# 最新汽车销售个人工作总结(十五篇)

来源：网络 作者：雨雪飘飘 更新时间：2024-07-23

*总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况加以总结和概括的书面材料，它可以明确下一步的工作方向，少走弯路，少犯错误，提高工作效益，因此，让我们写一份总结吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？下面是小编整理的个人今后的总结范...*

总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况加以总结和概括的书面材料，它可以明确下一步的工作方向，少走弯路，少犯错误，提高工作效益，因此，让我们写一份总结吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

**汽车销售个人工作总结篇一**

一、营销策略

为提高公司的知名度，树立良好的企业形象，在我们和客户搭建一个相互交流、沟通、联谊平台的同时，把更多的客户吸引到展厅来，搜集更多的销售线索。本部门举行大小规模车展和试乘试驾活动17次，刊登报纸硬广告、软文、报花、电台广播并组织销售人员对已经购车用户进行积极的回访，通过回访让客户感觉到我们的关怀。公司提升任命某某为公司营销经理。期间某某每日按时报送营销表格，尽职尽责，为公司的营销做出贡献。

二、信息报表

报表是一项周而复始重复循环的，岗位重要，关系到x日后对公司的审计和的验收，为能很好的完成此项，任命某某为信息报表员，进行对公司的报表，在期间某某任劳任怨按时准确的完成了公司交付的各项报表，每日核对库存情况，对车辆销售作出了贡献。

三、档案管理

为完善档案管理，特安排某某为档案管理员，主要有收集购车用户档案、车辆进销登记、合格证的收发以及用户档案汇总上报公司等，期间某某按照公司规定，圆满完成了公司交代的任务。

最近一段时间公司安排下我在公司进行了长时间的咨询学习，俗话说的好三人行必有我师，在学习后本人结合以往经验，取长补短，现对于的计划做如下安排：

详细了解学习汽车公司的商务政策，并合理运用，为车辆的销售在价格方面创造有利条件。协调与公司各部门的，争取优惠政策.加强我们的市场竞争力。每日召开晨会，了解车辆销售情况，安排日常，接受销售人员的不同见解，相互学习。销售人员的培训，每月定期4个课时的培训学习，以提高销售人员的销售技能、服务技能、团对意识、礼仪等。

增设和发展二级销售网点，制定完整的二级网点销售政策，并派驻公司销售人员，实现行销的突破发展，使我们的销售更上一层楼。合理运用资金，建立优质库存，争取资金运用最大化。根据公司制定的销售任务，对现有的销售人员分配销售任务。重新划定卫生区域，制定卫生值日表。一日模式，俗话说的好，好一日不算好，日日好才是好。

**汽车销售个人工作总结篇二**

20xx年即将过去，在今年的汽车销售期间，我通过努力的工作，也有了一点的收获，借此对自己的工作做一下总结，目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把今后的工作做到更好。

20xx年汽车销售员工作总结：简要总结如下：

我是20xx年\*月\*日来到贵公司工作的。作为一名新员工，我是没有汽车销售经验的，仅凭对销售工作的热情和喜爱，而缺乏对本行业销售经验和专业知识，为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到销售和专业方面的难点和问题，我会及时请教部门经理和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门经理和同事对我的帮助!

通过不断的学习专业知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在我对市场有了一个大概的了解，逐渐的可以清晰。流利的应对客户所提到的各种问题，对市场的认识也有了一定的掌握。

在不断的学习专业知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

现存的缺点：

对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，对一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。

市场分析：

我所负责的区域为宁夏。西藏。青海。广西周边，在销售过程中，牵涉问题最多的就是价格，客户对价格非常敏感，怎样在第一时间获悉价格还需要我在今后的工作中去学习和掌握。广西区域现在主要从广东要车，价格和差不多，而且发车和接车时间要远比从天津短的多，所以客户就不回从天津直接拿车，还有最有利的是车到付款.广西的汽车的总经销商大多在南宁，一些周边的小城市都从南宁直接定单.现在广西政府招标要求250000以下，排气量在2。5以下，这样对于进口车来说无疑是个噩梦。

宁夏的经销商多港口的价格市场比较了解，几乎都是在银川要车，银川主要从天津，兰州要车，而且从兰州直接就能发银川。

国产车这方面主要是a4，a6。几乎是从要车，但是价格没有绝对的优势。青海和西藏一般直接从天津自提，往往有时咱的价格是有优势的，但是天津去西藏的运费就要8000元，也就没什么优势了。

从20xx\*年\*月\*日到20xx年\*月\*日我的总销量是3台，越野车一台，轿车一台，跑车一台，总利润11500元，净利润10016元，平均每台车利润是3339元。新年到了我也给自己定了新的计划，20\_\_年的年销量达到80台，利润达到160000，开发新客户10家。我会朝着这个目标去努力的。我有信心!

随着市场竞争的日益激烈，摆在销售人员面前的是-平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，拥有一个积极向上的心态是非常重要的。

**汽车销售个人工作总结篇三**

20××年是\*\*公司重要的战略转折期。国内专用车市场的日益激烈的竞争、价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给\*\*公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下，专用汽车公司取得了历史性的突破，年销售额、利润等多项指标创历史新高。回顾全年的工作，我们主要围绕以下开展工作：

一、加强面对市场竞争，不依靠价格战细分用户群体，实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标，结合公司总经理在20××年商务大会上的指示精神，公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们没有一味地走入“价格战”的误区。“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢?我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标管理

1、服务流程标准化

2、日常工作表格化

3、检查工作规律化

4、销售指标细分化

5、晨会、培训例会化6、服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销细致的市场分析。

我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销;根据××年的销售形势，我们确定了油罐车、化工车、洒水车、散装水泥车等车型的集团用户、瞄准政府采购市场、零散用户等市场。对于这些市场我们采取了相应的营销策略。对相关专用车市场，我们加大了投入力度，专门成立了大宗用户组，销售公司采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。在市场上树立了良好的品牌形象，从而带动了我\*\*公司的专用汽车销售量。

对策三：注重信息收集做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做出反应。同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性;在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把公司产品市场的占有率作为销售部门主要考核目标，顺利完成总部下达的全年销售目标。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作;建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度。

二、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部管理，作到请进来、走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的专用汽车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的管理提出全新的方案和建议;组织综合部和相关业务部门，利用业余时间学习。

三、注重团队建设

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。

在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和专业素质。通过聘请专业的企业管理人才对员工进行了团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

20××年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标均创历史新高。在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创新上，精品服务的理念上，还大有潜力可挖。同时还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对20××年，公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务管理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保公司20××年公司各项工作的顺利完成。

**汽车销售个人工作总结篇四**

一个优秀的销售员必须具备深刻的了解自己的产品，准确的锁定目标群，严格的执行拟定的销售计划，记录完善的客户信息等。

销售人员必须先熟悉所销售车型的产品定为及市场定位，然后根据定位锁定目标客户群，制定每日销售工作量并严格执行，只有确保量变才能产生质变，必须完整记录客户的有效信息，只有确保客户的沉积才能保证销量的平稳及足部的上升。

