

最新蔬菜销售报告 销售水果蔬菜实践报告 (模板5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢!

蔬菜销售报告篇一

中国山东胶南

雪弗兰4s店

XX

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，可以使我們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*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。

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礼仪和专业性知识的培训。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；度量多一点；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。

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*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。

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，也有了新的挑战，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己，才能在竞争中突出自己，表现自己。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，提高自己的能力！

虽然实习期只有几个月，但是我在雪弗兰4s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，不知道从哪里入手，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份额。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。这对于火爆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。

在雪弗兰4s店实习的几个月中时间里，我有很多觉得值得总结和高心的。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!

蔬菜销售报告篇二

时光荏苒，时间飞逝。短暂的实习期在不知不觉中已然结束，经过这次的实习让我收获很多，也促使我成长。以下是我的实习总结。

二 实习总结

实习工作是参与娃哈哈新产品的销售及宣传，主要负责xx市xxxx六个乡镇市场，销售对象为各乡镇的零售及批发商铺。

日常工作流程为，估计当日销售产品品种及数量并装上小型货车，驱车到乡镇市场进行销售工作。销售工作的内容为：向店主介绍新产品能够吸引消费者眼球的特点，和店主相对注重的价差(售价和进货价之差)，再尽力说服店主购进新产品销售;倘若店主同意购进，则需书写销售清单包括产品品种，各产品数量及单价及各单品总金额，并将所购产品选择合适的位置陈列，最后清点并核对店主支付的销售金额;若不同意，则努力让店主对新产品有一定的认识，便于自己下次销售工作的顺利进行。

1. 商场如战场，知己知彼，百战不殆。在销售工作中，知己，站在消费者角度了解新产品的独特之处，产品能为消费者提供哪些好处，新产品价格的公正公道之处;知彼(店主及消费者)，单件产品价差的多少能满足店主，店主的销售量情况，消费者的购买能力及消费需求。

2. 做销售是人与人之间沟通的过程。因此销售人员需具备良好的沟通能力，如何从容淡定的面对各种不同喜好、不同性格、不同心情的客户，使对方有兴趣倾听，先接受销售员，进而接受产品，是一项很专业的技巧。

3. 确认客户问题，并且重复回答客户疑问。这点在与客户沟通攀谈中易于打消其顾虑，进而容易接受销售员及销售产品。

4. 副食品代理行业的简单分析;各代理商销量的主要来源于重大节日，如春节，端午，中秋等，亲朋好友走家串户携带礼品，整袋(旺旺袋装品)和小箱(金典，真果粒等)的知名品牌商品容易受到消费者的追捧。随着科技的发展，演变出来的消费品种也越来越多，商品琳琅满目，竞争越来越激烈。代理商的成功往往需要长时间的坚持，因为消费者接受产品的过程是漫长的。产品的质量及价格定位是决定能否畅销的关键因素，还有生产企业做市场能力和产品的宣传等。由此可见，代理商很多时候是被动的，受制于生产商。代理商别称“高价的搬运工”代理商帮生产企业将商品搬运到消费者手

上，赚取相对高价的搬运费。当然这个“搬运”附加销售成分，毕竟代理商的销售对象是各终端商铺店主。

实习期间日复一日的销售工作，从陌生无从下手到掌握销售技巧，习惯适应销售工作的过程中。使我明白选择了就得学会面对，而面对仅仅是需要踏出的第一步；在陌生的环境中，少不了的是举足无措处处碰壁，此时不应该消极逃避，应用积极的态度去接受并解决困难，从而获得宝贵的经验，经验是一把利器，是所向披靡能从容解决问题的法宝，是每一个人最应该向前辈学习的东西以助于用最短的时间适应每一种新环境。勇敢的面对，积极的态度，宝贵的经验仅仅是适应环境的三个方面。而要在新环境里取得成功，则需时刻分析了解环境的变化，研究与选择合适的改变方式；环境在改变，变化的世界，而不变的是原则，问题和困难是普遍存在的，而他们的解决之道永远都建立在普遍，永恒，不证自明的原则之上。这些原则肤浅的认为是不抱怨，宽容，和谐，诚实，满足，内方外圆的为人处世之道。机会和运气我不认为是上帝的赠予，就像天上不会掉馅饼，即使有人把馅饼扔了也得扔在你脚下，你还得愿意捡起来才可能是你的。所以每一个人最应该完善的是自己。

蔬菜销售报告篇三

陕西省咸阳市乾县

：咸阳市乾县市场业务员

- 1、完成上级下达的销售回款与工作目标
- 2、在所辖的县级市场完成乡镇市场的分销与县级市场的铺货陈列等工作；
- 3、按计划及要求拜访客户，并填报经销商拜访跟踪表与终端拜访表；

- 4、按要求建立客户档案，并保持良好的客情关系；
- 5、收集市场动态与竞品信息，及时上报上级领导；
- 6、进行市场调查，发现有市场潜力的地区和客户；
- 7、按规定与要求张贴公司推出的各种宣传品；
- 8、完成上级领导交给的其他工作任务

蔬菜销售报告篇四

实习工作是参与娃哈哈新产品的销售及宣传，主要负责xx市xx六个乡镇市场，销售对象为各乡镇的零售及批发商铺。日常工作流程为，估计当日销售产品品种及数量并装上小型货车，驱车到乡镇市场进行销售工作。销售工作的内容为：向店主介绍新产品能够吸引消费者眼球的特点，和店主相对注重的价差（售价和进货价之差），再尽力说服店主购进新产品销售；倘若店主同意购进，则需书写销售清单包括产品品种，各产品数量及单价及各单品总金额，并将所购产品选择合适的位置陈列，最后清点并核对店主支付的销售金额；若不同意，则努力让店主对新产品有一定的认识，便于自己下次销售工作的顺利进行。

