# 汽车集团市场工作总结(优选13篇)

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2024-07-16

*汽车集团市场工作总结1回首20\_\_年，有太多的美好的回忆，通过这一年的学习，让我深深的感受到了自己在销售技巧上的进步，但还是存在不少问题，在处理问题以及工作的方法上也有不足，但是我相信在领导的帮助与鼓励下，我一定会拥有更美好的明天。一、销售...*

**汽车集团市场工作总结1**

回首20\_\_年，有太多的美好的回忆，通过这一年的学习，让我深深的感受到了自己在销售技巧上的进步，但还是存在不少问题，在处理问题以及工作的方法上也有不足，但是我相信在领导的帮助与鼓励下，我一定会拥有更美好的明天。

一、销售工作总结、分析

在销售顾问岗位上，首先我要感谢一个人那就是我们销售部的经理，我要非常感谢他在工作上对我的帮助。虽然我在销售部门已经工作了一段时间，但对销售经验以及工作信心非常缺乏，我的工作可以说是很难入手。20\_\_年，我都是在经理的带领下帮助下进行客户谈判、分析客户情况，在销售中遇到难谈下来的客户销售过程中遇到的问题我总想到他，所以感恩我的上司，谢谢他不断地培养和鼓励我。

二、职业心态的调整

销售员的一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比耐心。如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。

重点客户的开展。我认为攻客户和制定目标是一样的，首先要集中精力去做一个客户，只有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

三、自己工作中的不足

在销售工作中也有急于成交的表现，不但影响了自己销售业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习、尽快提高自己的销售技能。

今年，我将一如既往地按照公司的要求，在去年的工作基础上更加努力，全面开展20\_\_年度的工作。现制定工作划如下：

1、对于老客户和固定客户，要经常保持联系，好稳定与客户关系。

2、因限购令的开始买车需摇号，所以要更加珍惜客户的资源。

3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式的销售方式。

今年对自己有以下要求：

1、每月应该尽努力完成销售目标。

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、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、对客户不能再有爆燥的心态，一定要本着“爱您超您所想”这样的态度去对待每位进店客户。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

7、为了今年的销售任务我要努力完成任务，为公司创造更多利润。

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，结合公司总经理在20\_\_年商务大会上的指示精神，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，我们没有一味地走入“价格战”的误区。“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

1、服务流程标准化

2、日常工作表格化

3、检查工作规律化

4、销售指标细分化

5、晨会、培训例会化

6、服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销细致的市场分析。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13年的销售形势，我们确定了油罐车、化工车、洒水车、散装水泥车等车型的集团用户、瞄准采购市场、零散用户等市场。对于这些市场我们采取了相应的营销策略。对相关专用车市场，我们加大了投入力度，专门成立了大宗用户组，销售公司采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。在市场上树立了良好的品牌形象，从而带动了我\_\_公司的专用汽车销售量。

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，一有需求立即做出反应。同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。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。我们把公司产品市场的占有率作为销售部门主要考核目标，顺利完成总部下达的全年销售目标。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，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。

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专用汽车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的管理提出全新的方案和建议;组织综合部和相关业务部门，利用业余时间学习。

三、注重团队建设

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。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专业素质。通过聘请专业的企业管理人才对员工进行了团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

20\_\_年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标均创历史新高。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新上，精品服务的理念上，还大有潜力可挖。同时还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对20\_\_年，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“服务管理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保公司20\_\_年公司各项工作的顺利完成。

**汽车集团市场工作总结2**

春去冬来，转瞬之间，历史即将掀开新的一页。在过去的一年里，XX的全体人员在的领导下，公司各部门的大力支持下，通过全体人员的共同努力，克服困难，努力进取，圆满完成了下达的销售任务。在新春即将来临之际将的情况做如下汇报：

>一、销售情况

销售891台，各车型销量分别为XX331台；……。其中XX销售351台。XX销量497台较增长45（私家车销售342台）。

>二、营销

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。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多次并组织销售人员对已经购车用户进行积极的回访，通过回访让客户感觉到我们的关怀。公司并在9月正式提升任命XX为厅营销经理。期间XX每日按时报送营销表格，尽职尽责，为公司的营销做出贡献。

>三、信息报表

报表是一项周而复始重复循环的，岗位重要，关系到公司日后对本公司的审计和的验收，为能很好的完成此项，5月任命XX为信息报表员，进行对公司的报表，在期间XX任劳任怨按时准确的完成了公司交付的各项报表，每日核对库存情况，对车辆销售作出了贡献。

