

# 文本复制检测报告单 (全文标明引文)

№: ADBD2020R\_2020101309220020201013164522308397934277

检测时间: 2020-10-13 16:45:22

检测文献: 汽车销售技巧——FBSI销售法探究

作者: 王斌瑜;

检测范围: 中国学术期刊网络出版总库  
中国重要会议论文全文数据库  
中国重要报纸全文数据库  
中国专利全文数据库

英文数据库(涵盖期刊、博硕、会议的英文数据以及德国Springer、英国Taylor&Francis 期刊数据库等)  
港澳台学术文献库  
优先出版文献库  
图书资源  
个人比对库

时间范围: 1900-01-01至2018-02-24

## 检测结果

去除本人文献复制比: ■ 14.1%

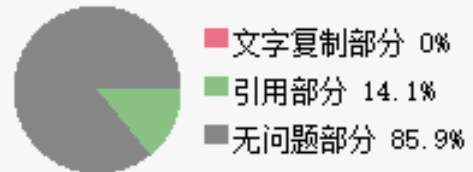
跨语言检测结果: /

去除引用文献复制比: 0%

总文字复制比: 14.1%

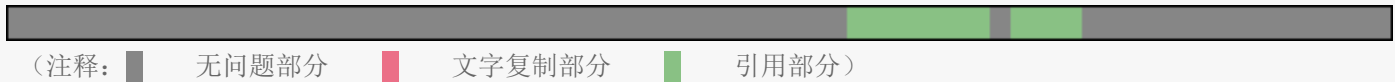
单篇最大文字复制比: 11.8% (从ABS到ASR、ESP看汽车动力性与制动性)

重复字数: [375]      总段落数: [1]  
总字数: [2664]      疑似段落数: [1]  
单篇最大重复字数: [314]      前部重合字数: [0]  
疑似段落最大重合字数: [375]      后部重合字数: [375]  
疑似段落最小重合字数: [375]



指 标:  疑似剽窃观点  疑似剽窃文字表述  疑似自我剽窃  疑似整体剽窃  过度引用

表 格: 0      公 式: 没有数据      疑似文字的图片: 0      脚注与尾注: 0



## 1. 汽车销售技巧——FBSI销售法探究

总字数: 2664

### 相似文献列表

去除本人文献复制比: 14.1% (375)      文字复制比: 14.1% (375)      疑似剽窃观点: (0)

1	<u>汽车主动安全新技术及其发展趋势</u> 郭鸿瑞; - 《汽车实用技术》 - 2010-05-15	11.8% (314) 是否引证: 否
2	<u>从ABS到ASR、ESP看汽车动力性与制动性</u> 张智 - 《山东交通科技》 - 2005-08-18	11.8% (314) 是否引证: 否
3	<u>汽车安全技术: 自主品牌美中有不足</u> 百川; - 《现代零部件》 - 2013-02-01	11.7% (312) 是否引证: 否
4	<u>新型主动式ABS轮速传感器的研究</u> 李想; 郭姗姗; - 《精密制造与自动化》 - 2017-11-25	11.4% (305) 是否引证: 否
5	<u>解析ESP安全系统</u> 东辰; - 《汽车与安全》 - 2011-10-01	11.4% (304) 是否引证: 否
6	<u>自驾出游牢记六大保命装备</u> 朱钦 - 《南方日报》 - 2007-02-09	10.8% (288) 是否引证: 否
7	<u>汽车安全性的电子技术发展</u> 章剑兵; - 《2008年安徽省科协年会机械工程分年会论文集》 - 2008-11-29	10.6% (282) 是否引证: 否
8	<u>从ABS防抱死系统到ASR、ESP</u> 马文席; 刘继锋; - 《实用汽车技术》 - 2006-08-30	10.6% (282) 是否引证: 否

