# 2025年汽车销售总结报告如何写

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2025-03-03

*20\_年汽车销售总结报告如何写一\_\_部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以产品市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采劝确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓...*

**20\_年汽车销售总结报告如何写一**

\_\_部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以产品市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采劝确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的产品市场推广攻势。

巩固现金管理产品市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大产品市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展结算优质服务年活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续跑马圈地扩大产品市场占比的同时，还要精耕细作，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户产品市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，

及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高动户率和客户使用率。

深入开展结算优质服务年活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升\_\_部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的产品市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以财智账户为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中，加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的产品市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强产品市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市尝取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四)抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养\_\_部门人才。要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行产品市场竞争需求。

(五)强化流程管理，提高风险控制水平

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

首先

1、销售顾问培训：在销售顾问的培训上多下功夫，现在销售员业务知识明显匮乏，直接的影响销售部的业绩，\_\_年的销售顾问的培训是重点，除按计划每月一次培训以外，按需要多增加培训，特别针对不同时期竞争车型上得多下功夫研究，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，这是刘经理常教导大家的话。在\_\_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、提高销售产品市场占有率：

⑴、现在万州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\_\_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，他们唯一有的优势是价格。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、售后维修的更多优惠、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。

⑵、通过对销售顾问的培训对竞争品牌的学习提高产品市场的占有率。

⑶、结合产品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。

3、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，为公司的效益尽到最大的努力。

**20\_年汽车销售总结报告如何写二**

合同编号：

卖方(甲方)：

公司名称：

地址：

传真：

售后电话：

买方(乙方)：

姓名：

身份证号码/组织机构代码：

住址：

住宅电话：

手机号码：

甲乙双方就车辆买卖事宜，本着诚信的原则，经自愿协商达成如下协议，双方共同遵守执行：

1.标的物情况及金额

汽车品牌\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;型号\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

发动机号\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;车架号\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

单价\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

车身颜色

2.车辆交付

2.1本合同项下车辆的预计交付时间为交货时间另行通知。车辆交付的具体日期以卖方向买方发出的交付通知中所指明的日期为准。

2.2如因生产厂商调整生产计划、运输等原因导致卖方无法按预计时间交付车辆，约定的交付日期应相应延长，卖方另行通知车辆交付的具体时间。

2.3风险转移：卖方于合同约定的地点将车辆交付买方后，车辆毁损、灭失的风险转移至买方;因乙方使用、保管或保养不当造成的质量问题以及在使用过程中造成第三者的人身伤害或财产损害赔偿，由乙方自行承担责任。由于买方的原因致使不能按照卖方交付通知中所指明的时间交付车辆的，风险于交付时间起转移至买方，且买方应向卖方支付自交付日起的保管费用。

2.4卖方在交付车辆同时，应提供车辆的机动车销售统一发票、保修和保养手册等。

3.价款支付

3.1车辆价款为车身单价，不包括车辆购置税、车辆保险费、上牌费等其他费用。买方应于卖方通知的车辆交付日前按本合同约定支付相关款项。

3.2双方同意按照以下第\_\_\_\_\_\_\_种方式付款：

(1)一次性支付方式：买方于本合同签署同时\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日(包括该日)之前向卖方一次性支付全部价款人民币\_\_\_\_\_\_\_元(大写：\_\_\_\_\_\_\_元)。

(2)订金支付方式：买方于本合同签署同时，向卖方支付人民币\_\_\_\_\_\_\_元(大写：\_\_\_\_\_\_\_元)作为订金。买方应在卖方根据本合同约定向其发出交车通知后\_\_\_\_\_\_\_日之内支付全部剩余价款，已付订金可抵扣价款。如由于买方原因需解除本合同，订金不予退还。

(3)汽车消费贷款方式：

(a)于本合同签署同时，首付全部价款的\_\_\_\_\_\_\_%，计人民币\_\_\_\_\_\_\_元(大写：\_\_\_\_\_\_\_元);

(b)于\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日(包括该日)之前，买方通过其办理汽车消费贷款的金融机构支付全部剩余价款，计人民币\_\_\_\_\_\_\_元(大写：\_\_\_\_\_\_\_元)。

买方应要求其办理汽车消费贷款的金融机构将款项直接支付至卖方帐户。如在上述时间内，买方未能向金融机构办妥有关汽车消费贷款事宜(以卖方收到相关金融机构支付的款项为准)，或未能获得相关金融机构发放的足额贷款，则买方应在上述时间内，自行支付全部尚未支付的剩余价款。

