的较好，检查成绩排在前列，我们通过与服务经理的交流，找到关键点并进行监督，在销售团队的努力和店内各部门的积极配合下，在后几期的满意度成绩中，也取得了非常大的进步和理想的成绩。

经过思想的转变，现在与兄弟店、与店内的同事沟通都越来越好，合作越来越顺畅。我相信，公司在我们的共同努力下，也一定会越来越好！只有团结协作，方能和谐共赢！



CUSTOMER MAINTENANCE WORK

客户维系工作经验分享共赢

文 奔腾大东店 张闯

市场竞争越来越激烈，客户选择服务的渠道增多，对服务的标准要求也在不断提升，再加上生产厂家加大对客户满意度的商务考核力度，客户维系工作已成为当务之急。为维系客户，提升客户满意度，奔腾大东店采取了一系列的客户维系方案：

（一）VIP用户维系：

- 1、提供维修绿色通道，其中包括优先接待、维修、洗车，无需等待。
- 2、客户俱乐部设立VIP专区，提供差异化服务。
- 3、服务营销优惠政策优先享有。

（二）进店客户维系：

- 1、增加当日短信关怀。
- 2、接车环节请用户存储服务顾问电话，为用户提供一对一服务，建立感情。
- 3、进店消费客户可以参加俱乐部的小游戏来赢取礼品。
- 4、厂家服务营销活动以店内名义进行招揽，服务顾问以朋友的角度去招揽客户，让客户感到更加亲切，心存感激。

（三）满意度调查客户维系：

- 1、建立用户激励政策，礼品选择上以吸引用户下次进店为目的，对进店客户由服

务顾问进行政策宣传。

- 2、客服俱乐部回访时对厂家调查内容进行回访，对潜在投诉客户进行二次维系，直至客户满意。

（四）新车客户维系：

服务顾问参加交车仪式，将递名片环节改为当场将本人信息记录到客户手机当中，交车后对客户进行短信关怀，推行预约首保赠送小礼品。

（五）红旗客户维系：

- 1、每月进行上门健诊服务。
- 2、特殊天气、重大节日短信及电话关怀。
- 3、开展红旗品牌服务，即五公里自由行、上门取送车、代步车、免费搭电及更换轮胎救援。

新三包法及反垄断法实施之际，针对大环境的变化，只有快速反应及有效的应对政策才能保持强大的市场竞争力，客户资源对于售后服务非常重要，客户维系工作要针对客户需求不断创新，才能将资源转化成效益。



编者按：规定再健全，体系再完备，最终要靠人来执行；企业发展要德、法并举，靠勤勉、自律的团队来支撑。惠华之星承载着惠华集团的希望，他们来源于各个团队，在各自的岗位上做出了不平凡的坚持。希望他们的事迹能激励更多的惠华人敬业爱岗，拼搏奋进，让惠华的大家庭里群星闪耀。

不畏困难 勇于开拓

——我的成长路



文 红旗店 宁鹏飞

“实行起来是有困难的，但是吸引着我的，正是这个困难本身。苦难一过去，苦难就变为甘美”——伏尔泰

我很喜欢这段话，因为经历困难也是一种享受。在拼搏过后，收获的成果更香、更醇，更会让人倍感怀念。这正像我在惠华走过的路，一次次的登上新岗位，一次次的突破困难，让我倍加珍惜惠华这个平台。

奔腾大连店成长篇

2011年2月，刚刚大学毕业的我入职惠华集团奔腾大连店，成为销售部一员。走上工作岗位后，我马上意识到自己在大学中学习到远远不足胜任基层岗位，于是我努力学习，不断进取，在短短的二个多月时间里，经历了销售顾问、DCC专员、大客户专员三个不同的岗位。

DCC岗位建立之初，我率先担起岗位职责，每天呼出电话百余个，在岗位上近两个月后，付出终于见到了回报，但更大的回报是让我对这个板块有了一定的了解，为以后的工作打下了基础。

一汽奔腾要求建立大客户岗位后，我被任命为奔腾大连店大客户专员，在就任大客户岗位后，第一年大客户获利94万元，位列全国大客户业绩第四名。第二年大客户获利100余万元，位列全国大客户业绩第三名。

取得这样的成绩后，我没有满足，而是将经历作为我的财富，将成绩作为我将继续突破的目标。

在奔腾大连店，我经历了销售顾问、DCC专员、大客户专员这三个岗位，体会到了不同的工作方法，也学习到了这三个板块的奥秘和精华。

奔腾大东店成长篇

2013年，集团领导基于对我的信任和肯定，任命我为奔腾大东店大客户和区域主管。初到沈阳，由于我对店内运营不熟悉、对沈阳市场不熟悉、对二网单位不熟悉，在工作开展上举步维艰。但是我并没有因此而沮丧和气馁，领导们也不断的为我加油打气，并给予指导。

就这样，我和我的团队探寻新思路、寻找突破点，在奔腾大东店10个月后，大客户工作终于有了起色。在奔腾B90积压难销库存时，我和我的大客户团队不畏艰苦，苦思对策，在领导的指导下，通过销售、租赁的方式消化了大量B90滞销库存。

由于奔腾大东店二网区域缩小，区域市场销量下滑，我和我的团队与丹东、抚顺两地建起合作，目前两地都已成立了奔腾直营店，提升了整体销量的贡献度。

在奔腾大东店，我学习到了区域工作如何开展，更让我走上管理岗位，体会应该怎样发挥团队能量。

红旗店成长篇

2013年10月，集团成功拿下了红旗轿车在沈阳地区的建店授权。与此同时，我被集团任命为红旗店销售经理。上任后，在集团和各级领导的指导下，面试了百余人，共同打造了一支能吃苦、懂克服的专业团队。团队组建后，由于刚刚到任的人员没有工作经验，我深入一线、以身作则，用“传、帮、带”的工作方法去培养新人。在厂家第一次销售顾问认证中，红旗店销售顾问全部通过；在厂家第二次的销售顾问认证通过率仅有50%的情况下，红旗店的通过率仍然为100%。同时在2014年度在红旗店开业半年的时间里，客户满意度排名第一。

在红旗店开业初期的半年里，我与我的团队埋头苦干，夏天在阳光下曝晒做车展，冬天在寒风中做展示。为了完成一次成功的静态展示，有时连续30几个小时不休息。为了尽快使团队整体能力提升起来，连续几个月无假日已成为工作的常态。

在红旗店，我懂得了作为部门负责人，不但要懂业务、抓团队、多兼顾，更要心存感激，不负重托，以实际行动来感谢集团的苦心培育。

现在，红旗店的团队正在从弱小走向强大，从懵懂走向成熟，我是第一任奔腾的DCC、是第一任奔腾的大客户专员，是第一任红旗的销售经理，集团给了我太多的第一次，给了我太多的机会。要感谢惠华给我一个让我展示才华的平台，感谢集团领导对我的信任，感谢每一任领导们的言传身教，感谢惠华家人们给我的温暖。我知道生活在这样的大家庭中，这样的温暖会一直延续；我知道我还有很多不足，需要在工作中不断提升；我知道前方还有很长的路要走，需要我脚踏实地的坚持前行。

前行，困难虽多，但成长就是要不惧困难，勇于开拓，不断迎接新挑战！



在学习中 不断超越

STUDY
CONTINUE TO GO
BEYOND



时间如梭，瞬间流逝，转眼间惠华盘锦店已经建店两年多了。回想过去遇到的大大小小的困难还历历在目，而如今盘锦店就像从一个幼小的孩童变成了一个热血沸腾活力四射的少年，这固然和团队领导的管理密不可分，同时也是我的那些团结一心、兢兢业业的家人们共同努力奋斗的结果。

2014年我很荣幸的被评为惠华之星，这是领导对我个人及工作的莫大的肯定，也给我以后的工作带来了源源不断的动力。身为服务行业的一员，顾客是上帝，周到的服务是永远不变的宗旨。在过去的工作中也遇到过各样的用户，有通情达理的，也有无论怎么煞费苦心服务还是不满意，领导常跟我们大家说：把顾客当成自己的家人，把用户的问题当成自己的问题，还有什么问题是解决不了的问题呢？秉承着这样的理念，我们从当初刚建立服务站

文 解放盘锦店 白强

的默默无闻，到现在有越来越多的忠实用户，还有很多远方慕名而来的用户。领导更是不辞辛苦跑市场，和多家运输单位签下了固定的维修协议，保证了我们的用户量。而我的惠华家人们也都能做到忠诚敬业，有的顾客着急，修理工就在寒冷的冬天加班到深夜也毫无怨言。看到用户脸上露出满意的微笑，我们所有的辛苦、委屈都会烟消云散。

一个人只有不断的学习和创新才不会被社会淘汰，这在汽车维修行业格外明显。2013年天然气车开始涌入市场，我们原有的技术已经满足不了天然气车的需求，不想被淘汰就要不断地学习新的技术。开始一有天然气车来到服务站我们就头疼，我们修不了但又不能不修，因为我们是解放服务站。因此只有硬着头皮往上冲，向别人学习请教，给厂家打电话寻求帮助，不漏掉任何学习的机会。修好了一辆又一辆，发展到现在厂家会给我们服务站打电话安排我们外出为天然气车服务。实践证明，不断地追求卓越才会不断地做出创新、收获成果，就像我们服务部的口号：不断创新，争创佳绩！

不管过去多么辉煌，都已是过去式。放眼未来，我要继续保持努力，不辜负领导的信任和期望，为惠华奉献自己更多的热量。相信在领导的带领和我们大家共同努力下，惠华盘锦店这只雄鹰会飞上更高的天空！

CONSCIENTIOUS

BE CONSCIENTIOUS AND DO ONE'S
BEST DEDICATION

兢兢业业 无私奉献

——记奥迪丹东店服务顾问田亚卓

—— Audi Dandong Branch Service Consultant
Tian Yazhuo

文 奥迪丹东店 李英男



没有什么豪言壮语，没有什么惊天动地的英雄事迹，一名普普通通的企业员工，所做一切都平平凡凡，然而那真诚的微笑和朴实的话语是她对工作任劳任怨、一丝不苟的真实写照，她就是奥迪丹东店保险服务顾问田亚卓。

自从2011年来到公司那一天开始，她就把自己奉献给了公司，打破了自己的生物钟，白天从事事故车服务接待工作，晚上也是客户的资深服务顾问，有客户需要的时候就不分白日昼夜，一年三百六十五个日日夜夜都奋战在工作第一线。

在工作中，她把自己的命运和企业的生存和发展紧紧捆在一起，只要认为对于企业有利的事，总是积极主动去做。2014年底是我们店开业整一年，在这一年的时间里，我们店由一个新开店一点一点成长，开业初期市场不熟，和各家保险公司的业务没有太多的接洽，在公司对事故车售后的重视和支持下，我们走访了多家保险公司，也达成了和人保、平安、太平洋三家大保险公司的合作，使得事故车售后开展有了可靠的保障。在工作中，她积极与保险公司工作人员配合，合作共赢，取得了不错的成绩，个人在2014年度中，共完成事故车1022台，产值588万元。帮助公司事故车全年超额完成任务。

不仅工作积极肯干、勇挑重担，田亚卓还用自己一言一行捍卫着企业声誉、维护着企业形象。她坚守在一线岗位，每天以饱满的热情和专业的态度对待每一个事故车用户，大力提升服务质量，给客户满意服务的同时赢得了客户良好的口碑，也实现了全年业务零投诉，真正做到了爱岗敬业，在朴实的工作中以小见大。

作为公司的重要服务窗口，她深知自己工作的重要性，为了更好的服务于公司和客户，她依照公司的要求，不断的提高自身的业务水平，不断的学习事故车理赔知识及新条款，先后参加了公司组织的礼仪培训及赔付平台培训，良好的业务能力得到了公司客户的认可。

加入公司以来，田亚卓兢兢业业、任劳任怨、埋头苦干，做出了不平凡的成绩，面对成绩她永不自满，面对困难她永不服输，面对工作她永不放松，每一天都在以饱满的工作热情迎接新的挑战！



执着，在坚守中 **成长**

PERSISTENT, SHARE GROWTH

文 奥迪沈阳店 王春燕

“什么？广播明天换不了稿了？”

“我们前两天说的方案还有些具体的细节需要落实，我们再谈谈？”

“这块板子不放在这，跟我来跟我来！”

