# 最新销售述职报告 (十二篇)

来源：网络 作者：落花人独立 更新时间：2024-06-09

*随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。销售述职报告 篇一一、加强面对...*

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**销售述职报告 篇一**

一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分用户群体实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标,结合总经理在20xx年商务大会上的指示精神,分公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争,我们汉阳分公司没有一味地走入“价格战”的误区。我常说“价格是一把双刃剑”,适度的价格促销对销售是有帮助的,可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢?我们摸索了一套对策:

对策一:加强销售队伍的目标治理

1、服务流程标准化

2、日常工作表格化

3、检查工作规律化

4、销售指标细分化

5、晨会、培训例会化

6、服务指标进考核

对策二:细分市场,建立差异化营销

细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分,不同的细分市场,制定不同的销售策略,形成差异化营销;根据xx年的销售形势,我们确定了出租车、集团用户、高校市场、零散用户等四大市场。对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场,我们加大了投入力度,专门成立了出租车销售组和大宗用户组,分公司更是成为了出租车协会理事单位,更多地利用行业协会的宣传,来正确引导出租公司,宣传xx品牌政策。

平时我们采取主动上门,定期沟通反馈的方式,密切跟踪市场动态。针对近两年xx市场出租车更新的良好契机,我们与出租公司保持贯有的良好合作关系,主动上门,了解出租公司换车的需求,司机行为及思想动态;对出租车公司每周进行电话跟踪,每月上门服务一次,了解新出租车的使用情况,并现场解决一些常见故障;与出租车公司协商,对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。针对高校消费群知识层面高的特点,我们重点开展毕加索的推荐销售,同时辅以雪铁龙的品牌介绍和化宣传,让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业化内涵。另外我们和xx市高校后勤集团强强联手,先后和理工大后勤车队联合,成立校区维修服务点,将服务带入高校,并且定期在高校支部免费义诊和保养检查,在高校围内树立了良好的品牌形象,带动了高校市场的销售。

对策三:注重信息收集,做好科学猜测

当今的市场机遇转瞬即逝,残酷而激烈的竞争无时不在,科学的市场猜测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际,每一条销售信息都如至宝,从某种程度上来讲,需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点,我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度,通过天天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息,制定以往同期销售对比分析报表,确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定,一有需求立即做反应。同时和品牌部相关部门保持密切沟通,积极支部车源。增加工作的计划性,避免了工作的盲目性;在注重销售的绝对数量的同时,我们强化对市场占有率。我们把分公司在xx市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成任务,顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售,我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件,最大限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化,经销商的利润空间进一步缩小,对于新的市场形势,分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论,在积极开拓周边的备件市场,尤其是大客户市场的同时,结合新的商务政策,出台了一系列备件促销活动,取得了较好的效果。备件销售营业额xx万元,在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下,利用售后服务带动车间备件销售,不仅扭转了不利局面,也带动了车间的工时销售。售后服务是窗口,是我们整车销售的后盾和保障,今年分公司又来了自96年成立以来的售后维修高峰。

为此,我们对售后服务部门,提出了更高的要求,在售后全员中,展开了广泛的服务意识宣传活动,以及各班组之间的自查互查工作;建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度,对于售后维修现场发现的题,现场提出整改意见和时间进度表;用户进站专人接待,接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规;在维修过程中,强调使用“三垫一罩”,规行为和用语,做到尊重用户和爱护车辆;在车间推行看板治理,接待和治理人员照片、姓名上墙,接受用户监督。

为了进一步提高用户满足度,缩短用户排队等待时间,从6月份起,售后每晚延长服务时间至凌晨100,售后俱乐部提供24小时全天候救援;通过改善售后维修现场硬件、软件环境,为客户提供全面、优质的服务,从而提高了客户的满足度。全年售后维修接车台次,工时净收入xx万元。

二、强化服务意识,提升营销服务质量

20xx年是汽车市场竞争白热化的一年,面对严重的形势,在年初我们确定了全年为“服务治理年”,提出“以服务带动销售靠治理创造效益”的经营方针。我们挑

选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部,建立了分公司自身的客户回制度和用户投诉受理制度。每周各业务部门召开服务例会,每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈,召开部门经理级的服务例会,在治理层强化服务意识,将服务工作视为重中之重。同时在内部治理上建立和完善了一线业务部门服务于客户,治理部门服务一线的治理服务体系;在业务部门中重点强调树立服务于客户,客户就是上帝的原则;在治理部门中,重点强调服务销售售后一线的意识。形成二线为一线服务,一线为客户服务这样层层服务的治理机制。积极响应总部要求,进行服务质量改进,强化员工的服务意识,每周召开一次服务质量例会,对上周服务质量改进行动进行总结,制订本周计划,为用户提供高质量、高品质的服务。

并设立服务质量角对服务质量进行跟踪及时发现存在的不足,提出下一步改进计划。分公司在商务代表处辖区的各网点中一直居于服务评分的前列,售后服务更是数次荣获全国网点第一名。在加强软件健身的同时,我们先后对分公司的硬件设施进行了一系列的整改,陆续建立了保养用户休息区,率先在保养实施了“交钥匙”工程;针对出租车销量激增的局面,及时地成立了出租车销售服务小组,建立了专门的出租车销售办公室,完善了用户休息区。根据当期市场特点和品牌部要求,我们开展了“三月微笑服务”、“五一微笑送大礼”、“夏季送清凉”、“金秋高校校区免费检查”、小区免费义诊、“冬季送暖和”等一系列活动,在客户中取得很大的反响,分公司的服务意识和服务质量也有了明显的提高。

三、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部治理,作到请进来,走出去。固步自封和闭门造车,已早已不能适应目前激烈的轿车市场竞争。我们通过委托相关专业公司,对分公司的展厅现场布局和治理提出全新的方案和建议;支部综合部和相关业务部门,利用业余时间,对xx市内具有一定规模的服务站,尤其是竞争对手的4s站,进行实地摸底调查。从中学习、利用对方的优点,为日后工作的开展和商务政策的制定积累了第一手的资料。

四、注重团队建设

分公司是个整体,只有充分发挥每个成员的积极性,才能。年初以来,我们建立健全了每周经理例会,每月的经营分析会等一系列例会制度。营销治理方面出现的题,大在例会上广泛讨论,既统一了熟悉,又明确了目标。

在加强自身治理的同时,我们也借助外界的专业培训,提升团队的凝聚力和专业素质。通过聘请国际专业的企业治理顾咨询公司()对员工进行了如何提高团队精神的培训,进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

20xx年是不平凡的一年,通过全体员工的共同努力,分公司经营工作取得了全面胜利,各项经营指标屡创历史新高。

在面对成绩欣鼓舞的同时,我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足,尤其在市场开拓的创造性,精品服务理念的创新上,还大有潜力可挖。还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此,面对即将到来的20xx年,分公司领导团体,一定会充分发挥团队合作精神,群策群力,紧紧围绕“服务治理”这个主旨,将“品牌营销”、“服务营销”和“化营销”三者紧密结合,确保分公司20xx年经营工作的顺利完成。

述职人：

20xx年xx月xx日

**销售述职报告 篇二**

一、20xx年度个人工作总结及个人工作得失：

20xx年是布满梦想和激情的一年，也是房地产行业不平凡的一年。

这年早春，有幸加进到xx公司，融为这个集体的一份子，本着对这份工作的热爱，抱以积极、认真、学习的态度，专心做好每一件事情.

我于往年8月成为xx公司的一名销售部副经理，至今任职xx个月时间，负责金龙大厦项目的销售工作。现就任职xx月来的具体情况总结如下：

从一个对本行只是一股劲的热爱，到实战工作，我不断追求新的目标。刚开始公司将我安排到其他楼盘学习理日常事务，但在这个过程中我仍然学到了很多东西，且明白了要做一个有责任感的人，做一名公司喜爱的员工。感谢那些让我在平淡的工作日中给我快乐和鼓励我的人。

往年xx月，喜欢你的工作，自信地往完成它

这个月是我们的成长期，经过了上二个月的转折，这月由公司安排，调至金龙大厦项目配合代理公司。工作虽略显繁忙，但整个团队都布满了激情，工作也上手了。我们从一开始的市场调查，到项目周边配套的了解，再到房地产专业知识的培训，以及会客制度，项目的熟悉等等，我们都在积极的往学习，并渴求进步，当然这些都是为我们更好地往接待客户，完成销售业绩做好前期预备。最好的见证还是要在日后的工作中往检验，感谢领导对我们数次的培训和帮助，使得我们接待户客过程中也更加自信，同样也由于喜欢这份工作，我们将做得更自信和出色!!

往年xx月，有幸参加公司组织的拓展活动，我们共同感悟了一些心得。并将我们在拓展活动中的口号适用于现在的销售工作中，“超越自我，勇做第一”。除了感谢，感动以外，我们还明白了，一个人的成绩是微薄的，团队优秀才是我们共同的奋斗目标。因此在日后的销售工作中，我们将更注重团队的建设，心系集体，一起建造和谐，友谊，激情向上的优秀团队。

往年7月，自觉自发的工作，就是对能力最好的检验

本月以接待客户和熟悉项目知识为主。对环境和项目渐渐熟悉的我们，天天都有新客户接待，把握并了解客户的需求，是这阶段一直在做的开盘前的预备工作。当然也很考验我们的销售能力，看能否将客户把握住。很多客户都要在了解价格的基础上才会考虑购买，那么诚意金的收取就显得尤为困难，公司在此阶段制定了一些可行的优惠政策作为说辞，让客户提前以认购的方式将房源定下来，一方面可以捉住客户，另一方面也可以减轻销售压力，做到心中有数。销售才刚刚开始，我们预备启航!

七月来访客户上百人次，成交客户也到不了十户。固然销售率不是很高，但人气较好，且每位置业顾问的态度也比较乐观，新的销售挑战才开始，我们需要做到完成公司下达的任务指标，并有所超越。这些都需要我们整个团队的配合与努力，同样也深信团队的气力是可以做到的。

8月，“剩者”为王的坚持

往年是我从事房地产行业中最具挑战的一年，在这一年里我们都看到了房产市场走到了历史的大拐点，销售率的高位萎缩态势进一步明显，同样也意味着这是一个机遇和挑战并存的开始。

这个月中公司相继有很多项目增添的工作职员，这样大流量的职员赐与每一个身在销售岗位上的置业顾问很大的煽动，甚至对于自己的前程也是一种思考，每当有新朋友问到你是做什么时，答案得知后他们都会说到往年的买房政策时，估计不会好卖吧!这样的话语赐与我们的失落情绪，想必大多置业顾问都曾有过这样的感受，同样也曾有过挣扎、放弃的动机吧。

可是，自身从小的教育经历中有过一句话叫做：“贯彻始终就是胜利”，平日里听得多了，我们都只把它当做了一句口号，但是仔细想来实在意义非凡。成功和失败很可能的差别就在最后一两步，在面对国家政策对卖房不利的情况下，不坚持就意味着对这份工作的放弃，假如坚持下往了，你可能收获的会比你想象的更多。所谓“剩”者为王，必定需要坚持下往。

八月――适应日新月异的市场，使自己变得更强

某一次和朋友交流进耳到过一句很真实的言语，房地产行业他本身就是一个不健康的市场态势，只是现在把它更淋漓尽致的展现出来了。房地产行业作为最典型的周期性行业，其兴衰与宏观经济周期呈正相关关系。我们说市场日新月异也好，千变万化也好，假如你想在这个行业干下往，那么你一定要使自己变得更强。

8月月这两个月客户的观看情绪就更加浓郁了，我们分别做了项目及个人的分析总结，在几次与公司领导的交流沟通中，在一定可行性的范围内，公司作了价格调整。我们也在不断寻找适合于现在行情的销售策略，由于我们都有一个共同的目标，即，增进销售率。经过本月的努力，销售进度也在一定程度上有了起色，所以说是成功者找方法，失败者找理由!

玄月、十月月(黑夜给了我一双玄色的眼睛，我却用他来寻找光明)

这几个月来，在销售业绩方面不是很理想，2个月共销售了20套房源。但是对于销售业绩不好的现状，我们有更多的闲暇时间来不断地学习，充实自己，以此来适应这个市场，在技巧方面，经过对一些书籍的学习，个人总结了一套流程：

学习理论技巧知识→专心接待客户→类似客户的技巧运用→分析总结客户特点→找出相似点→针对性的说辞→进步销售技巧→相互学习和探讨→不断加强团队进步;

以这种学习，思考，总结，探讨的方式来帮助我们进步销售技巧，当然这个过程离不开领导和同事的帮助，个人销售技巧也需要逐步的进步。

在工作中我始终相信态度决定一切，当行情受挫不理想时，工作态度最能反映出我们的价值观念。积极、乐观的我们将乐意不断向好的方向改进和发展，相信什么样的态度会决定什么样的成就。

二、20xx年度个人学习成长及不足总结：

成长是喜悦的，学习最大的收获有其三：

一、对“北岸逸景”项目，新津市场的深进了解，包括其价格，区位，消费心理等

二、公司多次培训，使得我们更坚定了这条房地产的道路，也学习到了很多销售技巧

三、自我治理能力的进步

四、销售工作贵在坚持的恒心

审阅自己的不足之处以及对此的改善之道

审阅检查自身存在的题目，我以为主要是销售技巧上还有待进步。个人对销售说辞的把控已有了一定的逻辑性，欠缺的主要是丰富的说辞和销售技巧，可能跟销售经验少有关;在接待过程中，有时太过于热情，欠缺一种淡定和沉稳的个人形象，以及气质等都有待帮助和进步。

对于以上不足之处，经过思考拟定了对此的改善方法：

销售技巧的提升可多向领导学习;平时多上网或看书学习专业知识;尽量多参加市场调查，来弥补竞争对手说辞的空缺，突显本项目的核心上风;增加客户接待量，从客户身上现学现卖;接待客户后应尽多分析、思考、总结说辞;通过这几点来逐步改善现在的销售能力，以期许能为公司带来更高的效益。

形象气质是客户最看重的第一印象，如何才能做到一个气质型的置业顾问，给客户一种专业、愉悦之感。平时自己在看一些关于女人提升气质的书籍，来帮助改善不足之处;也可以通过一些销售道具的使用，衣着的整洁等来体现个人的专业形象，由内到外的改善过程，也需要从细节慢慢的往进步。

以上列举的不足之处，是自我反思后以为自身在工作中存在的题目和需要改进之处，在日后的工作，也希看领导和同事能帮助我一同发现题目、解决题目。

三、对个人从事工作的本行业发展远景预判：

20xx年远往，面对20xx年，房地产市场将会比20xx年要理想，房屋买卖政策会给该行业的职员带来迷雾和压力。政策不好的态势下公司应该更加注重人才培训，素质培训等等。

个人对本行业发展远景的预判如下

开发商自然是房产行情低靡最直接的影响者，由于房地产是资金密集型高的一个行业，所以楼市销售不景气将会直接影响到开发商的回款压力大;其二便是存量房会相继出现，其三开发量的减小，其四销售成交量的萎缩。个人根据网上的一些分析及判定：在房价过高的今天，房屋销售压力并未得到缓解，同时又无明显的价格下降趋势下，房市的复苏之路显得极其艰难，至少需要两年市场才有会全面复苏。

作为房地产销售职员，我会乐观的往面对现状，用更多客观的例子，全面理性的分析，促进成交，并深信房产市场会逐渐走向好的趋势。

四、20xx年的个人工作目标：

明确的目标，才能有的放矢的开展自己的工作。2024年到来，专心做好工作中的每一件事情，有效地完成每一项工作，全面进步自己各方面的能力，并为公司发展效力。

在新的一年开展的工作中，积极配合公司完成各项任务指标。当然，在能力方面，我还需要进步，以达到我们团队的目标逾额完成拿到集体奖

集体奖军是每一个渴求成功人的梦想，对于团队中的每一个成员，我充分的相信他们的能力，也肯定他们的目标会达成。这个目标一方面是对自己的激励和鞭策，另一方面是希看能通过自己的努力为公司创收，这是我极力渴求的，并随时把目标放在心上，目标与行为共同起步!

