

汽车营销与策划实训总结报告(汇总5篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。那么，报告到底怎么写才合适呢？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。

汽车营销与策划实训总结报告篇一

企业销售商品的必要外部条件之一是该商品存在着市场需求。人们把具备这个条件的商品称为是适销对路的。只有存在市场需求，商品才能销售出去。某种商品的市场需求，是指一定范围的所有潜在顾客在一定时间内对于该商品有购买力的欲购数量。如果某种商品的市场需求确实存在，而且企业知道需要的顾客是谁，在哪里，就可以顺利地进行商品销售。通过今天的市场营销实训让我深深的明白：“怎样才能成为一个成功的营销人员”市场营销是一门综合性很强，灵活性很强的学科。可以使我们充分的挖掘自身的潜力。刚开始老师对今天的内容做了简单的介绍和全程的操作是我们对今天的学习内容产生了兴趣并有了一个整体的轮廓，并收集了相关的信息和资料。

开始了我选择了东北地区作为我的目标市场结合了3000万启动资金并进行了市场调查分析采用了问卷调查的手段，结合了该地区的人口特点对手机的供求市场进行总体的分析，对竞争进行分析□swot分析等，一切的营销都以营利为目的。现在我不是一个人，而是一个企业的领导者。销售策略对一个企业的生存有重要意义，通过定价策略，销售策略，产品策略。等控制企业的发展的强大。开始我就遇到很大的困难，由于企业的市场占有率低，是企业进入困境，我发现销售渠道的重要性，我选择开辟华东地区作为新的目标市场，并采取广告策略，但手机的生产成本较高没有做好预算导致企业再次陷入绝境。后来在同学的帮助下我结束这次训练，虽然

错误连连，企业也没有盈利可是我总结了经验对下一次的训练做好了总结。

在第二次的模拟试验中，我防微杜渐，首先不再将公司的产品局限于低档产品而是生产高中档产品，利用广告效益增加市场份额，我注意抓住市场，发挥市场潜力。我发现一名经营者要做到准确的把握市场，制作优良的营销的方案，绝对的告别纸上谈兵，抓住经验，一个创业经营者要有一定的规划，如果盲目的生产或盲目的销售，只会适得其反。

1在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。

3要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争对手，利于不败之地。

4既要制定较长期的战略计划，决定企业的发展方向和目标，又要有具体的市场营销计划，具体实施战略目标。

5企业的营销不是一个人的事情，而是需要一个团队。发挥整体的力量。

以上就是我对营销实战的简要总结。

一周的实训虽然困难重重，却让我受益匪浅，我深深的了解到每一个创业者的艰难，经历了巨大的压力和不懈的努力。要成功就必须有充足的准备。还要具有对市场的洞察力，创新意识和管理的才能，把握每一次机会。

