



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定



扫描二维码
共享立体资源

汽车维修 接待实务

(第二版)

工作页式教材

中国汽车工程学会汽车应用与服务分会组织编写

汽车维修接待实务

(第二版)

总主编 陈永革 主编 郑超文 张红梅

总主编 陈永革
主 编 郑超文 张红梅

北京出版集团
北京出版社

北京出版集团
北京出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车维修接待实务 / 郑超文, 张红梅主编. —2 版
— 北京: 北京出版社, 2020.9 (2023 重印)
ISBN 978-7-200-15911-0

I. ①汽… II. ①郑… ②张… III. ①汽车维修业—
商业服务—高等学校—教材 IV. ① U472.31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2020) 第 197343 号

汽车维修接待实务 (第二版)

QICHE WEIXIU JIEDAI SHIWU (DI-ER BAN)

主 编: 郑超文 张红梅

出 版: 北京出版集团

北京出版社

地 址: 北京北三环中路 6 号

邮 编: 100120

网 址: www.bph.com.cn

总发行: 北京出版集团

经 销: 新华书店

印 刷: 定州启航印刷有限公司

版印次: 2020 年 9 月第 2 版 2022 年 12 月修订 2023 年 1 月第 2 次印刷

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 13

字 数: 249 千字

书 号: ISBN 978-7-200-15911-0

定 价: 39.00 元

教材意见建议接收方式: 010-58572162 邮箱: jiaocai@bphg.com.cn

如有印装质量问题, 由本社负责调换

质量监督电话: 010-82685218 010-58572162 010-58572393

目录

学习工作页

学习单元一 汽车维修接待的准备	/ 2
学习任务一 汽车维修接待服务意识的确立	/ 2
学习任务二 客户预约服务的认知	/ 5
学习任务三 汽车维修接待的准备	/ 10
学习单元二 汽车维修业务接待	/ 17
学习任务一 客户来店接待	/ 17
学习任务二 环车检查与车辆问诊	/ 21
学习任务三 车辆救援服务的认知	/ 26
学习任务四 维修增项服务的认知	/ 31
学习单元三 结算与车辆交付	/ 36
学习任务一 维修质量检验	/ 36
学习任务二 结算与交车流程的认知	/ 40
学习任务三 保修索赔	/ 44
学习任务四 保险理赔	/ 47
学习任务五 客户异议处理	/ 51
学习单元四 维修服务跟踪	/ 54
学习任务一 服务跟踪回访	/ 54
学习任务二 客户抱怨处理	/ 59
学习任务三 客户忠诚的维护	/ 63

学习单元五 维修投诉处理	/ 68
学习任务一 客户投诉原因分析	/ 68
学习任务二 投诉处理方法与技巧的使用	/ 73

学习参考

学习单元一 汽车维修接待的准备	/ 78
学习任务一 汽车维修接待服务意识的确立	/ 78
学习任务二 客户预约服务的认知	/ 83
学习任务三 汽车维修接待的准备	/ 88

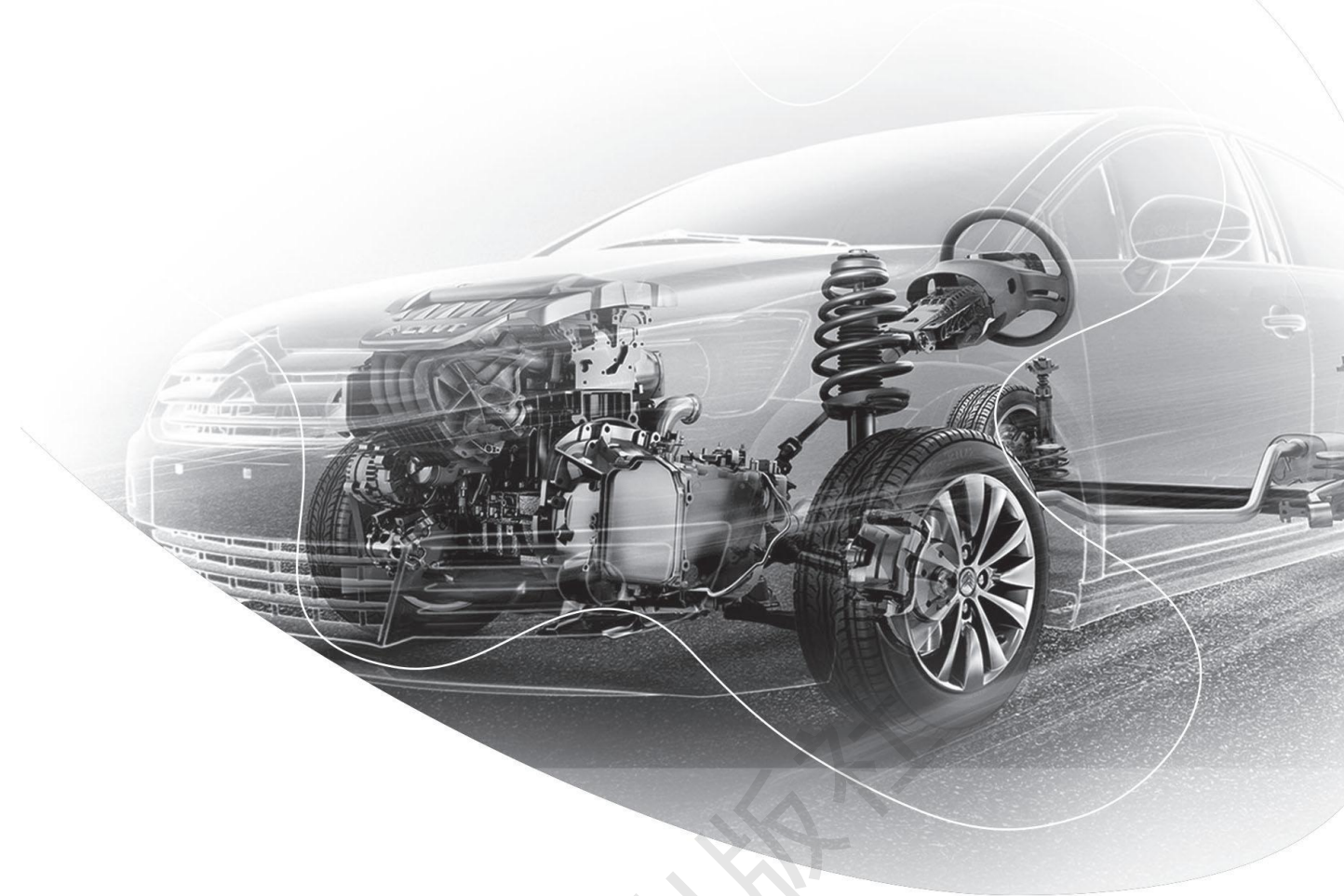
学习单元二 汽车维修业务接待	/ 100
学习任务一 客户来店接待	/ 100
学习任务二 环车检查与车辆问诊	/ 103
学习任务三 车辆救援服务的认知	/ 112
学习任务四 维修增项服务的认知	/ 117

学习单元三 结算与车辆交付	/ 123
学习任务一 维修质量检验	/ 123
学习任务二 结算与交车流程的认知	/ 130
学习任务三 保修索赔	/ 140
学习任务四 保险理赔	/ 154
学习任务五 客户异议处理	/ 164

学习单元四 维修服务跟踪	/ 170
学习任务一 服务跟踪回访	/ 170
学习任务二 客户抱怨处理	/ 172
学习任务三 客户忠诚的维护	/ 177

学习单元五 维修投诉处理	/ 189
学习任务一 客户投诉原因分析	/ 189
学习任务二 投诉处理方法与技巧的使用	/ 193

参考文献	/ 196
-------------	--------------



学习工作页

学习单元一

汽车维修接待的准备

汽车维修接待的准备是维修接待工作的预热阶段。专业全面的维修企业售后服务认知、准时贴心的客户预约服务、亲切良好的个人形象与专业素质、有序温馨的维修服务工作环境是获取客户信任、展现企业形象、提升客户满意度的开端。通过本单元的学习，学生能根据企业要求做好客户预约服务工作，妥善管理个人形象，熟练运用服务接待礼仪来提升服务能力，能根据企业标准布置与整理服务接待工作环境；同时主动学习与工作内容相关的政策与专业知识，努力提高自己的职业素养。

学习任务一 汽车维修接待服务意识的确立

任务描述

随着上海大众汽车在 A 市保有量的增加，原有的几家 4S 店已经不能满足 A 市客户的需要，因此上海大众汽车 ××4S 店的一家新店开业，同时该 4S 店也招聘了一批新员工，售后服务部张经理通知正在接受岗前培训的新员工维修接待人员小王，要求他在培训过程中了解汽车维修企业售后服务行业的现状，认真学习《中国汽车企业售后服务行为准则》等相关知识，并根据自己所掌握的相关知识及资讯，培训结束时在全体新员工面前阐述汽车维修接待人员如何进行服务。

学习目标

1. 能简述汽车维修企业售后服务行业的发展历程和现状。
2. 能根据汽车维修企业标准与规定，叙述我国汽车行业对汽车售后企业以及维修接待人员的要求。
3. 初步养成良好的服务意识，能以良好的心态去适应新的岗位。



学习准备

一、知识准备

1. 汽车维修接待的定义。(查阅学习参考“学习单元一 学习任务一”)
2. 汽车维修接待人员服务意识的培养。(查阅学习参考“学习单元一 学习任务一”)
3. 我国汽车行业对维修接待人员的要求。(查阅学习参考“学习单元一 学习任务一”)

找出任务描述中的关键词,通过查阅“学习参考”,对应整理出完成该任务所需要的知识点和技能点,并填于表 1-1-1 中。

表 1-1-1 完成该任务所需要的知识点和技能点

知识点	1.
	2.
	3.
技能点	1.
	2.
	3.

