

2023年车商假期工作计划(优质8篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

车商假期工作计划篇一

董事长寄语

二〇一二年七月八日 目 录

2.2 商机经管 8

2.3 促成签单 10

2.4 新车快速报价..... 12

2.5 dm-ts操作..... 1

42.6 续保经管 16

2.7 送修引导 19

2.8 深入拓展 21

2.9 班后作业 2

32.10 投诉处理. 2

5第三部分 礼仪规范..... 27

3.1 职业形象规范.....27

3.2 常用礼仪 29

第一部分 核心文化 愿景

打造最具品质和实力的保险公司 使命 共同成长 核心价值观

一个追求，两个根本，三个统一

一个追求：创造价值

两个根本：诚信、关爱

三个统一：激情与理性、创造与执行、团队与个人 企业精神
战胜自我 1

一个追求，两个根本，三个统一

一个追求：创造价值

两个根本：诚信、关爱

三个统一：激情与理性、创造与执行、团队与个人 企业精神
战胜自我车商渠道销售规范操作[sop]手册（简化版）

第二部分 关键工作操作指南

投诉处理 班后作业 深入拓展 送修引导 续保经管

前期准备充分，约访计划周密； 商议把握原则，签约体现差异。

拓展签约包括三个阶段：前期准备、洽谈商议、签约合作。

前期准备洽谈商议 签约合作

2.1.1操作步骤 2.1.1.1前期准备 前期准备分为八个步骤

全面摸底初步走访目标分类拟定政策 确定人员

研究策略商议约见 资料准备 第一步 全面摸底

全面摸底工作由各级车商团队成员共同完成。通过各种渠道进行车商名录收集，如政府职能部门、2行业协会、媒体、网络、杂志、报刊等，或者直接地毯式了解。名录须包括：车商名称、地址、主销车型和销量、主要联系人姓名和电话。全面摸底效果：所辖区域车商做到全面摸底，无一遗漏；信息应多途径核实，准确无误。

第二步 初步走访

模大小安排优先顺序，通过车商保险主管部门、销售经理或售后经理了解情况。

车承保率、续保率、送修需求、承修品牌、主要人员信息、合作主体结构、合作意愿、代理资质等；二是介绍我司合作的优势和策略。初步走访效果：获取信息准确无误；对其留下巨大吸引力；通过车商有影响力的人员，将有利于我司的积极信息传递给车商决策层。

第三步 目标分类

行初步判断，同时根据送修需求和人脉情况确定公关目标和对象。

(1) 基本原则

品质好且规模大的为重点公关对象；品质好但规模小的为次重点公关对象。新设立的主流品牌车商 渠道，也作为重点公

关对象。

品质差但有可能改变承保条件或可进行业务挑选合作的车商渠道，作为一般公关对象。

其余车商渠道暂不作为公关对象。

(2) 公司送修资源情况 根据历年辖区内车险承保数据，分析各品牌送修资源存量。将我司送修资源能够满足其需求的可合作车商渠道作为优先公关对象。

(3) 人脉因素

根据车商渠道内部主要人员信息，梳理公司内部人脉资源，将有较好人脉资源的可合作车商渠道作为优先公关对象。

目标分类效果：分类准确；确定拟合作目标，统筹规划优先级。

第四步 拟定政策 拟定政策工

作由二、三级车商渠道主管部门会同个人客户运营部、理赔服务部完成。根据目标分类

确定的拟合作目标，依据车商渠道的需求、市场情况和我司相关政策，拟定合作的费用政策、核保政策和送修政策等。

拟定政策效果：具有一定的竞争优势。

第五步 研究策略

在拟定政策的同时，认真研究其决策层的构成和心理，特别要对关键性人员的姓名、性别、年龄、职务、从业背景、职业生涯亮点、喜好兴趣等进行详细分析，以备在下阶段商谈中寻找共同话语、迅速切入、营造良好的商谈氛围。

析我司的优势，就洽谈商议中可能出现的情形形成规范的动作和话术，为达成共识，实现我司理想的合车商渠道销售规范操作□sop□手册（简化版）

作模式制定策略。

提前做好渠道情况梳理，对于有共赢模式合作可能的车商要提前针对共赢模式内容和商谈策略进行 准备。

研究策略效果：分析透车商决策层心理，准备应变对策；所制定的策略能够确保达到预期效果。

第六步 商议约见

商议约见工作由各级车商团队经理或者资源人完成。拟定好合作政策和实施策略后，向对方提出商 议约见邀请，确定约见时间。

洽谈商议应与车商一把手或者决定性人员（以下简称“决定性人员”）约见，同时要约见到车商保 险部负责人、销售负责人、售后负责人等相关人员参加。

商议约见效果：敲定商谈时间、地点、内容等；约见到关键性人员，有利信息提前传递。

第七步 确定人员

确定我司参与商谈人员的工作由各级车商渠道主管部门完成。根据车商渠道基本情况和约见人情况，确定公关小组成员。成员一般可包括：资源人、机构班子、团队经理、车商渠道条线、理赔经管条线、产品条线、销售经管或业务经管条线相关人员等，对于总、分公司协同经管的渠道可以要求总、分公司 相关人员参加。

