# 汽车销售实习工作总结(合集29篇)

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2024-01-03

*汽车销售实习工作总结1一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...*

**汽车销售实习工作总结1**

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。

>一、实习时间：20xx年4月至5月

>二、实习地点：xx省xx市江玲汽车销售服务有限公司

>三、实习目的：

(1)进一步加深对理论知识的理解,，深入实践掌握“汽车九步销售流程”;

(2)在推销的过程中逐渐掌握汽车销售技巧，学会与顾客接触，交流，培养和提高处理顾客异议的能力;

(3)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

(4)更快的适应社会，提高自己的综合素质和与人沟通的能力;

(5)了解所在实习公司的汽车各种品牌，价格，性能，掌握各款车的主要卖点。

(6)通过“六点绕车介绍”实践进一步加深对汽车结构的认识，掌握各组成部分的工作原理，进一步了解汽车新技术的工作原理和应用。

>四、实习主要内容

1、实习所在4s店或销售公司介绍

江玲汽车销售服务有限公司是一家成立于1997年的民营股份制企业，位于临海市靖江南路85号(104国道旁)，是江铃汽车集团唯一授权在台州区域的一级代理商，集整车销售,配件供应,特约维修,信息反馈四位一体的专营公司,现设有销售部,市场部,管理部,维修中心,配件部,财务部共六大部门。公司拥有一流的标准化汽车展示大厅,现代化的汽车维修车间,大型的汽车配件中转库及一批训练有素的高素质人才。公司实施以顾客满意为导向的经营理念，为广大客户提供购车,保险,上牌,信贷消费,维修,配件供应,紧急救援,预约投诉,三包索赔等\*优质服务。公司主要销售江铃宝典皮卡,凯运厢货,福特全顺,陆风双门越野车,陆风四门suv等几大车型，同时承担江铃所有车型的售后服务工作。为了方便客户购车，完善销售网络，现有方林汽车城全顺专营店,温岭金典,天台新世纪,仙居万达,三门分公司,台州江铃全顺汽车销售服务有限公司共6家自有或合作分销商公司通过iso9001：XX质量管理体系认证,5s现场管理及福特serverXX认证，年年被台州市公路运输管理处评为汽车维修\_优质文明示范企业\_称号。

2、按照“九步销售法”详细叙述推销过程

今年2月份我进入了江玲汽车销售有限公司，在公司的前两个月，由于缺少销售方面的经验，再加上销售流程也不是很熟悉，所以公司安排我先以学习为主，当销售顾问在接待客户时，我就站在一旁学习怎么接待，同时，也不断地巩固自己的业务知识，虽然这段时间有点长，自四月底开始正式接待客户开始，下面就以其中一个为例进行说明。

1.接待

这是销售的开始，接待客户之前要检查好自己的仪表，工作文件夹，做好销售的准备。我的第一个客户是开车来展厅看车的，首先，我得走到门前去迎接，然后致欢迎词，接到展厅内，相互认识了，递交了我的名片，然后带到休息区，让客户先喝杯水，休息一下。

2.咨询

在接待的同时，可以向客户咨询购车的用途，对欲购车型的需求(配置、性能、动力、用途方面)，通过交谈进一步理解客户的需求，然后进行需求分析，确定客户的类型。

3.车辆介绍

这是销售过程最认真的一个环节，这个环节的好坏直接影响着客户的心理需要。

1)车前45°两米

历来欧洲车系注重传统与现代的结合，在前脸造型方面也有所表现，特别是同其他标致车型相比，其内在的气质更加令人产生品牌的荣誉感，而且307前风挡玻璃面积为，保证前方良好的视野。

“followmehome”伴我回家：关闭点火开关后，向上抬起灯光组合开关操纵杆，大灯近光自动亮起，并于大约1分钟后自动熄灭，为夜间停车后提供车外延时照明。

2)车头正前方

发动机盖：307的发动机盖采用铝合金材料，大大减轻重量，同时较传统钢板材料强度更有所提高。发动机盖采用了简单可靠的撑杆予以支撑，主要考虑发动机盖开启角度小于90o，必须保证其可靠性，否则会影响在发动机舱内进行必要的保养等操作。发动机盖没有日本车常用的隔音垫，这部分隔音垫的效果主要表现减小怠速状态下发动机噪音传到车外，对于我们应该关注的车内噪音水平完全没有帮助，307的四缸发动机怠速非常宁静。同时，这个隔音垫会影响到发动机舱内的散热。

隔音：影响到车内噪音的主要部位是发动机后方，也叫做防火墙位置的隔音处理，能够看到的\'部分有面积很大的隔音垫，几乎覆盖了整个防火墙表面，另外在内部的空腔还有注蜡和发泡填充材料，这些材料的使用，使得307的车内噪音水平在不同速度范围都有极佳的表现。

3)右侧+副驾驶座

307采用高强度复合材料制成的前翼子板，在提高强度的同时，有效地减轻重量，同时由于具备非常好的弹性，在一般强度的冲击下，翼子板可以自行恢复变形，高强度冲击时可以脱落以尽可能减少维修成本，并且由于弹性好，对于第三方也起到保护作用。

制动：307采用前通风盘/后盘式制动，配备版本abs系统+电子制动力分配系统+eva紧急制动辅助。

307手套箱容积达到升，内部设置用来存放或固定不同物品的专门位置，手套箱可通过内部内部旋钮开关选择接通或关闭空调通风，从而实现冷藏或保温功能。手套箱盖开启有阻尼，防止下落过快物品跌落。手套箱盖可用钥匙上锁。

307的加油口盖需要用钥匙开启，并且开启后车钥匙不能拔下，这样就避免油箱盖丢失，因为加满油后油箱不盖好是极度危险的。这样设计表明标致汽车在安全方面重视程度。

4)后排座椅

车窗:307后窗面积非常大，处于安全考虑后窗玻璃只能下降到大约1/3处;同时考虑到后座经常会有儿童，后窗玻璃在正常情况是不能单独控制的，需要驾驶员同意后，按下驾驶员车门上的集控开关后才可以通过\*上的车窗控制开关自行控制。

儿童锁:307后车门儿童锁设计要求使用钥匙操作，避免发生象拨片式的经常出现误操作的情况。

座椅折叠:307后排座椅可以按照4/6比例向前折叠，从而进一步扩展车内储物空间，同时由于后排头枕的逗号式设计，使得折叠座椅并不需要拆卸头枕，操作非常简便。

头枕及安全带:307后排三个位置均配备安全头枕和三点式安全带，两侧的安全带还有限力器，这体现了标致汽车对车内所有乘客同样的安全标准。

5)车辆后方

307行李箱容积620l(水容积法)，在同级别车中最大，而这个级别车型的主要用户群体对行李箱使用要求是最高的。行李箱内部很规整，便于各种尺寸的物品盛放，在地板、后座椅靠背和顶部，分布8个挂钩，用行李箱地板网可将行李分隔或固定。

行李箱盖：307行李箱盖开启与中控锁系统联动。行李箱盖采用气压撑杆和铰链，开启和关闭都非常轻松，同时这种设计完全不会占用行李箱空间;由于开启角度为113o，即使气压撑杆失效，仍然能够保持开启状态，不会影响操作。

尾灯：307采用火焰造型的整体尾灯，led式设计，功能包括：示宽灯、刹车灯、转向指示灯、倒车灯(右侧一个)、后雾灯(左侧一个)。后风挡玻璃上部还有高位刹车灯。后行李箱打开在尾灯背面的位置，有两个塑料活门，用硬币旋转上面的螺丝，可以方便检修或更换尾灯灯泡。

6)驾驶室

主动安全搁脚板：国产同级车率先采用，为驾驶提供舒适的同时保证安全，发生碰撞后主动通过变形以保证驾驶员脚部安全，属于被动安全装置。

中央显示器：中央显示器的位置充分体现对安全的考虑，在查阅各种信息的同时，减少驾驶员视线离开路面的时间，提供良好的驾驶辅助。提供多种信息：车外温度、日期、时间、音响信息、行车电脑信息、车辆故障提示、车门开启状态等等。重要以图形符号显示，一目了然。

