

VGIC VEL 2015年第三季度经销商标准检查终版成绩报告-DSA

天津尊享荟

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	100.0	45.0%	45.0	87.0	13.0	-	-	1	1	95.6	4.4
展车/试乘试驾车	100.0	20.0%	20.0	64.3	35.7	-	-	1	-	100.0	0.0
经销商人员形象	100.0	15.0%	15.0	76.8	23.2	-	-	1	-	100.0	0.0
流程管理	50.0	20.0%	10.0	46.4	3.6	-	-	12	-	50.0	0.0
Q3经销商DSA评分卡得分	-	100.0%	90.0	-	-	-	-	-	-	-	-
Q3经销商DSA总分	-		90.0	72.8	17.2	-	•	2	•	88.0	2.0

考核内容		评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得	身分为 專	零分,不作负分累加,适用所有评分	项		IA YI	1177 水四
第一部分	展厅	硬件设施 共45%				
	1	落地玻璃窗	2	落地透明玻璃窗无破损、积尘污浊	2	
展厅外部 维护	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	NA	店外没有宣传物料
	3	经销商铭牌(门头)	8	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	8	
	4	标示牌/停车区	5	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,垃圾等 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	5	
	5	展厅内部宣传物料	5	展厅内所摆放、悬挂的宣传物料,如易拉宝、X展架等,应保持干净、 平整、无破损、无褪色	5	
展厅内部 维护	6	墙面/地面/绿植	3	1. 墙面白色,无明显破损和大面积污迹 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	

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	身分为 零	₹分,不作负分累加,适用所有评分 ************************************	项		JA YI	1177 灰色
	7	车辆展示区/客户洽谈区/售前客休区 /VIP室/区域标识牌	3	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	3	
展厅内部 维护	8	卫生间	3	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. 卫生间内保持照明充足、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	3	
SE D	9	茶水饮料/食品	3	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	3	
	10	精品附件展示区域	3	1.售前,售后,预检工位及新车交车区的精品展示区内,不得展示各种仿冒产品 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	3	
	11	RTT品牌定制器		1. 尊享荟中须有RTT品牌显示设备,且能提供证明文档 2. 显示设备处于正常使用状态,且在营业时间内开启	5	
展厅硬件设施	施总体理	环节得分				100.0

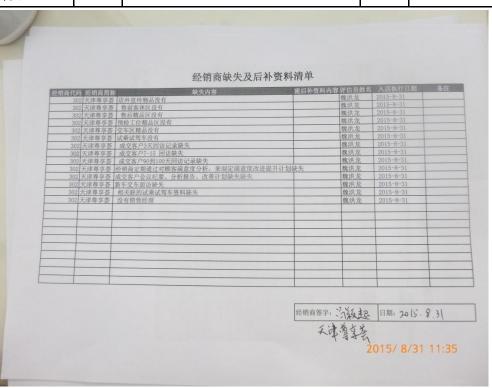
考核内容		评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
		₹分,不作负分累加,适用所有评 分	〕 项		14.31	1177次四
第二部分	展车	/试驾车 20%				
	12	展车外部保持干净整洁	4	1. 车身及玻璃内外光亮、没有灰尘、水印或指印 2. 发动机舱内干净、整洁,发动机Logo上无保护膜 3. 轮胎没有污渍,表面光亮、漆黑;轮胎花纹内不能夹带石子或其他杂物;轮拱干净,无泥沙、积尘 4. 轮毂崭新、光洁,且大众Logo竖直水平朝上 5. 展车前后安装统一的车型名牌,整洁、平整、水平、无褪色、掉漆,无遮挡、覆盖	4	
展车(现	13	展车内部保持干净整洁	4	1. 展车内部无积尘、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	
场33年包辉的人,在1980年,19	14	展车功能设置符合厂家要求	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		

