# 汽车市场推广服务合同范本(精选77篇)

来源：网络 作者：落日斜阳 更新时间：2024-01-14

*汽车市场推广服务合同范本1一、 预算及建设计划1. 资金投入：50-80万投入地点：北京出口地点：俄罗斯 欧洲公司部门建设:营业部、产品部、企划部、财务部。 初期投入费用：租金15万-20万(办公厅约150-200平米) 2. 3. 4. ...*

**汽车市场推广服务合同范本1**

一、 预算及建设计划

1. 资金投入：50-80万

投入地点：北京

出口地点：俄罗斯 欧洲

公司部门建设:营业部、产品部、企划部、财务部。 初期投入费用：租金15万-20万(办公厅约150-200平米) 2. 3. 4. 5.

装修：2万-5万

办公使用物品3万-6万(含展厅展柜) 公司注册费用：5万

周转资金：15万-20万

二.外贸平台的建设

外贸平台的建设涉及以下领域：

1、 行政机关的注册、登记。包括工商、税务、海关、^v^、商检局完成相关手续的办理;整个流程办理结束大概2个月时间。

2、外贸部门的组建。外贸部门作为一个团队，由于分工不同，一般由业务员，财会(负责核销、退税)、单证员，质检员组成。人员的数量依据业务量而定;在公司创业初期，由于业务量不大，可以一人多职，如业务员可以负责单证的处理。

3、 货运代理，快递公司的选择、确定。

从实际操作看，目前大多数外贸公司的相关业务都是委托中介公司来完成的，如货物的进出口报关，商品法定检验及办理货物运输保险，可以省时省事。但选择合适的中介公司对外贸公司非常重要;好的中介公司可以促进外贸业务的发展。选择中介公司基本要求应该是业务熟练，专业知识强，服务效率高，收费合理。

由于外贸公司的日常邮件多，费用较大，选择合适的国际快递公司可以有效节约费用。通过对全球主要快递公司的考察，UPS

收费相对便宜(可以打折到73%)，时间上也比较快，一般在2-3个工作日可以到达全球各地。唯一的缺点是货物的重量 由UPS在事后帐单中告之。

**汽车市场推广服务合同范本2**

一。规范并落实接待流程(售前售后)

1.销售接待话术规范化。

可以避免客户看车时每次来同一款车有不同的标准及话术，导致客户迷茫。

2.销售及电话接听用语统一化。

为提高绅雅汽车销售服务有限公司在无锡汽车市场的知名度。提高在厂方及客户心中的形象。所以统一使用标准话术。“您好，欢迎光临绅雅汽车”“您好，欢迎致电绅雅汽车”

3.销售过程规范化。

在过去的工作中发现销售顾问对于销售的过程掌控不到位，很多登记信息过于简单，普遍达不到厂方要求A/C的规范标准。面对月底的神秘客户，销售过程的规范化为重中之重。

二.制定并落实奖惩制度(售前售后)

1.没有规矩不成方圆，一个切实可行的制度及执行力度是销售团队前进的标准。也让销售顾问了解并懂得，自身的责任及义务。明确公司的理念。也从表达了公司的决心。规章制度的执行，需要长期的，强有力的监管，实施。只有贯彻执行才有实际的价值。

三.第一次内训内容

1.针对厂方对公司的5-7月份的激励政策。销售部开会并温习森雅汽车产品知识。学习新的激励政策下达后，大家的面对新的

挑战怎么面对，及达到公司于销售顾问双赢的目的。研究并讨论提高销量的实际操作方法。

四.规划巡展，定展的路线及区域。

2.落实小组的巡展定展的时间及日期，及事后报告。及不定期的现场抽查。

五.落实贯彻5-7月份的促销政策。

1.为贯彻落实5-7月份的销售政策。我们决定使用过程管理，指标不光分配到月。还要分配到小组，分配到个人。每周讨论成败得失。每天讨论完成进度。销售进度上墙，销售指标上墙。每天更新，大家监督。大家比较。做到公平，公正，公开。造成销售团队良性竞争。活跃展厅及团队气氛。

六.落实衔接好售前售后的配合工作。

1.销售离不开售后的支持。售后离不开销售的帮助。大家同为一家人，都为兄弟姐妹。怎么样，售前，售后一条心，拧成一股绳。心往一处想，力往一处使。

**汽车市场推广服务合同范本3**

>一、三年发展战略概要

1、抓住机遇，向外拓展，向内挖潜，扩大品牌知名度，实现跨越式发展。

2、三年内业务收入逐年增长，行业资质上一级，成为本地区和周边地区具有知名度的园林公司之一;

3、强化内部管理，逐步实现从单纯管理到市场经营为一体综合化的转变;

4、扩大品牌优势，探讨总结管理经验，形成具有自主知识产权的管理模式。

>二、公司三年发展规划

一、公司发展思路

公司以“抓住机遇，向外拓展，向内挖潜，扩大品牌知名度，实现跨越式发展”的指导思想，充分扩大公司在广西区内乃至周边地区的影响力，力争在3年内让公司成为广西区内以及周边地区园林行业的好品牌。

二、园林经济环境分析

我国十二五期间地产园林行业发展空间依然广阔，我们预计地产园林行业的增速将保持在18%左右。首先，我们预计未来三年国内商品住宅投资(包括经济适用房)增速将在10%以上，虽然调控较严的

一线和二线城市销售同比回落，但广大三四线城市，在城市化进程的推进下，加之居民对住房品质要求的不断提高，商品房销售情况依然良好。其次，随着购房者对居住环境要求的不断提升，开发商越来越多的把园林景观营造作为其竞争手段，园林投资在房地产开发投资中的比重将不断提高。

>三、战略实施要点

(一)大力扩展园林业务，提高公司业务能力

1、借着公司园林绿化资质的机遇，利用各种手段宣传自己。一是公司要开发科技含量高、经济效益好的新产品，所属苗木场要“走出去、请进来”聘请广西大学农学院、广西林学院等科研单位的资深专家做技术指导，与上述单位长期保持良好的合作关系，争取成为上述单位的种苗实验基地，发展无性繁殖、湿地植物、无土栽培等新科技、新产品，努力做到“人无我有，人有我优”，形成企业的

2、是公司业务在扩展上要开拓视野，主动出击。随着人们生活水平和审美观念的提高，对周围环境越来越注重，因此业务向住宅小区、单位场地绿化、道路绿化等方面延伸，不怕小，发挥我们的.人才优势，给用户提供满意的绿化设计和施工服务。扩大影响，提高知名度，提高市场占有率，将园林绿化形成为公司主要的经济增长亮点。

3、积极扩展业务，积极创造条件，时机成熟时，完成公司资质的升级工作，以争取更大的业务，形成公司主要经济增长点。

(二)、重视人才培养和引进优秀人才，增加公司的实力

人才是战略成败的关键，公司对员工进行长期的不间断的培训培

养，是公司不断发展的要求。对员工的培训内容应包括技术、意识、公司制度、企业规划、行业发展状况等，使员工清晰的认识到本职岗位在全局的作用、了解本行业的最新动态，寻找差距弥补不足，做到知己知彼。加强员工的责任感、使命感，使企业的发展具有足够的动力。同时，要引进优秀的专业人才，扩充公司园林专业队伍，增强公司的技术实力。

