

汽车推广工作计划 汽车工作计划(大全6篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

汽车推广工作计划 汽车工作计划篇一

- 1、加强组织领导。公司成立以总经理××为组长，其他副总为副组长，各二级单位（部门）主要负责人为成员的春运运输领导小组，各二级单位结合实际也成立相应的.领导小组，确保节日运输安全、优质。
- 2、加强对驾驶员管理和教育。公司要求各二级单位在节前要专门召开一项驾驶员会议，交待安全注意事项，并要求他们从近期发生的几起重特大中汲取教训，不开超载和超速车、遇紧急情况采取恰当的措施，尽量避免和减少的发生。同时对参加节日运输的驾驶员逐一进行违章记分比对，对记满12分的驾驶员，一律不得从事节日运输，对违章三次以上未处理的驾驶员，原则上也不予参加节日运输。
- 3、加强对营运车辆的技术管理。公司要求凡参加节日运输的车辆，必须进行车辆安全检测，不合格的不予参加节日运输。同时要求各营运车辆必须配备有效的消防器材、应急锤等，不得私设小板凳或加座。
- 4、加强对客运站的源头管理。严格按照《汽车客运站安全生产规范》，健全并落实安全生产管理制度，规范例行检查、出站检查等安检工作，做到“易燃、易爆、易腐蚀”等危险品不进站、无关人员不进站、无关车辆不进站；超网载客车

不出站、安全例行检查不合格车辆不出站、驾驶员资格不符合要求不出站、车辆证件不齐全不出站、出站登记表未经签字审核不出站。

5、开展安全生产大检查，及时发现消除安全隐患。节前公司将组织人员对全公司的安全生产情况进行全面检查，及时发现消除安全隐患。

6、充分利用现有的监控设备和gps定位装置，全程监控进出站的人员、车辆。落实专人负责gps定位监控值班，发现违章行为及时提醒、教育，确保车站秩序良好，车辆安全运行。

7、签订节日运输安全责任状，落实安全责任。总公司与各二级单位签订责任状，二级单位与驾驶员、车主签订责任状、落实安全责任。

8、加强安全宣传教育，营造节日安全运输氛围。汽车客运站将充分利用横幅、站牌、电子显示屏、录像等，加强安全生产宣传教育，对过往旅客和驾驶员宣传交通安全知识，提高交通运输参与者安全意识和自我保护意识。

××汽车运输有限公司

汽车推广工作计划 汽车工作计划篇二

在销售顾问的培训上多花些时间，现在销售员业务知识和谈话技巧明显不够优秀，直接的'限制到销售部业绩增长，20__年的销售顾问的培训是重点，除按计划每月进行一次业务培训以外，按需要多适当增加培训次数，特别针对不同职业客户对车型的选择上得多下功夫研究，这在培训中应作重点。

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20__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。

(1)、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，在去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、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。

(2)、通过对销售顾问的培训对竞争品牌的学习提高市场的占有率。

(3)、结合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。

(4)、当好一个称职的展厅经理，做到销售部带头作用，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。

__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，对日常销售计划的执行情况进行协调、平衡和跟踪、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，及时完成公司产销的各项任务。

一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各渠道获得更多潜在客户信息。三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四、今年对自己有以下要求

- 1: 一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。
- 2: 邀约客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备才有可能不会丢失这个客户。
- 3: 对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。
- 4: 要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同事们交流，向他们学习更好的方式方法。
- 5: 对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。
- 6: 客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。

要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

7：自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

8：和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

以上就是我这一年的工作计划，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，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

