# 汽车服务失误以及补救范文(共10篇)

来源：网络 作者：沉香触手 更新时间：2024-04-10

*汽车服务失误以及补救范文 第一篇>1、迎接顾客要主动热情服务顾问给顾客的第一印象是十分重要的，它直接关系到顾客是否愿意在此修车，以及业务的扩展。为此要做到以下几点：一是热情友好的接待，如对新顾客应主动自我介绍，递上名片;二是对顾客要一视同仁...*

**汽车服务失误以及补救范文 第一篇**

>1、迎接顾客要主动热情

服务顾问给顾客的第一印象是十分重要的，它直接关系到顾客是否愿意在此修车，以及业务的扩展。为此要做到以下几点：一是热情友好的接待，如对新顾客应主动自我介绍，递上名片;二是对顾客要一视同仁，不管是本地的还是外地的，是老朋友还是新顾客，绝对不要和老朋友聊个没完，而把新顾客晾在一边;三是做到有问必答，服务顾问应熟悉各种车辆，并全面掌握本厂的情况，遇有不清楚的地方，应尽可能通过电脑或电话查询，不要跑来跑去把顾客放一边，这样会使顾客觉得你业务不熟悉和管理混乱;四是业务太忙不得已让顾客等待时，应礼貌地请顾客稍候，并安排人送上饮料，甚至用餐，提供代客同意，先接待新顾客，因为新顾客正是我们要开发的资源。

>2、与顾客交谈要诚心诚意

首先要仔细倾听顾客介绍情况，不要随便打断对方的说话，如果是涉及到投诉或质保期等内容，要认真做好记录，不要轻易下结论。其次向顾客介绍情况时，应尽可能用通俗易懂的语言，避免使用难懂的专业术语。如遇到顾客说：你看着办吧，哪儿坏了修哪儿。服务顾问可不要自以为是，过于随便，而应把每项工作都向车主讲清，如为什么要这样做、有什么好处、要多长时间、多少费用等等，这样既可以避免结算费用时发生不必要的麻烦，也能体现对顾顾客花钱修车买放心。

>3、车辆交接检查要认真仔细

车辆交接时，服务顾问和顾客在检查发动机后应将车子开到举升机平台上，与顾客一道检查底盘上一些容易出问题的部件，如油底壳等，这样会加深顾客对修理厂的信任。向顾客咨询故障现象时要全面，如出现故障时是冷车还是热车、是高速还是低速、是空载还是满载、行驶在公路上还是土路上、车上装了什么附加设备等，什么时候进行过维护、以前修过什么部位、故障是何时出现的、是经常性不还是偶尔出现等。如有必要应同顾客一起试车，试车时切忌猛加油、急刹车、高速倒车与转弯等，这要会令顾客十分心疼车辆，特别是车上的高级音响、车载电修，不要轻易动它。

>4、填写托修单要如实详尽

车辆检查诊断后，应如实详尽地填写托修单，主要包括：一是顾客的姓名、地址、电话、进厂日期、车型、牌照号、底盘号、发动机号、附件数量、行驶路程，以及油量等信息。二是进厂维修的具体项目内容、要求完成日期，以及质保期;三是一些主要说明及服务顾问与顾客。托修单至少是一式两份，一份交顾客保管，一份修理厂留底。但也有许多管理完善的修理厂，托修单有4~5份副联，还有电脑存储。特别是托修单上的措词应严谨，可操作性强，同时要给自己留出充分的回旋余地。

>5、估算维修费用及工期要准确

估算维修费用及工期是一个十分敏感的问题，稍有不慎，就有可能影响顾客源。在维修费用估算时，对于简单或明显的故障，维修费是容易计算的。但对需要作进一步检查的部位，则应把有可能出现问题的部件考虑在内，如实告诉顾客费用不超过多少，并把各项预算写在托修单上，作为日后核算的依据;同时注意在修理过程中如发现了其他损坏部件，对是否可以更换随时征求顾客意见。

在估算维修工期，即预定交车时限时，应考虑周到，并留有余地，如待料、维修技术，或因其他紧迫任务需暂停某些车的修理等因素都要考虑进去。因为时限一经确定，就要尽一切努力来完成，否则，对顾客和修理厂都会带来一些不必要的损失。

>6、竣工检验要仔细彻底

车辆修竣后，对修竣项目的检验是总检验员工作的重要环节，必须认真、仔细彻底地检查，必要时应进行路试。检查项目主要包括：对照托修单，核对所有修竣项目是否达到技术标准，工作是否良好;检查车辆各连接部件是否牢固完好，尤其是有关安全(转向、制动)等部件是否存在隐患;检查车辆其他附件是否在维修过程中损坏或丢失，如有则应及时补齐。总之，只有一切都确认没有问题以后，方能通知顾客来接车。

>7、竣工车辆交接要耐心

顾客验收修竣车辆一般都比较仔细。对此，服务顾问要有充分的耐心，并应主动配合顾客路试验车，随时作些解释和交代注意事项，切忌让顾客单独验收或试车，以免因小失大。特别是对一些难以打交道的顾客(如吝啬、蛮不讲理、多疑等)，一定要克服烦躁心理，耐心地配合顾客进行验收，使他们高兴而来，满意而去，因为这直接关系到顾客是否以后再回头。

>8、遇到维修质量(品质)问题时要虚心

修竣车辆交付使用后，遇到顾客返厂咨询或要求返修索赔损失时，服务顾问要态度诚恳，尤其是对一些计较或蛮不讲理的顾客，应虚心倾听并认真做好记录，尔后根据情况分析判断，找出问题的原因。若属维修方面的原因，应深表歉意，并及时做出相应的处理;若属配件或顾客操作上的原因，应解释清楚，给顾客一个满意的答复。切不可一口否定自己的过错，要么找主任，要么找厂长，这样势必会让修理厂关门大吉。