看了市场营销策划实训心得体会的读者还看了：

汽车营销与策划实训总结报告篇二

汽车营销实训心得这个学期，我们学习了汽车营销这门课程，

在课上老师给我们讲授营销学的知识，从4ps到4cs的营销理论，我了解到了很多经济学，营销学的知识，而汽车营销的实训更使我获益匪浅。

在期末复习期间，老师通知我们周二上午8点在图书馆门口集合，当天风很大同学们都躲在图书馆的一层避风，等待老师的安排，9点前后，广汽传祺公司开来了三辆车，老师安排我们分组坐进车里像销售人员询问有关汽车营销的方法，我坐上了广汽传祺的gs5速博，这是一款suv轿车，内室很宽大，我们向销售人员询问了一些问题比如：用户购车最关心的是汽车的那些参数，销售人员告诉我们，一般人比较关心汽车底盘的高度，发动机的排量，油耗，价格以及4s店的优惠活动，而我们坐的这款车有前驱和四驱两种，而前驱和四驱也按照配置不同有不同的价格，面对客户首先要分析客户的需求，比如喜欢跑越野的人就向他推荐四驱的车，对于挖掘客户需求的这一点我想起以前也曾在讲销售的书上看过一个小故事，一个老人来到水果摊前挑李子，问小贩橘子怎么样，小贩说很甜很好吃，老太太没有买，换了一家问了同样的问题，小贩问您想要什么样的，老太太说要酸一点的，小贩问为什么要酸的，老太太说儿媳妇怀孕了想吃酸的，小贩知道后给老太太挑了酸的李子并告诉老太太孕妇需要维生素，而猕猴桃中维生素的含量高，因此他又卖出去一斤猕猴桃，对客户要求的挖掘深度与营销的成功有着密不可分的关系，挖掘客户需求之后，销售人员又讲了要呈现产品价值，和同价位的车相比这款车的特色，比如360度的泊车影像，自适应巡航等，来吸引客户的目光，赢得客户的好感，然后确定购买意向，在之后维修，保养等服务给客户做好，再让客户帮忙宣传，寻找更多的销售机会，而客户到4s店，店内人员的服务态度等细节也可促进销售的成功□4s店还提供试驾的服务，让客户更好的了解车的使用性能。

通过交谈我们了解了销售车的基本流程，销售人员的经验要比书本能教会我们的更多，交谈过后，老师让我们帮助销售

人员一起布置一下场地，做车的展览，分发资料等工作。我们分批的去吃饭，剩下的人帮忙分发资料，最后我们合影留念。

周四，老师组织我们去参观4s店，8点半我们从学校出发，步行10多分钟到达4s店，在4s店里销售人员更加详细的给我们讲述了销售的流程：

1. 接待：接待环节最重要的是主动与礼貌。销售人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，销售人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。语气尽量热情诚恳。

2. 咨询：咨询的目的是为了收集客户需求的信息。销售人员需要尽可能多的收集来自客户的所有信息，以便充分挖掘和理解客户购车的准确需求。销售人员的询问必须耐心并友好，这一阶段很重要的一点是适度与信任。销售人员在回答客户的咨询时服务的适度性要有很好的把握，既不要服务不足，更不要服务过度。

这一阶段应让客户随意发表意见，并认真倾听，以了解客户的需求和愿望，从而在后续阶段做到更有效地销售。并且销售人员应在接待开始便拿上相应的宣传资料，供客户查阅。

3. 车辆介绍：在车辆介绍阶段最重要的是有针对性和专业性。销售人员应具备所销售产品的专业知识，同时亦需要充分了解竞争车型的情况，以便在对自己产品进行介绍的过程中，不断进行比较，以突出自己产品的卖点和优势，从而提高客户对自己产品的认同度。

4. 试乘试驾：在试车过程中，应让客户集中精神对车进行体验，避免多说话，让客户集中精神获得对车辆的第一体验和感受。

5. 报价协商：通常就是价格协商，销售人员应注意在价格协商开始之前保证客户对于价格、产品、优惠、服务等各方面的信息已充分了解。

6. 签约成交：在成交阶段不应有任何催促的倾向，而应让客户有更充分的时间考虑和做出决定，但销售人员应巧妙地加强客户对于所购产品的信心。在办理相关文件时，销售人员应努力营造轻松的签约气氛。

7. 交车：要确保车辆毫发无损，在交车前销售员要对车进行清洗，车身要保持干净。

8. 售后跟踪：一旦汽车出售以后，要经常回访一下顾客，及时了解顾客对我们汽车的评价及其使用状况，要提醒顾客做保养。

然后我们来到维修车间，车间的工作人员向我们介绍了，车辆包养的一般流程：

1、当顾客打电话预约时创建维修作业订单。顾客在陈述汽车故障或故障现象时，记录相关信息。2、为每个计划的维修活动或操作创建一个独立的维修作业订单项，其中包括需要使用的汽车零配件、备件和维修工人工作安排的详细情况。

