# 2024年雅阁汽车销售合同电子版(七篇)

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2024-11-14

*雅阁汽车销售合同电子版一甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_一、甲方自本合同签订之日起。甲方依据本合同第三条约订的方式向乙方销售商标号码为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_的汽车...*

**雅阁汽车销售合同电子版一**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

一、甲方自本合同签订之日起。甲方依据本合同第三条约订的方式向乙方销售商标号码为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_的汽车用品等（简称货物）。

二、甲方销售给乙方的货物应是\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_原厂或合作公司生产（乙方指定配件）

四、乙方自己选择运输方式，委托运输公司办理货物的运输，并向运输公司支付运杂费用和保险费用。（因考虑到货物安全，所发货必须买保险）

如买保险的货物出了问题，乙方应在第一时间和运输公司沟通协调问题货物并告之甲方。

五、乙方验收合格的货物后，应在次月1日前向甲方付清本月甲方发货的货款。逾期支付时，应向甲方支付每日万分之五的违约金。该违约金应在支付当次货款时一并付清。逾期未付款时，甲方停止向乙方发货。超过十五日仍未支付货款和违约金时，本合同终止履行。

六、本合同因乙方未支付货款而终止履行时，如乙方在未支付货款前已向甲方发出下次《货物订单》传真，则应向甲方另行支付订货价值3%的违约金。

七、因执行本合同发生争议，由争议双方协商解决，协商不成的，任何一方均可向本合同签订的管辖权的人民法院提\*\*讼。

八、有关本合同的修改，必须以书面方式进行，并由甲、乙双方签署后生效。

九、关于质保问题如下：

1、甲方确保所供应的零配件为原厂零件及配套厂用品（在乙方指定需要范围内），所以甲方向乙方发的货物上都有甲方的标签为证，无标签的甲方概不承认，如发现甲方有以假乱真的情况，甲方按假一赔十赔偿给乙方。

2、出现以下情况甲方不给予退货

（1）经乙方确认代订的急件、期货。

（2）乙方收到货物在当天未提出异议。

（3）电器、灯具出门概不退货。

（4）零件安装过、包装丢失、损坏的概不退货

十、甲方的违约责任

乙方向甲方订购所需货物时，甲方会将订货清单传真至乙方，乙方认可后签字回传。如甲方不能按约定时间供货给乙方（在厂家有货的前提下），按总价的每日万分之五赔偿给乙方。直至货物到达乙方为止。

