

宝马全球首家新概念店耀目京城

历经一年多的筹备，在运通集团各对口部门的鼎力协助和大力支持下，从硬件设施建设到人员团队的组建，再到软件系统的导入，作为运通集团的第一家宝马店，以宝马全球最新标准建造而成的新概念店——北京运通兴宝耀目京城。运通兴宝位于北京南中轴路旁，占地面积3万平方米，展厅面积1.9万平方米，主体建筑共分为4层，是依据宝马最新标准打造，融入了BMW全新理念设计，彰显独特的建筑之美。极具科技感的百叶幕墙，将蓝天白云的品牌魅力赋予了更生动的诠释，云与天相拥，悦然生辉。

运通兴宝整体建筑风格典雅沉稳，各功能区域格局清晰，销售接待台的创新设计水墙，提升了空间环境的灵动性，为展厅氛围注入悦动活力。前部两层车辆展示区域能同时展示30余部宝马汽车，同时涵盖二手车业务，成为全国最大的宝马展厅。展厅顶部与地面光影交相呼应，如临高速公路驰骋之境，寓意驾驭宝马向快意人生一路驰骋，传递宝马纯粹驾驶乐趣的品牌核心。

透明化的维修车间投入服务系统，不仅可以使客户亲眼目睹爱车的维修保养过程，同时可以大大提高展厅与车间的业务沟通效率以及提高维修车间工位利用效率，优化服务流程，践行BMW高效服务。

交车区玻璃幕墙的独特格局，融入时尚元素，波浪型的曲线设计美轮美奂，映射光束闪耀点点星辉，使整个区域的空间更具立体效果，更加赏心悦目，“悦”的理念在建筑之美中被演绎的淋漓尽致。

改装展示区域陈列改装精品，为追求个性的车主提供车辆改装的优选方案。BMW Lifestyle精品系列是宝马在售后领域的一大精彩亮点，生活精品展示区为BMW客户提供了一个了解BMW品牌文化与核心价值的完美平台。宝马生活精品具有高度的美学标准和精细的做工，通过与时尚元素相结合，传达了BMW车主对享受健康生活的美好追求，在尽享驾乘乐趣之余更添时尚之美。

客户休息体验区，功能规划更趋完善，人均休息面积非常大，更加关注客户的体验感受，集合了精品展示、上网区、影音室、按摩室、VIP客户餐厅、儿童区等。为客户创造快乐，是我们不懈追求的目标。独立的上网区，给客户私密的空间，充分享受网上冲浪的乐趣；影音室奢华的配套设施，媲美影院音效系统，完美的观影体验，带给客户震撼的视觉享受；按摩室静谧的布局设计，使客户在安静的环境中，独享身心的放松，远离城市嘈杂，享受心灵的休憩。此外，我们的VIP客户餐厅，用餐环境幽雅，室外观景台给客户用餐时光更添几分惬意。

三层开放式公共办公区，无阻挡障碍的内部设计富有弹性，使空间更显宽敞通透，现代化的办公设施为兴宝团队营造舒适的工作环境，提供更顺畅的工作流程，使信息沟通更加便捷，工作更高效。运通兴宝作为BMW授权经销商，以全新的形象和服务理念深入诠释宝马品牌精髓，遵循“悦享至臻”服务理念，为每一位尊贵的客户提供愉悦、细致的体验。我们始终秉承“承诺、卓越、欣赏、创新”的核心价值观传递企业愿景，实现为客户提供卓越服务的承诺，带给客户非同凡响的品牌体验。北京运通兴宝拥有一支专业技术过硬并且追求精益求精的服务团队，每位售后技师均经过宝马的严格培训和考核，同时，4S店引入了全套的宝马原厂维修检测电脑和设备武装服务团队。让每一位客户满意是我们恪守的服务使命，以不懈的努力追求创新的开拓精神，谋求人、车、社会的可持续性发展。北京运通兴宝将是表现BMW高效动力的最高舞台！

北京辖区运通兴宝 郑义



第八届“运通杯”足球友谊赛圆满谢幕



激烈拼杀的场景还在眼前跳动，欢呼和泪水还在耳畔回响！55天赛程，转瞬即逝！23场对决，意犹未尽！2012年6月18日，激战了将近两个月的第八届“运通杯”足球友谊赛走向尾声！如此美妙的过程，留下了无数精彩绝伦的瞬间！

闭幕式当日首先进行的是万众瞩目的冠军争夺战，此役完全没有辜负大家的期待，一场激情之战就此打响。积极主动的跑位、奋不顾身的拼抢，团结一致战术配合使得整场比赛激情四射，场上踢得酣畅淋漓，场下的拉拉队们也毫不逊色。欢呼声、呐喊声不绝于耳；锣鼓声、哨笛声声震天。更有来自兴之队漂亮的足球宝贝们纵情起舞，活力四射！刹那间，场上场下涌动起青春的浪潮，澎湃着欢乐与激情！兴之队与博雅队在实力上旗鼓相当，双方你来我往，互有攻势，最终以0:0的比分结束常规比赛。随后，令人紧张到窒息的点球大战一触即发。喧嚣的赛场瞬间安静，热情的拉拉队们也屏气凝神，高涨的情绪迅速收敛。大家所有的焦点都汇集到了距离球门12码的点球点上……经历一番紧张激烈的鏖战后，最终胜利的天平倾向了兴之队，刚刚还在球场上“忐忑”的兴之队队员们振臂高呼，疯狂地冲向自己的“门神”，全场观众更是欢呼雀跃、为之沸腾，大家尽情的释放着胜利的喜悦……

决战过后，本届足球友谊赛的闭幕式暨颁奖仪式正式开始！集团总经理张建华亲自率领领导团队出席本次活动并发表闭幕致辞。张总情之所至，动情的讲到：“运通杯”足球赛发展至今日已经是第八届了，作为我们集团传承了八年的经典赛事，我们首先要感谢董事长为我们提供了这样好的平台，让大家有机会并肩作战，也要感谢所有参赛队员的辛苦努力。足球比赛是一个团体项目，只有全队凝聚一心才能打出精彩的比赛，这也正是我们运通一直在追求的！不论结果如何，只要在比赛中呈现出团结奋进、不怕伤痛，勇于拼搏的精神，就值得赞赏和学习。短短一个小时的颁奖仪式高潮迭起，冠亚军、最佳团队、最佳组织、最佳啦啦队、金靴奖……每一个奖项的揭晓都会迎来雷动般的欢呼，这不仅是对胜利的呐喊，更表达了大家对运通的期待和人生的梦想。

尽管比赛最终随着决赛结束而落幕，但那些欢笑和泪水，不管是笑到最后的冠军，还是被提前淘汰出局的球队；不管是沉稳执着的老将，还是星光闪耀的新星，所有的一切都将永远留在运通人的心中！足球赛结束了，梦想却在继续，永不磨灭！

集团人力资源行政部 冯迎明



首届“运通杯”销售系统有奖征文大赛圆满落幕

为了激发员工热爱文学、热爱写作的创作激情，更好的传承2012年运通集团“创新机制、和谐发展”的文化基调，2012年4月，在集团领导的大力支持下，首届“运通杯”销售系统有奖征文大赛正式启动，历时两个月的评选，于2012年6月圆满落幕。

此次大赛由运通集团人力资源部主办，作为一项本着发掘优秀人才、提高员工向心力为目的的重要赛事，汇集了东北、东南、西部、华北四大区域销售系统的员工共同参与。大家从不同的角度记录了在运通的工作与生活，抒发了对集团的热爱之情！

据统计，自大赛启动以来共收到各地区参赛作品60余篇，评委会小组经过初审、复审和终审三个环节的评选后，最终评定出一等奖1名、二等奖2名、三等奖3名、优秀奖4名共10篇获奖作品。具体获奖名单如下：

一等奖 《对销售工作的感悟》 东南地区宁波宝晟 周毅宏

二等奖 《对沟通的认识和浅谈》 西部地区成都博恩 陈志永
《〈细节决定成败〉读后感》 华北地区运通博雅 舒江

三等奖 《我们选择把任务化整为零》 华北地区运通博达 孟卓
《立足当前，创新管理，争创佳绩》 东南地区杭州和晟 葛建刚

优秀奖：

《沉淀》 华北地区运通博奥 绳明飞

《捷达使我通达》 东北地区运通俊业 李冰巍

《让满意度无孔不入》 西部地区成都博悦 赵召

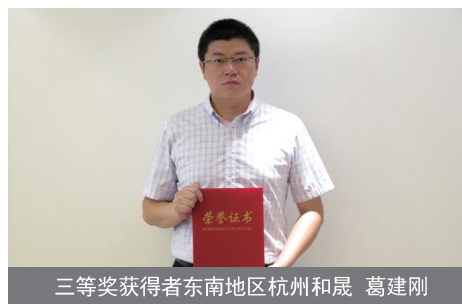
《我在运通兴安成长的日子》 华北地区运通兴安 张宇

在此，向获奖者表示祝贺！

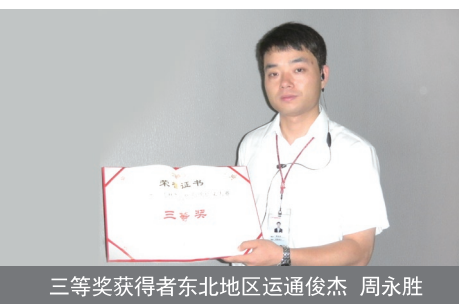
集团人力资源部 冯迎明



集团人力资源总监刘滨为华北地区获奖者颁奖
左起依次为孟卓、舒江、刘滨、张宇



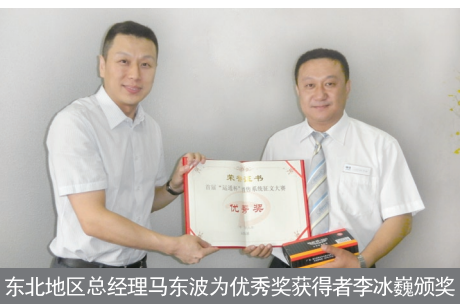
三等奖获得者东南地区杭州和晟 葛建刚



三等奖获得者东北地区运通俊杰 周永胜



优秀奖获得者西部地区成都博悦 赵召



东北地区总经理马东波为优秀奖获得者李冰巍颁奖

经验交流

智慧之光 启迪心灵

随着集团在全国范围内的快速发展和扩张，各项工作都在不断地创新式发展，而体系的管理成为了集团发展的重点，特别是财务工作，成为影响集团发展的重要因素之一。

面对全国的财务管理工作，我们做了不少的课题和研究，也经常和周围同事探讨，如何进行有效的财务管理呢？集团张总提出的“体系导入”理念让我茅塞顿开。那么何为“体系”呢？就好比是配置丰富的sony或者是功能先进的ipad，若要发挥出它的最大功效一定不会缺少一套牢固、稳定的系统，而这也是集团发展所必须的。目前我集团硬件资源，从品牌到土地，从区域到城市都具一定实力，而“软硬件”便成了促进集团发展的重点。集团要求将各系统的制度、流程编辑成册，作为“体系导入”的基础，在新品牌开业前期进行系统培训，并导入到实践中，将理论和实践融会贯通，形成工作习惯，这其实就是企业文化的一部分！使品牌店开业后，能够顺利的开展运营工作。

我指导编写了财务手册的主要内容，执笔人启用了经验丰富的财务经理及有着收账、出纳实际岗位经验的会计人员形成初稿。组稿过程中还加入了两个地区的财务负责人进行审核，最终在大家共同努力下，经过多次修订，仅用了一个多月便完成了手册的编写。

财务指导手册从销售、服务业务两大体系和涉及财务关键点的控制入手，分别阐明了财务内部的控制、集团制度的执行、财务各岗位的职责等方面的内容，其各方面介绍详细具体。例如：销售环节，财务要注意的事项。具体内容涉及到刷卡时的具体操作，财务人员根据指导手册就能够顺利完成收款及开票。

当然，理论来源于实践，“体系导入”不是简单的培训和授课，除了要求培训的人员在技能方面学到方法，熟知制度和流程之外，“体系导入”让我们深思的是背后所体现的一种思维和认识，将理论带入实践，将实践发展成一种模式。如果能够认真的贯彻这种理念，那么全国的品牌店都能以规范化和统一化的模式呈现在人们面前，这将为集团实现全国的统一管理、提高管理水平迈出质坚实的一步。

另外，最近加入到运通财务岗位的人员越来越多，我想说不必为过去的经历和经验所羁绊，也不必担心不能胜任，相信自己的选择，运通会给你一个绚丽的展示平台，有理由相信未来您就是我们的中坚，让我们的事业明天更加美好！

集团财务部副总监 温金梅



职业经理人两大工作不良症状浅析



张志明

作为一名职业经理人，需要高度的职业化和专业化支持自己的职业生涯。高度的职业化需要良好的自我约束和学习能力，逐步积累并养成职业习惯；专业化是相对稀缺技能资源的积累和运用能力，在不断的学习和积累中逐步提升。但每个人都有自己的性格特点，每个人在坚持和改善自己性格特点的时候，很容易出现两个不良症状：无所不能症和周期狂躁症。这两个症状不是可以完全避免的，而是需要我们来调整自我的心态和工作方式，来减少这种不可避免的状态影响自己的工作。

一名优秀的经理人能够不断自我完善良好的管理职能，创造优秀的业绩，其高效的作风和良好的决策能力会成为团队管理的关键环节。我们在决策中获得自信，获得自己决策的权威，不断的努力和追求成为企业小环境“力量核心”。作为有一定高度的决策者，在整体良好的业绩状态下，不会有人指出你的缺失或者某些决策错误，个人感觉是没有任何缺点，基本完美，很容易就出现“无所不能综合症”。具体表现在：认为自己什么事情做的都对，任何问题都可以解决；任何细节都是可以控制的，任何环节进展和人员都在掌控中；任何异议和抱怨都是有悖自己的高瞻远瞩……盲目的自我小环境膨胀和失控的自信。这种类似在快车道上信马由缰的团队领导人情形，严重伤害了团队的凝聚力——群策群力的决策系统和团结向上的改善系统。而作为主体的经理人，成为一个无知却自喜的火车头，最终会因为自身内力过大拐弯翻车或者发生事故。

