

汽车 4s 店销售工作计划 (18 篇)

汽车 4s 店销售工作计划 1

1. 对于老客户、固定客户和潜在客户，定期保持联系和沟通，稳定与客户关系，以取得更好的销售成绩；
2. 在拥有老客户的同时还要不断发掘更多高质量的新客户；
3. 发掘青云谱等区域目前还没有合作关系往来的新客户；
4. 加强多方面知识学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，以提高业务水平，把销售工作与交流技能结合；
5. 熟悉公司产品，以便更好的向客人介绍；
6. 试着改变自己不好的. 处事方法以及别人沟通等问题。

随着公司和市场不断快速发展，可以预料我们今后的工作将更加繁重，要求也更高，需掌握的知识更高更广。为此，我将更加努力学习，提高文化素质和各种工作技能，为公司尽应有的贡献。

汽车 4s 店销售工作计划 2

回顾我之前我的工作，简直就是不堪入目，销售业绩差点就成为店里最后一名，业绩就是体现一个 4s 店汽车销售是否成功的重要依据和凭证，而我的业绩已经到了差到不能再差的地步了，我也不得不做出相对应的措施了，为了自己以后的工作能更好的开展，我制定了以下的关于自己以后的工作计划：

一、明确工作目标

这是我首先要做到的，没有一个工作目标，工作起来是没有任何的动力的，就算我再继续工作一年、三年、五年也还会是现在这个老样子，这是毋庸置疑的，结合自己的自身的工作能力，我给自己制定了一个工作目标——截止目前为止，在年底之前卖出车辆一定要达到 50 辆，保证接待客户 70%以上要进行购买，这是我达成销售目标的重要手段。

二、改变工作态度

其次工作态度跟方式也要随时发生变化，我发现我目前接待客户的方式以及说话的方式以及落伍了，要知道来看车的客户基本上都是具有购买意向的，就是看我这个销售能不能增加他们的购买意识，随之一拍即合购买车辆，但是我发现我经常出现流单的情况，就是说明明那个顾客是我接待的，但是顾客直接说再看看。然后就被其他同事接手，最关键的是，在他的手里下了订单，所以说我的销售方式要随着时代的进步，改变点方式了，只有这样才能博得客户的青睐。

三、更加全面的了解 4s 店的各品牌车辆

不难发现现在由于汽车行业的兴起，国内的汽车品牌也如雨后春笋般，冒了出来，其中是真的有性价比极高的车辆，也有不少被我们店引进了，但是由于我的不了解，我从来没有跟客户推销过那些商品，导致在我这里，客户的选择范围极其狭隘，现在的年轻人都是没什么存款，但是有想拥有一辆自己的车，这些国内新出的品牌就可以很好的满足他们的需求，多种配置，供他们选择，极大的增加了客户的选择范围，所以我接下来工作并不是偏向去客户，而是先把店内新引进的这些车辆都有个全面的理解，这样才能让他们在选择销售的时候，更多的偏向于我。

四、做好市场调查、分析

我当务之急就是先去各大汽车销售点以及汽车销售网站，统计一下，让自己对目前哪个品牌的销量最好，都存在什么样的优势，站在客户的角度想一下，如果是自己想买车，会选择哪个品牌，还要分析客户为什么都会偏向这几个品牌。从品牌人气、价格优势、特点等方面去分析，掌握好各个产品的卖点是关键。 汽车 4s 店销售工作计划 3

尽快处理掉仓库的夏季服装是当前阶段极为重要的销售任务，如果未能在短时间内处理掉这批服装自然会给今后的销售工作带来困扰，作为服装销售员自然需要推出相应的促销活动来实现服装店的清仓，为此还需要向店长提出建议并对这些服装进行降价处理才不会影响到后续工作的处理，否则的话即便是留存到明年也会因为存放过久导致服装出现质量方面的问题，因为贪图小利从而导致服

装店的信誉受到损害自然不是自己乐于见到的事情，所以在我看来还是应该尽量在 11 月份以内将这部分衣物都销售完毕比较好，这样的话自己便可以将心思全部放在秋冬季节衣物的销售工作中去。