服务顾问在维修中起到的是穿针引线的作用，就是以顾客为中心，去组织和协调各部门的工作，这样才能真正达到顾客满意。

**汽车服务失误以及补救范文 第二篇**

随着汽车市场的活跃，汽车售后服务站的竞争也越来越激烈，为了提高服务质量争取更多的用户，维修站也在想方设法提等于留住了更多的用户。那么，服务顾问应该怎样作好自己的工作。

1、迎接顾客要主动热情

服务顾问给顾客的第一印象是十分重要的，它直接关系到顾客是否愿意在此修车，以及业务的扩展。为此要做到以下几点：一是热情友好的接待，如对新顾客应主动自我介绍，递上名片；二是对顾客要一视同仁，不管是本地的还是外地的，是老朋友还是新顾客，绝对不要和老朋友聊个没完，而把新顾客晾在一边；三是做到有问必答，服务顾问应熟悉各种车辆，并全面掌握本厂的情况，遇有不清楚的地方，应尽可能通过电脑或电话查询，不要跑来跑去把顾客放一边，这样会使顾客觉得你业务不熟悉和管理混乱；四是业务太忙不得已让顾客等待时，应礼貌地请顾客稍候，并安排人送上饮料，甚至用餐，提供代客同意，先接待新顾客，因为新顾客正是我们要开发的资源。

2、与顾客交谈要诚心诚意

首先要仔细倾听顾客介绍情况，不要随便打断对方的说话，如果是涉及到投诉或质保期等内容，要认真做好记录，不要轻易下结论。其次向顾客介绍情况时，应尽可能用通俗易懂的语言，避免使用难懂的专业术语。如遇到顾客说：\_你看着办吧，哪儿坏了修哪儿。\_服务顾问可不要自以为是，过于随便，而应把每项工作都向车主讲清，如为什么要这样做、有什么好处、要多长时间、多少费用等等，这样既可以避免结算费用时发生不必要的麻烦，也能体现对顾顾客花钱修车买放心。

3、车辆交接检查要认真仔细

车辆交接时，服务顾问和顾客在检查发动机后应将车子开到举升机平台上，与顾客一道检查底盘上一些容易出问题的部件，如油底壳等，这样会加深顾客对修理厂的信任。向顾客咨询故障现象时要全面，如出现故障时是冷车还是热车、是高速还是低速、是空载还是满载、行驶在公路上还是土路上、车上装了什么附加设备等，什么时候进行过维护、以前修过什么部位、故障是何时出现的、是经常性不还是偶尔出现等。如有必要应同顾客一起试车，试车时切忌猛加油、急\_刹车\_、高速倒车与转弯等，这要会令顾客十分心疼车辆，特别是车上的高级音响、车载电修，不要轻易动它。

4、填写托修单要如实详尽

车辆检查诊断后，应如实详尽地填写托修单，主要包括：一是顾客的姓名、地址、电话、进厂日期、车型、牌照号、底盘号、发动机号、附件数量、行驶路程，以及油量等信息；二是进厂维修的具体项目内容、要求完成日期，以及质保期；三是一些主要说明及服务顾问与顾客签名。托修单至少是一式两份，一份交顾客保管，一份修理厂留底。但也有许多管理完善的修理厂，托修单有4~5份副联，还有电脑存储。特别是托修单上的措词应严谨，可操作性强，同时要给自己留出充分的回旋余地。

5、估算维修费用及工期要准确

估算维修费用及工期是一个十分敏感的问题，稍有不慎，就有可能影响顾客源。

在维修费用估算时，对于简单或明显的故障，维修费是容易计算的。但对需要作进一步检查的部位，则应把有可能出现问题的部件考虑在内，如实告诉顾客费用不超过多少，并把各项预算写在托修单上，作为日后核算的依据；同时注意在修理过程中如发现了其他损坏部件，对是否可以更换随时征求顾客意见。

在估算维修工期，即预定交车时限时，应考虑周到，并留有余地，如待料、维修技术，或因其他紧迫任务需暂停某些车的修理等因素都要考虑进去。因为时限一经确定，就要尽一切努力来完成，否则，对顾客和修理厂都会带来一些不必要的损失。

6、竣工检验要仔细彻底

车辆修竣后，对修竣项目的检验是总检验员工作的重要环节，必须认真、仔细彻底地检查，必要时应进行路试。检查项目主要包括：对照托修单，核对所有修竣项目是否达到技术标准，工作是否良好；检查车辆各连接部件是否牢固完好，尤其是有关安全（转向、制动）等部件是否存在隐患；检查车辆其他附件是否在维修过程中损坏或丢失，如有则应及时补齐。总之，只有一切都确认没有问题以后，方能通知顾客来接车。

7、竣工车辆交接要耐心

顾客验收修竣车辆一般都比较仔细。对此，服务顾问要有充分的耐心，并应主动配合顾客路试验车，随时作些解释和交代注意事项，切忌让顾客单独验收或试车，以免因小失大。特别是对一些难以打交道的顾客（如吝啬、蛮不讲理、多疑等），一定要克服烦躁心理，耐心地配合顾客进行验收，使他们高兴而来，满意而去，因为这直接关系到顾客是否以后再回头。