而且我们都有缺点，我们很难做到在工作和生活中不碰到让自己心情不爽、气不顺的事情，极易影响我们的心情、心态。特别是成为部门管理者之后，经常因为自己心情、心态直接影响工作，会滋生厌烦情绪，对面前的事情或者周边所有的人都看不顺眼。对方只要有任何不顺我意的行为，马上就感觉对方是针对自己，就是想对着干，无形中就肝火大增。火冒三丈的指责和肆意批评，不分青红皂白，不给对方任何的解释机会。这种表现可能会导致蝴蝶效应：你自己和太大的不顺心影响到你，你的无名火发到部门经理那里，部门经理回去就对助理和主管横鼻顺眼的指责，他们又对工作烦心的布置，导致执行的层面无所适从和无法及时沟通，最终导致整个公司团队气氛的紧张和工作效率的阻碍。一个本来很小的家庭口角，因为自己的调整不遂，造成了公司工作环节严重污染，甚至是毁灭性的破坏。虽然我们是人，是一种高级的感情动物，但也必须承认都会有喜怒哀乐、都会有七情六欲，都会有不同的心理高潮和低谷。作为职业的经理人需要学会认知自己，需要发现苗头及时控制，不断的调整好自己的心态，避免消极情绪升级。心情的波动，只有自己最清楚，狂躁的出现是因为个人性格相对急躁引起，如何适当的调整自己，温和的处理问题就需要长期提醒自己。增加自己的知识面、增加不同行业的朋友，面对紧急事情不着急，调整好心态从容面对；自我的私事就需要找到朋友沟通和倾诉，也需要找自己喜欢的方式去合理的发泄，让自己的身心从紧张易怒的环境中解放出来，才能高效的工作。

我们在日常的工作和生活中，需要调试改变自己的节奏和认知自己优缺点，能有效控制自己综合症的出现。综合症的出现，说明我们自己没有看到别人的长处，没有在某些方面积极主动的沟通，没有发现别人的进步。如何改善这种心态，就需要做一些自己不擅长的事情，去探索和尝试新的领域，对自己是一个提升，并且发现身边有其他优势的人；多参加一些培训或者项目课程，在新的环境和平台上发现别人独到的思路和方法，反思和调整自己的思维模式。

一名经理人的职业化和专业化，更加需要明确自己的弱点。企业不允许职业经理人在团队中肆意的因为个人调整不当而影响团队，更加不能导致客户和员工对我们组织的不信任。成功和业绩需要每个合作者各司其职努力向上；良好的学习心态和自我控制能力是我们走向更高职业生涯的基奠，否则不良的表现只会让人出局。让我们学会调整、减小影响，争取做到最好的自己！

北京辖区运通博奥 张志军



站在捷豹路虎的大舞台，容身在“卓越超凡”这四个大字里，我手捧着属于我们的荣誉。我默然念道：今天，我们因“卓越超凡”而来。明日我们定会为“卓越超凡”而继续奋斗……

——题记

2012年5月22日，是一个值得纪念的日子，捷豹路虎中国授予成都运通博捷汽车销售有限公司售后服务部“路虎年度最佳售后服务团队”荣誉称号。

在成都运通博捷售后服务总监飞赴香港接受这一殊荣之时，就标志着我们已经登上了捷豹路虎售后服务领域的新高度。好事成双，我们的配件经理也同时获得了“捷豹年度最佳配件经理”的荣誉称号！

这两项荣誉的获得，让我们在捷豹路虎服务领域名声大噪。当售后服务总监载誉归来，整个售后服务部一片欢腾，公司展厅最显眼的展柜里从此陈列着我们的荣耀——路虎年度最佳售后服务团队证书。在这里，客户一眼就能捕捉到我们的荣耀，从而了解我们卓越的服务水平和实力，必然也对我们的服务更加的放心和信赖。

当然，荣誉的背后是大家辛勤的劳动与拼搏的汗水！回顾过往，我们有了理应为荣誉的取得而倍感自豪。从去年6月开始，我们的售后服务部就与康鑫德汽车维修厂建立合作关系，一直到今年2月25日，我们又迎来了新的合作伙伴——广汽传祺4S店。然而我们在硬件上的条件一直比较

艰苦，几乎所有的硬件设备都需要我们去准备，大到救援拖车、小到螺丝螺帽，纷繁复杂，我们都无分巨细，认真做好每一件事。由于大家都来自不同的汽车品牌，前期对捷豹路虎品牌都不是了解，大多只是停留在表面的认识和印象中。而现在，经过大家对捷豹路虎车型技术的不断学习及钻研，大家已成为捷豹路虎厂家认可的标兵。成绩的获得是一个循序渐进的过程，并非一蹴而就的坦途。没有平日里忘我的学习，就没有今天这样的成绩。提到刻苦钻研车型技术，不得不提到我们的车间主管宋思明。初到公司，他对捷豹路虎车型特点并不熟悉，在遇到技术难题时，他积极思考、敢于实践，终于攻克了当时其它经销商都不能解决的技术难题。

强大的团队需要强有力的领导，正是因为公司领导在筹备阶段就狠抓服务质量，才使得我们的服务成绩有了保证。

用心服务体现在每一个环节。首先，体现

精致生活中的加减乘除

——体验全新轩逸有感

东风日产乘用车一直是家用轿车的典范。车型集经济、舒适、实用、乐趣等大成于一身，贯彻顾客通过用车过程体验品质生活和享受和睦、和爱、和谐人生的品牌理念。全新轩逸上市在即，东风日产的这一造车理念在全新轩逸车型上得到了进一步的印证。

五月份的长沙，气候潮湿闷热。我有幸置身于厂家市场部团队，前往位于市郊的培训基地全面的感受一下全新轩逸的风采。湿润的气候造就了长沙秀美的自然风光，身为北方人的我处在其中有种莫名的感动，神秘而新鲜，就像全新的轩逸一样。而事实也是如此，揭开轩逸面纱的一刻，崭新的车型映入眼帘，很难将眼前的这款新车与叱咤家轿旗舰车型的老轩逸联系起来，轩逸完全摆脱了以往的光彩。家族式进气格栅、晶莹的LED头灯、劲感的侧身腰线、大气的尾部设计勾勒出了一个全新的轩逸外形，犹如一个肌肉感十足的男人，充满了张力与动感。而静谧的内部氛围、舒适的座椅用料、科技的中控仪表、宽大的乘坐空间则营造出了一个精致的内部环境，宛若一个悠然自怡的女子，那么的温婉、安静。工程师们用全身心的投入将东风日产的造车理念具体化，通过轩逸全面的展示开来。

加(+) 全新轩逸一改前期车内横向空间的不足，1760mm的横向空间成为舒适驾乘空间的有力保障，而2700mm的同级车最大轴距与680mm后排腿部空间依然让轩逸傲视群雄，成为新一代家轿用车的典范之作。置身其中能够使驾乘人员充分的舒展身躯，享受宽大安逸的灵动空间。而LED晶钻灯组的引入和新型轮毂的装配则让轩逸车型彰显大气与华丽。

减(-) 新一代智能Eco驾驶辅助系统可以有效地引导和规范省油操作，辅助驾驶员成为节能高手，MRABDE发动机则在兼顾动力性的基础上提供了更为洁净与环保的动力，匹配全新X-Tronic CVT变速箱成为黄金组合，可以在兼顾经济的城市行驶状况与动感的个性化驾驭，新型的悬挂与加宽的车身保障了高速的稳定性与舒适性，运动型轮胎同时增加了最高时速的极限。

乘(×) UHSS钢性车身和980Mpa的超强钢配以多通道式Zone Body区域车身实现了更高的安全等级，为车内成员以及路面行人提供了安全保护。整体的车身架构制造工艺直通德国制造水平，符合人体工程学的座椅让乘坐上的感受更为舒适，双层玻璃等多项隔音技术将安静的等级提到了新的高度。

除(÷) 可循环应用的车身部件、低碳环保的动力组合、指尖族智能的轮胎引入、人性科技化的装备选择都为驾乘者在享受舒适驾驭的同时承担了更多社会责任，让和谐环保的理念深入人心。延长至三三万公里超长保修期，缸内类精钢涂层，双节气门技术的应用为客户提供优异性能和服务的同时增加了更多保障，免除使用的后顾之忧。东风日产通过轩逸的推出，向世人传递着一种精致的生活方式，通过不断的努力将精致生活的标准浓缩至造车的理念当中，成为新时期的精致生活必需品。

东北地区运通俊奥 樊星



2012年6月2日下午13:00，在集团及地区领导的大力支持下，在工作人员精心策划下，运通集团东北地区首届“无与伦比”羽毛球团体追逐赛在哈尔滨国际体育中心正式拉开帷幕。蓄势待发、英姿飒爽的各个代表队、热辣劲爆的啦啦队、热情高涨的观众队伍，个个脸上洋溢着欢乐喜悦的笑容，无不精神抖擞、情绪激昂的期待着一场又一场精彩的赛事。

活动开幕式上，地区总经理马东波进行了开幕致辞。感谢集团领导给予大力支持的同时，肯定了广大员工参与本次活动的积极性，也表达了对本次活动取得圆满成功殷殷期许，同时祝愿地区各部门及各品牌店代表队在本次大赛中赛出友谊赛出风采。随后，裁判长代表裁判团队进行了宣誓，幽默不失严肃的誓词引得全场笑声不断。东北地区服务总监尹润波代表运动员发表讲话，感谢集团及地区提供本次比赛机会的同时并庄严承诺尊重比赛、尊重裁判，尊重对手。本次大赛由马总宣布正式开始，那一刻美丽的七彩烟花飘洒洒绽放于会场上空！

本次大赛共计19场比赛，分为6月2日和6月10日两个赛程。6月2日共有9场比赛，首先上场的是由马总率领的地区各部门代表队对阵运通俊奥代表队、运通奥迪代表队对阵运通丰田代表队。经过角逐，地区部门代表队及运通奥迪轻松占上风分别战胜对手。在接下来的比赛中，各个代表队奋力拼搏，不甘示弱。整个会场内呐喊助威声、欢呼声不绝于耳，震耳欲聋，将大赛推向一次又一次高潮。运通俊业不负众望三战三胜，取得了傲人的成绩，赚足掌声的同时为6月10日的比赛打下了良好的基础。

值得一提的是运通丰田的啦啦队，青春靓丽的姑娘们表演的热辣劲舞成为当日比赛的另一亮点，赢得全场欢呼声、尖叫声不断，引爆整个会场。比赛在大家意犹未尽的欢呼声中暂告一段落，会场内的热烈气氛却久久不能平静。窗外烈日炎炎，夕阳映红了天，运通人秉承着和谐、发展、共赢理念将热情足燃了整个下午，我们共同期待每个代表队精彩的表现，将运通精神得以精彩诠释，赛出我们的情谊，赛出我们运通独有的风采！

东北地区人力资源部 贾春霞

穿梭的飞鸟

——献给东北地区首届“无与伦比”羽毛球大赛

在这里，我们让汗水尽情的纷飞；

在这里，我们把球拍自由的挥举；

在这里，我们驱走忙碌工作的疲惫；

在这里，我们忘却艰辛生活的压力。

在这里，我们眼中尽是穿梭的飞鸟；

在这里，我们心里满载对决的豪气；

在这里，我们为每个精彩的瞬间而呐喊；

在这里，我们伴着歌舞，留恋着运通精神的领地。

在这里，我们为强者欢呼，我们给弱者勇气；

在这里，没有领导和员工，不分上级与下级；

只有手挽手，肩并肩，团结共进，不屈不挠的姐妹兄弟。

不论是比赛，不论是工作，拼搏的运通人永远在一起！

这是一种力量的凝聚，这股力量来自东北地区。

首届东北区羽毛球大赛——无与伦比！

东北地区运通俊业 王志滨



乐摘其中·世外蘑园

——运通博奥进口车采摘自驾游圆满结束



6月第一个周末，20多辆由A8、Q7等进口奥迪车组成浩浩荡荡的车队从运通博奥出发，前往上庄蘑菇园，亲身体验了一次采蘑菇的欢乐过程。还有很多小朋友们也跟随家长一起参加了活动，过了一个既有趣又有意义的六一儿童节。

清晨不到9点，车队已初见规模。奥迪的车主们早早的来到了

展厅，在签到领取物品的同时，运通博奥的工作人员体贴的为大家调试着对讲机、讲解路书及活动流程。在车队编号后，更有专人为大家泊车，一群大朋友们一路欢声笑语的出发了。

车队行进中，大家用对讲做着自我介绍，领航车的工作人员更是打趣的用时下流行的“非诚勿扰体”进行现场主持。更有一位2岁的小朋友即兴献唱一曲，在这欢乐和温馨的气氛里，车队顺利的抵达了蘑菇种植基地。

一阵香气扑鼻，原来精美的蘑菇宴已经准备好了，一上午的赶路让大家肚子已经抗议了，纷纷落座后大快朵颐。运通博奥在用餐期间还给大家布置了一个小作业，寻找到指定的蔬菜即可换取惊喜礼品。小朋友非常兴奋，饭还没吃完就跑进菜园里去了。

餐后蘑菇园的工作人员带领大家进入蘑菇种植大棚，详细的介绍了蘑菇的种植过程和生长环境，指导大家如何采摘不同种类的蘑菇。还真别说，有很多客户也是第一次见识到蘑菇的种植

及生长环境。不同种类的蘑菇种植在不同形式的菌种棒上，触菌点也各有不同，要是没有专业人员讲解，大家也许一直处在各种猜想当中。

没过一会，几个小朋友就捧着游戏答案——“贝贝南瓜、紫玉”跑到兑换处，第一时间完成了“老师”交给的作业，小朋友们接过赢得的小礼品后非常开心，兴奋的尖叫着跑开了。看着孩子们玩的这么高兴，家长们更是开心，坦言在学习压力不断增大的年代，真应该带孩子多参加一些这样的户外活动，放松一下他们的身心，孩子就应该这样天真无邪的笑着、跑着、闹着。

欢乐的时光总是过得飞快，大家陆续的完成了“作业”，都得到了运通博奥为大家精心准备的DIY迷你种植小菜园，车队也到了集结返程的时间。大家约定着，一定要再聚会。带着孩子，带着这份难忘的笑容，跟我们一起，采蘑菇去！

北京辖区运通博奥 曹晓林



携手运通 共创未来

——记成都运通博达招聘行

“初荷田田映故园，学子莘莘露头角”，在这火热的初夏，各大高校2012届学生们的课程即将结束，应届毕业生们已经摩拳擦掌、跃跃欲试，开始寻找实习单位了。各高校为了拓宽毕业生的就业绿色通道，也为了给企业输送人才，纷纷举办了各种大大小小的现场招聘会，为用人单位和毕业生搭建起交流沟通的平台。

