

**Retail is Detail 零售细节致胜**



**VGIC Branch 2015年第二季度经销商标准检查终版成绩报告-DSA**

**洛阳中豫商丘**

经销商总体与各环节	环节得分	权重	成绩	全国平均 环节得分	与全国平 均分对比	区域平均 环节得分	与区域平 均分对比	全国排名	区域内排 名	上期经销 商得分	与上期得 分对比
展厅硬件设施	74.3	35.0%	26.0	84.6	-10.4	-	-	NA	-	-	-
展车/试乘试驾车	33.3	20.0%	6.7	60.4	-27.1	-	-	NA	-	-	-
经销商人员形象	46.7	15.0%	7.0	81.7	-35.0	-	-	NA	-	-	-
经销商人员培训	50.0	10.0%	5.0	59.4	-9.4	-	-	NA	-	-	-
流程管理	17.6	20.0%	3.5	54.1	-36.4	-	-	NA	-	-	-
Q2经销商DSA评分卡得分	-	100.0%	48.2	-	-	-	-	-	-	-	-
Q2经销商DSA总分	-	-	48.2	70.7	-22.5	-	-	-	-	-	-

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
第一部分 展厅硬件设施 展厅外部10%，内部20%，共35%						
展厅外部维护	1	落地玻璃窗	2	落地透明玻璃窗无破损、积尘污浊	2	
	2	店外宣传物料	5	店外悬挂的旗帜、刀旗、宣传画等，无污渍、破损、褪色	5	
	3	经销商铭牌（门头）	5	1. 展厅门头符合厂家CI标准，干净整洁无水渍、污渍，字体无剥落、破损 2. 门头及门头周边不得悬挂任何宣传物料 3. 展厅外部无不符合CI标准的建筑，不得额外搭建任何非CI标准的建筑物	3	展厅门头有污渍
	4	标示牌/停车区	3	1. 顾客停车区不可停放商品车、试驾车及公务车等经销商自有车辆，并有清晰的停车线及指示牌 2. 试乘试驾停车区不可停放除试乘试驾车以外任何车辆 3. 外部区域地面上无油渍、纸屑、积水、烟头、等垃圾 4. 入口处有标示明确的营业时间、销售和服务热线电话，无错字和文字剥落 5. 标示牌（包括指示标识牌和区域标示牌），无破损、积尘、污渍、不得遮挡	3	

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展厅内部维护	5	展厅内部宣传物料/龙门架挂图	3	展厅内所摆放、悬挂的宣传物料，如易拉宝、X展架等，及龙门架的挂图应保持干净、平整、无破损、无褪色	3	
	6	墙面/地面/绿植	5	1. 墙面白色，无明显破损和面积污渍 2. 展厅地板脚印、灰尘、水渍即时处理，随时保持地面清洁 3. 展厅绿植叶面无积尘，植物保持长青，绿植盆栽无枯叶、纸屑、烟头等杂物	3	绿植叶面有积尘
	7	车辆展示区/客户洽谈区/售前客休区/VIP室/区域标识牌	4	1. 展厅内客户可见范围内电器连接线缆应该走暗线或有专门线槽 2. 售前顾客休息区的家具干净、整洁，无破损 3. 展厅内桌面和座椅随时保持清洁状态，顾客离开后，有专人进行及时清洁（如：桌面、烟灰缸、茶杯、食品饮料包装、纸屑等）无人使用时座椅归位 4. VIP洽谈室有标牌且室内电视及DVD等视听设备处于正常使用状态 5. 各区域有明显标识牌可以引导顾客到洗手间、休息室、服务区，且标识牌无破损、无字体脱落	2	VIP室无播放设备
	8	卫生间	2	1. 洗手池、台面及化妆镜干净无污渍破损，洗手台有鲜花装饰 2. 洗手间配备烘干器或擦手纸，卫生纸 3. 卫生间内门锁、水龙头及抽水水箱均处于良好的使用状态 4. 卫生间内照明充足，干净整洁 5. 卫生间内的各种清洁用品未出现在客户视线范围内 6. 有详细的卫生间清洁书面记录，至少每1小时打扫一次	0	没有烘干器/擦手纸 卫生间内能看到清洁用品 卫生间内没有清洁书面记录
	9	茶水饮料/食品	2	1. 提供至少两热、两冷饮料，有包装的饮料要有吸管提供给客户使用，使用瓷质咖啡杯盛放咖啡，玻璃杯盛装冷饮，不得使用纸杯 2. 玻璃杯可以盛装热茶 3. 瓷杯不能盛装冷饮 4. 提供独立包装食品且食品提供给客户要有专门的餐盘和容器。无过期食品	1	缺少两冷饮料