20xx年全年工作计划

目标与计划同行：

1.进步自己各方面综合能力。主要是加强销售技巧的进步

2.平时多学习房地产专业知识和市场政策知识，提升专业形象

3.每周或半月一次市场调查，做到知己知彼

4、积极主动地完成公司的各项工作任务

5、加强团队协作力、共同进步

6、优秀的执行能力

7、不断更新的销售技巧

五、对公司的公道化意见及建议：

公司在我心中的印象一直是非常好的，有那么多完善的治理制度，并且很务实，以及每周或每月的学习日培训等，都给予每一名员工精神粮食。但专业知识方面，我们的确还需要加强学习，在此希看公司能给我们提供更多的培训机会，主要是户外拓展培训、房地产相关政策、金融、经济等，以这样不断学习和进步的专业知识，定会促进员工销售能力的提升，员工的提升也就是公司发展的财富。

第二，增强企业文化体系，形成核心的企业精神和价值观，可从以下几方面做进步，仅供参考

1.服务是销售中最重要的一个环节，做好服务工作，便开启了客户与我们之间的一道信任之窗。每月公司都会做客户满足度调查，在此基础上可以设定服务明星，让得分最高的置业顾问或项目夺得，可以用锦旗，也可以用服务明星牌来以示鼓励和表扬。

2.公司可在年终时设定优秀员工奖，全勤奖，年度销售冠军奖等，对辛勤工作了一年的员工们作出表扬和慰藉。

3.组织销售职员到一些成功的房地产公司进行学习。

4.建立公司网站，进步对外的形象宣传，也方便各项目与公司的信息交流。

5.在条件答应范围内，可创作企业期刊，提升着名度，同时也让有才识的同仁展现自己。

6.在闲暇之际，可考虑以公司或项目的名义为所在区域做义工，提升公司或楼盘的形象。

7.公司可将发展中的每一年作出一个方向性的规划，如服务年，创新年，品牌年等作为企业的发展航向。

**销售述职报告 篇三**

总：

您好!

近两天仔细看了一下黑龙江、吉林两市场的销售报表，同时与a市场销售现状进行比较分析，我认为黑、吉两市场近两年来销售业绩始终上不去的主要原因就是近两年来没有跟上公司新品推广的步伐，新品拓展乏力，难以上量，再加上新品的拓展不力，黑、吉两个市场已很难跟上公司高速增长的步伐，并由此导致其在产品结构、销售网络、销售人员上出现一系列问题。

一、产品结构不合理

目前，黑、吉两市场产品结构均不是很合理，老产品销售占比过大，新产品销售占比

过小(注：新品指的是近年来我司推广的产品如k产品、s产品、f产品等，其余产品则定义为老产品)。20xx年1月至7月，黑龙江新品占比为27%，吉林新品占比为24%，而a市场目前新品占比则为47%，也就是说销售业绩的增长差距主要是由于新品的销售额差异带来的。黑、吉两市场几大类主销老产品(水、奶、碳酸)近两年来一方面由于市场竞争激烈，另一方面由于经销商、业务员的销售压力过大(由于新品不起量，所以只能一味压老产品完成公司下达的任务)，导致老产品价格越卖越低，各级经销商单位利润也越来越薄，经营积极性下降，使销售额迅速下降，由此引发恶性循环，从而导致市场销售增长乏力。纵观我司近两年来销售大幅增长的地区，都是由于新品推广得力，销售迅速上量带动老产品销售增长(至少维持不负增长)，以实现销售的大幅增长。因此，不改善目前的产品结构，整体销售上量就是一句空话。

二、销售网络比较脆弱

整个销售网络的建设必须是以有利润的产品同时有相当销量的产品为基础的。一个市场所有产品销售，销量大如果利润薄或者产品利润好但销售量小，都会导致整体利润偏少，不足以满足经销商生存发展的需要。各级经销商不赚钱或赚钱少都会导致忠诚度下降，对公司的指令执行度下降，整体公司对网络的控制力大大削弱。在经济浪潮涌动的今天，没有足够利润的旺销产品作基础，任何形式销售网络的建设都是徒劳的，即便建起来也是相对脆弱，经不起目前残酷市场竞争的考验。

三、各级销售人员信心不足

由于销售乏力，产品不上量，整体销售人员压力较大，收入较低，存在付出与所得不符的现象，从而导致营销团队整体面对自己的落后根本没有信心赶上去，什么都怕做、什么都懒做，这种工作状态肯定不会改变目前的销售局势。

因此，务必要打开一至两支新品，使其持续上量，进而减轻销售压力，逐步实现老产品价差维护，最终新老产品同时上量，摆脱销售困境。通过近两日的销售报表分析结合a市场新品推广的实践经验，提出以下销售建议：

一、新品推广的可行性分析与推广策略

1、目前新品推广的不利因素

整体广告资源不足

由于错过了最佳推广上量时期，公司大量的广告资源没有共享，目前单靠一省的广告资源难以实现短期广告轰炸上量。

各级经销商、业务人员信心不是太足

由于k产品、s产品在该市场已推广两年都没有上量，同时去年推广f产品又失败，导致目前该市场所有人员在新品推广上存在畏难心理，不敢勇往直前。

2、新品推广的可行性

有一定的市场品牌基础

我们的品牌应该说在东北是家喻户晓，东北人还是比较认可我们的产品的，同时乳制品在两地的销量还比较好，应该说有较好的品牌基础。另外，截至7月，黑龙江新品销售8772万，吉林6582万，相当于a市场20xx年底的水平，应该说有一定的市场基础，整体在市场上还能卖，只是处于一个销售瓶颈，目前必须突破这个瓶颈，只要方法得当的话，在2024年就能快速上量。

整体上新品销售向上发展的空间比较大

以黑龙江市场为例，哈尔滨(含市区、郊县)人口有xx00万，经济状况也比较好，而新品销量仅有2842万，同比a市场某区域的人口仅有650万，经济状况应该还不如哈尔滨，但到7月份新品销量就达到了1xx70万，因此我觉得市场容量还是有的，拓展得力的话，整体新品销售大幅增长的可能性比较大。另外，根据齐齐哈尔、大庆、黑河、鸡西、佳木斯等地的人口与经济状况，新品的销量也不应该仅仅是目前该市场的这个量，有大幅增长的空间。

各地区新品销量增长不平衡，二级市场、县级市场有增长空间

从报表中看出，两地新品销量基本集中在省会城市，其他地级城市、县级市场的新品销量非常小，可以说基本没怎么推，但从a市场的新品增长来看，农村市场的潜力还是蛮大的，应该进一步把他挖掘出来，做到“小河涨水大河淹”。

3、推广策略

主抓人口多、经济基础好、易上量的地区，促使短期上量，以起到样板市场带动的作用。

由于黑龙江相对a市场来说，面积相对较大，人口也相对分散，因此不可能像a市场这样主推省会，而后通过自然辐射影响到各地级市(由于a市场地区之间距离较近，因此相互之间的影响也较为直接，不少地级市就是由于省会的影响，县份新品逐步起量的)。同时考虑到主推新品快速上量，因此要选择已有一定新品基础，人口较多，经济状况较好的地区予以重点突破，就黑龙江市场而言，哈尔滨(含市区、郊县)、齐齐哈尔、大庆、黑河、鸡西、佳木斯等几个地区初步具有以上条件，可以先在这几个地区集中优势资源同时推广。如果以上几个地区在春节前能打开市场，对其它市场也是一个榜样，新品销量会在短期内上升。

通过渠道优势，开发县级乡镇市场，扩大新品销售面，增加销售品种

县级乡镇市场人口多，有一定的消费力，相对城市市场竞争小，较封闭，且我司渠道优势在乡镇，我们可以通过我们的渠道向乡镇市场推广一些当地能消费的产品，如塑封小瓶装的k产品、s产品等，增加销售品种。

县份市场消费者到了春节期间一向有整箱购买的习惯，如果从xx月开始培育，春节的量会非常可观。

在目前销售品种上增加适合及市场消费的新品

由于，k产品、s产品已推广两年，如果各地区推广不当，已将市场做成夹生饭(如价差体系不合理、由于质量问题或口感，消费者不认可)，就要换产品操作，新品利乐包l产品是一个不错的选择。由于以前黑龙江市场奶制品的接受度比较好，只是近年来由于包装、价差等原因导致销量下滑，但消费者还是认可的，l产品的内容物和奶制品一样，所以消费者口感上应该能接受，而且其基本上是整箱销售，短期内易于起量，如果公司能在春节前加大广告、拓展以及人员促销的投入，我相信在销售上会有一个飞跃。

4、具体操作：

首先、各地区分析一下自己近两年来推广新品的得失，新品不上量的主要原因在哪里，自己市场的渠道优势在什么地方，推广哪种新品更为合适(一般来说，奶饮料基础好的地区推广k产品、s产品更为容易些)，最后确定主推新品。

一般来说，新品上量与否大概有以下两个方面的因素：

消费者是否认可该产品，也就是是否愿意买我们的产品

这里首当其冲的就是终端零售价问题，也就是该产品的性价比如何，消费者能否接受。以s产品北方市场为例，我认为s产品的零售价最好小包装定位在5元/排左右，大包装定位在7.0—7.5元左右，要是零售价定位过高，就会影响县级乡镇市场的销量，人为缩小销售面，影响新品在乡镇市场的上量。

其次，是口感问题，当地消费者适不适应该种产品的口感，这可能通过口味测试与长期拓展活动来验证，像我司的绿茶口感在河南就不是太适应导致销量滞涨，红茶今年在河南得销量就突飞猛进，直线飚升。

再次，销售包装问题，也就是消费者对该产品的购买习惯，比如利乐包是整箱销售居多，配置奶制品以整排的消费居多，这和以后的拓展促销有很大关系，是我们以后在通过拓展活动来影响消费者购买习惯的依据之一。

谁来卖以及是否主动卖的问题

首先，要有合理的价差体系，保证各级经销商赚合理的利润，但也不可过高，过高就会导致最终零售价过高，消费群体受局限。

其次，要有足够的销售面

如果销售面局限，像s产品若只能在城市里销售，而不能将销售面扩大到乡镇，肯定会影响销量的上升。另外，市场铺货率、占有率不高，也直接会影响到销售面，最理想的销售面应当是在整个区域内让潜在的消费者能随时随地买到我们的产品

最后，是能否主动卖的问题

这里涉及到销售压力的问题，a市场2024年初的s产品，市场上好多零售商都是几排或一两箱的存货，这样一导致市场旺销氛围不够，不能激起消费者购买欲望，二是由于存货少，零售商没销售压力(不担心卖不掉，过期)，不肯主动推介，这样也在很大程度上影响了s产品的销售。

后来，我们在主推市场上进行了8000多家的该产品的整箱陈列(30件以上，陈列出来，适合有一定基础的市场)或空箱陈列(适用于市场基础不好的市场，不能一次性接那么多货的市场)，整体上加大了市场上终端商户单点的存货量，加大了零售商的销售压力，由于卖得多了，利润多了，他们也把该产品当作主销产品来推介，同时也营造了市场上s产品的旺销氛围，20xx年春节期间便创造了单月70万件报站量的战绩，一举提升了渠道信心，以后每月基本稳定在50万件左右。一旦销量上去了，二批商、经销商利润也增加了，他们也会把s产品当作主销产品去维护，也会导致量的提升。

分析过后，第二点就是要各地区根据以上两个问题进行自我分析，找出问题所在，制定合理的渠道措施与拓展措施，确定可操作性，上报分公司备案执行。

第三，建立一支督察队，监督到位，保证各地区能按上报方案措施执行。

以上若执行到位的话，新品推广应该有一定的成效。

二、老产品的维护

在新品的推广成功提升销量减轻销售压力的基础上，应逐步注重老产品的维护。近年来，东北市场老品负增长过大，也是影响市场整体增长的一个重要因素。

一方面，新品与老品在单件利润上的差异，导致经销商、二批商看中新品的销售，从而使资金、精力流向新产品，从而忽视老产品的销售，导致其销售下滑;

另一方面，新品打不开，经销商与业务员销售压力过大，为完成任务拼命压老产品，导致老产品价格越卖越低，各级经销商价差也越来越薄，经营积极性下降，销售反而呈下降趋势。如果新品推广成功的话，业务人员销售压力减轻了，我们也可采取逐步提价促销的策略来提升各级经销商的价差，提升其积极性，同时由于不采取单阶段大量压货以维持销售任务的完成，产品逐批进货，批号也会好一些，销量自然会逐步增长。

而且，新品销量上来后可以对经销商或二批商有要求，要经营新品必须保证老品的销售量。同时，由于我们目前产品太多，我们在以后的新品运作中可以另外找经销商操作，不影响其资金与精力，也会在一定程度上使其注重老品销售，保持其稳定的销量，以维持其经营利润。

三、人员激励

在内部实行优胜劣肽的考核机制，鼓励先进，鞭策后进，在市场内部形成竞争态势，使其主动地向着超额完成任务的目标前进，改变以往信心不足，被动销售的工作状态，从而保持销售人员积极向上的士气，最终目的是实现销量的大幅增长。

四、网络整顿

关于一批商，黑龙江目前有57家，由于我们公司目前有这么多主推品种在运作，资金、运力、人力估计会有问题，从数量上说肯定偏少，保证金到位率偏低，完成任务靠目前这些经销商肯定是有难度的。但从目前状况来看，新品没上量，老品没利润，整体经销商的利润已经偏低，此时若再开一部份客户，划小区域或分产品都会导致经销商利润进一步下降，进而忠诚度下降，对公司的指令执行令降低，短期内对销售影响较大，因此目前稳定经销商网络，提升其经营新品信心，配合我们打新品是目前网络整顿的重点，肯积极从人力、运力、资金方面大量投入配合我们打新品的我们积极予以扶持，不愿配合的我们则另找新品经销商，维持其老品经销商权(前提是不负增长)或进行分产品经营。日后等新品起量后，经销商整体利润有了较大提升，我们再根据经营思路、经营范围、经营品种、资金投入、运营实力、网络覆盖情况、与公司配合情况重新对一批网络进行调整，具体方向是城市市场分区域操作，县级市场分产品经营(面积大的也可考虑分区域操作)

关于二批建设。由于目前要稳定一批商网络，那么弥补一批商资金、运力、人力不足的任务就要落在二批网络上，我们目前不能盲目的增加或减少二批商的数量，数量不是衡量网络建设的唯一标准，而是最终要建成能直接辐射至终端的二批网络，二批负责区域的大小没有固定要求，而是根据其资金、运力、客情、能控制终端的数量来确定其区域大小，有能力的区域大些，实力差的区域小一些，实在找不到二批的可以采取一批直控补充的形式。具体在运作上，我们可以通过在xx月、11月两次订货会上，确定二批所能控制的终端，根据目前二批的控制范围初步划分区域，而后再逐步进行调整，二批建设工作要在日常工作中不断完善，这样才能配合经销商打开新品，可以说他和打新品是同步进行的。

关于县级、乡镇二批网络的建设。由于黑龙江很多地方乡镇之间距离较远，以行政区域划分，公司及经销商送货成本会提高，有些地方还没法送，因此原则上二批尚的建设在能满足公司资金、运力、人力配置的情况下以货物自然流向为划分区域的标准，最终达到县级、乡镇网络能覆盖到黑龙江省47个县、64个区、464个镇、480个乡、9xx7个村的目标。

以上是我对目前黑吉市场的操作思路和想法，只要逐一把问题解开，我相信并且坚信能突破销售瓶颈，能迅速扭转目前该市场的这个局面。

**销售述职报告 篇四**

亲爱的同仁们：大家好!

