

4s店市场部工作总结

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zongjie/fanwen/165588.html>

[ECMS帝国之家，为帝国cms加油！](#)

4s店市场部工作总结精选5篇

当工作进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，那么你知道工作总结要怎么写吗？以下是小编整理的4s店市场部工作总结，欢迎大家借鉴与参考！

4s店市场部工作总结【篇1】

回首20__年的销售历程，我经历许多没有接触的事物和事情；见识了很多从未见识过新鲜；似乎从一开始，新年带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。

总体观察，这一年对我取得长足进步；不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。

下面是我对公司的品牌推广提出一些见解；

理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌；其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将"某某"品牌进入产品中；再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传；另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己"某某"品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光；最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题；如今我们在美国设立分公司，紧接着我们有在伊朗成立分公司的想法，其一切都是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理；我们也不能忘记crm（客户关系管理）的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系炙手可热，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们！

1、东欧地区：目前俄罗斯市场仍是空白，由于国家政策以及关税、运费等问题，对于我们来说，如何进一步努力的降低产品成本来提高价格竞争力是进军俄国市场的首要问题；出现一点危机的市场是立陶宛，由于价格问题，我们在和一个大客户出货时候产生了分歧，若能在20__年顺利解决价格问题，销售份额将有保持或者提升；东欧市场较好的是波兰市场，目前虽然只有两个客户，但是20__年的销售额有望达到18万美元（卡玛斯外协为主）；东欧市场另一福田是土耳其市场，虽然20__年跟我司贸易的客户不如以往那么多，但是市场前景较好，尤其是大客户的锁定以及小客户的推动，有望我司产品在该地区取得更大发展；

2、西欧地区：意大利和德国市场在20__年发展稳定，希望通过新厂房的规模和展会、拜访等品牌推广，赢取更多的客户和更大的市场份额；英国市场目前只有一个客户，但是由于助力器和硅油离合器水泵问题，今年贸易额不仅一般而且助力器的退货给我造成较大损失；此外经过20__年对西欧市场的了解，发现该市场要求质量高，价格要适中，在西班牙、法国新车较多，即使开发新产品，市场的持续能力也不高；基于此，我认为西欧地区市场策略，如何锁定关键大客户成了首要任务，比如说意大利的lpr，如果我们的产品能够达到他们的性能要求，就应当全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先占领市场份额，然后推动价格的提升；

3、现行和客户的联系过程是：前期谈判工作（邮件交流、核对询价单和报价、价格的确认和所寄样品的确认、产品标识、付款方式的商定、订单的生产）下单前的待办工作（包装内盒、外箱唛头、内盒不干胶内容）生产中的联络（交货期的反馈、与生产部的协调工作）发货前的联络（船公司的联络与船期的安排、物流的管理）发货后的联络（货款的回笼问题、单据的邮寄或者银行交单）再次联络（新订单的谈判）；

4、非洲片区：单分开南非市场，我们非洲市场仍不理想；目前销售区域仍是集中在埃及和突尼斯，建立贸易关系的有3家，20__年有销售来往的只有两家，其中一家埃及大客户因为付款方式无法达成一致而取消大约30万美元的订单；但是埃及另一客户的贸易额由去年的一万多美金增大到近7万美金；突尼斯客户的贸易额也由去年的九千多增到一万美金；随着我司产品在市场的布局成熟与质量的提高，坚信能在北非市场有更大份额；

5、南非片区：目前南非市场客户共计5家，由代理某某x公司负责管理销售区域，我司监督；目前主要区域在约翰内斯堡，然后在德班和开普敦各有一客户；现行主导销售产品是制动分泵；销售额由去年的不到8万美金，增加到今年的18万余美金；初步预计20__年销售额达到28万美金，并向30万发出挑战；

6、中东市场：20__年有贸易来往的中东客户（阿联酋、伊朗、以色列）共计11个客户；20__年公司产品销售额5万余美元，外协产品销售额12万余美元，在业绩上都高于去年的产值；随着伊朗市场的不断拓展，我司起亚pride总泵和分泵将以主打产品进入该市场，同时争取通过明年的展会或者拜访，扩充日本车系列产品在中东迪拜以及周边国家的市场份额；