(三)建立公司的规章制度，实行公司规范化管理

公司建立和完善各种管理和奖惩制度，做到责、利对等，提高公司员工工作的主动性和积极性，提高公司运做效率。

>四、公司业务发展规划

1、公司地产园林业务未来三年增长有望保持在50%以上，净利润增速将超过营业收入增速。首先，公司作为行业内优秀企业将受益于行业的稳定增长;其次，在园林行业集中度较低的大环境下，公司凭借其在品牌、苗木、设计、施工和资金等方面的综合竞争力，市场份额在未来将稳步提升;公司的主要客户——大型房地产企业，其市场份额的提高也将促进公司业务的增长;最后，随着苗木产能在未来的释放，公司苗木自给率稳步提升，将直接提高公司未来的毛利率水平，使公司净利润增速有望超过营业收入增速。

2、公司园林设计业务未来三年将实现高增长，年预计增速在60%以上。首先，公司设计能力突出，地产园林设计在业内有一定的知名度;其次，公司加大对园林景观设计业务的投入;最后，在目前全国景观设计师稀缺的大背景下，我们预计将主要通过吸收设计师团队，收购设计公司等方式引入设计人才，扩充设计队伍，进而有效推动公司设计业务的高速增长。

**汽车市场推广服务合同范本4**

就在转眼间，我来到4S店已经三个月了。在这期间，从一个连AT和MT都不知道什么意思的汽车菜鸟蜕变成熟知汽车性能的业务员。一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到销售和专业方面的难点和问题，我都及时请教有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门同事对我的帮助!也很感谢领导能给我展示自我的平台。

这三个月时间，我不仅仅学会了基础的汽车知识，同时也对自己的品牌有了更深入的了解，使我深深的爱上了自己所从事的工作，自己所销售的汽车。在我心里只有热爱自己的岗位才能做好本职工作。

短短的三个月时间，我明白了做汽车销售单凭自己的热爱是不够的，要学会如何进行客户谈判、分析客户情况的。这些是我一个刚入职的销售员从前所没经历过的，而我们老销售员在谈判的过程他们常常会带着我这个新人，学习谈判经验，这点我非常感谢我的同事们。所以，到现在我有难以谈的下来的客户我会吸取老销售员的谈判技巧，来进行谈判。

现在的汽车销售市场竞争的日益激烈，摆在所有销售人员面前的是-平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，所以拥有一个积极向上的心态是非常重要的。

而我每一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比诚信;如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。这些一直是我的工作态度。我相信只有这样才能把工作完成的更好。

现存的缺点：

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，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。

在销售工作中也有急于成交的表现，不但影响了自己销售业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习，请教老销售员业务知识，尽快提高自己的销售技能。

下半年工作计划

在公司在发展过程中，我认为要成为一名合格的销售员，首先要调整自己的理念，和公司统一思想、统一目标，明确公司的发展方向，才能充分溶入到公司的发展当中，才能更加有条不紊的开展工作。以下是我20--年的工作计划：

1.继续学习汽车的基础知识，并准确掌握市场动态各种同类竞争品牌的动态和新款车型。实时掌握汽车业的发展方向。

2.与客户建立良好的合作关系，每天都建好客户洽谈卡，同时对于自己的意向客户务必做到实时跟进，对于自己的老客户也要定时回访。同时，在老客户的基础上能开发新的客户。让更多人知道与了解江淮车，并能亲身体验。了解客户的资料、兴趣爱好、家庭情况等，挖掘客户需求，投其所好，搞好客户关系，随时掌握信息。我在这里想说一下：我会要把B类的客户当成A类来接待，就这样我才比其他人多一个A类，多一个A类就多一个机会。对客户做到每周至少三次的回访。

3.努力完成现定任务量，在公司规定的任务上，要给自己压力，要给自己设定任务。不仅仅要努力完成公司的任务，同事也完成自己给自己设定的任务。我相信有压力才有动力。

4.对于日常的本职工作认真去完成，切不可偷懒，投机取巧。

5.在业余时间多学习一些成功的销售经验，最后为自己所用。

6.在工作中做到，胜骄败不馁，不可好大喜功，要做到一步一个脚印，踏踏实实的去做好工作，完成任务。

7.意识上，无论在销售还是汽车产品知识的学习上，摒弃自私、强势、懒惰的性情，用积极向上的心态，学习他人的长处，学会谦虚，学会与上司、朋友、同事更加融洽的相处。

每日工作

1.卫生工作，办公室，展厅值班都要认真完成。

2.每日至少回访和跟踪2到3个潜在客户，并及时跟新客户需求。

3.每日做好门迎工作，登记集客信息。

4.每日自己给自己做个，回想一下每天的工作是否有没做好的，是否需要改正。

5.了解实时汽车行业信息，同类竞争品牌动态。知己知彼，方能百战百胜。

每周工作

1.查看潜在客户，看是否有需要跟进的客户。整理每位客户的信息。

2.查看自己的任务完成了多少，还差多少量。下周给自己多少任务。

月工作任务

1.总结当月的客户成交量，客户战败原因。

2.总结当月自己的过失和做的比较好的地方。

3.制定下个月自己给自己的任务和工作计划。

在最后，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，朝着优秀员工的方向勇往直前。碰到困难不屈不挠，取其精华，去其糟粕，和公司的其他同事团结协作，让团队精神战胜一切。

**汽车市场推广服务合同范本5**

今年，我将一如既往地按照公司的要求，在去年的工作基础上，本着“多沟通、多协调、积极主动、创造性地开展工作”的指导思想，确立工作目标，全面开展20xx年度的工作。现制定工作计划如下：

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，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

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、每月要增加1个以上的新客户，还要有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起的;

6、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;

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、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。

**汽车市场推广服务合同范本6**

在新的一年里销售人员个人工作计划如下：

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，20xx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，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20xx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。3、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。

**汽车市场推广服务合同范本7**

正视现有市场，我激情高涨，信息倍增，与此同时，又感责任重大。在20xx年的销售工作中，我会更加积极进取，用心努力的去做好每一件事情，不管是个人还是整个销售团队的销售业绩，会争取做到最好。

我对20xx年的工作计划展开如下：

一、销量指标

带领团队努力完成领导给予的当月销售计划、目标

二、监督，管理销售展厅和销售人员的日常销售工作

1、仪表着装：统一工作服并佩戴胸卡。

2、展厅整洁：每天定期检查展厅车辆，谈判桌的整洁状况。每人负责的车辆必须在9点前搽试完毕，展车全部开锁。随时处理展厅突发情况，必要时上报销售经理。

3、展厅前台接待：如值勤人员有特殊原因离岗，需找到替代人员，替代人员承担所有前台值勤的责任。随时查看销售人员在展厅的纪律。

4、销售人员的日常工作：，对于销售人员的客户级别定位和三表两卡的回访度进行定期抽查，对销售员的销售流程进行勘察.对销售人员每天的工作任务和需要完成的任务进行协调，如上牌时间和厂家出现的政策变动等.随时处理展厅突发情况，必要时上报销售经理。每天下午下班前定时把一整天的工作情况和明天需要完成的工作任务上报给销售经理。处理职责范围类的客户抱怨，提升客户满意度。

三、配合市场部，做好销售拓展和市场推广工作

1、对市场部发出来的市场活动进行协调，如外出拍照片等;

2、在销售人员不值班的情况下，可以沟通市场部进行外出市场开拓，由市场部定点，外出发宣传单。

四、掌握库存，配合销售经理做好销售需求计划

每天对于销售人员的交车，资料交接，开票，做保险等进行盘查，下班前上报销售经理登记。对于时间过长车辆对销售人员进行通报，重点销售;配合销售经理对每礼拜一从厂家订购的车型，颜色进行建议。

五、协助销售经理做好销售人员的培训计划

由于现阶段的合并，销售员对于业务知识明显匮乏，直接影响销售业绩。下阶段销售员的知识培训是重中之重，除公司计划培训项目外，暂时采用瑞风、同悦两两互助形式，对于车型的价格、配置、竞品车型、销售话术等实行模拟对话，尽快熟悉车型。对于出现的问题在进行针对性培训。