中控及防盗：超级严密的防盗系统，在整个国产车界都处于领先水平，体现技术领先的同时更表现出对用户的关注。中控锁：遥控锁车，遥控关闭车窗、天窗功能，远距离寻车;防盗系统：发动机防启动、车辆外部报警、超级锁功能、车内气流报警(可通过设定取消)。

乘客座气囊关闭：充分保护前座儿童，用户维修上成本的降低是次要的。操作简单，关闭后会有相应提示(仪表板和中央显示器)。

4.试乘试驾

向客户做了车整体的介绍，客户可能被你说得心动了，但是他并不会立刻就跟你马上签单，所以，适时的结合试乘试驾，就算你在车辆介绍时已经把车介绍得很好了，可是毕竟是嘴皮上的功夫，建议客户试乘试驾，不仅可以进一步体验车的性能、享受车的操控，而且还可以给客户带来签单的冲动(促单)，所以试乘试驾是销售过程中很有必要的一个环节。

5.报价协商

客户已经基本确定就要这车了，配置、性能也都了解了，接下来就坐下来进行报价协商了，这是销售过程最辛苦的一步，每个4s店都有自己的展厅报价，往往客户并不仅仅满足这，有漫天要价的客户、也有试探性的客户，对于此，我们得通过跟客户交谈了解知道客户心目中能够接受的价位，只要掌握了就变容易了。议价是漫长，又需要耐心的一个环节，需要自己不断地积累谈判技巧。

6.签约

客户已经接受了你的报价，接下来就得准备销售合同了。根据客户自己的信息，先把客户的姓名、地址、联系方式等相关信息填入合同里，此外还应该在合同里写明所购车型的具体信息，比如：是手动档还是自动挡、是排量还是排量，是按揭还是全款，是否付订金等等，最后让客户确认合同里的信息，确认无误后让客户签名、销售顾问签名，最后由销售经理签名，合同才算生效了。

7.成交

成交和签约是同步进行的，自合同生效开始，办理了公司要求的相关手续后，只要客户把购车的费用都交齐了，成交就结束了。

8.交车

这是客户最高兴、最期待的环节，但是也是最重要的环节。交车了，该准备：交车检查表、使用手册、专家使用建议、全国经销商联系方式、保养与保修手册、天线、钥匙(含备用钥匙、齿形码、密码条)、点烟器等。交车时，要仔细向客户讲解各个部位的使用，有点像之前的六方位介绍，只是细分到了各个部位上而已，这个环节至少要30-40分钟，最后赠送交车礼物，合照留念，放礼炮。

**汽车销售实习工作总结2**

20xx年是xxx汽车销售公司重要的战略转折期。国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给xxx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，xxx汽车销售公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为海马汽车分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾全年的工作，我感到在以下几个方面取得一点心得，愿意和业界同仁分享。

>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，结合总经理在20xx年商务大会上的指示精神，分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，我们汉阳分公司没有一味地走入“价格战”的误区。我常说“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

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，我们确定了出租车、集团用户、高校市尝零散用户等四大市常对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了企业用车单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传海马品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。

针对近两年\_\_市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态;对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障;与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展\_的推荐销售，同时辅以雪铁龙的品牌介绍和文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和\_\_市高校后勤集团强强联手，先后和\_\_理工大后勤车队联合，成立校区\_\_维修服务点，将\_\_的服务带入高校，并且定期在高校组织免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

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，一有需求立即做反应。同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极组织车源。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。我们把分公司在当地市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成总部任务，顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售，我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件，最大限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化，经销商的利润空间进一步缩小，对于新的市场形势，分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论，在积极开拓周边的备件市场，尤其是是大客户市场的同时，结合新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。备件销售营业额xx万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，今年分公司又迎来了自\_\_年成立以来的售后维修高峰。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，对于售后维修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表;用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规范;在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆;在车间推行看板管理，接待和管理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。为了进一步提高用户满意度，缩短用户排队等待时间，从6月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1:00，售后俱乐部提供24小时全天候救援;通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的`服务，从而提高了客户的满意度。全年售后维修接车xx台次，工时净收入xx万元。

>二、强化服务意识，提升营销服务质量

20xx年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严峻的形势，在年初我们确定了全年为“服务管理年”，提出“以服务带动销售靠管理创造效益”的经营方针。我们挑选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回访制度和用户投诉受理制度。每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在管理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。

同时在内部管理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，管理部门服务一线的管理服务体系;在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则;在管理部门中，重点强调服务销售售后一线的意识。形成二线为一线服务，一线为客户服务这样层层服务的管理机制。积极响应总部要求，进行服务质量改进，强化员工的服务意识，每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行总结，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务。并设立服务质量角对服务质量进行跟踪及时发现存在的不足，提出下一步改进计划。

分公司在商务代表处辖区的各网点中一直居于服务评分的前列，售后服务更是数次荣获全国网点第一名。在加强软件健身的同时，我们先后对分公司的硬件设施进行了一系列的整改，陆续建立了保养用户休息区，率先在保养实施了“交钥匙”工程;针对出租车销量激增的局面，及时地成立了出租车销售服务小组，建立了专门的出租车销售办公室，完善了用户休息区。根据当期市场特点和品牌部要求，我们开展了“三月微笑服务”、“五一微笑送大礼”、“夏季送清凉”、“金秋高校校区免费检查”、小区免费义诊、“冬季送温暖”等一系列活动，在客户中取得很大的反响，分公司的服务意识和服务质量也有了明显的提高。

>三、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轿车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的展厅现场布局和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，对xx市内具有一定规模的服务站，尤其是竞争对手的4s站，进行实地摸底调查。从中学习、利用对方的长处，为日后工作的开展和商务政策的制定积累了第一手的资料。

>四、注重团队建设

分公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能。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顾问咨询公司对员工进行了如何提高团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

**汽车销售实习工作总结3**

>1、汽车精品选择的原则

汽车精品的选择跟别的产品一样，也有几个原则，就是4S店要想好做什么以及不做什么产品。

案例：5大精品赢利项目

这是一份通过调查全国上千家4S店精品经营状况而得出来的4S店单项获利率状况分析图，从图表可以看出：4S店的单项，也就是一项产品的利润分析，AV（影音）项的利润是最高的。这是因为4S店AV产品基本上都能够卖到六七千块，像汉兰达专用的AV产品更是买到一万元以上，这叫做合理。防爆膜、安防、底盘装甲等都是挣钱的产品。图中，真皮之后就是季节性产品，如羊毛座垫、凉垫，从易耗产品、车蜡再往下就基本上没有多少精品是盈利的了。所以选择精品要特别注意，车蜡等美容产品，基本上单项营业额不高，利润率再高也有限，产品的整体的产值就难以提升。

那么4S店精品经营的产值来自何处？来自于汽车AV产品、防爆膜、安防、底盘装甲等精品，这几类精品是创造精品利润最重要的产品。

>汽车精品的销售方式和消费形式

汽车精品的销售与一般产品的销售不一样，它有着自己独特的三种销售方式，这值得4S店的经营者去仔细揣摩，然后应用到自己的精品销售上，创造出精品销售带来的佳绩。而汽车精品的消费形式也分为两种，这些在后面会一一讲到，了解了这些内容，对4S店经营者来说，必定有所帮助。

