



2014 东营车界龙虎榜



2015年1月21日 星期三 编辑:李立红 美编:张泽锦



十佳销售明星



站在客户角度考虑——东营锐华汽车销售有限公司销售顾问刘传斌

本报记者 李立红

刘传斌,自2013年毕业后来到东营锐华汽车销售有限公司,担任销售顾问。在汽车行业不景气的2014年,刘传斌一人就完成了81台车的销售额,为公司创下了较好的业绩。

“没有什么特别的销售方法,就

是多与客户沟通,站在客户的角度考虑。”刘传斌说,有时候见客户在几款车之间徘徊不定,他就认真地帮客户分析每款车的性能、配置、优势,由此获得了客户的信任。“客户需要的就是那种朋友似的被关照的感觉,让客

户时刻感受到斯柯达这个大家庭一直都在关注他们,这样他的同事、朋友有购车需求的时候,也会推荐到我这里来。”刘传斌说,自己能成为销售明星,多半靠的是勤奋,“看见别的同事去拜访客户,我也不敢偷懒。”



微笑是最好的名片——东营瑞祺汽车销售服务有限公司销售顾问杨倩

本报记者 李立红

近日,记者见到了瑞祺汽车销售服务有限公司的销售明星杨倩。采访过程虽简短,但杨倩的笑容一直挂在脸上。“我曾经做过服装销售,爱笑是我的一个特点,我觉得与客户沟通是一件让人很兴奋的事情,更觉得笑容

是对客户的一种尊重。”杨倩说,微笑是不用翻译的世界语言,它传递着亲切、友好,笑容成了她与客户顺利沟通的一座桥梁,也是她“最好的名片”。

对客户有耐心是杨倩成为销售

明星的一大诀窍。“有些客户的要求非常多,这我也能理解,因为买车毕竟是高额消费,需要慎重选择。”杨倩说,遇到要求多的客户,她都会耐心地给他们讲解,最终赢得了客户的信任,还因此获得了不少回头客。



销售从谈心开始——东营华锐汽车销售有限公司销售顾问燕丽

本报记者 任小杰

2014年,对于东营华锐汽车销售有限公司销售顾问燕丽来说,是很有意义的一年,这一年里,她累并快乐着。365天里去掉休班和节假日,他平均每两天就卖出一台车,一年的时间里销售了158台车。销售的车型主要有迈腾、速腾和高尔夫。

燕丽说,她从事销售顾问已经有两年半的时间,在这段时间里,她认识了很多的朋友,也总结了不少的工作经验。燕丽每次都和客户没有戒备地交流,通过和客户谈心了解他们的需求,然后对客户的需求进行详细准确的分析。“把客户心里所期望的要

求提出来,客户就会发现我很了解他,然后通过我们品牌的影响力和客户试乘试驾时的亲身感受以及性价比来确定购买的车辆。”燕丽告诉记者。

总结销售的秘诀的话,燕丽说,那就是和客户进行实实在在的交流。



站在客户的角度着想——东营胜华吉利汽车销售有限公司市场部经理何婷

本报记者 任小杰

2014年,对于何婷来说,是很有意义的一年,扎实的工作作风和优秀的业务能力让她从一名普通的内勤工作人员升迁为市场部经理。

虽然从事的是市场部的工作,但

是市场部和销售部也存在密不可分的关系,何婷除了做好自己的本职工作外,还帮着其他同事做一些力所能及的事情。何婷在吉利汽车工作已经有4年了,4年来,她从不抱怨工作的

辛苦,认真学习业务。

站在客户的角度着想,一直是何婷坚信的做事原则,“只有换位思考一下,才能知道客户的所需,客户满意永远是吉利不懈的追求。”何婷介绍说。



客户永远是对的——东营广潍汽车销售服务有限公司销售顾问杜洪旭

本报记者 任小杰

杜洪旭是东营广潍汽车销售服务有限公司一名优秀的销售顾问,他半年时间销售车辆84台,成为东营广潍汽车2014下半年的销售冠军。

杜洪旭始终坚持“客户永远是对的”这一观点。“曾有一位客户定

了一台车,由于红色的车比较少,当时跟客户解释,要等一些时间,没想到一等等了两个多月,后来跟客户商量退车或改车型。但是,在这两个多月的时间里,客户已经花钱把内饰都买好了,最后换了一个其他