当然，所有的计划在此都是纸上谈兵，俗话说，实践是检验真理的唯一标准，在今后的工作中，我定当努力将这些计划付诸于实践中，带领团队一起，在最优情况下完成领导下达的任务。

**汽车市场推广服务合同范本8**

>一、活动背景

宝马汽车凭借国内外品牌知名度和美誉度，经多年以来销售量得到大幅度的增长，已是有口皆碑；同时在适当时机提供更高品质服务满足消费者的需求，让懂得生活的人能更好的享受生活，为市场提供的、最有影响力的服务，成了宝马汽车的理想与抱负。宝马汽车借助公益活动走进社区、广场，与目标客户群零距离的接触与互动，将受到各界的关注，提升更高的品牌地位，让品牌深入民心，进一步得到消费者的肯定，最终成为宝马汽车最忠诚的客户。

>二、活动目的

1、与目标消费者追求尊贵、地位、身份、品牌、时尚、安全性、高品位的特性完美结合，满足消费者的心理需求。

2、借夏日人们向往的轻松心理，推出个性、时尚、轻松、公益的活动形式，让消费者体验夏日的轻松心情。

3、通过品牌与公益结合，提高媒体炒作，促进销售力。

4、通过系列活动拉近消费者与宝马的距离，提高公司的品牌形象。

>三、活动重点

1、针对客户：追求时尚、尊贵的消费需求，体验生活真谛，突出个性品位。

2、针对媒介：通过公益性活动将吸引众多媒体关注，成为他们宣传的焦点，促进消费者的购买行为，创造品牌氛围和产品价值。

3、针对企业：了解消费心理，树立信心，力创佳绩，提升品牌形象。

4、针对行业：不可低估，拭目以待，认清品牌定位和产品的功能价值。

>四、效果评估

1、在这一系列的活动过后，将会给宝马汽车销售带来质的飞跃。市场将对宝马汽车有了更高层次明确的认识和印象！

2、势必会成为社会和媒体关注的焦点。对树立宝马汽车品牌形象和传播品牌形象起到巨大的作用！

>五、活动内容

1、“关爱儿童成就未来”，由宝马汽车与大型社区携手举办的互动活动，吸引了社区众多小朋友热情地参与，小朋友在老师同家长的帮助下，绘画了属于他们心中的最喜爱的宝马汽车——“我心中喜爱的宝马儿童绘画巡展”。充分发挥了孩子们的想象力以及热爱汽车的激情。

2、“品位生活共鉴非凡”

“宝马品质生活尊贵夜”，与业主们一起共鉴非凡，品鉴生活，共同分享品质生活带来成功与喜悦。香车美酒，拉丁表演，各类展品融合在一起，带来了一个美好的盛会。分享非凡时刻，传递品质生活，与广大业主一起共同分享宝马品质生活带来成功与喜悦。

3、“试乘试驾实现梦想”——宝马完美驾乘分享活动，为期一天的从化道路深度试驾及寻宝体验，让客户在体验车辆性能的同时，加入更多的轻松元素。期间城市道路、快速路、高速路段、乡镇道路的各类道路体验，更是让各位充分体会到了宝马的车辆驾驶乐趣。此次驾乘的目的地是宝趣玫瑰园，玫瑰园的清香也给此次旅途增加了几分温馨浪漫的乐趣。

4、“精彩电影与您共赏”播放了各类影院大片，受到社区各业主的喜好及欢迎，开放式的电影带给大家很温馨的感觉，虽然没有电影院的那种震撼，但更多的带来的是回忆及一家人在一起观看的乐趣。

5、汽车安全公益讲座

主持人和嘉宾将专业的汽车知识化解为容易让人接受和理解的真实案例传递给业主，纠正驾乘者日常生活中常犯的错误。与业主有一个面对面的接触机会，把安全汽车生活的理念带给业主，就是倡导业主在享受汽车带来乐趣的同时，更能过上安全的汽车生活。此次活动结合了趣味安全游戏，直观现场演示，把枯燥的安全知识生动地传达给了活动中的每一个人。

6、汽车日常保养讲座

**汽车市场推广服务合同范本9**

项目名称：焊接设备及配件

一、摘要

天津市春明焊接设备厂是私营独资企业，主要经营电焊机及配件、电焊机修理、焊接材料等。成立于一九九八年八月二十日，坐落在天津市河北区榆关道与天津市电焊机总厂相邻，注册资金十万元，企业共有员工十余人，其中高级工程师1名、技师1名、技术工人4名，企业产品己通过国家强制性产品认证证书。企业成功的主要因素取决于内部基础管理是否到位，而创新能力则是企业高速发展的动力源泉，现代企业经营不再是冷冰冰的概念，而是智慧情感和人体生命的升华。企业的产品质量方针是我们要求自己提供满足甚至超过客户要求的产品及服务，我们应不断改革和创新，追求完美以此精神投入到我们每一件事上，创造出在市场具有竞争力的优势。随着我国经济和科技事业的飞速发展，要想占领市场首先产品质量过硬，其次才是价格、售后服务。目前我厂主要生产两大系列焊机：

1、交流弧焊机系列在全国同行业中已经争的一席之地，

2、二氧化碳焊机系列，正在不断的技术改进中，力争在一到两年的时间中达到同行业先进水平。

二、企业业务描述

春明焊接诊备厂以质量为企业生命，诚实守信为立足之本，用户的需求为追求目标，以更好的质量、更优惠的价格、更优良的服务立足市场，为更多的用户创造效益是春明焊机永远追求和承诺。春明焊接的宗旨是―“以人为本、科技创新”春明焊接的发展目标―“创造一流的产品，争创春明品拍”春明焊接的发展战略―“做实”“做强”“做大”春明焊接的经营理念―“以质量求生存、以信誉求发展”春明焊接的经营原则―“人无我有”春明焊接的经营方针―“贯彻国际目标，树立用户意识，共铸春明品牌，促进企业发展。”