十一、协议签定时，乙方应向甲方提供真实有效的营业执照和法人身份证复印件。

十二、本合同未尽事宜，由甲方在双方在\*等协商的基础上签订补充协议。

本合同自双方盖章、签字之日起生效。

甲方：

乙方：

地址：

地址：

法定代表人： 法定代表人：

委托代理人： 委托代理人：

签订日期：\_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_日

汽车配件销售合同4s店【二】

购货方： （以下简称甲方）

供货方： （以下简称乙方）

一、 甲方的责任和义务

甲方必须将现有教练车的车号、车型、发动机型号，底盘型号等详细档案列出明细告知乙方，便于乙方及时调货、通报价格之用。

甲方次月初将上月所购配件的日常使用情况，质量如何，有无异常现象等资料反馈给乙方便于乙方与厂家联系更换。

甲方从乙方购置的总成件、组合件、纯正部件、横向产品中的大件（如轮胎、电瓶等），应同乙方确认做出标记，以备在保修期内更换。

甲方\*时突发事件所需配件和应急配件需在当日晚八点前凭旧件报给乙方备货。

甲方以月结的形式于每月末与乙方核对购置清单无误后于次月1日内对公转账付款。

二、 乙方的责任和义务

乙方对甲方现有车辆所需的零配件实行24小时服务，负责送货给甲方，并对所供配件质量承担全部三包责任。

乙方对提供给甲方的总成件、组合件、纯正部件、横向产品中的大件。分别做上标记加以确认。在在国家规定的三包标准与厂家承诺的三包范围内进行更换。

乙方应定期与甲方联系，对所售零配件给甲方日常使用的情况进行跟踪服务，以确保甲方车辆的正常运营。

乙方销售给甲方的各种零配件均以市场批发价与甲方结算。

乙方每月底与甲方核对当月甲方所购置的零配件品种、数量、单价等无误后，按税务要求开具正规发票给甲方，甲方付款。另：应急维修乙方代购的配件也参照此条款月底结算。

乙方对甲方所需的应急用零配件，有义务帮助其另行购置，并对其质量承有三包责任。

三、 争议解决

本协议未尽事宜或规定不明之处由甲、乙双方通过友好协商解决，违反本协议引起争议的，由甲、乙双方友好协商解决，如协商不成，向甲方所在管辖权的人民法院提\*\*讼。

双方应尽可能的继续履行本协议除争议事项外的其余部分。

四、 其它事宜

本协议期限为壹年，自2xx年4月 日至2xx年4月 日，供货期满，如需续约，双方另行协商，签订协议。

协议签定时，乙方应向甲方提供真实有效的营业执照、法人身份证复印件和对公账号信息等。

未尽事宜，由甲方在双方在\*等协商的基础上签订补充协议。

本协议壹式贰份，甲、乙双方各执壹份，双方单位签章后生效。

甲方（盖章）： 乙方（盖章）： 授权代理人： 授权代理人：

**雅阁汽车销售合同电子版二**

随着我国经济的飞速发展和人民生活水\*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沈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。

作为一名汽车服务工程专业的大学生，我们必须走在时代的前沿，了解最新的汽车动态及技术，掌握汽车相关的知识，利用一切可以利用的时间和机会参加社会实践活动，把我们所学的知识与社会相结合，不断地在实际中总结经验，提取精华，充实自己，完善自我，才能更好的为社会服务，并且可以为以后的工作之路做好铺垫，还可以熟练掌握汽车行业的销售和售后技能。

(1)实习时间和地点

20xx年5月份中旬;

湖南\*沙市中南汽车世界a01(星沙收费站旁)，湖南仁孚汽车销售服务有限公司是梅赛德斯-奔驰(\*)汽车销售有限公司授权的湖南首家特许服务中心。学校的目的是让我们更清楚的了解汽车市场的现状，汽车的发展史，了解以后的实习环境。

(2)实习单位背景介绍

与众多4s店相邻，交通比较便捷，员工素质精良尽责。奔驰4s店是一家集销售、维修、美容装饰为一体的汽车经销企业。奔驰4s店秉承顾客就是上帝的理念一直在不断完善服务质量，努力的在前进中。因为公司在发展阶段，所以目前还是以销售为主售后为辅的方式运营。公司设有销售部、钣喷装饰部、售后维修部、配件管理及精品销售部。这家公司主要经营奔驰汽车，主要销售车型为:c级，e级，s级，g级等。

实习部门介绍

售后维修部。售后的服务项目比较完整，主要包括车辆的保养、维修、外出救援、保险理赔、钣金喷漆、车辆装饰、二手车置换等。维修部日常主要负责车辆的维修、保养及钣喷装饰等工作。

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。

(1)4s店服务流程

1、接待准备：服务顾问按规范要求检查仪容、仪表;准备好必要的表单、工具、材料;环境维护及清洁。

2、迎接顾客：主动迎接，并引导顾客停车;使用标准问候语言;恰当称呼顾客。

3、环车检查：安装三件套;基本信息登录;环车检查;详细、准确填写接车登记表。

4、现场问诊：了解顾客关心的问题，询问顾客的来意，仔细倾听顾客的要求及对车辆故障的描述。

5、故障确认：可以立即确定故障的，根据质量担保规定，向顾客说明车辆的维修项目和顾客的需求是否属于质量担保范围内。

如果当时很难确定是否属于质量担保范围，应向顾客说明原因，待进一步进行诊断后做出结论。如仍无法断定，将情况上报一汽轿车服务部待批准后做出结论;不能立即确定故障的，向顾客解释须经全面仔细检查后才能确定。