由于事先便对秋冬季节衣服进货的缘故导致店中货源十分充足，面对这样优秀的资源自然需要尽自己所能将其销售给客户才行，想到这方面的问题还是要利用语言方面的技巧来让客户觉得服装十分适合自己，而且在这之中无论是试穿服务还是其他方面的优惠都要让客户感到满意，即便客户这次不打算购买服装也会因为自己服务态度良好而留下较好的印象，这样的做法也相当于无形之间为服装店以后的'发展积累了良好的声誉。

至于服装宣传方面的工作也要给予配合才能拥有更多的客户，为此我打算在街道上客流量比较多的时候举着印有活动标志的牌子进行吆喝，这样的话便能够让来往的客户留意到服装店推出的活动而选择进去看看，然后我再根据客户的需求找到对方感兴趣的服装并进行推销，而且自己在推销的环节中也应当询问客户是否有需要添置衣物的家属，当客户将思绪转移到这方面的问题上面也就意味着服装销售的利益又扩大了几分，因此在我看来做好 11 月份的服装销售工作自然需要做好宣传以及语言引导。

制定好 11 月份的服装销售工作计划还应当征询其他人的意见才行，毕竟想要做好服装销售工作还需要店长的领导以及同事们的配合才行，拥有强大的服装销售团队便意味着原有的业绩可以随着众人的努力而不断提升。

岁月不可回头，我们只能径直往前走，也许前方我们会遇到一些磨难，或者遇到一些让人难以承受的坎坷，但是我们没有回头的余地，只能往前不断的走，只有往前不断的走了，我们才能有更好的选择，也才可能看到更多的希望和光明。向前走永远都是解决问题的关键，而此次我想为我将来一年的工作做一次计划，也希望今后一年我可以在这条道路上继续勇往无敌，创造惊喜。以下是我接下来一年的计划。

一、从小点出发，树立每月的目标

我在公司工作的这几个月，让我感觉到了销售工作的煎熬，也让我感受到了社会的压力之重。但我也很清楚的是，我们付出多少就必然有多少的回报。我们销售就是看业绩吃饭的，这也和自己的能力和努力挂钩的，因此在我们日常的工作当中，我想为自己每个月都树立一个小目标，然后沿着目标慢慢的实现，培养自己的业务能力，不断地优化自己，改变自己。这样的我，也许是一个更好的我，也许也是一个更有目的和想法的我。所以未来一年我会按照这样的方式在每个月的工作中加以实行，也会在自己的工作中不断突破自己，实现自己价值最大化，也实现利益最大化。

二、注重工作总结，查缺补漏

我们销售工作，从一定层面上来说，其实也是一个需要细致的工作，从我们的一举一动到我们的一些微表情，我们都需要给自己做总结，然后也找出一些办法进行调整。我从事这份销售工作也已经两三年了，从中我也整理了一些方法，在平时的`工作中都可以用

上。其次我也在注重工作质量的同时，找出自己的一些缺点，加以改善，以便今后更好的去工作，更好的完成工作任务。未来一年我会继续为自己的工作作出总结，我也会继续在这份工作上拼尽全力。

三、提高个人能力，完善自我

销售工作并不是一件容易的事情，我平时有很多时候都非常疲惫，甚至有时候会感到很悲丧。这样的日子虽然不少，但是我也找到办法进行解决了。这一点上我也认识到我们需要提高个人能力，去完善自己，争取不断的优化自己，让自己走向一个更好的明天，也走向一条更有意义的、更有价值的道路。今后的每一天，我都会培养自己的工作能力，尽量在这条路上不停止，勇敢往前。

汽车 4s 店销售工作计划 5

一、建立一支团、上进、稳定而又训练有素的销售队伍。

公司的发展成长首先是要用销售业绩来说话的，而要实现更高的销售目标，销售人才是关键。也许有人认为，现在汽车行业很火爆，顾客主动找上门来，所以销售人员也只是走过场，因此对销售人员的素质没有太多要求。我要说这其实是个错误而危险的观点，我们应该站在高处看问题。现在市场竞争其实日益激烈，回望 20xx 及 20xx 上半年汽车市场一直不是很景气，消费者的购买行为渐趋理智，只有一流的销售人员才能准确有效将品牌价值、先进技术、品质服务甚至品牌的增值行为等传递给消费者，东风风行做为一个国内老字号品牌，它成熟的科技、高标准的品质、可靠的服务。这其中的东西绝不是一个普通人能表达出去的。所以我工作中的第一重点就是要建立一支既有凝聚力，又有杀伤力的销售团队，做成泰安汽车行业服务第一的团队。