>四、档案管理

为完善档案管理，特安排XX为档案管理员，主要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公司等，期间XX按照公司规定，圆满完成了公司交代的任务。

以上是对各项做了简要。

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，俗话说的好三人行必有我师，在学习后本人结合以往经验，取长补短，现对于的计划做如下安排：

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、协调与公司各部门的，争取优惠政策。加强我们的市场竞争力。

3、每日召开晨会，了解车辆销售情况，安排日常，接受销售人员的不同见解，相互学习。

4、销售人员的培训，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。

5、增设和发展二级销售网点，制定完整的二级网点销售政策，并派驻本公司销售人员，实现行销的突破发展，使我们的销售更上一层楼。

6、合理运用资金，建立优质库存，争取资金运用化。

7、根据公司制定的销售任务，对现有的销售人员分配销售任务。

8、重新划定卫生区域，制定卫生值日表。

9、一日模式，俗话说的好，好一日不算好，日日好才是好。

最后，在新春到来之际，请允许我代表专卖店全体销售人员，感谢公司领导和全体同事，在一年的中对我们的大力支持与帮助。在此表示深深的谢意。在20xx年新的一年当中我们将继续努力，虚心学习。以更好的成绩来感谢领导和各位的支持。再次谢谢大家，祝大家新年愉快，合家幸福。

**汽车集团市场工作总结3**

20年已经过去，在这将近一年的时间中我透过努力的工作，收获了许多宝贵的经验。在辞旧迎新之际，我有必要对自己的工作做一下系统的深刻的总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于在新的一年中把工作做的更好，自己有信心、有决心在新的一年的工作中做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司工作的，在销售部从事过销售计划工作半年后，转而开始从事汽车销售工作。之前我是没有销售经验的，缺乏汽车行业销售经验和销售知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，仅凭着对销售工作的热情，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教公司领导和其他有经验的同事，一齐寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。透过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，此刻对市场有了一个大概的认识和了解。此刻我逐渐能够清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了必须程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的潜力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，此刻能够拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目能够全程的操作下来。

我从9月份开始从事于销售顾问这项工作，也取得了一些成绩，在9月份，我一共销售了10台车;在10月份，因为参加培训，在杭州出差，也为公司销售了6台车。相继的11、12月份，不仅仅在广州、上海参加业务培训外，回到公司认真工作，总结10月的销售经验后，在11月12月各卖了10台车。总之，在我从事销售顾问的四个月中，一共销售了36台车，平均每月销售9台车，也到达了自己的预期目标，感谢公司带给了这个平台来实现自己的人生价值。但在新的一年中，还需要对自己严格要求，以下是我自己在新的一年中对自己需要改善的地方：

首先，在不足点方面，从自身原因总结。我认为自己在必须程度的不能揣摩顾客的消费心理，引导顾客进行消费，错失了很多机会。作为我们的一名销售人员，我们的首要目标就是架起一坐连接我们的商品与顾客的桥梁。为公司创造商业效绩。在这个方向的指导下，怎样用销售的技巧与语言来打动顾客的心，激发起购买欲望，就显得尤为重要。因此，在以后的销售工作中，我务必努力提高强化说服顾客，打动其购买心理的技巧。同时做到理论与实践相结合，不断为下一阶段工作积累宝贵经验。

其次，注意自己销售工作中的细节，谨记销售理论中顾客就是上帝这一至理名言。用自己真诚的微笑，清晰的语言，细致的推介，体贴的服务去征服和打动消费者的心。让所有来到我们卖店的顾客都乘兴而来，满意而去。树立起我们店工作人员的优质精神风貌，更树立起我们的优质服务品牌。

再次，要深化自己的工作业务。熟悉每一款车的车型，颜色，价位。做到烂熟于心。学会应对不同的顾客，采用不同的推介技巧。力争让每一位顾客都能买到自己称心如意的爱车，更力争增加销售数量，提高销售业绩。

最后，端正好自己心态。其心态的调整使我更加明白，不论做任何事，务必竭尽全力。这种精神的有无，能够决定一个人日后事业上的成功或失败，而我们的专卖销售工作中更是如此。如果一个人领悟了透过全力工作来免除工作中的辛劳的秘诀，那么他就掌握了到达成功的原理。倘若能处处以主动，努力的精神来工作，那么无论在怎样的销售岗位上都能丰富自己人生的经历。

总之，透过理论上对自己这大半年的工作总结，还发现有很多的不足之处。同时也为自己积累下了日后销售工作的经验。梳理了思路，明确了方向。在未来的工作中，我将更以公司的经营理念为坐标，将自己的工作潜力和公司的具体环境相互融合，利用自己精力充沛，辛勤肯干的优势，努力理解业务培训，学习业务知识和提高销售意识。扎实进取，努力工作，为公司的发展尽自己绵薄之力!

