# 汽车销售工作计划

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2025-03-08

*汽车销售工作计划【热门】汽车销售工作计划1一、 积极学习产品知识，熟练掌握销售技巧，加强二网销售人员的培训和沟通。二、 做好二网和总部各部门的协调工作，维系二网经销商与总部的关系，达到长期合作、互惠共赢的目的。三、 根据厂家政策及公司政...*

汽车销售工作计划【热门】

**汽车销售工作计划1**

一、 积极学习产品知识，熟练掌握销售技巧，加强二网销售人员的培训和沟通。

二、 做好二网和总部各部门的协调工作，维系二网经销商与总部的关系，达到长期合作、互惠共赢的目的。

三、 根据厂家政策及公司政策调整，及时出台具有可操作性的相关政策，通知并监督各二级网点实施；定期对各二级网点巡回检查，检查其执行协议情况、执行销售政策情况及日常业务开展情况。

四、 帮助二级网点做好广告宣传工作，组织以乡镇为主的巡展，定展。

五、 积极开拓市场，走访政府采购单位及大型企事业单位。

经过分析，宝骏630车型和价位非常适合菏泽市的出租车运输行业，20xx年，应该列为重点攻关对象。设想一下，如果菏泽大街小巷行驶的出租车是宝骏汽车的话，对品牌影响力和市场竞争力将会是多么大的提升。这样也可以为公司节省一大部分广告宣传费用。

六、 为了扩大销售渠道，增强品牌店市场渗透力，拓展辐射区域，公司应该在空白县区内增开二级网点数量。寻找较有销售能力和具有一定经济实力的二级经销商作为合作伙伴。

我相信，在上汽通用五菱的品牌影响下，在公司领导的大力支持下，加上所有宝骏汽车菏泽正鑫4S店各部门员工的努力，宝骏汽车可以很快的打开菏泽市场。争取本年度二级网点的销售量达到总销售额的40%。

**汽车销售工作计划2**

一、健全销售管理基础

工作重点：

1、认真研究好公司下发商务政策，做好订货、进销存管理;

2、密切跟进厂方及公司市场推广;

3、通过实施品牌营销方案快速打开市场;

4、通过销售管理系列培训计划提升团队业务技能;

5、健全部门各项管理制度，规范部门运营平台。

工作思路:

1、展厅现场5S管理

A、展厅布置温馨化一一以顾客为中心营造温馨舒适的销售环境;

B、销售工具表格化一一统一印制合同、销售文件和DMS系统使工作标准化、规范化;

C、销售看板实时化一一动态实时管理销售团队目标达成和进度，激励销售人员开展销售竞赛。

2、展厅人员标准化管理

A、仪容仪表职业化一一着装规范、微笑服务;

B、接待服务标准化一一电话接待流程、来店接待流程、表卡登记流程、表卡管理流程、交车流程;

C、检查工作常态化一一对展厅人员的仪容仪表、接待流程等标准化检查做到每日检查。每周抽查，长期坚持不懈才能督促人员的自觉意识，形成习惯。

3、销售人员管理

A、例会总结制度化一一晨夕会、周会、月销售总结分析会、活动总结会;

B、培训考核细致化一一车型介绍个个过、业务知识培训考试、谈判技巧培训、竞争对手知识考核、销售话术演练等;

C、业务办理规范化一一报价签约流程、订单及变更流程、价格优惠申请流程、车辆交付流程、保险贷款上牌流程等标准化。

4、业务管理重点

A、数据分析科学化一一来店(电)量、试驾率、展厅成交率、户外展示成交比、销售顾问个体生产力等;

B、销售模式差异化一一从顾客感受出发创新服务模式，做到人无我有，人有我细;

C、销售任务指标化一一从年度计划细分至季度、月度、每周指标，在部门内从上至下对任务指标要时刻关注准确掌握;

D、销售队伍竞赛化一一通过不定期分组销售竞赛、促销、看板管理、以老带新、月度考核、末位淘汰，使销售队伍竞赛常态化;

E、销售培训系统化一一从业务流程培训到销售技巧培训、从现场管理培训到活动组织培训、从岗位资格培训到能力提升培训等贯穿全员;

F、活动组织严谨化一一严谨细致的制定店头(户外)活动计划，充分与各部门沟通落实协调分工，制定应急方案，确保顾客邀约数量达标、现场气氛活跃、促销资料发放有序、危机事件得到妥善处理;

二、培养打造优秀销售管理团队

工作重点：

1、总结前期管理不足，分析提出改进方案，不断提升管理能力;

2、以市场为中心，不断探索销售创新与服务差异化;

3、时刻关注公司总体运营KPI指标并持续改进;

4、完善各项管理制度和流程，推行销售部全员绩效考核体系;

5、建设高素质、高专业化销售团队。

工作思路：

1、关注KPI运营指标，降低部门运营成本;

2、精细化进销存管理，根据月度销售量及滞销量，结合库存车型数量和在途订购车辆及日期，在充分研究内外部环境后，做好月度订货分析计划，提高资金周转率;

3、销售创新，协同市场部、售后服务部等部门积极开拓客户、二级网点，积极推广品牌活动。紧密关注社会热点和行业发展，结合车型特点策划销售方案，适时开展二手车置换业务，汽车消费信贷业务，精品销售业务等;

4、做好客户资源管理，不断提升客户满意度，定期举办客户维系活动，研究分析客户投诉并处理，客户问卷，客户转介绍等;

5、业务技能持续提升计划，推行维系微笑服务之星，推行工作高效率之星。开展岗位技能提升培训计划，岗位比武，形成员工内部热爱本职、钻研业务、自我学习的良好氛围;

6、不断优化改进业务流程，创造管理效益，在实践中不断改进制定清晰严谨的规章制度和业务流程;

7、完善奖励机制和考核，奖勤罚懒，表彰先进，提倡团队协作精神;

8、团队长期建设，发现人才，培养人才，对员工职业生涯进行引导和规划。设置高难度工作计划鼓励员工挑战高峰，关心员工生活注重思想交流;

