

保修期满 4S 店客户流失率最高达 60%

价格贵服务不到位是主因



4S 店刚出现时，人们普遍感受到了它的便利性和服务的专业性，再加上买车的大多是私人老板和政府机关，因此，对汽车维修厂的选择也比较单纯，更多人还是愿意到 4S 店去修车。

但是，随着家庭用车的逐渐增多，汽车维修市场也已经发生了很大的变化，除了一些传统的维修厂，快修连锁、二类修理厂、装潢美容店等如雨后春笋一样在发展，顾客选择余地变得越来越多。更关键的问题在于，4S 店的维修费用较高，个别店面提供的服务跟收费不对称，直接导致部分维修客户外流。但 4S 店维修服务的优势也很明显，配件纯正，技术相对专业。因此，对绝大多数 4S 店来说，如何在价格、服务质量与技术水平上找到一个最佳结合点从而减少客户流失率就成为最大的课题。

保修期满后客户流失率较大

在车市日益竞争激烈的今天，4S 店的让利在促进销量的同时也在不断削减着自身利润。对一家投资动辄过千万元的 4S 店而言，比拼车价的时代早已过去，取而代之的是售后服务的隐性争夺。出于维修成本考虑，随着车龄的增加，更多车主在保养维修时不再选择 4S 店。前有销售不赚钱，后没有车主到店修车，客户的流失让 4S 店很受伤。

一位曾经多年在宝马、奥迪等店面负责售后服务的资深业内人士告诉记者，保修期满后，奔驰、宝马、奥迪的流失率在 20%~30% 之间，但是豪华车的技术含量比较高，客户对于价格敏感性也不太高，所以流失的程度也不大。豪华车的售后服务流失率会比中端汽车的要低，就相当于五星级酒店和普通酒店的区别。

内部人士告诉记者，保修期满之后客户维修率大概降到 60% 以下，年份越高，返厂率也会越低，四五年的车可能只有 50%，而之后的车只有 40% 左右。自己公司会针对过了保修期之后的车主给一些优惠，针对即将过保修期，有流失风险的客户，公司会鼓励他们回来，会有一些维修上的优惠或者折扣。比如说久未回

厂的客户，回来之后公司会有一些配件上的折扣。

一家 4S 维修厂长表示，该店的返厂维修顾客流失率有 20% 多，三年的质保期过后，返厂维修的顾客的流失率也大概是这个比例。

一般来说，在很多路边店都能维修的车系的车流失率就大一些。比如，大众车以前的流失率比较高，但现在新款的大众车比较难修了，特别是带涡轮增压的车型，还涉及到很多需要用到电脑的问题，所以这个流失率也下来了。

价格因素是维修客户流失的主因

一位资深业内人士告诉记者，4S 店的维修客户流失根本原因有几点：一方面是客户对价格的敏感性，另一方面是中低端车关注的便利性，第三个是服务是否到位，这三点影响到售后服务流失的问题。去外面修车的好处谈不上，但是主要就是实惠和方便。但是，如果涉及到重要的元件问题，比如说安全部件还是会到 4S 店修理。

该专家表示，去外面修车，更换的零部件无法保证质量，另外工作人员的技术水平也无法保证。因为他们没有接受厂家定期系统的相关培训，即便是一些奔驰宝马的维修店成员技术水平相对比较好，但是也跟不上汽车技术的发展，所以还是建议消费者到 4S 店维修保养汽车，这样才更有保证一些。

一位长期从事维修服务的钟姓管理人员表示，维修客户流失的原因主要还是价格因素，很多消费者都认为外面的店修车要比 4S 店的要便宜，但是 4S 店的服务还是比较好的。有的人在 4S 店花了大钱，但是服务并没有达到预期，所以也造成了这部分的消费者的流失。而部分 4S 店的维修人员素质不高，在维修过程中会糊弄某些维修流程，比如，本来需要用电脑设备检测的步骤就用目测带过了，这也是造成个别 4S 店服务达不到消费者预期的原因。还有一部分消费者流失是因为朋友自己开了维修厂，去光顾朋友的店才被带走的。

