# 汽车销售居家办公工作计划(54篇)

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-04-10

*汽车销售居家办公工作计划120xx年，汽车销售工作仍将是公司的工作，面对先期投入，正视现有市场，在汽车销售工作中我：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，稳固和市场占有率，圆满销售任务。随着河北区市场逐渐发展成熟，竞争...*

**汽车销售居家办公工作计划1**

20xx年，汽车销售工作仍将是公司的工作，面对先期投入，正视现有市场，在汽车销售工作中我：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，稳固和市场占有率，圆满销售任务。

随着河北区市场逐渐发展成熟，竞争激烈，机遇与考验并存。20xx年，汽车销售工作仍将是公司的工作，面对先期投入，正视现有市场，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，在总经理的下，在汽车销售工作中我：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，稳固和市场占有率，圆满销售任务。

20xx年汽车销售工作计划一、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。

二、汽车销售工作计划拟定：

1.年初拟定《汽车年度销售总体计划》

2.年终拟定《汽车年度销售总结》

3.月初拟定《汽车月销售计划表》和《汽车月访客户计划表》

4.月末拟定《汽车月销售统计表》和《汽车月访客户统计表》

三、汽车销售工作客户分类

06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07年工作。

**汽车销售居家办公工作计划2**

20xx年，在总经理的领导下，在销售工作方面，我坚持：重点维持现有市场，抓住机遇，开发潜在客户，注重销售细节，强化服务，逐步增加市场份额，并积极争取成功完成销售任务。

>一，销售目标：

至20xx年12月31日，销售部实现在江苏地区的销售任务3000万元，销售目标5000万元(详20xx年的销售时间表附后);。

>二，计划拟定：

1，年初拟定《年度销售总体工作计划》;

2，年底制订《年度销售工作总结》;

3，年初制定《每月销售的时间表》和《客户如期访问表》;

4，制定《月销售统计表》和《月访客户统计表》;

>三，客户分类：

根据20xx年销售额度进行市场细分，将现有客户进行划分，分成VIP客户，一级客户，二级客户和其他四个主要类别的客户，对客户进行全面的分析。

>四，各项措施的落实：

1，技术交流：

(1)今年的技术部门要针对VIP客户，开展售后服务的技术研讨会;

**汽车销售居家办公工作计划3**

>第一，销售目标：

至20\_\_年12月31日，销售部实现在江苏地区的销售任务3000万元，销售目标5000万元(详20\_\_年的销售时间表附后)。

>第二，计划拟定：

1，年初拟定《年度销售总体工作计划》;

2，年底制订《年度销售工作总结》;

3，年初制定《每月销售的时间表》和《客户如期访问表》;

4，制定《月销售统计表》和《月访客户统计表》;

>第三，客户分类：

根据20\_\_年销售额度进行市场细分，将现有客户进行划分，分成vip客户，一级客户，二级客户和其他四个主要类别的客户，对客户进行全面的分析。

>第四，各项措施的落实：

1，技术交流：

(1)今年的技术部门要针对vip客户，开展售后服务的技术研讨会;

**汽车销售居家办公工作计划4**

回首，看看三月，我都不知道自己做了什么，居然这一月的营业额没有完成，还差某多万，心里真是不好受，对自己做个检讨，对三月的所有事情，做个归纳。

>一、我认为上个月业绩没有完成的原因是以下三点

1、市场力度不够强，以至于现在某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，特别是最近上个月四至八月份，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!为了下个月的工作能上升一个层次，给自己制定计划如下：

>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更多客户信息。

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。

**汽车销售居家办公工作计划5**

x x年。在总经理的领导下，在销售工作方面，我坚持:以维护现有市场为重点，抓住机遇，开发潜在客户，注重销售细节，加强服务，逐步提高市场份额，积极争取销售任务的成功。

>一.销售目标:

截止20xx年12月31日，销售部在江苏地区完成销售任务3000万元，销售目标5000万元(见附20xx年销售计划表)；。

>二、计划:

1.年初，制定年度销售总体工作计划；

2.年底制定年度销售总结；

3.年初，制定月度销售计划和客户拜访计划；

4.制定每月销售统计和每月拜访客户统计；

>三。客户分类:

根据x x年销量对市场进行细分，将现有客户分为vip客户、一级客户、二级客户、其他四大类客户，并在20xx汽车销售工作计划20xx汽车销售工作计划中对客户进行综合分析。

>四。各种措施的实施:

1、技术交流:

(1)今年技术部将为vip客户举办售后服务技术研讨会；

**汽车销售居家办公工作计划6**

>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xx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xx公司20xx年1月—8月销售159辆汽车，销售额1900万元，盈利20万元；