三、分销网络建立

1、对合作商进行考察、评估

以合资的方式建立2-4个股份制地区分销中心，使合作商与公司的利益紧密相连，简化繁琐的工作流程和可能出现的矛盾，达成一致的目标。

2、建立地区分销中心

各分销中心具有整车销售、储运分流、配件配送、资金结算、信息反馈、服务支持、培训评估、以及市场管理与规范八大功能，通过各分销中心直接渗透到各辖区市场，从而更直接、准确、及时的了解市场的变化情况。

分销中心统一向辖区内的代理商供货，代理商直接面向当地最终用户，不实施批发销售，代理商每月向所属分销中心预报下月的产品需求，分销中心向4S店销售部预报下月产品需求量。这种做法有利于促进代理商和分销中心对市场的分析和预测，对市场的变化能迅速的做出反应，也有利于价格的统一和运作的规范化管理，不易造成各代理商业务的重叠。

四、销售策略

1、目标市场

作为XXXX首家经营XXXX汽车的4S店，在经营中针对消费者所表现出的不同需求要采取不同的营销组合措施来满足顾客的需求。由于我们店的地理位置处于东三环离主要的大卖场较远，因此我们的首要目标应考虑在地州市场、次要目标放在市区和大卖场。

2、服务策略

在核心产品方面，首先要保证所有产品在质量、外观、造型等方面都能较好的满足顾客的储运要求。在顾客关注的动力性、燃油经济性、行驶稳定性、制动性、操控性等质量方面加大力度进行多元化宣传，以此树立良好的品牌形象，在顾客利益上提供信贷、年检、二手车置换、免费上门服务、装饰等服务。我们不但要在服务中坚持以顾客为导向，还要用心、用真心、用热心全心全意为顾客服务，而且要在售前和售中比竞争对手提供的服务还优质。

五、费用预算

1、计划进货台次XXXX台(具体车型根据市场情况另订);

2、计划进货资金约XXXX万。

**汽车销售工作计划3**

作为xx汽车销售管理人员，在回顾往年的销售成绩中有许多成功的喜悦，销售业绩在不停上升，然后也有工作失误的地方，所以在制定新的销售人员工作计划时我结合实际，找出更好的销售方法。走过20xx年，是收获的一年。回眸我过去一年的销售心得，甚有感触。

在接任展厅经理一职后，我在销售工作中积极进取，用心、努力地去做好每一件事情，不管是个人还是整个销售团队的销售业绩都有所提高。这里必须要感谢邓经理的帮助和领导。我们公司xx销售部也完成了各项任务和工作计划书，顺利通过了上海xxDSSA、DQSA、DMS等严审。

20xx年相信也会是激情奋进的一年。机遇与挑战共存，我期盼2xx也是一个收获的一年，这是我们整个销售团队共同期待并时刻准备与之奋斗的结果。一份耕耘一份收获，这一年要做的工作还有很多，从一个销售员成长为一个展厅经理，公司对我的期望很高，自己的担子也很重。从一个执行者转变为一个管理者，这一角色转换并不意味着到达了学习的尽头，在管理方面和业务方面自身更要加紧学习。

在新的一年里我的销售工作计划书制定如下：

1、销售顾问培训：

在销售顾问的培训上多下功夫，现在销售员业务知识明显匮乏，直接的影响销售部的业绩，xx年的销售顾问的培训是重点，除按计划每月一次培训以外，按需要多增加培训，特别针对不同时期竞争车型上得多下功夫研究，这在培训中应作重点。

2、销售核心流程：

完整运用核心流程，上海xx给了我们一个很好管理员工的方式——按流程办理，不用自己去琢磨，很多时候我们并没有去在意这个流程，认为那只是一种工作方法，其实深入的研究后才知道意义很重，这正式严谨管理制度带来的优势。每个销售顾问都应按这个制度流程去做，谁没有做好就是违反了制度，就应该有相应的处罚，而作为一个管理者从这些流程中就可以去考核下面的销售顾问。有了考核，销售顾问就会努力的把事情做好，相反如没有考核，销售顾问就容易缺少压力导致动力减少从而直接影响销售工作。细节决定成败，这是邓经理常教导大家的话。在xx年的工作中我们将深入贯彻上海xx销售核心流程，把每一个流程细节做好，相信这是完成全年任务的又一保障。

3、提高销售市场占有率：

（1）现在万州的几家汽车经销商最有影响的“百事达”“商社”对xx车的销售够成一定的威胁，在前年就有一些客户到这两家公司购了xx车。总结原因主要问题是价格因素。价格问题是我们同客户产生矛盾的一个共同点，其他公司在销售xx车是没有优势的，他们唯一有的优势是价格。

再看我们在销售xx车时，除个别价格外，几乎都占优势。怎样来提高我们的占有率，就是要把我们劣势转化成优势，其实很多客户也是想在4S店购车所以才会拿其他经销商的价格来威胁，客户如果来威胁，就证明他心中有担心，总结来说他们的担心无外乎就是与整车的质量保障、有完善的售后服务、售后的索赔、售后维修的、销售顾问的专业性（更好的使用了解车辆）、公司的诚信度、公司的人员的良好印象等密切相关，这些客户担心的因素，也是其他经销商没有的，同时也将成为我们的优势。

