第一图书网, tushu007.com

<<汽车维修业务接待>>

图书基本信息

书名：<<汽车维修业务接待>>

13位ISBN编号：9787121073441

10位ISBN编号：7121073447

出版时间：2008-9

出版时间：电子工业

作者：金加龙 编

页数：231

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

前言

汽车维修服务业是为汽车使用者提供服务和保障的行业。
现在很多汽车维修企业十分注重规范化服务，都建立了宽敞明亮的业务大厅，客户接待达到“星级”服务标准，并实行明码标价，建立电话回访制度，实行24小时服务，提供汽车救援抢修服务。
“无条件地为客户提供满意的服务”已经成为汽车维修企业经营的目标。
在维修服务核心流程中，维修业务接待是一个非常重要的工作岗位。
汽车维修业务接待作为汽车维修企业的“窗口”，代表着企业的形象。
客户在接受服务时，把业务接待服务质量的高低、维修估价是否合理、收费结算过程是否流畅作为衡量企业形象好坏的标准。
客户通过维修业务接待可直接感受到企业的服务质量和维修质量，从而影响客户对汽车维修企业、对品牌的满意度和忠诚度。
近些年来，几乎所有的汽车维修企业都设立了汽车维修业务接待员。
实践也证明，训练有素的业务接待员都给本企业带来了丰硕的经济效益和社会效益。
汽车维修业务接待员这一岗位越来越显示出其必要性和重要性，也越来越受到汽车维修行业管理部门与企业领导的关注和重视。
本书是专门为汽车维修业务接待岗位编写的教材。
本教材通过对汽车维修服务市场的实际调研及汽车服务行业专家的参与指导，从大量汽车维修企业特别是汽车4S企业对于汽车维修业务接待岗位实际所需的知识与能力出发，内容涵盖了要成为一名合格的汽车维修业务接待员所必需的知识，主要包括汽车维修业务接待的素质与职责、优质服务的礼仪与接待技巧、汽车维修制度、汽车维修合同、汽车配件知识、维修收入与维修合同、三包索赔与机动车辆保险知识、财务知识、汽车维修接待软件使用与维修服务核心流程等内容。
本教材由浙江交通职业技术学院金加龙主编，浙江交通职业技术学院陈蕾、张杰、郭宏伟和吕凤军参加编写。
其中金加龙编写绪论、第1章、第2章、第10章、第11章，以及收集全部附录；陈蕾编写第3章、第4章；郭宏伟编写第5章、第9章；张杰编写第6章；浙江之田(广州本田)汽车销售服务有限公司配件部经理的叶先进编写第7章；吕凤军编写第8章。
本书由浙江交通职业技术学院陈文华和浙江金丰汽车维修服务有限公司副总经理张洪军担任主审。
在本书编写的过程中，得到了浙江金丰汽车维修服务有限公司、浙江之田(广州本田)汽车销售公司、绍兴五云丰田汽车销售服务有限公司、绍兴华润丰田汽车销售服务有限公司、浙江万国汽车销售公司、绍兴恒泰科技有限公司(恒泰汽车维修软件)与浙江交通职业技术学院等单位和专家给予的大力支持和无私帮助，在此谨致谢意。
另外，在编写过程中，参考了国内外有关的论著、教材和报刊杂志，在此谨致谢意。
由于编者水平有限，时间仓促，书中难免存在疏漏和不足之处，恳请读者和业内专家批评指正。

第一图书网, tushu007.com

<<汽车维修业务接待>>

内容概要

针对汽车维修业务接待员岗位应掌握的知识进行翔实的介绍，主要包括汽车维修业务接待的素质与职责、优质服务的礼仪与接待技巧、汽车维修制度、汽车维修合同、汽车配件知识、维修收入与维修合同、三包索赔与机动车辆保险、财务知识、汽车维修接待软件的使用与维修服务核心流程等内容。

《汽车维修业务接待》立足实际、内容全面、条理清晰、通俗易懂、实用性强。

《汽车维修业务接待》可作为高职高专院校汽车技术服务与营销、汽车运用技术、汽车运用与维修，以及汽车电子技术等专业的教材，也可作为汽车维修业务接待员培训教材，同时亦可供汽车维修企业管理人员和检验人员参考。