三、个人简历及创业经过

吴春明，女，一九五九年生人，四十六岁，我在天津市电焊机工作了二十多年，从学校毕业我就分配到电焊机总厂，其中十六年是新产品试制组度过，后在经营处又工作了三年，直到20xx年由于企业体制改革，我下岗了，原有工作岗位的失去，不仅给我直接创业提供机遇，而且更给瓣种外在的激励，使我坚定自信的走向下岗创业之路。今年来国家和政府特别重视失业下岗和失业再就业问题，市妇女创业中心对下岗女工进行无偿的咨询和培训，更给我们下岗女工的鼓舞和动力，特别是培训创业方面积累了许多经验，使我们在创业路上少走了不少弯路，坚定了我们下岗女工创业的决心和信心。创业仅有满腔热情是不够的，更应该面对现实，还要敢于冒险，而且要有创新精神，还要做好吃苦、克服困难和创业前的各项准备工作，尤其是要找准市场定位和反复思考，要充分利用自身的条件和在电焊机总厂积累的经验，发挥自己的特长和相关的优势，经过充分考虑和市场调研，我决定用自己的名字创办天津市春明电焊设备厂。从事自己热爱的焊机行业，对于我的潜能的开发是有利的。首先，我对电焊机制造原理有一定的了解，从绕变压器到焊机试验，我都比较清楚，对焊机市场也有一定的了解，知己知彼，才能克敌制胜。于是我就组织电焊机总厂下岗的技术人员及退休技师一起开始了艰苦创业。我们大家发扬不怕挫折、不怕失败、不达目的誓不罢休的革命精神，从绕线机做起，为了节约开支，我们从旧市场买来钻床，砂轮机及各种检测工具，自己买来铁板，制作试验台，打耐压测试仪及烤箱，设备置齐后，我们开始研究做样机，由于我们都是从电焊机总厂出来的工人，熟悉专业技术，经过大家努力很快两大系列六个品种焊机试制出来又经过反复试验，终于取得成功，并把电焊机送到成都电焊机研究所检验测试，各项指标都合格，一次性全部通过，我们大家特别高兴，同时成都电焊机研究所，又派两名高工来我厂检查指导工作，也非常满意，现已通过ccc认证.创业初期最终成功还与企业的管理分不开的，除了在技术研发下功夫外，在管理上也要跟上市场的要求，我们要求全体员工牢固树立顾客是上帝的服务理念，用人上坚持“以人为本”充分发挥每个员工的潜力与积极创造性，把管理做到每个员工的脑海里，使每个员工把春明焊接设备厂当成自己的企业，几年来企业团结气氛好，大家心情舒畅积极主动工作。几年来在充满艰辛与风险的创业道路上，我自身知识、技能、性格、公共关系、社交礼仪、市场营销、工作能力都得到了实际的锻炼和全面发展，我体会到只要下定决心肯学习肯吃苦就会播种收获，成功是没有捷径可走的，在创业的过程中，实现了自我成长与飞跃，而获得充分的乐趣，是幸福的，在为自己创造财富的同时，也为别人创造就业与成功的机会，从而我也实现了人生最大的享受。另外在创业过程中，我始终相信自己，相信自己能够创业致富，就会有办法战胜困难，这就要求自己不断学习，焊接方面新的知识、新的技术，时刻关注焊接方面新的成果，与时俱进，先进的理念使自己得到全面的锻炼，更加感悟到掌握科学知识是改变人生命运的根本力量，走科技发展创业道路是我永恒的追求。

四、竟争对手的主要优势和弱势企业优势：

1、本企业规模小(本企来机制灵活，组织限制小，技术创新积极性高，发明者的主动性和创造性易于发挥，对市场需要反映较快，在技术创新和新产品开发上起着重要作用)

2、投资见效快(本企业的产品比量小，对市场反映灵活，能满足市场多文化个性化的需求企业投资小，产品周期短，产品能及时投放市场，资金周转快)

3、有较强的竞争优势(企业规模小，经营灵活，应变能力强，根据市场需要变化，随时可以调整产品结构，调转船头运转切入占领大企业的经营的空白区)

4、企业管理层次少(本企业属于和营独资企业有强烈的事业心和责任感，开拓精神强，企业内部管理层次少，决策灵活，工作和产效率高)5、与顾客关系和谐(企业员工牢固树立顾客是上帝，诚信为本，诚信是企业之本，以诚为先，即热情待客，诚信服务是企业长期信守诺言)6、产品成本低

五、管理团队(略)

六、市场预测

管好一个企业就是要管好它的未来，而管好未来就是意味着将来的正确预测，企业所处经济环境动荡不安，新技术日新月异，市场需求变化多端，这就要求企业不仅着眼于现在更关皮未来，而预测正是联系今日和将来的桥梁，市场预测的主要目的要了解对未来的经营活动与决策有着鞠意义的各种不肯定的因素和未知事件，为决策提供可靠的依据。市场预测主采取以下几个方面：

一、订货会，展览会企业通过召开一年一度的订货会以及展览会办法，广泛预测市场对焊机产品的需求情况的一种预测方法，在汇总订货结果时企业应当根据自己的销售情况对订货进行必要的修正，为了获得较好的订单返还率，通常我们对订货的客户给予一定的优惠政策和奖励。

二、意见收集法

l、首先由高级主管根据国内外的经济动向和整个焊接市场的大小加以预测，然后估计企业的产品在整个焊市场中的占有率。

2、推销员代理商与经销商的意见，由于企业的推销员代理商与经销商最接近顾客，所以此种预测方法很接近市场状况，更由于此方法简单，不须具备熟练的技术，所以也是企业乐意采用的方法之一。

三、假设成长率

一定的预测法公式加下，明年的销售额x今年销售额/去年销售额在未来的市场营运情况变化不大的企业是这种预测方法很有效，若未来的市场变化不定，则应再采取其他预测方法的相互借鉴。

四、预测和经营计划

我们通预到的结果及时反映到经营计划上，这样喇椭意义，不论长期计划或短期计划在拟定计划之前企业应妥善考虑各种有关的动向预测，所以为了使预测充分发挥出来，预测和经曾计划之间应该密切结合。在市场竟争中采取，“人无我有”原则就能顺利地开辟潜在市场，反馈购买这种新产品一定会很踊跃，反之采取“人多我有味的方法，也就是市场上哪种焊机产品杨销热门，就步入后尘生产哪种产品，这样由于大家都生产这种热门血，而市场有限因而获’利不会太长，并且这种很可能会在市场上因生产过绷而严重积压，杨销周期已经过去而滞销，造成严重亏损，“人无我有”的经营原则，把别人家没有或普通缺乏的焊机囤积起来，等待最有利时机和价格才卖，就一定卖得好价钱、大价钱。

九、人才战略.战略

企业的成功依赖于企业多方面的因素，但人才战略是整个企业发展的战略核心。技术人才对企业经营的成败当然很关键，我们也确实看到这样的情况，一个新技术的突破使企业面貌焕然一新，技术人才也是企业经营中一个重要方面，我们从企业内部选技术人才也是一条有效便捷的用人途径，由内部选技术出来的人才对企来比较了解，能够较好的处理各种人际关系有助于企业的发展而且企业和人才去向的相互了解容易形成一种信任机制，有利于企来的经营管理，减少不必要的阻力，和管理成本，企业采取底薪+奖金的模式，采取这种模式主要从这个方面来考虑：首先这种模式可以满足人才日常生活的基本需要，使他们可以安心专注于本职工作，也可以提供了充分调动人才的积极性，这种既有利于增加企业，对人才的吸引力。其次，企业的特点决定了企业内部人与人之间的密切配合，对企业生存和发展至关重要，所以在吸引人才的同时，企业重视协调新老员工关系。由于制度和观念的变化，大部分也能可以接受，人才为企业做出贡献就应获得高额报酬，企业采取不同的评价标准和方法，来评价人才的绩效和确定奖金的数额，以保证公平和效率的原则。其他方法：考虑到企业条件，为降低人才利用的成本，企来招聘灵活，见效快。

1、临时聘用：比如通过私人关系按必要的法律程序，短期聘用技术攻关顾问等人才。

2、钟点雇用：比如按小时付费的各种管理，经营咨询等。总之，随着经济环境的改善，企来面临着新一轮巨大的发展机遇，同时随着经济开放穆度的提高，企业面临的竟争也迅速加剧，人才已经成为企业确立竟争优势，把握发展机遇关健可以说重视又才，以人为本观念也被作替受，根据内外环境的实际情况因洲宜制溯关的人才战略并在实际中不断改进完善。

**汽车市场推广服务合同范本10**

春天去了冬天，转瞬间，历史即将翻开新的一页。来到杨龙公司已经快三年了，我也是杨龙的老员工了。作为公司老员工，总结公司销售部老员工的工作。我深深感受到了杨龙公司的蓬勃发展和自强不息的精神。这三年，我学到了很多，也学到了很多。从一个什么都不懂的销售顾问，到今天的月度销售冠军，首先感谢丛老师给了我一个展示自我、学习的平台，让我有了学习和发展的空间。其次，感谢郑经理和马主任对我工作的支持和帮助。因为你的帮助，我已经弥补了。