3.3除非双方另有约定，买方应按照上述约定将价款支付至卖方指定的如下帐户。支付日期和金额以乙方帐户显示收到的日期和金额为准。

帐户名：

开户行：

帐号：

4.验收

4.1验收应于车辆交付时当场进行。买方应对车辆的外观、内饰、里程数、基本使用功能进行认真检查和确认。验收完毕，双方应当签署两份车辆交接确认单，买卖双方各持一份。

4.2对于车辆外观、内饰和其他通过一般使用者的简单检查可以发现的基本使用功能问题存在异议，买方或其代理人应该于验收时当场提出异议。

4.3车辆交付验收后，乙方不得再提出任何质量异议。乙方对车辆的验收视为对车辆所有质量合格的认可。

5.价格、配置、技术参数调整或变化

5.1本合同约定的价格是根据合同订立日生产厂商公布的现行市场零售价格而确定的。如果合同项下所购车辆是立即可以交付的车辆(现货车)，则买方应按本合同价格支付所购车辆的价款。如果合同项下所购车辆是预售的车辆(期货车)，且该车辆交付前，生产厂商调整该车辆的市场零售价格，或者因国家相关法规、政策的调整致使该车辆的市场价格变动，则本合同中约定的价格甲方有权做出变动。

5.2如果厂商实质性地更改了所购车辆的配置或技术参数，或者停止该车型的生产，那么乙方应服从并购买甲方为其调配的其他车辆，价款由甲方重新确定。

6.保修和售后服务

6.1所购车辆按照(填生产厂家名称)的规定(见随车保修和保养手册)享有售后保修及保养服务。

6.2在保修期内车辆出现质量问题或需要保养，买方应在生产厂商授权的\_\_\_\_\_\_\_服务中心进行修理和保养。

6.3买方使用车辆前应仔细阅读用户使用手册及保修和保养手册等相关资料。由于人为破坏、或者由于车辆预定用途之外的用途而造成的损坏，或者由未经生产厂商授权的修理企业进行修理、维护、保养而造成的损坏，或者由于未以经生产厂商认可的方式进行改装而造成的损坏或者由于使用非经生产厂商认可的油品及配件而造成的损坏，或者由于不可抗力造成的损坏等由买方自行承担后果，卖方对此不承担责任。

6.4买方应将真实的个人信息(主要包括新车使用人的联络地址、电话、传真、邮编、行驶证复印件等及其更新)告知卖方，并同意卖方及生产厂商或其授权的第三方将该个人信息用于客户服务或履行本合同项下或法律规定的义务(如保修、召回等)。买方应积极、主动地配合完成汽车召回活动。

7.有关汽车按揭的约定

在办理汽车按揭贷款手续过程中，乙方应切实履行如下义务：

(1)乙方自接收车辆之日起至银行贷款发放之日止，须配合甲方及银行的资信调查工作，不得以任何理由推脱;

(2)乙方提车后，须及时上牌，并把车辆登记证及购车发票原件交与甲方;为了按揭贷款的需要，乙方同意将车户挂靠在\_\_\_\_\_\_\_名下。

(3)按揭期内，乙方未经银行及甲方同意，不得将抵押车辆私自转让或轮候抵押给他人;如私自转让或抵押，乙方承担由此引发的全部法律责任;并向甲方赔偿损失。

(4)乙方在按揭期内，须严格履行还款义务，不得以经营状况不良或交通事故等原因而影响还款义务的履行;

(5)乙方不得以所购车辆发生质量问题为由，影响还款义务的履行;

(6)乙方签订本合同及银行贷款合同后，应严格履行，不得私自更改抵押权人，若由此而产生的抵押问题，乙方承担全部责任;

(7)办理按揭贷款手续的费用(含保证金、续保订金、担保手续费、工本费等)，由乙方承担。乙方贷款期内必须履行保险义务，乙方的续保订金在贷款期最后一年充抵保金，若乙方不履行保险义务，由此产生的法律后果乙方承担;

(8)乙方若变更住址及联系电话，必须在变更后三日内通知甲方及贷款银行，否则应承担由此而产生的法律责任。

(9)如因乙方原因造成其无法向银行按揭贷款的，甲方不承担任何责任。且已收取的车辆首付款也不予向乙方退还。

(10)如甲方作为保证人对乙方的按揭贷款提供担保，乙方应当对甲方的担保向甲方提供相应价值的反担保(具体详见双方签订的反担保协议)

8.违约责任

8.1如买方不能按时支付价款，则应当按照应付而未付的款额，自迟延支付之日起至实际支付日止，按照每日万分之五的标准支付违约金。如买方迟延支付超过30天，则卖方有权解除本合同，其卖方有权选择要求买方按上述标准支付违约金，或不予退还订金或其他预付款项。合同解除后，卖方有权自行处置合同项下出售的车辆。