>1、 汽车精品的三种销售方式

第一种方式就是随车赠送大礼包。这种礼包的水分很多，如果某款产品标价3000元，成本却只要400元，对这种情况，4S店消费者屡见不鲜。在江苏有个4S集团，他们所有4S店的防爆膜都是用来送给客户的。这就十分可惜了，他们把最容易挣钱的精品都送掉了，精品经营还靠什么获得盈利？之所说如此做可惜，是因为汽车精品还有第二种销售方式叫独立销售，就是车销售出去以后再单独销售精品。在4S店内设一个精品经理，设一对推销人员，专门推广销售精品，这也是一种非常可取的销售方式。第三种方式就是把精品安装在新车上和整车一起销售，也可称之为前装，是前装销售的一种。当然这个前装是指4S店的前装，不是主机厂的前装。因此，此前装跟彼前装不一样，只不过按原理来说也相差无几。精品随整车一起销售这种方式在国外并不是什么新鲜现象，在中东国家的4S店就有非常多类似的销售方式。

有关这三种销售方式，给销售人员做测试，让他们去切身体会哪一种是最简单的。当仁不让，“花落” 随车赠送大礼包——不要钱的那种。哪一种又是最困难的？自然是独立销售。独立销售困难之处就是把车卖出去以后再一个个推销精品时，销售人员感到非常的吃力。整车销售相对容易点，打包再和车一起去卖自然会相对容易。

>2、汽车精品的两种不同消费形式

汽车精品为什么有些能送而有些又不能送？这就涉及到汽车精品的两种不同消费形式：一种叫一次性消费，一种叫重复性消费。例如：一次性消费产品有防爆膜、汽车音响、安防系统、底盘装甲等等；车蜡、鸡毛毯子等则属于重复性消费产品。那4S店究竟要不要送精品？如果送，该送哪种类型的精品？这些4S店都要想好，否则就会将自己的利润拱手送人，变成“竹篮打水——一场空”。汽车防爆膜已经贴了，不可能再撕了重新贴；底盘装甲已经安装好了，不可能回过头来再铲掉。

诸如此类产品就是不能送，送了就没有了，一次性消费的东西都应这样去做。尽管大家都知道汽车精品的重要性，但为什么它的销售还是会出现问题？以下有一段有关顾客和销售员的对话：

销售员：“你装一台DVD吧，如果你经常出门怕迷路的话就装一台DVD。” 顾客：“质量好不好，价格怎么样……”

销售员：“这个便宜，我们正搞活动，只需xx钱”

顾客：“太贵了，以后再说吧！”

其实顾客说这话的意思就是想和其他4S店的精品比较看看，能不能找到比这更便宜的。为了方便，4S店做了很多精品套餐，这种做法很好，笔者也发现很多4S店很喜欢这样做，让顾客选择时感觉十分方便，只需选A，B，C 就可以了。同时销售人员会介绍很多产品，如果顾客觉得贵，就表示，还有一个更便宜的，要不要选择……但最终往往还是以顾客的离去收场。

为什么成交会失败？这值得4S店的经营者去细细琢磨。钱在消费者的口袋，最难的就是将他的钱掏出来，把消费者的钱变成自己的钱。人与人交往的时候，在不涉及利益冲突的问题时，大家一般都能友好相处，一旦谈到钱的问题，尤其是要把钱从一方的口袋拿到令一方的口袋时，对方必定会用手捂住自己的口袋，以示拒绝。实在没有办法的情况下，对方还是会捂紧口袋，寻机看看还能不能少出一点。如果可能，则绝不多出一分。这就证明了一点：让消费者掏口袋是很难的一件事情。但是，如果把钱送给消费者那就简单多了。这就是营销要符合一定的原理，正所谓无规矩不成方圆。

汽车精品的市场营销原理

4S店经营汽车精品的时候，也要遵循一定的市场营销原理，离开市场营销这个大环境，汽车精品的销售必定无法成功。因此，掌握精品营销的市场原理就变得极其重要了。汽车精品的营销原理有7点要牢牢记住：

>1、营销建立在消费者的消费心理上

案例：内行人买车

顾客去买一辆奥迪A6，刚好4S店缺货，要向厂家订货。在对方订车的时候。向销售员了解这款车的相关情况，销售员热情地介绍说：“这款车，价格是万。”顾客认为太贵了，销售员即刻又表示：“这款车装有DVD导航，还装有GPS防盗器。”于是顾客又问：“这款车是否原车就装有这些设备？”得到的答案是“没有”。不过销售员又表示：“我们店已经给这款车安装了加强版，这里就有样板车。“顾客又问是否能便宜点，他说：“先生，这便宜是便宜不了的，如果想便宜的话你就不要一样吧。”销售员表示：不要真皮便宜3000元，不要……销售员和顾客玩起了推销游戏，而他并不知道顾客是内行人士。于是就逗销售人员一个个地将精品减下去，直到最后被“扒光了衣服”，减到没有地方可以减价了，就是裸车价。如果一开始销售员告诉顾客，这车399000元，如果需要，装个导航要加6800元，装个真皮要加5000元……那顾客的感受就不一样了。

消费者的心理大都是，愿意接受减法而不愿意接受加法，加法都是要多掏钱的。减钱，消费者就会觉得很舒服。产品原价多少，打个折给消费者，他就会感到很爽；如果要加钱，那他就觉得很不爽。当消费者去商场购物索要发票的时候，却被告知要增加6个点才行，消费者定然会觉得很不爽，但随即又被告知不要发票可以减6个点，这样消费者就觉得很舒服了。

>2、营销就是要卖“不同”

案例：皇家飞度的大胆销售

深圳鹏峰汽车城的广州本田店推出了个性化、装备独一无二的皇家飞度车，通过加装价值上万元高级音响、DVD导航、包围、氙气灯、贴纸、炫动轮毂等精品，打造经典版、纪念版、炫动版等，多个个性化主题鲜明的独家车型，并且

**汽车销售实习工作总结4**

实习的预期目标：对xx汽车x6、x8、x9、风尚这四款车的构造深入的学习，为以后更好地工作。

在营销公司第一周是培训，是各个部门的经理给我们讲课。

首先是营销公司培训管理部的毕经理给我们介绍营销公司的概况和文化等，详细的给我们讲解的营销公司各部门大致工作内容、需要注意事项等等。然后毕经理告诉我们每个人所在的部门，我知道我是服务工程部的一员。我所在的部门（服务工程部）的主要负责：课程开发、维修站技术支持、现场、技术材料、新产品维修手册、典型案例、维修、零件变修评审等。

接下来是市场推进部的万经理给我们介绍xx汽车的\'市场销售。xx年xx汽车的销售量是1万3千3，今年的车市没有去年的好。万经理说很多人只是听说过4s店，但是具体的4s店提供哪些服务很多人不太清楚。4s是四位一体：整车销售 sale、配件供应sparepart 、服务 service 、信息反馈survey。xx汽车的销售主要分为两大区：南大区和北大区。我们了解到xx汽车渠道运营模式，xx体系基本情况是区域独家代理；基本点位+年终（季度）奖励+变动促销，采取双线政策：限价（现低价、限高价），线区域。这样做的好处是既能避免xx汽车经销商进行相互比拼低价，也能避免一家独大。这样既保护了xx汽车，有保护了经销商，这是双赢。xx汽车的整车销售主要是通过4s店进行销售，还有一部分分销商。

渠道推进部的段琪鸣经理给我们讲课：渠道推进部的主要负责招加盟商和处理渠道冲突。段经理说什么是渠道，渠道是连接消费者和厂家的通道。小商品主要采取密集分销，但是这对汽车这样的大件是行不通的，因为随时随地的渠道稳定性差。xx汽车采取独家代理，这样获得利润高，并且有保障。美国渠道模式：首先分东南西北中五大区，然后在各个区建立销售中心，而xx汽车采用欧洲模式。渠道最重要的是：人、财、物、信。渠道出现的问题：品牌冲突、上下游冲突和渠道冲突。与渠道部有关的部门有：销售管理部（订单物流）；品牌部（返利、变动促销）；培训部（对外代理商培训俗称\_）；广告公关部（目标客户、新闻）；市场研究部（数据 ）。主要从控制力、覆盖率和渠道战斗力这三方面来评估渠道。

