

运通 | TIME

2014年5月 第2期 总第三十七期

www.yuntongauto.com

一马当先 驭见未来 ——热烈庆祝宁波运通宝晟宝马4S店盛大起航

2014年5月31日，全新BMW授权经销商宁波运通宝晟宝马4S店强势登陆宁波，运通宝晟秉承“品质之上，高效之悦”的服务标准，为甬城宝马车主献上一场绝世盛宴。开业盛典被一场时而雨妆扮得“清新靓丽”，娇滴滴的百合花、随风舞动的彩旗、络绎不绝的四方宾朋，好一派喜庆的景象。宝马集团大中华区总裁兼首席执行官安格先生、华晨宝马东南区域副总裁邵宾先生、运通汽车集团董事长孙绍先先生、运通汽车集团副董事长马昭辉女士、运通汽车集团总裁李斌先生以及来自宁波的各级政府领导出席开业庆典，另外跳水奥运冠军吴敏霞女士更是特邀出席，与所有媒体共同见证了本次盛事。

宝马集团大中华区总裁兼首席执行官安格先生出席并致辞：“祝贺宁

波运通宝晟的开业，我们将为更多消费者提供BMW高品质服务的同时，也将让更多人亲身感受到‘BMW之悦’的生动魅力。”

“在品牌竞争日益激烈的今天，我们非常荣幸成为BMW经销商队伍中的一员。今后，我们将积极响应总部号召，不仅承袭BMW高品质的工作标准和服务品质，更秉承优秀企业公民的理念，将BMW先进的理念和生活方式引入本地，与更多喜爱BMW的朋友一道，在共同交流BMW产品文化的同时，为社会和谐发展作出贡献。”宁波运通宝晟汽车销售服务有限公司总经理肖伟林说。

宁波运通宝晟拥有一支技术精湛并追求精益求精的服务团队，全体销售及维修服务人均通过宝马专业培训及认证，公司具有完善的管理制度、

灵活的经营机制、科学的用人体制及良好的内外部环境。在汽车销售、维修服务、备件管理、财务核算等业务中实行网络化管理，在管理上坚持规范经营、科学管理的原则，严格按照现代企业管理制度和安全生产管理制度执行。

宁波运通宝晟遵从“品质之上，高效之悦”的服务原则，从细节之处彰显品质，我们将用实际行动，在向您传递宝马百年汽车文化理念的同时，传达我们无微不至的关怀。我们愿以我们专业、便捷、精致的服务与您一同分享尊贵品位与驾乘乐趣，与您一同分享BMW之悦。通过细致的人性化服务，为尊贵的客户提供最完美服务，让客户有宾至如归的感受。



追求卓越 超越自我

产业环境

2014年，纵观中国经济环境、行业环境和竞争环境，中国的汽车经销行业机遇与挑战并存。经济环境方面，2014年中国GDP预计在7.5%左右，中国经济增速放缓的趋势将会持续数年。行业环境方面，基于现有刚性需求和城镇化进程的加快，多家机构预测中国乘用车市场仍将以10%左右的年均速度再增长10年。同时，中国巨大的汽车保有量和消费者日益增长的多样化需求为汽车经销商提高盈利能力奠定基础。竞争环境方面，汽车经销商集团正面临不同层面的竞争：一方面，随着厂家网络布局的加快，国内各汽车经销商集团之间的竞争正日益加剧；另一方面，NAPA、新焦点等品牌连锁进驻中国汽车后市场，基本完成核心网络布局，将成为4S店售后客户资源的有力竞争者。严峻的经济环境、激烈的竞争环境和巨大的市场机会构成了当下中国汽车经销行业“逆水行舟，不进则退”的全貌。在此市场格局之下，“追求卓越”已经不仅仅是汽车经销商一个美好的心愿、一个响亮的口号了，更多的成为了一种生存的必然选择。

- 打造“务实高效，勇担责任，和谐共赢”的企业品牌形象；
- 各店力争高于同城同品牌经销商的市场知名度和客户美誉度，各自占据网络内第一梯队的行业地位；
- 不断提升雇主品牌形象，吸引和保留行业内一流人才，员工敬业度高于行业平均水平。
- 打造行业经验丰富、管理卓越的经销商运营管理团队；
- 构建稳定的、战斗力强的销售团队，构建专业的、服务意识强的售后服务团队，构建务实的、技术权威的技师团队；
- 构建全面、专业、高效的集团本部管理团队。

- 2014年至2016年，集团营业收入总体水平将以30%-40%的复合增长率稳步增长；
- 2017年至2019年，盈利能力逐步提升，集团总体营业收入达到500亿水平。
- 构建高效的、可复制的经销商运营管理体系，实现标准化、流程化、精细化、数字化管理目标；
- 建设高效的、灵活的集团管控机制，支撑集团战略落地，实现资源和管理的有效输出。

运通愿景

运通的愿景是“成为全国综合实力最强的汽车经销商集团”。“综合实力最强”体现在“四个卓越”，即卓越的盈利能力、卓越的品牌、卓越的运营管理体系、卓越的人才队伍。盈利是企业的生存之本，也是企业的终极目标；品牌是市场和客户对企业影响力的反馈，是客户对运通品牌认知的集合；运营是基础，是企业创造的客户价值有效输出的关键。在同质化竞

争严重的汽车经销行业，高效的运营成为竞争的关键要素之一；人才是企业的根基，拥有专业、敬业的人才队伍，才能够构建企业核心竞争力。运通对“四个卓越”有明确的目标要求。

运通战略

简单地讲，战略是目标与现状之间的发展路径选择。通过解读运通愿景，我们明确了战略发展目标，即在盈利、品牌、运营和人才各领域都逐步提升到行业第一梯队的水平。那么现状如何呢？盈利方面，运通汽车集团2013年收入水平大约相当于中升集团2009年的水平（中升2009年销售收入约137亿元，毛利约12亿元）；品牌方面，运通汽车集团具有良好的行业知名度，发展前景在业内被普遍看好，但并未形成清晰明确的品牌形象；运营方面，运通的精细化管理在行业内表现较为优秀，但距离建立高效的、可复制的经销商管理体系的目标还有较大差距；人才方面，经销商和集团本部的人才队伍仍需要补充完善，员工敬业度水平仍需要进一步提升。

目标与现状明确了，接下来需要选择达到目标的路径，即战略。战略需要明确“发展领域”和“发展策略”。运通的“发展领域”聚焦在新车销售和售后维修、二手车业务和汽车后市场服务，从行业吸引力、产品竞争力和战略资源匹配度三个维度对运通的现有业务进行分析，得出我们在各领域发展的优势与不足，进而形成运通的“发展策略”。“发展策略”则是对这三大业务领域如何发展的系统规划：新车销售和维修方面，基于运通“追求盈利型”的战略集群定位，重点关注单店盈利能力的提升和单店高效运营管理体系的标准化；二手车业务方面，在盈利模式上探索大卖场模式，在运营模式上尝试电商O2O模式，并关注所经营二手车相关数据的收集分析，打破客户由于信息不对称而产生的不信任；金融保险业务方面，加强战略合作伙伴的业务合作，丰富运通的金融保险产品类别，关注按揭业务、用品业务方面，以客户需求为中心，整合产品渠道，定制设计用品，满足客户的个性化需求，并梳理经销商的标准化作业流程。由此，以运通愿景为指南，以客户需求为中心，三大领域的业务协同发展，共同支撑运通“四个卓越”的实现。

运通立足当下，志存高远，只有不断自我超越才能达成愿景。那么如何做到自我超越呢？对标分析是一种有效的方法。运通需要从不同的组织层面进行对标分析：经销商可以开展同城同品牌店的对标分析，品牌事业部可以开展全国同品牌领域的对标分析，集团则可以开展全国汽车经销商集团的对标分析，未来，我们还要拓展视野，与先进的零售业企业对标，与世界先进的知名企业对标。如果把个人作为组织的基本结构来看，个人也可以做行业对标。通过对标分析，运通充分借鉴优秀实践，提升与发展，在追逐目标的路上不断超越自我。

运通的核心竞争力

战略是路径选择，而之所以要选择，最终的目的是要持续构建差异化



竞争优势，即核心竞争力。由此，运通战略规划的最终目的是基于目标确定并培育运通的核心竞争力。

系统分析运通集团三大业务领域发展的关键成功要素，运通已有的优势要素都不足以构成难以被复制的竞争优势，这也是中国汽车经销商集团同质化竞争的必然结果。因此，运通的核心竞争力必然要建立在一系列运营活动的高效协同上。这种运营活动的协同包括了经销商各业务线之间、各经销商之间、集团与经销商之间的管理和资源的协同；这种协同的高效运行最根本依赖于企业文化体系的建设、员工队伍的稳定和总部功能的完善。

运通核心竞争力的培育对我们方方面面都提出了新的要求。首先，在企业文化建设方面，运通“务实、高效、责任、和谐”的核心价值观要结合企业愿景和战略进行细化解读，梳理出明确的员工行为指标，使运通文化真正成为所有员工的自觉行为准则，从而支撑运通各项运营活动的高效协同。其次，在团队稳定性建设方面，运通需要逐渐建立明确的用人标准和科学的激励体系，提供良好的职业发展通道，进一步增强员工归属感，提升员工敬业度水平。最后，关于集团总部的功能定位，从目前“战略管控与运营管控相结合”的模式将逐步向“战略管控”主导型过渡；集团本部未来以精简高效的职业化团队，立足于规划长期发展方向、探索新业务新领域、整合利用各类资源和提供专业化指导，而经销商及下属各级机构则拥有更广泛的管理权限，其同时也对管理层的能力和责任心提出了更高的要求。

结束语

运通愿景是每一名运通员工个人愿景的“全息摄影”，运通的“超越自我”需要每一名员工的“自我超越”。让我们将“运通愿景”注入心里，将“个人愿景”融入“运通愿景”，用每一名员工个人愿景的实现去支撑运通愿景早日实现！

集团总裁 李斌

如何招聘留用 90后毕业生

您是否记得,曾经80后被批评为是“垮掉的一代”,人们普遍认为他们没有责任感,“向钱看”,眼高手低,任性自私,对自己的人生思考不清。如今,90后正逐渐进入职场,我相信当我们HR面对90后的时候更多的是感到困惑,甚至有一种“无力感”,因为我们采用的一些常见的管理手段或者激励方法他们一律不买帐,他们似乎从不谈责任感,也不谈钱,以自我为中心,边玩边学,“闪辞族”也应运而生。其实在我看来,90后处在信息前沿和物质充裕的时代,相比80后,他们思维活跃,见多识广,个性独立,聪明好学,创造力强,潜力巨大。如何成功招聘到90后毕业生,这是我们企业HR急迫需要思考的问题。

