

汽车售后总结工作报告(模板7篇)

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。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！

汽车售后总结工作报告篇一

在没有进公司之前我是一个没有销售经验缺乏专业知识的人，仅凭对销售的热情，到公司之后，一切以零开始，一边学习产品知识，结合销售学习，经过不断学习和努力，收取同行之间的信息和积累市场经验；转眼xx即逝，不知不觉中，我在本公司做领班兼外采已经快xx年了。

这段时间，在公司领导的关心支持下，我认真以岗位职责要求，以饱满的热情投入到工作中去，以谦虚的态度虚心向其他同行学习，开拓创新，扎实工作，转变思想，进取投入到实践中去。十分感激采购部进取支持和领导的支持与关心，现将这一年是以来的工作总结如下：

一、存在的缺失

- 1、对市场了解得不够深入，主要是冬装的备货不及时，没有细心注意天气突变，以至于引起一连串的反应，令业绩位能到达状态。
- 2、一年来我做了必须的工作但跟领导的要求还有不少差距，专柜的纪律管理执行力不够，影响整个买场形象。
- 3、xx区的商品的处理问题没能够得到合理的处理意见。有时候看问题看得不够透彻，容易把问题梦想化，容易导致和实质情景产生一些偏差。

二、部门工作总结

客观上的一些因素虽然存在，在工作中的其他一些做法也有很大问题，主要表现在：

- 1、销售工作最基本的用户信息维护，信息反馈，一些老用户等等导致很多顾客未能及时得到一些优惠活动信息。门店也常收到顾客投诉旧积分未转新卡。
- 2、沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能够把我们的'产品的情景十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想发和意图，对客户提出的某个提议不能做出迅速的反应，老员工的流失，新员工的专业知识有待加强。

三、明年计划

- 1、建立一支熟悉产品，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与有一个好的销售人员，建立一支具有合作精神的销售团队企业的根本。
- 2、完善会员制定，建立一套明确的专人管理办法。
- 3、销售目标：以每月区域目标，每日的销售目标分配到个个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司明年的发展与员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的，提高执行力的标准。

新的一年我为自我制定了新的目标，那就是要加紧学习，更好的充实自我，以饱满的精神状态来迎接新时期的挑战。明年会有更多的机会和竞争在等着我，我心里在暗暗的为自己鼓劲。要在竞争中站稳脚步。踏踏实实，目光不能只限于自身周围的小圈子，要着眼于全局，着眼于今后的发展。我

也会向其它同事学习，取长补短，相互交流好的工作经验，共同提高。

汽车售后总结工作报告篇二

对工作有效地总结，有利于发现工作中的不足，有利于以后的工作更好地开展。下面是由本站编辑为大家整理的“汽车售后服务工作总结”，欢迎大家阅读，仅供大家参考，希望对您有所帮助。更多文章在本站工作总结栏目，希望您关注与阅读。

汽车售后服务工作总结【一】

时间总是在忙忙碌碌中过去了。但在4s店我学到了很多，也懂得了很多，下面把自己工作、学习情况在一个总结，不当之处请批评指正。xxxx年04月我入新乡店，在汽车售后任职，在各位领导关怀指导、在周围同志关心帮助下，思想、工作取得较大进步。回顾入职来的工作情况，主要有以下几方面的收获和体会：

一、从严要求的环境下，认识工作，进一步认识自己。

我入职以后才发现，我对售后服务的理解还只是皮毛上的东西，有很多东西是我从前没有想到的，因此，我的第一步就是对自己的定位及认识自己的工作。我感到，一个人思想认识如何、工作态度好坏、工作标准高低，往往受其所在的工作环境影响。我从一开始的懵懂到现在的熟悉，与上级领导和部门同事的帮助是分不开的。如果让我概括这一段时间来我部门的工作状况，就是六个字，即：严格、紧张、忙碌。严格的工作要求、紧张的学习氛围和忙碌的工作节奏。从模糊到清晰，我充分认识到自己工作的重要性。工作中，面对领导的高标准、严要求，面对周围同事积极向上的工作热情和积极进取的学习态度，面对紧张高效的工作节奏，使我深

