# 汽车销售实习个人总结3000字

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2025-04-03

*工作总结必须有情况的概述和叙述，有的比较简单，有的比较详细。这部分内容主要的是对工作的主客观的条件、有利和不利的条件以及工作的环境和基础的等进行分析。工作总结频道为您整理了《汽车销售实习个人总结3000字》，感谢阅读！ >【篇一】　　通过一...*

工作总结必须有情况的概述和叙述，有的比较简单，有的比较详细。这部分内容主要的是对工作的主客观的条件、有利和不利的条件以及工作的环境和基础的等进行分析。工作总结频道为您整理了《汽车销售实习个人总结3000字》，感谢阅读！

>【篇一】

　　通过一段时间的市场营销专业技能培训学习，使我受益匪浅，在销售方面我不敢说有了深刻的了解，但通过学习使我理清了思路，找准了切入市场营销对于原本的我既陌生又熟悉。所谓陌生，是在这之前我从没有真正意义上学习和研究过它，对它的认识仅仅是表面而已;所谓熟悉，是说市场营销从来都一直伴随在我们身边，我们去超市购物，去逛街，去商店的遇到它，市场营销出现在我们生活的各个角落!自从开始实习后便开始选择适合的题目，想了一天后决定选择秦皇岛市市中心的一家不错的形象设计中心，“羽”形象设计中心，他的地理位置是秦皇岛陶乐成斜对面的二楼上，这个形象设计中心具有先进的设备以及高水平的设计人员，每个店员都有自己的特色并且积极创新，经过进一步的了解，其主要业务有，美发美发设计全身设计，而且陪同逛街买衣服等等，服务态度很亲切，而且会达到不让顾客多话一分冤枉钱的良好效果。很多顾客都是回头客。经过对其他类似行业的调查研究，这所形象设计中心还是很具有竞争实力的，经过将近两个星期的调查研究以及实施和设计中心的人达到了良好的默契，并且完成了自己的策划案。对此有一些心得和总结

　　一、做好科学的时间管理。在营销工作中做好时间管理是很重要的。我的日常工作是在办公室进行的，必须珍惜时间，讲究效率，在每一个单元时间内，办尽可能多的事，充分利用每一分钟。时间这种资源公平地分给每一个人，但各人在相同时间里所产生的效益是不同的，这就要求我们有意识地利用时间，那么怎样才能有效地利用时间呢?首先，树立科学时间管理的概念。

　　二、工作有计划，有重点，既要总结当天的工作，又要提前一天安排好第二天的计划，有日计划、周计划、月计划，办公桌上备有工作日记，把重要的事情记录在本子上，办公物品摆放要有规律，文件资料不乱丢，用时才不会手忙脚乱。再次，禁止闲谈，办公室人员多，客人多，不能东拉西扯，说长道短，漫无目的，这种谈话要适可而止。例如有人看报，一份报纸从头条新闻到边角广告，一看半天。打开电视机，新闻广告、电视剧，样样都看，问他到底看到了什么，却说不出个所以然。最后，充分利用移动时间。

　　三、做时间的主人，做好目标管理。做事最忌无目标，凭感觉走，设定目标是成功的第一步，可以增加动力，明确工作生活的方向，对目标的实现要设有一定期限，不能今天拖明天，明天拖后天，以致目标被无限期地搁置。