8、遇到维修质量（品质）问题时要虚心

修竣车辆交付使用后，遇到顾客返厂咨询或要求返修索赔损失时，服务顾问要态度诚恳，尤其是对一些计较或蛮不讲理的顾客，应虚心倾听并认真做好记录，尔后根据情况分析判断，找出问题的原因。若属维修方面的原因，应深表歉意，并及时做出相应的处理；若属配件或顾客操作上的原因，应解释清楚，给顾客一个满意的答复。切不可一口否定自己的过错，要么找主任，要么找厂长，这样势必会让修理厂\_关门大吉\_。

服务顾问在维修中起到的是穿针引线的作用，就是以顾客为中心，去组织和协调各部门的工作，这样才能真正达到顾客满意

**汽车服务失误以及补救范文 第三篇**

一、 客户关系的维护

1、确定目标客户、抓住关键人

成功的汽车营销人员会记住用户的生日、用户家庭成员的生日以及他们的住址电话等。应像建立大客户资料一样，对重点单位关键人的各方面资料作统计、研究，分析喜好。

2、真诚待人

真诚才能将业务关系维持长久。同客户交往，一定要树立良好形象，\_以诚待人\_，这是中华民族几千年来的古训。业务的洽谈、制作、售后服务等也都应从客户利益出发，以客户满意为目标调整工作，广泛征求客户意见，考虑其经济利益，处理客户运作中的难点问题，取得客户的信任，从而产生更深层次的合作。

3、业务以质量取胜

没有质量的业务是不能长久的。过硬的质量，是每项工作的前提。这要求充分理解客户需求，以良好的服务质量、业务水平满足客户，实现质量和企业利润的统一。

4、研究客户经营业务的发展动向

勤于钻研客户业务，才能另辟蹊径，找到客户发展和邮政业务的契合点，制造业务。１）研究重要客户、效益业务的年度计划。２）研究潜在客户的项目，寻求可合作内容。

5、加强业务以外的沟通，建立朋友关系

只有同客户建立良好的人际关系，才能博取信任，为业务良性发展奠定坚实的基础。

二、 提供满意的售后服务

1、发出第一封感谢信的时间

第一封感谢信应向客户交车的24小时内发生。这样做的好处是：有可能在客户及新车尚未到家（单位）的时候，其家人（单位的同事）就已经通过这封精美的感谢信知道了。因为这封感谢信的作用，使大家不光知道了客户购车的消息，大家会恭喜他，更重要的是向大家传递了汽车销售公司或者专营店做事规范、令人满意、值得依赖的良好信息。而这个重要

信息，说不定就能影响到在这群人当中的某一个成为你的潜在购车客户，即时地扩大了企业的知名度。这叫\_锦上添花\_。

2、打出第一个电话的时间

在交车后的24小时内小汽车销售公司或专营店的销售经理负责打出第一个电话。电话内容，一是感谢客户选择了我们专营店并购买了汽车；二是询问客户对新车的感受，有无不明白、不会用的地方；三是询问客户对专营店、对销售人员的服务感受；四是了解员工的工作情况和客户对专营店的看法及好的建议，以便及时发现问题加以改进；五是及时处理客户的不满和投诉；六是询问新车上牌情况和是否需要协助。最后将该结果记录到\_调查表\_里，以便跟踪。

3、打出第二个电话的时间

在交车后的7天内由售车的销售人员负责打出第二个电话。内容包括：①询问客户对新车的感受；②新车首次保养的提醒；③新车上牌情况，是否需要帮助；④如实记录客户的投诉并给予及时解决，如解决不了，则及时上报，并给客户反馈。最后将回该结果记录到\_调查表\_里。 4、不要忘了安排面访客户

可以找一个合适的时机，如客户生日、购车周年、工作顺道等去看望客户，了解车辆的使用情况，介绍公司最新的活动以及其他相关的信息。最后将面访结果记录到\_调查表\_里。

5、每两个月安排与客户联系一次

其主要内容包括：保养提醒，客户使用情况的了解，投客户的兴趣听好，选择适当的时机与客户互动，如一起打球、钓鱼等。通过这些活动。增进友谊，变商业客户为真诚的朋友，协助解决客户的疑难问题等。最后将联系结果记录到\_调查表\_里，以便跟踪。

6、不要忽略平常的关怀

专营店经常举办免费保养活动，经常举办汽车文化讲座和相关的活动，新车、新品上市的及时通知，天气冷热等突发事件的短信关怀；遇客户的生日或客户家人的生日及时发出祝贺，客户的爱车周年也不要忘记有创意给予祝贺；遇到好玩的\_短句\_、\_笑话\_有e—mail或手机短信发送一下与客户分享；年终的客户联谊会别忘了邀请客户一起热闹一番，等等。

三、 让保有客户替你介绍新的客户

1、获得客户引荐，关键是你的声誉

要想得到引荐，必须得让别人觉得你值得引荐才行。这样就要和客户发展良好的关系。但这还不能说，在向客户做过一次交易后，就可以有下一次的机会。相反，你得挖掘客户的潜在价值，使你能够在他们的有生之年，一次次地向他们销售成功，也能把他们作为中心影响人物而获得被引荐的机会。

2、获得客户引荐，还有好的方法

要记住，你与客户的每一次联系都是在推广客户的业务。能够驾驭客户的想法是极其重要的，能让客户把你推荐给别人。只花了很少的时间，但却是有利的投资。

**汽车服务失误以及补救范文 第四篇**

时间飞逝，半年的时间一晃而且。在各位领导的细心栽培和提供空间的发展中，让我熟悉了公司和部门的整个操作流程与部门和部门直接的衔接，同时还增强了我个人的交际能力。回望这段时间，发现自己在磨炼中进步，在委屈中成长。在工作模式和工作方式上有了重大的突破和改变。