6、获得、核实顾客、车辆信息：向顾客取得行驶证及车辆保养手册;引导顾客到接待前台，请顾客坐下。

7、确认备品供应情况：查询备品库存，确定是否有所需备品。

8、估算备品/工时费用：查看dms系统内顾客服务档案，以判断车辆是否还有其它可推荐的维修项目;尽量准确地对维修费用进行估算，并将维修费用按工时费和备品费进行细化;将所有项目及所需备品录入dms系统;如不能确定故障的，告知顾客待检查结果出来后，再给出详细费用。

9、预估完工时间：根据对维修项目所需工时的估计及店内实际情况预估出完工时间。

10、制作任务委托书

11、安排顾客休息

(2)售后服务工作的内容

1、整理客户资料、建立客户档案：客户送车进厂维修养护或来公司咨询、商洽有关汽车技术服务，在办完有关手续或商谈完后，业务部应于二日内将客户有关情况整理制表并建立档案，装入档案袋。客户有关情况包括：客户名称、地址、电话、送修或来访日期，送修车辆的车型、车号、车种、维修养护项目，保养周期、下一次保养期，客户希望得到的服务，在本公司维修、保养记录(详见“客户档案基本资料表”)。

2、根据客户档案资料，研究客户的需求：业务人员根据客户档案资料，研究客户对汽车维修保养及其相关方面的服务的需求，找出“下一次”服务的内容，如通知客户按期保养、通知客户参与本公司联谊活动、告之本公司优惠活动、通知客户按时进厂维修或免费检测等等。

(1)询问客户用车情况和对本公司服务有何意见;

2)询问客户近期有无新的服务需求需我公司效劳;

(3)告之相关的汽车运用知识和注意事项;

(4)介绍本公司近期为客户提供的各种服务、特别是新的服务内容;

(6)咨询服务;

(7)走访客户。

通过这次的实习，我对自己的专业有了更为深刻的了解。通过两位带领我们实习的专业老师的讲解，我们认识到当前\*的汽车市场潜力巨大，前景良好，作为一个汽车专业的学生，我们所的知识是与专业息息相关的，汽车服务工程是一门全面的汽车知识的学科。并且对专业的实际应用有了更多的了解，增强了专业知识的感性面及认识面。在两个实习单位见习之后，我们看到了一辆汽车进入到4s店后是如何在销售，车内装饰，售后信息反馈，零件更换，整体保养，车身维修等等一系列完善的服务项目和服务流程上提供服务的。

从这次实习中，我体会到了实际的工作与书本上的知识是有一定距离的，并且需要进一步的再学习。俗话说，千里之行始于足下，这些最基本的技能是不能在书本上彻底理解的。短短的实习，让我大开眼界，也学会了不少东西，也让我对自己今后要从事的行业有所思考。短短四天仿佛思想又得到了一次升华，心中又多了一份人生感悟。这次实习让我深刻体会到读书固然是增长知识开阔眼界的途径，但是多一些实践，畅徉于实践当中接触实际的工作，触摸一下社会的脉搏，给自己定个位，也是一种绝好的提高自身综合素质的选择。

虽然只是短短一下午的奔驰4s店的参观，但我懂得了服务的重要性，从在4s店的参观中，我看到了很多不同的部门，为我们介绍的学姐学长也跟我们讲了很多重要的东西，其中有公司的介绍，有他们各部门的分工协作，在参观的时候，让我真真切切的感受到工作需要细致谨慎，需要用心，不然会在工作中遇到各种难题的，甚至容易闯祸的。其次，我感受到了与人打交道的重要性，人生活在社会上就得融入社会这个群体，就得与人交流，不仅仅是靠学到的那点小小的理论知识所能替代的，关键在于你会不会与人交流。因此，这次参观，在另一种意义上，它告诉我要看自己的性格适合什么样的工作，因此好给自己今后的人生定位，感谢老师带我们一起去完成了这次实习以及对我们的细心指导，同时感谢学校给我们这次宝贵的实习机会。

