# 最新汽车销售工作计划100字(五篇)

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2024-06-27

*汽车销售工作计划100字一市场部20\_\_年度主要业绩指标完成情况：截止20\_\_年12月31日，我公司共发展二级合作网点两个，鲁山、舞钢。因无配备专业的市场专员负责，20\_\_年全年二网的销售状况不容乐观，截止12月31日，20\_\_全年二网总计...*

**汽车销售工作计划100字一**

市场部20\_\_年度主要业绩指标完成情况：

截止20\_\_年12月31日，我公司共发展二级合作网点两个，鲁山、舞钢。因无配备专业的市场专员负责，20\_\_年全年二网的销售状况不容乐观，截止12月31日，20\_\_全年二网总计销售18台，在20\_\_年10月我公司与鲁山顺发的合作，开始于鲁山大团汽贸城合作后，形式有了好转，主要是鲁山大团的经营理念与模式有了很大的提高，包括场地的正规建设都很好。另加上新店开业，我公司投入的精力和人员也比较到位，后期跟踪较紧，这促使鲁山在11月单月销售达到6台。

二、市场部主要工作回顾20\_\_年度市场部主要工作包括以下几个方面。

1、市场活动汇总

一季度

一月：迎新春，红运礼——本次活动深受广大客户的欢迎，这不仅大大增加了客户来店量同时也促进销售，也有效提高了广汽本田及我店的知名度、

二月：汽车文化宣传长廊——借汽车文化长廊这个平台让客户更深入理解广汽本四款车型。在销售顾问和客户良好的沟通交流中，客户认知和肯定我们的品牌同时强化四车型可信赖、高品质的形象。

三月：荣耀共享，春情回馈——根据销售顾问反应销售情况，得知本次活动有明显效果，来店和来电量有明显增加，活动以来截止今天，销量20台(含汝州一台)，订单7个雅阁，2个奥德赛，1个锋范，来店批次总63，首次来店批次总104，来电总数43，效果明显增加，本次活动效果还比较理想。

三月：热销200万，广本倾情送——此次活动积极消减了库存，缓解了资金周转压力，提高市场占有率，最终提升销量，完成任务目标。

三月：鹰城春季购车节——本次车展以飞度，锋范为主推车型，以“轻舞飞扬锋芒时代”为活动主题，突出时代气息，以特色的推广促销活动方案，吸引针对用户群、达到销售效果。

二季度

四月：世博之旅——广汽本田紧跟20\_\_年5月上海世博会风潮，借助本次世博会强大的影响力，开展“购雅阁，看世博”的抽奖免费体验游活动，通过本次活动宣传过后，来电咨询和来店看车人数有明显幅度增加，对近期有意向购买雅阁的用户具有很强吸引力、活动期间，雅阁定单销量总计43台、

四月：鹰城首届春季汽车团购节——我们经过总三月份连续两次车展的不足，在本次车展前期我们加强了对销售顾问的培训，做细做足车展前期的筹备工作，致使本次团购节上所有销售顾问精神面貌都很好，氛围很不错，虽然没有达到我们预定的销售目标，但是本次车展也达到一个很不错的销售果、

五月：中国名媛时尚文化巡礼——中国名媛时尚文化巡礼是针对高收入、高品位人群的高端文化宣传活动，本次活动的主要媒体宣传有平顶山电视台和平顶山广播电台，我店为本次活动的赞助商，借助两大强势媒体优势提高广汽本田得佳4s店的品牌知名度，强化车主对广汽本田品牌的认知与忠诚度，为以后的口碑宣传做好铺垫、但此次活动没有起到良好的监督执行，致使顾客报名度非常低，望以后加强活动的监督执行、

五月：感恩回馈，五周年店庆——借我店5周年店庆之际，特推出感恩回馈，大幅优惠政策，给顾客真正优惠，在店庆期间达到一个比较好的销售。

六月：广本四杰魅力科技升级版上市抢购会——通过闭馆的销售方式，合文艺表演，现场气氛营造，强有力的超低促销方案，使大家在娱乐，和欢乐中喜悦订车，达到很好的销量。

三季度

七月：鹰城夏夜赏车会——在炎炎夏日中我们参与璀璨夏夜赏车会，让消费者在夏夜舒适的环境下赏车，有效提高了广汽本田及我店的知名度，也提高了车主对广汽本田品牌的认知与忠诚度，为以后的口碑宣传做好铺垫、