1、目标客户群准确的定位以及人群的挖掘

目标客户群准确的定位直接影响到开发客户的准确性。存在就是有道理的，每一款车都有他的客户群体，客户信息的收集除了常规的来店(来电)还有报纸，电视、企业名录、网络推广、成交客户的转介绍、同行经销商介绍、人群聚集地派发资料及名片。

汽车越界最伟大的销售员乔吉拉德，他凭借自己的努力在1976年内销售1452辆新车而被列入吉尼斯世界纪录。如今这么多年过去了，世界还无一人能打破这记录。成功的秘诀最重要的事情就是他每天都在做与自己汽车专业相关的事情，无时无刻不在思考实现专业的汽车销售。乔吉拉德来华演讲他的销售技巧，一个小时的课程，乔吉拉德上台后进行了简单自我介绍然后开始发名片，一直45分钟后，加上翻译的翻译时间整整用去了50分钟，这时乔吉拉德说我的销售第一堂课讲完了。

2、有计划的开发客户

有计划的开发客户可以快速提高销售业绩，通常我们认为开发客户先由熟悉的人开始，在足部走向陌生客户，有句话辗转反复5人你可以见到总统，也就是说这5个人分别代表5个群体，只有不断的扩大自己的社交圈才能结识更多的人，结识更多的人才能有更多的销售机会。

印地安人有句谚语：第一句话和朋友说最简单，其实每个客户都是我们的朋友。反之每个朋友都是我们的客户，通常认为开发客户先由最熟悉的地区县再到周边城市省份，只有在熟悉的地方你才能更好的展现自己，所以开发客户在地理区域上由熟悉的地方到陌生城市，从人脉上由朋友到朋友的朋友到陌生人。

3、让电话变得有意义

任何一次无意义的电话，都是对潜在客户的骚扰，所以和潜在客户通话时一定要让他得到收获，与潜在客户联系前，必须做好相应的准备，尽量全面的收集潜在客户的资料。包括：潜在客户的姓名、兴趣爱好、所在地、所处行业、行业动态、行业新闻、甚至家人信息等。尽量了解潜在客户的需求，与潜在客户联系前，自身要克服打电话的恐惧心理，做好详尽的打电话前的笔记，手边放好可能需要的相关资料，有的业务员还准备了一些符合潜在客户兴趣爱好的新闻趣事以及幽默笑话。

4、约客户的准备工作

要约客户时，尽量做到不在自己当班时，尽量安排同区域内的客户，尽量要约客户来展厅，在自己熟悉的环境下洽谈。如果要约上去客户处，要做好上门前的相关准备：如仪容仪表(统一制服)，男士不佩戴饰物，女士化淡妆，准备好名片及佩戴好工作牌。准备好相关车型资料、报价、合同、收据、计算器、及签字笔、最好不要安排在午休以后。

**汽车销售个人工作总结篇五**

时光飞逝，转眼之间，我来到承德分公司已经四个多月了!在过去的几个月里，我通过努力的工作，也有了一点的收获，借此对自己的工作做一下总结，目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把今后的工作做到更好.如果有什么不足的地方，希望大家以后能给予批评、指导。

一、简要总结如下

我是20xx年4月1日来到公司工作的.作为一名新员工，我是没有汽车销售经验的，仅凭对销售工作的热情和喜爱，而缺乏对本行业销售经验和专业知识，为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到销售和专业方面的难点和问题，我会及时请教部门经理和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门经理和同事对我的帮助!通过不断的学习专业知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在我对市场有了一个大概的了解，逐渐的也可以应对客户所提到的一些问题。在不断的学习专业知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

二、现存的缺点

对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，对一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法，在与客户的沟通过程中，缺乏经验.

三、市场分析

我们所负责的车型很多，在销售过程中，牵涉问题最多的就是价格，客户对价格非常敏感，怎样在第一时间获悉价格还需要我在今后的工作中去学习和掌握.承德现在有一部分客户主要从北京提车，价格和我们这差很多，而且什么车都有现货，只要去了随时可以提车，所以客户就不在承德这买车，这无疑对我们销售人员是一种挑战，我们怎样才能把客户留住呢?这就需要我们在今后的工作中不断完善自己的业务知识，尽量达到客户满意，靠服务赢取我们的市场。

随着市场竞争的日益激烈，摆在销售人员面前的是平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，拥有一个积极向上的心态是非常重要的。

**汽车销售个人工作总结篇六**

前言： 随着我国经济的飞速发展和人民生活水平的不段提高,人们的消费观念和消费需求也在不断发生变化.汽车作为高档消费品越来越受到年轻一代和事业有成的人群的青睐.近年来汽车贸易企业在沈城犹如雨后春笋迅速的发展.汽车贸易公司的形式一般都是从外国引进的“4s”店形式.在国内汽车销售市场还不算饱和的情况下,这种以店销为主的方式占了销售量的90﹪以上,只有少量车型如:微型客车、小型客车、重卡、厢货等销售商在人员推销方面下了很大功夫,而轿车走的都是店销形式. 而在全面建设小康社会的今天，汽车已进入越来越多的百姓家庭，成为普通人出行的代步工具。

一. 实习目的：

1. 更快的适应社会，增强自身的素质学习更多的销售技巧，学会与顾客接触，交流

2. 了解北京现代的汽车各种品牌，价格，性能

3. 了解公司管理模式，进一步加深对理论知识的理解,进一步熟悉理论和技能在实践中的应用

4. 通过实习加深我们对汽车专业在国民经济中所处地位和作用的认识,巩固专业思想,激发热情

二. 时间：20\_\_年6月4日——6月28日

三. 地点：北京现代

四. 公司组成：销售部 维修部 财务部 综合办公室

销售部职员：经理：\_\_\_

销售顾问：\_\_\_

信息员：\_\_\_

五. 实习内容：

1. 掌握北京现代的销售流程

2. 与销售人员搞好关系，从他们那里学习更多的经验

3. 学会运用相应的销售技巧

4. 更好的了解汽车各方面的信息，对各种车型进行比较

5. 真正了解“4s店”的含义

六. 汽车销售流程图：

接待——咨询——车辆介绍——试乘试驾——报价协商——签约

成交——交车——售后跟踪

1. 接待：接待环节最重要的是主动与礼貌。销售人员在看到有客户来访时，应立刻面带微笑主动上前问好。如果还有其他客户随行时，应用目光与随行客户交流。目光交流的同时，销售人员应作简单的自我介绍，并礼节性的与客户分别握手，之后再询问客户需要提供什么帮助。语气尽量热情诚恳。