（2）通过对销售顾问的培训对竞争品牌的学习提高市场的占有率。

（3）、结合市场部对公司和上海xx品牌进行有力的宣传，提高消费者的知名度和对xx车的认知度。

当好一个称职的展厅经理，做到销售部带队的作用，做好公司的排头兵。发扬团队精神，帮助他们做好本职工作完成公司下达的各项任务。

以上就是我这一年的个人销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

**汽车销售工作计划4**

一、根据客户订单及时制定和修改发货计划；负责发货计划的过程监控和具体实施；发货订舱以及相关事务的协调，保证产品的正常发货，并及时向领导反映过程情况。

二、对国外客户的信息收集、及时传递、及时处理，如：图纸、ppap信息反馈等等；并及时了解国际机械制造市场和外汇市场的消息，为公司的发展壮大提供信息支持。

三、按时完成全部发货所需要单据的缮制和交付和给客户单据的交付，包括发货单、装箱单、商业发票、运输合同、运输声明、原产地证等等。

四、及时就发货所涉及的相关事务与客户有效沟通。

五、参与公司新产品项目的生产评估和实施过程监控。如发放新产品评审图纸和进展过程跟踪。

六、准确完成统计月度出口明细、月度应收汇明细，并和财务对帐。

七、向国外客户催要应付款项，包括在webedi生成asn和发票，制作纸质收汇单据等，及时回款，对未达帐项积极负责。

**汽车销售工作计划5**

一、汽车销售工作的销量指标：

至20xx年12月31日，山东区汽车销售工作任务560万元，销售700万元（20xx年度销售计划表附后）；

二、汽车销售工作计划拟定：

1、年初拟定《年度销售总体计划》；

2、年终拟定《年度销售总结》；

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》；

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》；

三、汽车销售工作客户分类：

\*\*年度销售额度，对市场细分化，将现有客户分为VIP用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户分析。

四、汽车销售工作实施措施：

1、技术交流：

（1）本年度VIP客户的技术部、售后服务部一次技术交流研讨会；

（2）参加行业展会两次，展会期间安排一场大型联谊座谈会；

2、客户回访：

在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌的有三四种，技术不相上下，竞争愈来愈激烈，已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必与客户的交流，与客户、直接用户之间的关系。

（1）为与客户信息交流，增近感情，对VIP客户每月拜访一次；对一级客户每两月拜访一次；二级客户情况另行安排拜访；

（2）把握，汽车销售工作已仅是销货到的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我\*\*年工作。

3、网络检索：

我司网站及网络资源，信息检索销售信息。

4、售后：

情况下，我公司仍然以贸易为主，“卖产品不如卖服务”，在下一步汽车销售工作中，要责任感，强化优质服务。

用户使用的产品如同享受的服务，从稳固市尝长远合作的角度，务必强化为客户的意识，把握每一次与用户接触的机会，热情详细周到的售后服务，给公司制胜的筹码。

本年度我将遵守公司规章制度，学习，，努力销售任务。挑战到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心能赢得精彩！

20xx年，将遵守的工作思路：在公司的带领下，公司战略性持续改进活动，销售部的日常工作，对订单和发货计划的情况、平衡、监督和跟踪；对客户的产品按时交付和后续对客户的跟踪，开发新客户和新产品，各公司产销的任务。

**汽车销售工作计划6**

1、销售顾问培训：在销售顾问的培训上多花些时间，现在销售员业务知识和谈话技巧明显不够优秀，直接的限制到销售部业绩增长，20\_\_年的销售顾问的培训是重点，除按计划每月进行一次业务培训以外，按需要多适当增加培训次数，特别针对不同职业客户对车型的选择上得多下功夫研究，这在培训中应作重点。

2、销售核心流程：完整运用核心流程，给了我们一个很好管理员工的方式——按流程办理，不用自己去琢磨，很多时候我们并没有去在意这个流程，认为那只是一种工作方法，其实深入的研究后才知道意义很重，这正式严谨管理制度带来的优势。每个销售顾问都应按这个制度流程去做，谁没有做好就是违反了制度，就应该有相应的处罚，而作为一个管理者从这些流程中就可以去考核下面的销售顾问。有了考核，销售顾问就会努力的把事情做好，相反如没有考核，销售顾问就容易缺少压力导致动力减少从而直接影响销售工作。细节决定成败，这是刘经理常教导大家的话。在20\_\_年的工作中我们将深入贯彻销售核心流程，把每一个流程细节做好，相信这是完成全年任务的又一保障。

3、提高销售市场占有率：

（1）、现在万州的几家汽车经销商最有影响的“百事达”“商社”对车的销售够成一定的威胁，在去年就有一些客户到这两家公司购了车。总结原因主要问题是价格因素。价格问题是我们同客户产生矛盾的一个共同点，其他公司在销售车是没有优势的，他们唯一有的优势是价格。再看我们在销售车时，除个别价格外，几乎都占优势。怎样来提高我们的占有率，就是要把我们劣势转化成优势，其实很多客户也是想在4S店购车所以才会拿其他经销商的价格来威胁，客户如果来威胁，就证明他心中有担心，总结来说他们的担心无外乎就是与整车的质量保障、有完善的售后服务、售后的索赔、售后维修的、销售顾问的专业性（更好的使用了解车辆）、公司的诚信度、公司的人员的良好印象等密切相关，这些客户担心的因素，也是其他经销商没有的，同时也将成为我们的优势。

（2）、通过对销售顾问的培训对竞争品牌的学习提高市场的占有率。

（3）、结合市场部对公司和汽车品牌进行有力的宣传，提高消费者的知名度和对车的认知度。

（4）、当好一个称职的展厅经理，做到销售部带队的作用，做好公司的排头兵。发扬团队精神，帮助他们做好本职工作完成公司下达的各项任务。

新一年我们团队的汽车销售工作计划以上三点都已列出。在工作中我会做好自己并带领好团队去克服种种困难，为公司的效益尽到最大的努力。

关于汽车销售工作计划11

\_\_年，将继续严格遵守这样的工作思路：在公司领导的带领下，参与公司战略性持续改进活动，及时准确做好销售部的日常工作，对日常销售计划的执行情况进行协调、平衡和跟踪、完成对客户的产品按时交付和后续对客户的跟踪，继续开发新客户，及时完成公司产销的各项任务。

\_\_年的计划如下：

一、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，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各渠道获得更多潜在客户信息。三、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。

四、今年对自己有以下要求

1：一周一小结，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。

2：邀约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。

3：对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。

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

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

6：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。

7：自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

8：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。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

**汽车销售工作计划7**

一、市场分析

随着轿车的日益普及化，永州市汽车市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。20xx年，销售工作仍就是我们公司的工作重点，秒面对先期投入，正视现有市场，作为汽车销售公司销售经理，我创业激情高涨，信心直倍，又深感责任重大