9	<u>引领行业安全新标准 青年客车首家全面导入ESP</u> 黄裕; - 《商用汽车新闻》- 2011-01-24	10.4% (276) 是否引证: 否
10	<u>青年客车全面导入ESP系统</u> 曼言; - 《运输经理世界》- 2011-03-05	10.1% (270) 是否引证: 否
11	<u>安全赢未来——青年客车国内首家全面导入ESP</u> 杨焱; - 《商用汽车》- 2011-02-04	10.1% (270) 是否引证: 否
12	<u>青年客车全面导入ESP</u> 胡峰飞 - 《中国交通报》- 2011-01-26	10.1% (269) 是否引证: 否
13	<u>汽车行车制动系统的发展</u> 黄安华; - 《汽车维修》- 2010-07-01	8.8% (235) 是否引证: 否
14	<u>汽车主动安全系统及其知识教学准备</u> 邹莉莉; - 《中国科教创新导刊》- 2010-01-01	8.6% (230) 是否引证: 否
15	<u>现代汽车的主动安全技术</u> 黄安华 - 《商用汽车》- 2002-04-15	8.3% (220) 是否引证: 否
16	<u>雪佛兰科帕奇车ESP报警灯常亮</u> 李小旗; - 《汽车维护与修理》- 2012-02-01	6.6% (177) 是否引证: 否
17	<u>汽车辞典 ABS EBD ASR ESP</u> 田进旗;张计勇; - 《实用汽车技术》- 2008-09-15	5.7% (152) 是否引证: 否
18	<u>谁为起亚ESP无中生有负责</u> 本报记者 刘传江 - 《中国消费者报》- 2013-09-11	5.7% (151) 是否引证: 否
19	<u>现代车用传感器的广泛应用及发展前景</u> 陈赓, 沈阳 - 《上海汽车》- 2005-03-10	4.6% (122) 是否引证: 否
20	<u>解读汽车“微故障”与“自诊断”</u> 李蒋; - 《汽车维修》- 2017-12-01	4.2% (113) 是否引证: 否
21	<u>什么是ASR</u> - 《汽车与驾驶维修》- 2001-02-03	2.0% (53) 是否引证: 否
22	<u>主动安全技术及其在避免交通事故中的作用分析</u> 陈慧勤;曹立波; - 《Infats Proceedings of The 5th International Forum of Automotive Traffic Safety》- 2007-12-07	2.0% (53) 是否引证: 否
23	<u>商用车结构对通过性的影响</u> 沈贱民;李少华;沈细群; - 《汽车科技》- 2010-09-25	1.7% (44) 是否引证: 否

#### 原文内容

汽车,作为一种高端消费商品,其价值体现在诸多方面,同时其销量高低也取决于很多因素。如何让客户快速满意地开走爱车,成为了4S店销售人员最为关心的问题。FBSI销售法,是一种行之有效的销售技巧,运用该方法不仅可以简化销售流程,提高成交率,也可以刺激消费需求,开发新的市场。

汽车,作为现代社会必不可少的交通工具,自诞生以来,彻底改变了人们的生活方式、思想观念和价值取向,同时也促进了社会文明的进步。纵观我国汽车产业发展历程,与欧美等汽车工业大国相比,可谓艰辛而曲折。我国汽车工业发展晚,起点低,正式起步是从建国开始的。对于一个经历了残酷战争洗礼,同时又以农业为第一产业的传统大国来说,用短短六十年的时间白手起家发展汽车工业,其艰难程度可想而知。然而就在这样恶劣的情况下,我国汽车人不为艰险,攻破一个有一个技术难关,最终创造了奇迹。据中国汽车工业协会1月15日发布的消息,2017年,全国全年汽车产销2901.5万辆和2887.9万辆,已经连续九年蝉联全球第一,行业经济效益增速也显著高于产销量增速。汽车销量的提升,除了汽车本身过硬的质量技术和良好的品牌形象外,还离不开汽车销售部门的大力推广和精心策划营销。汽车产品,不同于一般商品。其销售过程尤其复杂,需严格遵循标准销售流程[1]:潜在客户的开发与管理、客户接待、需求分析、产品介绍、试乘试驾、异议处理、签约成交、完美交车、售后服务。这九个环节环环相扣,相辅相成。要想成功出售一辆汽车,销售人员必须在每个环节都不能大意,既要熟知产品相关专业知识,又要善于察言观色,随时关注客户的每一个反应,包括表情、举止、语气等。单纯介绍产品配置和主要技术参数,只会让顾客三心二意,犹豫不决。如何激发顾客的购买欲望,迅速进入购买行为阶段呢?这是销售人员最为头疼的事情,正如足球运动员的临门一脚。下面笔者就介绍一种可以快速满意地解决这一问题的技巧——FBSI销售法[2]。所谓“FBSI”,就是首先向客户简要说明车辆产品的“特色、主要技术参数”等真实情况(F, Feature);其次销售顾问再用通俗易懂的语言详细解释每一配置并重点突出它的好处及由此带给顾客的利益(B, Benefit);再次引导客户亲身感受(S, Sensibility);最后综合F、B、S三者给顾客以观念上的冲击(I, Impact),进而使顾客下定决心并最终达成成交协议。正如汽车销售流程一样,FBSI销售法也要遵循标准。它所采用的标准句式为:拥有……对您来说……感觉……试想……一、F-Feature(F, Feature)是特色、卖点,即所销售车辆的新颖设计、特殊配置,也可以是新型材料、靓丽颜色等用眼睛可以直接观察到的真实存在。试想如果一款车本身拥有某一种最新技术或独特设计原理,而销售人不加修饰,仅据实介绍,很难激起顾客的购买欲望。例如当一位顾客走进展厅围绕长城哈弗H10表现出极大兴趣,销售人员适时向顾客做完简要技术参数介绍后,重点介绍一种先进技术-ESP(电子车身稳定程序)时,只是简单地对顾客说“这是一款配备了ESP的中级SUV轿车,是一辆安全级别较高的乘用车。”像这样平白直抒,很难刺激顾客产生购买的欲望和需求。因此,销售