2. 咨询：咨询的目的是为了收集客户需求的信息。销售人员需要尽可能多的收集来自客户的所有信息，以便充分挖掘和理解客户购车的准确需求。销售人员的询问必须耐心并友好，这一阶段很重要的一点是适度与信任。销售人员在回答客户的咨询时服务的适度性要有很好的把握，既不要服务不足，更不要服务过度。这一阶段应让客户随意发表意见，并认真倾听，以了解客户的需求和愿望，从而在后续阶段做到更有效地销售。并且销售人员应在接待开始便拿上相应的宣传资料，供客户查阅。

3. 车辆介绍：在车辆介绍阶段最重要的是有针对性和专业性。销售人员应具备所销售产品的专业知识，同时亦需要充分了解竞争车型的情况，以便在对自己产品进行介绍的过程中，不断进行比较，以突出自己产品的卖点和优势，从而提高客户对自己产品的认同度。

4. 试乘试驾：在试车过程中，应让客户集中精神对车进行体验，避免多说话，让客户集中精神获得对车辆的第一体验和感受。

5. 报价协商：通常就是价格协商，销售人员应注意在价格协商开始之前保证客户对于价格、产品、优惠、服务等各方面的信息已充分了解。

6. 签约成交：在成交阶段不应有任何催促的倾向，而应让客户有更充分的时间考虑和做出决定，但销售人员应巧妙地加强客户对于所购产品的信心。在办理相关文件时，销售人员应努力营造轻松的签约气氛。

7. 交车：要确保车辆毫发无损，在交车前销售员要对车进行清洗，车身要保持干净。

8. 售后跟踪：一旦汽车出售以后，要经常回访一下顾客，及时了解顾客对我们汽车的评价及其使用状况，要提醒顾客做保养。

七. 北京现代旗下品牌：

....

八. 车型主要配置：

....

九. 实习总结：

短短的一个月的实习期过去了，而我在北京现代邢台京鹏店实习的这一个月感受颇深，让我学到了一些学习中学不到的东西，教会了我怎样去与顾客接处，让我认识到，生活中的很多事情不是那么轻易就能做好的，要靠自己的不断努力和坚韧的毅力才能做好。

刚去的时候，我满怀信念，我相信：既然有新的开始就会有新的收获。因此报到的当天我去的很早，并且很快就见到了张经理，接着就上了岗，于是我就跟着小贡开始了以后的工作。

我每天早晨7：40到，下午6：00下班，刚来的这几天还能受得了，可紧接的以后的时间就特别的累，每天骑着自己的爱车，载着自己疲惫的身躯回到学校，连饭都不想吃，就想好好的睡一觉。可时间长了，我却接受了时间对我的考验。

店里的那些人都特别好接触，有时我们也开一下玩笑，但谁都没有被戏弄的感觉，尤其是娟姐跟苏哥最逗了，简直就是一对活宝，总让我们在一些烦闷的工作中解脱出来。有时候擦车也特让我郁闷，北京现代的车最低的也有1.425米，而我的个子小，够不着车顶，每天只擦车身，不擦车顶，总是不能完整的擦完一辆车。

而我的主要任务就是擦车和洗车，顺便可以跟着销售员学习一些销售技巧，并且能够与顾客沟通，我生来就是一个比较腼腆的男孩子，有的时候虽然与顾客接触了，但总怕说错什么话，记得有一次，有一位顾客让我给他讲一下发动机，光听他所说的驾龄就比我的年纪大，当时我都有点傻了，不知道从哪里说起，也怕说错什么让人家笑话，也感觉他是不是故意在戏弄我，看我是新来的，幸亏当时小尹帮我解了围，可是我并不介意，这也许也是件好事，知道自己哪里是障碍，以后加以改正。

他们经常对我说：要想卖好车，就必须先学会擦车。这就像担子一样压在我的脊梁上，总让我不知道该如何是好，每天早上重复同样的动作，时间长了，我骑自行车越来越快，车擦的越来越好，越来越干净，原本从学校到公司用50分钟，而现在不到40分钟就到了，开句玩笑话，别的没学会，可车技却练了出来。

有时候总感觉自己像一只脱了缰的骏马，驰骋在无际的草原上，不知道何处是我的归路，有时候我就像一只雄鹰，翱翔在广阔的天空中，不知道我的目标在何处，还有时候我就好比一个盲人，不知道眼前的光明在那里，而现在的我就像是一只无头苍蝇，到处的乱撞，对于销售来说，不知道从那里入手，看来自己还是欠缺一些社会经验呀，从此以后我要好好的干，为了实现自己的理想，苦点，累点那没什么，只要能学到东西，那也就忍了。

现在的顾客也特别难缠，有时就为了那么一点小东西就唠叨个不停，没事的时候我就站在那些销售员的旁边跟他们套近乎，取一下他们的“经”，争取早日成“佛”，看他们在那里与顾客交流，我真羡慕，我暗想：什么时候我可以真正的与顾客交流呢，我虽然看在眼里，可我早已把他们所说的话记在心里了。

在某种情况下，语言也是一种障碍，有些顾客在看车的时候讲的全是他们那里的方言，有时我根本就听不懂，这就影响了我与顾客的交流。通过这件事看来我得多才多艺呀，会的多了，就会什么也不怕，谁都别想难住你。

就在实习的最后一天，我终于得到了一个彻底与顾客接触的机会，我拿着钥匙带顾客到车库看他想要的nf御翔，到了那里，我先为顾客简短的做了一下介绍，就开始回答他所提的问题。很快属于我们的时间过完了，我感觉自己答的还不错，忽悠那些对于汽车不在行的那些人还是可以的。

一个月的实习过完了，现在回想起来还是那么的津津有味，在那里我学到了很多知识，也让我与顾客得到了好多次近距离接触，我现在基本上已经有了销售技巧，并且能够把车卖出去。

而现在所谓的“4s”也就是：整车销售(sale)、零配件(sparepart)、售后服务(service)、信息反馈等(survey)。

**汽车销售个人工作总结篇七**

在20xx年当中，坚决贯彻总公司的营销政策，学习、制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，和市场部共同策划宣传公司的形象、品牌的形象，在各媒体广告里如：广播电台、报刊杂志等，使我们公司的知名度在太原市场上渐渐被客户所认识。部门全体员工累计发短信三万余条，团队建设方面;制定了详细的销售人员考核标准、销售部运行制度、工作流程、团队文化等。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面工作中我们做的还有很大的差距。

从销量上看，我们的工作做的是不好的，销售业绩的确很不理想。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，目前发现销售部有待解决有主要问题有以下几点：

1.销售人员工作的积极性不高

2.对客户关系维护很差

销售顾问最基本的客户留资率、基盘客户、回访量太少。一个月的时间里，总共八个销售顾问一天拜访的客户量20余个，手中的意向客户平均只有七八个。从数字上看销售顾问的基盘客户是非常少的，每次搞活动邀约客户、很不理想，导致有些活动无法进行。

3. 沟通不够深入

销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的一些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