8.2如由于买方未支付车款给卖方造成的损失超过上述约定违约金或订金数额，卖方有权获得进一步的赔偿。

8.3对任何因车辆问题而导致的间接损失或损害，包括但不限于保管成本、利润损失、机会损失以及类似的间接损失或损害，卖方不承担任何责任。

8.4乙方不履行按揭还款义务的，除按按揭贷款合同承担法律责任外，还应赔偿甲方由此而造成的损失(包括利息、罚息、调查费、律师代理费等)。

9.解决争议的方法

本合同项下发生的争议，双方应协商解决，协商不成的，向甲方所在地人民法院提起诉讼。

10.附则

10.1本合同一式\_\_\_\_\_\_\_份，甲乙双方各持一份，借款银行备案一份，具有同等效力。

10.2本合同如有未尽事宜，双方可另行签订补充协议，补充协议与本合同具有同等法律效力。

10.3本合同当事人基于本合同签订的甲方认可的其他文件作为本合同的组成部分，与本合同具有同样效力。

10.4本合同自双方当事人签字之日起即发生效力。

卖方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_买方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

授权代表签名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_客户签名/盖章\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

财产共有人(签章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**20\_年汽车销售总结报告如何写三**

尊敬的贵公司领导：

您好 ！我叫xx，我是xxx职业技术学院的一名应届毕业生，专业是汽车技术服务与营销，我希望能到贵公司从事汽车营销及其相关的工作。

做为一名大专生，我深深知道自己的劣势和不足。所以，在大学期间，我一方面注重专业基础知识的学习；另一方面又重视对自己个人能力的培养。在校期间， 我抓紧时间，努力学习，以优异的的成绩完成了专业所有的理论课程的学习，曾获得“院二等奖学金”、“优秀团员”和“三好学生”称号。同时，我也常抽出时间到图书馆广泛阅读各种书刊、杂志，力求拓展自己的知识面。学习之余，走出校门，我也抓住每一个可以锻炼的机会，我做过不少工作和兼职，为的就是自己可以与不同层次的人交流、相处，感受他们工作中的酸、甜、苦、辣，体验社会工作，感受社会生活，让自己变得更加成熟、稳重，同时也丰富了我的大学生活。充实的大学生活，让我对未来充满信心！现在，我希望到贵公司去工作，用自己所学的专业理论知识与实践有机的相结合，使自己的能力得到更高的提升。选择工作单位，物质条件不是我所考虑的首要条件， 我更看重的是公司的整体形象、管理方式、员工精神面貌和工作氛围。而贵公司正是我所理想中的工作单位，我很自信的向您承诺：选择我，贵公司和您都不会失望的！殷切的盼望成为贵公司的一员。

最后，衷心的祝愿您工作顺利！祝贵公司事业蒸蒸日上！

此致

敬礼！

求职人：xxx

xxxx年x月x日

**20\_年汽车销售总结报告如何写四**

甲方(出卖人)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

住所：\_\_\_\_\_\_\_\_\_邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

营业执照号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

委托代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方(买受人)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

住所(址)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

证件类型：身份证口护照口永久居留证口

证件号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

委托代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

住所(址)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方依据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规的规定，在平等、自愿、协商一致的基础上，就买卖汽车事宜，订立本合同。

第一条 标的物

汽车品牌及型号规格：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

生产厂名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_出厂时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

首选颜色：\_\_\_\_\_\_\_\_\_次选颜色：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第二条 数量与价款

车辆单价：\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

数量：\_\_\_\_\_\_\_\_\_台。

车辆总价：\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

运费：\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，由\_\_\_\_\_\_\_\_\_方承担。

出库费：\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，由\_\_\_\_\_\_\_\_\_方承担。

车辆交接后，乙方如需委托甲方代理上牌等服务的，双方应另行签订委托服务协议书(附件二)。

第三条 付款方式

乙方在签定合同时即付定金：\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，在结算时冲抵车款。

乙方选择下述第\_\_\_\_\_\_\_\_\_种方式付款，并按该方式所定时间如期足额将车款支付给甲方。

1.一次性付款方式：签署本合同之日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内，支付全部车价款，计人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

2.汽车消费贷款方式：签署本合同之日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内，首付全部车价款的\_\_\_\_\_\_\_\_\_%，计人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_。余款计人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_，于\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日前支付。乙方可通过金融机构办理汽车消费贷款支付部分或全部余款。但以下情况视为乙方未按合同约定时间付款，应当向甲方承担违约责任。

(1)乙方未能在以上规定时间内向金融机构办妥有关汽车消费贷款事宜(以实际发放贷款为准)。

(2)乙方未能在以上规定时间内足额办出贷款，且余额未按时自行补足支付。

3.分期付款方式：

(1)签署本合同时，支付全部车价款的\_\_\_\_\_\_\_\_\_%，计人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

(2)\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日前支付全部车价款的\_\_\_\_\_\_\_\_\_%，计人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

(3)\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日前支付最后一期车价款，计人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第四条 交车时间与地点、交付及验收方式

1.交车时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日前。

2.提车方式：乙方自提口甲方送车上门口

3.交车地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.交车时里程表记录小于：(1)100公里口(2)\_\_\_\_\_\_\_\_\_公里口以上里程表记录均不包含委托上牌服务发生的公里数。

