# 最新汽车售后年终工作总结报告优秀(四篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2025-02-25

*汽车售后年终工作总结报告一以下是我对我部\_\_\_\_年上半年业绩的总结：一、\_\_\_\_售后的经营状况\_\_\_\_年\_\_\_\_售后的任务是\_\_\_\_万，截止\_\_\_\_年6月底我们实际完成产值为\_\_\_\_元，完成全年\_\_的\_\_\_\_%，与年初的预计是基本吻合的。其...*

**汽车售后年终工作总结报告一**

以下是我对我部\_\_\_\_年上半年业绩的总结：

一、\_\_\_\_售后的经营状况

\_\_\_\_年\_\_\_\_售后的任务是\_\_\_\_万，截止\_\_\_\_年6月底我们实际完成产值为\_\_\_\_元，完成全年\_\_的\_\_\_\_%，与年初的预计是基本吻合的。其中总进厂台数为\_\_\_\_台，车间总工时费为\_\_\_\_元(机修：\_\_\_\_元，钣金：\_\_\_\_元，油漆：\_\_\_\_元)，我们的配件销售额为\_\_\_\_元，其中成本(不含税)为\_\_\_\_元，材料毛利为\_\_\_\_元，已完成了全年配件任务的\_\_\_\_%。

二、物业维修成本

为了严格控制费用的支出，我们别克售后部制定了完整的物业的设备检修制度，定时对所有的物业的设备进行检查，发现问题及时解决问题，避免问题由小变大，造成更大的损失。故上半年我们别克售后的物业及设备的维修费用仅有\_\_\_\_元，这是因大家的共同努力才使得物业维修费用不但不超标，并有。

三、人才资源现状

现在许多公司都普遍存在人员流动性较大及人力资源配发等问题，我别克售后现在全体工作人员为\_\_\_\_人，其中人员为\_\_\_\_人，员工为\_\_\_\_人(除管理人员外，前台接待为\_\_\_\_人，机修人员为\_\_\_\_人，钣喷为\_\_人，仓管及保洁各\_\_人)以上人员并不包括生，我别克售后也同样面临着关键人员缺失等问题。故我们将继续加强对员工各方面的及领导，从企业内部培训并发掘新的人才，能更好的为公司服务。

\_\_\_\_年上半年所存问题及下半年的工作计划：

一、上半年工作，因前台接待人员及机修人员的知识不够专业和广泛，服务细节有所欠缺，在与客户接触时，他们有时无法提供顾客所需要的服务，甚至让顾客产生不感。所以我们需继续加强对前台接待人员及机修人员的专业知识培训，提高能力，加强技术平;在服务过程中，服务人员应做到换位思考，替客户着想，为顾客提供实在的服务，向顾客提出建设性的建议，使我们的服务能够让客户更加满意。

二、以往我们售后因前台及车间的各项标准流程不是十分到位，且工作人员面对工作时并不是十分细心，致使在一些可避免的工作细节上犯，故在下半年我们需增强管理人员、职工对工作的心，让职工知道目前企业现状和未来，及市场和未来走势，让他们意识到自己的稳定工作和公司的的企业发展是直接挂勾，从而使得员工们由被动变主动。从现在的服务行业来看，公司想长期稳定的发展，服务是重中之重。前台接待是别克售后对外窗口，前台接待人员的一举一动，代表着别克售后部的形象，所以我们必为别克售后部乃至企业树立良好形象，在客户心目中得到认可，这样我们企业才能继续发展壮大下去。

三、从策略上，上半年别克售后部在忠诚客户维系上有所不足，客户在不断新增时也有着一定量的流失，所以下半年我们必须培养和维护一批长期稳定与我们的老客户，发展新的忠诚客户。我们会从日常工作中给这些客户真正的关心，当然照顾是建立在互惠互利的基础上，只有这样我们在市场好与坏的时候，我们都能度过，让这部分客户始终跟着我们走，真正做到“比你更关心你”。

四、价格合理化。价格的高低也是左右客户进厂的重要因素之一，而为客户提供更优质的服务和合理的价格，并且时时刻刻从客户的角度出发制定合理的维修，从而为客户省钱，进而超越客户期望值。

五、在目前市场下，各企业都处于微利或赔钱的状态下，这就需要我们企业每一名管理人员、员工节支降耗，为企业节约每一分钱，做为别克售后应从招待费、日常工作用品等方面中进行节约。

六、加强5s管理，对机器设备的定期维护，及时发现损坏或无法正常运作的设备并进行修理，从而提高车间的整体运作效率，降低成本。

七、面对通用对我司的明察暗访，我们应努力打造一支上下，和谐有凝聚力的团队。遇事大家必须心往一处想，劲往一处使，我们共同想办法、拿，解决问题，度过难关。最后请公司各位领导放心，别克售后部一定确保全年的工作任务，争取超额完成\_\_\_\_年公司下达的工作任务。