潘总和我们座谈了一下。潘总一共说了6点：1问我们为什么工作？ 潘总说：养家糊口、实现价值和创造价值。我觉得我是挣钱做自己喜欢的事情。2树立短期目标。 3赶快找到自己的短板。4制定一下合理的行动计划。5学生—职场人的转变.6大公司是一个温床。7血丝是终身的。潘总说上面是他根据自身这么十几年的经历总结的，他说我们好好进行思考。我觉得是必要好好进行思考，想象在接下来的工作中该怎样去工作？肯定是要好好工作，在工作中不断学习。

广告公关部的王经理给我们讲课。什么是市场marketing？ pr 、service、crm research 、product 、channel、sell、ad。 营销是一种链接管理。want个人需求受社会文化和个性的限制，欲望无限，支付能力有限。demand根据支付能力选择最有价值或最能满足其欲望的产品或服务。customer value感知价值 = 所获利益 — 支付成本。

品牌部黄经理给我们讲课。汽车市场的相关概念：1乘用车、商用车；2轿车、suv 、mpv ；3承载式车身、非承载式车身； 4 a00、 a0、a、b、c、d 级车。xx汽车产品代码含义：jx是企业代码 6是车型类别（1载货车 2越野车 3自卸车 4牵引车 5 专用车 6客车 7轿车 9半挂车）46主要参数（轿车排量、客车车身长度）6产品序号k/ka/l内部代号。品牌是什么？ 名称、符号、占位。从学术研究的角度品牌：综合体、多样性、成长性、消亡 。从实际运用的角度品牌：价值、空间、认同度、销量。黄经理认为品牌的实际体现：保有量和口碑。每个公司的品牌战略都不大一样，比较典型的代表品牌如宝洁、海尔、苹果、大众、丰田、日产。这些公司的品牌战略值得深入研究和学习。

和那些技师聊天，我了解到我们xx汽车是非常有竞争力的自主品牌汽车，但是有一些小毛病：打方向的时候会有响声、发动机响声很大、皮带响、转向机固定螺丝松动导致转向失灵、x8 2驱传动轴与变速箱连接会有响声、踏板踩下去的时候会响、门外拉手生锈、山西朔州 x8龙腾版打不着火,把线拔下5-10分钟后,就没问题了。

经过这一段时间的培训、工作和学习，我很高兴自己能加入到xx营销的服务团队，我一定会好好工作和学习的。感谢谢总、李经理、于公、熊成乐老师、钟春梅老师等对我的指导和帮助。

**汽车销售实习工作总结5**

时光如俊，一眨眼就大三了，马上就要毕业了，很多人都很迷茫，都在想毕业之后该何去何从;而我早已有自己心仪的单位了，那就是：东风日产广大专营店。自从我五月份去哪里实习一个月多月之后我就深深的爱上这个单位和这个品牌。记得那时候是谭主任安排去面试的，那时候我很幸运面试通过了，后来就在哪里实习了一个半月左右，在哪里我实习的很开心，每天都很充实，工作也很顺心，那时候我就给自己定位了，坚定要做一名出色的汽车销售顾问。

从今年的五月份到现在我一直在东风日产实习，平时周末就去做做兼职，每一个月都可以挣到自己的生活费，从今年的五月份到现在我都没有问过家里人要生活费，虽然工资不高，但可以解决自己的温饱问题，同时还可以积累经验;在哪里的实习和平时的兼职，使自己工作的很开心，而且多次得到公司领导的表扬和鼓励。我还参加过五一、十一、国际车展等大型车展，从中我学到了很多东西，从之前什么都不懂的`我到现在熟悉销售流程和销售技巧的我来说，我觉得这是我人生的一次飞跃。

还有每次公司里面的庆功宴我都有去，和公司的老总、经理、主管一起喝酒，有一次我还喝到吐了，那时候我们老总也认识我了，好表扬说我是是个人才，一定要留住，一定要挖过来我们店帮忙。那时候我听到老总这句话我内心是无比的开心和激动。在公司我很积极，得到同事们的指教和帮助，我觉得生活在那样子的大家庭里面我感到很开心。虽然现在工资不高，但转正之后就高了，就靠自己的能力了。

我想对这次国际车展说几句话吧。这次国际车展我的职责和收获是什么呢?这次车展我的职责销售助理;通过这十天的努力，我协助销售顾问成功售出15台车，车型包括：天籁、轩逸、骐达、阳光等车型;通过这次车展我找到了自己，看到了希望，收获最大的就是积累了这次车展经验。还有我从组织方和参展方来说说我的观点吧：

>我认为这次车展需要改进的地方有：

(1)每个品牌的车每个车型都应该摆出来让消费者有一个全新的认识和理解。

(2)在宣传方面需要再加大一点力度，还有最好做一些标志性的指标指引客户去到客户想去的目的品牌。

(3)后勤方面可以对参展企业提供一个有利的条件，参展企业需要从后门传达一些资料和一些必需品就没有必要走大门了。因为过安检需要时间，很麻烦，希望下次能改好一点。

>还有这次车展也有一些创新的地方，创新之处：

(1)有些品牌在路边树立标新立志的标志，比如说北京现代和大众。

(2)这次车展的模特年轻化了许多，以及表演的节目也增加了很多;

(3)人性化的服务精神加强了，礼品赠送价值也提高了。

我想每个人都有自己的目标和梦想，每个人都有自己的职业生涯规划，要认清自己，给自己定位，从点滴做起，努力拼搏，我相信我们都会实现自己的目标和梦想的，相信自己是最棒的，成功是属于我们每一个人。

**汽车销售实习工作总结6**

在这个寒假，我有幸获得在\_\_银行\_\_支行实习的机会，利用一个月的时间体验银行艰辛，学习业务，了解工作环境，提前步入社会，更清楚的明白自我此刻的位置和未来的发展方向。我从客观上对自我在学校里所学的知识有了感性的认识，使自我更加充分地理解了理论与实际的关系。我这次实习所涉及的资料，主要是会计业务(对公业务)，其他一般了解的有储蓄业务、\_\_业务、贷款业务。虽然实习的时间仅有一个月，但却在这宝贵的时间里学到许多学校之外的东西。丰富并实践专业知识的同时，也深感自我知识面的匮乏，并树立了我进取学习的信念。

在实习期间，我虚心学习，认真完成工作任务。我所在的部门事公司业务部。工作资料主要是整理文件，文件归档，复印材料，复核材料等，每一天徘徊于楼上楼下，虽然工作虽然简单，可是学到的经验确实丰富的。在实习期间，我也曾被派到汽车站当志愿者，为春假返乡的乘客服务。经过这次实习，工作态度的转变是我学到重要的一笔人生财富。“技术水平只能让你到达必须的层次，而为人处事的态度及对工作认真负责的态度才是提升你的真正法宝。

刚到行里时，还不是很适应。处事的态度，说话的措辞都与学生间的交流有着很大的不一样。行里的同事的工作态度让我深刻体会到工作的刻苦和在国有企业工作的压力。也让我更加坚定自我的决心，努力学习知识，提高素质的信念。因为我以前没接触过，对很多业务、专业术语都不懂。但在“师傅”的指导下，很快地适应了。对银行工作也有了一个全新的认识。真正的银行可能是和每个人的想象不一样的。可能大家会觉得银行的工作环境应当是舒适而安静的，但其实银行是相当嘈杂的一个环境，不断有打印机的声音，点钞的声音，敲图章的声音。银行的工作是很忙碌的，每一天重复同样的工作，虽然工作很累，但感觉很欢乐，心里也满足。老员工们熟练地办理客户提出的业务，专业的回答，灵活的指法，快速的办理，还有良好的心态都是我要学习的目标。

