# 2024年市场营销本科毕业论文(推荐)(5篇)

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2024-12-17

*20\_年市场营销本科毕业论文(推荐)一企业开张伊始，尚无一套系统营销方略，因而需要根据市场特点策划出一套行销计划。(一)市场状况分析及市场前景预测1.产品的市场性、现实市场及潜在市场状况。2.市场成长状况，产品目前处于市场生命周期的哪一阶段...*

**20\_年市场营销本科毕业论文(推荐)一**

企业开张伊始，尚无一套系统营销方略，因而需要根据市场特点策划出一套行销计划。

(一)市场状况分析及市场前景预测

1.产品的市场性、现实市场及潜在市场状况。

2.市场成长状况，产品目前处于市场生命周期的哪一阶段上。对于不同市场阶段上的产品公司营销侧重点如何，相应营销策略效果怎样，需求变化对产品市场的影响。

3.消费者的理解性，这一资料需要策划者凭借已掌握的资料分析产品市场发展前景。

如中国台湾一品牌的漱口水《\"德恩耐\"行销与广告策划案》中策划者对德恩耐进入市场风险的分析，产品市场的决定颇为精彩。如对产品市场成长性分析中指出：

①以同类产品\"李施德林\"的良好业绩说明\"德\"进入市场风险小。

②另一同类产品\"速可净\"上市受普遍理解说明\"李施德林\"有缺陷。

③漱口水属家庭成员使用品，市场大。

④生活水平提高，中、上阶层增多，显示其将来市场成长。

(二)影响产品的不可控因素进行分析

如宏观环境、政治环境、居民经济条件，如消费者收入水平、消费结构的变化、消费心理等，对一些受科技发展影响较大的产品如：计算机、家用电器等产品的营销策划中还需要思考技术发展趋势方向的影响。

营销方案，是对市场机会的把握和策略的运用，因此分析市场机会，就成了营销策划的关键。只是找准了市场机会，策划就成功了一半。

(一)优势

(二)劣势

一般营销中存在的具体问题/劣势，表现为多方面：

企业知名度不高，形象不佳影响产品销售。

产品质量但是关，功能不全，被消费者冷落。

产品包装太差，提不起消费者的购买兴趣。

产品价格定位不当。

销售渠道不畅，或渠道选取有误，使销售受阻。

促销方式不务，消费者不了解企业产品。

服务质量太差，令消费者不满。

售后保证缺乏，消费者购后顾虑多等都能够是营销中存在的问题。

从问题中找劣势予以克服，从优势中找机会，发掘其市场潜力。分析各目标市场或消费群特点进行市场细分，对不同的消费需求尽量予以满足，抓住主要消费群作为营销重点，找出与竞争对手差距，把握利用好市场机会。

(三)机会

(四)威胁

营销目标是在前面目的任务基础上公司所要实现的具体目标，即营销策划方案执行期间，经济效益目标到达：总销售量为×××万件，预计毛利×××万元，市场占有率实现××。

(一)营销宗旨

一般企业能够注重这样几方面：

以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。

以产品主要消费群体为产品的营销重点。

建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等。

(二)产品策略

通过前面产品市场机会与问题分析，提出合理的产品策略推荐，构成有效的4p组合，到达最佳效果。

1)产品定位。产品市场定位的关键主要在顾客心目中寻找一个空位，使产品迅速启动市场。

2)产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系。

3)产品品牌。要构成必须知名度，、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，务必有强烈的创牌意识。

4)产品包装。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略。

5)产品服务。策划中要注意产品服务方式、服务质量的改善和提高。

(三)价格策略

那里只强调几个普遍性原则：

拉大批零差价，调动批发商、中间商用心性。

给予适当数量折扣，鼓励多购。

以成本为基础，以同类产品价格为参考。使产品价格更具竞争力。若企业以产品价格为营销优势的则更应注重价格策略的制订。

(四)销售渠道

产品目前销售渠道状况如何对销售渠道的拓展有何计划，采取一些实惠政策鼓励中间商、代理商的销售用心性或制定适当的奖励政策。

(五)促销策略

(人员推销、广告、营业推广、公共关系)

以广告宣传为例：

1.原则：

①服从公司整体营销宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司形象。

②长期化：广告宣传商品个性不宜变来变去，变多功能了，消费者会不认识商品，反而使老主顾也觉得陌生，所以，在必须时段上应推出一致的广告宣传。

③广泛化：选取广告宣传媒体多样式化的同时，注重抓宣传效果好的方式。

④不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当时机，及时、灵活的进行，如重大节假日，公司有纪念好处的活动等。