**雅阁汽车销售合同电子版三**

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1·02乙方的代理区域为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区。甲方授权乙方为以上\_\_\_\_\_个区域总经销的权限，全面负责这\_\_\_\_\_个区域的销售和经销商管理。如因乙方串货行为造成甲方或者甲方的其他代理商经济损失的，甲方有权追索乙方的违约责任。双方约定每台车违约金为\_\_\_\_\_元，同时，甲方应明令禁止其他区域的授权经销商在上述\_\_\_\_\_个区域销售(该市场\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日以前的供货车辆除外)，否则视同甲方违约。

1·03乙方承诺每月向甲方的订货量不低于\_\_\_\_\_辆，乙方负责保证年销售量不低于\_\_\_\_\_辆(\_\_\_\_\_辆)，否则甲方有权取消乙方代理资格。

1·04乙方的总代理权期限为\_\_\_\_\_年(自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日)

1·05对于乙方代理的销售区域，乙方可以根据实际情况制订销售政策，原则上甲方不予干涉，但乙方对于自己以及下属经销商的经销行为负无限连带责任。

1·06“商标”属于甲方所有的汽车产品商标。

2·01甲乙双方的结算价格见本合同的附件，该附件由具体的经销协议和订货单组成，为本合同的组成部分。

2·02乙方需货时，应向甲方发出书面订单，一般应在每月\_\_\_\_\_日以前向甲方下达下一月度订单，并在提货前全额支付所提车款。

2·03\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_汽车系列产品的销售在授权的区域内由乙方全权负责，乙方应依据或参照甲方确定市场指导价进行销售，严格禁止低于甲方确定的最低市场限价进行销售。

2·04乙方为销售\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_系列产品组织的各种活动，费用由乙方承担，但甲方应予以积极配合，提供技术和人员支持。

2·05本合同规定以现金方式或以银行承兑汇票的形式支付。

乙方根据甲方的要求，在办理相关出库手续后，乙方自行提货，并负担相关运输费用，甲方仓库地为交货地。

乙方在参加投标过程中，甲方有义务按招标方要求出具相关授权文件，但乙方必须按相应情况遵守甲方在价格上的规定。

5·01合同特指产品商标·图案及其他标记，属于甲方产权，经甲方书面批准后允许乙方使用，但本合同期满或终止时此种使用应随即停止并取消。

5·02乙方不得以任何方式侵犯甲方的工业产权。

5·03乙方在合同的有效期内或合同终止后，不得泄漏甲方的商业机密，也不得将该机密超越合同范围使用。

6·01如乙方违反甲方规定，实施了串货行为，甲方可根据乙方违规销售的实际数量处以每单车\_\_\_\_\_元的违约金，情节严重的，甲方有权单方取消乙方代理权。

6·02如乙方低于甲方确定的最低市场限价进行低价倾销，甲方有权按照乙方实际销售的数量对乙方处以每单车\_\_\_\_\_元的违约金。情节严重的，甲方有权单方取消乙方的代理资格。

6·03如甲方不能按照乙方规定交货，乙方有权要求甲方进行整改和更换，以求达到乙方订单要求，对于因此而发生的相关费用，由甲方负担。

6·04原则上禁止乙方擅自更改甲方车辆的标准配置进行销售，对于确需改装的，乙方应提前向甲方立项并取得同意后方可进行，对于擅自改装引起的维修费用和其他相关费用，甲方有权对乙方进行追偿。

7·01甲方为乙方提供的产品严格按照甲方提供的质保书和国家的相关规定进行质保服务。

7·02乙方在销售完成后，应按甲方要求填写用户登记表，并应于每月定期以传真或其他形式向甲方返回用户登记表，以便于日后的售后服务和例行巡检工作。

7·03当乙方发生售后服务要求时，乙方应书面通知甲方服务要求和内容，甲方应在收到乙方通知的\_\_\_\_\_小时内给予答复，确认服务内容和时间，同时，甲方向乙方提供\_\_\_\_\_小时售后服务热线联络服务。