近几个月的工作中，我通过实践学到了许多汽车销售和销售内勤的相关知识，不断地学习逐步提高了自己的能力。但是作为新人，我深深知道，自己经验还是非常欠缺的，需要不断地学习和磨练。因此，在后半年的时间，我希望通过磨练不断学习和实践，做好个人工作计划，不断增加自己的经验和见识，争取使自己的办事能力提到一个更高的高速，为公司多做贡献。

首先，在这半年工作中，工作遇到实际问题的处理能力有了很大的提高，同时对工程机械车子也有了更深刻全面的了解，而这些通过实践工作所获得的能力，给自己以后的工作积累了宝贵的经验，有利于以后的工作开展。

内勤工作是一项综合协调、综合服务的工作，具有协调左右、联系内外的纽带作用，内勤位轻责重，既要完成事务管理、文书处理、综合情况、填写报表、起草文件等日常程序化的工作，又要完成领导临时交办的工作，还要为领导出谋划策，积极发挥参谋助手作用，协助领导做好各方面的工作。一个合格的内勤必须具有强烈的事业心、高度的责任感和求真务实的工作态度，具有较高的政治素质和业务能力，熟悉业务和内勤工作，具有较宽的知识面和合理的知识结构以及严谨干练的工作作风、任劳任怨的献身精神和淡泊名利的思想境界。

在以后的工作中，我会更加努力，学习更多相关的知识，把工作做到最好!

**汽车服务失误以及补救范文 第五篇**

年终总结转眼间，我来安徽祥德MG 4s店已经小半年。这半年间，从一个都不知道的汽车菜鸟蜕变成熟知汽车性能的业务员。一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到维修和保养方面的难点和问题，我都及时请教有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门同事对我的帮助！也很感谢领导能给我展示自我的平台这半年间，我不仅仅学会了基础的汽车知识，同时也对自己的MG品牌有了更深入的了解，使我深深的爱上了自己所从事的工作。

在我心里只有热爱自己的岗位才能做好本职工作。

短短的半年时间，我明白了做好服务顾问单凭自己的热爱是不够得，要学会如何进行客户谈判、分析客户情况的。这些是我一个刚入职的菜鸟从前所没经历过的，而我们老服务顾问在客户接待的过程他们常常会带着我这个新人，学习接待方面的经验，这点我非常感谢我的同事们。

而我每一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比诚信；如果我没有别人技巧多，那么我和别人比服务。这些一直是我的工作态度。我相信只有这样才能把工作完成的更好。

现存的缺点对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。

工作中不够细心，容易丢三落四，考虑问题不够全面，工作不够仔细，在接待工作中也有急于满足客户的表现，不但影响了自己接待业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习、请教老服务顾问业务知识，尽快提高自己的服务技能。

20xx年工作计划公司在发展过程中，我认为要成为一名合格的服务顾问，首先要调整自己的理念，和公司统一思想、统一目标，明确公司的发展方向，才能充分溶入到公司的发展当中，才能更加有条不紊的开展工作。以下是我20xx年的工作计划

1、继续学习汽车的基础知识，并准确掌握客户需求动态。

2、与客户建立良好的合作关系，每天都建好客户信息管理卡，同时对于自己的信心客户务必做到实时跟进，让更多人知道与了解MG车售后，并能亲身体验。

了解客户的资料务、兴趣爱好、家庭情况等，挖掘客户需求，投其所好，搞好客户关系，随时掌握信息，重点抓住流失客户的开展。

3、努力完成现定任务量。在公司规定的任务上，要给自己压力，要给自己设定任务。

不仅仅，要努力完成公司的任务，同时也完成自己给自己设定的任务。我相信有压力才有动力。

4、对于日常的本职工作认真去完成，切不可偷懒，投机取巧。

5、在业余时间多学习一些成功的服务接待经验，最后为自己所用。

6、在工作中做到，胜不骄败不馁，不可好大喜功，要做到一步一个脚印，踏踏实实的去做好工作，完成任务。

7、意识上：无论在接待上还是汽车产品知识的学习上，摒弃自私、懒惰的性情，用积极向上的心态，学习他人的长处，学会谦虚，学会与上司、朋友、同事更加融洽的相处。

>每日工作

1、卫生工作，办公室值班都要认真完成。

2、每日做好电话接待工作，登记每位来访客户的信息，并做好预约系统。

3、在日常工作中不断提高在车辆预检外观警惕性，做好预检、问诊登记，服务接待中要保持持久的工作热情，准确无误的反应客户反应问题，配合好车间的维修工作展开并及时通知客户维修进度，最后在交车环节，检查报修项目的完成，及时通知客户提车。

4、每日。对于事故车辆要及时跟踪保险公司，核查确定项目及时高效保证事故车辆按时保量完成；

5、每日自己给自己做个工作总结，回想一下每天的工作是否有没做好的。是否需要改正。

>月工作任务

1、总结当月的客户接待量，分析客户邀约战败原因。

2、总结当月自己的过失和做的比较好的地方。

3、制定下个月自己给自己的任务，和工作计划。

最后，感谢公司给我一个展示自我能力的平台，我会严格遵守职业操守，朝着优秀员工的方向勇往直前。碰到困难不屈不挠，取其精华，去其糟粕，和公司其他同事团结协作，让团队精神战胜一切。

