

# 商用车销售服务 职业技能等级标准

(2020年1.0版)

中德诺浩（北京）教育科技股份有限公司 制定

2020年2月 发布

## 目 次

前言.....	1
1 范围.....	2
2 规范性引用文件.....	2
3 术语和定义.....	2
4 适用院校专业.....	3
5 面向职业岗位（群） .....	4
6 职业技能要求.....	5
参考文献.....	14

## 前 言

本标准按照GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本标准起草单位：由中德诺浩（北京）教育科技股份有限公司主持，联合中国汽车流通协会、安徽江淮汽车集团控股有限公司、奇瑞汽车股份有限公司、广物汽贸股份有限公司、山西香山汽贸集团有限公司、荆州职业技术学院、湖北工程职业学院、乌兰浩特市职教中心等单位共同制订。

本标准起草人：吕丕华、许智达、尹大明、罗磊、李金勇、赵旭日、高保瑞、贾建波、王青云、张春利

声明：本标准的知识产权归属于中德诺浩（北京）教育科技股份有限公司，未经中德诺浩（北京）教育科技股份有限公司同意，不得印刷、销售。

## 1 范围

本标准规定了商用车销售服务职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于商用车销售服务职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

## 2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注明日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本文件。

GB/T 29911-2013 汽车租赁服务规范

GB/T 35966-2018 高技术服务业服务质量评价指南

T/CADA 5011-2016 二手商用车鉴定评估技术规范（中型、重型载货车版）

T/CADA 7-2017 汽车延长保修规范

GA801-2019 机动车查验工作规程

WB/T1032-2006 商用车运输服务规范

DB13/T 1330-2010 汽车销售服务规范

DB22/T 1808-2013 汽车租赁服务规范

DB21/T 2258-2014 二手车销售服务规范

## 3 术语和定义

商用车销售服务界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1 商用车

是在设计和技术特征上用于运送人员和货物的汽车。商用车包含了所有的载货汽车和9座以上的客车，分为客车、货车、半挂牵引车、客车非完整车辆和货车非完整车辆五类。

### 3.2 汽车贷款

汽车贷款是指贷款人向申请购买汽车的借款人发放的贷款，也叫汽车按揭。

### 3.3 融资租赁

融资租赁(financial lease) 是目前国际上最为普遍、最基本的非银行金融形式。它是指出租人根据承租人(用户) 的请求，与第三方(供货商) 订立供货合同，根据此合同，出租人出资购买承租人选定的设备。同时，出租人与承租人订立一项租赁合同，将设备出租给承租人，并向承租人收取一定的租金。

### 3.4 营销

营销，指企业发现或发掘准消费者需求，让消费者了解该产品进而购买该产品的过程。

### 3.5 大客户

大客户又被称为重点客户、主要客户、关键客户、优质客户等，指对产品(或服务) 消费频率高、消费量大、客户利润率高而对企业经营业绩能产生一定影响的重要客户。

## 4 适用院校专业

中等职业学校：汽车制造与检修、汽车电子技术应用、内燃机车运用与检修、汽车运用与维修、汽车整车与配件营销、汽车车身修复、汽车美容与装潢、市场营销、电子商务等。

高等职业学校：汽车检测与维修技术、汽车电子技术、新能源汽车技术、汽车运用与维修技术、汽车车身维修技术、汽车运用安全管理、新能源汽车运用与维修、电子产品营销与服务、金融管理、市场营销、汽车营销与服务、电子商务、网络营销等。

应用型本科学校：车辆工程、汽车服务工程、交通运输、市场营销、电子商务、汽车维修工程教育、市场营销教育等。

## 5 面向职业岗位（群）

**【商用车销售服务】（初级）**：主要面向商用车及其相关产品销售服务企业商用车销售、市场调研、信贷服务、保险销售、二手商用车销售等工作岗位，其需根据单一客户运营需求，利用专业知识完成商用车客户信息整理分析、客户接待、车辆特征展示与功能介绍、金融保险服务、二手车商用车销售等工作。