二、工作场所

维修服务接待一体化教室。

三、工作器材

汽车维修售后服务行业相关资讯、可以上网的电脑若干台、制作展板所需的大白纸、记号笔、白板等相关材料。



计划与实施

- 一、张经理按任务描述要求现场给小王布置工作任务。
- 二、在教师的引导下分组,以小组为单位学习相关知识,并回答下列问题。
 1. 什么是维修接待?
 2. 汽车维修接待人员的服务意识应如何培养?
 3. 我国汽车行业对维修接待人员有哪些要求?



评价与反馈

一、学习效果评价

1. 简述题

(1) 刚进入工作岗位的小王在工作中发现只需要按照客户的要求完成任务，客户就会满意地离开，当一名维修接待人员太简单了。你觉得小王这种看法对吗？请阐述理由。

(2) 随着中国汽车行业的发展，客户对售后服务提出了越来越高的要求，请问维修接待人员应该如何适应现状？

2. 技能考核

结合汽车售后服务评价体系，阐述汽车维修接待人员如何进行服务，并填写表 1-1-2。

表 1-1-2 学生实践记录表

班级		企业名称	
姓名		实践岗位	
学号		实践场地	
实践项目		实践设备	
实践流程			
结果分析			
防范措施			
自我评价	良好 ☐ 合格 ☐ 不合格 ☐		
教师评价	良好 ☐ 合格 ☐ 不合格 ☐ 教师姓名：_____ 年 月 日		

二、学习过程评价

1. 结合学习任务，各小组选派一名代表阐述汽车维修接待人员应如何为客户提供

服务，其他小组结合汽车售后服务评价体系对其进行评分，符合评价标准每项得2分，每项不足扣1分。

2. 教师组织全体组员对各小组的阐述进行比较，提炼每个小组的亮点，评出最佳方案，并在综合点评的基础上形成汽车维修接待人员岗位职责的最后定稿。

学习任务二 客户预约服务的认知

任务描述

上海大众汽车××4S店近期招录了一批实习生，经培训，小王顺利完成了两个月的见习锻炼。通过部门批准，人力资源部门审核，他正式成为一名汽车维修服务接待人员。上岗之初，售后服务部张经理给小王布置的第一项工作就是要完成客户预约作业考核。

学习目标

1. 能根据企业标准与规定，建立和完善预约客户信息档案。
2. 能够运用预约服务礼仪及规范用语与客户进行有效的预约。
3. 能够按照企业的预约维修作业工作流程完成客户预约。
4. 培养学生良好的职业道德，注意客户信息的保密工作。



学习准备

一、知识准备

1. 企业的预约维修作业工作流程。（查阅学习参考“学习单元一 学习任务二”）
2. 预约服务礼仪及规范用语相关资料。（查阅学习参考“学习单元一 学习任务二”）
3. 企业的预约维修作业图片及视频资料。（查阅学习参考“学习单元一 学习任务二”）

找出任务描述中的关键词，通过查阅“学习参考”，对应整理出完成该任务所需要的知识点和技能点，并填于表1-1-3中。

表 1-1-3 完成该任务所需要的知识点和技能点

知识点	1.
	2.
	3.
技能点	1.
	2.
	3.

二、工作场所

预约维修服务接待一体化教室。

三、工作器材

维修服务接待工作台、电脑、电话机、便笺纸、记录笔、企业维修接待相关管理软件、预约看板、预约单据等。



计划与实施

一、在教师的引导下分组，以小组为单位学习相关知识，并回答下列问题。

- 1. 简述预约作业对客户及维修企业的重要意义。
- 2. 在图 1-1-1 预约作业工作流程图的空白处填上正确的工作流程。



接待礼仪
工作流程

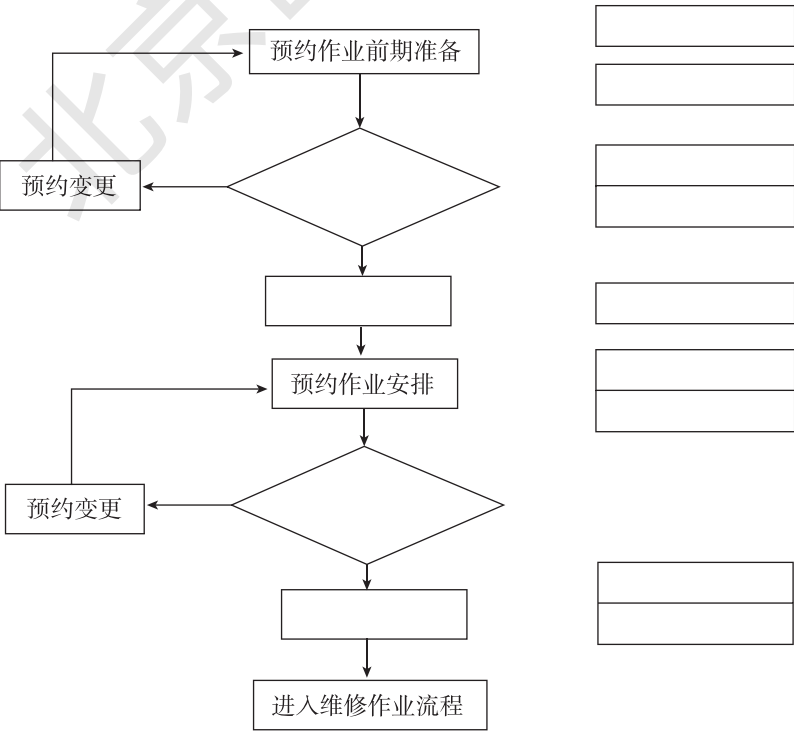


图 1-1-1 预约作业工作流程图

3. 简述预约前期准备工作包括的内容。

二、在教师的引导下，以小组为单位学习相关技能，并填写下列表格。

1. 预约方式及注意事项表（表 1-1-4）。

表 1-1-4 预约方式及注意事项

序号	预约方式	注意事项
1	主动预约	
2	被动预约	
3	现场预约	

2. 电话预约的内容及要求表（表 1-1-5）。

表 1-1-5 电话预约的内容及要求

电话预约的内容及要求	规范用语

3. 维修保养预约单（表 1-1-6）。

表 1-1-6 维修保养预约单

服务接待姓名：

时间：

编号：

客户基本情况				
客户姓名		联系电话		
车型		公里数		
车牌号码		上次进站日期		
预约情况				
预约进站时间（日期、时间）				
是否更改预约时间				
所需配件（零件号）				
维修费用估价				
服务接待		库管员		车间主管

4. 预约排班表（表 1-1-7）。

表 1-1-7 预约排班表

特约售后服务中心：

年 月 日

维修 时间	客户信息				维修 内容	预约准备情况				预约前1小 时再确认	备注
	姓名	车牌号	电话	车型		服务 接待	维修 技师	配件	工位		

5. 预约作业确认表（表 1-1-8）。

表 1-1-8 预约作业确认表

预约作业确认的内容和要求	
1	
2	
3	
4	
5	
6	

三、售后服务部张经理按任务描述要求现场给小王布置工作任务。

1. 完成这个工作任务需要哪些角色？这些角色的分工如何安排？请小组讨论后填写表 1-1-9。

表 1-1-9 任务分工表

姓名	角色名称	工作内容	所需工具

2. 小组按照工作步骤演练任务，并进行角色轮换。



评价与反馈

一、学习效果评价

1. 简述题

工作一段时间后,小王发现,部分维修接待顾问在预约准备阶段很注重熟悉客户信息和客户车辆情况,却忽略了本厂的最新维修生产情况和收费情况,特别是对本厂近期优惠促销活动不太了解,这一部分维修接待顾问的做法是否正确?为什么?