考核内容		评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因	
每项最少得	身分为 零	₹分,不作负分累加,适用所有评 分	顶		10.55	1175 MM	
	15	试乘试驾车内外保持干净整洁	4	1. 试乘试驾车车身、玻璃干净、光亮、无污渍、无积尘、无水渍 2. 试乘试驾车内部无任何保护膜 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)		无试驾车	
试乘试驾车(现场查2台试车)	16	试乘试驾车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. 试乘试驾车不能装配各种仿冒产品	NA	无试驾车	
展车/试驾车	总体环	节得分			100.0		

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₹	₹分,不作负分累加,适用所有评分	项		JA YI	1177 灰色	
第三部分	经销	商人员形象 15%					
销售团队 形象/穿着	17	销售顾问形象/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			
经销商人员	形象总值	体环节得分			100.0		
第四部分	流程1	管理 合计20%					
	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	0	无回访工作记录	
成交客户	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	0	无3天及7-15天回访	
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	成交客户90-100天回访 缺失	
	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	0	无满意度分析,未制定 满意度改进提升计划, 无会议纪要	
	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	0	无交车记录	
	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	3		
销售线索 管理	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	3		
	25	客户信息卡	4	客户信息卡建卡及时,信息填写完整、准确	4		

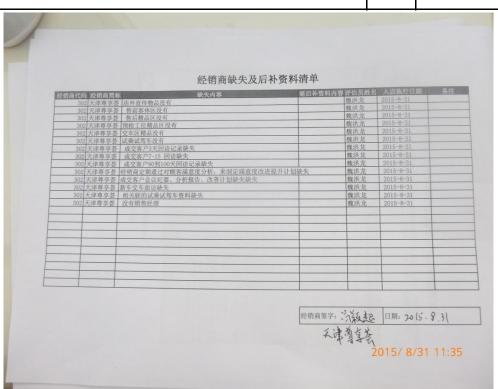
考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因	
每项最少得	₽分为₹	₹分,不作负分累加,适用所有评 分	顶		14 Yi	117/床凶	
	26	每辆试驾车具有试乘试驾记录	1	记录销售人员或试驾专员姓名,客户姓名 每次试驾的出发时间和里程数,以及结束时间和里程数,里程数应该连 续记录(允许少数特殊原因造成的不连续)	0	没有试乘试驾车	
	27	经销商复印客户的有效机动车驾驶 证,试驾客户签署试乘试驾协议		民《试驾车使用情况记录表》上客户姓名,随机选择3条信息检查《 试驾协议》,检查客户姓名、试驾日期和驾驶证复印件是否一致		没有试乘试驾车	
试乘试驾	28	销售顾问是否询问客户试驾效果,并在7天内就试乘试驾效果对客户进行了跟进		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	没有试乘试驾车	
车文档管 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. 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	没有试乘试驾车	
	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)		圣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 金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)		没有试乘试驾车	
流程管理总	体环节	得分			50.0		
DSA总分					90.0		

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	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	18	有专人负责成交客户的满意度调研		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	0	无回访工作记录		

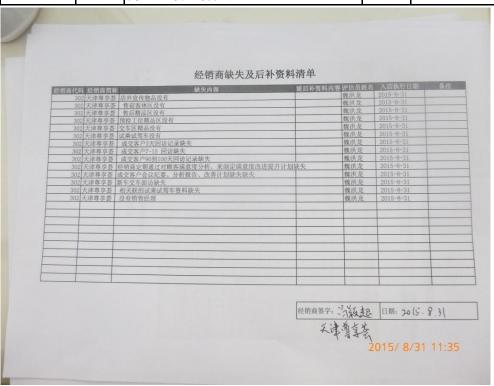


考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得	导分为零	》 分,不作负分累加,适用所有评分			JA YI	117/水凶
成交客户 管理	19	经销商是否在新车交付3天内联系客户? 经销商是否在新车交付7-15 天内联系客户?	1	检查经销商的客户回访工作记录	0	无3天及7-15天回访