**【商用车销售服务】（中级）**：主要面向商用车及其相关产品销售服务企业大客户销售、二手车置换、金融服务等岗位，其需根据大客户运营需求，利用专业知识完成大客户市场开拓、大客户销售、金融服务、二手车置换、大客户关怀等工作。

**【商用车销售服务】（高级）**：主要面向商用车及其相关产品销售服务企业市场策划、展厅管理、销售管理、金融销售策划、保险管理、等岗位，其需开展商用车销售渠道策划、产品销售策划、展厅管理、销售服务等金融管理等相关管理工作。

## 6 职业技能要求

### 6.1 职业技能等级划分

商用车销售服务职业技能等级根据企业一线实际岗位设置划分为三个等级：初级、中级、高级，三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【商用车销售服务职业技能】（初级）：能够根据单一客户实际营运需求，结合各品牌商用车营销管理规定，完成店内集客、产品销售、个人贷款、保险、交车、客户回访等个体客户交钥匙前的多项销售服务。

【商用车销售服务职业技能】（中级）：能够根据大客户购车需求，结合各品牌商用车营销管理规定，完成为大客户渠道开拓、需求分析、产品推介、商务谈判、车辆置换、金融信贷等大客户交钥匙前的全流程服务。

【商用车销售服务职业技能】（高级）：能够根据商用车市场发展变化，结合各品牌商用车销售服务店相关管理制度，完成商用车销售渠道策划、服务产品策划、销售管理、交车管理、金融管理、客户关系管理等商用车服务店的相关管理工作。

## 6.2 职业技能等级要求描述

表 1 商用车销售服务职业技能（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 商用车展厅集客	1.1 客户信息收集	1.1.1 能够按照商用车销售流程要求，通过不同渠道获得客户信息。 1.1.2 能够按照集客要求，利用各种表格，完成客户信息分类、统计工作。 1.1.3 能够按照商用车集客要求，利用专业知识，分析集客信息，形成客户信息档案。 1.1.4 能够依据客户信息档案，整理不同信息来源，提出集客调整方案。
	1.2 客户信息分析	1.2.1 能够依据商用车车型用途特征，运用专业知识，完成客户的个性化需求分析。 1.2.2 能够按照商用车销售模式，运用专业知识，获知客户可能采取的购车方式。 1.2.3 能够按照不同客户信息，独立分析客户用车需求，完成潜在客户级别的划分。 1.2.4 能够按照商用车销售流程，根据客户的不同级别制定相对应的关怀方案。
	1.3 客户邀约	1.3.1 能够按照商用车客户车辆运输特征与区域特点，结合目标客户需求分析结果，按规范完成客户信息整理和邀约前的各项准备工作。

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>1.3.2 能够依据客户邀约流程，结合店内营销活动与前期准备结果，邀约目标客户进店。</p> <p>1.3.3 能够按照展厅集客要求，对离店客户进行积极跟进，灵活运用沟通技巧，再次邀约客户进店。</p> <p>1.3.4 能够按照商用车顾客信息管理要求，统计到店客户，分析邀约成功率，完成客户邀约的话术及方式方法的优化。</p>
2. 商用车销售	2.1 客户接待实战	<p>2.1.1 能够按照店内客户服务接待要求，根据已预约到店客户的实际情况，独立完成接待前的物料准备、资料准备。</p> <p>2.1.2 能够根据服务接待着装要求，结合品牌特点，正规着装，规范完成客户引领、接待工作。</p> <p>2.1.3 能够根据商务礼仪要求，礼貌沟通、耐心倾听，准确分析客户购车需求。</p> <p>2.1.4 能结合顾客需求与产品特点，运用语言沟通、行动引导等方式，为客户推荐服务产品。</p>
	2.2 商用车六方位展示	<p>2.2.1 能够按照顾客接待要求，合理安排店内各种资源，独立规范的完成车辆展示前的各项准备工作。</p> <p>2.2.2 能够依据商用车产品技术参数，向客户提供车辆配置信息、参数信息解说，规范完成车辆的初步介绍。</p> <p>2.2.3 能够结合顾客的运输环境、运输商品、商业用途等实际因素，规范使用六方位法向顾客介绍车辆技术性能、安全配置等信息。</p> <p>2.2.4 能够依据商用车产品技术特征，结合客户用车需求，规范解答车辆展示过程中客户提出的问题。</p>
	2.3 商务洽谈	<p>2.3.1 能够按照商用车销售价格谈判流程，结合客户需求点与经销商定价规则，组织好谈判前的话术准备工作。</p> <p>2.3.2 能够依据车辆的技术特征和客户车辆用途，准确分析意向客户的目标车型。</p> <p>2.3.3 能够利用沟通技巧与谈判话术，使用恰当的表述与顾客进行价格协商，促使谈判成功。</p> <p>2.3.4 能够按照销售合同要求，与客户签订正式的商用车销售合同，并为客户逐项讲解销售合同条款。</p>
	2.4 商用车交车服务	<p>2.4.1 能够按照新车交付流程，在小组成员协助下，完成商用车新车交车前各项准备工作。</p> <p>2.4.2 能够按照商用车交车流程要求，结合车辆使用手册，以交接清单为依据，陪同客户完成随车用品清点和交接。</p> <p>2.4.3 能够依据商用车配置清单，结合新车交付流程与交车要求，与班组成员合作，合理利用场地空</p>