3、在安排预约之前确保所有必需的汽车零配件都有库存。

4、需要为每个维修作业订单项安排具有适当的装备的维修车间以及具备适当的条件的汽车维修设备。

5、计算估计的总成本，接着顾客认可该预约；或者维修方案终止，随即取消维修作业订单。6、在预约之前，立即在选定的维修车间装配必需的汽车零配件、备件、汽车维修工具和汽车维修设备。

7、当顾客到达时，进行计划的活动以及在检查交通工具时显得有必要的任何其他活动。8、记录所用的汽车零部件和备件的实际价值以及维修工工时费用。9、在完成所有的维修时计算总费用。10、创建发票并且将其交给顾客。

介绍完毕，我们在车间四处参观，并且向工作人员询问了我们感兴趣的车辆知识，最后我们和4s店的工作人员合影留念。回到学校老师清点人数，安排了实习心得的作业，然后就结束了营销实训的任务。

在这次实训归来我又特别在网络上查询了关于广汽传祺的资料，广州汽车集团股份有限公司（简称广汽集团）的前身是成立于1997年6月的广州汽车集团有限公司，2005年6月28日，由广州汽车工业集团有限公司、万向集团公司、中国机械工业集团有限公司、广州钢铁企业集团有限公司、广州市长隆酒店集团有限公司作为共同发起人，对原广州汽车集团有限公司进行股份制改造，以发起方式设立的大型国有控股股份制企业集团，是中国汽车行业首家在集团层面引入多家合资伙伴，进行改制设立股份公司的企业。广汽传祺是广汽集团中高级系列轿车之一，该系列车型传承了欧洲高端品牌在操控性、舒适性和主动安全性等方面的优秀基因，采用世界先进的成熟底盘平台和动力总成技术。传祺的成功诞生，将填补广汽集团的产品空白，拓宽了广汽的产品厚度，也有力彰显了广汽研发能力。再者，经过多年与国外品牌合资的经验，国内车企的工艺、研发、品牌管理水平虽有质的飞跃，但是品质形象的缺失，已成为众多国内车企难以逾越的发展障碍。未来10年，国内车企将不可避免的改变一味追求效益和成本的发展模式。换个角度，便是自主品牌的成功与否，关系着一家车企未来几十年的发展。在国内各大车企中，广汽在自主品牌领域起步较晚，却选择了从竞争最为激烈的中高级车切入市场。并且取得了辉煌的成绩。

汽车营销与策划实训总结报告篇三

经过两个星期的策划实现，我深深的感觉企业策划是提高市场占有率的有效行为，如果是一份创意突出，而且具有良好的可执行性和可操作性的企业策划案，无论对于企业的知名度，还是对于品牌的美誉度，都将起到积极的提高作用。

在策划过程中我体会到策划有：创意策划。出点子、拿主意，想出个好办法。公关策划。运筹、谋划一件事，从头到尾，做出方案，一步一步实施。市场策划。通过思想、运作，借助媒体、工具、关系，制造一种新事物，并且让之广泛流行。战略策划。通过长期调查研究，汇聚学、商、政界思想，进行预测、规划，制定方案，为重大事件提供全局性的情报咨询、信息总汇、决策方案和实施规划。谋略策划。为点子策划、公关策划、市场策划、战略策划等提供总体思路、运作方法、实施准则和操作手段。

要想写出一份出色的策划，对策划人在知识水平和工作能力上都有很高的要求：首先知识能力要求，企业策划人要具有策划学、广告学、经济、文学、政治、思维学等方面的相关知识。对于各种情况和多种信息进行科学的分析和判断，对事物变化的趋势作出准确的评估。有远见卓识和创造力，敢于大胆提出具有构思严谨、设计别致、选择合理的企业策划。