4.工作没有一个明确的目标和详细的计划

销售人员没有养成一个工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

5.销售人员的素质形象、业务知识不高

个别业务员的自身素质低下、顽固不化恶习很多、工作责任心和工作计划性不强，业务能力和形象、素质还有待提高。

一.市场分析

市场是良好的，形势是严峻的。通过今年自主品牌汽车的销量下滑，厂家一定会调整应对的策略。明年是大有作为的一年，我们一定要内强素质，外塑形象。用铁的纪律，打造铁的团队，打一场漂亮的伏击战。假如在明年一年内没有把销售做好，我们很可能会失去这个发展的机会。

二.20xx年工作计划

在明年的汽车销售部年度工作中下面的几项工作为主来做：

1)建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团队

人才是企业最宝贵的资源，一切的销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，战斗力、高素质的销售团队是企业的根本。只有通过高素质高效率的销售人员不但能提高车的销量，而且能把保险、上户、装潢等附加值上一个新的台阶。在明年的工作中组建一支和谐，高效率的销售团队作为一项主要的工作来抓。

2)完善销售制度，建立一套明确系统的管理办法

销售管理是企业的老大难问题，销售人员的出勤、见客户时处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

3)提高人员的素质、业务能力

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4)建立新的销售模式与渠道

把握好制定好保险与装潢的销售模式，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好店内销售与电话销售、邀约销售、车展销售等之间的配合。

根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到各个销售顾问身上，再分解到每月，每周，每日;并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我们将带领销售部全体人员竭尽全力完成目标。

5)顾全大局服从公司战略

今后，在做出每一项决定前，应先更多的考虑公司领导的看法和决策，遵守领导对各项业务的处理决断。工作中出现分歧时，要静下心来互相协商解决，只要能经常总结经验教训、发挥特长、改正缺点，自觉把自己置于公司和客户的监督之下，勤奋工作，以身作则。我相信，就一定能有一个更高、更新的发展。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、厂家的政策扶持、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支“亮剑”的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。相信完整的本年度汽车销售部年度工作总结，将会引领我们走向更好的明天。

**汽车销售个人工作总结篇八**

在上级领导的正确带领下，我按照年初制定的总体部署和工作要求，以“客户至上”这一服务理念为主线，坚持高标准、严要求，在直接面对客户，为客户提供服务时，用真诚对待客户群众，热情周到，文明礼貌，规范操作，快捷高效，忠实履行岗位职责;回首过去、展望未来。不管从事前台、行政，还是销售工作，都让我学会了以求真务实的态度对待工作，以豁达宽容的心境对待平凡的工作岗位，在日复一日的迎来送往中领略到了服务的魅力，体会到了“以客户为中心”的真正内涵。

一、夯实基础工作

作为一名销售人员，在工作中，我能尽力发挥我“管理就是服务，创新就是超越，工作就是奉献”的人生宗旨，用积极阳光的心态，在自己的岗位上认真履行自己的职责，为我们汽车的发展做出了应有的贡献。

(一)不断学习，增强责任心。在工作之余，我认真学习了有关汽车销售方面的知识，通过学习，我深刻认识到了工作无小事，我明白任何一个细节都可能影响到工作的质量和效果。

(二)关注动态，把握行业信息。随着汽车行业之间日趋严酷的市场竞争局面，我知道，信息就是效益。因此，我密切关注行业动态信息，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。通过市场调查、业务洽谈等方式与途径建立了稳定可靠的信息渠道。

(三)调整策略，适应市场变化的销售模式。销售的命脉在于市场，而市场的命脉是变化。在工作中，把握市场命脉，就是能有应对市场变化的策略和措施。我在上级领导和同事们的支持帮助下，能适时根据市场变化调整销售策略，个别情况个别对待，只要是有利于我们利益的，不论大小，我坚决运作，尽全力使它能化为有效的订单。

二、爱岗敬业，以大局为重

作为一名汽车销售人员，我深切地明白“客户至上”的道理，尤其对我们面对的客户来说，规范而细致的态度不但可以促进客户消费，还可以有效提升我们的品牌。我在工作中时刻严格要求自己，规范每一个细节，用细心、耐心、用心，做到了“腿勤、手勤、口勤”。

三、狠抓服务，提升形象

细节决定成败。因此，我注重服务态度、服务技巧和服务水平，充分发扬了优质服务的的专业精神，用专业礼貌用语、服务态度，调动和激起顾客的购买欲，有一句话说：“服务源自真诚”。做到这一点，才能够达到“以我真诚心，赢得客户情”。我用真诚去赢得更多的空间和商机，通过这一系列地规范和统一服务，从而提升了我们的形象。

四、务实进取，团结协作

勤勉敬业是对一名工作人员的起码要求。在工作中，我以正确的态度对待各项工作任务。同时我也一直都非常注重与同事们之间的关系，善于调动和发挥大家积极性和创新性，努力营造一个和谐高效的工作环境。因为我相信“团结就是力量”。只有团结，我们才能凝心聚力，整合力量，做好事情。

天行健，君子以自强不息;地势坤，君子以厚德载物。我理解这是为人做事的准则和真谛。思想有多远，脚步就能走多远，再好的规划贵在付之行动，形式代表不了实质，说到不如做到，今后，我要继续加强学习，掌握做好汽车销售工作必备的知识与技能，以求真务实的工作作风，以创新发展的工作思路，奋发努力，攻坚破难，把各项工作提高到一个新的水平，为汽车的发展，做出我应有的贡献。

**汽车销售个人工作总结篇九**

转眼即逝，20xx年还有不到三个小时的时间，就挥手离去了，迎来了20xx年的钟声，对我今年的工作做个总结。

回首，看看今年的一年，我都不知道自己做了什么，居然今年的营业额没有完成，还差70多万，心里真是不好受，对自己做个检讨，对今年的所有事情，做个归纳。

一，我认为今年业绩没有完成的原因是以下三点：

1.市场力度不够强，以至于现在唐山大企业中好多客户都还没接触过，没有合同产生!没有达到预期效果!

2.个人做事风格不够勤奋.不能做到坚持到最后，特别是最近今年四至八月份，拜访量特别不理想!

3. 在工作和生活中，与人沟通时，说话的方式、方法有待进一步改进。

二，工作计划：

工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不能马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善。

业绩代表过去，并不是代表过去就没事了。要以过去的不足和问题来鞭策自己，让自己在新的时间里有更好的突破!为了明年的工作能上升一个层次，给自己制定计划如下：

三个大部分：

1. 对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

2. 在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

3. 要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

九小类：

1. 每月要增加5个以上的新客户，还要有到3个潜在客户。

2. 一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3. 见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4. 对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一致的。

5. 要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6. 对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下四。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7. 客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8. 自信是非常重要的，要自己给自己树立自信心，要经常对自己说“我是最棒的!我是独一无二的!”。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9. 和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

三，明年的个人目标：

一个好的销售人员应该具备：好的团队、好的人际关系、好的沟通技巧、好的销售策略、好的专业知识、还有一条始终贯穿其中的对销售工作的极度热情!个人认为对销售工作的热情相当重要，但是对工作的热情如何培养!怎么延续?把工作当成一种手段而不是负担~工作也是有乐趣的，寻找乐趣!通过20xx年的工作和学习，我已经了解和认识到了一些，我们有好的团队，我们工作热情，我们可以做到也一定能做到!我明年的个人目标是400万，明年的现在能拥有一辆属于自己的车(4万~7万)!一定要买车，自己还要有5万元的资金!