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
	10	精品附件展示区域	4	1. 售前，售后，预检工位及新车交车区的精品展示区内，不得展示各种仿冒精品 2. 精品陈列区域内陈列橱窗及陈列家具干净整洁，无手印，积尘、污渍、虫渍、破损,展示品必须拆封	4	
展厅硬件设施总体环节得分					74.3	

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
第二部分 展车/试驾车 20%						
展车（现场随机检查3台展车，其中包括一台辉腾）	11	展车外部保持干净整洁（包括辉腾）	4	1. 车身及玻璃内外光亮、没有灰尘、水印或指印 2. 发动机舱内干净、整洁，发动机Logo上无保护膜 3. 轮胎没有污渍，表面光亮、漆黑；轮胎花纹内不能夹带石子或其他杂物；轮拱干净，无泥沙、积尘 4. 轮毂崭新、光洁，且大众Logo竖直水平朝上 5. 展车前后安装统一的车型名牌，整洁、平整、水平、无褪色或掉漆，无遮挡、覆盖	0	发动机舱Logo上有保护膜 轮毂有泥沙 轮毂Logo没有水平朝上
	12	展车内部保持干净整洁（包括辉腾）	4	1. 展车内部无积尘、污渍；方向盘、仪表台无保护膜 2. 展车储物空间干净且内无任何无关物品；后备箱整洁，无杂物	4	
	13	展车功能设置符合厂家要求（包括辉腾）	4	1. 展车内时钟保持与当地标准时间一致；展厅内各展车的时间调整一致 2. 只要车型配备允许，将当地常用广播电台存为快捷键，以便迅速为顾客展示喜欢的电台；所有展车的存储序列一致，便于记忆 3. 电瓶电力充足，禁止在营业时间内对展车充电（可以使用地插等不外露式的充电） 4. 前排座椅调至最低位置，前排座椅靠背与B柱平齐，安全带缩进到位，所有头枕处于同一高度 5. 方向盘回正，使Logo水平朝上 6. 展车天窗处于上翘状态（无天窗车型除外） 7. 每辆展车须配置技术参数牌 8. 展车所有车窗须完全升起，并处于非锁死状态 9. 展车不能装配各种仿冒产品	0	展车时钟与当地标准时间不一致 各展车电台存储序列不一致 展车所有头枕未处于同一高度

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
试乘试驾 （现场随机 检查2台试 乘试驾）	14	试乘试驾车内保持干净整洁	4	1. 试乘试驾车身、玻璃干净、光亮、无污渍、无积尘、无水渍 2. 试乘试驾内部无任何保护膜 3. 车内储物盒、后备箱：整洁，无杂物；毡垫、备胎及其他标配工具摆放整齐、固定到位；配备有事故警告三角板 （不对刚完成试乘试驾返回的车辆进行检查）	NA	无试驾
	15	试乘试驾功能设置符合厂家要求	4	1. 车辆配置、功能均能正常工作，尤其是安全性配置，如：指示灯、雨刮器（玻璃清洗液充足）、车灯、刹车、可调节车镜、可调节座椅、天窗、电动车窗等 2. 油箱不少于半箱油 3. 将当地常用广播电台存为快捷键，以便迅速为顾客展示喜欢的电台。所有车的存储序列一致，便于记忆。 4. 车内时钟保持与当地标准时间一致 5. 安全带应当正确地缩进到位，处于平整状态 6. 方向盘回正，且位置处于初始状态 （不对刚完成试乘试驾返回的车辆进行检查） 7. 试乘试驾不能装配各种仿冒产品	NA	无试驾
展车/试驾总体环节得分					33.3	