**汽车售后年终工作总结报告二**

时光荏苒，走进4s店担任客服工作已经有几个月的时间了，现做好工作总结以求进步。

首先要感谢4s店给予我足够的宽容、关怀和帮助;更要感谢领导们“海纳百川”的胸襟，你们对我的不离不弃，让我没有理由退缩和不努力，期待与各位伙伴共筑一艘无坚不摧的战舰，与诸位坚定的拓荒者一道披荆斩棘。

在4s店的经历一定弥足珍贵，我切实感受到了自身的成长和成熟。当然因为棱角太过分明，做事情有很多欠妥和缺乏方法的地方，无意中刺痛和伤害了一些伙伴，在这里真诚地向各位同事——我最亲爱的朋友，我的同路人说声道歉，望你们谅解。

下面对我这一段时间的工作情况做如下汇报：

一、 通过学习和积累的加深

科技进步越快、所做的事情越多，为国家、社会贡献的力量就越大。这是我的一些理解。我来自一个偏远的农村，深知我们服务对象“农民工”的劳动环境的恶劣和生活的艰辛，而中国社会正缺乏组织尤其是企业为这个广大的群体提供帮助，为他们谋福利。通过在4s店的工作和学习，我深刻的认识到我们从事的是一个多么高尚的事业!

或许一开始直到现在我们都不能得到足够的认同和理解，我们取得的成绩也不足以让我们骄傲。然而，我们正欣喜地看到，越来越多的有志于为农民工服务的青年已经加入到我们的行列中来，我们做的许多事情也得到了政府的认可和越来越多机构——尤其是广大农民工的支持和理解，我为能从事这样一份事业而骄傲。

当然，作为一个发展中的企业还有诸多的不完善;制度不健全，市场开拓能力和部门协调能力的不足仍旧困扰着我们，离目标团队的建设还有一定的距离。我们需要进行革新甚至革命来改善自身，这也许要付出很大的代价，需要勇气。

二、 认真学习岗位职能，工作能力进一步提高

在策划部和商务部期间，我主要从事了会议期间媒体接待、发卡、发海报和网站调整意见整理等工作，工作中一直保持了很高的热情，也得到很多伙伴的鼓励和帮助，取得了一定的成果，论坛后参会媒体竞相给予了报道;发卡过程中通过深入接触农民工，对我们所服务的对象有了更深刻的理解和认知，总结了一些方法并尽我所能的宣传了品牌;在网站意见整理过程中，和很多同事进行了交流和探讨，对公司有了更深入的了解，提了一些不够成熟的建议，为现在的工作打下了一些基础，从中悟到了许多方法和道理。

当然我也认识到自身存在的许多不足;活动策划经验欠缺、计算机水平差、做一些事情考虑不周等，因此我业余时间正在阅读大量的书籍，听许多讲座，并不断的自我反省以求进步，工作方法有所改进，能力得到提高。路遥方知马力，岁寒可见后凋——相信通过不断的调整和学习，我能更加胜任未来的工作，得到足够的认可和理解;我也会努力改进，争取在适当的时候提出一些较为成熟的方案，为公司发展建设添砖加瓦。

今年对我个人是十分关键的一年。我将努力克服自身的不足，提高综合素质，以更加饱满的热情投入到工作中来。我坚信一定会有所作为!

**汽车售后年终工作总结报告三**

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\_\_\_\_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，\_\_\_\_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\_\_\_\_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20\_\_\_\_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治理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\_\_\_\_年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市场、零散用户等四大市场。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\_\_\_\_出租车协会理事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传\_\_\_\_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，我们重点开展毕加索的推荐销售，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，并且定期在高校支部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猜测当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场猜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，通过天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，积极支部车源。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\_\_\_\_市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成\_\_\_\_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，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\_\_\_\_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;在车间推行看板治理，接待和治理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。为了进一步提高用户满足度，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足度。全年售后维修接车\_\_\_\_台次，工时净收入\_\_\_\_万元。

二、强化服务意识，提升营销服务质量

20\_\_\_\_年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严重的形势，在年初我们确定了全年为“服务治理年”，提出“以服务带动销售靠治理创造效益”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，在治理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。同时在内部治理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，治理部门服务一线的治理服务体系;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;在治理部门中，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治理机制。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、“冬季送暖和”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

对于内部治理，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治理提出全新的方案和建议;支部综合部和相关业务部门，利用业余时间，对\_\_\_\_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、利用对方的优点，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。营销治理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了熟悉，又明确了目标。

在加强自身治理的同时，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。通过聘请国际专业的企业治理顾问咨询公司(\_\_\_\_)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。

20\_\_\_\_年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，分公司经营工作取得了全面胜利，各项经营指标屡创历史新高。