工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>间，规范完成商用车交车仪式。</p> <p>2.4.4 能够依据商用车技术参数，结合车辆操作规范和厂家保养政策，独立完成新车各项配置使用的现场培训，同时向客户讲解保养事项、推荐售后服务顾问。</p>
3. 销售服务	3.1 个人金融购车服务	<p>3.1.1 能够按照商用车产品信贷要求，结合客户信用及运营保障，对意向信贷客户进行资格筛选，协助资质优良的客户向合作银行提交信贷申请。</p> <p>3.1.2 能够根据银行方反馈信贷信息，结合客户实际情况，为客户提供合理的金融购车方案、解答客户疑问。</p> <p>3.1.3 能够依据商用车贷款流程，协助客户完成商用车信贷购车各项工作。</p> <p>3.1.4 能够依据商用车贷款合同约定，协助客户完成抵押手续的解除工作。</p>
	3.2 商用车保险销售	<p>3.2.1 能够按照商用车保险条例要求，运用销售沟通技巧，精确获知客户车辆各项信息。</p> <p>3.2.2 能够按照财产保险服务对商用车的要求，根据保险相关规定，结合客户车辆使用环境、区域等各项因素，快速准确的为客户制定个性化保险套餐。</p> <p>3.2.3 能够依据汽车保险销售流程，从车辆使用风险、营运类别、保险类别、保险承保范围、事故赔付范围等方面，为客户讲解保险套餐的必要性、合理性、承保范围等事项。</p> <p>3.2.4 能够运用车险回访标准话术，通过电话、微信等途径为客户提供各项回访服务工作，合理维护客户关系。</p>
	3.3 二手商用车销售	<p>3.3.1 能够按照二手商用车整备要求，完成二手商用车售前整备工作。</p> <p>3.3.2 能够按照二手商用车销售信息采集要求，借助专用设备，完成车辆信息采集、综合评估及车况分析。</p> <p>3.3.3 能够按照二手车销售管理办法，根据车型特点选择不同信息发布渠道，进行二手商用车销售信息推广。</p> <p>3.3.4 能够按照二手商用车产品技术标准，结合顾客的运输环境、运输商品、商业用途等用车需求，规范使用六方位法向顾客介绍车辆技术性能、安全配置等信息。</p>
	3.4 客户关怀	<p>3.4.1 能够按照品牌厂家的客户关怀政策和保养政策，规范完成客户信息提取和分析，完成不同类型客户访谈前的各项准备工作。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>3.4.2 能够按照客户回访要求，运用标准话术，通过电话、微信等途径，独立完成车辆售后的回访工作，并将客户的意见进行整理记录。</p> <p>3.4.3 能够按照品牌商用车厂家的客户关怀政策和保养政策，通过电话、微信等途径，完成商用车客户的保养提醒、保险到期预约等工作。</p> <p>3.4.4 能够按照客户信息统计要求，结合访谈信息处理流程，对销售满意度调查结果进行整理、分析，对销售过程的意见进行收集、反馈。</p>

