

VGIC VEL 2015年第二季度经销商标准检查终板成绩报告-DSA

北京中进众旺

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	91.1	45.0%	41.0	86.8	4.3	1	1	17	-	92.5	-1.4
展车/试乘试驾车	100.0	20.0%	20.0	75.2	24.8	-	-	1	-	83.3	16.7
经销商人员形象	100.0	15.0%	15.0	91.3	8.7	-	-	1	-	100.0	0.0
流程管理	64.7	20.0%	12.9	56.4	8.3	-	-	9	-	66.7	-2.0
Q2经销商DSA评分卡得分	-	100.0%	88.9	-	-	-	-	-	-	-	-
Q2经销商DSA总分	-	•	88.9	79.1	9.8	•	•	7	-	86.6	2.3

考核内容			分值	评分说明	得分	扣分原因
每项最少得	身分为 專	₹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	
	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	
展厅外部	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	6	展厅门头有污渍
维护	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		IA 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	1	卫生间清洁记录错记
SED	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		 尊享荟中须有RTT品牌显示设备,且能提供证明文档 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	环节得分				91.1

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		IA YI	加力冰四
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			
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	1	
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	1	
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	90到100天回访缺失客 户车辆使用情况
	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	1	
	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	1	
	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	NA	本季度无来电记录
	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			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		Į Δ Λ	14万冰四
	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
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	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
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	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)	0	无试驾车		
流程管理总	体环节	得分				64.7
DSA总分						88.9

考核内容	序号	评分项	分值	评分说明		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	分项		AN	1171/水四
展厅外部维护	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	6	展厅门头有污渍



考核内容 每项最少得		评分项 零分,不作负分累加,适用所有评分	分值	评分说明	得分	扣分原因
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	1	卫生间清洁记录错记



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	尋分为₹	<mark>》</mark> 分,不作负分累加,适用所有评分	项		14.VI	和刀派凶	
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	90到100天回访缺失客 户车辆使用情况	

