



开栏的话：每个销售员都有一肚子故事，每个故事都十分励志。从本月起，《平顶山晚报·车行天下》推出“加油，销售员”栏目，由本报记者采访在我市工作的汽车销售人员，请他们讲述工作和生活中的故事，由此让读者了解汽车销售行业 and 这个行业的从业者。

微车友·车讲堂第89期

## 国产车不需要高端机油

本报讯10月26日上午9点，平顶山日报传媒集团汽车工作室的“微车友·车讲堂”准时开讲。“我的车机油发黑，同事说该换机油了。请问机油发黑就要换吗？”“汽车机油的作用都有哪些？”“使用机油要注意什么？”……讲堂开始后，车友们围绕“机油的使用”提出了不少问题。平顶山上汽大通宝力达售后部主任张浩杰为车友进行了详细的讲解。

张浩杰说：“汽车机油相当于汽车发动机中的‘血液’，流动于发动机各部件之间，起到润滑作用，防止部件和部件之间严重磨损。另外还有润滑、清洁、冷却、密封、减磨等用途。但是在日常保养中，很多人对机油的使用知之甚少，甚至存在一定的误区，不仅会增加维护成本，还会对发动机造成损坏。”

国产车使用进口机油，发动机可能会在正常工作温度下因机油过稀导致油压偏低，达不到规定的工作压力，无法满足正常的润滑要求，使发动机的磨损加剧，降低发动机的使用寿命。

稀化机油变黑并不一定意味着变质。因为稀化机油中添加有洁净分散剂，使用时间长了的沉淀物会分散于机油当中，可能是由于机油具有清洁功能，杂质掺杂至发动机中造成的。

选用机油时，首先应按压缩比、排量等进行机油级别的选择；然后按照气温、负荷进行黏度级别选择。在选用机油质量时应宁高勿低。在选用机油黏度时，除温度条件外，应在保证发动机润滑与密封的条件下，尽量选用低黏度机油，以便节约燃料。

各种机油其基础油除黏度等级不同外，其余都是一样的，区别只是添加剂成分的品种和数量的不同。混合使用则会导致不应有的化学反应，导致油质的降低，进而损伤发动机的使用寿命。

机油过多会增加曲轴旋转阻力，增加发动机的油耗，降低发动机的功率。因此，建议加油时严格按照油尺的刻度进行。

要严格按照厂家所规定的里程数进行更换机油。汽车除在首保根据厂家的要求以外，一般在行驶3500-5000km时，就应该及时更换。还应注意机油滤芯也需要定期更换。

机油的黏度过大会增加机件的磨损，还会使油的循环速度变慢，影响机油的冷却和散热效果，使发动机温度升高。

高档车应根据其工作条件和技术指标选用相应质量的机油，并不一定要添加进口机油。

张浩杰说：“机油在汽车保养中起到了很重要的作用，并不只是润滑那么简单。车友多了解这些保养常识，能够在使用中避免误区，延长爱车的使用寿命。”

请各位车友注意，微车友群里有汽车工作室长期合作的4S店技术经理、汽修汽配商家，他们每周五上午9点在该微信群开设的“车辆知识讲堂”，针对车友提出的关于私家车的养护、维修、使用等过程中出现的问题给予专业解答，时间为30分钟，目的是为了车主更加合理、正确地使用爱车。车友也可以在群里分享讨论一些和汽车相关的话题，包括爱车故事、用车生活、所见所闻、所感所想等。专家的一个提醒和建议，车友的一次经验和提议，都可能让其他车友避免在用车过程中出现类似的问题。

(代桂平 娄刚)

# 师延涛：卖车时要有信心

□本报记者 娄刚

瑞亿现代4S店的销售主管师延涛今年28岁，10月25日接受记者采访时，坐姿端正的他虽然给人以不够放松的感觉，但同时也透出一股实在。他对记者说，他从小性格内向，谁也没想到长大后能做销售员，每天和陌生人打交道。