有一本叫《代沟》的书里写道:老一代可以毫无愧色的训斥年轻的一代“你应该明白,在这个世界上我曾经年轻过,而你却未老过”。但是90后可以理直气壮的告诉你“在此刻这个世界上,我是年轻的,而你却从未年轻过,并且永远不可能再年轻”。我们应该知道让他们活在当下,体验当下是多么的重要。所以我们不妨借鉴一些新鲜有趣、富有活力的方法,试试效果。

如,一家刚成立3年的IT提供商自知知名度有限,于是特意针对90后的口味制作了宣传片,以电影剪辑的方式“串烧”了延参法师、让子弹飞、大话西游、Tom猫等90后们追捧的热门元素。别具一格的招聘广告迅速引起90后求职者的共鸣。

再如,在安利(中国)官方宣讲会期间,应聘者可通过微博“抢座”、微直播、随手拍亮点、二维码寻宝等新鲜方式参与互动。此外,每位毕业生进场都须填写入职第一个月的“愿望卡”,可选择“与高管喝下午茶”、“有白富美或高帅富的热烈欢迎”、“高管一对一职业辅导”、“广州风情/美食一日游”等愿望,若应聘成功,公司将实现入职新员工的愿望。

在用人单位与90后求职者热烈的互动过程中,企业文化的力量悄然渗透出来,于无形之中扩大了企业在90后求职者中的影响力,吸引了无数的毕业生。我们可以通过这些例子激发灵感,设计出符合我们企业的校招方式。在学生的筛选过程中,如何找到我们企业需要的人才,我们应该注意什么呢?

第一,筛选学生的个性特征,而不是简单生硬的能力特征。90后个性独立,注重自我感受,所以个性的匹配显得尤其重要。我们更需要考察性格、兴趣、心态、抗压能力、期望的工作氛围等适应特征。就目前大量的辞职案例来看,也基本是由于这些原因。所以,可以借助心理学、行为学等方面的理论,设计心理测试、价值观测试、压力测试、情景面试等方法,快速了解他们最真实的状态,降低企业的用人风险。

第二,务实的沟通与筛选。90后群体在自由的环境中成长,个性张扬,面试官要客观对他们的主观偏见,给予更充分的沟通,做到客观、公正。

第三,密集的企业文化渗透。当学生接到企业录用通知时,招聘面试工作基本已经结束。但面对90后毕业生,他们未必欣喜接受,他们每个人都会有许多“备选”,所以入职前,对学生进行密集甚至疯狂的文化渗透是使他们顺利进入企业的充分条件。让我们一起看看一家IT企业的实践。在校招中,这家在互联网领域刚起步不久的创业公司成功地发放了20多份Offer。伴随Offer,他们准备了一份正式而漂亮的Welcome Pack。Welcome Pack是一个漂亮的大信封,里面有这样的一些材料:Offer Letter、总裁的欢迎视频(光盘)、总裁的欢迎辞(有手写的学生名字)、部门主管的祝贺信(有手写的学生名字)、工作职责说明。入职之前可以回答各种问题的联系人、公司地址、员工的优惠券(公司附近的餐厅)、通用的学习计划(与地图相关)、公司Logo的笔记本、徽章。一位学生说,“我拿了好几个Offer,也收到过祝贺信,可是从来没有祝贺函像这份Welcome Pack这样让我觉得温暖,我觉得,我必须成为其中的一员了。本来我还在考虑毕业去哪里旅行,现在,我最想做的事情是打电话问问我的指导人,是不是可以提前去实习,我突然很有大于一场的冲动。”

第四,实习期、试用期帮扶。实习期、试用期阶段是毕业生最关键的适应期,也是影响他们做出去留决定最重要的阶段,企业应充分利用这段时间让新员工尽快了解企业,融入企业文化当中,用良好、平等、和谐的人际环境感染他们,而不是枯燥无味的工作和教条。在具体的工作中,多包容、多指导,让他们建立起责任心和归属感,才能逐渐稳定他们的工作心态。

综上,让90后学生适应企业,企业必须主动先去适应他们。毕竟,他们终究会成为未来的开拓主力。HR针对90后毕业生的特点,尽快更改传统的招聘方式,帮助他们选择最适合的岗位,以最佳的状态完成从校园步入社会、由学生向职场人的转变,为企业的可持续发展积蓄力量。

集团人力资源部 于洋

企业文化宣贯与解读

The propaganda, implementation and interpretation of the enterprise culture

第一部分:企业文化宣贯

企业文化是运通的灵魂,也是运通核心竞争力的基础,对运通的持续发展具有战略性意义。各经销店总经理积极响应集团企业文化梳理工作,在经销店内开展企业文化宣贯活动。

第二部分:企业文化解读

企业文化不是纸面上的制度,更不是空泛的口号,企业文化需要被细化为具体的核心行为能力指标,变成员工的自觉行为准则。全体员工的积极解读是文化梳理工作顺利开展的**关键要素。

务实:务实是创新的源泉。在实际工作过程中,我们首先讲求务实精神,一个夸夸其谈,好高骛远的空谈主义者,不会受到大家的欢迎。无论从事什么行业,只有脚踏实地、真抓实干才能得到大家信任,工作也才能见成效、出业绩。

创新:创新工作不会一蹴而就。基本技能到了一定的程度,创新几乎成为必然。没有创新就意味着没有发展,企业的发展离不开各部门的创新。创新不是盲目的探索,而是在大量的基础积累下有一定概率的积极尝试。这样的创新我们必须坚持不懈,只有坚持才能不断创新和实现实质意义的飞跃,才能为整个公司不断发展再做新贡献。

高效:把所有工作划分成事务型和思考型两类,分别对待。所有的工作无非两类:事务型的工作不需要你动脑筋,可以按照所熟悉的流程一路做下去,并且不怕干扰和中断;思考型的工作则必须集中精力,一气呵成。

北京运通兴宝 田科

学习运通集团企业文化,打造综合实力最强的汽车经销商集团。

北京运通嘉宝4S店以高素质的管理团队为客户打造最专业的优质服务,培训是企业管理中非常重要的一个环节,通过2014年4月14日的企业文化培训,我们更加了解了运通汽车集团的历史以及发展规划、熟悉了公司的基本管理要求,学习并感悟公司的企业文化及理念,高效、责任、务实奠定企业和谐的基础,真抓实干,关注重点,不畏困难,积极寻求切实解决问题的方法和途径;实事求是,深入一线,不断钻研,基于实际作出最恰当的判断;不断推动工作向前迈进,组织有力,挑战自我,超出预期实现目标;为企业创造最大利润的同时让我们的员工更好的为广大客户提供高品质的专业服务,为我们每一位员工规划职业发展道路奠定坚

实的基础。

相信通过我们运通人的不断努力和坚持,我们必将会打造成为全国综合实力最强的汽车经销商集团。

北京运通嘉宝 王瑞峰

团队意识,全员认同的价值观

企业文化肯定是团队意识的精要,而不是某个阶段某个团队领袖的个人意识。企业文化说到底还是需要整个企业团队的人去执行,如果团队的成员都无法认可,那这个文化必然没有存在和实施的基础。

成都运通博捷 张书昊

企业文化是每个企业生存的灵魂,如果把企业比作一片荷花池,显露在水面碧绿的荷叶和娇嫩欲滴的荷花是一个企业展露在外的企业形象和框架,而沉浸在水里,用力托起那片美好的不为人所见的坚实茎秆,就好比我们的企业文化,给企业输送成长的营养,让企业更富有生命力,持续而稳健地发展。只有茎秆强健,外在才能辉煌,每个部分才能协调统一,果实——也就是企业利润,才能最大化。

运通汽车集团以“务实、高效、责任、和谐”为企业文化精神。“务实”和“责任”是每个企业职工应该始终贯彻的行为宗旨;“高效”和“和谐”,我认为是企业各个部门和每个员工之间的相互合作,才能让两者发挥真正的作用。

作为一个运通员工,应该要认同自己的企业文化,并且能在工作中有效地开展企业文化建设,只有每个企业员工都自觉行动,才能让企业文化充满生命力。

作为一个运通员工,同时又作为一个运通财务部的职员,让企业文化在财务工作中起到积极作用,才能使财务工作更高效、扎实地开展。

杭州运通和展 周春燕

企业文化是企业的灵魂,是实现企业制度与企业发展的重要思想保障,是企业制度创新与经营战略创新的理念基础,是企业活力的内在源泉和企业行为规范的内在约束。因此,国内企业界关于企业文化建设的热情一个浪高过一浪,用先进的文化管理理念来促进企业发展已成为众多企业共识。

明确目标,把团队的成功与目标紧紧地结合起来,并用先进的观念管理企业,使员工的心往一处想,劲儿往一处使。再利用先进的技术,使员工同心协力,达成预期的目标。如

果没有掌握技术,即使是训练有素且对工作充满热情的员工手上,也难以发挥作用。真正先进科学的企业文化对公司发展的重要性,只有当员工深刻的意识到自己的行为是符合企业文化要求的,处处以此来严格要求自己,那么此公司的企业文化才能真正的发挥到你想要的效果。

台州和奥 楼巧红

众所周知,企业文化是企业的灵魂和精神支柱,是一种战略性的软体资源。企业文化的实质是企业价值观,它是企业员工在长期劳动和交往过程中形成的共同的价值取向与行为准则的沉淀。

企业中的每位员工由于生活环境、知识水平、成长道路等不同,每个人的精神追求或者说人生观、价值观、哲学观不尽相同,那么如何在我们的企业中形成一种大家公认的、积极向上的、具有强烈的凝聚力和吸引力,能被大家信奉的价值观,则成为企业文化建设的核心。所以,我认为建设企业文化,就是通过努力、采取各种方式,使企业中从上至下的全体员工对某种价值观趋于认同,之后奉为信仰的过程。而这种价值观正是企业的核心,这种信仰统一员工的思想 and 行动,使企业拥有持续发展的动力。因此,“务实、高效、责任、和谐”将成为运通集团企业文化核心价值。