2.实施步骤可按以下方式进行：

①策划期内前期推出产品形象广告。

②销后适时推出诚征代理商广告。

③节假日、重大活动前推出促销广告。

④把握时机进行公关活动，接触消费者。

⑤用心利用新闻媒介，善于创造利用新闻事件提高企业产品知名度。

(六)具体行动方案

根据策划期内各时间段特点，推出各项具体行动方案。行动方案要细致、周密，操作性强又不乏灵活性。还要思考费用支出，一切量力而行，尽量以较低费用取得良好效果为原则。尤其就应注意季节性产品淡、旺季营销侧重点，抓住旺季营销优势。

这一部分记载的是整个营销方案推进过程中的费用投入，包括营销过程中的总费用、阶段费用、项目费用等，其原则是以较少投入获得最优效果。费用预算方法在此不再详谈，企业可凭借经验，具体分析制定。

总结

(或方案调整：这一部分是作为策划方案的补充部分。在方案执行中都可能出现与现实状况不相适应的地方，因此方案贯彻务必随时根据市场的反馈及时对方案进行调整。)

**20\_年市场营销本科毕业论文(推荐)二**

一、实习目的或研究目的

本次实习的目的在于通过理论与实际的结合、个人与社会的沟通，进一步培养自己的业务水平、与人相处的技巧、团队协作精神、待人处事的能力等，尤其是观察、分析和解决问题的实际工作能力，以便提高自己的实践能力和综合素质，希望能帮助自己以后更加顺利地融入社会，投入到自己的工作中。

一般来说，学校的生活环境和社会的工作环境存在很大的差距，学校主要专注于培养学生的学习能力和专业技能，社会主要专注于员工的专业知识和业务能力。要适应社会的生存要求，除了要加强课堂上的理论知识外，还必须要亲自接触社会参加工作实践，通过对社会工作的了解指导课堂学习。实际体会一般公司职员的基本素质要求，以培养自己的适应能力、组织能力、协调能力和分析解决实际问题的工作能力。

实习在帮助应届毕业生从校园走向社会起到了非常重要的作用，因此要给予高度的重视。通过实习，让自己找出自身状况与社会实际需要的差距，并在以后的学习期间及时补充相关知识，为求职与正式工作做好充分的知识、能力准备，从而缩短从校园走向社会的心理适应期。

二、实习内容

实习的内容主要是营销化妆品，学习公司的企业文化、营销技巧、团队协作精神、礼仪等各方面的知识。凭着对本公司产品的了解和与其它公司产品的对比，突出本公司产品的优点和公司的良好信誉，积极开拓客户源，向顾客推销产品，并尽量推销系列产品，完成公司分配的任务。

三、实习报告总结及体会

20\_\_年\_\_月\_\_日到\_\_月\_\_日，我在东方丽人化妆品店进行了为期两个星期的实习。这期间公司的同事给予了我热情的指导和帮助，而我也虚心向他们请教学习，把大学所学的知识加以运用，在理论运用于实践的同时，也在实践中更加深刻地理解了以前没有理解透彻的知识。经过这些天的实习，我对公司也有了更深刻的了解，也初步熟悉了营销员的实际操作步骤。更重要的是，这是我踏入社会的第一步，虽然只有两个星期的时间，但是也让我看到了自己的很多欠缺，让我深知出身社会，还需要很多学校里学不到的能力。

首先简单介绍一下我的实习单位：本公司位于广州市海珠区，是一家以营销化装品为主的私营营销公司。虽然它的规模不大，只有10几个员工，只有两个营业点，但它却是顾客值得信赖的公司，一直以来在社会上都有很好的口碑。本公司本着始终贯彻执行“顾客的满意是我们永恒的追求”为质量方针。

本公司现和多家生产型的厂家直接代理产品，并由专人对来料产品进行质量检验，如发现有产品不良现象可全数退还给厂家，公司一直坚持“以人为本”的企业经营原则：为科研开发，市场营销，经营管理等领域的高素质人才创造宽松的环境;注重基层员工业务素质的培训，以“加强责任管理，提高品牌意识”为宗旨对员工进行培训。