经过这次的实习，我对自我的专业有了更为详尽而深刻的了解，也是对这几年大学里所学知识的巩固与运用。从这次实习中，我体会到了实际的工作与书本上的知识是有必须距离的，并且需要进一步的再学习。虽然这次实习的业务繁琐简单，但使我在银行的基础业务方面，不在局限于书本，而是有了一个比较全面的了解。尤其是对公业务，对于商业银行防范会计风险有着重要的意义，其起到了会计之间相互制约，互相监督的作用，也有利于减少错误的发生，避免错帐。俗话说，千里之行始于足下，这些最基本的业务往往是不能在书本上彻底理解的，所以基础的实务尤其显得重要。从这次实习中，我体会到，如果将我们在大学里所学的知识与更多的实践结合在一齐，用实践来检验真理，使一个本科生具备较强的处理基本实务的本事与比较系统的专业知识，这才是我们学习与实习的真正目的。

现将具体情景总结如下：

一、实习单位简介

招商银行成立于1987年4月8日，是我国第一家完全由企业法人持股的股份制商业银行，总行设在深圳。目前在境内30多个大中城市、香港设有分行，网点总数500多家，在美国设立了代表处，并与世界90多个国家和地区的1100多家银行建立了代理行关系。招商银行武汉分行成立于1992年12月25日，是最早在汉成立的股份制商业银行之一。建行以来，该行秉承“因势而变、因您而变”的经营理念，充分发挥股份制商业银行的机制优势，进取投身银行业的改革与创新，为支持湖北经济建设、改善人民生活做出了进取贡献。

招商银行武汉分行硚口支行是招商银行武汉分行直属的一个营业网点，位于汉口硚口区硚口区体育馆附近，人流量大，交通方便，业务量也大。硚口支行个贷部今年更是取得分行排行第三的好业绩。

二、实习资料

四十天的个贷实习经历，让我较为深入全面的了解了银行个人贷款部门的产品类型和业务类别，分别为房贷、汽车贷款、循环授信&随借随还、消费易、个人经营性贷款等，并对各个产品的各自特色与优势做了细致的分析和比较。

我认真学习了个贷部门客户经理一手房操作手册，了解了房屋贷款办理基本流程，学会如何划分客户群体，进行产品匹配规范，如何一步到位、省时省力的收集客户贷款资料，明白了与客户面谈面签时应注意的事项，以及许多疑难问题的处理方法。在跟随客户经理与客户进行沟通、帮忙客户备齐贷款申请资料直至与其签单、制作贷款资料的整个过程中，我将所学习的理论知识与实践相结合起来，不断提高自我在实际工作中的业务本事。

在签单的过程中，会遇到不少外地人士在汉购房的情景。外地人是指户口不再贷款行所在地(指湖北地区)，且在当地(湖北地区)无工作的借款申请人。这个时候，根据招商银行的规定，申请人应当供给本地亲属、朋友等与其坚持较稳定来往者作为联系人，并要求联系人向招行供给身份证、工作单位、电话号码及通讯地址等信息，填写个人资信评估表。

我们对客户信用状况的审查一般关注贷款状况、当前逾期、累计逾期次数、贷款近24个月的还款状态记录、\_\_还款信息等关注点。当客户发生逾期时，需向客户询问逾期缘由，并根据客户的讲述进行确定是否可信。同时要求客户供给还款记录或者流水，主笔勾兑。不能供给证明的，需要客户出具书面声明，说明自身非恶意逾期的合理原因，承诺将按时偿还招行本息，并能供给当前无逾期的证明资料。

实习期间也遇到了几次国家政策法规的大大小小的调整，使我加深了对国家相关法律法规文件的了解，体会到了国家政策、房地产开发商和银行三者之间紧密的联系。

三、实习收获

在这四十天的工作和学习中，我有很多的感受和收获，深深体会到了社会实践与课本理论知识的巨大差异。踏入职场之后，每个人的起点都是一个零，工作中对员工的本事要求与我们在校书本知识学习的好坏还是有很大的脱节的。我们仅有付出更多的汗水与辛劳，才能做好本职工作，不辜负实习单位供给宝贵实习机会的心意。我很感激实习期间我的同事们对我毫无保留的“授业解惑”，对我的宽容和耐心。无论是工作上还是人生上我都得到了很大的锻炼和提高，取得了长足的发展和巨大的收获。

作为一名实习生，我始终怀着进取热情的态度迎接每日的工作，愉快的和每一位同事进行交流沟通，建立良好人际关系，精神饱满，主动学习，踏踏实实做事，谦虚低调做人，汲取各方面的业务知识，向同事请教经验技巧，与同事一齐努力完成各项工作，保证部门业务顺利进行，尽力实现我自身的价值，为部门创造效益。工作中，我时刻提醒自我个贷风险的存在，严谨认真对待每一项任务。

本次实习使我深深体会到并身体力行了几个重要的教训，后续工作中的严格执行，令我感受到了严谨工作带来的欢乐――应对任何事情，无论是从工作到生活，行前且三思，凡事需谨慎。日常工作要有条有理，重要文件收拾好，不随手放东西，因为也许你明白你放的是哪里，可是别人不会明白你的这个东西有没有用，需不需要保留。要做一个思想、行事严谨的人，做事要从容不迫，在从容不迫的同时最好的提升效率。――这些教训，将持续的督促我在每日工作、生活中不断追求更好的自我状态。

经过这四十天的实习，我得到了一次较全面的、系统的锻炼，专业知识、技能素质得到提升，也学到了许多书本上所学不到的人生哲学。我相信，这次实习将成为我人生的一个转折点，它不仅仅是我求职的一块珍贵敲门砖，更是我走向成熟的一个脚踏石!日后，我会继续以朝气蓬勃、奋发有为的精神状态，努力发挥聪明才智，在自我的奋斗下，我必须能够实现自我的价值!

**汽车销售实习工作总结7**

>实习地点：中国 xxx

>实习单位：xx4s店

>实习时间：

>实习目的：更快的适应社会，积累一定的社会生活、工作经验，为将来走上社会工作岗位打下良好的基础。增强自身的各项综合素质素质，了解自身的缺点和不足，学习更多的实战工作技巧，学会与顾客接触、交流。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。认识供求平衡、竞争等宏观经济现象，

>一、前言

在本科专业教育中，实习是一个重要的实践性教学环节。通过实习，可以使我们熟悉外贸实务的具体操作流程，增强感性认识，并可从中进一步了解、巩固与深化已经学过的理论和方法，提高发现问题、分析问题以及解决问题的能力。 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。近年来由于经济的快速发展，汽车贸易企业在宿州犹如雨后春笋迅速的发展。形成了一定的销售市场。汽车贸易的形式一般是从外国引进的“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。

>二、实习主要内容

在实习期间

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“汽车市场”的含义

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。该环节主要由电话访问、商品介绍和客户接待等方面组成。其中尤其重要的是，当顾客进入大厅后，接待人员对其进行商品介绍，这是最直接反映4s店形象的环节。因此，我们公司特别重视对接待人员的服务礼仪和专业性知识的的培训。在接待人员办公室的墙壁上还写着营销服务十点：行动快一点；微笑露一点；效率高一点；脑筋活一点；做事多一点；理由少一点；嘴巴甜一点；度量大一点；动作轻一点；脾气小一点。这样通俗而又贴切的要求体现了该店在经营管理上既严格又富有人情味的特点，足见该公司在管理上的独到之处，也体现了“对员工严格要求就是对顾客负责”的基本服务理念。

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。要点是针对客户的个性化需求进行产品介绍，以获得客户的信任感。销售人员必须向客户传达与其需求有关的相关产品特性，帮助客户了解公司的产品是如何满足其需求的，只有这样客户才会认识产品的价值。直至销售人员获得客户认可，挑选到了合意的车，这一步骤才算完成。