上海通用共119台；别克凯越15台，新君威13台（其中1。6T 5台），新君越3台，英朗3台；

雪佛兰科鲁兹40台，新景程15台，乐风10台，新赛欧15台；

荣威550 2台；

比亚迪共30台；其他品牌10台。

20xx年9月—12月销售具体目标：60台；

上海通用别克10台，雪佛兰20台，上海通用其余品牌5台；

上海大众15台，上海汽车其余品牌5台。

>三、资金使用

xx公司目前总投入资金240万及其：

公司筹建，服务站，广告：80万

周转资金：160万，公司展车与流动和保证金。

**汽车销售居家办公工作计划7**

20xx年，对于我来说是充满期待的一年，通过以往的经验，我相信在新的一年可以做的更好！下面是我个人20xx年的工作计划：

>一、加强数据总结分析

作为汽车销售顾问，必须对数据有极度的敏感性。因为，汽车销售顾问不能脱离数据，例如：销售车的数量、业绩数、和客户谈的价格、还有客户的数量。甚至是挖掘潜在客户的数量、拜访客户的数量、电话营销的次数等。销售顾问要懂得用数据来说话，用数据做总结，分析自己的优势和劣势，找出对策。

>二、加强技能的总结分析

对汽车销售顾问来说，销售技巧的总结能让自己更深去了解自己。大多数销售顾问在半年内都有一个质的进步，当然，这不能缺少自己本人的努力以及同事、上司的指点，还包括公司的培训。

1、对于老客人，和固定客人，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人，好稳定与客人关系。

2、在拥有老客人的同时还要不断从各种媒体获得更多客人信息。

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相结合。

>三、加强个人的综合能力

优秀的汽车销售顾问并不是只会卖车，他还能把持好各种关系。例如和同事、上司相处的关系；在售前和售后之间的关系，还有和客户之间的关系。因为销售顾问的具体工作包含：客户开发、客户跟踪、销售导购、销售洽谈、销售成交等基本过程，还可能涉及到汽车保险、上牌、装潢、交车、理赔、年检等业务的介绍、成交或代办。总之要对自身社会实践活动的回顾过程，又是思想认识提高。

>四、增强提高销售流程

1、向顾客演示所销售的产品和服务，包括试乘试驾，要微笑友好。

2、消除顾客的疑虑与抗拒，专业地处理顾客投诉。

3、维持与顾客的良好关系，并及时更新顾客资料。

4、通过追踪潜在顾客，取得顾客名单，促进销售。

5、填写销售报告、表卡。

6、确保展厅和展车整洁，参与制订销售活动、市场开发、促销计划所具备的能力素质。

7、能够与各部门建立良好的关系，特别是财务部门和售后部门。并且能够在销售过程中特别关注这些部门的需求。

8、具有专业的仪表和积极、热情的工作态度。

9、能够不断学习新的销售方法、与产品有关的新信息，以及提高行政管理和与顾客打交道效率的新方法

**汽车销售居家办公工作计划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。

**汽车销售居家办公工作计划9**

一般来说，汽车销售顾问的半年工作总结包括以下几个方面的内容。

一、数据总结分析

作为汽车销售顾问，必须对数据有极度的敏感性。因为，汽车销售顾问不能脱离数据，例如：销售车的数量、业绩数、和客户谈的价格、还有客户的数量。甚至是挖掘潜在客户的数量、拜访客户的数量、电话营销的次数等。这些都是数字。

在写总结时，关键是写您上半年完成的业绩情况，总任务目标是多少台车，你一共销售了几台车;总利润是多少;单月销量最高的是多少;以及你目前掌握的客户数量有多少。销售顾问要懂得用数据来说话，用数据做总结，分析自己的优势和劣势，找出对策。

二、技能的总结分析

对汽车销售顾问来说，销售技巧的总结能让自己更深去了解自己。大多数销售顾问在半年内都有一个质的进步，当然，这不能缺少自己本人的努力以及同事、上司的指点，还包括公司的培训。

因此，在写总结时，可以从几个方面来写。

1、自己对销售技巧的总结、琢磨，可以结合让你印象深刻的客户来谈。

2、参加公司的培训，获得的进步;

3、同事、上司的指点，获得的进步

三、综合能力的总结分析

优秀的汽车销售顾问并不是只会卖车，他还能把持好各种关系。例如和同事、上司相处的关系;在售前和售后之间的关系，还有和客户之间的关系。

因为销售顾问的具体工作包含：客户开发、客户跟踪、销售导购、销售洽谈、销售成交等基本过程，还可能涉及到汽车保险、上牌、装潢、交车、理赔、年检等业务的介绍、成交或代办。在4S店内，其工作范围一般主要定位于销售领域，其他业务领域可与其他相应的业务部门进行衔接。所以，和其他部门的配合显得非常重要。

总之：销售顾问的工作总结，既是对自身社会实践活动的回顾过程，又是思想认识提高的过程。通过总结，可以把零散的、肤浅的感性认识上升为系统、深刻的理性认识，从而得出科学的结论，以便发扬成绩，克服缺点，吸取经验教训，使今后的工作少走弯路，多出成果。

**汽车销售居家办公工作计划10**

(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。

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。并且对大中型企业、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并且，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。