**汽车集团市场工作总结4**

>一、业务员治理失控

“只要结果，无论过程”，分歧错误业务员的销售步履进行监视和控制，这是企业普遍存在的题目。很多企业对业务员的步履治理非常粗放：对业务员公布一个业务政策，然后，把业务员象鸽子一样地放飞到市场上，等得业务员给企业拿来一份份订单、开发出一片片市场。由此，而造成一系列题目：业务员步履无计划，无考核;无法控制业务员的步履，从而使销售计划无实现保证;业务员的销售流动过程不透明，企业经营的风险增大;业务员工作效率低下，销售用度高;业务员的销售水平不进步，业务员步队建设不力等。

>二、客户治理粗拙

企业对客户治理有方，客户就会有销售热情，会积极地配合厂家的政策，努力销售产品;治理不善，就会导致销售风险。然而，很多企业对客房没有进行有效的治理，结果，企业既无法调动客户的销售热情，也无法有效地控制销售风险。目前，销售过程中普遍存在的题目，如客户对企业不忠诚、窜货现象、应收帐款成堆等，都是企业对客户治理不当的结果。

>三、信息反馈差

信息是企业决议计划的生命。业务员身处市场一线，最了解市场动向，消费者的需示特点、竞争对手的变化、经销商的要求，这些信息及时地反馈给企业，对决议计划有着重要的意义，另一方面，销售流动中存在的题目，也要迅速向上级讲演，以便治理层及时做出对策。然而，很多企业没有建立起一套系统的业务讲演体系，未及时地收集和反馈信息。

业务员的工作成果包括两个方面：一是销售额，二是市场信息。对企业的发展而言，销售额不重要，重要的是市场信息。由于销售额是昨天的，是已经实现的，已经变成现实的东西是不可改变的，因此它对企业没意义;有意义的是市场信息，由于它决定着企业明天的销售业绩、明天的市场。然而，很多企业既没有向业务员提出过收集信息的要求，也没有建立一套业务讲演系统，以便能够及时收集和反馈信息。

企业销售工作出了题目并不可怕。可怕的是企业不能够及时地发现企业营销流动各个环节中发生的题目，并在治理上做出及时的反馈，使这些题目得以迅速解决而不至于给企业造成重大危害。

为什么有些企业客户档案长期不真实?为什么有些企业应收款不断发生而得不到纠正?为什么有些企业给公司造成的同类事件反复发生而不能根治?为什么有些企业在营销方面的严峻题目长期不能发现?一旦发现，则已经处于破产边沿，无力回天!其根本原因盖出于对企业营销治理过程中发生的各种信息无监控治理，尤其是无及时的轨制性的治理反馈。

>四、业绩无考核

很多企业没有对业务员的销售业绩按期进行考核。企业对销售职员按期进行定量和定性考核，包括考核业务员销售结果，如销售额、回款额、利润额和客户数;考核业务员的销售步履，如倾销员天天均匀造访次数、每次访问所用时间、天天销售访问的均匀收入、每次访问的均匀用度、每百次访问均匀得到的订单数、一定时间内开发的新客户数、一定时间内失去的老客户数、倾销员的用度在总销售额所占的比重等;对业务员进行定性考核，如考核业务员的合作精神、工作热情、对企业的忠诚责任感等。对业务员进行考核，一方面是决定销售职员报酬、赏罚、淘汰与升迁的重要依据，从而调动业务员的积极性;另一方面临业务员的业绩进行检讨和分析，可以匡助业务员提高。销售治理的一个重要内容就是培养业务员的销售能力，业务员不提高，就不会进步销售业绩。