我相信自己能够成功，为自己的目标而奋斗!加油!

**汽车销售个人工作总结篇十**

20xx年是xx公司重要的战略转折期。国内专用车市场的日益激烈的竞争、价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给xx公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下，专用汽车公司取得了历史性的突破，年销售额、利润等多项指标创历史新高。回顾全年的工作，我们主要围绕以下开展工作：

一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分用户群体实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标，结合公司总经理在20xx年商务大会上的指示精神，公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们没有一味地走入“价格战”的误区。“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢?我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标管理

1、服务流程标准化2、日常工作表格化3、检查工作规律化4、销售指标细分化5、晨会、培训例会化6、服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销

细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销;根据xx年的销售形势，我们确定了油罐车、化工车、洒水车、散装水泥车等车型的集团用户、瞄准政府采购市场、零散用户等市场。对于这些市场我们采取了相应的营销策略。对相关专用车市场，我们加大了投入力度，专门成立了大宗用户组，销售公司采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。在市场上树立了良好的品牌形象，从而带动了我xx公司的专用汽车销售量。

对策三：注重信息收集做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做出反应。同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性;在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把公司产品市场的占有率作为销售部门主要考核目标，顺利完成总部下达的全年销售目标。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作;建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度。

二、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部管理，作到请进来、走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的专用汽车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的管理提出全新的方案和建议;组织综合部和相关业务部门，利用业余时间学习。

三、注重团队建设

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。

在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和专业素质。通过聘请专业的企业管理人才对员工进行了团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

20xx年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标均创历史新高。在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创新上，精品服务的理念上，还大有潜力可挖。同时还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对201x年，公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务管理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保公司200x年公司各项工作的顺利完成。

**汽车销售个人工作总结篇十一**

销售部自xx年初以来，认真贯彻集团公司关于认真抓好制冷机组市场销售的指示精神，在公司领导的正确指导和管理下，销售部下大力充实了销售一线业务人员队伍并组织进行了培训，注重抓好了各重点渔港的代理制销售网络的建设和目标客户群体的巩固，全国各大渔港的代理制销售网络现已陆续建立，业务员与代理商之间的沟通、协调能力也在逐步增强，我们在对制冷机组进行市场开发的过程中，不断探索代理销售的新方法、新思路，从目前的销售情况看，我们的销售工作正承现出良好的发展势头。现将销售部上半年销售工作情况及所存在的问题作一简单的总结，并对销售部下一步工作的开展提几点看法。

一、销售部成员组成

目前，销售部共有业务人员9人，他们进公司的时间最短的也有3个月，经过公司多次系统地培训后，他们已基本熟悉了制冷机组的技术性能、构造以及代理制销售业务运作的相关流程。对这9名业务人员，我们按业务对象和重点进行了任务区分，在业务人员比较少的情况下，使每名业务员既当终端客户的业务员又当代理商主管，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞。与此同时，销售部长在统抓全面销售的情况下，不定时的对各个分点进行实地检查督导，与代理商当面沟通，探讨分季节段的制冷机组销售工作，使销售部的工作稳步发展。

二、建立了一套系统的业务管理制度和办法

我们在总结去年工作的基础上，再加上近半年来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于代理商销售队伍及业务开展的管理办法，各项办法正在试运行之中。首先制定了“管人”的《销售部业务人员考核办法》，对业务人员的考勤办法及每天的工作重点和建立的客户对象作出了明确的规范;对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求。其次，出台了“管事”的《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部进行定位的基础上，进一步地对接到发货通知后的发货准备、发货流程、机组安装及机组安装后的运行情况等业务开展的基本思路作出了细化，做到了“事事有要求，事事有标准。”第三制定并规范了代理销售合同。在原有代理销售合同的基础上，我们又请集团法律顾问对代理销售合同进行了再规范，在与代理商签定合同时基本没出现因合同制定而发生的迟签和不签现象。第四形成了“总结问题，提高自己”的业务办公会制度。业务人员每次出差回来后首先到销售部集中报到，由销售部长主持如开业务办公会，及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重业务人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

三、统一思想，端正态度

从销售部成立之初，我们便站在以寻找战略伙伴的角度，和公司一道谋求制冷机组快速推进市场的方法。坚持短期效益和长远计划相结合的方向，一方面尽快寻找具有良好影响力和推广力的代理商，一方面大量的作基础性工作，深入渔港，了解掌握各地渔业的基本情况和渔民的观念、效益和保鲜需求，扩大渔民对产品的认知度，为以后全面推进市场作好铺垫。并试图以现有的价格体系磨合市场，保证公司的利益，由始至今我们一直坚持，对产品充满信心，并不计成本地努力。

四、建设并巩固了一张代理制销售的终端营销网络

工作中我们以指导代理商销售帮助代理商尽快建立起自己的销售网络为主。在建立代理制销售网络之初，我们加大了对代理商的考查力度，接待各地前来公司考察的代理商有30余人次，最终我们从实力较强的8人中选定为代理商重点考察培养对象，现已签定代理合同的有5家。在工作中我们给代理商定任务、定期限、压担子，在业务员对其实时的督导，内勤人员不定时的电话督促下，代理商的责任心增强了，业务人员的协调能力提高了，营销艺术也得到了很好的锻炼。从近期代理商反馈的市场信息来看，各地的代理商在销售部的统一指导下，逐步建立起了各自的销售网络，对我公司的制冷机组销售前景更树立了信心。

五、工作中不断总结并大力推广产品销售中好的作法和经验

目前，由于全国渔业受到国际原油价格上涨的严重影响，以及渔业资源的减少、捕渔成本高、风险大，多数渔船主选择近海作业，有少数渔船主甚至停船作业，只有少数渔船主将作业区域外移，这样直接给我们公司的产品销售造成一定的影响，同时，由于少数渔船主的作业区域外移，给我们的产品推广提供了平台，另一方面，停港靠岸的渔船因出海次数少，致使用冰量少，降低了渔船主的投资欲望，但从总体来看，随着产品推广的进一步深入，渔船尾气制冷机组的市场前景非常广阔。