九月：鹰城车模大赛暨秋季团购节——为积极应对，我们通过强有力的促销手段和强大的品牌宣传来提高销量。借助鹰城购车节的影响力，车展前期在各主流媒体上进行大规模的活动宣传，又加上有中国第一车模之称的翟凌小姐在车展第二天上午到我广本展位加油助威，增加集客量，发掘更多的潜在客户。积极消减库存，缓解资金周转压力，打压竞争对手，提高市场占有率。

四季度

十月：鹰城广场秋季团购节——车展在凉爽的十月金秋进行，我公司推出的特别献礼政策能有效吸引顾客，主办方和我公司都进行了大力宣传，广播、电视、报纸、短信立体宣传力度大、效果好，公司展区位置好，在广场主入口，布置大气，展现了我良好的品牌形象

十月：歌诗图上市——用尊贵专用的展位来摆放歌诗图，充分突出了歌诗图的尊贵性，而且也吸引了进店顾客的目光，从而使新车——歌诗图在鹰城形成良好的口碑。

十月：广本得佳之夜周杰伦群星演唱会——此次能争取到周杰伦群星演唱会的\_\_总冠名权，并且在演唱会中途举行新车——歌诗图的上市发布会，是是一次前所未有的成功品牌宣传，现场包括舞台两侧巨型广告牌、座椅等无处不在的广本元素，总经理上台宣布歌诗图正式在平顶山上市发售，这些都为广本在平顶山的美誉度奠定了坚实的基础。

十一月：鲁山二网周末团购会——在这次的周末活动中，砸金蛋是其中的亮点，由购车的顾客自己来再订车的基础上再砸出，让顾客真正的购得，并且提升了广汽本田在鲁山二网的品牌形象，为广本在鲁山打开市场奠定了基础。

十二月：广汽本田感恩20\_\_期许20\_\_答谢会——此次活动的目的不在于卖车，而是一次真正的回馈活动，现场主持人慷慨激昂和幽默风趣让邀请到的客户感到了寒冬里的一丝温暖，也会使广汽本田在平顶山形成更好的口碑，把广汽本田品牌在鹰城的美誉度提高到一个新的层次。

2、市场推广活动

(1)市场部在本年度通过一系列的市场宣传运作，包括冠名周杰伦群星演唱会，年末答谢会等宣传活动，直接推动销售部销售进程基础上极大地促进了市场渠道的拓展。

(2)通过几次春秋季的车展，和一系列提前宣传，提升了我品牌在平顶山的美誉度，同时也宣传了企业。

3、广告宣传活动

市场部今年在平顶山电视台，平顶山晚报，平顶山交通广播等媒体做了大量广宣，大大支援了销售活动，同时也促进了品牌价值的提升。

4、市场部规范化管理的推进

为了提升市场部的竞争能力，在本年度配合公司相关部门开展了市场部规范化管理运动，重新对市场部运作流程进行了规范，为明年工作效率的提升奠定了基础。

三、工作中存在的主要问题

1、与二网联系不够多，很少几乎没有时间去二网亲身体验，分析，二网所在城市的各项调查，致使二网销售量比较差。

2、工作职责不明确，市场运作没有主见，领导安排什么，自己就去做什么，不能独立的去做一些有创意，有利于公司以及市场工作的方案。

四、主要应对措施

1、加强与二级网点的沟通

市场部计划在新的一年里重点加强与二级网点的沟通，定点去二网做市场调查，分析，给予二网协助，销售人员的产品知识，和销售技能的培训工作，有计划的去实施。

2、组织计划管理与执行方面的培训

市场部拟通过组织计划管理与执行方面的培训，增强市场部管理人员的计划管理能力，同时强化基层市场人员的执行能力。

五、20\_\_年工作计划

1、20\_\_年二网销售目标

2、市场规划

希望给予市场部配备，市场专员两名、大客户专员1名。以完成20\_\_年如下市场部工作维系及巩固：

1.维系现已开发的保有二级市场：已开发的两个县区(鲁山;鲁山大团汽贸城。舞钢、舞钢市宇神汽车销售有限公司;并开发郏县、郏县通泰汽车销售有限公司;宝丰、宝丰鸿建汽车销售有限公司)。

