# 销售总结

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-08-31

*第一篇：销售总结销售总结星期二这天，和往常布置的一样，早上九点在校门口集合，全班人一起去鸿运数码广场调查电子产品，到了目的地，我们便各自去调查自己是先想好的电子产品，了解如何做成一名优秀销售人员。对这个市场让我初步了解了市场行情，它的未来...*

**第一篇：销售总结**

销售总结

星期二这天，和往常布置的一样，早上九点在校门口集合，全班人一起去鸿运数码广场调查电子产品，到了目的地，我们便各自去调查自己是先想好的电子产品，了解如何做成一名优秀销售人员。对这个市场让我初步了解了市场行情，它的未来非常有前景。这个时代电子产品不断的更新进步，让人们的生活的进入了一个高速发展的电子时代。

通过深入调查分析，最开始我了解是充电宝，它不仅便携方便，让我们远离了插座式充电的困扰，方便了我们出门旅行带来的不便。判断该产品所在的细分市场，对中国电子产品总体市场的需求总量和市场容量及前景作出判断；明确目标市场吗，对目标市场的用户、用途、产品特征、价位、用户需求及偏好进行分析；明确主要竞争对手，了解竞争对手的市场定位，产品特征、产品市场定价、营销模式、营销网络、营销手段等，并对竞争对手进行深入研究分析；提出市场定位及市场进入策略，对投入资金和配合要求提出可行性建议。

随着科技迅猛发展，人民生活水平普遍提高，电子产品在消费人群中越来越普及。对于无独立经济来源，却有独立消费行为、对新鲜事物接受快的特殊群体。他们对电子产品的消费情况无疑值得我们深入的研究。通过此次研究指导大众消费群体如何理性消费，解决群体消费观念。

电子产品的推陈出新，品牌的宣传力度，外观的精致设计等等，这些都会影响大众的消费心理，最终导致不理性消费，商家获取利益，消费者的虚荣心越加严重。2024-2024年的数码学习产品在功能上具有娱乐性、互动性的发展趋势，在产品外观设计上具有时尚色彩、造型美观、个性化的特征需求，“互动性”是将消费者与电子教育产品紧密联系在一起的重要功能，是体现产品个性化的重要功能。对于电子教育产品来说，“互动性”将是改变目前学习机产品的“教”与“学”的生硬方式，解决教与学双向沟通问题的重要因素。2024-2024年，电子教育产品的销售渠道将继续多元化的发展趋势，书店、家电连锁、商场、IT卖场、专业电器店、网上商城等销售渠道各具优劣势，各自互为补充，相得益彰。随着厂商向各个渠道的拓展，电子教育产品在商场的比重将会逐步下降，在家电连锁的销售比重则逐步提高，主要与家电连锁的拓展速度和消费者的购买习惯的变化有关系。随着电子教育产品定位的逐步清晰，在IT卖场的比重将会逐步走低，但是IT渠道在相当长一段时间内仍将占据相当的比重。书店具有目标消费群集中、购买环境较好、品类众多的优势，在2024-2024年将仍然居主流渠道地位，中国电子教育市场的渠道结构多元化趋势更加明显，传统渠道和新兴渠道进一步融合，差异将缩小。

转眼间，我们一个上午的市场调查就要结束了，给我留下的却是茫茫然。我们作业的要求是记录点滴和所学知识、和心得体会。在做调查的时候，我明白了作为一个营销人员要具备的基本素质，那就是诚实、耐心、热情、亲民，要有强烈的服务意识和自我奉献精神。对于销售人员的素质情况的调查中，接待顾客，介绍产品，沟通能力强、有亲和力、有团队归属感、有专业技术能力；承受或容忍失败和拒绝，保持乐观的心态是销售人员认为其主要的素质。这些与大学生的问答有些不同。总体而言，不管公司的管理方式如何，销售人员的待遇如何，销售人员的工作压力都比较大，这对于即将踏入工作岗位的大学生是个不小的挑战。销售人员必须去面对失败、拒绝，我们必须做好准备。

阳光普照、激情闪耀。奈何一个没有吃早饭午饭的人，原谅她的消沉。其实我知道自己有多平凡，一走进人群就被淹没，为什么还要极力向上？年轻的心，不容亵渎。吾欲不苟活，奈何人流将我吞噬。立意要高，膜拜不要多。一心向上，向日葵般，只是探寻阳光的气息。或者，庸俗的活着，会更容易获得简易的满足，但若是要抵达自己的心灵，苦是必然要舔。“要想人前显贵，必定人后受苦”。这是销售人员对大学生的建议总结：