通过对员工的有效激励来充分发挥他们的主动性、积极性和创造性，以限度地挖掘员工的潜能，来更好的实现个人目标和企业目标的契合。公司主营产品或服务：保健品;化妆品;护肤品;洗发水;洗面奶;香水;花露水;口红等。这公司的经营理念是：质量和服务是经营的重中之重、把顾客放在第一位。由于有良好的质量加服务，本公司已建立了良好的业务关系。

虽然已经是大四毕业班的，但对于实际社会工作还是茫茫然的，毕竟书本上的只是一个概念，具体操作并没有教你。难得的实习机会，我想把它做好。在这段时间学会了一些比较琐碎的事情，但确实体会到了工作的辛酸，觉得自己在学校所学的专业知识严重不足，不能适应激烈的工作要求，像那些实际操作性极强的工作，我们这些刚出来没什么工作经验，而且本身就没好好学学校的专业课的人来说，根本无法和那些老手相竞争，有时候感觉确实无从下手。虽然说这只是个营销化妆品的公司，但在这实习期间，我从培训到商品的整理以及到产品的现场营销等，都全身心的投入到工作中去。

实习对我来说是个既熟悉又陌生的字眼，因为我十几年的学生生涯也经历过很多的实习，但这次却又是那么的与众不同。它将全面检验我各方面的能力：学习、生活、心理、身体、思想等等。就像是一块试金石，检验我能否将所学理论知识用到实践中去。关系到我将来能否顺利的立足于这个充满挑战的社会，也是我建立信心的关键所在，所以，我对它的投入也是的!紧张的两个星期的实习生活结束了，在这两个多月里我还是有不少的收获。

**20\_年市场营销本科毕业论文(推荐)三**

我所从事电脑销售工作已经有一年多的时间了，这一年多以来我开拓了许多陌生业务，从中获得了许多宝贵的经济，现在我已经完全的融入到了这个集体里。虽然在这一年的工作中我们也有许多的不足之处，但都想尽各种办法解决了。对下一年的工作我也制定了电脑销售工作计划范文：

我首先想到的是要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货; 勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理; 内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分-----培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率; 员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。 加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

收集整理

一、销售部获得利润的途径和措施

销售部利润主要来源有：计算机销售; 电脑耗材; 打印机耗材; 打字复印; 计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，\*万元，纯利润\*万元。其中：打字复印\*万元，网校\*万元，计算机\*万元，电脑耗材及配件\*万元，其他：\*万元，人员工资\*万元。

二、客户服务部获得的利润途径和措施

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站; 打印机维修; 计算机维修; 电脑会员制。20xx年我们被授权为七喜电脑授权维修站; 实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。

能够完成的利润指标，利润\*万元。

三、工程部获得的利润途径和措施

工程部利润主要来源：计算机网络工程; 无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来的利润点，便于计算机网络工程的顺利开

展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点-----无线网，和一部分的上网费预计利润在\*万元; 单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润\*万元; 多功能电子教室、多媒体会议室\*万元; 其余网络工程部分\*万元; 新业务部分\*万元; 电脑部分\*万元，人员工资—\*万元，能够完成的利润指标，利润\*万元。 在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

四、在管理上下大力度、严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

五、要建立一个比较完善、健全的管理运行体系。

从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办\*变成我们长期客户。

对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

六、创造学习的机会

不断为员工提供或创造学习和培训的机会，内部互相学习，互相提高，努力把\*公司建成平谷地\*计算机的权威机构。

职工培训工作是人力资源开发、干部队伍建设与企业文化建设的重要内容，通过培训，可以统一目标、统一认识、统一步调，提高企业的凝聚力、向心力和战斗力。树立学习风气，不懂得要问，不会的要学。

培训内容：

一、爱岗敬业：回顾历史、展望未来，了解企业的光荣传统与奋斗目标，增强使命感与责任感，培养主人翁意识。

二、岗位职责：学习公司制度、员工纪律，明确岗位职责、行为规范。

三、岗位技能：学习从业技能、工作流程及在岗成才的方法。

**20\_年市场营销本科毕业论文(推荐)四**

由于系领导的高度重视、实习单位的积极支持和实习师生的共同努力，本届本科毕业生实习进行得很顺利，取得较好的成绩，同时也反映出一些问题。本届毕业实习全面落实实习计划，使实习管理得到规范，实习教学质量得到提高，并得出一些建设性的建议。