2012年5月17日，成都运通博达参加了2012年四川交通职业技术学院招聘会，此次招聘活动也是运通集团西部地区第三次参加。奥迪和一汽大众在前两次的招聘现场中，取得了非常理想的效果，所以这次斯柯达的双选会，我们也是做足了准备工作，从人员的分工、物料的准备，大家无一不认真对待。由品牌店总经理亲自带队，博达全体员工一起参与，服务总监赵建平还为此次招聘会做了详尽的企业宣讲。虽然是第一个进行宣讲的企业，但赵总有条不紊、潇洒自然的风态，通过结合自身的感受，给学生们带来了强烈的鼓舞，得到了大家热烈的掌声。

此次招聘传承“以人为本”的企业文化，重视人才的招聘理念。我们认为校园招聘不仅是未来的职场中坚与企业的一个相互推荐和选择，也是企业在未来职场中坚人群中的初次形象展示。第一次的印象往往是最深刻的，因此，运通人在招聘活动中会做足课前预习的功夫，使整个招聘细节并非有条不紊，环节紧凑但气氛活跃。同时，我们应该清楚的认识校园招聘与社会招聘对象的诉求差别，基于其更看重职业成长性的需求，我们的校园宣讲也会对此作出有针对性的解答，因此，我们本次招聘的主题定为“携手运通 共创未来”。

本次校园招聘，参会的学生有130名，共有10家4s店进行现场招聘，我们的宣讲工作刚刚结束，毕业生们就纷纷来到运通博达的展位了解招聘岗位相关事宜和投递简历。面对10家车行企业的竞争，我公司共收到54份简历，从中筛选了16名候选人员。5月22日，我们再次来到学校，与16名候选人进行了深入的沟通，从沟通中看出，通过这几次的双选会，运通在学生们的中心已经有了较深刻的印象，学生对加入运通企业有着非常强烈的意愿。最终我们选定了6名实习生，分别为：销售顾问1名、机电2名、钣金1名、服务顾问1名，基本达到了我们此次招聘的目的。

通过这次校园招聘，我们总结出以下经验以资借鉴：

- A、准备充分，提前发布相关广告以及宣传资料等；
- B、实施环节的细节：切合学生关心问题的宣讲，互动环节增进对公司的好感，各种资料的发放、活动流程的安排以展现公司的文化和做事风格，初选简历重点不在面，而在于尽快吸引更多的人参加面试；
- C、收简历后尽快与校方相关人员联系，安排候选人的复试。复试的重点在于关注学生吃苦耐劳及抗压能力，并对学生关心的问题详细的解答。

西部地区运通博达 刘莉蓉



如何成就卓越的中层管理



你要问中层管理人员在管理中最大的障碍是哪些，可能很多人都会说出或大、或小的管理难题。但中层管理真的是那么的难于管理吗？2012年6月16日，带着上述的疑问，我们来到了位于绿雅龙腾高尔夫会所的培训地点，参加了由肖勇老师带来的——卓越的中层管理培训课程。

中层管理人员在实际工作中，会遇到很多的问题，比如说如何管理下属、如何跟踪分配给下属的任务、完成情况如何？管理下属会经常出现的问题就是肖老师提到的——猴子管理法。什么叫猴子管理法呢？简单来说就是责任的转移，可以上下级之间转移、也可以平级之间转移。上下级之间的转移，领导交办给下属的任务，在特定的时间内不能完成，但下属会通过多种方式和途径，将原本是下属的工作又抛回给领导，使得领导无心关注更加重要的工作而处理那些重复及原本无需自己动手的工作。再比如领导交办给下属的工作，在完成时，需要第一时间告知领导工作完成的情况，是否需要领导配合或已经完成，不会使领导牵扯精力在本项工作上。平级之间转移，像本次培训的小品，原本一个搞矿石的公司在销售业绩下滑的时候，由总经理召开会议，研究分析下滑原因，销售经理说是由于咱们的新产品没有开发，导致市场占有率小；研发经理说是由于资金短缺造成无法实施研发；财务经理说资金被采购占用，资金无法回笼；采购部说是由于在墨西哥的矿山发生爆炸，稀有金属稀缺，主要原因是恐怖组织造成的。总经理总结性发言，这件事需要反应给政府部门，打击恐怖分子。

上述故事给我们的反思很多，如果各部门不推诿、总经理在销售经理说完话及时制止，后面的经理就不会推脱。在工作上我们往往为了保护自己将一些客观理由说出来，将自己的责任推脱掉，如果所有的领导都这样做，公司谈何发展？员工谈何进步？中层管理者，在角色转变上需要一定的时间，不要完全被工作束缚着，要站在全局的立场考虑问题。如何做到上传下达、如何跟踪任务的完成情况、如何检验工作的成效是摆在所有中层管理者面前的头等大事。

集团人力资源行政部 张衡

百元买车不是梦

经验交流

京城老旧二手车的命运再一次面临困境。目前了解到，对于北京市排放标准在国Ⅲ以下的车辆，北京市二手车办理点已经设置了迁出门槛，对于不符合标准的二手车，不再提供外迁服务。

“对低于国Ⅲ排放标准车辆的外迁已经不给档档，档档需提交车辆接收地的接收证明。但是周边城市的环保标准都提高了，接收这些车的概率不大。”二手车如果不能外迁，车主只好坐等报废，因为北京的摇号政策使得本市的二手车很难出手。

北京市于2005年12月30日起实施机动车排放国Ⅲ标准，这意味着，几乎所有2006年之前的车辆将只能在北京市内流通或者报废。

京城周边城市对迁入车辆排放标准的提高让京城外迁二手车的价格一降再降，近日一辆1998年的二手夏利最终以100元的超低价成交——因为此车只能报废。此次，外迁门槛的设置再一次挤压了京城老旧二手车市场。据悉，在从京城迁到外地的车辆中，排放标准在国Ⅲ以下的车辆占到了超过70%的份额。

去年8月，北京市正式执行老旧二手车外迁补贴政策，超过七成的北京二手车开始销往周边市场，给当地汽车市场形成一定的压力。目前越来越多的城市出台了限制北京二手车进入的政策，如仅限5年以内车型进入、排在国Ⅲ标准以下的车型不能进入等。

全国290多个地级市中，已经有220多个地级市出台了限制外地车辆迁入的政策，其余地级市出台限制外地车辆迁入政策的时间也不会太长。

来自北京亚运村汽车交易市场（以下简称“亚市”）的数据显示，北京今年的二手车市场开始急剧降温，1-3月，单月二手车价格下降幅度不断增大，整体价格同比分别下滑5%、10%、15%、15%-20%，4月有所放缓。

此外，今年以来，北京市二手车的外迁率已经出现了下滑的趋势，来自亚市的数据显示，4月份北京市二手车外迁比例已下降到49.2%。“如果京城二手车外迁受阻，将影响到整个市场的增量，二手车价格回落，会导致车源减少，进而影响到置换新车的进度，最终可能产生连锁反应。”亚市副总经理颜景辉说。

一旦二手车报废量急剧加大，京城的报废站也会出现“问题”，目前京城仅有4家经批准的报废站，每年报废车辆的能力在几万辆，这与庞大的老旧车数量不成正比。

一旦外迁阻力加大，将手中的老旧车辆报废将成为车主取得更新指标的主要手段，未来，政府要完善对汽车报废市场的监管制度和加大政策执行力度，以确保报废市场不出现各种连锁问题。就在昨日，财政部、商务部联合发布公告，明确了2012年老旧汽车报废更新补贴政策范围和补贴标准。购买新车必然加大二手车置换及二手车报废业务，如此大的交易量将会导致二手车价格严重下滑，看来百元购车真的不是梦了。

运营管理(衍生业务) 二手车部 刘昆



集结赛道 挑战车手维特尔

融合F1极限赛车精神，体验G系车型动感之风，5月26日，2012年“G-Force极风之旅”挑战赛经销商预选赛北京运通站磅礴启程，极速竞G全面开战，通过本次预选赛，优胜者将晋级2012英菲尼迪“G-Force极风之旅”半决赛与决赛。

“G-Force极风之旅”是由英菲尼迪发起的现场试驾英菲尼迪G系列的大型体验活动。G系列作为英菲尼迪最畅销车型，凭借激昂动力和脱俗气质深受年轻新贵喜爱。比赛当日，客户不仅可以体验到英菲尼迪G系轿车卓越的操控力及澎湃的动力外，还可以通过丰富多彩的游戏环节，赢得由运通提供的英菲尼迪纪念品。

通过一天的竞技体验，比赛选手们通过亲身试驾，完全感受到了英菲尼迪灵感、激越的品牌精髓及卓越激情的生活态度。比赛中，每位选手在赛道上都表现出了旺盛的自我挑战精神，磨练出了团队友情，同时也纷纷表达了对英菲尼迪品牌G系车辆的高度赞扬与渴望！

北京辖区运通博奥 孟彦



2012别克S弯烽烟再起

为了让更多车迷顺利参赛，成就梦想，2012赛季别克S弯挑战赛将分两个赛季展开，分别为3月23日至6月17日、8月17日至10月28日，在全国56座城市进行。今年的赛事除了首次加盟的强力战车君威GS、专业性和刺激性大幅提升的全新“360°环智赛道”，还新增了亦敌亦友的“南北对抗赛”。众多民间高手一起，以车友会、切磋技艺，共同冲向美国专业赛车学校深造的宝贵机会。

据悉，2012别克S弯挑战赛在赛车、赛道和赛制等多个方面推陈出新，全方位强化竞赛水平，赛事的激烈程度和娱乐性再次提升。继前两年大获好评的魔力环形立体赛道之后，今年的360°环智赛道的设计源于DTM德国房车大师赛慕尼黑赛道，该赛道的最大看点是选手两两上演竞速对厮杀，从起点开始相向而行，全程共有5次目光对决和12次惊险过弯，比赛气氛空前紧张。

自2009年首开赛事，运通博雅参加别克S弯挑战赛已经进入到了第四个年头。赛事的专业性、影响力、规模也在不断扩大，不设报名门槛且严格限制专业车手参赛，确保了S弯挑战赛全民参与的巨大热情，而一些民间“隐士高手”的加入，则让比赛的竞技指数始终保持一流水准，在对抗程度和观赏性方面给人无限惊喜和期待！

别克S弯烽烟再起，你还等什么！

北京辖区运通博雅 任雯

发现无止境 路虎体验日活动圆满收官

2012年5月19日至20日，成都运通博捷路虎携旗下2012年款第四代发现和2012年款神行者2代延续发现与梦想，踏上城市探享之路。“发现无止境 路虎产品试驾体验日”在五龙山越野公园激情开跋，同时邀请了广大媒体朋友及客户参加此次活动，通过激情刺激的越野试驾和公路试驾等深度体验，共同领略顶级奢华与卓越性能的精彩演绎。

路虎全系上阵 挑战越野巅峰

活动中，越野试驾环节为现场观众献上了一场前所未有的视觉与感官盛宴。驾乘者在路虎中国认证教官的讲解和指导下，通过在不同路段的试驾体验，亲身临其境地感受了真实野外空间，并充分体验世界顶级豪华suv不同凡响的高端科技和卓越越野性能。

公路试驾 凌驾速度之上

体验完惊险刺激的越野试驾，公路驾乘同样精彩。驶向宽敞的公路，享受全球顶级豪华SUV带来的舒适驾乘体验——坐在久负盛名的“指挥官式座椅”上，尽揽全方位眼界无边，车辆高高在上上身稳定而自信地迈着矫健而稳重的步伐，低鸣怒吼的引擎声和源源不断的动力又勾起继续探索的欲望。

此次体验日，2012年款第四代发现和神行者2代为每一位体验者刻下一段独家记忆，也充分表达了成都运通博捷将以高品质的服务，一如既往地为客户提供最豪华、专享的品牌体验。

西部地区运通博捷 陈扬



千岛湖乡村高尔夫活动

薄雾清晨中，千岛湖是一块湿润的翡翠，青绿彻骨；暮色降临时，湖水又变成了厚缎子般的茶金色，波光细碎。千岛湖球会的18洞可观湖景，让人心潮澎湃。俱乐部坐落于杭千高速出口50米处，距千岛湖镇13公里，杭州市160公里，地理位置优越。千岛湖山川灵气、风光秀丽，碧水蓝天于一身，更有知名球场设计师巧夺天工般造就出的极具美感的艺术形态。环境一流、富有挑战性的千岛湖山地球场，是高尔夫球爱好者前往体验的好地方……

在湿润的六月，我们在千岛湖高尔夫的试驾展示活动如期开展，一进入球场，就能看到几辆超有霸气的路虎揽胜停在球场，可见我们的车主对高尔夫这项活动的热衷。霸气的V8揽胜与球场出发台的户外广告相辉映，让高尔夫爱好者一入球场便被深深吸引！无论是个人前往打球的爱好的者，还是本次邀请赛的参赛选手，纷纷驻足观赏！车礼品争相领取！试驾也在美丽的羡山巾绕行！

东南地区运通和乔 沈萍



兴晟土建第一步



2012年5月15日, 运通兴晟店土建正式开工, 预计今年12月底竣工验收。相信不久之后, 一座崭新的上海大众汽车4S店将拔地而起, 朝气蓬勃地屹立在北京大兴区西红门镇。

大众汽车, 这个历史悠久的品牌, 凭借着雄厚的开发实力、严谨的产品质量、科学的人文管理, 誉满全球! 上海大众不仅传承了大众汽车的优良品质, 而且针对中国道路特点与中国消费者审美观, 对车型进行了出色的本土化设计与调校, 完美的融入了中国本土市场。目前上海大众主要车型有: 桑塔纳、波罗、帕萨特、途安、LAVIDA朗逸、TIGUAN途观等。

从2011年10月起, 运通兴晟就已经成为了上海大众合作伙伴。新建店建设主要分四个阶段: 施工准备阶段、土建施工阶段、内装施工阶段、验收阶段。在这期间还需要涉及向厂家反馈工程进度、水电需求规划、专用工具设备订购安装、采购办公家具、原厂配件、人员招聘等诸多事宜。

在这里感谢集团各个部门领导及同事们支持与帮助! 正是这些人的智慧与勤劳才让我们走出了迈向成功的第一步! 愿我们的兴晟店成为运通集团的业绩标杆店!