5.甲方在向乙方交付车辆时须同时提供：

(1)销售发票。

(2)(国产车)车辆合格证或(进口车)海关进口证明及商品检验单。

(3)质量服务卡或保修手册。

(4)车辆使用说明书或用户使用手册(中文)。

(5)随车工具及备件清单。

6.车辆交接时当场验收，乙方应对所购车辆外观和基本使用功能等进行认真检查、确认。如对外观有异议，应当场向甲方提出。

7.甲方向乙方交付汽车及随车文件，双方签署车辆交接书(附件一)，即为该车辆正式交付。

8.车辆正式交付之时起，该车辆的风险责任由甲方转移至乙方。

第五条 不可抗力、不可预测因素

1.由于自然灾害、战争、等不可抗力的原因，以及国家政策发生重大变化，导致生产厂家，政府机构和其它相关部门造成不能交货或延误交货，卖方可免除违约责任。

2.任何一方对由于不可抗力造成的部分或全部不能履行本合同不负责任。但迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。

3.遇有不可抗力、不可预测因素的一方，应在3日内将事件的情况以书面形式通知另一方，并在事件发生后10日内，向另一方提交合同不能履行或部分不能履行或需要延期履行理由的报告。

第六条 质量

1.甲方向乙方出售的车辆，其质量必须符合国家汽车产品标准或行业标准，并符合出厂检验标准，符合安全驾驶和说明书载明的基本使用要求，符合车辆落籍地政府关于尾气排放的标准。

2.甲方向乙方出售的汽车，必须是经国家有关部门公布、备案的汽车产品目录上的产品或合法进口的产品，并能通过公安交通管理部门的检测，可以上牌行驶的汽车。

3.双方对车辆质量的认定有争议的，可由双方共同委托具有汽车质量鉴定资质的机构出具的书面鉴定结论为处理争议的依据。

第七条 关于修理、更换、退货的约定

1.关于整车、零部件总成的保修期限执行生产厂保修条款的规定。关于车辆更换和退货，生产厂有规定的按其规定执行;生产厂没有规定的，且乙方是消费者权益保护法所指的消费者的，则按以下约定执行：在车辆使用半年口1年口1年半口(选1项，下同)或行驶1.5万公里口2万公里口2.5万公里口内(车辆使用年限与行驶公里以先到为准)，同一严重安全性能故障累计修理或同一关键零件、总成因质量问题累计更换2次口3次口(以修理单据和发票为准，下同)后仍未排除故障无法使用;或由于质量问题及修理使得该车停用的累计工作日超过60日(扣除进口零件进货在途时间);或累计修理5次口6次口后仍不能正常行驶，甲方应负责为乙方换车或退车。

2.按照上述约定退车的，甲方应当负责为乙方按发票的价格一次退清车款，但应减去乙方使用该车产生的合理折旧费：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

3.在上述保修期内车辆出现质量问题或需要保养，乙方应在生产厂授权的或双方约定的维修站进行修理和保养，修理单位应出具相应的修理单据和发票。

4.由于人为损坏或使用、保养不当造成的质量问题，或者由于到公布、约定以外的修理点进行装潢、改装、修理造成的质量问题，由乙方自行承担后果。

5.本合同签订后，国家如出台有关汽车产品修理更换退货的规定，双方按国家规定执行。

第八条 违约责任

1.乙方不能按时支付车款的，自延期之日起至实际付款日止，按银行迟延付款的规定向甲方偿付违约金。延期付款超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_个月的，甲方有权解除合同，并要求乙方按相当于全部车价款的\_\_\_\_\_\_\_\_\_%支付违约金。

2.甲方不按时交付车辆的，自延期之日起至实际交付日止，按乙方已付款依银行迟延付款的规定向乙方偿付违约金。延期交付车辆超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_个月的，乙方有权解除合同，并要求甲方按相当于全部车价款的\_\_\_\_\_\_\_\_\_%支付违约金。

3.甲方交付的汽车不符合说明书中表明的质量标准，乙方有权要求甲方承担无偿修复、补偿损失或减少价款等违约责任。

4.因车身超重、尾气不合格等情况导致乙方无法上牌照，乙方有权退车并要求甲方赔偿损失。

5.经国家授权的汽车检验机构鉴定，乙方所购汽车确实存在设计、制造缺陷，由此缺陷造成的人身和他人财产损害，按《中华人民共和国产品质量法》的规定处理。若甲方在该车有缺陷或存在其他特殊的使用要求时，应该明示告知而未明示告知，则应承担相应赔偿责任。

第九条 双方特别约定：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第十条 解决争议的方法

甲、乙双方在履行本合同过程中发生争议时，不得采取恶意损毁对方名誉或妨碍经营、生活的行为，应协商解决;也可请求厦门市汽车流通协会汽车消费纠纷调解中心或消费者保护组织主持调解;协商不能解决或调解不成的由厦门仲裁委员会仲裁。如双方当事人不同意仲裁条款可另行协商其它争议解决方式，双方当事人另行约定的方式为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第十一条 其他