1.学好专业知识，掌握牢固的专业技术和谈判技巧。

2．少说多做，多参加社会实践，注重理论与实际相结合。

3.多锻炼自己的口才，培养与人沟通的能力和交流技巧。

4.加强自身各方面的素质，提前培养敬业精神和职业素质，如耐心、诚信等。

5.多了解与销售相关的知识，多看一些营销和消费心理学方面的书籍。

6.多学一些知识，也要学会售后服务。

7.多了解现代社会的发展及需求，多观察市场行情。

8.多接触社会，学会待人处世之道，增加人际关系。

9.虚心向别人学习，珍惜在校的学习机会，学好理论知识。

10.注重人品和自身素养，培养团队合作精神。

11.培养自信心，专注做好每一件事，坚持加努力，一定有收获。

通过今天的调查，使我比较全面的了解了电子产品的相关知识，开阔了视野，锻炼了胆量。同时我也发现了自己不足的一面，比如：第一次接触市场调查与分析，没有头绪，感觉无从下手，多亏了小组其他成员的帮助；做事有时过于热情，没有做到不卑不亢；有时比较粗心爱忘事，这些都是我以后应该改进的地方。最后，非常感谢我们的指导老师在我们毕业进进社会前，给了我们这次锻炼自己，开阔视野的难得机会，这将对我以后的工作和生活产生积极而深刻的影响。

**第二篇：销售总结**

人总是在不断总结中进步,如果不总结就不进步,医药代表销售业一样,以下就来看看医药代表销售工作总结范文是怎样写的.作为一个医药销售人员,并不是一个孤立的个体,只接受来自上级的指令然后机械化去执行,实际上面对不同的区域(片区)并在该片区管辖着几十人或者更多的医(药)师队伍,如何充分调动他们的积极性,如何合理分配资源(包括时间)是一件非常困难复杂而又非常重要的事情.可以说每一区域(片区)都是公司销售部的基本管理单元,只有它做得好了,整个公司才会更快地向前.鉴于此,片区(或区域)管理,就通过合理使用资源(销售时间、销售工具、促销费用、人力资源)来疏通药品流通领域的各个环节,使其通路畅通无阻,顺利消失于流通领域,增加片区内市场覆盖面,提高销售业绩,降低销售费用.(一)药品的流通渠道:

1、通常情况下的药品流通渠道为:

制药公司--经销商--医院、零售药店--患者

经销商

2、药品在医院内的流通过程:

经销商、制药厂--药库--小药房 医师--患者

(二)药品流通渠道的疏通

一个确有疗效,有一定市场的新药被经销商或医院接受,本来应是一件非常容易的事,但近两年来,由于新药开发猛增,使经销商或医院有了很大的选择空间,从而导致新药售出难的问题出现,而一种新药要被患者最终消费,必须首先保证渠道畅通.1、经销商的疏通:

(1)富有吸引力的商业政策:

注意:

a、永远站在客户(经销商)的立场上来谈论一切

b、充分阐述并仔细计算出给他带来不同寻常的利益

c、沟通现在和未来的远大目标

(2)良好的朋友、伙伴关系

a、充分尊重对方,以诚动人,以心征服对方

b、良好的沟通技巧和经常交流来维持密切关系

c、正确应用利益驱动原则,处理好与公司及个人关系

d、了解不同客户的需求

(3)较强的自我开发市场能力

a、详细介绍所辖片区(区域)销售力量,促销手段和活动

b、概要介绍公司对全国市场促销和开发的策略

c、详细了解公司产品疗效,主治及应用推广情况

d、探讨双方共同开发所辖区域(片区)市场的方法.具备上述三条,一个新药被经销商认可并接受应

**第三篇：销售总结**

为期三天的实习结束了，这三天也是我进入快速消费品行业的起点，我主要是和道外所的一个同事在一起在跑和平小区方向的线路，主要是面向小区的各个食杂店和仓买还有路边的一些餐饮店的终端销售，做的是整个公司最基本也是最重要的一线工作。在这三天里，在这个新行业商品销售的整个过程中学到了一些跟以前很不一样的细节方面的东西。

走在繁华的街道上，面对路边林立的店铺，在我们进入店铺看到琳琅满目的商品之前，首先看到的就是店外各式各样花花绿绿的宣传海报，利用广告强烈的色彩、美丽的图案、突出的造型、幽默的动作、准确而生动的广告语言，可以创造强烈的销售气氛，吸引消费者的视线，促成其购买冲动。广告在销售环境中可以起到树立和提升企业形象，进而保持与消费者的良好关系的作用。我们在进店之前，第一件事情就是检查一下本店外面有无我司最近产品和活动的海报，因为现在各个厂家的产品之多，我们的宣传品难免有被其它厂家的宣传品遮盖或被业务人员撕毁的现象存在，看到这种情况，我们首先就是要先跟店面的负责人很礼貌性的问候一下，然后在征求对方的同意下，在店外找到一块最容易让顾客直观的看到又不容易被其它厂家的宣传品遮盖的地方张贴我们的最近宣传品。