谈人的主谈范围和内容，从专业的角度进行商谈。

确定人员效果：级别对等，分工明确。

第八步 资料准备

人要对材料全面熟悉掌握，其他成员要对各自的主谈内容详细掌握。

辅助资料：战略合作说明书、协议、名片、公司宣传资料、印有公司 logo 的小礼品等。

资料准备效果：全面详细，新颖别致；通过资料的递送吸引对方的商谈兴趣，营造良好的沟通氛围。

2.1.1.2 洽谈商议

根据洽谈商议对象主要分为：决定性人员洽谈商议、保险销售主管洽谈商议、售后主管洽谈商议。

洽谈商议必须遵循“坚持底线、随机应变、达成共识”的原则。

1、决定性人员洽谈商议

决定性人员洽谈商议分为七个步骤，对应机构班子成员要全程参与，主要表达双方共赢的思路，达成合作意向。

切入主题优势介绍拟定模式人员介绍寒暄问候整合资源 达成意向 第一步 人员介绍 4

名、职务等，介绍时应从职务最高者开始，依次逐一介绍。被介绍者要主动站起来向对方点头示意，并递送名片。

人员介绍效果：对方全面了解我司参与商谈人员的姓名和职

务。

第二步 寒暄问候

寒暄问候主要由主商谈人完成，其他成员配合。谈论对方关心话题，包括：对对方的工作业绩进行赞许，谈论对方兴趣爱好涉及话题；评论对方主销车型的优势；谈论汽车行业整体发展趋势等。

寒暄问候效果：激发对方谈话兴趣，营造良好的商谈氛围。

第三步 切入主题

切入主题工作由主商谈人完成。根据寒暄问候的引导，寻找到合适的时机，以共同培育和扩大客户群为话题切入商谈主题。

切入主题效果：把握时机，主动引导，自然过渡；寒暄问候的良好氛围长时间保持。

第四步 优势介绍

商客户出险双调度”、“赔款集中支付”、“车易保”信息共享等优秀的服务方式等。同时，根据车商需求，介绍我司协助车商制定续保经管及奖励办法，培训续保专员，帮助拓展客户、稳定客户等其他支持优势。

优势介绍效果：突出重点，激发兴趣，满足需求。

定的合作模式，合作模式包括传统合作、战略合作、共赢模式合作；合作产品包括传统新车合作、电销续保合作、新产品合作等。

合作模式要引导车商关注的重点不仅仅放在费用

上，而是关注给客户让利，提供更多增值服务，提升回店率，保证客户忠诚度。

和操作办法。对于沟通后有共赢模式合作意愿的车商，要确定共赢模式基准手续费率、基准送修率、可承修品牌、维修利润率、分成比例、增值服务礼包等内容。

拟定模式效果：根据前期制定的商谈策略，经过反复沟通，实现目标。

第六步 整合资源

车商提供增值服务（如工时费代金券、免费救援、提供代步车、免费检测、事故车维修赠送代金券等等）。

同时我司可对一定区域内同一车型的客户通过电销坐席将车商的增值服务进行宣传，引导客户，帮助车商扩大客户群。

整合资源效果：通过整合使非保险资源实现保险价值，使保险资源成为车商维系客户的重要手段，达到共赢。

5车商渠道销售规范操作□sop□手册（简化版）

方对合作未来进行展望，对下一步签约时间和形式、合作后日常沟通机制的建立等进行明确。

达成意向效果：确定合作，制定合作计划。

2、保险销售主管洽谈商议

保险销售主管洽谈商议分为六个步骤，主要确定费用政策。

第一步、第二步要求同决定性人员。简要介绍我司优势，主要对服务亮点进行介绍。

扩大业务规模，解决客户流失问题，而不是单纯关注目前业务的手续费比例。

初步确定费用比例，包括与规模和品质挂钩的差异化匹配方式等。售后主管洽谈商议分为五个步骤，主要确定送修政策。

第六步 拟定费用 3、售后主管洽谈商议

寒暄问候了解需求人员介绍优势介绍 第一步 人员介绍 第二步 寒暄问候 送修政策

第一步、第二步要求同决定性人员。

第三步 优势介绍

简要介绍我司优势，主要对理赔和送修政策进行介绍。介绍“车商客户出险双调度”、“赔款集中支付”、“万元闪赔”“信息互动”等先进的理赔送修及服务技术方案。

第四

步 了解需求

了解维修条件、维修量、其他主体合作情况。了解对方对维修的需求，主要是送修比例、配件价格、工时费规范等需求。

第五步 送修政策

初步确定送修比例。并就如何提升客户维修保养量进行商讨。如：

同邀请不少于50名客户参加，当地媒体参与的新闻发布会，进行宣传报道，扩大影响力。二是简约式签约，即由双方主要人员，举行签约仪式。三是书面式签约，即确定合作条件后，制定合作合同，双方盖章生效。