7·04因人为原因造成的汽车配件损坏，不在保修之列，乙方需支付甲方售后服务之费用。

7·05对于乙方擅自改装的部分，不在保修之列，对于甲方维修站因维护甲方利益而进行了维修的，甲方有权根据实际维修费用对乙方进行追偿。

本合同因履行期限届满或双方协商一致或一方违约另一方单方解除合同而终止。

因不可抗力致使本合同不能履行或不能完全履行时，遭受不可抗力一方应及时向对方通报相关情况并向对方提供相应证明，在双方共同商议(或有关主管机关裁决)后，可以根据决议延期履行，部分履行或不履行，并可根据情况部分或全部免于承担违约责任。

因本合同发生争议，双方应协商解决，协商不成，任何一方均可向合同履行地(北京市丰台区)人民法院起诉。

本合同一式四份，自双方签字盖章日生效，甲·乙双方各执两份且效力等同，作为合同附件之一的《\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_汽车商务制度》与本代理合同具有同等效力，其他未尽事宜，双方协商解决，甲·乙双方确认的补充协议，作为本合同的附件也具有同等效力。

**雅阁汽车销售合同电子版四**

至20xx年12月31日，xx区销售任务xx万元，销售目标xx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xx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：

(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。

(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xx年工作重点。

**雅阁汽车销售合同电子版五**

2、了解xx汽车各种品牌，价格，性能

1、掌握xx汽车的销售流程

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。

短短的一个月的实习期过去了，而我在xx汽车有限公司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。同时，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。

**雅阁汽车销售合同电子版六**

乙方：

为更好地为客户提供优质服务，实现资源共享、优势互补，以促进甲、

乙双方的共同发展，从而全面提升双方的品牌价值，经过双方友好协商，在平等互利的基础上，现就双方合作事项达成如下协议。

1、在本合作协议期内，甲方在乙方提供的保险产品和费率条件下，在开展业务过程中利用自身优势积极推荐客户向乙方投保机动车辆保险。

乙方将利用自身资源特点，在客户出险后积极引导和推荐客户至甲方售后服务站维修，并在流程和环节上尽可能予以便利。

2、甲方和乙方应本着互利互惠合作精神，在尽可能的场合及宣传上争取为对方扩大品牌知名度。甲乙双方均应派出专门客服经理专线联系，保持随时沟通，积极解决问题，促进双方合作顺利。

3、双方将以附件形式根据双方合作意向和客户需求共同推出客服增值方案，经双方共同确认后付诸实施。

二、双方的权利义务

1、乙方将在承保和理赔流程中为甲方做好品牌推广与客户推荐工作，以确保甲方承修车辆入厂维修量的增加。

2、乙方利用自身的经营特点，对甲方的企业形象、维修及服务质量、特色服务项目等情况协助做好宣传、介绍工作。

3、乙方将与甲方充分配合，按附件确定的标准及时合理地核定事故车辆维修价格，并指定专人做好维护工作，及时反馈工作意见。双方在价格如存在异议，及时上报双方领导协调处理。

4、乙方承诺在\_规定的费率范围内，为甲方代理投保的车辆提供应享有的费率优惠。

5、乙方应为甲方的员工提供相关保险知识、技能方面的培训，并积极提供保险业务咨询服务，对甲方在具体保险业务中遇到的问题给予技术支持。双方一致同意每月召开一次沟通协调会，对达成的共识作为本协议附件执行。

6、甲方应积极协助乙方对保险事故车辆进行定损，为乙方提供技术和数据方面的支持，乙方承保的保险事故车辆由甲方承修时，定损以双方协定的工时费价格标准内协商定损，对原定工时价格中未详细规定的项目，甲方在工时方面应比于同款车型在同类维修厂家维修的价格优惠。

当有关维修车辆工时标准及配件价格发生调整时，双方应及时通知并征得对方同意，方可付诸实施。

7、甲方在配合乙方确定损失项目时，应坚持“以修为主”的原则，对于损坏的零部件，如通过维修可以继续使用且能达到相应的技术安全要求，应建议客户修复并配合乙方做好客户的解释和说服工作。