1.双方前列地址、电话若有改变，应及时书面通知对方。因一方迟延通知而造成的损失，由过错方承担责任。

2.本合同的未尽事宜及本合同在履行过程中需变更的事宜，双方应通过订立补充条款或补充协议进行约定。本合同的补充条款、补充协议及附件均为本合同不可分割的部分。

3.本合同的金额应当同时以大、小写表示，大小写数额应当一致，不一致的，以大写为准。

4.本合同自双方签字或盖章之日起生效，本合同壹式\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，具有同等效力。其中甲、乙双方各执\_\_\_\_\_\_\_\_\_份。

甲方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 乙方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人/代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 法定代表人/代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 \_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**20\_年汽车销售总结报告如何写五**

一、汽车型号及金额

┏━━━━┯━┯━━┯━━━━┯━━━┯━━━━┯━━━━┯━━┯━━┯━━┓

┃汽车品牌│型│发动│合格证号│车架号│海关单号│商检单号│颜色│价格│备注┃

┃│号│机号│││││││┃

┠────┼─┼──┼────┼───┼────┼────┼──┼──┼──┨

┗━━━━┷━┷━━┷━━━━┷━━━┷━━━━┷━━━━┷━━┷━━┷━━┛

二、质量要求

1、卖方向买方出售的汽车，其质量必须符合国家颁布的汽车质量标准。

2、卖方向买方出售的汽车，必须是在《\_\_\_》上备案的产品或经过交通管理部门认可的汽车。

三、车款与验收

1、车款为(不含税费)\_\_元;大写：\_\_\_。买方应于\_\_年\_\_月\_\_\_日在\_\_\_\_\_(地点)同卖方当面验收车辆及审验相关文件，并以\_\_(现金、支票、汇票)的方式自验收审验无误之日起\_\_\_\_日内向卖方支付车款的\_\_\_\_\_%，待办理完过户手续后再即时支付剩余车款。

2、卖方应在收到第一笔车款后\_\_\_\_\_日内交付车辆及相关文件，并协助买方在15个工作日内办理完车辆过户、转籍手续。车辆过户、转籍过程中发生的税费负担方式为：\_\_\_\_\_\_。

四、合理损耗及计算方法\_\_\_\_\_。

五、风险负担

1、汽车交付之前，若因不可抗力之事由，致使轿车丢失或毁损，其责任由买方负担。

2、车辆交付后办理过户、转籍过程中，因车辆使用发生的问题由使用者负责。

六、卖方权利义务

1、卖方应保证对出卖车辆享有所有权或处分权，且该车符合国家有关规定，能够依法办理过户、转籍手续。

2、卖方保证向买方提供的相关文件真实有效及其对车辆状况的陈述完整、真实，不存在隐瞒或虚假成分。

3、卖方在买方购买车辆时必须向买方提供：(以下3、4、5项如没有，售前应说明)

(1)销售发票;

(2)(国产车)车辆合格证、(进口车)海关进口证明和商品检验单;

(3)保修卡或保修手册;

(4)说明书;

(5)随车工具及备胎。

4.卖方收取车款后，应开具合法、规范的收款凭证。

七、买方权利义务

1、买方在购车时应认真检查出卖人所提供的车辆证件、手续是否齐全。

2、买方在购车时应对所购车辆的功能及外观进行认真检查、确认。

3、买方应按照约定的时间、地点与卖方当面验收车辆及审验相关文件，并按照约定支付车款。

4、买方应持有效证件与卖方共同办理车辆过户、转籍手续。

5、如买方使用、保管或保养不当造成的问题，由买方自行负责。

八、违约责任

1、第三人对车辆主张权利并有确实证据的，卖方应承担由此给买方造成的一切损失。

2、卖方未按照约定交付车辆或相关文件的，应每日按车款\_\_\_\_\_\_\_\_\_%的标准支付违约金。

3、因卖方原因致使车辆在约定期限内不能办理过户、转籍手续的，买方有权要求卖方返还车款并承担一切损失;因买方原因致使车辆在约定期限内不能办理过户、转籍手续的，卖方有权要求买方返还车辆并承担一切损失。