受感染，充分认识到，作为这个集体中的一员，我首先不能给这个集体“抹黑”，拖这个集体“后腿”，在此基础上，要尽快融入到大家共同创造的“勤奋学习、努力工作”的浓厚氛围之中。在这种环境影响下，我的力争在最短的时间里熟悉自己的工作，在这一想法的实现中，我的工作标准也不断提高，总是提醒自己要时刻保持良好的精神状态，时刻树立较高的工作标准、时刻要维护好这个整体的利益来做好每一项工作。这也是我能够较好完成这段时间工作任务的重要保证。

二、在勤奋努力的学习中，素质得到提升。

应该说，过去的一年，是勤奋学习的一年。由于自己入汽车行业时间比较短，要想在同样标准的工作中做好做出色，必须付出更多的努力。通过学习，使我无论汽车服务接待、还是自己本职位的业务知识学习，都有了一个飞跃式的进展。这也更加验证了“只要付出，就一定有回报”的深刻道理。

三、在熟悉中寻求突破、寻求创新，工作取得进展。

回顾过去一年忙碌的工作，从开始的不懂到现在的熟悉，从刚迈出大学的青年到现在的准职业人，从部门同事的认识到的相互之间的密切合作，每一次工作上的较大举动都对自己是一种锻炼，也是一种考验。售后汽车服务流程等几项工作我都会要求自己做到认真、细致、精心完成。

总之，汽车售后还是一个不断成长的部门，是一个锻炼人的好地方，我有幸伴随它成长，它让我一个涉世未深的人深刻的认识到自己，认识到工作的本质，那就是相互之间的协作，一个人可以才华横溢，但是没有其它人的协助，仅凭一人之力是什么都做不了的，我在工作中学到了很多工作上的事情，也学到了很多做人的道理。尽管觉得很忙很累，但也体验到了苦中有乐、累中有得的收获感觉。我想这也必将为自己今后工作学习上取得新的进步奠定坚实的基础。我也深知，工

作中自己还有一些不尽人意的地方。比如，在接待上，还没有达到精益求精的要求；工作有时操之过急，缺乏深入细致的工作作风等等。我要在今后的工作中努力克服不足，改正缺点，加强锻炼，以出色的表现为公司整体工作上水平献计出力，做出贡献。

汽车售后服务工作总结【二】

国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给xx公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下，xx公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为xx分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾全年的工作，我感到在以下几个方面取得一点心得，愿意和业界同仁分享。

一、加强面对市场竞争 不依靠价格战 细分用户群体 实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标，结合xx总经理在20xx年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：

对策二：细分市场，建立差异化营销1、细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据xx年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市场、零散用户等四大市场。对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了xx出租车协会理

事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传xx品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。针对近两年xx市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上旬上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障；与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。

针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展毕加索的推荐销售，同时辅以雪铁龙的牌介绍和文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和xx市高校后勤集团强强联手，先后和xx理工大后勤车队联合，成立校区xx维修服务点，将xx的服务带入高校，并且定期在高校支部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猜测当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场猜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，通过天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，积极支部车源。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xx市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成xx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xx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xx年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；在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆；在车间推行看板治理，接待和治理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。为了进一步提高用户满足度，缩短用户排队等待时间，从6月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1:00，售后俱乐部提供24小时全天候救援；通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满足度。全年售后维修接车xx台次，工时净收入xx万元。

二、强化服务意识，提升营销服务质量

20xx年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严重的形势，在年初我们确定了全年为“服务治理年”，提出“以服务带动销售靠治理创造效益”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，在治理层强化服务意识，将服

务工作视为重中之重。同时在内部治理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，治理部门服务一线的治理服务体系；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；在治理部门中，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治理机制。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、“冬季送暖和”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。

三、追踪对手动态 加强自身竞争实力

对于内部治理，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治理提出全新的方案和建议；支部综合部和相关业务部门，利用业余时间，对xx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、利用对方的优点，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。营销治理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了熟悉，又明确了目标。

在加强自身治理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和专业知识。通过聘请国际专业的企业治理顾问咨询公司(xx)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。

20xx年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，分公司经营工作取得了全面胜利，各项经营指标屡创历史新高。

在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创造性，精品服务理念的创新上，还大有潜力可挖。还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对即将到来的20xx年，分公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务治理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保分公司20xx年经营工作的顺利完成。