北京辖区运通兴晟 赵冰

传承品质 运通奥迪试驾车友竞拍以天价落锤



4月21日上午, 哈尔滨运通奥迪携手专业拍卖师以及资深二手车评估师, 为广大龙江车友呈上了一场激情四射的拍卖盛宴, 更是开创了龙江试驾车友拍卖的先河。其中, 压轴登场的奥迪A6L更是以高于新车指导价2000元的价格落锤, 创造了二手车拍卖史上的奇迹!

适逢北京国际车展开幕之际, 哈尔滨运通奥迪汽车4S店在这个看似平凡的周末, 打造了平凡中的不平凡。彻底挑战车友车的持币待购心理, 用超值的价格换取超值的享受。10台奥迪风范座驾, 低于市场指导价5万-10万起拍, 上限由车友主宰。

本次参与拍卖的车型涵盖A3、TT、A4L、A6L、A8L等10台奥迪热销车型。活动现场还邀请了黑龙江交通广播的资深评车嘉宾文锋, 以及哈尔滨拍卖协会优秀拍卖师倾情见证。因此, 所有莅临现场的来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!

特别值得一提的是, 在本场拍卖会压轴登场的A6L 2.0T自动标准型轿车, 最终更是以高于新车市场指导价2000元的价格落锤! 这令本站编辑以及现场的来宾无不大吃一惊。在拍卖会结束之后, 笔者也有幸采访到了这位竞拍人, 据他表示: “早在拍卖会开始的前几天, 我就对这辆车仔细的观察研究过, 可以说对这台车是情有独钟。经过这几天的观察, 我发现运通奥迪的试驾车友几乎与新车没有任何区别, 甚至在保养上, 比我们车主自己更加细心。我是位驾龄不长的新车主, 最挠头的便是到手的新车前期该如何养护, 这辆车正好解决了我的困扰。但此次以这样的高价拍下, 老实说也确实是为了争一口气, 但我并不后悔, 如果再有下次, 我还会做这样的选择!”

无论过程如何, 终究让那台被竞相争取的“天价”试驾车友回到了中意它的主人手里。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, 而奥迪品牌永远不会割舍的就是传承不断的品质感。

东北地区运通奥迪 刘绍君

媒眼识英雄

【2012年6月10日, 北京】一场主题为“媒眼识英雄”的2012捷豹“Alive”主题媒体试驾会在环境优雅的绿雅龙腾沙龙会所举行。作为主办方, 北京运通嘉捷盛邀北京20余家具有影响力的主流汽车媒体试乘试驾捷豹全系车型。同时, 参与媒体就运通嘉捷的最新销售政策、试驾车主体验感受等进行了深度访谈。

在工作人员对捷豹品牌介绍及品牌文化的讲解中, 拉开了本次试驾会的序幕。作为英国轿车知名品牌的代表, 捷豹汽车业已成为世界领军的豪华汽车和跑车设计制造厂商, 而“捷豹”这个名字也十足贴切地代表了其卓越性能、精湛技术和独特风格, 代表着捷豹用户永远追求卓越的进取精神。而捷豹品牌哲学的核心正是成为一家提供有生命力产品的公司——完美地将人类智慧、先进技术、品牌价值和具时代感的豪华结合在一起。

了解了捷豹的品牌文化, 现场嘉宾早已热血沸腾。经过职业试驾教练对试驾路段及安全事项的讲解, 便开始了激情四射的试驾活动。在总计为50人的参与者中, 以A、B两组分别进行试驾体验。首先由A组开始当天的捷豹体验, 在亲身感受道路试驾后, 嘉宾全面领略了捷豹车型的速度激情与非凡动力。而等待试驾的B组成员也不会感到无聊寂寞, 北京运通嘉捷特别准备的高尔夫体验, 令嘉宾们在试驾之余, 尽享高端休闲之乐。

在别有风情的户外茶歇区内, 还有专属体验的自助午餐, 零距离接触英国贵族血统的座驾后, 一起享用美味丰盛的午餐, 大家此刻欢聚一堂, 体验了香车更品尝了美食。

为使广大捷豹车友影迷们更多了解捷豹车型的尊贵皇室风采, 在激情的试驾结束后, 媒体记者分别就北京运通嘉捷的最新政策、品牌推广活动及车主真实体验到店总及车主进行了深度访谈。

通过现场的访谈, 让更多的车友了解北京运通嘉捷的最新信息, 并为车友之间的进一步交流搭建了一个良好的平台。

作为全球顶级豪华汽车品牌JAGUAR和LANDROVER的授权经销商, 北京运通嘉捷始终致力于向中国客户倾情引荐、提供完美的捷豹路虎产品及品牌服务, 并始终秉承“突破、创新、挑战”的企业精神。勇于开拓、锐意进取, 积极深化“以人为本”的客户理念, 不断创新服务, 为广大的捷豹路虎车主打造品位尊贵、奢华高端的生活方式。

- ★图1 嘉宾亲身感受捷豹风采
- ★图2 别具风情的户外自助午餐

北京辖区运通嘉捷 李岩

运通博达喜获两项主机厂最高荣誉

2011年是收获的一年, 北京运通博达在北京所有斯柯达经销店中始终保持销量前三名的好成绩, 同时, 各部门的努力也得到了主机厂的高度认可。

2011年初, 斯柯达厂家下发精英俱乐部奖项标准, 该标准涉及到公司团队奖项、个人单项奖项等。团队奖项主要包括卓越零售奖、最佳市场推广经销商、最佳销售服务商、最佳服务技术奖、最佳售后服务商等; 个人单项奖项有睿智领导人、智慧领导人、卓越魅力经理、优秀技术经理、杰出奉献员工等。所有奖项由主机厂直接评选, 每个奖项选取每个大区第一名获得者。

2011年初该标准下发, 看了标准我们有些胆怯了, 由于该奖项涉及面广、考核标准严格、而且面向全国斯柯达经销店, 觉得这些奖项真不是那么容易就拿到了, 开始有些放弃的想法。之后, 在总经理吴鹏的带领下把各项奖项指标政策做了逐一的分解, 选择了几项我们通过努力有可能达到的奖项。按照这个指标我们每月做统计分析, 距离这些指标还差多少任务指标, 我们每到中旬时还将展开政策分析会议, 找出问题差值, 分解目标、落实到人。

2012年四月, 海南年会上是我们最难忘的时刻, 通过一年的努力, 我们终于获得了精英俱乐部奖项, 而且团队和个人奖项均有所收获。我们所得的团队奖项是——最佳市场推广经销商, 个人单项奖是客户关爱总监吕爱华获得的——卓越魅力经理。对于过去, 我们不做过多的回顾; 展望未来, 新的任务正向我们走来。我们将以往的成绩作为激励, 继续迈向属于我们的新高峰, 2012年的运通博达定会再创辉煌!



最佳市场推广经销商

卓越魅力经理



“兴之队”最佳射手获奖感言

运通集团的各位朋友, 大家好, 我叫杨玉树, 来自运通兴宝, 是兴之队的一名球员。我非常高兴能够在这里与大家一起分享我们夺冠的喜悦。我非常荣幸, 也非常幸运的能够在我们团队的体系下拿到“金靴”, 同时更加开心的是我们兴之队在第一年组队参赛就能够夺得冠军! 首先我要感谢的是运通集团以及集团领导能够组织这么好的一个联赛, 提供给我们一个自我展示的机会。通过这次足球联赛, 我深深的体会到一支有凝聚力的团队是多么的重要, 我相信所有人都会与我有同样的感触, 感谢集团领导对我们所有员工的关怀, 谢谢!

其次我要感谢运通兴宝这个和谐团结的大家庭能够吸收我、培养我, 提供给我一个这么好的展示平台; 感谢兴宝老总, 感谢您一直在倡导的人性化团队管理, 正是您的这种团队管理理念, 才有了我们这个充满关怀的兴宝大家庭; 还要感谢王春旭总(祝王总早日康复), 我们一直在一起, 等等回来)以及所有兴宝的伙伴对我的关心, 是你们让我体会到一种存在感、一种归属感, 让我真正深有体会的理解一句话——“最好的人际关系是相互关心而不是相互需要!”

同时我还要感谢来自运通兴恩与我并肩拼搏战斗的队友和每场比赛一直在场下为我们呐喊助威的啦啦队及美丽的足球宝贝们! 正所谓“作气须自取, 争雄必上流, 只有你停止尝试的时候, 失败才真正降临。”如果没有你们呐喊助威, 我想在我们与博奥0:1落后时就已经停止再试了, 就算最后我们夺得冠军, 如果没有你们, 我相信冠军奖杯的颜色也会因此失色很多, 我们也会同样会失去很多的快乐。是你们让我们毫无顾虑、毫无理由的一直拼到最后, 从不放弃, 无论什么情况, 这种精神上的力量是无穷大的! 我发自内心的感谢兴宝与兴恩所有的队友、助威队、啦啦队, 并对大家说声“谢谢”!

懂得遗忘的人找到自由, 懂得开怀的人找到朋友, 懂得开口要求的人找到成功! 我在兴宝找到了自由, 找到了朋友, 随着我们兴宝今后不断的发展, 我相信同样能够找到成功, 因为我坚信我正走在通向成功的道路上。对于我们这支球队来说, 上天赐予我们“成功”勋章的同时, 又赐予我们新的名字——“奋斗”! 我相信随着我们集团的进步壮大, 我们的足球联赛一定会一年比一年精彩, 我相信我们每个人都在期待明年的运通杯, 所以咱们——明年赛场见!

丘吉尔说过“我的国家有一颗雄狮的心, 我只是有幸唤醒它的咆哮而已”我相信我所在的兴宝就是一只雄狮, 随着我们踏着坚实的步伐不断前行, 我坚信距离我们兴宝咆哮的日子已经不远了, 借此良机, 我预祝我们兴宝开业大吉, 今后的业绩蒸蒸日上, 勇攀高峰!

最后的最后, 小刘在这里祝福那些所有关心我的人 and 关心我的人以及我们所有运通集团的网友们身体健康, 工作顺利!

北京辖区运通兴宝 杨玉树

绿茵场上的足球文化——团队铸造传奇

有人说“在和平年代, 足球就是一场战争”。又是一场交锋的时刻, 随着主裁判哨响起, 博恩 VS 博世比赛结束, 我们赢了! 大家互相拥抱着、推打着, 激动的心情难以言表, 大家享受着胜利带来的喜悦, 享受着激情和快乐。这一刻我只想与这片带给我快乐、挫折、希望、成功, 又带我走向成熟的绿茵场亲密接触, 兴奋的追逐着, 让这片绿茵与我共同感受快乐。

我刚来公司不久就有幸观看了这次足球比赛, 做为一个新人, 场上的队员还都无法全部认清, 但是我跟场下的同事们一起为博恩的队员们加油、呐喊。在我们激情的欢呼声中, 在这短短的60分钟赛事里, 让我充分看到并体会到了博恩团队团结奋进的那种精神。足球, 本是一种团体活动, 它可以让人快乐, 而它所体现的团队精神则是足球的灵魂, 因为团队可以铸造奇迹, 因为拼搏可以成就梦想, 因为付出才可以收获。队员们在场上的状态非常投入、快乐。任何一场比赛, 如果没有一个团队的打拼, 再优秀的队员也难抵劲敌。在平日的工作中也是一样, 如果没有大家的团队精神、团队凝聚力, 如何能打造出一个高质量高效率的团队。团队既需要优秀的成员冲锋陷阵, 也需要充满激情的后续援队, 运通博恩就是这样一集体!

这就是我们, 这种精神是一种足球文化, 我为我们的团队而骄傲, 我为喜欢的足球运动而自豪。在这样的氛围中, 我坚信, 我们运通博恩一定会在激烈的市场竞争中脱颖而出, 变身成一支“钢铁之师”, 随时接受新的挑战, 立于不败之地!

北京辖区运通博恩 于薇

夺冠之夜

经过一个多月绿茵场上激烈的较量, 运通兴之队将成为冠军。大家都屏住了呼吸, 随着一个势大力沉的射门, 足球应声入网。整个球场沸腾了, 兴之队取得了冠军。球员、拉拉队都抱在一起齐声喊叫: “兴之队——冠军! 兴之队——冠军!” 很多人都流下了激动的泪水。

回想整个比赛, 有如一幅壮丽的史诗画面: 雄鹰的雄姿, 豹的豪猛, 流星划过长空的幻想, 牙的尖锐, 盾的厚重, 火光与闪电一起飞翔, 力量的庞大, 速度的激昂, 精神与肉体的碰撞, 大海一般的气势, 山峰一般的雄壮, 我们的汗水飞舞的多么欢畅! 进球、进球, 多么响亮的口号! 冠军、冠军, 多么激动人心的畅想! 金灿灿的奖杯、风华正茂的模样, 我们都站在巨人的肩膀, 享受今宵, 我们想象, 明年我们还会站在高高的领奖台上!