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造性，精品服务理念的创新上，还大有潜力可挖。还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对即将到来的20\_\_\_\_年，分公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务治理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保分公司20\_\_\_\_年经营工作的顺利完成。

**汽车售后年终工作总结报告四**

弹指一挥间，转眼间过去，在过去半年中我们看到了的残酷性，作为某某汽车有限也在经受着市场的严峻考验，但我别克售后部顶住压力在公司及全体 干部员工共同努力下仍较好的完成各项任务。

以下是我对我部 某某 年上半年业绩的的：

一、某某售后的经营状况

某某 年别克售后的任务是 某某 万， 截止 某某 年 6月底我们实际完成产值为 某某 元 ， ， 完成全年 的 某某%，与年初的预计是基本吻合的。其中总进厂台数为 某某 台 ， 车间总工时费为 某某 元 (机修 ：某某元 ， 钣金 ：某某元 ， 油漆 ：某某元 )， 我 们的配件销售额为 某某 元 ， 其中成本 (不含税 ) 为 某某 元，材料毛利为 某某 元，已完成了全年配件 任务的 某某%。

二、物业维修成本

为了严格控制费用的支出，我们别克售后部制定了完整的物业的设备检修制度，定时对 所有的物业的设备进行检查， 发现问题及时解决问题， 避免问题由小变大， 造成更大的损失。

故上半年我们别克售后的物业及设备的维修费用仅有 某某 元， 这是因大家的共同努力才使得物 业维修费用不但不超标，并有。

三、人才资源现状

现在许多公司都普遍存在人员流动性较大及人力资源配发等问题，我别克售后现在全体 工作人员为 某某 人，其中人员为 某某 人，员工为 某某 人(除管理人员外，前台接待为 某某 人，机 修人员为 某某 人， 钣喷为 某 人， 仓管及保洁各 某 人) 以上人员并不包括生， 我别克售后也同样 面临着关键人员缺失等问题。故我们将继续加强对员工各方面的及领导，从企业内部培训并 发掘新的人才，能更好的为公司服务。

某某 年上半年所存问题及下半年的工作计划：

一、 上半年工作， 因前台接待人员及机修人员的知识不够专业和广泛， 服务细节有所欠 缺，在与客户接触时，他们有时无法提供顾客所需要的服务，甚至让顾客产生不感。所以我 们需继续加强对前台接待人员及机修人员的专业知识培训，提高能力，加强技术平;在服务 过程中，服务人员应做到换位思考，替客户着想，为顾客提供实在的服务，向顾客提出建设 性的建议，使我们的服务能够让客户更加满意。

二、 以往我们售后因前台及车间的各项标准流程不是十分到位， 且工作人员面对工作时 并不是十分细心，致使在一些可避免的工作细节上犯，故在下半年我们需增强管理人员、职 工对工作的心，让职工知道目前企业现状和未来，及市场和未来走势，让他们意识到自己的 稳定工作和公司的的企业发展是直接挂勾，从而使得员工们由被动变主动。从现在的服务行 业来看，公司想长期稳定的发展，服务是重中之重。前台接待是别克售后对外窗口，前台接 待人员的一举一动，代表着别克售后部的形象，所以我们必为别克售后部乃至企业树立良好 形象，在客户心目中得到认可，这样我们企业才能继续发展壮大下去。

三、从策略上，上半年别克售后部在忠诚客户维系上有所不足，客户在不断新增时也有 着一定量的流失，所以下半年我们必须培养和维护一批长期稳定与我们的老客户，发展新的 忠诚客户。我们会从日常工作中给这些客户真正的关心，当然照顾是建立在互惠互利的基础 上，只有这样我们在市场好与坏的时候，我们都能度过，让这部分客户始终跟着我们走，真 正做到“比你更关心你” 。

四、价格合理化。价格的高低也是左右客户进厂的重要因素之一，而为客户提供更优质 的服务和合理的价格，并且时时刻刻从客户的角度出发制定合理的维修，从而为客户省钱， 进而超越客户期望值。

五、在目前市场下，各企业都处于微利或赔钱的状态下，这就需要我们企业每一名管理 人员、员工节支降耗，为企业节约每一分钱，做为别克售后应从招待费、日常工作用品等方 面中进行节约。

六、 加强 5s 管理， 对机器设备的定期维护， 及时发现损坏或无法正常运作的设备并进行 修理，从而提高车间的整体运作效率，降低成本。

七、面对通用对我司的明察暗访，我们应努力打造一支上下，和谐有凝聚力的团队。遇 事大家必须心往一处想，劲往一处使，我们共同想办法、拿，解决问题，度过难关。

最后请公司各位领导放心， 别克售后部一定确保全年的工作任务， 争取超额完成 某某 年公 司下达的工作任务。

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！