2. 选择题

打预约电话的最佳时段为()。

- A. 上午 8:00—10:00, 下午 14:30—16:00
- B. 上午 8:30—10:00, 下午 12:30—17:30
- C. 上午 8:30—10:00, 下午 14:30—17:00
- D. 其他时间

3. 技能考核

对一辆在用的轿车进行 5000 公里保养主动预约。学生按流程完成预约工作,并填写表 1-1-10。

表 1-1-10 学生实践记录表

级名		车型及年款	
姓名		车辆识别码	
学号		里程数	
实践项目		实践设备	实践场地
实践流程			
结果分析			
防范措施			
自我评价	良好□ 合格□ 不合格□		
教师评价	良好□ 合格□ 不合格□ 教师姓名: _____ 年 月 日		

二、学习过程评价

在完成本单元所有学习任务后，通过小组会的形式进行总结和思考，完成表 1-1-11。

表 1-1-11 学习过程评价反馈表

序号	评价项目	学习任务的完成情况	签名
1	工作页的填写情况		
2	独立完成任务		
3	小组合作完成任务		
4	教师指导下完成任务		
5	是否达到了学习目标，特别是能否独立完成服务接待客户预约项目的叙述，操作步骤是否完整		
6	存在的问题及建议		

学习任务三 汽车维修接待的准备

任务描述

一年一度的农历春节在即，上海大众汽车 ××4S 店为满足新的一年业务拓展的需要，缓解节前车辆扎堆维修保养的压力，新录用了一批汽车维修服务接待顾问。经培训，第一批合格学员今天正式上岗。小王作为其中的一员，接到了售后服务部张经理的通知，要求他在今天晨会前做好工作环境的清洁与整理，并能以良好的个人形象、熟练的礼仪标准做好接待准备。

学习目标

1. 能根据企业标准与规定，清洁整理好维修接待工作环境。
2. 能够妥善做好个人仪容仪表的修饰与管理。
3. 能够熟练运用维修接待服务礼仪接待客户。
4. 能够运用信息设备查询本行业、企业的最新资讯。
5. 培养学生良好的工匠精神，将 5S 管理理念贯穿学习全过程。



学习准备

一、知识准备

1. 维修服务接待工作环境清洁与准备的相关要求及维修服务接待大厅环境布置的参考图片资料。(查阅学习参考“学习单元一 学习任务三”)

2. 接待人员仪容、仪表、仪态知识及技能标准。(查阅学习参考“学习单元一 学习任务三”)

找出任务描述中的关键词,通过查阅“学习参考”,对应整理出完成该任务所需要的知识点和技能点,并填于表 1-1-12 中。

表 1-1-12 完成该任务所需要的知识点和技能点

知识点	1.
	2.
	3.
技能点	1.
	2.
	3.

二、工作场所

维修服务接待一体化教室。

三、工作器材

维修接待台及相关接待用品、洽谈桌、椅、桌卡、小盆栽、文件夹、名片、车型资料、展架、报纸杂志、饮水机、茶具、工作服、工作鞋、袜、工作牌、领带、领花等。



计划与实施

一、在教师的引导下分组,以小组为单位学习相关知识,并回答下列问题。

1. 汽车维修接待人员岗位职责:

(1)

(2)

(3)

(4)

(5)

(6)

(7)

- (8)
- (9)
- (10)
- (11)
- (12)

2. 在表 1-1-13 空白处填写出维修服务接待人员应掌握的基本知识。

表 1-1-13 维修服务接待人员应掌握的基本知识

一	二	三	四	五	六	七
汽车维修服 务流程						事故车辆保险 代赔服务

二、在教师的引导下，以小组为单位学习相关技能，并填写下列表格。

1. 维修服务接待环境要求表（表 1-1-14）。

表 1-1-14 维修服务接待环境要求

维修接待大厅总体环境：
客户休息室：
饮料配给处：
私人用品：
接待桌椅：
报夹、资料展架：
精品货架：
个人工位：

2. 汽车维修服务接待人员仪容要求表（表 1-1-15）。

表 1-1-15 汽车维修服务接待人员仪容要求

仪容	要求
头发	
耳饰	
面容	
眼睛	
口腔	
手	
身体	

3. 在图 1-1-2 空白处填写维修服务接待人员仪容仪表要求（女士）：



维修服务接待
人员仪表要求

图 1-1-2 维修服务接待人员仪容仪表要求（女士）

4. 在图 1-1-3 空白处填写维修服务接待人员仪容仪表要求（男士）：

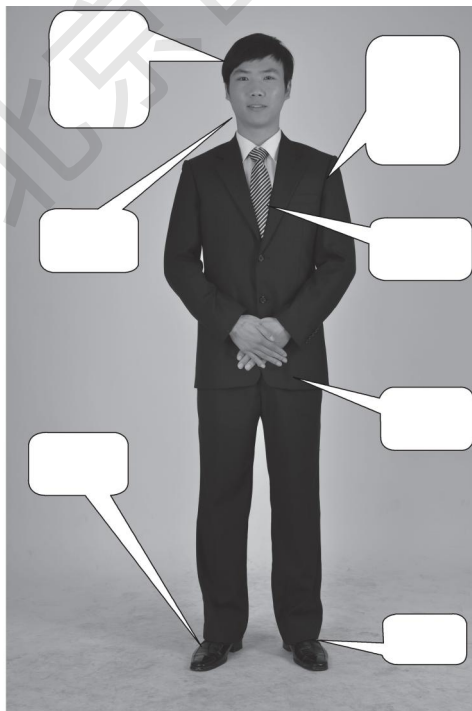


图 1-1-3 维修服务接待人员仪容仪表要求（男士）

5. 在表 1-1-16 空白处列出汽车维修服务接待人员的仪态标准。

表 1-1-16 汽车维修服务接待人员的仪态标准

仪态	仪态标准
站姿	
坐姿	
行姿	
蹲姿	

6. 在表 1-1-17 空白处列出汽车维修服务接待人员的礼仪标准。

表 1-1-17 汽车维修服务接待人员的礼仪标准

类别	礼仪标准
握手礼	
鞠躬礼	
名片礼	
奉茶礼	
走廊楼梯间礼仪	
引导礼	
自我介绍礼仪	
介绍他人礼仪	
递送物品礼仪	
赠送及接受礼物礼仪	
电话礼仪	

三、售后服务部张经理按任务描述要求现场给小王布置工作任务。

1. 完成这个工作任务需要哪些角色？这些角色的分工如何安排？请小组讨论后填写以下任务分工表（表 1-1-18）。

表 1-1-18 任务分工表

姓名	角色名称	工作内容	所需工具

2. 小组按照工作步骤演练任务, 并进行角色轮换。



评价与反馈

一、学习效果评价

1. 简述题

当前很多维修企业的维修财务结算和维修保险理赔都由专人负责, 所以维修服务顾问可以不必掌握以上两项相关知识, 这种说法正确吗? 为什么?

2. 选择题

(1) 关于电话预约, 以下做法正确的是 ()。

- A. 铃响 4 声内接听
- B. 主动报出分店名称
- C. 确认维修保养时间及费用
- D. 提醒客户来店时携带必需的文件资料
- E. 向客户提及预约服务或主动询问客户电话来意

(2) 以下关于被介绍者的先后顺序正确的是 ()。

- A. 男士先介绍给女士
- B. 长辈先介绍给晚辈
- C. 上级先介绍给下级
- D. 客人先介绍给主人
- E. 不熟悉的人先介绍给熟悉的人

3. 技能考核

晨会后, 张经理要求小王根据维修服务接待工作环境清洁与准备的要求, 按接待人员仪容、仪表、仪态技能标准做好维修接待准备工作, 以良好的精神面貌迎接今天的第一批客人。学生根据任务执行情况填写表 1-1-19。

