

《汽车维修客户服务》

图书基本信息

书名：《汽车维修客户服务》

13位ISBN编号：9787562331865

10位ISBN编号：7562331863

出版时间：2009-8

出版社：华南理工大学出版社

作者：罗静 编

页数：233

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《汽车维修客户服务》

内容概要

《汽车维修客户服务》针对职业教育的特点及高教部关于职业院校“工学结合”的规定，结合汽车维修服务企业新的竞争格局中对人才的要求，充分吸取最先进的客户服务管理理念和维修服务流程，并结合企业的实际编写而成。在教材的编写中，充分考虑了高职高专学生在未来汽车维修服务岗位上的能力要求，力求做到理论结合实践，通俗易懂，以提高学生的学习效果。教材共分为九章，内容包括：汽车维修业务概述、汽车维修企业组织与服务、维修服务业务知识准备、客户服务礼仪、维修前接待服务、维修过程中的服务沟通、维修后交车与回访服务、客户投诉处理、客户服务质量评估与完善。

《汽车维修客户服务》可作为高职高专院校汽车院校相关专业的教材，也可作为汽车维修业务接待员培训教材，同时亦可供汽车维修企业管理人员参考。

《汽车维修客户服务》

书籍目录

第一章 汽车维修业务概述 第一节 汽车维修主要业务与特点 一、汽车维护 二、汽车修理 三、汽车维修业务特点 第二节 汽车维修企业的发展 一、汽车维修企业发展概述 二、汽车维修企业发展趋势 第三节 汽车维修企业经营模式 一、4S店 二、特约维修 三、连锁(加盟)经营 四、汽车俱乐部 五、网络服务 第二章 汽车维修企业组织与服务 第一节 企业组织及企业服务 一、企业组织机构的设置方法 二、企业服务要素与原则 第二节 汽车维修企业的组织机构与岗位设置 一、汽车维修企业的组织机构 二、各部门岗位设置任务和职责 第三节 汽车维修企业服务内容与流程 一、汽车维修服务内容 二、汽车维修服务流程 第四节 汽车维修服务从业人员的素质要求 一、职业道德要求 二、专业素质要求 三、心理素质与个人修养 第三章 维修服务业务知识准备 第一节 维修专业知识 一、车身部件名称及其位置 二、车辆识别代号(VIN)含义及位置 三、主要汽车维修设备 四、汽车维修主要工种 第二节 汽车配件及耗材 一、汽车常用耗材 二、汽车配件分类 三、假冒配件的鉴别方法 第三节 维修服务收费 一、工时定额与工时费 二、汽车维修收费计算方法 三、汽车维修中的几项重要统计指标 第四节 保险车辆维修及理赔 一、机动车辆保险基本知识 二、保险条款中的不赔责任 三、保险车辆维修和理赔基本流程 第五节 新车保修及索赔 一、新车保修的相关概念 二、保修原则和质量担保期 三、新车保修维修和索赔流程 四、旧件回收 五、保修费用结算 第四章 客户服务礼仪 第一节 礼仪的概念 一、礼仪的定义 二、礼仪的基本原则 三、礼仪的作用 第二节 仪表仪容与举止 一、仪表仪容 二、举止 三、维修业务接待人员的接待礼仪 第三节 电话礼仪 一、如何接听电话 二、如何让打电话的人等候 三、如何转接电话 四、如何记录留言 五、结束通话 六、电话礼仪中需要注意的问题 第五章 维修前接待服务 第一节 客户服务接待技巧 一、见面与欢迎技巧 二、积极聆听技巧 三、提问的技巧 第二节 接车业务流程 一、接车工作流程 二、接车工作环节的重要性 三、接车业务管理工作表 第三节 接车问诊 一、问诊的重要性与作用 二、问诊的技巧 三、问诊过程必备的专业知识 四、各总成部件的问诊项目 第六章 维修过程中的服务沟通 第一节 维修过程中服务沟通的内容 一、沟通的含义 二、影响沟通效果的个人因素 三、汽车维修过程中沟通的内容与沟通效果的保证 第二节 维修过程中的沟通方法 一、与客户沟通的相关事项准备 二、服务项目的介绍及沟通方法 三、沟通中适当的表达方式 第三节 维修工作流程与沟通工作表 一、维修工作流程 二、汽车维修业务沟通工作表 三、提高与客户沟通的质量与效率 第七章 维修后交车与回访服务 第一节 交车前的检查 一、交车前检查的重要性 二、交车前质量检查的工作内容 第二节 交车业务 一、交车工作流程 二、交车各环节工作要点 三、交车业务管理工作表 第三节 维修后跟踪服务 一、跟踪服务流程 二、跟踪服务工作要点 三、跟踪服务业务管理工作表 第八章 客户投诉处理 第一节 客户投诉原因与投诉方式 一、造成客户投诉的原因 二、客户投诉的方式 第二节 正确对待客户投诉 一、客户投诉对企业的积极意义 二、鼓励客户投诉 第三节 处理投诉的原则及方法 一、处理投诉的原则 二、处理客户投诉的步骤 三、处理客户投诉的误区 四、处理投诉的技巧 五、如何保护企业的合法权益 第九章 客户服务质量评估与完善 第一节 客户服务质量因素分析 一、客户的理性需求与感性需求 二、影响客户服务质量的要素 三、处理好客户与企业的关系 第二节 客户服务质量评估 一、客户服务质量评估的方法 二、客户服务质量调查表 第三节 服务失误的补救 第四节 经营管理业务分析表格附录一 汽车维修质量纠纷调解办法附录二 机动车维修管理规定参考文献

第一章 汽车维修业务概述 第二节 汽车维修企业的发展 汽车维修是保证汽车正常使用、延长汽车使用寿命，使其发挥最大效益的技术保障。它为汽车的使用者服务，为社会发展服务。因此，汽车维修必然伴随着汽车工业的发展、公路的发展和汽车保有量的增加而发展。 一、汽车维修企业发展概述 我国的汽车维修企业形成之初，单纯是为了汽车运输行业而成立的附属企业，因而其发展受运输业发展状况的影响。新中国成立时，我国汽车运输业已破坏殆尽，全国仅有一百多个汽车维修企业，均处于奄奄一息的状态。为尽快抢修旧中国遗留下来的破旧车辆，恢复公路运输，满足经济建设和人民生活需要，政府部门帮助私营汽车维修企业克服困难恢复生产。当时，中央成立全国废旧汽车整修委员会，在其统一领导下，通过拆、拼、接、改等工艺方法，共修复汽车5000多辆。通过这项工作，不仅恢复了公路运输，而且增加了汽车维修企业的活力，培训了一批人才，增添了汽车维修设备，奠定了新中国汽车维修业的基础。随着国民经济建设的恢复和发展，汽车保有量逐渐增加，汽车维修业的生产能力也有了较大幅度的提高，到1957年，公路运输部门基本上形成了一个多层次的汽车维修网络，年大修能力达到2万多辆。但当时的汽车维修业仍处于手工操作、作坊式生产的落后状态，不仅生产效率低，而且维修质量差，加之路况不好，大修后只能以每小时40~50公里的速度行驶。

《汽车维修客户服务》

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:www.tushu000.com