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
第三部分 经销商人员形象 15%						
销售团队形象/穿着	16	销售团队形象/穿着	15	1. 销售团队衣着颜色、款式须统一，包括西装、衬衣；男士领带，女士丝巾的颜色、系法统一，条纹方向一致 2. 销售团队随时配戴统一的工牌，且工牌上需包含姓名、职务，统一佩戴左侧，衬衣口袋或西服口袋上方	7	销售团队右一人员未按要求佩戴工牌
经销商人员形象总体环节得分					46.7	
第四部分 经销商人员培训 10%						
培训	17	销售顾问认证符合厂家培训政策	10	在岗时间大于等于12个月的销售顾问IBT认证率须达到100%，同时所有销售顾问的IBT认证率须达到：第一季度60%，第二季度70%，第三、第四季度80%（以VGIC经销商人事管理团队数据为准）	5	所有销售顾问的IBT认证率不足70%
经销商人员培训总体环节得分					50.0	
第五部分 流程管理 合计20%						
成交客户管理	18	有专人负责成交客户的满意度调研	1	提供负责人名单包括：岗位描述、组织架构图、聘用合同，书面的工作流程，客户回访工作记录	1	
	19	经销商是否在新车交付3天内联系客户？ 经销商是否在新车交付7-15 天内联系客户？	1	检查经销商的客户回访工作记录	NA	本季度无成交客户
	20	经销商是否在新车交付的90到100天内再次联系客户？	1	检查经销商的客户回访工作记录表单	0	没有做90天客户回访
	21	经销商定期通过对顾客满意度分析，来制定满意度改进提升计划	1	检查经销商管理层例会是否有客户满意度分析的议题，是否针对客户满意度做了分析并找到需要提升的环节，是否针对分析结果制定相应的行动计划	NA	本季度无成交客户
	22	经销商有新车交车面访，且需介绍售后服务顾问	1	检查经销商交车面访表及交车文档	NA	本季度无成交客户
销售线索管理	23	展厅来店登记表	3	展厅来店登记表中客户初步信息填写完整、准确	0	无客户是否试驾项
	24	展厅来电登记表	3	展厅来电登记表中客户初步信息填写完整、准确	0	来电登记表缺失客户所在地邀约来店情况
	25	客户信息卡	4	客户信息卡建卡及时，信息填写完整、准确	2	没有建立客户信息卡



考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
试乘试驾车 文档管理	26	每辆试驾车具有试乘试驾记录	1	记录销售人员或试驾专员姓名，客户姓名 每次试驾的出发时间和里程数，以及结束时间和里程数，里程数应该连续记录（允许少数特殊原因造成的不连续）	0	无试驾车
	27	经销商复印客户的有效机动车驾驶证，试驾客户签署试乘试驾协议	1	根据《试驾车使用情况记录表》上客户姓名，随机选择3条信息检查《试乘试驾协议》，检查客户姓名、试驾日期和驾驶证复印件是否一致	0	无试驾车
	28	销售顾问是否询问客户试驾效果，并在7天内就试乘试驾效果对客户进行了跟进	1	根据《试驾车使用情况记录表》上客户姓名，关联检查《试乘试驾反馈表》和销售顾问工作记录	0	无试驾车
	29	经销商具备试乘试驾管理制度 试乘试驾安全保障机制	1	1. 现场提供由总经理签字盖章的《试乘试驾车管理制度》书面文档，文档内容包括试乘试驾车使用范围，试乘试驾车管理规定，试乘试驾车维护，试乘试驾流程；现场访问销售经理（请经销商先提供《试乘试驾车管理制度》文档，再进行访谈） 2. 试乘试驾安全保障制度完善，有安全保障机制文件（保险），相关责任人清楚保障措施和事故处理流程	0	无试驾车
	30	定期统计分析试乘试驾相关数据（试乘试驾率、试乘试驾成交率）	1	经销商应定期统计分析试乘试驾率和试乘试驾成交率数据，评估员现场检查工作记录并访问销售经理（试乘试驾率=试乘试驾客户数/有效留档客户数；试乘试驾成交率=试乘试驾成交数/试乘试驾数）	0	无试驾车
流程管理总体环节得分					17.6	
DSA总分					48.2	