着眼公司当前，兼顾未来发展，必须紧随永州申湘汽车销售服务有限公司的步骤，在永州申湘公司的领导下，在往后的销售公司中我坚持做到：突出重点微服公司经营的品牌的现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售人员培养，销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。

二、销量目标

以目前公司年月销售xx辆汽车，销售额xx万元，盈利xx万元;其中20xx年1月-12月销售具体目标：xx台。

其中：

三、资金使用

公司目前总投入资金xx万及其：

公司筹建，服务站，广告：xx万

周转资金：xx万，公司展车与流动和保证金。

资金来源：xx%约xx万元通过银行房产抵押贷款，xxx%约xx万元自有资金，xx%。约xx万朋友借款。

近期公司将xx万元跟随永州申湘公司所有汽车品牌的销售与售后的投入。

四、公司团队

总经理一名(兼销售经理)xx，财务会记xx名，出纳xx名，展厅经理一名xx，销售顾问xx名，服务站售后经理xx名，售后客服接待xx名，维修部xx人，装潢部xx名。

五、合理划分市场，提升工作效率

增加了跑市场的力度，对一些老客户加以巩固，推进对新客户、大单子的把握和跟踪力度。对应收账款，及时进行督促和控制。发现问题及时解决，工作效率也会有所提高。销售人员现局限于老客户的维护上，对新客户的开发力度不足，20xx年除了稳定老客户，还要出台措施加强新客户的开发，合理的利用出差时间。

六、明确管理层级、流程

高层领导确实具有更大的决策权。但是我认为设立中层领导的目的在于：为公司创造效益;在业务过程当中帮公司解决问题;在职能范围内分解、承担责任。明确各岗位职责，除了明确销售人员的职责外。重要的就是一个部门领导的职能，到底有多少事情、什么事情是销售经理有权利决定的。形成严格的“金字塔”管理模式。当组织不断壮大之后，人的精力和能力就是很难再直接适应不断膨胀的管理层面。中间的管理流程直接影响着管理的结果。“扁平式”管理也只适合于小组织。

七、实施措施

1、首先将售后服务站各方面硬件设施投入和服务、技术人员的各方面提升。

2、客户回访，道县市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我们公司品牌相当的有三四种，竞争越来越激烈，已构成市场威胁，为稳定和开展市场，必须加强与老客户的交流，维护好客户与公司之间的关系，加强与客户信息交流，增进感情。

3、月公司网站做好，通过网络信息发布销售信息。

4、公司仍然以“卖产品不如卖服务”在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

5、车贷仍就是我们公司的销售重点，我们要以诚信为主，将车贷的后期工作与服务要完善与跟踪。

6、准确完成月度统计，财务对帐，客户与车型信息。

7、定期送员工到永守申湘公司培训学习，增强公司整体的综合业务能力，学习掌握产品技术知识，更好的应用于工作中。

**汽车销售工作计划8**

一、整装待发

作为即将开始的新的下半年的工作，这是一段新的工作之路，怎么能带着“牵挂”上路？我必须要在开始的时候，将上半年的剩余的杂事都清理干净，在后面以一个全新的状态来参加工作，这样才能不带牵挂的进行下半年的工作。

二、个人方面的修整

在上半年的工作中，我学到的东西可不仅仅是工作中的经验和技巧而已，通过对自我的反省以及在工作中的观察，我找到了许多自己在平时工作上没有做好的地方，并在之后的工作中不断的重复着改正和寻找的工作。

截止到目前，我任然有许多的地方没有改好，虽然我知道想要将自己的错误都改正，成为一个完美的人是不可能的，但是只要坚持去改变，我总会变得更加的出色！在下半年里，我会继续坚持着这份工作，让自己更加靠近理想的自己，也让我的工作能力更上一层楼。

三、工作方面

在工作上，我首先需要好好的对自己做好心态方面的调整。在上半年的工作中，我发现面对现在的顾客，过去的销售方式已经不是特别适合了，我需要转变我现在的销售方式，要去学会迎合顾客的要求，试着在下半年改变自己的销售风格。

同时，也不要忘了像那些业绩高的同事们去学习、讨论。他们能做的比我好，一定是有什么原因的，为了做好，我也要去试着去向这个方向改变。

四、结束语

下半年，我会继续在梦想的道路上继续努力，但是也不要在努力的方向上忘记了自己前进的目标。努力朝着目标前进之前，不要忘记对自己订下前进的方向。

**汽车销售工作计划9**

20××年，在总经理的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。下面是本人20××年具体的工作计划：

一、客户分类

根据销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

二、实施措施

1、技术交流

（1）本年度针对vip客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会；

（2）参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会。

2、客户回访

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈，已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

（1）为与客户加强信息交流，增近感情，对vip客户每月拜访一次；对一级客户每两月拜访一次；对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间；

（2）适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入工作重点。

3、网络检索

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

5、根据客户订单及时制定和修改发货计划；负责发货计划的过程监控和具体实施；发货订舱以及相关事务的协调，保证产品的正常发货，并及时向领导反映过程情况。

6、参与公司新产品项目的生产评估和实施过程监控。如发放新产品评审图纸和进展过程跟踪。

7、准确完成统计月度出口明细、月度应收汇明细，并和财务对帐。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩！

**汽车销售工作计划10**

一、20xx年经营情况分析

销售数据表明：成绩是客观，问题是肯定存在的，总体上，销售部是朝预定目标稳步前进的。

那么，以下对这一年的工作做一个小结。

二、成功的措施及原因分析

1、培养并建立了一只熟悉市场运作流程而且相当稳定的销售团队。

目前，销售部员工共16人，其中销售顾问11人，销售助理1人，福特金融专员1人，市场专员1人，前台信息员1人。20xx年中除销售顾问有极少量变动外，各人员基本稳定。销售部各人员初到公司的销售经历参差不齐，进过部门多次系统的培训和实际的工作历练后，现已完全熟悉了本岗位甚至相关岗位的运作的相关流程。

