

汽车报告总结(大全8篇)

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

汽车报告总结篇一

第一章总则第一条为促进汽车市场健康发展，维护公平公正的市场秩序，加强对消费者权益的保护，根据国家有关法律、行政法规，制定本办法。第二条在中华人民共和国境内从事汽车销售及相关服务活动，适用本办法。第三条本办法所称汽车，是指由动力驱动，具有四个或四个以上车轮的非轨道承载的车辆，且在境内未办理注册登记的新车。第四条在境内销售汽车的供应商、经销商，应当建立完善的汽车销售和服务体系，提高营销和服务水平，保证相应的配件供应和售后服务。汽车供应商、经销商应当向消费者提供及时、有效的售后服务。汽车供应商、经销商销售汽车应当严格遵守汽车产品三包、召回等规定，确保消费者合法权益。第五条本办法所称供应商，是指为经销商提供汽车资源的境内生产企业或接受境内生产企业转让销售环节权益的经营者以及进口汽车进行销售的经营者。本办法所称经销商，是指获得汽车资源并进行销售的经营者。供应商直接向消费者销售汽车的，视为经销商。第六条鼓励发展共享型、节约型汽车销售及售后服务网络。加快发展城乡一体的销售及售后服务网络。推动汽车流通模式创新，积极发展电子商务。大力加强新能源汽车销售和售后服务体系建设。第七条汽车销售活动应当遵循合法、自愿、公平、诚信的原则。第八条国务院商务主管部门负责全国汽车销售管理工作，国务院价格、环境保护、交通运输、质量监督检验检疫等管理部门在各自职责范围内负责汽车销售有关监督管理工作。地方商务、价格、环境保护、交通运输、质量监督检验检疫等管理部门分别在各自的

职责范围内，负责本行政区域汽车销售有关监督管理工作。第二章行为规范第九条供应商、经销商销售的汽车、配件以及其他相关产品应当符合国家有关规定。不得销售国家法律、法规禁止交易的产品。经销商出售未经供应商授权销售的汽车，或者未经境外汽车生产企业授权销售的进口汽车，应当以书面形式向消费者作出特别明示和提醒，并明确告知消费者责任主体。第十条经销商应当在经营场所以适当形式明示所销售汽车、汽车配件等商品价格和各项服务收费标准，不得在标价之外加价销售或收取额外费用。第十一条经销商应当在经营场所明示所出售的汽车产品质量保证、保修服务及消费者需知悉的其他售后服务政策，出售家用汽车产品的经销商还应当在经营场所明示家用汽车产品的“三包”信息。具备汽车售后服务功能的经销商、售后服务商应当向消费者明示售后服务的技术、质量和服务规范。本办法所称售后服务商是指提供汽车维护、修理等服务活动的经营者。第十二条供应商、经销商不得限定消费者的户籍所在地，不得对消费者限定汽车配件、用品、金融、保险、救援产品的提供商和售后服务商，但家用汽车享受“三包”服务、召回处理等由供应商承担费用时使用的配件和服务除外。经销商销售汽车时不得强制消费者购买保险或者强制为其提供代办车辆注册登记等服务。第十三条经销商向消费者销售汽车时，应当核实登记其有效身份证明，签订销售合同，并如实开具销售发票。

汽车报告总结篇二

回顾去年的工作，自己能够勤奋学习，努力工作，认真完成各项工作任务，积极参加局机关组织的各项政治活动，积极参加国家职业资格汽车驾驶员的培训，努力学习，不断提高政治素质。自己作为一名汽车驾驶员，努力做到马达一响，集中思想，车轮一转，注意安全，车行万里路，开好每一步，十分把握七分开，留下三分防意外。平时总有一种责任感和安全感，在工作中始终保持一个清醒的头脑，虽然驾驶员的工作很单调，但是它确实能让人有一种自豪感，这种工作要