第一图书网, tushu007.com

<<汽车维修业务接待>>

书籍目录

绪　论思考与练习第1章汽车售后服务1．1汽车售后服务概述1．1．1汽车售后服务的基本概念1.1. 2汽车售后服务的内涵1．1．3汽车售后服务的主要特征1．1．4我国汽车售后服务现状1．1．5汽车售后服务业的发展对策1．1．6创新型汽车售后服务模式1．2汽车维修业务接待1．2．1汽车维修业务接待的作用1．2．2汽车维修业务接待应具备的条件1．2．3汽车维修业务接待的素质要求1．2.4汽车维修业务接待职业道德规范1．2．5汽车维修业务接待员的职责1．2．6汽车维修业务接待员的职业准则思考与练习第2章服务理念2．1企业文化2．1．1企业文化的内涵2．1．2企业文化建设2．2企业精神2．3企业形象2．3．1企业形象的要素与特征2．3．2企业形象的作用与树立2．4客户期望和客户满意理念2．4．1客户期望理念2.4．2客户满意理念2．5 5S活动2．5．1 5S的内容2．5．2实施5S的目的2．5．3 5S活动推行步骤2．5．4 5S的效果2．5．5 5S推行要领2．5．6 5S检查要点2．5．7 5S管理规范表思考与练习第3章服务礼仪3．1礼仪3．1．1礼仪的定义3．1.2礼仪的基本原则3．1．3礼仪的作用3．2基本礼仪3．2．1仪容仪表3．2．2基本仪态3．2．3基本礼仪规范3．2．4职场礼仪3．3业务接待礼仪规范3．3．1基本举止规范3．3．2基本礼仪要求3．3．3电话礼仪要求思考与练习第4章客户接待的技巧4．1接待客户的准备4．2言谈的技巧4．2．1言谈的原则4．2．2交谈的内容4．2．3交谈的方式4．3倾听的技巧4．3．1倾听的目的4．3．2倾听的注意事项4-4与客户沟通的技巧4．4．1与客户沟通的原则4,4．2与客户沟通的要点4．5处理异议的技巧4．6处理客户投诉的技巧4．6：1接待客户投诉的技巧4．6．2处理愤怒客户的技巧思考与练习第5章客户关系管理5．1客户关系管理概述5．1．1客户关系管理的内容5．1．2客户关系管理的理念5．1.3客户关系管理的意义5．2客户满意与客户关怀5．2．1客户满意分析5．2．2客户满意因素一5．2．3客户关怀的基本原则5．2．4客户关怀的要点5．2．5客户与企业关系的处理5．3客户档案管理5．4会员折扣管理5．5会员积分管理5．6跟踪回访管理5．7短信群发管理5．8紧急救援管理思考与练习第6章汽车维修管理6．1汽车维修制度6．1．1汽车维护制度6．1．2汽车修理制度6．1．3汽车维修工种6．1．4汽车维修工艺6．2汽车维修质量控制6．2．1汽车维修质量控制的基本条件6．2．2质量控制的工作内容6．3汽车维修设备简介6．3．1发动机故障诊断设备6．3．2底盘故障诊断设备6．3．3汽车电控系统诊断设备6．3．4汽车维护设备6．3．5汽车修理设备思考与练习第7章车辆识别与汽车配件管理7．1车辆识别7．2汽车配件基本知识7．2．1汽车配件的分类7．2．2汽车配件的标识7．2．3汽车配件的编号7．2．4．汽车配件成本的核算方法7．3汽车配件的管理7．3．1配件的采购管理7．3．2配件的进货管理7．3．3配件的库房管理7．3．4．配件的发货管理7．3．5仓库条码管理系统简介思考与练习第8章汽车维修合同与财务结算8．1汽车维修合同8．1．1汽车维修合同的特征与作用8．1．2汽车维修合同的主要内容8．1．3汽车维修合同的使用8．1．4汽车维修合同的填写规范8．1．5汽车维修合同的鉴证与仲裁8．2财务结算8．2．1一般财务知识8．2．2汽车维修价格结算的基本知识8．2．3汽车维修价格结算的计算方法8．2．4．汽车维修价格结算常用单据思考与练习第9章汽车售后服务管理软件9．1汽车售后服务管理软件的选择与使用9．2软件的基本功能介绍9．2．1系统的特点9．2．2系统的进入9．2．3接车”9．2．4．车间的调度9．2．5库房的管理9．2．6结算9．2．7统计查询思考与练习第10章车辆三包索赔和车辆保险理赔10．1车辆三包概述10．1．1车辆三包的定义10．1．2车辆三包的原则10．1．3车辆三包质量担保期10．1．4车辆三包内容的告知10．2车辆三包索赔10．2．1车辆三包索赔的意义10．2．2车辆三包索赔的内容10．2．3车辆三包索赔的条件10．2．4车辆三包索赔的形式10．3车辆保险理赔10．3．1机动车辆保险概述10．3．2机动车辆保险的种类10．3．3机动车辆的投保10．3．4保险车辆理赔的流程10．3．5保险车辆维修的流程思考与练习第11章汽车维修服务流程11．1客户招揽11．2预约11．3接待11．4维修作业11．5竣工检验11．6结算／交车11．7跟踪回访服务思考与练习附录A中华人民共和国价格法附录B中华人民共和国消费者权益保护法附录c汽车维修合同实施细则附录D道路运输车辆维护管理规定参考文献

