

学习情境一

走进汽车售后服务



项目一 走进汽车售后服务

项目导入

随着我国居民生活水平的不断提高,汽车已进入千家万户。我国汽车保有量的急剧增加,给汽车售后服务业带来了极大的商机,假如把整车销售作为汽车的“前市场”,那么维修保养、配件供给、汽车美容、汽车改装等服务都可以称为是汽车的“后市场”。因此作为本专业的学生要对汽车“后市场”中的售后服务有一定的认知。

任务一 认识汽车售后服务



任务描述

学生利用信息媒体资源查询汽车售后服务的定义,并进行小组讨论分享汽车售后服务的特点和理念。



任务目标

1. 掌握汽车售后服务的分类。
2. 掌握汽车售后服务的定义。
3. 了解汽车售后服务的特点。
4. 掌握汽车售后服务的理念。



任务实施

目前私家车已经很普及了,那么请同学们说一说汽车服务有哪些分类?然后再请大家用自己的语言一起来说说汽车售后服务有哪些特点。



一、汽车服务与汽车售后服务

1. 汽车服务的分类

汽车服务业是一种行业,内容主要是汽车服务领域。主要包括汽车修理,汽车导航,汽车美容培训加盟,汽车装饰,汽车改装,旧车翻新,汽车天窗,汽车加热,汽车座椅加热,美容音响,汽车 DVD,太阳膜,汽车配件,汽车保险,汽车隔音,汽车封塑,验车验本,保险理赔,培训加盟,汽车俱乐部建立,汽车电台安装使用等。

(1) 汽车美容

汽车美容包括车表美容护理,车内翻新护理,高级护理三大主要项目。其中车表美容护理主要有无水洗车、泡沫精致洗车、全自动电脑洗车、底盘清洗、漆面污渍处理、漆面飞漆处理、新车开蜡、氧化层去除、漆面封釉、漆面划痕处理、抛光翻新、金属件增亮、轮胎增亮防滑、玻璃抛光等项目。车内翻新护理主要包括:车内顶棚清洗、车门衬板清洗、仪表盘清洗护理、桃木清洗、丝绒清洗、地毯除臭、塑料内饰清洗护理、真皮座椅清洗、全车皮革养护等项目;高级美容护理项目主要有:漆面封釉、漆面镀膜、汽车桑拿、底盘封塑、臭氧消毒、划痕修复等项目。如图 1-1-1 所示。



图 1-1-1



图 1-1-2

(2) 汽车装饰

汽车装饰主要是新车装饰,其主要项目有:全车贴膜、铺地胶、铺地垫、挡泥板、扶手箱、尾箱开启器、桃木内饰、加装轮眉、防撞胶条、更换拉手、安装门碗、加装晴雨挡、加装尾喉、另加上部分客户要求真皮座椅、豪华天窗、隔音工程等项目。如图 1-1-2 所示。



图 1-1-3

(3) 汽车养护

汽车养护主要有日常养护,附加保养两大类,日常养护属于必须进行的项目,而附加保养则是客户自己选择要不要做的项目,日常养护项目主要有换机油、加防冻液、更换三滤、更换雨刮、变速器止漏、清洗更换刹车片、空调检测及加氟利昂、检查电瓶液配比、电瓶维护等;而附加的项目主要有:燃烧系统免拆清洗、润滑系统免拆清洗、冷却系统免拆清洗、电脑检测及解码、发电机维护、发动机维护、尾气达标等等项目。如图 1-1-3 所示。

(4) 汽车电子

汽车电子类主要的产品有:防盗器、倒车雷达、中央门锁、车载电话、GPS、电动门窗、自动天线、车载冰箱、胎压检测器、电压转换器、各部位车灯、车载应急灯、后视系统等。如图 1-1-4 所示。

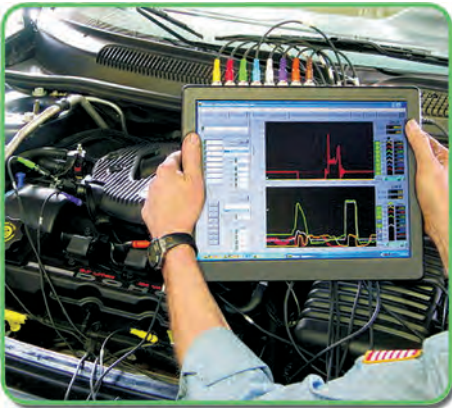


图 1-1-4

(5) 汽车娱乐影音系统

汽车娱乐影音系统主要业务包括:车载电视、CD、VCD、DVD、喇叭、功放、低音炮、显示器、电子游戏系统等。如图 1-1-5 所示。



图 1-1-5



图 1-1-6

(6) 汽车改装

汽车改装主要包括汽车外观改装,汽车性能提高改装,赛车按标准改装三大类别。其中汽车外观改装主要有:改装包围、更换方向盘、增加个性贴纸、更换轮胎、更换轮毂、更换仪表等;汽车性能提高改装主要包括:增加氙气灯、改装进气系统、改装排气系统、改装点火系统、改装供油系统等;赛车按标准改装主要有车内头盔、防滑架、赛车服饰、避震器、悬挂加强赛车安全带等等。如图 1-1-6 所示。

