

车·关注

销售冠军的**武功秘籍**

(上接E01版)

人物档案

姓名:何腾飞
性别:男
公司:长城汽车洛阳众山伟业店
销售成绩:237辆

■销售不是一锤子买卖

“如果我买的鞋穿了几天开胶了,我肯定要去卖鞋的,卖鞋的如果把我推向售后,那我心里肯定不舒服,我不能做这种销售员。”何腾飞说,只要是他的客户,如果需要维修、保养都可以找他。在客户提车之后,他当天肯定要给客户打个电话询问其是否平安到家,之后还会再给客户打个电话问问客户的用车感受。

何腾飞曾经遇到一个县里的客户,这个客户通过他买了一辆长城C50。过了一段时间这个客户找到何腾飞,说想要个赠品,何

有啥说啥让人服

腾飞二话没说就答应了。过了一段时间,这个客户又来了,找到何腾飞说想再要个挡泥板,何腾飞也爽快地答应了。

何腾飞说:“虽然这个客户要的这两样东西都不值钱,但是客户还是觉得非常感动,过了一段时间,这个客户把他两个原本没打算买长城车的朋友也介绍到我这儿,并通过我订了车。”

■“你是看中这车还是看中我这人”

何腾飞在与客户沟通时有什么说啥,有的时候他也会说“难听话”。

一次,何腾飞接待了一批客户,一共9个人,根据客户的用车需求,何腾飞向他们推荐了哈弗H5柴油版。这时,客户“发难”了,说柴油车在新疆、西藏打不着火。何腾飞也不甘示弱,回应说:

“哥,你买车是在哪儿用的?要经常去新疆、西藏吗?你的车主要在周边省市用吧?买车得从自己的需求考虑。”何腾飞说,虽然他说话时很强势,但是能让客户感受到他是为客户考虑的,而他的这番话说完后,客户更想买柴油车了。

何腾飞说,他从来不与客户在价格方面磨来磨去,可这一些客户特别纠结价格。在价格谈判中,客户提出让何腾飞先去忙,他们要考虑一下,何腾飞就走开了,结果过了一会客户又找到何腾飞让他再降价,何腾飞当时就说:“哥,要不咱们就不谈了,你们再看看。”并说了他的名言:“你是看中这车还是看中我这个人?”说得客户也不好意思了,之后何腾飞稍微一让价,客户就订车了。

春节前的“疯狂”



虽然不是双休日,但仍有不少消费者到4S店里看车

□记者 许晓洁 文/图

春节是有一种魔力的,因为它,距离再远,人们也要回家;东西再贵,人们也敢买。或许就是人们普遍存在的这种心态,催生了春节前的购车热。

长城9天卖出156辆车

1月10日上午10时,记者来到位于九都东路与启明南路交叉口附近的一些汽车4S店。虽然不是双休日,但像长城、别克、福特这些品牌的4S店里已经人头攒动,来看车、买车的顾客不少。

长城洛阳众山伟业店总经理李岩说,春节前买车的人比较多,从1月1日至1月9日,他们已经销售汽车156辆。因为哈弗H6的订单太多,他们已经暂时不接该车的订单了,如果现在订车,消费者在几个月后才能提车。不过,如果选择别的车型,客户在春节前应该能提到车。

福特洛阳动力店市场部经理王海鲲说,2013年福特全年都保持着不错的进店量和销量,进入2014年1月后,销售显然更火热了。

别克洛阳键通4S店市场部工作人员告诉记者,与2013年12月同期相比,1月销量提升约30%。

有些车商已减小优惠幅度

虽然很多车商早就表示元旦过后会涨价,但实际中分为两派,一派价格未动,另一派则暗中减小了优惠幅度。

福特洛阳动力店市场部工作人员告诉记者,目前现车不多,春节前能提车的客户相对较少,不过他们没有涨价。

李岩说,春节前长城厂家的确压缩了产能,厂家要求很严,他们一直都按照厂家要求的价格卖车,并不会因为订单量大就提价卖车。

别克洛阳键通4S店市场部的工作人员说,虽然销量很大,但是由于去年12月就跟厂家沟通过,因此他们的现车较充足,基本可以满足消费者春节前提车的需求,此外,他们目前的优惠力度仍然较大。