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

4. 如何做到让客户满意 (1)掌握客户的心理需求。
客户一般有这些心理，担心被骗、烦躁、忧虑、赶时间，关心技术与质量，考虑价格、环境、方便与否，有被尊重的需求。
(2)掌握客户满意度的标准。
1)技术要求。
送车来修的客户第一条最基本的要求是要“一次性修好”，要确保维修质量，做到为客户一次性修好车，很多人会想到建立特约维修站或4S连锁经营企业。
这类企业的维修车种单一、专业化程度高且维修质量有保证。
但对于大多数维修企业而言，不可能都建成这样的企业，更何况目前这类企业也存在着因维修车种的社会保有量小而带来的业务量不足等问题。
因此，全面提高企业的优质服务水平，才是企业发展的唯一出路。
汽车维修企业要生存发展，受形势所迫，首先必须能为客户提供“一次性修好”的服务。
在这方面，由于汽车工业技术的飞速发展，特别是由于电子技术和各种新材料、新工艺在汽车上的广泛应用，促进了现代汽车维修技术的发展。
这给企业人员素质、维修技术及工艺和企业管理等方面都带来了挑战。
在这种形势下，汽车维修企业要尽快为自己培养出一支高素质的、稳定的现代汽车维修骨干队伍就成了当务之急。
要培养适应现代汽车维修的“机电液一体化”人才，不能仅局限于师徒制培养模式。
企业经营决策者要选择一批有一定机械和电子技术理论基础，有志献身于汽车维修事业的大中专毕业生，让他们到生产一线去磨炼，把学到的基础理论与实际工作结合起来，逐步做到会使用先进的检测设备，熟知各种车型的故障机理，成为合格的机电一体化人才，替代那些只掌握传统维修技术的老师傅。
2)价格要求。
有人说：“客户的满意度取决于他们所希望的水平和实际结果之间的差距。
”在接待客户的工作中，除了要有礼貌、友善和关注之情，能提出专业方面的建议，能承诺有把握的交车时间等以外，为客户做出合理的服务收费估算，是赢得客户信任的第一步。
服务收费估算是否正确，反映了汽车维修企业经营管理的水平和接待员业务素质的高低。
对于一般的维修作业项目，一个训练有素的接待员，做维修工时费用的估算不会有太大的困难，但要对配件更换做出预测并报出相应的价格，就要有相当的业务水平了。
总之，估算出来的配件价格，要经得起客户的市场调查和比较，通过比较让他知道这里的报价给他带来了实实在在的利益。
除非维修过程中出现合同范围以外的大问题，收费估算应该与最后的竣工结算做到八九不离十。
与那种“进门千般好，结账吓一跳”的做法相比，这种建立在科学管理与诚实待客基础上而得出的收费估算，可使客户对收费的满意度显著提高。
3)时间要求。
汽车成了代步工具后，客户没有车用，就像人没有了脚一样，难怪不少客户在送车时要反复叮嘱“几点几分我一定要来提车”。
在修车合同中一定要将有把握的承诺交车时间写上，凡拖延交车时间给客户带来的麻烦，不是靠一句简单的“对不起”就能遮盖过去的。
就客户而言，他可能就因为拖延的这几分钟得罪了他要去接待的客人，失去了一笔业务，甚至影响了一件重大公务的完成。

第一图书网, tushu007.com

<<汽车维修业务接待>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com