

汽车公司个人销售工作计划 (合集5篇)

篇1：汽车公司个人销售工作计划

随着_区汽车市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。2019年，销售工作仍将是我们公司的工作重点，面对先期投入,正视现有市场，我作为一区销售经理，我创业激情高涨，信心百倍,又深感责任重大。

着眼公司当前，兼顾未来发展。2019年，在总经理的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重汽车销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。

一、销量指标

至2019年一月，一区销售任务一万元，销售目标一万元

二、计划拟定

- 1、年初拟定《年度销售总体计划》；
- 2、年终拟定《年度销售总结》；
- 3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》；
- 4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》；

三、客户分类

根据上年度汽车销售额度，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：

本年度针对VIP客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会；

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20_年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

2019年，将继续严格遵守这样的工作思路：在公司领导的带领下，参与公司战略性持续改进活动，及时准确做好销售部的日常工作，对订单和发货计划的执行情况进行协调、平衡、监督和跟踪;参与完成对客户的产品按时交付和后续对客户的跟踪，继续开发新客户和新产品，配合各部门及时完成公司产销的各项任务。

在2019年的工作中，预计主要完成工作内容如下：

- 1、根据客户订单及时制定和修改发货计划;
- 2、及时就发货所涉及的相关事务与客户有效沟通。
- 3、参与公司新产品项目的生产评估和实施过程监控。
- 4、准确完成统计月度出口明细、月度应收汇明细，并和财务对帐。

篇2：汽车公司个人销售工作计划

一、加强对销售工作的认识

- 1、市场剖析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的拟订出销售任务。
- 2、适时作出工作计划，拟订出月计划和周计划。并定期与业务有关人员会议交流，保证各专业负责人实时跟进。
- 3、着重绩效管理，对绩效计划、绩效履行、绩效评估进行全程的关注与追踪。
- 4、目标市场定位，划分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的交流

与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

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。并结纳汽车各行业各品位的优异产品提供商，以备客户需要时能实时作好项目配合，并能够和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6、先友后单，与客户发展优异的友谊，处处为客户着想，把客户当作自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7、对客户不能有隐瞒和欺诈，答应客户的许诺要实时兑现，讲诚信不单是经商之本，也是为人之本。

8、努力保持友好的同事关系，善待同事，保证各部门在项目实施中各项职能的顺利履行。

二、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，本人也曾参加过近似的聚会，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能够享受生活，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，送一些小礼品或宴请客户，自然宴请不是目的，重在交流，能够增进彼此的感情，更好的交流。

3、利用下班时间和周末参加一些学习，学习更多营销和管理知识，不断尝试理论和实践的联合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力战胜，争取为企业做出自己最大的贡献。

篇3：汽车公司个人销售工作计划

一、销量指标

带领团队努力完成领导给予的当月销售计划、目标。

二、监督，管理销售展厅和销售人员的日常销售工作

1、仪表着装：统一工作服并佩戴胸卡

2、展厅整洁：每天定期检查展厅车辆，谈判桌的整洁状况。

每人负责的车辆必须在9点前擦试完毕，展车全部开锁。随时处理展厅突发情

况，必要时上报销售经理。

3、展厅前台接待：如值勤人员有特殊原因离岗，需找到替代人员，替代人员承担所有前台值勤的责任。随时查看销售人员在展厅的纪律。

4、销售人员的日常工作：

对于销售人员的客户级别定位和三表两卡的回访度进行定期抽查，对销售员的销售流程进行勘察。对销售人员每天的工作任务和需要完成的任务进行协调，如上牌时间和厂家出现的政策变动等。随时处理展厅突发情况，必要时上报销售经理。每天下午下班前定时把一整天的工作情况和明天需要完成的工作任务上报给销售经理。处理职责范围类的客户抱怨，提升客户赞誉度。

三、配合市场部，做好销售拓展和市场推广工作

1、对市场部发出来的市场活动进行协调，如外出拍照片等。

2、在销售人员不值班的情况下，可以沟通市场部进行外出市场开拓，由市场部定点，出外发单片。

四、掌握库存，配合销售经理做好销售需求计划

每天对于销售人员的交车，资料交接，开票，做保险等进行盘查。下班前上报销售经理登记。对于时间过长车辆对销售人员进行通报，重点销售；配合销售经理对每礼拜一从厂家订购的车型，颜色进行建议。

五、协助销售经理做好销售人员的培训计划，并组织实施

由于现阶段的合并，销售员对于业务知识明显匮乏，直接影响销售业绩。现阶段销售员的知识培训是重中之重，除公司计划培训项目外，暂时采用__两两互助形式，对于车型的价格、配置、竞品车型、销售话术等实行模拟对话，尽快熟悉车型。对于出现的问题在进行针对性培训。

