

# 汽车延保服务神秘顾客秘采（深圳汽车神秘顾客）

来源：李佳颖 发布时间：2025-11-24 03:33:50

汽车延保是车主关注的售后增值服务，（深圳神秘顾客暗访）（深圳汽车门店暗访）（神秘顾客秘采）部分门店存在“条款讲解模糊”“强制捆绑销售”问题。上书房信息咨询以“新车首保后咨询延保”的车主身份开展神秘顾客秘采，全流程核查需求询问、方案推荐、条款解读、后续跟进环节，还原延保服务体验。

前期准备阶段，上书房针对汽车延保服务特性培训神秘顾客：熟悉“日常通勤为主，年均行驶里程 8000 公里”的用车场景，掌握“想了解延保范围、理赔流程”的核心诉求，设计《汽车延保监测表》，明确需记录的核心维度——需求询问精准度、方案推荐适配性、条款解读清晰度、理赔流程告知完整性。

实地暗访分 4 个关键步骤推进：①需求沟通，神秘顾客说明“新车首保，想了解延保服务”，记录服务顾问是否主动询问“用车场景”“年均行驶里程”“车辆使用年限规划”，是否避免“未问需求就推荐高价方案”；②方案推荐，观察服务顾问是否提供“2-3 种延保方案”（如“核心部件延保”“整车延保”），是否对比“不同方案的覆盖范围”（如“发动机、变速箱是否包含”“易损件是否除外”），是否推荐“适配通勤场景的方案”；③条款解读，针对推荐方案，记录是否逐一解释“延保生效时间”“理赔条件”（如“非人为故障可理赔”）“免责条款”（如“未按规定保养不予理赔”），是否说明“理赔流程”（如“报案方式、维修地点选择”）；④后续跟进，询问“是否可以先考虑，后续再决定”，记录服务顾问是否同意“无强制要求”，是否提供“书面延保条款清单”，是否告知“后续咨询方式”，是否存在“反复推销”。过程中，神秘顾客记录细节，标注“未解释免责条款”“推荐的整车延保与通勤需求不匹配”“未提供书面条款”等问题。



调研后，上书房建议门店 “建立基于车主用车场景的延保方案推荐机制” “制作可视化延保条款解读手册（含理赔流程）” “禁止强制捆绑或过度推销”，助力提升汽车延保服务透明度与满意度。

HTML版本：[汽车延保服务神秘顾客秘采（深圳汽车神秘顾客）](#)