**汽车服务失误以及补救范文 第六篇**

第一节、汽车售后服务成为竞争焦点。

美国一次商业调查表明：一个满意的顾客会引发8笔潜在的生意，一个不满意的顾客会影响25个人的购买意愿，而争取一位新顾客的成本是留住一个老顾客的6倍。资料还显示：在汽车销售商的利润来源中，售后服务占50%，汽车销售占10%，零部件销售占10%，二手车经营占20%。

据统计，汽车售后服务市场是汽车产业链中最稳定的利润来源，可占据总利润的60%左右，相对于目前整车销售的利润缩水，中国的汽车售后服务市场利润率仍高达40%。

从汽车下线进入用户群开始，到整车成为废弃物为止的全过程，都是汽车“后市场”各环节服务所关注的范畴。据世界排名前10位的汽车公司近10年的利润情况分析，在一个完全成熟的国际化汽车市场，汽车的销售利润约占整个汽车业利润的20%，零部件供应利润约占20%，有60%的利润是在其服务领域中产生的。\_\_\_\_年，中国汽车产量达到万辆，汽车行业累计完成的工业总产值为亿元，实现利润总额亿元，同比增长。按照2∶2∶6的利润测算，20\_\_\_\_年中国汽车后市场中服务领域的利润总额就为亿元。加上800亿元的汽车零部件流通市场，保险公司每年540亿元的车险保费，汽车用品市场的销售额为420亿，汽车维修行业的产值为500亿元，再加上二手车市场、停车费用、物流运输、汽车认证等领域的经营额，这一系列的数字说明中国汽车后市场发展空间非常巨大，利润可观，充满着无限的机遇。

因此，汽车行业的竞争，最终将演变成为售后服务的竞争。

第二节、消费者投诉成上升趋势。

20\_\_\_\_年，中国私人购车首次占全国汽车销售总额的51%。中国消费者协会近日发布的统计数据显示，\_\_\_\_年汽车投诉依然是消费者关注的热点，投诉量比上年上升了％，位居商品类投诉增幅的第二位，投诉激增反映出汽车质量和维修服务存在着相当突出的问题，给消费者买车用车带来了无尽的烦恼。

广州方舟市场研究咨询有限公司通过成都商报的自填式问卷访问了部分车主，了解到在最近一年内，有半数车主进行过投诉，且％投诉了一次，％投诉过两次，还有％有过3次以上的投诉经历。其中投诉最多的是车辆的质量问题，其次是售后服务，还有销售服务及保险、按揭、美容等相关服务。

汽车投诉之所以增加较快，主要有三方面原因。

一是我国家用轿车市场日趋繁荣，品牌增多，价格也能够让消费者接受，因而购买私人轿车的消费者越来越多。

二是一些汽车生产厂家为争得市场在短期内生产新品牌汽车，有些车技术上还不成熟，产品质量问题时有发生。

三是汽车售后服务存在问题比较多，因质量问题退换车阻力很大，售后服务没有完善的规定确保消费争议公平合理地解决。

另外，也说明消费者的维权意识有了显著增强，大家都普遍想通过各种手段来维护自己的权益。

有调查结果显示，六成以上的消费者认为汽车投诉增多影响了其购车计划。作为全球第三大汽车消费国，中国的汽车消费潜力无庸置疑。但随着汽车投诉逐年增多，汽车质量问题、售后服务等方面的问题凸显。调查结果显示，的消费者表示，汽车投诉事件会成为自己购车时的重要参考，甚至影响（改变/推迟）自己的购车计划。不难想象，一件被投诉的商品，其形象及信誉在消费者心中会大打折扣。这也提醒厂商，不要单纯为了卖车，只图眼前的利益而丧失长期的消费群体。

第三节、消费者投诉的范围广。

1、消费者投诉中，质量问题比例最大。

数据资料表明\_\_\_\_年全国因质量问题引起的投诉占到％，比\_\_\_\_年上升了％。投诉内容包括发动机有异响、大梁断裂、油管漏油、刹车跑偏、离合器不分离、车门车窗裂缝漏水等。有的消费者反映，汽车购买后在回家行驶的过程中，发动机就出现故障抛锚。由于汽车的价格高，刚刚购买的汽车就进修理厂，消费者心理上难以接受，而退、换货又十分困难。

调查结果显示，产品质量不合格和售后服务不到位是消费者认为汽车投诉中最常见的问题，选择比例分别达到和。对于一件价格不菲的特殊商品，消费者最希望获得与车价等值的质量保证，如果购买后因为质量问题而导致使用不便，甚至因为某些质量问题威胁到人身安全时，消费者的合法权益无法得到保证，心理上不但难以接受，而且会降低其对品牌的忠诚度！

随着车市竞争的日益激烈，售后服务已成为厂商们必须争夺的领域。但在消费者的反映中，无论是维修质量还是服务态度，多数汽车厂商的售后服务都不到位。当车辆因为其产品本身的质量问题需要维修时，车主们只能面临没有保障的维修质量，没有微笑的服务态度时，无论哪个车主，都不能保持平和的心态！而产品在这个时期最容易让消费者失去信赖感，消费者对产品的满意度和忠诚度将急剧下降。如何提高售后服务以提高市场份额是汽车厂商必须重视的问题。同时，这个理念还需进一步灌输给各级经销商及相关服务部门。

另外，车辆的维修费用不合理、经销商在卖车过程中隐瞒真实车况等都是消费者在汽车投诉中反映的问题。总体而言，汽车投诉都是消费者在对厂商的产品质量、服务态度和职业道德提出的严厉质问。