签约合作效果：产生影响力，提高双方知名度，为今后的长期稳定合作奠定基础。

2.1.2关键点参考话术 2.1.2.1手续费

（1）阳光公司我们了解，如果合作的话，能给多少手续费？

赔”、“三维通赔”等，提高客户满意度，共同维护客户，达到双赢，实现长期可持续发展的目的。

另外，我们公司目前根据渠道规模和业务品质匹配资源，对于规模大的渠道和优质业务，可以匹配不同的市场费用。

对贵店的信任，愿意在您这里续保的客户会很多。

2.1.2.2送修量

（1）你们的送修量能保证吗？

客观的说，我们现在的送修资源和老三家比，暂时确实不能相比。为此，我们制定了一系列的措施，整合公司所有可送修资源确保送修至合作车商。如：双调度、强化考核、信息共享等，确保车商代理的业务 100%推荐返店维修，同品牌出险业务全部推荐合作车商送修。

我们的送修举措和诚意是别的公司无法比拟的，我们的送修量占我们自身可送修资源的比例是最高的。相信随着合作规模的扩大，我们的送修量也将不断上升，最终形成良性循环。

（2）你们理赔时的配件价格和工时费规范如何？

一般情况，对于配件价格和工时费规范我们将按照市场水平确定，和车商合作，我们将以贵店的意见为主协商确定。

配件价格和工时费规范确定后，我们将商定的规范进行系统

维护，理赔时严格

按照系统维护的规范执行，无特殊情况，不会出现定损差价。

2.1.2.3 共赢模式

(1) 您提到的共赢模式具体是什么意思？

利润，待送修扩大到一定比例的时候，应逐步降低前端承保业务的手续费比例，实现我们双方的共赢。

比如，贵店的平均送修需求为1:0.5，我们通过努力，将送修比例提高到远远大于贵店的要求的比例，而高出的部分所产生的维修利润，我们通过一定比例共享，体现方式，就是降低前端业务的手续费比例。

这种方式真正体现了战略合作，将我们双方的利益绑在一起，真正实现共同成长，共赢的局面。

7车商渠道销售规范操作□sop□手册（简化版）

2.2 商机经管 【关键动作】

培养商机意识，多种途径切入； 建立商机记录，商机逐条推进。2.2.1 操作步骤

商机经管分为四个步骤，由车商团队人员完成。

寻找商机完善数据商机推进关闭商机

第一步 寻找商机

与车商合作后，团队经理和专员应在走访和维护过程中寻找商机。商机对象包括：购买新车客户、车商存量客户、到店维修保养客户。商机寻找途径： 培养商机意识和敏感度，抓

住一切与商机对象交流和沟通的机会，适时切入产品推介话题。

1、寻找与购买新车客户、到店维修保养客户交流的机会，了解客户基本情况，挖掘车险、意外险、家财险、企财险等商机。

2、通过与车商店内保险业务负责人、售后负责人、续保专员、销售人员等沟通，收集车商存量客户信息。

寻找商机效果：保持敏锐的商机意识，多渠道创造接触点，不断扩大商机。

第二步 完善信息

对于存在商机的客户，要进一步跟进了解有关详细信息，例如：车辆信息，工作单位和职务、住房条件、联系电话等。创建商机档案，并不断完善信息。

完善信息效果：信息准确无误，记录真实及时。

车辆保险到期前进行续保跟进，到店维修保养客户的车辆保险根据情况现场促成或到期续保跟进。对于非车险要适时跟进。

推进计划应按月制定，每月最后一天制定下月计划。内容包括：客户信息、可推介险种、推进方式、推进时间。

商机推进效果：计划周密有效，时间统筹合理，成功率不断提高。

第四步 商机关闭

每月最后一天对当月商机推进计划进行检视。

对于多次接触和跟进后，无法成交的客户，进行商机关闭，并在商机档案中记录。

对于跟进后，成交的客户，进行当年商机关闭，并制定下年推进计划。商机关闭效果：明确商机关闭原因，确定下一步计划。

8表1：商机档案格式

注：1、客户类型包括：新车购买客户、保养维修客户、车商存量客户等；

2、出差情况包括：经常出差、偶尔出差、从不出差；

3、住房情况包括：豪宅、高档社区、普通住房等；

4、购买意愿包括：愿意、可考虑、不愿意；

5、商机关闭包括：已促成、无意愿。

2.2.2 关键点参考话术 商机寻找话术

.....