其次，实际能力要求。策划是一门科学，更是一种艰苦的具有创造性的思维活动和脑力劳动，所以企业策划人要具备较强的实际工作能力。第一，掌握策划书的制作方法和写作技巧。能把策划书中封面、序文、宗旨、内容、预算、策划进度表，有关人员职务分配表，策划所需的物品及场地、策划的相关资料等内容统一结构起来。在策划书中不能透露企业策划的核心机密。第二，全面掌握企业策划的基本程序和要求，能独立完成设定问题(课题)与目标、环境分析、组织实施、效果评价与反馈策划工作。在产品策划上，能从设想出发，经过评估、择优，再经不断考验、修改，最后获得有竞

争力的新产品等等。

经过这段时间的学习，我深感做一个的企业策划人，要经过很大的努力，我也将在以后的学习和生活中不断去提升自己！

优秀的市场营销策划实训心得体会(五)

生活中，我们每个人都面临许许多多选择，我们可以选择自己的职业，也可以规划自己的未来。由于每个人的阅历不尽相同，所以大家对生活的理解也不同，彼此的思想观念也有很大的差异。人就这么一辈子！因此有人选择了索取与享受，而有人则选择了给予与奉献，还有大量非常善良但心态与行动却一直在摇摆的寻常百姓。这也就形成了日常的文化。

一个企业如何建立自己的企业文化，我认为没有固定的模式，我们要通过工作的实践来不断的学习，积极地注意吸纳其它企业的先进思想，结合公司的实际和自己的员工来共同建立的一种文化。如经营理念、管理理念、服务理念、风险理念、人才理念等等一系列形成企业文化的一个组成部分。

一个拥有优秀文化的企业，在今后的市场竞争中，才可能得以生存和发展，其资本才可能不断增加，而且成为真正有价值的资本，否则，再多的资本也不过是一堆废纸，因为它会在今后的市场竞争中逐渐丧失。

一个月的培训期已经过去了。这段我人生中弥足珍贵的经历，给我留下了精彩而美好的回忆。在这段时间里您们给予了我足够的宽容、支持和帮助，让我充分感受到了领导们“海纳百川”的胸襟，在对您们肃然起敬的同时，也为我有机会成为冠华天视的一份子而惊喜万分。

这段时间，在领导和同事们的关怀和指导下，我通过不懈努力，各方面均取得一定的进步，现将我的工作情况做如下汇报：

怀着自己美好的希望和从零开始的心态，开始了自己人生的新征程。

我虽工作多年，但对市场营销管理、策划工作还是知之甚少，所以非常感谢集团领导给我们提供了培训学习的机会，让我对市场营销有了更深一层的认识，也非常感谢培训老师毫无保留的倾囊相授的无私精神。

通过培训，学习到了一些新的营销管理知识，懂得了在实践中锻炼出一个高绩效的营销队伍对企业来说是多么的重要。在自然科学与技术科学领域，可以采取“拿来主义”把国际上最先进成果拿来“为我所用”，但在市场营销管理方面，却不能把国外的那一套体系生搬硬套地直接移植过来，而必须结合我们的国情、民情以及企业的实际情况加以融会贯通地创造出适合自己的市场营销管理体系做到“洋为中用”才能奏效。

正如古人所说“桔生淮南则为桔，生于淮北则为枳，叶徒相似，其实味不同。所以然者何？水土异也。”（《晏子春秋》）。

下面仅就我参加集团“市场营销”培训班学习后，结合自己的工作实际和一些思考，谈谈对如何搞活“市场营销”工作的几点粗浅认识，以便共同学习和交流。

一、策划合理，准备充分，把握商机，不打无准备之仗

记得孙子兵法里讲过“多算胜，少算不胜”。不打无准备之仗，“凡事预则立，不预则废”。任何一件重要的事情，都需要事先作必要的准备和周密的策划，以确保能够达到目的。销售是一项复杂的工作，要使得销售成功，它需要销售人员做必要的准备。