2、安全隐患较突出。

\_\_\_\_年以安全问题为由投诉的比例上升了％。主要是制动系统失控、紧急状况下安全气囊未打开、发动机故障、开关失灵、以旧翻新及车身漆面起泡脱落、车身变形、车身容易震动、内饰板开裂、空调不制冷、正常行驶途中突然熄火、上坡无力、上坡途中突然停车、水温高、油管爆裂等，诸如此类的质量问题致使消费者新购买的汽车故障频发，严重的甚至出现自燃、爆炸、方向盘失灵等事故。汽车一旦出现上述故障，就很有可能造成人身伤害。

3、维修质量没有保障。

有的修理厂设备差、维修人员资质低，送修车经多次修理仍不能从根本上排除故障；一些经营者以汽车没有“三包”为借口，对消费者的退换要求一概拒绝或故意拖延，想方设法逃避责任；一些修理者在修理时使用伪劣汽车配件、偷换好的零配件，导致越修问题越多，越修质量越差，越修费用越高的现象存在；有些修理者打着名牌汽车厂家定点维修的招牌招揽生意。

4、检测难题困扰消费者。

由于汽车检测机构体制改革以及我国汽车产业发展历史相对较短等原因，目前我国汽车产品检测检验机构的现状是，独立于汽车生产企业之外的机构数量少、送检费用高。即使国家认可的检测鉴定机构作出对汽车某个部件不合格的结论，经销商也只是承担修理义务，甚至经过多次修理仍不能正常使用的新车也很难得到退换。三是针对沟通和解决渠道不够畅通的投诉。比如去年底中国消协就认定了十个损害消费者权益的汽车随车文件，这些文件对消费者明显是“不平等条约”，消费者有基于这些条约的投诉。

第四节、消费者投诉的方式多样。

目前，消费者汽车投诉大致分为一下渠道：

1、直接向经销商投诉、向厂家投诉，这是最直接的投诉方式。

2、向媒体投诉，由于消费者找不到经销商或厂商相应受理投诉的部门，而且消费者与经销商之间的直接对话经常会引发成为争执。而媒体，如报纸、电视等就充当了消费者与经销商之间的桥梁，协助并督促了汽车消费投诉问题的处理。

20\_\_\_\_年5月，为了更好地发挥媒体的监督指导作用，成都商报开通了维权快速通道热线电话，接受广大消费者对汽车商家的投诉，对成都乃至整个四川的汽车纠纷进行舆论监控，超过200名的消费者通过热线向本报进行了投诉，在纠纷解决的过程中，成都商报逐渐摸索出了一套汽车维权的成熟流程，给四川汽车市场打造了一个良好的监督平台。

在几个月的时间里，汽车维权快速通道逐渐形成了自己的社会影响力，获得了广大读者的一致好评，而对于汽车商家而言，汽车维权也在产品质量反馈、服务质量监控、维修水平提高等方面起着积极的促进作用，为汽车生产厂家进行产品召回提供了数据统计支持。

3、向消费者协会投诉，消费者协会是保护消费者合法权益的组织。向消费者协会投诉是汽车消费者投诉的主要方式之一。

**汽车服务失误以及补救范文 第七篇**

时间总是在忙忙碌碌中过去了。但在4s店我学到了很多，也懂得了很多，下面把自己工作、学习情况在一个总结，不当之处请批评指正。20xx年04月我入新乡店，在汽车售后任职，在各位领导关怀指导、在周围同志关心帮助下，思想、工作取得较大进步。回顾入职来的工作情况，主要有以下几方面的收获和体会：

>一、从严要求的环境下，认识工作，进一步认识自己。

我入职以后才发现，我对售后服务的理解还只是皮毛上的东西，有很多东西是我从前没有想到的，因此，我的第一步就是对自己的定位及认识自己的工作。我感到，一个人思想认识如何、工作态度好坏、工作标准高低，往往受其所在的工作环境影响。我从一开始的懵懂到现在的熟悉，与上级领导和部门同事的帮助是分不开的。如果让我概括这一段时间来我部门的工作状况，就是六个字，即：严格、紧张、忙碌。严格的工作要求、紧张的学习氛围和忙碌的工作节奏。从模糊到清晰，我充分认识到自己工作的重要性。工作中，面对领导的高标准、严要求，面对周围同事积极向上的工作热情和积极进取的学习态度，面对紧张高效的工作节奏，使我深受感染，充分认识到，作为这个集体中的一员，我首先不能给这个集体“抹黑”，拖这个集体“后腿”，在此基础上，要尽快融入到大家共同创造的“勤奋学习、努力工作”的浓厚氛围之中。在这种环境影响下，我的力争在最短的时间里熟悉自己的工作，在这一想法的实现中，我的工作标准也不断提高，总是提醒自己要时刻保持良好的精神状态，时刻树立较高的工作标准、时刻要维护好这个整体的利益来做好每一项工作。这也是我能够较好完成这段时间工作任务的重要保证。

>二、在勤奋努力的学习中，素质得到提升。

应该说，过去的一年，是勤奋学习的一年。由于自己入汽车行业时间比较短，要想在同样标准的工作中做好做出色，必须付出更多的努力。通过学习，使我无论汽车服务接待、还是自己本职位的业务知识学习，都有了一个飞跃式的进展。这也更加验证了“只要付出，就一定有回报”的深刻道理。

>三、在熟悉中寻求突破、寻求创新，工作取得进展。

回顾过去一年忙碌的工作，从开始的不懂到现在的熟悉，从刚迈出大学的青年到现在的准职业人，从部门同事的认识到相互之间的密切合作，每一次工作上的较大举动都对自己是一种锻炼，也是一种考验。售后汽车服务流程等几项工作我都会要求自己做到认真、细致、精心完成。