人员应将介绍迅速切换至下一环节。二、B-Benefit(Benefit)指利益、好处。鉴于很多顾客非业内人士,因为买车才初次接触汽车,对很多专业术语十分生疏。销售人员这时应言简意赅地将ESP的工作原理加以介绍。“ESP全称是Electronic Stability Program,包含ABS及ASR,是这两种主动安全系统功能上的又一延伸,是当前汽车防滑装置的最高级形式。ESP系统由控制单元及转向传感器(监测方向盘的转向角度)、车轮传感器(监测各个车轮的转动速度)、侧滑传感器(监测车体绕垂直轴线转动的状态)、横向加速度传感器(监测汽车转弯时的离心力)等组成,形成一个闭环控制回路。控制单元利用传感器传来的适时监测信号对车辆的运行状态进行判断,进而发出指令,协调动作。驱动防滑系统ASR,其作用是防止汽车起步、加速过程中驱动轮打滑,特别是防止汽车在非对称路面或转弯时驱动轮空转;防抱死制动系统ABS是防止车轮在制动时发生抱死滑移,两者均是在车辆发生状况时被动地作出反应。而ESP则能够动态探测和分析车况并纠正驾驶错误,防患于未然。ESP对过度转向或不足转向特别敏感,例如汽车在路滑时左转弯太急会产生向右侧甩尾,传感器感觉到滑动就会迅速制动右前轮使其恢复附着力,产生一种相反的转矩而使汽车保持在原来的车道上。”三、S-Sensibility(Sensibility),引导客户发挥想象,亲自感受。销售人员在介绍的同时应时刻注意观察客户的反应,如果客户就该功能连续提问,表现出极大的兴趣,可以乘机邀请顾客假想一个情景。“试想当您带着家人和朋友开着H10做自驾游,尽管车外路况复杂,但丝毫不影响大家边欣赏沿途美景边畅谈生活感悟,最终安全愉快地到达终点,是不是一件美妙的事情呢?”通过巧设情境引导顾客联想,可以让顾客感受到配备了ESP的车辆在交通事故高发的今天是多么的必要,进一步强化印象。四、I-Impact(Impact)是冲击、影响。“由此可以看出装备了ESP的汽车更加安全……。”如果销售人员能如法炮制加深车辆的每个买点在顾客脑海里的印象,并产生多个思想上的冲击,点点滴滴汇集起来就容易转化为顾客购买的理由,继而产生购买行为。事实证明,FBSI销售法是一种经得起实践考验的方法。该方法的成功应用要严格遵循两个要点,一是适时合理地运用销售标准句式;二是要求销售人员必须具备过硬的技术知识和专业素养。一个好的销售方案,可以达到事半功倍的效果,有利于销售人员快速挖掘更多潜在客户,简化销售流程,减少异议,提高产品的成交率。作为一名优秀的销售人员,在整个销售环节中,自始至终要善于引导客户,要让顾客觉得自己在购车的同时,还额外获得了一个学习的机会,拓宽了自己的视野。除此之外,FBSI还具备另外一种潜能,即引领消费趋势。在4S店,我们经常会看到这样的情景;一辆配备了最先进技术的豪华车辆,往往因为价格过于昂贵,而只能停放在展厅,无人问津。这时,如何合理选择一套销售方案,就变得至关重要。而FBSI销售法,能让顾客体会到购买本车之后,在后期使用过程中将会给他们避免许多麻烦,同时节约大量时间和金钱,从而由刺激产生需求,打破僵局,完成资源合理配置,最终形成一个百家争鸣、百花齐放的新型汽车消费市场。

#### 【参考文献】

- [1] 张卫国. 汽车销售顾问实战[M]. 上海: 同济大学出版社, 2013.
- [2] 聂涌. 销售与市场[J]. 郑州: 中原出版传媒集团, 销售与市场杂志社, 2011(1): 10.

说明: 1. 总文字复制比: 被检测论文总重合字数在总字数中所占的比例

2. 去除引用文献复制比: 去除系统识别为引用的文献后, 计算出来的重合字数在总字数中所占的比例

3. 去除本人文献复制比: 去除作者本人文献后, 计算出来的重合字数在总字数中所占的比例

4. 单篇最大文字复制比: 被检测文献与所有相似文献比对后, 重合字数占总字数的比例最大的那一篇文献的文字复制比

5. 指标是由系统根据《学术论文不端行为的界定标准》自动生成的

6. 红色文字表示文字复制部分; 绿色文字表示引用部分; 棕灰色文字表示作者本人文献部分

7. 本报告单仅对您所选择比对资源范围内检测结果负责



✉ [amlc@cnki.net](mailto:amlc@cnki.net)

🌐 <http://check.cnki.net/>

👤 <http://e.weibo.com/u/3194559873/>