北京辖区运通兴宝 李海洋





(获奖作品选登)

完美再现 不懈追求

征文大赛

前言

2011年7月22日对于我来说是人生中非常重要的一天，在这一天我很荣幸的加入了运通集团，成为运通大家庭中的一员，并肩负起未来组建和管理宁波宝马品牌销售市场部的工作。从入职至今这半年多时间里，我通过集团为我们构建的OA系统、运通TIME、人力资源行政部博客、电话等多样化的沟通平台，与集团保持紧密的联系，令我感受到了运通集团企业文化中“以人为本、和谐发展”的精髓理念，与此同时也会体会到作为运通人的骄傲感和自豪感。

特别值得一提的是，2011年度集团两会中，令我更加深层次的体会到运通企业文化的内涵及深厚的底蕴，同时也切身感受到了集团对于员工的重视和以人为本的理念。通过此次会议，我也了解到集团在2011年度所取得的成就以及在2012年的工作重心和目标。借此次“运通杯”征文的契机，我将个人从事汽车销售工作以来的感悟进行了总结，在即将开始的工作中我将把自己所学结合集团经营及文化和理念，积极加强自身思想建设，努力营造和谐发展的氛围，尽自己的努力为集团再铸辉煌贡献力量！

★销售技巧篇

现如今，随着汽车技术日新月异的发展，汽车产业的迅速膨胀以及信息的透明化，汽车行业的暴利时代已经远去，如同其他行业一样，汽车销售业正面临着行业内前所未有的激烈竞争。为此，除了在自身产品及经销商硬件方面不断加大投入之外，各个家轿汽车品牌都制定了适合自己品牌及车型特点的标准销售流程和技巧，但究其核心部分在于寻找和发掘顾客真正的潜在需求。

以宝马、奔驰、奥迪、雷克萨斯等高端汽车品牌为例，在行业内他们所提供的产品及服务大同小异，而且各自产品所包含的特性及服务大多能够满足顾客潜在购买需要，其关键在于销售人员能否将顾客潜在需求分析出来并结合自身产品卖点进行推销，从而使顾客认定销售顾问所推销的产品就是他所需要购买的，并不失时机的促成销售。当然销售顾问自身也必须具备良好的专业知识及个人魅力，如形象、气质、亲和力、个人谈吐等，将自己与其他高端品牌的销售顾问区别开来，与顾客建立互相信任的关系，成为顾客真正的购车顾问，这也是为什么越来越多的企业和品牌都将人作为未来发展和规划最重要的因素之一。与此同时，在销售车辆过程中不失时机的向顾客推销包括车贷、保险、精品加装、二手车置换附加业务，也将为公司及销售顾问自身带来额外的利润和收入，而且目前已经逐渐成为了品牌店不可缺少的一部分。接下来虽然在车辆交付给顾客之后，售后服务部将接手顾客未来使用车辆中的所有问题，但是销售顾问如果能够与顾客保持良好的关系将带来转介绍或是再购车等销售机会，这也是判定优秀销售顾问的一项重要依据。

换而言之，销售的实质其实就是在销售人员自身，是否能够成功推销自己将决定销售人员在产品推销过程中的成功机率，这也是判定一个高端品牌销售顾问的另外一个重要标准。现在我将从事需求分析环节入手详细分析销售流程中各个环节要点：

- 1.如同其他行业一样，汽车销售行业也将需求分析作为整个销售流程及销售技巧的核心部分。通过提问环节将开放式及封闭式问题相结合的方法，对于顾客现阶段使用的车辆进行分析，发掘目前使用车辆过程中的不足或是顾客对于即将购买的新车型有哪些要求，将这些问题进行归纳总结所得到的信息即为顾客潜在的潜在需求。销售流程中的其他部分则作为辅助环节帮助销售顾问整理销售思路和改进技巧，提升成交率和顾客满意度。
- 2.在提问结束之后，必须将这些总结出来的潜在需求进行总结归纳并与顾客进行确认，此举在于与顾客进行互动并明确顾客购买新产品的需求，帮助顾客挑选出与其需求所匹配的产品，也是为了接下来的详细的产品介绍做好充分的准备。
- 3.无论是高端品牌中的雷克萨斯、奥迪还是进口大

众，无论是FABF还是FABQ等等说法都是大同小异，都是在六方位绕车讲解的过程中将车辆各个方位的卖点按照特性、优势、利益及在特定环境下给顾客带来好处的顺序进行说明，在进行讲解时需要关注以下几点：

- ①必须围绕顾客需求来选择各个方位的卖点，按照FABF的顺序，语言简洁明了，将FABF的核心技巧活学活用。
- ②在任何方位和配置中顾客关心的重点永远都会放在B-BENEFIT，其原因在于除专业买家以外，光顾展厅的顾客大多对于车辆各项功能及配置工作原理并不感兴趣，他们真正所关心的是此配置在车辆日常使用过程中所能带给他们带来的好处。
- ③厂家制定的培训资料中大多数语言都是较为抽象并包含许多的术语，需要销售顾问真正理解他们并用顾客能够听得懂的话说出来，换言之我们需要进行翻译，援引一些恰当的比喻帮助顾客理解，此举也有利于提升销售顾问在顾客心目中的专业程度并与其他品牌销售顾问区分开来。所以专业可以诠释为将复杂的东西简单化，简单的事情重复做。
- ④切忌直接说出各项配置的英文简称，如提及须立即用中文进行解释及翻译，否则顾客会感觉销售顾问有卖弄及挑衅之成分在内，或是令到顾客感到自卑，需要尽量避免。
- 4.就好像购买一双新鞋一样，试乘试驾环节在车辆销售中也是必不可少的，在此环节中可以演示一些在车辆静止状态下无法操作的功能并让顾客亲身感受车辆，增加其对于车辆的拥有感和提升购买欲望。在试乘试驾环节中几点需要注意：

- ①确保顾客安全，在出发前为顾客进行安全方面讲解；
- ②去程由销售顾问进行驾驶，围绕顾客需求尽量演示车辆在静止状态无法表现出的配置及性能，保持适中车速，因为这将会影响到顾客回程驾驶时的车速；
- ③交换手时需要将车辆熄火并把钥匙拔出交予顾客，此举在于提升顾客对于车辆的拥有感；
- ④除非顾客提问，在回程时尽量保持沉默，让顾客尽情享受驾驶乐趣及作为车主的拥有感。
- 5.在试驾之后的商谈过程中同样也是围绕着顾客需求进行，首先必须邀请顾客进入洽谈室内，送上顾客喜爱的饮料（尽可能使用热饮以延长顾客在店内的停留时间）。适当的进行个人从业经历的介绍及经销商的介绍，进一步加深顾客对于销售顾问及经销商的信任感，增加其购买欲望。其次是注意捕捉顾客表现出的购买信号，促成交易。
- ①购买信号很多，顾客大都不会直接提出，如车价有无折扣、能否以按揭形式购买、订车到交车一般要多久、库内是否有现车、或是提及某款中意的颜色等等。当然销售顾问也可直接提出帮助顾客做出购买决定，如您是以按揭形式购买还是一次性购买、您今天的订金是以现金形式支付还是刷卡等等。
- ②将日常销售过程中出现过的购买信号进行记录，一段时间之后，一切都会非常明显，所有的购买信号都将一目了然。依照不同的购买信号采取相应措施及话术，改进销售技巧及流程，提升在实际销售过程中的成交率。

- 6.洽谈结束之后邀请顾客参观经销商内各项设施，增加其对于经销商和品牌的满意度和归属感。
- 7.从顾客交付车辆全款到新车交付这个短暂的过程中，车主可能会有强烈的失落感和不安全感，因为车款一经支付他们会担心销售顾问是否还会像之前服务的一样好，但通常这个时候也是提升顾客满意度最佳的时刻，只需要付出小小的成本或是努力就可以达到意想不到的效果。所以在交车环节我们需要举行简单的仪式给顾客，让他们在获得惊喜的同时能够留下深刻而美好的印象，此举也在于提高经销商的知名度和口碑，为将来赢得更多的车辆销售及维修机会奠定基础。
- 8.在当天车主离店后的适当时间内，销售顾问需要通过电话或是短信形式问候顾客是否已经安全到达，3天

之内需要进行电话回访确认顾客车辆使用状况从而进一步提升顾客的满意度和归属感，为将来转介绍和在购车奠定基础。

- 9.在整个销售流程关节当中需要牢记心理原则：
 - ①所有汽车购买者的思维模式都是相似的
 - ②绝不要去区分顾客
 - ③不要让顾客表面的言语和行为影响我们的销售思路和销售热忱
 - ④利用时间去推销自己

★销售管理篇

一、运营理念

- 1.首先，需要明确从事高端汽车品牌销售卖的并不是产品本身而是服务，据专业数据统计推销产品本身和推销销售顾问自身的比例，车辆本身的比例仅为1%-10%，换句话说我们销售高端品牌车辆实际上是推销自己，是在卖自己的服务。由此可见，顾客第一或是顾客至上的服务理念尤其重要，而且是贯穿整个销售管理之中的，这也是汽车行业各个品牌及经销商集团所一直强调的：
- ①真正的顾客第一的服务理念，并不是仅仅体现在物质方面的，而是贯穿整个经营管理之中，从展厅日常运营的点滴滴中体现，也就是我们常说的细节决定成败。比如一楼展厅的厕所只对顾客或是身体不适的员工开放、展车前排座椅需要调节到顾客上下最方便的位置且正副驾驶员保持一致、展厅需要有舒适的环境及娱乐设施、可口的饮品和食物、日常运营的各个环节在保障公司利益的前提下始终以顾客为导向等等。
- ②需要在日常的运营管理和培训中不断的向销售人员灌输和培养顾客第一的服务理念，以身作则让销售团队真正明白此理念的重要性，从根本上改变销售顾问对于汽车销售行业的理解和看法。
- 2.那么如何能够令销售部的员工将顾客第一的理念从日常与顾客的接触中表现出来，也随之成为了销售管理中重中之重。因为只有员工满意、真正的开心才能够真心对待顾客，激发员工在日常工作的积极性和灵感，设身处地为顾客着想，在顾客踏入展厅的第一刻就能够让他们感受到员工真诚灿烂的笑容。

- ①必须遵守公平、公正、公开的原则，第一时间完成集团及厂家有关信息的传达，尤其是月度绩效信息共享方面，切忌将稀缺资源保留，而是应该作为奖励或是支持给予表现优异的销售顾问。
- ②本着“对事不对人”的理念公平对待每一位销售部员工，尽量在工作及生活上关心和爱护每一位销售部员工；
- ③在日常运营管理中尽量以激励代替惩罚，适时对于员工出色的表现进行口头或是书面表扬，对于为公司带来利润的可以进行物质奖励等方式进行，增加员工对于团队和公司归属感，将人员流失率降到最低。
- ④高端品牌经销商的管理离不开两个“才（财）”，一个是人才，另外一个则是钱财。有人无钱或是有钱无人这两种情况都不能保证良好的日常运营和管理，将合适的人选放在合适位子上。在保障公司利益的同时为销售团队争取好的收入则显的尤为重要，也是提升员工满意度的一项重要因素，但必须明确以下两点：

- ◆个人利益必须服从公司利益，员工的心永远是向里而不是向外，顾客第一服务理念需要遵守但不能凌驾于公司利益之上；
- ◆制定具有竞争机制的绩效考核方案，内容要简单明了，能够让顾问可以简单清楚的计算自己的收入，激励销售团队的积极性。
- ⑤需要对有潜质的人员进行带教，充分给予下属发挥空间，为公司培养合格岗位接班人。
- 3.在日常运营管理中需要以德服人，以身作则，珍惜分毫，开源节流，增强员工的主人翁意识，合理的降低日常运营成本。

- 二、运营理念
- 1.首先，一家经销商盈利的能力是判定运营管理的成功与否的一个重要标准。作为销售部的首要任务就是完

成每月厂家及集团下达的月度销售指标及利润指标。汽车行业销量在很大程度上受到品牌、车型、厂家政策等多方面因素的影响，之前也提到现阶段真正依靠车辆销售本身赚取暴利的时代已经过去了，即使是豪华品牌也需要积极提升UPSELLING，关注新车保险、按揭、上牌、精品销售比例是新车销售中的重中之重，也能够为经销商带来额外的利润。事实也证明在各行各业的销售中，附带产品的利润已经远远超过其自身品牌主推产品的利润，所以在新车销售中提升展厅销量和控制外销车辆的占比是销售部门盈利的根本，这也为售后服务部门带来售后保养维修及续保的机率。

- 2.其次展厅环境的管理也是至关重要的一点，顾客踏入一家高端品牌4S店的第一印象是由展厅环境形成的，其中当然包含许多的项目：
 - ①销售人员的热情度，需要向销售顾问强调上班穿上工作服就好像演员穿上戏服一样，而展厅则是我们舞台，顾客就好比我们的观众，而面对他们始终需要保持微笑；
 - ②展厅内部的环境卫生尤其是卫生间的环境卫生；
 - ③室内温度、灯光及播放的音乐；
 - ④展车的车型及颜色的搭配，新车交车区的布置；
 - ⑤顾客休息区的环境，饮品及食物等。
- 3.其次作为公司重要资产的车辆管理在销售部管理当中也是至关重要的一项：

- ①严格管理试乘试驾车辆的卫生，尽量做到内部环境与展车一致，车内备有饮用水及测试车辆音响的试音碟等，将试乘试驾车辆钥匙管理作为重要一项亲自负责。无论顾客试驾还是偶尔作为公司用途试乘试驾车辆都必须按照公里数由前台严格进行登记，严禁以私人名义使用公司试乘试驾车辆，需要身体力行，以身作则。
- ②制定富有竞争性及可执行性的绩效考核方案，简单明了，能够让销售容易计算自己每月的收入。将稀缺的车辆资源作为奖励给予销售顾问，畅销车型与滞销车型搭配进行考核。

进入运通集团已经半年时间，虽然销售店暂未进入正式运营阶段，但作为一名管理者，我同时也拥有了一段宝贵的时光。在这段时间里，我认真的对过去以往八年汽车行业从业经验不断总结、思考，希望能够在以后的工作中扬长避短，为的是能够以最充分的准备、最饱满的工作热情，投入到新的工作中去。正可谓，职场如战场，每一场都是直播，没有机会让我们重来。多总结、多反思、多改善，我们才能从思想到行为少走弯路，少犯错误。在这里，我想分享的是从业以来一直贯穿于我工作和生活中一个重要的词语——满意度。点点滴滴的积累，诠释着这个简单的词语，无孔不入的触动着我的心灵，也潜移默化的改变着我对于工作和生活的看法。

随着社会的进步，人们的需求已经不仅仅停留于物质上，精神层面的需求越来越强烈。于是，汽车销售行业从过去单纯的车型销售到现在以打造高质量服务为核心；从过去的销售带动服务到现在的服务带动销售。太多的事实证明，只有致力于提高服务质量，才是一个汽车企业得以持续发展的关键。我们掌控了一个车型的研发，但我们却可以改变它在公众心目中的形象和地位。于是乎，越来越多的汽车品牌开始注重品牌效应，也将“满意度”的概念放到了关键地位，而它也延伸到了我们工作的每一个领域。那么，我是如何理解满意度？如何才能提高满意度的呢？对于满意度的描述，我认为应当是相对每个人的期望值而言。任何超出期望值的行为，都必然能获得较高的满意度和认可。并且，满意度应当来源于需求，建立在需求之上。对企业而言，满意度包含两个重要的方面，对内是员工满意度；对外是客户满意度，这两者是相互关联的要素所在。

首先，满意的员工，才能铸就满意的客户。现在越来越多的企业关注并且重视员工满意度，满意度高的员工，工作的积极性和贡献度就高。但满意度始终只是一个感性的认知，所以人力资源部也开始运用科学的方法对这个感性的认知进行量化，目的是了解员工的满意程度。如何量化满意度已经不是难题，难的是如何进行有效的提升和改善。我想，这并不是一门科学，满意度建立在员工的感性需求上，多聆听员工的心声，主动对员工进行关怀，关注员工满意度的同时，也要了解员工的需求，了解员工重视的到底是什么？当然企业不可能满足所有员工的一切需求，但是却可能在其力所能及和合理的范围内，制定有效的员工满意度提升计划，从激励、鼓励和关怀员工的角度出发，满足员工需求，打造员工满意度。

