

汽车营销师岗位技能培训与考核规程

(初级/中级/高级)

(2026年版)

中国汽车流通协会

目录

I 项目概要.....	1
II 汽车营销师岗位技能证书设置及报名条件.....	3
III 技能培训规范.....	5
IV 考核科目.....	7
V 考核大纲.....	8
VI 考核模式.....	14
VII 报名方式与材料.....	17
VIII 证书颁发.....	19
IX 组织管理.....	20
X 收费标准.....	21
XI 汽车营销师培训师培养方案.....	22

I 项目概要

当前，我国汽车保有量居世界前列，汽车消费市场从增量竞争转向存量运营，消费者购车决策路径高度依赖线上内容、社交口碑及数字化触点。传统“等客上门”的营销模式已难以适应市场变化，新媒体获客、线索分层运营、后市场整合变现等能力已成为汽车营销人员的核心技能。然而，行业普遍存在从业人员基础认知参差不齐、执行层技能不扎实、管理层缺乏体系化运营能力等问题，从执行岗到管理岗的全链条专业人才缺口持续扩大。

中国汽车流通协会作为国家级汽车流通行业组织，承担团体标准制定、人才培养与行业规范化发展的重要职责。协会联合“国际经销商学院”（美加亚太（北京）汽车科技发展有限公司），参考《互联网营销师》（2021年版）国家职业技能标准及全国汽车流通行业主流企业岗位实际技能需求，结合行业调研与企业实践，组织编写了《汽车营销师岗位技能培训教材》，并制定本规程，以规范汽车营销师岗位技能培训与考核工作。通过汽车营销师岗位技能等级的培训与考核，为汽车流通行业系统培养数字化营销、线索全生命周期运营及后市场整合变现能力的专业人才，从战略规划到执行落地全面提升汽车流通行业的营销管理水平，建立人才梯队，为汽车流通行业培育高素质、复合型营销人才。

汽车营销师岗位技能培训是中国汽车流通协会根据市场和行业需求组织开展的技能培训项目，旨在满足行业企业和会员单位对相关岗位人才的需求，提升职业素养、技能水平和综合竞争力，培训及考

核结果不与职业准入和上岗就业挂钩。

II 汽车营销师岗位技能证书设置及报名条件

1. 汽车营销师岗位技能证书设置

中国汽车流通协会联合“国际经销商学院”等专业机构，深入调研全国头部汽车经销商集团及新能源主机厂直营店的岗位能力模型，结合新媒体营销与客户全生命周期管理实践，设立了“初级汽车营销师”、“中级汽车营销师”、“高级汽车营销师”的岗位技能证书。

现对各岗位设置的内涵、就业方向及发展前景概括如下：

1.1 初级汽车营销师

是指具备汽车新媒体营销基础认知，能够完成日常内容发布、简单用户互动与基础数据统计工作的执行人员。

就业方向：汽车经销商、新能源直营店、二手车企业等市场营销部门的初级运营人员、新媒体助理、销售助理。

1.2 中级汽车营销师

是指具备汽车新媒体营销核心实战能力，能够独立完成获客引流、线索运营、后市场转化、跨部门协同等工作的骨干人员。

就业方向：汽车经销商、新能源直营店、二手车企业等市场营销部门的新媒体运营专员、线索管理专员、客户关系管理专员。

1.3 高级汽车营销师

是指具备汽车经销商新媒体战略规划、团队管理、体系搭建与全域流量整合能力，能够制定企业级营销战略、搭建高效运营团队的管理人员。

就业方向：汽车经销商集团、新能源直营店、二手车企业等市场

营销部门的新媒体运营经理、市场总监、客户关系管理经理。

2. 报名条件

参加汽车营销师岗位技能培训的人员，依据以下报名条件自主选择初级、中级、高级岗位技能考试。

2.1 初级

具备下列条件之一者：

- （1）连续从事汽车销售、售后服务或市场相关工作3个月（含）以上；
- （2）正在市场营销、电子商务、汽车技术服务与营销等相关专业中等专科学校（含同等学力）及以上就读的学生；
- （3）无相关工作经验，但有志于从事汽车营销行业的人员。

2.2 中级

具备下列条件之一者：

- （1）连续从事汽车销售、售后服务或市场相关工作1年（含）以上；
- （2）已取得初级汽车营销师岗位技能证书且从事相关工作3个月（含）以上；
- （3）市场营销、电子商务、汽车技术服务与营销等相关专业大专及以上学历毕业生。