## 从卖电脑到卖汽车

师延涛出身于鲁山县张官营农家，2010年，他考上郑州一所大中专院校学习计算机。在校期间，为了给家里减轻负担，他到校内的通信营业厅勤工俭学，卖手机卡，每月能挣200多元钱。2013年毕业后，他在郑州市一家电脑城打工，钱虽然不多，但这份工作培养了他对销售的兴趣。他发现和人打交道能学到很多知识，把东西卖出去特别有成就感，他还记得第一次卖出去两台电脑时在同事面前自豪的样子。

2014年，师延涛回到平顶山，在市区建设路的电子时代广场打工，干不到一年，他觉得这个行业已经饱和，发展空间不大，就想转行。当时他还是想做销售，但一时找不准进哪个行业，正好这年他家里买了车，懂得了不少汽车知识，而且他的一个同学在瑞亿现代4S店干销售，于是经同学推荐，他也应聘到了瑞亿现代4S店。“来的时候店里问我卖没卖过车，我说没做过，他们对我有点没把握，说卖车不容易，那就试试吧。没想到一直做到现在。”

师延涛先做了4个月的实习生，每个月800元。“说实在的，差点坚持不下去，因为工资太低了，养不了家。到后期曾想着再卖不了车就撑不下去了，不光付不了房租，也对自己的能力产生了怀疑。”就在第三个月，他卖出了人生中的第一辆车。那是2015年夏天，他在店门口值班，看到一位中年女士骑着电动车从旁边的东环路蔬菜批发市场出来，车上带着菜，本来她已经要过马路了，但又调过头，来到店门前，问师延涛：“你们这儿有啥车？”师延涛就给她简单说了一下，中年女士说：“那我改天带着孩子来看看。”然后留下电话就走了。这个客户让师延涛有点琢磨不定。按老销售的眼光，买菜经过店里顺便问一下，购车



师延涛为客户推荐车 代桂平 摄

意向肯定不高。但是师延涛注意到她要过马路又调头的细节，说明是想买车。这么一犹豫，加上刚进店不熟悉业务，他竟然忘了接下来给这位女士回电话、发短信，按规定被店里扣了20元钱，他好心疼。到第三天，他给这位女士回了电话。本来以为希望不大，但这位女士真带着家人来了，跟师延涛谈了一个多小时就把车订下了。时隔多年，当师延涛已经成为一个优秀的销售员时，他总结到：“挑客户，总会有走眼的时候。”

## 耐心讲车，打动客户

转正后，师延涛一月一个台阶，销量节节上升，最多一个月卖掉18辆车，现在店里的月销售冠军他仍然占了一半。去年的一天，店里来了一个中年男子，这位男子没有明确的购车目标，从5万多元的车到10多万元的车，他都看。对这种购车意向不高的客户，师延涛没有慢待，他一直陪着这位客户看车，每看一款车，他都做详细的介绍，令客户很感动，说：“我

在别的地方看车，有些销售员爱答不理的，你就很有耐心。回头我领着家人再来看看，看好了就买。”当天，师延涛一直给这位客户讲了两个多小时，乃至错过了午饭时间。

可能是师延涛的耐心打动了客户，这位男子第二天就带着家人来到店里买了车。考虑到这位客户是普通工薪阶层，师延涛还给他做了三年零利息的分期付款。

不久前，店里来了一对父子客户，交谈中师延涛了解到，父子俩同时相中了两个品牌的车，如果不在瑞亿店里买，就到另一家4S店买。听到这个信息师延涛有点压力，但更多的是兴奋，“我当时就下决心要把这对客户拿下，因为现在的销售员都很厉害，如果他们到了别的销售员那儿，绝不会再回来。”于是他拿出了最好的状态给客户讲车，从动力到空间再到外观，各种数据信手拈来，最终令这对父子客户信服，在他那儿买了车。“其实10来万元的车都有自己的优点，咱不会无中生有，但我要把自家的车的优点全部抛出来，说服他们。这时候销售

员一定要有底气，有自信。”