求有很强的责任心，驾车中来不得半点马虎，集中精力，按章操作，十次事故九次快，思想麻痹事故来，因此自己能够时时把安全二字放心间，爱岗敬业，吃苦耐劳，行车时处处想到安全，工作中做好服务，重点突出为机关服务，以服务为本，决不让人等车，做到车在哪里人就要在哪里，行车中做到安全第一，中速行驶不开英雄车、不酒后驾车、疲劳驾车、赌气驾车，不抢超、抢会，集中思想行驶不闲谈，按章驾驶，做到礼让三先，牢记自己的责任，树立安全第一的思想，精心操作，谨慎驾驶，防止任何事故的发生，保证安全行车。行车中做到遇有情况不明，雨雪雾天气视线不清，以及通过交叉路口弯道，险道和繁华路段时，减速缓慢通行，避免事故发生和人身安全。爱护车辆，勤俭节约。在20xx年的车辆维修方面，自己做到了先请示后修理，先报告再执行，做到维修和配件讲质量、比价格，到单位指定的汽车维修厂去修理，力争做到能小修决不大修，能自己修理的决不到修理厂去修理，勤俭节约降低企业费用，保证完成出车任务，全年安全行驶4万多公里。

汽车报告总结篇三

在繁忙的工作中，不知不觉的又迎来了新的一年，回顾自己走过的这一年，真的是收获颇多，感慨万千，意犹未尽！

20xx年是我跨入汽车销售的第一年，也是我人生发生重大转变的一年。20xx年初，我做出了一个人生中最重要决定，放弃了自己所学的专业和稳定的工作，选择了汽车销售的工作。其实改行之意，早在全球金融危机爆发之前就有了。大学毕业后的三年间，一直从事技术相关的职业，由于工作的性质和自己的兴趣始终不合拍，所以在平时工作中缺乏积极性，每天都是被动的工作。我明白继续这样下去，对公司和自己都不公平，所以我选择了离开。我要选择一份自己喜欢的工作，让我充满激情投入的职业。因为从小就喜欢汽车，喜欢与人打交道，再加上汽车与自己所学的专业有那么一点接近，

汽车销售顾问的工作是再合适不过的了，但这也仅仅是自己的想象罢了。最终在朋友的推荐和自己的努力之下，非常有幸的进入了x汽车销售公司，从此踏上了我的圆梦之旅！

记得在x汽车销售公司上班的第一天，我在晨会上兴奋的说：“我是带着一颗充满激情的心来到这里的，感谢领导给我这个机会，让我实现了我的一个梦想，我会加倍努力的工作，不辜负领导的信任！”到今天，我可以说兑现了当初的诺言。从入职到现在，我越来越发现自己是真的很喜欢这份工作，我每天都在积极的学习和快乐的工作。忙碌的工作让我感到特别充实，虽然晚上感到疲惫和劳累，可第二天早上又是精神满满的迎接新一天的挑战。特别是在受到客户认可或取得一定成绩的时候，自己的内心感到十分的满足，非常有成就感。在此之前的工作中，我从来没有像做现在这份工作那样拥有那么多的愉悦感和满足感。现在的工作，无论忙与累，无论有什么挑战和困难，我能够清晰地体会到自己强烈的工作热情。我是无比幸运的！我没有随波逐流，人云亦云；我没有摇摆不定，变来变去；我没有失去自己，东施效颦。我寻找到了自己想要的工作，将曾经的想象变成了现实！

说了那么多自己内心的感受，还是来总结下这一年的工作情况。在前半年里以学习和积累经验为主，有幸跟在一个好师傅和好经理下面学习，很快的了解和适应了汽车行业，与团队配合的也越来越好。作为销售部中的一员，深深感觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上，更要加强自己的专业知识和专业技能。此外，还要广泛了解整个汽车市场的动态，走在市场的前沿。经过近一年的磨练，自己各方面得到了较大的提升，已成为一名经上海大众认证的销售顾问。

在车市火爆的20xx年，上海大众以72.9万台的成绩荣膺全国轿车销量冠军，x汽车销售公司也以6000台的成绩取得全国销

量地位，真的很为自己的品牌和公司而骄傲!从入职至今，我销售了近一百台新车，基本上完成了全年的任务指标，特别是在20xx年11月完成了单月销售20台的一个里程碑。而我最自豪的还是自己的客户满意度，基本上没有出现过较大的问题，得分也一直处于团队前列。总结我成功的原因，其实就一个字，“爱”!我爱我的职业，我爱我的品牌，我爱我自己，我爱我身边的人，爱我的每一位客户。我热爱自己的工作，再苦再累都不感疲倦;我喜欢大众品牌，坚信它是的工业产品;我用乐观积极的心态，去面对每一次挑战和考验;我用一颗真诚的心，让顾客放下内心的防御。