7、对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市场、利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失。

4s店市场部工作总结【篇2】

__集团全体员工同志们，大家下午好：

刚才，我们十个分公司的老总们，分别就各自所分管的企业去年的工作情况和明年的工作计划向大家一一做了总结汇报。总体来说，12年我们较圆满的完成了年初所制订的工作计划和任务目标。

20__年，集团先后投资成立了中汽贸名车总汇、山西__上通别克4S店、山西__融通雪佛兰4S店、山西__汇通朔州别克4S店，并对山姆士朝阳店，建南店、学府店的设备设施进行了投资改造，为我们明年的工作和企业的发展打下了良好的基础。

过去的一年，在各分公司领导的带领下，经过全体员工的共同努力，我们的每一个企业都取得了显著成绩，企业得到了一定的发展，这是值得我们欣慰的事情，但是我们也应该清醒地看到，与同业相比，我们还存在一定的差距，这个差距集中表现在管理的问题、商品的问题、服务意识的问题、员工工作情绪的问题等等。这些都是我们在今后的工作中应该重视和思考的问题。所以，针对这些问题我提出我们13年的工作重点和工作计划：

一、加强培训学习，提升管理能力和管理水平；向管理要效益，山姆士力求通过加强管理，销售增长1%；各4S店力争厂家各项考评进入前1%。

二、加强制度建设，使工作中的任何事情都要有章可循；用制度管人，按制度办事。

三、加大考评范围和考核力度，使各级管理人员能够真正以身作则，做好表率。

四、加强人才培养和管理人员选拔工作；给每一个有能力有进取心的优秀员工晋升渠道和发展的机会。明年我们计划在公司中选拔3名后备经理，调整、优化和充实到我们的管理团队。

五、提升员工收入水平；各公司人力资源部根据公司制定的绩效制度，制订公平合理的绩效考核办法，使人人绩效挂钩，做到在企业效益提升的同时员工收入相应提高，把员工收入的提升，作为衡量我们各级管理人员管理能力的一个重要部分。

六、提升全员服务意识和服务水平，使顾客满意就是我们永恒的追求；

七、加强商品的优化和管理；如山姆士应该在商品结构质量上下功夫，__应该在库存周转率上做文章。

以上是我们13年的工作重点，因为我们的企业分布在不同的行业和不同的领域，各家面对的主要问题和突出问题不尽相同，所以我对13年的工作只做纲领性的部署，各公司相关负责人应该围绕以上工作重点，结合本公司实际情况，组织讨论，制订目标，拿出具体的工作方案和实施细则。

明年我们的发展计划是：

- 1、山姆士再建一家门店；
- 2、__再开一个4S店；
- 3、热点再开一家酒店。

新的一年马上就要到来了，在这里我衷心祝愿大家在新的一年里工作愉快，身体健康！明年能够

多多拿上奖金，并能够得到提升

4s店市场部工作总结【篇3】

自__年7月1日入职公司至今五年了，从门店会计到4s店总会计，无论是做事、还是做人我都从“__”这个温暖的大家庭学到了很多很多……“受人之托，终人之事”我做到了。展望未来,我对公司的发展和今后的工作充满了信心和希望,为了能够制定更好的工作目标，取得更好的工作成绩，我把参加工作以来的情况总结如下：

一、前期工作总结

对于企业来说，能力往往是超越知识的，公司对于人才的要求，同样也是能力第一。公司对于人才的要求是多方面的,它包括：组织指挥能力、决策能力、创新能力、社会活动能力、技术能力、协调与沟通能力等。