>五、轨制不完善

很多企业无系统配套的销售治理轨制和与各项销售治理轨制相匹配的销售治理政策一个企业的销售工作要想不出大的题目，先决前提是，在企业的销售治理轨制上要没有显著的缺陷和漏掉，销售治理轨制系统配套、互相制衡，并有相应的销售治理政策与之相匹配。有的企业对违背企业划定，给企业造成重大损失的销售职员，从轨制上制定了严肃的处罚划定，但实际上，这些处罚划定无法实施，由于企业没有制定相应的配套轨制，致使一些靠吃回扣个人发了财而企业造成巨额无主应收款的业务职员，一旦事发，一走了之，企业在事实上无法对其进行惩处。

良多企业的销售治理轨制不配套，好象缺了一块板的“木桶”，盛不住水，其特征是：很多应当受到鼓励的没有受到鼓励，一些应当受到惩处的没有在轨制上做出划定;对应该鼓励的行为缺乏轨制上的奖励划定，对禁止的行为缺乏相应的处罚轨制;该奖励的不能及时兑现，该处罚的无法实际执行。

>六、建立一套完善的销售治理体系

实践说明，无治理销售，已成为制约企业销售工作顺利开展的陷阱。要搞好产品销售工作，企业必需建立一套完善的销售治理体系。

1.销售计划治理。其核心内容是销售目标在各个具有重要意义方面的公道分解。这些方面包括品种、区域、客户、业务员、结算方式。销售方式和时间进度，分解过程既是落实过程也是说服过程，同时通过分解也可以检修目标的公道性与挑战性，发现题目可以及时调整。公道的、量力而行的销售计划，在实施过程既能够反映市场危机，也能够反映市场机会，同时也是严格治理，确保销售工作效率、工作力度的枢纽。

2.业务员步履过程治理。其核心内容是围绕销售工作的主要工作，治理和监控业务员的步履，使业务员的工作集中在有价值项目上。包括制定：月销售计划、月步履计划和周步履计划、逐日销售讲演、月工作总结和下月工作要点、活动销售猜测、竞争产品分析、市场巡视工作讲演、周定点造访路线、市场登记处讲演等。

3.客户治理。客户治理的核心任务是热情治理和市场风险治理，调动客户热情和积极性的枢纽在于利润和远景;市场风险治理的枢纽是客户的信用、能力和市场价格控制。治理手段和方法有：客户资料卡、客户策略卡、客户月评卡等。

4.结果治理。业务员步履结果治理包括两个方面。一是业绩评价，一是市场信息研究。业绩评价包括：销售量和回款情况、销售讲演系统执行情况、销售用度控制情况、听从治理情况、市场策划情况、提高情况。信息研究包括：本公司表现、竞争对手信息，如质量信息、价格信息(二批和零售)、品种信息、市场趋势、客户信息等。

**汽车集团市场工作总结5**

20xx年重卡市场流年不利，总体市场下滑幅度较大。一方面重卡市场受今年整体经济下行压力加大、经济形势不景气，造成很多工程无法投入建设，房地产市场大范围低迷以及基建投资增长乏力等大环境因素影响，市场对重卡的需求量变小，因此重卡车的销售也受到了影响；另一方面受国家宏观经济“结构性减速”，gdp增速持续放缓、消费在国民经济中占比继续下降和国内重卡市场趋于饱和等因素影响，预计重卡需求不旺的局面将持续到20xx年。

公司发展方面：一是强化生产布局调整，为搅拌车和新增车型等高附加值产品的上线与上量提供空间，对现有生产场地合理规划工艺路线，提升牵引车等增量车型的发展空间；二是加强新产品的开发，紧跟市场步伐，做好产品技术储备，着重开发42m3半挂散装水泥车，现已进入样车试制阶段；对现有车型进行改造升级，紧跟政策，贴近市场，着重完成了84轻量化底盘和上装轻量化的技术完善工作；服务生产，提高工艺保障水平；协助技改完成工艺布局调整及设备选型调试。

转眼进入大众汽车公司已经十个月了，在这十个月里，我完成了从大学生到企业员工的转变，思想及技能都有了显著的提高。是大众让一向只会被动接受的我感受到了责任，明白了付出就会有收获的道理。现在的我，心里装满浓浓的感恩，是大众公司领导的亲切关怀、同事们的无私帮助激励了我的成长，这种在人生转轨的关键时期所受的鼓舞，将使我受用终生。

大众，是知名的汽车品牌。进入大众是我一直的愿望。记得刚迈入大众公司的大门时候，心情是那么的激动，我的愿望终于实现了。但经过一段时间的洗礼，留在心中的只有茫然，我不知道这陌生的一切，能带给我怎样的人生。这时是公司领导的叮咛安抚了我，同事们的目光鼓励了我。令我感受到了温暖和关怀，让我坚定的走到了现在。