我于应聘进入新阳光地下商场，从基层做起，着手开始基层的现场管理及办公文件的整理和收发等事务，随着工作深入担任了运管管理部经理的职务，xx年随着商场规模不断的扩大和企业的发展，我有幸成为副总经理，我所涉及的业务工作更加广泛。在过去的时间里，从最开始的初来乍到到现在的初窥门径，我学到了很多我所匮乏的东西，也对这个行业有了深入的了解，在此我将对自己所做的工作进行详细的阐述：

日常管理工作：

1、人员管理：每天日常的巡场，检查员工行为规范、员工的业务知识能力及员工的招商工作状况等，及时指正员工不当的行为。对于不合规范的经营方式的活动展示牌及时发现并整改，监督员工的出勤及在岗率，避免漏失厅内的管理、销售及招商。

2、针对员工在工作中出现的共性问题，进行整理归纳，利用每周一、三、五开会时间进行着重强调，督促员工有则改之无则加勉。针对处理不合理的事件在会上进行研究，找出最佳解决方案。对于相关业务知识能力也会抽出有效时间集体进行培训，重点内容通过考试形式进行检验，帮助员工扩大知识面，提升自身的综合素质，成为一名优秀的管理人员。

3、妥善管理新进员工及离岗人员，尤其对于提出离职人员及时了解其心理动态，在不违背原则的情况下开导员工留任原岗位或调岗，尽可能减少运营管理部人员流动，保证商场有一个和谐、良性的发展。对于新进员工的要求严格把关，并协助其做好进场的相关手续，随后进行业务知识、规章制度、工作流程等内容的培训及考试，保证新员工的各项基本工作可以顺利完成。

4、商场的最终目的是有一个良性的发展空间，从人员管理到店面管理最终都是为良性发展做准备,只要经营者有利润，才能达到最终目的，根据当地的风俗习惯和重要节令、在中厅有针对性的进行有奖促销活动，以更好的提升销售。

5、 装修管理：协助保卫部、设备部与进场装修人员进行前期沟通，装修时现场监督，发现问题立即指出，并对相关装修要求和注意事项随时给予提示，尽量避免不符合要求的情况出现，要求装修做到无异味，无噪音，无灰尘。审查其装修图纸，约定装修日期，核定用电流量，审批装修防火材料，对接相关装修工作，帮助办理装修审批手续。6、为打造一个和谐共建的商场，每日从考勤经营者的出勤率开始，规范业户的经营方式，坚决杜绝迟到早退，叫喊叫卖，悬挂自制pop，超摆超放，播放迪曲，办理进退户手续，核算各种费用，延时手续，装修结果的验收，投诉的处理与协调，漏水点的观察和配合维修，配合收取管理费用。

7、能够营造良好的商场购物环境是作为一名管理人员应尽的职责和义务。未经商场允许商贩在商场内肆意兜售商品的行为本身已经严重影响商场的形象，督促管理人员对待此类事件一经发现，严肃清出场外。同时为保证商场内的环境卫生，散发与商场无关的宣传单如有发现，立即进行制止与清场。

8、一个大型商场不仅在管理与经营上做到井然有序，安全消防工作也是重中之重。确保每一名业主和消费者的生命财产安全，安全消防工作必须做到位，落到实处。这就需要本部门配合保卫部向占用消防通道和遮挡防火门经营业主进行解释，让其学习到安全消防知识，意识到安全消防的重要性，并且做好安抚工作，保证与业主的良好沟通。

9、在商场进行正常的经营管理时，常常碰到顾客过来投诉的事件。商场只有协调的权利，没有执法权，所以这要求我们得有极高的职业操守，和化解矛盾和处理技巧的能力，我部门采用个性化处理投诉办法，在管理权利的范围内适当的对顾客进行说服，同时也要考虑到业主的经营方式方法。因此采用一对一的模式，与顾客与业主在不同场地同时进行协调，为双方争取到最大的让步，使得问题达到圆满的解决。

企划宣传：

在日益激烈的竞争中，打造商场的品牌效益，树立良好的企业形象，商场的企划宣传必须落实到位。有效的营销不仅依靠新颖的创意，更需要强有力地执行与规范操作。对商场的企划宣传方面主要采用媒体投放方式。媒体投放主要以配合阶段的活动和节假日商场促销为主，以自有的电视广告，广播为重点，派专人制作精良的ppt、ps广告等。选择当地四家重点报纸(大众信息、四海传媒、供求世界、都市导航)进行活动与促销宣传。 商场内外氛围包装。相较于商场外部氛围的包装，商场内氛围的营造显得尤为重要。每逢节假日，学生放寒暑假，都是商场客流的高峰期，这就需要迎合当前促销主题。为了更好的诠释和演绎促销主题，严格进行对颜色、图案、造型和材质方面的设计和筛选。商场内各个位置的装饰改造，广告设计样式及悬挂，都指派相关人员实施进行。

招商管理： 1、 商场的发展，店面的增多，对于我来说是一个极大的挑战，由于尚志市整个市场的经营范围及销售店面的增多与现有消费群体较两年前比较，比例出现稍许失衡，店面的租赁出现困难，租金有所回落，在上一年度租赁期没有结束前由于效益不佳，经营业主纷纷弃店而走，为保障招商工作的顺利进行和店面的饱和度，必须拿出最可行的实施方案。可理的租金定位，和果断的招商手段使得xx年11月份300多个店面续租这项工作，在领导的英明领导下，基本取得圆满的成功。

2、对由房主买断的店铺出现的空铺状态，部门内部开会针对各空铺的情况进行介绍和研究，责任不只落实到招商人员，而且发动运营管理部全员进行招商，做到每区的管理员就是本区的招商员，将自己作为投资者的理念去推销介绍，效果非常不错，对接成功近20间店铺。

3、做好商业氛围的宣传，将各梯口充分发挥商业用途，对外进行招集有宣传意识的商家，而且要对到期的广告位做好记录工作，并做好广告宣传内容的破损工作的监督和维护工作，这就需要招商人员确保与商家的良好沟通。

工作中亮点和不足：

亮点：

1、培养专业人才，根据新进人员的特点和拥有的某种技能，安排相应的岗位以符合岗位需求加以锻炼和培养。同时对现有不同性格和能力的员工布置任务时，分出重点和细致交待。避免在工作中走型，走样。

2、细化经营质保金，不需要做到无纸化办公，但要充分发挥现代实用的开发管理软件，将每间店铺都量身订制了一个进退户质保金的小单元，必须录入电脑，做到规范管理。

3、引导业户装修向高档次发展，三期去年第一年开业，业户装修上不敢投入太多，经过优胜劣汰，对新进业户装修时，引导业户向商场内现有装修高档学习，只有这样才有市场。另外，领导给机会到其他商场学习时将自己认为装修、设计及货品摆放较为精典，值得学习的店面，用jpg的方法记录下来，考察后，让业户学习和效仿。以此来提升商场的整体效果。

不足：

1、跟经营业主的沟通还有待加强，前期主要局限于漏水点、费用的缴纳，租金的沟通，对于人员经营相关的沟通有所欠缺，在沟通技巧上也表现不足。所以，现在要做的就是多于业主接触，，与业主建立共存体系，加强感情联系，让业主了解商场的制度与管理方法，使政策、客诉等能更快更好得到实施和处理。

2、提升敏锐度，对业主和员工的不规范的经营和不良行为和语言要有敏锐度，将不良因素和思想消除在萌芽。

今后的工作计划：

1、把自己放在更高层次去要求自己，努力把自己向着全面性人才的方向培养，尽早让自己学会独立处理商场一切事务，为总经理分担些许肩上的重任。

2、培养员工的汇报意识，每项工作都要有安排，有落实，有汇报，随时掌握厅内的各项工作，以便下一步工作的开展。

3、向管理要效益，通过管理提升商场的品牌，提高产权价值，让店铺在本年度续租时，在租金上有一个质的提升，让投资者拥有足够的信心将我们商场做为长期持有股来投资。

4、培养整体观念和合作精神，克服本位主义倾向。 增加员工之间的互谅互让，培养员工之间的友谊，满足员工的社会需要，使员工提高工作兴趣，改善工作态度。

5、加强我部门与商场各个部门的紧密联系。运营管理部能有今天的成绩和各部门的配合密不可分，才能保证各项工作在各部门的配合下有序进行。正所谓众人拾柴火焰高，只有团结的力量才能抵挡今后商场面临的种种挑战。所以在今后的工作中更应紧密加强各部门之间的合作。 在过去的几年时间，曾流过辛勤的汗水，也流过激动的泪水，正因为经历了这点点滴滴的酸甜，才让我不断成长着，进步着。所以，我热爱这份工作，希望自己今后能快乐着工作，同时也能在工作中找到更多的快乐!更多的自信!更多的成功!

**销售述职报告 篇五**

尊敬的公司领导及各位同仁:

你们好!

xx年即将过去，伏案沉思，一年来，作为城区营销部负责人，以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，在局(中心)的正确领导下，认真贯彻执行上级下达的各项方针政策，始终坚持以经济效益为中心，以“决战网建”为动力，竭力追求“三满意”，加强部门管理，脚踏实地，不断学习，与部门员工齐心协力，较好地完成了公司下达的各项指标任务，主动向“市场经理”转型。现将我一年来的工作、思想、学习等方面汇报如下，请领导审查：

一、 以经济效益为中心，较好完成各项指标任务

1、 脚踏实地，确保目标任务的完成

随着网建工作的不断深入，访销员向客户经理过渡，如何在这种职能的转变中不影响销量完成部门目标任务，是我今年思考较多的问题。在局(中心)的正确领导下，我带领部门员工转变观念，学习上海烟草人“与时俱进、锐意进取、敢为人先、争创一流”的精神，严格执行营销科的每个销售策略，在深化服务的同时脚踏实地确保销量。首先合理地制定营销计划，将部门任务科学合理地分解到每位客户经理头上，提高了客户经理工作积极性;并利用早会总结安排、要求客户经理随时对比客户销售周期变化，在拜访中帮助客户清理库存、抓住促销机会加大宣传力度、及时补货等措施，以“不放过一个销售机会”为口号,通过细化销售工作中的每个环节，既保证了访销员的职能转变，又没有影响销量：今年1-10月完成总销量30519.21箱，占计划的99.41%，比去年同期上升2857.07箱，约9.39%。

2、 抓落实，花大力气做好品牌培育工作

(1)随着工业企业的不断重组和品牌的不断精减，现市场供需矛盾越来越突出，我深刻认识到要解决这一症结，必须做好目标品牌的培育与推广工作。根据局(中心)“三个方向两个重点”要求，带领部门员工抓住目标品牌宣传不放松，下苦功夫做好品牌置换与新品牌的上摊工作，通过统一口径宣传、零包上摊、每天早会重点强调、选择重点经营户以点带面、借助促销活动扩大影响力及客户库存量等手段进行，并要求客户经理站在客户利益角度做好解释工作，将行业信息带与经营户，使他们转变观念，互动起来做好品牌培育工作。通过这一系列积极的工作，使“时尚宏声”、“醇香红梅”等品牌成功置换了“盖红河”，减低了市场压力，提高了客户满意度，前者更是由最初的 1548条上升到如今的10642条;“红白盖天”上摊率达90%以上，其它目标品牌上摊率也达到分公司及局(中心)要求。

(2)加大重点品牌宣传力度。重点品牌是公司利益的支撑，我作为城区市场经理更是时时以提高重点品牌销售为目的，要求客户经理将重点品牌溶入到每天的拜访和客户分析中，见缝插针地宣传。不仅如此，更是要求客户经理熟悉各品牌毛利，有针对性地宣传高毛利品牌，尽最大可能创造更大经济效益。1-10月部门创利占全公司的44.79%。

二、 以“决战网建”为动力，狠抓基础工作，提升服务质量

1、严格要求，提高各项基础工作质量

我深刻地意识到，上海网建“精细、严谨、扎实、创新”的作风贯穿于工作的各项环节中。因此我首先严格要求自己的营销报告、早会记录等基础工作的规范化和标准化，并在不断的学习与总结中提升质量，带领整个营销部做好网建基础工作，使雁江城区营销部的网建基础工作水平始终保持在全市前列，并得到省、市网建检查的一致好评。

2、 做好电话订货初期摸底工作、电子结算推广工作

作为城区市场经理，我一刻也不敢放松电话订货、电子结算工作的推进。带领客户经理收集客户基础资料，做好卷烟销售系统信息维护，确保了电话订货软件正常运行。采取深入细致的宣传工作、紧俏品牌的吸引、耐心周到的服务等措施，大力发展电子结算，距今发展在线代扣 604户，圆满完成局(中心)下达的40%(600户) 指标。并在提升入网率的同时积极反馈结算中存在问题，加强与银行方的联系，做好客户思想工作，努力提高结算成功率。

3、 竭力追求“三满意”，大力提升服务质量

从以销量为中心到以客户为中心，营销部职能发生了根本改变。我深刻意识到客户关系管理是提升网建质量的关键，带领客户经理随时随地处理好与客户关系，倡导“服务他人,快乐自己”的服务理念，真心为客户：一方面积极配合厂方进行品牌宣传活动，并及时反馈销售信息，使各厂方业务员与我们合作愉快;另一方面想尽办法为零售户排忧解难，妥善处理客服矛盾，使经营户与我们的心贴得更近了。现客户满意度调查城区平均分值达到70分以上，其中不满多为对紧俏品牌供给不足及赢利方面，对我人员无不满现象。

4、 强化专销结合工作，确保专销结合落到实处

要实现“决战网建”的目标，专销结合是关键。作为专销结合会主持人，我严格按公司要求坚持一周一次召开专销结合会，与呼叫中心、稽查中队、配送中心负责人互通信息，并做到有记录、有分析，有措施，有结果。在平时也与各部门密切联系，及时处理突发事件，并制定“有问有答”制，真正做到发现问题解决问题。树立“全员专卖”意识,要求客户经理将自己在经营管理和服务中掌握的市场情况及时提供给稽查员，互相配合净化市场,提高市场占有率。

三、加强内部管理，促进客户经理的转型加强管理，规范客户经理行为，确保工作的到位也是我今年工作的重心。

观念的更新是首要因素。我首先将自己获取的相关知识通过各种形式传达给客户经理，使全员转变观念，培养工作自觉性;其次通过跟访、市场检查、平时工作调查等形式规范客户经理拜访行为,并分析各客户经理工作中的亮点与不足，宣扬亮点、指导不足，尽量使全员业务素质全面提升;为使客户经理拜访真正有价值，我通过实际跟访寻找最适合的拜访方法，拜访由最初平均每天普访40户到如今每天40户分重点和侧重点，这样既保证了客户经理每天的拜访频度，也降低了客户经理说话疲劳度，杜绝了走马观花现象，提升了拜访质量;强调临江片区客户经理在提升拜访质量的同时做好转供户管理工作;要求餐饮组在对老客户访销服务到位的情况下大力发展新市场，减小市场盲点;重视客户投诉，特别是紧俏货源分配上加强管理，将之与客户经理工作质量结合，如查实严惩不待。加强自我督促，部门全员合理制订每日、每周、每月工作安排，互相监督，使工作逐渐向程序化发展。通过一系列管理措施，使客户经理基本知道应该做什么、怎样做。

四、 加强学习，提高素质

我深知，“网建学上海”，学的不仅是“形”，更重要的是“神”，要达到这一高度，真正成为一名“市场经理”、“客户经理”要的就是不断的学习与积累，提高综合业务素质。为此，我制订了每周五召开部门会议，会议内容主要包括传达文件、市场分析、学习业务知识等，这一固定模式的建立提高了全员综合素质，培养了良好的学习习惯。通过这些举措，我部门忧患意识较高，素质有所提高，学习习惯有所加强。我并利用业余时间通过网络、杂志了解行业动态，学习收集营销知识,边学边做,边做边学,努力向“市场经理”转型。