在采访中记者也从一些车商处了解到,虽然不缺现车,但是在春节前这个销售旺季,他们还是减小了优惠幅度。

明年春节提车或许更容易些

心里想着过年时能开上车,但实际上因为车少提不到车,这往往会让消费者感到失望,不过,到明年春节时,这种情况可能得到改善。

记者从长城、福特、东风悦达·起亚等4S店了解到,2014年这些品牌的厂家都会扩大产能,以此满足更多消费者的需求。不过在各品牌纷纷扩大产能的大背景下,也有人担心2014年新车市场会掀起价格战。针对这一点,本地多家汽车4S店表示,对自己的品牌很有信心,受市场放量影响有限。

温柔耐心得人心

人物档案

姓名:张格
性别:女
公司:东风日产洛阳威盛店
销售成绩:236辆

■要让客户花钱花得开心

去年12月30日,威盛店来了一个外地男客户。张格说,这个男客户一开始就不耐烦地说,不需要了解车辆信息,只想问一下天籟的最低价。张格又问了其他问题,这个客户还是没给她好脸色,不过,张格并不生气,还是微笑应对。

经过沟通后发现,这个客户在来洛阳看车之前,到郑州、

三门峡等地的东风日产店里看过车。而且这个男客户理想的价格,比威盛4S店的底价都低很多。

价钱谈不拢,当然无法成交。在这个客户离开之后,张格当天又给这个客户打了4次电话。在电话里,张格并不急着催客户买车,而是询问客户是否已经安全到家,跟客户说明他想要的那种颜色的车店里只剩下一辆等实际情况。张格感到,她每打一次电话,客户的态度就会友好一些。

第二天,这个男客户来到威盛店找张格买了车,几天之后,这个客户又把自己的姐姐介绍给张

格,这个客户的姐姐也订了车。

■“愿意来店里找我,就是看得起我”

张格表示,她与客户的沟通没有太强目的性,用她自己的话说:“即使没卖出车,跟客户聊聊天也挺好。”

张格曾经遇到一个男客户,他经常参加店里的促销活动,不过始终没有买车。

“愿意来店里找我,就是看得起我。”张格说,遇到这样久看不买的客户上门,她总是热情接待。每隔半个月,张格还会主动打电话问候客户。一年半后,这个顾客依然没有买车,但是介绍了一个朋友找张格买了车。

细致周到服务好

人物档案

姓名:何林倩
性别:女
公司:福特洛阳动力店
销售成绩:248辆

■适时表现亲和力

前几天,何林倩接待了一对夫妻,他们来看车时还带着孩子。在跟这对夫妻交流时,何林倩问得很细致。她除了询问这对夫妻买车是家用还是商用、平时主要是谁开,还跟客户聊工作、聊生活。她清楚地知道,自己的长项并不在讲解汽车专业知识,亲和力才是她的“法宝”。

在与这个客户沟通时,何林倩也不忘跟小朋友交流。她说,

这么做不仅向客户展现出自己对孩子的喜爱,让客户对她产生好感,而且小朋友有什么说什么,从小朋友口中,她能更清楚地了解客户需求。

在聊了一个多小时后,客户没买车走了,谁知道当天下午,这对夫妻又带了一个朋友来看车,结果也只是看看。何林倩说,虽然没买车,但她感觉到客户对她的亲和力相当肯定。让她没想到的是,之后那对夫妻的朋友又来了,还带了一个朋友,这个人后来通过何林倩买了车。

■扩大圈子有一套

何林倩说,她接待的顾客并不多,但是成交率很高,主要原因就是她的老客户愿意给她介

绍客户。

不管是在客户看车环节还是在提车环节,很多人都会带着自己的亲戚、朋友一起来。在这些环节中,何林倩不会只顾着招呼打算买车的人或者提车人,还会招呼客户的朋友。比如客户提车时,何林倩会把客户赞美一番,让客户感觉到在朋友面前倍儿有面子,而何林倩也会趁机给客户的朋友发名片,主动找话题聊天。她说,客户的朋友就是买车“潜力股”,这种扩大圈子的机会不能放过。

此外朋友到店里买车,何林倩都会尽力帮忙,让朋友感受到她的诚意,之后朋友也愿意介绍其他人到她这里买车。