4、买方未按照约定支付剩余车款的，卖方有权要求买方承担由此造成的一切损失。

5、如属于在汽车售出前流通过程中出现的质量问题，卖方未向买方明示的，依法承担责任。

九、保证

卖方须保证汽车无瑕疵。有关瑕疵的保证，则只限于交付日后三个月以内，往后即不负一切责任。

十、担保

担保人须对卖方保证，买方确实履行本契约按期支付价金，并负连带赔偿责任。

十一、声明及保证

(一)买方：

1、买方为一家依法设立并合法存续的企业，有权签署并有能力履行本合同。

2、买方签署和履行本合同所需的一切手续\_\_\_\_\_\_\_\_\_均已办妥并合法有效。

3、在签署本合同时，任何法院、仲裁机构、行政机关或监管机构均未作出任何足以对买方履行本合同产生重大不利影响的判决、裁定、裁决或具体行政行为。

4、买方为签署本合同所需的内部授权程序均已完成，本合同的签署人是买方的法定代表人或授权代表人。本合同 同生效后即对合同双方具有法律约束力。

(二)卖方：

1、卖方为一家依法设立并合法存续的企业，有权签署并有能力履行本合同。

2、卖方签署和履行本合同所需的一切手续\_\_\_\_\_\_\_\_\_均已办妥并合法有效。

3、在签署本合同时，任何法院、仲裁机构、行政机关或监管机构均未作出任何足以对卖方履行本合同产生重大不利影响的判决、裁定、裁决或具体行政行为。

4、卖方为签署本合同所需的内部授权程序均已完成，本合同的签署人是卖方的法定代表人或授权代表人。本合同生效后即对合同双方具有法律约束力。

十二、保密

双方保证对从另一方取得且无法自公开渠道获得的商业秘密(技术信息、经营信息及其他商业秘密)予以保密。未经该商业秘密的原提供方同意，一方不得向任何第三方泄露该商业秘密的全部或部分内容。但法律、法规另有规定或双方另有约定的除外。保密期限为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年。

一方违反上述保密义务的，应承担相应的违约责任并赔偿由此造成的损失。

十三、不可抗力

本合同所称不可抗力是指不能预见，不能克服、不能避免并对一方当事人造成重大影响的客观事件，包括但不限于自然灾害如洪水、地震、火灾和风暴等以及社会事件如战争、政府行为等。

如因不可抗力事件的发生导致合同无法履行时，遇不可抗力的一方应立即将事故情况书面告知另一方，并应在\_\_\_\_\_\_\_\_\_天内，提供事故详情及合同不能履行或者需要延期履行的书面资料，双方认可后协商终止合同或暂时延迟合同的履行。

十四、通知

1、根据本合同需要发出的全部通知以及双方的文件往来及与本合同有关的通知和要求等，必须用书面形式，可采用\_\_\_\_\_\_\_\_\_(书信、传真、电报、当面送交等)方式传递。以上方式无法送达的，方可采取公告送达的方式。

2、各方通讯地址如下：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

3、一方变更通知或通讯地址，应自变更之日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内，以书面形式通知对方;否则，由未通知方承担由此而引起的相应责任。

十五、争议的处理

(一)本合同受\_\_\_\_\_\_\_\_\_国法律管辖并按其进行解释。

(二)本合同在履行过程中发生的争议，由双方当事人协商解决，也可由有关部门调解;协商或调解不成的，按下列第\_\_\_\_\_\_\_\_\_种方式解决：

1、提交\_\_\_\_\_\_\_\_\_仲裁委员会仲裁;

2、依法向人民法院起诉。

十六、解释

本合同的理解与解释应依据合同目的和文本原义进行，本合同的标题仅是为了阅读方便而设，不应影响本合同的解释。

十七、补充与附件

本合同未尽事宜，依照有关法律、法规执行，法律、法规未作规定的，买卖双方可以达成书面补充协议。本合同的附件和补充协议均为本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等的法律效力。

十八、合同效力

本合同自双方或双方法定代表人或其授权代表人签字并加盖公章之日起生效。有效期为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日。本合同正本一式\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，具有同等法律效力;合同副本\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，送\_\_\_\_\_\_\_\_\_留存一份。

卖方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_买方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

授权代表(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_授权代表(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**20\_年汽车销售总结报告如何写六**

随着我国经济的飞速发展和人民生活水平的不段提高，人们的消费观念和消费需求也在不断发生变化。汽车作为高档消费品越来越受到年轻一代和事业有成的人群的青睐，近年来汽车贸易企业在省城犹如雨后春笋迅速的发展，汽车贸易公司的形式一般都是从外国引进的“4s”店形式，在国内汽车销售市场还不算饱和的情况下，这种以店销为主的方式占了销售量的90﹪以上，只有少量车型如：微型客车、小型客车、重卡、厢货等销售商在人员推销方面下了很大功夫，而轿车走的都是店销形式。而在全面建设小康社会的今天，汽车已进入越来越多的百姓家庭，成为普通人出行的代步工具。

1.更快的适应社会，增强自身的素质学习更多的销售技巧，学会与顾客接触，交流

2.了解xxxx的汽车各种品牌，价格，性能

3.了解公司管理模式，进一步加深对理论知识的理解，进一步熟悉理论和技能在实践中的应用

4.通过实习加深我们对汽车专业在国民经济中所处地位和作用的认识，巩固专业思想，激发热情

xx年x月x日——x月x日

xxxx

销售部维修部财务部综合办公室

销售部职员：经理：xxx

销售顾问：xxx

信息员：xxx

1.掌握北京现代的销售流程

2.与销售人员搞好关系，从他们那里学习更多的经验

3.学会运用相应的销售技巧

4.更好的了解汽车各方面的信息，对各种车型进行比较

5.真正了解“4s店”的含义

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提供什么帮助。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。