颜色的车。”杜洪旭告诉记者,整个过程时间很长,客户也发过好几次脾气,但是他始终没有跟客户吵架。

五菱汽车的性价比和在客户心目中的信赖度都很高,这也是杜洪旭取得优秀业绩的坚实基础。



不把情绪带到客户身上——东营东辉汽车销售服务有限公司销售顾问李菁

本报记者 任小杰

李菁做销售顾问已经第三个年头了。她说,每卖出一台车,都要对客户负责,并不是成交了,客户再给她打电话询问的时候就这事不归她管。“有一个客户来看车的时候,我上去询问他的购车意向等等,这

样在交流上就比较方便。但是,他的所有的信息一概不和我说话,电话也不给我留。我当时还是继续给客户讲解了汽车方面的很多信息,没想到还真打动了她。”李菁告诉记者。大约半个月之后,那个客户给

李菁打了电话,说单位要采购车辆,从广饶到东八路提车。在不到两个月的时间里,那个客户一连从李菁这里购买了6辆车。通过这件事情,更加让李菁懂得了为什么要认真热情地服务好每一位客户。



用心交流得到客户认可——东营创大汽车销售有限公司销售顾问梁赏

本报记者 任小杰

记者走进东营创大斯柯达4S店,销售顾问梁赏热情相迎。在和他简短的交谈中记者得知,他是东营创大斯柯达2014年12月的销售冠军,销售车辆16台。汽车专业出身的梁赏喜欢销售,就选择了做销售顾问,事实证明他的选择是正确的。

梁赏说,做销售顾问的一个绝招就是用心和客户交流,把客户当成自己很好的朋友一样来对待,根据客户的性格和需求把可能适合客户的各种车型都摆出来对比一下,适合客户的就是最好的,不能一味地卖贵的车。

“有一位孕妇来店看过好多次车,每次下班的时候,我都专门把她送回家,送了三次,后来她们两口子购买了一辆明锐。”梁赏说,为客户提供力所能及的方便,做好客户的购车和用车服务是他们一贯的追求。



热情服务,专业讲解——东营瑞和汽车销售服务有限公司销售明星燕西振

本报记者 聂金刚

燕西振是东营瑞和汽车销售服务有限公司的一名销售顾问,2014年全年售车152台。燕西振认为,一名优秀的销售顾问应该热情地服务客户,并站在客户立场上提出合理的、专业的建议。

燕西振从事汽车销售工作已经

有3年多,他介绍,在大家都热情服务客户的时候,优秀的销售顾问应该站在客户立场上提建议,并且用专业的讲解为客户对比车型。燕西振表示,在为客户对比同等价位的竞争车型时,不能过于贬低其他品牌,否则会给客户留下不好的印象。

“服务好老客户也很重要。”燕西振说,他总是会一视同仁地对待新老客户,定时回访老客户,及时为他们提供帮助。在2014年,已经成为朋友的老客户也给燕西振带来了回报,很多新客户都是老客户介绍过去的。



细心加耐心,获得客户认可——东营北辰汽车销售服务有限公司网店销售顾问董云霞

本报记者 李立红

“我觉得没有什么特别的销售秘籍,细心加耐心,是我最大的优势。”董云霞,2014年3月来到北辰汽车销售服务有限公司,成为一名网店销售顾问。短短9个月的时间,她卖出92台车,成为北辰的年度销售冠军。

与传统的店面销售有所不同,网店销售需要顾问更有耐心。“我们通

常都是得知客户有购车意向后,打电话约请他们来店里看车,但很多人听到我们致电的来意后就直接把我电话给挂了。”董云霞介绍,有时候她需要打十几个电话,客户才会同意来店里看车。

“印象比较深刻的一个客户,特别认死理,我跟他接触了半个多月,

他才同意在我们这里买车,后来还给我介绍过一个客户。”董云霞介绍,面对挑剔的客户,她总是耐心地微笑着向他们讲解车型的性能和优点。“俗话说,‘伸手不打笑脸人’,我觉得只要真诚对待客户,多站在他们的立场,跟他们沟通,就一定会得到认可。”董云霞笑着说。