1、人员的挑选我相信贵公司不乏一流的销售人才。但是优胜劣汰，好的人才有更高的标准来衡量。我认为专业销售人才必备的五个基本素质缺一不可，那就是：正确的态度、专业的知识、销售技巧、自我约、履行职务。

2、人员的培训。在这个信息社会，只有不断地用知识武装自己，才能在社会上立于不败之地。我们的销售人员就要不断地吸取新的知识，掌握更多的信息。我们要制订好计划，定期进行专业培训。销售礼仪、产品知识、销售技巧、标准销售流程都是销售人员的必修课。在培训的方法上主要注意培训内容的系统性与连贯性，打造汽车销售的正规军。

3、建立激励机制，增加销售人员的动力。具体操作例如将底薪+提成分解为底薪+提成+奖金，销售人员划分明确的级别（具体细节详细汇报），这样做能促进员工积极性，提高工作效率，实现公司与员工的双赢。

二、规范展厅管理：

1、推行展厅 5S 管理（整理，整顿，清扫，清洁，修养），打造规范化现代化展厅（具体细节制定计划）

2、人员规范要有详细周密的展厅值班计划分工明确，责任明确，逐渐养成良好习惯。

三、加大对风行品牌的宣传力度，提高品牌影响力，限度发挥品牌效应的作用，用品牌推动销售。

我有选择地调查了数人，其中有风行车主，也有待购车族，有熟悉汽车品牌的人，也有车盲。果大家对风行这个品牌都没有过多的了解。确实，本人对风行的深入了解也是近段时间的事，大家都知道，品牌在产品的`宣传中简单而集中，效果明显、印象深刻，有利于消费者熟悉产品，激发购买，所以，我们日常一定要加强对风行品牌的宣传：

1、店面宣传。包括店面里醒目的店招及平面宣传、销售人员与顾客面对面的口头宣传、印发广告资料、品牌店面标志的小礼品等等。

2、户外广告宣传。建议在高速公路连接段或汽车城等位置至少有一个大型的、有震撼效果的东风风行的广告。

3、汽车展销。包括每年泰安的重点车展，以及各乡镇县城巡展。风行一直是一个面向普通消费人群，定位于大众化的品牌，我们要让它更加深入人心。

（考虑到我们的市场定位及成本投入，广宣一定要节约成本花最小的成本起到最有效的效果不一定靠报纸，DM宣传，可充分利用店内现有资源进行有效的宣传）

4、让公司每位员工全员参与宣传，宣传店面及品牌，有意识的随时随地宣传，全员宣传，全员销售。

四、市场调查、分析与预测

1、知己知彼，百战不贻。我们应对市场上我们每个车型的主要竞品做调查与分析。具体包括品牌、参数、价格、特点等，掌握这

些对于我们有很大的帮助。（对竞品信息本人还有待详细了解）

2、本公司产品的卖点，消费群体及精准的市场定位。

3、对周边城市特别是同行 4S 店的价格、政策也应及时了解。

4、开发二级市场，充分发挥各个县城汽贸的作用，前期尽量让利于二级经销商，提高公司整体销量（具体细节制定详细计划）

五、完成销售目标。

根据公司下达的销售任务，要做一个具体的布置。在时间与人员的安排都要落到实处。个人的力量是有限的，团队的力量是无穷尽的，带好团队就是提高销量，作为部门经理，要想作好本职工作，首先必须在思想上与公司保持高度的一致。我始终认为，只有认真执行公司章程，服从公司领导，才能排除一切干扰，战胜一切困难，干好管理工作。在工作中，我坚决贯彻执行公司领导的各项指示、规定。时刻不放松学习，始终使自己的思想跟得上公司的发展。

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，带领团队一起完成领导下达的任务。 汽车 4s 店销售工作计划 6

从进公司以来截止 20xx 年 12 月 29 日，共有 63 个客人有潜在意向，积累 c 级客户 27 名，b 级客户 15 名。

忙碌的 20xx 年，由于个人工作经验不足等原因，工作中出现了不少大问题。

10 月份，由于新进入公司，不熟悉业务的原因，导致我在 10 月份未成交一台车。但公司同仁对我的悉心指导及帮助，让我在专业知识上得到了非常大的提高，给未来提供了坚实的理论基础。