五、 爱岗敬业,遵纪守法，起到了党员的先锋带头作用，增强了部门凝聚力 我认为，一个人只有对自己的企业，对自己从事的工作抱以极大的热情，才能极大地发挥潜能，为企业创造更大的价值，并在工作中找到乐趣。我正是用这种心态面对自己的工作和企业，按照市场经理的职能职责严格要求自己，尽心尽责做好本职工作;当个人利益与公司利益发生冲突时，毫不犹豫放弃个人利益。针对城区营销部以女职工多的特点，我正确处理好相互之间的关系。首先以身作则，遵守各种规章制度，起到良好的带头作用;不拉小团体，任何人违反原则，绝不袒护包庇，正确处理，但在他们有困难时，又积极给予帮助和支持。通过这样的举措，把一个纪律严明、客观公正但富有人情味的部门规则烙在大家心里，规范了全员行为,从而增强了团队的凝聚力，提升了整体战斗力。作为一线销售部门负责人，“五条禁令”更是牢记在心，从未收受厂方任何馈赠，无愧于心。今年，我已正式成为一名光荣的中国共产党员，始终以一个优秀党员的高标准来要求自己，廉洁奉公、严于律已，起到了党员的先锋带头作用。

六、存在的不足

虽然不断学习，但要成为一名合格的“市场经理”还有一定距离;做事认真但思维还欠缜密;干劲足,但创新意识还较少。

七、今后的努力方向

1、继续加强学习，重“内涵”，主动转型，迎接挑战;2、加强动脑思考能力，在工作中多想办法、出点子;3、加强组织协调能力;4、带领员工提升服务水平，帮助客户赢利，提高客户忠诚度;5、继续加强目标品牌培育工作。

**销售述职报告 篇六**

一、销售任务完成情况

1)、\_\_年我共完成销售收入137.39万元(不含\_\_\_\_\_、\_\_\_\_处)，毛利润14.06万元，占公司目标任务的7%，毛利润的7%。

2)、结合销售部工作安排，每位新员工都有指定老客户，我主要负责\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_公司共五个单位。各单位的产单情况如下：

\_\_\_：98.03万元，毛利润10.08万元; \_\_\_\_14.36万元，未回款;

\_\_\_\_\_3.78万元，未回款; \_\_\_\_\_\_厂未产单。

其它：373460元，毛利润3.75万元

\_\_年共拜访新客户为十家，参于报价为二家，分别是\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_\_\_，但未产单。

2、 销售工作总结、分析

1)入职感言。在销售岗位上，首先我要提到两个人一个是曾经的销售总监\_\_\_经理和现任销售部\_\_\_经理，我要非常感谢她们俩人在工作上对我的帮助。因为\_\_公司经营模式的特殊性，我们并不是在市场上陌拜或自己寻找目标客户，而是主要针对\_\_\_\_这个行业开展销售。初期在接触油田销售时，对产品知识和油田情况知识的缺乏，我的工作可以说是非常置后。前两个月，我都是在\_\_\_经理和\_\_\_经理的带领下学习产品知识、了解\_\_\_客户、分布情况、销售技巧、谈话方式、工作中应注意的细节问题，因为有了前期这些经验做铺垫，所以八月份我才能顺利的独立在\_\_\_\_开展工作。

整个学习的过程，可以说完全是两个领导言传身教的结果，但同时也反映出公司在销售员培训资料方面很不完善。我所经历到的每一个企业，无论是国营、私有还是合资，大到企业小到部门都建立了各自的培训资料、培训计划，每一次的培训考核也都在员工的档案中体现，做为员工、部门经理、培训总监日常和年终的考核标准。而在\_\_\_公司，在这种有针对性行业销售模式下，我们连基本的行业客户培训资料都没有建立，就连客户的单位、地址、姓名、性别、以及门牌号都是到现场个人临时记录;其二，没有专人做入职培训，新工收到的仅是一张过期的公司简介和一份未修正完整公司制度，对于产品知识也是让员工自己在官网上看。我坦言，公司的老员工都不一定能熟知公司的各规章制度。那么真正有实力又追求不断进步的新员又如何会接受一个管理置后的企业呢。建议公司尽快完善。

2)职业定位。6-7月份入职，我的工作主要是销售兼行政。由于对\_\_\_客户及公司产品的陌生，我无法专心兼顾两边工作，结果无一样干得有起色。公司8月份进行了调整，我开始专心致力于销售工作。我认为销售员应该是一个有目标、有冲劲、积极、乐观向上的人，这也是我\_\_年到经达公司后对自己的定位，特别是看了一部叫《奋斗》的电视剧后，更坚信我的这种信念。内容讲的是：一个奋发有为的年轻人，有两个父亲，一个是企业家，一个是普通人，面对两种截然不同的生活，他毅然选择为了理想，顽强拼搏，坚持自我奋斗。让我从中得到很多启发。

销售员的一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。我没有丰富的销售经验，相貌平平、口才也一般，但我不会气馁，我对自己说，如果我没有别人形象好，那么我和别人比朴实;如果我没有别人口才好，那么我和别人比稳重;如果我没有别人经验多，那么我和别人比诚信;如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。总有一样，我不会输，总有一天我会受到客户的认可，我相信我能做到很好，因为我在努力。

人常说选择了这个职业，就要接受这个职业带给你所有的欢笑、悲伤。每一次遇到客户冷脸或发脾气时，我总是在心里对自己说这样的话。特别是在去年9月份\_\_\_\_\_\_万元的耗材单子上，由于客户为从中取利拒绝我已订下的\_\_\_\_纸时，两人向我发脾气，多次拒不收货，我前后跑了不下十次，每次都被顶了回来。我也是个火气比较冲的人，面对这样不讲道理的客户，有时真的是非常气愤，也想当场指责客户的不是，但是我不能，我始终保持笑容，尽量向客户解释，不使脸色，不顶撞客户，不卑不亢，维护客户及公司尊言。虽然事情最后还是公司\_\_\_经理出面解决，但是总算是克制住自己的臭脾气，做到了一个销售人员应该有的素质。同时也给了我一个教训，就是订货之前一定要和客户沟通。

3)产品知识。在产品知识的熟悉上自己也是慢了半拍，转正一个多月了还在向销售经理提产品知识培训的事，当然自己有惰性也是一方面原因。但另一方面由于公司运营机制和培训体系不健全，我们这些新销售前期均存在专业知识缺乏因素，有时在向客户推销时，不能很好的掌握产品的特点、使用方法，也常给客户造成不专业的印象。此时我总会找一些我新来的或是这是\_\_理的货，我只是替她送货的为借口。但必定不是一个好方法，长期下去总会穿梆。

在后期的工作中，经李经理指点，自己多看多问的，慢慢对部分产品规格、外形、价格也就慢慢熟悉了。但我有一个建议，一是，凡有关于新产品的发布或专业知识的培训会，多让大家参加，多给大家创造学习的机会;二是，就一些我们不常见不常用的产品，可以再送客户之前或者借样品对产品的功能和使用方法对大家进行一个培训。大的机器设备我们可以抛开不提，但一些比如小的录音笔、投影仪或者电脑上常用的vista系统等，我们有这个条件给大家培训，这样再和客户介绍，或教他们如何使用，也显得我们的业务技能专业些了。

4)销售意识。因为没有专业从事过销售工作的经验，此方面应算是弱项。另一方面前期给自己定的目标过高，刚一开始就觉得压力很大，每一天都是鼓足勇气、充满希望出去的，每天都是精神低落回来的。加上自己又急功近利，急于表现，反而事与愿违，没有达到预期效果。一段时间下来，难免沮丧。直到现在为止，我还认为自己不算是一名真正的销售。首先对销售员最基本的定位，我认为是有独立开拓客户的能力，可是半年下来，我只跑了10个新客户，只有2家参与报价，而且在我什么都不知道的情况下，客户单子就已经订了，为此我没少郁闷。在这期间我也要求过公司加强销售技能的培训，但是效果并不明显。记忆最深的就是\_\_\_经理组织的现场模拟拜访客户。我自己我也搜集了一些销售资料，甚至有一段时间每天晚上还抱着奥格曼狄诺的《羊皮卷》死啃一阵，不断给自己打气。但是\_\_年凭自己实力开拓一个客户的目标也落空了，那本《羊皮卷》也不知道被我撇哪去了。我也希望公司在\_\_年在销售技能上，比如：与客户的沟通技巧就包含与客户说话办事的尺度，谈判技巧，如何给客户一个好印象，如何打开一个僵局，还有销售员的成功案例、新业务员如何开拓新客户、销售中的一些策略等等。

5)重点客户的开展。根据所分客户实力划分重点与非重点客户，安排主次拜访。依次为：\_\_\_\_→\_\_\_\_\_→\_\_\_\_\_→\_\_\_\_\_→\_\_\_\_，对重点客户做到每周至少三次的拜访。我认为攻客户和制定目标是一样的，首先要集中精力去做一个客户，只有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

\_\_\_\_是我划分客户中分量最重的，因此放在第一位开展。在与\_\_\_\_\_的接触中，我前期一直是和\_\_\_经理学习，先勤拜访混脸熟，然后逐步了解客户的兴趣爱好寻找共同话题。在得知客户\_\_\_曾经也是做it行业的，对产品知识非常熟悉且喜欢\_\_\_\_的前提下，我以一个刚入行虚心学习、努力上进的角色进入\_\_\_\_\_，逐步从与\_\_\_\_师傅拉家常开始，与\_\_\_搭上话聊到他喜欢的话题——\_\_\_\_\_，循序渐进渐近的取得二人的好感，促进了第一张单子的成功销售。

其次，\_\_\_\_公司因为了解到是\_\_\_\_经理的同学，所以产单的可能性较大。我放在了第二位。同时\_\_\_\_和公司\_\_\_负责的客户在同一栋楼上，即可以搭伴，又可以相互协作，我俩决定共同开展对客户的拜访。由于\_\_\_\_公司采购负责人\_\_\_总与本公司之间的关系，我们很快取得了\_\_\_\_总的信任，并在公司的帮助下，首次与\_\_\_总签订了14.36万元的合同。虽然这笔款由于\_\_\_\_公司定货问题还未到账，但这是一个开始合作的良好开端。

在对\_\_\_\_\_公司的问题上，我本人是非常自责和惭愧的。\_\_\_\_\_公司工作的开展，是销售部\_\_\_经理带我熟悉的，单子的产生也是在她在带领下达成的。由于hp发货问题，一台hp5200复印机一直未供(现在已定货)，所以款还未收回。

\_\_\_\_公司是借助修机器与\_\_\_主任搭上关系的，也跑了不少次，动了不少脑筋，包括给他们教一些简单的电脑常识，但紧是这些还远远不够。\_\_\_\_主任对我的态度还是没有认可，每次试探问他采购都被直接回绝说没有。\_\_\_\_\_厂我没有去跑，一个是考虑到是新客户，另外考虑到近的几个老客户我都还没拿下来。

6)其他客户。销售收入中我有一部分是\_\_\_\_\_公司得来的，这也是前期在\_\_\_经理带领下努力的结果。由于后期\_\_\_\_\_被划分在\_\_\_名下，我主要是处理前期接的采购单子，并没有作为自己的重点客户在跑。后来，由于\_\_\_工作的特殊性，被公司派遣到外面协作\_\_\_\_工作。我觉得自己在这方面做得不好，应该以公司的利益为前提，虽然不是自己的客户，也应经常去\_\_\_\_走走，随时掌握一下销售信息，努力多为公司进每一笔单子。

7)工作中的不足。

a、我这人有些心粗，不太重细节，这个\_\_\_经理也曾多次提出过批评。这体现在给\_\_\_\_\_a27电脑的订货上。当时由于给\_\_\_\_\_总供的a27电脑主机有问题被迫重新采购，\_\_\_经理安排我定货，当时我一根筋就想着\_\_\_总是重要客户要尽快给他换货，却忽略了主机虽然坏了，可是显示器没有坏，可以和\_\_\_\_沟通，确定显示器是否也需更换。a27电脑给公司带来了三百元的损失，钱虽然不多，但是却完全可以避逸。其次，如果再有给重要领导采购的机器，我们是否可以先在公司先进行检测再送到客户手中呢。

b、在销售工作中也有急功近利的表现，不但影响了自己销售业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习、请教老销售员业务知识，尽快提高自己的销售技能。

c、\_\_\_\_单子的处理上。\_\_\_\_第一笔招标单是由于销售员\_\_\_在为客户维修机器时，受到客户认可而得到的信息。在为公用事业处招标单的问题上，我却和\_\_\_由于执行问题曾发生争执，这是作为一个销售员很不成熟的表现。\_\_\_经理对我们的问题进行了指正，事后我俩也都进行了反思，认识到了自己的不足，我也向\_\_\_道歉。凡事应该以公司的利益为前提，有公司才有我们个人。

d、一个完整的销售，不仅在于拉单，还要收款。我本人在催款问题上，不是积极。前期\_\_\_经理在销售工作会议上就提出过，\_\_\_经理也教育过我。我想在\_\_年我一定会做到很好，不让\_\_\_经理和\_\_\_\_经理为催款问题，再替我跑前跑后。

e、谈判技巧较弱。尤其是\_\_\_耗材单子的谈判上，本身自己也没什么经验，经几个人一起压我的价，\_\_\_万元的\_\_\_报价还不到9个点的毛利润;\_\_\_万元的\_\_\_单上我借鉴上一次的经验，利用两样\_\_在网上无法确切价格的基础上，将毛利润提到20个点，提高整个单子的点数，即便如此，谈判后我还是被砍掉了四个点。以毛利润近11点收场。

f、财务开票。年底确实浪费了二张发票，给财务工作也增加了麻烦，这一点我会再加强与客户的沟通，尽量避免发票浪费和给财务造成麻烦。

工作上的不足之处还有很多，和同事的相处上，工作的处理上，利益的追求上，都应该保持一颗平常心，要用健康向上的心态来对待。这一年我也经历了很多，工作上生活中，让我对人生又有了重新的认识，让我对人生目标也有了重新定位。总之，过去的都已经过去，开心的不开心的都已经成为历史。\_\_年我希望我们大家都可以过得更好!

二、\_\_年工作展望

公司在发展过程中，一直是保持着稳步前，不断摸索，不断寻找新出路，制定新规划的发展路线，我认为要成为一名合格的\_\_\_\_员工，首先要调整自己的理念，和\_\_\_\_公司统一思想、统一目标，明确公司的发展方向，才能充分溶入到\_\_\_公司的发展当中，才能更加有条不紊的开展工作。

首先，从理念上：我应该和公司保持一致的经营思想、经营理念，与公司高层统一目标和认识，协助公司促进企业文化方面的建设。

第二，收入上： \_\_年收入能较\_\_年(年收入\_万元)翻一翻，还有一定要评自己的实力半年之内开拓出至少一个新客户。

第三，意识上：无论在销售还是产品知识的学习上，摒弃自私、强势、懒惰的性情，用积极向上的心态，学习他人的长处，学会谦虚，学会与上司、朋友、同事更加融洽的相处;

第四，业务上：抓住各单位的关键客户和内线客户，了解客户的资料，如职务、兴趣爱好、家庭情况等，挖掘客户需求，投其所好，搞好客户关系，随时掌握采购信息。目标任务希望能做到\_\_\_万元，毛利润\_\_\_万元。

第五，生活上： 当然还是希望\_\_年能尽快解决个人问题，圆自己的梦，了家长心愿。

当然想法还有许多，还需要充分的考虑。治理公司和治理国家是同一个道理，只有公司好了，我们大家才会好，\_\_年我也衷心的希望\_\_\_总给公司制定更好的发展规划，带领大家走得更远!