汽车推广工作计划 汽车工作计划篇三

20xx年已经过去，凭借这一年的蓄势，我们汽修厂已步入了发展的快车道，一个具有朝气、活力的汽车修理厂以崭新姿态展现在客户面前，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是企业自身发展壮大的内在要求。由于车辆升级更新的日新月异，导致车辆生产技术的不断改良，汽车配件所赚取的利润也日趋微薄。根据现有的汽修行业的现状，只有实施有效的管理，运用经济效益的管理方法，使汽修厂所有的资源获得合理的调配与运用，才能达到降低成本创造利润的目的。为了完成汽修厂20xx年的总体经营管理目标，根据公司实际情况，特制订20xx工作计划如下。

1、塑造良好客户关系，努力开发稳定客户。

2、调整员工岗位结构，完善员工激励制度。

客户是汽修厂赖以生存的基础，是我们工作的最终评判者，客户关系的好坏与企业的生存密切相关。作为服务行业来说，提供优质服务，让客户满意是建立良好客户关系的重要前提。

在20xx年里，我们要利用新厂房、新设备及汽车维修技术优势，科学调整好员工岗位，在保证安全的前提下进一步提高修车服务质量和良好维修服务态度。要求各部门员工要加强业务学习，把学业务与交流技能相结合，开拓视野，丰富知识，全面提升整体素质、管理水平；建立办事高效，运作协调，行为规范的管理机制，开拓新业务，再上新水平，努力开创各项工作的新局面。

1、严格管理生产制度，全力完成安全生产计划。

2、严格执行维修配件质量制度、领料制度。

3、严抓安全生产管理，定期开展安全自查，落实隐患整改责任及措施。

4、加强机具设备维护，强化在职员工培训，提高维修作业效率、车辆维修质量。

5、加强防范生产用电、防火、防盗、消防设施建设。

1、明确岗位职责，责任到人；质量管理要从源头抓起，把好人员技术关、配件入库关、设备仪器鉴定关，开展经常性的质量分析会，确立“以质量求发展”的经营理念。

2、严格执行有关机动车维护工艺方面的技术规范和标准，认真落实派工单制度、出厂合格证制度，做好维修记录，健全维修技术档案。

3、加强配件管理，健全配件采购、保管、领用制度，有入库验收单、质量抽查记录，不出现“三无”或伪劣产品。

4、坚持合同维修，用维修合同来规范和约束承托修双方的权利和义务，以此来明确维修质量的重要性和妥善解决一些纠纷。

5、实行质量保证期制度，做好质量信息反馈工作，在质保期内出现因维修质量原因造成机动车故障，按《重庆市机动车维修管理条例》规定，应当及时采取“无偿返修”等补救措施，返修率控制在5%以下。

6、向社会公开承诺：热情接待、优质服务、诚信为本、收费合理、杜绝假冒活动。

以上20xx年的工作安排如有不妥之处，敬请领导批评指正。

汽车推广工作计划 汽车工作计划篇四

为了提升售后服务质量，完成更高的客户满意度。实现“客户第一，用户至上”的服务理念，售后服务客户接待部特制订20xx年工作计划。

根据公司整体规划中对售后服务目标的要求，售后服务接待工作目标如下：

1. 建立完整的客户档案，并实现对客户档案的整理分类。实行系统化管理。
2. 客户投诉制度的建立及实行，尽量确保每一位客户的问题都能得到解决。
3. 客户回访制度的建立及实施,在初步阶段，客户回访率达到百分之三十以上。
4. 客户意见及建议的整理及上报。建立一条客户和公司沟通的渠道，能准确的掌握每个阶段客户的不同需求，达到更高的客户满意度。

1. 客户档案的建立

客户接待部应将20xx年的工作重点放在客户档案的建立，整理及归类上。争取建立一个完整的客户信息管理系统。首先，应从销售部门取得客户的第一手资料，客户信息主要包括客户名称、地址、电话、底盘号，发动机编号。维修类型，行驶里程，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。客户接待部应将客户的上述信息整理并填写于客户档案表内。并在以后的业务合作中，逐步对客户信息的完善。