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展厅外部维护	3	经销商铭牌（门头）	5	1. 展厅门头符合厂家CI标准，干净整洁无水渍、污渍，字体无剥落、破损 2. 门头及门头周边不得悬挂任何宣传物料 3. 展厅外部无不符合CI标准的建筑，不得额外搭建任何非CI标准的建筑物	3	展厅门头有污渍



考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展厅内部维护	6	墙面/地面/绿植	5	1. 墙面白色，无明显破损和面积污迹 2. 展厅地板脚印、灰尘、水渍即时处理，随时保持地面清洁 3. 展厅绿植叶面无积尘，植物保持长青，绿植盆栽无枯叶、纸屑、烟头等杂物	3	绿植叶面有积尘





考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展厅内部维护	7	车辆展示区/客户洽谈区/售前客休区/VIP室/区域标识牌	4	1. 展厅内客户可见范围内电器连接线缆应该走暗线或有专门线槽 2. 售前顾客休息区的家具干净、整洁，无破损 3. 展厅内桌面和座椅随时保持清洁状态，顾客离开后，有专人进行及时清洁（如：桌面、烟灰缸、茶杯、食品饮料包装、纸屑等）无人使用时座椅归位 4. VIP洽谈室有标牌且室内电视及DVD等视听设备处于正常使用状态 5. 各区域有明显标识牌可以引导顾客到洗手间、休息室、服务区，且标识牌无破损、无字体脱落	2	VIP室无播放设备



考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展厅内部维护	8	卫生间	2	1. 洗手池、台面及化妆镜干净无污渍破损，洗手台有鲜花装饰 2. 洗手间配备烘干器或擦手纸，卫生纸 3. 卫生间内门锁、水龙头及抽水水箱均处于良好的使用状态 4. 卫生间内照明充足，干净整洁 5. 卫生间内的各种清洁用品未出现在客户视线范围内 6. 有详细的卫生间清洁书面记录，至少每1小时打扫一次	0	没有烘干器/擦手纸 卫生间内能看到清洁用品 卫生间内没有清洁书面记录



考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展厅内部维护	8（接上页）	卫生间	2	1. 洗手池、台面及化妆镜干净无污渍破损，洗手台有鲜花装饰 2. 洗手间配备烘干器或擦手纸，卫生纸 3. 卫生间内门锁、水龙头及抽水水箱均处于良好的使用状态 4. 卫生间内照明充足，干净整洁 5. 卫生间内的各种清洁用品未出现在客户视线范围内 6. 有详细的卫生间清洁书面记录，至少每1小时打扫一次	0	没有烘干器/擦手纸 卫生间内能看到清洁用品 卫生间内没有清洁书面记录



考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展厅内部维护	9	茶水饮料/食品	2	1. 提供至少两热、两冷饮料，有包装的饮料要有吸管提供给客户使用，使用瓷质咖啡杯盛放咖啡，玻璃杯盛装冷饮，不得使用纸杯 2. 玻璃杯可以盛装热茶 3. 瓷杯不能盛装冷饮 4. 提供独立包装食品且食品提供给客户要有专门的餐盘和容器。无过期食品	1	缺少两冷饮料





考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展车（现场随机检查3台展车，其中包括一台辉腾）	11	展车外部保持干净整洁（包括辉腾）	4	1. 车身及玻璃内外光亮、没有灰尘、水印或指印 2. 发动机舱内干净、整洁，发动机Logo上无保护膜 3. 轮胎没有污渍，表面光亮、漆黑；轮胎花纹内不能夹带石子或其他杂物；轮拱干净，无泥沙、积尘 4. 轮毂崭新、光洁，且大众Logo竖直水平朝上 5. 展车前后安装统一的车型名牌，整洁、平整、水平、无褪色或掉漆，无遮挡、覆盖	0	发动机舱Logo上有保护膜 轮毂有泥沙 轮毂Logo没有水平朝上





