

汽车营销报告书 营销年度工作报告总结

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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！

汽车营销报告书 营销年度工作报告总结篇一

20xx年已经过去，在这一年的时间中我通过努力的工作，也有了一些收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是去年9月份到公司工作的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏对汽车行业销售经验和产品知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，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，我经常请教各品系经理和领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方发和对一些比较难缠的客户进行应对方针，取得了明显的效果。

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，现在对我们现在处的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，也成功谈成了一些用户购买我们的产品，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流程应付一些突发事件。对于一整套流程可以完全的操作下来。

还有我的20xx年工作重点是一线兼销售，一线的工作环节是十分关键重要的，在我们dfac销售的每台车都要经过一线的手。一线这个岗位是销售一线和用户之间的桥梁，一是，把一线的工作进行补充和完善，二是给用户进行指导和维系。在20xx年里我在一线的岗位上工作了一年，对我的全年工作满意度基本上是良好，我服务的用户，全年计算来可以说至少有一百多个！这么多用户是我感觉有些自豪感！8月底去总部进行模压训练，做一名合格的销售人员，10月份在我们的二级中兴公司进行据点销售和市场考察，在中兴我也学到了很多竞品的业务知识，这对我们产品销售十分有利。

本年度存在的问题

在20xx年7月1日国家实施“国三”政策，被迫我们把库里的大部分车进行了提前上牌，我们根据上半年销售的车型，进行了总结。用到了提前上牌的车上。我们也可以预测到，上半年的车型在下半年消化肯定不是很好，因为上半年的车型基本接近饱和，所以提前上牌车型选择有误。

在7月1日和6月30日，一天只差车价相差一万，用户有些接受不了，导致我们的产品到下半年库存量比较大，资金压力也比较大。到十月份又碰到全球性的金融危机，使市场一天比一天差，我们的日子更难过。

我在20xx年中坚持销售人员的三项基本原则，最守纪律，执行命令，完成任务，做好此岗位的工作。再希望公司多给我一些学习和受训的机会是自己的知识更加丰富和充实！

我希望再20xx年里我能从一线的岗位进到一线的销售岗位，成为一个完整的销售人员，我在20xx年的全年中我已经熟练的掌握了一整套操作流程.再加上我从事销售工作一年多的经验，应对和处理一些突发事情有自己的一些办法，我相信自己能做好一名合格的销售人员。如果我能进入到一线销售的

岗位上，我会努力使自己的销量和利润化。

已上是我在20xx年的工作总结，写的有什么不足之处，望领导谅解！

汽车营销报告书 营销年度工作报告总结篇二

汽车营销渠道是沟通汽车制造商与消费者之间的桥梁,是汽车工业的重要组成部分。但是，这个沟通过程也是很重要的，那么，下面是本站为大家准备的汽车商务礼仪与营销，希望可以帮助大家！

1、仪态-自我仪态管理

站-男士

礼仪要点

头正、颈直、微收下颚

头顶向上牵引

面部表情自然、亲切、愉悦

目光平视前方

挺胸、收腹、提臀

左手握右手手腕，右手握空拳，

放于皮带扣的位置

身体重心垂直于两脚之间

两脚分开与肩齐宽或呈立正姿势

站-女士

礼仪要点

头正、颈直、微收下颚、头顶向上牵引

面部表情自然、亲切、愉悦、目光平视前方

挺胸、收腹、提臀

右手握住左手四指，双手自然放于小腹前

高度在肚脐上下一指的范围内

重心在脚弓前端

膝盖内侧夹紧

双脚呈v字形或y字形站立

走

礼仪要点

面部自然

目视前方

迈步适中

速度均匀

步态平稳

脚下安静

坐-男士

礼仪要点

腰背保持挺直

坐在座椅三分之二

头正颈直、目光平视

双手虚握空拳放于大腿上

双膝距离与肩同宽

双腿垂直于地面

双脚平踏于地面

坐-女士

礼仪要点

腰背保持挺直

双手手背拂裙

坐在座椅三分之二

头正颈直、目光平视

双膝并紧、两腿之间没有任何缝隙

双脚并拢一侧斜放

或双腿叠放

两脚脚尖平齐

蹲-男士

礼仪要点

下蹲时上身保持挺直

一脚后退一步蹲下

双膝一高一低、分开一到两拳

高腿侧对人

臀部落座于后面的小腿上

蹲-女士

礼仪要点

下蹲时上身保持挺直

双手手背拂裙

一脚前一脚后蹲下

双膝并拢、一高一低

高腿侧对人

臀部落座于后面的小腿上

2车营销人员的着装礼仪

有一位服装设计大师说过这样一句话“服装不能造出完美人，但是第一印象的80%来自于着装。”正所谓人靠衣装，每个人、每个年龄层的着装都是不一样的。正如莎士比亚说过：“一个人的穿着打扮就是他的教养，品位，地位的最真实的写照。