2.开发集团大客户：舞钢市(中加公司、农村信用联社、舞钢钢铁公司);市平煤集团、市姚孟电厂、市平高集团及市政府汽车采购科。

3.开发政府采购单位：市内四区(卫东区、新化区、湛河区、石龙区)，及鲁山县财政局、宝丰县财政局、舞钢市财政局、叶县财政局。

回顾20\_\_年，对照自己的工作表现发现市场部还有很多不足，如在业务上，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，虽然10年一直在努力，但是发现自己还是没有什么能拿出来说的实在成绩，提出的一些建议不够系统，没有给市场提出更多行之有效的办法……望20\_\_年在各个部门的积极配合下积极做到全面的改观。

汽车销售经理工作计划5

随着某区汽车市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。20\_\_年，销售工作仍将是我们公司的工作重点，面对先期投入，正视现有市场，作为我某区销售经理，我创业激情高涨，信心百倍，又深感责任重大。

着眼公司当前，兼顾未来发展。20\_\_年，在负责人的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，主动争取圆满完成销售任务。

一、销量指标：

至20\_\_年12月31日，某区汽车销售任务560万元，销售目标700万元（20\_\_年度销售计划表附后）；

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售总体计划》；

2、年终拟定《年度销售总结》；

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》；

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》；

三、客户分类：

根据汽车某年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

四、实施措施：

1、技术交流：

（1）本年度针对vip客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会；

（2）参加相关行业展会两次，其中展会议开会时间间安排一场大型联谊座谈会；

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的汽车相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈，已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

（1）为与客户加强信息交流，增近感情，对vip客户每月拜访一次；对一级客户每两月拜访一次；对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间；

（2）适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我某年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主， 卖产品不如卖服务 ，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的认识，把握每一次与用户接触的机会，提供热度详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成汽车销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩！

**汽车销售工作计划100字二**

一、市场分析

随着轿车的日益普及化，永州市汽车市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。20\_\_年，销售工作仍是我们公司的工作重点，秒面对先期投入，正视现有市场，作为 汽车销售公司销售经理，我创业激情高涨，信心直倍，又深感责任重大着眼公司当前，兼顾未来发展，必须紧随永州申湘汽车销售服务有限公司的步骤，在永州申湘公司的领导下，在往后的销售公司中我坚持做到：突出重点微服公司经营的品牌的现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售人员培养，销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。

二、销量目标

以目前公司年月销售辆汽车，销售额万元，盈利万元; 其中20\_\_年1月-12月销售具体目标：台。

三、资金使用

公司目前总投入资金万及其：

公司筹建，服务站，广告：万

周转资金：万，公司展车与流动和保证金。

资金来源： %约万元通过银行房产抵押贷款， %约万元自有资金， %。约万朋友借款。

近期公司将万元跟随永州申湘公司所有汽车品牌的销售与售后的投入。

四、公司团队

总经理一名(兼销售经理)刘瑞喜，财务会记名，出纳名，展厅经理一名 何燕芳，销售顾问名，服务站售后 经理名，售后客服接待名，维修部人，装潢部名。

五、合理划分市场，提升工作效率

增加了跑市场的力度，对一些老客户加以巩固，推进对新客户、大单子的把握和跟踪力度。对应收账款，及时进行督促和控制。发现问题及时解决，工作效率也会有所提高。 销售人员现局限于老客户的维护上，对新客户的开发力度不足，20\_\_年除了稳定老客户，还要出台措施加强新客户的开发，合理的利用出差时间。

六、明确管理层级、流程

高层领导确实具有更大的决策权。但是我认为设立中层领导的目的在于：为公司创造效益;在业务过程当中帮公司解决问题;在职能范围内分解、承担责任。明确各岗位职责，除了明确销售人员的职责外。重要的是一个部门领导的职能，到底有多少事情、什么事情是销售经理有权利决定的。形成严格的“金字塔”管理模式。当组织不断壮大之后，人的精力和能力是很难再直接适应不断膨胀的管理层面。中间的管理流程直接影响着管理的结果。“扁平式”管理也只适合于小组织。