11月份，由于参加实际操作能力不强的原因，导致11月份仍未达成交易。但总公司组织的新员工培训让我结识了全国各地的销售同仁，增长了不少销售知识。在公司领导的支持及同仁的帮助指导下，接待了不少客户，并在其中发掘了不少潜在客户，对未来的销售奠定了第一块“基石”。

12月份，在前两个月的理论知识及实际操作的基础上，本月成交了我进入销售行业里的第一笔交易。并且，在此基础上，又追加了两笔订单。但是，这并未达到月初公司对我所定下的目标。反思其原因，是因为自身实际操作能力不足，及中旬的心理变化，稍有懈怠，针对新客户，未积极跟踪，导致中旬成交量低。

对于20xx年发生的种种异常问题，使我认识到了自己各方面的不足，也使我从中深深汲取了教训，获得了宝贵的工作经验。在今后的学习中我将努力学习，以取得更多的工作经验，使得犯错的机率逐渐降低。

汽车4s店销售工作计划 7

转眼即逝，20xx年还有不到三个小时的时间，就挥手离去了，迎来了20xx年的钟声，对我今年的工作做个总结。

回首，看看今年的一年，我都不知道自己做了什么，居然今年的营业额没有完成，还差70多万，心里真是不好受，对自己做个检讨，对今年的所有事情，做个归纳。

一、我认为今年业绩没有完成的原因是以下三点

1. 市场力度不够强，以至于现在唐山大企业中好多客户都还没接触过，没有合同产生!没有达到预期效果!

2. 个人做事风格不够勤奋. 不能做到坚持到最后, 特别是最近今年四至八月份, 拜访量特别不理想!

3. 在工作和生活中，与人沟通时，说话的方式、方法有待进一步改进。

二、工作计划

工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不能马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善。

业绩代表过去，并不是代表过去就没事了。要以过去的不足和问题来鞭策自己，让自己在新的时间里有更好的突破！为了明年的工作能上升一个层次，给自己制定计划

三个大部分对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

1. 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。

2. 在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得客户信息。

3. 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相结合。

九小类每月要增加 5 个以上的新客户，还要有到 3 个潜在客户。

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. 见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才

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。在有些问题上你和客户是一致的。

4. 要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，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，但不能太低三下四。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，要自己给自己树立自信心，要经常对自己说“我是最棒的!我是独一无二的!”。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

三、明年的个人目标

一个好的销售人员应该具备：好的团队、好的人际关系、好的沟通技巧、好的销售策略、好的专业知识、还有一条始终贯穿其中的对销售工作的'极度热情!个人认为对销售工作的热情相当重要，但是对工作的热情如何培养!怎么延续?把工作当成一种手段而不是负担~工作也是有乐趣的，寻找乐趣!通过 10 年的工作和学习，我已经了解和认识到了一些，我们有好的团队，我们工作热情，我们可以做到也一定能做到!我明年的个人目标是 400 万，明年的现在能拥有一辆属于自己的车(4 万~7 万)!一定要买车，自己还要有 5 万元的资金!

20xx 年，将遵守的工作思路：在公司的带领下，公司战略性持续改进活动，销售部的日常工作，对订单和发货计划的情况、平衡、监督和跟踪；对客户的产品按时交付和后续对客户的跟踪，开发新客户和新产品，各公司产销的任务。 汽车 4s 店销售工作计划 8

一、自身建设

作为一名销售人员，不管是做什么销售其实都需要有着这么一个意识，工作中一定是做好自己在去做好工作，我一直认为自己本身的一个能力是决定着工作的高度，日常对于自己的一些要求我还是比较高的，我很明白自己在一个阶段中需要去做什么，我需要去学习，去完善自己，其实这已经是一个固定的事情了，不管不是在什么时候对于自己的一个建设都至关重要，学习是没有尽头的，我很相信自己在平时的学习对工作的影响，作为销售人员一贯的使用传统的`销售方式，那么在在工作中一定就不会有什么突破，这需要一个知识的积累，也需要开拓一下自己的眼界，不管在工作中还是在什么时候，学习一定是首要，跟进时代跟进潮流这一定没错。