作为一名汽车营销工作人员的着装礼仪是不可忽视的一个环节。着装应该要穿得大方得体，还要展现出自身的品位和风格。不论男女都要着装都应保持整齐、清洁，衣服不能太陈旧。对于男性，应以西装、衬衫、领带、皮鞋为最佳着装方案。对于女性，得考虑到年龄，体型，肤色和气质等多方面因素选择着装，不能过于暴露。当穿着裙装工作服时，一听要搭配长筒丝袜，袜子上不能有洞，鞋不能露脚趾和脚后跟。

而在着装颜色方面，可以选择深色系，比如黑色、深灰色、深蓝色、咖啡色等为主，可以给人一种稳重可靠的感觉。当然也可以选择浅色系中的银灰色，相对给人清爽干练之感。

3汽车营销人员的语言礼仪

说到语言礼仪，汽车销售人员要是具备着一口流利标准的普通话，是在销售过程中还是有着很大的优势的。在与客户交谈过程中，无论是面对面交谈还是电话交谈，说话时要有适当地停顿，要保持适当的语速。重音这一方面也是不能忽略，在言语沟通的过程中，为了表达意思的清晰明了，则要对某些重要的词眼和语句给与一定的重音处理。有时也可采用反复讲述的方法引起客户的注意。

现如今改革开放这么多年，市场国际化，使得不少国外友人来到中国定居，尤其是相对发达城市。很多外国友人也会选择购买车辆作为代步工具，这是如果能掌握一口流利的外语，在汽车销售的洽谈过程中无疑是锦上添花。

所谓仪态，包括站姿、坐姿、面部表情及行为等等。

在业务洽谈的过程中应该避免一些不良的行为习惯。例如，搔痒，弄头发或用手指梳理头发，手指不停地在桌面上敲打，玩弄自己的指甲，打哈欠等，这些行为都传达出了不专业及不负责任的态度，应该尽可能避免对着顾客做出这样的行为。

当站着的时候，切忌晃动或抖动身体，双手不能抱在胸前或插进手袋里面；而当坐着的时候，注意两膝之间的距离，男士的凳子坐到1/2或2/3为宜，而女士就1/3为宜，必要时可以适当地将身体靠在椅背上，对此可以拉近对顾客的心理距离，从而为后续工作做好铺垫。

5汽车营销人员的电话礼仪

在当前的社会中，电话不但作为一种通讯手段，也逐渐成为一种最普遍的交际方式了。作为专业营销人员而言通过电话与客户沟通时，一方面会影响到是否能够顺利地促成交易，另一方面则代表了汽车企业的外在形象。因为是接打电话，所以双方互不相见，只能从声音，语调以及谈及的内容进行深入了解对方的状况。

所以说，在汽车展厅的营销工作人员对自身的电话通讯礼仪的要求应该特别高，坚决不能边打电话边吃东西，而且要时刻保持微笑，这样既能将很温馨交谈气氛地传染给顾客，让客户感到舒适、轻松、没有压迫感。

当顾客进入汽车展厅时，销售人员就要开始实质性销售工作的第一步，即销售接待。接待环节最重要的是主动与礼貌。营销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，营销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。语气应热情诚恳，有必要上前倒茶问候就坐。营销员向客户交谈的过

程中必须耐心、友好。营销员在回答客户的咨询时，要把握好服务的适度性，既不要服务不足，更不要服务过度。

汽车营销报告书 营销年度工作报告总结篇三

有利于加强对营销管理知识的理解，完善自己的知识理论体系；深入实践，有利于理论与实践相结合。参观、学习企业的生产流程和文化，有利于加深对现代企业营销管理现状的了解，加深对企业管理活动的感性认识，并通过实习调研活动，锻炼分析实际问题的能力，培养认真、严谨的工作作风，为就业和将来的工作提供一些宝贵的实践经验。

