

# 汽车经销商运营与管控

课程对象：区域经理，总经理

主讲老师：马诚骏

课程时间：2天

授课模式：导师讲解、大量案例分析，双向沟通、疑难解答、针对性讲解、参与式研讨。

课程大纲：

## 第一章节：汽车经销商与主机厂商的关系概念解析

- 汽车行业的业务链条分析，上中下三游的关系解析
- 经销商承载汽车品牌的那些因素
- 经销商与主机厂商的关系解析，如何更好的做好运营对接
- 如何转变观念看待对方的情况，更好的加强合作
- 互联网发展的营销模式创新与经销商面临的挑战
- 一线城市的限购政策给我们的机会和挑战

## 第二章节：当下汽车经销商面临的现状

### 1、 经销商管理运营的发展解析

- 微利化时代的精细化管理已经到来，精细化管理给企业带来的优点分享。
- 精细化管理中，流程与制度起着重要的作用。
- 彻底改变人治的管理理念，凡是皆有标准，按章行事，力求统一化、标准化。

### 2、 当下全国各个经销商面临的现状分析

- 基于客户体验满意的服务创新理念
- 基于客户交互关系的客户管理创新理念
- 基于数据化分析的管理模式创新理念
- 基于客户价值链延伸的商业模式创新理念
- 经销商的核心竞争力打造、团队建设与人才管控的转型分析
- 微利化时代的精细化管理的管理理念转变分析
- 经销商的过去，现在，未来三个阶段的经营指标转变分析

### **第三章：经销商的组织构架与岗位职责**

- 经销商的组织构架分析、随着市场变化组织构架的调整
- 经销商各个部门的岗位职责与工作流程分析
- 厂商人员的工作对接部门分析，沟通的基本流程与业务协调
- 经销商的业务拓展能力与盈利模式分析
- 经销商总经理会关注的专职岗位与兼职岗位的运作

### **第四章：经销商的日常管理与控制分析**

#### **1、 汽车经销商的市场管理与控制**

- 市场专业人员的调研与分析报告编写
- 市场与厂家活动的对接差异化分析
- 市场活动流程的执行与管控点分析
- 厂家指导的专业市场分析工具与经销商的自我判断差异化
- 深度市场营销活动的开展与营销策略分析
- 体验营销与车展活动开展的管控要点分析与厂家的费用支持解析

- 厂方支持的市场礼品发放与管理分析
- 厂方的精品政策与金融政策推广政策与经销商的同步控制分析

## **2、 汽车经销商的销售管理与控制**

- 经销商如何正确的解读品牌的商务政策与区域管理控制
- 经销商如何合理的管理库存，处理资金的现金流与负债
- 经销商在标准化销售流程作业与厂商的偏差分析
- 经销商的专业礼仪与现场管理的偏差分析
- 晨夕会的管理与销售数据核对
- 二级网点建设与经纪公司的合作模式分析
- 厂方的销售管控要点分析与客户的满意度推进项目分析
- 经销商 DMS 系统的监管与数据化分析

## **3、 汽车经销商的服务管理**

- 服务顾问的售后流程执行状态与偏差
- 服务顾问经常忽略的厂方要求与标准作业动作分析
- 服务顾问协调各部门之间的接口问题
- 车间经销商的标准化作业规范执行与经销商习惯分析
- 配件的库管与账务提报机制分析
- 经销商的各部门考核机制分析与厂家的要求偏差管控
- 经销商的售后利润管控与工作要点分析

## **4、 汽车经销商的客服管理**

- 客户关系管理对品牌的重要性分析
- CRM 系统的管理与要领分析

- 客户的投诉与抱怨处理流程分析
- 客服部门的监管与管理反馈要点监管
- 客户邀约与预约及厂家老客户政策的对接
- 客户的满意度衡量标准与经销商执行的偏差分析

## **5、 汽车经销商的网电销管理**

- 汽车互联网营销时代的分析
- 网路推手的工作流程与岗位职责分析
- DCC 呼入呼出的流程与岗位职责分析
- 直销员的流程与岗位职责
- 互联网销售平台的搭建与多元化的运作分析
- 厂商的平台与经销商的运营中的差异化分析

## **6、 汽车经销商的日常财务管理**

- 财务资产负债表的分析，了解经销商服务战略。
- 财务损益表分析，控制收入与成本费用支出分析。
- 现金流与盈亏平衡分析，让经理掌握开源与节流的关系。

## **7、 汽车经销商常见的战略规划**

- 品牌包装战略规划与实施分析
- 服务战略规划与实施分析
- 定位战规划与实施分析
- 产品的配置战规划与实施分析
- 价格与促销战规划与实施分析