考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展车（现场随机检查3台展车，其中包括一台辉腾）	11（接上页）	展车外部保持干净整洁（包括辉腾）	4	1. 车身及玻璃内外光亮、没有灰尘、水印或指印 2. 发动机舱内干净、整洁，发动机Logo上无保护膜 3. 轮胎没有污渍，表面光亮、漆黑；轮胎花纹内不能夹带石子或其他杂物；轮拱干净，无泥沙、积尘 4. 轮毂崭新、光洁，且大众Logo竖直水平朝上 5. 展车前后安装统一的车型名牌，整洁、平整、水平、无褪色或掉漆，无遮挡、覆盖	0	发动机舱Logo上有保护膜 轮毂有泥沙 轮毂Logo没有水平朝上



考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展车（现场随机检查3台展车，其中包括一台辉腾）	13	展车功能设置符合厂家要求（包括辉腾）	4	1. 展车内时钟保持与当地标准时间一致；展厅内各展车的时间调整一致 2. 只要车型配备允许，将当地常用广播电台存为快捷键，以便迅速为顾客展示喜欢的电台；所有展车的存储序列一致，便于记忆 3. 电瓶电力充足，禁止在营业时间内对展车充电（可以使用地插等不外露式的充电） 4. 前排座椅调至最低位置，前排座椅靠背与B柱平齐，安全带缩进到位，所有头枕处于同一高度 5. 方向盘回正，使Logo水平朝上 6. 展车天窗处于上翘状态（无天窗车型除外） 7. 每辆展车须配置技术参数牌 8. 展车所有车窗须完全升起，并处于非锁死状态 9. 展车不能装配各种仿冒产品	0	展车时钟与当地标准时间不一致 各展车电台存储序列不一致 展车所有头枕未处于同一高度



考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
展车（现场随机检查3台展车，其中包括一台辉腾）	13（接上页）	展车功能设置符合厂家要求（包括辉腾）	4	1. 展车内时钟保持与当地标准时间一致；展厅内各展车的时间调整一致 2. 只要车型配备允许，将当地常用广播电台存为快捷键，以便迅速为顾客展示喜欢的电台；所有展车的存储序列一致，便于记忆 3. 电瓶电力充足，禁止在营业时间内对展车充电（可以使用地插等不外露式的充电） 4. 前排座椅调至最低位置，前排座椅靠背与B柱平齐，安全带缩进到位，所有头枕处于同一高度 5. 方向盘回正，使Logo水平朝上 6. 展车天窗处于上翘状态（无天窗车型除外） 7. 每辆展车须配置技术参数牌 8. 展车所有车窗须完全升起，并处于非锁死状态 9. 展车不能装配各种仿冒产品	0	展车时钟与当地标准时间不一致 各展车电台存储序列不一致 展车所有头枕未处于同一高度

