

车市她势力

三八妇女节前夕,谨以此文,献给奋战在济南汽车行业各个岗位上的“女人花”们。

——编者

## 新五朵金花 迎春绽放

特别策划

——省城车界女性职业经理人风采录

(上接D13版)



史婧:山东鸿发森岳汽车销售服务有限公司总经理  
从业年限:8年  
经营品牌:上海通用别克

作为一个12岁孩子的妈妈,史婧说自己最爱读“知心姐姐”卢勤的书,因为书中的道理不仅对女儿的教育大有裨益,与企业团队建设也有相通之处。上任一年来,史婧和她手把手培养起来的80后销售服务团队一路所向披靡,攻克了一座座堡垒,站上了区域市场的制高点。

## 史婧:做员工们的“知心姐姐”

2005年,鸿发森岳在齐鲁晚报上推出系列专栏“别克服务明星榜”,史婧作为公司业务骨干第一个“出境”。当时谁也猜不到,照片上那个明眸皓齿、笑容明媚的女孩其实已经32岁,人行仅有两年。更想不到的是,这个汽车行业的“大龄女新手”经过市场重重历练,现已成长为鸿发别克的新晋掌门人。

史婧2003年涉足汽车销售,鸿发别克开业两年,史婧自己就卖出了近400辆车,这个数字相当于一些4S店全年的收成。被迫问起销售秘诀,史婧只是谦虚地称自己“运气”比较好,而在鸿发森岳的一些老客户看来,这姑娘不但和每位客户都熟络得亲如一家,而且真心实意把车主的事当自家事办,让人值得信任。

史婧的第一单大生意,就是凭着一腔诚意无心插柳的结果。

2003年秋天的一个傍晚,忙碌了一天的史婧正要下

班,突然接到一位客户的电话,向她索要一份别克GL8的车型资料。于是,史婧开车穿过大半个市区,按照客户要求把资料放在单位传达室。这个现在看来之平常之举,在8年前普遍缺乏服务意识的汽车行业里却是很“超前”的行为。史婧没有想到,这位“神秘顾客”是某省级国有单位的采购负责人,他先后打了几家公司电话索要资料,既为了解车型,也想借机试探,最后只有史婧“接招”。因为史婧,这位负责人从此买车认准了鸿发森岳,成为鸿发汽车长期稳固的集团大客户之一。

也许正是因为看中了史婧做人做事的热忱和执著,2010年初,鸿发汽车将时任鸿发森岳副总经理的史婧提拔到总经理的位子上,开始正式独当一面。要知道,鸿发森岳不仅是鸿发企业的起点,而且盘子是最大的,资产是最好的。深知自己肩负的责任重大,一向敢冲敢闯的史

婧在签订“军令状”(经营管理目标责任书)的时候,手一直在抖。

直到真正开始执掌一家别克4S店,史婧才明白什么叫“压力山大”,尤其是年初的几个月,受市场大环境影响,销售业绩并不理想。幸好,董事长赵钦河尽管对自己要求很严,但总是不遗余力地在关键节点上做好搭桥铺路工作,让史婧平稳度过“履新”阶段。9月份齐鲁秋季车展过后,所有前期的积累开始发力,市场强势回归,销量一路狂飙猛进。年终盘点,鸿发森岳2010年济南市场占有率达到38%,位列整个别克二区(山东、河南两省)单店销售第一,售后进厂量全满,二手车业务在全国200多家认证经销商里排名第四,客户满意度全国领先……

对于自己“职业化管理元年”取得的业绩,史婧只是简短带过。采访中,史婧谈得最多的两个话题,一个是团

队,一个是女儿,二者都是她的骄傲。

由于无暇照料,孩子从一年级就送到全日制小学,懂事的女儿不仅小小年纪养成了自立的性格,而且每周回来都会给妈妈留一封信或发一封邮件。工作压力大的时候,史婧说自己最好的放松方式就是看看女儿的照片和信件。也许是把对女儿的爱和思念倾注在团队身上,史婧对员工就像对待女儿大欣一样,管理方式更多的是保姆式的,以讲道理为主。如今,鸿发别克150人的销售服务团队几乎拿遍了别克品牌所有最高奖项,这些从刚出校门的大学生一步一步成长起来的年轻汽车从业者们,在史婧的悉心培养下,已经成为省城车市的新生代力量。“管理80后其实不难,就是以心换心。跟他们在一起我的心态非常年轻,工作中无障碍沟通,私底下是很好的朋友,他们什么事都愿意跟我讲”,提到身边这些得力干将,史婧的脸上流露出发自内心的笑意。