预祝公司明天更辉煌!

**销售述职报告 篇七**

今年以来，在省公司的正确领导下，我公司围绕年初缪总在全省保险工作会议上提出的“江西国寿在全国不求最大但求最好,在江西既做最大又做最好”的指示精神,紧扣“富我员工，强我国寿”的主题，以提高公司创费创利能力为核心，积极做大中介、做强个险、做实短险、做细网点，取得了令人瞩目的成绩。下面我就本人近一年来所分管的工作向省公司党委、总经理室作如下述职：

今年，在市公司总经理室的正确领导下，在全市个险战线全体同仁的共同努力下，我司个险业务克服了“3.7”特大交通事故和“11.26”地震带来的重重困难，取得了不俗的业绩，截止到11月30日，累计完成新单期交7156万元，其中十年期交2212万元，折算后完成省公司下达年度目标的100.8%，成为全省两个完成全年期交任务的单位之一;风险型期交6866万元，排名全省第一;续期保费19169万元，续收率为91%。回顾近一年来的历程，我们主要做了以下工作：

一、及时推出企划，确保目标达成。

今年我公司个险业务完成较好，其中一个重要的原因是我们踩准了省公司的节拍，成功运作了一系列符合九江特色的个险企划案，为个险业务的整体推进起到了推波助澜的作用。

去年末，我们针对全市人力下滑的现状，及时推出了为期20天的《金鸡报晓迎新员》增员企划案，全市新增人力1100余人，并在今年元旦前完成了全部的上岗培训，确保了今年“开门红”的有生力量。

由于有了人力上的保证，我们在今年一季度提出了“个险队伍做期交不做趸交、以期交目标补趸交任务”的口号，推出了《领袖故里探风水，婺源乡村觅灵光;昆明大理观春色，蝴蝶泉边赏金花》的“20\_\_年庆新春个险业务竞赛企划案”，借助保险存折、春联、福字、《同一首歌――走进中国人寿大型歌会》vcd光碟及第四套人民币珍藏版等辅助工具来提升业务员的拜访量和客户的购买欲，以迅雷不及掩耳之势实现新单期交保费3155万元，完成省公司下达计划的2200万元的143.4%，顺利实现了以期交补趸交的目标;二季度，我们又配合市公司新大楼乔迁之喜，推出了《策马扬鞭自奋蹄，再创期交新佳绩》和《统一着装大行动》系列企划，上下联动，全员呼应，以服务促销售，单季实现风险型新单期交1823万元，有39位销售精英的像片上了明星榜，为全市营销伙伴发放了3000余件雅戈尔衬衣;针对三季度天气炎热，业务员拜访量普遍下降的现状，推出了《南下桂林畅游天下美景，北上京城饱览都市风光》“八、九联动”个险业务企划案，成功地实现了业务发展的淡季不淡;10-11月份，为向全年目标发起冲刺，又推出了《井冈胜地观赏奇峰飞瀑雄姿，革命摇篮探求打造队伍真经》井冈山高峰会业务推动企划案，使得我市提前40天完成省公司下达全年的新单期交任务。

为确保各阶段企划案目标达成，我们还通过及时交流信息、召开现场推动会、爱心激励会和参与基层单位主管会、早会等手段进行追踪和落实，及时树立典型，推广先进经验。通过上述成功的企划，充分调动了各单位及全体员工业务发展的积极性，为我公司顺利完成省公司分配给九江各个阶段的考核任务做出了积极的贡献。

二、实行全员参赛，激发员工热情。

今年省公司连续举办多次全省各营业单位擂台赛，市公司也先后组织各营业单位、分部、处、分处、农村营销服务部进行擂台挑战赛，由于总经理室重视，个险部、网点部及时传递信息，全体参赛单位和个人发扬“有奖必拿，有一必争，有冠必夺”的精神，顽强拼搏，取得了优异成绩。永修、武宁、德安、修水、浔办、营销部等单位先后勇夺省、市各次城区和农村网点擂台赛各自擂台第一名，多次受到省公司的表扬;营业部一分部、瑞昌康祥分部、修水一分部、二分部、湖口钟山分部、德安邹桥、聂桥、星子华林、武宁城郊等也多次夺得擂台赛的榜首位置。

通过系列擂台赛的成功运作，进一步激发了广大营销伙伴的参赛激情和高昂斗志，团队的凝聚力和战斗力明显增强，直接带动了个险、网点业绩的节节攀升，险种结构也得到了有效调整，营销员的月均佣金收入在全省系统也名列前列。

三、提升队伍素质，增强发展后劲。

为了促进营销员队伍整体素质的提升，我们不断地加强队伍建设。一是加强增员工作，为了及时给团队注入新鲜血液，保持业务员高昂的斗志，我们不断组织开展形式多样的增员活动。在去年12月份“增员企划案”活动中，仅20天时间，全市新增员1100余人，累计新增员达1505人，目前人力达3147人;二是加强代理人资格考试工作，1—11月，全市共组织了4次代理人资格考试，参考人数为875人，通过人数455人，通过率为52%，使我市个人代理人持证人数已超2100余人，持证率达71%;三是继续抓好代理人培训工作，按照“协同组织培训，服务业务发展”的定位，今年公司在“教育培训系统化、讲师管理制度化和组织架构网状化”等三个方面做出有益尝试，初步形成了以新员培训为主，层级培训为辅，集中培训与职场培训互动的培训系统。培训中，注重学员的跟踪与教学的反馈，建立讲师梯队，全市目前拥有专兼职讲师43人，我们还有意识将培训融入营业单位经营活动中，如将“新员高峰会”融入到新员培训班。

“增员意愿启动”融入组经理培训班，实现了培训与业务推动的有机结合。为进一步加强团队建设，提高团队自我管理水平，我们一方面组织全市范围内有针对性的培训工作，今年共组织新员培训、组经理晋升培训、分处、处经理提升班、讲师研讨班、农村营销服务部经理及农村骨干销售精英研修班共19期，参训人数达2671人次;另一方面，为节省基层营业单位费用，我们还组织部分讲师开展送培训下乡工作，在自己的营销职场为业务员授课，下课后进行实战演练，真正做到了学以致用。今年由市公司为基层单位举办的县支公司衔接培训班共11期，培训人数达1361人次。

四、创新行销方式，改良产品说明会。

今年一季度，市公司审时度势，开拓思路，在全市特别是市区统一运作产品说明会，对产品说明会进行统一步署，统一包装，统一流程，统一安排，对主持人、专家、场地布置、奖品设置、会议流程、礼仪服务和后勤保障进行重新设计包装，在全省率先启用第四套人民币珍藏版产品销售的“敲门砖”，先后为市区各单位及部分县支公司运作16场，取得了比较好的效果。今年全市共举办各类产品说明会、客户联谊会、客户恳谈会共54场，邀请准客户3383人，意向性签约期交保费1197万元，均场22.2万元。

五、完善《基本法》，实行规范管理。

为了进一步调动个人代理人的积极性，科学、规划地管理好代理人队伍，从而有效面对日益激烈的市场竞争，今年年初，我们围绕总颁《基本法》的相关内容，为鼓励分职场经营，激励中、高职级主管发展队伍、自我发展、自我管理，扶持农村网点的队伍建设，我们今年完善了《分职场经理补充管理办法》、制订了《处、分处经理补充管理办法》、重新修订了《农村营销服务部管理办法》，对各职级团队和农村网点的有效人力、业绩、十年期交占比、出勤率、举绩率进行考核追踪，并与其待遇、福利进行挂钩，大大调动了各职级主管和网点经理的工作积极性和主观能动性。到目前为止，全市共分设18个分职场经营的分部，今年共实现新单期交保费2500万元，还同时拥有27位处经理、97位分处经理和82位农村营销服务部经理。

六、开拓农村市场，挖掘网点潜力。

按照“全力支持拓展农村市场”的策略，20\_\_年，我们完成了农村网点的布点工作，网络建设初见规模，20\_\_年我们完成了网点队伍的整合工作，网点布局更趋合理。今年则是围绕“提升人员素质、提升销售技能、提升服务品质、提升人均产能和提升员工收入”等“五个提升”的基本思路开展工作。一是狠抓教育培训和网点建设。今年市县两级公司共培训网点业务员1367人次，基本实现了全员轮训一次的目标;同时为43个农村营销服务部添置了彩电、vcd等电教设备，还调整更新了部分职场和桌椅。二是树立典型服务部，培训网点销售明星，今年共涌现出德安邹桥、武宁城郊及澧溪这样的100万服务部3个、40万服务部24个，10万销售明星48人、5万销售明星103人。三是提高人均产能和举绩率，稳定网点队伍。目前全市共有农村营销服务部82个，网点人力1032人，年人均产能提高3041元，举绩率提高11.8个百分点。四是在武宁县进行的“驻村保险员”试点工作初见成效，该县已有40个行政村有了我们的保险员。公司还计划用3-5年的时间在我市实现“乡乡有点、村村有人”的目标。到11月底，全市农村网点共实现新单期交保费2340万元，其中十年期交占比43%，非学平险意外险保费348万元，完成省公司下达目标的110.6%，使农村网点真正成为我市业务发展新的增长点。

在取得成绩的同时，我们在个险业务发展与管理上也存在一些问题与不足，主要表现在：

1、全力发展业务时，偏重于完成上级公司下达的考核目标，忽视了一些队伍基础建设和管理方面的问题，如业务员的出勤率不高，活动管理抓得不细等等。

2、新员入司时把关不严，素质参差不齐。

3、教育培训重培训、轻训练，培训内容有时针对性不强，而针对个险网点管理干部的培训也不够。

4、新单期交险种结构和年期不尽合理，10年期以上期交占比仅为30%多。

20\_\_年即将过去，新的一年又将来临，新起点，新征程，新气象，新发展，我将在省公司的正确领导下，树立科学发展观，以“双成”理念为核心，发扬“团结、创新、拼搏、奉献、务实”的企业精神，居安思危，永无句号，与时代同进步，与公司共命运，团结拼搏，奋勇争先，再攀新高峰，确保实现20\_\_年“开门红”。

**销售述职报告 篇八**

本人是一个销售方面的新人，接触销售2年多，任销售经理时间也不长，销售理论等都没有经过系统培训，现在刚入职到新公司，通过市场方面的调查情况写了这么些话给老总，同时转载给各位前辈看下，请大家批评指正错误和不足的地方，谢谢!

我于11月27日正式进入我司工作。由于之前接触的工作层面不同，初来我司，对于我司所销售产品的具体情况都不太明白，所以非常有必要对我所要负责的区域进行一个较为详细的调查和了解，以及对各方面的调控和操作都要有着基本上的掌握。

通过两个星期对终端和客户的调查了解，整体上对东区市场的情况有了较初步的认识。对客户的基本情况、结算方式、整体销量、回款速度、促销员的基本情况，以及我们的业务开展情况都有了大致的掌握。

同时在最近的观察中，也看到了部分我觉得有必要发表个人认识和见解的地方。

一、我司的买断与铺货的结算方式

1、买断与铺货的资金压力和风险周期分析;

买断方面，我司实行的是现款现结，不退货。这样，资金运转周期比较短，短期效应比较大。同时，资金压力也风险都降到了最低。而铺货的结算方式，资金覆盖面广，运转周期长，流动资金比较大，也就造成对于资金的压力和风险周期针对买断而言，都有大幅度的增大，正因为这个原因，我司主要还是提倡买断的结算方式。

2、买断与铺货的成本和利润空间分析;

1)对于我司来说，买断的利润比较低，我根据我司的部分机型的买断价格和铺货价格比较了下，平均对比起来，买断出货价比铺货出货价相差了约220元/台。而铺货的终端上促销员的话，提成的平均金额为75元/台，无形中，两个结算方式就利润方面的对比，我司平均要降低了145元/台的手机利润。

2)对于结算方式为买断的客户来说，由于现款现结，而且不能退货和无价格保护，再加上对自身的资金占用周期来讲，提货就比较谨慎。提货量少的话，在其终端上柜的同款机型的数量就少，上柜数量少，那么就直接关系到销售量;相反，铺货的客户，上柜机型的数量多，在店面的整体宣传就有了一种无可比拟的优势。对于买断的客户，由于我司的利润空间降到了最低，不能上促销员，虽然利润对比铺货较高，但是由于宣传方面的劣势再加上铺货终端有促销员的努力推荐，整体销量对比，相差无几，甚至要差，而且买断的利润空间要低，这样就造成了我司自身的利润少之又少。虽然，我司尽量把优势发挥在产品性价比方面，但是还是没有太好的效果。

3、建议：

1)改变结算方式：

a，铺货，按照正常的铺货方式操作，区域经理应该做到,首先,要对每天给铺货经销商的出货数量，和每天经销商的销售量及库存数都要了然于胸。其次，要根据这些数据进行分析，及时回款，及时上货，不要积压库存。

b,购销可退货，即对于经销商给予现款现货的结算方式，但是我司可以承诺一个月内经销商因为滞销在机器不影响我司二次销售的前提下，可以给经销商提供退货，但是退货款只能在下次提货的货款中低扣，而且我司承诺给其长期库存价保，出货价格可以在买断价和铺货价之间自行控制，相信这样的操作方法对于经销商必然还是会有兴趣。

c,我司对于经销商提供某几款机型几台作为铺底上柜给经销商，经销商如果再要提货，必须按照现款现结的方式来结算，价格就按铺货价格体系来操作。其中铺底的机器所有权归我司所有，合作终止时，我司有权收回，已销售须按照当时的出货价格结算。

2)提高客户信用度

a，寻找合作对象，要选择整体形象和信誉相对要好的客户，作为资金安全的前提。

b，要求客户填写我司的客户信用报告和提供我司所需要的文件，给客户强调合作的诚信和责任。(客户信用报告见附件)

二、客户掌控以及渠道掌控

通过近期对东区市场的了解，发现区域人员对于销售工作仅仅停留在单一的送货到售后到回款的工作方面，随机遇到问题随机处理，工作非常被动，不能主动的找出问题，优化环节，缺少了最重要的客户掌控，渠道掌控和终端拉动，销售人员对于自己的工作职嫩含糊不清，只做了最表面的基本工作，根据我司的实际情况，我冒昧阐述一下各个工作岗位的工作职能。

1,市场督导。

督导工作不能仅仅局限于促销员管理方面，一方面督导要提高自身的素养，包括对于销售技巧和手段的认识，处理促销员在销售工作中出现的难题;另一方面提升自身的管理能力，协调能力，善于处理促销与门店负责人，促销员与其他公司促销员，促销员与店员之间的种种或大或小的矛盾。下面提两点本人的个人管理经验：

1)帮助销售。市场督导应该连同培训师一起，对于我司无促销员渠道的店员，进行简单有效的销售技能培训，要给经销商和终端门店负责人认识到，我们不仅仅是机器上了柜，同样我们一直关注关心他们的整体销售，对于销售技能方面我们给他们他们进行帮助培训，让他们对于我司的形象素质都会有着非常好的印象，他会觉得我们在帮他们，同样，不但在销售上他们的感激心理能帮助我司，对于合作方面，都有这良性发展;

2)惯性推销。在帮助销售的同时，认真教会门店店员关于我司机型的独特卖点和销售技巧。通过这样的培训，店员如果能够按照教其的方法卖出我司的机器后，肯定在内心有一定的成就感和满足感。这样，在再一次向客人推荐我司的机型，在信心上都会有一定的提高，通过多次的成功，很容易就会形成：某些店员专会推荐我司的机型，而且成功率非常高，以后有客人上门，都会主动的推荐我司的机型，这就是成功的惯性推销，这对于我司的机器在终端门店冲量是很有效果的。

