

# 汽车销售顾问培训计划 汽车销售顾问培训心得(实用5篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理工具。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 汽车销售顾问培训计划篇一

我觉得市场营销学是实用性较强的一门学科，它涉及到市场营销学环境、消费者市场以及消费者购买行为等各方面。我们学习了市场营销之后，无论是作为卖家还是买家，都可以在现实生活中学以致用。对经商感兴趣或是想要自主创业的同学，从市场营销学中都可以学到很多知识，即使是理论上的，但学好理论知识可以运用于实践。例如现在很多同学平时都会自己在学校外面的商业街开间店或是在学校的饭堂前摆摆摊，有时也会有同学上门推销手套，围巾等日常用的东西。这些都体现了有的同学有经商的意识，虽然可能是为了赚点零花钱，但至少可以看出现在的学生还是挺不错的，也许是在为以后的创业打下基础，也许是在为成为企业家做铺垫。

谈到学《市场营销学》，这门课，我不免也就想到了授课的李老师。李老师给我的第一印象是特别严肃但却与其他老师与众不同，还记得第一堂课的时候，李老师提出要我们班用一本平时同学毕业时写的“纪念册”来作“点名册”，而且还要贴上自己的照片。那时，我就感觉李老师与其他老师不同，当然李老师是教授，与其他老师相比，更有胜人之处。我认为大学的师生情似乎很淡，有的老师教了一个学期，可能学生对老师没什么深的印象，而老师对学生更没印象，因为老师教的不只一个学生而是一个班、两个班，要记住每个学生的姓名、每个学生的样子，那也许是有难度的。但李老

师的“点名册”却不一样，可以用来记住学生的名字，可以从照片上看出学生大致外貌，也可以从学生的简历和留言中更多更好的了解学生。而且在以后，当李老师想起07公管班时，还可以拿出那本册子来翻看一下。总之，我觉得老师特别明智，做出了不一般的举动。

在课堂上，我从来没有感觉到无聊，因为李老师不是单纯的讲述书本上那些有点枯燥的理论知识，而是结合生活中的时事、事例等讲的生动具体。偶尔李老师也会提问叫我们回答，我觉得这样很好，加强了师生之间的互动，可以使我们在上课的时候提高警惕性，少开思想小差。在这方面，我觉得李老师做的很好，不会像有些老师自己一味的在上面讲，一节课45分钟老师不停的讲，下面的学生却在玩自己的。而且我意识到李老师每次提问题都听似简单，但当要我们自己组织语言来回答时，就有点不知道该怎么清楚的答案了。还记得李老师曾问我们“什么是黑与白？”这个听起来简单的问题，叫我回答，我却有点为难。但是提过的问题会给我留下很深的印象，加深了我对知识的理解。

在学《市场营销学通论》的同时，我不仅仅是学到了书本上的知识，从李老师的授课中，我也学到了一些名言警句，对我的生活也有所启发。例如“做好事不是想做就可以做，要符合社会需要才做。”“尽可能的留下一丝痕迹。”这两句让我想到了自己，20多岁了一直在读书，几乎没有为社会做什么贡献，当然我知道读书也是在为以后的工作以致于为社会贡献打基础。

如果你是销售者，在学习了市场营销之后，也许可以使你在实践活动中增强产品的市场竞争力，结合产品和特点，针对市场的现实状况，把自己的产品推销出去。而当我们作为一个消费者去购物时，有时会遇到这样的情况，看到一款喜欢的东西，但又不知道到底买不买，不买觉得有点可惜，买了又觉得好像有点无所用处，怕买回去后后悔，也许心就动摇了。尤其是女孩子，这样的情况常出现。我曾经就有过这样，

看到一件东西觉得不不错，可是实用性不大，在经过卖家阿姨那灵利的嘴之后，我的心就动摇了，后来发现买了却又不怎么用到！而学了市场营销后，我们可以对自己的这种心理做个判断，关于消费者市场和消费者购买行为的内容，就能帮助我们分析我们的心理活动。当我们了解了消费者的种种购买行为和心里以后，我们就会为自己作出一个明智的选择。