准备工作的主旨，就是要做到胸有成竹，使下一步接近客户的工作具有较强的针对性，能够有计划有步骤地展开，避免

失误，争取主动高效地完成销售。

1、物质准备

物质准备工作做得好，可以让客户感到销售人员的诚意，可以帮助销售人员树立良好的洽谈形象，形成友好、和谐、宽松的洽谈气氛。物质方面的准备，首先是销售人员自己的仪表气质，以整洁大方、干净利落、庄重有气质的仪表给客户留下其道德品质、工作作风、生活情调等方面良好的第一印象。其次销售人员应根据访问目的的不同准备随身必备的物品，通常有客户的资料、样品、价目表、合同纸、笔记本、笔等等。物质准备应当认真仔细，不能丢三落四，以防访问中因此而误事或给客户留下不好的印象。行装不要过于累赘。风尘仆仆的模样会给人留下“过路人”的印象，就会影响洽谈的效果。

2、增强自信，对于销售人员取得成功至关重要。销售人员在毫无准备的情况下贸然访问客户，往往因为情况不明、底数不清总担心出差错，造成言词模棱两可，而客户看到这种对推销自己的产品都信心不足的销售人员时，首先会感到担心和失望，进而不能信任销售人员所推销的产品，当然更不会接受。因此，充分的前期准备工作，可以使销售人员底气十足，充满信心，销售起来态度从容不迫，言语举止得当，容易取得客户信任。

3、销售人员要做到“知己”，才能提高销售的成功率。所谓的“知己”就是需要掌握自己公司多方面的生产、经营、规模等情况以及自己负责的产品的性能、指标、价格等知识。

对于客户来说，销售人员就是公司。但事实上销售人员只是代表公司而已。既然销售人员代表着公司，他就应该对企业有一个全面的了解，包括经营目标、经营方针、历史业绩、企业及所销售产品的优势等等。

4、掌握公司服务的敏捷度。需采用运送方式送到客户手中的产品，客户对公司的服务的敏捷度要求就非常高，客户所希望的不仅是送货及时，而且要准确无误，如果送货有差错，就可能影响公司的形象，甚至使客户愤然离开，使销售工作无法进行下去。

5、销售人员必须熟悉本公司有关价格、信用条件、产品运送程序以及在销售过程中不可缺少的其他任何情报。在销售过程中，公司要有良好的信用条件，公司必须守信用、守合同，产品运送必须准确、及时，销售人员只有熟知这些知识，才能在销售的过程中及时地利用优惠条件来吸引客户，引发客户的购买欲。

二、寻找目标客户来源

1、一定要有核心目标。

目标是指导一切行动的根本，我们的问题是如何在销售工作中设定一个核心的目标。记得销售之神乔吉拉德曾说过，“不管你所遇见的是怎样的人，你都必须将他们视为真的想向你购买商品的客户，这样一种积极的心态，是你销售成功的前提，我初见一个客人时，我都认定他是我的客户”，我们就应该以这种信念和精神去寻找我们身边的每一个可能的客户，努力去开拓并占领市场。提高市场占有率比提高赢利率意义更为深远，以提高市场占有率作为定价的目标，以低价打入市场，开拓销路，逐步占领市场。

2、销售人员一定要勤奋。有句话说，只用双手工作的是劳动者；而用双手、大脑、心脑和双腿工作的是销售人员。为了获得的客户，更快速地提升销售业绩，除了精心维护老客户，同时还必须勤于开发新客户，时刻注意市场的变化和客户的最新情况，随时做好向客户推荐产品的准备。