汽车售后服务工作总结【三】

随着汽车市场的活跃，汽车售后服务站的竞争也越来越激烈，为了提高服务质量争取更多的用户，维修站也在想方设法提等于留住了更多的用户。那么，服务顾问应该怎样作好自己的工作。

1、迎接顾客要主动热情

服务顾问给顾客的第一印象是十分重要的，它直接关系到顾客是否愿意在此修车，以及业务的扩展。为此要做到以下几点：一是热情友好的接待，如对新顾客应主动自我介绍，递

上名片;二是对顾客要一视同仁,不管是本地的还是外地的,是老朋友还是新顾客,绝对不要和老朋友聊个没完,而把新顾客晾在一边;三是做到有问必答,服务顾问应熟悉各种车辆,并全面掌握本厂的情况,遇有不清楚的地方,应尽可能通过电脑或电话查询,不要跑来跑去把顾客放一边,这样会使顾客觉得你业务不熟悉和管理混乱;四是业务太忙不得已让顾客等待时,应礼貌地请顾客稍候,并安排人送上饮料,甚至用餐,提供代客同意,先接待新顾客,因为新顾客正是我们要开发的资源。

2、与顾客交谈要诚心诚意

首先要仔细倾听顾客介绍情况,不要随便打断对方的说话,如果是涉及到投诉或质保期等内容,要认真做好记录,不要轻易下结论。其次向顾客介绍情况时,应尽可能用通俗易懂的语言,避免使用难懂的专业术语。如遇到顾客说:“你看着办吧,哪儿坏了修哪儿。”服务顾问可不要自以为是,过于随便,而应把每项工作都向车主讲清,如为什么要这样做、有什么好处、要多长时间、多少费用等等,这样既可以避免结算费用时发生不必要的麻烦,也能体现对顾客花钱修车买放心。

3、车辆交接检查要认真仔细

车辆交接时,服务顾问和顾客在检查发动机后应将车子开到举升机平台上,与顾客一道检查底盘上一些容易出问题的部件,如油底壳等,这样会加深顾客对修理厂的信任。向顾客咨询故障现象时要全面,如出现故障时是冷车还是热车、是高速还是低速、是空载还是满载、行驶在公路上还是土路上、车上装了什么附加设备等,什么时候进行过维护、以前修过什么部位、故障是何时出现的、是经常性不还是偶尔出现等。如有必要应同顾客一起试车,试车时切忌猛加油、急“刹车”、高速倒车与转弯等,这要会令顾客十分心疼车辆,特别是车上的高级音响、车载电修,不要轻易动它。

4、填写托修单要如实详尽

车辆检查诊断后，应如实详尽地填写托修单，主要包括：一是顾客的姓名、地址、电话、进厂日期、车型、牌照号、底盘号、发动机号、附件数量、行驶路程，以及油量等信息。二是进厂维修的具体项目内容、要求完成日期，以及质保期；三是一些主要说明及服务顾问与顾客签名。托修单至少是一式两份，一份交顾客保管，一份修理厂留底。但也有许多管理完善的修理厂，托修单有4~5份副联，还有电脑存储。特别是托修单上的措词应严谨，可操作性强，同时要给自己留出充分的回旋余地。

5、估算维修费用及工期要准确

估算维修费用及工期是一个十分敏感的问题，稍有不慎，就有可能影响顾客源。在维修费用估算时，对于简单或明显的故障，维修费是容易计算的。但对需要作进一步检查的部位，则应把有可能出现问题的部件考虑在内，如实告诉顾客费用不超过多少，并把各项预算写在托修单上，作为日后核算的依据；同时注意在修理过程中如发现了其他损坏部件，对是否可以更换随时征求顾客意见。

在估算维修工期，即预定交车时限，应考虑周到，并留有余地，如待料、维修技术，或因其他紧迫任务需暂停某些车的修理等因素都要考虑进去。因为时限一经确定，就要尽一切努力来完成，否则，对顾客和修理厂都会带来一些不必要的损失。

6、竣工检验要仔细彻底

车辆修竣后，对修竣项目的检验是总检验员工作的重要环节，必须认真、仔细彻底地检查，必要时应进行路试。检查项目主要包括：对照托修单，核对所有修竣项目是否达到技术标准，工作是否良好；检查车辆各连接部件是否牢固完好，尤其