2，业务代表。

除了正常的上柜、售后和回款工作外，在此过程中所接触到的客户工作人员都要建立非常良好的关系，这样在对于自己的工作开展有着莫大的方便，对于自己的基本工作的开展有着比较稳定保障，而且对于其他与其合作的我司的竞争对手的合作情况都能有一定的了解，而且对其公司内部的新政策，以及各方面的有效信息的掌控都有着很大的好处，业务代表最首要的就是通过自身的努力保证送货→回款→售后整个销售链的正常运行。另外还有工作的几个要点：

1)形象管理，对于我司的机型的柜台陈列，和海报宣传，都能做到和店员以及负责人良性沟通，把我司的记型宣传以及形象工作做好;良好的宣传布置和陈列效果会大大刺激购买、提高销量，所以，每次拜访都去帮他整理宣传资料架，做一个漂亮的陈列，让事实说话并影响经销商;

2)价格管理，由于经销商想大幅度的提高自身的利润空间，往往抬高商品的零售价格，所以业务代表对于终端我司机型的零售价格，要与我司的指导零售价格对比不能偏差太大，不然就降低了机器本身的性价比，销售量更少，相对于以薄利多销的方法利润更低;

3)竞品管理，对于竞争品牌的销售信息，包括价格，销售数量，经销商的毛利、其销售政策以及其销售行为都要有一定的了解，及时把信息汇报给区域经理。

3，区域经理

为了实现区域目标，区域经理需要开展大量的协调、沟通、指导、监督、扶持工作;同时，区域经理还需要不断地开拓市场、拜访客户、搜集信息、组织促销或开展其他类型的营销活动。

1)目标管理，根据自身的销售目标、销售数据订好精确到每个客户的目标量，随时了解到目标完成率。例如，根据东区市场销量比例，来分配整体的销售目标，再根据各个客户的目标把销量划分到促销个人.(见附表：数据分析，由于调查数据区间太短的关系，数据可能不太合理，所以不太具备代表性，下面只是举例)

通过各个客户的目标制订后，有促销员的渠道，把任务量分配到促销员个人，设定考核制度，努力达到预定销售目标。

2)价格管理，强化业务代表日常工作管理，其重点在终端零售体系中及时反映不同渠道的价格指标，对于不合理的及时快速有效的解决，并协调解决价格差异。

3)信息管理，区域经理必须建立起一套完善的信息管理体系，以此掌握区域渠道的基本动态，有效跟踪目标完成率，根据差异发现问题并归纳原因，及时解决。另一方面对于公司的决策性的信息，要即使传达给业务人员和督导，信息传递达到及时，有效。另外，要长期定期和不定期的亲自到渠道进行市场调研。

4)费用管理，严格管理并控制区域内各种预算及费用的使用，指导其以最经济的方式运作。

5)铺货管理，严密关注铺货客户每日的提货量，销售量，目标完成量，根据其数据严密掌控其销售动态，及时分配业务代表做好回款和上货的工作。

6)客户管理：关于客户拜访和公关方面的工作，就不多阐述了，相信区域经理都有各自的经验，我就阐述下我个人的经验，当然，我的还是一个词，帮助管理。

a，帮助经销商建立进销存报表。绝大多数的个体店经销商，对自身的利润率基本上都没有一个基本的掌握度，一般是要几个月做整体库存和资金盘点才知道自己的是赚还是亏。进销存表的建立可以让经销商知道他某一个区间的实际销售量和利润和安全库存数，可以提醒他合理安排进货，而不致由于断货、品种不全，失去很多应有的利润。以及先进先出的库存管理，可以让经销商减少损失。同时也对小区间甚至每天的利润都能做到一定的掌控。刚开始经销商可能不在乎，但我们只要耐心地去做，并告诉他这样做的意义，一旦出现断货或盘点亏损等问题，他就会想起你的方法，如果能让他能做到好的成功的系统的管理，至少他会因此感激你。因为你的做法是为了让增加效益，他也会感到你够专业。

b.树立经销商对自己的信心。帮助经销商制订工作计划，把计划划分成阶段性目标，再落实。随着阶段目标的实现，经销商的信心也会一步步加强，对于工作目标和市场掌控的成就感会对你产生一定的依赖感和强烈信心，工作能做到这步，客户就基本抓在手里了。

7)多做总结。及时总结每个月份客户的销售情况，和目标的完成率。完成不太好的客户，调查原因，多去了解情况，找门店店长，店员了解销售上不去的原因，如果，真是客户的客观原因，其本身的销量就不容乐观的话，我司的利润指数也就会一直偏低，这种情况下就要及时终止合作，避免浪费公司的人力和物力，降低公司的费用。认真总结销售量好的终端门店的优点，能把其经验和门店管理方法教让别的客户，让自己区域的客户都能快速良性的发展。

前前后后就先阐述了这么多，这些基本上都是我这些天看到，想到的，不成熟和不足的地方，希望领导能指出。上面的一些方法和思想都是自己以前的个人经验，可能很多方面也需要客观面对，客观分析。

**销售述职报告 篇九**

各位领导、同志们：

本人\_\_年\_月进入公司，大专学历，一直从事销售工作，积累了丰富的销售经验和管理经验。\_\_年\_月，公司任命我为营销公司总经理，在公司领导的关心和支持以及同志们的协助下，今年营销部汽车销量同比增长了40%。在销售布局上建立\_\_市场的基地，大力拓展全国市场，出色的完成了各项销售、管理工作，和领导交办的各项任务，为公司的发展做出了一定的贡献。我本人也做了大量的工作，得到了公司领导的肯定和同志们的信任。下面，我将从以下三个方面向大家报告工作情况，请公司领导给予修正。

一、工作汇总

1、自我学习、发展、塑造

本人大学毕业进入企业，从事了两年的销售内勤工作，而后公司成立营销公司，我从基层调到营销公司，从事销售部经理的工作，入职后，我首先自己在学习产品知识、行业情况熟悉、本公司汽车销售发展定位、营销模式等方面努力探索，在工作期间为了提升销售公司的管理水平，开发了公司的第一代销售管理软件系统，从销售的订单接收到车辆出厂，验收，车款的回笼等完整的销售流程通过电脑软件进行管理，节约了资源，提高了效率，管理水平大大提升。

经过几年的学习与锻炼后，我更加熟悉了产品知识及其行业情况。\_\_年营销公司任命我为营销公司副总经理兼销售部经理，兼管\_\_。管理的省份有：\_\_、\_\_、\_\_、\_\_、\_\_。在该工作区间，本人管理的市场取得的不错的业绩，其中福建、江西市场连续3年每年递增30%的销售量，超额完成公司指定的任务。随着市场上对汽车供应商销售管理要求的不断提高，在该工作期间开发了公司的第二代销售管理软件系统，在一代的基础上结合市场和营销公司的实际情况，增加了很多新的内容和流程，使得管理更加规范和严谨。

\_\_年\_月，本人兼管华东大区的和西南大区，在四川市场的销售上取得了不错的业绩，开发了2个金牌销售商，改变了西南市场长期业绩不好的状况。并且在此期间，协助企业开发6\_4和8\_4重型自卸车，并在\_\_年下半年成功在西南泸州市场进行推广，半年销售重型自卸100台。增加了新的产品亮点，拓宽了企业的销售链。

\_\_年10月，公司任命本人为营销公司总经理，主持营销公司全面工作。在此工作期间，本人在原有的销售网点基础上，增加了多个经销点，拓宽了渠道网络。在福建、浙江、市场大力推广6\_2、6\_4、8\_4自卸车，该销量比往年递增40%。在销售布局上建立西北市场的基地，逐步拓展国内市场份额。

作为企业中层领导，我深深地体会到，要想做好本职工作，必须在思想上与公司保持高度的一致。我始终认为，只有认真执行公司董事会文件，服从公司领导，才能排除一切干扰，战胜一切困难，干好销售与管理工作。为此我认真学习公司下发的各种文件精神，并在实际工作中不断加以运用和实践，实事求是，扎实工作。做好自己分管的工作，在工作中，我坚决贯彻执行董事会和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。

2、重视团队的力量

“独木不成林”这是我工作以来一直信奉的明理，所以在带团队的这几年中，我一直在培养、发展合适的销售团队。通过团队有效的结构设立、组合，各辉其职，为完成共同的目标一起去努力，以实现个体所不能达到的绩效。于是为了公司在汽车市场有好的业绩发展，我倾力打造和完善我们的营销团队。公司领导也非常重视我们的团队建设，我们团队网络也逐渐发展起来。人心齐，泰山移。我相信随着时间的推移和团队的完善建设，我们的销售业绩会一步步获得强有力的提高。

3、重视执行力

为完成预定目标，没有好的执行力是很难去完成的，但好的执行力是需要一套完成的工作内容、流程、考核措施等系统指标的。因此我一直在做努力。今年初我们针对车辆销售、市场调查、市场开发、市场渗透、反馈客户需求信息、同业信息提供以及分销商管理等工作制定了工作目标及考核措施，并取得了实效。我要感谢公司销售及售后服务部的所有同事。在他们的理解、支持、配合下，我们先后完成了销售人员、代理销售商、行业用户等销售的合同规范管理工作。我们配备专门的人员对销售各个环节进行业务辅导，并在公司各部门的大力配合下，使业务在国内市场进一步扩大。但是，在汽车营销管理过程中有些成效还没有达到预期效果，所以我们还要在今后的工作中尽力去完善，以确保团队的执行力能顺畅的执行下去，从而使大家工作尽职尽责，都圆满的完成公司制定的计划指标，使公司的业务快速增长。

二、存在的缺点和不足

经过多年的努力，我在工作上取得了一些的成绩，但是我也清醒地看到我身上存在的缺点和不足：一是工作纪律不够严格，袒护纵容部下员工;二是我们销售激励机制有待于完善与加强;三是销售及售后服务工作需要提高，员工素质需进一步加强;四是自己的模范作用还不够，今后工作中都要注意;五是在如何调动员工的积极性与创造性，自己还需加强学习和锻炼;六是与公司相关部门及领导沟通的太少。以上在管理工作中有有待改进。

三、形势分析与今后的设想

(一)、形式的分析：

现在我们公司生产的汽车在质量，配置上属于上等的车辆。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售过程中，牵涉问题最多的就是汽车的价格。有因为价格而丢单的问题，在明年的销售工作中我认为汽车的价格应做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。我们公司进入\_\_等市场比较晚，汽车品牌的知名度与价格都不是很有优势，在西北等地开拓市场压力很大，还是那句老话，没有压力就没有动力。因此，我们还要克服困难，顶住压力，实现跨越。市场是良好的，形势是严峻的。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快的今天，我们未来几年汽车销售市场是大有作为的，尤其是我们与跨国公司合并的意向一旦达成，外国汽车厂商将提供专门技术和资金，人才的需求数量也会相对增大，涉及很多专业，而且从第一线到最后的检测，要求的人员层次也要提高。可能新的投资重点不外乎降低成本、增加收益、完善服务等，投资重心自然而然地会向增加效益的方面倾斜。从而，我们将在成本降低、迅速抢占国内以至国外更大市场份额的同时，其销量也会随之显著提高，并且在增强品牌影响力、提高产品品质、完善销售服务体系方面，采取新的可行措施，而且我们还将利用技术、资金、人才优势在国内加强新车型与品牌车型的研发能力、并加强对销售渠道的管理，满足消费者对厂商、对产品、对价格、对服务更高层次的要求。从而我们的品牌形象和经济效益都会得到大的丰收。因此，在汽车销售未来的发展中，我们要更新理念，集中精力，让每个销售人员都信心百倍的去执行任务、完成任务。并把握销售节点，全力以赴抓好车型销售及市场调查工作，不断完善、调整营销策划方案，充分做好售前、售中、售后服务等工作，强力推进新车型运作，使企业品牌及公司形象能得到不断提升。通过研究市场，加大销控力度，以获得最大利润的前提下循序渐进的来推盘，使公司的经济效益和社会信誉得到提升。

(二)今后的设想

1、建立一支具有凝聚力，合作精神，具有杀伤力的汽车销售团队

首先要优化部门架构，销售工作的顺利开展是需要不同岗位职责的人来共同完成的，我们要建立健全销售员、技术支持、销售助理、市场策划、售后服务等岗位人员。人员结构要不断完善，每人的岗位职责更明晰、分工更明确、更专业，销售工作也就更系统化、标准化、可执行化。同时整合营销，通过寻求合作与支持来达到我们在增加资金实力、增强技术实力、以及销售链条拓展等方式的营销。

2、提高销售业绩，扩张市场销售网络

引进先进管理思想和市场营销理念、经验，强化我公司汽车市场的推广意识。使我们的汽车在全国打开新局面，获取更大的市场份额，以更好的成绩挤进潜力巨大的汽车销售行业。

3、三是推广主导型号车型，抢占国内市场

大力推广主导型号\_\_、\_\_、\_\_自卸车车型，销售布局上建立\_\_市场的基地，大力拓展国内市场。提升品汽车牌知名度，让更多的客户认识、了解我们，让我们更加被市场认可。并通过更多的销售管理策略来拓宽我们的市场区域，拥有更多的市场机会，抢占国内更多的市场份额。

4、做好客户优质服务。

销售及售后服务是我们的核心部门，它的工作质量直接影响到我们公司的信誉及市场份额。因此，强化销售及售后服务已是我们明年以至今后的首要任务。经过多年的运营我们已经积累了一些经验，我们有信心将销售及售后服务的工作进入标准化、程序化，以优质的服务赢得客户的信赖。

以上是我多年以来工作内容述职体现，如有不妥之处还望指正，敬请领导审议。

**销售述职报告 篇十**

各位同志：

回望过去的年，煤矿公司在各级领导的大力支持下，坚持以“邓小平理论”和“三个代表”重要思想为指导，认真贯彻落实科学发展观，牢固树立安全生产意识，坚持企业“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，通过公司全体干部员工的共同努力和奋斗拼搏，公司在年的煤矿生产、安全、经营管理工作上取得了令人瞩目的成绩。现将本人在今年的任职情况汇报如下，请予评议。

一、加强煤矿安全生产工作

今年公司以科学发展观为指导，大力加强煤矿安全监管工作，出台了各项安全监管工作措施，有力的保证了公司煤矿的安全生产工作顺利进行，今年，公司未出现重大煤矿安全事故，这主要源于我们进行了以下工作。

(一)、完善安全监管组织、机制和保障体系

公司领导班子成立了煤矿安全生产领导小组，由我任安全生产领导小组的组长，、等同志担任组员，主要负责煤矿安全生产工作的决策、部署和领导，通过研究制定安全监管计划、方案和措施，组织安全监管执法和检查督查，并实施安全考核。同时，公司还建立了技术人员挂钩负责煤矿日常安全监管和安全质量标准化建设工作，并进一步建立完善片区周查月检、安全隐患分级管理制度和重大隐患排查治理机制，对日常检查中发现的问题、隐患进行登记建档，严格按照定人、定措施、定时间的“三定”原则逐条督促限期整改，实行隐患整改追踪、反馈和销号制度，确保每个查及的问题和隐患落实整改到位。

在今年月，由公司技术科的工作人员专门出台了顶板事故演习方案，我和班子其它领导成员共同组织职工进行顶板事故演习活动，通过加强练习，使员工达到掌握安全自救的能力，并且达到预期的效果。同时公司还加大力度对全员干部职工进行技能培训，在年共投资学习培训费用20万元，努力提高全体职工的安全意识及自保、自救与互救能力，提高全体安管人员业务技能及监管素质。我们还多次邀请县煤矿培训中心的人员到公司进行职工安全培训，同时有计划的组织全体安管人员，特殊工种人员分批分期在市、县两级培训中心进行培训，合格率达100%。

(二)、积极推进安全机制、管理创新和科技进步

公司根据矿井技术改造情况以及安全生产条件、管理水平的变化情况，开展了煤矿测评分类的工作。为了实现重点区域重点监控，我和其它领导同志对公司所使用的煤矿进行了重新模底和排查工作，通过模底工作，我们明确了受水害和火灾(自燃)威胁的区域，并追踪督促有关人员进行落实整改。还安装使用了煤矿安全监控系统，建立了完善的网络监控平台，通过使用“煤矿安全生产风险管理系统(msrms)”，提高了公司煤矿风险管理和安全监控科技水平。

