

2023年车展总结报告(优秀5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。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

车展总结报告篇一

这一次的攸县车展规模空前，我们也投入了超多的人力和物力，我们是综合品牌，参展的品牌包括东风本田，东风雪铁龙，上汽荣威，上海别克。除了别克品牌展区离我们主要的中心展区比较远以外，其他的几个品牌都在一齐参展，便于我们开展工作，把握意向客户和签单。我没有什么亮点能够说因为实在是不多，主要说说我的不足：

我准备的很不充分，荣威和名爵有几个车型根本不明白它的报价，别克也有，关键还是在于品牌意识不强，只看重东风本田的，好像除了本田的车，其他的车没有人买一样，抱着这样的心态去车展是最不就应的。我低估了其他品牌的影响力，个性是别克和雪铁龙，如果再辛苦一点空闲的时候多去别克展区我相信别克的单不止这15台。

说白了就是私心重，搞车展邀约意向客户理所当然，我也不例外，邀约了多少批我忘记了，在我印象中就应有5批来了车展现场，结果只签单一批。来两批客户就同时应付两个客户，还不是和你谈的一个车型，甚至不是一个品牌，更甚至不是我们公司自己的品牌，这个时候我却没有想到找人来帮忙，比如兰天兄弟单位的销售顾问们，当时想的是不能让他们谈，我的客户意向很强，我能够对付的了，不能被别的销售顾问签了我要自己来，结果是两个没一个。私心比较严重，思考问题不全面。

老客户是我邀约过来的，总以为老客户把握大，对自己的太有信心了，和他们磨价格，谈配置，讲精品，浪费了我超多的时间和精力，我太看重他们了，太把他们当回事了导致流失了很多意向客户。

比如荣威550，这是一台很赚钱的车型，我没有把握好，没有卖一台出去，车展前只明白盯着本田crv卖，没有思考到整体。

车展前开会我就想过我不会把过多的时间放在谈按揭上面，我也是这么做的，但是车展结束后我就想，也许这又是一个错误的观念，按揭客户流失对我和我们公司也是一种损失。思考个人多过于公司。

有了这这一次的经历，我相信我以后不管在今后的工作中还是在明年的车展上，我都会调整好我自己的心态去努力卖车，多为公司思考。

车展总结报告篇二

我觉得，车展可以分为三部分：车展前、车展中和车展后这好像是废话，不过真觉得应该这样分三个阶段，因为每个阶段的工作重点不一样。不信我们往下聊。

车展前，我们的重点工作是准备。

1、事先周密的计划是车展成功的必要条件。一般在车展前一个月就要进行战略的制定和方案的策划。建议大家考虑这么几个问题：

a)这个时候要确定车展的战略方向：是要求销量还是利润？

b)应该把价格放到一个什么样的水平才能完成目标？

c)竞品会搞些什么动作？

d)车展应该投入多少比较合适？需要多少小蜜蜂和人力资源？

e)是否需要租赁车展附近和场地内外的各种户外媒体进行投放？

f)车展集客是效率最高的时候，如何在场内集客？

这些问题解决了，那么方案也就差不多了。

2、车展15天前就应该开始准备各种物料。这个大家比较有经验，就不多说了。

3、团队的士气需要大幅度提振，基本上就是那么几个花样，大家不要觉得没新意就放松，一定要做，而且要做细，做到位。士气提上来了，销量就有保证了。

4、车展前磨过镰刀没？要是没磨，你out了！车展前两天，一定要对销售顾问做一次全面系统的知识培训，讲解要点，攻击竞品，让大家找到支撑点。再老的销售顾问，也能从培训中受益。当然，你还要记得让你的销售团队在车展前能休息半天，睡个好觉。