“车讯通后台突然不好使了，快给润霖打电话！”

这就是现在的我，奥迪沈阳店的市场经理，每天忙碌辛苦，但却真心喜欢，甘愿付出！

2006年6月，作为当年的应届大学毕业生，我满怀热情但却战战兢兢的进入了奥迪沈阳店客服部，部门经理说让穿黑色裤子，我却穿了一条以前在麦当劳打工的黑色牛仔裤，屁股上还有一个大大的麦当劳LOGO；领导让我设计奥迪高尔夫球赛的背板图，我却连Photoshop里标尺怎么用都忘了，只能用A4纸折来折去的在电脑屏幕上画线做记号；跟我一起来的女孩上班第三天就可以独立打回访电话，我坐边她身边学了一个星期拿起电话却只能简单询问个“先生，您对这次的维修保养是否满意？”基础差、胆子小、不自信这些弱点差点让我不能通过试用期，幸好热情、好学、积极的工作态度帮我快速的融入了角色。电话回访时用智能ABC输入法打客户的名字慢，我就利用上下班在路上的时间背五笔字根，找窍门，多练习；Photoshop技能不够用，就上网学教程，顺便再额外学一些CAD和视频剪辑的软件；抱怨客户投诉总是石沉大海，但也开始改变固有流程，找专人负责解决；已经记不得戴总曾经在什么

场合说过，“努力的人到处都是，能把这份努力坚持住才是能耐”，有困难时，总会想起这句话。渐渐的，几分热血和执着让我在2007年7月份成为了客服部主管，同时，奥通也建立了客户俱乐部，从辅助领导设计俱乐部布局到每月开展客户关怀活动，每天都有新的挑战，每月都在学习成长；从整理编写《客服俱乐部手册》到参与编辑集团内刊《惠华汽车》，领导们的不断督促与培养，同事们的共同努力与配合，都让我在持续的成长中充分体会到了工作的满足感与自豪感。

2012年6月，刚刚生完孩子四个月的我，被任命为市场客服经理。起初觉得市场部可能就是跟以前在俱乐部时搞搞客户活动差不多吧，也没什么高难度，可是市场预算整体下调再加上连续的几场厂家及店头活动，需要与市场专员配合，还要面对业务部门的质疑、建立与厂家老师的关系，这一切都是我从未面对的，上班时每天忙得焦头烂额，手脚并用可工作却不见进展，下班后拿老公撒气，跟朋友抱怨，自信心几乎彻底崩溃。说没想过放弃是假的，可是放弃了，再出去找工作是找客服还是市场呢？“做市场的大多比较圆滑，会玩会说会表现，可也不是所有市场人都是同一类型的，谁说实惠人做不了市场？”就是这样一个可笑的理由，别人一句善意的安慰，让我定下神来，从头开始，一样一样的把基础知识学牢，找一些其他奥迪店的成功案例来分析，刚有点头绪又发现一个致命的弱项，我不懂业务，往往我的方案方向不错，但并不能给业务部门带来明显的提升，那么，了解业务部门的需求就成了突破点，如果我是他们，我想要的是什么？什么样的活动会打动我？一个活动一定要从外促和内促上同时下功夫，虽然直到现在我仍然还在为此努力，但经过长期的沟通与磨合，已经从当初与销售沟通时的惧怕，进化到共同研讨甚至能碰撞出火花，回到办公室还会兴奋地分享给市场部的丫头们。

现在，每天跟部门里的丫头们争分夺秒，忙活得热火朝天，活动在重复，可挑战却并不相同，在奥通的九年，身边的人走走散散，到现在才真正明白了戴总说的那份坚持，而所谓创新，又何尝不来源于平时的执着坚守。市场工作近三年的时间也是我蜕变的三年，不仅彻底的热爱上了这份工作，甚至我的生活都有了些许的变化，在孩子的教育中懂得变通，在朋友间的聚会上能炒热气氛，就连跟家人的聊天都多了许多话题。

集团在不断壮大，如何培养出好的员工，对我来说又是一个新的课题，2015年，是夯实基础，勇于突破的一年，我已做好准备，你呢？



VIP

VIP卡销售经验分享

CARD SALES EXPERIENCE SHARING -- AUDI DANDONG BRANCH SERVICE CONSULTANT TIAN YAZHUO

文 奔腾大东店 李清

奔腾大东店至今实施VIP卡销售两年的时间，成功销售了500多张VIP卡，对店内流动资金及客户进厂量的保证起到了至关重要的作用。从目前VIP卡销售的经验总结了以下几点关键要素，和大家分享：

一、客户人群

虽然以貌取人不对，但制定成功的销售策略首先需要细分客户群体。我认为有两类人群成功销售的几率最大，一类是小企业老板类型，此类人群舍得给自己的车辆保养花钱，但是又比较理性。第二类为教师类型，他们多善于比较，更愿意用最小的付出实现利润最大化。在我们的销售过程

中会对这两类型的人多加注意，我认为成功的几率在90%以上。

二、恰当的时机

同时拥有天时地利人和，方能取胜。在VIP卡销售过程中，时间的掌握非常关键，太过早或太过晚谈论这个事情，对促进销售的作用都会打折扣，例如在第一时间接触客户时谈这个问题，客户多认为是在销售，而不是在为他考虑；在车辆结算时再来讲解又未免太晚，只能算作为下次进厂销售做了铺垫。那么什么时间来谈论这个话题比较恰当适合呢？我认为在与客户交谈保养及维修内容时最为合适，只有在谈论相关主题的时候才

是真正的为客户着想。

三、树立积极心态

如果抱着相信能够成功的心态去做事，成功的几率就会比较大。做销售工作的每一天，都要充满自信，想可能之事，做可做之事，要坚信目标必达。调整好自己的心态，多会事半功倍。

综上所述，我认为在做任何事情的时候，首先要仔细计划，其次要有强大的执行力和积极的心态，所有人都尽一己之力，才能创大家庭美好的未来！



HAPPY WORRY

让我欢喜，让我忧

——大连福城市政大客户订单有感

文 解放丹东店 陶景宏

“铁岭店成交大客户卖了80多台车”，关于大连福城大客户订单，大多数同事听说的消息可能都以此开头。的确，成交大客户是一件很振奋人心、激发团队士气的好事。然而，在此过程中也不乏辛酸与难忘的付出。

“悬疑”的相识

2013年8月，福城市政直接找到了解放厂家，客户信息由厂家领导直接提供给我们，在得到信息后我第一时间派销售经理到客户驻地洽谈。销售经理对客户的第一印象就是一伙“社会大哥”，在当地具有一定实力。在得到信息第二日，我亲自到大连进行了实地考察，了解了福城市政的公司情况、活源及人员结构等，并与负责人进行了洽谈。

小有收获—20台贷款车

秋天是个收获的季节，2013年

9月，在农民兄弟忙碌的季节，我们也在辛勤地忙碌。经过近一个月的跟踪、洽谈，最终我们与福城市政签订了20台自卸车的订单。接下来便是排产、考核、改装、交付……经过了忙碌而充实的一个月，我们也在金秋时节收获满满。

一针强心剂—10台现款车

2013年11月，经过了近两个月的运营，福城市政的相关业务开展顺利，资金流转良好。客户主动找到我们增加了10台现款车。这10台现款车对于我们而言意义非凡，说是一针强心剂一点也不为过，印证了我们对客户的信任是正确的。

大胆尝试—20台账期付款

2013年12月，客户在分别办理了现款与贷款之后向我们提出了新的要求：车款按3个月分期支付，不办理贷款手续。这是一种全新的销售模

式，之前集团内没有先例。但是面对客户的需求，面对20台车的销量。我们决定变不可能为可能，在与集团各级领导深入探讨后，集团董事长果断决策接受此批订单。我们开始研究具体操作流程，最终以抵押物担保，收取高利息的方式成交了此批20台车。经过了4个月的及时跟踪，用户结清了所有欠款，并支付了30万元的利息。此批车辆的成交增加了客户对我们企业的认可与信服，同时对于公司当年的扭亏起到了至关重要的作用。

再接再厉—协助成交30台低首付

2013年底，经集团人事调整，我被任命为集团改装厂副总经理。岗位上虽然脱离了4S店，但是由于大连客户的特殊性，后续的事宜仍然由我来沟通协调。经过不断地跟踪、清偿后客户还清了20台的账期车辆欠款。客户的还款压力得到了缓解后，在2014



年6月再次向我们提出了贷款购车的需求，客户提出要一次性购买50台车，我在综合权衡各方面风险后，再三劝说，最终把客户的购车数量降到了30台。在车辆投入运营后，市场环境的变化印证了我当时的判断。在为集团降低了风险的同时也减少了客户的后顾之忧。

到此，大连福城市政的80台车全部实现交付，期间过程颇多波折。大家可能以为开发和经营大客户的故事到此可以画上圆满的句号，那就错了，贷款自卸车清欠的挑战正在前方静待我们。

传奇的清欠—精心谋划、控制风险

2014年7月，集团年中人事调整，我被任命为解放丹东店总经理。正当忙于理清丹东店工作的千头万绪之时，传来了“告急信息”：由于经济形势下行、政府调整、活源的变化

和车辆的质量纠纷，大连福城市政已经两个月没有还款了，集团领导在综合考虑后将30台贷款车的权责利转给了丹东店。说实话，在福城市政当时的经营状态下，这30台车的清欠无疑是一块难啃的硬骨头。但我们没有时间去强调困难，必须抓紧能抓紧的时间，利用所有能利用的资源去完成这个艰巨的任务。接下来，我们每月一次甚至几次到大连跟踪，帮助客户处理车辆问题。我们“耐心劝说”、“威逼利诱”、“扮演角色”……使用了我们能想到的所有办法。集团戴总和品系陶总积极协调厂家帮助我们为客户更换钢板弹簧、索赔后桥桥壳、协调改装厂整改上装，想用户之所想，急用户之所急，维护了客户的满意度。虽然改善了客户关系，但由于经济形势原因影响了资金周转，客户还款的压力还是很大。为了实现尽快清欠，同时也帮助客户缓解资金压

力，我们又积极为客户出谋划策，说服客户顺应经济形势缩减规模，卖掉了部分车辆，用以归还欠款。截止到2015年3月，我们协助铁岭店结清了所有欠款，30台车低首付部分也已全部结清，客户的月还款降低到了30余万，我们的风险也大大降低，实现了我们与客户的“双赢”。

以上就是“铁岭店成交大客户卖了80多台车”这一句话里所蕴含的辛酸与波折，对于亲历者而言，这是一段两年间不断跟踪、协调，服务与经营客户的故事，其间即有收获颇丰的欣喜，也有背负清欠压力的忧虑。现在我们仍与客户保持着紧密联系，随时准备为客户的再次添购提供服务。我们有志于改写80这个数字，也许会扩大到100还是200，这还不得而知，我们要做的就是，时刻准备着……



不断创新实现质的飞跃

CONTINUOUS
INNOVATION TO
ACHIEVE A QUALITATIVE
LEAP

文 奥迪沈阳店 李金鹏

酷思迪防爆隔热膜是我们奥迪沈阳店引进的一款高端汽车玻璃膜，最低售价为9680元，就是这样一款高端太阳膜，自14年10月起至今平均每月销售10套，平均产值10000元。

这样的成绩并非一蹴而就，此前，该款太阳膜甚至都不能确保每个月都能有销量。在之前的时间里我们经过了诸多摸索，不断地以创新思路

改变销售方法，才取得了今天这样的业绩。

目前，汽车精品市场竞争骤然加剧。各式各样的太阳膜层出不穷，消费者经常受到不负责任的装饰店蒙蔽，加装低端的太阳膜，这对我们的太阳膜销售造成了巨大的冲击。在这种背景下，酷思迪这类高端太阳膜的销售可谓是步履维艰，消费者在听