2. 各种制度的建立及实行

为了全方位考核售后服务工作质量，客户接待部应建立以下制度《客户投诉制度》《客户意见及建议管理办法》《客户回访制度》。具体办法及实行方案由售后接待部拟定并以书面形式上报部门领导，待审核通过以后，具体实行。

3. 业务水平的提高及员工培训

为了提升员工的业务水平，应对新员工进行培训，由本部门负责人拟定培训计划，并实行。具体培训内容有：组织学习各厂家的政策，公司的各类规定，言行举止的培训，工作中各类问题的处理方法等，通过培训，使员工能熟练掌握本职工作，业务技能得到显著提高。

检核办法与标准及措施（1）必须有纲领性的计划和总结；

（2）实行数据监控、建立完善的反馈表格；（3）开展批评与自我批评、互评。

鉴于接待部，制度不够完善，现场实践经验较为欠缺等问题，我们必须坚持加强现场实践的力度，在实践中培养增强各种业务水平，同时要争取工作的主动性，提高责任心、专业心，加强工作效率、提高工作质量。要树立真正的“主人翁”思想，心往一处想，劲往一处使，积极主动共同服务于公司的各项工作中。为公司更好的发展，为更好地服务服务汽车贡

献自己的微薄之力。

总的来讲，为努力实现公司的目标，售后服务接待部已经做好了迎接挑战的准备，也有信心把服务做得更好！

汽车推广工作计划 汽车工作计划篇五

20xx年，在上级公司领导的正确领导及大力支持下，在甘肃美源汽车销售服务有限公司领导班子的正确指导下，面对激烈的市场竞争及严峻的形势，行政部紧紧围绕管理、服务、培训人事等工作重点，注重发挥行政部承上启下、联系左右、协调各方的中心枢纽作用，为公司圆满完成年度各项目标任务作出了积极贡献。

为领导和员工创造一个良好的工作环境是行政部重要工作内容之一。一年来，行政部结合工作实际，认真履行工作职责，加强与其他部门的协调与沟通，使行政部基础管理工作基本实现了规范化，相关工作达到了优质、高效，为公司各项工作的开展创造了良好条件。

如：做到了公司各项规章制度的健全、完善，员工人事档案、培训档案、合同档案等工作的清晰明确，严格规范；做到了收、发文件的准确及时，并对领导批示的公文做到了及时处理；做到了办公耗材管控及办公设备维护、保养等工作的正常有序进行；成功组织了各项会议的召开及员工活动，做到了活动之前有准备，活动过程有指导，活动之后有成果；并配合财务部搞好节源开流及各部门行政资金的管控；配合财务部做到了固定资产的统计工作；并为公司添置购买了部分必要的办公设施，创造了更好的办公环境；行政部在接人待物、人事管理、优化办公环境、保证办公秩序等方面做到了尽职尽责，为公司树立了良好形象，起到了窗口作用。

1、变被动为主动。对公司工作的重点、难点和热点问题，力求考虑在前、服务在前。特别是行政部分管的采购、车辆、

办公耗材管控及办公设备维护、保养等日常工作，工作有计划，落实有措施，完成有记录，做到了积极主动。日常工作及领导交办的临时性事物基本做到了及时处理及时反馈，当日事当日清。在协助配合其他部门工作上也坚持做到了积极热情不越位。

1、狠抓员工礼仪行为规范、办公环境办公秩序的监察工作。严格按照公司要求的“5s”管理办法，在公司员工行为规范和办公环境等员工自律方面加大了监督检查力度，不定期对员工行为礼仪、办公区域清洁卫生进行抽查，营造了良好的办公环境和秩序。

2、培训工作：为了能切实提高员工素质，以更好地适应市场竞争，我部积极配合公司各部门把优化人员结构和提高员工素质与企业发展目标紧密结合。并配合各部门把培训工作的规划纳入部门整体的工作计划之中，大力加强对员工理论和专业技能等方面的培训。