汽车营销与策划实训总结报告篇四

内容预览：……实训之前，网络管理对我来说是比较抽象的，一个完整的项目要怎么来分工以及完成该项目所要的基本步骤也不明确。而经过这次实训，让我明白一个完整项目的开发，必须由团队来分工合作，并在每个阶段中进行必要的总结与论证。在这次实训中，我们每个人都有属于自己的工作，我负责的是群集服务器，原来我连群集服务是什么有什么作用都不知道，现在虽然也不是很清楚，但至少我有了大概的了解，群集服务(由事件处理器，故障转移管理器/资源管理器，全局更新管理器，以及其它部分组成)是mscs的核心部件，并作为高优先级的.系统服务运行……大学生网络管理实训总结……说受益非浅。除此以外，我还学会了如何更好地与别人沟通，如何更好地去陈述自己的观点，如何说服别人认同自己的观点。第一次亲身感受到理论与实际的相结合，让我大开眼界。也是对以前所学知识的一个初审吧!这次实训对于我以后学习、找工作也真是受益菲浅，在短短的两周中相信这些宝贵的经验会成为我今后成功的重要的基石。作为一名大二的学生，经过差不多两年的在校学习，对网络有了理性的认识和理解。在校期间，一直忙于理论……为保护作者权益，此处省略，需要浏览全文请注册或登录……基本的问题。对于自己这样一个即将步入社会的人来说，需要学习的东西很多，他们就是最好的老师，正所谓“三人行，有我师”，我们可以向他们学习很多知识、道理。突然想起鲁迅先生的一句话：这里本来没有路，只是走的人多了，也便成了路。生活的路呢?生活的路也是人走出来的，每个人一生总要去很多陌生的地方，然后熟悉，而接着又要启程去另一个陌生的地方。在不久就要踏上人生另一旅程的时候，有时不免会感到有些茫然，感到无助，但生活的路谁都无法预设，只能一步一步摸索，但只要方向正确，不要走入歧途，走哪条路都走向光明。

汽车营销与策划实训总结报告篇五

本文档如对你有帮助，请帮忙下载支持！

汽车营销实训心得

这个学期，我们学习了汽车营销这门课程，在课上老师给我们讲授营销学的知识，从4ps到4cs的营销理论，我了解到了很多经济学，营销学的知识，而汽车营销的实训更使我获益匪浅。

在期末复习期间，老师通知我们周二上午8点在图书馆门口集合，当天风很大同学们都躲在图书馆的一层避风，等待老师的安排，9点前后，广汽传祺公司开来了三辆车，老师安排我们分组坐进车里像销售人员询问有关汽车营销的方法，我坐上了广汽传祺的gs5速博，这是一款suv轿车，内室很宽大，我们向销售人员询问了一些问题比如：用户购车最关心的是汽车的那些参数，销售人员告诉我们，一般人比较关心汽车底盘的高度，发动机的排量，油耗，价格以及4s店的优惠活动，而我们坐的这款车有前驱和四驱两种，而前驱和四驱也按照配置不同有不同的价格，面对客户首先要分析客户的需求，比如喜欢跑越野的人就向他推荐四驱的车，对于挖掘客户需求的这一点我想起以前也曾在了一本讲销售的书上看过一个小故事，一个老人来到水果摊前挑李子，问小贩橘子怎么样，小贩说很甜很好吃，老太太没有买，换了一家问了同样的问题，小贩问您想要什么样的，老太太说要酸一点的，小贩问为什么要酸的，老太太说儿媳妇怀孕了想吃酸的，小贩知道后给老太太挑了酸的李子并告诉老太太孕妇需要维生素，而猕猴桃中维生素的含量高，因此他又卖出去一斤猕猴桃，对客户要求的挖掘深度与营销的成功有着密不可分的关系，挖掘客户需求之后，销售人员又讲了要呈现产品价值，和同价位的车相比这款车的特色，比如360度的泊车影像，自适应巡航等，来吸引客户的目光，赢得客户的好感，然后确定购

买意向，在之后维修，保养等服务给客户做好，再让客户帮忙宣传，寻找更多的销售机会，而客户到4s店，店内人员的服务态度等细节也可促进销售的成功。4s店还提供试驾的服务，让客户更好的了解车的使用性能。

通过交谈我们了解了销售车的基本流程，销售人员的经验要比书本能教会我们的更多，交谈过后，老师让我们帮助销售人员一起布置一下场地，做车的展览，分发资料等工作。我们分批的去吃饭，剩下的人帮忙分发资料，最后我们合影留念。