(7) 汽车饰品类

汽车饰品主要包括个性饰品与专用饰品两大类,个性饰品主要有:卡通娃娃、个性香水、内外闪灯、游侠伴侣、风火轮、个性地毯、动感领动、个性坐套、钛金气喉、车饰边条、香熏挂件等;专用饰品主要有野营套装,车载冰箱等。如图 1-1-7 所示。



图 1-1-7



图 1-1-8

(8) 汽车轮胎服务

汽车轮胎服务主要的项目包括:更换轮胎、轮胎平衡、四轮定位、快速补胎、专业补胎、轮胎冲氮气、轮胎保养等。如图 1-1-8 所示。

(9) 汽车专业维修

汽车专业维修包括对汽车各部位的维修,主要是对车身,底盘,发动机,电气系统等方面进行全面系统的维修,主要的项目很多,实际上就是“对生病之车实施抢救”,使之恢复正常。如图 1-1-9 所示。

(10) 汽车上使用的办公用品

高端公务商务车上的办公用品主要有:车用办公桌椅,车用电脑,车用打印机,车用传真机,车载电话等,另外车用热水器,车用电冰箱也是高端商务人士所需,增加汽车办公用品,原因是汽车已经越来越成为众多商务人士的第二个办公室。目前国内这个市场正处于萌芽阶段,还是一个待开发的新兴行业。如图 1-1-10 所示。

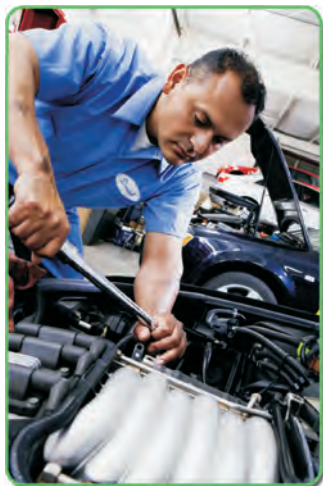


图 1-1-9



图 1-1-10

(11) 汽车租赁

汽车租赁按时间分包括:定时租赁和临时租赁;按客户类别分为:政府租赁,企业租赁和个人租赁三大类。汽车租赁目前在国内处于摇摆不定的一个发展阶段,市场有较大的需求,但国内目前缺乏切实有效的信用和担保制度,致使汽车租赁的风险较大。如图 1-1-11 所示。

(12) 车主俱乐部

在目前国内车主俱乐部不太成熟的市场情况下,可以建立不同类型的俱乐部如:品牌俱乐部、车迷俱乐部、越野俱乐部、维修俱乐部、救援俱乐部等。车主俱乐部可以为车主提供以下服务一是汽车类服务:如代办保险、验车、泊位、换领驾照、补领驾照、补领行驶证、管家提醒、理赔、审证、贷款等。二是汽车体验与交流:如驾车外出游玩、试乘试驾、车友会、会员制等。三是汽车救援:如拖车服务、快速抢修、提供 24 小时救援等。如图 1-1-12 所示。

2. 汽车售后服务的定义

汽车售后服务是指将与汽车相关的要素同客户进行交互作用或由客户对其占有活动的集合。

根据汽车在使用过程中服务的范围不同,汽车售后服务可分为广义的汽车售后服务和狭义的汽车售后服务两种。

(1) 狭义的汽车售后服务

狭义的汽车售后服务指从新车进入流通领域,直至其使用后回收报废的各个环节涉及的各类服务。它包括汽车营销服务(如销售、广告宣传、贷款与保险资讯等)以及整车出售及其后与汽车使用相关的服务(如维修保养、车内装饰、金融服务、车辆保险、“三包”索赔、二手车交易、废车回收、事故救援和汽车文化等)。如图 1-1-13 所示。

(2) 广义的汽车售后服务

广义的汽车售后服务可延伸至原材料供应、产品开发、设计、质量控制、产品外包装设计以及市场调研等汽车生产领域。

我们通常所说的汽车售后服务,一般是指汽车在售出之后维修和保养所使用的零配件和服务,包括汽车零配件销售、汽车修理服务和汽车美容养护三大类。

二、汽车售后服务的特点

与传统产成品相比,汽车售后服务有以下几个特点。

1. 无形性

是产成品与服务之间最本质的区别。由于服务是一种行为而非物体,它是无形的,我们不能像对待有形产品那样去看它、品尝它、嗅它或触摸它。服务的无形性给我们带来了许多新的挑战:

- ① 服务无法储存,因此,我们很难协调服务需求的波动性。
- ② 服务不能申请专利,竞争者常能轻易地盗用新的服务理念。
- ③ 服务在购买之前无法向消费者展示其成效,因此消费者也就很难在付款之前评价质量。

此外,由于服务的无形性,也使得每段时间服务的实际成本很难确定,价格关系也显得比较复杂。

2. 差异性

是指服务的构成成分及质量水平经常变化,很难统一界定。由于服务是一种由人来执行的行为,会受到人员自身因素的影响和制约。因此,服务提供者的能力对服务质量的影响非常大。事实上,即使服务是



图 1-1-11



图 1-1-12



图 1-1-13