

<<汽车服务企业管理实务>>

图书基本信息

书名：<<汽车服务企业管理实务>>

13位ISBN编号：9787111255246

10位ISBN编号：7111255240

出版时间：2009-1

出版时间：机械工业出版社

作者：晋东海

页数：205

字数：234000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<汽车服务企业管理实务>>

前言

汽车是改变世界的机器，越来越多的人类活动正在被汽车改变着。

人们在基本解决了吃、穿、住问题之后的第一个发展就是行。

如今，行早已与车无法分离。

车行天下，需要汽车服务行业作为坚强的后盾。

然而，这是一个巨变的时代，机遇与挑战并存，汽车服务企业也面临着激烈的竞争。

目前，我国汽车服务企业大多是民营企业，他们采取的大都是粗放式的管理，缺乏统一的、合乎企业未来发展目标的管理手段、规章、制度等。

随着企业规模的扩大和市场的成熟，原有的管理模式已不能完全适应业务发展的需要。

管理制度、管理方法、管理观念的落后，在一定程度上制约着企业的发展。

汽车服务是一个非常复杂的过程，面对的是完全不同的各类客户，这些客户在不同时间、不同状态下会有不同的需求和表现。

一个成熟的汽车服务企业，既要满足客户的需求，又要达到自己产品和服务售出的目的；既要让不同层次的客户满意，又要为公司赢得利润。

汽车服务从业人员绝不是在简单地销售汽车类产品和汽车本身，而是在提供一种人类不断追求的美好的、舒适的、方便的汽车生活服务。

成熟的员工需要具有识别潜在客户的能力，并应用专业的技巧提供优质的服务。

成熟的管理人员，不仅要了解国内汽车服务行业的整体状况、国内汽车服务行业的未来发展以及自己企业如何应对市场的变化，还要了解如何进行企业内部人力资源规划管理，更要了解汽车服务企业如何处理对外合作关系。

所以，服务是一门艺术，而汽车服务更是一门豪华艺术。

面对国内风云变幻的汽车行业，只有深刻地认识到外部变化中不确定性和自身认知的局限性，才能取得持久的胜果。

本书站在专业全面、系统负责的立场为您提供冷静而理性的分析和判断，助您站得更高，看得更远，成就梦想，赢在未来。

本书针对以上汽车服务企业的市场现状和普遍存在的问题，对汽车服务企业现状分析、汽车服务企业人力资源管理、汽车服务企业人力资源管理策略、汽车服务企业人力资源诊断、汽车服务企业总经理决胜全攻略、汽车服务企业的对外合作、汽车服务企业客户关系管理和汽车服务企业领导层的人脉拓展、汽车服务企业领导层与人交往的技巧等涉及汽车服务企业持续发展的因素进行了详尽的解析，特别对危机的预防和应对进行了系统解析，为汽车服务企业的持续发展提出了解决方案。

书中配有很多经典的管理事例和小故事，以小见大明示汽车服务企业管理的法则。

本书是汽车服务类企业管理的规范化参考书，可供汽车服务企业及其管理人员使用和参考。

在本书的写作过程中得到了很多专业人士的帮助，在此表示感谢，他们是河南汽车用品协会会长苏郑宏先生、天道汽车总经理郎敏女士，广发银行郑州分行副行长曹树斌先生、河南工大管理学院副院长孟丽莎女士、长沙国合快车公司邓建军先生，以及冯小青先生等。

<<汽车服务企业管理实务>>

内容概要

本书针对目前汽车服务企业的市场现状和普遍存在的问题，对汽车服务企业现状分析、汽车服务企业人力资源管理、汽车服务企业人力资源管理策略、汽车服务企业人力资源诊断、汽车服务企业总经理决胜全攻略、汽车服务企业的对外合作、汽车服务企业客户关系管理和汽车服务企业领导层的人脉拓展、汽车服务企业领导层与人交往的技巧等涉及汽车服务企业持续发展的因素进行了详尽的解析，特别对于危机预防和处理进行了系统分析为汽车服务企业的持续发展提出了解决方案。

书中配有很多经典的管理事例和小故事，以小见大明示汽车服务企业管理的法则。

本书是汽车服务类企业管理的规范化参考书，可供汽车服务企业及其管理人员使用和参考。

<<汽车服务企业管理实务>>

作者简介

晋东海，中国汽车行业资深顾问；美国培训师协会中国分会成员；12年世界500强企业中高层管理经验；7年汽车行业经销商开发和管理经验；目前专注于中国汽车行业研究和分析，对国内汽车行业各大品牌的渠道现状和未来发展趋势有自己独到的见解和研究；对汽车服务企业稳定盈利有独