车商渠道销售规范操作[sop]手册（简化版）

2.3 促成签单 【关键动作】

争取主动介入，适时切入主题； 引导客户投保，留下良好印象。2.3.1 操作步骤

促成签单分为八个步骤，由车商专员完成。

根据车商店内安排，在车商同意的情况下，协助车商人员接待客户；做好车商“三加一”工作。一杯水。必须使用印有

阳光logo的纸杯，使用桶装纯净水。递送时，纸杯的logo朝向客户，双手递上。

一张报纸。使用阳光内部印发的客户服务报。报纸需折叠，将阅读面朝向对方，双手递上。

一份折页。使用阳光统一印发的公司宣传折页。折页需封面向上，将阅读面朝向对方，双手递上。

一套静电贴。使用阳光统一定制的静电贴。静电贴需将印有公司简介的一面向上，双手递上。

接待客户效果：实现与客户的交流，让客户取得初步认可。

第二步 协助售车

协助向客户介绍车辆性能和特点，协助介绍店内近期促销政策和活动。

协助售车效果：体现车辆专业知识水平，取得客户信赖。

第三步 售后咨询

协助车商帮助客户办理车牌等车务相关工作；
务说明等。

售后咨询效果：切入保险主题。

第四步 介绍我司

“维通赔”等与客户息息相关的服务措施介绍、产品介绍等。

询问客户对保险险种险别的需求。对各险种险别进行简明扼要的介绍，对保费优惠政策介绍等。

询问答疑效果：体现保险专业水平，消除客户疑虑。

第六步 保障建议

提高保费充足度。

保障建议效果：换位思考，满足客户需求，引导客户投保。

第七步 快速报价

了解车型、行驶证、承保险种等详细信息，根据提前准备好的快速报价手册，进行快速报价。

如客户对报价有疑义，则按照客户意愿，调整险种结构，进行二次报价。快速报价效果：报价快速准确，让客户从报价中体验阳光的服务质量和水平，实现投保。

第八步 促成出单

根据沟通结果，转入出单流程。

促成出单效果：通过专业、规范、快捷、优质的服务给客户留下良好印象，成为朋友。

2.3.2 关键点参考话术（1）阳光公司是一个怎样的公司？

级分支机构 1000余家，服务网络实现全国覆盖。

（2）阳光的服务有什么优势？

正在举办客服节，开展了多种多样的活动，并有丰厚的礼品，可以登录我们的官网查看。

（3）报价太高了？

车商假期工作计划篇二

- (1) 每天做三页暑假作业。
- (2) 每天练一页钢笔字（一遍一词）。
- (3) 每天做一些力所能及的家务事。
- (4) 每天出去运动运动（如：打羽毛球、跳绳一百个、跑步等活动）。
- (5) 报几个自己喜欢的特长班，从不请假。

以上就是我的暑假计划，我一定会严格执行的！

车商假期工作计划篇三

充分重视安全工作，并从人力、制度上进行落实，已确保安全工作的实施。故此我们必须提高思想认识，步调一致，齐抓共管，确保学校各项安全工作措施的落实。学校成立以校长为组长，班主任为成员的学校安全工作领导小组，全体成员要本着对学校负责的思想，要有高度的事业心和责任感，各司其职，配合派出所严密防范做好学校周边安全工作，努力清除各种影响学校安全和稳定的隐患，保障全体师生能在良好的环境中工作、学习。

2、建立健全规章制度

做好学校安全工作，就必须有章可循，确定安全工作第一责任人和直接责任人，组织师生学习安全方面的法律法规，定期出版墙报、专栏，定期开展广播，刊登、播出安全知识，利用升旗仪式、班队课等开展安全讲座，对学生进行安全教育，提高学生安全意识。

3、建立安全工作责任制

(1)、学校与每位签定安全工作责任书。

(2)、制订安全管理工作各项制度。

4、贯彻安全第一，预防为主的方针

“隐患险于明火，防范胜于救灾，责任重于泰山”，做好学校安全工作，关键是要防范于未然。我校将实行定期检查和日常防范相结合的的安全管理制度。每天都要组织老师和值日队对校门口、校园等地方的巡逻，节假日都要安排老师值班巡逻，做好防盗、防火等工作，每天上放学学校保安人员要维持好校门口的交通秩序，严禁校外车辆未经同意私自进校。加大对校门口周围的整治力度，尤其是不让小商贩在校门口摆摊设点，校门口不准摆卖东西和停放车辆。确保师生人身安全，发现重要情况，及时上报，不留盲点，不出漏洞。

5、全面开展安全大检查学期开始再对学校每个角落进行地毯式的大检查，发现隐患，及时整改，特别是教室的'门窗、学校围墙、供电、等更要定期检查，对较旧的电气设备、电线、灭火设施等进行更换，杜绝隐患。

车商假期工作计划篇四

元旦那悦耳的钟声还在耳边回荡□20xx年第一个寒假也接踵而至。新的一年总盼望着有一个崭新的开始，为此，特制定寒假计划如下：

1、做好假期活动计划，按时、按计划上岗，保证幼儿每日活动的丰富多彩。组织幼儿制作4-7种手工作品，特色作品，激发幼儿探索的欲望和兴趣。教师制作玩教具3种以上，做到颜色鲜艳、坚固耐用、教育作用强。

2、自觉遵守园规园纪，在假期同样严格要求自己。不迟到、不早退，及时参加扫雪。

3、做好安全工作，做到随手关好门窗、随手拔电源开关、随手关好水龙头，班级的物品作到及时收放，妥善管理。每日掌握好幼儿的出勤数，午睡时做到勤巡视，仔细观察幼儿，发现异常及时报告。