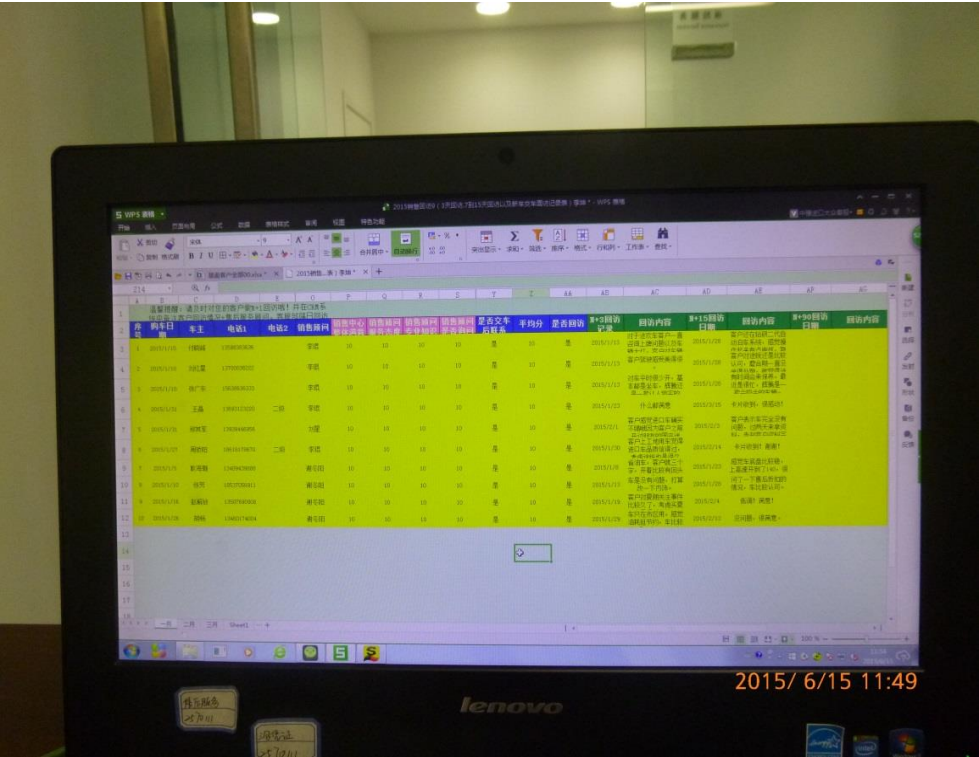




考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
销售团队形象/穿着	16	销售团队形象/穿着	15	1. 销售团队衣着颜色、款式须统一，包括西装、衬衣；男士领带，女士丝巾的颜色、系法统一，条纹方向一致 2. 销售团队随时配戴统一的工牌，且工牌上需包含姓名、职务，统一佩戴左侧，衬衣口袋或西服口袋上方	7	销售团队右一人员未按要求佩戴工牌



考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
成交客户管理	20	经销商是否在新车交付的90到100天内再次联系客户？	1	检查经销商的客户回访工作记录表单	0	没有做90天客户回访