SSSSSS COLUMN	玛 经销商简和	缺失内容	需后补资料内容	评估员姓名	入店执行日期	各
		店外宣传物品没有		魏洪龙		
		告前客休区没有		魏洪龙	2015-8-31	
		售后精品区没有		魏洪龙	2015-8-31	_
30	2 天津尊享荟	预检工位精品区没有		魏洪龙	2015-8-31	-
		交车区精品没有		魏洪龙	2015-8-31	
		试乘试驾车没有		魏洪龙	2015-8-31	
		成交客户3天回访记录缺失		魏洪龙	2015-8-31	
		成交客户7-15 回访缺失		魏洪龙	2015-8-31	
		成交客户90到100天回访记录缺失		魏洪龙	2015-8-31	
303	天津 尊享 荟	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	缺失	魏洪龙	2015-8-31	
		成交客户会议纪要、分析报告、改善计划缺失缺失		魏洪龙	2015-8-31	
		新车交车面访缺失		魏洪龙	2015-8-31	
302	天津尊享荟	相关联的试乘试驾车资料缺失		魏洪龙	2015-8-31	
302	八件母子会	没有销售经理		魏洪龙	2015-8-31	
			经销商签字:	海鱼走	日期: 2015.	8.31



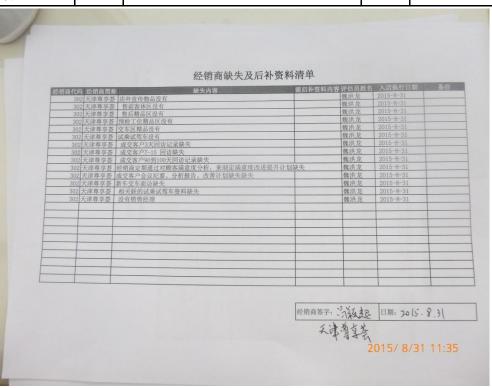
考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	2 4	扣分原因		
每项最少得	每项最少得分为零分,不作负分累加,适用所有评分项							
成交客户 管理	20	经销商是否在新车交付的90到100天 内再次联系客户?	1	检查经销商的客户回访工作记录表单	I ()	成交客户90-100天回访 缺失		



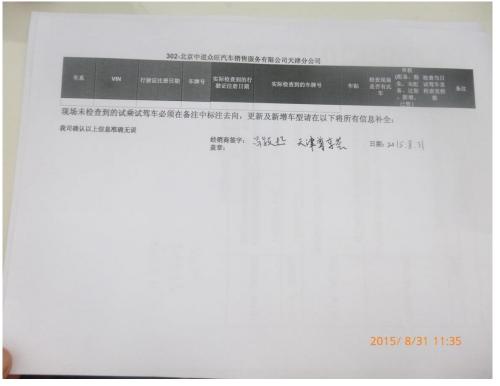
考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因	
每项最少得	すい	1177 赤色					
成交客户 管理		经销商定期通过对顾客满意度分析, 来制定满意度改进提升计划	1	检查经销商管理层例会是否有客户满意度分析的议题,是否针对客户满 意度做了分析并找到需要提升的环节,是否针对分析结果制定相应的行 动计划	0	无满意度分析,未制定 满意度改进提升计划, 无会议纪要	

AND AND THE SAME OF ANY	经销商缺失及后补资料 埃內容		评估员姓名	入店执行日期	各注
经销商代码 经销商简	於 店外宣传物品没有	TO PATENTINE DE LA PRIME DE LA CASACIONA DE LA	魏洪龙	2015-8-31	
	5		魏洪龙	2015-8-31	
	告 售后精品区没有		魏洪龙	2015-8-31	
	预枪工位精品区没有		魏洪龙	2015-8-31	
302 天津尊享	交车区精品没有		魏洪龙	2015-8-31	
302 天津尊享	5 试乘试驾车没有		魏洪龙	2015-8-31	
302 天津尊享	核 成交客户3天回访记录缺失		魏洪龙	2015-8-31	
	成交客户7-15 回访缺失		魏洪龙	2015-8-31	-
	成交客户90到100天回访记录缺失		魏洪龙	2015-8-31	
	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的	夹失	魏洪龙	2015-8-31	-
	成交客户会议纪要、分析报告、改善计划缺失缺失		魏洪龙	2015-8-31	
	新车交车面访缺失		魏洪龙	2015-8-31	-
	相关联的试乘试驾车资料缺失 没有销售经理		魏洪龙	2015-8-31	-
002/21-47-2	及方的日本公本		8/61/17/45	2010 0 01	
		经销商签字:	2744 \$2	日期: 2015.	8.31
		经销商签字:	城起	日期: 2015.	8.31