1.实习时间2\*\*4年3月22日—2\*\*4年5月9日，共七周。（时间可以自己改动一下）

2.实习地点实习地点32个。在自治区内25个实习点，区外7个实习点。具体实习地点详见附件一，2\*\*4届本科毕业生实习情况统计表。

3.实习内容

实习内容可以概括为两大类。一类是本专业范围内的工作，另外也有个别

4.实习人数

（1）实习学生。2\*\*4届三个毕业班的131名学生全部参加实习。

（2）实习指导教师。共17人。由于实习点多，地点分散，系领导、教研室主任和本学期任课教师及相关行政人员全部参加实习指导工作。

5.实习形式

根据学院教务处的要求，采取集中实习和分散实习两种形式。分散实习学生自己联系实习单位，都出具三方签名的书面材料（个人申请书、家长同意书和实习单位接受实习的证明书）。集中实习学生的实习单位由系里联系。所有实习单位都有专业教师指导。实习类型有毕业实习和毕业设计两种，毕业实习学生107人（31个实习点），毕业设计24人（1个实习点）。根据学生个人意愿和特点选拔毕业设计学生，其他学生参加毕业设计。

6. 实习成果数据统计

（1）收到32个实习点每个点一份实习鉴定（实习单位盖章有效）。鉴定对每个实习学生做出评价，131名学生单位实习鉴定成绩全部合格。

（2）收到学生实习报告112份。其中毕业实习学生每人一份，共107份；毕业设计每组1份，共5份。实习报告全部合格。

（3）收到实习教师每人一份实习总结报告，共17份。报告内容包括三部分。一是对学生在实习过程中的表现、能力、纪律情况和基础知识掌握程度的评价。二是结合实习单位的意见，对自己指导的每个学生给出综合实习成绩。三是就毕业实习过程中反映出来的教学存在的问题提出改进意见或建议等。全体学生综合实习成绩全部合格。

达到毕业实习的预期目的。在学校与社会这个承前启后的实习环节，同学们对自己、对工作有更具体的认识和客观的评价。本次实习采取分散形式。原则上以就业实习为主，同时与毕业论文选题相结合。本届实习的单位覆盖面很广，企业总体水平也比较高。实习收获主要体现在两方面。

1. 工作能力。在实习过程中，绝大多数同学积极肯干，虚心好学、工作认真负责，主动参与企业市场调查、产品销售、外贸谈判、行政管理、财务管理、生产运作管理、人力资源管理等工作，同时认真完成实习日记、撰写实习报告，成绩良好。实习单位的反馈情况表明，我们的学生具有较强的适应能力，具备一定的组织能力和沟通能力，普遍受到实习单位的好评。大多数学生能胜任单位所交给的工作。在毕业设计单位和有些企业，实习学生提出许多合理化建议，做许多实际工作，为企业的效益和发展做出贡献。

2. 实习方式。实习单位指定指导人员师傅带徒弟式的带学生，指导学生的日常实习。学生在实习单位，以双重身份完成学习与工作两重任务。他们向单位员工一样上下班，完成单位工作；又以学生身份虚心学习，努力汲取实践知识。同学们认真的工作态度、较强的工作能力和勤奋好学的精神受到实习单位及其指导人员的一致好评。

3. 实习收获。主要有四个方面。一是通过直接参与企业的运作过程，学到实践知识，同时进一步加深对理论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成本科教学的实践任务。二是提高实际工作能力，为就业和将来的工作取得一些宝贵的实践经验。三是一些学生在实习单位受到认可并促成就业。四是为毕业论文积累素材和资料。

4. 组织管理。实习领导小组成员亲自到实习单位，检查和指导实习工作，协调解决实习中遇到的问题，总结、交流工作经验。

指导老师们在整个实习过程中尽职尽责，对保证实习质量起到重要作用。实习开始时，老师们深入学生和实习单位，阐明实习大纲及实习计划内容，明确实习目的和要求。实习过程中，结合实习单位的具体情况，帮助学生学会具体地分析问题、解决问题，学会深化专业知识，用专业知识指导实践，指导学生做好具体工作；在业务不多的实习点，引导学生“找事做”，挖掘他们的实践经验；检查学生实习工作日记，掌握实习情况，指导工作及时有效；督促学生认真完成实习报告。实习结束后，老师们认真做好学生的实习成绩考核及评定工作，参加实习交流会，完成实习总结报告。指导老师平均每周与每个学生交流一次。指导方式有电话、电子邮件、下点、面谈等。基本达到及时发现问题，解决问题，提高实习质量的目的。