第一阶段(__年)：适应阶段

__年7月我进入了工作的独立，记得那时电动车的帐目情况已经堆积了2个多月，当时的首要任务(自定)是分清各股东的投资情况、库存的实物数量、厂方的帐务核对、出纳的现金盘核、最重要的是合理建帐(帐务具有延续性)，用了1个月做了3个月帐，当时帐套建完后我有种超越和窃喜的感觉。从新行业电动车的实体期初建帐、摩托车的接帐及业务的快速进入、税务的合理建帐、银行机动帐、风陵渡汽贸的认知，在对行业陌然的情况下，我幸运的加入了“__”管理团队，看似简单的账单制作 日常业务 银行对接 建立台账 与厂商财务对接 业务衔接，一切都要从新开始。还有在管经理的帮助下我对承兑汇票有了认知、了解。我自觉加强学习，虚心求教释惑，不断理清工作思路，总结工作方法，在领导和同事的帮助指导下，从不会到会，从不熟悉到熟悉，我逐渐摸清了工作中的基本情况，找到了切入点，把握住了工作重点和难点，而随后财务特殊身份更是加速缩短了我与“业务”之间的距离。干中学、学中干，不断掌握方法：积累经验;问书本、问同事，不断丰富知识：掌握技巧。

“勤能补拙”，利用时间总结完善自己的工作内容，建立了各种账套的模版，同时结合管理处实际情况先后内定了《财务收费流程》、《财务对接流程》，并在领导的支持和同事们的配合下各项流程得到了迅速的普及，为管理处日常财务工作的顺利进行奠定了坚实的基础。

第二阶段(__年—__年)：发展阶段

这一阶段在继续担任原职同时又介入了__有限公司汽车分期工作，进一步巩固了自己财务工作经验的积累，同时也丰富了自身的汽车专业知识。进入日常管理之后，因为新招的分期会计与电动车会计，我由此又接触到了辅导新人的工作内容，我将自己的工作经验整理与新人一起实践，共同发现问题、解决问题，经过三个月时间的努力，新招的会计已经能够很好的胜任财务工作了。年底电动车移交我又被介入分期公司接管财务，此时正逢汽车分期的高峰及国家对汽车养路费及税收制度改革，汽车养路费的取消直接关系到帐务大动作的调整，那年我整理了一套所有汽车分期的完整还款表，调整所有客户的养路费科目，由此制定了客户全款付清时用帐表核对的方法确定客户的还款金额，确保财务核算正确。我参加税务学习专业知识，积极配合制度改革，并在工作中小有成就，得到了领导的肯定，__是我在公司年奖____元。

第三阶段(一年—现在), 不断提升阶段

__年公司上层领导的经营决策转型, 为工作的需要与时代的适应, 学习了一般纳税人帐务及国税金税工程, 已熟悉增值税防伪税控开票子系统。同年9月由于福田奥铃品牌的代理, 快速适应厂方的帐套系统。因厂方的返利非即返到帐, 它采取的控制终端经销商的销售及资金的最大占用化, 返利一票一返, 每张增值税票的返利最高且不能超过所售车辆金额的30%, 结合所上情况我建立了一套同以前又完全不一样的帐套, 方便公司与厂方核对及公司车辆利润的明确化, 一车一结。同年因公司搬迁, 交通不变, 我尽快适应了自驾车。

二、主要经验和收获

在__工作的五年时间里, 积累了许多工作经验, 尤其是管理处基层财务工作经验, 同时也取得了一定的成绩, 总结起来有以下几个方面的经验和收获:

- (一)只有摆正自己的位置, 下功夫熟悉基本业务, 才能尽快适应新的工作岗位;
- (二)只有主动融入集体, 处理好各方面的关系, 才能在新的环境中保持好的工作状态;
- (三)只有坚持原则落实制度, 认真理财管账, 才能履行好财务职责;
- (四)只有树立服务意识, 加强沟通协调, 才能把分内的工作做好;
- (五)只有保持心态平和, “取人之长、补己之短”, 才能不断提高、取得进步。

三、确立工作目标, 加强协作。

财务工作象年轮, 一个月工作的结束, 意味着下一个月工作的重新开始。我喜欢我的工作, 虽然繁杂、琐碎, 也没有太多新奇, 但是做为企业正常运转的命脉, 我深深的感到自己岗位的价值, 同时也为自己的工作设定了新的目标: 1.以预算为依据, 积极控制成本、费用的支出, 并在日常的财务管理中加强与管理处的沟通, 倡导效益优先, 注重现金流量、货币的时间价值和风险控制, 充分发挥预算的目标作用, 不断完善事前计划、事中控制、事后总结反馈的财务管理体系。