从事汽车维修多年的孙师傅表示，近年

来，汽车维修店维修技术日趋成熟，价格极具竞争力，新车使用的前 2 年中，大部分车主会选择去 4S 店维修。因为在这段时间里，车主只有在 4S 店维修养护，才有可能享受到厂家的无偿故障服务。但是保修期过后，汽车逐渐进入故障高发期，4S 店维修费用相对较高，大中型汽修厂此时会成为相当一部分车主的理想选择，如此一来，客户自然就远离了 4S 店。

车主唐先生告诉记者，许多 4S 店往往不以修为主，而是以换新为主。例如像排气管出现裂缝，在一般维修店就是进行一个小修补，花费也不过一两百元，而 4S 店就会建议换掉排气管，费用动不动就上千元，对缺乏专业知识的车主，有时就会稀里糊涂地接受这样的建议，然而当车主知道情况真相后，自然就不愿意再踏进 4S 店一步。

车主杨先生反映，有些 4S 店往往不考虑消费者的承受能力，一个小毛病也要危言耸听地让你换这换那，钱花得冤枉不说，收费还贵，所以，挨过“保修期”后，一般都会“货比三家”，选择经济的了。

记者也有过相似经历，原本在别家店刚刚清洗过的节气门和燃油系统在另外一家店换机油时被告知，节气门和燃油系统好长时间没清洗了，已经很脏，建议还是洗一下好，此外，蓄电池电压也不行了，需要更换。

另外，也有不少车主表示，不少人喜欢 4S 店维修的原因还有服务时间、服务态度等因素，如有些 4S 店由于客源过多，常常要排长队；有些 4S 店配件与工时没有丝毫的优惠或者是假优惠等，这些方面成为影响车主选择到 4S 店做售后服务的因素。一位车主则直言，除了进门询问和最后收费两个环节专业到位外，其他方面都大大打了折扣。

降低流失率已成 4S 店当务之急

一位驾驶中高级车的车主告诉记者，自己肯定还是喜欢到技术和零部件等方面相对有保障的 4S 店修车，尽管费用贵点，但是自己花得起这个钱，也心甘情愿，但最令自己接受不了的是花了钱，遭了白眼，受了罪，付出一大笔工时费却在走过场，原本没坏的部件被鼓捣坏了，自己花的钱跟享受的服务对应不起来，谁还选择 4S 店？

维修售后服务专家谭先生表示，这种现象有，但是不普遍，有一些小店会有这样的情况，一方面是人员流失大，培养跟进不足，另一方面就是管理不好。想要解决这种问题就要看 4S 店的管理水平，如果严格按照品牌的要求来做，出现这种情况的可能性就不大。

据了解，4S 店及特约维修站硬件设施好，配件来自于原厂，这些都是车主选择 4S 店的理由之一。但对于多数新车主来说，选择 4S 店更主要的原因是车辆用户手册中规定，“如果车主在保修期内不在厂家指定的维修站进行养护，视为自动放弃保修索赔权利”。由此，新车主在保修期内，大多会在 4S 店进行维修保养，4S 店的客户流失率自然相对较小。但是如果 4S 店不去珍惜这些客户，放任自流，一旦保修期满，这些客户从动摇到彻底选择离开，受损失的，肯定还是 4S 店。

对于一家 4S 店来说，一直在该店保养的客户被称为基盘客户，其数量应达到每年 2500~3000 个。另外，客户一般每年进行维修保养的次数为 4 次左右。以此计算，每家 4S 店应保持一年有 10000~12000 辆次的车辆进厂维修，而经营不错的经销商则应有每年 15000 辆次的数量。正常每家 4S 店的客户流失率一年在 15%~20% 左右，若是这一比率超出这个数值，对于将售后利润作为重要利润来源的 4S 店来说，将成为噩梦，严重影响整个 4S 店的收益情况。

因此，一些售后服务做得较好的经销商还是采取许多有效措施来留住这些基盘客户。某售后前台主管王先生透露，为了让客户回到 4S 店做维修保养，他们会定期举办活动，比如说免费充气保养等活动，也会通过发送短信的形式告诉车主即将开展的维修优惠活动，并根据客户的情况发信息提前预约客户过来做维修保养。

王先生表示，很多客户认为 4S 店维修价格贵，但是其实计算上技术、服务、质量的话，在外面修车反而可能更贵。比如，自己店在修车前会告诉客户要做哪些服务项目，提供哪些服务，而外面的店就不会说，客户也就无从知道自己的车经过了哪些检测项目，做过哪些服务了。（车贵远）