3、人力资源管理工作：根据公司的实际情况和各部门的人员需求，确保人员编制完全控制在标准编制内，本着网上搜、报纸上登、招聘会上招、内部推荐等方法，协助部门完成人员招聘工作。对于新员工，与其面谈，发现问题随时沟通，深入了解、帮助解决思想上、工作上的难题，通过制度培训、考核，肯定优点，更不保留的指出欠缺，使员工在企业中顺利的渡过实习期。完成公司人事档案信息的建立完善、公司员工劳动报酬的监督发放、公司人员进出的人事管理等工作；并按时完成员工月考勤报表工作。

4、下面我对公司20xx年的行政工作简要总结如下：

（一）20xx年人力资源方面

1、截止20xx年12月28日止，公司员工共27人。从今年第二季度以来，员工离职率呈上升势头，第四季度离职率有所下降。

离职率的上升主要是因为员工对薪资方面的满意度及公司结构调整所导致。根据公司的业务发展情况□20xx年上半年的人员将控制在30人左右。

2、人员学历结构方面现状：到12月28日止，本科学历为

3、7%，大专学历为59%，高中学历为15%，中专学历为15%，初中学历及以下7、3%。

4、分析：根据公司人力资源策略，从今年开始放宽了对学历的控制（主要在生产一线员工方面），现人力资源结构比较合理，与公司业务发展匹配。

5、建议：继续完善人才结构的低端部分，形成明显的层次。同时策划近期系列的招聘活动，及时的进行流动的补充和人才的储备。进一步降低人力资源成本。

（二）、职类结构的分析

2、比较：根据目前的情况，销售类人员变动较大，主要是销售团队调整，注入新人有助于销售团队发展。财务类、部门管理类、生产经营管理类人员分布结构总体的变化不大。

3、分析：根据公司现人员分布情况，人才结构的分布趋向合理，但人员总体需要补充。

汽车推广工作计划 汽车工作计划篇六

汽车自1999年在深圳市场投放以来，历经五年发展，深受广大用户认可，市场销量与日俱增，现在深圳市场保有量达到近8000台□20xx年元月汽车以月销8000台成为中国车市耀眼的经济型轿车之一，为取得更大突破，**集团特推出系列促销政策□20xx年我公司又获得**汽车全系列深圳地区的独家

经销权，更应力主从**汽车品牌的整体形象出发作宣传。以车主名义捐赠希望工程，提升**汽车、**公司社会形象的同时促进深圳地区终端销量。面对竞争激烈的销售市场，我们更应该切实地做好我们的服务工作，以服务作为生存的根本。只有真真切切的超值服务才能增强企业产品的美誉度，才能让产品通过“口”传播出去直到达成销售□****4s店的成立，已让**汽车用户享受到了标准的4s店优质服务，但这远远是不够的。

中国汽车市场已进入白热化激烈竞争局面，不同品牌、不同档次车型的众多商家不断展开铺天盖地的广告和促销活动争抢顾客的“眼”。

面对如此竞争，我们**品牌应该推陈出新，抢抓顾客的’“心”，多开展一些投入少、效果又好的公益性公关活动，争取一举多得。

一、 市场分析：

二、 客户群体分析：

直迫于身边没有奉献自己爱心的平台而未尽此善举，表明多数车主还是拥有爱心，乐善好施，热心于公益事业，关注社会发展的。

深圳**为千百万个充满爱心的车主朋友搭建关爱之桥。从今年3月开始，凡购**汽车者，**公司均以车主名义出资三百元捐助一名失学儿童。

三、 活动策划思想：

我公司以“助失学儿童，祈车主平安”为主题推出优惠购车活动。

儿童是祖国的未来，祖国的希望，特困品学兼优面临失学的儿童更需要社会的支持和关注，借此为主题策划活动，一方面在优惠车主购车满足个人物质需求的同时，更让其为社会奉献了自己的一份爱心，满足了其更高的社会需求，从马斯洛人性需求论的角度来讲更易社会接受，同时树立了汽车品牌、公司良好的社会形象。另一方面捐助贫困地区失学儿童，为社会教育事业贡献公司绵薄的力量。

