# 企业汽车销售管理工作计划

一、健全销售管理基础

工作重点：

1、认真研究好公司下发商务政策，做好订货、进销存管理;

2、密切跟进厂方及公司市场推广;

3、通过实施品牌营销方案快速打开市场;

4、通过销售管理系列培训计划提升团队业务技能;

5、健全部门各项管理制度，规范部门运营平台。

工作思路:

1、展厅现场5S管理

A、展厅布置温馨化----以顾客为中心营造温馨舒适的销售环境;

B、销售工具表格化----统一印制合同、销售文件和DMS系统使工作标准化、规范化;

C、销售看板实时化----动态实时管理销售团队目标达成和进度，激励销售人员开展销售竞赛。

2、展厅人员标准化管理

A、仪容仪表职业化----着装规范、微笑服务;

B、接待服务标准化----电话接待流程、来店接待流程、表卡登记流程、表卡管理流程、交车流程;

C、检查工作常态化----对展厅人员的仪容仪表、接待流程等标准化检查做到每日检查，每周抽查，长期坚持不懈才能督促人员的自觉意识，形成习惯。

3、销售人员管理

A、例会总结制度化----晨夕会、周会、月销售总结分析会、活动总结会;

B、培训考核细致化----车型介绍个个过、业务知识培训考试、谈判技巧培训、竞争对手知识考核、销售话术演练等;

C、业务办理规范化----报价签约流程、订单及变更流程、价格优惠申请流程、车辆交付流程、保险贷款上牌流程等标准化。

4、业务管理重点

A、数据分析科学化----来店(电)量、试驾率、展厅成交率、户外展示成交比、销售顾问个体生产力等;

B、销售模式差异化----从顾客感受出发创新服务模式，做到人无我有，人有我细;

C、销售任务指标化----从年度计划细分至季度、月度、每周指标，在部门内从上至下对任务指标要时刻关注准确掌握;

D、销售队伍竞赛化----通过不定期分组销售竞赛、促销、看板管理、以老带新、月度考核、末位淘汰，使销售队伍竞赛常态化;

E、销售培训系统化----从业务流程培训到销售技巧培训、从现场管理培训到活动组织培训、从岗位资格培训到能力提升培训等贯穿全员;

F、活动组织严谨化----严谨细致的制定店头(户外)活动计划，充分与各部门沟通落实协调分工，制定应急方案，确保顾客邀约数量达标、现场气氛活跃、促销资料发放有序、危机事件得到妥善处理;

二、培养打造优秀销售管理团队

工作重点：

1、总结前期管理不足，分析提出改进方案，不断提升管理能力;

2、以市场为中心，不断探索销售创新与服务差异化;

3、时刻关注公司总体运营KPI指标并持续改进;

4、完善各项管理制度和流程，推行销售部全员绩效考核体系;

5、建设高素质、高专业化销售团队。

工作思路：

1、关注KPI运营指标，降低部门运营成本;

2、精细化进销存管理，根据月度销售量及滞销量，结合库存车型数量和在途订购车辆及日期，在充分研究内外部环境后，做好月度订货分析计划，提高资金周转率;

3、销售创新，协同市场部、售后服务部等部门积极开拓客户、二级网点，积极推广品牌活动，紧密关注社会热点和行业发展，结合车型特点策划销售方案，适时开展二手车置换业务，汽车消费信贷业务，精品销售业务等;

4、做好客户资源管理，不断提升客户满意度，定期举办客户维系活动，研究分析客户投诉并处理，客户问卷，客户转介绍等;

5、业务技能持续提升计划，推行维系微笑服务之星，推行工作高效率之星，开展岗位技能提升培训计划，岗位比武，形成员工内部热爱本职、钻研业务、自我学习的良好氛围;

6、不断优化改进业务流程，创造管理效益，在实践中不断改进制定清晰严谨的规章制度和业务流程;

7、完善奖励机制和考核，奖勤罚懒，表彰先进，提倡团队协作精神;

8、团队长期建设，发现人才，培养人才，对员工职业生涯进行引导和规划，设置高难度工作计划鼓励员工挑战高峰，关心员工生活注重思想交流;

三、分销网络建立

1、对合作商进行考察、评估

以合资的方式建立2-4个股份制地区分销中心，使合作商与公司的利益紧密相连，简化繁琐的工作流程和可能出现的矛盾，达成一致的目标。

2、建立地区分销中心

各分销中心具有整车销售、储运分流、配件配送、资金结算、信息反馈、服务支持、培训评估、以及市场管理与规范八大功能，通过各分销中心直接渗透到各辖区市场，从而更直接、准确、及时的了解市场的变变化情况。

分销中心统一向辖区内的代理商供货，代理商直接面向当地最终用户，不实施批发销售，代理商每月向所属分销中心预报下月的产品需求，分销中心向4S店销售部预报下月产品需求量，这种做法有利于促进代理商和分销中心对市场的分析和预测，对市场的变化能迅速的做出反应，也有利于价格的统一和运作的规范化管理，不易造成各代理商业务的重叠。

分销特点

1、直销

由4S店直接向最终用户销售。

2、总代理式

4S店→大区总代理→片区代理→终端代理商→顾客

3、特许代理式

4S店→分销中心→片区代理→顾客

4、品牌专卖式

4S店→片区专卖店→顾客