杭州运通祥宝 陆燕

和谐——企业在处理内部关系、外部关系时要体现人与人之间的和谐相处。构建和谐企业,就是要把企业建设成为“循环发展、遵章守法、诚信至上、团结协作、关爱员工”的企业。和谐是企业立足之本、发展之需、传世之必备条件。企业解决一切问题的关键是效益,但要聚精会神搞建设,不断开拓创新,提高经济效益,实现可持续发展,和谐的内部和外部环境必不可少。企业不和谐,就根本谈不上发展,反而成为发展的绊脚石。近年来汽车行业跌宕起伏、大浪淘沙,有多少车企黯然倒闭。究其根本原因,都是因为出现了各种不和谐因素累积到临界点。如何实现企业和谐?和谐企业的本质是管理规范、凡事有矩可循。企业作为产生利益、分配利益的主要场所,也是各种矛盾多发地。只有制定公平、合理的分配方案、管理章程,才能做到利益分配的公平、公正,才能从根源上预防和解决各种矛盾。制度建设应当成为和谐企业的建设重点,个人认为,和谐企业涵义有三个层面:企业文化的建设、员工福利的保障、内部矛盾的化解。关键是制

度创新和技术革命,最终目标是为企业职工创造和谐环境,使企业更加和谐,达到提高企业竞争力的目的。

哈尔滨运通俊杰 刘兴伟

企业形成了优秀企业文化,也就为企业打造了高素质的员工队伍,而这支优秀企业文化武装起来的员工才是真正的核心竞争力。企业文化鼓舞士气、陶冶情操、塑造知识型职工、培育奉献精神,为提高基层的凝聚力、战斗力提供强大的精神动力和智力支持。而实现这一功能,就必须不断增强企业文化的吸引力和感召力。这是因为,文化的功能能否发挥的程序,最终取决于文化能否吸引人和感召人,能否为广大职工所接受并转化强大的精神动力,增强企业文化的吸引力和感召力。我们发展企业文化的目的,就是为广大职工提供丰富多彩的精神文化产品,不断满足干部职工日益增长的精神文化需求。企业文化建设,只有围绕广大职工的精神文化需要,才能真正把他们凝聚到先进文化建筑上来。

哈尔滨运通俊展 郑岩

务实与和谐的统一。务实则要求我们一切从实际出发,脚踏实地,一步一个脚印。从个人来说,清醒认识自己,是最大的务实。对自己有明确的定位,知道自己缺的是什么,团队需要的是什么,就会在各个方面以最实用有效的方式作到最好。

高效与和谐的统一。在一个组织里,大家由于心态、观念、能力的不同,难以高效地完成组织目标,这就需要企业组织成员之间进一步相互依赖与相互合作,努力打造一支充满和谐与高效的强有力的团队,才能在竞争中求得生存与发展。

责任与和谐的统一。建立责任环境,使每位团队成员在这个环境中不仅明确自身的职责,同时能够自觉认同自己应对企业的业绩负责。同时,通过加强民主管理和监督等方式,使团队成员真正体会到分工不同、责任不同,但人人平等,从而使团队成员为了一个共同的目标而有机地团结凝聚在一起,激发团队成员为企业的共同目标与具体目标勇于承担各自的责任,从而为实现目标作出共同努力。

苏州和奥 董翠娟



你将领航未来

——运通汽车集团第一期内部培训师特训营纪实



优秀的内部培训师团队担负着培育卓越的人才队伍的职能,所以加强内部培训师团队的培养和辅导将是集团人才发展战略的关键任务。

4月25日-26日运通汽车集团开展了第一期“内部培训师特训营”的主题培训,此次培训旨在通过体验式的训练,系统性的提高内部培训师的专业技能和技巧。在培训内容上,包含内部培训师的角色认知、演讲与控场技巧、课程开发与培训模式、高效培训六个法则等四个模块。

在特训营开始之际,老师对内部培训团队进

行了分组,分别为“NO.1、感恩队、特训小队、运通雄师”四个小组,每个小组各自喊出了响亮的团队激励口号。随着小组的产生,培训也进入了正式对抗演练的阶段。

在对抗演练过程中,内部培训师学习热情非常高涨,迅速的进入了学习状态,在“1分钟即兴演说”“三分钟微课程”“终极PK”等环节积极踊跃登上台上演练,挑战自我;讲师贯彻让每位学员都有机会发言的互动理念,每个学员都至少进行了一次演练展示,通过讲师的指导和点评,发现自身的

不足,并力争在下一个演练环节寻求突破和提升。内部培训师的伙伴们充分利用课间休息的时间,互相切磋交流品牌培训经验,检验自己的优缺点,借鉴同行好的经验和方法。

通过2天的体验式训练,此次特训营也在大家恋恋不舍,意犹未尽的状态下圆满结束。通过激烈的竞争角逐,最后由运通兴宝、运通兴捷、运通博雅、运通博泰内部培训师组成的“特训小队”脱颖而出,并捧回了运通汽车集团第一期“内部培训师特训营”的冠军杯。

课后的培训评估,采用了主题作业和心得分享相结合的方式。通过大家主题作业的展示和心得分享,我们欣慰的看到了内部培训师在行为上的改变和技能上的提升。希望内部培训师伙伴们延续运用培训中所获得的技能技巧,领航经销店的人才培养工作更上一层楼。

集团人力资源部 佟秋月



运通我们共同成长的舞台

“春蚕到死丝方尽,蜡炬成灰泪始干”、“鞠躬尽瘁”等言词,无疑都是对那些必须高山仰视的杰出师表者们最崇高的赞誉。固然,这些堪称典范的师表者们令人称颂,但他们往往又让人感觉多一份无私付出和牺牲自我的沉重,而少了一份授人以渔的快乐。与师表者不同的是,在我加入运通汽车集团内部讲师团队后,却是更多地体会到了作为师者“传道授业解惑”的快乐,以及同时享受到了学习提升的喜悦。

4月份,我有幸参加了集团内部组织的讲师培训。在这两天的课程里,听到了环宇老师的授课,他精彩的讲课技巧,为大家创造了一个思想碰撞的机会,在碰撞的过程中,才感觉自己距一名内部培训师的要求还有很大的差距。想要提升自己,还需不断学习总结,汲取他人的精华进行优化和整合。培训虽然结束了,但我们的思考没有结束,我一直在想应该如何做好一名内部培训师。

首先,培训师要善于学习。师,传道、授业、解惑者也,既然要为别人传道授业解惑,自己首先要知识丰富,技能娴熟。想要给予,自己得富足,而个人的知识技能总是有限的,所以学习是一个培训师最基本的能力,必须不断更新自己的内存,把你的知识或想法不断地完善,才能有东西向团队成员输出。

其次,培训师要善于接纳建议,但更要善于坚持自己的风格。作为一名初出道的培训师,培训内容不够丰富,培训技巧不够娴熟……总会有一些不足,这时会有人提出忠肯的建议,也会有人提出质疑。作为培训讲师必须明白,要善于接纳好的建议来自我改进,也要善于坚持自己独有的风格,不管有多少质疑,有多少建议,但当你经过充分准备站上讲台,那么就一定有自己出彩的地方,即使不是专家,也会是行家。作为一名培训师,一旦站上讲台,自信尤为重要,不同的人有不同的风格,只要以自己独有的风格最有效地与听众沟通就好。

再次,作为培训师,要充分考虑培训需求、培训对象和培训目的。我一直认为,不是为了培训而培训,是为了某个目的而培训。就企业来讲,培训除传达理念外,更是为了团队某个目标的实现而提供支持,所以考虑员工的需求很重要,当你培训的内容恰好是员工工作很需要的,就不愁他提不起兴趣了。当然,培训不能单纯只考虑员工的需求,员工的需求是多种多样的,培训应该是以公司目标为出发点而考虑员工的需求。当员工对培训内容提不起兴趣了,我们应该以什么样的方式把内容传达出去也是值得考虑的。其实培训就是一种交流,是一种相对正式的交流,既然交流,那么就应该是双向的,需要引起听者的共鸣和互动。同样的意思,可以用不同的表达方式,哪种方式是我们的交流对象最容易接受的呢?最容易接受的方式就是我们本次培训最有效的方式。

另外,讲课中还要穿插互动。讲究营造平等自由的课堂学习氛围,提倡互动的教学模式,鼓励学员以小组的团队形式不断进行讨论和思考,主动发表个人见解,而讲师起到了关键的引导作用。“让学员说出讲师想说的话”,既道出了我们作为讲师如何引导学员主动积极思考,提高学员对课程的理解和掌握程度的关键,也对我们讲师每次的课外准备提出了更高的要求。

内部培训是企业活动的一项重要工作,涉及人员、技术、质量等管理要素,直接影响到生产业绩。作为培训师我们要发挥组织力量,传承公司的文化,要有严谨负责任的态度,帮助新老员工一起更好的成长。我们要对自己建立近期目标和长远的计划,肩负起整个团队的成长责任。在讲师这个职位我们更要积极进取,有团队合作精神,善于学习,主动了解员工的需要,这才是运通汽车集团成立内部讲师的目的。内部讲师是我们员工学习交流和共同成长的舞台,为我们提供了一个再充电重新出发的机会,这也必将为公司的持续发展注入源源不断的动力。

哈尔滨运通俊杰 李勇

内部培训师知识分享第二季 —— 经典培训开场

如何一开口就成为全场的焦点,是每个培训师在培训前应思考的问题。在“内部培训师特训营”中,讲师分享了几种开场的方式,本期将和大家共同回顾和分享经典培训开场的方式及技巧:

一、 提出一个问题,制造悬念

提出实实在在的问题,无论是开放式的还是封闭式的都可以,但必须是切实关乎听众的,尽量问“短平快”的问题比较好,听众容易参与,连续提问互动性更强。

“我们如何才能学好口才?”

“世界上销量最大的是什么车?”