焊装车间的生产时繁杂和辛苦的，我学的是汽车检测专业，可以说与焊接毫不相干。许多东西我都要从头开始学起，怎样才能做好这项工作？记得在刚进公司培训的时候，领导教导我们，要摆正心态，要干一行爱一行。我的师傅也曾对我说过，遇到困难我们要去战胜它，别人能做好的事我们为什么不能做到呢？只要努力，我相信你一定可以的。

就这样我开始认真对待我的工作，不懂就问，不会就学，不好就练，就是这种方法是我快速的适应了焊装车间一线的生活。让我从跟不上线速，进步到能够保证生产，然后到现在的在保证质量的情况下提前几个小时干完产量。有了时间后我开始为自己定制新的计划。比如要学会班组所有的工位，这样就能在班组有困难的时候，尽一点自己的力量。现在这个目标我已实现大半，在以后的时间我会更加的努力，争取早日完成这个目标。

在公司里，有许多，我在上学时没有接触到的知识，如汽车的相关知识，同事之间的关系。员工与领导的关系等。这是一所社会大学，在这段时间里，我真的学到了很多，也成熟了很多。在20\_年，我会更加努力。争取早日成为公司的正式员工。

出租车公司在总公司董事会的正确领导下，积极筹划，科学管理，注重安全，狠抓服务，通过全体员工一年的共同努力使公司的各项工作逐步步入规范轨道。

**汽车集团市场工作总结6**

20xx年是xx汽车辉煌的一年，国内专用车市场竞争日益激烈，有价格战、市场之争，产品之争等。回顾全年的工作，我们主要围绕以下开展工作：

>一、面对市场竞争不依不靠细分客户群体

针对今年公司总部下达的经营指标，结合公司总经理在20xx年商务大会上的指示精神，公司将全年销售工作的重点立足产品对口营销管理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，我们没有一味地走入“价格战”的误区。“价格是关键”，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xx。对于淡季的专用汽车销售该采用什么样的策略呢?xx汽车摸索了一套自已的\'工作方法：

1.加强销售队伍的素质加强目标管理

1)服务流程标准化

2)日常工作表格化

3)检查工作规律化

4)销售指标细分化

5)晨会、培训例会化

6)服务指标进考核

2.市场个性化、细致化，建立差异化营销细致的市场分析。

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，我们确定了销量大的车型如油罐车、化工车、洒水车、环卫垃圾车、散装水泥车等车型的集团用户、零散用户等市场。压缩垃圾车、高空作业车、扫路车等较特殊的车型采取一对一销售模式，对于这些市场我们采取了相应的营销策略。对相关专用车市场，我们加大了投入力度，主动上门，定期沟通、反馈的方式，密切跟踪市场动态。在市场上树立了良好的品牌形象，从而带动了xx汽车公司的专用汽车销售量。

3.注重信息收集做好科学预测，发展网销

信息时代专用车市场机遇转瞬即逝，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。市场上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。结合网络销售这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做出反应。同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的数量的同时，我们强化对市场占有率，我们把公司产品市场的占有率作为销售部门主要考核目标，顺利完成公司下达的全年销售目标。

售后服务是关键，是整车销售的后盾和保障，对售后服务部门，提出了更高的要求，售后队伍搞好服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作。

>二、不断加强自身竞争实力

公司内部管理，做到请进来、走出去。我们通过委托相关专业公司，对分公司的管理提出全新的方案和建议；组织综合部和相关业务部门，利用业余时间学习。

>三、注重集体团队建设

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。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专业素质。

20xx年通过公司全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标又创新高。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新上，精品服务的理念上，还大有潜力可挖。同时还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对20xx年，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“质量第一、产品销售服务管理”这个终旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保xx汽车公司20xx年公司各项工作的顺利完成。

**汽车集团市场工作总结7**

春去冬来，转瞬之间，历史即将掀开新的一页。在过去的一年里，xxxx厅的全体工作人员在xx的领导下，公司各部门的大力支持下，通过全体工作人员的共同努力，克服困难，努力进取，圆满完成了xxxx下达的销售任务。在新春即将来临之际将XX年的工作情况做如下总结汇报：