4、坚持每日一说英语活动，复习巩固所学英语内容，学习英语儿歌、歌曲等。

5、继续抓好幼儿一日常规培养，巩固所形成的常规习惯，培养良好的进餐、午睡等行为、卫生习惯。

6、坚持每日空气、物品的消毒工作，及时作好记录。保持班级的日常清洁。

7、调整好班级教师休假安排，保证在岗教师团结合作。继续开展探索型活动的学习研究。

希望这些丰富多彩的活动能在新的一年里开始为孩子们带来快乐和希望！

车商假期工作计划篇五

紧张的一个学期过去了，考试过后，我们放寒假了，在这个假期里，为了不耽搁学习我给自己制订了一个学习计划。

1、每天读一个小时的专业理论书。

2、每天练一页字。

3、每天写5页寒假论文作业。

- 4、每一星期画一幅画(读写绘作品)。
- 5、每一星期写一篇日记或发一篇博文。
- 6、帮家长做一些力所能及的家务。

车商假期工作计划篇六

甲方：阳光财产保险股份有限公司山东省分公司（）中心支公司

乙方：

为了构建服务战略联盟，为双方共同客户提供更好的售后服务，以相互监督、互利互惠为基础、诚实守信为原则，经双方平等协商，达成合作共识，并共同遵守以下所列条款。

第一条 客户认定

一、双方共同客户：指在乙方购买汽车，并在甲方办理了汽车保险的客户。

二、甲方客户：指在非乙方处购买但拥有与乙方销售车型相同的汽车，并在甲方办理了汽车保险的客户。

第二条 甲方的义务和权利

一、甲方与乙方建立长期合作关系，积极向双方共同客户宣传乙方，并在不违背客户意愿的前提下，将客户优先推荐至乙方办理汽车修理事宜。

二、随着合作的不断深入，甲方逐步将甲方客户推荐到乙方处进行汽车修理。

触。

四、甲方承诺为双方共同客户提供24小时×365天，95510电话接报案、定损、查勘服务。

五、甲方承诺实行服务监督制度，查勘、定损人员实行挂牌服务。

六、甲方应不定期组织乙方有关人员（包括相关管理人员）进行培训，以提高乙方业务素质、服务质量和管理水平。

七、甲方在发现并证实乙方有以下情形后，有权进行警告性提示，提示后如无改进措施和效果，甲方有权终止合作：

- 1、乙方在车辆维修过程中未按约定执行，侵害了甲方利益；
- 2、乙方未达成甲方合作标准；
- 3、乙方故意引导甲方人员在工作中进行违规活动；
- 4、乙方强行指令或者指使、诱使甲方相关人员共同强行指令双方共同客户在乙方修理车辆。

第三条 乙方的义务和权利

一、乙方对甲方客户应与对双方客户一样，提供相同标准的优质服务，采用同样的费用标准。

二、乙方应诚信合作，提高维修工艺，降低维修成本。

三、乙方应真实向甲方告知配件进货渠道及价格，并保证提供给甲方备案的配件价格和工时费用真实、有效，标准如下：

- 1、配件价格标准为：以精友价格为准；

2、工时费标准为：以系统价格为准

四、维修价格一经核定，乙方必须保证按照定损单上的配件更换项目和维修项目组织维修，如客户提出超出定损单范围以外的维修要求，要告知客户自付，不能把这部分费用后期转嫁给甲方。

五、乙方应制定标准化的维修接待流程，接车后15分钟内完成派工，经过维修技工对车辆诊断后，就修复工期要与客户协商确定，并严格按照约定的工期按时保质修复，超过维修工期要及时向客户以及甲方说明原因。