## “狡猾”的客户也是好客户

有一次，一位鲁山老乡找师延涛买车，在和他谈的时候，这位老乡也在鲁山当地看了同款车，几经博弈，老乡后来以略低的价格在鲁山买了车。这件事让师延涛有些沮丧，他说：“其实同一款车，我很清楚底价，如果他低于这个价格拿到车，那他肯定在其他地方吃了亏。我是想着老乡，所以他来找我，我给他的方案是对他最划算的，最后他可能只考虑了价格，而没有考虑在其他方面的支出。”

还有一次，一位叶县的客户到师延涛那儿看车，这位客户也是生意人，很善于讨价还价。在师延涛那儿看过车不久便打来电话说，他正在许昌看车，同一款车在许昌便宜3000元。如果师延涛也能给他便宜到这个价位，他就马上赶回来买车。因为对这一地区的价格很清楚，师延涛一听就知道是假的，就对这位客户说：“如果真是能便宜3000元，那你就在许昌买吧。如果便宜得不多，建议你还是在本地买。因为去许昌买车你得跑几趟吧，费用也快1000元了，再说后期维修、保养等你还得在本地做，算下来还是在本地划算。”经过考虑，这位客户决定在平顶山买车。在做旧车评估的时候，4S店给这位客户的旧车估价8000元。客户当时就提出：“我这车况这么好，你们出1.5万元就放这儿了。”师延涛没答应，这位客户于是称“开回家，1.5万元卖给伙计”，双方没有达成交易。第二天，师延涛打电话询问他旧车是否卖掉，客户说：“太忙，顾不上，不行1.2万元卖给你们算了。”一来二去，评估师最后又给这辆车加了1000元钱才算成交。“这是我最难搞定的一位客户，让我特别有成就感。”

虽然这位客户给师延涛留下了“能忽悠”的印象，但随后发生的事又让他对这位客户有了好感。原来，在办理保险手续时，他不小心把保险办到了另外一辆车上。当他告诉客户时，客户毫不介意，愿意配合店方变更手续。“变更手续非常麻烦，这位客户要再买一次才能把原来错买的给退了，等于他垫了一段时间的钱，但他一点没计较。”

## 平顶山岭洋WEY品牌旗舰店正式开业

□记者 娄刚/文 李英平/图

本报讯10月28日，位于市区建设路东段的平顶山地区首家WEY品牌旗舰店举行了盛大的开业典礼暨限时签购会(如图)。投入使用后，该店将为客户提供专家资讯、卖点可视化、贵宾接待、专属试驾、专家检测、精致洗车等20多项服务。

WEY品牌旗舰店由平顶山岭洋汽车销售有限公司投资千万元建成，是河南省首家WEY品牌旗舰店，为WEY品牌客户提供顶级的豪华服务，是WEY品牌发力中原市场的重要布局。该店位于高速收费站西1公里路北，占地面积8500m<sup>2</sup>。

平顶山岭洋WEY总经理袁少青表示：“作为平顶山市实现运营

的WEY品牌旗舰店，我们将严格按照WEY品牌豪华标准装饰设计，主打轻奢风格，从建筑外观、展厅内部、细节品位三个方面，打造可全面调动客户视、听、触、味、嗅五觉的尊享体验空间。置身其中，客户可直观感受来自中国豪华汽车品牌所具有的品牌底蕴以及对客户发自内心的尊重。”

目前为止，WEY旗下的产品矩阵包括VV7、VV5、VV6、P8四款量产车型，凭借“安全”与“豪华”两大品牌基因，赢得了不断攀升的客户口碑，成为细分市场的佼佼者。WEY成功打破了合资垄断的价格壁垒，首次让中国品牌在15-20万元价格区间确立了优势地位，WEY“中国最豪华、最安全SUV”的品牌印记正在形成，也赢得了众多实力经销商的青睐。



据介绍，WEY旗舰店除了在硬件设施方面尽显轻奢之风外，还以“中式豪华”为理念，为客户提供专属的尊享体验。在销售服务上，

WEY品牌遵循客户透明消费的理念，推行以“阳光WEY你”为主题的诚信经营，包括不高报价、不强捆绑销售。★