20x的4月份来公司，全年卖35台，X的时候卖84台。在20x中，我给自己定下了100台的目标。经过我自己的努力和全体员工的协助，我达到并超过了我设定的目标，取得了121单位的好成绩。未来16年，我会有新的目标和突破。我相信，如果我想做，没有什么是我做不到的。我对自己和我们所有人都有信心。我相信只要我努力，付出就会成功。来吧。

销售部是一个企业的门面和窗口，我们的一言一行代表着我们的企业。所以无论是在工作中还是在日常生活中，我对自己的言行都有很高的要求，需要在高质量的基础上强化自己的专业知识和技能。如果我想成为一名优秀的合格的销售顾问，我必须能够理解和透彻地了解有竞争力的汽车经销商的动态，说出他的缺点，确保人有我的优点，人有我的优点。经过多年的训练，我变得更加成熟，无论是谈客户还是了解客户的`心理都有了很大的提高。回顾过去忙碌的工作，每次谈一个客户，尤其是那些不好谈的客户，对自己来说都是一种训练，是交易结束时的一种挑战。现在，在过去的一段时间里，虽然我的工作在各个方面都有满足和遗憾，但有一件事值得肯定。我们真诚地付出了。我想在这里说几句。在日常工作中，我们应该用心对待您收到的每一个用户。不要把他们当成陌生人或者普通客户。只要你真诚地付出，你就会获得客户的信任和肯定。这是我在海马的探索和体会。我记得伟大的乔杰拉德说过，如果你想让顾客相信你的车，你必须首先。我相信，只要我们真心付出，就会有回报。

我在工作中还是有很多不足的，比如：业务知识还没有达到精益求精的要求，有时候工作太焦虑太混乱，缺乏深入细致的工作等等。我会在以后的工作中努力克服自己的缺点，改正自己的缺点，加强锻炼，以优异的成绩为公司做出贡献。销售部是一个成长中的部门。我喜欢在这个岗位工作，也是一个很好的培养人的部门。我有幸和它一起成长。它让我一个没有深入世界的人，对自己的本质工作，也就是相互合作，变得熟悉起来。一个人可以辉煌，但是没有别人的帮助，评判一个人的实力什么也做不了，要体现团队精神。因为我们在杨龙的公司是一个完整的大家庭，杨龙的所有员工就像兄弟姐妹一样，我在工作中学到了很多专业知识和原则。所以无论是岗位的日常工作，还是领导交代下来的任务，我都力求完美。即使有时候很累，也经历喜怒哀乐，累了就有收获。我想这一定会为我以后的工作和学习取得新的进步打下坚实的基础。

**汽车市场推广服务合同范本11**

一、销量指标：

至--年12月31日，山东区销售任务560万元，销售目标700万元(--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--年度销售额度，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：

(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，这项工作列入我--年工作重点。

**汽车市场推广服务合同范本12**

一、产品服务的内容

1、售前服务是指产品销售之前向顾客提供的服务，如提供各种技术咨询，为消费者用户进行勘察、设计、产品介绍、导购服务、迅速报价、容易联系等，以激发顾客购买欲望，强化顾客购买动机。

2、售中服务是指产品在销售过程中提供的服务，如热情接待、为顾客精心挑选产品、解答消费者提出的有关产品的各种疑虑、操作使用的示范表演等，以影响顾客心理感受，增强信赖感，促成交易。

3、售后服务是指产品售出后向消费者提供的服务，如送货上门、安装、调试、维修保证、技术培训、提供信贷、定期保养、保证更换、实行“三包”、按合同提供配件等，以保证顾客所购商品价值的充分发挥，解除后顾之忧，提高满意程度，促进重复购买。

二、产品服务特点

（一）形态的无形性服务是不可感知的，无形、无声、无味，在购买以前是看不见也摸不着的，它只能被消费而不能被占有。因此，企业必须善于宣传其所提供服务的价值，以感染、吸引顾客，还可通过化无形为有形，使无形的服务通过有形的证据表现出来。例如，铁路部门优质的服务可通过以下几方面表现出来：一是环境，宽敞明亮的候车大厅，干净整洁的车厢铺位：二是人员，全体工作人员着装整齐，面带微笑;三是设备，现代化的硬件设施。

（二）不可存储性服务的价值只存在于服务进行之中，不能储存以供今后销售和使用。所以，企业在提供服务的过程中，必须始终与顾客保持紧密的联系，按照顾客的要求提供服务项目，并及时了解顾客对服务的意见和建议，按需提供，及时消费。

（三）产销的同时性由于服务的不可存储性，所以服务的生产和消费一般是同时进行、不可分离的。如果服务是由人提供的，那么提供服务者也成为服务的组成部分。有时提供服务还需要被服务者在场，如指导顾客使用、维护产品等。

（四）质量的波动性服务质量是由人来控制的，而人的素质又是千差万别的。所以，服务质量取决于由谁来提供服务，在何时何地提供服务及谁享受服务，服务质量会因人、因时、因地而存在差异。

因此，企业应挑选和培训优秀的服务人员，尽量减少服务的质量波动;规范服务程序和服务方式，向服务的标准化靠拢：加强与顾客的沟通，提倡顾客积极参与服务过程，借以稳定和提高服务质量水平。

**汽车市场推广服务合同范本13**

>一、销量指标

带领团队努力完成领导给予的当月销售计划、目标

>二、监督，管理销售展厅和销售人员的日常销售工作，制定仪表环境监督卡。

1、仪表着装：统一工作服并佩戴胸卡

2、展厅整洁：每天定期检查展厅车辆，谈判桌的整洁状况。每人负责的车辆必须在9点前搽试完毕，展车全部开锁。随时处理展厅突发情况，必要时上报销售经理。

3、展厅前台接待：如值勤人员有特殊原因离岗，需找到替代人员，替代人员承担所有前台值勤的责任。随时查看销售人员在展厅的纪律。

4、销售人员的日常工作，对于销售人员的客户级别定位和三表一卡的回访度进行提醒督促，对销售员的销售流程进行勘察。对销售人员每天的工作任务和需要完成的任务进行协调，如上牌时间和厂家出现的政策变动等。随时处理展厅突发情况，必要时上报销售经理。每天下午下班前定时把一整天的工作情况和明天需要完成的工作任务上报给销售经理。处理职责范围类的客户抱怨，提升客户满意度。

5、员工请假处理，准假具体安排办法制度。

>三、配合市场部，做好销售拓展和市场推广工作

1，对市场部发出来的市场活动进行协调，如外出拍照片等。

2，在销售人员不值班的情况下，可以沟通市场部进行外出市场开拓，由市场部定点，出外发单片。

>四、掌握库存，配合销售经理做好销售需求计划

每天对于销售人员的交车，资料交接，开票，做保险等进行盘查。下班前上报销售经理登记。对于时间过长车辆对销售人员进行通报，重点销售;配合销售经理对每礼拜一从厂家订购的车型，颜色进行建议。

>五、协助销售经理做好销售人员的培训计划，并组织实施

由于现阶段的管理制度不完善，销售员缺少较好的培训，通过与销售顾问的沟通，他们需求更好的竞品信息，我会想办法找出好的口述(已有思路)，直接影响销售业绩。根据销售经理和销售顾问的具体要求，制定相关的培训材料和计划!初步定在每天早晨培训闲置组。

>六、排班安排

根据现排班制度，由于有1组为闲置组，闲散情况严重，组织上午学习培训，每月初月中做竞品调查。

当然，所有的计划在此都是纸上谈兵，所以说，实践是检验真理的唯一标准，在今后的工作中，我定当努力将这些计划付诸于实践中，并在实践中不断的提高自己改善团队，带领团队一起，在最优情况下完成领导下达的任务。