二、 激发兴趣的内容提醒,说一个惊人的事实

把最重要的问题先抛出来,激发大家的兴趣。比如:

“你知道吗,每四人中就有一个是近视眼”

“1分钟卖出300辆车的奇迹,只有一种商业模式能做到”

三、 赞美加激励

赞美很容易打破演讲者与参与者的坚冰,让参与者感到自己的价值得到了认可,鼓舞性的时候,是最好的暖场方法:

“给自己的一个热烈的掌声”

“让我们彼此握一下手,互动一下”

“今天大家精神状态很饱满,充满激情”等等,这样的开场白容易获得听众的认可。

四、 笑话、小品、轶事、寓言、名人名言、故事法

如果你是个讲笑话的高手,那么不妨一上台先讲个故事或是笑话,这样调节一下气氛比较好。当然,避免低级的或是贬低人的笑话。有时讲自己的糗事,自我解嘲,效果更好。

五、 当前的新事件、新闻

当下国际、国内有什么重要新闻,立即拿来即兴发言,作为引子,这是一种信手拈来的功夫,可以引起听众积极的参与。

“今天早上的新闻说:天津也实行限购了”还可以直接把报纸带来,这样更有真实感。当然,引导很重要,你的新闻要为你主题服务。

六、 分享共同的经历

演讲开始,让大家回想一件大家共同的经历,而且每个人都愿意回想的事情,很容易建立起一种共鸣。

“大家回忆一下,2010年12月23日之前,限购令颁布之前我们的销售场景”

和参与者一起回想,一起激发共同的火花,效果就很好了。

七、 使用展示物开场白

先展示道具、图片、幻灯片、景象等,或是听觉中的音乐、情景再现、声音再现等,来引起听众的注意力也是非常好的开场白。用一段电影片段来作为引子,关闭灯光,让听众在电影情景中进入状态,比如先放《亮剑》的片段来引出团队的精神,放《阿甘正传》片段来引出专注的重要性等。

八、 让参与者先讲

在演讲一开始,与参与者对话,可以建立一种联系,并进而形成沟通。先对话,充分了解听众要听什么内容有什么想法,这样根据听众的要求来调整自己的演讲,针对性会更强。

九、 游戏——让听众动起来

一上台先做游戏,用游戏破冰是最常用的开场白,效果也比较明显,调动气氛,引导思路。

十、 引用前面演讲人说过的话并事先许诺的开场

引用前面演讲人的话起到一个承上启下的作用,然后提出一个积极的、有吸引力的目标,使

参与者相信自己不虚此行。

“前面某某讲师说:你的形象价值百万,接下来我将和大家分享——价值百万的形象如何打造”

“课程结束,我相信你一定可以掌握十种以上的开场白技巧……”

“最后,我将给各位提供三点重要的建议……”等等。

十一、 阐述大纲

开场白先阐述大纲,大概演讲什么主题,分几段,时间是多久,有哪些互动和效果,给听众一个大致介绍,能够让演讲起到纲举目张的效果,也是非常稳妥的方式。

一场成功的培训不仅在于讲师的精彩演绎,更在于高效的培训管理过程,从培训需求调研出发,总结整合分析调研需求,确定培训目标,课程结构及内容设计,选择培训方式方法,确定培训考核评估方法,这些关键环节的有机组合才能开展一场成功精彩的培训课程。我们内部培训师担负着培训师及经销店培训管理者的双重角色,希望大家在苦练基本功的同时从宏观培训管理出发,积极推动和建立经销店的培训体系。

摘自网络

我们的嘉捷,我们的家,我们的梦想

两年一度的北京国际车展对每个汽车人而言都是激动又兴奋的事情。各大汽车厂家最新技术纷纷登台亮相,豪车美女争奇斗艳。北京运通嘉捷虽然只是一家汽车经销店,但是我们一定要抓住两年一度的盛会让广大车友知道嘉捷,认可嘉捷,爱上嘉捷。

车展开始的前几天,王总带领经理们去车展实地观察情况,细心观察每一个细节,吸取其他驻场经销店的经验教训。在一天的疲惫之后加班开会,制定完善的现场工作计划和应急预案,缜密部署每一个环节,细致安排每一个岗位。销售部及时给予车展支持政策,钜惠让利;售后部推出优惠保养套餐,不仅吸引车展的新车主,还成功营销了捷豹路虎的老车主;市场部通过各个渠道打出“车

展让利一百万,错过机会等两年”的宣传标语,一度日来电量突破200个;客服部连夜为大家准备了全新的统一服装,让我们的团队更加专业、精神;综合部提前为大家准备好支持物资,是我们坚实的后盾。

一切准备就绪,4月27日的早晨,大家不到7点就赶到公司,抖擞精神开始这一天的战斗。展馆中,每个人都坚守自己的岗位,甚至有人都忘记了吃午饭。姑娘们一直在努力登记客户信息,脚都磨出了水泡也不懈怠工作,销售顾问想尽办法争取客户签单,有时连销售经理都亲自出马。王总带领各经理把控现场情况,将一切危机防患于未然。在大家的辛勤努力下,嘉捷和兄弟店兴捷一共取得了签订88台好成绩,刷新了北京国际车

展捷豹路虎日定车量的记录。一天签订4台捷豹F-TYPE又一次创下了新的全国记录。展会结束,大家疲惫的脸上都挂着幸福的笑容,捷豹路虎中国北区销售经理商总赞扬:“运通嘉捷是此次北京国际车展最专业的团队。”

嘉捷的全体员工都怀着一颗进取的心奋斗在自己的工作岗位上,一个人的力量很渺小,一堆人的力量会大很多,一个凝聚在一起的团队的力量让人震惊!王总带领嘉捷的全体员工一直在践行捷豹路虎的品牌精神“Above and Beyond”勇攀高峰,奋斗不息,成就不止。

我们怀着一颗感恩的心,秉承“以诚为本、以人为本”的服务理念,专注每一处细节倾力打造至臻至诚的客户服务,以高标准



的产品以及高品质的服务成为捷豹路虎车友们不可或缺的家和专家。希望有一天,只要提起捷豹路虎,车友们就第一个想到运通嘉捷!

北京运通嘉捷 车烈敏

车展上的雄鹰

时值四月,两年一届的北京国际汽车展览会在顺义新国展如期举行。北京运通博世团队为此次车展做了精心准备,将销售团队分成两组。因新款跑车Q50刚刚上市,我们便以Q50的口号“权威挑战者”为两组命名,分别为“权威组”和“挑战者组”。在每天八小时的车展接待中,博世团队全力拼搏、相互分工,把意向客户带到洽谈区由专门负责谈判的两位主管进行谈判促成,一些犹豫不决的以及议价难的客户两位经理也参与谈判促其成交,市场部与售后部也给予了大力支持,各种补给品的保证及客户接送等事宜安排的井井有条,是我们坚实的后盾。“权威组”和“挑战者组”两组轮流奋战,最终取得了可喜的成绩。

车展期间展台三家店总计签约120台,运通博世独占56台,是三家店里的冠军,并且博世团队创造了展台单日签约记录13台的优秀成绩!在车展的每一分钟我们都没有放弃,我们的销售顾问,更有在晚上闭馆5点前后连续三天签约展台最后一单!厂家领导在车展最后一天的报告中也明确指出,我们英菲展台销量已经超越宝马的展台销量。

我们会继续努力,为成为全国第一的英菲尼迪而努力!

北京运通博世 孟彦



两年等待 只为今天 ——北京运通兴捷车展购车月活动完美落幕

2014年4月29日,为期10天的2014第十三届中国(北京)国际汽车展览会正式落下帷幕。作为国内最受瞩目、最具影响力的车展之一,北京车展几乎汇聚了国内外所有主流汽车品牌,为观众呈现出汽车对于未来生活的无限影响。

针对此次北京国际车展,运通兴捷开展了主题为“两年等待 只为今天”的车展购车月活动。在活动实施上,我们在广告预热和人员培训方面做了充分的准备。

根据运通兴捷的实际情况,车展前十天我们便在网上进行了招募,以“团购看车,车展礼遇提前享”为噱头进行客户信息的收集。车展前三天,我们开始对招募客户进行高强度邀约。为了达到良好的传播效果,我们在微博、微信和5家会员网络平台上都发布了相关的新闻及招募软文。

在广告预热的时候,运通兴捷各部门多次沟通,制定了全面、有吸引力的销售政策,以便吸引更多捷豹路虎爱好者和潜在客户,实现订单目标。车展,尤其是大型车展往往客流量非常大,为了节约时间,提高效率,公司为所有员工开了多次会议进行培训,对销售顾问进行了车展话术、销售流程的培训;对财务、行政、客服、售后、市场的每位员工都进行了分工,以确保车展驻场当天流程的顺利执行。

4月22日,北京运通兴捷为北京国际车展捷豹路虎品牌当日的驻场经销商。凭借捷豹路虎强劲



北京运通博奥销量突破两万台次

截止2013年,奥迪共下线总台数为200万辆,而北京运通博奥的2万台销量恰为其1%,看似微不足道的数据,与全国350余家奥迪经销商的基数相比,北京运通博奥以销量超过经销商平均销量3.5倍的成绩,足以成为业界翘楚。

前行的路上总是少不了坎坷曲折,区域限制,指标限制,尾号限行,一个个新政策的出台落实无不给汽

的品牌力,在全体员工的努力奋战之下,运通兴捷取得了优异的成绩,车展当天订车数量达到30台,同时我们还荣获了2个订单第一:全国首台捷豹F-TYPE订单和车展路虎揽胜加长版第一单。当日更收集到了近500组潜在客户资料,为后续的销售打下了坚实的基础。

4月30日,北京运通兴捷车展购车月活动完美落幕,经过各部门的努力配合,车展期间最终成功订购74台,最终达成了厂家的挑战目标。

活动经验及亮点:此次北京国际车展为A级车展,并且两年举办一次,厂家、集团领导非常重视,给予支援较多;车展前多次内外沟通会议及各岗位人员培训,为展会的顺利进行打下了稳固的基础,分工明确,团队配合默契,所有人员认真执行车展流程;全新一代揽胜/全新一代揽胜运动混动版、第四代发现25周年纪念版、F-TYPE Coupe于本次车展正式上市,同时首发XF sport brake,获取了更多全新一代揽胜加长版及F-TYPE Coupe订单客户与潜在客户;丰富的互动环节(模特秀、互动问答)设置及合理的行程安排,为展会现场营造出活跃热烈的氛围,有效的达到了瞬间集客的目的。

业务精于勤,荒于嬉;行成于思,毁于随。车展购车月活动虽已结束,但是我们要从中总结思考,吸取成功经验,发现问题不足,在今后策划市场活动时能更加完善,更加出色!

北京运通兴捷 刘意晓



每天,销售顾问用真诚的微笑迎接每一位客户,服务顾问用热心、专业的服务为用户排忧解难,博奥人用认真细致的工作和始终如一的热情书写着每个平凡的一天,在平凡中发现不凡,在不凡中成就奇迹,在奇迹中不断不辍,迎着坚实的脚步,走向下一个奇迹,继续创造又一个一个的两百万台销量神话!