并且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\_\_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。

**汽车销售居家办公工作计划11**

六，跟一些汽车保险公司合作(如：平安保险等)，拿到一些优惠的互惠互利的保险价格，对我们来说应该也是一种优势。

七，业务，就是销售，然后是销售培训，在销售培训上多下功夫，熟悉掌握自己所卖的车型构造，性能，价格与竞争车型的优略比较分析。如果销售员的业务知识明显匮乏，直接影响销售部的业绩，现在产品技术更新很快，不培训就等与落后，对用户的疑问不能解答，直接影响销售。在销售与培训过程中，及时发现问题，及时解决。快速提高销售员的能力。

八，售前售后服务，客户买汽车肯定是希望简便简洁，没有人会愿意花钱买罪受的，所以我们要提高市场占有率，所以我们要把用户的真正的需求和担心(无外乎就是：整车的质量保障、有完善的售后服务、售后的索赔、售后维修的优惠、销售人员的专业性，公司的诚信度、公司的人员的良好印象等)落实到实处。我相信我们应该能够成功。

**汽车销售居家办公工作计划12**

随着XX区市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。20xx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，XX区销售任务5600万元，销售目标7000万元

>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20xx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)参加相关的行业展会两次，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，在技术方面不相上下，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07年工作重点。

**汽车销售居家办公工作计划13**

一、目的

二、环境分析

我们可以这样理解，其实双十一汽车用品的销量最大的，基本会是脚垫、座垫、行车记录仪、太阳膜、以及一些汽车精品类等。这些东西也是我们门店都会销售的东西。据此，我们要有效结合这些产品来做促销活动。

促销活动的最终目的，要么是提升知名度，要么是提升销售额，要么是两者都有。

这样的促销活动的形式可以非常的多，今天我就提一个双十一的促销活动和大家分享。

三、汽车美容店双十一促销方案

1、引入期;

时间：\_\_年11月3日-10日;8天。

内容：洗车奖——你来洗车我就送!

客户进店来现金或是刷卡洗车1次，就免费赠送100元美容抵用券。

01双十一专用美容抵用券;

该抵用券只限双十一抵用，过期作废。而且只限洗车赠送，其他一概不予赠送。美容抵用券要印制为双十一专用。

02宣传推广;

这个时候，微信的订阅号和公众号也不能闲着，这三天要大力推广洗车奖。

有条件的，还可以在门店显要位置摆放展架或者是拉横幅进行大力宣传。

03销售员推广

销售员的主要工作是，告知客户美容抵用券只限双十一当天使用，而且双十一当天只要到店就有礼品赠送。前三天，还要告诉客户门店专门制定针对双十一的特价美容套餐供客户购买。

目的：确保每一个客户都能领到数张美容抵用券，让领到券的客户双十一举办活动那天能到店购买美容套餐。

注意事项：一定要留下客户的联系方式，同时提前一天到两天微信或短信提醒客户。双十一当天，还要继续邀约客户来店消费美容抵用券。

2、预热期;

时间：\_\_年11月6日-10日;5天。

内容：现场预热——提高特价套餐知名度

点评促销预热——提高单品的关注度

01现场预热——提高特价套餐知名度

001已经明确的双十一特价美容套餐，要制作出DM单，并且在客户休息区进行产品展示，但是只标注出价格的几个位数。比如美容套餐是1088元，则只标注出0088元。就是说不要让客户马上就看出你的价格。

**汽车销售居家办公工作计划14**

>一、汽车销售工作的销量指标：

至20xx年xx月xx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：

06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07年工作。

**汽车销售居家办公工作计划15**

>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xx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xx公司20xx年1月-8月销售159辆汽车，销售额1900万元，盈利20万元;

上海通用共119台;别克凯越15台，新君威13台(其中 5台)，新君越3台，英朗3台;

雪佛兰科鲁兹40台，新景程15台，乐风10台，新赛欧15台;

荣威550 2台;

比亚迪共30台;其他品牌10台。

20xx年9月-12月销售具体目标：60台;

上海通用别克10台，雪佛兰20台，上海通用其余品牌5台;

上海大众15台，上海汽车其余品牌5台。

>三、资金使用

xx公司目前总投入资金240万及其：

公司筹建，服务站，广告：80万

周转资金：160万，公司展车与流动和保证金。

**汽车销售居家办公工作计划16**

>一、汽车销售状况

XX公司20xx年销售—x台，各车型销量分别为富康—x台；XX161台；XX3台；XX2台；XX394台。其中销售351台。销量497台较04年增长45（08年私家车销售342台）。

>二、营销工作

为提高公司的知名度，树立良好的企业形象，在我们和客户搭建一个相互交流、沟通、联谊平台的同时，把更多的客户吸引到展厅来，搜集更多的销售线索。20xx年本部门举行大小规模车展和试乘试驾活动17次，刊登报纸硬广告34篇、软文4篇、报花56次、电台广播1400多次并组织汽车销售顾问对已经购车用户进行用心的回访，透过回访让客户感觉到我们的关怀。公司并在20xx年9月正式提升任命为XX厅营销经理。工作期间每日按时报送营销表格，尽职尽责，为公司的营销工作做出贡献。