销售部按照个人特长和业务水平进行了分组管理，共分为销售一组与销售二组，各组之间分工协作，相互监督、相互竞争，既保证了工作的重点，又能及时防止工作中随时出现的问题，体现出协作和互补的初衷。

2、团队凝聚力的增强，团队作战能力的提高。

20xx年中销售部新员工的逐步增加，随着时间的推移，使我们由陌生变为熟悉，熟悉之间转换为亲密无隙的战友，紧密协作，同甘共苦，伴随着公司的发展共同发展成长。销售部小组团队的体制使销售人员与主管之间在工作上彼此照应，相互协作，配合上更加默契。随着逐步的融入团队，个人的小思想、小意识都在逐步消退，凡事都能从公司角度考虑，凡事都能从团队利益出发。

3、响应集团建设优质服务年的号召，努力改善服务水平。

20xx年改善服务水平，提升服务质量，倡导有价值的服务理念，是20xx年度部门工作的重点。“优质服务年”活动开始以后销售部对自己严格要求自己，在工作中无论是对待每位客户，还是对各协调部门的员工都能够做到毫无抱怨、主动协调、主动沟通。销售部良好的精神状态及其所处的团队环境如同有力的双翼使服务水平得到不断提升，能做到不光是在店内能给以客户热情的服务，在生活中也热情的给客户提供无偿的帮助，郑姝、刘江涛雨夜给客户事故车辆排忧解难，李颜在客户结婚的日子帮忙担当司机，给客户送车到外地、送附件等这样的事那就更是数不胜数，CVP二季度考核中，销售部以超过华中地区平均分7.6分，全国平均分4.2取得了区域领导的好评。

三、工作存在不足及原因分析

1、部分老客户维护不够，老客户转介绍较少。

20xx年销售部虽然在服务上和工作态度上较之前有不少改观。但是依然存在老客户维护不够的情况，在公司工作较长时间的销售顾问老客户基本过百，均未能达到10：1的转介绍成功率，在转介绍上流失的客户是很可惜的。

2、销售技巧仍然不足，与客户沟通不够深入。

本年度对销售顾问的培训，实练均有加强，但是销售人员在与客户沟通的过程中仍显技巧不够，有时候并不能了解客户的真正想法和意图，迅速反应能力欠缺。

3、单位客户无规划的开发，批售工作滞怠不前。

市场资源毕竟是有限的，是我们生存和发展的根本。对于各单位的市场需要有计划、按步骤的开发。哪些需要及时开发，哪些暂时还不能启动，哪些需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的。甚至具体到在什么时间采取什么样的策略，什么时间应该会放，应该面谈还是电话，都是需要考虑的问题。大客户经理位置空缺后，本年度的单位客户基本没有开发，也缺少具体信息来源，对蒙迪欧的销量也有一定影响。

4、人才培养及储备还需要进一步加强。

20xx年12月销售部也正式进入了QC导入阶段，如按照QC规范化，销售部在人员配置上还是不够。人员配置的充足也是销售目标达成的一个不可或缺的因素。

20xx年度销售部工作计划：

一、对20xx年的市场预测和分析

在经历了20xx年汽车市场的井喷之后，今年上半年国内车市遭遇“刹车”，虽然销售同比仍显增涨，但上半年连续环比下降，各家经销商玩起价格战，20xx年我公司并未在价格上去追求销量的突破，截止到12月看来，销售部在保证毛利的情况下在传统淡、旺季销量也稳定增涨，根据20xx年度情况分析，一线城市需求都基本饱和，增速开始慢下来，我们所处的二级城市的市场在明年应还能呈平稳趋势。

二、20xx年的经营思路、市场营销计划

20xx年里小排量购置税优惠可能取消，房产的降价畅销，油价、交通的等等问题都将对车市的销售产生较大影响，20xx年—20xx年期间对汽车的超前消费，消费者的购买力回升需要一个积累的时间。福特汽车明年无新车面对激烈的市场，这些问题我们都需要在20xx年消化。20xx年度销售部依然准备保证稳健的工作作风，加强市场调查的全面性，竞品的促销活动和竞品的新产品监控加强，争取获得第一手的商业数据，随时采取相应的应对措施，将我品牌在20xx年中的被动性化解。

市场营销方面除户外企业形象广告以为，20xx年需要分阶段立体性的使用电视、报纸、户外、网络、电台进行广告宣传，将品牌效应尽可能的放大化，强大目标客户和老客户的品牌信心。根据20xx年年底区域对联合广告基金的改革方法（单车扣除250元返利统一规划）20xx年将可能依旧会延续下去，那么我们市场营销活动还将以区域统一的营销活动为中心，根据市场情况销售部还将继续开展社区的拓展、进店有礼、购车抽奖等能影响客户进店等活动。重中之重要开展老客户活动，增加转介绍成交。

三、20xx年月度经营目标分解

四、20xx年提升管理工作的计划

20xx年的销售部的发展是与整个团队的员工素质分不开的。提高执行力，建立规范的工作模式与良好的工作环境是工作的关键。20xx年12月在进行销售QC导入后，销售部整体工作作风，工作方法都趋于规范化、标准化的良好势头，20xx年销售部将坚持不懈的将标准化流程执行下去，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。

五、团队建设和培养的计划

在20xx年，销售部人员暂无较大改变，团队凝聚力较强，20xx年里，销售部预想扩大团队建设，增加新鲜血液，产生竞争意识，并对老员工继续加强学习，将民福销售团队建设成集团公司最强劲的团队。20xx年具体开展培训课程如下：

六、提升服务质量和客户满意度的工作计划

20xx年里销售部CVP成绩目标位高于全国和华中区平均水平，为完成次目标，我们首先将严格执行QC流程，其次加强中层领导执行力，对销售顾问严格执行监督和带头作用，并将客户满意度和业绩挂钩，对于客户满意度较差的员工在单车奖励上给予一定处罚。正确面对顾客的投诉，真心接纳顾客的抱怨、批评，要让顾客很容易的表达出来，并试图解决所有抱怨，从中找到改善服务的措施。永无止境、坚持不懈的追求优质服务将会是顾客满意的保证。