当然在进步的同时，自己也犯过两次比较严重的错误。1、在自己签的第一个订单中，将客户所定车型的配置报错，导致客户在完成上户手续之后要求退车。2、在国庆大假期间的一次试驾中，与骑自行车的行人发生擦挂，导致客户受惊，行人轻微受伤，试驾车大面积维修。总的来说这两次重大的失误，还是自己业务知识和业务技能欠缺的原因。为此给领导和公司带来麻烦和损失，深表歉意;也感谢领导和公司在此期间的帮助和宽容。通过总结这两次惨痛的经验教训，让我认识到在今后的工作中的各个环节都应该做到细致，以免因为一个错误而降低了整个团队的工作效率。

汽车报告总结篇四

进入20xx年以来，农资公司在集团公司的正确领导与支持下，大家同心同德，齐心协力，一手抓生产经营，一手抓网络服务，主要做了以下几个方面的工作。

一、与基层供销社合作经营，大力发展农资连锁经营

20xx年度依据“统一形象、统一核算、统一管理、统一配送、统一质量、统一价格”的“六统一”标准，建成了郭里集、周营、阴平等3家农资直营门店。门店规范统一使用“中国供销社合作社”标识，由集团公司统一核算，贵诚农资公司对配

送、质量、价格统一管理。直营店营业用房面积达100-200平方米。店内农资商品分类整齐摆放，明码标价，并建立了销售档案；对农户推广会员卡制度，跟踪服务，今年元旦公司定做了一批挂历，对持有公司会员卡的农户进行挂历亲情宣传，把农户迅速培养成贵诚的忠实客户。**年建设加盟店42家，其中乡（镇）级加盟店6家，村级36家；乡（镇）级加盟店最小面积100平方米，最大达300平米；村级家门店最小60平方米，最大200平方米。

二、开展农技服务，推广配方肥的生产使用

**年，公司充分发挥贵诚农化中心的为农服务的职能，广泛开展测土配方。中心测土面积在20xx年的基础上，又扩展了榴园、金寺、税郭三个乡镇，326家农户，扩大测土配方施肥面积2700亩。测土配方品种由小麦、玉米扩大到果树、蔬菜。

为了更好地实施测土配方施肥工作，公司投资50余万元，建成了掺混肥生产厂，购买符合国标的筛分机、电子自动配料系统、掺拌机、电子计重封包机等设备，并实现了当年立项、当年筹建、当年验收、当年投产。在此基础上，配备测土配方施肥专用车辆，使用检定合格的计量器具，配备与连锁经营相适应的农化服务设施等，随着“农资现代经营服务网络”的完善，以农化服务为核心的新型农资经营与服务体系大大降低农资销售成本，改变了传统落后的“一买一卖”的经营模式，农民从中得益。从而增强了农民的信任感，培养了一批忠诚客户，提高了贵诚公司的市场占有率。

三、发挥集团优势，推进农资物流配送中心建设

为使农资供应有一个坚强的后盾，实现公司农资物流配送规模的不断提升，新建了峯城、台儿庄农资物流配送中心建设，每个中心建有中转库房超出2300平方米，并配备相应的装运设备。贵诚公司经营网络在区域范围内的乡镇覆盖率达到60%，直营店配送率为100%，加盟店配送率为40%，主要商

品经营占当地市场份额的10%，发展空间很大。

**年底公司在“枣庄贵诚农资有限公司台儿庄分公司”的基础上，改组筹建“枣庄贵诚台儿庄农资有限公司”，其股本结构为：枣庄贵诚农资有限公司占52%，台儿庄区供销社占20%，泥沟、马兰、邳庄三家基层供销社占18%（各占6%），经营者占10%。

四、积极参与金网工程项目建设，确保农资不断发展壮大

20xx年，公司在市社、集团公司的重视支持下，先后完成了供销社改革发展资金项目、服务业引导资金项目、农资经营服务体系建设项目、农资经营与服务体系建设项目和农化服务中心项目等五个项目的实施和资金申请。目前已到位资金70万元。