>一、销售情况

xxxx20xx年销售891台，各车型销量分别为富康331台；xx161台；xx3台；xx2台；xx394台。其中xx销售351台。xxxx销量497台较XX年增长45（13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。 XX年本部门举行大小规模车展和试乘试驾活动1xxxx，刊登报纸硬广告34篇、软文4篇、报花5xxxx、电台广播140xxxx次并组织销售人员对已经购车用户进行积极的回访，通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xxx为xxxx厅营销经理。工作期间xxx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xxxx公司日后对本公司的审计和xxxx的验收，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，每日核对库存情况，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xx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xxxx公司等，工作期间xx按照公司规定，圆满完成了公司交代的工作任务。

**汽车集团市场工作总结8**

xx店自成立以来至今在各4S二级经销商网点的通力配合及支持下实现销售系列汽车共4563台，平均每月实现各个网点销售100多台，网点销售占据整个公司销售额的50%以上，经销商销售管理工作已成为XX公司销售工作的重要组成部分，现我就公司近5个月经销商销售工作做一工作总结：

>一、二级经销网络的建立与完善

公司汽车4S店自成立以来，秉承环节中的重要部分，培养忠诚，有实力的经销商是公司目前经营的原则。二级网点与总代之间关系衔接直接影响双方的利益。汽车市场需要总代与二级网络之间的共同维护，也需要二者之间的相互促进包括市场监督有效性，信息渠道畅通性，信息反馈的准确性。针对二级市场公司目前正加速人员配备，合理运用人力资源，尽快落实市场区域人员到每个区域与二级网络销售人员共同开发大客户市场，通过对市场需求的分析，对购买车客户群进行行业划分，真正做到购车信息的准确性。希望通过市场区域人员与二级经销商通力合作达到双赢的良好结局。除此之外公司也将提供更多的市场购车信息分配到二级网络，使汽车在二级网点具备强大的市场信息网络，公司也将与二级网络长期合作与发展。

>二、汽车强势市场与弱势市场的均衡

汽车湖南营销中心通过5个月的整合销售以来，市场格局呈现了强势市场与弱势市场，其中主要原因第一受区域条件的限制，第二公司经销商网络不完善造成。从市场发展情况分析呈现地区，地区销售量占整个省内销售量三分之二，其它地区销售不胜理想，为达到各区域销售的市场均衡，需要各二级网络共同协作，公司将鼓励二级网络建设，提供人员及资源支持，全力配合二级经销商开拓市场，争取年内促使全省各二级网络销售量都能达到预期的效果。

>三、经销商管理上的不足之处

健全二级网络建设是销售与售后服务上的双重建设，对于全省车区域管理由于各地区网点建设分布不均，使销售与售后产生了脱节。在这方面公司将尽快确定销售政策，在人员培训，广告，售后等给予大力支持，我们希望通过邀请各经销商来长共同探讨车经营的最佳模式，公司也将认真听取大家的建议能尽快弥补我们管理上的不足之处，确保二级销售网络向健康的方向发展。总之一条公司与二级网络经销商就像鱼与水的关系只有相互之间融合共同发展才能使这个本土越野品牌发展的更持久，更壮大，同时也希望公司能在各二级网点的支持下建设成为全国一流的4S营销中心。

**汽车集团市场工作总结9**

>一、汽车销售状况

xx公司20xx年销售xx台，各车型销量分别为富康xx台。其中xx销售351台。xx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x李同志为xx厅营销经理。工作期间李同志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xx的验收，为能很好的完成此项工作，20xx年5月任命李同志为信息报表员，进行对xx公司的报表工作，在工作期间李同志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，特安排李同志为档案管理员，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，工作期间李同志按照公司规定，圆满完成了公司交代的工作任务。

**汽车集团市场工作总结10**

在充满希望的初春季节，很荣幸成为公司的一员，与这个新兴的公司一同成长。三个月的试用期一晃而过，对于汽车行业和零部件采购从陌生到熟悉，这段经历对我来说显得弥足珍贵。

>一、工作总结与体会

这三个月的时间里，在领导和同事们的悉心关怀和指导下，通过自身的不懈努力，我已经逐渐适应了周围的生活与工作环境，对工作也逐渐进入了状态。在这段过程中，我想分三个阶段来总结我这段时间的工作。