七、20xx年优化工作流程、提高工作效率的计划

1、寻找潜在客户

很多情况下，销售人员必须能鉴别潜在的顾客，这些潜在顾客必须具备两个基本条件：一是愿意购买；二是有支付能力。如果只有一个条件满足，就不是潜在的顾客。寻找潜在顾客的主要途径有：朋友、熟人、广告、邮寄信件和电话等。在这个阶段，销售人员应努力收集尽量多的信息。

2、访前准备

一般来说，接触前的准备是正式接触前的所有活动，销售人员应对他们的行业、公司产品或劳务、竞争对手和顾客等都非常熟悉，尤其是潜在顾客的个人和商业信息活动。销售人员准备得越充分，成功的可能性必然就越大。

3、接近并与客户建立良好的关系

初次会晤是销售人员与潜在顾客的首次真正接触，许多专家称它是销售过程中最重要的30秒。在初次见面中，销售人员必须与潜在的客户建立良好的关系，销售人员必须吸引顾客的注意力，否则销售人员以后的\'行动可能会不起作用。在这一阶段，销售人员要进行大量的提问和倾听。提问有助于吸引顾客的注意力，销售人员聆听顾客的回答，可以在双方之间建立起一种互相信任的关系；在倾听的过程中，一旦发现问题，销售人员就可以向潜在顾客介绍解决问题的方法。在介绍方法时，应富有创造性，并努力创造一个轻松愉快的氛围。销售人员提出的每一个问题，都暗含着对潜在顾客的关心与兴趣。销售人员越多地倾听潜在顾客的谈话，顾客就会越喜欢并信任销售人员。由此，销售人员可以和潜在顾客建立良好的客户关系。

4、了解客户的需求

了解客户的需求是市场销售的第一块基石。对客户的需求了解得越细致准确，销售的结果就越能有效地满足客户的需求。在这一阶段中，销售人员能从客户的谈话中了解客户所面临的问题及客户希望获取的信息等，进而达到销售的目的。

5、产品介绍

在明确顾客存在的问题之后，销售人员就要准备解释并生动地描述相关产品的特征和优点。销售人员在描述产品的过程中，比较困难的一项任务是使顾客准确地领会自己的意图。信息的传递和接收者之间的交流沟通很容易误入歧途，接收者不太可能像传递者所希望的那样准确无误地理解信息，因此，在描述产品的过程中，销售人员要与顾客不断地交流，描述要针对客户的需求，一定要让顾客知道为什么要听你讲、利益是什么以及对他们有什么好处？

6、异议的处理

销售人员必须学会把异议视为销售过程中的正常部分，当没有异议时，销售人员反而应该焦虑不安，因为有异议正表明顾客对产品是感兴趣的。销售人员要解决有关顾客购买的一切问题。

7、成交

销售人员在顾客满意的情况下完成销售，此时应对客户的合作表示感谢，谢意的表达必须是真诚的，应让客户感受到交易的达成是值得庆贺的，他们随时都会受到认真的热情接待。

8、回访

交易达成后继续与客户保持经常的联系，对于重复销售和更大市场的开拓具有重要的意义。销售人员的回访固然有其自身利益的因素，但也会给客户带来帮助，所以销售人员的回访极少会受到客户的抵制，反而会给客户留下深刻的好印象。在回访过程中，销售人员不但要确认客户对产品是否满意，还要进一步巩固与客户的关系。抓住这两点对于发展以后的业务是很关键的。

20xx年我们面对的困难可能较之前更多，但是我们依旧要按照逐步规范的标准延续下去，只有坚持不懈才能取得成功。

八、20xx年加强安全生产管理，杜绝安全隐患的工作措施

在20xx年度，销售部门未发生重大车辆事故，但是仍存在种、种小事故。通过这些事故我们应该认识问题，找到问题，解决问题。销售部在20xx年里将会采取以下安全措施。

1、具有公司颁发的内部准驾证员工才可动车。未经公司认可的驾驶人员都不可擅自动车。

2、试乘试驾车辆应保持良好的清洁和车况，油料充足，车内没有可以移动发出异响的物品，并将常用设备（座椅、方向盘、音响等）调整至使用前位置。

3、试乘试驾车辆的钥匙由销售主管保管，销售顾问凭又客户签字的《试乘试驾协议书》领取钥匙，用完后及时归还。

4、销售顾问与客户认真填写《试乘试驾协议书》，并给客户解释相关条款内容经并经客户签字确认。签订协议书后，交由销售主管签字确认，方可试乘试驾。

5、试乘试驾开始之前，专职试驾员应详细的给客户讲解车辆使用方法、试乘试驾路线、体验项目（剧本安排）、注意事项等相关信息。在客户体验过程中向客户详细介绍重点体验项目（强化感受）、车辆使用方法和路况信息，有效地完成试乘试驾活动。顾客在试乘试驾的过程中表现出不舒服、胆怯、操作不熟练等状况时，应立即停止试乘试驾活动。

6、试乘试驾活动结束后，销售顾问应根据《试乘试驾客户信息及意见反馈表》中的相关要求，详细记录客户对整个试乘试驾过程中的感受。

7、车辆存放要规范，不能占据过道，通道。保持通道畅通。

九、对公司各项工作的意见和建议

“优质服务年”活动在20xx年展开以来，各部门在服务上都取得了较大提高，部门之间展开良性竞赛相互监督竞争，并且各部门协作能加也有提高，此类活动希望在20xx年能办的更好。

十、希望公司协调和支持的事项

希望在20xx年公司能多考虑产品无更新因素增加品牌宣传力度。并给予销售部人力资源上的补充。

市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验。

不知不觉我们又经历过了一年时间的市场磨练，销售部坚信通过我们共同的奋斗，架好“支点”撬动市场，进行整合形成“拳头”能量，在20xx年销售部的努力定能再创佳绩，20xx年我们可能会遇到更多的困难、更强大的对手，我们困难但我们决不贫穷，因为我们有可以预见的未来！

**汽车销售工作计划11**

一，今年业绩没有完成的原因：

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。

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!