二、工作方面

每一个销售工作者一定是在乎自己的业绩，业绩是工作的一个保障，作为一名汽销人员没有业绩做什么都是毫无意义的，下半年的工作中我对于业绩的看法就是提高自己能力，一定先要让自己的能力能够配得上自己理想的业绩，这就是一个下半年我努力的一个流程，工作需要重视，业绩就是工作，在工作中我一直在监督着自己，下半年的工作中努力做好业绩，每一名销售都是在努力了之后，学习了之后才能够做到这些东西，自己的工作一定是非常重要的，当然前提是有着一个好的业绩，这些事情我一定是需要不断的努力，对于接下来的工作，我保持一个好的心态，这就是我需要做的事情。

三、高质量的服务

接待客户的时候一定为其提供一个高质量的服务流程，让每一个来看车的消费着都满意，其实作为一名销售顾问不仅仅是业绩，服务好每一个消费者才是王道，下半年工作中一定向这方面出发。

汽车 4s 店销售工作计划 9

作为今年的倒数第二个月自然需要认真对待销售工作才能有所作为，考虑到以往的销售业绩并不能让人满意的情况下便更应该认真对待，事实上我也比较迫切自己能够在 11 月份中获得不错的业绩来证明自身的实力，所以我在现有销售能力的基础上针对 11 月份的行情制定了相应的房地产销售工作计划。

一方面自己要将手头上的空置房屋尽快进行出租才能创造足够的效益，哪怕单次的利益比较低也能够通过多单业务来争取更多的机会，关于这方面为了让客户利益不受损失还得先对房屋内部进行检测才行，这样的话便能够拟定相关的合同并为出租方寻找相应的租客进行住宿，所以我会事先通过网络平台来发布相关的租房信息并借此宣传自己所在的房地产公司，只不过由于11月份属于租房淡季的缘故可能最终取得的效益并没有想象中那般丰盛，所以面对这样的问题需要做好相应的心理准备才能够从容应对工作中的难题，而且作为房地产销售也应该要对客户的需求有所了解才能够开始展开下一步的规划。

另一方面则是要多去尝试联系以往的客户来整合手中的资源，毕竟作为房地产销售若是将目光局限于租房业务上面则很难有所成就，所以在11月份的时候应该将手中的客户信息都推导一遍以求获得对方的反馈，这样的话便能够通过后续的沟通工作来进一步获得客户的好感以便自己推销房产，只不过在这个过程中需要有着足够的耐心持续跟进客户才能够寻找到签单的契机，而且在这个过程中也要做好最终签单失败的心理准备才能够有效调整好自身的情绪。

还有一点则是要带着房产信息多在外进行走动才能够让客户看到自己的诚意，我始终认为只有上门拜访并给予对方展现相关信息才是自己应该做的，若是连这方面的辛苦都不愿意去承受又怎么能够让客户感到放心呢？所以对于自己在11月份的销售工作安排需要细致对待才能有所作为，否则的话仅仅满足于过去取得的辉煌又怎

么能够在销售业绩中令其他同事服气，而且自己作为销售团队中的一员需要想办法提升整体的业绩水平才能够让领导感到满意。

尽管只是大致的规划也应该要慎重对待才能在销售工作中有所作为，而且我相信只要愿意去落实这部分计划的话最起码应该能够收获一些效果，只不过面对着竞争激烈的市场需要做好长期跟进的心理准备才不至于因为失败而沮丧，时刻保持积极的态度并投入到房地产销售工作中才是现阶段的自己应该去做的。 汽车 4s 店销