春天购**，**带给您永远的春天。购**车一台，失学儿童少一个，**祝愿天下好人一生平安。

四、活动意义：

通过此次活动对**品牌、**集团、**深圳地区独家代理公司——“**”进行新闻公关炒作以达到提升**品牌形象，扩大深圳**公司知名度，提高其美誉度，最终促进市场推广及售后服务推广工作，从而创造丰富的社会价值和经济价值。

五、受捐助地区及学生介绍（见附件二）：

六、具体活动策划：

（一）、活动时间□20xx年3月1日起

（二）、活动主题：“购**汽车，助失学儿童”。

（三）、预计捐助对象人数： 1000人

（四）、主办单位：浙江**控股集团汽车销售有限公司

承办单位：深圳市**投资发展有限公司

合作单位：贵州省遵义市人民政府驻深圳办事处

协办单位：贵州省人民政府驻深圳办事处

活动组织机构及职能（详见附表）

（五）、参加捐助对象：活动期间在**购车的所有车主

活动受捐助对象：遵义市贫困地区品学兼优的学生

（六）、捐助方法：

活动前期，以300元/台车的金额（**集团与**公司各承担50%）、在**购车用户的名誉捐助贫困地区优秀失学儿童，由车主亲自挑选失学儿童资料，我公司将车主的资料、通信地址，包括捐赠的钱汇入指定学校，由学校通知受捐人写信联络捐赠者。活动后期，将促成**车主与受助失学儿童一对一的社会捐助公益事业。本捐助活动一年以后，捐与不捐由车主自行决定。

正式的捐赠仪式。

七、后期跟进：

此次活动结束后，我们将在后期组织以下活动继续跟踪报道：

1、今年六一儿童节，我公司将邀请受助失学儿童及校方代表欢聚深圳。

2、在深圳及受助当地各大主流媒体对受助学生的后期学习生活情况进行跟踪报道，有节奏、有计划的刊登标题醒目、立意新颖的软文。与政府及媒介建立良好的沟通机制，密切配合，紧密合作，争取以最低廉的投入在深圳及周边地区开展全方面的广告宣传。

3、后期还将就本次活动设立讨论主题，开展“献爱心”文稿征集活动，发倡议书在社会上掀起捐助高-潮。

4、后期，促成**汽车与受助学生一对一扶贫对子，帮助他们完成至初中或高中的学业。同时建立健全扶贫与捐赠对象的详细个人档案，以备后续跟进工作的开展。

八、广告宣传：

1、广告宣传策略：

根据公司及品牌的实际情况，总体思路是集中有限的广告资源，即集中兵力，集中发布，重点突破，而不能“撒胡椒面”。

2、广告宣传的重点：

春天购**，**带给您永远的春天。购**车一台，失学儿童少一个，**祝愿天下好人一生平安。新闻公关炒作是提升强化品牌的首选方法，其次是硬性广告。

3、广告宣传的方式：

活动中配合新闻报道、条幅和pop广告、资料派发等。

十、效果评估：

深圳**主题为“购**汽车，助失学儿童，祈车主平安”的慈善优惠购车活动自今年2月份开展推广活动，3月份正式启动以来，消费者积极参与，有效促成更多潜在用户的购车行为，得到**车主的广泛认可，引起社会强烈反响，更有非车主前来捐赠多名失学儿童以及捐助其它物品出来的社会人士。

后 记

此活动的推广是为了扩大**品牌宣传，树立**汽车良好社会形象，在全国范围内形成更加深入的影响。相信这是**集团与

公司合作举办继“车主河源自驾游”之后又一次**全品牌社会宣传，将有助于拉动**汽车全国的销量。

请**集团领导对此次活动所需相关费用给予大力支持为谢！