>三、信息报表工作

报表是一项周而复始重复循环的工作，岗位重要，关系到XX公司日后对本公司的审计和验收，为能很好的完成此项工作，20xx年5月任命为信息报表员，进行对XX公司的报表工作，在工作期间任劳任怨按时准确的完成了XX公司交付的各项报表，每日核对库存状况，对车辆销售工作作出了贡献。四、档案管理20xx年为完善档案管理工作，特安排为档案管理员，主要工作有收集购车用户档案、车辆进销登记、合格证的收发以及用户档案汇总上报XX公司等，工作期间按照公司规定，圆满完成了公司交代的工作任务。

以上是对20xx年各项工作做了简要汽车销售顾问总结。最近一段时间公司安排下我在齐鲁阳光进行了长时间的咨询学习汽车销售工作，俗话说的好三人行必有我师，在学习后本人结合以往工作经验，取长补短，现对于20xx年的工作计划做如下安排：

1、详细了解学习公司的商务政策，并合理运用，为车辆的销售在价格方面创造有利条件。

2、协调与XX公司各部门的工作，争取优惠政策。加强我们的市场竞争力。

3、每日召开晨会，了解车辆销售状况，安排日常工作，理解销售人员的不同见解，相互学习。

4、汽车销售顾问的培训，每月定期4个课时的培训学习，以提高销售人员的销售技能、服务技能、团对意识、礼仪等。

**汽车销售居家办公工作计划17**

>一、三月份完成的主要工作

1、完成春节期间各部门备用物资的采购；

2、完成六楼广告霓虹灯、废品和潲水回收的合同拟定及签订；

3、召开供应商协调会，安排春节物资供应工作，保证不影响公司正常经营；

4、经过市场调查，并通过三家废品收货商报价，确定公司负一楼废品收货商；

5、完成2月份餐饮餐料的市场询价、定价工作及3月份上半月公司餐饮餐料的市场询价工作；

6、完成歌舞剧院房屋租赁合同的付款审批手续；

7、召开部门工作会议，传达公司会议精神，学习a模针对采购部的相关文件，并将其认真贯彻落实到实际工作中。

8、分类别召开各供应商座谈会，着重听取供应商与公司合作中存在的问题，并与相关部门及领导协商、制订具体解决办法；

9、初步完善物资价格库的信息，以熟悉掌握采购物资价格动态；

10、完成部门20xx年度目标责任书的草拟、人员岗位核编建议以及20xx年3月份部门经营分析等工作；

11、完成pa保洁设备的市场调查及招标邀请；

12、完成锅炉保养合同的谈判；

13、督促各部门按时提交4月份采购计划，以利于降低、控制采购成本。

>二、4月份工作计划

序号、工作内容、目标要求、完成时间、责任人、经办人

1、4月份物资的市场询价、比价、定价工作、按时完成、4月15、30日、xx

2、日常物资的询价及采购、按时完成、xx

3、办公设备的开标及合同签订、xx

4、物资价格库、供应商档案的健全、按时完成、4月30日、xx

5、各部门月计划采购、按时、按质完成、xx

6、领导交办的其他工作、按时完成、xx、全体人员

**汽车销售居家办公工作计划18**

总结往年的汽车销售情况，固然刚恰好完成了年初制定的销售计划，但是分析往年市场以后我觉得做得还不够好。因此，在新的一年里，我制定今年汽车销售职员个人工作计划以下：

一、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能明显不够优秀，直接的限制到销售部业绩增长，20xx的销售顾问的培训是重点，除按计划每个月进行一次业务培训之外，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很多下工夫研究，这在培训中应作重点。

二、销售核心流程：完全应用核心流程，给了我们一个很好的方式按流程办理，不用自己往揣摩，很多时候我们并没有往在乎这个流程，以为那只是一种工作方法，实在深进的研究后才知道意义很重，这正式严谨管理制度带来的上风。每一个销售顾问都应按这个制度流程往做，谁没有做好就是违反了制度，就应当有相应的处罚，而作为一个管理者从这些流程中就能够往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，销售顾问就轻易缺少压力致使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的工作中我们将深进贯彻销售核心流程，把每个流程细节做好，相信这是完玉成年任务的又一保障。

三、进步销售市场占有率：

(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要挟，在往年就有一些客户到这两家公司购了车。总结缘由主要题目是价格因素。价格题目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上风的，他们有的\'上风是价格。再看我们在销售车时，除个别价格外，几近都占上风。怎样来进步我们的占有率，就是要把我们劣势转化成上风，实在很多客户也是想在4S店购车所以才会拿其他经销商的价格来要挟，客户假如来要挟，就证明他心中有担心，总结来讲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、公司的职员的良好印象等密切相干，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上风。