**汽车市场推广服务合同范本14**

拟定名称：

雪山饭庄(主营：雪山羊羔肉、各种炒菜、凉菜、面食为主的餐厅)

选址条件：

位于永新乡中心地带、东临永新中学，西面是永新卫生院及供电所，对面是永新乡政府，交通便利、视野宽阔。

餐饮计划书市场调研：

经过初步的投资前期市场调查，我们定位的目标消费群以各单位职工、商业从业人员和顾客、周围庞大的学生群、周围庞大的居民群;竞争对手主要为现存餐厅，但本餐厅地理位置较好，临街铺面，距离各单位较近，且以前从事过销售及餐饮服务工作。短期内将成为可以成为与其他现存餐厅比拟;与餐饮行业相关的法律手续、租赁合同等已经明确。完善、详细、有计划的市场调查，特别是消费者偏好调查需要进一步的展开。

餐饮特色：

本餐厅以纯正的雪山羊羔肉为主，用菜均为农家自种绿色蔬菜，同时聘请川菜名厨，口味符合大众口味。

拟定规模：

建筑面积160平方米，1开间门面商、内设6个包厢。

拟定人员：

1名厨师，1名助理厨师，2个店面服务员，月工资总额控制在5千元左右。

投资预算：

建房、装修5万元，设备及启动资金3万元，电器和厨房设备2万元合计10万元 。

经营成本：

水电200元/月，人工5千元/月，促销推广平均300元/月，其他开支500元/月，合计每月成本支出6000元，每年成本支出万元。

固定资产折旧：

固定资产8万元，预算3年折旧完毕，即平均每年折旧元，折旧资金可用于周转，但必须预算3年后重新装修。

盈利预算：

预计月营业额1XX元，预计50%毛利，净利润为7万元。

**汽车市场推广服务合同范本15**

大学生创业群体主要是在校大学生和大学毕业生群体组成，近年来大学生创业问题越来越受社会的关注，因为大学生属于高级知识人群，并且经过多年的教育以及背负着社会的种种期望，在社会经济繁荣发展的同时，大学生创业也成为大学生就业之外的新兴的现象。

现在国家大力鼓励大学生自主创业，其中的含义是很丰富的，政府也相继出台了相关的政策来扶持、支持大学生的创业。大学生创业群体主要由在校大学生和毕业生组成，由于大学扩招引起大学生就业等一系列问题，一部分大学生通过创业形式实现就业，这部分大学生具有高知识高学历的特点，但是由于大学生缺乏相对应的社会经验，所以需要全社会的关注和帮助。大学生创业逐渐被社会所承认和接受，同时也肩负着提高大学生毕业就业率和社会稳定等的历史使命。在高校扩招之后越来越多大学生走出校门的同时，大学生创业就成为了大学生就业之外的一个社会新问题。

大学生创业主要有哪些优势和弊端：

一、大学生创业的优势

1.大学生往往对未来充满希望，他们有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。

2.大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的技术优势，而目前最有前途的事业就是开办高科技企业。技术的重要性是不言而喻的，大学生创业从一开始就必定会走向高科技、高技术含量的领域，“用智力换资本”是大学生创业的特色和必然之路。一些风险投资家往往就因为看中了大学生所掌握的先进技术，而愿意对其创业计划进行资助。

3.现代大学生有创新精神，有对传统观念和传统行业挑战的信心和欲望，而这种创新精神也往往造就了大学生创业的动力源泉，成为成功创业的精神基矗4.大学生创业的最大好处在于能提高自己的能力、增长经验，以及学以致用；最大的诱人之处是通过成功创业，可以实现自己的理想，证明自己的价值。

二、大学生创业的弊端

1.由于大学生社会经验不足，常常盲目乐观，没有充足的心理准备。对于创业中的挫折和失败，许多创业者感到十分痛苦茫然，甚至沮丧消沉。大家以前创业，看到的都是成功的例子，心态自然都是理想主义的。其实，成功的背后还有更多的失败。看到成功，也看到失败，这才是真正的市场，也只有这样，才能使年轻的创业者们变得更加理智。

2.急于求成、缺乏市场意识及商业管理经验的缺乏，是影响大学生成功创业的重要因素。学生们虽然掌握了一定的书本知识，但终究缺乏必要的实践能力和经营管理经验。此外，由于大学生对市尝营销等缺乏足够的认识，很难一下子胜任企业经理人的角色。

3.大学生对创业的理解还停留在仅有一个美妙想法与概念上。在大学生提交的相当一部分创业计划书中，许多人还试图用一个自认为很新奇的创意来吸引投资。这样的事以前在国外确实有过，但在今天这已经是几乎不可能的了。现在的投资人看重的是你的创业计划真正的技术含量有多高，在多大程度上是不可复制的，以及市场赢利的潜力有多大。而对于这些，你必须有一整套细致周密的可行性论证与实施计划，决不是仅凭三言两语的一个主意就能让人家掏钱的。

4.大学生的市场观念较为淡薄，不少大学生很乐于向投资人大谈自己的技术如何领先与独特，却很少涉及这些技术或产品究竟会有多大的市场空间。就算谈到市场的话题，他们也多半只会计划花钱做做广告而已，而对于诸如目标市场定位与营销手段组合这些重要方面，则全然没有概念。其实，真正能引起投资人兴趣的并不一定是那些先进得不得了的东西，相反，那些技术含量一般但却能切中市场需求的产品或服务，常常会得到投资人的青睐。同时，创业者应该有非常明确的市场营销计划，能强有力地证明赢利的可能性。

三、大学生创业需注意的五大风险

风险一：项目选择太盲目

大学生创业时如果缺乏前期市场调研和论证，只是凭自己的兴趣和想象来决定投资方向，甚至仅凭一时心血来潮做决定，一定会碰得头破血流。

大学生创业者在创业初期一定要做好市场调研，在了解市场的基础上创业。一般来说，大学生创业者资金实力较弱，选择启动资金不多、人手配备要求不高的项目，从小本经营做起比较适宜。

风险二：缺乏创业技能

很多大学生创业者眼高手低，当创业计划转变为实际操作时，才发现自己根本不具备解决问题的能力，这样的创业无异于纸上谈兵。一方面，大学生应去企业打工或实习，积累相关的管理和营销经验；另一方面，积极参加创业培训，积累创业知识，接受专业指导，提高创业成功率。

风险三：融资渠道单一

如果没有广阔的融资渠道，创业计划只能是一纸空谈。除了银行贷款、自筹资金、民间借贷等传统方式外，还可以充分利用风险投资、创业基金等融资渠道。 风险四：社会资源贫乏

企业创建、市场开拓、产品推介等工作都需要调动社会资源，大学生在这方面会感到非常吃力。平时应多参加各种社会实践活动，扩大自己人际交往的范围。创业前，可以先到相关行业领域工作一段时间，通过这个平台，为自己日后的创业积累人脉。风险五：管理过于随意

一些大学生创业者虽然技术出类拔萃，但理财、营销、沟通、管理方面的能力普遍不足。要想创业成功，大学生创业者必须技术、经营两手抓，可从合伙创业、家庭创业或从虚拟店铺开始，锻炼创业能力，也可以聘用职业经理人负责企业的日常运作。

**汽车市场推广服务合同范本16**

(一)对火锅市场影响因素

1、经济发展对火锅的影响。其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各种档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响。其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