表2 商用车销售服务职业技能（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 市场开拓	1.1 大客户渠道开拓	<p>1.1.1 能够按照商用车大客户市场开拓流程，通过电话交流、网络沟通、上门拜访等方式，独自完成针对区域内商用车的调研工作。</p> <p>1.1.2 能够按照客户信息管理办法，分析大客户对象特征、寻求大客户群体特点，对调研信息进行整理、分析。</p> <p>1.1.3 能够按照商用车技术性能，结合区域调研分析结果，制定大客户渠道开拓方案。</p> <p>1.1.4 能够依据商用车销售流程，运用专业知识及沟通技巧，完成大客户联系工作。</p>
	1.2 大客户需求分析	<p>1.2.1 能够根据大客户销售流程，通过邀请大客户到店和上门拜访等途径，规范完成大客户购车需求、购车计划等信息收集工作。</p> <p>1.2.2 能够针对收集到的商用车大客户信息，结合购车目标、营运范围等信息，独立完成大客户目标车型特征分析。</p> <p>1.2.3 能够根据大客户实际使用需求，结合商用车技术性能特征，筛选符合客户需求的车型。</p> <p>1.2.4 能够依据大客户现有车辆使用状况以及经营发展的需要，及时完成大客户车辆更新或增购需求分析。</p>
	1.3 大客户营销策划	<p>1.3.1 能够合理运用客户信息管理系统，汇总、整理、提炼潜在商用车产品大客户信息。</p> <p>1.3.2 能够依据大客户关系管理要求，结合不同商用车大客户之间数据信息的差异，分析大客户潜在需求。</p> <p>1.3.3 能够灵活运用商用车生产厂商对大客户的特殊政策与关怀服务要求，按规范完成不同类型潜在大</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>客户的营销方案制定。</p> <p>1.3.4 能够按照大客户关系管理要求,依据大客户营销方案内容,及时与潜在商用车大客户建立有效沟通。</p>
2. 大客户销售	2.1 大客户拜访	<p>2.1.1 能够根据商用车生产厂家大客户关系管理要求,针对所要拜访的大客户,独立完成拜访前的各项准备工作。</p> <p>2.1.2 能够根据商用车大客户拜访流程,运用沟通技巧,通过电话、微信等方式,完成大客户拜访预约工作。</p> <p>2.1.3 能够按照销售拜访礼仪规范,灵活运用销售拜访技巧,依次完成开场、产品优势呈现等产品展示工作。</p> <p>2.1.4 能够根据商用车大客户拜访流程,运用沟通技巧,邀约大客户进店洽谈。</p>
	2.2 商用车 FABE 介绍	<p>2.2.1 能够根据销售流程的要求,充分利用各种资源,独立规范的完成车辆展示前的各项准备工作。</p> <p>2.2.2 能够依据商用车技术配置参数,合理运用标准话术,规范展示车辆各项性能。</p> <p>2.2.3 能够依据商用车技术参数,分析竞品车型的优劣势,并结合客户购车用途特征分析给客户带来的切身利益点。</p> <p>2.2.4 能够针对大客户在商用车产品介绍过程中提出的疑问与实际需求,为大客户制定符合实际需求的商用车产品采购方案。</p>
	2.3 大客户谈判	<p>2.3.1 能够依据商务谈判要求,结合商用车产品介绍环节与大客户沟通结果,规范制定商务谈判方案。</p> <p>2.3.2 能够结合商用车大客户相关信息与商务谈判方案要求,与他人合作完成商务谈判场地布置、资料准备。</p> <p>2.3.3 能够利用谈判沟通技巧与谈判话术,规范实施商务谈判方案设定环节,促使谈判成功。</p> <p>2.3.4 能够按照销售合同签约要求,与大客户签订正式的销售合同。</p>
	2.4 大客户交车服务	<p>2.4.1 能够根据大客户交车流程,结合大客户所购车型、数量等实际情况,完成交车仪式方案的策划。</p> <p>2.4.2 能够根据新车交付流程和车辆使用说明,以新车交接清单为依据,陪同客户完成随车用品清点和交接工作。</p> <p>2.4.3 能够按照新车交付流程和不同品牌商用车交车要求,与班组成员合作,合理利用各种资源,规范完成商用车大客户交车仪式。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		2.4.4 能够依据商用车技术参数,结合车辆操作规范和厂家保养政策,独立完成新车各项配置使用方法的现场培训,同时向客户介绍保养事项、推荐售后服务顾问。
3. 销售服务	3.1 大客户金融购车服务	3.1.1 能够根据大客户购车需求、金融机构相关要求,协助金融购车意向客户提交信用证明、资产抵押等各类资质审查材料。 3.1.2 能够根据金融购车的相关要求,指导意向客户收集、整理相关资料,协助完成客户资质、信用的审查。 3.1.3 能够根据金融购车流程,协助客户完成金融购车的各项交车服务工作。 3.1.4 能够在金融期限满后,协助客户完成车辆相关手续的办理。
	3.2 二手商用车置换	3.2.1 能够按照二手商用车评估流程,结合商用车经营区域、经营用途、经营性质、行驶里程、轮胎状况等基本信息,对二手商用车进行初步评估。 3.2.2 能够结合车辆技术参数以及车辆的运行状况,按照二手商用车价格计算方法,独立完成二手商用车价格确定。 3.2.3 能够结合商用车销售流程、二手商用车置换优惠政策以及客户二手商用车报价,为客户制定车辆置换方案。 3.2.4 能够依据商用车车务要求,协助客户完成二手商用车过户手续以及新车上牌等工作。
	3.3 大客户保险方案策划	3.3.1 能够按照商用车保险条例要求,运用销售沟通技巧,精确获知客户车辆各项信息。 3.3.2 能够按照财产保险服务对商用车的要求,根据保险相关规定,结合客户车辆运营等因素,快速准确的为客户制定个性化保险方案。 3.3.3 能够依据汽车保险销售流程,从车辆使用风险、营运类别、保险类别、保险承保范围、事故赔付范围等方面,为客户讲解保险套餐的必要性、合理性以及保障范围等事项。 3.3.4 能够运用车险回访话术,通过电话、微信等途径为客户提供各项回访服务工作,合理维系大客户日常关系。
	3.4 大客户服务关怀	3.4.1 能够按照客户信息管理要求,从客户服务系统平台筛选大客户信息资料并进行分析,结合大客户商用车特征,独立完成个性化关怀方案的制定。 3.4.2 能够按照大客户关怀方案,规范完成客户关怀材料、物资准备、定期走访等工作。