**年，公司还主动应对金融风暴带给我们的不利影响，对贵化公司违反合约造成损失的案件进行了诉讼，并配合法院等部门及时冻结了该公司300余万元的账面存款。现在一审胜诉，已进入二审程序。

五、20xx年工作重点

20xx年公司虽然取得了一定的成绩，但还存在很多不足。表现为由于受国际经济危机的冲击，价格大幅度的下滑，公司出现了亏损。其次，网络建设产品浸透力不够，许多加盟店仍停留在挂牌子上，合作方式松散。因此20xx年我司要重点做好一下工作。

- 1、强化网络建设，抢占发展先机。随着市场经济的横深发展，各行各业利润趋于平均化，现代物流、信息流加速了利润平均化的进程。竞争的结果，谁拥有了终端客户，谁就拥有了市场，拥有了利润。因此，我们要强化网络建设，抢占发展先机。把“贵诚农资”的门店办成农民购买农资商品的放心

店，首选店，农业生产的后勤保障店。

□1□20xx年初，全面完成“枣庄市台儿庄区贵诚农资有限公司”组建和开业工作，并以此为依托组建直营店，加盟店。积极配合*团公司组建大型农资物流中心。

(2) 枣庄市南四区原有54个（现有33个）乡镇，1386个自然村。除街道外，可建20家直营店，22家（乡镇级驻点直销）加盟店，500家村级加盟店。

(3) 对现有的阴平、周营、郭里集三家直营门店进行提升改造。严格按照“六统一”标准，把“贵诚农资”门店建设成农资产品“4s”店。从门头设计、店面装修，店容店貌，店员衣着与精神面貌，店内商品种类、商品陈列等方面都有一个质的飞跃。同时，通过三家直营门店发展“会员农户”1000家。

(4) 对加盟店采取品牌渗透，驻点直销的管理模式，变松散型为紧密型，彻底扭转只挂牌子，不供货的形式主义。

2、强化品牌意识，铸造企业形象。品牌是企业生存与发展的支柱。在企业品牌建设上，我们从企业文化、企业管理制度、公司总部、农化中心、农资物流配送中心、门店形象、员工精神面貌等方面入手，全面推进提升，争做一流。在产品品牌建设上，把“贵在真诚”的企业经营理念贯穿到所有生产、经营的农资商品中去，让“贵诚农资，假一赔十”的承诺，家喻户晓，深入人心。努力打造优质优价的“贵诚”牌掺混肥料产品品牌，让农民买的放心，用的实惠，为服务三农作出新的贡献。

3、以服务为核心，带动企业发展。公司的定位是“为农业服务，帮农民增收，促企业发展”。“服务出效益”是我们公司的长期发展策略。完善服务功能，改进服务措施，强化服务体系是我们公司创新发展的核心环节。因此，在服务方面，

新的一年公司要做好以下三方面工作。

(1) 以公司**bb**肥生产为主线，全面做好测土配肥、肥料检验、农技培训、信息发布、基地示范、农超对接“六项服务”。

(2) 在农业产业化推进服务方面，规划在峰城、台儿庄、薛城区三个区四个镇选取1000亩大田，由公司租赁生产经营，聘请种植能手开展吨粮田与有机绿色农产品生产示范；同时，选取200亩石榴园、200亩土豆，100亩西瓜，100亩蔬菜，聘请种植专家开展有机绿色水果、蔬菜种植示范，实施农超对接，加速农产品商品化进程。

(3) 引导帮助条件成熟的村或片点组建农产品专业合作经济组织。使这些组织与贵诚农资公司形成稳固的合作伙伴或利益联合体，从而巩固供销社的农资主渠道地位。

汽车报告总结篇五

1. “用头脑做销售、用真心做服务”

用头脑做销售，是让我们在销售之时，要动脑经，想办法，做市场调查，开发设计创新型的产品，建设行之有效的销售渠道，做好独特的宣传攻势，网络对口的目标群体，高效的将我们的产品推销出去；而用心做服务，即是让我们在做销售的同时不仅仅是要我们把产品买出去，更多是要在售前、售中、售后阶段做好客户的服务和维护工作，让客户充分体会到我们销售的专业性、职业性，真让客户享受到满足感、安全感和舒适感。而我们作为汽车销售行业汽车销售顾问，就更应遵循“用头脑做销售，用真心做服务”的理念，踏踏实实的做好汽车销售顾问服务工作。