进店之后，先要做的是礼貌性的向店内的销售人员问好，给人以一种亲切感，拉进业务人员跟销售商之间的距离。然后去做一下我们产品的陈列工作，尽可能地增加货架上的陈列产品数量，即在售点内多处展示可口可乐的产品。顾客能在越多的地方见到可口可乐的产品，购买的机会就越多。根据商店的布局、货架的布置、人流规律来选择展示可口可乐产品的最佳位置，如放在消费者一进商店就能看见的地方、收银台旁边等等，这些地方可见度大，销售机会也相对较多。货架及其货架上的产品应保持清洁、干净、整齐。所有陈列的产品均要有价格标识，并且所有产品在不同的陈列设备中的价格均应一致。陈列在货架上的产品应严格按照可口可乐、雪碧、芬达的次序排列，并且产品在货架上应唾手可得。天气热的时候，尝过冰凉可口可乐的人会成为可口可乐产品的忠实消费者，因此我司通过向经销商提供冷饮设备，如玻璃门冷柜等加强陈列效果，时刻保持店内拥有足够数量的冰凉可口可乐的产品供广大消费者选购。

做完产品陈列之后，要按品牌/包装的顺序来清点店内的库存。我们主要包括：可口可乐、雪碧、芬达、酷儿、果粒橙、冰露、醒目、雀巢等等多个产品线。而包装材质又分为：PET、RB、CAN、POM。容量主要有：355ML、600ML、1.25L、1.5L、2.25L等几大类。达、激浪。产品的包装材质也分为：PET、CAN、RB，包装的容量主要有：200ML、355ML、600ML、1.25ML、1.5ML、2.25ML等几大类。面对这样复杂的产品线结构，必须按照固定的品牌/包装次序来清点客户的库存，只有这样才不至于出现遗漏哪一个品牌或包装的产品，也只有这样才能够非常准确地清点出客户的实际库存量。在清点店里的存货时，主要包括清点两个地点的存货：店面的货架、柜台上所摆放的没有售卖完的产品;存放在小店仓库中用于补货的货物，两个地点的存货数量加在一起，就是小店的实际库存总量。

接下来要做的事情就是根据店内的实际库存量和平时的销售量向经销商建议定单，并及时的向经销商讲解公司的活动和销售政策，可以使客户在正常的经营状况下不至于发生缺货或断货的现象，避免造成生意上的损失，还可以帮助客户有效地利用空间和资金，不发生货物积压、资金无效占用的缺失。最后，在拜访结束后，再次跟订货人员确认一下定单的准确性，然后用手机按照我司固有的格式向公司发送定货短信，在收到公司的确认回执之后，再核对一下定单的准确性，结束定货。最后，再次很有礼貌的感谢客户，并告知下次的拜访时间。

在中国的消费品市场日益成熟的今天，面对多个厂家的激烈竞争，越来越需要客户对我们的品牌忠诚度和信任度。“感动”敲的是“心门”，追逐心灵的震撼；“打动”多靠利益，苛求花言巧语。我们经常听到这样的困惑：“客户，我拿什么感动你？”其实很简单，感动别人就是关心别人的过程，也是帮助别人的过程。我听过一个故事：有一位口拙的啤酒销售代表，却一直是销售状元。他的秘诀就是每天去客户那里，帮客户扫地、拖地、擦桌子、购买杂物--做一个不要报酬的勤杂工。在这个公司找勤杂工的过程中，他主动做了这个工作，久而久之，他成为这个公司风雨无阻、不迟到、不早退的最忠诚“员工”，以致在一次会议上，大家不约而同地要求进这个销售代表推销的啤酒。在很多时候，感动别人并不难，只要我们为人坦诚，把一些应该做到的事情做圆满了，就可以感动很多人。就像这个道外的同事一样，他也只是才来可乐公司五个月而以，刚来的时候销量也是上不来，很是苦恼。后来，他去了一家他的片区的唯一一家比较大的酒店，在他去之前，我们的主要竞争对手已经在那里提前一个月在做他们经理的工作，他去了之后，那的经理对他十分的冷淡，甚至是连头都不愿意抬起来看他一眼。在那第一次以后的连续一个多月的时间里，他依然是按照自己的计划去那里拜访，每次依然是像第一次那样充满自信和真诚的跟那经理淡合作事宜。最后终于，两个月后，那个经理被小伙的真诚所感动，跟我司签定了供货协议，现在，那家酒店甚至已经成为他负责的地区最大的销售商。