其次，满意的客户，才能成就企业的未来。客户满意度对于企业的重要性，不言而喻，在这里，我想重点提及的，是如何提高有效的提升客户满意度。现在，各大汽车品牌的 CRM 客户管理课程已经进入了一个重要阶段，目的就在于重视忠诚客户的培养，而满意度提升，是获得忠诚客户的必经阶段。满意度的提升并非一日之功，也不再是一句口号，而是落实到行动、落实到细节，一个潜移默化的过程。在这里，我想到了一个例子：我们都知道，现在当您走进多数销售店展厅，销售顾问都会主动递上一杯饮品让客户享用，但是，当您走进高端品牌的销售店，您会发现，销售顾问往往会主动询问您需要什么样的饮品，并提供多个品种让您挑选。只是一个主动询问客户需求的细节，只是一个“主动”的服务意识，会给客户带来良好的第一印象，让客户保持愉悦的心情进入销售环节，为我们的成功销售增加了一个砝码。由此，我们可以看出，满意度的提升，其实就是要多关注客户需求，站在客户的角度为客户着想，从细节出发，就能逐步实现。

同样以销售店为到店客户提供饮品为例，我想说的是，致力于打造客户满意度的过程中，坚持不懈和主动创新尤为重要。首先，我们为客户提供的每一项曾经打动客户的服务，当频率达到一定程度，就会变成一种常态，变成一种销售许诺给客户的服务，而不再起到打动客户的目的。试想，当客户第二次走进我们的展厅，但由于销售顾问的忙碌等原因，没有人为客户提供品种丰富的饮品，客户固然觉得受到冷落，他会何等失望。所以，每一项致力于提升客户满意度的服务或细节，必须坚持不懈，否则将成为伤害客户满意度的软肋。其次，当我们不断的提升服务质量，旨在打造客户满意度的同时，客户的期望值也在不断提升。很多好的服务亮点，很多曾经感动了客户的细节，一夜之间就在经销商之间相互借鉴和复制，导致的结果就是带给客户的惊喜越来越少，不能超出客户期望值，因此，客户满意度的提升已经开始进入一个主动创新的阶段。对于已推出的服务，必须坚持不懈的实施，对于即将推出的服务及亮点，必须主动创新，两者相辅相成，才是满意度提升过程中的关键所在。

如今，满意度的概念不仅存在于我们的工作中，更存在于我们的生活中，延伸到我们为人为处事的每一个角落。或许曾经忙碌的我们却忽略了自我提升和改善的价值，但现在，我们不妨在闲暇之时想一想，作为新入职的运通人，如何做一名让客户满意的员工，让同事满意的合作伙伴，因为这其实并不难。于人，学会相互尊重、相互体谅，站在他人的角度思考问题；干事，认真负责，积极主动，当然绝不止于此，这需要我们不停的学习、积累和修炼。当我们开始意识到自身满意度提升的重要性时，从工作到生活，坚持不懈的跟随着满意度提升的步伐，定会让你感受到其中的乐趣所在。终究您会发现，学会让满意度无孔不入的那一刻，我们便步入了越来越美好的人生之旅！

西部地区运通博悦 赵召



东南地区宁波波晟 周毅宏

对“沟通”的认识和浅谈

沟通，是人与人之间交流、交往所不可缺少的课题。在生活中和自己的家人、朋友等接触到的人需要有一个良好的沟通，这样才能让自己在生活中感受到亲情和友情，让自己对生话充满归属感和幸福感；在工作中和自己的领导、下级以及其他部门的人员也更需要畅通的沟通。好的沟通会消除工作中的障碍，做到思想和目标的一致，达成企业和自己的目标，让公司和同事们体会到集体荣誉感和个人成就感、让自己在企业给的平台上不断成长，让自己的职业生涯多姿多彩。

那么怎样做到良好的沟通呢？记者在去年刚到运通的时候，集团领导给我们西区的管理层进行了一次关于“职业经理人”培训，其中就提到了“沟通”的课题，对“沟通”的意义进行了详细的阐述，让大家受益匪浅，我们也应该在自己这个层面对“沟通”做一个更深入的理解和认识。

沟通的行为构成：听 45%、说 30%、读 16%、写 9% 其中最重要的是“沟通应该从心开始”不管我们用听、说、读、写哪种方式，如果在心里愿意和对方沟通，通过正确的方法和合适的时间，肯定会和对方有一个良好的沟通，通过正确的方法会得到一个好的结果。那么在实际工作过程中，如何使用这几种沟通的行为方式呢？下面，就简单举例阐述一下。

对于“听、说”的沟通行为方式，我们可用的具体方式可以是会议的方式，具体涉及到的内容应该是正确的、客观的事情为主。比如：我们日常工作中的晨会、夕会、周营销例会、月总结例会等等，当然，这些会议中的重点内容有很大的区别，晨会和夕会的区别在于：开展会的目的主要是鼓舞大家士

气，让大家有一个良好的工作态度和积极性。内容可以涵盖检查工作安排及目标、库存计划等时效内容，而这些内容要么是对团队成员有提醒的帮助，要么就是激励人员工作激情，总的来说是给你一种积极态度而不是批评和教育；夕会内容解释当天的工作总结，成功案例的分享和问题的改善等。如果把批评的行为放到晨会来说，会影响所有人当天的心情，继而影响到出来批评，也只能是对事不对人的评价，切不可当着全体人员而会弄巧成拙，可能会引起被批评对象的不满和抵抗情绪，进而影响整个团队的凝聚力，最后更会影响整个高绩效的产生。这就是为什么说：“一个领导在团队中最重要的工作之一就是积极有效地沟通”。

周营销例会和月度总结会也是沟通的方式，我们会把当周的检核，除了销量、附加业务和满意度硬性指标类的内容，支周接待量、跟进回访、试乘试驾、留客率、转化率以及个人成功计划和短期改进项目的进程等等也都是我们关注的重点，都是在周、月度例会时进行总结和制定持续改进计划，以满足我们发展的持续性。

“召开会议”在沟通中扮演着全局和政策性传播的大方向

进入运通集团已经半年时间，虽然销售店暂未进入正式运营阶段，但作为一名管理者，我同时也拥有了一段宝贵的时光。在这段时间里，我认真的对过去以往八年汽车行业从业经验不断总结、思考，希望能够在以后的工作中扬长避短，为的是能够以最充分的准备、最饱满的工作热情，投入到新的工作中去。正可谓，职场如战场，每一场都是直播，没有机会让我们重来。多总结、多反思、多改善，我们才能从思想到行为少走弯路，少犯错误。在这里，我想分享的是从业以来一直贯穿于我工作和生活中一个重要的词语——满意度。点点滴滴的积累，诠释着这个简单的词语，无孔不入的触动着我的心灵，也潜移默化的改变着我对于工作和生活的看法。

随着社会的进步，人们的需求已经不仅仅停留于物质上，精神层面的需求越来越强烈。于是，汽车销售行业从过去单纯的车型销售到现在以打造高质量服务为核心；从过去的销售带动服务到现在的服务带动销售。太多的事实证明，只有致力于提高服务质量，才是一个汽车企业得以持续发展的关键。我们掌控了一个车型的研发，但我们却可以改变它在公众心目中的形象和地位。于是乎，越来越多的汽车品牌开始注重品牌效应，也将“满意度”的概念放到了关键地位，而它也延伸到了我们工作的每一个领域。那么，我是如何理解满意度？如何才能提高满意度的呢？对于满意度的描述，我认为应当是相对每个人的期望值而言。任何超出期望值的行为，都必然能获得较高的满意度和认可。并且，满意度应当来源于需求，建立在需求之上。对企业而言，满意度包含两个重要的方面，对内是员工满意度；对外是客户满意度，这两者是相互关联的要素所在。

首先，满意的员工，才能铸就满意的客户。现在越来越多的企业关注并且重视员工满意度，满意度高的员工，工作的积极性和贡献度就高。但满意度始终只是一个感性的认知，所以人力资源部也开始运用科学的方法对这个感性的认知进行量化，目的是了解员工的满意程度。如何量化满意度已经不是难题，难的是如何进行有效的提升和改善。我想，这并不是一门科学，满意度建立在员工的感性需求上，多聆听员工的心声，主动对员工进行关怀，关注员工满意度的同时，也要了解员工的需求，了解员工重视的到底是什么？当然企业不可能满足所有员工的一切需求，但是却可能在其力所能及和合理的范围内，制定有效的员工满意度提升计划，从激励、鼓励和关怀员工的角度出发，满足员工需求，打造员工满意度。

其次，满意的客户，才能成就企业的未来。客户满意度对于企业的重要性，不言而喻，在这里，我想重点提及的，是如何提高有效的提升客户满意度。现在，各大汽车品牌的 CRM 客户管理课程已经进入了一个重要阶段，目的就在于重视忠诚客户的培养，而满意度提升，是获得忠诚客户的必经阶段。满意度的提升并非一日之功，也不再是一句口号，而是落实到行动、落实到细节，一个潜移默化的过程。在这里，我想到了一个例子：我们都知道，现在当您走进多数销售店展厅，销售顾问都会主动递上一杯饮品让客户享用，但是，当您走进高端品牌的销售店，您会发现，销售顾问往往会主动询问您需要什么样的饮品，并提供多个品种让您挑选。只是一个主动询问客户需求的细节，只是一个“主动”的服务意识，会给客户带来良好的第一印象，让客户保持愉悦的心情进入销售环节，为我们的成功销售增加了一个砝码。由此，我们可以看出，满意度的提升，其实就是要多关注客户需求，站在客户的角度为客户着想，从细节出发，就能逐步实现。

同样以销售店为到店客户提供饮品为例，我想说的是，致力于打造客户满意度的过程中，坚持不懈和主动创新尤为重要。首先，我们为客户提供的每一项曾经打动客户的服务，当频率达到一定程度，就会变成一种常态，变成一种销售许诺给客户的服务，而不再起到打动客户的目的。试想，当客户第二次走进我们的展厅，但由于销售顾问的忙碌等原因，没有人为客户提供品种丰富的饮品，客户固然觉得受到冷落，他会何等失望。所以，每一项致力于提升客户满意度的服务或细节，必须坚持不懈，否则将成为伤害客户满意度的软肋。其次，当我们不断的提升服务质量，旨在打造客户满意度的同时，客户的期望值也在不断提升。很多好的服务亮点，很多曾经感动了客户的细节，一夜之间就在经销商之间相互借鉴和复制，导致的结果就是带给客户的惊喜越来越少，不能超出客户期望值，因此，客户满意度的提升已经开始进入一个主动创新的阶段。对于已推出的服务，必须坚持不懈的实施，对于即将推出的服务及亮点，必须主动创新，两者相辅相成，才是满意度提升过程中的关键所在。

如今，满意度的概念不仅存在于我们的工作中，更存在于我们的生活中，延伸到我们为人为处事的每一个角落。或许曾经忙碌的我们却忽略了自我提升和改善的价值，但现在，我们不妨在闲暇之时想一想，作为新入职的运通人，如何做一名让客户满意的员工，让同事满意的合作伙伴，因为这其实并不难。于人，学会相互尊重、相互体谅，站在他人的角度思考问题；干事，认真负责，积极主动，当然绝不止于此，这需要我们不停的学习、积累和修炼。当我们开始意识到自身满意度提升的重要性时，从工作到生活，坚持不懈的跟随着满意度提升的步伐，定会让你感受到其中的乐趣所在。终究您会发现，学会让满意度无孔不入的那一刻，我们便步入了越来越美好的人生之旅！

西部地区运通博悦 赵召



让满意度“无孔不入”

进入运通集团已经半年时间，虽然销售店暂未进入正式运营阶段，但作为一名管理者，我同时也拥有了一段宝贵的时光。在这段时间里，我认真的对过去以往八年汽车行业从业经验不断总结、思考，希望能够在以后的工作中扬长避短，为的是能够以最充分的准备、最饱满的工作热情，投入到新的工作中去。正可谓，职场如战场，每一场都是直播，没有机会让我们重来。多总结、多反思、多改善，我们才能从思想到行为少走弯路，少犯错误。在这里，我想分享的是从业以来一直贯穿于我工作和生活中一个重要的词语——满意度。点点滴滴的积累，诠释着这个简单的词语，无孔不入的触动着我的心灵，也潜移默化的改变着我对于工作和生活的看法。

随着社会的进步，人们的需求已经不仅仅停留于物质上，精神层面的需求越来越强烈。于是，汽车销售行业从过去单纯的车型销售到现在以打造高质量服务为核心；从过去的销售带动服务到现在的服务带动销售。太多的事实证明，只有致力于提高服务质量，才是一个汽车企业得以持续发展的关键。我们掌控了一个车型的研发，但我们却可以改变它在公众心目中的形象和地位。于是乎，越来越多的汽车品牌开始注重品牌效应，也将“满意度”的概念放到了关键地位，而它也延伸到了我们工作的每一个领域。那么，我是如何理解满意度？如何才能提高满意度的呢？对于满意度的描述，我认为应当是相对每个人的期望值而言。任何超出期望值的行为，都必然能获得较高的满意度和认可。并且，满意度应当来源于需求，建立在需求之上。对企业而言，满意度包含两个重要的方面，对内是员工满意度；对外是客户满意度，这两者是相互关联的要素所在。

首先，满意的员工，才能铸就满意的客户。现在越来越多的企业关注并且重视员工满意度，满意度高的员工，工作的积极性和贡献度就高。但满意度始终只是一个感性的认知，所以人力资源部也开始运用科学的方法对这个感性的认知进行量化，目的是了解员工的满意程度。如何量化满意度已经不是难题，难的是如何进行有效的提升和改善。我想，这并不是一门科学，满意度建立在员工的感性需求上，多聆听员工的心声，主动对员工进行关怀，关注员工满意度的同时，也要了解员工的需求，了解员工重视的到底是什么？当然企业不可能满足所有员工的一切需求，但是却可能在其力所能及和合理的范围内，制定有效的员工满意度提升计划，从激励、鼓励和关怀员工的角度出发，满足员工需求，打造员工满意度。