2. “信服力、可信度”

信念的力量是无穷的，有什么样的信念就有什么样的结果导

向。

通过学习，我认识到作为一个销售顾问，其信念的作用要远远大于其技能。要想做好汽车销售顾问必须具备坚定的信念，相信自己所服务的公司是最好的公司，相信自己所销售产品是最好的产品。相信就将得到，怀疑即为失去。心在哪里财富就在哪里！

3、“商品+服务”/价格=价值

显而易见，我们销售必然是我们的汽车销售与销售服务本身，而客户购买的不仅仅是汽车，服务，更是购买是一种感觉。因为大多数人是理性思维，感性购买，现在的人越来越重视他所购买的产品所能给他的一种感官和心理上的感觉。

在竞争异常激烈、金融产品同质性异常突出的汽车销售市场里，怎么让客户认同接受自己的产品呢？这就需要去迎合客户的感觉，感觉是一种看不到摸不着的载体，但在销售的过程中，一定要营造好的感觉，包括客户所了解关注到的企业、产品、人和环境都要去注重和加强。

4、“逃避痛苦”大于“追求快乐”

通过学习，我认识到客户的行为的动机即是：追求快乐，逃避痛苦。客户在买卖过程中卖的是什么呢？客户永远不会买产品，买的是产品所能带给他的好处，所能让他逃避的痛苦。客户不会只关心产品本身，客户关心的是产品的利益、好处、价值。他购买你的产品可以拥有什么样的利益与快乐，避免什么样的麻烦与痛苦。一流的汽车销售顾问卖的是结果好处，卖的是成份，三流的汽车销售顾问卖的是价格。这也让我充分学习到，在日后的金融产品销售中，要针对客户的痛处对症下药，阐述其所拥有的价值与利益，能让客户消除的苦痛与带来的诸多利益，通过“痛苦、快率”规律，有效的销售我行汽车销售产品。

5.“f.a.b法则”

通过学习，让认识到fab法则是指推销员运用产品的特征f(feature)和优势a(advantage)作为支持，把产品的利益b(benefit)和潜在顾客的需求联系起来，详细介绍所销售的产品如何满足潜在顾客的需求。

特征f是产品的固有属性，它描述的是产品的事实或特点；优势a是解释了特征的作用，表明产品如何使用或帮助潜在客户；而利益b则说明产品能给潜在客户带来的好处是什么，表明产品如何满足客户表达出的明确需求。

通过学习充分了解到，在日后我行汽车销售中，我们必须灵活运用fab法则，将我行汽车销售的利益与顾客的需求相匹配，强调潜在客户将如何从购买中受益，才能激发顾客的购买欲望，让其做出购买的决定。

我认为，所谓幸福不过是一种心情的感受，人生的每一个阶段都有他人无法取代的快乐。

我希望汽车行业的老板们，能够多理解、关心一下自己的精兵强将，因为他们都是最优秀的，没有他们，公司不可能这么迅速地发展；我希望我们的上帝(客户)们对汽车销售顾问能够多一份理解、多一份沟通，我们肯定会设身处地为您提供最合适的产品、最优质的服务。

最后，祝福汽车销售行业的朋友们，相信经过我们的努力拼搏，快乐和成功都会不期而至。

汽车报告总结篇六

结合xx年售后维修总体运行情况来看，售后部基本实现了年初拟定的工作计划。客户的承认是对我们工作的鼓舞，批评

和建议则是工作改进的方向。

为了更好地完成工作，总结经验，扬长避短现对售后服务部工作总结如下：

□xx年售后部营业额□xx万余元。毛利□xx万余元，平均单车营业额□xx元。xx年共进厂xx辆，其中润保xx辆。（具体数据，可根据部门实际情况。）

售后服务部成立时间较短，新成员较多，制度不够完善，现场实践经验较为欠缺，我们必须坚持加强现场实践的力度，在实践中培养增强各种业务水平，同时要争取工作的主动性，提高责任心、专业心，加强工作效率、提高工作质量。