七、实施措施

1、首先将售后服务站各方面硬件设施投入和服务、技术人员的各方面提升。

2、客户回访，道县市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我们公司品牌相当的有三四种，竞争越来越激烈，已构成市场威胁，为稳定和开展市场，必须加强与老客户的交流，维护好客户与公司之间的关系，加强与客户信息交流，增进感情。

3、月公司网站做好，通过网络信息发布销售信息。

4、公司仍然以“卖产品不如卖服务”在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

5、车贷仍是我们公司的销售重点，我们要以诚信为主，将车贷的后期工作与服务要完善与跟踪。

6、准确完成月度统计，财务对帐，客户与车型信息。

7、定期送员工到永守申湘公司培训学习，增强公司整体的综合业务能力，学习掌握产品技术知识，更好的应用于工作中。

八、排班安排

根据现排班制度，由于有1组为闲置组，闲散情况严重，组织上午学习培训，每月初月中做竞品调查。

当然，所有的计划在此都是纸上谈兵，所以说，实践是检验真理的唯一标准，在今后的工作中，我定当努力将这些计划付诸于实践中，并在实践中不断的提高自己改善团队，带领团队一起，在最优情况下完成领导下达的任务。

**汽车销售工作计划100字三**

x x年。在总经理的领导下，在销售工作方面，我坚持:以维护现有市场为重点，抓住机遇，开发潜在客户，注重销售细节，加强服务，逐步提高市场份额，积极争取销售任务的成功。

一.销售目标:

截止20\_\_年12月31日，销售部在江苏地区完成销售任务3000万元，销售目标5000万元(见附20\_\_年销售计划表)；。

二、计划:

1.年初，制定年度销售总体工作计划；

2.年底制定年度销售总结；

3.年初，制定月度销售计划和客户拜访计划；

4.制定每月销售统计和每月拜访客户统计；

三。客户分类:

根据x x年销量对市场进行细分，将现有客户分为vip客户、一级客户、二级客户、其他四大类客户，并在20\_\_汽车销售工作计划20\_\_汽车销售工作计划中对客户进行综合分析。

四。各种措施的实施:

1、技术交流:

(1)今年技术部将为vip客户举办售后服务技术研讨会；

(2)参加两个相关的交易会，包括一个大型网络论坛；

2.客户回访:

要巩固和扩大市场，必须加强与客户的沟通，协调好与客户和用户的直接关系。我们必须按照“客户拜访表”对客户进行回访。

3.网络搜索:

充分利用公司网站和网络资源，通过信息检索及时掌握和分析销售信息。

4.售后协调:

目前我公司仍然以贸易为主，贯彻“卖产品不如卖服务”的理念。下一步，要强化责任意识，继续加强和优化销售服务。x x年来，在总经理的领导下，在销售工作方面，我坚持:以维护现有市场为重点，抓住机遇，开发潜在客户，注重销售细节，加强服务，逐步提高市场占有率，积极争取销售任务的圆满完成。

**汽车销售工作计划100字四**

1、销售顾问培训：

在销售顾问的培训上多花些时间，现在销售员业务知识和谈话技巧明显不够优秀，直接的限制到销售部业绩增长，20\_\_年的销售顾问的培训是重点，除按计划每月进行一次业务培训以外，按需要多适当增加培训次数，特别针对不同职业客户对车型的选择上得多下功夫研究，这在培训中应作重点。

2、销售核心流程：

完整运用核心流程，给了我们一个很好管理员工的方式——按流程办理，不用自己去琢磨，很多时候我们并没有去在意这个流程，认为那只是一种工作方法，其实深入的研究后才知道意义很重，这正式严谨管理制度带来的优势。每个销售顾问都应按这个制度流程去做，谁没有做好就是违反了制度，就应该有相应的处罚，而作为一个管理者从这些流程中就可以去考核下面的销售顾问。有了考核，销售顾问就会努力的把事情做好，相反如没有考核，销售顾问就容易缺少压力导致动力减少从而直接影响销售工作。细节决定成败，这是经理常教导大家的话。在20\_\_年的工作中我们将深入贯彻销售核心流程，把每一个流程细节做好，相信这是完成全年任务的又一保障。