实习单位的指导老师认真负责。不仅指导具体工作，还无私的介绍自己的工作与社会经验。

5. 校企关系。实习前后系领导带领实习老师专门拜访、答谢实习单位，实习结束时系里向实习单位发出统一格式的感谢信。实习学生积极配合企业工作，他们的精神风貌和实际工作绩效对企业工作起到良好的促进作用。使校企关系得到进一步巩固和发展。

6. 总结交流。返校后召开各种形式的交流会，内容丰富、气氛热烈，同学们积极发言谈经历，谈体会，谈感想，论题丰富，论据翔实。实习指导老师亲临交流会，既肯定同学们的成绩，又指出实习中的不足，并对同学们的观点或体会进行点评。对就业应聘以及将来工作具有很大的指导意义。

1. 增加实践环节。学生们共同的体会之一是“书到用时方恨少”。从销售终端的商品管理、价格确定，到渠道控制、广告投放、新品开发及至市场调研，都需要宽泛的理论知识支撑。有的单位工作专业性较强，学生下班回来找书找老师求教，其他实习点的同学也主动参与出谋划策。极大的激发大家的学习积极性，许多同学遗憾学习时不够努力刻苦。一个普遍反映的问题是同学们希望都能参加一次实际营销策划活动，以系统地解企业运作过程，增强实践能力。在我们的教学计划中，虽然有二年级的社会调查实习，但专业性不强，投入不足。如果三年级设一次短期专业性社会实践，会促进学生学习，进一步增加实践知识。如果增加实际营销策划内容，会加大教师工作量。但是，增加社会实践环节，确实是实现营销专业人才培养目标的重要途径，尤其有助于学生就业。我们初步计划增加营销策划实践工作项目，使目前学生的参与人数从5%增加到10%。建议学校把专业性社会实践纳入教学计划。

2. 承认教师指导社会实践的工作量。目前教师指导社会调查实习、毕业实习都没有计入教学工作量，所以不能调动教师积极性，也出现上面三番五次强调但总是难以见效的实际情况。包括毕业论文也存在这样的问题。指导社会实践和毕业论文需要教师投入一定的时间和精力，才能收到效果。总结经验可知，无论社会调查实习、毕业论文的撰写，还是策划活动，每个好成绩的取得，都投入指导教师大量的工作甚至个人的研究成果。所以，在进一步规范社会实践和毕业论文的同时，应该肯定教师的工作量，才能激励教师投入，才不会流于形式，真正达到实践目的。而承认教师工作量最有效和透明的办法之一就是把指导社会实践和毕业论文工作计入教学工作量。

3. 加大教学改革力度。以社会需求为导向，调整课程设置。实习中解到，目前社会需要大量的市场营销人才，可是，我们的学生却难以找到合适的岗位。客观表现为企业一般招聘有几年工作经验的人。其实企业的真正需要的是人才，这里折射出来的是：应届毕业生不算是人才。我们不能改变招聘条件，只能使自己成为人才。学生怎样才能成为人才，是我们面临的迫切问题。首先，要研究营销人才的内涵，然后以此调整培养目标、课程设置、教学目标、教学计划、学生知识和素质要求等。要加强就业指导工作，重视就业率，就业率是学院生存的重要基础。

4. 毕业实习规范化。以规范实习材料为重点，在实习大纲中明确要求，实习总结中落实到位。以严格实习成绩为切入点，强化实习效果。以计入教学工作量为动力，激励教师投入实习工作。

**20\_年市场营销本科毕业论文(推荐)五**

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。近年来汽车企业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状况下，这种以店销为主的方式占了销售量的\_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这天，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.透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、实习时间

\_

三、实习地点

\_4s店

四、实习资料

1.掌握汽车的销售流程。

2.与销售人员搞好关系，从他们那里学习更多的经。

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“汽车市场”的含义。

五、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带给什么帮忙。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。销售人员的询问务必耐心并友好，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状况，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思考和做出决定，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简单的签约气氛。

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，车身要持续干净。

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。

六、实习总结

短短几周的实习期过去了，而我在\_公司实习感受颇深，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。

style=\"color: rgb(18, 91, 134);\">

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！