是有关安全(转向、制动)等部件是否存在隐患;检查车辆其他附件是否在维修过程中损坏或丢失,如有则应及时补齐。总之,只有一切都确认没有问题以后,方能通知顾客来接车。

7、竣工车辆交接要耐心

顾客验收修竣车辆一般都比较仔细。对此,服务顾问要有充分的耐心,并应主动配合顾客路试车,随时作些解释和交代注意事项,切忌让顾客单独验收或试车,以免因小失大。特别是对一些难以打交道的顾客(如吝啬、蛮不讲理、多疑等),一定要克服烦躁心理,耐心地配合顾客进行验收,使他们高兴而来,满意而去,因为这直接关系到顾客是否以后再回头。

8、遇到维修质量(品质)问题时要虚心

修竣车辆交付使用后,遇到顾客返厂咨询或要求返修索赔损失时,服务顾问要态度诚恳,尤其是对一些计较或蛮不讲理的顾客,应虚心倾听并认真做好记录,尔后根据情况分析判断,找出问题的原因。若属维修方面的原因,应深表歉意,并及时做出相应的处理;若属配件或顾客操作上的原因,应解释清楚,给顾客一个满意的答复。切不可一口否定自己的过错,要么找主任,要么找厂长,这样势必会让修理厂“关门大吉”。

服务顾问在维修中起到的是穿针引线的作用,就是以顾客为中心,去组织和协调各部门的工作,这样才能真正达到顾客满意。

汽车售后服务工作总结【四】

自20xx年10月8日进入xxxx汽车销售服务有限公司至今,我已经深深地融入到这个富有创造力和凝聚力的团队里,通过这一年的工作和学习,我的收获还是比较大的,现将这一年里

的工作情况总结如下：

一、学习类：

一年里通过自学、内部培训、外部培训让我们在这个发展迅速，更新日益的汽车行业里不被时代的浪潮淹没，这一切都要归功于这家全国10强汽车专业体质的“xx集团”。下面由我简单讲述学习中乐趣吧：

1. 汽车基础：对于从业8年多我平时并不关注这方面的知识，但事实说明了这些平时瞧不上的基础让你认认真真的重新学一遍，不得不承认还是有一定的提升空间的，而且这些基础是不容小视的，它关联或者说可以说直接决定你的专业知识的某个高度。

2. 新车型：在当今汽车功能升级如此快速的时代，能在xx这个品牌里见证和体验是我坚信工作中最为快乐的一件事。分享一下：1. 全新a3的新车上市，其中的“行人保护系统、驾驶辅助系统、发动机的闭缸技术”。2. 升级版a8l矩正大灯和经济驾驶模式。这些都是因为xx如果没有xx我又将如何去向往。

二、技能类：

一家公司从年初建造到四月的运营，中间我们中经历了很多很多，厂家的验收流程和标准让我受益匪浅，也让我积累难能可贵的工作经验。当然运营之后才是我们的重中之重，反复地研究流程，反复地解析流程，反复地练习流程。就这些让人厌烦的“反反复复”在我们平日里起了决定性的作用。还有厂家的系统也是一样，在半知半解中，在摸爬滚打中，一步一步地去完善。其中各种滋味也只有参与者真正才能够体会，但是不管是多么地纠结、多么地无助、多么地无味，坚信这一切的经历了必定是有收获的。

三、 工作解晰

在了解其他xx店业绩的过程中发现，各家店的业绩都是稳定在一个数值之间，但我们家的业绩正处于最低层爬升阶段，这无疑告诉我们，我们是个“落后者”，字眼很讽刺，可又那般的真实。或许我们可以用“后来者”给自己找个合适的借口，但事实不得不让我们去深思：台州地面上6家店并存是件很不易的事，各家店都占有自己独特的优势，这也是这些店的生存之道吧，简单聊一下：临海和温岭两家地理优势明显，稳定并不费力，提升空间很大。