汽车销售顾问培训心得3

## 汽车销售顾问培训计划篇二

“我卖的不是我的雪佛兰汽车，我卖的是我自己。”这是世界上最伟大的销售员——乔吉拉德的至理名言。这也是在本次培训中，我感触最深的一句话。为期两天的培训已经结束了，我似乎还沉浸在周嵘老师的博学广闻和经典案例中，意犹未尽，现在想就我所学的知识做一个总结汇报。

我想先就这次为期两天的培训做一个简单的小结，再来具体说说我印象比较深的部分。

第一天的时间主要讲了面对面顾问式销售的一些理论知识：比如它与告知型销售的比较，它的模式及主要战场；重点是销售的理念，在这一点上周嵘老师陈述的最关键的一点，就是在销售过程中，作为一个业务员，主要销售的是自己。这也正是我在开文中提到的这句话：“我卖的不是我的雪佛兰汽车，我卖的是我自己。”在第一天的下午，我们还学习了如何与客户沟通并对其进行说服，这一块主要讲了两个层面：一是如何说话，即作为销售人员，你该如何向你的顾客表达最好；二是如何聆听，即我们在顾客表达时，应如何更加诚恳的与其沟通，让顾客感受我们的诚意。在这里，我觉得很重要的一点，就是周老师教我们的经典四句：你真不简单、我很欣赏你、我很佩服你、你很特别。这是很简单的四句话，

如果我们能够经常与身边的同事多多表达，那么作为公司核心价值观之一的“和谐”，一定能更好的实现。

在第二天的时间里，我们主要学习的是如何提升业绩，增加收入。周嵘老师在这一块，更加偏重的是理论与实际的结合，讲了一些通俗易懂的案例，让我们更加直观的了解一些理论知识在实际中的运用。

正如周嵘老师所讲，要想把这次培训的内容都讲透，那绝对不是一蹴而就的事情，更多的是要靠我们自己领悟，把所学运用于生活，结合生活经验进一步提高。这次学习中，有几个知识点和案例给我的印象非常之深，我想具体的谈一谈这几点。

第一个就是我已经开头提到过的这句话：“我卖的不是我的雪弗兰汽车，我卖的是我自己。”作为一个销售业务员，我们卖的并不是自己的产品，而是我们自己，是顾客对我们本身的信任。在这一点上，我觉得业务员要做到三点：建立对产品的信心，建立客户对你的信心，把你对产品的信心通过客户对你信心传递出去。如果把销售人员分为四等，那么一流的销售人员靠的是顾客的喜欢，二流的销售人员靠的是服务，三流的销售人员靠的是产品，四流的销售人员靠的是打折。我们如果做好了第一点，那么我们已经成功了一大步，成为了一个二流的销售人员！

乔吉拉德说过：“通往成功的电梯总是不管用的，想要成功，就只能一步一步地往上爬。”如果我们只是成为了一个二流的销售人员，那么并不意味着我们可以止步不前了，毕竟在我们前面，还有很多一流的，甚至特流的销售人员，我们离成功，差的不只一点点，要想成功，我们就只能继续努力，一步一步往上爬。这就要谈到我在学习中获得的第二点——没有痛苦的客户不会买。销售就是帮助客户解决问题，如果一个客户没有痛苦，没有问题，那么何来销售？要想让客户喜欢你的东西，主动购买你的东西，那么你就要让他明白，即

使买你的东西要掏钱，这让他很痛苦；但是如果他不买你的东西，他会更痛苦。只要你能让客户明白这个道理，那么他一定乐于掏钱买你的东西，那么你就成功了。

理论来源于实践，所以一个经典的案例也是很能给人以启发的。在这次学习中，我觉得很精彩而且启发很大的例子有两个，一个是和尚的例子，一个是调整型内衣的例子。

周老师在讲课的时候说到这样一句话：“一个男人的业务水平，是和他的头发长短成反比的。”有男同胞提出了反对意见，他说你看和尚，他们都没头发，难道他们是世界上最好的业务员吗？我当时也是这样想的，和尚每天只需要念念经，敲敲木鱼，他们哪有什么业绩可言？可是周老师笑了笑说：“你说对了，和尚正是这个世界上业务水平最好的，你看他们每天只需要念念经，敲敲木鱼，就有大批的人给他们送来金钱，甚至还跪着求他们收下。”哄堂大笑，可是大笑过，我却陷入了沉思，这说明了什么问题呢，恰恰说明了周老师关于四流业务员的分类：一个一流的销售员靠的是顾客的喜欢。和尚之所以“生意”好，正是因为他们的“无形产品”能够帮助客户解决痛苦，让他们得到内心的安稳。这种产品甚至不是实际存在的，也不需要和尚去上门宣传，只是因为他是顾客喜欢并且渴望的，所以能够成功，所以和尚就是世界上最成功的业务员。