北京运通博奥 赵学良

丰年捷报 开路先锋

——成都运通博捷 1周年庆典 嘉年华活动圆满结束

遥想一年前，2013年4月9日，虎豹空降，蓉城沸腾，成都运通博捷捷豹路虎4S旗舰店在世界的瞩目与期待中盛大开业。时光荏苒，转眼间已迎来了她一周岁的生日。这一年里，运通博捷全体员工秉承运通汽车集团“务实 高效 责任 和谐”的经营理念，在冯雅鹏总经理的带领下，辛苦耕耘，拼搏奋进，开拓创新，在开业后短短1年的时间里，便直追八年老店四川惠通陆华的业绩，最终获得了“捷豹路虎中国经销商销量前十名”！同时，售后服务部在2013年捷豹路虎售后服务技能精英大赛中勇夺“团队三等奖”，服务顾问贾琦在众多参赛选手中脱颖而出，获得了“个人单项奖服务顾问组全国第一名”的佳绩！

2014年4月19日下午，成都运通博捷“丰年捷报，开路先锋”一周岁生日嘉年华活动闪耀开启。值此1周年之际，我们特邀新老客户齐聚一堂，以全川最具竞争力的优惠政策，回馈客户，并报以最优质的服务，感谢这一年来对运通博捷的支持与厚爱。

活动当天出席客户68组，现场热闹非凡，并最终收获了18台订单，这是客户对运通博捷的认可，也是运通博捷为客户带来的真切的优惠和优质服务的体现。

伴随着4月温暖的阳光，在英式乐队优雅的开场演唱后，成都运通博捷销售经理韩阳登台致辞，就我店过去一年获得的各项殊荣表示自豪，并表达了对新老客户的感谢，在向客户讲解当天优惠政策后，活动正式开始。期间，整个展厅洋溢着欢笑与惊喜，除了让人惊叹的优惠政策，客户还踊跃参加我们在现场设置的俄罗斯转盘、幸运圈、翻斗猴等趣味互动游戏，收获了不少精美的捷豹路虎礼品。

活动于下午17点整结束，每位客户都赢取了各自喜爱的奖品，在回访中，客户都表示此次活动给他们留下了深刻的印象，不仅享受到给力的优惠，买到了自己心仪的爱车，在活动现场家人和孩子也享受到了无微不至的关怀，尤其趣味游戏让孩子流连忘返。而我们也意外的发现，客户在签到板上留下的手印最后形成了一个心形，也许这是所有客户对我们一年工作的认可以及对我们最美好的祝福吧！

此次活动为我店赢得了良好的客户口碑，也增加了单店知名度，促进了销量。感谢所有客户对于成都运通博捷的支持与信赖，我店也将一如既往地为广大消费者提供最优质、最真诚的服务！



成都运通博捷 王荆

打造 360°自在生活 运通兴宝BMW X1美悦荟圆满落幕

2014年4月19日，北京运通兴宝“臻美之境 悦然之行”BMW X1美悦荟活动圆满落幕，这是一场集美妆、香薰、T台秀的时尚盛宴。BMW X1荣耀亮相，风格化的设计，360度完美展现X家族气质，BMWSAV的高座椅、大视野和大空间特质，融入相对紧凑的车身，出色动力性，X1可以灵敏穿梭于车流并轻松应对都市的繁忙车道和狭小的车位，让城市驾驶尽享360度完美驾趣。

活动当日，在运通兴宝4S店内，资深时尚讲师结合春季流行趋势传授时尚装扮、皮肤护理和搭配美学，将时尚流行色系与X1经典车身颜色完美融合于课程中；由国内顶级model培训师，传授日常驾驶生活的形体美感提升，令现场嘉宾参与度更高，带给他们更加生动的市场活动体验。

BMW X1，将BMW X家族的开创精神、X基因与时尚设计和都市化需求相结合，开拓出一个全新细分市场，成为第一款完美应对多样化都市

生活方式的紧凑型豪华SAV。在BMW X家族中，X1是最灵动的一员，与目标客户率性自由的生活态度完美契合，运通兴宝通过这样一场充满时尚气息的秀场，更加直接的向目标客户传递X1时尚、自由、都市化的产品定位。

“行由我，悦随心”，是X1所倡导的生活方式，是源自内心深处的呼唤，是积极向上的人生态度，打破常规的束缚，以勇气和决心追逐梦想。这也是一件心态，无所羁绊、无所顾忌而获得真正的自由。这准确概括了当代都市精英所期待的自由生活理念。北京运通兴宝BMW X1美悦荟，为所有喜爱X1的人打造一个完美蜕变的秀场，一次突破自我的旅程，这里属于每一个敢于追随内心的勇者，谱写动人心弦的乐章。

北京运通兴宝 郑义



整合多种元素 心系龙江车友

——运通汽车集团二手车文化大集盛大起航

这是一场新车的视觉盛宴，从国际顶级豪车宾利到家轿之王大众捷达！这是一场二手车的文化盛宴，从试乘试驾车展卖到二手车魔术翻新再到宾利二手车竞猜！这是一场不平凡的媒体宣传盛宴，从电视、电台到传统网络再到新媒体的广泛宣传！

2014年4月26日，“运通汽车集团二手车文化大集”盛大起航！适逢北京国际车展之际，运通汽车集团东北区旗下6大汽车品牌（宾利、奥迪、大众、丰田、本田、日产）集体行动，依托4S店技术优势及专业眼光，集合旗下优质试乘试驾、认证二手车、新车，整合式营销，在这个看似平凡的周末，却打造了不平凡的首届黑龙江省内二手车文化大集。这是一场龙江史上规模最大、专业素质最强、购车方式最时尚的二手车、新车盛会。

根据中国汽车流通协会数据显示：2013年1-11月，全国公共交易二手车466.96万辆，同比增长8.39%，相比较全年2200万新车销量，二手车占到新车销量的1/4，在全国车市限购范围不断扩大的背景下，二手车已经开始了新一轮赶超，2014年将首先迎来二手车爆发期！按3-5年为一个周期来算，在2008-2009年的汽车保有量爆发式增长之后，新的一波换车潮预计2014年内到来，二手车商们在广泛受益的同时，市场竞争将更加激烈。目前，整车销售利润趋薄，客户是经销商的宝贵财富，如何开展市场活动吸引客户来店？如何激发客户消费欲望增加利润？如何拓展新的业务强化品牌度？都是我们应重点关注的课题，此次二手车大集活动就是在这种背景下孕育而生的。

在东北区总监徐克勤亲自倡议并组织各店总经理、销售总监、二手车部、市场部的共同策划下，整合区域6大品牌资源，挖掘各店优势，以运通汽车二手车文化大集为出发点，融合新车品鉴、新车团购、试驾巡游等活动集体行动、统一发声。发挥区域优势整合媒体资源，通过网络、电视、电台及新媒体广泛宣传报导，以黑龙江电视台《车行天下》媒体省内覆盖优

势全省出击，6店联动把二手车评估、置换、寄售、魔术翻新、拍卖作为此次活动的主要吸引点，以此引爆买家对二手车业务的好奇，拓展二手车业务盈利途径，打造“运通”专业品牌形象，提高集团品牌知名度及美誉度，增加消费者和品牌之间有更多的“联络点”或“接触点”，也为各店未来的销售、售后积累客户资源。

4月26日上午9时起，来自省内的广大车主朋友们陆续到达哈尔滨运通奥迪店前的停车场，此次活动包括全新A3城市巡游、优质试乘试驾车展卖、优质二手车销售，免费评估、优惠置换、宾利二手车价格竞猜、魔术翻新、新车促销、二手车寄售等环节，现场工作人员根据车主参加的项目快速与对应的同事联系，按客户参加的项目发放车贴，并指引到相应区域，人头攒动，赏车评车，等待活动的正式开始。10时整，在主持人的召集下，伴随着LED屏幕上显示的“10、9、8……2、1”的倒计时画面，活动正式开始。首先，主持人开场，向车友朋友们介绍了此次活动的大体内容、出席领导及深远意义；随后，各店总经理带领着自己的团队进行展示，并对车主承诺给予此次活动最大力度的政策；最后，徐克勤总经理代表运通汽车集团东北区致辞，并率领各店老总共同触摸启动球，徐总宣布运通汽车集团二手车文化大集正式开幕，伴随着巡游车队的鸣笛致敬，10辆全新奥迪A3长龙驶出广场，正式拉开了活动的序幕。

第一个环节就是激动人心的优质试乘试驾车展卖，6家店选送的20辆试乘试驾一字长龙的展示在各位拍友面前，并为每位拍友精心制作了一本产品名录。为了展现拍卖的专业性，我们特意聘请了国家级拍卖师执行拍卖环节，为龙江车友献上了一场激情四射的拍卖盛宴，本次参与拍卖的车型涵盖A4L、A6L、A8L、05、07等10余台奥迪高端热销车型，还有准新车标准的大众捷达、丰田RAV4、本田艾力绅、日产轩逸等终端热销车型，所有莅临现场的未

宾要想在拍卖会上一举夺魁，不仅要眼明手快，还要有一颗出手必胜的心，抢先出手，痛快拥有！最终，20台试驾车展成交13台。每台被竞相争价的试驾车友找到了中意它的主人。不论是汽车还是其它事物，如果其中真有一件激起了您不可割舍的情怀，那就不要放弃，而运通品牌永远不会割舍的就是传承不断的品质感。

试驾车展卖“锤音”还未绝于耳，宾利二手车价格竞猜环节又开始了。现场邀请10位嘉宾对价值628万的国际顶级豪车宾利慕尚进行二手机价格竞猜，让龙江客户第一次近距离感受运通带给大家的奢华品质。在一轮价格竞猜之后，有两位竞猜者同时猜中了价格，只得加赛PK，最终一位更关注运通及宾利品牌的嘉宾获得了竞猜大奖—奥迪A4L车模一个。

整场活动可谓精彩不断，好戏连台，你方唱罢我登场，接下来二手车魔术翻新，原厂技术支持，打造新车水准；免费评估，不花一分钱，享最透明的二手车定价；旧车换新车，享全省最高置换补贴，各品牌任意车型均参加促销；优质二手车公开销售，一手车源，客户以最高性价比无忧购车；六大汽车品牌全系新车销售，推出六款冰点特价车型，各店总现场签售，车源足、优惠大、送礼多，让客户真正的感受到了运通汽车的“专业品质”、享受到了运通汽车的“尊贵待遇”、品尝到了运通汽车的“饕餮盛宴”。截止至下午17时，区域各店共销售新车133台，二手车16台，现场评估车辆65台促进新车置换9台，试乘试驾车展成交13台。

好雨知时节，当春乃发生。随风潜入夜，润物细无声。傍晚，伴随的活动结束，天空下起了绵绵细雨，春雨贵如油啊，仿佛是在为我们的活动圆满成功而庆贺，也仿佛是在洗去我们一身的疲惫，有了春雨的滋润，相信运通汽车集团“三最”二手车文化大集，定会成为龙江最大、最强、最时尚的汽车交易平台。哈尔滨运通奥迪 刘绍君

有你相伴 梦想飞扬

——风筝彩绘DIY 亲子活动



孩子永远是父母的掌中宝。4月19日，北京运通博裕丰田围绕孩子举办了一场风筝彩绘DIY亲子活动，特别邀请俱乐部活跃客户中的亲子家庭参加，活动发起便得到了俱乐部车友们的热烈响应、踊跃报名。