20xx年6月29日—20xx年7月4日

采用企业参观和专家讲座相结合的方式。

（二）参观蒙牛乳业（唐山）有限责任公司。重点参观了污水处理厂、生产车间、立体仓库、职工之家、办公区、货物回流区。

（三）参观惠达陶瓷有限责任公司。我们参观了在惠达展厅陈列着惠达陶瓷公司一系列产品，紧接着我们去二层会议厅就惠达现状和今后就业同惠达经理进行交流。

（四）做关于保龙仓超市、华盛超市的调研。在超市战略、管理系统、服务理念、促销方式、超市文化上进行比较，了解二者的异同，进而加深对这两个超市的了解。

1、每个人都应该树立一个长远的目标，然后制定几个近期的目标，在日新月异的市场中发现机会，把握机会。我们工作的目的不是为了赚钱，而是要培养工作的兴趣。

2、创业不要追求完美的条件。我们刚刚步入社会，除了青春，

我们没有任何的资本，所以做任何事都不要眼高手低，而是要勤劳、诚恳，在接人待物方面有张有弛。

3、不要存有侥幸心理。初出茅庐，我们的经验真的是很少，所以对待每件事我们都应该力求尽善尽美。

4、没有过分的希望，就没有烦恼；没有短暂的贪婪，就没有恐惧。怀着一颗平常心去做事，我相信那会比急功近利去做某件事好的多。

（二）结束了对蒙牛乳业（唐山）有限责任公司参观，感触真的很多，不愧是一个有旺盛生命力的企业。首先，我一直很欣赏蒙牛，不光是它短短几年就成为乳业老大，而是它的企业文化让我心悦诚服。企业文化是一个企业的灵魂。蒙牛总裁牛根生始终坚持以“小胜靠智，大胜靠德”为企业的核心理念，在用人方面注意德行的培养。在蒙牛内部存在着狮子与羚羊的故事，就旨在指出最大的敌人是自己。很多时候我们不是跌倒在自己的缺陷上，而是跌倒在自己的优势上。其次，创新是企业发展的源泉，是企业不竭发展的动力。进入蒙牛后，留给我印象最深的是立体仓库，全部由电脑控制，在偌大个城车间里，只有几个工人在操作机器。通过创新，有效的促进了资源的整合，从而提高了企业的经济效益，不得不说科技与生产正在不断的结合，并为企业创造更多的经济效益。最后，高效的管理增加了企业的透明度。在蒙牛的办公区每一间办公室都是透明的，感觉真的很好。无论是在办公大厅，还是在货物装卸区我们都可以看到这样一句话“成功从简单的重复开始”，我很赞成这句话，只要坚持，我相信一定会成功。

（三）通过参观惠达陶瓷有限责任公司，我了解了一个民营企业的发展历程。惠达作为民营企业短短25年就成为“最具全球竞争力中国公司建材行业”唯一入选50强企业，这无疑是个壮举。从中我们可以学到很多东西。

1、惠达以“争创世界品牌，打造百年惠达”为使命，并为之而努力，使惠达成为民族品牌的典范。

2、不断调整产业结构，重质量，拓市场，创名牌。惠达人对自己的产品很自信，这从经理的话中可以体会出来。精于品质，专于生活，这是惠达人对自己产品的最高要求。

3、长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。面对机遇和挑战，惠达正以誓争一流，顽强登攀的气魄，广泛宣传惠达品牌。在奥运年惠达专门制作了几款卫生陶瓷，这不能不说它市场敏锐度之高。

4、惠达在招聘人员方面并不注重学历的高低，只在乎能力。虽然我们还有两年才毕业，但也解开了我们心中的许多困扰，增进了对惠达的了解。

（四）通过对保龙仓超市、华盛超市的调研，我们可以从中发现这两个超市在超市文化、管理系统、促销方式、服务理念上存在着诸多方面的不同，但其中也不乏有相同之处。

不同点：

保龙仓超市在公司理念上：利国、利民、立自身，顾客永远正确。在服务宗旨上：超低售价、一次购足、货品新鲜、自助选购；在服务理念上：全心全意致力于您的十分满意。在管理系统上：向着集约化、集团化、国际化标准的目标继续迈进，建立起科学的销售体系和经营策略。在促销方式上：由于保龙仓所处的地理位置比较优越，收入水平都比较高，所以价格方面会比华盛贵，在节假日人会比较多，超市里搞活动的也比较多。而在华盛却看不到这样热闹的景象。其次推行会员卡，在活动期间，给予优惠。