- 1、商场如战场，知己知彼，百战不殆。在销售工作中，知己，站在消费者角度了解新产品的独特之处，产品能为消费者提供哪些好处，新产品价格的公正公道之处；知彼（店主及消费者），单件产品价差的多少能满足店主，店主的销售量情况，消费者的购买能力及消费需求。

- 2、做销售是人与人之间沟通的过程。因此销售人员需具备良好的沟通能力，如何从容淡定的面对各种不同喜好、不同性格、不同心情的客户，使对方有兴趣倾听，先接受销售员，进而接受产品，是一项很专业的技巧。

3、确认客户问题，并且重复回答客户疑问。这点在与客户沟通攀谈中易于打消其顾虑，进而容易接受销售员及销售产品。

4、副食品代理行业的简单分析；各代理商销量的主要来源于重大节日，如春节，端午，中秋等，亲朋好友走家串户携带礼品，整袋（xx袋装品）和小箱的知名品牌商品容易受到消费者的追捧。随着科技的发展，演变出来的消费品种也越来越多，商品琳琅满目，竞争越来越激烈。代理商的成功往往需要长时间的坚持，因为消费者接受产品的过程是漫长的。

产品的质量及价格定位是决定能否畅销的关键因素，还有生产企业做市场能力和产品的宣传等。由此可见，代理商很多时候是被动的，受制于生产商。代理商别称“高价的搬运工”代理商帮生产企业将商品搬运到消费者手上，赚取相对高价的搬运费。当然这个“搬运”附加销售成分，毕竟代理商的销售对象是各终端商铺店主。

实习期间日复一日的销售工作，从陌生无从下手到掌握销售技巧，习惯适应销售工作的过程中。使我明白选择了就得学会面对，而面对仅仅是需要踏出的第一步；在陌生的环境中，少不了的是举足无措处处碰壁，此时不应该消极逃避，应用积极的态度去接受并解决困难，从而获得宝贵的经验，经验是一把利器，是所向披靡能从容解决问题的法宝，是每一个人最应该向前辈学习的东西以助于用最短的时间适应每一种新环境。勇敢的面对，积极的态度，宝贵的经验仅仅是适应环境的三个方面。

而要在新环境里取得成功，则需时刻分析了解环境的变化，研究与选择合适的改变方式；环境在改变，变化的世界，而不变的是原则，问题和困难是普遍存在的，而他们的解决之道永远都建立在普遍，永恒，不证自明的原则之上。这些原则肤浅的认为是不抱怨，宽容，和谐，诚实，满足，内方外圆的为人处世之道。机会和运气我不认为是上帝的赠予，就像天上不会掉馅饼，即使有人把馅饼扔了也得扔在你脚下，

你还得愿意捡起来才可能是你的。

蔬菜销售报告篇五

- 1、更快的适应社会，增强自身的素质学习更多的销售技巧，学会与顾客接触，交流。
- 2、了解一汽轿车的各种品牌，价格，性能。
- 3、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。
- 4、通过实践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。

xx年7月20日——8月20日。

：烟台一汽奔腾销售。

：销售部维修部财务部综合办公室。

- 1、掌握北京现代的销售流程。
- 2、与销售人员进行关系，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“4s店”的含义。

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什么帮助。语气尽量热情诚恳。

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。

4、试乘试驾：在试车过程中，应让客户集中精神对车进行体验，避免多说话，让客户集中精神获得对车辆的第一体验和感受。

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。

6、签约成交：在成交阶段不应有任何催促的倾向，而应让客户有更充分的时间考虑和做出决定，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。

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。

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。

短短的一个月的实践期过去了，而我在烟台恒邦一汽轿车销售店实践的这一个月感受颇深，让我学到了一些学习中学不到的东西，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。

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。

店里的那些人都特别好接触，有时我们也开一下玩笑，但谁都没有被戏弄的感觉，尤其是一些比较逗得人，总让我们在一些烦闷的工作中解脱出来。

他们经常对我说：要想卖好车，就必须先学会擦车。这就像担子一样压在我的脊梁上，总让我不知道该如何是好，每天早上重复同样的动作，时间长了，我车擦的越来越好，越来越干净。

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，不知道从哪里入手，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。

现在的顾客也特别难缠，有时就为了那么一点小东西就唠叨个不停，没事的时候我就站在那些销售员的旁边跟他们套近

乎，取一下他们的“经”，争取早日成“佛”，看他们在那里与顾客交流，我真羡慕，我暗想：什么时候我可以真正的与顾客交流呢，我虽然看在眼里，可我早已把他们所说的话记在心里了。在某种情况下，语言也是一种障碍，有些顾客在看车的时候讲的全是他们那里的方言，有时我根本就听不懂，这就影响了我与顾客的交流。通过这件事看来我得多才多艺呀，会的多了，就会什么也不怕，谁都别想难住你。

就在实践的最后一天，我终于得到了一个彻底与顾客接触的机会，我拿着钥匙带顾客到车库看他想要的一汽奔腾，到了那里，我先为顾客简短的做了一下介绍，就开始回答他所提的问题。很快属于我们的时间过完了，我感觉自己答的还不错，忽悠那些对于汽车不在行的那些人还是可以的。

一个月的实践过完了，现在回想起来还是那么的津津有味，在那里我学到了很多知识，也让我与顾客得到了好多次近距离接触，我现在基本上已经有了销售技巧，并且能够把车卖出去。