售工作计划 10

一，季度的工作目标

完成销售：5 辆。实际完成：收购 1 辆、置换 4 辆。完成百分比：100%置换率：80%

二，工作不足、改进之处

1，工作中存在什么样的缺点：与轻型卡车部门的同事有时候因为一些工作细节耽搁太多时间，工作效率低。

2，下一步的改进：一方面加大与各部门领导、同事的沟通，及时、准确了解部门工作发展的方向，较大努力完成每月的任务。另一方面增强与销售部人员的交流，较自己努力了

解每一个潜在顾客的关注点，并及时总结，做好销售工作。

3，增加交易量，减少库存周期。

三，市场分析，竞争对手分析

1，市场分析：在开展每月销售工作之前，做好充分的市场调研、分析，了解政策导向、市场需求。

2，竞争对手分析：目前，我市的 4S 店还很少开展二手车置换服务，我店是跑了领先，就必须尽快将这项服务做好做深入。

四，下半年工作的具体实施

1，办好做好的二手车换置业务，做好市场营销，充分利用时机加快发展。

2，大力开展二手车置换业务网点，从而提高了整个下半年的二手车购买和更换数量，以此更好地完成任务。

3，进行有针对性的销售顾问培训，并制定切实可行的二手车业务推广，使每个客户都可以了解与熟悉我们的服务。

五、个人发展规划

1, 进一步增强自身对车辆的评估能力, 提高评估的质量和提高自己的综合能力。

2, 经常与评估部门取得沟通, 并及时反馈工作有关的问题, 与同事讨论一个合理的解决方案。

3, 积极参与工作项目的研发交流, 帮助改善自己的工作能力和训练水平。 汽车 4s 店销售工作计划 11

一、策划目的

由于受到年初取消的购置税减免、汽车下乡、以旧换新等政策对车市产生了不利的影响, 导致的整个车市低迷, 我们公司也受到了车市低迷的影响, 导致上半年车辆销售情况不理想。但是有分析指出居民消费物价指数 CPI 在 6 月份见顶, 下半年宏观调控有望适度放松, GDP 增速温和上行, 随着 9 月份前后销售旺季的到来, 三四季度, 汽车企业有望迎来产销两旺的局面。鉴于此我们无论是处理库存还是提升销量, 都必须把握好这个机会, 争取在年内顺利完成任务。

二、当前的营销环境状况

1、当前市场状况及市场场景分析:

①奥迪汽车较早进入中国, 人们对它性能, 安全, 舒适等都有不错的口碑, 由于人们生活日益见好, 社会经济发展快, 随着人们对汽车行业的慢慢了解, 奥迪汽车也将慢慢走近寻常百姓家, 奥迪汽车前景反正大。

②奥迪汽车市场成长迅速，目前汽车正处于发展期，公司需发觉潜在客户，应把营销重点放在那些潜在客户，次之则进行宣传，在未来的几年甚至十几年内，需求量将会增加很多，需求量的增加说明奥迪汽车各方面的性能好，被人们所接受。

③对于消费者，在未来的时间里，人们对汽车的依赖性增强，人们的生活质量有很大的提高，在交通工具上将会选择更安全舒适的汽车，而奥迪汽车安全舒适，价格实惠，就会成为他们的首选，奥迪汽车市场发展前景广阔。

2、市场影响因素：

宏观环境

政治环境：20xx年10月新汽车政策的颁布对泉州地区的影响不是很大；购置税税率上调至7.5%、汽车以旧换新力度加大、汽车真实油耗统一分布、新能源汽车加大试点、政府采购50%自主品牌。

社会：人们对奥迪汽车的品牌是肯定的，认知度比较高。

自认环境：泉州地区交通便利，公路交通网线发达，人们对以汽车代步的欲望比较强烈。

经济环境：泉州地区经济发展迅速，经济环境良好。

消费者经济：生活水平逐渐提高，消费观念改变

微观环境

供应商：奥迪汽车整车、零配件供应商

营销中介：奥迪的代理商和经销商

顾客：奥迪是较早进入中国市场的，顾客对其认可度比较高

社会公众：是奥迪品牌的监督者和宣传者

竞争者：宝马、奔驰、别克

三、市场机会

1、行业分析

随着汽车工业的迅速发展，随着中国经济的快速发展，汽车消费者的普及，汽车逐渐成为了人们日常出行的主要工具，像冰箱、彩电一样也走进了寻常百姓家，购车后人们对爱车养车已渐入人心，时尚、个性、经济、实用成为有车族的追求目标。

2、竞争分析

汽车产业在中国还是新兴产业，未来场景大为可观，所以涌出汽车 4s 店，汽车配件行业企业等，但规模大小不一，市场开发手段落后，管理落后，经营模式落后，慢慢地就形成了行业的不正当竞争。一些大型维修企业效益不如人意，而小型路边汽车维修店悄然崛起，绝大多数缺乏科学管理，技术保障和正规的进货。

3、消费者分析

目前的汽车后续服务满足不了车主的高标准要求，众多业内人士已经开始积极的探索行业新的发展之路，取而代之的是：品牌店——品牌店美、店面形象好，经营规范，服务意识强，质量可靠的汽车美容养护店，因为人们消费观念的转变，消费意识和自我保护意识不断增强，人们在消费过程中不仅满足直接消费的'需求，还需要最大限度的满足心理消费的需求。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/225024201022011212>