华盛超市在经营宗旨上：一直坚持“货真价低，优质服务，创一流业绩，倾心回报顾客”；在管理系统上：重视管理技

术和业务流程的先进性，为企业提高了竞争力，华盛从业务经营和市场需要出发，形成了自己独具特色的“进、销、调、存、变”的业务流程和经营模式。在促销方式上：天天特价，经常会听到有人这样说“在唐山所有超市中，华盛超市的东西最便宜”，这无疑成为市民天天购物的好去所。因此华盛在唐山市民的心目中地位很高。

相同点：

两者利用开业、周年庆典、节假日等开展大型的促销活动，每次活动都印发大量的海报。这次调查正好赶上保龙仓店庆四周年，真是热闹非凡。在促销期间，还增设促销专区，并按档期分摆不同的促销商品。两家超市之所以这么做，都在提高自己的声誉，努力实现自己的品牌价值。

1、无论自己以后会从事什么样的行业，都应该使自己融入到集体中，认同企业的文化价值观。

2、加强自己理论知识的培养，树立创新意识，做好个人工作计划，完善营销理论体系，为将来的工作打好基础。

汽车营销报告书 营销年度工作报告总结篇四

实习目的：通过生产实习了解造纸工业和企业生产营销情况，在这个基础上把所学的商务专业理论知识与实践紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力，以达到学以致用的目的。

实习时间：20____.1.20 ---- 20____.2.21

实习地点：乐昌市造厂

总结报告：

为期1个月的实习结束了，我在这一个月的实习中学到了很多

在课堂上根本就学不到的知识,受益非浅。现在我就对这一个月的工作做一个小结。

首先介绍一下我的实习单位:乐昌市造纸厂。该厂位于乐昌市河南镇武江河畔是一间地方国营企业,主要生产卫生纸、瓦楞纸等产品,产品主要销往粤北、湘、赣南和珠江三角洲地区,年产量可达六、七千吨,产值一千多万元。该厂产品曾多次在省级、部级的评比中获奖,深受广大消费者和用户青睐。

自元月20日起,在一个月的工作中我参加了该厂的供销实习工作。实习可以分为两个阶段。第一阶段该厂领导安排我在厂的供应室工作,主要是组织收购原材料。通过对这一阶段的工作使我知道了一般造纸的原理。造纸生产分为纸浆和造纸两个基本过程。制浆就是用机械的方法、化学的方法或者两者相结合的方法把植物纤维原料离解变成本色纸浆或漂白纸浆。造纸则是把悬浮在水中的纸浆纤维,经过各种加工结合成合乎各种要求的纸页。我负责收购的原材料是纸皮。把从附近城乡收购到的纸皮再经过车间用机械打碎成浆,高温蒸煮等加工程序后制成卫生纸。不要小看这只是简简单单的购买纸皮,其中还真有学问。以前只是会卖纸皮,现在可要买纸皮了,而且还是大批大批的买入。这里就要把自己在学校学到的诸如商品学、经济数学、统计学和会计学等知识和实践结合起来用在里面。例如:为了降低成本必须要以一个较低的价格买入原材料,那就要了解,分析市场上的收购价格,作好记录,而且要兼顾长期联系的老顾客、运费等因素,最后购买了还要作好验货、入仓等工作。其中更有些是课本学不到的经验,就像是买纸皮时要注意纸皮的湿度,湿度大的纸皮就越重,价钱就越高,有些纸皮商就是从中获利不少。虽然在供销室实习只有两周但相信这对我今后工作尤其在供销方面有了一个很好的开始!

接下来的第二阶段我被安排到销售室工作。为该厂联系销售业务,推销该厂的主要产品:卫生纸和瓦楞纸。虽然我学的

专业更适合推销，但实际上这并不是件好差事。对于我这个毫没有实际工作经验又没有业务联系初出茅庐的人来说推销一种商品确实很难的。所以刚开始那两天真的无从下手，只能跟着单位的同事跑那些有业务联系的老顾客去学学看看。通过一个星期的学习观察和老同事的分析我总结了一下：该厂瓦楞纸主要是销往珠江三角洲地区，在我们粤北地区确实市场不大，而且自己工作时间短，经验少，又没有很广的交际面，与其推销瓦楞纸和卫生纸两种产品而分散力量倒不如集中力量推销在粤北地区也很大市场的卫生纸。