表 1-1-19 学生实践记录表

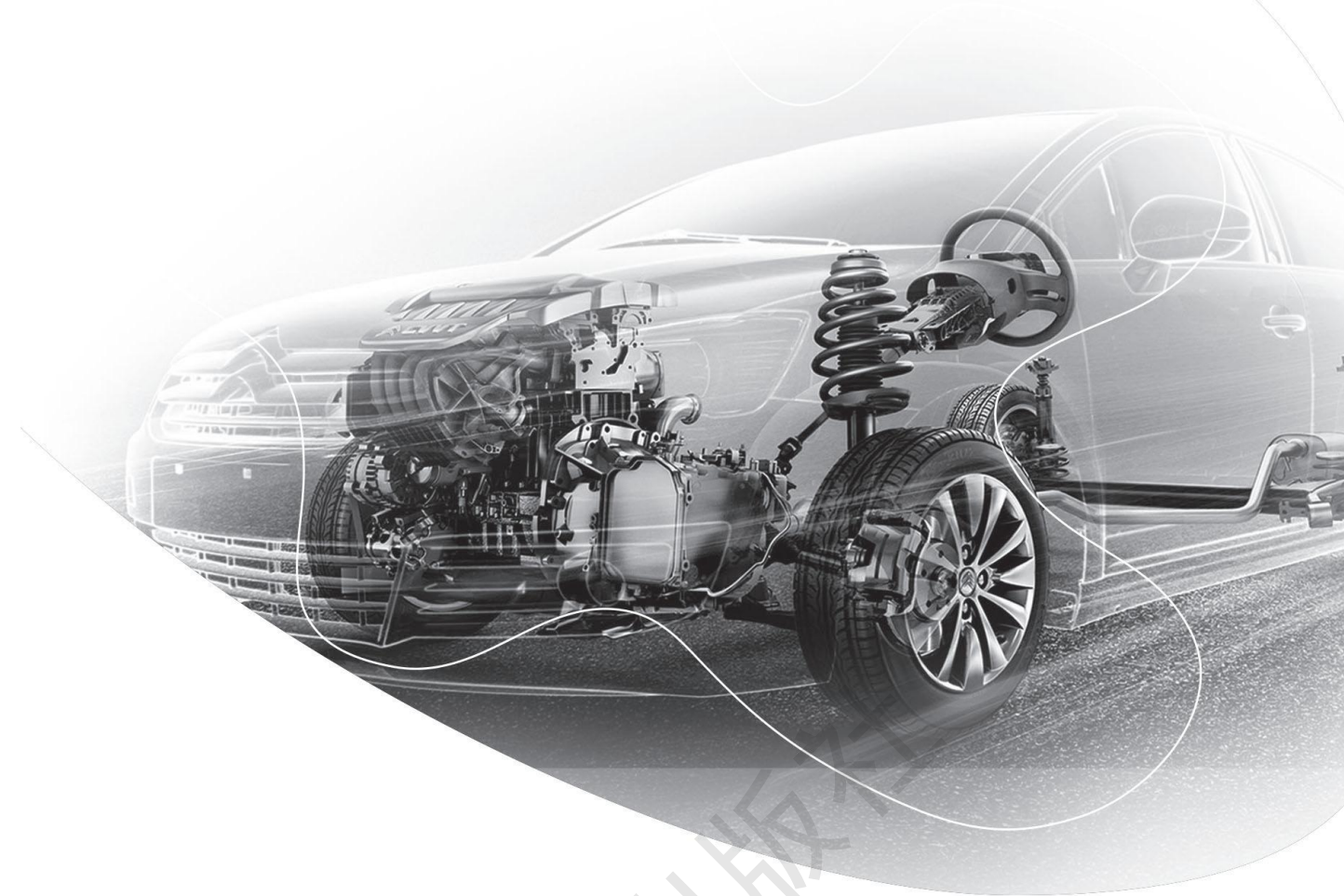
班级			实践项目		
姓名			实践设备		
学号			实践环境		
工作环境清洁与准备					
仪容		仪表		仪态	
实践流程					
结果分析					
防范措施					
自我评价	良好□ 合格□ 不合格□				
教师评价	良好□ 合格□ 不合格□ 教师姓名: _____ 年 月 日				

二、学习过程评价

在完成本单元所有学习任务后,通过小组会的形式进行总结和思考,并完成表 1-1-20。

表 1-1-20 学习过程评价反馈表

序号	评价项目	学习任务的完成情况	签名
1	工作页的填写情况		
2	独立完成任务		
3	小组合作完成任务		
4	教师指导下完成任务		
5	是否达到了学习目标,特别是能否独立完成服务接待准备项目的叙述,操作步骤是否完整		
6	存在的问题及建议		



学习参考

学习任务一 汽车维修接待服务意识的确立



相关知识

一、什么是汽车维修接待

在汽车企业中,汽车维修接待是指主要负责客户的接待、客户来电咨询的接听和解答、仔细问诊以及对汽车维修和保养进行工作安排、做好维修人员和客户之间车辆信息的及时沟通工作、与客户交谈并向客户推荐定期保养项目及精品、定期对客户进行回访的工作人员。

二、汽车维修接待人员服务意识的培养

(一) 什么是服务意识

服务意识是指服务人员在与一切和企业利益相关的人或企业的交往中所体现的为其提供热情、周到、主动的服务的欲望和意识,即自觉做好服务工作的一种观念和愿望,它发自服务人员的内心。

客户服务就是在合适的时间及合适的场合以合适的方式给客户提供合适的产品和服务,使客户的合理需求得到满足,价值得以提升的活动过程。商场里的顾客需要的不仅仅是商品,汽车客户需要的不仅仅是4S店提供的汽车或者服务,他们还需要被善待。

(二) 客户服务意识的培养

良好的客户服务意识是做好客户服务工作的前提条件。意识决定行动,没有服务意识,服务品质就无从谈起。一个企业应树立全员服务意识,如果每个员工都有良好的服务意识,就会站在客户的角度去思考问题,从而结合自己的岗位职责扮演好自己的角色。如果每个职位的工作都能圆满完成,整个公司的效益和效率得以提升,给客户呈现出一种积极向上、具有活力、有条不紊的精神风貌,从而形成一种特定的企业文化,将会吸引更多的客户。

客户服务的目标是通过客户的关怀,为客户提供满意的产品和服务,满足客户的个性化需求,在与客户的双向互动中取得客户的信任。其本质是服务人员为客户提供优质、满意的客户服务,其核心是为客户创造价值。那么服务人员应如何培养良好的服务意识呢?

1. 以客户需求为导向

服务人员所做的一切服务工作都应该紧紧围绕客户的需求展开,满足客户的需求既是服务人员开展客户服务工作的出发点,也是开展客户服务工作的最终目的。客户的需求是多方面的,主要包括较高的产品性价比、接受服务的便利性和及时性、信息公开性、环境舒适性和情感愉悦性等,客户服务工作要有针对性地去满足客户的这些需求。

在以客户需求为导向的同时,服务人员也要特别注意客户需求的挖掘。企业经营有一句黄金格言:“市场是创造出来的。”据调查,在整个客户的需求中,潜在需求占70%~80%,因此一个服务人员要想为企业创造出良好的经济效益,不仅要适应客户的现实需求,满足市场需要,更要善于通过各种手段发现和挖掘客户的潜在需求,引导消费潮流。作为服务人员,应在自己的服务过程中根据积累的经验与细致的观察,注意客户的情绪变化,运用各种服务技巧来满足客户的需求。

2. 为客户创造价值

客户服务意识是人们从事服务活动的指导思想,应是出自内心的一种意愿。心态决定行为,服务的行为决定服务的结果,因此只有当服务意识转化为服务行为时,才能真正为客户提供有价值的服务。

客户价值是客户在消费过程中获得的全部收益减去其支付的全部成本的差值。客户的消费收益可以是物质层面的,如产品的质量、功能、性能、形象等带给客户的满足感;也可以是关系层面的,如便利性、及时性、对信息了解的全面性和准确性、得到企业价格优惠和服务优待等;还可以是精神层面的,如被尊重、被体贴、被关怀、舒适的环境、预约的体验等。客户的成本包括他所付出的货币、时间、精力和心理代价。

为客户创造价值无非包括两个方面:一是增加客户的收益;二是减少客户的成本。这一切都是建立在稳定的客户服务的基础上的。

三、我国汽车售后服务现状

目前,我国的汽车售后服务经营方式,主要来自欧洲的“4S”形式为主,包括整车销售、配件供应、维修服务和信息反馈。

随着社会汽车行业的发展,售后服务市场也随之日益壮大,其作用在整个汽车营销的这条价值链里面显得越来越突出。众多主流车企也正是意识到了售后服务的重要性,因而纷纷引进国外先进的服务流程和服务理念,并推出各自的服务品牌。如上海通用的“别克关怀”、东风雪铁龙的“家一样的关怀”、东风标致的“蓝色承诺”、一汽大众的“严谨就是关爱”等。

在这些企业的带动下,自主品牌和部分商用车企业也陆续推出自己的服务品牌,如吉利的“关怀在细微处”、上海汽车荣威的“尊荣体验”、陕汽重卡的“贴心服务”、北汽福田的“全程无忧”等,使我国的汽车售后服务业在服务意识、店面面积、服务环境和网点布置等方面都有了不同程度的改善。

(一) 目前我国汽车售后服务的亮点

1. 汽车厂商的服务意识在提升

近几年,随着汽车越来越多地走进家庭,汽车消费者的结构发生了根本性的变化,

消费者的需求也越来越多样化。汽车售后服务作为维系企业与车主的关系和提升客户满意度的重要内容,企业也意识到其重要性,在推出了各具特色的服务品牌与内容的同时,也增设了很多人性化的售后服务措施与客户关怀项目。

2. 4S 店的店面面积和服务环境有了很大改观

目前国内的 4S 店功能区分清楚,店面面积符合《汽车维修业开业条件》(GB/T 16739-2004)要求,服务环境和员工着装干净统一,客户休息区也向着清洁、温馨的方向发展。很多 4S 店都提供了类型多样的娱乐设施和影视观看等项目,尽量让客户享受到舒心与周到的服务。