5、还有需要注意的一个问题就是，如果你在车展前手头的客户信息还比较多的话，嗯嗯，你自己想办法搞个店头活动消化了吧，省得到展会上成为别人的猎物。

6、车展上，竞品多，客户集中，销售顾问多少都不嫌多。除了把你的全部队伍拉上来之外，有人缘的话，出去借几个人吧，那些其他店的销售精英，略做培训，即可上岗。

这是车展前，下面来谈谈车展中，这一部分的重点是执行和变通。

其实准备工作做好了，车展中能做的工作就不多了。但还是

需要注意几个问题：

1、一定要有重量级的人物坐镇车展协调和拍板。最好是总经理，其次是销售总监。

同时还能解决老客户的抱怨。总之就是让你的销售团队在身边就能解决所遇到的各种问题，提高工作效率。

3、晨会、晚会，总结、鼓励、现场发红包等等，这个不说了。

5、你的竞品动作现在知道了吧？有没有及时调整策略？晚一步，立马丢失很多客户啊。

6、提醒下，事先走一圈，了解下场内各展位营销节目的时间，不要跟人家冲突到一块儿。

7、一点小技巧

a)气球上印上广告，发给场内的小朋友，高高飘在头上，风景一道；

b)场内穿行的击鼓军乐队；

c)让你的销售团队全部穿迷彩服、军靴，肯定很精神；

d)收集到一定的客户数量后，拉到就近的酒店搞个闭门销售，与竞品隔离开来；

e)让促销员拿上礼品满场找客户扫微信

车展后：

1、车展后两天内不能放松，必须逼着销售顾问梳理一遍客户，打上两遍电话，坚决不能丢掉一个客户。而且，这段时间客

户还没有来得及提车，很多客户虽然在竞品处交了定金，但仍然有很大的几率会反悔。

2、车展后一周内必须搞一次闭门销售活动，消化掉展会期间的集客。

3、对车展进行回顾和总结。

4、准备货源，快速交车。

5、大部分时候，车展后会有一段时间的真空期，销售顾问比较疲惫，展厅来访客户也会明显减少。这时候就需要做两件事：鼓舞士气、快速拿出车展后的销售行动方案。

6、严格控制退单。不要相信你的销售顾问给出的客户退单理由，当然，更不要相信客户。所有的退单，99%的原因都是客户后悔了。所以，一定要找到客户后悔的原因对症下药。

7、重新制定价格策略，让你的销售回归原位。

其实，车展要出成果，关键还是要把工作做细。细节执行好了，车展肯定有好结果。一些新奇的手段和营销策略不过是出奇，寄希望于出奇制胜，最后大多数会失望。

车展总结报告篇三

吉林市五一汽车展销会，在市区两级政府的大力关心、支持下，在汽车管委会的大力协助下，经过市区两级领导及车展组委会全体人员的共同努力，于5月13日在吉林市世纪广场成功举办。第四届车展在规模、档次、配套服务等方面都超过了前几届车展，展会期间，共接待观众万人次，销售车辆767辆（其中现场提车138辆，仓库提车259辆，协议购车370辆），销售额亿元。给今年以来一度低迷的车市注入了活力。不仅取得了良好的社会效益，扩大了吉林市车展和城市的知名度，

也取得了直接展会经济效益，同时，也带动了市区相关服务产业的消费，受到了省、市、区领导的好评。

发挥组织优势是车展成功举办的保障市区党委、政府成立了会议筹备工作领导小组，区委书记魏秀田同志亲自挂帅，定期调度展会的筹备情况，及时安排和解决会议筹备工作中遇到的困难和问题，充分保证了会议的各方面筹备工作能够有条不紊地扎实推进。世回尧街道党工委、办事处成立了车展工作小组，党工委书记陶强同志亲任组长，下设招商布展、宣传、后勤保障三个小组。各小组上下协调，分兵把口，争分夺秒，奋力拼搏，很好地发挥了团队合作精神，表现出了一种很强的凝聚力和战斗力。在会议筹备期间，汽车管委会的领导也多次亲临烟台指导筹备和展览工作，对展会的成功举办提供了技术保证。

热情服务是车展成功举办的基础本届车展广告宣传面广量大，参与单位增多。从年初开始，先后投入余万元在市内外10多家媒体上做了广告。从8月中旬开始，新闻宣传工作也相继展开，各有关媒体相继对会议的招商招展情况作了报道。展会招商组参加了北京、天津、沈阳等地的车展，学习外地经验，同时发放宣传材料，进行面对面招商。本本届车展参展单位160余家，参展品牌100余个，参展车辆700余辆。

打造吉林车展品牌是车展成功举办的关键追求档次、讲究实效、打造吉林车展品牌、扩大吉林汽车市场的知名度是我们办车展的宗旨。本届车展参展车辆的档次高，所有的国产中高级轿车。