其次，满意的客户，才能成就企业的未来。客户满意度对于企业的重要性，不言而喻，在这里，我想重点提及的，是如何提高有效的提升客户满意度。现在，各大汽车品牌的 CRM 客户管理课程已经进入了一个重要阶段，目的就在于重视忠诚客户的培养，而满意度提升，是获得忠诚客户的必经阶段。满意度的提升并非一日之功，也不再是一句口号，而是落实到行动、落实到细节，一个潜移默化的过程。在这里，我想到了一个例子：我们都知道，现在当您走进多数销售店展厅，销售顾问都会主动递上一杯饮品让客户享用，但是，当您走进高端品牌的销售店，您会发现，销售顾问往往会主动询问您需要什么样的饮品，并提供多个品种让您挑选。只是一个主动询问客户需求的细节，只是一个“主动”的服务意识，会给客户带来良好的第一印象，让客户保持愉悦的心情进入销售环节，为我们的成功销售增加了一个砝码。由此，我们可以看出，满意度的提升，其实就是要多关注客户需求，站在客户的角度为客户着想，从细节出发，就能逐步实现。

同样以销售店为到店客户提供饮品为例，我想说的是，致力于打造客户满意度的过程中，坚持不懈和主动创新尤为重要。首先，我们为客户提供的每一项曾经打动客户的服务，当频率达到一定程度，就会变成一种常态，变成一种销售许诺给客户的服务，而不再起到打动客户的目的。试想，当客户第二次走进我们的展厅，但由于销售顾问的忙碌等原因，没有人为客户提供品种丰富的饮品，客户固然觉得受到冷落，他会何等失望。所以，每一项致力于提升客户满意度的服务或细节，必须坚持不懈，否则将成为伤害客户满意度的软肋。其次，当我们不断的提升服务质量，旨在打造客户满意度的同时，客户的期望值也在不断提升。很多好的服务亮点，很多曾经感动了客户的细节，一夜之间就在经销商之间相互借鉴和复制，导致的结果就是带给客户的惊喜越来越少，不能超出客户期望值，因此，客户满意度的提升已经开始进入一个主动创新的阶段。对于已推出的服务，必须坚持不懈的实施，对于即将推出的服务及亮点，必须主动创新，两者相辅相成，才是满意度提升过程中的关键所在。

如今，满意度的概念不仅存在于我们的工作中，更存在于我们的生活中，延伸到我们为人为处事的每一个角落。或许曾经忙碌的我们却忽略了自我提升和改善的价值，但现在，我们不妨在闲暇之时想一想，作为新入职的运通人，如何做一名让客户满意的员工，让同事满意的合作伙伴，因为这其实并不难。于人，学会相互尊重、相互体谅，站在他人的角度思考问题；干事，认真负责，积极主动，当然绝不止于此，这需要我们不停的学习、积累和修炼。当我们开始意识到自身满意度提升的重要性时，从工作到生活，坚持不懈的跟随着满意度提升的步伐，定会让你感受到其中的乐趣所在。终究您会发现，学会让满意度无孔不入的那一刻，我们便步入了越来越美好的人生之旅！

西部地区运通博悦 赵召



角色。在实际的工作中，可以使用很多其他形式的沟通方式和上下级及跨部门来沟通，关系到个人的事项尽可能去一对一的进行沟通，多站在对方的角度考虑问题，用自己的言行来影响对方，而不是强迫给对方，让人自愿去做某些事，这样得到的工作目标会更为坚实和稳固。对做错事的员工，也需要一对一的进行交流，挖出产生问题的真正原因和背景，聆听他们的烦恼，帮助其克服困难以一起达成改进的目标，而不是一味的批评，我想这样的结果肯定是皆大欢喜的同时还提升了员工满意度，达到了我们想要的目标。

“企业管理过去是沟通，现在是沟通，未来还是沟通。”如果一个团队没有有效的沟通，这个团队就不能成为一个高绩效的团队，会是一盘散沙，即使有业绩也是暂时的，随着时间的推移，问题就会一点点显露出来。所以，我们每个团队的成员都应该重视沟通的重要性，形成统一的思想目标，克服沟通中的种种障碍，来达成我们团队的整体目标和实现个人的价值，让我们为了这个目标一起努力。



西部地区运通博恩 陈志永

西部地区运通博悦 赵召

一路前行 无怨无悔

TOP

“我用了18年的时间才能坐到这里和你喝咖啡！”

这是我最近刚为运通奥迪员工创作的小册子《奥迪24条箴言》中的一句话。之所以要做这样一个卡片，就是想把我在工作、生活、家庭、事业中的一些个人感悟与大家分享，希望可以帮助现在的年轻人放下一些困惑，少走一些弯路，脚踏实地的去完成自己的梦想。这既是我对奥迪员工们的鼓励，更是我自运通工作至今这段岁月的一个情景再现。

运通&发展

说起运通集团，它始创于二十世纪80年代，经过董事长多年的发展积累，于2000年6月23日，成立了国内首批黑龙江省首家奥迪特许经营商，也是运通集团第一家汽车4S店--哈尔滨运通汽车销售服务有限公司。由此起步，12年来运通集团一直致力于汽车行业的发展，从单一的奥迪品牌店到黑龙江省6家4S店，再到全国40多家4S店，现已形成集团化、跨地域经营、品牌化管理的全新模式，并已逐渐发展为全国颇具影响力的汽车运营集团。在刚刚公布的《2011年度中国汽车经销商集团百强排行榜》中，运通集团名列第24位。

时光飞逝，运通奥迪如今已经走过了12个春秋，12年来运通奥迪不断成长，从建店到现在累计销售奥迪车突破18000辆，年维修奥迪车辆近3万台次，占黑龙江市场份额的70%。2009年运通在全国奥迪品牌4S店综合排名中位列67位，2010年位列35位，而2011年运通奥迪通过不懈的努力又让这一排名前进到了第13位。凭借骄人的销售业绩和不懈可击的服务维修品质，我们赢得了厂家多次大奖。多次获得最佳客户满意度奖，特殊贡献奖、2011年更是获得奥迪双杯竞赛中国区总决赛技术杯第二名，成为黑龙江地区综合美誉度最高、集团规模最大、客户保有量最多的奥迪4S店。

经历&生活

学习国贸专业的我，1997年大学毕业后，便到南方开始从事国际贸易行业，并先后在台资、日资、美资企业任职，从课长到经理再到协理。一次机缘巧合我认识了运通集团的董事长，在了解我的从业经历后，董事长向我发出邀请，希望我能加入到运通集团。考虑到汽车4S店是一个绝对的朝阳产业，2001年我正式加入运通集团。

现在回想起来，我和运通的结识就是始于缘分，从刚进入运通到一步一步的走到今天，基本上人生最美好的十几年都献给了运通。也就是在这个时期，我也经历了人生三部曲“恋爱、结婚、生子”。所以说，我不仅见证了运通一步步的发展和壮大，运通也见证了我的青春岁月和美好记忆。

员工&客户

经营之神松下幸之助曾经说过，“企业即人”，由此可见，人是企业发展中一个至关重要的因子，因此培养员工的个人能力和团队整体建设方面十分重要。我鼓励员工要有“个人品牌”开发的意识，要通过企业的平台检索并完善自己的人格、品格，要懂得什么是真正意义上的团队，如何正确理解工作压力。说到企业，就不能不谈到企业文化，它其实就是决策人、领导人的文化。领导重视什么，员工一定会跟随。所以说，好的企业文化应该是具有宗教般的气质和内涵。以前，人们总是认为企业文化是企业的规章制度，其实不然。我觉得企业文化更应该是一种企业约定俗成的，非条条框框写出来的，每一个新进员工进入这个企业就能鲜明感受到的，并激发自我热情从而自觉遵守的传承模式，这才是真正的企业文化。关于企业是人治还是法治，我提倡企业不能只有一个声音，应该能更多的听到员工们经过思考发出的声音。先民主后集中，是我一直倡导的。而正如《奥迪24条》最后一条所讲，“我用了18年的时间才坐到这里和你喝咖啡”，其实也最终道出了坚持的力量。这对于现阶段年轻人的好高骛远、急功近利也提出了新的思考。

虽然身处总经理职位，但我却始终和每一个员工强调，我是运通奥迪最大的服务员，既为员工服务，也为客户服务。在很多服务性行业，人们经常听到这样一句话——顾客就是上帝，对于这句话我却并不完全赞同。上帝是一个模糊的概念，由于受限于种族宗教或是虔诚信仰，真正理解其深刻内涵的人并不多。而在运通奥迪，我们将客户视为爱人。服务客户如同对待恋人一样，倾尽自己的耐心、呵护和热情。除了销售我们的产品和售后服务，我们还倾向于同客户心灵沟通，将我们的社会责任感传递给客户。如同不久前我们举办的碳汇林活动，带客户植树并不是作秀，而是表达着作为一名公民对环境保护的一种责任。

高端品牌之所以难做，原因并不在于厂家的标准有多么严苛，而真正的核心其实是“自我驱动力”和“信托”责任。西方社会和企业中，信托责任这个词由来已久，而在国内真正理解并践行的人并不多。一个卓越的企业管理者，也必然是具有高度信托感的职业经理人。于我而言，忐忑不安的心态才是工作的常态，即总是对于如何能更加完美心存期待并努力改善。

记得一位哲人曾经说过“你不可能在一秒前与一秒后踏进同一条河里。过去的已经过去，未来的正在到来。生活每天都是全新的挑战，对此我已做好了准备。那么，运通同仁们，你呢？



东北地区运通奥迪 徐克勤

打造高效专业团队的意义

一条小鱼，也许只能打败虾米，但一群小鱼，却可以拥有鲨鱼一样的力量。团队已是时代主题，现在已经进入一个团队为王的时代。请先忘记来自外界的竞争吧！因为你最大的敌人就是企业内部人与人之间不良的交往方式。团队内部关系的融洽往往比改善生产工具更具生产力，和谐团队是高效率的保证。一滴水，阳光下很容易干涸，但是正是因为有亿万滴水存在，世界上才有了澎湃的大海，这就是团队的力量。

对于运通博思而言，在2012年受市场条件及政策限制的影响下，如何在北京汽车市场销量处于平稳状态的情况下通过售后服务充实基盘维修客户数量，提升品牌店的整体经营指标成为我们面前的重要课题。由于机修备件价格与工时费用价格透明且统一，决定了售后市场的竞争不能简单依靠机修服务单纯一种方式，保险理赔事故车维修的增加进厂台次、扩大维修收入、提高备件周转速度、树立客户忠诚度，保证一汽-大众备件指标完成等作用将日益凸显。

现阶段我们将续保和理赔工作作为一个销售和服务的综合体，即续保为销售、理赔为服务。续保工作是根据客户需求 and 本身专业经验提供与客户匹配的保险产品，理赔工作则根据客户的保险产品提供给客户与之对应的售后服务。让我们的客户自始至终感受到我们的定制服务，享受我们服务所带来的便利，从而建立品牌归属感，树立客户忠诚度。

通过我们高效专业的团队成员实现高品质的服务，让每一位员工能够把自己的工作与企业的整体利益紧密联系在一起，提供给客户尽善尽美的服务，即使是制度不够完善、职责分工不够明确造成的某些局部欠缺，我们也能主动补位而不是推诿，这样才能让客户感受到这是一个高效的服务团队，可以提供给客户超出期望的服务，让客户体验到企业对他们的关爱，进而影响他们自身以及他们身边的潜在客户，使企业的品质与市场地位得到有效提升，这才是我们构建高效率团队的最终意义！

北京辖区运通博思 唐杰

夏季多发暴雨，恶劣天气让许多车主措手不及，不到一个小时，多处低洼地带积水严重，许多车辆成了潜水艇，暴雨引发的一连串“后遗症”难以得到很好的解决，其中保险赔偿就是一个问题。

一般私家车涉水后，凡是只投保了车损险的车主，只能获得车辆被水淹的清洗晾晒费、油液、机滤、空滤、电子元器件、线束更换费用和施救费。但若想获得由于车辆涉水行驶或水淹情况导致发动机的损失，就必须投保涉水险。那么何为涉水险呢？涉水险即涉水行驶损险或发动机特别损失险。各保险公司叫法不一样，但本质是一致的。这是一种新衍生的险种，均指车主为发动机购买的附加险，保险车辆在积水路面涉水行驶或被水淹后致使发动机损坏可给予赔偿。一般说来，涉水险的保费，根据不同的保险公司，价格也由新车购置价的0.1%到0.2%不等。以较小的代价,换取了在雨天行车的安全。可为什么我们对这个险种会觉得陌生呢？原因在于很多保险公司认为这是一个“高风险,低回报”的险种:收的保费不高,赔起来却不便宜。“随便哪辆车发动机进水,少则几千,多则数十万。而且这类索赔总在短时间内集体爆发,风险太大。”一位保险公司负责人坦承。因此，在车主选择保险套餐时，保险公司不会主动提出来，同时，也很少有车主知道有涉水险这一说。

另外，许多车主在投保的时候买的是“全险”，以为也包括了涉水险。其实并没有“全险”这个险种，“全险”只是代理人的简单提法。对新车来说，“全险”一般包含：交强险、车辆损失险、第三者责任险、全车盗抢险等。所以加保“涉水险”也使各位朋友对自己的爱车更多了一份保护！

运营管理（衍生业务）部 李现国

忆——北京运通，我的十年

2002年6月1日，刚满20岁的我提着父母精心准备的“大包小包”，从哈运通调到了千里之外的北京运通。从没出过家门，面对陌生的城市、陌生的生活，即兴奋又忐忑。总想着出去闯一闯，走出一条自己的路，成为父母的骄傲，却不知道以后迎接我的将会是什么。不管怎么样，我初生牛犊不怕虎，北京运通我来了！

刚到北京我就认识了他——性格开朗、做事果断的侯军阔。那时的我还不知道，正是他，成为了这十年中对我影响最深、帮助最大的人，我们都称呼他为“侯哥”。进了亦庄才发现，这里人烟稀少，生活设施不健全，想买个生活用品都要坐20多分钟的公交车去旧宫镇，甚至就这20分钟的公交车也是无牌照的“小公共”。车间维修量极少，每月不足百台，拿的工资也仅能维持基本生活，没过多久“非典”来袭，又让父母过上了为我提心吊胆的日子。有几次，我真想打包走人了，觉得这条路自己选错了，可每当这时，都是侯哥站出来对我说“要把眼光放远”。