4、 试乘试驾：在试车过程中，让客户集中精神获得对车辆的第一体验和感受。这是客户获得有关车的第一手材料的最好机会。在试车过程中，销售人员应让客户集中精神对车进行体检，避免过多讲话。销售人员应针对客户的需求和购买动机进行解释说明，以建立客户的信任感。

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。为了避免在协商阶段引起客户的质疑，对销售人员来说，重要的是要使客户掌握一些必要的信息，此外，销售人员必须在整个过程中占主导地位。如果销售人员已明确客户在价格和其他条件上的需求，然后再提出销售议案，站在客户的角度上来思考问题，会使客户觉得是在和一位诚实而值得信赖的朋友打交道，那么就极大的提高的成交的机会

6、 签约成交：在成交阶段不应有任何催促的倾向，重要的是要让客户有更充分的时间考虑和做出决定，同时加强客户的信心，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。销售人员应对客户的购买信号有较强的敏感度。一个双方均感到满意的协议将为交车铺平道路。

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。交车步骤是客户感到兴奋的时刻，如果客户有愉快的交车体验，那么就为建立长期稳定的客户关系奠定了积极的基础。在这一步骤中，按约定的日期和时间交付洁净、无缺陷的车是我们的宗旨和目标，也能加强客户对经销商的信任感。此时需要注意的事，交车时间有限，销售人员应抓紧时间回答客户询问的任何问题。

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。最重要的是认识到，对于一位购买了新车的客户来说，第一次维修服务是他初次亲身体验经销商的服务。跟踪步骤的要点是，在客户购买新车与第一次维修服务之间继续促进双方的关系，以保证客户会返回经销商处进行第一次维修保养。新车出售后对客户的跟踪服务是联系客户与服务部门的桥梁，是服务部门的主要责任。

>三、实习总结和体会

虽然我所学的专业是国际经济与贸易，销售汽车和我的专业没有什么关系，对我来说很陌生，但是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。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。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！

虽然实习期只有几个月，但是我在xx4s店的这几个月感触颇深，受益良多，让我学到了一些书本中学不到的东西。工作中不停地仔细认真的看、听，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。短短的几个月，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。

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，于是我就开始了以后的工作。早上七点半到晚上七点多下班，将近十二小时的漫长工作时间，由于在学校优越宽松的条件中形成了自己养尊处优的习惯，在刚去上班的一星期几乎是天天很累总觉得不能坚持了，但是想到老师教育我们的要有毅力有耐心，我认认真真的工作，仔仔细细学习，接受住了时间对我的考验。

店里的那些同事领导每个人都特别友好，我作为新职员放低姿态认真学习，得到了领导同事的认可与赞扬。在开始工作时我的主要任务就是学习，跟着内部培训师学习公司制度，学习了解公司产品，学习基本的专业用语；跟着销售员学习一些销售技巧，并且能够与顾客沟通。他们经常对我说：要想卖好车，就必须先学会沟通。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。

没事的时候我就站在那些销售员的旁边跟他们说说话聊聊天，认真听他们的观点看法与经验，看他们如何与顾客交流。自己想象如果我与顾客交流应该怎样与顾客交流呢，我看在眼里，记在心里。

在我看来，中国的汽车行业还有长足的发展态势，汽车销售还有广阔发展的空间。在过去的计划经济体制下，我国汽车流通渠道较为单一，一般都由国有单位控制、经销，品牌意识极为淡漠。随着市场经济的快速发展，传统的营销模式已经不能适应市场的需求。目前，汽车消费已由公款购车转为私人购车，为适应市场的需求以及汽车工业的高速发展，汽车的营销方式也随之变化，集贸式、超市、百货商场、连锁店、专卖店应运而生，4s店也是汽车市场激烈竞争下的产物。中国汽车市场逐渐成熟，用户的消费心理也逐渐成熟，用户需求多样化，对产品、服务的要求越来越高，越来越严格，原有的代理销售体制已不能适应市场与用户的需求。4s店的出现，恰好能满足用户的各种需求，它可以提供装备精良、整洁干净的维修区，现代化的设备和服务管理，高度职业化的氛围，保养良好的服务设施，充足的零配件供应，迅速及时的跟踪服务体系。通过4s店的服务，可以使用户对品牌产生信赖感，从而扩大汽车的销售量。4s专卖店正以其独特的经营方式扩大其在汽车销售市场的所占分额。4s店的经营模式使客户从购车到用车的全过程都能得到良好的服务，真正实现了以消费者为本的经营理念，体现了汽车品牌的文化氛围，也树立了专卖店的形象。

另一方面，在整个销售服务的过程中，我们发现了该销售模式所存在的不足之处。首先，对于4s的四大要素而言，重要的无疑是售后服务这一点，完善的服务体系能给客户带来信任感和安全感，同时也加强了专卖店和客户的联系，这对于专卖店来说是至关重要的。虽然从目前来看，4s店最大的功能是卖车，但从长远来看，其更大的功能则应该是售后服务。在整个汽车获利过程中，整车销售、配件、维修的比例结构为2：1：4。维修服务获利是汽车获利的主要部分，这对专卖店的重要性也是显而易见的。国外发达国家之所以以五十公里为半径设置专卖店，主要是为了充分做好售后服务。而目前国内正好反过来，单单看重了卖车，服务却相对落后。这对于火暴的国内汽车销售市场来说，总有一天维修和保养的业务会多于卖车的业务，没有区域规划的4s店同样会面临窘境。以北京市为例，由于城市规划，4s店因为修理部门会产生污染、噪音，不可能在市区发展，越来越多的4s店不得不建在城市边缘，给汽车的维修和保养带来了极大的不便，这种矛盾目前已经暴露在经销商面前。有专家在预测，销售服务今后应该向社区发展，形成连锁的售后服务体系，快修店将会成为今后的发展趋势。

目前，有些汽车厂商已经充分考虑到了该发展趋势，推出了“限区域独家特许连锁经营模式”，其核心内容也是兴建大型的4s专营店，但是和别的品牌有所不同的是，未来的4s店在计划中还将建设若干附属店，他们之间被称为“旗舰店”和“社区店”的关系。还有的汽车厂商表示，作为消费者，并非所有时候都要去4s店，比如换个玻璃、补个胎什么的，而并非一定要到4s店不可。消费者需要更便捷、优质和廉价的服务，而现在很多4s店不仅路程远而且收费较高。计划要在一个城市一定的区域内发展一家经销商，首先要兴建一个具有4s功能的“旗舰店”，与次同时，在这一区域的其他地方，由旗舰店投资兴建若干具有汽车展销和快修功能的社区店。而当社区店周围的消费能力达到一定需求时也可升格为旗舰店。社区店主要是本着“贴近购买力，贴近保有量”的原则，只要有需要就可以兴建，象汽车交易市场、汽车大道、大型住宅区都可能是社区店扎根的地方。

在xx4s店实习的几个月时间里，我有很多觉得值得总结和高兴的。我认识到许多看似简单的工作蕴藏着大量的知识是值得思考的，我们不应该眼高手低，而这恰恰是我们现在大学生的通病。工作的时候要多思考，不但要问别人怎么做，而且要问问自己为什么会是这样做？为什么要这样做呢？为什么这么做就是好的而其他的方法不可行？反正一定要钻研，这样才会有进步，才能快速的进步 。

总之，在此次实习期间，脱离了学校的庇护，开始接触社会、了解我们今后工作的性质。不但增长了专业知识又获得了充足的为人处事的社会经验。并且知道自己学要在哪些地方补充，知道自己以后的路该向哪里走。 实习中同事、销售经理和内训师对我的帮助很大，告诉我做人做事的道理，教我如何做好业务，在此对他们的帮助表示感谢！