活动当天，各位宝宝们拉着爸爸妈妈迫不及待的来到我们的会场。活动开始后，我们将准备好的DIY物料分发到各个家庭手中，我们还将提前搜集的调色小知识告诉大家。看着幸福一家的分工：爸爸组装风筝、妈妈调色、宝宝拿着画笔大显神通，羡慕工作人员。宝宝作画的同时，爸爸妈妈也没能闲着，他们也有一个艰巨的任务，要为家庭风筝想一个属于自己的名字，“凤舞九天”“伴你飞翔”“爱妈妈号”……最后我们将宝宝的“大作”挂起，让宝宝们用手中的小桃心为自己喜爱的风筝投票，我们也为评选中最受欢迎的风筝作者送上礼品，整场活动都沉浸在温馨、幸福的家庭氛围中……

活动圆满结束了，虽然天公不作美下雨了，没能实现在公园一起踏青春放风筝的夙愿，但是看到每位小客户脸上满意的笑容，都使我们深深的感动，车友们的满意将是我们前进的最大动力！

北京运通博裕 王飞

成都运通博奥“情系客户 卓悦服务 彰显关怀”

2014年3月21日，成都运通博奥客户关系部组织车友们驱车前往西昌进行了为期三天的初春阳光之旅。品尝了地道的西昌美食，阅览了川西美景，经过三日的自驾旅行，车友们都沉浸在美不胜收的美景中，也感受到了成都运通奥迪卓悦、尊贵的客户服务。自驾返回成都时，家住邛崃的黄先生，盛情邀请我们运通博奥客户关系部以及同行的车友们到邛崃做客，在此非常感谢！同时也宣告此次西昌自驾游圆满结束！

2014年5月5日，成都运通博奥收到客户送来的一份神秘大礼，客户黄先生代表全体车主

为感谢成都运通博奥客户关系部在“2014年西昌春季车友自驾游活动”中无微不至的客户关怀，亲自送来“情系客户 无微不至”的锦旗一幅，并带来了自家种的水果，以表示对我店工作人员专业、周到的服务工作的认可与肯定。

成都运通博奥客户关系部，主要负责维护客户满意度，秉持“为客户创造最大价值，让客户愉悦和感动”的客户关怀理念，为客户提供诚信、周到、快捷、一流的标准服务。在集团领导的关怀和公司全体员工努力下，凭借其专业、卓悦、优质、高标准的服务获得了四川地区广大奥迪客

户的好评，“卓越服务，卓悦体验”一直是我们诉求的客户关怀，成都运通博奥将一如既往的沿袭奥迪冠军血统，服务全川尊贵车主。

作为一家传承奥迪服务冠军品质的4S店，成都运通博奥始终关注客户核心需求，更追求卓悦至尚的服务理念，在“为客户创造最大价值，让客户愉悦和感动”的使命驱使下，成都运通博奥一直秉持带给奥迪用户全新、优质和高标准的服务体验。

成都运通博奥 游晓红



传递爱心 奉献你我

——运通博达斯柯达车友汇太阳村献爱心活动圆满落幕

和谐社会，在我们看来也许是个体抽象的名词，但是通过今天的这场爱心捐赠活动，通过每一份爱心见证了爱的力量。我们的内心充满爱，我们愿意伸出援助之手，去帮助那些需要我们帮助的孩子。他们是祖国的希望，是未来的花朵，我们不能忽略这些所谓“另类”的孩子们。他和我们正常家庭的孩子是一样的，都希望拥有一个阳光的童年。

2014年的春天，斯柯达车友汇北京运通博达分会携手各位爱心车主驱车前往位于北京顺义区牛栏山板桥太阳村，看望这里的孩子们。作为非政府的慈善组织，十多年来太阳村以无偿代养代教服刑人员未成年子女为己任，对服刑人员无人抚养的未成年子女开展特殊教育、心理辅导、权益保护及职业培训服务以使他们在一个相对安定温馨的大家庭里像其他孩子一样受到保护，得到教育，健康快乐地成长。因此，斯柯达车友汇运通博达分会发起了这场爱心行动，对太阳村的孩子们进行一些力所能及的帮助。

在这阳光明媚的季节里，车主们争先恐

后的踊跃报名，捐献各类物资，去不了现场的车主听说我们第二天要去太阳村现场捐献，还特意从家里把捐献的物资送到了我们4S店内，嘱咐我们帮忙把捐献物资带过去，各位车主的高涨热情势不可挡。到了太阳村后，我们首先是把我们带来的捐赠物资送给太阳村的组织者，并举行了捐赠仪式。随后，我们来到了太阳村盆栽果木义卖点，这些花卉都是太阳村的孩子们亲手栽培的，他们是通过自己的辛苦劳动将这些花木通过义卖的方式赚得少许的经费，进行勤工俭学。

踏入太阳村，会让你觉得仿佛置身于童话世界。道路两旁盛开的太阳花，孩子们居住的九座彩色的小屋，墙壁上充满童趣的图画，还有院子里的葡萄架、葫芦架、桃树、杏树、樱桃树、枣树等各种果树以及随处可见的蔬菜，这一切的一切，都会让你找到失去已久的童心，得到心灵的宁静，感觉到家的温馨。

太阳村目前有一百多个孩子，最小的1岁多，最大的18岁，他们大部分在当地的

小学、中学上学。而他们谁能可贵的是并没有完全依靠社会，而是自食其力，通过栽培的一些树木和花卉，种植一些水果蔬菜，通过义卖的方式，用自己的双手来完成学业、生活等。这些还都是不满18岁的孩子，据管理人员介绍，每个宿舍都有一个大概13、14岁左右的大姐姐，作为他们的大家长，来管理他们宿舍内的生活起居，他们还承担着家长的角色。一位带着5岁女儿来的车主告诉我，孩子来这边学到了很多，知道了什么叫志愿者，什么叫做“爱心人士”，并且孩子还要亲把自己的学习用具捐献给太阳村的孩子们。“这种活动挺好的，希望你们以后多组织这样的活动。我以后还要带几个朋友过来参加。”在午餐的时候，我们众多车主的反馈。

是啊，太阳村的孩子们淳朴、勤劳，我们对他们略尽了绵薄之力，但他们却教会了我们什么叫坚强。

捐赠物资时候，太阳村管理人员向大家表示感谢，众多车主反馈，“大家都是朋友，你们也是爱心人士”。“朋友”，一个

多么美好的称呼，因为是朋友，我们大家走到了一起；因为有爱，我们大家来到了这里。他们本有家，却因父母深陷囹圄而幼无所依；他们本该在母亲的怀抱或安坐在学校的课桌前，如今却不得不以童真的眼睛茫然四顾；他们不是孤儿，却同样承受了孤儿的悲戚以及更多的精神苦难。幸而，有这样一地方，他们或可在世事的凄风苦雨中找到些许暖意。而今天斯柯达车友汇对太阳村的捐赠仅是其中的一部分，这简短的捐赠仪式也着实令我们难忘。这些孩子是幸运的，也是值得同情可怜的，他们没有父母的关爱，有的只有老师和社会爱心人士的关注，他们真的还需要更多的关注和帮助。

北京运通博达斯柯达车友汇呼吁大家关注这些特殊群体的孩子们，他们不应该被遗忘，应该享有和正常家庭孩子一样的童年。各位朋友，伸出援助之手，献出一份爱心，您的小小爱心就是他们唯一的希望。

北京运通博达 吕爱华



浅谈汽车备件库存策略方法

汽车备件库存控制是为了在满足维修客户所需的前提下，降低库存。库存水平过高将直接导致库存成本增高，影响库存周转率，降低售后整体毛利率,这就要求我们备件人员做好对未来需求的预测，需求预测水平对备件供应链整体绩效至关重要。我们通常用的预测方法是历史映射法和因果法。历史映射法的基本前提就是未来的需求模式将会重复过去，至少大部分是重复过去的历史。

汽车备件品种的多样性和各类备件的需求趋势不同，汽车备件库存管理不仅需要分析备件生命周期的趋势演变，还要分析不同类别的库存策略。新车型投放时，面临的问题是：是所有的备

件都建立一定的库存水平，还是部分备件建立库存？如何决定哪些备件建立库存？基于不同汽车备件类别的需求量差异，汽车备件的库存策略有以下四类：

一、**日库存策略：**

备件的库存量控制在一天的备件需求量波动范围内。此策略适用于备件需求数量高的品种。对于此类备件特别要注意考虑订货周期，否则一旦供应不及时容易引起客户满意度下降，甚至引起客诉。适用的备件品种如：机油、机滤等常规小保养件。

二、**周库存策略：**

备件的库存量控制在一周的备件需求量波动范围内。此策略适用于备件需求量较高的备件品种。适用的备件如：制动盘、火花塞、时归皮带等高公里数大保养件。

三、**月库存策略：**

备件按月消耗补充库存，80%的备件品种适用于此策略。

四、**非库存策略：**

备件的年需求量小于4件的备件品种。当备件的年需求量大于4件时，备件的库存策略由不建立库存变为库存件。此类备件在转换的过程中应特别注意以下方面：

1、是否是季节性备件,如空调压缩机。

2、是否是尖峰需求备件，此类备件很难用数学方法准确预测尖峰需求，应寻找导致尖峰需求的原因，利用这些因素预测，避免大量的库存订单不能满足。

3、该类零件的缺失是否会影响汽车的正常行驶，如果影响汽车的正常行驶则可适当的提前作为库存备件，如启动马达。

综上所述，在考虑备件需求和季节等因素的基础上，通过运用备件库存策略方法，建立合理库存显得尤为必要，也是备件工作的重点之一。

杭州运通和 徐余良

浅谈为何坚持标准化

随着杭州运通祥宝建店工作的持续深入，作为售后服务管理团队的一员，我们都积极的准备着运营前的各项工作。而当下最需要直面的问题是：如何在竞争日益白热化的杭城宝马售后领域中成长，又怎样同业内的强者们竞争？就这一问题，我们构想了许多预案，同时走访了诸多的现场，范围涉及餐饮连锁和酒店行业，我们试图找到祥宝售后快速成长的正解。

此一程，我个人的感触颇多。在宏观上确立团队内部和外部的努力方向，当然也有细节上的精雕细琢。当理论付诸实际，越发觉得坚持“标准化作业流程”的重要性。下面针对这一概念，在售后服务工作的理解方面谈谈本人的一些拙见。