到销售顾问的报价后随即便打起了退堂鼓。所以为了成交我们必须在产品常识以及销售方法方面进行突破、创新！只有这样才能留住客户。

首先，我们想到的是要求厂家提供一定的销售奖励，借此来刺激销售顾问的销售热情。在经过一个月的实验后发现并没有什么改观。单品销售情况依然惨淡。总结之后发现，

在奖励的作用下销售顾问确实有销售热情，但是热情并不代表对产品的认可，也不能代表能力的提升。所以，厂家与我们精品部将目光集中在了产品的培训的方面。

此时我们思考最多的问题是如何让培训的效果达到最佳。以往的培训往往集中于对产品的讲解，无非就是告诉参训人，产品是什么、有什么作用、有什么优势以及一些比较刻板的销售话术。但是，针对我们要提升产品销量的直接需求，这样的培训真的有效吗？在销售伊始这样的培训就已经进行过了，可是销量并没有提升。经过与销售顾问沟通后我们了解到，很多销售顾问对产品的实际效果是有一定疑虑的，所以客户在提出质疑的时候，就不知所措了，归根结底就是信心不足。所以在培训方面我们进行了创新，将重点放在了让销售顾问认可方面，只有他们认可了在销售过程中才会有信心，客户才有可能购买；其次才是针对产品的讲解，树立了信心之后，在产品介绍环节销售顾问表现积极发言热烈。这在以往的单品培训中是极其少见的。在之后的销售过程中销售顾问也充分利用到了在培训中使用的体验式营销。

在之后的两个月的时间里，单品销量有了一定的提升，至少保证每月都会成交三四套。但是这样的结果并不是理想的，而且统计发现每月出单的就是那两三个销售顾问。而我们想要的目标是销量每月达到十套左右，在销售顾问中全面开花。

如何能让大多数甚至是所有销售顾问都能顺利销售呢？这可能是那一个月中我们想得最多的问题了。应该继续提高销售的奖励吗？还是继续增加培训？可是奖励也好培训也好，已经差不多了。继续增加奖励就不能达到正面效果了，甚至会适得其反。再增加培训就会占用销售顾问更多的时间，也不是根本解决之道。看来要想突破销售业绩的瓶颈，我们需要继续拿出些创新手段来。

首先，为了增强体验的真实性，在以往厂家提供的展示视频基础上加入了在奥通店内的活动视频。这样客户在观看时可以找到近在眼前的销售人员，让人感受很真实，打消了视频可能作假的顾虑。大大提升了顾客的购买意愿。

另外，也是我们认为最重要的一点，以鼓励先进为手段的排名奖励。销售顾问只要将客户带到产品展示区

进行产品体验就会被计数。每月客户体验量前三名的销售顾问会得到厂家提供例如商务香水等小礼品。礼品不贵却充分刺激了销售顾问的上进心。我们店的销售顾问实际上都是很优秀的人才，谁又愿意屈居人后呢？自然是使尽浑身解数带客户进行体验。可想而知，只要把客户带到体验区，再加上厂家驻点人员与销售顾问的通力配合，成功率自然是大大提升。

自此，酷思迪太阳膜在我店的销量稳定保持在了每月十套以上。这样的销量在该产品进驻沈阳地区的高端品牌4S店中名列前茅。在此过程中，经营思路和管理手段不断的创新是业绩提升的关键。我们的案例还说明，很多时候创新是需要多管齐下的，不能只进行了某一方面的努力就认为万事大吉。创新永无止境，在今后的工作中我们要更加系统地对工作进行梳理，不断突破，进步也将永无止境！



细节决定成败 创新成就未来

DETAIL

文 解放新民店 李一夫



我店于2014年10月通过阜新地区用户得知当地有一家运输公司，预计年前采购16台J6P重载版牵引车。

得知消息后，我们在第一时间登门拜访，找到了该运输公司的负责人，进行了第一次的接触，了解到该公司在当地的运输行业有着一定的影响力，养车多年（以前购车均在他店采购），而且对车辆的了解程度甚至高于我们。面对这样的客户，我们感觉到压力很大，一时间无从下手，第一次的谈判就这样结束，没有达成

任何的协议，也没有找到任何的共同点。

第二次的接触，虽然第一次的接触没有收获，但是我们并没有轻言放弃，回店后我们组织骨干人员，研究产品，商讨对策以及贷款模式，最后决定从产品和相关的贷款政策入手。首先从产品上下功夫，产品家家都有，如何让用户选择我们？只有差异化排产才能让客户向我们倾斜，经过我们与用户的多次电话沟通，了解到用户接受一汽的产品没有问题，唯一

的顾虑就是针对一汽12档变速箱，用户的车辆每天都拉着100吨左右的重量行驶会影响出勤率，出勤率对于车队来说，实在是太重要了。经过我店与兄弟单位，以及一汽厂家技术科的多次沟通，厂家最终同意了我们排产法斯特16档变速箱，为卖出这批车打下了坚实的基础。

第三次接触，产品有了创新，接下来谈的就是最关键，也是最敏感的贷款政策问题。车队属于个体经营，特别是以前和其他店合作多年，车队

负责人对贷款政策更是了如指掌。听了我们的介绍后，客户对我们贷款政策以及收费标准提出了种种质疑，一时间，谈判又陷入了僵局。过后我们将我方政策与其他两家对比发现确实有所差异，如何能让客户接受我们的政策成了重要研究课题。在店总及骨干员工的共同商讨下，决定尝试改变现有政策，和集团公司申请新的合作模式，担保费并入贷款，这一创新起到了决定性的作用，得到了用户的认可，同时贷款售车也避免了跨区域销

售问题。

第四次的接触，由用户一行五人组成的专家团来到我店，商谈产品性能以及贷款政策，经过多次的磋商、协调，终于达成了共识，双方都很满意，最终我们迎来了16台贷款车辆的销售。回顾整个过程，能赢得此次谈判，并不是因为我们的谈判技巧有多高，也不是用户容易满足，而是我们设身处地的站在客户的角度看问题，为客户向厂家争取产品，再加上我们创新后的贷款政策，这些是赢得此次

销售的关键因素。谈判是漫长、艰辛的，但同时也带来很多收获。我们身为惠华人，就是要敢于创新，敢于挑战，敢于成就未来！

2015

2013

ultra connect
e-tron

2010

2009

集团运营管理2015年工作方向

GROUP OPERATING

MANAGEMENT IN 2015 WORKING DIRECTION

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工作，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小项工作规划，目的是助力一个中心，即以利润最大化为中心。

(一) 一个解读：

1、解读内容：关于各品牌生产厂家年度考核、支持性商务政策；月度、季度性促销、竞赛、衍生业务阶段性政策解读。

2、商务政策15年变化：各生产厂家15年年度商务政策变化趋势是年度性支持、考核额度整体调低，但降低获得返利的难度，降低了各档之间的额度差异，按汽车行业竞争态势及厂家生产规模的持续性，月度、季度阶段性商务政策会加大力度、加快频

次与额度，及时、准确解读、助力厂家考核返利最大化。

3、解读方式：短时、涉点的商务政策与店内沟通、解读，与相关人员进行沟通，以便大家了解政策精髓，针对阶段性或年度重要的政策大范围调整召集相关人员进行研究的方式进行。

(二) 二个创新：

1、运营管理创新项目：衍生创新（从运营管理角度）、管理工具创新。

2、创新内容具体描述：

衍生方面：

A、二手车、衍生业务部采用部门预算模式：对于二手车采用二手车毛利率、新车置换率预算与行业、厂家同口径预算，考虑二手车业务对店内长远发展的重要性，对于走访、出

差专项费用二手车部设费用预算，一方面便于分管部长对费用的把控，使费用最低化；另一方面避免因单方面节省费用，影响二手车业务的长远发展。

B、借助外力培训渠道：针对新的供应商产品及金融政策争取精品供应商、合作金融机构对产品、话术、营销方案的外力培训，为新产品快速过渡、助力量与利的提升。

C、新品促销费用形式创新：争取供应商、保险公司对员工、用户的促销支持政策。

D、销售渠道创新：采用精品、附件、保险产品二次销售模式，采用微信、淘宝等网络销售平台进行销售。

管理工具方面：对原有的14年开发7项经营、管理工具，如集客分

析、客户关系管理、运营评估报告、周工作进度表等继续完善推进。15年重点开发日常跟进、持续闭环控制的与业务相关的管理工具，如销售、服务维修日报表、厂家考核项目推进等新的管理工具，支持店内业务部门特别是新建店实现管理日常化。

(三) 三项细化：

1、细化项目：细化客户管理；细化员工职责与考核；细化各店厂家返利跟踪。

2、细化内容具体描述：

细化客户管理：13年一汽大众东北区年会徐爱群、14年大众、奥迪厂家年会都表达了客户维系的重要性，15年工作中加入从销售的潜在客户、到成交客户；从服务的客户档案、到有效客户档案、客户流失率进行分析、整理。最终被动提升各店服务台次与产值，来提高各店的服务吸收率，为长远的置换及推介的资源积累进行铺垫。

细化员工职责与考核：针对所属二手车、衍生业务部员工对职责进行区分、细化，明确交叉点；考核点细化，用数据与结果评价。

细化各店厂家返利跟踪：针对各品牌商务政策、结合各店主要考核佣金预算，对各项考核佣金与支持返利进行获得额度与比例进行细化汇总。进行同品牌店对标，迫使各店持续提升运营质量。

(四) 四项检视：

1、四项检视项目：运营评价检视闭环控制；标准检查检视闭环控制；服务秘采（飞行检查）检视闭环控制；销售秘采检视闭环控制。

2、四项检查具体内容：

集团统一制定厂家管理考核内控体系管理规定；规定中明确店内内检的方式及周期；确定月度专项会议的目前情况（利用厂家下发数据）、弱势整改项目、样本所属人员，上期整

改实施效果等信息。以文件归档的形式提报至运营管理部；以汇总分析各店差异点及对标，同时对店内指导做到“有的放矢”、“有据可依”。

运营评价、标准检查检视闭环控制：根据15年版本的考核流程及标准，结合15年新增或调整的项目，要求店内、品系内自设或引入第三方对运营评价、质量标准检查设样本量，进行周期性的自检，以确认真实的服务质量。

销售、服务秘采、秘采（飞行检查）进行季度检视：对于销售、服务两大业务部门的销售满意度、服务满意度所涉的占权重最大比重的秘采、秘采项目；要求店内、品系内自设或引入第三方对运营评价、质量标准检查设样本量，进行周期性的自检，以确认真实的服务质量形成数据、弱项、整改实施效果的内控报告，进行持续闭环控制，来提升店实际运营质

GROUP OPERATING

MANAGEMENT IN 2015 WORKING DIRECTION

2010 2009

2013 ultra connect
e-tron

量与厂家的考核结果，助力返利最大化。

（五）五项分析：

经过一年多运营管理工作与各店的沟通及交流，结合自身在店内经营的经验，了解各店第一负责人及部门第一负责人怕什么、怕对标、排序，但也希望通过此种方式获得同品牌店的差异所在，结合店内的需求，15年会以图、表的形式，细化、完善五项分析报告。

1、五项分析项目：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。

2、五项分析项目具体内容：

五项衍生指标月度报告：在14年针对精品、贷款、新保和续保、二手车四项衍生指标月度报告的基础上新增商用车贷款垫付率，形成五项衍生指标月度报告，来帮助店内找到差异、弱项，使衍生项目精细化管理，实现向衍生要利润。

关键经营指标达成率月度报告：在原有的13项关键经营指标的基础上，增加贷款单车收益、保险单车收

益、服务毛利率、库存现金车占比等以质量、利润为导向的17项关键经营指标达成率为主的月度报告，来帮助店内找到差异、弱项，加快改善、调整周期，以适应现在的竞争形式，使管理及时化、日常化。

厂家返利汇总、分析报告：根据15年各品牌厂家的商务政策，结合考核佣金项目及支持项目，制定各品牌的返利汇总、分析报告，来帮助店内找到差异、弱项，加快改善、调整周期，使管理及时化、日常化，实现向管理要效益。

内控质量报告：针对各品牌店的内检、外检结果及各店的整改推进项目实施、持续改进的结果，形成各店内控质量报告，为店内持续改进提供方向性的依据。同时了解不同店之间的差异。

（六）六项整合：

1、六项整合项目：客户资源整合；整车资源整合；经典案例共享；管理经验共享；市场营销整合；保险资源整合与金融机构政策整合。

2、六项整合具体内容：

客户资源整合：集团的客户资源

非常庞大，各品牌店之间从客户产品生命周期及产品升级需求的角度，对客户资源整合势在必行，同品牌店之间、不同品牌同区域之间由集团运营管理部作为协调中枢进行调节，同时对于客户资源保密性及互用后的效果进行规避与评估。