2.3 高级

具备下列条件之一者：

- （1）连续从事汽车销售、售后服务或市场相关工作3年（含）以上，且具有1年以上团队管理经验；
- （2）已取得中级汽车营销师岗位技能证书且从事相关工作1年（含）以上；

(3) 市场营销、电子商务、汽车技术服务与营销等相关专业本科及以上学历，且连续从事相关工作2年（含）以上。

III 技能培训规范

汽车营销师岗位技能培训参考《互联网营销师》（2021年版）国家职业技能标准，使用《汽车营销师岗位技能培训教材》，采用分级模块化设计，学员可根据自身职业阶段选择对应层级培训。

1 初级培训内容：汽车新媒体营销基础认知

1.1 培训目标：帮助学员建立汽车新媒体营销的系统认知，掌握核心基础概念、平台特征与基础操作技能，能够完成日常内容发布、简单用户互动与基础数据统计工作。

1.2 核心培训领域：

新媒体基础认知（定义、平台分类、核心价值）

新媒体运营基础（运营模块、内容形式分工、平台策略）

消费者行为变迁与新媒体触达逻辑

新媒体战略定位与增长机会

2. 中级培训内容：新媒体线索无限循环与全生命周期运营

2.1 培训目标：帮助学员掌握汽车新媒体营销的核心实战技能，能够独立完成获客引流、线索运营、后市场转化、跨部门协同等工作，实现从“一次性获客”到“客户终身价值运营”的转变。

2.2 核心培训领域：

新媒体获客引流优化

新媒体线索分层与再激活策略

全生命周期线索循环利用

新媒体赋能后市场整合变现

跨部门协同与数据闭环机制

客户留存与长期关系经营

数据驱动运营与效果评估体系

3. 高级培训内容：经销商新媒体体系搭建与全域增长

3.1 培训目标：帮助学员掌握汽车经销商新媒体战略规划、团队管理、体系搭建与全域流量整合能力，能够制定企业级新媒体营销战略、搭建高效运营团队、构建全域营销闭环。

3.2 核心培训领域：

新媒体战略规划与顶层设计

新媒体团队搭建与绩效管理

全域流量整合与精细化运营

品牌 IP 打造与内容战略升级

客户全生命周期价值最大化运营

数字化工具与技术应用

效果评估与战略迭代

IV 考核科目

汽车营销师岗位技能考核包含理论知识考核及情景考核两部分。

其中理论知识考试主要考查考生对新媒体营销核心概念、方法、流程及评估指标的理解与掌握，旨在夯实从业人员的专业理论基础，规范其职业认知与行为准则。

情景考试采用模拟案例、方案设计、角色扮演或现场操作等方式，重点考查考生在真实业务场景中的综合应用能力、问题解决能力及创新思维，注重检验学员将理论知识转化为实际操作的综合素养，提升其应对复杂营销问题的实战水平。

V 考核大纲

汽车营销师岗位技能培训与考核聚焦于新媒体营销领域的专业知识、核心技能与实战应用能力。考核大纲按照初级、中级、高级三个层级进行递进式设计：初级侧重基础认知与操作执行，中级侧重核心实战与独立运营，高级侧重战略规划与体系搭建。各层级在知识深度、技能广度和问题复杂度上逐级提升，高级别涵盖低级别要求并显著拓展。报名学员可根据自身申报的岗位级别，参照以下考核大纲的内容要素，结合对应层级的培训教材进行系统复习即可。

具体要求详见下表：

1 汽车营销师（初级）考核大纲

1.1 初级理论知识考核大纲

考核模块	专业知识	岗位技能
1. 新媒体基础认知	新媒体的定义与核心特征、汽车行业主流新媒体平台及应用、汽车经销商新媒体的三大核心价值	了解新媒体基础概念，能够区分不同平台特点，理解新媒体对汽车经销商的价值
2. 新媒体运营基础	新媒体运营的定义与核心目标、三大核心模块、三大内容形式的分工与协同、平台选择策略、与传统营销的区别	了解新媒体运营的基本框架，能够理解内容、用户、数据三大模块的关系
3. 消费者行为变迁	汽车消费者数字化购车路径、信任建立逻辑的转变、从“人找店”到“店找人”的逻辑转变	了解消费者行为变化趋势，理解新媒体触达的基本逻辑
4. 新媒体战略定位	短期与长期目标的平衡、新媒体经营体系的四个升级阶段、核心增长机会、常见误区规避	了解新媒体战略定位的基本概念，能够识别常见运营误区