(2)通过对销售顾问的培训对竞争品牌的学习进步市场的占有率。

(3)结合市场部对公司和汽车品牌进行有力的宣传，进步消费者的着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往克服种种困难，为公司的效益尽到的努力。

**汽车销售居家办公工作计划19**

回首过去一年的销售历程，我经历许多没有接触的事物和事情；见识了很多从未见识过新鲜；似乎从一开始，新年带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。

总体观察，这一年来我取得长足进步；不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。

理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车配件，这是我们的最强的一项；其次，市场上其他一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法提高我们的品牌供货比例；再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传；另外，对企业的不断宣传可以提高我们品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展各地的市场份额应是我们的首要问题；如今我们在四川广安设立新公司，就是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理；我们也不能忘记客户关系管理的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系十分重要，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们！

下面我来分析一下目前我们产品的市场分布及各市场的情况：

1、重庆地区：重庆市场在这些年的发展较为稳定，希望通过新厂房的规模和展会、拜访等品牌推广，赢取更多的客户和更大的市场份额；此外经过这一年对市场的了解，发现重庆市场要求质量高，价格要适中，重庆市场上的新公司、新品牌、新产品较多，有的相比我们有价格优势，但是质量上我们更胜一筹，所以一些新的品牌市场持续能力不会太长，但是我们也必须要重视，如果在质量和价格之间需求一个市场能大量接受的平衡点。因此，我个人认为在我们本地的市场策略，首要任务应该要锁定关键大客户，如果我们的产品能够达到他们的性能要求，就应当全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先占领市场份额，然后推动价格的提升；

2、四川地区：目前四川市场仍是非常单薄，但是不可忽视的是四川市场有着十分巨大的潜力，通过四川群力汽车配件有限公司的成立，我们要扭转这一不利的书面，扩大规模的基础上我们实际上是降低了运输、中转、劳动力等方面的成本。因此，摆在四川片区的着要问题是如何去开拓市场，如何锁定大客户的以及以大带小，做好这个开端，有望我司产品在该地区取得更大发展；

3、其他片区：这个要自己写才行。

销售是实现利润的手段，要做好汽配销售，不是一件容易的事情,他需要的是综合技能以及与沟通技巧, 接下来谈一下来年的工作计划：

一 学习产品：掌握构造、性能、性价比分析工具;不分要熟练掌握自己的产品，更要了解市场上和我们竞争的同类型商品。只有对产品的深度掌握，才能给客户做到细致的介绍，扬长避短，发挥产品的比较优势，让客户心服口服。

二 了解市场：掌握行业背景市场大局与市场动态;市场情行时刻有变化，各方面的政策也会引起市场波动，因此，随时观注市场的变化，分析原因，找出应对的策略，抱占行机，扩大自己品牌的市场占有率，这个对我们来说也是非常的重要。

三 深入营销：掌握和恰当地运用市场营销的精髓;各种各样的营销手段是必不可少的。产品再好，还得要卖得出去。所以我们针对各种情况适当地运用各种办法。同时，自己更要加强营销知识的学习，不断地适应新形势发展的需要。

四 提升服务：掌握销售过程服务与售后服务方法;目前的服务不仅仅局限于销售过程当中，售后服务也显得尤为重要。在销售的过程中，我们要提升服务水平，给客户耐心细致地讲解，消除客户的疑虑。同样，在售后，我们也同样要对产品的质量和出现的问题负责，积极面对可能出现的各种情况，让客户愿意与我们继续合作。

五 掌握客户：掌握客户心态消费心理与决策方式。客户是我们销售产品的对象，因此，对客户的心态和决策方式的把握是相当重要的，这样，我们才能在销售过程中做到有效的沟通。同时，我们对客户地掌握也不能局限于销售过程中，工作之外的沟通也十分重要。不要自己要与客户做朋友，而是要做到客户渴望与你做朋友，这样，把握客户就不是难事了。 最后，我想说在这一年里我成长很多，也非常感谢公司领导的关心和同事的支持。我相信来年的工作，我一定会做得更好，回报公司对我的信任。

**汽车销售居家办公工作计划20**

随着X月份的结束，也意味着进入下一步的实质性工作阶段，汽车销售每月工作计划。回顾这一个月的工作，非常感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触汽车销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状。现在特对X月分工作制定以下XX销售工作计划。

1、X月份XX销售部共实现销售X台，其中XXX台、XXX台。远远没有完成公司制定的销售任务。

2、进行了多次市场走访工作，尤其针对20xx市内进行了不间断的市场走访工作，收到的效果良好。经过不间断的走访成交了XXXX台。

3、本月实施了多次20xx市内的小型车展活动，在XXX广场、XXXX美食广场等多个地点进行了小型车展活动。特别是在XXXX的美食节车展上成交了XXXX台。取得了明显的效果。