第二个例子是关于调整型内衣的，这种内衣价格是7000元人民币，有位太太想买，但是觉得价格太贵。周嵘老师正好在场，就跟她聊了起来，他就跟她讲了一个“故事”。他说这位太太，我觉得女人最重要的是要自己懂得爱自己，你自己都不爱自己了，别人还会爱你吗？那位太太赞同的点点头。周老师又说，我有一个朋友，跟她丈夫是白手起家，后来他们发财了，我的那位朋友呢，非常具有中国传统女人的美德，不管是对父母、老公还是子女，都非常舍得花钱，唯独对她自己不舍得。那位太太激动的说：“我就是，我就是！”周老师笑了笑说：“但是有一天呢，她发现，她老公在外面给别

人买了一幢别墅!”说到这里，周老师就停下来了，看那位太太的反应。这位太太沉默了一会儿，然后对服务员说：“小姐，给我两套!”这个例子最好的说明了一件事情——没有痛苦的客户不会买。也许让你花7000块钱买我们一套内衣，确实一件很痛苦的事情。可是我们要让你知道，不买我们的内衣，你会更加得不偿失。我们卖给你的并不是内衣，我们卖给你的是家庭的幸福!

销售是一门很深的学问，通过这次学习，我获益匪浅。但是我也知道，仅仅靠这次学习是绝对不够的，我要在以后的工作中，运用这些知识弥补我的不足，并积极地汲取更多的经验，汇报公司。

同时，借这次心得体会，感谢公司及公司领导对我的栽培，祝工作顺利，万事如意!

汽车营销培训心得

### 汽车销售顾问培训计划篇三

-xx年已过，在此实习期间，我通过努力的工作，也有了一点的收获，借此对自己的工作做一下总结，目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把今后的工作做到更好。

我是-xx年x月x日来到贵公司工作的。作为一名新员工，我是没有汽车销售经验的，仅凭对销售工作的热情和喜爱，而缺乏对本行业销售经验和专业知识，为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到销售和专业方面的难点和问题，我会及时请教部门经理和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门经理和同事对我的帮助!

通过不断的学习专业知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在我对市场有了一个大体的了解，逐渐的可以清晰。流利的应对客户所提到的各种问题，对市场的认识也有了一定的掌握。

在不断的学习专业知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

### 现存的缺点

对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，对一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。

### 市场分析

我所负责的区域为宁夏。西藏。青海。广西周边，在销售过程中，牵涉问题最多的就是价格，客户对价格非常敏感，怎样在第一时间获悉价格还需要我在今后的工作去学习 and 掌握。广西区域现在主要从广东要车，价格和天津港差不多，而且发车和接车时间要远比从天津短的多，所以客户就不回从天津直接拿车，还有最有利的是车到付款。广西的汽车的总经销商大多在南宁，一些周边的小城市都从南宁直接定单。现在广西政府招标要求250000以下，排气量在2.5以下，这样对于进口车来说无疑是个噩梦。

从-xx年xx月xx日到20xx年xx月xx日我的总销量是3台，越野车一台，轿车一台，跑车一台，总利润11500元，净利润10016元，平均每台车利润是3339元。新年到了我也给自己定了新的计划□xx年的年销量达到80台，利润达到160000，开发新客户10家。我会朝着这个目标去努力的。我有信心！

随着市场竞争的日益激烈，摆在销售人员面前的是-平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，拥有一

一个积极向上的心态是非常重要的。

## 汽车销售顾问培训计划篇四

我工作多年，但对于营销的真正含义还是认识不深，通过这次广州培训，让我有了更深的了解。

21世纪的今天，社会的步伐越来越快，市场的竞争愈演愈烈。在今天的环境下，我们如何更好的把我们产品推销给客户？怎们做一个出色的销售员？这就是我们这次“topsales销售明星训练营”的目的。下面是我通过这次培训后，结合我们的日常工作实际情况，谈谈如何做好一个“topsales”的几点粗浅认识，以便和大家共同学习和交流。