1.2 初级情景考核大纲

等级	考核项目	考核内容	掌握要求
初级	1. 基础内容运营	1.1 内容选题：能根据用户高频问题提炼基础选题 1.2 内容制作：能撰写简单的短视频脚本和图文文案 1.3 平台发布：能完成单平台内容发布与标题、封面优化	掌握
	2. 基础用户运营	2.1 私域维护：能完成企业微信好友添加与标签基础标注 2.2 社群维护：能在社群发布日常内容与活动通知	掌握
	3. 基础数据统计	3.1 数据收集：能统计播放量、互动率、留资数等基础指标 3.2 报表填写：能填写每日运营数据报表	掌握

2 汽车营销师（中级）考核大纲

2.1 中级理论知识考核大纲

考核模块	专业知识	岗位技能/职业素养
1. 新媒体获客引流优化	新媒体卖车主流方式、前端引流痛点、引流优化策略（人群包精筛、内容优化、留资话术）	掌握获客引流的核心方法，能够诊断引流问题并制定优化策略
2. 线索分层与再激活策略	线索分类模型、分层对应的再激活策略、再激活手段实操	熟练掌握线索分层方法，能够针对不同分层客户制定并执行再激活方案
3. 全生命周期线索循环利用	线索循环利用的定义与价值、无限循环模式圈、客户画像与标签体系、全生命周期三阶段、核心指标	深刻理解线索循环利用逻辑，能够构建客户画像并运用核心指标进行评估
4. 后市场整合变现	后市场服务矩阵与业务整合逻辑、售后/二手车/金融业务的新媒体引流方法	掌握后市场业务的新媒体引流方法，理解业务全链条联动逻辑
5. 跨部门协同与数据闭环	部门协同核心逻辑、线索无边界流转SOP、数据闭环建设、组织机制保障	掌握跨部门协同流程，能够设计线索交接SOP并推动数据闭环建设
6. 客户留存与效果评估	客户留存的重要性与衡量指标、留存关键策略、新媒体在留存中的作用、关键指标体系与持续优化流程	掌握客户留存策略，能够运用关键指标体系进行效果评估与持续优化

2.2 中级情景考核大纲

等级	考核项目	考核内容	掌握要求
中级	1. 新媒体内容策划与生产	1.1 能根据业务目标制定月度内容日历 1.2 能撰写短视频脚本、直播话术、图文文案 1.3 能设计引导留资的话术及互动环节	掌握
	2. 线索获取与分层管理	2.1 能执行直播卖车流程并设置投流入群包 2.2 能按分层模型将线索分类并记录过程数据 2.3 能通过短视频、私信、社群等方式唤醒沉睡线索	掌握
	3. 线索循环与后市场转化	3.1 能推动已成交客户进入后市场服务 3.2 能通过客户画像识别置换需求 3.3 能策划售后产品及二手车评估的直播/短视频内容	掌握
	4. 跨部门协同与数据反馈	4.1 能按 SOP 将线索数据包转交销售或售后部门 4.2 能收集各部门转化结果并更新客户标签	掌握
	5. 客户留存方案与效果评估	5.1 能通过微信/社群发送个性化关怀与服务提醒 5.2 能计算客户留存率、流失率等指标并提出优化建议	掌握

3 汽车营销师（高级）考核大纲

3.1 高级理论知识考核大纲

考核模块	专业知识	岗位技能
1. 新媒体战略规划	行业趋势与竞争格局分析、企业级新媒体战略定位、新媒体经营体系架构设计、线上线下一体化营销模式	具备制定企业级新媒体营销战略和顶层设计的能力
2. 团队管理与绩效管理	新媒体团队组织架构设计、岗位职责与能力模型、团队招聘与培养体系、KPI 考核体系与跨部门协同激励机制	具备搭建高效运营团队和设计绩效管理体系的能力
3. 全域流量运营	公域流量矩阵搭建与优化、私域流量体系深度运营、全域数据中台建设、基于数据的精准营销决策	具备构建全域营销闭环和数据驱动运营的能力
4. 品牌 IP 与内容战略	经销商品牌 IP 差异化定位、创始人/销售顾问/技师 IP 打造策略、内容战略升级与系列化内容体系、新媒体舆情管理	具备品牌 IP 打造和内容战略升级的能力
5. 客户 LTV 运营	客户终身价值测算与分层、全生命周期营销自动化体系、后市场业务深度整合与盈利提升策略	具备实现客户终身价值最大化和后市场整合变现的能力