4、本月由于汽博会的举行，公司的客户进店数量又出现了下降，导致XX汽车的销量不断下滑。不过由于XX高速铁路开工建设，本月的卡车咨询数量明显提高，但是XX等地的一级经销商互相争抢客户，价格都让到低价，基本没有什么利润可言，使公司的解放销量也遇到明显阻力。

5、分析销量低迷的主要原因，我认为还是出在北大店面的形象问题上。很多客户还是不知道我公司经营XX汽车品牌，我们已经上报的公司外部形象的设计样稿，希望公司领导如果觉得可行，请尽快批复。如此进行下去，时间不等人，我们会损失很多客户的。

6、本月公司商品车资源等资源严重不足，始终没有到货，尤其是XX车型，时间跨度太长。迟迟不到车，会严重影响销量。另外公司的调车流程混乱，库存控制力下降也影响着销量。

7、公司目前的活动太少，屈指算来，跟去年同期相比，公司本年度的车展活动、巡展活动、市内展示等等活动基本没有，客户来电数量又不断下降，分解的销售部缺乏团结和向心力，这些都是目前急需解决的问题。长此以往，势必使公司受到损失。

**汽车销售居家办公工作计划21**

首先，感谢公司领导对我的信任，让我有这次机会展现自己。

正视现有市场，我创业激情高涨，信息倍增，与此同时，又感责任重大。在接下来的销售工作中，我会更加主动进取，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。

我对今后的工作计划写于书面并铭记心中，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。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，提升客户赞誉度。

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，暂时采用某两两互助形式，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。

**汽车销售居家办公工作计划22**

半年来，本人爱岗敬业、创造性地开展工作，虽然取得了成绩，但也存在一些问题和不足。主要是表现在：第一，银行按揭贷款这方面有些不协调，也许是刚刚接触这方面的业务;第二，加强自身的学习，拓展知识面，努力学习工程机械专业知识，对于同行业的发展以及统筹规划做到心中有数;第三，要做到实事求是，上情下达、下情上达，做好领导的好助手!

在以后的工作当中，我会扬长避短，做一名称职的销售内勤，与企业共成长。

4月份就过去了，我对这个月的销售汽车的工作也到了要总结的时候了，在汽车店里做销售，我个人也是有一些收获的。以下就是我4月份销售工作总结：

4月份初，我给自己定了一个月份销售计划，现在月底了，我计划大部分都完成了，还有一小部分是没完成的，但大体还是可以的。这个月我依靠自己销售技能售出了三辆车，这个月的提成我拿到了。我在跟客户谈汽车的时候，着重的关注客户的需求，在介绍汽车的时候，也会选择性的介绍，针对每一个客户喜欢的车型不同，把店里面他们喜欢的单独调出来介绍，进而动之以情晓之以理的把车售出去，最重要的就是要根据客户心理出发，不能太激进了。

4月里，我自己还去买了销售相关的书看，帮助自己补充销售漏洞，把不会的技巧学过来，在面对客户的时候就能够更好的为他服务，把店里的车销售出去，为店里进账。销售讲究的还有就是沟通，这是我很重视的一个点，因为在上月我就因沟通不到位，把有跟客户得罪狠了，当时就是因为说话没有技巧，胡乱说一通，本月我就吸取前一个月的教训，把说话的艰难好好练了几遍。每天回到家就是对着镜子不停的练习，看很多的关于与人沟通的书。做销售一行必须要能有吸引客户的本事，不然只能旁观，售车那是很难的。

这个月面对来电看车的客户，都是保持得体的微笑，随时服务客户。对买了车的客户，我进行了多次联系，帮助他们及时解决问题，同时做好汽车情况追踪，对客户进行服务到底。我对自己销售的能力有了更好的理解。本月销售我取得很好的成绩，我更加意识到客户的重要性，所以我对下月的销售有足够的信心。

4月份工作虽已结束，但是在4月份获得的收获，让我变得更加自信，也更加好学了。我始终认为只有自己能力不断的提高，才有更大的机会去接触更高层的销售。现在的我对汽车销售越来越感兴趣，回想自己在4月份努力的成果，我深深的觉得自己可以把这工作做好。我相信这月的经历是为我之后的工作奠定更好的基础。未来的工作我会更加需要努力，只为可以做好销售，为汽车店带来更多的利益。

**汽车销售居家办公工作计划23**

>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

**汽车销售居家办公工作计划24**

>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辆汽车，销售额万元，盈利万元; 其中20xx年1月-12月销售具体目标：台。

>三、资金使用

公司目前总投入资金万及其：

公司筹建，服务站，广告：万

周转资金：万，公司展车与流动和保证金。

近期公司将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)刘瑞喜，财务会记名，出纳名，展厅经理一名 何燕芳，销售顾问名，服务站售后 经理名，售后客服接待名，维修部人，装潢部名。