在当下服务领域极力推行“差异化服务”的同时，作为更高效行为的基础，标准化服务流程和操作行为成为了核心的竞争力。而我们的团队作为新组建的一支队伍，统一的形象标准、服务流程标准、操作标准则显得尤为重要。就像当我们初次结识一位女孩或男孩时，在内心对于另一方或多或少会有些构想，或者说先期条件预判，而客户首次拜访时，我们也会存有同样的心理。良好的标准化形象和服务过程是继续深入发展的开始，是双方进入蜜月期的一个基石。“标准工作”就好比客户心理刻度的临界值。然而，我们不可能针对每一位客户都准备全部合适的方案，此时，科学、高效、统一的标准化工作过程才是最为有效的。在汽车维修服务企业，重要的标准化工作主要集中在形象标准化、服务接待标准化、施工操作标准化等方面。作为现场管理人员的我，则更多注重后两项。首先谈到的服务接待标准化，主要实施者为服务顾问，这个岗位的工作将直面客户，言行和专业素养即代表公司形象，如同计算机程序直接写入客户脑海，也直接影响客户忠诚度和公司产品美誉度。所以作为管理者需要关注该岗位人员的心理状态，能够使之清晰的意识到一个完美的接待过程对于客户、公司和个人三方的意义，突破这层心理屏障至关重要，同时加之专业知识和社会实践的积累，方能与客户平等、顺畅的交流。

相对前者，车间施工操作标准化的重要性更是维修企业的命门，也直接决定着效率管理和质量控制。诚然在千万个零件组成的整车上，也会呈现千万种故障表现。如果要问：施工操作的标准化在车间现场有用吗？让我们先看这样的一段对话：昨天，我与同行业的一个朋友交流：最顺工作还顺利吗？朋友回答：要命喽！补不完的保修工单，不是单据不全、工时打卡不准确，就是旧件处理不力，还有修保员和技师的种种不给力……我追问：你是如何定性导致这些问题的原因的呢？朋友说：我做了这么多年，就知道保修工单最复杂，产值不高，还容易产生投诉。我们之前就发生过一件事，就是这种情况，还闹上了法庭……简单的几句对话，客观来讲，并非是因为维修技师或者是某个岗位导致出的一系列问题，而是由于每个员工的从业背景和专业能力都不一样，不同的人员决定不同的施工过程与结果，因此这样的结果也会在客户的感受上放大，造成不良影响。据统计，维修工作中 83%的工作内容是重复的、可借鉴、甚至有部分工作内容操作几乎一致。尽管“工作标准化”也不是事无巨细，制度的建立是需要给灵活操作和个性服务留有空间的，但标准化施工操作是提高生产效率、达到客户满意的有效途径，也是现场管理者特别需要关注的一点。

使用标准化运营管理，就好比一个人修炼武术基本功，需要一步一个脚印，踏踏实实的去累积和实践。不能因为可以跑了，就忘记如何行走！

杭州运通祥宝 陈果

微笑服务——从细节开始提升满意度



汽车品牌越来越丰富，顾客可选择的机会越来越多，企业要想提升市场份额越来越困难，于是，企业不得不开始重视和强化提高顾客满意度。只有提高顾客的满意度，才能提高老顾客的回购率，才能提高顾客的忠诚度，最终巩固和提升企业的市场份额。

更为重要的是，老顾客的贡献对企业的获利能力具有直接而重大的影响，据一项数据显示：“老顾客的流失率如果降低5%，企业的利润即可提升25%到85%。”

作为售后服务部，反复强调的都是顾客满意度，如何提高顾客满意度是工作的重点，而微笑服务却是提高顾客满意度的第一步。微笑是不用翻译的世界语言，它传递着亲切、友好、愉快的信息。微笑一下并不难，但它却能产生无穷魅力，它转瞬即逝，却往往会留下永久的回忆。微笑服务的重要性在于：

一、**微笑服务能带来良好的第一印象**

第一印象是指第一次交往过程中形成的最初印象。它具有先入为主的特点，对双方今后的交往有着较大的影响。在接待过程中，第一印象表现为顾客通过对服务顾问的仪表、言谈、举止等

方面的观察而形成的感觉登记。第一印象虽是瞬间形成，但它不仅影响着顾客的心理活动，而且影响着服务过程是否能顺利进行。一旦顾客对服务顾问产生了不良的第一印象，要改变它是十分艰难的，往往要付出比先前多出几十倍的精力。所以在接待第一次来店为顾客时，微笑接待是相当必要的，它能快捷地融洽你与顾客的关系，收到事半功倍的效果。

二、**微笑服务能给服务工作带来便利，提高工作效率**

微笑对顾客的情绪有着主动诱导的作用，顾客的情绪往往受到服务顾问态度的影响。在接待过程中，由于微笑的表情，服务顾问很自然地使用温和的语调 and 礼貌的语气，这不仅能引发顾客发自内心的好感，有时还可稳定顾客焦虑急躁的情绪。声音并非语言，可语速、语调的变化却可以暗示出服务顾问态度的好坏。微笑可在人不经意间修饰这些声音暗示，使顾客在服务过程中感到轻松和愉快。同时，在接待过程中，微笑也容易给服务顾问自身带来热情、主动、自信等良好的情绪氛围。处在这一氛围中的服务顾问，他的工作效率也随之提高。微笑在给接待工作带来便

利的同时，也给服务顾问自身带来成就感，这种成就感有利于服务顾问自身的身心健康。

三、**微笑服务能使服务顾问及早捕捉到接待工作的切入点**

接待工作的难点不在于怎样去满足顾客的需求，而在于不知道顾客到底需要什么。顾客究竟需要什么，只有在他遇到问题，碰到困难时方可显露出来。好的服务顾问的技能也只有在此时能得以充分展示。换句话说，这个时候更能看见服务质量的高低。服务顾问的微笑服务可以从情感上拉近与顾客的距离。当顾客遇到问题，碰见困难的时候，就会很自然、很及时地提出，这有助于接待工作的展开。

河北冀迪 冯吉

四、**微笑服务能为经销商带来良好的经济效益**

服务顾问既充当个人角色，又代表经销商，甚至代表了品牌的形象。如果每一位服务顾问都能做到微笑服务，顾客不仅会感到这位服务顾问工作不错，而且会将这一具体的感受升华到对经销商的认可，对品牌的认可，促成顾客成为忠实顾客，给经销商带来良好的经济效益。反之，如果个别服务顾问表情冷淡，不够主动、热情，顾客就会认为该服务顾问服务态度不好，同样会影

响到经销商的形象以及品牌的形象。一旦顾客对我们失去信心，自然也就造成了顾客流失，经济效益也随之受到损失。

泪水能够感染人，但微笑更能让人感动，我们要让顾客感动于发自内心的微笑和服务，不管任何时候，都端正心态，注意服务态度。不管面对的是怎样的顾客，都要用真诚的微笑为顾客服务，真正地做到“不因繁忙而抱怨，不因琐碎而厌倦，不因委屈而消沉。”最后借用苏格兰的一句谚语：“微笑比电便宜，比日灿烂”。让我们用最真诚的微笑去服务每一位顾客，让顾客满意。



责任编辑：孙利、王军、刘钢



从好望角畔的呜呜祖啦，到亚马逊平原的桑巴舞步，随着第十九届巴西世界杯的到来，足球旋风将再一次席卷全世界！

2014年5月12日，运通汽车集团(北京辖区)第十届“运通杯”足球友谊赛在北京亦庄隆重举行。运通汽车集团总裁李斌先生带领集团总部高管、经销店总经理以及本届足球赛服装赞助单位嘉实多(深圳)有限公司的各位领导莅临活动现场，与北京辖区17支参赛球队齐聚一堂，共同见证本届开幕式的盛况。

下午5点40分，开幕式正式开始。在主持人介绍完各支参赛球队后，由运通汽车集团财务总监申志勇先生致开幕词。致辞中，申总的视角不只停留在足球场上，更在参赛队员的精神素质上给

予了各队队员无限勉励，“以球会友，互相学习，强健体魄，增进友谊，赛出水平、赛出风格，充分展示运通汽车集团的良好风采与顽强拼搏的精神面貌。”作为本届赛事的服装赞助商，嘉实多(深圳)有限公司全国重点客户销售总监吕俊先生也为本次赛事致辞，在祝福活动圆满成功的同时，也表达了与运通企业建立更多的合作，在未来的发展中携手共赢的美好愿望！

时光荏苒，静候芳华。从2004到2014,“运通杯”足球友谊赛作为运通汽车集团传统活动项目之一，从最初的6支球队发展至现在的17支球队，已经走过了十年的光阴。从青涩到成熟，从壮年至华发,“运通杯”与所有运通人共成长、同经历，见证了运

通企业发展的一路艰辛、一路辉煌。来自北京运通博裕丰田的张占辉作为“十年运通杯，十年运通人”的代名词朴实而真挚的话语让我们深刻感受到这份传承于球迷的情怀与友谊。赛后，运通汽车集团总裁助理周志伟先生在第十届“运通杯”足球友谊式开幕式，我们也相信本次活动会在大家的齐心协力下圆满成功！

迎着绚烂的万丈光芒，怀着对成功的热切期盼，十年的时间，可以改变我们的容貌，却无法改变我们热爱生活的心。我们相聚在这青春的世界、相会在这活力的海洋。让笑容留在脸上，让汗水挥洒在赛场，让豪情燃烧、让荣耀绽放！

2014年5月 第2期 — ★ 新店速递 < 19

集团行政部 冯迎明

武汉园区 4S店建设项目全面开工建设

2014年5月12日，在集团各级领导的大力支持下，武汉运通益宝、武汉运通益迪位于东西湖区的宝马、奥迪4S店建设项目用地正式领取了《国有土地使用证》并完成土地平整工作，这标志着武汉园区建设的4S店将全面开工。

坐落于武汉市东西湖区新城十三路107国道旁的武汉园区项目，紧邻规划中的家具CBD，对面即是区域规模最大的现代五金机电城，辐射武汉范围内1000余万人口，与武汉已有的三大豪华汽车销售集团形成鼎立趋势。武汉园区项目在武汉东西湖区的建设是运通汽车集团的战略规划，也是集团提升宝马、奥迪品牌形象、拓展销售服务区域的重要举措，其规划设计全过程凝聚着集团各部门领导和同仁的心血，一直获得各方领导的大力支持与肯定！自取得项目用地以来，集团与和裕地产武汉分公司同仁共同秉承精益求精、追求卓越的发展理念，不断优化提升项目的设计方案，旨在打造高质节能、引领潮流的精品项目！与此同时，武汉园区同仁充分调动优质的人脉资源，在人员筛选录用过程中严格把控人岗匹配度，现已完成所有关键岗位人员的储备工作，其中部分岗位人员已入职，并确保主机厂岗位测评通过率。根据项目建设的推进，将逐渐完成所有关键岗位人员的招聘录用。如今，前期的所有伟大设想，即将在脚下的这片土地上变成现实。