是车展成功举办的法宝为丰富汽车文化，开阔市民视野，本届车展设立了汽车文化展厅，深深吸引着参观者，也让参观者见到了世界汽车百年的发展史。给广大观众增添了一道丰盛的汽车文化大餐。

车展总结报告篇四

- 1、通过车展加强用户对产品及公司的了解，加强潜在客户群的印象，促使成交；
- 2、通过展会制造市场声音，增加集客；
- 3、提升品牌形象以及销售服务店知名度，实现品牌有效传播；
- 4、将展会作为流动的展厅，实现将潜在客户吸引到店，让客户亲身体验产品的内在动力及操控性，以促进成交。

本次车展的场地设于宝鸡市体育场馆，室内展位面积超过2000，室外展区近30000，总展位面积超过32000，是宝鸡地区可用面积最大的车展场地。而且，本次车展是华商报主办在宝鸡市第二届汽车展销盛会，加之购置税的小幅度影响和油价攀升带来的冲击，各汽车品牌当地经销商企业都非常重视。

华商报作为陕西地区发行量最大、覆盖面最广的报纸媒体多年来一直在西安开展汽车展销会，自宝鸡、咸阳等地出现地方专刊以后，汽车展销会在宝鸡从20xx年起步□20xx年第二届逐春风车展借助华商报在宝鸡四区九县的影响力，为20xx年汽车市场发展开了个好头。3天车展共计成交及订车数量400辆。

车展总结报告篇五

活动地点：国际会展中心

目标任务：143个订单1300张a卡

完成任务：147个订单1400张a卡

车展总费用：

为期一周的第九届房车文化节展览会在宁夏国际展览中心圆满落幕。持续七天的汽车狂欢让我们看到丰田汽车产业的蒸蒸日上，丰田汽车在这次车展中大放异彩，成了整个车展场外最火爆的展厅。火爆的背后是我们所有上陵同事们共同努力的结果。

本次车展广告宣传面广，宣传量大，期间参与车辆众多。最强阵容，参展品牌多达40余个，10余款畅销车型齐上阵。最全服务，二手车免费评估、优惠置换、公平收购；到场的车辆即可享受售后免费检测，以及各项咨询服务。购车即可参加抽奖，幸运百分百。最精彩，精彩文艺演出不间断，香车美女近距离接触。这些无一不全然抓住了观众的眼眸。最终完成了2个亮点[rav4政策120xx元精品和3个之最：销售台次最多、顾客来店量最多、访的目标。

对于这次车展活动的成功举办，我感触良多。整个车展过程井然有序，各项工作开展得完满得体。毋庸置疑，在国际会展中心这一得天独厚的地方举行展销活动，必将为我们广汇汽车甘肃区域宁夏片区银川上陵店走出中国、迈向世界开拓出广阔的市场注入新的生机。

车展中各色名车琳琅满目，与蓝天白云相得益彰，形态均异而不失尊贵典雅。我们上陵丰田汽车本身的实用价值与观赏价值深深将观众打动，鲜艳的红与神秘的黑，纯净的白与优雅的灰，风姿灵巧中透着靓丽光泽，别致的风韵对顾客的吸引更是不容置疑。不用说我们满足了顾客的各种需求，更不用说我们为顾客提供了各种质优价廉、快速便捷的服务。仅上陵的口碑便high翻全场。不难发现，车展参观者们对我们上陵丰田周到细致的服务和深得顾客信赖的信誉，赞不绝口。车展为我们上陵丰田的发展锦上添了新花，上了一层更高的台阶。上陵丰田过去已经名扬四方，而今更将享誉海外。

这次的市场宣传也达到了比预期更好的效果，尤其是活动中专门请的三位靓丽的车模，为我们上陵丰田展区吸引了大量的客户；同时，精彩的车展的活动现场也给交易市场赢得了大量的客户，来店洽谈的客户更是络绎不绝。总的来说，这次的车展我们做的的确很成功。回首往昔，上陵的成绩凝聚着诸位同事的心血与汗水；展望未来，上陵在大家的拼搏之中定将再展宏图。

总的来说，本次车展活动已完成前期制定的目标，而且超出预期计划订单数。活动期间，上前询价顾客数量较多，与工作人员的互动非常完美。诚然，消费者欣喜的反应便是对我们大家最好的馈赠。最后，我谨代表我部门全体工作人员祝愿上陵丰田的明天飞黄腾达，再创佳绩！