A I	8 C	0			Ģ		İ	1	1	t	1	1	0	1	ę	t	1	T	0	A	1	1	T	1	W	1
*		28:17	111	204	86H4	BEA	48	207	は は は は は は は は は は は は は は は は は は は	神 神 神 神 神 神 神 神 神 神 神 神 神 神 神 神 神 神 神	界可も出	世界原 北京 東西 世	***	現可換級 研生施設	hram +. ES 2716 THEN 9250 FRU	品の会 の品件 丁女品 女子生 出身	日本 の の の の の の の の の の の の の	品が会会 注意介绍 下が発行 生ままま 日めた日	841 125 225 265	220g 2409 8	五万名名 元二十分 万年公元 日本五 土1	元記 万百年本 でかまなかす 中当前日本	2002	2012		
1	44	2012.1.7	BT .	WWW.PR19C998140974	Box	292	12552943582	1.85	10	10	10	10	10	10		4	4	4	A	4		ä	El .			Ī
1	14		87	WWW.PRYSCSEEPERS	黄木	2007220	16050507500		-10	10	10	10	10	10	4	4	4	4	4	4	4	ä	4.1			
	44		87	WWW.PR19C9BP42725	274	TERTEST.	15100756150		10	10	10	-10	10	10			4		4			ä	61			
	14		Na	WWW.GriesPilesser	69	ER	18910457012	- :	10	10	10	10	10	10	â		4		â	4	4	ä	42			
	14		NR	WW/CerterPileococe	48	7557235	19911920310		10	10	10	10	10	10		4	4	4		4		ñ	4.2			
	1 4		87	WWW.PRESCRIPTIONS	200	512	16600757100		10	10	10	10	10	10		4	4		4	4	4	ä	42			
-	14		24	WVGUBETPERDOSCOR	728	TERTERE	12591220000		10	10	10	10	10	10			4	4	4			ň	42			
	14		65	WWFETSCTDECOSCO	20	75571555	18601101000		10	10	10	10	10	10	â		4		4		4	ä	4.9			
	14	_	BT	WWW.mr.tocksateless	24	Péé	19910992211	_	10	10	10	10	10	10			4	4		4		Ä	44		4	
ľ	14		BT .	WWW.PR.19CHER161922	862	000000	19899945400		-10	10	10	10	10	10	-	4	4	4	ä	4	4	ā	ш	1000000	-	
ľ	14		BT .	WWW.tscamicant	##EAT+0	Aé	19919907991																	eczączo	4	
ľ	14		BT .	WWWPR+9CSSS148045	##EAR*#	832	19702156506							3 5				9					2 3	eciānās	4	
	14	_	BT .	WWW.PR190488148089	WHERE+0	ecant+0	ra.	_	_		_	_		_										ecifato	4	
	14		15	W/coesTH7FH006117	OMERT+0	Appendittegs	15920150090		-	-						-	-	-	-	-	_	-		ezifalo	4	
	4 A		24	WANCESTAGENERS	68	7957825 2867825	19716086006		10	10	10	10	10	10	4		4	4	4		4	ň	43		+	
-	1		75 240	WASDBETHTPHOSETET WASDBETPHOSETET	12	7257925	19601090060		10	10	10	10	10	10			4	4		4	4		44	ALSTALSTALST	4	
ľ	4 4		97	WWW.FR+9CSER+27172	err erre	220	19800000008		10	70	19	10	(C)19	10	•	•	-	•	•	•	•	•	44	37002020	-	
H	1 5		97	WWW. SCARRESCON	WEERE+C	100	10000007100	\vdash			_	_									_			ecifa30	4	
	1 /		26	WVGUBETPSEDOCESSS	werene	205	2021120200							-						-				ecifico ecifico	4	
	1 4		26	W/GUBETPOEDCOOK	92	7557640	19719419490		10	10	10	10	10	10	4	4	4	4	4	4	4	ä	44	SCINCO	4	
	1 4		NG .	WWW.CarrerFilescope	ek.	262	19710001375		10	10	10	10	10	10	-		-	4		-	-		- 44		+	
٠	1 4		Ed	WWW.RSTNSPicocco7	moss	Managera Grant	SECTOSTOST		-	-					_		_		Ė		_	_	-	 €6856 	1	
	1/1		TS	W/CD66THOFHCOcosC	2022	大会大主 (中国) 经营业等分类	\$901097097						100											*1420	1	
1	9 40		NG	WWWCernegFillersect	-10	kof	19910000149		10	10	10	10	10	10.	4	4	4	4	4	4	4	ä	411		1	
	1 /12	20121112	42	WWW.SPSEPVCOMON	27	7557845	15011595679	7,92	10	10	10	10	10	10			4		4		4	ä	612		1	
	1 49		Ti	W/0000TH/FH004100	27	925	15910095104		10	10	10	-10	10	10			4	4	4	4	4	ä	619		1	
7	1 12	2012/114	Ed	WWW.JETNOPierecco	274	kes	16500760006	1.95	10	10	10	10	10	10		4	4		4	4	4	ä	4.14		1	
7	1 4		75	WASSET-OF-HOUSE	92	262	16790000111		10	10	10	10	10	10	4	4	4	4	2	4	4	ä	4.14		1	
7	9 4		BT .	WWW.merscomerciscom	wriated	75	1251206665													(V			(6 V)	9515450		
7	1 /8		QT .	WWW.PRHSCTES1004	##ERE+C	426	15000199749																	weedato.	1	
7	1 4		26	W/GUBETPEEDCS6SCS	##EAt+0	122	15000000000					2	99	9 3				3 3		8			3	ecząta	1	
7	1 4		NG	WWW.certeTPlierTT42	69	7557869	1001171001		10	10	10	10	10	10	4	4	4	4.	A	4	4	ä	4.15		1	
	14		qu	WWW966JUNFF601761	· R	2557222	9716099009		-10	10	10	10	10	10	4	4	4		4		4		4.16			
1	1 4		24	WWW.CRSTWIPWITTE	3.2	22	15910710499		10	10	10	-10	10	10	4		4	4	4	4	4	ä	6.16			
	14		BT .	WWW.PR+9CHFE0+6800	12	TESTETE	2004004500		10	10	10	10	10	10	â		4		â		4	ä	4.16			
1	10	00151.17	NR	WWW.certespilerstop	#*	♦62	10010007400	153	10	10	10	10	10	10	(4)	4	4	4	2	4		ä	4.17			
1	1 41	20121.17	24	WWW.CRSTNTFIGH1976	22	20	12010551000	103	-10	10	-10	10	10	10	4		4		ě		4	ā	417			
1/	4 4		158	WWWFETSD8F8001569	452	**EdStimblists	15910719977						000					1		1			8 3	*1650		

考核内容	序号			得分	扣分原因	
每项最少得	分为零	^累 分,不作负分累加,适用所有评分	项1		PΛ	1177次四
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

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		JAN	117/水凶
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	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		JAN	1177床四
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	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						11.7. 床凸
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	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						117 原囚
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)		无试驾车

左刑	VEL	实际配备	配备率	VIN码	行驶证日期
—————————————————————————————————————	必选	大 你能雷	HL HI 'T'		11 农旺口州
Phaeton	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