六、乙方对维修价格有异议的，应在维修前向甲方提出，由甲方、乙方及被保险人友好协商处理。乙方不得在车辆修复过程中或竣工后再向甲方提出维修价格问题。

七、受损车辆在维修期间，如有整车失窃、零配件丢失或其他原因造成的损失，由乙方负责赔偿。

八、乙方承诺不以任何形式对外泄露双方共同客户的信息和甲方客户信息，否则，甲方有权中止合作，并保留追究相关责任的权利。

九、乙方有权对甲方售后服务人员的行为进行监督，对甲方售后服务人员违规行为有权向甲方举报。

十、乙方根据需求有权要求甲方对其有关人员进行保险相关培训。

第四条 增值服务

甲方和乙方结合双方资源共同为双方客户提供“五免”等增值服务。特别是免费救助、免费洗车、免费接送事故车、免费检测、免费轮胎动平衡等优免服务。其它增值服务内容包

括：

1□□

2□□

3□□

4□□

5□□

6□□

（备注：以上填写具体增值服务项目，如免费搭电、免费保养等，每一行填写一项。）

第五条 违约责任

一、乙方伪造事实有骗赔现象的，甲方有权终止本意向书，追究法律责任并有权要求乙方赔偿损失。

二、乙方不管以任何形式将甲方推荐的车辆转让承包给第三方以从中获利，一经发现，甲方有权终止合作。

三、乙方使用假冒伪劣零配件或维修工艺较差导致维修质量问题，甲方有权要求乙方无条件改正，甲方并可终止合作。

四、乙方修理的车辆在保证期内，由于其承修范围内的质量问题导致发生的交通事故，由乙方负责赔偿。

五、合作期间，因乙方维修质量问题导致甲方客户的投诉，由此给甲方带来的纠纷和损失，甲方有权要求乙方承担相应民事责任。

第六条 合作期限

合作期限为： 年 月 日至 年 月 日，期满后如未续签，本意向书自行终止。

第七条 其他约定

一、本意向书在执行过程中如有争议，甲、乙双方应在平等条件下友好协商解决，如果协商不成，可以终止合作意向书。涉及利益损失的任何一方均可提交仲裁或诉讼。

二、本意向书一式两份，甲、乙双方各执一份，由甲、乙双方签字盖章后生效。

甲方（签章）

乙方（签章）主要负责人： 法定代表人： 或授权代表： 或
授权代表： 年 月 日

年 月 日

车商假期工作计划篇七

——新世界百货7月促销车展

一、活动背景

“水晶帘动微风起，满架蔷薇一院香”，不知不觉中，夏天又将到来，夏季——是一年中最炎热的季节，同时也是一个热闹非凡的季节，人们情绪因此高涨，户外活动也变得丰富起来。对于各企业事业单位来说，这正是把握市场的绝佳时期，作为中国高端媒体行业——凤凰汽车网西安站，为汽车经销商和消费者建立一个良好的互动平台，与西安新世纪百货协作，共同举办一场促销类车展。凤凰汽车网介绍：

众所周知，凤凰媒体以其客观公正的新闻资讯，强大的舆论公信力，享誉整个亚洲地区，其品牌价值257个亿，仅次于cctv凤凰网汽车已在全国大多数城市先后建立了30多个城市站。凤凰网汽车动态24小时连线全球车市，有国内最新上市的各款车型图片。凤凰网汽车西安站总部用ip定向覆盖陕西省，还可辐射到西北五省。

1 / 6

可以实现网上订车，购车，客户订单信息可直接推送至经销商后台 场地介绍：

西安新世界广场位居西安市繁华地段——北大街，其地处钟楼商圈辐射范围，人流量位居西安市首位，周边拥有各大高端卖场，如：新世界百货、世纪金花、民生百货、开元商城等，这里拥有西安市最完善最庞大的商业体系，集消费、娱乐、文化等于一身的综合商圈，其便利的交通更是得天独厚，北大街主干道连接着其他三条大街，不仅拥有多条公交线路，同时也有地铁直达这里。

二、活动目的1. 此次车展活动，也是顺应西安汽车经销商和消费者的要求，保证汽车行业的顺利发展，将各汽车经销商带入一个良好的市场环境中，为其争取更大利益。

2. 共享双方客户资源，提高经济效益，促进二次消费，提高车商的销售量。

三、活动主题

四、时间&地点

时间：7月12日、13日、14日

地点：西安市莲湖区北大街新世界百货广场

五、组织单位

主办单位：凤凰汽车网西安站

2 / 6

承办单位：西安曲江致胜经典策划传播有限公司 协办单位：
西安新世界百货有限公司

六、宣传方式

宣传媒体：凤凰汽车网西安站、新浪家居网西安站 宣传方式：

- 1、华商报2期广告；
- 2、地铁通道灯箱40块；
- 3、新世界百货大门4个包柱；
- 5、新世界百货顶上苹果显示屏展示；
- 6、凤凰网汽车前期新闻炒作（新闻稿、焦点图、动态flash□□
- 7、在新世界百货打出水牌、海报进行宣传；
- 8、周边社区张贴海报；
- 9、活动前一个星期网络宣传报道；
- 10、现场摄像、摄影记者实时跟踪记录；
- 11、活动后续网上报道。

七、活动推广方式

推进形式：活动推广期—“购车优惠卡”：6月1日—7月14日

有效日期：6月1日—8月31日

3 / 6

合推出的“购车优惠卡”回报消费者，持有此卡者在活动当天或有效期内购买汽车时，即可享受优惠。（注：部分参与此次推广活动的汽车品牌。）

获得方式□a.500元优惠卡：在推广活动有效期间在新世界购物

满1000即送500元优惠卡。

b.1000元优惠卡：在推广活动有效期间在新世界购

物满2000即送1000元优惠卡。

优惠形式：凡是持有以上两种优惠卡者，可以在车展现场当天购车或在有效期截止之前在店内购车，可以享受等价的优惠。

推广目的：为了提升新世界百货及各大参展车商的经济效益，本次通过采取“购车优惠卡”的形式，将新世界百货以及各大参展车商紧密联合。达成共享其中利益，将利益扩大化，促进消费者的二次消费。