总之，汽车售后还是一个不断成长的部门，是一个锻炼人的好地方，我有幸伴随它成长，它让我一个涉世未深的人深刻的认识到自己，认识到工作的本质，那就是相互之间的协作，一个人可以才华横溢，但是没有其它人的协助，仅凭一人之力是什么都做不了的，我在工作中学到了很多工作上的事情，也学到了很多做人的道理。尽管觉得很忙很累，但也体验到了苦中有乐、累中有得的收获感觉。我想这也必将为自己今后工作学习上取得新的进步奠定坚实的基础。我也深知，工作中自己还有一些不尽人意的地方。比如，在接待上，还没有达到精益求精的要求;工作有时操之过急，缺乏深入细致的工作作风等等。我要在今后的工作中努力克服不足，改正缺点，加强锻炼，以出色的表现为公司整体工作上水平献计出力，做出贡献。

**汽车服务失误以及补救范文 第八篇**

转眼间，我来安徽祥德MG 4s店已经小半年。这半年间，从一个都不知道的汽车菜鸟蜕变成熟知汽车性能的业务员。一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到维修和保养方面的难点和问题，我都及时请教有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门同事对我的帮助！也很感谢领导能给我展示自我的平台这半年间，我不仅仅学会了基础的汽车知识，同时也对自己的MG品牌有了更深入的了解，使我深深的爱上了自己所从事的工作。

在我心里只有热爱自己的岗位才能做好本职工作。

短短的半年时间，我明白了做好服务顾问单凭自己的热爱是不够得，要学会如何进行客户谈判、分析客户情况的。这些是我一个刚入职的菜鸟从前所没经历过的，而我们老服务顾问在客户接待的过程他们常常会带着我这个新人，学习接待方面的经验，这点我非常感谢我的同事们。

而我每一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比诚信；如果我没有别人技巧多，那么我和别人比服务。这些一直是我的工作态度。我相信只有这样才能把工作完成的更好。

现存的缺点对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。

工作中不够细心，容易丢三落四，考虑问题不够全面，工作不够仔细，在接待工作中也有急于满足客户的表现，不但影响了自己接待业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习、请教老服务顾问业务知识，尽快提高自己的服务技能。

20\_\_\_\_年工作计划公司在发展过程中，我认为要成为一名合格的服务顾问，首先要调整自己的理念，和公司统一思想、统一目标，明确公司的发展方向，才能充分溶入到公司的发展当中，才能更加有条不紊的开展工作。以下是我20 \_\_\_\_年的工作计划

1、继续学习汽车的基础知识，并准确掌握客户需求动态。

2、与客户建立良好的合作关系，每天都建好客户信息管理卡，同时对于自己的信心客户务必做到实时跟进，让更多人知道与了解MG车售后，并能亲身体验。

了解客户的资料务、兴趣爱好、家庭情况等，挖掘客户需求，投其所好，搞好客户关系，随时掌握信息，重点抓住流失客户的开展。

3、努力完成现定任务量。在公司规定的任务上，要给自己压力，要给自己设定任务。

不仅仅，要努力完成公司的任务，同时也完成自己给自己设定的任务。我相信有压力才有动力。

4、对于日常的本职工作认真去完成，切不可偷懒，投机取巧。

5、在业余时间多学习一些成功的服务接待经验，最后为自己所用。

6、在工作中做到，胜不骄败不馁，不可好大喜功，要做到一步一个脚印，踏踏实实的去做好工作，完成任务。

7、意识上：无论在接待上还是汽车产品知识的学习上，摒弃自私、懒惰的性情，用积极向上的心态，学习他人的长处，学会谦虚，学会与上司、朋友、同事更加融洽的相处。

每日工作

1、卫生工作，办公室值班都要认真完成。

2、每日做好电话接待工作，登记每位来访客户的信息，并做好预约系统。

3、在日常工作中不断提高在车辆预检外观警惕性，做好预检、问诊登记，服务接待中要保持持久的工作热情，准确无误的反应客户反应问题，配合好车间的维修工作展开并及时通知客户维修进度，最后在交车环节，检查报修项目的完成，及时通知客户提车。

4、每日。对于事故车辆要及时跟踪保险公司，核查确定项目及时高效保证事故车辆按时保量完成；

5 、每日自己给自己做个工作总结，回想一下每天的工作是否有没做好的。是否需要改正。

月工作任务

1、 总结当月的客户接待量，分析客户邀约战败原因。

2 、总结当月自己的过失和做的比较好的地方。

3、制定下个月自己给自己的任务，和工作计划。

最后，感谢公司给我一个展示自我能力的平台，我会严格遵守职业操守，朝着优秀员工的方向勇往直前。碰到困难不屈不挠，取其精华，去其糟粕，和公司其他同事团结协作，让团队精神战胜一切。

**汽车服务失误以及补救范文 第九篇**

国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给\_\_\_\_公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下，\_\_\_\_公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为\_\_\_\_分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾全年的工作，我感到在以下几个方面取得一点心得，愿意和业界同仁分享。

一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分用户群体实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标，结合\_\_\_\_总经理在20\_\_\_\_年商务大会上的指示精神，分公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们汉阳分公司没有一味地走入“价格战”的误区。我常说“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢?我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标治理1、服务流程标准化2、日常工作表格化3、检查工作规律化4、销售指标细分化5、晨会、培训例会化6、服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销1、细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销;根据\_\_\_\_年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市场、零散用户等四大市场。对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了\_\_\_\_出租车协会理事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传\_\_\_\_品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。针对近两年\_\_\_\_市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态;对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障;与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展\_的推荐销售，同时辅以雪铁龙的品牌介绍和文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和\_\_\_\_市高校后勤集团强强联手，先后和\_\_\_\_理工大后勤车队联合，成立校区\_\_\_\_维修服务点，将\_\_\_\_的服务带入高校，并且定期在高校支部免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