20xx年，将遵守的工作思路：在公司的带领下，公司战略性持续改进活动，销售部的日常工作，对订单和发货计划的情况、平衡、监督和跟踪;对客户的产品按时交付和后续对客户的跟踪，开发新客户和新产品，各公司产销的任务。

**汽车销售工作计划12**

在新的一年里，一名汽车销售员的销售计划如下：

1.销售顾问培训：在销售顾问的培训上多下功夫，现在销售员业务知识明显匮乏，直接的影响销售部的业绩，销售顾问的培训是重点，除按计划每月一次培训以外，按需要多增加培训，特别针对不同时期竞争车型上得多下功夫研究，这在培训中应作重点。

2.销售核心流程：完整运用核心流程，给了我们一个很好管理员工的方式——按流程办理，不用自己去琢磨，很多时候我们并没有去在意这个流程，认为那只是一种工作方法，其实深入的研究后才知道意义很重，这正式严谨管理制度带来的优势。

每个销售顾问都应按这个制度流程去做，谁没有做好就是违反了制度，就应该有相应的处罚，而作为一个管理者从这些流程中就可以去考核下面的销售顾问。有了考核，销售顾问就会努力的把事情做好，相反如没有考核，销售顾问就容易缺少压力导致动力减少从而直接影响销售工作。细节决定成败，这是刘经理常教导大家的话。在20xx年的工作中我们将深入贯彻销售核心流程，把每一个流程细节做好，相信这是完成全年任务的又一保障。

3.提高销售市场占有率

(1)现在万州的几家汽车经销商最有影响的“百事达”“商社”对车的销售够成一定的威胁，在\*\*年就有一些客户到这两家公司购了车。总结原因主要问题是价格因素。价格问题是我们同客户产生矛盾的一个共同点，其他公司在销售车是没有优势的，他们有的优势是价格。再看我们在销售车时，除个别价格外，几乎都占优势。怎样来提高我们的占有率，就是要把我们劣势转化成优势，其实很多客户也是想在4S店购车所以才会拿其他经销商的价格来威胁，客户如果来威胁，就证明他心中有担心，总结来说他们的担心无外乎就是与整车的质量保障、有完善的售后服务、售后的索赔、售后维修的更多优惠、销售顾问的专业性(更好的使用了解车辆)、公司的诚信度、公司的人员的良好印象等密切相关，这些客户担心的因素，也是其他经销商没有的，同时也将成为我们的优势。

(2)通过对销售顾问的培训对竞争品牌的学习提高市场的占有率。

(3)结合市场部对公司和汽车品牌进行有力的宣传，提高消费者的知名度和对车的认知度。

4.当好一个称职的展厅经理，做到销售部带队的作用，做好公司的排头兵。发扬团队精神，帮助他们做好本职工作完成公司下达的各项任务。

新的一年在工作中我会做好自己并带领好团队去克服种种困难，为公司的效益尽到的最大的努力!加油!

**汽车销售工作计划13**

1、销售顾问培训：

在销售顾问的培训上多下功夫，现在销售员业务知识明显匮乏，直接的影响销售部的业绩，的销售顾问的培训是重点，除按计划每月一次培训以外，按需要多增加培训，特别针对不同时期竞争车型上得多下功夫研究，这在培训中应作重点。

2、销售核心流程：

完整运用核心流程，给了我们一个很好xxx工的方式按流程办理，不用自己去琢磨，很多时候我们并没有去在意这个流程，认为那只是一种工作方法，其实深入的研究后才知道意义很重，这正式严谨管理制度带来的优势。每个销售顾问都应按这个制度流程去做，谁没有做好就是违反了制度，就应该有相应的处罚，而作为一个管理者从这些流程中就可以去考核下面的销售顾问。有了考核，销售顾问就会努力的把事情做好，相反如没有考核，销售顾问就容易缺少压力导致动力减少从而直接影响销售工作。细节决定成败，这是刘经理常教导大家的话。在08年的工作中我们将深入贯彻销售核心流程，把每一个流程细节做好，相信这是完成全年任务的又一保障。

3、提高销售市场占有率：

⑴、现在万州的几家汽车经销商最有影响的“百事达”“商社”对车的销售够成一定的威胁，在就有一些客户到这两家公司购了车。总结原因主要问题是价格因素。价格问题是我们同客户产生矛盾的一个共同点，其他公司在销售车是没有优势的，他们唯一有的优势是价格。再看我们在销售车时，除个别价格外，几乎都占优势。怎样来提高我们的占有率，就是要把我们劣势转化成优势，其实很多客户也是想在4S店购车所以才会拿其他经销商的价格来威胁，客户如果来威胁，就证明他心中有担心，总结来说他们的担心无外乎就是与整车的质量保障、有完善的售后服务、售后的索赔、售后维修的、销售顾问的专业性(更好的使用了解车辆)、公司的诚信度、公司的人员的良好印象等密切相关，这些客户担心的因素，也是其他经销商没有的，同时也将成为我们的优势。

⑵、通过对销售顾问的培训对竞争品牌的学习提高市场的占有率。

⑶、结合市场部对公司和汽车品牌进行有力的宣传，提高消费者的知名度和对车的认知度。

4、当好一个称职的展厅经理，做到销售部带队的作用，做好公司的排头兵。发扬团队精神，帮助他们做好本职工作完成公司下达的各项任务。

新一年我们团队的汽车销售工作计划以上三点都已列出。在工作中我会做好自己并带领好团队去克服种种困难，为公司的效益尽到最大的努力。走过20xx年，是收获的一年。回眸我过去一年的销售心得，甚有感触。