要树立真正的“主人翁”思想，心往一处想，劲往一处使，积极主动共同服务于公司的各项工作中。为公司更好的发展，为更好地服务服务汽车贡献自己的微薄之力。

确定并重点服务忠诚客户，随着辖区保有量的增加，将服务做细、做精，提高客户满意度，减少客户流失特别是忠诚客户的流失显得尤为重要。为确保我公司更好、更快、更强的发展，现将售后维修服务部工作展开计划如下：

（一）、客户管理细化

2、通过对流失客户回访及分析，找出客户流失的内在原因及改进措施；

3、对于我们的忠诚客户在公司举办的各种活动时优先通知，让客户受到特殊待遇，增加客户对专营店的依赖感和归属感。

（二）、续保率和预约率

入厂台次的增加导致维修高峰期时客户等待时间长和车间超

负荷工作，需通过预约工作合理调配，减少客户等待时间。

(三)、资源共享、良性竞争

(四)、人员培训

随着车用新技术不断应用，更新换代周期缩短及客户期望值的提高，人员素质及战斗力须相应提高一个台阶，对培训工作提出了更高的要求。为此做出如下工作计划：

1、加大培训工作的频次，分为定期和不定期的培训考核；

2、注重理论与实际工作相结合的培训，对接待注重产品基本知识和实实践操作相结合，特别是实际接待能力的考核。维修技师注重操作技能和常规故障排除能力的培训，提高员工的整体战斗力。

(五)、增加维修人员

随着保有量增加和回厂频次的增加，在加强管理提高工作效率考核人均产值的同时，适当增加维修人员数量。

(六)、团队建设

1、目标和表现形式以公平、公正、公开为原则，坚持只有团队利益化，才能确保个人利益化本售后维修组织培训及考核，营造学习氛围，提升员工服务理念及个人技能；进行职业道德、服务理念、主人翁意识培训；塑造员工服务的工作态度，注重细节问题的发掘，促使员工主动提高自身素质。

2、实施手段及措施采用将所有培训及考核资料纳入员工个人档案、团队意识直接与员工个人收入挂钩、团队意识强者优先考虑外出培训、职称晋升、福利等优惠。

汽车报告总结篇七

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

写出最近的销售情况，准备计划，加强队伍团结意识。

对策二：细分市场，建立差异化营销

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。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。

20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。

二、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综合素质。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。

汽车报告总结篇八

xx项目以销售为核心开展各项工作。并要求各部门全力配合，同时，对营销部提出四个目标要求全面贯彻落实。

3、营销年度总纲制定完成，按照年度总纲执行推进，并制定交房流程；

4、制定销售计划和推广方案，努力完成集团下达的任务。经过1年多的努力与坚持，盘锦项目营销部各项工作正在稳步推进中，现就工作总结如下：

团队建设

1、团队的基本情况

理在内的骨干班子[]20xx年下半年由于工作重点转向销售，新增策划专员兼平面设计1人，营销部截止目前现有编制为共计17人。

史情况，第一时间编制了《盘锦项目员工销售手册》，手册中包括项目沙盘说辞、销售百问等统一说辞，同时明确了各岗位职责、案场管理制度及客户接待到客户签约的各种流程与规范，组织了本部门员工记忆学习并完成相关考核的工作。做到分工明确，制度管理，在提高本部门工作效率的同时也

降低销售中各种风险的发生，教导员工做事有始有终不留尾巴。

3、加强销售技能培训，提升人员素质

时加强业务流程监管和业务考核，销售人员去芜存菁，保证了团队的战斗力。

4、树立团队精神，倡导员工敬岗爱业，争做“四有新人”

xx项目营销部在营销中心、项目公司领导下，以xx集团企业文化为核心，积极开展团队的精神文明建设，倡导员工敬岗爱业，团结协作，乐于奉献，廉洁奉公，新的销售团队骨干以最短的时间度过磨合期投入到工作中，每天工作十几个小时以上。项目公司、部门领导树立员工的主人翁地位，共同营造“家庭”氛围，项目公司从上到下树立正能量的工作态度，工作考核绩效上奖惩分明，在项目公司总经理的带动下员工对企业高度负责，自觉遵守各项规章制度，争做“有激情”，“有创造”，“有态度”，“有互联网思维“的四有新人，使团队的凝聚力达到了前所未有的高度。