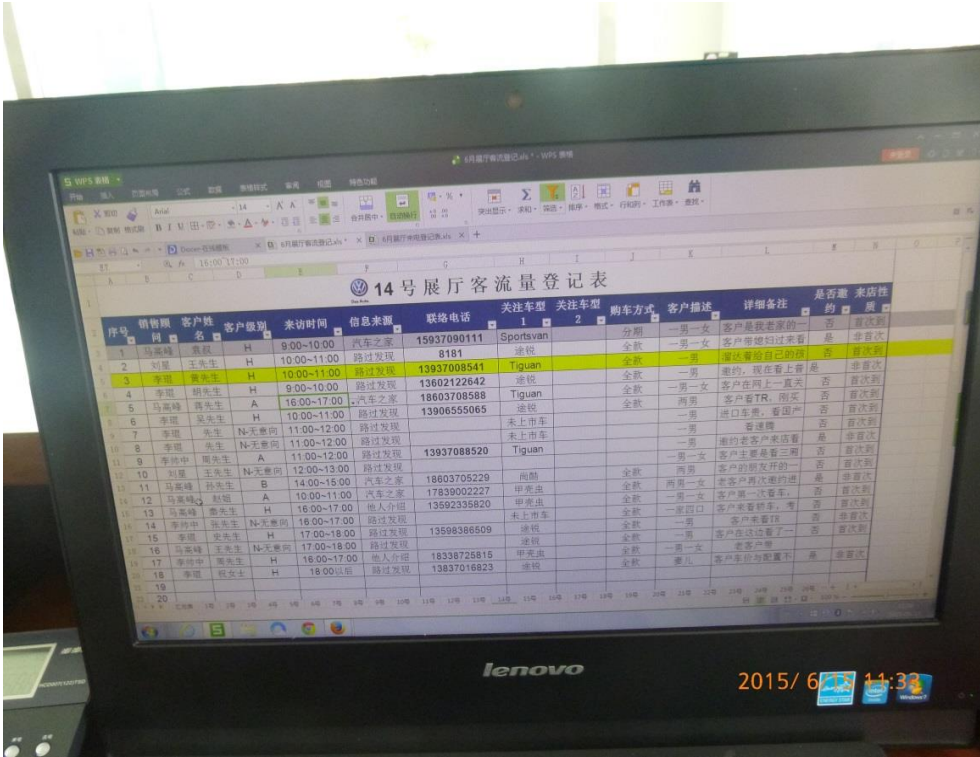
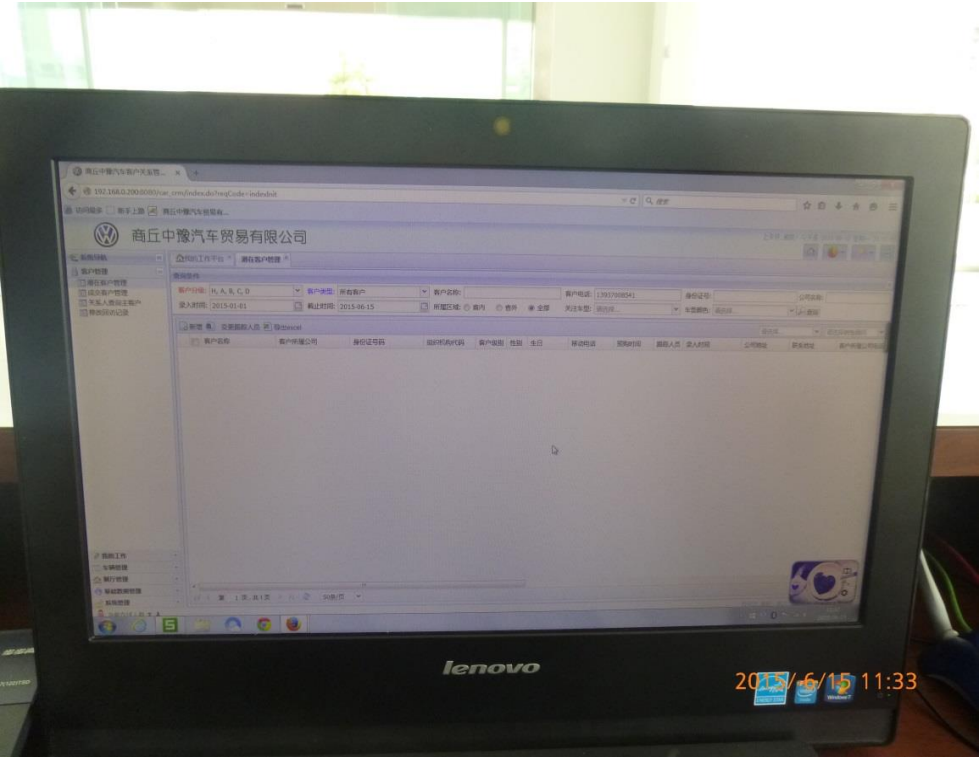
热线电话统计 (查询信息来源)

序号	日期	来电时间	姓名	电话	车型	来源	销售顾问	备注
1	6月2日	10:00	王先生	18303188351	迈特威	易车网	李博中	天津源顺销售咨询我们进口大众金系车型。
2	6月1日	24:00	李博成	18357062299	迈特威	广播	刘景	客户主要是想了解宝马X5到店。
3	6月5日	10:15	刘先生	18039160876	迈特威	广播	刘景	主要是考虑购车！现在需要订下两辆车！
4	6月5日	10:27	田先生	15937007977	A7	广播	刘景	客户在广播上听到的信息主要是奔驰C级车！周六周日来店！
5	6月5日	16:30	李先生	15623152345	迈特威	广播	刘景	来电主要是咨询迈特威，问了迈特威的价格，其他的没有询问，来店的就挂了电话。
6	6月15日	10:50	史先生	18937089966	TR-TH	广播		客户很久前咨询过，如今已忘记，明天下午考虑过来看车。

2015/6/15 11:30



考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
销售线索管理	25	客户信息卡	4	客户信息卡建卡及时，信息填写完整、准确	2	没有建立客户信息卡





考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
试乘试驾 文档管理	26	每辆试驾车具有试乘试驾记录	1	记录销售人员或试驾专员姓名，客户姓名 每次试驾的出发时间和里程数，以及结束时间和里程数，里程数应该连续记录（允许少数特殊原因造成的不连续）	0	无试驾车