3. 企业 4S 店的网点分布范围越来越广

近年来各企业服务网点的广泛布置,为客户车辆的维修保养提供了很大方便。甚至有企业为了满足偏远山区客户的修车需求,开展了移动服务、上门服务等服务方式。

(二) 我国汽车售后服务存在的问题

1. 法律法规不完善,市场体系不健全

为了规范我国的商品售后服务市场,商务部于 2006 年发布了《商品售后服务评价体系》(SB/T 10401-2006),加上市场竞争的日趋激烈,使得我国的商品售后服务市场有了很大程度的进步。但是由于我国汽车售后服务起步晚,企业数量大、类别多,没有较为完善的法规体系,缺乏统一的管理、整体的规划以及有效的制度监管,导致汽车售后服务业发展良莠不齐。

2. 售后服务水平参差不齐,人才流动大

我国汽车售后维修的技术水平普遍较低,尽管有些汽车售后服务企业在外观形象和设备条件上已经接近国际先进水平,但是实际上还是存在技术力量薄弱、人员整体素质差、先进检测设备操作使用能力差等缺陷;并且从事汽车售后服务的人员流动性大,企业培养新人所付出的成本代价大,这些都显示了我国汽车售后服务行业面临着人才危机。

3. 配件管理混乱,来源渠道鱼龙混杂

消费者普遍反映特约维修站的维修保养费用和配件价格同非特约维修站的差距很大,而且在一些特约维修站,有些主要零部件几乎没有库存,这些部件一旦损坏需要更换,就要现向国外厂家订货,这导致了维修周期长、费用高,影响了顾客的正常使

(三) 汽车售后服务未来发展趋势展望

1. 品牌化经营

在众多行业讲求品牌化的今天,汽车售后服务行业无疑也会走上品牌化道路。雄厚的技术力量、专业的工具设备、完善的服务体系支持品牌打造。今后汽车售后服务行业发展的必然趋势将是:倡导“让客户满意”的服务理念,不断加强对管理人员的业务培训力度,以适应不断发展的市场需求。

2. 政府政策介入,使行业规范化

在汽车售后服务市场,除了企业自律以外,政府这只“看得见的手”也是非常必

要的。

3. 售后服务企业观念从修理转向维护

国外汽车厂家认为坏了就修还不是真正的服务,真正的服务是要保证客户的正常使用,通过服务要给客户增加价值。国外众多厂家在产品制造上提出了零修理概念,售后服务的重点转向了维护。这在国内还是个全新的概念,但非常值得国内众多企业借鉴和学习。另外,目前已经有少数4S店开展了维护提醒服务,这是以后服务竞争的良好开端。

四、我国汽车行业对汽车售后企业以及维修接待人员的要求

1. 服务理念

(1) 企业有明确的售后服务理念,该理念能够贯穿企业售后服务的各个环节,并能以此指导企业售后服务工作。

(2) 企业的售后服务人员熟悉本企业的售后服务理念,并能理解其含义,在售后服务过程中认真完整地执行。

(3) 企业的售后服务理念能够准确地传达给客户。

2. 服务承诺

(1) 企业有明确的售后服务承诺,并能准确有效地传达给客户。

(2) 企业的产品广告、产品说明书、保修卡、销售合同等销售材料中所注明的售后服务承诺要准确一致。

3. 服务目标

(1) 企业能够根据实际情况制订长远的、中期的和年度售后服务目标。

(2) 企业能根据售后服务目标,对售后服务部门及人员进行考核。

(3) 企业应该适时对服务目标进行调整。

4. 客户接待

(1) 专人接待前来公司送修的客户。

(2) 客户下车时,有人主动为客户开车门并问好。

(3) 维修接待人员在接触车辆的第一时间做好车辆防护(安放防护套件)。

(4) 维修接待人员接待时仔细询问客户来意与要求,并做记录。

(5) 维修接待人员周到细致地检查车辆的外观有无划痕、碰撞、损伤、内饰脏污等问题,并做记录。

(6) 维修接待人员对车辆号码、公里数、油量等进行准确记录。

(7) 对随车的工具和物品清点登记,请客户签字确认,并提醒客户带走贵重物品。

5. 车辆保养(维修)

(1) 按照车辆保养周期,对于临近保养的车辆,提供电话提醒业务。

(2) 根据汽车生产厂家规定的维护间隔里程或使用时间间隔,对车辆进行常规性维护(日常维护、一级维护、二级维护)。

(3) 根据汽车不同时期的使用特点,对车辆进行季节性维护、走合期维护。

(4) 主动向客户介绍维修服务的内容及程序。

(5) 对业务接待送检的车辆进行诊断前，应再次对车辆的外观、内饰表层、仪表、座椅等做视检。

(6) 对需要诊断、报价或进厂维修的车辆，要经过客户同意再进行。

(7) 对车辆进行诊断前，将当时油表、里程表标示的数字登记入表。

(8) 做完技术诊断后，立即打印或填写诊断书，并告知客户。

(9) 车辆需要维修时，指导客户填写作业施工单。

(10) 与客户确定维修估价时有相应的估价方式及标准。

(11) 维修接待人员要逐项告知客户维修项目的内容、功能和好处。

(12) 维修接待人员要告知客户店内免费的检测项目，并询问客户是否需要。

(13) 维修接待人员要主动询问客户旧件的处理方式。

(14) 车辆维修时，对于不需要打开或拆解的部件，不能随意打开、拆解。

(15) 员工能根据车辆状况和顾客需求制订有效的维修方案，并准确预测维修时间和维修费用。

(16) 遇到问题需要暂停施工时，需要有暂停施工的时间记录。

(17) 维修过程中出现缺件或需要追加维修项目时，要立即与客户进行联系，提供维修方案，并征求其意见。

(18) 维修接待人员在得知施工暂停或工期延期的消息后，第一时间与客户进行沟通，得到客户允许后，请客户签字确认。

(19) 可以恢复施工时要有恢复施工的时间记录。

(20) 施工单上要有完工的时间记录。

(21) 同一张施工单发生工种转换时要有交接时间记录。

(22) 施工过程中遇到问题及时与维修接待人员进行沟通，以便及时联系车主。

(23) 客户车辆维修超过2日时，主动为客户提供代步车。

(24) 如果不提供代步车，给予客户超过2日的交通费补偿。

(25) 车间交出竣工验收车辆后对车辆进行最后一次清理。

(26) 交车前，维修接待人员要对交修项目的完成情况进行检查。

(27) 交车前，仔细清点随车工具和物品并放入车内。

(28) 交车前，提前核算并准备好全部单据及物品（工单、结算单、旧件、钥匙等）。

(29) 车主前来取车时要主动简单介绍车辆的维修情况和注意事项。

(30) 指示或引领客户办理结算手续。

(31) 客户结算时主动地、礼貌地向客户打招呼。

(32) 结算完毕后引领客户到车场清点随车物品，并做视检。

(33) 客户办理完接车手续后，由接待员送客户出厂。

(34) 业务人员定期向客户提供跟踪回访服务。

(35) 每次的跟踪服务内容要有记录并入档。

6. 维修收费

(1) 店内明示零部件价格。

(2) 店内明示维修工时费。

- (3) 收取诊断费和估价费时，要对客户做详细说明。
- (4) 提出维修项目、确定维修内容及收费定价后，要主动给客户过目。
- (5) 维修估价时，明确配件是由店方还是由客方供应、用正厂件还是副厂件。
- (6) 车辆保修期内，厂商应无偿为客户提供保修服务，禁止提供收费服务。
- (7) 对于车辆保修期内的收费服务项目，要对客户事先说明，并做出合理解释。



拓展知识

中国汽车售后服务评分标准

中国汽车行业对各汽车品牌的售后服务制定出一套完整的评价体系，从十个方面对汽车品牌以及汽车企业进行评价。具体评分标准见表 2-1-1。

表 2-1-1 中国汽车售后服务评分标准

指标 大类	服务 文化	服务 制度	服务 体系	维修 保养	零件 配送	投诉 处理	金融 保险	客户 关系	其他 服务	服务 改进	总计
分值	5	5	10	20	15	15	5	10	10	5	100

学习任务二 客户预约服务的认知



相关知识

一、客户预约服务对客户及企业的意义

在生活节奏日益加快的今天，做任何事都讲求效率二字，住店要预定，吃饭要预定，汽车维修也要预约。整体汽车市场的完善离不开售后服务市场的发展，而客户预约服务则是提升售后服务效率与质量的大势所趋。客户预约维修服务就是客户与维修企业进行约定，双方在约定的时间内，客户将车开到维修企业，进行一定项目的维修保养，维修企业承诺在规定时间内将维修保养车辆交付客户。预约服务以其快捷方便的优势提高了汽车维修保养的效率，有效节省了客户与维修厂的时间。

二、预约工作流程

为保证预约作业得到有效实施，企业需要建立和完善一套规范的作业流程，使维修工作减少突发性，增强计划性，更合理地调配企业资源。此外预约作业本身就是企业计划生产，充分挖掘生产潜能的一项重要举措。一般来说，维修企业预约作业流程如图 2-1-1 所示。