后来，公司业绩不断提高，在业内也拥有了一定的知名度，我们手里逐渐也都有了一点小积蓄，面对牛得不行的股市，每个人都想小赚一笔，我也不例外。又是侯哥，非拽着我们一起去买房，还说什么“要在北京扎根，就得买房”。如果我买了房子，每月都要还贷款，增加了生活压力不说，还不知道能不能升值，如果放到股市里可是稳赚的呀！可谁想到，侯哥居然给我老爸打电话，他们形成统一战线一起让我买房，没办法，一面是生我养我的老爸，一面是教我、帮我的大哥，一咬牙，买！拿出全部积蓄又贷了款，才买了这个仅60平时价30多万的小一居！

如今，在我来北京运通整十年的日子，回顾变化，翻天覆地！

十年，我的小一居价格直线攀升，由原来的50几万涨到现在的100多万！股市全线崩溃再没翻身！

十年，我们的好大哥、好领导，既像慈父般照顾我们的每一个生活细节，又像严师一样帮助我们不断提高维修技能。

十年，车间经过不断改造、扩建、更新设备，从月维修台次不足100台，一跃到月维修台次1300台。我们的工资也从固定的几百元，变成多劳多得的绩效制！

十年，我们不断的在得与失中徘徊，不断在点滴中成长！

在这个值得纪念的日子里，写点心得希望能与各位同事、朋友们分享。



华北地区生产部 杜闻

品读运通之企业文化

文化作为一种软实力，越来越受到人们的重视。有人说，当今企业要在市场上赢得胜利并科学持续发展下去，企业文化功不可没。这就是说，一个企业要有自己独特的文化，并且这种文化要深入人心，才能转化成企业的内动力，成为每个员工的精神依托，这样的企业才能在竞争激烈的市场中走的更远。作为一个初来公司不足一月的新人，我想把我眼中看到的运通文化表达出来：

每个企业都有专属于自己的文化理念来作为企业人遵循实践的精神方向；在运通，“以人为本，服务至上”的人文理念在每一个员工的脑中根深蒂固；在运通，“以客户为中心、以市场为导向，不断改进完善企业的管理和服务”的经营理念驱动着每一位运通的同仁；最让我敬意的是运通将“员工需求最大化、用户利益最大化、企业效益最大化、社会回报最大化”作为企业的核心价值观，身处一个把员工需求摆在第一位的企业里，怎能不叫人为之欣喜？

运通的企业文化中有一项对客户的承诺“驾驶的乐趣任您享受，用车的烦恼由我们解决”。简单的一句话，诠释了整个企业对待客户的态度。客户是我们的上帝，在工作中只有为客户提供优质的产品和服务，真正做到对客户负责，才能得到大家的满意，留下好的口碑，吸引他们下次再来光顾。

运通作为我走出校门的第一份工作，使我我心里有种强烈的归属感。运通深厚的企业文化更是让我坚定信念，勇往直前。

最后，引用唐朝最负盛名的谏臣魏征在《谏太宗十思疏》中的一句话来表达我对运通企业文化的印象吧！“求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其泉源。”

北京辖区运通博雅 梅芮英

我会更加努力，加油！

我叫李彪，是一名维修技师，2009年来到运通丰田一直在售后服务部工作。日常工作中我不断的充实自己，不断的学习提升自己的技能。2012年4月14日我参加了“2012年一汽丰田服务技能大赛暨第八届一般维修科目比赛”此次比赛分笔试和实操两部分。考试内容包括理论基础、控制系统原理及维修诊断知识，试题范围也非常广泛，包括TEAM21教材、新车型培训教材、修理书、新车解说书、服务快讯所涉及的内容。在了解了以后顿时没有了信心，尽管平时工作很认真，实操经验比较多，但毕竟比赛涉及到的内容更为专业。更何况东北地区 28个经销店 42名参赛选手，而且还有上一届进入到复赛的高手，想要进入前6名真的是很难，但我想无论结果如何我一定要努力！

接到比赛通知，部长就告诉我们，车间要举办一次维修技能大比拼，所有的员工都可以参加，

选拔出两名成绩优异者参加一汽丰田举办的维修技能大赛，面对如此难得的机会，我跃跃欲试。车间主任张英军特别支持我，在精心准备后，终于在理论考试和实操考核过后被幸运的选拔出来代表运通参加一汽丰田维修技能大赛。

在前往长春参加比赛的途中，我也感到压力很大，但想想与众多优秀的人才同台竞技，这不仅仅是一场比赛，同时也是相互学习的机会，抱着学习的态度尽力发挥就好，不留遗憾。能参与本次比赛对于我来说就已经是一个自我快速提升的过程了，在这个过程中所得到的经验对以后的学习、工作和生活都很重要。

不负众望，经过激烈的角逐我顺利进入了复赛。通过参加这次比赛我收获颇丰，既积累了经验教训，也找出了与其他优秀维修技师的差距，使我更加有动力投入比赛，为能进入决赛而奋斗。我会更加努力，加油！

东北地区运通丰田 李彪

凝心·聚力



时光飞逝，转眼来运通奥迪服务部整整两年时间了。回顾这两年，有成就、有遗憾，更多的则是收获。从来到运通奥迪的那天起，我便翻开了我人生中更加充实忙碌的一页。从年初的资金预算、服务部的各项KPI到日常的经营管理；从人员的招聘、团队的建设到团队的凝聚；从一次次标检、飞检、“奥迪特”检查到一年一度的服务各项竞赛。总经理徐总说：“细节决定成败！每一项工作都不能有一丝的怠慢。”一直以来，服务部都谨慎的处理日常工作中每一个细小环节。严谨、认真的态度，辛勤的汗水换来了一次次优秀的成绩。一等逐利的服务满意度成绩、飞检成绩，顺利通过一年四次标准检查。2011年服务团队获得“索赔之星”优胜奖、“原装备件知识”三等奖，又在全国服务最受瞩目的双杯竞赛中一路杀进决赛。经过一个多月的磨合、实践、学习，在2011年

11月厦门总决赛中，经历了一轮轮的比拼，我们的技术团队脱颖而出，获得双杯竞赛中技术杯二等奖。这些荣誉是我们哈运通奥迪服务团队十余年的积累、凝聚，是团队力量的表现。

今天，我有幸被评为全国优秀服务总监，这不但得益于公司各位同事的支持与默契合作，更得益于公司优良的团队氛围和集体上下一致，积极认真的工作态度。而正是由于有这么融洽与和谐的环境，让我能在工作投入最高的热忱，从而实现自身更大的价值，所以这份沉甸甸的荣誉不光属于我个人，而是属于我们公司服务部的每一个成员的。在这里我衷心感谢我的团队，让我们共铸辉煌！

东北地区运通奥迪 房金铨

那些在英菲的日子

当351匹马力的发动机从你身边飞驰而过的瞬间，当路上着华专机从你身旁起飞的刹那，我被深深吸引了，这就是英菲尼迪汽车的魅力。正是因为这无与伦比的吸引力，我来到了北京运通，来到了英菲尼迪，成为了这个大家庭中的一员。

时光飞逝，来北京运通快一年的时间了，日子过得紧张而又充实，而最让我记忆犹新的便是两年一届的北京国际车展。十天的时间，第三次参加车展的我依然感到紧张和兴奋，因为这次我站到了英菲尼迪的展台，虽然现在这个品牌的影响力还不及众多大品牌，但我相信以其独有的魅力在不久的将来很快能在一级豪华车里站稳脚跟。在展台上看似光鲜的我们其实也是很辛苦的，每天面对数以万计的脸庞、闪烁而硕大的聚光灯、按下了循环播放键的宣传音响，使我们不得不打起12分的精神来应对。“哎！这不是小同么”一个熟悉的声音从耳边传来，我一看正是前几天买过车的客户带着他的朋友来看车展，当从他口中说出我们的产品各方面是如何满意的时候，那种感觉非常美妙，一种自豪感油然而生。寒暄过后，他的朋友最终也选择了我们的一款产品，满意而归。在车展进行到倒数第三天的时候，展会的人数已经达到了十几万或更多的人，有些场馆甚至已经做出了限流的措施，这时在我们展台上一位带着孩子并神态焦急的女士引起了我的注意，原来她的孩子因为人多及会场的空气不流通有中暑症状，我急忙迎上前去把母子二人送到休息室并让孩子喝水休息，十多分钟后，孩子表情缓和了很多，我也欣慰的走开了。在这十天的经历中，总会遇到很多突发情况，而能尽我一份力量的，一定要伸出援手。

现在，回到展厅工作岗位上的我们，更要为每一位客户尽心尽责，为我们的未来及英菲的未来努力！

北京辖区运通博世 闫天竺

蝴蝶花·祝

锦江有城名为都

风流西进

江山激扬处

运者大为聚巴蜀

通则天下在川途

三十兼善千百度

君亦登高

望穿天涯路

金樽在手高歌唱

且看壮怀当飞扬

西部地区人力资源部 张书昊

在路上……

谨以此篇，献给正在事业中痛苦的进取、生活中快乐的，挣扎着的80后们……

我行走 在路上

我一个人行走 在路上

我肩负重任一个人行走 在路上

很多时候，你会问我，为什么要不断的行走？就像那没有脚的小鸟，永远在天际飞翔，却不得落脚……转身，看来时的路，我知道答案就在风景中。

那擦肩而过的人、欣喜或者懊恼的事、抓住的或者错过的机遇、安睡或者不眠的夜晚，是经历、是回忆、是感触……有的渐渐模糊，有的却愈见清晰。也许并不知道它们有多重要，但感谢溢于言表，即使更多的时候只是一味的向前，只因我心中明了路永无尽头，行走永无休止。

我问你，为何只有我孤独一人在这路上行走？你说我不是一个人，还有你的陪伴，虽然知道那不过是脑袋里的另一个自己，但也欣喜。成功的喜悦有你分享，失利的苦闷有你分担，我们相互安慰、相互鼓励，迈过一个又一个坑洼的险地，迎来一个又一个阳光明媚的清晨。是你告诉我，要朝着太阳走，路途注定艰辛曲折，但也明亮、温暖、有希望！

肩上的行囊有点沉重，是出发时装进去的五彩斑斓的梦想，还是这一路无奈的现实景象？是出发时塞下的轻狂，还是这一路的伪装？是出发时安放的儿女情长，还是这一路冷漠的凝望？问自己，执着才会有结果。

穿过现实的景象，心中的梦想就在路的尽头；看破世俗的伪装，它掩盖不住骨子里的轻狂；融化冷漠的凝望，共叙曾经的儿女情长。

在路上，向前奔走的同时，要歇歇脚回头望望。

在路上，享受孤单的同时，要给自己信心与力量。

在路上，努力拼搏的同时，要记得最初的梦想！

东北地区运通俊奥 李宪



运通集团 席东明



集团人力资源部 高铁铃

我的博达

清晨，
我打开黎明的窗，
晨光折射在我澎湃的心上，
张开稚嫩的翅膀，
我追逐着无边的梦想。
此刻，
我正走在成长的道路上，
有欢笑、有悲伤，
而乘载着我飞扬壮志的，
是你

——我的博达，
我心中的无量光芒。
你似那广袤的海洋，
撑起多少人梦想的风帆，
而我这渺小的水滴，
也在你博大的怀抱里，
看到了自己的缩影，
你似那巍峨的高山，

矗立起多少人向往的峰巅，
而我这粒普通的砂石，
也在你坚实的脊背上，
找到了生命的位置。
你就像那空中高悬的太阳，
照耀着从前的我，
燃烧着今日的我，
让我在你关切的注视下，
谱写生命中最华美、雄壮的乐章。

人总要不断的成长，
而我的成长需要你的帮忙。
就当我一捆被束的稻禾。
请你来舂打我，
让我看清自己的赤裸，
之后经过你细心的筛分，
剥去我无谓的皮壳，
再用困苦来碾磨我，

使我的心灵变得洁净，
最后用你的双手揉搓我，
直至我灵魂的柔韧。
只有这样，
我才能显出那磨砺后的晶莹。
如我生命中不可或缺伴侣，
你的发展是我永远不变的希冀。
当你在入世的星光大道上，
英姿勃发的前行，
我紧随着你的脚步，
心中是道不尽的欣喜。

然而成长的旅途，
难免要经历风雨。
在浮浮沉沉的商海中亦步亦趋，
你也曾有过“欲渡黄河冰塞川，
将登太行雪满山”的艰难，
在充满竞争的多元化趋势下，
你也曾有过“停杯投箸不能食，

拔剑四顾心茫然”的迷惘。
但是这些问题都难不住你，
因为你还有我，
成千上万的“我”会凝聚在你的身旁，
大胆地迎战那些困难，
请相信“长风破浪会有时，
直挂云帆济沧海”的前景，
因为我们就是你无穷的力量。

有人说：
“有什么样的树根就能结出什
么样的果实。”
我愿把这里当作我的土地，
种下希望的种子，
深深地扎根，
抽出早春的新绿，
在收获的季节里，
将丰硕的果实装满我成长的行囊，

将我的枝叶化作春泥，
继续守护着你。
岁月，
在指缝中无声地流去，
你我在光阴的穿梭中，
渐渐融为一体。
那双稚嫩的翅膀，
也终将丰满成凌云的羽翼。
如果我是雄鹰，
你就是那无垠的天空，
给了我翱翔的权利，
而我亦将直冲云霄，
让你因我而变得更富生机；
如果我是一滴露珠，
你就是那晨曦的高阳，
充盈了我火热的身体，
而我亦将化身为烈焰，
尽我所有为你挥洒的淋漓。

我与你如唇齿相依，
我与你必将同舟共济。
虽然我平凡如尘埃沙粒，
但我拥有一颗进取的心，
拼尽所能为你尽心尽力。
静夜，
窗外金风习习，
一丝凉意沁入心脾，
迎上如水的月华，
让我踏着奔向梦想的良驹，
飒沓如流星，
与你
——我的博达，
并肩驰骋在成功的疆域！

北京辖区运通博达 孟卓

华北地区

北京
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
运通嘉捷（捷豹·路虎4S店）
010-85221555

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（建店中...）
运通祥宝（宝马4S店）
建店中...
宁波
运通宝晟（宝马4S店）
建店中...
江苏
运通祥翼（MINI4S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（建店中...）
运通博达（斯柯达4S店）
028-83383333（建店中...）
运通博奥（一汽奥迪4S店）
028-85015555（建店中...）
运通博恩（一汽大众4S店）
028-85023333（建店中...）
西安
运通瑞捷（捷豹·路虎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（进口车服务中心）
0451-82604482
运通俊晟（一汽奥迪4S店）
建店中...
运通宾仕（宾利4S店）
建店中...
大庆
运通俊盈（一汽奥迪4S店）
0459-6290000