短暂的实习期过去了，而我在xxxx邢台京鹏店实习的感受颇深，让我学到了一些书本中学不到的东西，教会了我怎样去与顾客接处，让我认识到，生活中的很多事情不是那么轻易就能做好的，要靠自己的不断努力和坚韧的毅力才能做好。刚去的时候，我相信：既然有新的开始就会有新的收获。因此报到的当天我去的很早，并且很快就见到了x经理，接着就上了岗，于是我就跟着小x开始了以后的工作。我每天早晨7：40到下午6：00下班，刚来的这几天还能受得了，可紧接的以后的时间就特别的累，每天骑着自己的爱车，载着自己疲惫的身躯回到学校，连饭都不想吃，就想好好的睡一觉。可时间长了，我却接受了时间对我的考验。店里的那些人都特别好接触，有时我们也开一下玩笑，但谁都没有被戏弄的感觉，尤其是娟姐跟苏哥最逗了，简直就是一对活宝，总让我们在一些烦闷的工作中解脱出来。有时候擦车也特让我郁闷，xxxx的车最低的也有1.425米，而我的个子小，够不着车顶，每天只擦车身，不擦车顶，总是不能完整的擦完一辆车。而我的主要任务就是擦车和洗车，顺便可以跟着销售员学习一些销售技巧，并且能够与顾客沟通，我生来就是一个比较腼腆的男孩子，有的时候虽然与顾客接触了，但总怕说错什么话，记得有一次，有一位顾客让我给他讲一下发动机，光听他所说的驾龄就比我的年纪大，当时我都有点傻了，不知道从哪里说起，也怕说错什么让人家笑话，也感觉他是不是故意在戏弄我，看我是新来的，幸亏当时小尹帮我解了围，可是我并不介意，这也许也是件好事，知道自己哪里是障碍，以后加以改正。就在实习的最后一天，我终于得到了一个彻底与顾客接触的机会，我拿着钥匙带顾客到车库看他想要的xx车，到了那里，我先为顾客简短的做了一下介绍，就开始回答他所提的问题。很快属于我们的时间过完了，我感觉自己答的还，这就是实习的现实成果。

**20\_年汽车销售总结报告如何写七**

尊敬的领导：

您好，

我很遗憾在这个时候，向公司正式提出辞职，在做出这个决定自前自己也想了很多，无论是工作环境还是工资待遇，都没有任何一个理由让自己选着离开，可是这次回家探亲给自己促动很大，毕竟自己也到了成家立业的年龄啦，自己父母也很是着急，自己压力也是很大，做出选着离开自己心里很是沉重，也请领导能过谅解和同情。

进入以近三年这是一个作为在外打工乱飘的我带的时间最长，也是最大的一个企业，内心又说不出的感慨。回想三年的经历也让自己对青特有着很多的感动和不舍，。

感谢部门领导周总对自己的包容，感谢我的师傅也是我的组长，对我在工作上和生活上，无微不至的关心和帮助，同样也感谢特车工艺部每个同事对自己在工作上的大力支持，我在特车工艺不得这两年，终究会成为我，最受用最值得回忆的一段经历，是伴随自己真正接触社会融入社会的起点，感谢伴随自己的成长。

最后衷心的祝福汽车，越做越大，越做越强，

事业越做越优

此致

敬礼！

辞职申请人：

20xx年x月xx日

**20\_年汽车销售总结报告如何写八**

一. 实习目的：

1. 更快的适应社会，增强自身的素质学习更多的销售技巧，学会与顾客接触，交流

2. 了解北京现代的汽车各种品牌，价格，性能

3. 了解公司管理模式，进一步加深对理论知识的理解,进一步熟悉理论和技能在实践中的应用

4. 通过实习加深我们对汽车专业在国民经济中所处地位和作用的认识,巩固专业思想,激发热情

二. 时间：20xx年6月4日——6月28日

三. 地点：北京现代

四. 公司组成：销售部 维修部 财务部 综合办公室

销售部职员：经理：xxx

销售顾问：xxx

信息员：xxx

五. 实习内容：

1. 掌握北京现代的销售流程

2. 与销售人员搞好关系，从他们那里学习更多的经验

3. 学会运用相应的销售技巧

4. 更好的了解汽车各方面的信息，对各种车型进行比较

5. 真正了解“4s店”的含义

六. 汽车销售流程图：

接待——咨询——车辆介绍——试乘试驾——报价协商——签约

成交——交车——售后跟踪

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提供什么帮助。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。

七. 北京现代旗下品牌：

....

八. 车型主要配置：

....