在这三天实习的过程中也发现了一些我们销售时碰到的问题：1.在一些区域的业务人员交接的时候，很多上任销售人员遗留下来的问题得不到解决，到了下任业务人员按手的时候，有一些无从下手，甚至是第一次进客户店门的时候，三句话没到，就会让人轰出来。2.一些促销品和给客户的搭赠品不能所有的都落实到位，甚至是一拖再拖，多则长达半年一年之久，长时间碰到客户的催促，业务员甚至会产生一种唯恐避之不及的抵触客户心理。3.中国人，尤其是中国的商人最喜欢红色，我们给外面店铺做的牌匾是很好看的，但是我们的牌匾一般会少则三个月后才能到位，时间长一点会达半年之久，这样长的时间，会使我司的宣传时间少了至少几个月之久。

最后，十分感谢公司领导能给我这个实习的机会，也十分感谢道外所所有帮助和关心我的同事们，让我对这个行业，对自己又有了一个全新的认识。如果我竞聘上这个岗位，我将珍惜这个机会，用心、用情、用智、用力干好工作。反之，不能上岗，我将一如既往在以后的岗位上尽心、尽力、尽职、尽责。

在实习中店长的一次销售，让我感觉到对顾客了解才是轻松销售的关键，一位顾客在试穿一件衣服后，店长为顾客把穿在身上的衣服整理平整，让顾客感觉到他很受尊重，一种亲切的感觉，让顾客对店长产生好感，这就是先作好人，才能做好销售的的销售技巧。然后店长对穿在顾客身上的衣服做出了一个很中肯 的评价，然后将这款服装如何搭配告诉顾客，如果这样穿出来，这件衣服所体现的感觉是什么样的效果告诉顾客，然后顾客同样感觉很合适，然后给顾客一个购买的理由。我们的冬装打五折，现在购买很合适，于是顾客毫不犹豫的就把这件皮衣购买了。销售看起来是如此的轻松，其实在这里运用了很多销售技巧。所以销售是有方法有技巧的，只要用心去做，我们的销售业绩一定会有所提高的。

**第四篇：销售总结**

销售人员月总结 2月份：万事开头难 成为员工后，被分到了公司的总部所在地佛山，负责100家终端和4家医药公司.之前负责这个市场的人由于做得太差了，已经离职了.那么等待着我的是什么呢?以下是我的swot分析(把自己当作产品了，呵呵)： s(优势)：无经验说明我是一张白纸，没做起来的市场也可以看作是有个空白的市场.由开始，因此存在着无限的可能.w(劣势)：无工作经验，专业是药学，无市场营销知识.o(机会)：新来的主管是公司去年的销售冠军，有着丰富的实战经验，我将在他那学习到最有用的销售知识;股市跌到了谷底，说明它有机会反弹了，且区域位于公司总部，只要做得好就会有发展.t(威胁)：这个区域的市场供货渠道乱，价格不稳定，为终端工作带来更大的困难.成绩：开始计算任务指标的第一个月，铺货店数比前人半年铺的还多，但只是因为他们懒，并非我有多厉害.3月份：干一行爱一行

经过了一个多月的铺货，大部分的药店都已经开始经营我们的产品了，只剩下极少数的顽固分子依然雷打不动，而这些药店正是当地较大型且生意较哈破的店.为了把货铺进去，我只有更加频繁的拜访，不断地向他们陈述我们产品的优势.皇天不负有心人，终于在后来的一次拜访中发现其中一个顽固分子开始经营我们的品种了.回到家我第一时间把这个好消息告诉我主管，当时我主管说了一句话：你会成功的，因为你已经把工作和情感连在了一起.成绩：铺货工作基本完成了，铺货率为全公司前三.由下月开始进行上量工作.4月份：有了自信就成功了一半

拿到了三月份的奖金了，是一笔不小的钱啊，第一个月就能拿到怎么多奖金，对自己越来越有信心了.开始要纯销了，之前的代表月销量才200多，我铺货阶段的销量也才700多，指标却要1200，要怎么才能完成指标呢? 由于我们的产品在本地来说是该领域的no.1，但好卖的产品通常都没有什么利润可赚，加上我们没有什么促销活动，首推率是达不到的了.只能在其它方面寻求突破，于是我有了以下的想法：

1、我们的产品有两个规格，我们做的是大的规格，而小的规格是消费者主动购买的产品，于是我便让店员每次都先把大的包装拿给消费者，增加购买率;

2、我们的产品是西药，价格便宜，能与其它中成药联合使用.于是我便做其它中成药促销员的工作，送点小礼品什么的，让她们在介绍自己的品种时搭配我们的产品联合用药.成绩：主打产品销量急速上升，达到指标任务的150%以上，全公司该产品销量排名第二.其它产品的销量也有了不同程度的上升.5月份：失败，一个新的起点

在上个月的销量增长的刺激下，正当我在满怀信心打算再创高峰时，突然发现我的目标门店里的货都塞得满满的.原来，虽然当时的我根本不懂得什么叫压货，但却不自觉地在月底时使用了压货的技能，却没能很好地销出去，以至现在终端这么多货.没办法，只有老老实实继续做店员的工作，店员教育，做陈列.但同时也对自己上个月的压货做了个人总结：压货对短期的销量冲刺有一定的帮助，但却会影响到后面的销售.成绩：由于受到上月存货的影响，本月销量只有800左右，完成指标的60%而已.但两个月的平均销量还是有所上升，因此也知道了适当的利用压货可以增加销量的技巧.6月份：去做，而不是去讨论