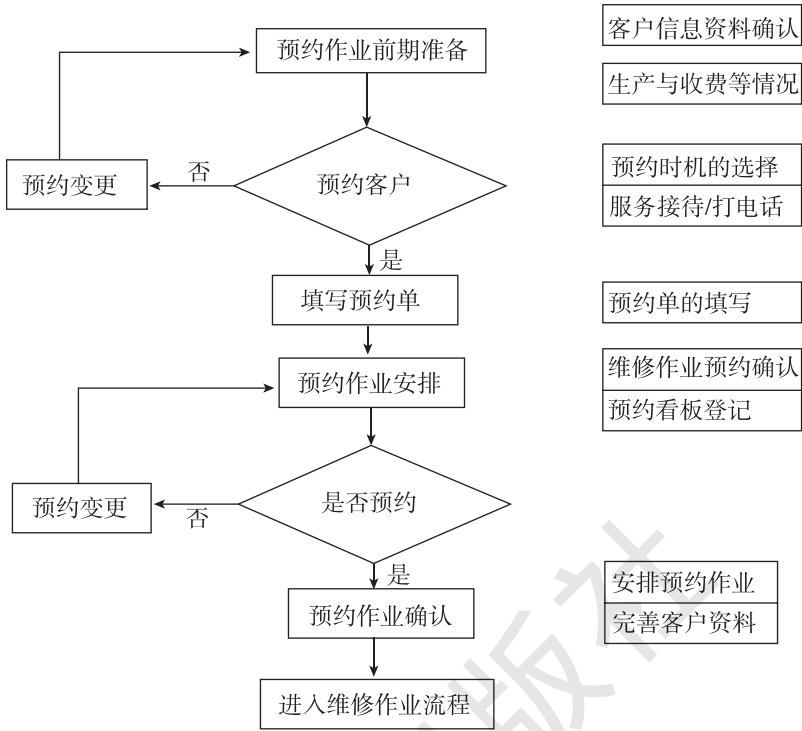


图 2-1-1 预约作业流程

（一）预约作业前期准备

为做好预约工作，顺利地与客户沟通，预约前必须完成以下工作准备。

（1）通过客户管理系统熟悉客户信息和客户车辆情况，如客户姓名、性格、爱好、联系方式、车辆牌照号、车辆型号、行驶里程数、以往维修情况、车辆需要做何种维护或有何种故障现象需要何种维修等。

（2）了解本厂的维修生产情况和收费情况，如维修车间是否可以安排工位、维修工，专业工具、资料是否可用，相应的配件是否有现货或何时到货，相应维修项目的工时费和材料费，还应了解近期维修厂是否有优惠促销活动等。

（二）预约客户

1. 预约方式及注意事项

（1）主动预约：首先要注意选择预约时机，打预约电话最佳时段为上午 8:30—10:00，下午 14:30—17:00。其次要充分尊重客户意见，如客户同意预约，则填写预约单，安排预约；若客户不方便预约，则应与客户约定时间再行联系，记录下下次预约时间，填写客户资料，以备下次预约时参考。



预约接待

(2) 被动预约：要详细记录客户姓名、联系方式、预约事项及预计来店时间，填写预约单，进行作业安排。

(3) 现场预约：如客户现场预约的维修项目为不常用高价值配件，服务接待人员应按厂家规定，预收客户押金。

2. 电话预约的内容及要求

电话预约的内容及要求见表 2-1-2。

表 2-1-2 电话预约的内容及要求

电话预约的内容及要求	图示及规范用语
1. 准备好便笺纸和预约单，随时做好记录；电话铃响三声内接听 2. 主动报出分店名称 3. 向客户提及预约服务或主动询问客户电话来意 4. 询问客户来店维修保养时间 5. 询问客户用于联系的电话号码 6. 询问客户的车牌号 7. 询问客户车辆的行驶里程 8. 核实客户维修保养项目信息 9. 估算维修保养时间及费用 10. 预定接车时间 11. 提醒客户来店时必须携带的文件资料 12. 可适时向客户介绍特色服务或优惠活动 13. 电话结束前感谢客户的来电 14. 在客户挂断电话后才能挂断电话 15. 接电话全程仔细倾听客户陈述，且不打断客户谈话，避免询问可能令客户感到尴尬的问题	 规范用语：“您好，我是××店服务接待小王，可以借用您几分钟时间吗？”“您好，欢迎致电××店，我是服务接待小王，有什么可以帮助您的吗？”“非常抱歉，这次没能满足您的要求，如果您今后有需要，欢迎再来预约。”“谢谢您的预约，我们恭候您的光临。”

(三) 填写预约单

服务接待人员接打预约电话后，要根据预约记录及服务管理系统，完成维修预约单据的填写，让所有服务接待人员都可以查询出近期客户预约状况。预约单据应明确记录车主姓名、电话、车型、故障原因或保养具体项目、期望预约的时间等内容。维修保养预约单见表 2-1-3。

表 2-1-3 维修保养预约单

服务接待姓名：

时间：

编号：

客户基本情况				
客户姓名		联系电话		
车型		公里数		
车牌号码		上次进站日期		
预约情况				
预约进站时间（日期、时间）				
是否变更预约时间				
预约服务项目				
所需配件（零件号）				
维修费用估价				
服务接待	库管员		车间主管	

（四）预约作业的安排及要求

（1）服务接待人员要在预约日前一天，与维修车间沟通确认预约工作量，以便合理安排工作。

（2）维修车间主管接到维修保养预约单后，进行次日维修预约计划安排，并将安排情况记录于预约排班表（表 2-1-4）中。预约排班表经维修车间主管签字后返回服务接待人员和维修服务主管。

表 2-1-4 预约排班表

特约售后服务中心:

年 月 日

维修时间	客户信息				维修内容	预约准备情况				预约前1小时再确认	备注
	姓名	车牌号	电话	车型		服务接待	维修技师	配件	工位		

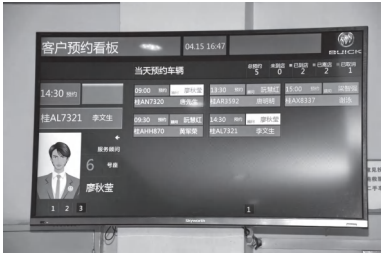
(3) 维修服务主管依据预约排班表内容安排维修业务接待, 并通知配件部备料。如果没有配件, 应立即通知服务接待人员, 由服务接待人员告知客户, 重新确定预约时间。

(4) 对因维修质量问题需要返工的客户, 可尊重客户意见优先安排维修服务。

(五) 预约作业确认

为了使维修车间能合理安排维修工作进度, 汽车服务接待人员要及时与维修车间沟通, 准确传递预约客户信息, 保证维修车间能够在配件、工具、场地、技术人员等方面提前准备, 保障维修和保养的服务质量, 提高工作效率。预约作业确认的工作内容及要求见表 2-1-5。

表 2-1-5 预约作业确认工作内容及要求

预约作业确认的工作内容及要求	图示
1. 对预约客户, 在约定维修时间前1小时内, 服务接待人员应与客户再次确认, 明确客户需求及预约维修时间, 对不能按预约时间来站的客户, 应和客户做更改或取消预约的确认 2. 对更改或取消预约的客户, 服务接待人员应及时将信息反馈给维修服务主管 3. 确认预约通话结束前, 提醒客户进站时需携带的文件资料, 如客户保养手册、行驶证、驾照等 4. 在和预约客户约定时间后的24小时内, 服务接待人员应查询客户是否来站, 如没有, 则跟进客户, 询问原因或做更改、取消预约确认 5. 对已确认来站的客户, 安排预约作业, 登记预约看板 6. 通知接车员提前准备接待预约客户, 车间依预约维修看板登记顺序安排维修派工	

为完善内部管理, 服务接待人员应对每月预约情况进行统计分析, 包括预约率、准时预约率、改期预约率及取消预约率等数据结果, 形成预约月度统计表, 提交给总经理或站长, 以便持续改进预约工作。

学习任务三 汽车维修接待的准备



相关知识

一、汽车维修服务接待工作的主要职责

汽车维修接待员主要的岗位职责是负责接待客户车辆的维修并处理和跟踪维修进程，以及维护客户关系。当来站的客户进入接待大厅时，首先接触的人就是维修接待员，维修接待员有责任保证客户的需求得到理解和认同，并以客户满意的方式来关注客户的这些需求。汽车维修接待人员的岗位职责见表 2-1-6。