　　四、我平时负责销售三部的帐目及日常计划等工作，通过学习与近半年来的工作，我感触最深的是帐目方面不能混乱，对每一笔钱的来源去向都要清楚。

　　市场营销是指企业以满足顾客需要，创造顾客价值和满意为中心所进行的一系列活动。顾客的需要是市场营销的起点，顾客需要的满足并感到满足则是市场营销的最终目的。

　　市场营销是一项整体性的经营活动，它与“推销”、“销售”具有不同的含义。

　　市场营销是一门科学，而企业实际的市场营销活动则不仅要讲究科学性，还要讲究艺术性。市场营销就是在变化的市场环境中，旨在满足消费需要，实现企业目标的商务活动过程。包括市场调研，选择目标市场，产品开发，产品订价，渠道选择，产品促销，产品储存和运输，产品销售，提供服务等一系列与市场有关的企业的企业业务经营活动。元祖食品是中国大陆第一个同时推行ERP、通过ISO9001国际标准认证以及HACCP食品卫生安全控制的企业，秉承“不断创新、引导市场、打造需求、创造流行”的经营理念，从礼俗文化中取材，以产品的高质量和新品的不断研发，再造美食文化的精致内涵。随着生活水平的提高及人们对食品安全意识的提升，消费者需求方面改变了很多，营销环境既能提供机遇，也能创造威胁。成功的公司都知道持续不断地观察并适应变化着的环境。当需要制定一个计划之前要目标确立、资料齐全无误之后，才可以制订计划。在这一步骤中，先介绍\"工作包(WBS)\"的概念。所谓工作包，就是把工作分解成几个块，分清各块的先后次序、各块的工作之间的相互关系、各块的工作由谁负责。工作包的方式实现了分工协作、合理配置资源的目的。\"甘特图\"是一种直观表现工作包的工具，它用图示的方法表现各个阶段的工作进度。无论做哪种产品的市场营销首先就是了解这个产品，了解产品的性能和优缺点，了解产品的所有信息;尽量了解这个产品的市场的发展起源和现在、以后的发展方向，多找些资料预测一下这个产品的市场前景，做到知己知彼。

　　每种产品都有不同的消费群体，一个优秀的市场营销者一定会认清自己产品的消费群体的特点，例如你的产品主要针对于个人还是公司，如果针对于公司那麽针对的公司是什么类型、针对于个人是老年人或是儿童等等，不同的行业有不同的模式我不能一一列举，也不会一一列举，请勿见怪。这主要依靠自己的摸索和实践，只要能细心的观察市场就一定会有所收获，实践出真知。

　　尊重你的竞争对手，很多业务员把其它公司的业务员看成敌人，这个想法是错的。如果你刚好在客户那边见到其它厂家的推销员，可礼貌地发张名片给他，他一般也会回张给你，说不定还有意外的收获。

　　这次实习还是我了解到如何定价，策略：

　　(1)地区性定价策略：有按在特定的交通工具上的交货的方式定价，统一交货定价，分区定价，基点定价;

　　(2)心理定价策略：同价定价，分割定价，声望定价，整数定价，尾数定价，吉祥数字定价，习惯定价，招徕定价(将产品价格调整到低于价目标价格，甚至低于成本费用，以招徕顾客促进其它产品的销售);

　　(3)折扣定价策略：现金折扣，数量折扣，职能价格折扣，季节折扣等;

　　(4)竞争导向定价策略：随行就市定价，限制定价策略，投标竞争定价;

　　(5)需求歧视定价策略：应顾客而意，应时间而意，应场合而;

　　(6)产品组合定价策略：系列产品定价，互补产品定价，互替产品定价等。这些想必你以前都没有听过吧，除此之外你还能简单的了解到一些定价方法，如有成本加成定价法，变动陈本定价法，盈亏平衡点定价法，认知价值定价法，等等。在定价的实践活动中，定价方法和定价策略应互相匹配，以期限度的增强产品的市场竞争力，结合产品的特点，针对市场的现实状况，再结合有关学过的内容就能把自己的产品给推销出去。

　　做营销一定要有敏锐的洞察力，在接触市场的过程中，随时留意市场的变化，要推断下一步这个市场的需求，而主动提前做好推广计划，什么事都要快对手一步。。

　　做市场营销其实就是也是在营销自己，营销自己的理念和自己的人格。做人很重要，不要想着去欺骗你的客户，客户可能会因为相信你而上一当，但是他绝对不会上二次当，你可能会因此失去更多的客户和机会。诚信对于营销者整个的营销生涯中占有举足轻重的作用，无论在什么样的环境下一定要对自己说过的话负责任，诚信也是最基本的人格保证。营销者要和自己的客户真心的交朋友，多了解客户的需要，多站在客户的角度去考虑问题。产品虽然是没生命力的，但是人是有生命力的，人也可以赋予产品于生命力。一定要注意自己的言行，营销者的一言一行时时刻刻影响着客户对自己的看法，你的一个微小的动作都可能会使你成功或者全牌皆输。

　　做市场营销一定要吃苦耐劳，一分耕耘、一分收获真的在这上面有面的体现，做营销是很辛苦的，是体力和脑力的共同结合。守时对于营销者至关重要，与客户约好了时间一定要提前一些时间到达，无论是多么的风雨交加、电伞雷鸣都不是你迟到的借口，如果真的遇到不可逾越的困难的时候一定要提前告知客户迟到的原因并致歉。营销者一定要学会微笑，对自己微笑、对客户微笑、对困难微笑。微笑的魔力真的很大，当你见到客户的时候对他微笑，客户会觉得有种如沐春风的感觉，在良好的气氛中交谈肯定你的成功率会大很多。在现代通讯非常发达的今天，一定要用多种渠道去开拓你的客户，多利用现有的网络资源等，多给自己争取一些机会，勤奋和得法的市场营销者才会在残酷的市场竞争中拥有自己的一席之地。

　　最后一点就是持之以恒，凡事贵在坚持，客户不是一朝一夕就有的，是需要营销者长时间的努力日积月累起来的。如果你因为惧怕困难而放弃那么就永远不会成功，坚持到底就有见到曙光的那一天。

>【篇二】

　　在杭州XX4S店短短一个月的实习期很快就结束了,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.