一、要想做好一个出色的汽车销售员，对我们的产品知识一定要熟知。如果对自己的产品知识都不熟，谈何去推销给客户。只有熟悉才能生巧。同时你必需去热爱他，把他当作你的好朋友，一定要对它有信心，它就是最好的。这样你在和客户推销时就底气十足。

二、一个顶尖的销售员要有梦想，要做公司业务员的榜样。打出自我的品牌，提升自我的价值。这就必须转变自己的思想，严格要求自己，时时地提醒自己，我还可以做什么，我还有什么没做好！我们可能都听说过这样一句话：失败乃成功之母！其实我认为它是错误的，应该说检讨是成功之母！我们只有不时的检讨自己如何战败这个客户，其中的原因何在，是我有没有让客户了解我们的产品还是客户不满意我们的服务等等，检讨自己总结经验。

三、作为成功的销售员，必须具有诚信和激情。让客户变成你的朋友，提升客户的满意度，让他来帮你推介。一个客户如果和你买车，不仅是对你的产品有兴趣，而且对你服务也非常的认可。可以这样说，我们现在可能都存在这样一个现象，客户订车交了钱以后，我们对他们激情可能就没有没订



车之前那么高，客户很多小的要求可能都不能满足，这样就使我们失去诚信，让客户对我们失去信心。那么怎么谈和客户成为朋友，让他以后怎么帮我们推介朋友来买车。如果我们服务好我们的客户，让他们成为我们的朋友，时时地关心他，问候他，让他得到满意的服务，有朋友买车他肯定会介绍给你。这可是我们宝贵的财富。

以上几点可能说的不是充分，希望领导和同事给予宝贵的意见和提议，以便更好的学习和交流。谢谢！

汽车销售顾问培训心得5

## 汽车销售顾问培训计划篇五

月 23-25 日广汽长丰在长沙开展的《市场营销技能培训》由我前去参加培训，根据公司相关规定，要求培训人员写一份培训总结和心得，下面我将此次培训的相关知识做一介绍；此次培训的课题是：1, 明确市场部和市场经理的工作定位；2, 明确市场分析的基本技术；3, 熟悉营销策划的基本思路与能力要求, 熟悉各种营销活动的组织过程及具体操作方法, 提升市场经理的市场策划, 营销活动策划方面的能力；4, 提升大客户和用户的营销能力；心得体会：心得体会：虽然我一直从事销售工作, 但是对市场营销方面的知识还是知道的不多, 所以非常感谢公司给我提供了这次培训学习的机会, 让我对市场营销有了更深一层的认识。通过这次培训, 学习到了一些新的营销管理知识, 让我更加懂得了市场部对企业来说是多么的重要, 在此之前, 我一直认为“市场部”这个部门是无关紧要的, 没有“销售部”重要, 公司的大多数业绩是由销售部创造的; 通过此次培训我对市场部有了一个新的认识和理解, 下面是我在培训学习后的一些思考和认识。

一, 明确市场部和市场经理的工作定位；明确市场部和市场经

理的工作定位；关于市场部和销售部的功能和职责问题，现在很多企业，甚至包括一些营销工作者仍然纠缠不清，现在很多公司都设立了营销部与销售部；策划部，市场推广部和销售部；企划部，品牌推广部和销售部等等，其实这些概念部门不应该并列，根据培训老师的解释：正确的应该是公司下设市场部和销售部，上面并列的哪个营销部其实在的功能应该是市场部的工作。而策划，市场推广，品牌推广也好，应该是属于市场部的工作。而大多数营销工作人员也往往把“销售”（一般认为是比较低级的市场运作）和“营销”（一般认为较高级《1》培训总结阶段的市场运作）作为一种层次上的区别。营销涉及的范围很大，在此我不想多做阐述，只想说一下市场部与销售部的工作区别：