(二)服务对象分析：

(1)消费者的职业特点：一般学生、民工、普通工薪阶层，与高级白领、公务人员，他们的消费习惯和消费档次是不同的。

(2)消费者的年龄特征;如老年人喜爱清淡型，年轻人偏好重味型等。

(3)消费者的性别特征：女性和男性往王对于火锅的锅品、口味轻重、菜品类型等方面都有一定的差别。

(4)消费者的地区和民族特征不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万别，应当加以区别。

当然，由于火锅的.相互渗透性、交杂性，很多火锅已经被改良、创新，适合大多数人的口味，具有共性了，但是对于消费者的分析必不可少。

如今火锅店已经越来越受到广大消费者的喜欢，这也给火锅店创业带来了良好的客户源和基础条件，但同时也给火锅店创业带来了很大的竞争力，发展特色经营，实现服务为先，是如今火锅店的主要竞争方向。

**汽车市场推广服务合同范本17**

公司在董事会的领导下，经过全体员工的努力，各项工作进行了全面铺开，品牌得到了社会的初步认同。总体上说，成绩较为喜人。为使公司各项工作上一个新台阶，在新的年度里，公司将围绕“一个中心”开展工作，其工作计划以“立足本省，开拓省外”为中心，切实完成营销任务。

20xx年，是公司大踏步向前进的一年。根据20xx年的表现，公司董事会订下了更加宏伟的计划，为此，需要公司各部门紧密配合，通力合作，力争完美完成计划;我们只能前进，而不能停滞甚或后退。因此，公司计划：

>一 、确保20xx年度公司计划全面达成，力争打响前进的第一炮。

1、市场开拓招商工作。

春节后市场开拓工作开始运行，各部门关系的协调，以总经理、营销总监为主，生产质量部配合，市场部具体操作。工作进入实施阶段后，市场部应抓紧跟紧市场调研，及时掌握市场反馈，适时调整主攻方向。

2、产量与质量提高

增加一条生产流水线，并重点完善各流水线每个操作环节，力争做到产量提高，质量提高。

3、客服工作。

20xx年是开拓的一年，也是提质的一年。在公司完善了“硬件”设施后，“软件”提质也提上了议程。客服工作的中心思想是“主动、关心、解决”，以服务带动营销，把服务做在前面，把服务做进客户心里面。

>二、建立现代企业管理体系，推行工作标准到人到岗

现代企业的高效运行，均来自于企业的高效管理。新的\'一年，公司将根据国家有关规范、条例等，制定本公司工作标准，并到人到岗。各项工作按标准程序行事，减少人为指挥，逐步形成具有“泰霖人文”特色的企业管理体系。同时，根据不同的工作岗位，制定岗位职责和工作流程，强化企业管理意识，最大化地提高企业管理水平，向管理要效益。

>三、以市场需求为公司发展目标

产品功能化、环保化、特色化，集三化为一体是公司追求的目标，也是市场的要求，为满足这一需要，我们要不断完善自我，发展自我，调整机制，集聚“内功”，合理发挥员工动能，以使傲立于企业之林。

**汽车市场推广服务合同范本18**

(一)细分(乡镇安置帮教工作计划)目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强 等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展 结算优质服务年 活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续 跑马圈地 扩大市场占比的同时，还要 精耕细作 ，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，

及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高 动户率 和客户使用率。

深入开展 结算优质服务年 活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以 财智账户 为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中

加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，

**汽车市场推广服务合同范本19**

一、公司概况：

1、公司介绍

(1)公司名称： 长大汽修厂

(2)公司性质：多人合资经营有限公司

(3)主营业务：

从事汽车维修等相关服务，如汽车日常维护，发动机、底盘、车轮、空调等检测及维修和汽车配件、润滑油销售。

(4)公司面积：1500平方左右

(5)公司初期计划投入资金100万(投入资金措施、方式采取均摊制)。

(6)公司面向群体、有车一族

(7)公司经营策略：

积极创新，稳中大步前进。

(8)装修风格、整洁中档

2、公司各部门及职责：

董事会：由各位出资者构成，主要负责公司重大问题的决策。

总经理：由董事会推荐选举产生，全权负责公司日常的各类经营，对董事会负责，并且对公司各职能部门的工作精心部署安排和监督。

财务部：设主管一名，主要负责公司的财务工作。 维修部：设维修主管一名，主要负责对汽车的各类维修。 销售部：设销售主管一名，主要负责公司销售产品的采购活动，并且负责公司客户关系管理系统的日常工作和维护。

二、商业计划：

在中国经济日益腾飞的今天，人们的收入日渐增高，现在越来越多的人向私家车看齐，而伴随着汽车行业而生的一大批新兴行业如雨后春笋般涌现。随着汽车的日益普及，汽车的零件损坏和维修也大大增多了，汽车维修的市场份额也开始逐渐增大，伴随着这样的形势，我及我的伙伴的汽车维修企业也尽快成立。

三、市场分析：

1、市场描述

中国汽车市场发展潜力巨大，特别是私人汽车消费在未来的20年将持续高速增长。

2、典型问题

竞争对手的主要优势：

①入行时间早;

②有固定顾客和渠道;

③合适的管理模式;

④员工工作熟悉、稳定。

竞争对手的主要劣势：

①服务理念落后;

②管理模式相对固定死板;

③维修技术人员学习能力弱。

公司优势：

①公司优势在这里集中表现在交通区位方面，交通便利，非常具有团队精神，队成员私交非常好拥有良好的感情和超强的凝聚力;

②有救援车辆24小时服务。

公司的不足：

公司在成立之初，肯定会因为业务的不熟练产生一些问题，这是新公司无法避免的，并且公司的管理机制并不一定科学有效，应对办法：多进行一些岗前培训，进行参观优秀

企业，公司营运过程中适时调整策略和管理机制，未来能力允许的情况下，多招揽优秀人才。

四、营销策略：

通过传单发放和横幅摆放，优惠活动促销，汽车维修知识的传授等措施吸引人气，以专业的技术、周到的服务意识，培养属于自己的忠实客户群体，对于公司的销售汽车配件尽能比同行低一些，提高销售量，赢得客户

五、公司目标：

1、短期目标：收入稳定，达到一定的利润;

2、中期目标：向市场推广，在邻县开设分店;

3、长期目标：在有一定的利润之后，推向全国。

**汽车市场推广服务合同范本20**

>一、本年度工作总结

20\_\_年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有\_\_销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏\_\_行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教\_\_经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对\_\_市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品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，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于\_\_市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

>二、部门工作总结

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司20\_\_年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。\_\_产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有\_\_个，加上没有记录的概括为\_\_个，八个月\_\_天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量\_\_个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的.工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高

>三、市场分析

现在\_\_市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。 在\_\_区域，我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在\_\_开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比\_\_小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

>四、20\_\_年工作计划

在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是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。