3、提高销售市场占有率：

(1)现在\_\_的几家汽车经销商最有影响的“百事达”“商社”对车的销售够成一定的威胁，在去年就有一些客户到这两家公司购了车。总结原因主要问题是价格因素。价格问题是我们同客户产生矛盾的一个共同点，其他公司在销售车是没有优势的，他们有的优势是价格。再看我们在销售车时，除个别价格外，几乎都占优势。怎样来提高我们的占有率，就是要把我们劣势转化成优势，其实很多客户也是想在4s店购车所以才会拿其他经销商的价格来威胁，客户如果来威胁，就证明他心中有担心，总结来说他们的担心无外乎就是与整车的质量保障、有完善的售后服务、售后的索赔、售后维修的、销售顾问的专业性(更好的使用了解车辆)、公司的诚信度、公司的人员的良好印象等密切相关，这些客户担心的因素，也是其他经销商没有的，同时也将成为我们的优势。

(2)通过对销售顾问的培训对竞争品牌的学习提高市场的占有率。

(3)结合市场部对公司和汽车品牌进行有力的宣传，提高消费者的知名度和对车的认知度。

(4)当好一个称职的展厅经理，做到销售部带队的作用，做好公司的排头兵。发扬团队精神，帮助他们做好本职工作完成公司下达的各项任务。

新一年我们团队的汽车销售工作计划以上三点都已列出。在工作中我会做好自己并带领好团队去克服种种困难，为公司的效益尽到的努力。

20\_\_汽车销售员个人工作计划 第二篇

一、销量指标：

至20\_\_年12月31日，\_\_区销售任务\_\_万元，销售目标\_\_万元

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售总体计划》;

2、年终拟定《年度销售工作总结》;

3、月初拟定《月销售工作计划表》和《月访客户工作计划表》;

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》;

三、客户分类：

根据\_\_年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

四、实施措施：

1、技术交流：

(1)本年度针对vip客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会;

(2)参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会;

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈，已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

(1)为与客户加强信息交流，增近感情，对vip客户每月拜访一次;对一级客户每两月拜访一次;对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间;

(2)适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我\_\_年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩!

20\_\_年，将继续严格遵守这样的工作思路：在公司领导的带领下，参与公司战略性持续改进活动，及时准确做好销售部的日常工作，对订单和发货计划的执行情况进行协调、平衡、监督和跟踪;参与完成对客户的产品按时交付和后续对客户的跟踪，继续开发新客户和新产品，配合各部门及时完成公司产销的各项任务。

在20\_\_年的工作中，预计主要完成工作内容如下：

1、根据客户订单及时制定和修改发货计划;负责发货计划的过程监控和具体实施;发货订舱以及相关事务的协调，保证产品的正常发货，并及时向领导反映过程情况。

2、对国外客户的信息收集、及时传递、及时处理，如：图纸、ppap信息反馈等等;并及时了解国际机械制造市场和外汇市场的消息，为公司的发展壮大提供信息支持。

3、按时完成全部发货所需要单据的缮制和交付和给客户单据的交付，包括发货单、装箱单、商业发票、运输合同、运输声明、原产地证等等。

4、及时就发货所涉及的相关事务与客户有效沟通。

5、参与公司新产品项目的生产评估和实施过程监控。如发放新产品评审图纸和进展过程跟踪。

6、准确完成统计月度出口明细、月度应收汇明细，并和财务对帐。

7、向国外客户催要应付款项，包括在webedi生成asn和发票，制作纸质收汇单据等，及时回款，对未达帐项积极负责。

8、参加生产经营例会，进行会议记录，并履行会议的决议情况。

9、随时完成上级领导交给的临时任务等。

10、理解、掌握本岗位所使用的质量体系文件，按照质量体系文件规定完成各项质量活动，并就涉及销售部的环节严格执行程序文件和相关管理规定。

11、增强自己的综合业务分析能力，学习和掌握产品技术知识，熟练掌握生产流程的相关知识，更好的应用于实际工作过程中。

12、本部门员工将一如既往的团结协作，协调处理本部门计划和预算执行过程中出现的问题，积极协助领导处理紧急事件和重大事件。

在公司各个部门的积极配合下，预计在20\_\_年要达成发货量\_\_吨以上，销售额\_\_万美元以上的目标。

在20\_\_年的工作中，本部门保证按时完成各项工作任务，本着“公司荣我荣”的精神，提高客户满意度，为公司多寻求利润，为公司的长期发展多做贡献，为把公司尽快建设成为一流的国际化精铸企业不断努力。