　　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.

　　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.

　　工作人员也经常对我说：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.实习总结

　　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.

>【篇三】

　　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。商用车车作为一种人们营运的交通工具，人们对它的要求也越来越高，追求驾驶室的舒适，安全度，配置上都有很大提高。近年来商用汽车贸易企业在省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,就连市场上微型客车、小型客车、重卡、厢货车等销售商也在这方面下了很大功夫。

　　20XX年4月，我正式走进广东xx车公司，广州xx东风汽车项目这集团公司开始了工作。公司给我们安排的是销售部门，由于我是应届毕业生,以前学的专业就是汽车，在基本的产品知识还不是很陌生，但对于东风汽车的各款车型还不是很了解的，在销售之前了解自己的产品是必须的，如果对自己的产品都不了解更无从说起让客户去知道，去了解，去选择我们的产品。我们开始实习的工作是了解产品知识，参加公司的汽车知识培训，刚刚平时的工作是擦车、顶轮胎、把展场上的汽车分类管理。

　　刚开始做这项工作是很慢的，要熟悉车型，牢记车的配置，上牌吨位，车厢尺寸，驾驶室的宽窄，因为作为商用车的销售不比乘用车，销售商用车要了解还学习更多的知识，因为它更加的接近实际，更加贴近生活的需要，我们做的商用车将是客户日后作为赚钱养家的工具，所以它更加具有挑战性，更加具有难度。在实习过程中，有许多的事情对于新手是很大的挑战，并不是事情有什么高难度，但是都是需要熟练生巧的，一次做不好两次做不好，三四次做的就会好点，有了前面的教训就会将后面的事情做的好点，而每次只要比上次好一点就会把自己的工作做好的，这也是我进公司感触到的，对开始实习也是一个很好的思考，顶轮胎是件很小的事情，但是从小事反映的道理却值得让我们反省。

　　销售部的工作当然不是就是顶轮胎而已，在打了一个月下手之后也渐渐熟悉了公司的基本框架，主要的部门和各部门的职责，于是开始介入销售的部分工作了，比如说帮老销售顾问填写表格，打购置税申请表，那些帮助老销售顾问的那些其实在以后的销售工作中起了很大的作用，表面在帮助别人，其实更多的是在帮助自己，中间的很多流程自己在后面开始正式销售的时候都用到了。在这过程中我学会了交车的基本流程，如何开发票，打购置税，写交车确认表，填写保修手册，还有一些资料的整理，什么是交给客户的，什么是留在公司存档的，哪些是买购置税用的，哪些材料是准备上牌用的。销售的主要目的还是销售汽车，在实习的产品知识的培训，我们一起去的学生只有我是学汽车的。

　　所以在培训的时候我还是感觉很轻松的，培训我们的经理也都非常的耐心细心，还要我们做产品的对比，上去做演讲汇报，主要都是去了解车的主要竞争对手的车，配置价格之类，在与我们场上的车做对比，为什么人家的车好卖，分析优势和劣势，怎么样去做调整等。但还是有许多东西是需要死记硬背的，比如各款汽车的外形参数和技术参数，天籁的长宽高以及这款车的发动机功率和扭矩等，东风日产的车型较多，有九款车型，意味着就必须记得九种不同的长宽高、车重、发动机参数、加速时间等等。虽然没有了以前上课的那种复杂程度，也不需要计算太多的数据，但是要真的做好也不是那么很容易的事情。除了主要参数的记忆，在工作学习中还明白了销售流程，客户开发、接待、咨询、产品介绍、试车、协商、成交、交车、跟踪。这是东风日产汽车销售的标准流程，在每个过程中我们都有现场演练。

　　汽车销售流程:

　　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，而应让客户有顺其自然的感觉。

　　在集团公司的日子里我向经理同事都学习到很多宝贵的知识和经验，生活得也很开心，我会在这里继续工作学习下去。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！