8、甲方不得就非保险责任范围外的事故及损坏项目受被保险人委托向乙方索赔，并配合乙方就此类案件做好客户的宣传与劝导工作。同时积极向客户强调第一现场报案的重要性。

9、甲方对事故车辆维修价格有异议，可在维修前向乙方提出，由甲、乙双方友好协商处理。在乙方查勘定损前，甲方应保持事故车辆出险原状。未经乙方同意，甲方不得私自拆解车辆和擅自开始修理工作，否则乙方有权利按条款规定予以拒赔或重新核定损失。

10、甲方在企业内做好对乙方的宣传推动作用，利用企业的优良资源及企业效应，给予乙方业务的推动。

1、乙方为甲方代理投保的车辆提供24小时365天全国统一报案热线。

2、甲方代理投保的车辆出险后，报乙方95518服务热线后，乙方查勘人员接到95518调度后，市区30分钟内到达现场查勘。

3、鉴于乙方对甲方资信状况给予充分信任，乙方特别设立绿色通道，以便更快捷方便地为甲方代理投保的车辆提供优质的保险服务。

1）24小时接报案理赔服务

全天侯24小时提供受理报案理赔服务，甲方代理投保的车辆无论何时何地出险，被保险人（或驾驶员）只须第一时间拨打乙方报案专线95518及时报案，乙方的查勘人员将在规定的时间内赶赴现场查勘。

2）一条龙理赔服务

甲方代理投保的车辆将享受乙方“vip客户”服务，如果被保险车辆出险，乙方将派具有丰富的事故处理经验的“客服经理”提供赔案全程跟踪服务。

4、赔款时效

5、推荐客户维修服务

一旦甲方代理投保的车辆发生保险事故，乙方将推荐客户至甲方的售后服务站进行维修，但不能强行干预客户只能到甲方的售后服务站进行维修，修理厂家的选择最终以客户的意愿为准。

6、为加强甲、乙双方理赔合作，甲方代理投保的车辆发生保险事故，乙方的查勘人员在接到派工信息后，第一时间内将客户的出险信息通知甲方的理赔专员，双方共同做好客户的售后理赔服务。

7、协议有效期内，甲方在充分尊重被保险人意愿情况下，可代理出险车辆的索赔事宜，但乙方所确认的不良客户不享受委托索赔服务。

乙方可根据甲方的资信情况等，保有此项权利的最终取消权。

甲方为乙方代理车辆保险业务，费用工资采取每月一结方式，由乙方每月底25日与甲方核对后结算当月代理费用，或由乙方直接存入甲方提供的银行帐号。

1、本协议履行过程中如需变更，应该双方协商一致并达成书面协议，变更或补充的内容与本协议具有同等的效力。

2、本协议自签订之日起执行，有效期为一年，协议期满时，双方如无异议自动延期一年。协议执行中如一方需要变更或终止，应提前一个月通知对方，经双方协商达成书面协议后，双方方能变更或终止，否则协议依然有效。

3、凡因本协议发生的或与本协议有关的任何争议，甲、乙双方应友好协商解决。

4、甲乙双方有单方违反国家法律、法规和本协议的行为，对方均有权单方面终止协议，并保留追究法律、经济责任的权利。自违约行为确认并向对方发出书面解约通知之日起，协议自行终止。

5、未经对方书面同意，甲、乙任何一方都不得将本协议中的权利、义务的全部或部分告知给第三方，否则由此给对方造成的经济损失应由违约方承担。

6、本协议一式两份，具有法律效力，双方各执一份。

甲方（签章）：乙方（签章）：

授权代理人（签字）：授权代理人（签字）：

**雅阁汽车销售合同电子版七**

一、加强对销售工作的认识

1、市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。

2、适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3、注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4、目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取的市场份额。

5、不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识汽车各行业各档次的优秀产品提供商，以备客户需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6、先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7、对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8、努力保持友好的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

二、销售工作具体量化任务

1、制定出月计划和周计划、及每日的工作量。

每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时选择客户在相同或接近的地点。

2、见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3、从或其他渠道多搜集些项目参考，并为客户出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

5、填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8、投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9、投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸。

10、争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11、货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12、提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

三、销售与生活兼顾，快乐地工作

1、定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流

客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2、对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

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！