

最新新能源销售实训总结(优质5篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。那么，我们该怎么写总结呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

新能源销售实训总结篇一

开展活动的目的是处理库存产品？是提高销售？还是宣传推广？只有明确了明的，才能使活动有的放矢。

活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体？活动控制在范围多大内？哪些人是促销的主要目标？哪些人是促销的次要目标？这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

主要是为促销？宣传？还是答谢消费者？

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：确定人群和确定刺激程度。

促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作？这些都意味

着不同的受众抵达率和费用投入。

前期准备分三块，人员安排，物质准备，试验方案。

中期操作主要是活动纪律和现场控制。纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传。

1、降价这是最常用也最管用的手段。

无论货车还是轿车，降价无疑是汽车促销的最主要方法。目前中国汽车市场消费主体发生了很大变化，轿车需求增长的主要动力来自于私人购车。与公款购车对价格不敏感相反，私人购车的特点是对价格反应敏锐。最近的调查显示，66%的被调查者认为价格是现在影响其购买汽车的最主要因素，并且有47%的被调查者表示，只要汽车生产厂家降价，就会马上形成一个购买高潮。

至于降价方式，汽车的价格在厂家的催动下，在促销期间不断向消费者让利。汽车市场的竞争厂家大都在讳言降价二字，于是就采用折扣、回扣的方式。“你购车、我加油”活动是汽贸和厂家经常用到的促销方式，凡购车客户都将赠送价值xxx元的大礼包。开展“买汽车、游千山”现场抽奖大型促销活动。凡购买新车的用户，均有机会获得千山免费游。

折扣和回扣是在促销期间的一种变相的降价，虽然这种一路下滑的价格走势谁都心知肚明，但如何策动这个过程，如何让消费者顺心顺气地接受，各商家还是下了一定的功夫。折扣和回扣就可以达到这个目的，在短期内能够促进销售量的提高和满足消费者的心理需要。

2、各种表演活动

在适当的时间，适当的`地点，进行表演宣传，结合其他促销活动，也是促销活动能否成功的关键。

新能源销售实训总结篇二

以x汽车为主体，整合公司多项业务内容，协调公司下属各单位，采用灵活有趣、富有创意的多种宣传方式，达到增加销售量、扩大x汽车影响力及知名度、提高明晨商贸品牌价值的最终目的’。

首付x元分期付款低价格大空间x汽车贷回家

20xx年(具体选定)

大空间低油耗首付x汽车贷回家

1、26个乡镇醒目位置悬挂活动主题26条横幅双面或张贴活动海报100cm-75cm喷绘52张。(交广告公司处理)

预算：条幅约3600元喷绘约600元。

预算：约1500元——4000元

3、活动宣传单发约3-6万份

预算：约4500元

所需人员：约2人

4、汽车游街，以本店其中新车或租借(2-4辆)与修理厂皮卡车(2辆)组成，新车居中，皮卡做为广告车一前一后。(如图展示)

(1)用kt板及广告写真纸制作x汽车标志，置于第一辆皮卡广告车上，车身周围张贴广告主题内容，后厢敲锣打鼓。

(2)用kt板及广告写真纸制作1比2x汽车模型一辆，以人抬的方式置与后x广告车。

所需人员：司机6名，敲锣打鼓2-3人。

敲锣打鼓约150元/天皮卡租金约180元/天

5、县城中心广场活动：

(1)x汽车展示，邀请美女车模，汽车宣传单发放。

(2)租借2-3辆x汽车，举行汽车障碍挑战赛、慢行挑战赛，参与即有奖品。

所需人员：车模2-4人，汽车比赛裁判1-2人，宣传台、销售、礼品发放2人。

预算：活动展台美女车模。

6、向外拓展宣传，辐射周边范围，德保县、那坡县活动内容可如上1-5点或相对减少。

在兼顾成本的情况下，结合酒店与修理厂内容。

3、现场订车后分期付款赠送，如座垫、脚垫、6月洗车卡、加油卡200元或其他；

5、汽车比赛礼品赠送：洗车体验卡、挂历、台历、过年吉祥物或其他。

新能源销售实训总结篇三

1.1 我市汽车市场状况

随着经济的快速发展，我市汽车保有量也呈现速增长的态势，这为我国汽车服务业发展提了强劲动力，我国整个汽车服务行业或将是一个几万亿的大市场，行业发展潜力巨大。我国汽车服务行业发展潜力巨大体现在两方面：