未来的日子里，武汉运通益宝、武汉运通益迪将与建设工程各方人员精诚合作，为打造最优质的4S店、为客户提供更贴心卓越的服务而不遗余力。相信拥有强大实力，专业管理团队，完善的培训机制和全新建店理念的武汉园区一定会为广大消费者、汽车爱好者带来一片全新的豪华园地。2015年，武汉运通益宝、武汉运通益迪必将破势而出，它将树立武汉豪华车品牌新标杆，打开武汉豪华车市场新格局！

武汉园区 方俊 姚悦

关于宝晟 关于我们

在这紫棠嫣红、生机勃勃的五月,宁波运通宝晟作为宁波地区首家按宝马最新设计标准建造的宝马4S经销店正式开始运营了,作为运通宝晟的主人,我们对新店的未来倍感期待,并满怀信心。

依稀记得去年3月的地基打桩,9月的主体结构施工,12月的精装施工建设,今年1月的政府验收,4月的市政工程、道路铺设、绿植工程的顺利完成,我们见证了公司从无到有的成长过程.这期间,通过所有同仁的共同努力,用汗水与智慧建成了这座全市最漂亮的宝马4S店.作为集团东南区建成的第一家宝马4S店,有些建店经验在此与大家分享一下。

关于建店图纸方面:集团地产方出来的建店图纸,我们需要严格检查设计图纸的各个细节,尤其是精装部分,是否符合厂方的要求,并且需经常在施工现场了解施工进度,一旦发现问题,及时与地产方沟通,第一时间解决,避免造成二次整改,浪费大量人力、物力.如地产方施工图纸有变更,我们需及时跟进,提出自己的建议,让施工图纸处于最优化的状态。

关于建店进度方面:除了每周上报给集团的进度报告外,我们根据公司每个部门需要使用的工作区域进行了划分,每个部门指定1个负责人,针对自己负责的区域进行建店进度的跟进和监督,同时与地产方的各项目负责人保持密切的联系,如发现能及时上报解决。

关于精装施工的方面:精装部分施工作为建店中最后一项也是最为重要的一项施工工程,是与我们店方最密切相关的.例如强弱电安装、家具摆放、空调水管安装等,这些工程的好坏,都会直接影响到我们正常业务的开展,因此每一个项目的施工,我们都需要密切关注、认真对待,同时要

在实际施工去亲自核对确认,看看施工图纸与实际施工是否一致,例如强弱弱电的施工,所有安装点位都要去关注,及时发现及时解决,否则一旦延迟,就有可能造成大面积施工整改,而造成工期进度的延误。

关于好人好事方面:建店期间,地产施工人员与宝晟全体员工都付出了辛勤的劳动,无论施工现场环境多恶劣,还是加班到深夜,尤其是我们的女员工,搬重物、清垃圾,跪着擦地面上的脏物,干起体力活来一点都不比男生逊色,虽然蓬头垢面



宁波运通宝晟 孙冠华

六月 你好

转眼间,我加入成都运通博达已一月有余,每天上班经过客户休息区时,面试的情景便会浮现眼前。记得那天共有9个人面试会计岗位,而我被安排在第8个面试。第一个面试的是男生,面试很长时间后带着严肃的表情出来了,这让等候的我们变得越来越紧张,不由的猜测起领导会提出的种种问题。中途我差点放弃了面试,恰巧人事专员晴晴经过,她对我说:“既然来了,为什么不试试再走呢?”后来我想既然做,就不应该半途而废,不管结果如何,我都应该认真对待这场面试。美国西点军校有句名言:“态度决定一切。”或许正因为这一点,才让我成了这9个人中最幸运的一员。

我很感激我的领导周经理和综合部刘经理,给我这样一次机会。面试时,就觉的这两位领导非常亲切,从而对公司的好感又加深一些。在这段与同事相处的过程中,几个小细节让我更加明白为什么我会被这个企业所吸引。不管是去收银岗位、出纳岗位、还是在会计岗位熟悉工作流程,她们工作中都是如此的细致,尽职尽责,在给我讲解时也是非常的认真,有耐心。当工作出现疲惫状态时,我会到办公室外走一圈,看着被清洁阿姨们收拾的干净、整洁的办公区域,瞬间所有的疲劳都会被缓解;每天上下班打卡的时候,在宣传栏右下角都会定期更换不同的经典励志语录。我很喜欢,也想在这里与大家共同分享这句话:“每天都是一次新的旅行,每一个和我们走过一段路的人,都值得感激”。可能因为生活中的自己也是一个特别喜欢感恩的姑娘,在看到这句话的瞬间,让我产生了共鸣,学会感恩,会让自己憧憬未来,对生活更加有信心。

我没有很好的文采,也不会华丽的辞藻,但我所描述的一切都是内心最真实的感受。在这个温馨、和睦的大家庭中工作,心情总是轻松、愉悦的,我想,这就是我想要的感觉。我会珍惜公司为我提供的平台,尽管我知道,在未来的工作中,可能会遇到困难、挫折或是压力,不管怎样的困苦,我相信只要保持淡然的心态,逆境就是一种前行的动力。顺境中,人们通常会表现出惰性,而只有逆境中的人其内在潜能才会被挖掘出来,一个人在逆境中的表现往往决定了其个体的人生走向。成功人士之所以成功,因为身处逆境,别人都失去了信心,而他们却能保持从容,下定决心实现自己目标。我相信,六月会是一个好的开始。

六月,你好!让我们用最美丽的心情,去迎接你!我们,一起加油!

成都运通博达 但俊梅

青春, 随梦想飞舞 ——金华运通汇宾员工羽毛球赛侧记

2014年5月,在一片欢声笑语中,金华运通汇宾员工羽毛球赛正式落下帷幕,赛事取得了圆满成功。在这里我要特别感谢公司的各位领导,为我们构筑了这个平台;感谢管理人员,为我们能够全身心的投入活动提供了大力支持。

本次比赛的组织者都有自己的本职工作,他们利用休息时间研究比赛方案、联系场馆,为整个比赛的顺利进行奠定坚实基础。参赛的选手们在比赛中也很好地展现了“健康快乐”的主题,坚持“友谊第一,比赛第二”的原则,没有人为场上的比分斤斤计较,也没有人为自己的输赢大喜大悲,休息观赛期间,大家也都自觉地担任起场边维护的工作,活动现场井然有序。大家在一起既锻炼了身体,又增进了沟通,和谐、温暖的氛围从场内延续到场外,在工作中大家也变得更亲切。

羽毛球比赛虽不像足球、篮球比赛那样对抗激烈,但它是一项真正公平竞争的运动。运动量大,对球员体力、技术、身体灵活性、协调性等综合方面的要求很高。同时羽毛球也是一项益智运动,在比赛中,仅仅依靠大力挥拍的蛮力扣杀是行不通的,击球前要尽量根据对方瞬息万变的球路做出正确的判断,同时又要尽量把动作做隐蔽,以迷惑对方,每次击球都要尽可能的调动对方从而压制对方,而且要尽量扬长避短,挥拍果断。这对我们的应变、决策能力是很好的锻炼,当我们面对工作中出现的问题时,也会考虑的更加全面周到,令我们的心智更加冷静、成熟。

本次羽毛球活动圆满落幕,我们的收获却没有停止。通过活动,不但促进了同事间的交流与了解,每位员工也真正融入到了活动当中,互相帮助、互相谦让,互相支持。在比赛中,我们既有个人竞争,也有团队协作,但不论结果如何,最重要的是我们享受了这快乐、团结、活跃的过程,同时还可以教学相长,弥补不足。我想这应该就是我们活动的意义所在吧!

金华运通汇宾 江志峰



员工艺苑

北京运通博雅 傅虎

华北地区

北京	运通兴宝 (宝马4S店)
运通博世 (英菲尼迪4S店)	010-67861666
运通博裕 (一汽丰田4S店)	400-6119-619
运通博恩 (一汽大众4S店)	400-6988-805
运通博泰 (东风本田4S店)	400-6770-050
运通博奥 (一汽奥迪4S店)	400-6855-885
运通博雅 (上海通用别克4S店)	400-6096-606
运通博达 (斯柯达4S店)	400-6156-115
运通兴宝 (宝马4S店)	010-69286777
运通兴恩 (一汽大众4S店)	010-69283190
运通兴晟 (上海大众4S店)	400-6719-585
运通兴润 (斯柯达4S店)	010-69286177
运通兴捷 (捷豹·路虎4S店)	010-80254777
运通嘉捷 (捷豹·路虎4S店)	010-85221555
运通嘉宝 (宝马4S店)	400-810-0907
运通嘉奥 (一汽奥迪4S店)	400-686-0816
运通嘉恩 (一汽大众4S店)	400-668-0937

东南地区

杭州	运通和乔 (捷豹·路虎4S店)
0571-88827000	
运通和晟 (一汽奥迪4S店)	0571-81390000
运通祥宝 (宝马4S店)	建店中...
宁波	运通宝晟 (宝马4S店)
400-813-4816	
金华	运通汇宾 (宾利4S店)
0579-82289999	
武汉	运通益宝 (宝马4S店)
建店中...	
运通益迪 (一汽奥迪4S店)	建店中...

西部地区

成都	运通博捷 (捷豹·路虎4S店)
028-87659999	
运通博悦 (英菲尼迪4S店)	028-87586666
运通博达 (斯柯达4S店)	028-83383333
运通博奥 (一汽奥迪4S店)	028-85015555
运通博恩 (一汽大众4S店)	028-85023333
西安	运通瑞捷 (捷豹·路虎4S店)
建店中...	
运通博宝 (宝马4S店)	建店中...
运通瑞迪 (一汽奥迪4S店)	建店中...

东北地区

哈尔滨	运通奥迪 (一汽奥迪4S店)
0451-82339000	
运通丰田 (一汽丰田4S店)	0451-55173999
运通俊杰 (东风本田4S店)	0451-87995000
运通俊业 (一汽大众4S店)	0451-82339222
运通俊奥 (东风日产4S店)	0451-87981000
运通汽车修理	0451-82604482
运通宾仕 (宾利4S店)	0451-87534567
运通俊晟 (一汽奥迪4S店)	建店中...
运通俊恩 (一汽大众4S店)	建店中...
沈阳	运通宏恩 (一汽大众4S店)
建店中...	

打造中国综合实力最强的汽车经销商集团!