由于6月份的销量统计还没出来，经理按4、5月份的销量制定第三季度的任务指标，再加上工作细分，我开始做重点产出，目标药店由原来的100家减少到60家.我的指标却无可避免的大幅度增长，达到以前的166.6%-200%.但是，积累了之前的经验，再加上终端的存货基本已经销出去了，我却有信心完成.就在其他人都在抱怨指标太高，无法完成时，我根据我的60家药店的大小分别给它们下达了它们绝对有可能完成的任务，然后再根据月底的完成情况，把没完成任务的药店的量转交给超额完成任务的药店，最后再适当的压了点货，就这样，指标完成了.成绩：全公司能完成任务的三人里的一个，在别人讨论指标是否太高的时候，我选择了去做，所以，我有了不同于别人的成绩.7月份：otc三要素，缺一不可

在完成了上个月的任务后，我的终端不可避免的有一部分存货，幸好我从6月份已经开始注意到otc三要素(客情、陈列、店员教育)的同等重要性，在每个方面都尽量做足功夫，我的存货也在短期内销出.然后，还是按上个月的方法，把指标分解到每个药店上，于是，我再一次的完成了任务.而上个月同样能完成任务的两位同事，却由于没有计划地压货，获得了和我6月份相似的成绩.成绩：首次成为公司月销售冠军，而且是全公司唯一连续两月完成任务的人.而且，公司的一个一直销不动的新产品我也创下了一个销售新高.8月份：适应一切的变化，使自己变得更强

在知道我成为上月销售冠军的喜讯的同时，也传来了一个坏消息，我的主管由于家庭的原因辞职了.我在我主管身上学习到了很多，而且也是他一直在鼓励着我，他离职了，是否会影响到我的表现呢? 后来自己想了想，能教我的，他都已经教了，剩下的，也都该由我自己去领悟了.而且，只有离开了他的光芒，我的光芒才能显露出来.那么这个月开始，就是我发挥的时候了.成绩：主打产品基本保住了第一，但其它产品由于费用兑付不及时等原因销量普遍下滑.9月份：no excuse，执行力是关键

新一季度的任务指标又下来了，而且这次的还明显不合理，按上季度的销量来分，做得好的做多点，差的做少点，但奖金却和完成率挂钩.我的指标再次上升.经理却还放出话来，由于主打产品离任务还差挺远的，现在可以有促销活动，但所有人的任务都要100%完成，就算压货也得完成。没办法，还得干。既然经理都把话说死了，那就没有任何借口了，只有去执行咯。反正我也已经有了压货的经验，这点儿量我还是有办法的。成绩：成功完成了本月任务，同时也为逐步确定了销售冠军的位置。10月份：想得比别人更多更远

由于上个月主打产品货都压得很死了，所以这个月把重点转为终端建设和其他产品的销售。由于我负责的地区销量做得好，公司愿意拨出一笔钱给我做卖场的陈列。于是，我抓住了这个机会。让公司对我感到满意，期间我运用了grow思考模式：

g(目的)：公司要求为两个指定产品做好端架陈列，为公司增加品牌知名度。

r(现在有什么)：主打产品由于我一直工作做得不差，已经陈列得非常好，其他产品由于有otc产品但还没有otc标志，以及保健品没有上促销员等原因，一直陈列得不太好。

o(有什么选择)：

1、可以按照公司的要求，买一个端架，专门陈列指定的两个产品。但对我的销量没什么帮助，而且一个端架有四层，只做两个产品太浪费了。

2、利用这笔费用同时做好原先陈列得不好的产品，但由于有otc和保健品，内服药和外用药，无法陈列在同一个端架上，不过可以分开陈列，每个产品占一层端架，只是对建立品牌的效果没集中陈列那么大，但对各产品的销量增长都有帮助。

w(要做什么)：经过思考，认为第二个选择能获得最大效果，并尽量争取更多的利益。最后，我除了按照第二个选择，一共做了5个产品，每个产品都争取到最好的位置外，还为我们的主打产品争取到了一个堆头陈列。

成绩：主打产品销量下滑，但达到公司要求的最低完成标准。其他产品普遍少量增长。陈列和堆头虽然与公司原意不同，但却获得众领导的一致好评。11月份：做销售，没有不可能做到的事