关于如何提升，提升程度两家店给我们免费上了一课，1. 圈内声誉;2. 人员流动;3集团体质。这3点说明不切问题和注定的结果。路桥无疑店久，占据市场中心位置，它在这两年因新店的增加业绩上明显下滑，经过推出一些针对性的方案有效巩固了台州老大的位置，其中19800买断终身保养，就这一项就让各家店叹为观止□xx店凭借着优质服务体验，和强势宣传手段，为它在台州打下不凡的知名度，为此积聚大量的忠诚客户群，这一点我们从他们保养小修的产值就能得到很好的论证。至于黄岩，个人觉得那一家很神秘的xx店，为什么会用“神秘”两字呢，那由我来为你们道个人的观点：首先从开店到现在，从客户角度去观察，你们用宣传方式和客户导向非常富有逻辑性，明显看出这是长久计划中的第一步，并非巧合或偶然。还有内部“火力配置”也让我深有感触，从人员的选择性作为突破口，真所谓是花了“重金”，让我们回过头看看这“重金”的效果吧：

1. 客户体验;
2. 质量口碑;
3. 效率提升。

这些不用我列举，只要去过他们店或者维修过的客户都是深

有体会的。说了这么多他们的好，不由得让我也去思考他们为什么而出发，为什么那般环环相扣，为什么总是先知先觉。回顾它的历程，也许这样可以解释其中的原因吧：黄岩地处三区，相邻两区对其危险巨大，黄岩客户量有限，全部据为己有也只能勉强运营，但如果前期开业失势那便是万劫不复，回天无力。这也就是他们分分秒秒为之而努力的原因吧，筹建期长，临阵换将，置至死地而后生。说的很夸张，呵呵见笑了，纯属个人愚见。自己店就不说了，就用一句带过吧“不知是庐山真面目，只因身在此山中。”

四、今后工作的方向和重点

经过一年的工作，如何将工作转换成一种“生活方式”是我为之而努力思考的。只有目标清晰了，方向明确了，那样所谓的压力不再是压力，所谓的困难也不再是困难，用一种“生活方式”去享受工作，去充实自己[]20xx年继续“走在路上”为美好的每一天而不懈努力。

汽车售后总结工作报告篇三

对于内部治理，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治理提出全新的方案和建议;支部综合部和相关业务部门，利用业余时间，对xx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、利用对方的优点，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。营销治理方面出现的问题，大家在例

会上广泛讨论，既统一了熟悉，又明确了目标。

在加强自身治理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和专业素质。通过聘请国际专业的企业治理顾问咨询公司(xx)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。

20xx年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，分公司经营工作取得了全面胜利，各项经营指标屡创历史新高。

在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创造性，精品服务理念的创新上，还大有潜力可挖。还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对即将到来的20xx年，分公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务治理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保分公司20xx年经营工作的顺利完成。

汽车售后总结工作报告篇四

在“3.15”国际消费者权益保护日之际，作为8000万中国私家车主之一，我特别想对您说：您辛苦了！衷心感谢您！

我知道，正是由于您卓有成效的工作，中国在汽车年销量达到1800万的同时，召回数量只有180万；相比美国销售1270万辆、召回390万辆，中国的x召回无论数量还是比例，都明显更低。