“皇天不负有心人”通过努力我终于在最后一个星期里做成了两挡生意。虽然有一挡是推销到自己亲戚的门市部那里但生意成功总是值得高兴。另外一挡就是自己努力的结果更值得骄傲。这挡生意是一间零售商店。为了这挡生意我做了很多功夫：背熟资料，市场调查，打听该店实际情况，总结前几次失败原因等等。通过这两个星期的推销实习使我深深明白到推销的重要性和搞推销是一件很辛苦的事，根本不是读书时想象的那样简单。同样也使我深刻体会到在学校学好专业知识固然很重要，但更重要的是把学到的知识灵活运用到实践中去。

在为期1个月的实习里，我象一个真正的员工一样拥有自己的工作卡，感觉自己已经不是一个学生了，每天7点起床，然后象个真正的上班族一样上班。实习过程中遵守该厂的各项制度，虚心向有经验的同事学习，一个月的实习使我懂得了很多以前不知道的东西，对乐昌市造纸厂也有了更深的了解，通过了解也发现了该厂存在一些问题：（1）由于受市场影响的客观因素和主观努力不够，产品质量不够稳定，使销售工作陷入被动，直接影响工厂生产的正常运转；（2）销售业务工作管理还不够完善，资金回笼有时不够及时，直接影响工厂的正常运转；（3）市场信息反馈较慢，对发展新客户的工作作得不够细。

if you can dream it,you can make it!

最后衷心感谢乐昌造纸厂给我提供实习机会！

汽车营销报告书 营销年度工作报告总结篇五

在我们接触市场营销专业课之前，我们专业特别的进行了这次专业认识的实习。这次实习从20xx年8月22日到9月9日，历时达三周之久。主要通过同学们在查看资料的前提下自行到社会上找实习单位的方式来进行的。效果很不错。这次专业认识的实习，是为了让我们对营销专业有一个初步的感性认识和了解，同时也对自己有一个清晰的认识，以便在以后的学习中能够扬长补短。通过这次实习，也使我们初步培养了专业兴趣，初步设想了未来发展的方向，为今后的专业学习及就业打下了良好的基础。通过这三周的实习，我们基本上达到了初步学会发现营销问题并尝试用理论分析营销问题，收集、整理与分析资料，书写实习报告等专业认识的目的。这次实习在老师的指导和同学们的努力下，最终取得了圆满的成功。

我们实习的单位是郑州盛煌经贸有限公司，我们的实习主要是在它的营销部进行的。在人们消费水平逐渐提高，生活质量要求越来越高的今天，装修污染（装修污染的相关材料见附录一）却困扰着人们。而这家公司正是以改善人类居室环境为己任，为消费者提供有效的空气治理方案，以优秀的产品、专业的施工、合理的价位，为消费者打造一个无污染的家。治理装修污染是这家公司的主要工作，其主打产品是光触媒（光触媒的简介见附录二）。

从8月22至8月24日，我们在学校内部通过电子网络对专业知识进行初步浏览；8月25日我们组开始找实习单位，当天我们就选定了一家公司，但晚上经过考虑就把它辞了；8月26日，我们最终选定了郑州盛煌经贸有限公司；8月27日，休息一天；8月28日，我们正式上班，这一天到公司我们的主要工作就是查阅公司的相关资料，对公司进行一个初步的了解与认识；

8月29日，我们根据公司经理的安排到该公司的营销部了解情况；8月30、31日，9月1、2、3日，我们被分别派往业务经营点，跟着公司的业务员学习业务经营；9月4、5日，我们休息两天；9月6、7、8、9日，根据老师的安排，我们在校内写实习报告。9月9日实习报告的上交，标志着这次为期三周的专业认识实习结束。

我们组的实习内容主要是在围绕专业认识主题的前提下参加郑州盛煌经贸有限公司的业务经营工作。我们在接触顾客时，主要了解顾客的消费需求及消费心理；在与业务员相处时，主要学习其洽谈业务的语言和技巧；同时，我们也注意观察周围的一切，进一步了解我们的营销环境。我们以营销人的身份去参加真枪实弹的演练，在这个过程中，我们初步对营销专业有了感性的认识，同时也培养了我们的专业兴趣。