对策三：注重信息收集做好科学猜测当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场猜测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过天天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做反应。同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极支部车源。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性;在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把分公司在\_\_\_\_市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成\_\_\_\_任务，顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售，我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件，最大限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化，经销商的利润空间进一步缩小，对于新的市场形势，分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论，在积极开拓周边的备件市场，尤其是大客户市场的同时，结合

新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。备件销售营业额\_\_\_\_万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，今年分公司又迎来了自96年成立以来的售后维修高峰。为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作;建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度，对于售后维修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表;用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规范;在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆;在车间推行看板治理，接待和治理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。为了进一步提高用户满足度，缩短用户排队等待时间，从6月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1:00，售后俱乐部提供24小时全天候救援;通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满足度。全年售后维修接车\_\_\_\_台次，工时净收入\_\_\_\_万元。

二、强化服务意识，提升营销服务质量

20\_\_\_\_年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严重的形势，在年初我们确定了全年为“服务治理年”，提出“以服务带动销售靠治理创造效益”的经营方针。我们挑

选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回访制度和用户投诉受理制度。每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在治理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。同时在内部治理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，治理部门服务一线的治理服务体系;在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则;在治理部门中，重点强调服务销售售后一线的意识。形成二线为一线服务，一线为客户服务这样层层服务的治理机制。积极响应总部要求，进行服务质量改进，强化员工的服务意识，每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行总结，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务。

**汽车服务失误以及补救范文 第十篇**

时光飞逝，在忙碌间辞旧迎新，在总结中锐意进取。在山西晶通集团的英明决策及刘总的正确领导下，20xx年的xx怡通雪佛兰售后部有了很大的改观。从刚开始没有车间到车间的建立、硬件设施设备的逐步完善，再到人员到位，售后部的工作开始走上了正轨。结合20xx年售后维修的总体情况来看，售后部基本实现了年初拟定的工作计划。为了更好的完成工作，总结经验，扬长避短现对售后部做了如下工作总结：

>一、20xx年售后服务部KPI指标完成情况：

20xx年进厂台次是3000台，总产值是2300000元，客单价是773。

>二、不足之处：

1。制度不够完善，管理出现混乱；

2。流程执行不规范，不能严格按照服务流程的标准内容进行执行，坚持度不够100%，在接待流程上，出现接待不及时的现象，交车流程中，有时容易出现简化交车流程步骤的情况，比如操作讲解，派工流程中，由于配件订货时间的延长以及业务接待不了解车间可利用工作时间，致使交车时间的拖延造成客户不满

3、服务顾问对车辆知识不熟悉，导致在一般故障诊断上对车间有太多的依赖性，流程执行不规范且比较生硬，不能通过自己的亲和力有效拉近客户之间的距离，和客户很好的交流，并培养客户的忠诚度，车间维修人员的维修经验不足，（在过去的一年中，我们在业务上还显得不成熟，特别是年轻的学徒们还需加强学习。主要表现在：作业时，对现场设施设备掌握不熟悉，对作业技能及方式方法不了解，要考虑到现场情况变化多端，应对及应变措施还达不到所需要求。业务学习不仅要理论联系实际，同时经验及教训也十分重要，平时应多向师傅请教，多了解现场实际情况，多参与维护作业。），明年要加强对专业知识的培训

4、各部门协作性不强，欠缺一定的部门沟通力。

5、车间质检岗不到位，造成流程缺失，质量管控不够严谨，造成车辆不能100%质检。

>三、20xx年售后服务部工作计划：

1、加强各项规章制度，尤其是考勤、车间5S管理等方面的执行监督力度，保证各项业务顺利开展，并有章可循，并使公司制度的执行具有长效性。

2、规范服务流程：

（1）、部门要根据售后维修实际情况合理制定执行业务流程的标准和考核机制；

（2）、要求岗位员工找出各个流程的执行要点，通过剖析和自身总结细化相关流程；

（3）、关联密切的部门员工实行轮岗式实习，时间设定为1个月左右，增加岗位了解；

3、注重理论联系实际，进行定期和不定期的培训，提高业务接待的接待效率，车间注重对维修技师操作技能和常规故障排除能力的培训，提高员工的维修能力；

4、平时沟通中，加强沟通和团队协作。售后服务，对团队协作要求比较强，大家要及时与同事沟通，有问题及时向行家请教，大家取长补短，共同完成工作任务。虚心接受领导在工作上的指导和意见建议，要及时与领导沟通，积极的听取他人的意见和建议，不断努力学习提高自己；

5、加强LMS在线系统的学习，在实操中不断总结、提高维修技术水平，提高维修质量，严格执行三检制度，提高一次性修复率；

6、长期不懈地坚持把安全意识放到第一位，防患于未然。实时进行安全知识、消防条例的学习和教育，树立安全第一的思想，每天对库房保管的工作进行检查清理，对么有签字、及时归还、清洁的班组进行处罚，保证专用工作的正常使用。正常使用损坏的工作及时补齐；

7、端正服务思想，维护售后部形象，售后部每一位员工要端正服务态度，急客户之所急，完美的服务好每一位客户。

总的来讲，面对即将到来的20xx年，新的一年是富有挑战的一年。为努力实现公司质量目标，赢得客户的满意度和忠诚度，为公司创造更大的收益，售后服务部已经做好了迎接挑战的准备，也有信心把服务做得更好！

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！