整车资源整合：同品牌内通过共享邮箱每日提报日报表、库存现金车报表的形式进行整车资源共享，使库存消化更加及时、减少资金占用。

经典案例共享、管理经验共享：对于集团内部或同行业内经营管理的经典案例进行集团内部分享，做到一家有家有，一家优大家优的状况，防止各店自行摸索，耗时、耗力。

市场营销整合：针对惠民、T V购等大型车展，以集团的形式进行搭建，对各店资源、宣传、场地进行整合，同时对于参展营销方案及后续实施效果进行评估，以便把有限的成本投入到最重视的点上。

保险资源整合：针对各店的保费规模，对各店间的保费与送修比例，新保、续保返点比例，商用车与乘用车保费共享等进行整合，使利润最大

化。

金融政策整合：借助14年与一汽金融11家单位个贷与批发业务的整合经验，及金额返点的优惠政策，与其它金融机构针对金融政策进行整合。使业务开展与批复更加顺畅。

（七）七项风险控制：

在14年的工作中，集团董事长提到运营管理风险控制责无旁贷、事前控制更重要，针对店内经营存在的潜在经营与管理风险，确定了七项风险控制项目。

1、七项风险控制项目：管理风险控制；整车采购风险控制；销售价格风险控制；产品风险控制；供应商风险控制；合作方风险控制；内部信息风险；系统权限风险。

2、七项风险控制具体内容：

管理风险控制：针对集团各店、衍生业务部、二手车部目前现状，结合工作中出现或可预见的风险，结合集团要求，对各经营项目完善或制定运营相关的业务流程及管理制定，控制管理风险。

整车采购风险控制：结合各经营

单位整车库存深度及车型结构，考虑厂家考核项策，与财务部沟通资金状况，进行整车采购控制。

整车销售价格控制：结合库存现金车台次及资金占比情况，根据市场形式，结合店内需求，对库存现金车、难销车型销售价格权限以集团的形式进行统一申请与审批，控制库存风险。

产品质量风险：针对供应商提供的附件、精品，按品类销量排序，对销量占比大，排序前20%的产品进行价格调研，及新品开发，同时对于店内进行满意度调研，做到季度整新、新产品质量评估，控制产品质量风险。

供应商风险控制：针对供应商的经营形式及资质与集团办公室、审计部一同对供应商进行风险控制，确保合作的长期、稳定性。

合作方风险控制：针对各店整车二网、服务分站合作授信、合作效果进行把关，对效果进行以季度为周期的汇总与评估，优胜劣汰，同时对开发时各店进行资源共享。

信息风险：对于内部公共邮箱、厂家邮箱、微信群、QQ群等用户名、密码、加入批复等与网络信息部、办公室一同把关，防止信息外漏；对于人员离职，调岗，及时将信息与网络信息部沟通，将相应的权限进行取消与调整。

系统权限风险：结合集团各单位，对现用的不同岗位、不同层级的员工的IT系统权限与网络信息部共同确定，杜绝客户资源外漏、结算、取消结算、删减项目等风险。



2015

解放品系

2015年工作方向

LIBERATION LINES WORKING DIRECTION

文 解放品系事业部 陶晓明



序号	解决问题	具体措施	责任人	时间节点
1	员工职业化的提升, 包括着装、劳动纪律, 言行举止。	要求解放品系各店按照集团规定对着装、劳动纪律进行严格管理, 品系将通过各店监控设备和到店指导, 定期对以上内容进行检查、通报。汇总品系管理层考勤情况, 每月5日下发品系管理层以上考核报表, 督促工作。	品系总经理及助理	每月进行检查
2	员工的职业技能提升。	借助厂家或集团资源每2个月对店内骨干进行办公软件和厂家数据分析的培训, 学会用数据说话掌握更多的管理工具。	品系负责组织集团运营管理部及厂家给予支持。	2个月一次
3	解决品系各店管理层工作安排空话多, 不落地的工作方式。	借鉴轿车品牌: 借助品系例会机会对品系管理团队进行培训。好的工作方法: 工作有指标, 指标有分解(人人肩上有指标), 指标有可以落地的具体措施作为支撑, 有检查有考核, 这样管理才能不挂空挡。	品系负责组织(希望集团运营管理部给予支持)	3月底前
4	深耕细作本地市场	本区域市场按区划分, 专人负责, 设立指标, 绩效挂钩。大客户专员对区域大客户分行业管理维护。对本地客户贷款政策给予倾斜, 有利于本地市场份额。销售顾问销售本区域市场提成给予增加。	品系总经理及各店长	持续
5	品系各店进行对标, 找到短板进行改善。	每月将各店的KPI完成情况进行对标, 不论任务完成好坏与否都能找出各店的薄弱环节, 进行持续改善。丹东和新民的服务毛利率比其他各店低是什么原因找出差距。盘锦和铁岭销售规模差不多, 盘锦渗透率高为什么盈利能力却不高。沈阳店和青岛事业部销量最大但是渗透率却很低, 什么原因, 如何改善来实现利润突破等等。	品系总经理及各店长	持续分析改善

15年围绕精细化管理、微创新和衍生方面, 品系还要做好如下工作。

重点工作项目	具体措施	责任人	时间节点
产品差异化	品系成立产品研究小组, 每2个月召开产品会议, 推出适应性产品, 形成差异化。	品系总经理	3月5日前
网络营销	品系制定网络营销方案, 争取网络营销的突破。	品系总经理及助理	已完成
数据化管理	品系将原有的报表进行完善, 每月将各店主要经营指标进行汇总分析并对标, 找到差距, 改善工作。	品系总经理及财务部长	3月10日前完成模板, 每月进行分析。
信贷业务	结合一汽金融新的信贷政策对品系信贷收费标准和贷款条件进行完善, 增加竞争力。寻求其他一网、二网和改装厂的合作, 增加邮政银行的信贷合作, 增加利润。	品系总经理及信用控制部	3月5前新的信贷政策调整完成。
保险业务	1. 要求各店设立专职或兼职人员负责保险业务。 2. 品系对保险业务薄弱店进行业务培训, 包括绩效考核方案, 完成集团新保、续保指标。 3. 针对保险业务制定更加有吸引力的激励方案, 鼓励一线员工推荐保险业务的积极性。	品系总经理助理及保险专员	3月底前完成

集团在2015年给予解放品系很大的支持, 充实了2名品系总经理助理, 经过年初的精心策划, 以及贯穿全年的监督和检查, 努力提升品系执行力, 品系一定会在薄弱店提升、精细化管理、衍生业务突破等方面迈上一个新的台阶。

2015年解放品系的整体工作思路有四项: 帮助薄弱店扭亏; 提升优质店盈利能力; 旗舰店创新、育人; 解放品系的精细化管理。

(一) 薄弱店扭亏

解放新疆店、解放新民店为2014年的亏损店, 针对这两个店制定工作方向如下:

1. 解放新疆店:

派驻销售、服务骨干力量充实到团队中, 实现新疆二网拓展、大客户开发, 同时启动新疆卡车服务业务, 派驻人员加强对当地人员的培训, 尽快实现属地化, 争取2015年实现扭亏。

2. 解放新民店:

与厂家密切沟通, 继续保持小白卸承销优势; 重点开发阜新、朝阳、

锦州等新民周边地区的消费信贷业务; 同时实现新民卡车服务扭亏, 提升团队精神面貌。

(二) 提升优质店盈利能力

1. 解放盘锦、铁岭、丹东店, 一汽通用事业部都处于业绩逐年上升时期, 14年利润接近或超过百万, 2015年将帮助上述各店深入开发当地市场, 做好终端, 提升消费信贷渗透率, 提升本区域市场份额, 进一步增强盈利能力, 争取再打造利润超过200万的店2家。

2. 全面贯彻厂家标准化销售服务流程, 各店争取获得厂家3星级经销商资格。

(三) 旗舰店创新、育人

解放品系旗舰店是指解放沈阳店

和青岛事业部, 2015年工作方向如下:

1. 在产品创新和营销模式(包括消费信贷、网络营销)方面取得突破。

2. 重点做好大客户开发工作, 力争将大客户比例提升为30%。

3. 店内重点做好人员培养工作, 为集团输出成熟的业务及管理人员。

(四) 解放品系精细化管理

多年来解放品系各店一直处于粗放式的管理状态, 2015年解放品系将从以往粗放式管理向精细化管理转变, 从小事简单的事抓起。

大众品牌沈阳区域 2015年工作方向

VOLKSWAGEN BRAND IN SHENYANG REGION IN 2015 THE WORK DIRECTION

文 大众品牌沈阳区域 王占启



一、认清形势、迎接挑战

2015年大众品牌沈阳区域在巨大的市场竞争与压力下，面临严峻的考验和新的挑战，四个店将面临着如下三点挑战：

1.大区要求沈阳市市场份额第一，增加沈阳市5家经销商和新、辽、法三家店的合同量。新、辽、法三店的合同量分别增长了41%、51%、73%。这对沈阳市的销售价格将产生较大影响，竞争会比去年更加严峻。

2.一汽大众商务政策对经销商返利下调，厂家计划完成率、销售满意度等返利预计下降30%以上。

3.沈阳店门前修桥情况将持续到年底，这也是一个不小的挑战。

二、夯实基础、寻求突破

面对着严峻的市场竞争形势，集团董事长提出了2015年“夯基础、迎挑战、寻突破、谋发展”的经营思路，大众品牌沈阳区域按照

集团的经营思路规划了六项重点工作：

- 1.通过四个联合网络营销和体验营销来达到销量目标；
- 2.通过主动邀约提升钣喷来达到维修产值；
- 3.吃透厂家政策，最大限度地获得厂家返利；
- 4.精品及二手车业务改善，提高衍生毛利；
- 5.出租车业务、大客户业务有所突破；
- 6.精细管理，控制费用来超额完成年度的运营指标；

面对挑战首先要做的第一点是夯实基础，以下从几个重点指标入手分别阐述：

首先销售目标整体比去年增长了7.5%，这将主要通过以下三种方式达成：

1. 数字化营销业务：增加网络和人员的投入，同时细化考核，提高网络销售的数量，沈阳店今年的网销规划数量将达到整体销售的40%。



2.整合体验营销车展：2014年四季度新、辽、法参加沈阳的车展取得了比较好的效果，2015年将继续延续，四店共同参加车展、试驾及展示活动，形成强势阵容，营造大活动气场，并设定单店销售目标，合理转换，应用库存资源，配合完整的销售政策规则，提高新、辽、法三店的成交率。

3.提高展厅的成交率：增加展厅的活动频次，收集准客户信息，由市场监控，严格要求销售顾问留档及回访，对销售顾问的成交率进行考核。

其次，服务产值2015年目标同比增长11.45%，主要通过主动邀约、细分服务客户、提升钣喷这三个方面来达到服务产值。

第三，销售毛利，提升销售毛利的措施一共有三项：厂家返利、销售价格、衍生利润。大众品牌沈阳区域把销售毛利按照2015年的预算进行了分解，通过分析得出返利占整个毛利目标的48%。即能否全额获得返利将直接影响这四个店的经营水平。针对上述情况，大众品牌沈阳区域将不同的返利分解并设定了不同的经理来负责，区域会对各个店进行帮扶，确定返利达成的条件，在季度末进行跟踪确保返利的达成，重点确保新民和辽中店在2015年取得明显改善。

针对销售价格，沈阳区域四个店成立销售小组，每个月确定价格去执行。销售顾问采取阶梯提成的办法，借鉴奥迪品牌的捆绑销售的模式，按照展厅经理、销售总监的权限销售整车，价格提成有所不同；针对衍生利润，通过销售顾问的绩效加大挂钩比例这种方式来予以改善。

第四，服务毛利，按照2015年预算将服务毛利进行了分解，其中比例最大的依次是保险事故车、社会维修、厂家的服务满意度、服务配件返利和续保返利，这三项加一起占服务毛利的80%，是能否达成服务毛利的关键，由不同的经理分别负责。服务毛利提升的措施主要通过提升钣喷的毛利率，获得厂家返利，降低维修成本这三个方式来实现。

关于费用控制，总体来说2014年控制得比较好，2015年将继续沿用目前的控制方式，比较重要的费用和各个经理绩效挂钩，让管理层养成费用控制的习惯。

2015年力争在沈阳店出租车业务，主动邀约试点，新、辽、法驾校车、出租车业务三个方面有所突破，同时加大人才培养力度，争取在本年度为集团输出3-5名比较优秀的管理层。