1. 工作目标：市场部的目标是树立品牌，扩大品牌知名度，提升美誉度，给消费者提供产品购买的理由和刺激，而销售部的工作目标就是如何把产品送到消费者的面前，实现商品及企业品牌的价值；
2. 层次：市场与销售就是“战略”和“战术”的关系，市场部涉及销售的方方面面，包括销售前，中，后的市场调查；营销方案的制定；产品定位和品牌推广方案；价格制定；渠道开发和促销的政策制定；售后服务政策等等，是全局统筹的工作，是战略层面的事情。而销售部工作主要是将市场部研究规划出的产品按设计好的渠道和价格以及促销宣传方式具体实施，实现终端销售。是战术实施方面的事情。一个是策略制定，一个是执行，形象一点就是人的脑部与手脚的关系；
3. 全局和局部：市场部考虑的是全局性的，所代表的就是整体利益。因此除了销量外，还有品牌知名度，品牌美誉度等。
4. 理论和实践：由于两个部门的工作内容个性不同，市场部往往是进行的务虚的“理论工作”，销售部往往进行的是“务实的实践工作”；
5. 长远利益和短期利益：市场部的市场策略研究，品牌规划建设一般都是以年度甚至是3-5年度为一个检验周期。所以关系的是企业长远的利益。而销售部的销售往往是以月，季度，最多是年度为单位的。所以关系到的是企业的短期利益。

《2》 培训总结 市场分析是对市场规模, 位置, 性质, 特点, 市场容量及吸引范围等调查资料所进行 的分析。它是指通过市场调查和供求预测, 根据项目产品的市场环境, 竞争力和竞争者, 分析, 判断项目投产后所生产的产品在限定时间内是否有市场, 以及采取怎样的 营销战略来实现销售目标。

二, 明确市场分析的基本技术; 明确市场分析的基本技术; 市场分析是对市场规模, 位置, 性质, 特点, 市场容量及吸引范围等调查资料所进行 的经济分析。它是指通过市场调查和供求预测, 根据项目产品的市场环境, 竞争力和 竞争者, 分析, 判断项目投产后所生产的产品在限定时间内是否有市场, 以及采取怎 样的营销战略来实现销售目标。 三, 熟悉营销策划的基本思路与能力要求, 熟悉各种营销活动的组织过程及具体操作 熟悉营销策划的基本思路与能力要求, 方法, 提升市场经理的市场策划, 营销活动策划方面的能力; 方法, 提升市场经理的市场策划, 营销活动策划方面的能力; 人的策划能力实际上是诸多要素综合作用的结果。它既不是天赋的, 也不是一朝一夕可以形成的, 而是一个人经过长时间艰苦的自我学习, 自我磨练, 自我改造, 自我提 高而获得的一种综合能力。因此, 作为一个合格的策划人员, 要有意识地构造自己的 知识结构, 养成良好的思维习惯, 掌握娴熟的韬略技巧, 培养严谨的工作作风, 创造 性地进行思维, 广泛地参与丰富多彩的社会实践, 这样才可能做到真正的通才式的策 划人才。

《3》 培训总结 个决策链产生影响, 才能得到订单; 由于最终的采购决策结果通常对组织的业务发展 和个人在组织的发展产生直接影响, 因而, 参与决策者更为谨慎。与之对应, 销售方的销售过程也可能要多人参与, 会有销售经理甚至公司高层参与销售过程, 整个销售 团队需要协调一致, 才能产生理想的销售结果; 而且, 大订单的采购周期一般较长, 在漫长的销售过程中, 需要有计划, 有步骤地推进销售进程。大客户销售策略规划篇 涵盖: 大客户开发策略, 客户信息收集分析策略, 销售推进策略, 竞争策略, 团队合作策略。 结束语: 结束语: 通过此次培训, 我对工作态度有了重新的审视。也对市场营销有

了一个新的认识和定位,其实我们向客户销售的不仅仅是我们的产品,更多的是个人人品,是我们的团队精神,更是我们企业的形象,所以做营销不能仅仅着眼于眼前短暂的利益而去走捷径。我们不能为了应付客户而曲意逢迎,要真心表露自己的诚意,充分考虑客户的利益,才能博得长期合作的关系。我在反思,为什么自己之前做销售,谈客户好像过于圆滑,这是真实的我吗?为什么自己在与客户打交道时,不能很自然地,很纯粹地,像对待一个普通朋友那样?我现在想,工作和生活其实是可以达至统一的,用对待家人,好友那份真诚,倾注在客户身上,其实一样可以打动客户的。因此没必要上班时一个脸,下班后又另一副脸。我觉得这是心态的一种提炼,这也是我学习这门课的最宝贵的收获。

汽车销售顾问培训心得4