九. 实习总结：

短短的一个月的实习期过去了，而我在北京现代邢台京鹏店实习的这一个月感受颇深，让我学到了一些学习中学不到的东西，教会了我怎样去与顾客接处，让我认识到，生活中的很多事情不是那么轻易就能做好的，要靠自己的不断努力和坚韧的毅力才能做好。

刚去的时候，我满怀信念，我相信：既然有新的开始就会有新的收获。因此报到的当天我去的很早，并且很快就见到了张经理，接着就上了岗，于是我就跟着小贡开始了以后的工作。

我每天早晨7：40到，下午6：00下班，刚来的这几天还能受得了，可紧接的以后的时间就特别的累，每天骑着自己的爱车，载着自己疲惫的身躯回到学校，连饭都不想吃，就想好好的睡一觉。可时间长了，我却接受了时间对我的考验。

店里的那些人都特别好接触，有时我们也开一下玩笑，但谁都没有被戏弄的感觉，尤其是娟姐跟苏哥最逗了，简直就是一对活宝，总让我们在一些烦闷的工作中解脱出来。有时候擦车也特让我郁闷，北京现代的车最低的也有1.425米，而我的个子小，够不着车顶，每天只擦车身，不擦车顶，总是不能完整的擦完一辆车。

而我的主要任务就是擦车和洗车，顺便可以跟着销售员学习一些销售技巧，并且能够与顾客沟通，我生来就是一个比较腼腆的男孩子，有的时候虽然与顾客接触了，但总怕说错什么话，记得有一次，有一位顾客让我给他讲一下发动机，光听他所说的驾龄就比我的年纪大，当时我都有点傻了，不知道从哪里说起，也怕说错什么让人家笑话，也感觉他是不是故意在戏弄我，看我是新来的，幸亏当时小尹帮我解了围，可是我并不介意，这也许也是件好事，知道自己哪里是障碍，以后加以改正。

他们经常对我说：要想卖好车，就必须先学会擦车。这就像担子一样压在我的脊梁上，总让我不知道该如何是好，每天早上重复同样的动作，时间长了，我骑自行车越来越快，车擦的越来越好，越来越干净，原本从学校到公司用50分钟，而现在不到40分钟就到了，开句玩笑话，别的没学会，可车技却练了出来。

有时候总感觉自己像一只脱了缰的骏马，驰骋在无际的草原上，不知道何处是我的归路，有时候我就像一只雄鹰，翱翔在广阔的天空中，不知道我的目标在何处，还有时候我就好比一个盲人，不知道眼前的光明在那里，而现在的我就像是一只无头苍蝇，到处的乱撞，对于销售来说，不知道从那里入手，看来自己还是欠缺一些社会经验呀，从此以后我要好好的干，为了实现自己的理想，苦点，累点那没什么，只要能学到东西，那也就忍了。

现在的顾客也特别难缠，有时就为了那么一点小东西就唠叨个不停，没事的时候我就站在那些销售员的旁边跟他们套近乎，取一下他们的“经”，争取早日成“佛”，看他们在那里与顾客交流，我真羡慕，我暗想：什么时候我可以真正的与顾客交流呢，我虽然看在眼里，可我早已把他们所说的话记在心里了。

在某种情况下，语言也是一种障碍，有些顾客在看车的时候讲的全是他们那里的方言，有时我根本就听不懂，这就影响了我与顾客的交流。通过这件事看来我得多才多艺呀，会的多了，就会什么也不怕，谁都别想难住你。

就在实习的最后一天，我终于得到了一个彻底与顾客接触的机会，我拿着钥匙带顾客到车库看他想要的nf御翔，到了那里，我先为顾客简短的做了一下介绍，就开始回答他所提的问题。很快属于我们的时间过完了，我感觉自己答的还不错，忽悠那些对于汽车不在行的那些人还是可以的。

一个月的实习过完了，现在回想起来还是那么的津津有味，在那里我学到了很多知识，也让我与顾客得到了好多次近距离接触，我现在基本上已经有了销售技巧，并且能够把车卖出去。

十、收获和体会:

经过学习明白如何才能把汽车销售出去，并能得到顾客的满意呢?首先，汽车营销员要有丰富的自身知识，提高自己的心理素质。其次，要不断的与顾客联络，利用电话咨询等方式，提醒顾客缴纳汽车的各种费用，询问顾客在使用汽车时有什么意见和建议等。在节假日的时候，也可以与顾客联系，送他们一些小礼物什么的作为纪念。总之，就是要先做人，后卖车，要换位思考，多替顾客着想。

在工作车间和前台的工作人员看他们是那么的努力，而我们也即将踏上社会了，他们的工作态度和工作理念就是我们的榜样，这次的参观学习给我的感触非常的深刻，他们的工作态度让我叹止，即使我们只是来参观，可他们仍当我是客户一样，这就是他们的公司所受于他们的工作理念。

因此，我们明白了，现在我们对我的将来从满了希望，我们相信通过我的努力，我将是他们中的一员，通过这次的学习，更加确信自己的信念了，我相信，我能行，因为我现在充满信心和力量，通过我的努力我会是个很出色的职员!

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！