三、再创卓越，精赢未来

2014年的辉煌已经载入集团史册，我们相信，在集团领导的战略部署下，大众品牌沈阳区域全体员工会用激情饱满的态度去精赢未来，再获卓越经销商，在2015年共同创造惠华集团新的辉煌！

CROWN 皇冠

厚积，博发

将者，将来
全新皇冠磅礴登场



2015 第一季度

集团任命管理层名单

2015 THE FIRST QUARTER OF GROUP
APPOINTED MANAGEMENT

集团职能部门				
1	高平	集团	集团财务部	总会计师
2	闫秀丽	集团	集团运营管理部	总监(兼人力资源总监)
3	佟岩	集团	集团财务部	总监
4	关心	集团	集团审计部	总监兼信用控制管理部部长
5	崔秀敏	集团	集团办公室	主任
6	林晓飞	集团	集团办公室	副主任
7	孙学英	集团	集团网络信息部	部长
8	杨翠	集团	集团财务管理部	部长(主管解放品系、备品事业部)兼解放沈阳店财务经理
9	许红	集团	集团财务管理部	部长(主管奔腾品系、红馆、丰田、马自达、保险代理公司、一汽吉林店、租赁公司)兼一汽轿车沈阳区域财务经理
10	刘琦	集团	集团财务管理部	部长(主管大众品系、集团改装厂)兼大众沈阳店财务经理
11	李霞	集团	集团财务管理部	部长(主管奥迪品系)兼奥迪沈阳店财务经理
12	尹丽娜	集团	集团二手车部	部长
13	徐国翠	集团	集团衍生业务部	部长助理
14	马志生	集团	集团	专务经理
15	韩廷成	集团	集团	物产管理经理
16	魏嘉	集团	集团审计部	审计经理
17	孙琳	集团	集团审计部	审计经理
18	唐一平	集团	集团人力资源部	经理(薪酬、绩效)
19	孙薇薇	集团	集团人力资源部	经理(招聘、培训)
集团合资品牌				
1	王占启	大众	大众品牌沈阳区域	总经理兼沈阳店总经理
2	张秋	大众	大众沈阳店	财务主管
3	徐志超	大众	大众沈阳店	销售总监
4	李国松	大众	大众沈阳店	总监助理兼展厅经理
5	王文青	大众	大众沈阳店	总监助理兼金融衍生经理
6	韩迪	大众	大众沈阳店	网络销售经理
7	孟鑫	大众	大众沈阳店	计划订单经理
8	任利刚	大众	大众沈阳店	二手车经理
9	周鹤辉	大众	大众沈阳店	附件精品经理
10	单良	大众	大众沈阳店	大客户经理
11	于贺年	大众	大众沈阳店	服务总监
12	王连聪	大众	大众沈阳店	服务总监助理
13	王强	大众	大众沈阳店	技术经理
14	张东	大众	大众沈阳店	备件经理
15	王铁男	大众	大众沈阳店	保险经理
16	侯胜武	大众	大众沈阳店	车间主任
17	于爽	大众	大众沈阳店	行政主管
18	王昌凤	大众	大众沈阳店	市场经理

19	石静	大众	大众沈阳店	客服经理
20	刘琪	大众	大众沈阳店	人力资源经理
21	岳雪莲	大众	大众本溪店	总经理
22	刘剑	大众	大众本溪店	副总经理
23	高金亮	大众	大众本溪店	财务经理
24	杨荣会	大众	大众本溪店	销售总监
25	王明	大众	大众本溪店	服务总监
26	许有为	大众	大众本溪店	技术经理兼车间主任
27	杨利东	大众	大众本溪店	服务主管
28	周敏	大众	大众本溪店	备件主管
29	孙莹	大众	大众本溪店	行政主管
30	张弘弼	大众	大众本溪店	市场经理
31	孟祥艳	大众	大众本溪店	客服经理
32	刘东明	大众	大众朝阳店	总经理
33	闫海洋	大众	大众朝阳店	财务经理
34	王聪	大众	大众朝阳店	销售总监
35	王悦	大众	大众朝阳店	展厅主管
36	丁凯	大众	大众朝阳店	衍生主管
37	张相生	大众	大众朝阳店	服务总监
38	佟汉吉	大众	大众朝阳店	服务经理
39	周亚利	大众	大众朝阳店	技术经理兼车间主任
40	高东海	大众	大众朝阳店	备件主管
41	贾长明	大众	大众朝阳店	行政经理
42	刘颖	大众	大众朝阳店	市场主管
43	张洪霞	大众	大众朝阳店	客服主管
44	于光	大众	大众品牌沈阳区域	大众品牌沈阳区域副总经理兼法库店总经理
45	马喜平	大众	大众法库店	财务经理
46	赵德民	大众	大众法库店	销售总监
47	付波	大众	大众法库店	衍生主管
48	何朝志	大众	大众法库店	服务总监
49	李慕祥	大众	大众法库店	技术经理兼车间主任
50	刘镇瑞	大众	大众法库店	人事行政主管
51	王俊杰	大众	大众法库店	市场主管
52	钟卓宇	大众	大众品牌沈阳区域	大众品牌沈阳区域副总经理兼新民店总经理
53	曹红凯	大众	大众新民店	财务经理
54	贾东生	大众	大众新民店	销售总监
55	郑昌松	大众	大众新民店	服务总监
56	尹建	大众	大众新民店	技术经理兼车间主任
57	姜晓琳	大众	新民区域	行政经理
58	乔久帅	大众	大众品牌沈阳区域	大众品牌沈阳区域副总经理兼辽中店总经理
59	张雪红	大众	大众辽中店	财务经理
60	吴中明	大众	大众辽中店	销售总监
61	李元	大众	大众辽中店	服务总监
62	周桓	大众	大众辽中店	技术经理
63	刘印玺	大众	大众辽中店	行政主管
64	杨涵轶	大众	大众辽中店	市场客服经理
65	戴庆九	奥迪	奥迪沈阳店	总经理
66	杨明	奥迪	奥迪沈阳店	财务主管
67	李水晶	奥迪	奥迪沈阳店	销售总监
68	郑欣然	奥迪	奥迪沈阳店	二手车总监

69	赵珺	奥迪	奥迪沈阳店	销售总监助理
70	吴朔	奥迪	奥迪沈阳店	精品经理
71	崔岚	奥迪	奥迪沈阳店	销售经理
72	杨林	奥迪	奥迪沈阳店	销售经理
73	阙占英	奥迪	奥迪沈阳店	销售经理
74	褚永	奥迪	奥迪沈阳店	大客户经理
75	王雪	奥迪	奥迪沈阳店	金融保险经理
76	杨延琪	奥迪	奥迪沈阳店	内训经理
77	闻宁宁	奥迪	奥迪沈阳店	计划订单经理
78	张磊	奥迪	奥迪沈阳店	服务总监
79	武猛	奥迪	奥迪沈阳店	服务经理(事故)
80	孙超	奥迪	奥迪沈阳店	服务经理(前台)
81	范海翔	奥迪	奥迪沈阳店	服务经理(质量)
82	丁润东	奥迪	奥迪沈阳店	技术经理
83	邓少华	奥迪	奥迪沈阳店	备件经理
84	王克轩	奥迪	奥迪沈阳店	行政总监
85	王春燕	奥迪	奥迪沈阳店	市场经理
86	张黎	奥迪	奥迪沈阳店	人力资源经理兼客服经理
87	李蓬勃	奥迪	奥迪辽阳店	总经理
88	刘晨晨	奥迪	奥迪辽阳店	财务主管
89	李威	奥迪	奥迪辽阳店	销售总监
90	田鹏飞	奥迪	奥迪辽阳店	衍生经理
91	张龙	奥迪	奥迪辽阳店	服务总监
92	屈欣欣	奥迪	奥迪辽阳店	服务经理
93	王红光	奥迪	奥迪辽阳店	技术经理
94	夏霞	奥迪	奥迪辽阳店	备件经理
95	金好敏	奥迪	奥迪辽阳店	行政经理
96	孙婷婷	奥迪	奥迪辽阳店	市场经理
97	张微	奥迪	奥迪辽阳店	客服经理
98	刘明亮	奥迪	奥迪丹东店	副总经理(主持工作)
99	李春莹	奥迪	奥迪丹东店	财务主管
100	王馨梦	奥迪	奥迪丹东店	销售总监
101	蔡田卓	奥迪	奥迪丹东店	销售经理
102	甄溪莎	奥迪	奥迪丹东店	衍生经理
103	张久林	奥迪	奥迪丹东店	服务经理
104	孙旭明	奥迪	奥迪丹东店	技术经理
105	尚玉新	奥迪	奥迪丹东店	备件主管
106	陈志玉	奥迪	丹东区域	行政经理
107	李英男	奥迪	奥迪丹东店	市场经理
108	侯晓宇	奥迪	奥迪丹东店	客服主管
109	曾繁胜	直管	马自达店	总经理
110	吕德敏	直管	马自达店	副总经理兼销售经理
111	高淑敏	直管	马自达店	财务经理
112	陈平	直管	马自达店	展厅主管
113	王国鹏	直管	马自达店	衍生主管
114	陈泉	直管	马自达店	服务经理
115	孙怀江	直管	马自达店	技术经理兼车间主任
116	李丹	直管	马自达店	服务主管
117	齐艳辉	直管	马自达店	行政经理
118	王法	直管	马自达店	市场经理
119	张宇	直管	丰田店	总经理
120	孟德芳	直管	丰田店	财务经理
121	王宏亮	直管	丰田店	销售部部长(试用期)

122	张恒	直管	丰田店	衍生经理
123	张明达	直管	丰田店	服务部部长
124	孙辉	直管	丰田店	服务经理
125	刘学峰	直管	丰田店	车间主任
126	杨进	直管	铁岭区域	行政经理
集团自主品牌				
1	陶晓明	解放	解放品系事业部	总经理兼解放沈阳店总经理
2	左怡	解放	解放品系事业部	总经理助理
3	王晓光	解放	解放品系事业部	总经理助理(主管服务)兼沈阳店服务站站长
4	矫大鹏	解放	解放沈阳店	副总经理
5	王勇	解放	解放沈阳店	财务主管
6	郝艳东	解放	解放沈阳店	销售经理
7	白晓丽	解放	解放沈阳店	销售主管
8	张楠	解放	解放沈阳店	信贷主管
9	高智强	解放	解放沈阳店	服务经理
10	周莹军	解放	解放沈阳店	车间主任
11	宫晓红	解放	解放沈阳店	事故车主管
12	张宏亮	解放	解放沈阳店	行政经理
13	刘勋	解放	解放沈阳店	市场客服主管
14	王清民	解放	解放新民店	总经理
15	寇敏	解放	解放新民店	财务主管
16	崔永健	解放	解放新民店	销售经理
17	赵永财	解放	解放新民店	信贷主管
18	姜波	解放	解放新民店	服务经理
19	姜晓琳	解放	新民区域	行政经理
20	梁忠宇	解放	解放铁岭店	总经理
21	杨颖	解放	解放铁岭店	财务经理
22	于晓旭	解放	解放铁岭店	销售经理
23	陈小贺	解放	解放铁岭店	服务主管
24	杨进	解放	铁岭区域	行政经理
25	李卫东	解放	解放盘锦店	总经理
26	王维倩	解放	解放盘锦店	财务经理
27	张景涛	解放	解放盘锦店	销售经理
28	沙培源	解放	解放盘锦店	服务站站长
29	姚志波	解放	解放盘锦店	服务主管
30	白强	解放	解放盘锦店	车间主任
31	王波	解放	解放盘锦店	行政经理
32	陶景宏	解放	解放丹东店	总经理
33	付蕾	解放	解放丹东店	财务经理
34	马志超	解放	解放丹东店	销售经理
35	冯登科	解放	解放丹东店	展厅主管
36	程伟	解放	解放丹东店	服务经理
37	陈志玉	解放	丹东区域	行政经理
38	卫学海	解放	解放丹东店	行政经理
39	苏晶宇	解放	解放新疆店	总经理(代理期)
40	代磊	解放	解放新疆店	财务主管
41	马斌	解放	解放新疆店	销售一部主管(代理期)
42	马元	解放	解放新疆店	销售二部主管(代理期)
43	袁建清	解放	解放新疆店	服务经理(代理期)
44	杜永生	解放	解放新疆店	服务主管