## 徐晓婷:2010年,最想说声抱歉

2009年6月底走马上任的徐晓婷,经历了豪华车市场的“冰火两重天”。当时济南的捷豹路虎销量在全国排名垫底,市场可以用萧条来形容。“闲时大练兵,忙时显身手”,徐晓婷于是着手开展团队建设,对人员和公司部门结构都做了大刀阔斧的调整,以备市场发生变化时队伍跟得上;同时改变了媒体投放方向和策略,做了大量行之有效的品牌宣传铺垫工作。2009年第四季度,市场开始慢慢显露,2010年开始,整个豪华车市场进入井喷期,截至年底,济南华泰全年卖出300多台车,其中路虎完成率高达132%,排名跃升至全国第十八位,济南这个豪华车的“钝感”市场终于开始发力。

作为“五朵金花”中唯一的一位80后,徐晓婷有着这一代人身上鲜明的性格因子——做事风风火火,为人直来直去,敢想敢做,骨子里有种不服输的男人性格,她

自嘲为“男人婆”。去年冬天,徐晓婷的脚部冻伤至肿胀溃烂,连鞋子都穿不上,她硬是装出一副若无其事的样子,去医院简单处理后飞往上海开会,接着开车外出考察市场。当初做销售时,徐晓婷的经历也颇有些“传奇”色彩,这姑娘从来背不出车子的技术参数,却是成交率和客户满意度最高的,连续3个月蝉联公司销售冠军,5个月后被提拔为销售经理,半年后晋升为董事长助理,如此神速的发展势头,使她成为华泰集团乃至济南汽车圈里最年轻的女老总。

经过了前期的“跳跃式”发展后,徐晓婷说自己真正的成长是接手经营捷豹路虎这个品牌以后,“不只是管理方面的成长,和客户的沟通和接触让你学到东西很多。这个品牌的消费人群层次很高,每个人都有成功的原因,每个客户都像一本‘书’,谈到客户,徐晓婷总是不吝溢美之词,为了说明

这一点,她拿自己做了个比喻,“比如我其实很喜欢Bvlgari(宝格丽)这个牌子的手袋,但是真正掏钱买的时候却会犹豫,与其花这么多钱买小众品牌,还不如选择LV、GUCCI这些大牌来得值。同理,人刚刚富起来的时候,通常会买辆妇孺皆知的高档车,花很贵的价钱就想让人有很贵的感觉嘛。而真正的高端人士,不会屈从于世俗的眼光,而是选择真正与自己兴趣爱好相匹配的车型,所以经常有客户开着主流名车来买路虎,在短暂的张扬后回归低调的奢华。”正因如此,徐晓婷将自己经营的捷豹路虎品牌定义为“富起来之后的第二个选择”。由于工作的关系,徐晓婷平时代步的车辆不是捷豹XF就是路虎发现,徐晓婷笑称这是做豪华车经营者的一大“福利”。

受市场供求关系的影响,去年订购路虎的很多客户等了半年以上,“其中有

位车主执意订制一种少见的颜色和内饰,而我们的配额里没有这款车,到现在已经等了十个月,每次打电话向客户致歉,对方都爽快地说,不要紧,先等着吧,反正有车开,再换车怎么也要换辆自己喜欢的”,徐晓婷特意叮嘱记者,一定要替她表达对这些客户的感谢和歉意。

送走了硕果累累的2010年,徐晓婷说今年自己会更忙,她眉头微蹙,掰着手指头一项项细数:任务指标几乎翻番,东部奥体中心展厅即将开业,捷豹路虎分开做品牌面临更加细化的管理,还有尚未交付的170多个订单……采访结束后返回展厅,一个年轻的销售顾问迎上来,“徐总,刚刚又接了一台揽胜极光的订单”。需要说明的是,这款车上市时间未定,价格和配置都不清楚。

看来,2011年对徐晓婷来说,注定又是在忙碌中收获的一年。

(下转D15版)

中国驰名商标 中华品牌

中华骏捷FSV 幸福春天礼

交强险+惠民礼3000元+万元大礼包

春天礼 实惠到 一起幸福踏青吧!

交强险

万元大礼包

惠民礼

华晨之家 懂你,更会关心你

中华骏捷FSV  
科技核心 安全随行中华轿车  
新十年 新里程

幸福春天,温暖好礼!3月1日-4月30日,选购中华骏捷FSV可获赠交强险+惠民礼3000元+万元大礼包,另外中华全系1.6L及以下车型也可享惠民补贴3000元惊喜大礼。快乐一网打尽,幸福游览春天。

届时,华晨之家“春养颜”活动舒畅开展。3月21日-4月5日中华车主到店即可免费享受16项春季专项检测服务,还有养颜大礼。详情咨询:



济南东岳大舜中华4S店

地址:济南市市中区二环南路7308号  
(济大西校东南门对面)

销售热线:0531-82765188 82765128

服务热线:0531-82765169