（一）盛煌经贸有限公司的营销环境营销环境是存在于企业营销部门外部的不可控制的因素和力量，这些因素和力量是影响企业营销活动及其目标实现的外部条件。任何企业的营销活动都不可能脱离周围的环境而孤立存在进行。所以任何一次的企业活动都要以环境为依据，主动地去适应环境，同时透过营销努力去影响外部环境，使环境有利于企业的生存和发展，有利于提高企业营销活动的有效性。

1、该企业的微观环境分析微观环境是指与企业紧密相连，直接影响企业营销能力的各种参与者，包括企业本身、市场营销渠道企业、顾客、竞争者以及社会公众。微观环境直接影响与制约企业的营销活动，多半与企业具有或多或少的经济关系。该企业的微观环境对企业本身的发展有很多不利。企业本身实力不强，资金不富，影响力不强，这直接影响其营销策略和营销投入。该企业的顾客却是那些有钱的主，因此这一点对公司来说是有利的营销环境。该企业的竞争对手很多，但这是无法改变的市场竞争规律。企业所面对的社会公众都是一群思想观念落后的中国人，其很难在社会公众中树立良好的形象。这些微观环境直接影响企业的营销活动。

2、该企业的宏观营销环境分析宏观环境是指影响微观环境的一系列巨大的社会力量，主要有：人口、经济、政治、法律、科学技术、社会文化及自然生态等因素。宏观环境一般以微观环境为媒介去影响和制约企业的营销活动，在特定场合，也会直接影响企业的营销活动。该企业位于郑州市区，郑州市是一个省会城市，人口集中，政治法律等都比较完善，但该企业面对的一个瓶颈问题是无法生产及引进真正能够消除污染的产品与设备，这也是目前的科技所不能达到的，这直接关系公司的营销策略。不完美的产品，肯定得不到顾客的十分满意，从而影响企业的销售额。

（二）该企业的营销特点及分析该企业采取的营销路子是绿色营销和体验营销，同时以推销策略为主攻力。

（1）绿色消费是开展绿色营销的前提；

（2）绿色观念是绿色营销的指导思想；

（3）绿色体制是绿色营销的法制保障；

（4）绿色科技是绿色营销的物质保证。郑州盛煌经贸有限公司，其行的就是绿色营销，在人们生活质量逐渐提高的今天，各种装修污染已经严重影响到人们的身体健康与生命安全，而该公司致力改善人类居室环境，降低装修污染对人们的危害。这种营销的出发点就是以满足绿色需求为中心，并以提升人们的生活质量为已任，着眼未来，追求技术进步，促进绿色产品的发展。当然这家公司也是“环保回归”热潮的附属品。

2、体验营销体验经济时代的到来使生产和消费行为都发生了巨大的变化，消费者在消费产品和服务时，已经不仅仅停留在产品和服务的本身，而是更加关注他们的感官体验和思维认同的过程。这些变化使企业的营销方式面临巨大的挑战的同时也提供了一定的机会。面临体验经济和体验消费的到来，

体验营销应运而生。体验营销要求企业必须以服务为舞台，以商品为道具，围绕消费者创造出值得回忆的活动，使客户与企业建立合作，以此促进企业达到增加产品销售量的目的。郑州盛煌经贸有限公司的产品本身也是一种服务性产品，而其体现的就是一种体验经济。面对这种体验经济，公司肯定会采取相应的体验营销。公司对顾客的承诺就是“先治理，后收费；不达标，不收费”。并且在小区内经常进行一些免费的治理活动等。这些营销的策略，无不维绕着以体验为基础来吸引消费者，并增加其产品的附加值，从而建立品牌，取得消费者的认同。

3、该企业的促销策略促销是促进产品销售的简称。从市场营销的角度看，促销是企业通过人员和非人员的方式，沟通企业与消费者之间的信息，引发、刺激消费者的消费欲望和兴趣，使其产生购买行为的活动。促销以沟通信息为核心，以引发、刺激消费者产生购买行为为目的。郑州盛煌经贸有限公司采取的促销方式主要是人员促销，它一般情况是在一个新建的人数少而集中的小区内进行，这样能够直接的接触顾客，但公司也会采取一些人员促销，如派发广告单，免费上门检测服务等措施。该公司在促销策略上以推式策略为指导思想。公司主要运用人员推销的方式把产品推向市场，由于该公司的产品单位价值较高、性能复杂、流通环节比较少、市场比较集中，所以非常适合这种推式策略。