**汽车销售工作计划100字五**

一、营销背景

世博中心占地6000平方米，条件得天独厚，管理先进，售后服务完善，工商、税务、银行、交管等相关配套服务齐全。，可以为客户提供全面、综合的优质服务，让汽车等附属行业的经营者轻松操作，不需要很多复杂的手续。为汽车和负产业的经营者提供了一个更完善的方案；市场前景广阔的现代汽车交易场所。

为了更好的开展宣传活动，提高知名度，让南车博览中心在公众心目中有更高的地位，制造声势，前期广告可以合理科学的操作；成功实施，受其委托，特别安排制定南方汽车博览中心前期广告方案。

二、市场分析

1.市场环境优势分析

答:

日产汽车博览中心位于解放公园旁，交通便利。以东风日产为中心，中心辐射武汉、襄樊、\_\_、黄陂、荆州等周边城镇，地理环境优越。

乙、

日产汽车博览中心位于一个集中的地方。周边城镇有密集的制造业和加工业。未来几年，东风日产经济将快速发展，为其他汽车会展中心创造更好的经济环境。

丙、

随着经济的进一步增长和人民生活水平的逐步提高，汽车及其附属产业将实现新的飞跃。未来几年，汽车消费将是大众的主流消费，家庭和个人汽车将更加普及，汽车消费将更加接近大众化，这将为东风日产汽车博览中心的未来发展创造良好的市场机遇。

2.自身优势分析

答:

目前\_\_市及周边的汽车销售比较分散，大部分配套服务设施不完善。日产汽车博览中心是周边第一个现代化汽车交易市场——机械城。该中心的建成将吸引更多汽车及其附属行业的客户关注和投资咨询，市场前景十分广阔。

乙、

环境优越，建筑面积大，博览中心布局合理，大型停车场、展厅、交易大厅等相关设施齐全，是集销售、售后服务、配件供应为一体的综合性专业汽车交易市场。整个中心设计高、质量好，是湖北省首家设备先进、功能齐全的汽车交易中心。

丙、

工商、税务、交管、银行、保险等配套服务优质服务。会进办公室，省去了很多汽车交易的繁琐手续，让整个汽车交易更加快捷顺畅。俱乐部、信息中心等相关配套设施完善，可为客户提供优质一流的服务，为汽车及其关联经销商提供汽车文化、新车上市、现场推广等活动，提供汽车美容、装饰工程，使整个交易中心更加规范化、一体化。

d东风日产汽车博览中心拥有完善的通讯、语言查询、数字显示、信息发布、电子摄像头等硬件设施。装修豪华典雅，经营环境舒适温馨。

三、早期市场策略

1.密切关注市场机会，进行大规模宣传，使其优势深入人心，吸引更多& # 39；经销商和制造商对汽车相关行业的投资。

2.尽量展现自己的强大优势，扬长避短，扩大自己的知名度和美誉度。

ent:2em；textx align:left；\"& gt3.尽快引入cis系统(企业识别系统)，实现成为知名品牌的市场战略目标。

4.引用现代管理模式和优质服务，树立良好的企业形象，提高企业声誉。

四、广告前策略

1.广告定位

前期的广告定位要合理考虑到有利于后期的广告策划和广告的具体实施。建议利用南方汽车博览中心的配套服务优势作为广告定位。

2.广告吸引力

以理性的广告诉求为广告诉求点，用看得见摸得着的事实说服人，这样在实际操作中，有利于广告的运营。

3.广告目标

争取在开业前结合广告等宣传手段，让东风日产汽车博览中心在开业前深入人心，在市场上占据一定地位。广告要针对所有的汽车经销商，以及零配件、汽车美容、装饰的生产厂家和经销商。在他们当中创造良好的口碑，提升自身价值，才能吸引更多的客户咨询和投资。

动词（verb的缩写）媒体分析

a.在众多的广告媒体中，\_\_地区以电视、报纸、户外、网络、广播等几种广告媒体为主。其中，电视、报纸、电台的广告效果明显，选择性、针对性强，能直达受众。户外广告见效慢，但最容易树立良好的企业形象。

b、媒体利用要遵循广告的整体策略，分阶段投放，拉近与目标群体的距离，简化传播渠道，有效利用广告资源。

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