又接到了一个新的任务：由于我们的某一个新产品在某连锁销量一直不理想，面临着退场的尴尬。这个连锁在广州，以平价卖场为主，因为我的卖场都做得不错，经理要求我做出一个样板店来，避免退场。我这只有一家门店。之前由于他们的配送一直不稳定，老是无原因断货，我一直没有把它当作重点来做。这家连锁是出了名的不合作，广州同事做不好的原因也无非就是因为费用分配不合理，要么全给了采购，货都压在门店买不出去，要么全给了店员，却因为老是断货而影响了销量。既然接到了任务，那我也没有任何借口，我把费用合理地安排了一下，以2：3的比例分给了采购和店员，既保证了我的药品不断货，又让店员有了帮我推荐的动力。然后我再额外申请了促销活动(经理既然让我做样板店来避免退场，自然也要答应)，这样，三管齐下的情况下，我这家难缠的店也被我摆平了。

成绩：该卖场该产品的销量增加了100%，连带着其它产品的销量也有所增加。总体成绩还没做最后的统计。

总结：入行的第一年，以学习和积累经验为主，有幸跟在一个好主管和好经理下面学习，主管很无私地把他懂的都教我，而经理也很信任我，有很多事情都愿意放手让我去干。所以也取得了较为可喜的成绩：如果没什么意外将会是公司销售冠军。

展望：接下来将是以带新人为主了，因为又有一批我们的师弟进来公司实习了，他们也将是接下来的培养对象。另外XX年我的岗位也将发生调整，将调回广州专门负责平价大卖场，我将向重点客户管理的方向努力了!XX年工作总结--otc销售,我的成长路

销售代表工作总结

回忆XX年的销售进程，我经历良多不接触的事物和事件;见识了很多从未见识过新鲜;好像从一开始，新年带来的所有都是新发展、新恳求，摆在我的眼前，昂首只能决定前进。总体观察，这一年对我取得长足进步;不论与客户的谈判，仍是销售教训与新客户的联系工作，都在始终提高中。

下面是我对公司的品牌推广提出一些见解;幻想中我的品牌策略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量利用本人的品牌;其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应千方百计将某某品牌进入产品中;再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而树立的，就比方国内大多数破费者意识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作错误是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的彼此之间宣扬;另外,线切割，我认为西欧地区市场策略，如何锁定关键大客户成了首要任务，比喻说意大利的lpr，如果我们的产品可能达到他们的性能要求，就应该全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先盘踞市场份额，而后推动价格的提升;

3、现行和客户的联系过程是：前期谈判工作(邮件交流、核查问价单和报价、价格确切认和所寄样品确实认、产品标识、付款方法的商定、订单的生产)下单前的待办工作(包装内盒、外箱唛头、内盒不干胶内容)出产中的联络(交货期的反馈、与生产部的协调工作)发货前的联络(船公司的联络与船期的安排、物流的管理)发货后的联系(货款的回笼问题、单据的邮寄或者银行交单)再次接洽(新订单的会谈);

4、非洲片区：单分开南非市场，咱们非洲市场仍不空想;目前销售区域仍是集中在埃及跟突尼斯，建立贸易关系的有3家，XX年有销售来往的只有两家，其中一家埃及大客户因为付款方式无奈达成一致而取消大略30万美元的订单;然而埃及另一客户的贸易额由去年的一万多美金增大到近7万美金;突尼斯客户的贸易额也由去年的九千多增到一万美金;随着我司产品在市场的布局成熟与品德的提高，坚信能在北非市场有更大份额;

5、南非片区：目前南非市场客户共计5家，由代理某某x公司负责管理销售区域，我司监督;目前重要区域在约翰内斯堡，而后在德班和开普敦各有一客户;现行主导销售产品是制动分泵;销售额由去年的不到8万美金，增加到今年的18万余美金;初步预计XX年销售额达到28万美金，并向30万发出挑战;

6、中东市场：XX年有贸易交往的中东客户(阿联酋、伊朗、以色列)共计11个客户;XX年公司产品销售额5万余美元，外协产品销售额12万余美元，在业绩上都高于去年的产值;随着伊朗市场的不断拓展，我司起亚pride总泵和分泵将以主打产品进入该市场，同时争取通过明年的展会或者访问，裁减日本车系列产品在中东迪拜以及周边国度的市场份额;

7、对客户所寄和给的新样品，我以为我司应当首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，假如数量、市场、利润不是很理想，就即时放弃，过多精力的分散，其结果必定是得失相称。

销售培训工作总结

我们在XX年继续坚持学习无止境 的精神，牢固树立培训是长期投入的思想，推动公司员工向更高的目标看齐，下面介绍一下今年的工作情况：

一、培训工作情况

XX年共举行内训24项，分别质量管理意识培训占46%，专业技能培训占50%，规章制度与职业道德培训占4%，共计57：85课时，参训27人次。培训课程主要集中为以下几类：

1、员工必修类： 企业文化培训、职业道德规范、管理制度;

2、重点培训：软件测试、开发及管理、cmmi3;