表 2-1-6 汽车维修接待人员的岗位职责

序号	岗位职责
1	热情接待客户，使用文明用语，了解客户的需求及期望，为客户提供满意的服务
2	与技术部联系，检测并评估维修要求，及时准确地对车辆维修进行报价，估计维修费用或征求有关人员（上级）意见，得到客户确认后，开出维修工单，耐心向客户说明收费项目及其依据
3	认真接待客户车辆，清楚仔细地检查车辆外观、内饰并认真登记，同时提醒客户将车内的重要物品保管好
4	掌握车间的维修进度，确保完成客户交修的项目，按时将状况完好的车辆交付客户，对未能及时交付的车辆应提前与客户沟通，讲明原因
5	做好车辆的交接登记工作。填写综合单，及时传递给车间及相关部门
6	根据维修需要，在征求客户同意的前提下调整维修项目
7	协助客户做好车辆的结算工作，热情服务，提高客户的满意度
8	与客户沟通，全方位地引导客户提高车辆维修保养的意识
9	做好客户委托的购养路费、保险等工作
10	处理好客户的投诉，根据实际情况认真耐心地做好解释，最大限度地降低客户投诉
11	建立并管理客户的档案，定期对客户进行回访，听取和记录客户提出的建议、意见和投诉，并及时向上级主管汇报
12	宣传本企业，推销新技术、新产品，解答客户提出的相关问题，开发新客户市场

二、汽车维修服务接待人员应掌握的基本知识

当今，汽车行业竞争已经逐步从产品本身的质量竞争转移到售后服务质量的竞争上。客户满意度已经成为衡量汽车品牌影响力的主要指标。对于国内外各大汽车企业而言，汽车市场的迅速发展意味着历史性的机遇和挑战并存，而想要在汽车市场竞争

中立于不败之地,就必须有一套完备的售后服务制度,并拥有高素质的汽车售后服务人才队伍。维修服务接待作为售后服务工作的第一站,地位相当重要。实践证明,训练有素的维修业务接待人员不仅可以成为企业和客户有效沟通的桥梁,更会给企业带来丰厚的社会和经济效益。

现代汽车售后服务对汽车维修业务接待人员提出了越来越高的要求,不仅要求维修业务接待人员具有较强的沟通能力,同时也需要他们具有扎实的汽车专业基础知识和其他相关知识。汽车维修服务接待人员应掌握的基本知识见表 2-1-7。

表 2-1-7 汽车维修服务接待人员应掌握的基本知识

序号	应掌握的基本知识	具体内容
1	汽车维修服务流程	预约服务、店面接待、店面接待流程及规范、店面接待的实施要点、接待注意细节、维修作业、竣工检验、结算交车、跟踪回访服务等
2	业务接待服务礼仪	业务接待礼仪、基本举止规范、基本礼仪要求、电话礼仪要求、客户接待技巧、接待客户的准备、言谈的技巧、倾听的技巧、倾听的目的、与客户的沟通技巧、与客户的沟通原则、与客户沟通的要点、处理异议的技巧、处理客户投诉的技巧、接待投诉客户的技巧、处理客户愤怒情绪的技巧等
3	客户关系管理	客户关系管理概述、客户关系管理内容、客户关系管理理念、客户关系管理意义、客户满意度与客户关怀、客户满意度分析、客户满意度因素、客户关怀的基本原则和要点、客户与企业关系的处理、客户档案管理、会员折扣管理、会员积分管理、跟踪回访管理、短信群发管理、紧急救援管理等
4	汽车专业知识	汽车构造与常见维修项目、发动机构造与常见维修项目、底盘构造与常见维修项目、电气系统的组成与常见维修项目、钣金喷漆及常见维修项目、汽车维护项目、汽车检验知识、汽车新技术知识、汽车美容与装饰、汽车美容与装饰概述、汽车美容服务项目及销售技巧、新车的美容装饰项目、常用维修保养知识及话术、汽车维修保养常识、汽车维修设备介绍等
5	车辆识别和汽车配件管理	车辆识别、汽车配件基本知识、配件分类和标识、汽车配件的编号、汽车配件成本核算方法、汽车配件的管理、配件的采购和进发货管理、库房管理等
6	维修合同和财务结算	维修合同的特征与作用、汽车维修合同的主要内容和填写规范、维修合同的鉴证与仲裁、财务结算、一般财务知识、汽车维修价格结算基本知识、结算常用单据等
7	事故车辆保险代赔服务	汽车保险产品介绍、商业险常用险种分析、保险方案选择、交强险、投保注意事项、汽车保险理赔概述、理赔的特点、汽车保险理赔的作用、索赔服务的基本原则、汽车保险索赔程序、汽车保险免赔条款、事故车保险代赔服务流程、保险理赔车辆接待流程、保险车辆出险索赔流程等

三、汽车维修服务接待工作环境清洁与整理的工作要求

（一）工作环境的整理

整洁舒适的工作环境，贴心顺畅的工作秩序可以建立顾客对企业的信心，消除顾客疑虑，为维修服务接待奠定基础，为引导顾客需求做好准备。为此，维修服务企业要坚持“顾客第一”的服务理念，同样也离不开整洁的环境与有序的工作准备。维修服务接待环境要求及参考图片见表 2-1-8。

表 2-1-8 汽车维修服务接待的环境要求及参考图片

 维修接待大厅总体环境整齐、清洁	 接待桌椅不着污痕，除必需物品外不放置杂物
 客户休息室物品摆放整齐、清洁，空气清新	 报夹、资料展架内容及时更新且报纸、杂志等资料齐整
 饮料配给处保持清洁、卫生，相关物品摆放整齐	 精品货架光亮清洁，物品摆放整齐
 私人用品放入专用收纳柜，不得随意放置	 个人工位清洁、整齐，符合企业标准

（二）相关工具的准备

俗话说：工欲善其事，必先利其器。这是指要做好工作，先要使工具“锋利”。要做好汽车维修服务接待工作也是如此，准备工作很重要，一些相关工具及资料准备工作看似平凡简单，但也是维修服务接待人员诸多工作中的重要组成部分，不可轻视怠慢。相关工具的准备见表 2-1-9。

表 2-1-9 相关工具的准备

 维修资料工具夹	 服务管理系统运行正常
 名片、保修指南、备件目录、价格目录、需客户确认和签字的文件等各类表单	 防护套件

（三）其他准备

明确并熟悉预约客户信息，有必要情况下，与备件仓库、当班技师等相关部门与人员提前做好沟通工作，确保客户接待工作与车辆保养维修工作的顺利进行。

四、汽车维修服务顾问个人形象管理的标准和要求

现代企业都十分重视树立良好的形象，汽车维修企业也不例外。企业形象取决于两个方面：一是提供的产品与服务的质量和水平；二是员工的形象。在员工的形象中，员工的仪容、仪表、仪态是最重要的方面，不仅在一定程度上体现了企业的形象，还是企业文明的重要标志。形象代表档次，档次决定价格，价格产生效益，因此，汽车维修服务人员学习现代礼仪的第一课，就是要熟练运用相关技能展现良好的仪容、仪表、仪态。

（一）汽车维修服务接待人员的仪容要求

仪容，通常是指人的外观、外貌。其重点是人的容貌。它是由发式、面容以及所有未被服饰遮掩、暴露在外的肌肤构成的。在人际交往中，每个人的仪容都会引起交往对象的特别关注，并将影响到对方对自己的整体评价。汽车维修服务接待人员仪容的标准见表 2-1-10。

表 2-1-10 汽车维修服务接待人员的仪容标准要求

仪容	标准
整体	整齐清洁，自然，大方得体，精神奕奕，充满活力
头发	头发整齐、清洁，不可染色，不得披头散发。短发前不及眉，旁不及耳，后不及衣领，长发刘海不过眉，过肩要扎起（使用公司统一发夹，用发网网住，夹于脑后），不得使用夸张耀眼的发夹
耳饰	只可戴小耳环（无坠），颜色清淡
面容	精神饱满，表情自然，不带个人情绪。女士面着淡妆，不用有浓烈气味的化妆品，不可用颜色夸张的口红、眼影、唇线；口红脱落时，要及时补妆。男士胡须必须刮干净
眼睛	保持眼部健康清洁，没有眼屎，眼袋，黑眼圈和红血丝。女士化妆不要有渗出的眼线，睫毛液
口腔	早晚刷牙，饭后漱口，保持牙齿清洁，无食品残留物、无异味。不能当着客人面嚼口香糖
手	不留长指甲，指甲长度以不超过手指头为标准，不准涂有色指甲油，经常保持清洁
身体	勤洗澡、勤洗脸、勤换衣，保持脖、颈、手、足、耳及耳后、腋下等干净无异味，不得使用浓烈香味的香水

（二）汽车维修服务接待人员的仪表要求

仪表，是指综合人的外表，它包括人的形体、容貌、健康状况、姿态、举止、服饰、风度等方面，是人举止风度的外在体现。风度是指举止行为、接人待物时，一个人的德才学识等各方面的内在修养的外在表现。风度是构成仪表的核心要素。汽车维修服务接待人员的仪表要求见表 2-1-11。