当然，所有的计划在此都是纸上谈兵，俗话说，实践是检验真理的唯一标准，在今后的工作中，我定当努力将这些计划付诸于实践中，带领团队一起，在最优情况下完成领导下达的任务。

篇4：汽车公司个人销售工作计划

1.简介

本工作计划旨在规划2023年个人在汽车公司销售部门的工作，详细说明工作目标和相关计划，以期提高个人和团队销售绩效，达成部门和公司的销售目标。

2.工作目标

在2023年，个人的销售目标是完成100万的销售业绩，为公司在市场上赢得更多的市场份额和商誉。通过不断学习和提高个人的销售技巧和服务水平，争取在整个销售团队中发挥更大的作用，提高整个团队的销售绩效。

3.工作计划

3.1.提高销售技能

在2023年，将会参加多种销售技巧和知识培训，提升自己的销售能力。计划参加以下培训：

- 1、销售沟通技巧培训课程
- 2、汽车销售行业发展趋势及机会分析
- 3、产品知识培训

3.2.拓展客户资源

在2023年，在自有客户的基础上，积极拓展新客户资源，扩大客户覆盖面。具体计划如下：

每月参加至少一次行业交流活动，拓展社交圈，寻找潜在客户，通过电话、邮件、短信等方式与客户保持联系，提高客户满意度和忠诚度

3.3.营造品牌形象

在2023年，积极维护公司品牌形象，提高公司知名度和美誉度。计划实施以下措施：

定期更新社交媒体平台，发布相关行业新闻和公司活动，提高公司曝光率，与客户保持密切联系，提高客户口碑和满意度，增强公司品牌知名度

3.4.提高销售效率

在2023年，通过提高工作效率，提高自身销售业绩。具体计划如下：

制定科学的销售计划，注重时间和任务的分配，通过使用销售管理软件，提高工作流程的效率，减少冗余工作

4.工作回顾

每月回顾工作计划的执行情况，按照计划调整工作策略和方法，并总结工作经验，不断提高自身的销售能力。

5.结论

2023年是企业迎来新的机遇和挑战的一年，在市场高度竞争的环境下，提高个人和团队的销售绩效，完成销售目标，是每个销售人员的职责和使命。通过制定科学的销售工作计划，不断提高销售能力，共同打造卓越的汽车销售团队，为汽车公司的稳步发展贡献自己的一份力量。

篇5：汽车公司个人销售工作计划

根据20xx年销售额度进行市场细分，将现有客户进行划分，分成重点客户，一级客户，二级客户和其他四个主要类别的客户，对客户进行全面的分析。现也将本人20xx年工作方案展开如下：

一、加强客户回访

要稳固和扩大市场，一定要加强与客户的沟通，协调与客户，用户之间的直接关系。必须按照客户如期访问表如期如实如数地进行客户回访工作。

二、合理利用网络搜索

充分发公司网站和网络资源优势，通过信息检索，及时掌握分析实现销售信息。

三、加强合作

1、我们可以和驾校合作，通过学车网报名成功学车的学员，在我们网站买车，能够优惠，优惠比例后续再讨论。也可以和一些跟我们本来不合作的驾校合作，通过驾校这边到我们网站买车，优惠力度等等。

2、在我们网站首页和各个城市分站等页面上大力推广卖车业务，并且前期肯定有比拟大的优惠力度，才能吸引用户。

3、跟一些我们合作的网站、传媒互换软文，竭力推广我们汽车板块。

4、寻找一些地方型的社区网站，跟他们合作。

5、网站不定期做促销优惠活动，拉近客户关系，使客户知道我们网站的汽车价格优势。

6、跟一些汽车保险公司合作，拿到一些优惠的互惠互利的保险价格，对我们

来说应该也是一种优势。

7、业务，就是销售，然后是销售培训，在销售培训上多下功夫，熟悉掌握自己所卖的车型构造，性能，价格与竞争车型的优略比拟分析。如果销售员的业务知识明显匮乏，直接影响销售部的业绩，现在产品技术更新很快，不培训就等与落后，对用户的疑问不能解答，直接影响销售。在销售与培训过程中，及时发现问题，及时解决。快速提高销售员的能力。

8、售前售后效劳。客户买汽车肯定是希望简便简洁，没有人会愿意花钱买罪受的，所以我们要提高市场占有率，所以我们要把用户的真正的需求和担忧(无外乎就是：整车的质量保障、有完善的售后效劳、售后的索赔、售后维修的优惠、销售人员的专业性，公司的诚信度、公司的人员的良好印象等)落实到实处。20xx年我相信我们能够成功。