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>3.4.3 能够按照商用车品牌厂家的客户关怀政策,通过电话、微信等途径,独立完成针对不同类型大客户的各项信息沟通工作。</p> <p>3.4.4 能够按照客户跟踪和投诉处理的要求,协同相关部门完成客户投诉问题处理。</p>

表3 商用车销售服务职业技能等级要求（高级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 营销策划	1.1 商用车销售渠道策划	<p>1.1.1 能够依照商用车市场发展规律,结合消费者需求及竞争市场状况,收集竞争对手市场占有率、销售渠道、产品价格等相关资料。</p> <p>1.1.2 能够按照商用车市场调研规则,准确分析市场消费及竞争状况,揭示市场机会与威胁,认清企业优劣势。</p> <p>1.1.3 能够按照商用车销售渠道管理要求,结合相关市场调研报告,制定销售渠道的选择方案。</p> <p>1.1.4 能够遵循实际销售市场发展规律,结合商用车销售渠道实际情况,提供可操作性的实施进度表,确保方案可实施。</p>
	1.2 商用车销售策划	<p>1.2.1 能够根据市场形式结合产品以及竞争情况,采用SWOT分析法进行企业现状情况分析。</p> <p>1.2.2 能够根据企业既定目标,结合SWOT分析结果,制定市场营销组合策略,并完成营销预算。</p> <p>1.2.3 能够结合企业人力、物力、经费等各项资源现状,制定可实施的行动方案。</p> <p>1.2.4 能够利用损益报告完成经济效果的预测,并制定监管措施和应急方案,形成营销活动策划方案书。</p>
	1.3 服务产品策划(保险、车务)	<p>1.3.1 能够根据商用车销售模式,结合服务产品特性,运用专业知识,将服务产品进行组合捆绑。</p> <p>1.3.2 能够根据市场形式结合组合产品以及竞争情况,采用SWOT分析法进行企业现状分析。</p> <p>1.3.3 能够按照商用车产品销售管理要求,结合SWOT分析结果,制定服务产品销售方案。</p> <p>1.3.4 能够遵循市场发展规律,结合商用车产品销售实际情况,提供切实可行的销售实施进度表,确保方案的可操作性。</p>
2. 商用车销售管理	2.1 展厅形象管理	2.1.1 能够按照商用车销售现场管理要求,结合店面实际情况,制定商用车销售现场展区规划方案、销售现场整洁维护方案。