在自以为是的美帝面前，中国人可以底气十足地宣布：我们生产的汽车是质量最好的！

我知道，很多人都说，生活在中国，需要很大的勇气，因为衣服有染色剂，食品有添加剂，房子也会有毒；不过我很庆幸，

在“衣食住行”四大件中，至少开车出行还是有信心的，因为中国的汽车有质量保障。

至于去年发生在杭州、上海等地的电动车自燃事件，我坚信，那是新技术在成熟过程中必然会碰到的个别意外。

想当年，飞机刚刚发明出来的时候，不也是经常出事么，对吧？

我知道，为了中国车主应有的权益，您一直都做着外人难以想象的艰苦努力。

比如说，从八年前开始，您就开始酝酿汽车“三包”规定，至今已经经历了两轮-公开征求意见。

八年！这足以让中国人赶走穷凶极恶的日本兵，也可以让一个懵懵懂懂的小丫头变成亭亭玉立的大姑娘。

在中国法制史上，从来没有哪一个法规曾经如此长期、广泛地倾听社会大众的心声。

我完全有理由相信，经过这样充分酝酿的汽车“三包”规定，必将代表最广大人民群众的意见，也必定能维护8000万车主的切身利益！

我知道，只要是有利于人民群众的事情，哪怕面临多大的困难，您都会毫不犹豫地选择去做。

比如说20xx年发生三鹿奶粉事件后，您就在第一时间迅速展开调查工作。

虽然给他颁发“国家免检产品”称号的就是您，可您并没有丝毫袒护，而是立刻跟他划清界限，这般意志坚定的大义灭亲，让人实在无法不动容。

况且后来，敢作敢当的国家质检总局李长江局长，甚至还引咎辞职;20xx年锦湖轮胎事件发生后，您在央视曝光当晚就赴现场开展执法检查。

这些行动，都充分体现了“权为民所用情为民所系利为民所谋”的执政理念，给那些思想淡漠、动作迟缓、敷衍了事的政府部门，作出了积极的表率！

我也知道，在别人看不见的幕后，您也在一如既往地默默奉献。

比如说，当丰田汽车出现“刹车门”的时候，您就多次约谈丰田中国相关负责人，促使他们开展了更大范围的召回措施；当锦湖轮胎出现“质量门”的时候，您也数次约谈锦湖公司中国代表，最终促使中国诞生第一起轮胎召回案例；前几天，当大众汽车出现“dsg故障门”的时候，我又再次看到了您那熟悉的身影。

虽然我不知道您跟他们究竟是怎么谈的，但是我知道，作为8000万中国车主的代言人，您肯定是在为我弱民等在竭力争取权益。

在您面前，曾经的世界第一巨头丰田低下了高贵的头颅，这一次我也相信，大众汽车同样也不敢无视您的苦心劝喻。

正因有了您的细心呵护，我由衷地感到，在中国做一名车主，是多么幸福的事情！我要发自肺腑地说一句：您辛苦了！衷心感谢您！

此致

敬礼！

一个普通的私家车主

20xx年3月15日

汽车售后总结工作报告篇五

弹指一挥间，转眼间过去，在过去半年中我们看到了的残酷性，作为xx汽车有限也在经受着市场的严峻考验，但我别克售后部顶住压力在公司及全体干部员工共同努力下仍较好的完成各项任务。

以下是我对我部xx年上半年业绩的的：

xx年别克售后的任务是xx万，截止xx年6月底我们实际完成产值为xx元，，完成全年的xx%□与年初的预计是基本吻合的。其中总进厂台数为xx台，车间总工时费为xx元（机修□xx元，钣金□xx元，油漆□xx元），我们的配件销售额为xx元，其中成本（不含税）为xx元，材料毛利为xx元，已完成了全年配件任务的xx%□

为了严格控制费用的支出，我们别克售后部制定了完整的物业的设备检修制度，定时对所有的物业的设备进行检查，发现问题及时解决问题，避免问题由小变大，造成更大的损失。故上半年我们别克售后的物业及设备的维修费用仅有xx元，这是因大家的共同努力才使得物业维修费用不但不超标，并有。

现在许多公司都普遍存在人员流动性较大及人力资源配发等问题，我别克售后现在全体工作人员为xx人，其中人员为xx人，员工为xx人（除管理人员外，前台接待为xx人，机修人员为xx人，钣喷为x人，仓管及保洁各x人）以上人员并不包括生，我别克售后也同样面临着关键人员缺失等问题。故我们将继续加强对员工各方面的及领导，从企业内部培训并发掘新的人才，能更好的为公司服务。

汽车售后总结工作报告篇六

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，才能充分融入到公司的发展当中，才能更加有条不紊的开展工作。首先，我们要做到：

3、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。

总的来说，从销量上看，我们的工作做的是不好的，销售业绩还有待提高：

1、销售人员工作的积极性不高

2、对客户关系维护很差

销售顾问最基本的客户留资率、基盘客户、回访量太少。一个月的时间里，总共八个销售顾问一天拜访的客户量才十几个，手中的意向客户平均只有七八个。从数字上看销售顾问的基盘客户是非常少的，每次搞活动邀约客户、很不理想，导致有些活动无法进行。

3、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；对客户提出的一些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

4、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工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，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。

5、销售人员的素质形象、业务知识不高

个别业务员的自身素质低下、顽固不化恶习很多、工作责任心和工作计划性不强，业务能力和形象、素质还有待提高。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、政府的政策扶持和个人的努力是分不开的。所以，作为一名销售人员，值得学习的东西实在是太多了！