(一)在重点渔港的现场演示工作取得良好效果

三月份，在渔船上坞前期，我们为使渔民能对制冷机组由一个全面的了解，在公司王总的带队下，我们组织技术骨干，业务人员到福建、两广、海南、浙江等南方几个大的渔市进行现场交流和机组的制冷效果演示，取得了较好的效果，基本达到了使渔民对我公司产品有全新的认识的目的，排除了之前在渔民心中对这种新产品技术上的疑惑，船老大们对我们的制冷方式和经济效益分析基本赞同，由于

没有亲身使用过该产品，没有对产品提出过多的问题，许多想购买的船长邀请我们对他们的渔船进行了测量。同时，我们也同福建船检部门和个别渔业公司建立了合作意向，同福建代理商签定了两台机组的购买合同，使代理商代理我公司产品的信心更加巩固。

(二)电视广告的大力宣传确保了产品占领市场的时机

我们在派业务人员深入各渔港对终端客户进行产品推销的过程中，对代理商进行电视广告支持。确保了产品迅速占领市场的有利时机，真正地在代理商与渔民之间形成了天(广告)地(公司)人(业务)三网的有机结合，满足了代理商的广告支持的要求。

(三)积极走上层路线，进一步巩固产品的市场地位

在针对销售速度缓慢的情况下，我们认真分析导致这种局面的原因，及时召开业务人员市场形势分析会，最终我们决定走上层路线，于是积极同省科技局、船检部门、渔业公司建立起合作关系，通过我们的协调和深入的做工作，取得了在山东石岛俚岛水产公司安装4台机组的成绩，这样一方面可以彻底的检验机组性能，另一方面奠定了山东市场的地位，最主要的是打消了部分渔民的顾虑，为使机组在今年6月份的休渔期进行整体销售打下了基础。

**汽车销售个人工作总结篇十二**

前言： 随着我国经济的飞速发展和人民生活水平的不段提高,人们的消费观念和消费需求也在不断发生变化.汽车作为高档消费品越来越受到年轻一代和事业有成的人群的青睐.近年来汽车贸易企业在沈城犹如雨后春笋迅速的发展.汽车贸易公司的形式一般都是从外国引进的“4s”店形式.在国内汽车销售市场还不算饱和的情况下,这种以店销为主的方式占了销售量的90﹪以上,只有少量车型如:微型客车、小型客车、重卡、厢货等销售商在人员推销方面下了很大功夫,而轿车走的都是店销形式. 而在全面建设小康社会的今天，汽车已进入越来越多的百姓家庭，成为普通人出行的代步工具。

一. 实习目的：

1. 更快的适应社会，增强自身的素质学习更多的销售技巧，学会与顾客接触，交流

2. 了解北京现代的汽车各种品牌，价格，性能

3. 了解公司管理模式，进一步加深对理论知识的理解,进一步熟悉理论和技能在实践中的应用

4. 通过实习加深我们对汽车专业在国民经济中所处地位和作用的认识,巩固专业思想,激发热情

二. 时间：20xx年6月4日——6月28日

三. 地点：北京现代

四. 公司组成：销售部 维修部 财务部 综合办公室

销售部职员：经理：

销售顾问：

信息员：

五. 实习内容：

1. 掌握北京现代的销售流程

2. 与销售人员搞好关系，从他们那里学习更多的经验

3. 学会运用相应的销售技巧

4. 更好的了解汽车各方面的信息，对各种车型进行比较

5. 真正了解“4s店”的含义

六. 汽车销售流程图：

接待——咨询——车辆介绍——试乘试驾——报价协商——签约

成交——交车——售后跟踪

1. 接待：接待环节最重要的是主动与礼貌。销售人员在看到有客户来访时，应立刻面带微笑主动上前问好。如果还有其他客户随行时，应用目光与随行客户交流。目光交流的同时，销售人员应作简单的自我介绍，并礼节性的与客户分别握手，之后再询问客户需要提供什么帮助。语气尽量热情诚恳。

2. 咨询：咨询的目的是为了收集客户需求的信息。销售人员需要尽可能多的收集来自客户的所有信息，以便充分挖掘和理解客户购车的准确需求。销售人员的询问必须耐心并友好，这一阶段很重要的一点是适度与信任。销售人员在回答客户的咨询时服务的适度性要有很好的把握，既不要服务不足，更不要服务过度。这一阶段应让客户随意发表意见，并认真倾听，以了解客户的需求和愿望，从而在后续阶段做到更有效地销售。并且销售人员应在接待开始便拿上相应的宣传资料，供客户查阅。

3. 车辆介绍：在车辆介绍阶段最重要的是有针对性和专业性。销售人员应具备所销售产品的专业知识，同时亦需要充分了解竞争车型的情况，以便在对自己产品进行介绍的过程中，不断进行比较，以突出自己产品的卖点和优势，从而提高客户对自己产品的认同度。

4. 试乘试驾：在试车过程中，应让客户集中精神对车进行体验，避免多说话，让客户集中精神获得对车辆的第一体验和感受。

5. 报价协商：通常就是价格协商，销售人员应注意在价格协商开始之前保证客户对于价格、产品、优惠、服务等各方面的信息已充分了解。

6. 签约成交：在成交阶段不应有任何催促的倾向，而应让客户有更充分的时间考虑和做出决定，但销售人员应巧妙地加强客户对于所购产品的信心。在办理相关文件时，销售人员应努力营造轻松的签约气氛。

7. 交车：要确保车辆毫发无损，在交车前销售员要对车进行清洗，车身要保持干净。

8. 售后跟踪：一旦汽车出售以后，要经常回访一下顾客，及时了解顾客对我们汽车的评价及其使用状况，要提醒顾客做保养。

七. 北京现代旗下品牌：

....

八. 车型主要配置：

....

九. 实习总结：

短短的一个月的实习期过去了，而我在北京现代邢台京鹏店实习的这一个月感受颇深，让我学到了一些学习中学不到的东西，教会了我怎样去与顾客接处，让我认识到，生活中的很多事情不是那么轻易就能做好的，要靠自己的不断努力和坚韧的毅力才能做好。

刚去的时候，我满怀信念，我相信：既然有新的开始就会有新的收获。因此报到的当天我去的很早，并且很快就见到了张经理，接着就上了岗，于是我就跟着小贡开始了以后的工作。

我每天早晨7：40到，下午6：00下班，刚来的这几天还能受得了，可紧接的以后的时间就特别的累，每天骑着自己的爱车，载着自己疲惫的身躯回到学校，连饭都不想吃，就想好好的睡一觉。可时间长了，我却接受了时间对我的考验。

店里的那些人都特别好接触，有时我们也开一下玩笑，但谁都没有被戏弄的感觉，尤其是娟姐跟苏哥最逗了，简直就是一对活宝，总让我们在一些烦闷的工作中解脱出来。有时候擦车也特让我郁闷，北京现代的车最低的也有1.425米，而我的个子小，够不着车顶，每天只擦车身，不擦车顶，总是不能完整的擦完一辆车。