3、新员工岗前培训

二、培训费用

XX年培训费用总计为22397.50元，费用均为下半年，因上半年没有做培训成本这一项。

三、培训工作分析(一)取得的成绩：

1、XX的培训工作与XX相比，从培训项目数、举办培训课程次数、接受训练的人次等方面，取得了一定的增长。

2、建立制度性培训体系。以往，公司培训工作缺乏系统性制度，培训管理幅度和力度很弱，培训资金无保证，员工培训意识差，培训工作开展十分困难。今年质量管理部投入大量精力,在总结了以往公司培训经验的基础上，优化培训管理流程，完善教育培训制度。重点加强了培训需求分析和培训项目审批流程，在多次征求各单位意见后，全面提升公司培训工作的制度化管理。

3、在XX年公司通过iso9002：XX标准认证和cmm认证的基础上，引入iso10025、gb/t19035-XX和mqms体系知识，逐步掌握与国际接轨的培训管理制度和工作程序，建立和完善职工培训教育的质量保证和效果评价体系。

4、不断改进培训方式，积极探索新的培训模式。(二)存在的问题和不足

1、培训工作考核少，造成培训参加与不参加一个样，学好学孬一个样的消极局面，导致培训工作的被动。

2、培训形式缺乏创新。只是一味的采用上面讲、下面听的形式，呆板、枯燥，提不起学员的兴趣，导致学员注意力不集中，影响了培训效果。

3、原则性不强。不能严格执行培训纪律和有关规定，对违反者睁一只眼闭一只眼，不能按章办事，这是导致培训纪律松懈、秩序较乱的主要原因。

4、在年中所做培训中我们还不难发现，一部分人员感觉培训过于频繁，另外一部分员工则反应得不到相应培训，这是一个不容回避的问题，作为致力于学习型组织的企业，首要的培训任务是要使全员树立培训意识，为企业发展和自我发展充电。而培训层面的不均衡，更是需要XX年去大力改善。

5、内部讲师授课技巧普遍不高，有待提高，制作课件水平不足，自主研发课程能力有所欠缺，所以，以上需要改善，进一步规范内部讲师管理，提升内部讲师授课水平，推行内部讲师认证，真正打造一支合格称职的内训师队伍。

四、改进措施(一)有利条件

1、公司改制后，改制企业的机构、人员做完调整后，改制企业员工的综合素质和工作技能的提高，以及企业文化的再建，必然是下一阶段的工作重点，培训工作的任务必将增加，良好的培训效果和质量也会越来越得到公司领导的重视。

2、随着mqms体系《培训管理程序文件》的发布，公司教育培训体系正在初步建立，培训工作有了制度的指导和约束，将大大的有利于以后工作的展开。(二)具体措施

1、作好培训基础工作

《培训管理程序文件》虽已发布，在具体执行过程中一定还会遇到各种困难，还需要我们的不断总结和及时调整。在具体工作流程上还需要进一步理顺，在管理制度上还需要多方面补充。还要进一步加强培训资料的收集和培训器材的配置，加强相关工作人员的专业素质培训。

2、建立培训资源网络，进一步丰富企业培训资源。

公司业务的广泛性也决定了公司各部门培训需求的广泛性。为了较好的满足公司成员的培训需求，选择合适的培训课程，培训讲师，配置合适的培训资源，我们必须要取得大量及时、准确的培训信息，扩大培训业务联系，建立起自己有效的培训资源网络。特别是要积极与比较强势的专业机构保持好战略性的合作伙伴关系，及时掌握前沿的动态信息，并横向了解到业界相关的热门需求，调整思路，并就某些具体项目达成合作协议。

3、重点建立一支富有实践经验，熟悉现实情形的内部讲师团队

培训需求的多元性和企业内培训资源的有限性的矛盾，已经越来越突出。建立一支富有实践经验，熟悉现实情形的内部讲师团队就变的越来越重要了。培养起自己的内部讲师团队，首先大大节约了公司有限的培训经费，其次，为公司培养了一批各个领域内的专家，再次，也可以在员工中树立起学习的榜样，培养员工的自主学习思想。以往的实践表明，听过公司内部领导讲课的员工都能觉出，企业高级主管对企业经营认识之深刻、解释之透彻更容易让大家接受和理解，应该积极倡导高级主管都为培训工作做出良好的表率。在具体措施上，重点加强对管理人员各项培训的同时，也从制度上明确、选拔优秀管理人员作为企业内部讲师。并建立起一套企业内部讲师的日常管理、激励、考核制度。

**第五篇：销售总结**

销售总结范文

销售总结>范文

（一）一、当年市场>工作总结

1、情况概述

客观地表述任务完成情况，取得的成绩，要用数据说话。

比如：今年公司下达的销售任务指标是多少，实际完成了销售任务多少，超额完成任务或离任务的差距是多少，达到人均消费者多少，与去年相比增长率是多少，各项经用开支多少，完成利润多少。市场占有率多少，与去年相比增长了多少，产品见货率多少，是提高还是降低了。经销商网络情况如何，A类、B类、C类各有几家，销售队伍情况如何等等。只报大账和特别需要说明的数据，不需报细账，否则成了数据分析报表。