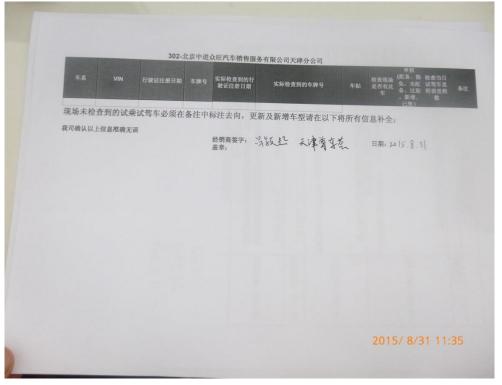
考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得	每项最少得分为零分,不作负分累加,适用所有评分项					
成交客户 管理	22	经销商有新车交车面访,且需介绍售 后服务顾问	1	检查经销商交车面访表及交车文档	0	无交车记录



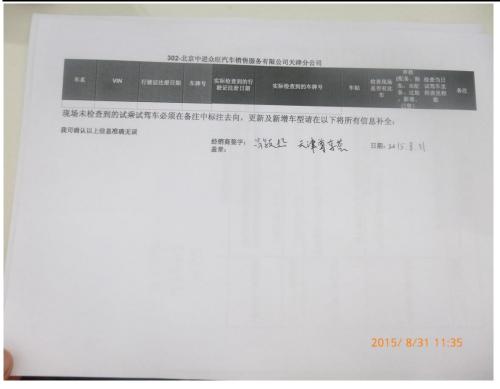
考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得:	分为零	分,不作负分累加,适用所有评分	项		JA YI	1171/水凶
试乘试驾 车文档管 理	26	每辆试驾车具有试乘试驾记录	1	记录销售人员或试驾专员姓名,客户姓名 每次试驾的出发时间和里程数,以及结束时间和里程数,里程数应该连 续记录(允许少数特殊原因造成的不连续)	0	没有试乘试驾车



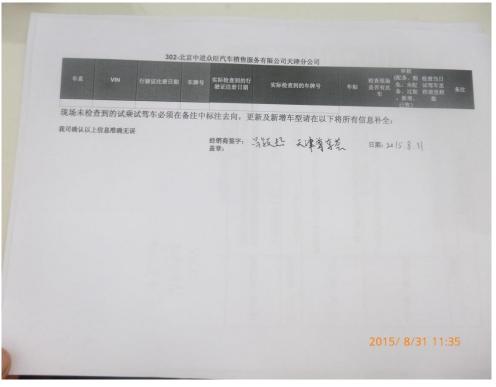
考核内容	序号	评分项	分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得分为零分,不作负分累加,适用所有评分项						117 床囚
试乘试驾 车文档管 理		经销商复印客户的有效机动车驾驶 证,试驾客户签署试乘试驾协议		根据《试驾车使用情况记录表》上客户姓名,随机选择3条信息检查《试乘试驾协议》,检查客户姓名、试驾日期和驾驶证复印件是否一致	0	没有试乘试驾车



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	分为零	1 4 N	711.77 /水凶			
试乘试驾 车文档管 理		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	没有试乘试驾车



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	寻分为 零	》分,不作负分累加,适用所有评分			JAN	1177/水四
试乘试驾 车文档管 理		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		没有试乘试驾车



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						11.7. 床臼
试乘试驾 车文档管 理		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	没有试乘试驾车