而我的主要任务就是擦车和洗车，顺便可以跟着销售员学习一些销售技巧，并且能够与顾客沟通，我生来就是一个比较腼腆的男孩子，有的时候虽然与顾客接触了，但总怕说错什么话，记得有一次，有一位顾客让我给他讲一下发动机，光听他所说的驾龄就比我的年纪大，当时我都有点傻了，不知道从哪里说起，也怕说错什么让人家笑话，也感觉他是不是故意在戏弄我，看我是新来的，幸亏当时小尹帮我解了围，可是我并不介意，这也许也是件好事，知道自己哪里是障碍，以后加以改正。

他们经常对我说：要想卖好车，就必须先学会擦车。这就像担子一样压在我的脊梁上，总让我不知道该如何是好，每天早上重复同样的动作，时间长了，我骑自行车越来越快，车擦的越来越好，越来越干净，原本从学校到公司用50分钟，而现在不到40分钟就到了，开句玩笑话，别的没学会，可车技却练了出来。

有时候总感觉自己像一只脱了缰的骏马，驰骋在无际的草原上，不知道何处是我的归路，有时候我就像一只雄鹰，翱翔在广阔的天空中，不知道我的目标在何处，还有时候我就好比一个盲人，不知道眼前的光明在那里，而现在的我就像是一只无头苍蝇，到处的乱撞，对于销售来说，不知道从那里入手，看来自己还是欠缺一些社会经验呀，从此以后我要好好的干，为了实现自己的理想，苦点，累点那没什么，只要能学到东西，那也就忍了。

现在的顾客也特别难缠，有时就为了那么一点小东西就唠叨个不停，没事的时候我就站在那些销售员的旁边跟他们套近乎，取一下他们的“经”，争取早日成“佛”，看他们在那里与顾客交流，我真羡慕，我暗想：什么时候我可以真正的与顾客交流呢，我虽然看在眼里，可我早已把他们所说的话记在心里了。

在某种情况下，语言也是一种障碍，有些顾客在看车的时候讲的全是他们那里的方言，有时我根本就听不懂，这就影响了我与顾客的交流。通过这件事看来我得多才多艺呀，会的多了，就会什么也不怕，谁都别想难住你。

就在实习的最后一天，我终于得到了一个彻底与顾客接触的机会，我拿着钥匙带顾客到车库看他想要的nf御翔，到了那里，我先为顾客简短的做了一下介绍，就开始回答他所提的问题。很快属于我们的时间过完了，我感觉自己答的还不错，忽悠那些对于汽车不在行的那些人还是可以的。

一个月的实习过完了，现在回想起来还是那么的津津有味，在那里我学到了很多知识，也让我与顾客得到了好多次近距离接触，我现在基本上已经有了销售技巧，并且能够把车卖出去。

而现在所谓的“4s”也就是：整车销售(sale)、零配件(sparepart)、售后服务(service)、信息反馈等(survey)。

**汽车销售个人工作总结篇十三**

七月流火，酷热难耐。正是这样的盛夏时节，我开始了我的假期社会实践。很荣幸的让我进入了德宝汽车销售有限公司的销售部。德宝汽车销售有限公司是以汽车销售、整车维修、汽车俱乐部及驾驶培训服务为一体的综合型民营企业。第一次参与社会实践性质的活动,让我对自己充满了期待。

虽然我所学的专业是国际经济于贸易，销售汽车和我的专业没有什么关系，对我来说很陌生，要想把工作做好，就必须了解这方面的知识，对其各方面都有深入的了解，才能更好地应用于工作中。这是锻炼我的一个好机会。实践，就是要我们在学校所学的理论知识，运用到客观实际中去，使自己所学的理论知识有用武之地。理论应该与实践相结合。另一方面，实践可为以后找工作打基础。通过这段时间的实习，学到一些在学校里学不到的东西。因为环境的不同，接触的人与事不同，从中所学的东西自然就不一样了。要学会从实践中学习，从学习中实践。而且在中国的经济飞速发展，又加入了世贸，国内外经济日趋变化，每天都不断有新的东西涌现，在拥有了越来越多的机会的同时，也有了的挑战，前天才刚学到的知识可能在今天就已经被淘汰掉了，中国的经济越和外面接轨，对于人才的要求就会越来越高，我们不只要学好学校里所学到的知识，还要不断从生活中，实践中学其他知识，不断地从各方面武装自已，才能在竞争中突出自已，表现自已。所以我们学的虽然是国际经济与贸易，但在以后毕业工作中我们不一定是去做有关我们这一专业的工作。然而不同的职业间却有着一些相同的地方，走进任何企业，都要接触各种各样的客户、同事、上司等等，关系复杂。不管什么工作都是有竞争的。在竞争中就要不断学习别人先进的地方，也要不断学习别人怎样做人，以提高自已的能力!

在实践的这段时间内，虽然我只帮忙接电话，复印资料，整理文件，开发票等，但我感受着工作的氛围，使我非常的开心，这些都是在学校里无法感受到的。但在这段时间中我主动出击也尝试了当一名销售员的滋味。虽然对那些有关汽车配置的有关问题我回答的不够全面，还是别人帮助了我，但在销售汽车的过程中使我受益匪浅。在销售的过程中服务态度至关重要。做为一个服务行业，顾客就是上帝良好的服务态度是必须的，要想获得的利润就必须提高销售量。这就要求我们想顾客之所想，急顾客之所急，提高服务质量语言要礼貌文明，待客要热情周到，要尽可能满足顾客的要求。

在这里我看着车子如何卖出，看着修理部的工人给那些出故障的车子排除故障。在这里我体会着上班族的快乐和烦恼，忙碌的时候，上班族也象小学生一样期待着假期。以前总渴望离开父母的保护伞，独自一人去闯荡。似乎现在想想自己有些天真，这个社会竞争的压力真的好大。就业，在就业都是很困难的，想要找一份非常满意的工作也不容易，创业又谈何容易。

短短的实践时间中，使我对自己的目标有了新的一个定位。我们现在的许多学生都很迷茫，对自己的专业认识不够，对自己的未来没有一个合理的规划，象一只无头苍蝇似的，不知道学习专业有啥用，将来能做什么。这样的盲目使有些学生自我放纵、堕落。因此我们现在要根据自己的实际情况合理的为自己规划，找到自己的发展道路。要通过社会实践切身的了解自己的专业，了解这个社会。而不是一味的抱怨。要循序渐进的提高自己的能力，锻炼自己，让自己成为社会优秀的人才，为社会服务。

这也使我对自己提出了新的要求，要有良好的心理素质及受挫折的心态，要有良好的语言表达能力及与陌生人交流的能力，要有吃苦耐劳的精神，要坚持不懈。这些都是我现在所欠缺的一些能力。而这些能力也是我在以后参加就业所必须具备的一些能力。因此在接下来的时间里，让我有了新的动力。让我对自己所学的专业知识有了一个全新的认识。