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
试乘试驾车辆文档管理	27	经销商复印客户的有效机动车驾驶证，试驾客户签署试乘试驾协议	1	根据《试驾车使用情况记录表》上客户姓名，随机选择3条信息检查《试乘试驾协议》，检查客户姓名、试驾日期和驾驶证复印件是否一致	0	无试驾车

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
试乘试驾 文档管理	28	销售顾问是否询问客户试驾效果，并在7天内就试乘试驾效果对客户进行了跟进	1	根据《试驾车使用情况记录表》上客户姓名，关联检查《试乘试驾反馈表》和销售顾问工作记录	0	无试驾车

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
试乘试驾 文档管理	29	经销商具备试乘试驾管理制度 试乘试驾安全保障机制	1	1. 现场提供由总经理签字盖章的《试乘试驾车管理制度》书面文档，文档内容包括试乘试驾车使用范围，试乘试驾车管理规定，试乘试驾车维护，试乘试驾流程；现场访问销售经理（请经销商先提供《试乘试驾车管理制度》文档，再进行访谈） 2. 试乘试驾安全保障制度完善，有安全保障机制文件（保险），相关责任人清楚保障措施和事故处理流程	0	无试驾车

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分，不作负分累加，适用所有评分项						
试乘试驾 文档管理	30	定期统计分析试乘试驾相关数据（试乘试驾率、试乘试驾成交率）	1	经销商应定期统计分析试乘试驾率和试乘试驾成交率数据，评估员现场检查 工作记录并访问销售经理（试乘试驾率=试乘试驾客户数/有效留档 客户数；试乘试驾成交率=试乘试驾成交数/试乘试驾数）	0	无试驾车

销售顾问人数（截至2015年5月31日在岗满一年）		通过IBT的销售顾问人数（截至2015年5月31日在岗满一年）		在岗12个月及以上销售顾问IBT认证率（截至2015年5月31日在岗满一年）		所有销售顾问人数	通过IBT 销售顾问人数	所有销售顾问IBT 通过率
无SC		0		—		3	0	0%
销售顾问认证符合厂家培训政策	在岗时间大于等于12个月的销售顾问IBT认证率须达到100%,同时所有销售顾问的IBT认证率须达到:第一季度60%，第二季度70%，第三、第四季度80%（以VGIC经销商人事管理团队数据为准）					根据VGIC培训记录，每季度末对在岗12个月及以上销售顾问的IBT认证率及所有销售顾问的IBT认证率进行考核，如该季度两个认证率均未达标，则该项扣6分；如两个认证率仅有一项达标，则该项扣3分 IBT认证率计算方法说明： （1）在岗12个月及以上销售顾问的IBT认证率=到本季度末工作年限满12个月且获得IBT认证的销售顾问人数/到本季度末工作年限满12个月的销售顾问人数 （2）所有销售顾问的IBT认证率= 到本季度末所有通过IBT的销售顾问人数/到本季度末所有销售顾问人数  (通过IBT认证，即是要完成模块一和模块二的培训，及在线21门课的测试) 注：该项依据经销商大众进口汽车质量销售报告提报的人员信息为准进行核查：Q1以2月份数据为准，Q2 以5月份数据为准，Q3以8月份数据为准，Q4以11月份数据为准		
姓名	身份证号	岗位	上岗时间	截至2015年5月31日满一年	截至2015年12月31日满一年	IBT是否通过		
李帅中	411423198910115051	销售顾问	2015-04-01	N	N	未通过（未报名模块一未报名模块二）		
刘星	411403198906276615	销售顾问	2015-04-01	N	N	未通过（未报名模块一未报名模块二）		
马高峰	411422198810176010	销售顾问	2015-04-01	N	N	未通过（未报名模块一未报名模块二）		

车型	VEL	实际配备	配备率	VIN码	行驶证日期
	必选				
Beetle	1				
Scirocco GP	1				
总计	1	0	0.0%		

配备率=实际配备/必选；实际配备=必选+可选+政策外车型

感谢阅读