>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。

**汽车销售居家办公工作计划25**

作为任何一个以营利为目的的单位来说——只有销售部才是的赢利单位，其它的都部门均为成本单位。而我们公司的销售部充其量也只能算是销货部，以目前家具市场的.竞争激烈程度来看，销售部必需升级，从被动销售升级为有科学计划、有执行标准、有量化考核的主动销售。

>一、销售队伍的建设

用人所长无不用之人，用人所短无可用之人。将现有员工进行重组，老员工是我们的财富，他们对客户熟悉、对本厂的运作流程熟悉、对市场也有一定的了解，能较好的减少架构改革对客户的影响，只需按照公司计划的架构重组、划分各职权即可。重要的是制定可执行的标准或要求，让他们知道主动销售的方法和技巧。同时做好相关人员的招募、培训、筛选、储备工作。

>二、销售部门的职能

1、进行市场一线信息收集分享、市场调研工作。

2、分析市场状况、需求分析，正确作出市场销售预测，为库存生产提供科学的依据。

3、制定月、季、年度销售计划，计划的参考依据为今年和去年的同期销售统计数据。

4、汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议。

5、把握重点客户，控制产品的销售动态。

7、建立、完善各级客户资料档案，保持与客户之间的双向沟通。

8、潜在客户以及现有客户的管理与维护。

9、配合本系统内相关部门作好推广促销活动。

10、按照推广计划的要求进行货物陈列、宣传品的设计、发放。

>三、关于品牌

“xxx”品牌建立时间较久，有一定的先入为主的优势。这个优势将继续扩大。另外的独立品牌要做出差异化，在产品风格、装修氛围和受众方面要有准确的定位。差异化体现在产品、装饰、饰品等方面，产品方面就包括了材料、结构、元素等，我们不光要学习，还要超越。

>四、渠道管理

这也是这次改革的主要目的，充分利用现有的客户资料，优化经销商的构成。这并不遥远，只要我们的产品品质和服务经得起客户的检验，做深层次的沟通，自然会有大客户感兴趣。有赚钱的机会，就会有发现它的人，问题是我们要把机会准备好。

>五、信息管理和利用

现在有两千多家（外商八百多家）主动联系有专卖意向的客户资料等。这些都是做市场的珍贵资料，由于销售部被动等客的惯性思维和领导层的决策等原因，这些东西都被放在抽屉里了，很可惜。要充分利用，更快、更准的确定目标市场和目标客户。

>六、关于传播

**汽车销售居家办公工作计划26**

20\_\_年工作计划

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，每天都建好客户信息卡，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C类的客户当成O类来接待，就这样我才比其他人多一个O类，多一个O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、每日做好前台值班工作，登记每位来访客户的信息。

4、每日自己给自己做个工作总结，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。

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。

**汽车销售居家办公工作计划27**

随着某区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，作为我某区销售经理，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，积极争取完成销售任务。

一、销量指标

至20xx年12月31日，某区汽车销售任务560万元，销售目标700万元

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

根据汽车20xx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汽车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，这项工作列入我某年工作重点。

**汽车销售居家办公工作计划28**

转眼即逝，20xx年还有不到三个小时的时间，就挥手离去了，迎来了20xx年的钟声，对我今年的工作做个总结。

回首，看看今年的一年，我都不知道自己做了什么，居然今年的营业额没有完成，还差70多万，心里真是不好受，对自己做个检讨，对今年的所有事情，做个归纳。

>一，我认为今年业绩没有完成的原因是以下三点：

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，给自己制定计划如下：

>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更多客户信息。

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。

**汽车销售居家办公工作计划29**

>一、营销背景

世博中心占地6000平方米，条件独特，管理先进，售后服务齐全，工商、税务、银行、交管等相关配套服务完善，可为客户提供综合、全面的优质服务，使广大汽车及其他附属行业的经营者无需许多复杂的手续即可轻松运营。它为广大汽车及负行业的经营者提供了一个更完善的；市场前景广阔的现代汽车交易场所。

为了更好地开展宣传活动，提高知名度，使南车博览中心在公众心目中拥有更高的地位，创造声势，前期广告能够合理、科学地运营；成功实施，受其委托，专门安排制定南方汽车博览中心前期广告计划。

>二、市场分析

1.市场环境优势分析

东风日产汽车博览中心位于解放公园旁，交通便捷。中心以东风日产汽车为中心，辐射武汉、襄樊、x、黄陂、荆州等周边城镇，地理环境优越。

东风日产汽车博览中心位于一个集中的地方。周边城镇有密集型制造业和加工业。未来几年，东风日产的经济将快速发展，为其他汽车会展中心创造更加优越的经济环境。

随着经济的进一步增长和人民生活水平的逐步提高，汽车及其附属产业将实现新的飞跃。未来几年，汽车消费将是大众的主流消费，家庭和个人汽车将更加普及，汽车消费更接近普及，这将为东风日产汽车博览中心未来的发展创造良好的市场机遇。