(本文“煤矿企业领导年终个人述职报告”由 第一范文网 、述职报告频道提供参考)

健全公司安全生产各项规章制度，公司严格实施全员安全风险抵押及安全工程账户，努力实现安全监管全方位，做到横向到边、纵向到底、不留死角，使人人头上有指标，个个心中想安全。并在今年加大力度对“三违”行为进行处罚，做到了违者必究，违章必惩。惩处少数人，教育大多数。

(三)、强化企业安全生产主体责任

一、公司按要求配足专业技术人员，完善井下现场安全生产8小时跟班管理制度，并且坚持做好周检工作，在每周由矿长组织一次安全生产检查，检查覆盖率达100%，并对查出的隐患进行分类定级管理，及时抓好整改，发现重大隐患立即停产停工整改。二、加强技术基础工作，每个矿井每年及时由技术负责人组织编制矿井灾害预防和处理计划和煤矿应急救援预案，每季度根据实际情况的变化及时修改和补充，并严格按照有关规定绘制完善12种与现场实际相符的图纸，用以指导矿井安全生产。三、强化法人代表和管理人员下井带班制度，公司法定代表人每月下井不少于10天，我做为煤矿主要负责人每月下井也不得少于20天，矿井安全生产管理人员每月下井不少于22天。通过落实夜班带班和现场指挥制度，各煤矿每班至少有一名矿级管理人员带班下井，通过深入重点区域和关键环节，并与职工同上班同下班，确保安全生产各项措施落实到区队和班组。同时也拉近了领导干部与工作人员之间的距离，及时了解职工在平时工作、生活中遇到的各种困难，并帮助他们及时解决问题，使广大职工能够全身心的投入到煤矿生产工作中来。

(四)、继续推进煤矿安全质量标准化建设

我通过认真总结近年来全省煤矿安全质量标准化建设的经验与做法，并结合煤矿公司存在的实际问题来查找差距和不足，进一步完善激励和奖惩约束机制，形成一切利好政策向达标矿井倾斜的良好氛围。通过实行安全质量标准化工作监管责任制考核制度，安排公司所有工程技术人员分别挂钩列入安全质量标准化建设矿井，实行分类指导，加强了技术管理和服务，严格兑现奖罚，使公司80%的煤矿达到安全质量标准化，有效提升煤矿安全基础水平。

(五)、加强和改进安全技术管理

一、实行各矿井专职技术负责人配备制度，建立健全以技术负责人为核心的技术管理体系。加强技术基础工作，完善技术基础资料、矿井水文地质基础资料档案和12种反映生产实际的图纸，采掘工程平面图做到每半个月实测填图一次，并实行季度交换制度。二、加强矿井“一通三防”技术管理，完善优化通风系统，积极推进煤矿瓦斯治理示范区和示范矿工程建设，提高煤矿抗灾减灾能力。严抓巷道封闭管理，强化密闭拆封审批制度，从源头上消除安全隐患。高度重视抓好矿井水害防治工作，扎实开展每月一次由技术负责人组织的水害调查核实和论证工作，摸清矿区水文地质和周边老窑采空区、地表水的水情水患，实行水患调查核实报告和水文地质基础资料档案月交换制度。三、对改建和新建的矿井，一律推广使用螺杆式空压机，提高安全保障水平。推动采煤方法和支护改革，淘汰落后采煤方法、生产工艺和技术装备，积极推广先进适用安全生产技术和装备，提高采掘机械化程度，提升煤矿安全生产技术水平和保障能力。

(六)、强化安全生产宣传教育和培训

公司结合“百日安全生产活动”和“安全生产月”活动，充分利用各种载体和宣传方式，深入宣传贯彻党的安全生产方针、政策，普及安全生产法律法规和安全知识，强化企业安全生产主体责任，增强广大职工安全生产的法制观念和安全意识。扎实组织开展安全生产培训，努力提高职工整体素质。加大了公司煤矿专业技术人才培养力度，提高了公司煤矿技术管理水平。

二、公司经营管理工作

今年，公司强化财务监管，严格控制成本。做为公司领导，我深知成本管理是现代化企业管理的核心，在年，我们面对公司原煤生产投入高，产品效率低的实际状况，加强产品成本管理尤为重要。我与领导班子成员召开工作会议，在成本控制方面实施了一系列的监管和有效措施。

(1)控制材料入手，严格建立材料入厂收料制度，杜绝已少冲多的现象。

(2)加强劳动工资及各岗位工种定员，控制非生产用工的投入。

(3)加强井下的原材料管理，禁止井下设备配件到处乱丢乱放，找不着了在重复领取的现象。

(4)加强对公务车及差旅费的管理，杜绝同一方向同一地点重复派车的现象。对差旅费的管理实行事前申报、批准、事后严格费用审批。

(5)加强对生产机电设备的管理，使机电设备有良好的运转，杜绝机电设备顶生产，使工作面误工又误时的现象发生。总之，我们在成本控制中做了点工作，但离现代的企业管理要求差距还很甚远。

(6)把销售工作摆在首要位置，我动员公司全体职工实行全员销售，同时狠抓销售工作的任务，工作质量。我们还组织全矿管理人员清理原煤产品中的杂物，对产口实行深加工，实行分级分类管理，通过我们的努力，使公司今年的销售工作取得了较好的成绩。共实现盈利万元(生产数据)。

三、积极抓好公司党建工作

今年，公司党委把深入学习贯彻党的xx届四中全会精神落到实处，着眼于加强公司党组织建设工作。以建设学习型党组织为基础，以深化干部人事制度改革为重点，以完善各级党组织建设为中心，全力提高党建工作水平，增强党建工作活力，为推动煤矿公司加快发展提供了坚实的政治保证和精神动力。

1、公司党委积极开展“把党员培养成岗位能手、把岗位能手培养成党员，把各级党组织建设成为发展先进生产力的战斗堡垒、把党员队伍建设成为最优秀的人力资源”的“双培双建”活动，全力增强企业党建工作活力。在活动中，把学习作为提高组织战斗力的重要途径，深入开展建设学习型党组织活动，通过集中学习、知识竞赛、理论培训、专题调研、主题实践等学习形式，认真学习党的路线方针政策和国家法律法规，学习现代市场经济、现代管理等方面知识，不断完善知识结构，扩大知识面，并建立健全了学习考勤、学习档案、学习通报等各项制度，努力形成学习长效机制。

2、深化干部人事制度改革，通过着力抓好干部任期经济责任审计等各项监督制度的落实，建立了干部监督工作联席会议制度，形成监督工作合力，对新任干部实行两年制跟踪管理。并通过开展素质工程，加速培养和造就素质高、有技术的复合型职工队伍，围绕安全生产中的重点、难点开展科技攻关、技术创新活动，加强对人才工作的宏观指导和统筹协调，积极做好拔尖人才的选拔、培养、管理和服务工作。

3、认真开展党内各种民主生活会，中层以上领导干部思想工作汇报及党课教育，全面加强对党员及各级领导干部的思想政治素质教育和党员的先进性教育。公司党委号召全体干部职工积极开展向四川灾区学生捐款献爱心活动，共累计捐款2116.5元。

4、党支部积极开展“煤炭领域反腐败专项斗争”组织党员进行学习“科学发展观”等活动，并认真解决部分思想上有情绪的员工，党员通过谈心和沟通，解决了他们的思想问题，使之卸下包袱，轻装上阵。

四、工会工作

1.今年公司工会也积极为员工办实事，帮助员工克服困境，渡过难关，(1)为员工办理了大病医疗保险，使部分人员已得到了实惠.(2)为灾区学生捐款捐物送去了一片爱心。(3)组织员工开展“十一红歌会”活动，活动的举办增强了员工的团结，增强了企业的凝聚力，也充分调动了职工的积极性，为安全生产起到了良好的局面。

五、存在的问题与年工作思路

年，公司在本人的领导下取得了显著的工作成绩，但是我们还是要清醒的认识到，在过去的一年中，我们工作中一些不到位的地方，因此我们必须戒骄戒躁，克服自满情绪，认真查问题，找差距，解决问题，改正缺点，以便把年的工作做的更好。

1、20xx年我们的管理工作抓的还不到位，尤其是原材料管理，井下的设备配件到处随处可见，旧件随地乱放，今后要在这方面进行严格的管理，力求人尽其才，物尽其用。

2、公司生产天数太少，其原因主要是公司对复产工作抓的还不到位，往往比别人慢了一步，而就这一步，就失去了大好机会，而我们却长时间复不了产，这就个问题需要重视。

3、井下设备的管理，因为没有进行及时的保养，以至在生产过程中设备损坏不能运转，只好停产修理，象顺槽、回采面的刮扳机就经常出现这样的问题。

同志们，我们的工作任重而道远，摆在我们面前的工作还很艰巨，任务还很大，我们必须解决问题、纠正错误、克服困难、紧密团结、协调配合、白日竿头，更进一步，为明年的工作成绩再上一个新台阶。

1.公司要以“三个代表”重要思想为指导，认真贯彻落实科学发展观，牢固树立安全发展、科学发展、和谐发展的经营理念，始终把员工的根本利益作为我们一切工作的出发点和落脚点。

2.在公司内部管理上下功夫，加强政治及业务学习，提高管理水平，建立健全各项规章制度，强化责任机制，严格考核、兑现，提高公司经营管理人员的水平。

3.坚持不懈、始终如一的抓好安全生产水平，确保安全生产无事故。

4.加大成本控制力度，把投入的费用降到最低限度，力争获取最大的收益。

5.努力完成公司年度工作计划和上级下达的各项经营指标，为公司的经济腾飞努力工作。

**销售述职报告 篇十一**

各位领导、同事们，大家好：

xx年已经在向我们招手，在这辞旧迎新的时刻，我代表销售部员工，向在座的领导以及公司全体员工表示诚挚的感谢，在领导们的正确指引和同事们的帮助下，使我们再创佳绩，回顾今年的工作，可以概括为以下几个方面：

一、抓业务、抢市场，实现各项业务的快速发展。

业务发展是公司的生存之本。我们一直把如何提高业务平台，扩大市场占比作为工作中的重点。全面贯彻落实“稳健经营、以效益为中心”的指导思想，积极推进业务结构的战略性调整。按照省公司的统一部署，中支公司总经理室带领广大员工迅速转变观念，提高强烈的市场竞争和危机意识。严抓基础管理，拓宽业务渠道，以纯传统险和意外险作为两大业务发展重点。牢固树立“诚信天下、稳健一生”的经营理念，不断优化业务机构，提升业务质量，在业务结构、质量、规模、效益等方面都实现了新的突破，得到了全面的发展。

1、在个险业务方面。按照年初制订的总体战略，以标团建设为重点，突出培训，强化增员，稳扎稳打，健康发展，管理一步一个脚印，成绩一步一个台阶。顺利实现“首季开门红”后，又积极配合参与省公司开展的“四五”联动对抗赛活动，我公司全体员工和广大营销员，以忘我的工作热情，高度的荣誉感、责任感和必胜的信心，积极投入到了这场为荣誉而战的战斗中去，取得良好的竞赛成绩。在省公司“八九”联动业务竞赛中，我们也获得小组胜出奖，战胜×。全年个险保费和增员率在各家保险公司下滑的情况下，继续保持稳步增长。

2、在团险业务方面。在市场非常艰难的情况下，抓住有力时机，大力开拓渠道业务，“绿色救助”、“小额信贷”“建工险”等都已经走上了良性发展的轨道。在今年12月份，我公司与胜利油田顺利续签了“职工团体商业医疗保险合同”。这个合同的签定，为我们公司带来巨大的社会效益和社会影响，为公司的有续发展奠定了坚实的基础。意外险业务规模迅速扩大，赔付率不断下降。在东营各个保险公司的业务都没有增长或有所下滑的情况下，我们的意外险业务对比20xx年度实现了较大幅度增长，市场占比不断扩大。

3、银行保险方面。今年，面对竞争异常激烈的市场，在强化对银行客户经理综合素质培训的基础上，进一步加大了对渠道的管理和维护，对银行渠道进行了梳理，对其架构做了调整，使渠道管理更具有专业化、规范化，使红利来和小额信贷险业务都得到了健康发展。在费用下调的情况下，我们的红利来趸交业务仍然完成了6755万元，顺利完成省公司下达的任务。

4、续收业务方面。在加大客户服务专员技能技巧培训的基础上，强化区域管理，加大银行代收知识的培训，当期达成率不断提高。按照省公司和市公司的考核，各项指标全部达标。尤其在省公司组织的“争先创优”活动中，一直战果辉煌。

二、 抓重点、带全盘，实现了规模和效益的同步发展。

按照“三个转变”的要求，我们注重全面提升管理水平，全力做强做大个险纯传统险、意外险两项业务，不断扩大市场占比，提高经营效益。在今年的工作中，公司上下团结一致，奋力拼搏，较好地完成年初预定工作目标，工作中有以下几个亮点：

1、 县区框架基本搭建完成，县区班子建设初具规模。东营原来没有县区架构，为使×太保寿险有一个长足可持续地发展，必须将机构延伸至各县区。今年上半年，在这种思想指导下，根据省公司有关要求，我们开始搭建县区架构。通过本地培养、同业引进等措施，让一批优秀的人才走上了县区领导的岗位，到目前对县区的管理框架搭建已基本完成，并按照省公司《县区机构管理办法》进行了实质性运作，为20xx年的业务发展做好了机构和干部的准备。

2、 内部管理工作进一步加强，管理工作不断改善。管理的专业化、集约化、规范化水平进一步提升。今年，从总公司到分公司都高度重视管理工作，有关管理的文件一个接一个，我公司对这些文件都及时进行了转发，并结合实际认真进行了贯彻和落实。可以说，今年的管理力度、深度和广度，是近几年都没有过的。在工作中，我们按照上级公司的要求，始终坚持“一手抓业务，一手抓管理，两手抓，两手都要硬”的原则，结合自己的实际情况，顺应业务发展的要求，全面加强和改善各项内部管理工作。通过各项规章制度的贯彻和落实，我公司的内部管理工作进一步加强，管理水平进一步提升。向管理要效益，通过管理促发展。通过一系列的措施，促进了团队的稳定和管理工作的加强，内控机制得到了强化，风险得到了有效的控制，减少了浪费，降低了成本，实现了增收节支。在财务管控方面，坚决做到费用不超支，今年中支公司在费用方面的压力非常大，在面临费用紧张的情况下，公司一方面抓业务发展，一方面抓费用管控，实现了年底的费用节余。由于我们管理到位，省公司还将我们作为调查基地，并在×举办了全省两核调查员培训班。

3、 系统业务和集团业务取得了大的发展。今年以来，我们通过积极努力，不断开拓各种销售渠道，先后打通了“小额信贷”、“建工险”、“绿色救助”等意外险销售渠道，到目前这些渠道业务都已经走上了良性发展的轨道。而且这些系统业务运作，赔付率很低，仅有11%，为公司提供了费用来源，为公司的生存和发展作了贡献。

在今年12月份，我公司与胜利油田顺利续签了“职工团体商业医疗保险合同”。这个合同的签定，为我们公司带来巨大的社会效益和社会影响。我们创造了一个健康险运作的全国性典范，为公司的有序发展奠定了坚实的基础。 4、 思想政治工作和企业文化建设都得到了加强。企业文化建设摆上了公司发展的重要议事日程，企业文化建设不断加强，使得公司的凝聚力进一步增强。一年以来，我们高度重视企业文化建设，通过举办庆祝“三八节”晚会、诚信教育签名、机关晨操比赛、歌咏比赛以及各种政治业务学习等活动，一方面活跃、丰富了职工的文化生活;另一方面进一步增强了团队的凝聚力、向心力。通过开展读书学习活动，先后学习了《自动自发的工作》、《没有任何借口》等书籍，提高了员工的理念和工作的自觉性。利用每周周一下午的时间，在中支公司会议室进行中心小组学习，公司所有中层领导干部参加，集中学习讨论上级公司下发的有关文件和政策。