汽车售后年度工作总结

汽车售后总结工作报告篇七

作为家具店的店长，就今年店内的工作情况作如下总结：

一个优秀的店长必须具备强烈的敬业精神，热爱本职工作、精力充沛、勇于开拓。

这方面的条件决定了店长的销售能力，是做好销售工作的基础。包括以下几个方面：

2、企业知识。要掌握本公司的历史背景、经营理念、生产能力、产品结构、品种系列、技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。了解公司的销售情况及在各地区的销售网络。

3、用户知识。了解家具购买者(包括潜在客户)的消费心理、消费层次、及对其家居环境布置的基本要求。

4、市场知识。了解家具市场的环境变化、顾客购买理满足。因为你在与顾客交流时，有效运用身体语言(如眼神、表情

等)传递你的诚意。而且在介绍商品时,以攻击其他同类产品的方式获取顾客对我们商品的信任,其结果只会适得其反,甚至使顾客产生反感的情绪。最后在谈问题时,尽量站在其他人的角度设身处地考虑具有很强的说服力。

店长在与顾客交谈时,可以其购买动机、房屋居住面积、家庭装修风格、个人颜色喜好、大概经济情况等方面着手了解客人的选择意向,从而有针对性的介绍商品。

根据顾客不同的来意,采取不同的接待方式,对于目的性极强的顾客,接待要主动、迅速,利用对方的提问,不失时机地动手认真演示商品;对于踌躇不定、正在“货比三家”的顾客,店长要耐心地为他们讲解本商品的特点,不要急于求成,容顾客比较、考虑再作决定;对于已成为商品购买者的顾客,要继续与客人保持交往,可以重点介绍公司的服务和其他配套商品,以不致其产生被冷落的感觉。

在顾客已对其较喜欢的产品有所了解,但尚在考虑时,店长可根据了解的家居装饰知识帮助客人进行选择,告知此商品可以达到怎样的效果,还可以无意的谈起此类商品的消费群体的层次都比较高,以有效促成最终的成交。引导消费最重要的一点是店长以较深的专业知识对产品进行介绍,给顾客消费提供专业水平的建议。

在销售工作中,经常会听到顾客的意见,一个优秀的店长是不应被顾客的不同意见所干扰的.,店长首先要尽力为购买者提供他们中意的商品,避免反对意见的出现或反对意见降低至最小程度,对于已出现的反对意见,店长应耐心地倾听,如顾客所提出的意见不正确,应有礼貌的解释;反之,应有诚恳的态度表示感谢。

售后服务是一个比售货还重要环节,是企业与顾客处理好买家关系的很重要一环,他能建立消费者对企业的信任感,不但可以加强商家与已购买物品的顾客间的联系,促使他们成为

“回头客”，同时老顾客也能影响到顾客，开拓更广市场，抓好售后服务可从以下几方面着手。

1、联系客户、保证服务。产品售出后，并不意味着买卖关系的中断，店长应继续定期与顾客接触，保持联系并为其服务。如果顾客对产品表示满意，店长还要充分履行组装、维修和服务等方面的保证，对于顾客的意见，店长应表示愉快接受，并及时采取改进措施。

2、记录、保存信息资料。企业销售部门通过建立客户档案，做工作记录来了解产品销售市场的变化，为分析和开拓市场提供有益的借鉴和参考，为完善售后服务提供宝贵的资料。店长应保存、记录的信息包括：客户的姓名、住址、联系方式、所购买的产品的名称、型号、规格、购买量、成交金额及顾客交谈的过程中其他有价值的信息(竞争对手投放市场的产品及其市场营销特点等)，销售过程中顾客购买和不购买和原因，对企业的产品提出了何种意见。

3、分析、管理关键客户。关键客户是所有顾客的核心部分，是那些在商场全部销售利润中占较大比例，在一定社会层面中具有代表性和影响力，在家居选择方面具有品味、崇尚潮流的客户，这些客户可从工作记录和客户档案中选出，店长在售后工作中将这类客户作为重点公共关系对象，是一种重要的营销手段；根据经验，有些在将来某一时间可能成为的客户，且具有关键客户的特征，可认为是潜在关键客户，这类客户也必须引起店长注意。

这就是我在今年学习到的家具销售方面的知识、心得，包括一些销售技巧。希望在明年，家具行业能迎来一个新的春天。