2.自身优势分析

目前x内及周边的汽车销售比较分散，大部分配套服务设施不完善。东风日产汽车博览中心是周边地区第一个现代汽车交易市场——机械城。该中心的建成将吸引更多汽车及其附属行业的客户关注和投资咨询，市场前景非常广阔。

环境优越，占地面积大，博览中心布局合理，大型停车场、展厅、交易大厅等相关设施齐全完善，是集销售、售后服务、零部件供应为一体的综合性专业汽车交易市场。整个中心设计高，质量好，是湖北省首家设备先进、功能齐全的先进汽车交易中心。

工商、税务、交管、银行、保险等配套服务的优质服务将进入办公室，为汽车交易省去很多繁琐的手续，让整个汽车交易更快捷、更顺畅。会员俱乐部、信息中心等相关配套设施完善，可为客户提供优质一流的服务，为汽车及其关联经销商提供汽车文化、新车投放、现场推广等活动，并配备汽车美容、装饰工程，使整个交易中心更加规范和一体化。

d、东风日产汽车博览中心拥有通讯、语言查询、数字展示、信息发布、电子摄像等完善的硬件设施，装修豪华典雅，运营环境舒适温馨。

>三、前期市场策略

1.密切关注市场机会，进行大规模宣传，使其优势深入人心，吸引更多的汽车及其附属行业经销商和制造商投资。

2、尽量展示自己的强势优势，扬长避短，扩大知名度和美誉度。

3、早日导入CIS系统(企业形象识别系统)，实现闯名牌的市场战略目标。

4、引用现代的管理模式和高品质的服务，树立良好的企业形象，提升企业美誉度。

>四、前期广告策略

1、广告定位

前期的广告定位应合理的考虑到有利于后期的广告投放计划，以及广告的具体实施。建议采用南方汽车博览中心的配套服务优势来作为广告定位。

2、广告诉求

以理性的广告诉求为广告诉求点，用实实在在的的事实去说服人，以便在实际的操作中，有利于广告的操作。

3、广告目标

争取在开盘前来通过广告和其他的宣传手段相结合，使东风日产汽车博览中心在开盘前就能够深入人心，在市场中占有一定的地位。广告宣传的目标应该放在各个汽车经销商，以及其零配件和汽车美容、装潢等的生产商和经销商。在他们中间创造良好的信誉提升自身价值，以便吸引更多的客户来咨询投资。

>五、媒体分析

**汽车销售居家办公工作计划30**

>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;

**汽车销售居家办公工作计划31**

新年到了，在新的一年希望每个人都能工作顺利、事事顺心，下面是20xx年我对公司汽车销售的一个工作计划：

>一、加强对销售工作的认识

1、市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。

2、适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3、注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4、目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取的市场份额。

5、不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识汽车各行业各档次的优秀产品提供商，以备客户需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6、先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7、对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8、努力保持友好的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

>二、销售与生活兼顾，快乐地工作

1、定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2、对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

**汽车销售居家办公工作计划32**

为了更好的完成本职工作，特制订20xx年工作计划如下：

>一、数据分析

作为汽车销售顾问，必须对数据有极度的敏感性。因为，汽车销售顾问不能脱离数据，例如：销售车的数量、业绩数、和客户谈的价格、还有客户的数量。甚至是挖掘潜在客户的数量、拜访客户的数量、电话营销的次数等。这些都是数字。

>二、技能分析

对汽车销售顾问来说，销售技巧的总结能让自己更深去了解自己。大多数销售顾问在半年内都有一个质的进步，当然，这不能缺少自己本人的努力以及同事、上司的指点，还包括公司的培训。

>三、综合能力分析

优秀的汽车销售顾问并不是只会卖车，他还能把持好各种关系。例如和同事、上司相处的关系；在售前和售后之间的关系，还有和客户之间的关系。

因为销售顾问的具体工作包含：客户开发、客户跟踪、销售导购、销售洽谈、销售成交等基本过程，还可能涉及到汽车保险、上牌、装潢、交车、理赔、年检等业务的介绍、成交或代办。在4S店内，其工作范围一般主要定位于销售领域，其他业务领域可与其他相应的业务部门进行衔接。所以，和其他部门的配合显得非常重要。

总之：销售顾问的工作计划，既是对自身社会实践活动的回顾过程，又是思想认识提高。通过计划，可以把零散的、肤浅的感性认识上升为系统、深刻的理性认识，从而得出科学的结论，以便发扬成绩，克服缺点，吸取经验教训，使今后的工作少走弯路，多出成果。

>四、执行销售流程

向顾客演示所销售的产品和服务，包括试乘试驾；消除顾客的疑虑与抗拒，专业地处理顾客投诉；维持与顾客的良好关系，并及时更新顾客资料；通过追踪潜在顾客，取得顾客名单，促进销售；填写销售报告、表卡；确保展厅和展车整洁参与制订销售活动、市场开发、促销计划所具备的能力素质；能够与各部门建立良好的关系，特别是财务部门和售后部门。

并

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！