45	王俊华	解放	解放新疆店	行政经理
46	刘强	解放	备品销售事业部	总经理
47	刘晓玲	解放	备品销售事业部	总经理助理
48	杨静	解放	备品销售事业部	财务经理
49	姜辉	解放	备品销售事业部盛惠新	财务主管
50	吴宝菊	解放	备品中心	销售经理
51	刘洋	解放	社会项目	销售经理
52	郭勇	解放	锦柴专营店	销售经理
53	周添龙	解放	盛惠新	销售经理
54	孔磊	解放	备品中心	社会市场经理
55	宫庆	解放	备品中心	仓储物流经理
56	张艳华	解放	备品中心	销售副经理
57	吴大伟	解放	青岛车销售事业部	总经理
58	周红	解放	青岛车销售事业部	财务经理
59	杨鑫	解放	青岛车销售事业部	销售经理
60	赵国龙	解放	青岛车销售事业部	大客户经理
61	王美玲	解放	青岛车销售事业部	信贷经理
62	李连超	解放	一汽通用销售事业部	总经理
63	王刚	解放	一汽通用销售事业部	销售主管
64	王剑	解放	运输管理事业部	执行总经理
65	湛丽岩	解放	运输管理事业部	财务经理
66	王晓北	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	总经理
67	倪静	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	副总经理(负责奔腾品牌销售)
68	范静	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	副总经理兼红旗品牌总监(负责红旗店业务)
69	魏莉	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	财务主管(负责二部和红旗)
70	乔来东	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	财务主管(负责一部)
71	吴娜	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	销售经理(负责一部)
72	王可强	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	销售经理(负责二部)
73	宁鹏飞	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	销售经理(负责红旗)
74	李响	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	展厅主管(负责一部)
75	史岩	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	大客户主管(奔腾品牌)

76	刘晓泉	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	区域主管(奔腾品牌二网)
77	孙东菊	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	衍生主管(奔腾品牌)
78	杨硕	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	服务经理(奔腾和红旗)
79	王希	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	服务经理(负责二部)
80	张闯	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	服务经理助理(负责一部)
81	蒙薇	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	备件主管(负责一部)
82	邢瑜	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	备件主管(负责二部)
83	李瑞	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	市场经理(负责奔腾品牌)
84	赵川	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	市场客服经理(负责红旗)
85	刘国莉	一汽轿车	一汽轿车沈阳区域	行政经理
86	杜櫻柳	奔腾	奔腾大连店	总经理
87	邢洪宇	奔腾	奔腾大连店	总经理助理兼销售经理
88	张燕	奔腾	奔腾大连店	财务经理
89	郭锐	奔腾	奔腾大连店	衍生主管
90	郭吉红	直管	一汽吉林店	总经理
91	高霞	直管	一汽吉林店	财务经理
92	石兴华	直管	一汽吉林店	销售经理
93	崔万伟	直管	一汽吉林店	服务经理(代理期)
94	李一平	直管	一汽吉林店	备件主管
95	刘强	直管	集团改装厂	兼总经理
96	高跃	直管	集团改装厂	总经理助理兼车间主任
97	杨进	直管	铁岭区域	行政经理
98	李昱明	直管	国际贸易事业部	兼总经理
99	吕玉良	直管	国际贸易事业部	副总经理兼计划订单经理
100	赵巍	直管	国际贸易事业部	副总经理兼朝鲜业务部经理
101	祝令江	直管	国际贸易事业部	副总经理(主管服务)
102	许中秀	直管	国际贸易事业部	财务经理
103	刘霖	直管	国际贸易事业部	蒙古业务部经理
104	于东绪	直管	国际贸易事业部	延吉业务部主管
105	李鹏	直管	国际贸易事业部	计划订单主管
106	汤玉沈	直管	国际贸易事业部	蒙古业务部综合主管
107	陈锐	直管	租赁公司	经理

人生的——入职感言 一次重大转折

A MAJOR LIFE TRANSITION -- INDUCTION SPEECH

时间过得真快，我来到辽宁惠华集团大众沈阳店已经四个月了，在这短短的四个月时间，我学到很多，感受很多，收获也很多！

选择惠华

我是1983年生人，2006年毕业于加入了兴隆集团，一干就是8年，做零售业的8年让我得到了很好的人生积累，也让我得到了很多锻炼和提升。选择惠华可以说是我人生的一次重大转折，因为要了解一个全新的行业，需要学习的有很多，也会遇到很多问题，但是我相信只有更大的挑战，才会有更大的提升！

在与李总的面试交谈中，我感受到了他对汽车行业的热爱和对汽车行业未来的美好憧憬，这也更加坚定了我加入惠华的决心。

学习提升 快速融入

刚到大众沈阳店开始新的工作，得到了很多领导给我的帮助，王占启总经理在工作中给了我很多指导，明确了学习的方向和重点，明确了工作职责，通过指导让我更快地融入到了团队，并更有效地开展工作。

整个销售部团队也给了我很大的支持，通过考核秘采及展厅管理，我更快地了解了汽车这个行业，通过运营评价，我了解到了汽车行业的标准及规范。正因为有大家的帮助，我才得以快速提升。

重在细节 重在坚持

在担任展厅经理的2个月中，我深刻体会到了细节的重要性。作为展厅经理要关注每一个细节，无论是展厅接待、展厅卫生、运营评价、销售顾问管理等，都需要注重细节的管理，我也在这2个月中不断完善管理

规范和细节，提升展厅整体服务水平和接待能力。我深知在工作中还有很多不足，但是我相信只要坚持不懈地努力去完善，必将会有好的结果。

明确目标 完成任务

通过四个月的时间，我已慢慢融入了惠华，融入了汽车这个行业，在接下来的日子里，我将加快步伐，迎头赶上，带领团队完成领导交给的各项任务，交上一份满意的答卷。

我很幸运能加入辽宁惠华这个大家庭，也感谢集团领导对我的信任，我会更快地融入团队，用火热的激情迎接各种挑战，带领团队创造更大的成绩！

文 大众沈阳店 李国松



I HUI HUA THREE MONTHS

我来惠华

3个月

文 大众本溪店 张弘弼



不知不觉间，我来惠华集团已经快3个月了。2014年对我来说是转变的一年，品牌从福特到一汽大众，工作地点也从沈阳转到本溪，更重要的是，我来到了惠华集团这个更大的平台。时光如白驹过隙，从圣诞节的苹果到新年的鞭炮，再到正月十五的汤圆，一转眼，我在惠华集团迎来了2015年。

关于团队

我是一个注重细节的人，在这里跟大家分享一个关于扫雪的事情。今年本溪的雪下得特别勤，一般都是晚上下雪，第二天早晨停。冬季早晨8:20分打卡，第一次下雪我8:10到店，发现大家已经在扫雪了。第二次下雪我8:00到店，发现也已经有不少销售顾问在门前扫雪了。第三次我早晨7:40就到单位了，我就不信还有人比我早！结果到店时我发现综合部的孙经理已经在清理门前火车道附近的积雪，这样客户开车进店的时候就不会打滑了。

我思考着大家来公司这么早扫雪的原因，如果不爱这里，就不会这么做。通过扫雪一个简单的事情，我看到了大家对公司的热爱，真正把公司当自己的家。这是一个充满爱的团队，相信在这里工作和生活，一定会幸福。

关于服务

一位拄拐的先生跟我讲了这样一个事情：2014年的4月，他来到了我店展厅，当时销售顾问热情的接待了他，他很高兴，买了两台捷达。原来他是本溪一家出租车公司的老板，想买几台车，可是走了几个品牌店，销售顾问看他拄拐进店，都不太愿意接待他，最后来我店，销售顾问很热情，让他很感动。后来他身边的朋友买车，他都推荐来我家买，前前后后为我店带来了8台车的转介绍。

当别人家都在追求客户满意的时候，我们已经在追求感动客户了，有着这样的优质服务，我们不惧怕任何竞争对手！

感恩惠华，让我在成长的道路上有了新的认识，虽然品牌有了变化，一切都是陌生的，但是我会用最短的时间熟悉这里的一切，努力回报集团领导对我的信任！





不积跬步 无以至千里

A JOURNEY OF A THOUSAND MILES
BEGINS WITH A SINGLE STEP

文 奥迪辽阳店 李蓬勃

今年是我入职惠华集团第十个年度。自2005年10月入职奥迪沈阳店任职销售信息员，在近十年的时间里共经历三地七岗，伴随着集团的快速发展和自身多年的积累，我也从一名基层员工成为了一名独立经营单位的负责人。

2005年10月-2012年11月，在奥迪沈阳店我得以不断成长，和很多人一样，入职初期我也曾茫然，也曾找不准目标和方向，是时任部门领导为我指明了工作方向，大胆启用我这个“菜鸟”，让我担任之前一直由销售经理兼任的销售计划员岗位。在工作技能上销售经理手把手教我，为了让我更深刻感受这一岗位所需精神，销售总监除了言传身教，还向我推荐了多部给予我启示的职场经典电影，如《肖申克的救赎》、《卡特教练》等，让我获益匪浅。自此我下定决心一定要做一名让领导放心，让同事

信任的员工。工作中，我本着主人翁精神，积极进取，尽职尽责。为了完成公司交办的紧急任务，我也曾整夜加班，连续工作33小时。这期间，我制定并使用了资金滚动计划表，使采购与付款的互动性更高，通过现金、承兑等不同方式资金的合理使用，降低财务费用和付款压力；做好个性化订单业务，实现资源差异化，额外创造利润，尤其在AGL和Q7两个车型上体现最为明显，单车额外增收逾万元。通过领导的指导和自身坚持不懈的努力，我在工作上逐渐有了些许成绩和积累，也正是因为有了这些积累和集团的平台，我才得以在后来的工作中持续得到提升，先后任职奥迪沈阳店总经理助理、销售总监、奥迪品系执行副总裁助理等岗位。一步一个脚印，一步一个台阶，任职一个岗位就兢兢业业做好一个岗位，这期间我的业务能力和管理能力不断得到提升。

2012年12月-2014年8月，我到奥迪丹东店先后任职项目负责人、总经理，第一次驻外、第一次负责项目建设，随之要面对的工程相关的一系列工作对我这个“门外汉”来讲压力可想而知。这个过程并非一帆风顺，遭遇了诸多的阻力和困难，这期间集团和兄弟店的各位领导都不遗余力地给予了支持和帮助，我也借着这些“东风”成功“借箭”。按照集团董事长的指导，解决了锅炉房建设的问题并实现了如期供暖；通过奥迪沈阳店戴总的帮助，圆满地解决了消防问题；经过多次沟通协调，化解了与周边居民的纠纷，最终实现了花园路店与新建店的顺利搭接，并于2014年12月25日迎来了厂家的验收，2015年1月26日获准正式开业，我也经受住了在项目建设方面的考验。

由于有集团先期在丹东设立花园路过渡经营店的优势，新店在团队组建和员工培养方面非常顺利。奥迪丹东店自正式开业后，整车销售量和服务维修产值均有大幅提升，销售满意度方面更成为东北区唯一一家自开业以来一直保持120分满分全国第一名成绩的奥迪经销商，在质量管理方面得到了区域领导的认可。

2014年8月-至今，我被调任到奥迪辽阳店任职总经理。基于之前的了解和到店后的调查分析，我迅速将整车销量提速、质量考核提档和团队日趋稳定三方面明确为主攻方向并制订了年底目标。在这个过程中，原有的管理团队和全体员工给了我极大的支持。最终实现整车销量9月份突破40台，12月份突破50台，9-12月较1-8月月均提高71%，库存深度由7月底的3降低至12月底的1.15；服务满意度从之前的300名开外至12月份已位居全国第12名，为2015年“质量考核务求第一”的目标打下了基础；为了提高员工满意度和忠诚度，管理团队在管理意识和管理方式上也不断进行调整，期望通过我们奥迪辽阳店整个团队的共同努力，尽快实现扭亏为盈的目标，我们将为此全力以赴。

回首过去的十年，我从一名青涩的大学毕业生成为了惠华集团旗下奥迪4S店的一名总经理，此刻我最想表达的，是感恩之情。感谢集团领导的信任与多年培养，感谢一路毫无保留地指导我的老领导。我深知自己尚有诸多不足，需学习和锻炼的方面还有很多，我会怀着“不积跬步，无以至千里”的心态走在继续努力的路上，带领奥迪辽阳店团队，扎扎实实地迈出每一个脚步，夯实基础，勇于攀登，不辜负我得到的每一份支持和信任，并在团队建设的过程中将其继续传递下去！