**汽车销售实习工作总结8**

>一、概述

为了通过实习了解企业营销情况，并在这个基础上把所学的专业理论知识与实践紧密结合起来，以达到学以致用，培养实际工作能力与分析能力，接触认识社会,提高社会交往能力,并且更好地了解营销工作在企业中的作用与地位，我在烟台长久丰田进行了为期两周的实习。起初我在销售部做销售顾问，了解汽车销售的整个流程，以及在销售过程中，销售顾问应该了解知道并注意的知识与问题，一周后人事调动，为了工作需要，我进入了人事部帮助整理有关的销售资料，在理论上更加进一步了解了销售工作，并结合了企业特有的销售理念，把理论与实践更加完全的融合，同时，也了解到了销售并不仅仅是沟通、说服，其后还有更重要的理论学习阶段与信息资料管理阶段。

>二、烟台长久丰田汽车销售服务有限公司介绍

（一）企业组织结构

（二）企业文化

烟台长久丰田汽车销售服务有限公司成立于20xx年4月26日，是集整车销售、售后服务、配件供应及信息反馈于一体，经营一汽丰田品牌汽车的正规4S专营店。

专营店自成立以来，严格遵守相关法律法规以及本着“顾客至上、诚信服务”的经营理念，致力于树立品牌形象，以“诚信为道，建百年老店”为经营宗旨，为客户提供一流的服务。

长久丰田在全体员工的协同努力下，始终坚持“创新、务实、灵活、高效”的工作方针，坚持“顾客至上，诚信服务”的经营理念，用商品占领市场，用服务赢得顾客，不断提高服务质量和效率，提高顾客满意度，进而提升品牌价值；

在售前、售中、售后各方面都取得较好的成绩。通过近几年的努力，20xx年实现销售收入6245万元，实现利润152万元；20xx年度汽车市场竞争激烈，企业在恶劣的外界环境中稳步求发展，本年销售车辆402台，实现销售收入5870万元(其中维修收入1044万)，实现利润108万元，把丰田品牌的理念更好的贯彻到大众中去，使丰田品牌深入人心。

20xx年5月22日长久汽车投资有限公司成功的收购了烟台天航丰田汽车销售服务有限公司，长久汽车投资有限公司成立于20xx年7月，注册资金亿元，是一家集汽车销售投资、汽车配件、汽车饰品供应、二手车经营、信息咨询等全方面服务为一体的汽车营销企业，公司旗下拥有全资及控股企业20多家汽车4S店，分布全国各地，经营一汽丰田、一汽M6、一汽大众、东风本田、长安福特、长安M3、北京现代、北京戴克、芜湖奇瑞、解放卡车等众多品牌。拥有员工近20xx人，其中大学学历以上的占71%。在20xx年这个经济不景气的市场中，我们长久丰田凭借着自己的独特发展思路，优良的团队精神，销售车辆456台，实现了销售收入6555万(其中维修收入1083万)，利润232万的好成绩。公司一直站在长远发展的角度，视信誉为企业生命，关心顾客需求，与厂家同呼吸共命运；以打造“精品4S店”为目标，注重社会影响和公众形象，努力实现客户利益最大化，客户满意是长久永远的追求。

>三、主要实习内容

在销售部实习期间，主要工作是帮助销售部销售顾问销售汽车，通过参与整个销售过程，了解丰田汽车的销售标准流程，累积经验，逐步掌握各种车型的性能以及卖点，与顾客沟通，了解顾客需求，通过满足顾客所提要求来说服顾客进行购买。除了展厅内的销售，大客户的接待也十分重要，通过学习接待过程，参与接待，了解维护大客户的维持，并说服大客户介绍朋友进行购买。在人事部实习期间，进行了资料的整理，主要负责销售与客服部分。通过对资料的整理，更进一步的明白了丰田汽车接待销售的流程以及客户服务的重要性，并对销售、出库、入库、礼品赠送的清单填写与重要性有了初步了解。

>四、实习感想和收获

通过两周的实习工作，除了把课堂所学的理论知识与实践结合以外，我更加了解了一汽丰田经销店的销售理念与流程，学习到了课本中所没有的知识与经验。销售理念是一个企业销售业务发展的根本，理念的完善程度体现了企业的完善程度。

（一）长久丰田的销售理念

销售人员掌握尽可能多的顾客信息，以达到更多的了解各种各样的顾客的目的。根据所掌握的顾客信息，了解顾客的需求，提高顾客的满意度，取得顾客的信赖。

（二）长久丰田的标准销售流程

诱导活动、顾客接待、需求分析、商品说明、试乘试驾、报价说明、签约成交、热情交车、售后跟踪。

（三）长久丰田汽车销售业务的基本方针——PDCA

P——PLAN,策划，确定目标，根据公司的方针确立具体的目标

D——DO，实施，按照策划进行实施

C——CHECK，进展管理商讨，进展管理，对结果的反思，找出问题和原因

A——ACTION，实习改善，确立改善对策，进入下一个目标

在诱导活动阶段，销售经理要根据公司营销目标，给销售人员确定日计划、月计划，还要进行日结与月结。销售人员的自我总结也很重要，进行好自我管理才能做好销售工作。

在顾客接待阶段，销售人员要注意仪表与接待礼仪，在顾客看车的时候，不要离顾客太近，保持好2米左右距离，当发现顾客有了解意向时，主动上前进行解说。

在需求分析阶段，销售人员一定要请顾客到休息区进行商讨，并在顾客坐下后主动询问需要什么饮品，让顾客宾至如归。在了解阶段，多问少说，先了解顾客需要，再进行推荐。

在商品说明阶段，抓住各个车型的卖点，把握顾客的特征介绍。在介绍的时候，要按照车头—驾驶座—后座—车尾—车门—副驾驶—车内结构来介绍。

在试乘试驾阶段，销售人员要帮助顾客办理好各种手续，在试驾前，销售人员要充分说明汽车的性能与注意事项，充分强调安全问题。试乘时，销售人员要注意行驶安全，试乘后，与顾客交流，了解顾客想法。

在报价说明、签约成交阶段，销售人员要充分全面说明汽车价位与配件配套设施的不同价位，让顾客选择，以顾客的角度来介绍，充分考虑顾客的感受。签约是要注意各种手续的办理，不要遗漏，更不能让顾客久等。

在热情交车阶段，不仅销售人员，销售经理、售后经理与售后服务人员都要参加，争取让顾客介绍其亲朋好友来店里。

售后跟踪是尤为重要的，售后跟踪阶段可以了解顾客对本店汽车的感受，明白本店汽车的不足，在售后跟踪阶段销售人员要主动与顾客联系，充分了解顾客的想法，提升自我品牌，同时取得顾客信赖。

在销售部实习期间，让我感触最深的是工作交接时责任心的重要程度。仅仅一个休班交接没有处理好，就让一个集体购买35辆丰田卡罗拉的客户购买了其他品牌的汽车。且在这位客户联系店里要购买汽车时，根本没有人员接电话，也有损销售店的形象，使丰田店在顾客心目中的形象大打折扣。

在人事部实习期间，通过对销售资料的整理，使我充分认识到销售并不仅仅是把商品出售，还有出库入库等的管理。如果对出库入库产品不了解，会造成车辆短缺，不能及时交车。大客户的开发很重要，一个4s店的销售量，仅仅靠在展厅里汽车销售量的不够的，销售人员要充分利用电话销售，市场部的网络推广在现在网络发达的社会更加重要。政府或是集体采购的客户更要牢牢把握，把销售网加宽加大，才是销售量上升的根本。

（四）总结

大学生实习活动是一个从大学生活到社会工作的一个过渡阶段。学校和社会的差别很大，有些同学在学校时，对自己以后工作的事情考虑得少，准备得少，一旦步入社会，自己心理上就一片空白。在踏入社会时，对于自己到底要干什么工作，自己有什么技能，是什么料，都不是很有把握。因此，实习就显得尤为重要。