<<汽车服务企业管理实务>>

书籍目录

前言第一章 汽车服务市场发展现状篇 第一节 汽车服务市场发展历程 第二节 国内汽车生产厂家的现状分析 第三节 汽车服务企业运作模式分析 第四节 汽车行业的业务分析 第五节 目前国内汽车服务行业渠道模式分析第二章 汽车服务企业现状分析 第一节 目前汽车服务企业的现实困境 第二节 汽车服务企业应对市场变化的措施 第三节 汽车服务企业紧急情况处理及意外防范 第四节 汽车服务企业的危机预防与处理第三章 汽车服务企业人力资源管理概述 第一节 人力资源管理发展史以及重要性 第二节 汽车服务企业的人力资源管理定义及现状分析第四章 汽车服务企业人力资源管理策略 第一节 汽车服务企业的选人策略 第二节 汽车服务企业主要职位分析 第三节 汽车服务企业的人力资源管理妙招 第四节 汽车服务企业的合理留人和流人 第五节 汽车服务企业的薪金制度、绩效考核和激励机制 第六节 汽车服务企业薪资设计步骤 第七节 汽车服务企业的培训 第八节 汽车服务企业领导者如何合理授权第五章 汽车服务企业人力资源诊断 第一节 人力资源诊断前的准备 第二节 人力资源诊断的基本内容和准则 第三节 人力资源诊断方法 第四节 汽车服务企业内部员工士气低落的原因第六章 汽车服务企业总经理决胜全攻略 第一节 汽车服务企业总经理需要具备的基本能力 第二节 领导者进行人力资源管理的经典制度 第三节 汽车服务企业总经理心理素质训练 第四节 汽车服务企业决策层观念意识培养 第五节 汽车服务企业成功领导者的境界第七章 汽车服务企业的对外合作 第一节 汽车服务企业的对外合作解析 第二节 汽车服务企业如何与上游厂家建立共赢合作伙伴关系第八章 汽车服务企业客户关系管理和自身人脉拓展 第一节 汽车服务企业客户关系管理的重要性和迫切性 第二节 汽车服务企业客户关系管理的妙招 第三节 在处理客户关系中修炼自身 第四节 汽车服务企业大客户管理的措施 第五节 汽车服务企业客户异议和投诉的处理第九章 汽车服务企业领导层与人交往的技巧 第一节 成功与人相处的基本技巧 第二节 通过赞扬别人给人以力量 第三节 通过及时地反馈给人以动力 第四节 学会感谢别人以赢得未来 第五节 汽车服务企业领导层如何与企业高层相处 第六节 汽车服务企业领导层人脉关系的拓展附录 附录1 领导风格评量表 附录2 测验结果解说 附录3 人力资源管理诊断问题一览表后记

章节摘录

第二章 汽车服务企业现状分析 第一节 目前汽车服务企业的现实困境 目前国内汽车行业正处于巨变之中，作为汽车行业一部分的汽车服务企业，大都面临许多困境，面对市场的变化，不知如何应变。

下面就汽车服务企业面对的困境进行分析。

1.汽车服务企业自身定位模糊 企业处于自身发展的什么时期？

处于局部区域市场的什么位置？

核心竞争力是什么？

企业营运状况如何？

作为汽车服务企业的管理层，应该为其所在企业设定一个清晰的市场定位，因为只有找准企业所处的位置，才能够为企业设定符合自己发展的良好的规划。

国内的多数汽车服务企业没有制定全面的发展策略，内部服务项目不够全面，新项目的规划运作不太合理。

他们仅仅是靠价差赚取利润，而不是根据企业的特点、客户的需求引进新的产品和新的项目促使企业全面发展。

没有形成具有自身特色的服务模式，汽车服务企业的经营管理模式、业务流程和岗位的设置都没有进行针对自身特色的设定和修改，仅仅是照搬成形的模式。

2.汽车服务企业发展规划不清 许多汽车服务企业没有设定未来三年、五年、乃至未来十年的发展蓝图，许多管理层抱着走一步看一步的想法，能赚多少就赚多少的态度，在运作自己的汽车服务企业。

作为人，要有自己的理想和目标，作为企业更要有自己的发展规划。

汽车服务企业，只有制定合适的发展规划，才会有前进的道路，才会企业内部形成向心力，才能最大化地发挥团队协同工作的能力，才能稳定企业员工，减少流失率，从而一步步实现企业的目标。

制定企业的发展战略，一般而言，要根据企业的实际情况选择适合的发展战略。

媒体关注与评论

国内汽车市场急剧变化，国外好的运作经验要想在国内市场成功运作，都要进行适度的修订、只有采取以变应变的“本土化”策略，才能占领市场制高点，本书兼具中国汽车特色的制度和国际先进管理方法，对国内服务企业具有重要参考价值。

长安福特马自达销售公司常务副总经理 邢刚 企业只有经过逆境的洗礼，才可以成就卓越。在国内汽车市场面对巨变之时，本书对国内汽车行业的上游厂家、经销商以及零售终端面临的机遇和风险都进行了系统的解析，实战性很强。

全国汽车用品行业联合执行理事长 骆澜涛 对于汽车服务企业，设备、厂房是“硬件”、服务是“软件”。

只要有足够的资金。

“硬件”可以一步到位，而“服务”则是持续而复杂的系统工程，任何纰漏或疏忽，都有可能导致“服务无效”。

持续有效的服务，是汽车服务企业永续发展的必经之路。

本书给出了汽车服务企业永续发展的执行策略。

《汽车维修与保养》杂志社副总编辑 桂江一 本书针对国内汽车行业的现状，对汽车经销商内部人才管理以及如何有效处理好企业内部关系和对外合作关系进行了系统化、实际化的解析。汽车经销商在激烈的市场竞争中，只有把内功的修炼与外力的辅助进行有机的链接，才有利于提升企业管理者和经营者驾驭市场的能力，从而提升企业的竞争力。

湖南汽车城永通有限公司 董事长 蒋宗平 面对近来汽车服务业的“人才荒”，本书提出了汽车后市场人才战略的概念，并从汽车服务市场发展现状、企业人力资源管理、企业对外合作、企业客户关系管理和人脉拓展等方面进行探讨，从而构建了相关联的框架，以探讨汽车服务业人才培养之精髓。

本书可谓汽车后市场之原创版本，是现今汽车售后市场不可多得的人才战略图书。

国内汽车后市场资深专家 梁巧军

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>