我和我的捷达

文 大众沈阳店 张鹤



AND MY JETTA

我和我的全新捷达有很多的故事，经历了近一年的陪伴，捷达已经是我的一个小伙伴了，先秀一下我和小伙伴的照片吧。

其实，在我选择购买全新捷达车之前，也对不同品牌的不同车型进行过对比。开始考虑的是选购一台二手车，但后期得知厂家对全新捷达有贷款贴息的政策，公司内部又可以免除贷款手续费，再加上考虑到全新捷达外观时尚、油耗低、操控性好、实用性高的多种因素，我最终选择了它。总结来说是：开着省心，用着安心。平时出去，有个代步工具非常便捷，为我和我爱人上下班节省了一半的时间。

为人夫、为人父后，我的捷达车里常常有我们一家三口的笑声。自驾游、走亲戚，朋友聚会的次数也都多了起来，想去哪里就开车过去。走走停停，开累了就休息，欣赏欣赏路边的风景。全新捷达陪伴我的这段时间，正是我人生最美好的年轻岁月，在工作打拼的同时，享受一下有车的好日子。捷达车的到来为我的生活开启了新的一个篇章，感谢我的小伙伴——全新捷达。



惠华缘 奔腾梦

LIFE WITH HUIHUA

DREAM WITH BESTURN

文 奔腾大连店 徐楠

作为惠华的一名员工，从2010年10月份到岗到现在，已有四年多的工作经历，生活丰富多彩。从新员工到老员工，从销售部到衍生部，从为人妻到为人母，从无车族到有车一族，惠华见证了我的进步与成长。

2014年，随着宝宝的到来，在产假过后，领导考虑我的个人情况，给我调整了岗位，让我心里倍加温暖。在衍生部负责精品与信贷，虽然没有了一线销售顾问那么大的压力，但从起初的懵懂到现在的游刃有余，其间也经历过很多坎坷，在一次次碰壁中逐渐成熟，慢慢成长。

为了确保在不影响工作的前提下中午能回家照顾宝宝，我也加入了有车一族。我选择了奔腾B50作为我的座驾，由于全款买车压力比较大，因此选择了贷款购车。公司领导给了员工最大的优惠政策，帮助我满心欢喜的提走了我的“小五”。选

择新B50首先是它优雅的轿跑车风格的外观，充满活力又不失稳重，16寸拉丝铝合金轮毂让不了解的人以为是改装的。车的后排空间很宽敞，全家出游的时候乘坐起来很舒服。我最满意的是B50的制动系统，它完美的表现曾经避免了一次交通意外的发生。随着时间的逝去，至今用车已经一年了，越来越感觉到小五带给生活的便利，是它拓宽了我的生活范围，我喜欢我的“小五”，我为奔腾车喝彩！

在经营汽车信贷与精品的路上，我一路走来，还缺乏经验。在未来的路上，我会更努力、更勤快、更细心，争取多出业绩、提升自己的综合能力。自从加入惠华奔腾大连店，不仅对车有了更多了解，增加了人生阅历，对公司也有了更深厚的感情。感谢有你，惠华！



文化篇——人在惠华
HUIHUA
瞬间
IN AN INSTANT



惠华服务，永不止步

CHINA SERVICE, NEVER STOP
——大众本溪店服务部荣誉瞬间

文 大众本溪店 李婷婷

惠华服务，永不止步，是每个惠华服务人的追求。身为惠华集团的一员，对于大众本溪店来说2014年不仅是成长的一年，更是提升之年。在全员的努力下，服务部除了高效的完成了KPI产值，全体员工更是积极努力，提升个人的能力。

在技术经理的带领下，我店机电技师时宏天，孟宪柯参加了由本溪市总工会和运输管理处联合组织的本溪市汽车维修比赛，不仅分别在比赛中取得了第一第二名的好成绩，而且为惠华赢得了本溪市机动车维修行业技能竞赛“星级技工单位”的殊荣，使惠华成为本溪市汽车维修行业的翘楚。



我店在全国ReCK维修案例知识库管理系统中，通过系统实现对全网优秀维修技术经验的分享，打破经销商间技术壁垒，激发员工的学习热情，提高维修效率，持续提升我店技术服务能力。并且为惠华赢得了“杰出管理荣誉经销商”的称号。

服务部索赔员张宇，作为惠华的新人，通过自己的不懈努力和领导的培养，在2014年分别通过了索赔员初级、中级、高级认证。并且在全国800多家企业中，获得了全国第24名的好成绩。

大众本溪店的每个员工在“诚信为根、协作为本、创新为魂、勤奋为路”的企业文化的熏陶下，都在为团队能力的提升而努力。一个人的提升仅是个人的成绩，而团队的提升是集体的进步。在2015年中，我们将加强日常管理，在领导的带领下锐意进取，为惠华争创更高的荣誉！

集智聚力 互通共赢
| 2014.11.19

杰出管理荣誉经销商名单

1	7583704	潍坊广源发达商贸有限公司	庄玉柱	6	7583725	山东永正集团东联汽车城有限公司	翟永常
2	7581207	天津捷通汽车销售有限公司	王德涛	7	7581144	北京北方华联车辆销售服务有限公司	史勇
3	7583207	南通文峰伟嘉汽车销售服务有限公司	俞春雷	8	7581303	邯郸市华迈汽车销售服务有限公司	丁坤坤
4	7581523	赤峰坤能汽车销售服务有限公司	张连月	9	7581306	邯郸市华信泰达汽车贸易有限公司	王修强
5	7583799	山东银座汽车贸易有限公司	姜业军	10	7582109	辽宁惠华集团本溪汽车销售服务有限公司	许有为



ACROSS THE BRILLIANT

AND THE PEAK

跨越辉煌 再攀

巅峰

文 备品事业部 刘晓玲

在惠华集团，有这样一个事业部，他们从期初的几个人发展到现在已形成60人的团队，从年销售额几万元到连续5年年销售额过亿，连续多年获得各厂家的荣誉表彰。集团领导在各阶段高瞻远瞩亲自部署，惠华家人们也为他们的成长提供了有力的支持和帮助。他们每个人始终以不怕苦、不怕累的精神，怀着感恩的心，和集团共同发展、共同进步，他们就是——解放备品事业部。

解放备品事业部的前身成立于1998年，组建时只有2人，主要经营一汽大众备件和解放锡柴备件。1999年申请成立了一汽锡柴配件专营店，2000年一汽大众备件转到大众沈阳4S店，同年解放备件也转到解放沈阳4S店，在满足服务站供应的前提下，开展了对辽宁省内的销售业务，2002年申请了无锡迪贸油品辽宁区域总代理。2003年，申请了曼牌代理。2005年申请成立了解放辽宁备品中心，当时辽宁有2家备品中心，竞争非常激烈。经过1年多的运营，销售体系逐渐完善，市场也慢慢打开，2006年成功收购了另一家辽宁备品中心中大万通，成为了辽宁唯一一家备品中心。同年在沈阳塔湾汽配城成立了盛惠新商店，作为面向社会销售的销售窗口。2007年，申请成为辽宁地区马石油代理商，2008年，业务不断拓展，年销售额已达到4000多万元。2009年9月，在鞍山成立了配件商店，并在绥中建立了二级网络销售。

2009年10月，为更好的发展，整体由原来东陵西路搬迁至现在东北大马路，为备品事业部的发展奠定了坚实的基础。在集团领导的指导下，成立了解放备品事业部，并进行了业务拆分，由原来的整体销售，分为备品组、锡柴组、综合组、仓储物流组、盛惠新商店、鞍山配件商店，工作进一步进行精细

化管理。也正是在这次集团领导的正确决策指导下，备品事业部销量从此一跃腾飞，月销售额第一次突破了500万元，并不断的刷新销量纪录。

2010年，集团董事长在集团高管经营管理会议上提出了“七个一”工程的概念，其中“解放备品销售突破一个亿”，指明了备品事业部全年工作目标。在集团领导的亲自指导下，备品事业部搭建了新的组织架构，成立了市场组、计划组、物流组，形成了品字型支撑结构，盛惠新主攻社会市场，既独立运作又相互呼应。在2010年11月末实现销售一个亿的销量，率先完成了集团“七个一”工程中的一个“一”。

2011年，集团董事长在新年寄语中提出“积极进取、勇于挑战的心态，变革创新的思维方法”的主旋律，为备品事业部当年的工作指明了方向。我们申请成立了青岛备品中心，同时代理密封胶、一东离合器片销售，派各区域市场代表走访调研，主动营销，建立直属的二级网点与合作单位，完善客户档案，制定提升市场销售的商务政策，2011年底，实现销售1.65亿元。

2012年在集团“争第一、创新业，打造惠华第一服务品牌”的战略目标指引下，坚持“开拓市场、主动营销、勇于挑战、敢于创新”的经营理念，深挖配套厂项目，取得了良好的效果。盛惠新也由社会市场的销售窗口发展成为一个集多品牌的综合销售平台，年销售量超过1400万元，到年底最终实现了李总在2011年初提出的备品事业部一年一个样，三年大变样，销量再翻一番达到2个亿的战略目标。

2013年，在集团领导的指引下，解放备品华丽转身，向社会市场要效益，积极开拓市场，成功开发了阜新德欣煤矿公司、本溪钢铁路桥公司、海城后英集团等大客户，通过上门走访密切沟通，最终年提货量超过640万元，社会市场销售额超过整体销售额的40%。

2014年，在受外省低价倾销影响严重的情况下，网络销售渠道客户下沉，各经营项目进行了差异化经营，与多家专业厂达成业务合作，成为项目代理商。主动营销，寻找终端客户，依据厂家促销政策适时促销、细化网络营销方案，制定具体措施与办法并落实责任人。备品事业部社会市场比例持续提升，在2014年的社会市场销量占比超过45%。

2015年初，备品事业部各部门经理多次到塔湾汽配城各经销商进行上门拜访沟通，了解其他商家的价格政策，并根据2015年各个厂家商务政策的对标，制定对各级经销商点对点的抢客、集客等办法和措施，取得了明显的效果，使原已丢失的客户重新回来提货，在1-2月份实现了开门红，销量接近2000万元，社会市场销量同比去年提升了200万元，占比超过51%。

2015年，备品事业部的全体员工将众志成城，再接再厉，深挖经营潜能，不负集团领导期望，力争再上一个新台阶，有信心，也有决心会再创辉煌，为惠华集团做出更大的贡献！



E XPLORATION OF THE ROAD, BE FULLY EQUIPPED FOR

探索之路，整装待发

文 大众法库店 王俊杰

人生总会有许多十字路口，需要勇气去面对选择。2013年5月，我加入了惠华大众法库店。刚进入一个新的环境，心中充满着憧憬，但更多的是忐忑。然而很快老员工无微不至的关怀让我感到这是一家值得我为之全力以赴的公司，年轻的领导班子，充满激情的各个部门，朝气蓬勃的同事们，这一切让我相信惠华大众法库店会飞速的发展。

在最开始，刚刚走出校园的我，除了每天按时上班下班，不迟到不早退之外，不知道每天应该做些什么，但看着老员工忙碌的身影，我决定从认认真真做事开始，一个个活动方案，一个个设计图片，要努力看熟看透。在这里，我学会了步入职场的第一步，要给自己一个合理的定位，尽快转换角色适应工作；当和我差不多一起进入单位的同事一个个开始接客户，而我还在岗位上看着每个活动方案的时候，我领悟到了第二步，在工作中要积极，当领导没有给你安排工作的时候，不要认为休息是理所当然的，可以帮同事做一些力所能及的小事，这样不仅锻炼了自己，也能加深同事之间的感情，同时要积极的寻找机会，发挥自己的特长，这样才能充分发挥自己的能力，既为公司做了事情，也能充分实现自我的价值；由于是学汽车电子出身，在看一些活动方案和设计图时候，难免有些东西不是很明白，从而我体会到了第三点，要勤学好问，碰到自己不懂的问题时，要追根究底问个明白，才能更快的获得知识，更好地适应新环境、新岗位。