实习和正常上班没有什么两样。如果实习时就没有方向，那么，以后工作了，想找到方向就可能会走弯路。还有，对于许多同学来说，先就业再择业是最好的。毕竟自己在学校里接触社会少，专业实际操作和运用能力与实际工作要求还是有一定的差距。不要一开始就想着自己要找到一份好工作，自己专业内的工作，自己喜欢的工作，这样是不够切合实际的。所以在找实习工作的时候，不要眼高手低，要有在实习中吃苦耐劳的认识。在实习过程中，不懂得我方面要及时请教，充分利用时间学习，这样才会有所收获。

**汽车销售实习工作总结9**

20\_\_年是一个充满机遇与挑战的一年，20\_\_年也是x汽车销售公司重要的战略转折期。

国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给x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，\_\_汽车销售公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为x汽车分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾全年的工作，我感到在以下几个方面的总结，愿意和业界同仁分享。

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，结合邢总经理在商务大会上的指示精神，分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，我们汉阳分公司没有一味地走入“价格战”的误区。我常说“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。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

1、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x年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市尝零散用户等四大市常对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。

对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了企业用车单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传x品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。

针对近两年x市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态;对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障;与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。

针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展x的推荐销售，同时辅以雪铁龙的品牌介绍和文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和x市高校后勤集团强强联手，先后和x理工大后勤车队联合，成立校区x维修服务点，将x的服务带入高校，并且定期在高校组织免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

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，一有需求立即做反应。

同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极组织车源。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。我们把分公司在当地市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成总部任务，顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售，我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件，最大限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化，经销商的利润空间进一步缩小，对于新的市场形势，分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论，在积极开拓周边的备件市场，尤其是大客户市场的同时，结合新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。备件销售营业额x万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，今年分公司又迎来了自20\_\_年成立以来的售后维修高峰。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，对于售后维修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表;用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规范;在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆;在车间推行看板管理，接待和管理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。

为了进一步提高用户满意度，缩短用户排队等待时间，从x月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1：00，售后俱乐部提供24小时全天候救援;通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满意度。全年售后维修接车x台次，工时净收入x万元。

二、强化服务意识，提升营销服务质量

今年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严峻的形势，在年初我们确定了全年为“服务管理年”，提出“以服务带动销售靠管理创造效益”的经营方针。我们挑选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回访制度和用户投诉受理制度。

每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在管理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。同时在内部管理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，管理部门服务一线的管理服务体系;在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则;

在管理部门中，重点强调服务销售售后一线的意识。形成二线为一线服务，一线为客户服务这样层层服务的管理机制。积极响应总部要求，进行服务质量改进，强化员工的服务意识，每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行总结，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务。并设立服务质量角对服务质量进行跟踪及时发现存在的不足，提出下一步改进计划。分公司在商务代表处辖区的各网点中一直居于服务评分的前列，售后服务更是数次荣获全国网点第一名。

在加强软件健身的同时，我们先后对分公司的硬件设施进行了一系列的整改，陆续建立了保养用户休息区，率先在保养实施了“交钥匙”工程;针对出租车销量激增的局面，及时地成立了出租车销售服务小组，建立了专门的出租车销售办公室，完善了用户休息区。根据当期市场特点和品牌部要求，我们开展了“三月微笑服务”、“五一微笑送大礼”、“夏季送清凉”、“金秋高校校区免费检查”、小区免费义诊、“冬季送温暖”等一系列活动，在客户中取得很大的反响，分公司的服务意识和服务质量也有了明显的提高。

三、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轿车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的展厅现场布局和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，对x市内具有一定规模的服务站，尤其是竞争对手的4s站，进行实地摸底调查。从中学习、利用对方的长处，为日后工作的开展和商务政策的制定积累了第一手的资料。

四、注重团队建设

分公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能。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顾问咨询公司对员工进行了如何提高团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。我相信，在上级公司的正确领导下，在全体员工的共同努力下，上下一心，艰苦奋斗，同舟共济，全力拼搏，我们公司一定能够创造出更加辉煌的业绩。

**汽车销售实习工作总结10**

20\_\_年已经年底了，我通过这段时间努力的工作，也有了许多的收获，借此机会对这段时间自己的工作做一下总结，目的在于总结经验，提高自己，把工作做的更好，我自己有信心也有决心把以后的工作做到更好！现将20\_\_年工作情况总结如下：

作为一名新员工对于汽车销售是没有什么经验可谈的，仅靠对于销售工作和汽车的热情和喜爱，来到了贵公司，而缺乏销售经验和专业知识，为了能够迅速融入到这个行业中来，边学习专业知识，边摸索市场，遇到销售和专业方面的问题，就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，在这里，请允许我向帮助过我的部门经理和同事们说声谢谢。

通过不断的学习专业知识，了解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。

当然，现存的缺点也有很多，比如：

1、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；

2、市场分析不够细化、全面。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。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。

最后，感谢公司给我一个展示自我能力的平台，我会严格遵守职业操守，朝着这个目标一直努力下去。

**汽车销售实习工作总结11**

时光清浅，如流水一泻而过，从x月\_\_号开始在银行实习至今，每天都活得充实而有意思，从最初的陌生到现在的熟悉，在这个过程，\_\_银行的领导以及各位同事给了我很大的支持与鼓舞，在他们的帮助下，我才得以不断进步。

对于一个非银行业相关专业毕业的求职者来说，能够有这样一个机会进入银行工作，对我来说既是机遇又是挑战。诚然，对于一个对银行业务不甚了解的门外汉来说，在银行这样的单位里，在完全陌生的领域中，我必须从头学起。在我刚进银行的几天里，认识这里的同事，以及熟悉这里的工作环境对我来说是首先需要解决的问题。在很短的时间里，我就已经认识了大家，渐渐开始熟悉了这里的一切……

为了熟悉银行的各种业务和基本知识，我看了不少如柜台、信贷、稽核、会计准则、财务等方面的业务书籍，在接触到一些不太熟悉的术语以及科目时，我就会在网上查找相关的解释，如果实在不明白，我就向同事们请教，大家也都不厌其烦地给我讲解，并且想方设法让我去接触更多我尚不熟悉的知识。

在上柜台实际操作的这段日子里，由开始时的紧张与生涩到现在的淡定与熟练，虽有自己的努力，更多的是与各位同事的鼓舞与支持离不开的，在我做的好的时候，他们给与了我肯定，在我出错的时候，没有了责骂，而是理解与教导，他们用过来人的身份传授给我切身经验，这样的好同事，怎能不让我加倍努力呢？

有了业务知识还不够，还得过硬的业务素质和道德素质，通过学习职业道德规范读本以及信社定期开展的案件防控专项整治工作以及会议精神，我深知作为农信员工，一定得经得起考验，经得起诱惑，做到莲花般的纯洁，微笑服务，举止文明，切实做到“手握手的承诺，心贴心的服务”。

在同事们需要的情况下，我也会尽自己所能去给大家提供便利，每天我都准时上下班，回到营业厅时做好各种开展业务前的准备工作，如泡茶、开电脑或者是下班前的清洁……尽管这都算不上什么大事，只是我的举手之劳，不过我觉得正是这样一个良好和谐的办公室气氛，使我在一个祥和的环境中可以把工作做得最好。

对于我这样一个从大学走出来时间还不算长的新人来讲，在工作中还是会遇到不少这样那样的问题，包括工作方式以及与人交际方面的，在这段时间中，我已经在这些方面有了长足的进步，而且自己的心理状态已经完全从学生状态转变成一个社会人了。我想自己之所以能够比较快地完成这种转换，跟我们筠洲信社有着的良好的工作环境氛围是很分不开的，在这样一种和谐气氛中，我还有什么理由不在这里取得进步和提高吗？

总结这两个多月来的日子，我自我认为取得了很大进步，学到了很多，虽然也犯了不少错。在此真诚感谢银行领导的关怀与个同事的教导，试用期的结束，并不是真的结束，而是新的开始，是对我更严峻的考验，我将加倍努力，用青春的汗水去灌溉农信社这颗茁壮成长的大树！

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！