2.实抓应收账款的管理, 预防呆账, 减

少坏账, 保全公司的经营成果。

3.积极参预, 配合领导开拓新的经济增长点。

公司的快速发展催人奋进, 对我们每位职工提出了更高的要求, 我明白, 只有不断学习不断进步, 才能更好地完成领导交办的工作, “路漫漫其修远兮, 吾欲上下而求索”, 我决心在今后的工作中, 严于律己, 勤奋学习, 在本职岗位上做出更大的贡献。

以上是我对自己工作的总结汇总, 敬请领导给予批评指正。在今后的工作当中, 我将一如既往的努力工作, 不断总结工作经验;努力学习, 不断提高自己的专业知识和业务能力, 以新形象, 新面貌, 为公司的辉煌发展而努力奋斗。

4s店市场部工作总结【篇4】

20__年是____公司重要的战略转折期。国内专用车市场的日益激烈的竞争、价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给____公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下，____专用汽车公司取得了历史性的突破，年销售额、利润等多项指标创历史新高。现将20__年上半年工作总结如下：

一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分市场实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标，结合公司总经理在20__年商务大会上的指示精神，公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们没有一味地走入“价格战”的误区。“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢?我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标管理

1、服务流程标准化2、日常工作表格化3、检查工作规律化4、销售指标细分化5、晨会、培训例会化6、服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销;根据11年的销售形势，我们确定了油罐车、化工车、洒水车、散装水泥车等车型的集团用户、瞄准政府采购市场、零散用户等市场。对于这些市场我们采取了相应的营销策略。对相关专用车市场，我们加大了投入力度，专门成立了大宗用户组，销售公司采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。在市场上树立了良好的品牌形象，从而带动了我____公司的专用汽车销售量。

对策三：注重信息收集做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做出反应。同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性;在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把公司产品市场的占有率作为销售部门主要考核目标，顺利完成总部下达的全年销售目标。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作;建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度。

二、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部管理，作到请进来、走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的专用汽

车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的管理提出全新的方案和建议;组织综合部和相关业务部门，利用业余时间学习。

三、注重团队建设

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。

在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，做好销售工作计划，做好个人工作总结报告，提升团队的凝聚力和素质。通过聘请专业的企业管理人才对员工进行了团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

上半年，通过全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标均创历史新高。在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创新上，精品服务的理念上，还大有潜力可挖。

同时还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对下半年，公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务管理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保公司20__年公司各项工作的顺利完成。

4s店市场部工作总结【篇5】

一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分市场实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标，结合公司总经理在20__年商务大会上的指示精神，公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们没有一味地走入“价格战”的误区。“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢？我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标管理

- 1、服务流程标准化
- 2、日常工作表格化
- 3、检查工作规律化
- 4、销售指标细分化
- 5、晨会、培训例会化
- 6、服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据13年的销售形势，我们确定了油罐车、化工车、洒水车、散装水泥车等车型的集团用户、瞄准采购市场、零散用户等市场。对于这些市场我们采取了相应的营销策略。对相关专用车市场，我们加大了投入力度，专门成立了大宗用户组，销售公司采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。在市场上树立了良好的品牌形象，从而带动了我____公司的专用汽车销售量。

对策三：注重信息收集做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做出反应。同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把公司产品市场的占有率作为销售部门主要考核目标，顺利完成总部下达的全年销售目标。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作；建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度，这是20__年终汽车销售公司工作总结范文。

二、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部管理，作到请进来、走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的专用汽车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的管理提出全新的方案和建议；组织综合部和相关业务部门，利用业余时间学习。

三、注重团队建设

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。

在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和素质。通过聘请专业的企业管理人才对员工进行了团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

20__年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标均创历史新高。在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创新上，精品服务的理念上，还大有潜力可挖。同时还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对20__年，公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务管理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保公司20__年公司各项工作的顺利完成。

以上就是我们为您整理的20__年终汽车销售公司工作总结范文，我们一起来看一看吧。

更多 总结范文 请访问 <https://xiaorob.com/zongjie/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发