（一）、萌芽阶段

在这一阶段主要是学习公司的各种制度和日常的工作流程，了解汽车构造等。具体如下：

1、学习公司管理标准文件，熟悉日常工作作业流程，了解公司在薪酬福利、绩效考核、安全管理、组织纪律等方面的制度。

2、了解公司各单位组织架构和职能介绍，特别是采购部门的职能和具体的工作分工，对今后的采购工作行程基本印象。

3、学习各类知识，通识类如商务礼仪和公文写作，专业类的如办公软件office操作技巧、CAITA的看图、识图及简单的制图方法。

4、系统学习零件开发流程及流程中各环节的注意事项，并理解其设置的意义。

5、参加每周定期开展的教育训练，了解不同部分的零部件知识、采购议价技巧等。

初期通过对以上内容的学习，我感受到了汽车零部件采购和以往采购工作存在着很多的不同之处。xxx作为国有控股公司本身具有其独特性，主要体现在工作模式和工作分工两个方面。较一般企业而言更加注重程序的正规化、标准化，部门间沟通的广泛化；更为重要的区别是零部件采购要求我们必须要学习和掌握必要的汽车领域专业知识。

这一阶段是出错高峰期，在处理一些事情上不够细心，如报告格式、内容呈现等细节处理比较随意。当然在工作导师和领导的纠正下并结合自我反省，这些问题逐步的得到解决。

初入公司，总是对公司的一切充满好奇，在工作中也常遇到很多疑问，通过向导师、同事、领导的请教，这些问题总能得到很好的解决，自己也从中积累了很多经验。

（二）、成长阶段

通过前一阶段的全面学习，对零件采购框架和作业流程有了比较清晰的认识，我也在工作导师的帮助下接手一部分零件外包工作，从提报供应商资料汇总到提报资料整理、撰写外包报告有计划地接触采购业务。针对采购工作内容多而复杂的特点进行分类处理。每周定期总结当周的工作内容，并排定下一周的每日工作计划。

这一阶段工作的重中之重是零件的外包。从分析供应商报价到提报资料整理，再到上外包会议决议，每一个环节都要求认真的对待，每一个数据都需要重点去关注，因为一旦出错，就会直接影响零件的开发形成，如果错误没有及时被发现，遗留到手工样车、工装样车阶段，势必将影响零件的开发进程。在吸收前一阶段经验教训的基础上，对于零件外包的每一个细节都格外的重视，资料自己完成之后，都交由工作导师批阅，发现问题及时解决。

除了资料的整理之外，另一个重要的工作内容就是同供应商的沟通，包括电话邮件联系供应商、实地评鉴考察供应商、接待供应商来访等。当前负责16家内外装零件供应商，基本同其建立起固定的联络窗口。同供应商保持畅通的沟通，对于采购工作的开展有着重要的作用。如确认零件成本构成、前期模具开发、零件开发进度跟进等这些信息都需要通过实时同供应商的联系来获取。

（三）、成熟阶段

通过前两个月对工作的不断熟悉与锻炼，对基本工作技能方面有了更进一步的提高，在工作效率上也有了一定的改善。

到了这个阶段，零件的外包工作已基本完成，这一阶段的工作重点转移到了零件成本分析上。整理成本细目、汇总零件加工设备的通用费率、利用软件计算零件原材料用量、实时关注原材料价格变动成为这一阶段的主要工作内容。与此同时还需兼顾因设计变更等因素带来的零件价格变动。此外，还协同其他部分零件采购员完成对整车成本的估算，以据此制定降价目标。

通过系统分析零件成本构成，找出下一阶段议价工作的突破点，如供应商报价用量可能与我们实际测算存在差异、部分成本在报价中重复计算、零件实际加工设备与报价说明不符等。除了对现有的资料进行分析外，同时收集横向比价资料，如其他车型的类似零件价格、其他供应商报价等。