3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

**汽车市场推广服务合同范本21**

一. 执行摘要 ：今天，奶茶就像是蛋糕面包一样，它的存在已经完全融入了中国的城市生活中，变成一种理所当然的存在。奶茶业的成功是有它的必然性的。 第

一、奶茶由多种可口的原料配成，现做现卖，口感新鲜、味美，纯正的奶茶味道非常吸引人，靠大工业生产出来的奶茶是完全不可能与之媲美的。 第

二、口味不断推陈出新，变化多，形成众多系列，消费者选择广。仅仅奶茶就有茉香奶茶，咖啡红茶奶茶、麦香红茶奶茶等等，添加物就有珍珠、椰果等。 第

三、投资少、风险低、见效快，奶茶既可投资几十万做复合式餐厅，也可投入几万元做外卖店，非常适合个人创业。因此，我选择的商业项目为奶茶店。

二. 企业分析：奶茶店投入少，见效快，收入稳定，风险小。近两年珍珠奶茶在我国大江南北遍地开花，不论城市大小，消费水平高低，也不论男女，珍珠奶茶成为日常街头的一个时常显现的亮点。中国是一个有着悠久饮食文化的国度。“民以食为天”对于拥有13亿人口的大中国来说，是一个巨大而永恒的市场。随着经济文化的飞速发展,人们饮食结构正渐渐发生了变化，绿色健康,追崇时尚、美味、营养,休闲美食的概念已深入人心。近几年，中国饮料年产量以超过20%的年均增长率递增，饮料市场已成为中国食品行业中发展最快的市场之一。进入90年代，世界茶饮饮料以的年增长速度递增，被誉为新时代饮料而风靡世界。我国茶饮饮料市场也增长迅速，2024年产量达185万吨，市场份额直逼碳酸饮料、瓶装水，成为我国饮料市场中的一道亮丽的风景线。而奶茶在其中占据着重要的地位。对武汉来讲，奶茶是一个处于发展中的产业，由于武汉有着众多的学校，这就导致了奶茶市场具有广阔的客源市场。同时由于年轻人对奶茶的喜爱使奶茶行业得到了足够大的上升发展空间,市场发展潜力巨大。走在繁华的闹市街头，很容易寻找到手里拿着一杯奶茶正细心品享的男女青年的身影。现在珍珠奶茶的销售量逐年呈成倍递增状况。奶茶主要更加适合年轻人的口味，而武汉作为一个教育大省的省会，有着众多的学校。这些学校就解决了奶茶店的客源问题。而我们的奶茶店正好就是在武汉科技大学城市学院后街，靠近学生上课的主要路线，有着充足的客源。奶茶、咖啡属于大众消费，消费者甚多，主要以青少年学生为主，不管是现在的市场需求还是未来的市场需求都极大，不过奶茶店行业竞争也很激烈，我们必须做出特色才能不被淘汰才能在行业中脱颖而出。目前奶茶店口味大多雷同，所以我们要想做的出色，必须创新例如增加新的口味、使用奇特有趣的杯具，让顾客耳目一新。同时要注重奶茶店的卫生让顾客一走进奶茶店就有一种干净清新的感觉。对于产品的定价，我们会根据不同的口味定出不同的价格一般在元左右和市场平均价格相同。我们采取产品竞争优势，以产品的质量和特色抢占市场份额。由于类似的店众多进入该行业比较困难，而且大多顾客有惯性消费心理，取得行业竞争优势比较困难。所以我们会在开业前期以高质量低价格来取得进入市场的通行证，并且会有促销和特殊活动。

三. 产品分析：本店主要经营各种咖啡、奶茶，另外，为了满足顾客的消费需求，同时经营双皮奶、刨冰、奶昔各种果汁及饮料和各种小吃如各种口味的瓜子和烤翅等。为吸引顾客本店会通过不断地尝试来研发新类奶茶新类奶茶会成为本周的推荐饮品在推出的前两天会特价销售如果反响好

的话会成为本店特色产品。为了不被因模仿而被超越我们会不断地推出新产品、节日产品和周年产品。如情人节推出情侣奶茶光棍节推出单身奶茶。不断地因特色而吸引顾客使顾客对本店印象深刻并逐渐地形成口碑成为企业的无形的品牌资产。另外可以通过把调味技术结合调酒工艺要求来操作这是一种质的飞跃也是一种艺术享受。奶茶的主要成份有：奶粉、茶叶、糖、水，及冰，香料，珍珠奶茶还包括珍珠。不同的水做的奶茶味道相差很远，你用的是自来水还是矿泉水还是山泉水，海水，过滤水这是完全不同的，山泉水虽然贵，但口感好，产品好才能有回头客。冰也是，制冰的程序也会严重影响每杯奶茶的品质。所以为了企业长远的发展，作业人员有真正的学会奶茶技术。基本要懂得

1、学会品味奶茶

2、原料成份配方

3、调味份量与时间

4、设备的应用与调味火候

5、调味手法

6、奶茶的保存

7、奶茶的包装要求

8、奶茶的变化包括样变与质变比如拉花。

四. 市场分析与营销策略：奶茶需求在现阶段处以较大阶段，在未来有增长

的趋势。现阶段竞争者大多都不具特色，少数具有特色的企业又没有推广。所以本企业要在进入市场后占有一定的市场地位就要努力创建特色，以独特方式吸引人群。在经营过程中要注意同行的产品、服务等情况，如果有很好的收益要及时地借鉴。营销策略:

**汽车市场推广服务合同范本22**

过去的--年，在领导的带领下，在公司同仁的大力支持下，销售部各项业绩指标都有了突飞猛进的提高，汽车销售部工作计划。为了让今年的销售工作在创佳绩，现将销售部20--年下半年工作计划安排如下。

20--年下半年工作计划：

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市常中小企业无贷户，这也就是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。--年年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。--年年要努力实现新开对公结算账户：户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源就是全公司至关重要的资源，对公客户就是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

**汽车市场推广服务合同范本23**

主题：20\_年药品营销财富论坛峰会暨国家一类降糖新药：“---“产品招商会

宗旨:展示产品特点及公司实力,树立经销商信心,促成潜在客户签单.

程序及具体细节：

一、招商会议时间策略和地点策略

(1)时间策略：招商会议在星期天举行，以方便客户的参与。

(2)地点策略：选择具有一定实力和条件的酒店会议大厅，会议大厅必须具备音响、音像功能、面积适中，地理位置要在交通繁华地。(例如人民大会堂)

二、招商人员及参会工作人员培训

首先对招商人员作一些必要的培训：

一个球队想取得胜利，仅仅依靠球员的个人能力是远远不够的，必须进行团队的磨合和训练。同样，招商队伍组建之后，也必须进行培训。一方面，通过培训是团队了解企业的现状、产品，了解招商策略和操作步骤，同时也是进行磨合的过程。针对招商的培训主要有以下几个方面：

a.企业及产品知识，以使团队成员对企业的现状有清楚的认识。

b.沟通技巧(如接听电话、接待语言、洽谈技巧、仪表举止等)，以培养团队成员的职业感。

c.招商专业知识(招商流程、谈判技巧、接听电话、注意事项等)

d.招商要旨(招商策略说明及合同解读等)

(1)招商人员必须对产品的各种特点如实掌握。

**汽车市场推广服务合同范本24**

xx年已经过去，xx年对于我是成长并小有收获的一年。在成都钢材行业，在四川聚能钢材有限公司旗下成都广盛隆钢铁有限公司工作了整整一年。从分不清螺纹钢，盘元的规格，型号，厂家到完全陌生的成都钢材市场，到现在具备的不是很专业的也不是很全面的一些知识，和作为一名出色的销售人员该具备的素质，知识，能力，团队精神，太多东西还需要学习需要总结，xx年也算是感恩的一年，感谢公司给我机会，鼓励和帮助在学习中成长，xx我会更加努力，进步，严格要求自己，达到自己和公司预期的目标。

xx整年以满分十分计算，自己给自己打分八分。

一家成功运作的销售公司，除了拥有一批敬业忠诚团结进取积极主动能吃苦耐劳的销售人员，还需要一个高素质，英明果断，能把控市场起伏敢于决断的领导团队。甚幸，我在其中，在此公司领导下，跟在一堆优秀的销售人员后面一步一个脚印，兢兢业业，做好自己该做的工作，尽力完善自己，提高自己。

没有百分百如意顺心的工作，没有百分百不需要改进和总结的工作，工作和生活和人生一样有不尽人意的地方，重要的是调整自己的状态和心态。总结自己在x

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！