在接任展厅经理一职后，我在销售工作中积极进取，用心、努力地去做好每一件事情，不管是个人还是整个销售团队的销售业绩都有所提高。这里必须要感谢邓经理的帮助和领导。我们公司大众销售部也完成了各项任务和计划，顺利通过了上海大众DSSA、DQSA、DMS等严审。

xxxx年相信也会是xxx奋进的一年。机遇与挑战共存，我期盼xxxx也是一个收获的一年，这是我们整个销售团队共同期待并时刻准备与之奋斗的结果。一份耕耘一份收获，这一年要做的工作还有很多，从一个销售员成长为一个展厅经理，公司对我的期望很高，自己的担子也很重。从一个执行者转变为一个管理者，这一角色转换并不意味着到达了学习的尽头，在管理方面和业务方面自身更要加紧学习。

**汽车销售工作计划14**

随着河北区市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。20xx年，销售工作仍将是我们公司的工作重点，面对先期投入，正视现有市场，作为我山东区销售经理，我创业激情高涨，信心百倍，又深感责任重大。

着眼公司当前，兼顾未来发展。20xx年，在总经理的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。

一、销量指标：

至20xx年12月31日，山东区销售任务560万元，销售目标700万元（20xx年度销售计划表附后）；

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售总体计划》；

2、年终拟定《年度销售总结》；

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》；

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》；

三、客户分类：

根据销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为VIP用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

四、实施措施：

1、技术交流：

本年度针对VIP客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会；

参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会；

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈,已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

为与客户加强信息交流，增近感情，对VIP客户每月拜访一次；对一级客户每两月拜访一次；对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间；

适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我07年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩！

20xx年，将继续严格遵守这样的工作思路：在公司领导的带领下，参与公司战略性持续改进活动，及时准确做好销售部的日常工作，对订单和发货计划的执行情况进行协调、平衡、监督和跟踪；参与完成对客户的产品按时交付和后续对客户的跟踪，继续开发新客户和新产品，配合各部门及时完成公司产销的各项任务。

在20xx年的工作中，预计主要完成工作内容如下：

1、根据客户订单及时制定和修改发货计划；负责发货计划的过程监控和具体实施；发货订舱以及相关事务的协调，保证产品的正常发货，并及时向领导反映过程情况。

2、对国外客户的信息收集、及时传递、及时处理，如：图纸、PPAP信息反馈等等；并及时了解国际机械制造市场和外汇市场的消息，为公司的发展壮大提供信息支持。

3、按时完成全部发货所需要单据的缮制和交付和给客户单据的交付，包括发货单、装箱单、商业发票、运输合同、运输声明、原产地证等等。

4、及时就发货所涉及的相关事务与客户有效沟通。

5、参与公司新产品项目的生产评估和实施过程监控。如发放新产品评审图纸和进展过程跟踪。

6、准确完成统计月度出口明细、月度应收汇明细，并和财务对帐。

7、向国外客户催要应付款项，包括在WEBEDI生成ASN和发票，制作纸质收汇单据等，及时回款，对未达帐项积极负责。

8、参加生产经营例会，进行会议记录，并履行会议的决议情况。

9、随时完成上级领导交给的临时任务等。

10、理解、掌握本岗位所使用的质量体系文件，按照质量体系文件规定完成各项质量活动，并就涉及销售部的环节严格执行程序文件和相关管理规定。

11、增强自己的综合业务分析能力，学习和掌握产品技术知识，熟练掌握生产流程的相关知识，更好的应用于实际工作过程中。

12、本部门员工将一如既往的团结协作，协调处理本部门计划和预算执行过程中出现的问题，积极协助领导处理紧急事件和重大事件。

在公司各个部门的积极配合下，预计在20xx年要达成发货量XX吨以上，销售额XX万美元以上的目标。

在20xx年的工作中，本部门保证按时完成各项工作任务，本着“公司荣我荣”的精神，提高客户满意度，为公司多寻求利润，为公司的长期发展多做贡献，为把公司尽快建设成为一流的国际化精铸企业不断努力。

**汽车销售工作计划15**

今年上半年，我的工作基本都完成和落实，有一部分在下半年还需要继续跟踪、开发，除此之外，针对部门状况，我打算完成以下几项工作：

第一项重要工作，我们一定要借助20xx年夏季达沃斯服务用车的噱头，提前确定用车的品牌、配置、型号，进批量（150-200台）“零公里服务车”销售，我们一定先于达沃斯服务用车，主动给老客户推广服务用车，采用定金提前预定方式向厂家进车。我们要多走出去，多加比对市场价格，了解厂家政策，争取利润每车达到3000-5000元，完成下半年汽车销售任务。

第二项重要工作，是运营闲置物品竞价平台。我们要做两个方面的工作。第一，我们要利用积累的单位，主动走出去、推广出去我们的平台功能，例如中铁隧道、中铁电气院、台车改装厂，肯定都有一些废旧、循环的物资，我们要通过车辆销售的关系，建立平台处置关系，这样可以和这些企业的行政部、车队机密联系，合作机会多元化。第二，我们还要利用更多制造产业链企业单位，扩大我们的服务对象。第三，我们要通过产权交易中心平台，及时关注最新物资，发布到我们平台上来，行成联动。对于普通处置物资，我们可以多做推广，尽量处置出去。对于标的较高、限制性高的物资，我们要借助这些物资，吸引更多回收商，注册我们平台，提高平台会员量，也提高平台会员的质量和水平。第四，对于我们平台日常常规工作，除了特殊情况，我们要尽量保证每批物资都能竞价成功，维系好供货商，提高服务质量，找到合适的回收商，逐渐提高服务费，增加部门利润。

第三项工作是跟踪新能源车辆建店项目，开发新能源品牌，市场多多比较好销售的新能源车型，学习和普及充电庄的安装政策。积极准备建店材料，落实店面地点，逐步完成建店工作，落实大客户的销售点，提高销售渠道。

在下半年，除了认真完成以上几项工作，我会积极配合部门其他工作。完成自己的工作之余，协助大家完成部门工作，和大家一起努力，使部门继续完成销售任务和利润。

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！