2、简要分析

针对上述的事实（数据），简要分析其原因，是行业形势、竞品原因、公司政策、还是其它原因所致。

3、特别说明

若是成功的经验，对公司其它市场有指导意义的，需要简洁、生动的表述成功的典型案例或经验，可让公司宣传鼓舞士气或在其它市场推广。若是区域市场运作上存在明显的不足或严重的问题，需要对不足之处和问题进行深刻的剖析，如网络构建问题、销售队伍问题、新产品开发问题、消费者沟通和启动问题等，要找出问题的根本性原因，分析清楚问题出在那一个环节段上，如广告促销火候不到，差几成。

二、明年>工作计划

1、要全面

将总体的目标任务分解成各个阶段、各个区域的子目标。将任务落实到人（经销商和对应的销售人员），对各种资源进行合理的配置。最好用表格、数据说明，力求仔细、认真、全面、准确。或者可以用附件的形式详细说明，但是>年终总结一定是少不了明年的打算，如果公司的习惯是单独行文的，那么在报告里只要把简要的打算、主要的思路表现出来就可以了。

2、要到位

目标需要有措施的支持，通过什么措施、配置什么资源，达成什么目标。先落实有把握的目标，期望达到的目标要另行说明，不能混为一谈，否则就会让领导感到不踏实、不到位、不放心的感觉，自己也容易搞糊涂，误将理想当现实。

3、要有突破和亮点

突破，一般可以从今年存在的主要问题着手，今年的主要问题已经在总结中分析清楚了，公司领导也早已看在眼里，要集中精力抓一个问题，虽然一个市场问题可能是成千上万，但是只要解决了一个主要矛盾其它矛盾就会迎刃而解。通过正确的方法、严密思维、准确有效的措施努力在突破中创造出新的销售增长点和亮点。

市场、销量、品牌还需要厚积薄发，一年解决一个主要问题，上一个台阶，而且是说到做到了，第二年你再写这样的报告，领导就相信你，就能得到应有的支持。这样的市场年终总结报告是领导最愿意看到的报告，也是最具实效性的报告。

销售总结范文

（二）xx年的第一季度已经过去了，在这三个月的时间中我通过努力的工作，也有了一点>收获，我感觉有必要对今年销售工作的开局做一下总结。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在金融危机中把下季度的工作做的更好。下面我对本季度的工作进行简要的总结。

我是去年十一月份到公司工作的，十二月份开始组建综合事业部，在没有负责综合事业部工作以前，我负责了一个月的商务9部。在来公司之前本人在家休息了一年多，为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教公司领导和其他有经验的同事和经理。一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对盐城市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的分析客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，指导同事和客户进行良好的沟通，所以经过三个月的努力，也取得了一定的成绩，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品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，但是本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对销售人员的>培训，指导力度不够，影响了综合事业部的整体销售业绩。

部门工作总结

在将近五个月的时间中，经过综合事业部全体同事共同的努力，使我们综合事业部的业绩渐渐被公司所认识，同时也取得了宝贵的销售经验。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是综合事业部第一季度的销售情况：

1月总业绩：166700

2月总业绩：241800

3月总业绩：252300

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在盐城市场上，虽然xxx行业公司众多，但我公司一直处于垄断地位！那为什么我们的业绩和开展市场有这么大的压力？客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

1）销售工作最基本的客户访问量太少。综合事业部是去年12月月开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有313个，加上没有记录的概括为46个，三个月的时间，总体计算销售人员一个月拜访的客户量平均为9个。从上面的数字上看我们基本的客户拜访工作没有做好。

2）沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，3）工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4）市场的开拓能力不够，业绩增长小，个别销售同事的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

销售总结范文

（三）一、认真学习，努力提高

因为所学专业与工作不对口，工作初期遇到一些困难，但这不是理由，我必须要大量学习行业的相关知识，及销售人员的相关知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化，要适应工作需要，唯一的方式就是加强学习。

二、脚踏实地，努力工作

我深知网络销售是一个工作非常繁杂、任务比较重的工作。作为>电子商务员，不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重考虑，做到能独挡一面，所有这些都是电子商务不可推卸的职责。要做一名合格的网络营销员，首先要熟悉业务知识，进入角色。有一定的承受压力能力，勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题。其次是认真对待本职工作和领导交办的每一件事。认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不敷衍。

三、存在问题

通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：

一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。

二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

总之，在工作中，我通过努力学习和不断摸索，收获非常大，我坚信工作只要用心努力去做，就一定能够做好。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找