周四，老师组织我们去参观4s店，8点半我们从学校出发，步行10多分钟到达4s店，在4s店里销售人员更加详细的给我们讲述了销售的流程：

1. 接待：接待环节最重要的是主动与礼貌。销售人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，销售人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。语气尽量热情诚恳。

2. 咨询：咨询的目的是为了收集客户需求的信息。销售人员需要尽可能多的收集来自客户的所有信息，以便充分挖掘和理解客户购车的准确需求。销售人员的询问必须耐心并友好，这一阶段很重要的一点是适度与信任。销售人员在回答客户的咨询时服务的适度性要有很好的把握，既不要服务不足，更不要服务过度。

这一阶段应让客户随意发表意见，并认真倾听，以了解客户的需求和愿望，从而在后续阶段做到更有效地销售。并且销售人员应在接待开始便拿上相应的宣传资料，供客户查阅。

3. 车辆介绍：在车辆介绍阶段最重要的是有针对性和专业性。销售人员应具备所销售产品的专业知识，同时亦需要充分了解竞争车型的情况，以便在对自己产品进行介绍的过程中，不断进行比较，以突出自己产品的卖点和优势，从而

提高客户对自己产品的认同度。

4. 试乘试驾：在试车过程中，应让客户集中精神对车进行体验，避免多说话，让客户集中精神获得对车辆的第一体验和感受。

5. 报价协商：通常就是价格协商，销售人员应注意在价格协商开始之前保证客户对于价格、本文档如对你有帮助，请帮忙下载支持！

产品、优惠、服务等各方面的信息已充分了解。6. 签约成交：在成交阶段不应有任何催促的倾向，而应让客户有更充分的时间考虑和做出决定，但销售人员应巧妙地加强客户对于所购产品的信心。在办理相关文件时，销售人员应努力营造轻松的签约气氛。

7. 交车：要确保车辆毫发无损，在交车前销售员要对车进行清洗，车身要保持干净。

8. 售后跟踪：一旦汽车出售以后，要经常回访一下顾客，及时了解顾客对我们汽车的评价及其使用状况，要提醒顾客做保养。

然后我们来到维修车间，车间的工作人员向我们介绍了，车辆包养的一般流程：1、当顾客打电话预约时创建维修作业订单。顾客在陈述汽车故障或故障现象时，记录相关信息。

2、为每个计划的维修活动或操作创建一个独立的维修作业订单项，其中包括需要使用的汽车零配件、备件和维修工人工作安排的详细情况。

3、在安排预约之前确保所有必需的汽车零配件都有库存。

4、需要为每个维修作业订单项安排具有适当的装备的维修车

间以及具备适当的条件的汽车维修设备。

5、计算估计的总成本，接着顾客认可该预约；或者维修方案终止，随即取消维修作业订单。6、在预约之前，立即在选定的维修车间装配必需的汽车零配件、备件、汽车维修工具和汽车维修设备。

7、当顾客到达时，进行计划的活动以及在检查交通工具时显得有必要的任何其他活动。8、记录所用的汽车零配件和备件的实际价值以及维修工工时费用。9、在完成所有的维修时计算总费用。10、创建发票并且将其交给顾客。

介绍完毕，我们在车间四处参观，并且向工作人员询问了我们感兴趣的车辆知识，最后我们和4s店的工作人员合影留念。回到学校老师清点人数，安排了实习心得的作业，然后就结束了营销实训的任务。

本文档如对你有帮助，请帮忙下载支持！

车企未来几十年的发展。在国内各大车企中，广汽在自主品牌领域起步较晚，却选择了从竞争最为激烈的中高级车切入市场。并且取得了辉煌的成绩。

通过这次实训让我对汽车的销售和4s店有了更加深刻的认识，深化了我对老师课上理论知识的理解，营销真的是一门很深的学问，我还要不断学习更多知识，丰富自己，使自己成为社会需要的复合型人才。