我所学习的国际经济与贸易专业培养德、智、体全面发展，适应21世纪社会经济发展和社会主义现代化建设需要，基础扎实、知识面宽、能力强、素质高，富有时代特征和创新意识的国际经济贸易领域的高级应用型、复合型专门人才。本专业学生主要学习国际经济与贸易专业的基础知识、基本理论、基本技能以及相邻专业的基本知识，具有较深厚的学科理论基础，精通英语，掌握国际贸易和国际合作业务的基本方法以及教学、科学研究的基本技能。毕业生还应该熟悉党和国家的有关方针、政策和法规;系统掌握国际经济与贸易专业的基础知识、基本理论、基本技能;精通英语，能够熟练地阅读本专业英文书刊及资料;具有较高的听、说、读、写、译的能力，并有较扎实的经济管理、汉语写作、数学、计算机等方面的基础和较强的应用能力;知识面较广，具有独立获取知识、提出问题、分析问题和解决问题的基本能力及创新精神和较强的创造能力;具有一定的社会活动能力、从事对外经济贸易实际业务工作和适应相邻专业业务工作的基本能力与素质。在如此的高要求下，不管自己将来是从事这方面的工作，还是与这方面有关的工作。现在我所要做的是将自己的专业知识掌握牢固，提高自己交流能力等，同时也应该多参与社会实践，拉近自己与社会间的距离，让自己更好的去适应社会。

结束这次实践，我拿到我了我人生中的第一笔工资，让我领悟到了赚钱的辛苦，这个社会，只要你付出就一定有收获，在这个暑假我所收获的远远大于我所付出的，而这些都是我在学校里没办法学到的社会经验，这些是我人生的一笔财富。

结束实践以后，感受甚多，使自己更近一步了解了这个社会，更近一步了解了自己。社会实践加深了我与社会的感情，拉近了我与社会的距离，也让自己在社会实践中开拓了视野，增长了才干，进一步明确了我们青年学生的成材之路与肩负的历史使命。社会才是学习和受教育的大课堂，在那片广阔的天地里，我们的人生价值得到了体现，为将来更加激烈的竞争打下了更为坚实的基础。希望以后还有这样的机会，让我从实践中得到锻炼。通过一个多月的实践使我增长了见识，也懂得了许多做人的道理，也使我更清楚地认识到自己的不足和缺点，所以我要在今后的学习和生活中严格要求自己，提高自己的素质，努力学好自己的专业技能短期的社会实践，一晃而过，却让我从中领悟到了很多的东西，而这些东西将让我终生受用。社会实践促进了大学生的全面发展。通过社会实践活动，我们从与人民群众的广泛接触、了解、交流中受到真切的感染和体验，从无数活生生的典型事例中受到深刻的启发和教育，使思想得到升华，社会责任感增强。在实践中，我们的人生观、价值观得到进一步的强化，提高了认识能力、适应能力和创新能力。这不仅是一次实践，还是一次人生经历，是一生宝贵的财富。在今后我要参加的社会实践，磨练自己的同时让自己认识的，使自己未踏入社会就已体会社会方面。让自己在毕业就业的时候可以有的选择机会。

**汽车销售个人工作总结篇十四**

时光飞逝，转眼之间，我来到承德分公司已经四个多月了!在过去的几个月里，我通过努力的工作，也有了一点的收获，借此对自己的工作做一下总结，目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把今后的工作做到更好.如果有什么不足的地方，希望大家以后能给予批评、指导。

一、简要总结如下

我是20xx年4月1日来到公司工作的.作为一名新员工，我是没有汽车销售经验的，仅凭对销售工作的热情和喜爱，而缺乏对本行业销售经验和专业知识，为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到销售和专业方面的难点和问题，我会及时请教部门经理和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门经理和同事对我的帮助!通过不断的学习专业知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在我对市场有了一个大概的了解，逐渐的也可以应对客户所提到的一些问题。在不断的学习专业知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

二、现存的缺点

对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，对一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法，在与客户的沟通过程中，缺乏经验.

三、市场分析

我们所负责的车型很多，在销售过程中，牵涉问题最多的就是价格，客户对价格非常敏感，怎样在第一时间获悉价格还需要我在今后的工作中去学习和掌握.承德现在有一部分客户主要从北京提车，价格和我们这差很多，而且什么车都有现货，只要去了随时可以提车，所以客户就不在承德这买车，这无疑对我们销售人员是一种挑战，我们怎样才能把客户留住呢?这就需要我们在今后的工作中不断完善自己的业务知识，尽量达到客户满意，靠服务赢取我们的市场。

随着市场竞争的日益激烈，摆在销售人员面前的是平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，拥有一个积极向上的心态是非常重要的。

**汽车销售个人工作总结篇十五**

20xx年即将过去，在今年的汽车销售期间，我通过努力的工作，也有了一点的收获，借此对自己的工作做一下总结，目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把今后的工作做到更好。

简要总结如下：

我是20xx年9月19日来到贵公司工作的。作为一名新员工，我是没有汽车销售经验的，仅凭对销售工作的热情和喜爱，而缺乏对本行业销售经验和专业知识，为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到销售和专业方面的难点和问题，我会及时请教部门经理和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门经理和同事对我的帮助!

通过不断的学习专业知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在我对市场有了一个大概的了解，逐渐的可以清晰。流利的应对客户所提到的各种问题，对市场的认识也有了一定的掌握。

在不断的学习专业知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

现存的缺点

对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，对一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。

市场分析

我所负责的区域为宁夏。西藏。青海。广西周边，在销售过程中，牵涉问题最多的就是价格，客户对价格非常敏感，怎样在第一时间获悉价格还需要我在今后的工作中去学习和掌握。广西区域现在主要从广东要车，价格和天津港差不多，而且发车和接车时间要远比从天津短的多，所以客户就不回从天津直接拿车，还有最有利的是车到付款.广西的汽车的总经销商大多在南宁，一些周边的小城市都从南宁直接定单.现在广西政府招标要求250000以下，排气量在2。5以下，这样对于进口车来说无疑是个噩梦。

宁夏的经销商多港口的价格市场比较了解，几乎都是在银川要车，银川主要从天津，兰州要车，而且从兰州直接就能发银川。

国产车这方面主要是a4，a6。几乎是从天津港要车，但是价格没有绝对的优势。青海和西藏一般直接从天津自提，往往有时咱的价格是有优势的，但是天津去西藏的运费就要8000元，也就没什么优势了。

从20xx年9月19日到20xx年12月31日我的总销量是3台，越野车一台，轿车一台，跑车一台，总利润11500元，净利润10016元，平均每台车利润是3339元。新年到了我也给自己定了新的计划，20xx年的年销量达到80台，利润达到160000，开发新客户10家。我会朝着这个目标去努力的。我有信心!

随着市场竞争的日益激烈，摆在销售人员面前的是-平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，拥有一个积极向上的心态是非常重要的。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找