八、现场活动内容及流程

8:00——10:00 现场进行布置，背景桁架、音响到位，主持

人、模特到场，参展车辆进场。

10:00——12:00 开幕式启动，由凤凰汽车网西安站领导讲话，以

及各单位代表讲话。

13:30——15:00 模特走秀，有奖问答，现场车型和优惠政策介绍

4 / 6

并由主持人带动进行一系列互动游戏吸引观众。

15:00——17:00 现场观众自行参观并选购心仪的汽车，并由销售

人员现场进行介绍并与沟通。

1) 活动现场搭建喷绘背景、桁架，音响等设施对活动进行展示宣传，增加活动现场的宣传效应，吸引更多消费者的关注。

2) 主持人现场宣读活动主题，参展经销商名称和参展品牌，各家销售代表上台对各自参展车型和优惠政策进行宣读，讲解。

3) 主持人邀请现场的客户参与互动小游戏，拉近与客户的距离，吸引客户关注度，丰富活动内容，并设置一定的小礼品作为对参与活动的观众的奖励。

4) 现场还将有精彩的模特走秀，展现香车美女的景象，以此为焦点，吸引现场消费者的眼光，丰富整体活动的规模和声势。

5) 现场宣读汽车优惠政策，进一步宣传汽车品牌，刺激消费，给消费者留下深刻印象，让消费者能集中选购汽车，树立品

牌形象。

6)用车知识讲解——各家参展经销商针对夏季季节特点，讲解如何保养、维护汽车。7)现场播放音乐烘托气氛。

5 / 6

九、展位费用及回报

展位费用：2000元/1天/1辆车

展期3天 商家回报：

2、广告宣传，建议汽车经销商，广告投放量根据市场变化相应调整。对所参展的品牌和经销商进行大力宣传。

备注：汽车参展商在活动之前应自行办理汽车临牌、临保等。

十、效果评估：

本次新世界车展，作为最有关注群体和消费能力的场所，在此基础上，将参展汽车品牌，零距离的贴近社会群众，全方位提升企业品牌的知名度和美誉度，提高消费者对参展汽车品牌的关注度。通过本次的多强度宣传推广，加强凤凰汽车网西安站与各参展品牌的合作关系，可增强参展汽车品牌在西安地区的影响力，拓宽汽车品牌的销售渠道，从而促进汽车品牌的全面销售。

凤凰汽车网西安站 2013年6月15日

6 / 6

车商假期工作计划篇八

开头语：

应对语一：（客户没有意见）好的，感谢*先生/小姐您对我们工作的支持，如果您的爱车需要保养、维修预约等，您可以直接和我联系，我将竭诚为您服务。应对语二：（客户有意见）好的，感谢*先生/小姐您提出的宝贵意见，我们会把您的意见反映到公司处理，并会在x日内反馈给您。

保险到期日前两个月：*先生/小姐您好，这里是东风日产售后服务小组，我是您的爱车粤b****的服务专员xxx☺很高兴为您服务。这边帮您查了一下，您的车目前共有*次违章，*月*日**地方违章，温馨提醒*先生/小姐您尽早去处理掉，以免产生滞纳金或耽误您的爱车年审。

应对语一：（客户答应）好的，*先生/小姐，稍后我会以短信的方式把报价及我的联系方式发到您手机上，您先了解下，我下午/明天上午☺ps☺和客户预约好下次联系的时间）再给您电话。

应对语二：（客户不需要）没关系的，*先生/小姐，您可以参考了解下，也许在看过后你会产生兴趣的。

结束语：非常感谢您的接听，祝您生活愉快！

常用险种语术

一、交强险

简要介绍：交强险的全称是机动车交通事故责任强制保险，是国家强制购买的，对车辆发生交通事故造成他人的人身伤亡、财产损失，由保险公司在责任限额内赔偿。没买此险种的车辆不许上路、上牌及年审。

二、车辆损失险

简要介绍：因意外事故或自然灾害而造成的车辆损坏

简要介绍：保险车辆在意外事故中造成第三方遭受人身伤亡或财产损失，应当由被保险人承担的经济赔偿责任，保险公司依照约定给予赔偿。推荐语术：（已经买了交强险就不用了）三者是作为交强险的重要补充的，因为一旦发生人身伤亡事故，交强险的赔偿限额是远远不够的，特别是本地的人伤赔偿标准又相对比较高，所以为解决您的后顾之忧，我建议您还是投保50万元的第三者责任险。