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>2.1.2 能够按照商用车销售现场管理要求和指定汽车品牌销售规范，制定客户接待、六方位车辆介绍等流程优化方案。</p> <p>2.1.3 能够按照商用车销售现场管理要求和指定汽车品牌销售规范，分析销售顾问价格谈判、新车交付等环节存在的问题，提出销售人员能力提升方案。</p> <p>2.1.4 能够按照商用车销售现场管理要求和指定汽车品牌销售规范，结合店面实际情况，完成销售宣传资料的订制和定期更新。</p>
	2.2 销售过程管理	<p>2.2.1 能够按照商用车销售管理要求，结合销售店实际情况，制定商用车销售人员管理规范。</p> <p>2.2.2 能够按照商用车销售管理要求，结合对应区域物流状况，制定商用车库存管理规范。</p> <p>2.2.3 能够按照商用车销售管理要求，结合商用车各销售车型特征，制定商用车销售人员销售业绩激励方案和商用车各车型销售激励政策。</p> <p>2.2.4 能够按照商用车销售管理要求，结合销售店实际情况，制定商用车销售流程及突发事件应急预案。</p>
	2.3 交车服务管理	<p>2.3.1 根据新车交付要求和车辆使用说明，以新车交接清单为依据，规划新车交付流程。</p> <p>2.3.2 能够依据客户回访反馈信息、销售人员反馈信息，制定店面交车仪式流程优化方案。</p> <p>2.3.3 能够根据车辆使用技术要求和厂家政策，结合客户实际情况，完成商用车交车现场培训。</p> <p>2.3.4 能够根据交车服务的要求，在征得客户同意的前提下，编写大客户交车活动宣传文案，完成交车仪式活动的宣传工作，扩大市场影响力。</p>
3. 服务管理	3.1 商用车金融管理	<p>3.1.1 能够依据金融购车的要求，制定开展商用车金融购车业务的筛选办法以及资产抵押审查的方案。</p> <p>3.1.2 能够依据金融购车的要求，制定销售人员商用车金融购车业务操作指南。</p> <p>3.1.3 能够根据商用车金融购车的要求，针对客户完成金融购车手续后与交钥匙前的相关环节，提出操作流程优化建议。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		3.1.4 能够通过分析商用车发展趋势、市场经济发展趋势等调研数据，结合商用车各车型特征，调整商用车各车型金融购车政策。
	3.2 商用车二手车服务管理	<p>3.2.1 能够依据二手商用车相关规定，结合店内实际情况，制定二手商用车销售流程及管理辦法。</p> <p>3.2.2 能够根据二手商用车技术状况，运用二手商用车评估办法，独立确定车辆价格。</p> <p>3.2.3 能够根据商用车销售政策，结合二手商用车销售流程，制定二手商用车置换流程及管理辦法。</p> <p>3.2.4 能够依据二手商用车车务管理规定，优化车辆过户流程及管理辦法。</p>
	3.3 商用车客户关系管理	<p>3.3.1 能够按照客户信息管理要求，对客户信息资料进行分析，根据商用车客户特征，完成客户关怀方案的制定。</p> <p>3.3.2 能够依据客户跟踪和投诉处理的要求，及时收集商用车客户投诉和抱怨信息，主动邀约客户，完成客户投诉原因的调查分析。</p> <p>3.3.3 能够按照客户跟踪和投诉处理的要求，协同相关部门完成客户投诉问题处理。</p> <p>3.3.4 能够按照客户满意度管理规定，定期完成客户满意度调查结果抽检，针对分析反馈的问题优化销售服务方案。</p>

## 参考文献

- [1]汽车品牌销售管理实施办法
- [2]汽车销售管理办法
- [3]保险标准化工作管理办法
- [4]网络交易管理办法
- [5]汽车贷款管理办法
- [6]二手载货汽车及挂车出口检验规范
- [7]机动车登记规定
- [8]GB/T 29911-2013 汽车租赁服务规范
- [9]GB/T 35966-2018 高技术服务业服务质量评价指南
- [10]T/LADA 006-2017 汽车租赁经营服务规范
- [11]T/CADA 7-2017 汽车延长保修规范
- [12]GA801-2019 机动车查验工作规程
- [13]T/CADA 5011-2016 二手商用车鉴定评估技术规范（中型、重型载货车版）
- [14]DB13/T 1330-2010 汽车销售服务规范
- [15]DB21/T 2258-2014 二手车销售服务规范
- [16]WB/T1032-2006 商用车运输服务规范