表 2-1-11 汽车维修服务接待人员的仪表要求

仪表修饰原则	具体要求
适体性原则	要求仪表修饰与个体自身的性别、年龄、容貌、肤色、身材、体型、个性、气质及职业身份等相适宜和相协调
TPO原则	时间（Time）、地点（Place）、场合（Occasion）原则（简称TPO原则）：即要求仪表修饰因时间、地点、场合的变化而相应变化，使仪表与时间、环境氛围、特定场合相协调
整体性原则	要求仪表修饰先着眼于人的整体，再考虑各个局部的修饰，促成修饰与人自身的诸多因素之间协调一致，使之浑然一体，营造出整体风采
适度性原则	要求仪表修饰无论是修饰程度，还是饰品数量和修饰技巧，都应把握分寸，自然适度。追求虽刻意雕琢而又不露痕迹的效果

汽车维修接待服务人员的仪容、仪表见图 2-1-2、图 2-1-3。



图 2-1-2 汽车维修接待服务人员的仪容、仪表 (女士)



图 2-1-3 汽车维修服务接待人员的仪容、仪表 (男士)

（三）汽车维修服务接待人员的仪态要求

仪态，指的是人的姿势、举止和动作。不同国家不同民族，以及不同的社会历史背景，对不同阶层，不同群体的仪态都有不同标准或不同要求。良好的仪态是一种修养，与容貌和身材比较，它是更深层次的美。容貌美只属于幸运的人，仪态美的人则往往是出色的人，因此仪态美更富有魅力。站、坐、走的姿态，面部的表情，说话的声音，手势的运用，是构成仪态的基本要素。汽车维修服务接待人员的仪态要求与标准见表 2-1-12、表 2-1-13。

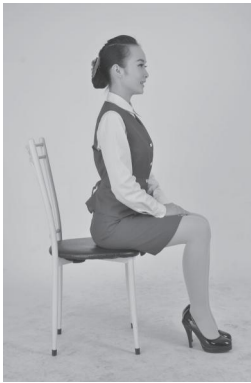
表 2-1-12 汽车维修服务接待人员的仪态要求

仪态要素	仪态要求
仪态文明	要求仪态要显得有修养，讲礼貌，不应在他人面前有粗野的行为
仪态自然	要求仪态既要规则庄重，又要表现得大方、实在，不要虚张声势、装腔作势
仪态美观	这是高层次的要求。它要求仪态要优雅脱俗，美观耐看，能给人留下美好的印象
仪态敬人	是要求力禁失敬于人的仪态，要通过良好的仪态来体现敬人之意

表 2-1-13 汽车维修服务接待人员的仪态标准

仪态	仪态标准	图示
站姿	两肩放松，气息下沉，自然呼吸。身体挺立，抬头挺胸，下颌微收，双目平视前方。双手交叉，放在身前 男士：两脚开立，与肩等宽 女士：脚跟并拢，双脚呈45°到60°“V”字形夹角	

续表

仪态	仪态标准	图示
坐姿	身体重心垂直向下，腰部挺起，上体保持正直，头部保持平衡，两眼平视，下颌微收，双掌自然地放在膝头或者座椅的扶手上 男士：上身挺直，两腿分开，不超肩宽，两脚平行 女士：双腿并拢，两腿同时向左或向右放，两手相叠后放在左腿或右腿上，也可两脚交叉，置于一侧。如女性着裙装，应养成习惯在就座前从后面抚顺一下再坐下	 
行姿	走路时，上身略向前倾，身体重心落在脚掌前部，两腿跟走在一条直线上，脚尖偏离中心线约10°。双肩端平，目光平视，下颌微收，面带微笑，手臂自然伸直放松，手指自然弯曲，两臂与双腿成反相位自然交替摆动，摆幅以$30^{\circ}\sim 35^{\circ}$为宜。同时，步伐协调稳健，速度适中	 
蹲姿	下蹲时，双腿合力支撑身体，避免滑倒或摔倒 男士：一般采用高低式蹲姿 女士：一般采用交叉式蹲姿，注意双腿并拢。女士着裙装时，下蹲前应事先整理裙摆	 

（四）汽车维修服务接待人员礼仪的标准及要求

汽车维修服务接待岗位是企业对外形象的窗口，接待人员的言行举止决定到访客人对企业的第一印象。对汽车维修服务接待人员来说，没有经过系统训练，将无法从全方位的角度理解自己的工作，也无法通过文明得体的礼仪，展示和塑造专业化的接待人员所需具备的职业形象及职业素养，提高专业服务价值。汽车维修服务接待人员

礼仪的标准及要求见表 2-1-14。

表 2-1-14 汽车维修服务接待人员礼仪的标准及要求

类别	礼仪标准	图示
握手礼	握手遵循“尊者优先”原则。伸手的先后顺序是顾客先、长者先、上级先、女性先；若是VIP顾客或老顾客，则应该快步走近，用双手握住对方的手，以示敬意。握手时间一般在2~3秒，轻轻摇动1~3下。握手力度不宜过猛或毫无力度。要注视对方并面带微笑。保持手部干爽清洁，与顾客握手请务必摘除手套	
鞠躬礼	鞠躬礼可广泛运用于接待服务的各个环节。行礼时，以标准站姿站立（或按标准走姿行走时适当减缓一下速度），面带微笑，头部自然下垂，带动上身前倾，呈15°角，时间持续1~3秒即可	
名片礼	存放名片应使用名片夹，适宜放在上衣口袋内。递送名片时，面带微笑，稍欠身，注视对方，将名片正面对着对方，用双手的拇指和食指分别捏住名片上端的两角递送给对方。如果是坐着的，应当起立或欠身递送。 接受名片时必须点头表示感谢，同时要以同样的方式递出自己的名片，接着要花一些时间仔细阅读名片上的内容，并妥善保管	

续表

类别	礼仪标准	图示
奉茶礼	顾客落座后，询问顾客所需饮料的种类，听到顾客的要求后，重复饮料的名称进行确认；递送时，说“打扰一下”，按逆时针方向，将饮料放在顾客右手边，若同一桌上有不同的饮料品种，分发前应先确认；递杯子时切忌碰到杯口；要注意奉茶的顺序，先老后少，先女士后男士	
走廊楼梯间礼仪	不要站在走廊、楼梯间长时间谈话或者声音过大影响到顾客；与顾客或上级擦肩而过时，要主动让出通道，并行鞠躬礼；上下楼梯时，应热情主动为顾客进行引导；如遇到疑似是迷路的顾客，应主动引导	
引导礼	指引顾客方向或指示物品的时候，手臂应自然伸出，手心向上，四指并拢。出手的位置根据与顾客所处的位置而定。 引导顾客进入展厅时，走在顾客的斜前方，与顾客保持一致步调，先将店门打开，请顾客进入店内；如果经销店不是自动门，则用左手向展厅外方向拉开店门，请顾客先进入展厅，并鞠躬示意。 引导顾客进入展车时，走在顾客的斜前方，与顾客保持一致步调，并为顾客拉开展车车门，请顾客进入车内（开、关门时注意礼貌，站在不妨碍顾客上下车的位置为顾客开启车门，如果顾客坐在驾驶室，应该用左手拉门，右手挡在车门框下为顾客护住头部；如果顾客坐在副驾驶室，则应该用右手拉门，左手挡在车门框下为顾客护住头部）	 

续表

类别	礼仪标准	图示
自我介绍礼仪	态度自然、友善、亲切、随和；言简意赅，以半分钟左右为佳；介绍内容一般有3项：本人姓名、供职单位及具体部门、担任职务和所从事的具体工作；介绍前应先向对方点头致意，得到回应再向对方介绍自己。如有介绍人在场，自我介绍则被视为是不礼貌的行为	
介绍他人礼仪	介绍的先后顺序为“尊者优先”：男士先介绍给女士、晚辈先介绍给长辈、下级先介绍给上级、客人先介绍给主人、熟悉的人先介绍给不熟悉的人；为他人介绍的内容与自我介绍内容大体相仿，可酌情在3项内容上增减；作为第三者介绍他人，要先向双方打声招呼，让被介绍双方都有所准备	
递送物品礼仪	递送时，资料正面对接受人，用双手递送，并对资料内容进行简单说明；如果是在桌子上方交递，切忌将资料推到顾客面前；如果有必要，帮助顾客找到其关心的页面，并作指引；如果是交递锋利和尖锐的物品，递交时锋利和尖锐部位面朝自己，切忌对准顾客	

续表

类别	礼仪标准	图示
赠送及接受礼物礼仪	赠送：双手递送，点头示意，目光亲切、真诚地看着顾客的眼睛，说出致谢的话语，微笑着递送物品。 接受：双手接过礼物，并对顾客表示感谢，同时妥善放置礼物	
电话礼仪	电话铃响3声内应接听电话，姿势端正，身体略微前倾，准备好纸笔，左手握听筒，右手根据需要随时做好记录。声音明快、亲切；面带微笑，态度认真；专有名词记录准确；来电人姓名、联系方式、转告内容都要详细记录并确认。投诉电话要耐心倾听、合理解答、及时反馈，自己无法解答的问题，及时寻求上司或同事的协助。通话结束后，要致谢，原则上是等上级或顾客先放下听筒，话筒要轻拿轻放	