2014年，在岳总、于总的带领和每位同事的共同努力下，我们店实现了整车销售855台，服务产值470万的突破，我也在这一年完成了从一个市场专员到市场经理的转变，体会到肩上的担子更重的同时，也认识到自己管理经验的欠缺。从集团内刊上学习到我店于总及大众新民店钟总的成长经历后，我更加坚信，只要努力提高自身能力，一定能够迅速成长起来！

2015年，我已站在探索的新起点上，整装待发，只待为人生崭新的一页写下浓墨重彩的篇章！



A FINE HORSE DASHES WITHOUT A HORSEWHIP

老骥明知桑榆晚，不用扬鞭自奋蹄

文 大众辽中店 赵文宏



我叫赵文宏，今年62岁，已过花甲。但退伍多年，身体还算硬朗，责任心与纪律性依旧。因此有幸加入惠华，目前是咱们大众辽中店的一名保安。虽早已褪去那身神圣的戎装，但持久以来始终以军人的标准严格要求自己。如今工作中更坚守两条，一是尽职尽责，二是爱岗如家！

举例来说，本职外我还在冬季兼职司炉工。公司所用是节能低碳的新型锅炉。但为更好压缩成本，节流降支，业余时间我钻研了两项技术改进：首先根据单位厢房特点，按热值精确计算到每小时的投料量；其次更改鼓风机管道，减少涡流阻滞提高燃烧效率。双管齐下，效果喜人！费用少了，温度升了！还有客户对销售顾问称赞：“窗外二月天，你家赛江南！”事后领导表扬我：“做事如烹小鲜，拿捏温度、恰到好处！”此时，我内心甚感自豪！仿佛得了勋章的战士一般光荣！

另如马年暮春，我将在家精心培育的六种花苗2000余株，以捷达、速腾、迈腾、CC、高尔夫、宝来首字母组合成型，栽种于公司正门迎宾廊两侧。没有适宜花土，便在假日从蒲河边一袋袋背回。没有就近水源，我就一桶桶拎来浇灌。耕耘终有收获期！待到仲夏时节，鲜花万芳竞开，绚丽无比！引得无数来往过客停车驻足，在公司门前摄影留念。当我想到隽秀典雅的惠华标识和猎猎飘扬的大众刀旗能存于他们的手机、相机乃至记忆深处，心中就充满了无限的欣慰。谁知今朝陌路的旅人，不会成为我们明日的贵宾呢！

夕阳虽晚霞更浓，铜钟虽旧振山鸣！

这句送给自己，也勉励惠华其他的“老人”！
让我们发挥最大的光和热，站好每一班岗！爱惠华，呵护它！



2014年7月，我加入了辽宁惠华奔腾大连店这个大家庭，成为了一名销售顾问。来到公司后，一切都从零开始，作为刚入职的新员工，我参加了公司的培训和实际演练，不仅学到了奔腾以及竞品的产品知识，在实际演练中还学以致用，通过体验不同的角色，练习换位思考的能力。扮演顾客时，我能体会到顾客想从我这了解到什么；作为销售顾问时，我实践了完美接待流程以及八个利润点的话术应对；当评委时，我会认识到我平时的不足之处，在之后的工作中加以改进。在领导和同事的帮助下，我通过了一次次考试，融入了一线销售的团队，也从中体会到，不管是做事还是做人，都要给自己设定一个高目标，在公司考验你的时候，也要考验自己，不断的挖掘自己本身的潜在能量。

在展厅接待的第一个客户让我印象深刻，他是外地人，也姓李，他的爸爸是在外地看好了X80这款车，他和妻子只是过来了解一下，还并没有买的打算。从进门开始我就按照SSP流程做了详细介绍，因为姓氏相同，我们之间的距离也拉近了许多。了解了他们的需求后，我做了详细的关于车的介绍，解答了他们所担心的问题。两个人都说对于车不是很了解，于是在介绍车的同时，我也加入了一些我自己的个人观点，我们谈了足足有一个小时的时间，对于我的讲解他们都很认同，在之后有任何问题都会打电话向我询问。某一天，他带着全家人来到了我们店里，向家人介绍了我，说都是一家人，当时我真是有一种是自己的亲人来买车的感觉。最后我得到了他们全家人的认可，在我这里购买了X80这款车，后期我们不管是在电话中，还是见面都很亲切。作为销售顾问，我所要做的不仅是销售产品，而是要让客户接受和认可我，认可产品的利益点。在完成了八个利润点的同时，也会提高客户满意度。

在惠华奔腾大连店的这段期间，我经历了大大小小的活动、车展，让我印象最深的是大连国际车展，这也是我来到奔腾大连店参加的第一个大型车展。我连续奋战了五天，希望收获好的业绩，每天都是在最早的时间到会展，不间断地面对形形色色的顾客，一刻不能休息。8月是大连夏天当中最热的月份，我们顶着烈日完成了一笔笔订单，领导也在我们身边忙碌着，没有一刻休息的机会，在我们忙不过来的时候领导也会帮我们接待顾客，忙前忙后。在车展结束的那一刻我真的是累倒了，加上烈日当头，自己头晕呕吐不止。但五天的奋斗后，终于拿到了一个还算满意的成绩，又觉得这一切都是值得的。

对我来说，奔腾大连店是一扇通往幸福的大门，我带着对幸福的憧憬和追求，付出着汗水，无怨无悔的坚守在自己的岗位。愿跟随惠华一起去看我们最美的风景！

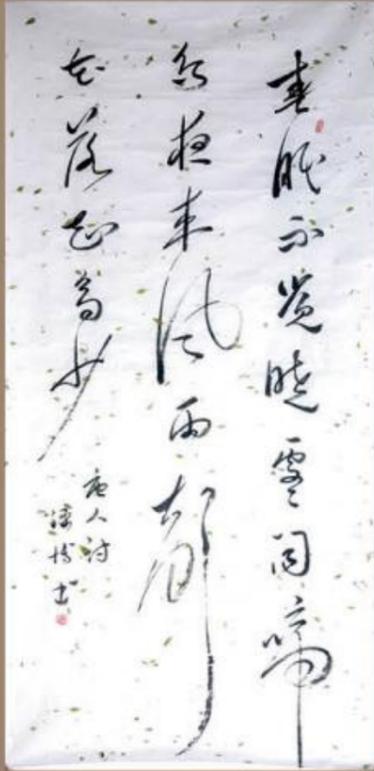
MY LIFE 我的惠华生活 HUIHUA

文 奔腾大连店 李贞素



岁月无声
THE YEARS
品味
TASTE

Taste 品味



图为奥迪丹东店李春莹的书法作品



图为奔腾铁西店鲁少磊的宝宝



图为大众新民店孙明月（女）的婚纱照



图为大众沈阳店王琛（男）的全家福



新佳宝V77 新佳宝V75

全新微客四好标兵

好看·好用·好省·好安心



辽宁惠华汽车集团 辽宁一汽贸易有限公司
地址：沈阳市大东区东陵西路17号 电话：024-88440588



NEW SAGITAR STARTED PRE- SALE QUALITY

以质取胜 新速腾全面启动预售

文 大众沈阳店 王昌凤



一汽-大众新速腾3月11日启动预售

问世九年，速腾品牌开创并引领A+市场

外型、内饰更显时尚、精致，为消费者带来越级感官体验

动力系统全面升级，在提升畅快驾乘感受的同时，也进一步节省燃油成本

据一汽-大众消息，全面升级的一汽-大众新速腾，于3月11日启动预售，现已全面接受预定。

速腾品牌自诞生之始就专注于最新德国工艺与现代动感造型的完美结合，以设计与性能的创新融合为品质注入了新的内涵，确立了其在中国A+级市场的标杆地位，深受都市精英人群的青睐。

新速腾不仅传承了德国大众汽车的精髓，更为满足中国消费者的需求而进行了全面品质升华，在创新设计和动力升级方面成果显著；在外观、内饰上，新速腾融入了大量大众新一代MQB平台的设计元素，不仅完美诠释出速腾品牌固有的时尚、动感气质，也更显精致和大气；在动力方面，新速腾全面升级为大众EA211系列发动机，包括一款1.6L自然吸气发动机和两款1.4L TSI涡轮增压发动机。新速腾的推出，不仅是德国大众造车理念精髓的最新体现，也将A+级车的品质提升到一个全新高度。

质领新标准 速腾品牌引领A+市场

自2006年诞生之日起，速腾品牌便以性能与设计的完美融合，为品质注入了新的内涵，也确立了自己在在中国A+级市场的标杆地位；2012年，全新换代的新一代速腾又以其浑然天成的简约之美，将包豪斯设计理念的艺术魅力展现在世人面前，并以远超对手的产品实力，成为A+级汽车市场销量第一品牌。

2015年，进入速腾问世的第九个年头，凭借卓越的品质、领先的科技、出众的性能，速腾品牌累计销量已超过130万辆，书写了A+级市场的纪录，持续加冕细分市场冠军。

在2014年11月的广州车展上，速腾家族迎来了最新成员——新速腾。传承德国大众汽车精髓，秉持严谨造车理念，此次即将上市的新速腾，无论在外型风格、内饰设计，还是驾乘感受、卓越品质，都将质感体验进一步升华，为A+级市场带来新的突破。

简约精致 引领时尚品质潮流

新速腾由德国大众和一汽-大众设计团队精心打造，新一代MQB平台的设计元素的融入，使其无论是整体的风格，还是前灯组、尾灯组以及侧面轮廓等细节的设计，都完美地呈现出包豪斯风格的艺术魅力。

在车身尺寸上，新速腾的车身长度增加了11mm，使车身显得更加硬朗、动感和矫健。同时，针对用户对

造型的不同喜好，新速腾还提供了4种不同样式的铝合金轮毂，使其更显时尚和动感。

新速腾的前脸保持了大众品牌独有的风格，前保险杠造型运用了全新的造型设计理念，底部配以镀铬装饰条进行修饰，与进气格栅呼应，视觉上拉宽了整车比例，更显修长、从容；三横幅式进气格栅加上镀铬装饰设计，彰显出“VW品牌”独有的血缘和身份。

前大灯多达15颗LED灯组成的L形日间行车灯镶嵌于内，层次分明，极具视觉冲击力。而全系标配全LED尾灯则极大地满足了消费者对于时尚造型以及丰富功能的尾灯需求。其中，位置灯采用与奥迪车型相同的设计，呈现均匀的带状；转向灯在主副尾灯上采用分布式LED设计，相比灯泡不仅更白更亮，而且降低功耗、节能环保，极大提升了整车档次。

此外，大众新一代MQB风格设计语言在新速腾的内饰方面也得到了更多地体现，包括运动风格多功能方向盘、豪华内饰氛围灯、Alcantara真皮运动座椅等新的内部装备，以及大面积的钢琴漆高亮黑元素与镀铬装饰条的巧妙应用，将为用户带来非凡的驾乘体验，实现质感与舒适的双重提升。

全新动力 驾控感受更加出色

新速腾对动力系统进行了升级，采用了动力性、燃油经济性更加出色

的EA211系列发动机，包括一款1.6L自然吸气发动机和两款1.4L TSI涡轮增压发动机。

1.6L自然吸气发动机的最大功率由77 kW提升到81kW，并且发动机的自重降低了17kg，有效的实现了减轻车辆负载，为驾乘者带来了更加畅快的驾驶体验的同时，也节省了燃油消耗。值得一提的是，在1.4L TSI发动机中，新速腾新增了一款1.4TSI高功率版发动机，该发动机的最大功率达到110kW，同时在1750 r/min~3000 r/min的转速区间内可持续迸发出250N m的峰值扭矩。全新的发动机配备，在为新速腾带来了更加优秀的动力表现的同时，进一步提升了燃油经济性。

此外，新速腾丰富的科技配置也实现了全面升级，具备离/回家功能的前大灯、无钥匙进入与启动系统、触控式彩色大屏幕GPS导航、定速巡航科技装备等，给用户带来了更加愉悦的操控体验。

原汁原味的德系血统、精湛的制造工艺、领先的科技装备，速腾凭借出众的产品力和良好的口碑赢得了众多用户的青睐。2014年，速腾以30万辆销量的市场表现，成为A+级市场无可争议的销量冠军。而新速腾的推出，将再次提升速腾品牌形象和产品价值。

新速腾车身 更显硬朗、动感和矫健



MQB风格内饰
实现质感与舒适的双重提升

三横幅式进气格栅
配合LED日间行车灯，
大气之余，更具视觉冲击力



新速腾外观内饰、动力操控
实现全面升级