2、在成熟的汽车市场中，汽车销售利润在整个汽车产业中约占20%，汽车售后服务业利润约占汽车产业总利润的55%。

30-39岁人群已购车人数占比达55.5%，为按年龄分类群体中占比最高，是已购车的主力人群；20-29岁人群关注人群占比达44.1%，但购车人群占比只有25.9%，是首次购车最大的潜在消费人群。可以发现，40岁以上人群首次购车需求基本达到饱和状态，30-39岁人群目前还有一定增长空间，推测20-29岁末期和30-39岁早期为首次购车。

3.1 活动目的：

促销宣传、回馈老用户

3.2 销售渠道

1、店面营销通过建立4s店、销售网店等直接面向广大消费群体。

2、网络营销在网络上公开克莱斯勒300c的、配置、价位以及对比车型。

3.3 推广方式

1、媒体广告在电视、报纸杂志对克莱斯勒300c进行详细的产

品介绍、优惠政策、公司活动等。

2、网络推广互联网的发展使得我们的信息可以不受地域的限制有利于信息的传播而且具有费用低、传播迅速、面积广的特点。

3、车友会借助4s店的. 车主信息邀请客户来店交流

4、试乘试驾：邀请一些忠诚客户进行试乘试驾体验让客户亲身体会克莱斯勒300c的性能装饰等充分发掘潜在客户。

5、公关活动对新车可以进行一次发布会举办车展让客户可以更加直观的感觉克莱斯勒300c的形象。

6、加大促销力度，或者是新车型的促销推广活动。这类活动最直接的是降价，打折，赠送保险等，还有推出零利率购车，赠送大礼包等优惠。

7、答谢消费者促销活动，为庆祝销量达成一定数量，对消费者的感谢，购车享受超值大礼包，零利率购车，最低首付达多少等。此外，还有商家会推出一些保修、赠送车内礼品的活动。

8、节假日以及特殊日子促销活动

4.1前期安排前期准备分三块，人员安排，物质准备，试验方案。

4.2活动流程和人员安排

4.3试验方案

一. 宣传和条幅

拉赞助商，并筹备海报（由赞助商提供）。

地段及居民区散发

二. 咨询柜台

放一个咨询柜台，用来登记意向者的名单和联系方式

三. 舞台表演

1. 车模表演

2. 表演的人员可以是在外请来的表演团

3. 汽车试驾活动在场我们有专业的车友进行驾驶表演，现场也可请在场观众进行汽车试驾

3. 主持人对汽车文化必定要有所了解，能够带动整个会展的气氛。

新能源销售实训总结篇四

a公司是一家专业生产、经营顶级品牌——电动自行车、电动摩托车、电动喷雾器等a系列产品的企业。

专题推荐：

商业计划书, 创业计划书大全

二、市场分析

(一) 品牌定位

争做电动车行业的领导品牌

(二) 目标市场

(三) 市场前景

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。各行各业的人们在不同的领域中拼搏发展，或沉或浮，实现各自的理想。在走过原始积累的辛酸苦辣后，他们成为社会财富的拥有者。

新能源销售实训总结篇五

近年来，新能源汽车行业迅速发展，成为了汽车市场的新热点。随着新能源汽车用户数量的不断增加，新能源销售渐渐成为了汽车销售行业的一个重要分支。在这一行业中，销售人员的角色至关重要。作为一名新能源销售人员，我深刻认识到了新能源销售的重要性和难点，也积累了一些心得体会。

第二段：了解产品技术

销售人员首先要了解产品的技术特点，这样才能更好地向客户介绍和推销产品。新能源汽车的技术有很多特殊之处，比如插电混动、纯电动、燃料电池等等。这些技术的不同特点与细节，必须在销售过程中对客户进行详细的解说和讲解。

第三段：把握客户需求

在销售过程中，了解客户需求是非常重要的。新能源汽车相较于传统汽车，价格更高、车型更少、充电等非常重要的问题。针对这些问题，销售人员应该了解客户的实际需求，提供相应的解决方案。通过了解客户需求，提供个性化的售后服务，增加客户的满意度，从而提高销售效率。

第四段：建立信任关系

销售过程是一个信任建立的过程。建立良好的信任关系有助于顾客与销售人员产生友谊和维持长期关系。这种友谊和关系，有助于销售人员维护和保持客户忠诚度，为公司带来更多的收益和市场份额。良好的客户关系可以建立在多个方面，如尊重客户需求，提供优质的售后服务等。

第五段：结论

总而言之，在新能源销售过程中，销售人员首先要了解产品的技术特点，以及客户的诉求和需求，并在销售过程中建立信任关系。这些要点是实现良好销售效果的关键。如果一名销售人员能够在这些方面做到更加优秀，就可以为公司创造更大的价值，也可以为自己开创更加美好的未来。