3.2 高级情景考核大纲

等级	考核项目	考核内容	掌握要求
高级	1. 战略规划与体系搭建	年度新媒体营销方案设计、线上线下整合营销方案、跨部门协同流程制定	掌握并具备管理能力
	2. 团队管理与绩效	新媒体团队架构设计、KPI 考核体系制定、跨部门协同激励机制设计	掌握并具备管理能力
	3. 全域运营方案设计	公域投流优化策略、私域运营 SOP 设计、数据中台建设方案	掌握并具备管理能力
	4. 品牌与 LTV 提升	品牌 IP 打造方案、客户全生命周期营销方案、后市场整合变现策略	掌握并具备管理能力

VI 考核模式

1. 考核内容

(1) 理论知识考核；

(2) 情景考核。

2. 考核方式、题型及试题占比

(1) 考核方式

理论知识考核及情景考核均采用机考方式，单科总分100分。

理论知识考试时间：初级、中级45分钟，高级60分钟；情景考试时间：初级、中级45分钟，高级60分钟。

(2) 试题结构

理论知识考核和情景考核以各岗位考核大纲为主。理论知识考核及情景考核题型均包括单选、多选和判断三种形式。

(3) 考核内容占比及试题题型占比

汽车营销师各级别理论知识考核内容占比

类别	初级 (%)	中级 (%)	高级 (%)
新媒体基础认知	25	——	——
新媒体获客引流优化	——	20	——
新媒体运营基础/线索分层与再激活	30	25	——
消费者行为变迁/全生命周期线索循环	20	25	——
新媒体战略定位/后市场整合变现	15	15	20
常见误区规避/跨部门协同与数据闭环	10	10	——
客户留存与效果评估	——	5	——
新媒体战略规划	——	——	20

类别	初级 (%)	中级 (%)	高级 (%)
团队管理与绩效管理	——	——	15
全域流量运营	——	——	20
品牌 IP 与内容战略	——	——	10
客户 LTV 运营	——	——	15

汽车营销师各级别理论知识考核题型占比

类别	初级 (%)	中级 (%)	高级 (%)
单选题	30	25	20
多选题	40	40	50
判断题	30	35	30

汽车营销师各级别情景考核内容占比

类别	初级 (%)	中级 (%)	高级 (%)
基础内容运营	40	——	——
基础用户运营	30	——	——
基础数据统计	30	——	——
新媒体内容策划与生产	——	25	——
线索获取与分层管理	——	25	——
线索循环与后市场转化	——	20	——
跨部门协同与数据反馈	——	15	——
客户留存方案与效果评估	——	15	——
战略规划与体系搭建	——	——	30

类别	初级 (%)	中级 (%)	高级 (%)
团队管理与绩效	——	——	20
全域运营方案设计	——	——	25
品牌与 LTV 提升	——	——	25

汽车营销师各级别情景考核题型占比

类别	初级 (%)	中级 (%)	高级 (%)
单选题	30	25	20
多选题	40	40	50
判断题	30	35	30

VII 报名方式与材料

1. 报名材料要求

- ①《汽车营销师岗位技能证书》报名表（见附表）；
- ②最高学历毕业证书扫描件/照片；
- ③工作年限证明扫描件/照片（须盖单位公章，无工作经验者及在校学生无需提供）；
- ④身份证扫描件/照片；
- ⑤近期免冠2寸蓝底彩照电子照片；
- ⑥在读学生需提供在校证明扫描件/照片，并加盖所在院校公章；
- ⑦有低级别的岗位证书提供扫描件/照片；