四、车上人员

简要介绍：车辆发生意外事故时，造成保险车队上人员的人身伤害，依法应由被保险人承担的经济赔偿责任，保险公司依照约定给予赔偿。

推荐语术：经常会有家人及朋友坐您的车吧？相信您也是非常爱他们的。所以，像您这样有责任心的人，购买这个险种也是对您自己、家人及朋友的一种保障。

五、不计免赔

简要介绍：经特别约定，保险事故发生后，按对应的投保险种，应由被保险人自行承担的免赔金额，保险公司负责赔偿。

推荐语术：我建议您还是投保此险种，因为各个险种都有一定比例的自负部分，投保此险种后，原本由您自己承担的那部分责任，就由保险公司为您承担。

六、玻璃单独破碎险

简要介绍：机动车挡风玻璃或车窗玻璃的单独破碎。

推荐语术：车辆在行驶过程中特别容易轧到石头造成石子飞溅，这种风险是您防范不到的，所以您只要购买了这个险种就不用担心了。

七、发动机特别损失险

简要介绍：车辆因涉水行驶或遭受暴雨、洪水等自然灾害后未经必要处理启动车辆而导致发动机的直接损坏。

推荐语术：广东是一个台风暴雨高发地区，经常会有台风侵袭造成暴雨、洪水或是路面积水，所以这种险种对您来说是有必要的。

异议处理：异议一：你们保费太贵了

异议三：上次的理赔很慢

曾经给您带去的不便，实在很抱歉。我相信今年这种情况不会出现了。因为人保今年推出了11项新理赔服务举措，比如三免两快、案件索赔超时补偿、人伤案件全额垫付医疗费等，这些服务都是其他保险公司都做不到的。而且如果您以后还有此方面的问题，可以直接联系我，我随时为您服务。

异议四：朋友在其他保险公司

那他应该给您很多不错的建议吧。这样，我给您发个报价，您把这个报价和您朋友的公司比较一下。说实话，您确定您朋友给的价格真的是最低吗？如果不是，您也不好意思讨价还价吧？如果是最低价，您应该也不忍心让朋友“一分钱不赚白干活”。在我这边投保的话，您就不用担忧这种事了，您可以花更少的钱享受到更多的服务。

异议五：我在你们当地分公司买一样的吧

那当然了，但是在我这里买可以不用劳烦您亲自跑一趟了，我们有专门的派送人员可以提供上门刷卡及送单服务。您现在住在哪里呢？您看，我们这边跟您核对一下相关信息。。。

异议六：险种保费太贵

您买保险是一天，享受服务却是一年。只需每天多花*元钱，这钱对您来说也就是少抽一根烟或是少吃一包零食，但您就可以多享受*万元的保障。

异议七：别的保险公司还送其他礼品

您购买保险本身的目的就是希望得到一份可靠的保障，而保险的保障则主要体现在理赔服务上。和那些小礼品相比，理赔服务是否周到更是重要得多，所以选择保险公司还是要选理赔服务优势强的公司。再说那些小礼品对您来说，估计也没什么太大的用处，拿回去用个一两次也就扔了。

结束语

成功：

应对：谢谢您□x先生/女士，您的保单资料已经登记好了。为了保障您的权益，我与您再核对一下信息，您保单登记的行驶证车主为xxx□被保险人xxx□身份证号码*****（被保险人）。您的车牌号为*****，初次登记是xxxx年xx月，车型是xxx□发动机号是***，车架号为***（等待客户确认）。好的，您今年投保了交强险，**元，商业险分别是***险种，商业险保费**元，共**元。您的保单是从xxxx年x月x号起保，温馨提醒您：根据保监会规定，交强险一旦出单就不得退保，且无法重复投保。您的送单地址是xxx□您的联系方式是xxxxxxx□我们24小时内将为您送投保单上门同时收取您的保费*****。麻烦您准备一下车辆的行驶证、被保险人身份证复印件，我们的送单人员到时向您收取。请您收到投保单后，

仔细审阅，务必核对资料是否正确、齐全。如果您在保单签收过程中，发现问题可拨打*****进行咨询或是直接和我联系。感谢您对我们车行的支持，祝您生活愉快，再见！

不成功：

客户：算了，我已经投保了/我不在你们这边投保（你们以后不要再打我的电话了！）。应对：

1、真的很遗憾您不能成为我们尊贵的客户, x先生/女士！如果您日后对保险方面有任何需求，欢迎您随时联系我，我很愿意为您提供服务！最后感谢您的接听，祝您生活愉快，再见！

2、如果经过多次疑异处理后客户任坚持不在人保投保的话术：很遗憾您不能成为我们尊贵的客户, x先生/女士！也许某些方面我们还不符合您的实际需要，不过在保险方面，如果有什么疑问，您可以随时联系我，我也很愿意为您提供服务！最后感谢您的接听，祝您生活愉快，再见！

3、真的很抱歉给您带来困扰，如果日后您对保险方面有任何需求，欢迎您随时联系我们！最后感谢您的接听，祝您生活愉快，再见！

注意事项：

1、如用户感兴趣. 询问用户今年想要投保的险种，或是按照用户车辆初次登记日期建议用户投保哪些险种，介绍人保的后续理赔服务优势，如现场报价后用户没有异议应及时促成。

2、如用户忙或是不感兴趣，可以跟用户说先暂且不打扰，稍后把报价发到其手机，过段时间再联系。

3、针对用户的异议一定要及时处理，处理不了或是不在自己

的权限处理范围内的，记下问题并承诺客户向领导请示，稍后再电话回复，千万不能不懂装懂或随便承诺。

(每次异议处理后一定要促成)