在学习的同时，制定本周的工作计划，使工作有方向、目标和计划性。同时，我们还积极引导广大员工向党组织靠拢，今年共有13名同志向党组织递交了入党申请书，并有3名同志光荣地加入了中国共产党。从党内到党外，从领导干部到一般员工都坚持思想政治学习和业务学习。形成了上下一心、团结一致、齐心协力共谋公司大发展的良好氛围。 在今年的12月18日，在公司党组的领导和广大职工的支持下，经过职代会筹备工作小组的紧张准备，中国太平洋人寿保险公司×中心支公司第一届职工代表大会胜利地召开。这次大会进一步贯彻“三个代表”的重要思想，认真总结近年来公司在业务发展与经营、管理工作中的经验与教训，把职工民主管理、参政议政纳入职代会职权范围，提高了员工参政议政的能力，进一步调动了全司员工的积极性。会上，提出合理化建议17条，我们将在今后的工作中对合理的建议逐一解决。

职代会的召开，为全面提高公司经营、管理水平，向创建一流寿险公司的目标扎实推进打下了坚实的群众基础。 大会表决通过了《中国太平洋人寿保险公司×中心支公司关于二020xx年分业以来经营情况工作报告》等11个制度、办法和规定。 这次会议是×中心支公司企业发展过程中的一件大事，也是公司员工政治生活中的一件大事，它对充分保证广大员工正确行使民主管理监督权利，调动和发挥广大职工参政议政的积极性，真正形成“依靠职工抓管理、抓好管理求发展”的良好局面，对不断完善公司经营管理机制，进一步提高经营管理水平和经济效益，必将产生深远的影响。

三、存在的不足。

在肯定成绩和进步的同时，我们还清醒地看到我们工作中仍然存在的一些不足和一些薄弱环节。 一是县区和部门及业务渠道之间发展还不平衡，有些单位和部门的领导对市场的研究还不深入、不主动、不准确，把握市场、应对市场的能力还有欠缺，对市场的敏感度、对全局的掌控能力、综合素质还有待提高。二是部分单位还存在执行不到位的问题，个别领导同志的危机意识、忧患意识、责任意识还不够强。三是进一步提高全员敬业精神，要在明年作为一项系统工程来认真对待。

四是县区机构建设还很薄弱，必须得到全面加强等等。

这些问题，都应引起我们的高度重视，并在今后的工作中认真加以对待、解决。

20xx年的工作打算

(一)总体指导思想是：深入贯彻落实“十六”大会议精神，继续坚持“稳健经营，以效益为中心”的经营指导思想，加快业务发展，提高经济效益，保持公司长期、稳定、可持续性发展。

20xx年工作的总体思路为：抓管理、树形象、创品牌、占市场。以县区机构建设为主线，以干部队伍建设为根本，以员工队伍建设为基础，强化个险的主导地位，继续抓好系统业务和集团业务的运作。实现20xx年业务规模和经营效益的快速同步增长。在此基础上，加强企业文化建设，提高员工福利待遇，把太平洋寿险×市中心支公司向一流的寿险公司、精品公司的方向推进一大步。

具体到各个业务渠道的要求是： 1、个险方面。20xx年是“标准化团队建设年”，以《基本法》为发展内在动力，以标团建设为外在发展标准，全力推动业务发展。加大市直营业部队伍建设，建好县区个险管理架构，建好讲师队伍，全力发展个险业务。 2、团险方面。以公司县区架构建设为依托，建立、健全团险队伍，以优质服务为宗旨，全力打造×太保团险新形象，以意外险为基础创建保费新平台。 3、中介代理业务。理顺市直与县区中介业务管理架构，进一步加强队伍建设，最大限度的提高业务产出能力和业务管理水平。进一步加强银行保险渠道建设，维护现有渠道，开拓新的业务，开源节流，实现规模产品与效益产品双丰收。加强团队建设，增强凝聚力，努力开创‘团结、奉献、拼搏、进取’的中介部精神。 4、客服续收。强化续期业务管理，从抓管理入手，加强对客服工作的管理力度，加强县区内勤管理体现服务品质。客户服务工作要全面宣导“以客户为中心”的理念，扎扎实实抓基础，全力以赴抓服务，从我做起，从小事做起，从本部门做起，用诚信、主动、求实、创新的精神打造太平洋寿险优质服务的品牌。

(二)20xx年的经营目标 个险标保任务20xx万元。意外险要力争600万元。团寿险要保证3300万。中介业务8100万元。续收业务4500万。

明年，要做好以下几项工作：

一、 认真搞好县区机构建设，强化县区机构职能，使工作重心下移。通过县区机构建设，提高县区业务产能，让县区机构在各个业务方面得到全面发展。并结合分公司下发的《县区机构管理办法》，理顺、规范县区框架，使各县区实现个、团、中介的全面发展。

二、 大力加强干部队伍建设，不断强化各级班子建设。市场的竞争，归根结底是人才的竞争。企业要想让自己立于不败之地，必须坚持以人为本，实施人才战略。我们要通过内部培养、外部引进、社会招聘等各种渠道，选拔人才，真正做到人才兴司、人才强司。今年的工作重点主要是抓好县区班子建设，使县区班子发挥出应有的作用。同时搞好人才储备，也就是搞好后备干部的建设。

三、 切实抓好员工队伍建设。经过近四年的发展，我们逐渐在员工队伍建设方面取得了一定成效。中介业务、团险业务、续期业务都走在了全省前面。今年，要加强四支队伍的建设：个险队伍建设、团险队伍建设、中介队伍建设、收展员队伍建设。要在队伍规模不断壮大的基础上，走精兵之路，大力培养高产能业务员。并对四支队伍的各级、各类业务员实行分类指导，锤炼好能打硬仗的四个方面的队伍。

四、 继续加强系统和集团业务运作。根据东营的特点，系统业务和集团业务是我们公司发展的优势。要在原来抓系统业务的基础上，维护和巩固好各个业务渠道。同时对油田的重点单位实施重点公关，继续扩大集团业务，为公司的发展造影响、树形象。

五、 抓好各方面的管理。通过管理，更好的促进业务发展，使公司向精品公司的方向不断迈进。

六、 加强思想政治工作和企业文化建设。全方位提升企业文化层次，真正做到创品牌、树形象、占市场，把×太保寿险做大做强。 新的一年即将开始，让我们放眼过去，展望未来，以高昂的斗志，必胜的信心，团结拼搏，乘胜而进，打造钢铁团队，创建精品公司，不断开创×太保寿险的新局面。

述职人：

20xx年xx月xx日

**销售述职报告 篇十二**

药品行业销售员工作总结 福特首位全球营销总监诺瓦尔.霍金斯曾说过，“销售，一份仅次于总统的伟大职业!”这足以说明销售的意义。我虽然没有觉得销售的意义如此深远，但我心中的销售员在公司是个什么角色，

一、我先讲几个故事。

我曾在中国航油某省陆地石油公司任职。原先的航油业务在油库安全、油品安全、人员安全的基础上，主要业务就是为飞机，为地面特种车辆加油。航油的领导、职工基本上都是技术型出身，他们的职责第一是安全，第二还是安全。后来随着航油集团公司汽柴油成品油和相关石化产品贸易业务的开展，成立了陆地石油公司，陆地石油公司的一批领导和员工身怀新的希望和热情站在了陆地公司的岗位上，这对于原先的航油和航油人来说，是一个新领域、新课题，就像是第二次创业。由于原有航油的国有化管理体制思想和工作方法的根深蒂固，陆地石油公司成立后，计划经济的理念不能完全抛弃，导致上游油源采购不稳定，成品油迟迟进不来，油库空空，好容易跑炼厂把上游油源渠道建立起来，油品采购回来了，但是由于大家没有成品油的销售理念和经验，油品销售不出去，经营状况一直不佳，每月的固定计划来油后进不了库，油库憋罐，专用线上槽车卸不了油，自备车返空不走，连续两个月，刚刚建立起来的炼厂关系又中段了，陆地公司经营不善，连续亏损。

在这个困惑时期，终于公司来了一位原先从事营销工作的总部营销部副部长做公司经理。他到任后，内部抓全面安全管理，积极向总公司申请借贷资金，保证采购及公司运营资金充足;外跑炼厂，重辟上游油源，重视采购计划合理，计划与库存透明、有科学的预见性;提倡全员营销、制订新的营销激励方案招聘、成立、培训专业销售队伍，营销网络和渠道全省撒开。加强油库和加油站的收购、租赁和新建工作。终于在新的总经理带领下，陆地公司慢慢开始了新的气息，并且很快批发零售工作有了起色，销售任务月月超额完成，油源采购计划顺利进行，安全工作丝毫没有漏洞，公司在总经理到来的第一个年度里便扭亏为盈，公司的整体工作进入正常化轨道。这就是销售，准确点说，是营销工作的重要性，营销工作的全面定位。

再有一个例子，\*\*品牌白家电和黑电产业剥离后，白家电事业部下，生产厂家、营销渠道独立，\*\*品牌白家电依靠强势黑电的渠道、业务的轻松日子终结了，随之而来的是，白家电的产品质量、领先技术、品牌力度等等缺陷一下子凸显出来。各省级销售部任务月月低迷，市场工作进展不了，回款比原先下降很大。某省级销售部的业绩更是月月下滑，在全国26个省级销售部中，名列倒数第一。

总部经过全面考察，提升一位能力比较强的地市级办事处经理，结合多年的业绩和营销方法、经过沙盘演练，360度访谈考察后，正式担任该省级销售部经理。一位从事销售工作的办事处经理上任销售部经理后，全面更换自己的经营理念，从财务、市场、计划、售后、销售、行政人事六大方面全面抓起，市场部加强市场推广、促销活动力度，终端销售培训、奖励力度，对外横向联系王牌电视、与彩电、小家电、空调、手机等各分公司或销售部市场部联合整合市场资源做促销、推广活动，并首家成功开辟家电行业以旧换新活动;财务上严格回款制度，现款现货、月对账严防呆账坏账;销售上加强业务人员考核、月例会各办事处、业务员充分讨论、分析业态状况、细化到客户分析、工作计划制订与总结;计划上充分分析各区域销售特点，针对性做好备货、出货计划，产品性能分析，加强物流流通监管，为业务做好后勤服务;售后紧抓提升响应速度的主线，提升服务水平;销售部经理根据一线市场反馈回来的信息，组织各部门主管分析讨论，灵活制订各种营销方案。经过销售部全体员工同心同德努力奋斗，该销售部所辖区域市场逐渐好转，销售回升，回款在全国各销售部中名列前茅，当年末，全国任务完成率排名全国第二。在各家电公司和省级、地区级销售部，总经理一般都是销售出身的，一直做到负责整个公司。

在工程项目中，销售是属于项目经理直接负责的，而为了做好一个工程项目，换句话说为了销售好这个项目，作为项目经理就要从前期项目信息的获得，和甲方人员特别是负责人、总经理的有效沟通，设计方案交流，投标工作，工程报价协商，签署技术协议、商务合同洽谈，设备制作进度安排、跟踪，现场安装、调试、试车，回款，售后服务全面熟悉、负责，基本上实行的是项目经理负责制。在这其中，销售员或者项目经理要对公司产品、技术方案、对方项目都要有所了解，或者熟悉，商务工作严谨细致、热情得体，双方协议、合同如何签订的缜密完整，这都是销售人员的工作。你所面对的是业主的总经理，技术部门甚至是设计院的权威，你是代表公司，与他们做商务洽谈、心理周旋、技术交流，所以你要对自己的定位一定要高。

从以上两个事例，我认为销售的定位已经不再是简单的销售，而是充分发掘、整合、运用手中的资源，这些资源包括上级、下级、横向、纵向、内部、外部，调动企业全员甚至必要时调动董事长的力量，统筹好计划物流、财务安全等各方面因素，将各个零散的部门力量统一调动起来，全面服务于销售，而企业里唯独只有销售岗位能考虑到、做到这么全面，否则这个销售员不是一个合格优秀的、具备较高综合素质的销售人员，但凡能具备这些统筹能力的销售人员，就具备了做项目经理，甚至是总经理的基本理念和素质。

被誉为“华人管理教育第一人”的余世维博士在南京邮电的讲座中曾这么说过，现代企业的竞争实质上就是销售的竞争，而不是技术，即使你的技术再有优势，但你销售不出产品，你的企业就没有生存的意义。这就是销售的重要性，这就是销售的定位。

二、如果说以上是自己的高位定位，那“千里之行，始于足下”，自己应如何来从小事做起呢?

我们经常说到学习，那我现在来向大街上买耗子药的学习，看看我们的相同点在哪儿呢?

1、敬业精神。卖耗子药不论春夏秋冬、刮风下雨，坚持徒步、风尘仆仆，渴了，腰间有水壶、饿了背包里有干粮，雨大了找屋檐避避雨，天黑了，找个破地方睡一觉。业务员同样，一年四季，有时候过年过节都不能回家与家人朋友团圆，但是勤奋的业务员只要看到自己超额完成的任务，心中的成就感远远超过自己的辛苦，业绩就仿佛是自己抚养的孩子，历数业绩，仿佛历数自己孩子清楚、详细、兴奋。天底下每一个业务员都一样，只要能完成任务或超额完成任务，不惜放弃自己的私人时间。

2、熟练的专业知识。买耗子药的对自己的产品一定很熟悉，并且堪称是这个行当的专家。那我们呢，我们也一定是这个行当的专家。

3、精细化耕作。卖耗子药不论刮风下雨，基本上没有休息的时候，走街串巷，挨着街道一条街道一条街道地扫街。我们业务员呢?不论是做哪行销售的业务员，家电、化妆品、农业、医药、it，还是做工程项目，我们除了一条街一条街地扫，甚至是拿着全国行政地图犹如作战地图，一片一片过。比如我经历过家电企业的销售会议，各个办事处经理每次回到公司开会，总是在ppt中打开一个自己区域的行政图，将自己区域的行政情况、经销商情况结合起来做分析、汇报。在it行业也一样。现在做工程项目，亦然，每个老总或者办公室的墙上都挂着一副“作战地图”，上面不仅把红旗插在了公司在某地区的成功业绩，而且圈点出竞争对手的项目情况，还有自己接下来准备攻克的项目，以及潜在的项目情况。这些都是精细化管理的体现。

4、注重宣传。买耗子药不论走到哪里手里都敲着一个竹板，口中念念有词，简洁明亮。而我们也相同，比如格力空调，好空调格力造等等。

5、在合适的时候说合适的话。买耗子药的人别看一脸粗相，但他绝对是见什么人说什么话，男的、女的、老的、少的，他们可是阅人无数啊。我们业务员同样是这样，每天频频变幻自己的角色。

6、装备齐全。买耗子药的，身上可谓是五花八门要什么有什么。我们业务更是这样，名片、电脑、u盘、数码相机、笔记本、各类办公用品(笔、尺子、铅笔、橡皮、尺子)、样本、业绩、公司资质、计算器、，这些必须的办公用品一应俱全，甚至水杯、电池、职业服装、药品等生活用品，我们身上真是大全啊。

所以我觉得假如是一个业务新手，那你就看看街边的卖耗子的人吧。我们有时候要像卖耗子一样准备齐全装备，学习好自己的产品，一路走一路大胆地叫卖，去精耕细作吧，相信通过努力，你会得到回报。但是成功有办法，失败必有原因。

述职人：

x年xx月xx日

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