2. 报名方式

在规定时间内，将上述要求材料的电子版发送至指定邮箱：
info@globaldealeracademy.com，接到回执即报名成功。

附表：

《汽车营销师岗位技能证书》报名表

姓名		性别		民族		二寸蓝底照片
单位名称			职务			
最高学历		联系电话				
身份证号			邮箱			
通讯地址						
报考证书名称	<input type="checkbox"/> 初级汽车营销师 <input type="checkbox"/> 中级汽车营销师 <input type="checkbox"/> 高级汽车营销师					
主要工作经历 （注：请写明工作年限，重点突出汽车行业营销从业经验）						
<p>申请人声明：</p> <p>本表格所填内容正确无误，所提交的证明文件和照片真实无假，本人明白，若未如实填报或提交虚假材料属违法行为，将会被取消申请资格。</p> <p style="text-align: right;">申请人签名： _____</p>						

VIII 证书颁发

本《规程》所含岗位技能证书为：初级汽车营销师、中级汽车营销师、高级汽车营销师三大类。

理论知识考核和情景考核成绩均大于60分（含）的学员视为合格，中国汽车流通协会为合格学员颁发相应等级岗位技能证书，并在协会官网备案，可公开查询。证书可作为汽车流通企业人员聘用、考核、晋升的重要参考依据。

IX 组织管理

1. 考核的组织管理

1.1 考核时间安排

考核由中国汽车流通协会统一组织实施，初级、中级、高级考核分开进行，具体时间根据协会安排确定。

1.2 考核质量保证要素

- (1) 严格执行《汽车营销师岗位技能培训与考核规程》；
- (2) 按中国汽车流通协会的相关制度执行。

2. 培训的组织管理

2.1 培训教材

培训教材采用由中国汽车流通协会及“国际经销商学院”（美加亚太（北京）汽车科技发展有限公司）组织编写的《汽车营销师岗位技能培训教材》。

X 收费标准

1. 初级（40课时）

初级报名费：价格 1599 元/人（含报名费、培训费、考务费、证书工本费），食宿费用自理。

2. 中级（60课时）

中级报名费：价格 1999 元/人（含报名费、培训费、考务费、证书工本费），食宿费用自理。

3. 高级（80课时）

高级报名费：价格 5999 元/人（含报名费、培训费、考务费、证书工本费），食宿费用自理。

说明：报名学员缴纳费用后，因个人原因不能参加培训的，需提前上报。开始学习前3日可以退还培训费，开始学习以后（含开班当日）不退还培训费。

XI 汽车营销师培训师培养方案

1 培训目标

依据中国汽车流通协会发布的《汽车营销师岗位技能培训与考核规程》，培养一批深耕汽车营销领域、精通新媒体运营、线索全生命周期管理及客户价值挖掘的复合型人才。通过本方案的实施，搭建汽车营销行业人才培养体系，塑造一支“懂运营、善实战、能创新”的汽车营销复合型人才队伍，为汽车流通行业的高质量发展提供核心人才支撑。

2 培训对象

汽车行业相关企业的营销管理人员、新媒体运营骨干，以及符合报名条件的职业院校或高等院校相关专业学生。

3 报名要求

符合各级营销师报名条件之一者，即可报名参加各级培训。

4 培训内容及形式

培训内容涵盖新媒体营销基础知识及线索全生命周期运营等核心技能，总课时40课时。培训过程采用“线上+线下”相结合的模式开展：学员线上完成专业理论知识的学习；线下完成营销管理实战技能的学习，并组织学员于真实或模拟的业务场景中进行新媒体获客、线索分层运营、后市场整合等项目的实操演练。通过多维度互动与深层次理实结合，使学员快速掌握汽车营销师岗位培训的标准实施方法、核心营销技能提升路径及考核组织要点，全面提升其复合型营销能力。

生命周期线索循环、后市场整合变现、跨部门协同。时长60分钟。

5. 证书颁发

培训完成后，经考核合格者，获得由中国汽车流通协会颁发的“汽车营销师培训师”证书。

6. 报名方式

按要求填写报名信息并在规定时间内发送至指定邮箱，以电子回执时间先后顺序排班，每班20人，如超出计划班级人数，顺延至下期。具体事宜以培训通知为准。

8. 报名费用

培训师报名费：价格 6999 元/人（含报名费、培训费、考务费、证书工本费），食宿费用自理。

说明：报名学员缴纳费用后，因个人原因不能参加培训的，需提前上报。开始学习前3日可以退还培训费，开始学习以后（含开班当日）不退还培训费。