在这阶段，部门领导还适时安排到上海参观手工样车的试装，了解零部件安装情况，汇总问题点。对汽车零件形成具体印象。

总的来说，这一阶段的工作是循序渐进的，通过整合多方资源以服务下一阶段的谈判工作。

>二、工作目标与计划

在谈完这三个月的工作体会之后，就下一阶段的工作制定了如下目标：

（一）、自我提升

（1）用一个优秀员工的标准要求自己。努力学习汽车零部件相关知识，留意最新汽车发展反向，把握汽车行业发展脉搏。

（2）不断拓展自身的综合素质。为成为采购领域通才而努力，积极主动学习各类通识和专业类知识。

（3）与人为善，加强同部门同事的交流。

（二）、业务类工作

（1）继续建立、完善零件采购体系，建立供应商长期评价机制。

（2）分析成本信息，议价完成零件降价目标，合理控制采购成本。

（3）建立完整的材料管理档案，使每一份材料、每一个数据都清楚有序，有据可循。

（4）深入学习专业知识，了解汽车零部件材料发展动向。

（三）、团队合作

（1）部门内共享各类有用的资源，如原材料价格，采购策略等，以促进共同进步。

（2）“众人拾柴火焰高”，参与推动组内形成良好地互帮互助的学习氛围，共同解决工作中遇到的各种难题。

>三、总述

上述是职加入xxx三个月来的工作总结和下一阶段的工作计划，职将继续加强自身道德思想修养，努力提高综合素质，严格遵守公司各项规章制度，完成自己岗位的各项职责。针对此前工作中存在的工作问题，力求通过通过不断的自我检讨，不断的克服。在今后的工作中，我将一如继往，对人与人为善，对待工作力求全美，不断提升自己的业务水平及综合素质，以期为公司发展尽一份自己的力量。

**汽车集团市场工作总结11**

在过去的一年中，汽车制造技术系党支部在汽车工程学院党委、北京电子科技职业学院党委的正确领导下，紧密结合汽车制造技术系实际，以创建学习型党支部、党员先锋岗、争当优秀\_员为中心内容，围绕学院发展中心工作，创新工作思路，扎实开展党建工作，为学院教育教学质量的提升，为队伍的团结稳定提供了有力的保障，取得较好的效果，现将一年来的支部工作总结如下：

1、健全组织，规范制度。进一步加强党的执政能力建设，充分发挥党支部的战斗堡垒作用。一年来我系党支部坚持不断强化党员思想政治教育，并与师德建设结合起来。6月份，我系支部组织全体党员组织了“重温入党誓言，缅怀革命先烈，学习革命老区精神”汽制系赴西柏坡调研学习主题活动，此次活动增强大家凝聚力。继续坚持和完善学习制度，重点抓好“十八大”精神的学习贯彻和科学发展观、“创先争优”的深入学习实践，11月底，我支部组织全体党员以观科十八大报告视频的形式学习十八大报告，大家并结合自己的工作提交了学习心得和体会，取得了好的学习效果，提高了广大党员、全体教职工的政策理论水平和道德素质，以达到转变作风、思想统一、质量提高的目的。

2、完善教职工学习制度。完善学习，考核制度，保障学习活动扎实开展。我系党员利用业余时间完成党员在线学习课时，在支部会上，大家互相督促提醒，纷纷交流自己的心得与体会。

3、认真做好党员的管理、发展工作及党费的收集上缴工作。努力做好吕世霞老师的入党工作，引导团员青年及入党积极分子积极向党组织靠拢，为党组织补充新鲜血液奠定坚实基础。

4、此外，我支部还结合上级党委相关工作，先后开展了丰富多彩的支部活动：

（1）“重温入党誓言，缅怀革命先烈，学习革命老区精神”汽制系赴西柏坡调研学习；

（2）学习了十八报告主题活动；

（3）党员献爱心捐助活动；

（4）退休教师欢送活动；

（5）制作校园宣传栏等。

总之，一年来，汽车制造技术系党支部在汽车工程学院党委、北京电子科技职业学院党委的正确领导下，以科学发展观为指导，扎实开展创先争优活动，为学校的教育教学工作发展提供了坚强的组织保证。在今后的工作中，我校党支部将百尺竿头，更进一步，为学校教育教学质量的全面提升打下坚实的基础。

**汽车集团市场工作总结12**

>一、工作分析

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对xx市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

>二、存在的缺点

对于xx市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

>三、部门工作总结

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

>四、市场分析

现在xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。在xx区域，我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在xx开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比xx小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，下半年是大有作为的半年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

**汽车集团市场工作总结13**

依据有关法律法规和行业管理部门对出租车公司的基本要求，制定了相应的企业内部管理规章制度，有关管理办法。公司建立健全了从上而下的各工作岗位职责，并根据工作需要进行了明确分工。规范了各项服务措施，细化了具体管理办法等一系列管理规章制度。加强了车辆基础档案馆管理，建立健全了各项管理档案和管理台账，做到资料翔实、完整。

严格实行合同管理，对50辆营运车辆均签定了规范的《出租车经营合同》。规定承租人严禁擅自转租、转让、出售、质押、抵押出租车辆，明确产权归属，规范了承租人的经营秩序。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找