# 最新食品销售员工作总结(三篇)

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-06-22

*总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢...*

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**食品销售员工作总结篇一**

1—3月 4—6月7—9月 10—12月

58304元35120元 19000元144961元

销售回顾：公司产品的结构多层次, 系列组合，依托自身商誉优势, 在产品定位与市场策略上，近亲繁殖、扩张道路。从4个品牌，8类产品，由\*年11月初在流通领域中常见的辣根王，果汁，寿司酱油，鸡汁，直至后期逐步登陆市场的寿司醋，辣椒油、芥末油等，均在消费界取得部分认可。产品销售过程是通过引导最终消费者，从而带动产品流通的策略，我们同时为销售商和消费者提供优质产品，至上的服务，直接有效的供求资源和网络信息，整个工作是在消费以及流通两个领域同步开展，使销售队伍——销售商——消费者之间进行整合。

经营分析：

1、经销商的定位，南京现有的两个经销商：a(李军)与b(黄丽春)，a现有的销售网络集中在市内酒店宾馆，主营高档干货，餐料配送业务。b的客户群面向流通市场，同时也兼营终端业务，a和b的销售网络存在一定的互补性，同时也缺乏一定的成长性，他们因其客观因素限制，业务拓展能力不强，短期未能在原有的网络基础上进行业务延伸。

2、产品消化周期差异化，产品消化周期完全取决于消费者的使用量，这与各地区的饮食文化密切相关。公司的芥辣、寿司醋，芥末油消化周期较慢，同比之下，鸡汁、果汁、正处于市场成熟增长阶段，我们在为公司带来增量产品的选择上, 需要准确定位。

业绩来源：销售商理念是考虑自利行为和风险因素，我们的终端销售队伍在消费界的推广效果, 打消了销售商对风险因素的顾虑，从而选择了我们产品作为利润微薄的名牌产品的替代品，鸡汁产品在争夺劲霸的产品份额，果汁替代新的品牌，芥辣则抢占爱思必局部市场，而寿司酱油和醋更多的倾向于引导销售。此外, 公司产品在消费界的客户根据不同层次性质区分为：大型餐饮公司或星级宾馆，中档酒楼，专业粤菜馆，咖啡馆等，产品分类全年销售比例如下：

存在问题：

1.经销商违规(冲货、窜货)

南京地区前任经销商与公司战略方向和销售策略的意见上产生分岐，公司因故终止该经销商的产品经销权。然而该经销商竟以此为耻，并拉开了导火索，与南京办销售队伍为敌，浓浓得火药味将鸡汁、芥辣产品价格一降再降。甚至，不惜重金，余近求远，从别的区域采调公司产品低价冲击南京市场，使我们销售队伍在客户眼前的信誉和产品推广带来恶劣的影响。

2.空白市场尚未开发

前期工作重心在南京，时间原因，未能及时将江苏中部、北部及安徽部分市场开拓，这些区域市场的工业产业密集度低，在消费水平和餐饮业的发展也较逊色, 相对产品品牌竞争的程度上也明显的低，从战略的角度上，这些区域宜早开发，作为待机市场, 先入为主。

**食品销售员工作总结篇二**

大家好!时光飞逝，一眨眼20xx年的销售工作即将结尾。非常荣幸能和大家一起探讨工作，总结经验，以下是我的述职报告，请大家评议。

我是客户经理，负责客户食品，走过20xx年，市场风云变幻，受金融危机影响，我公司销售重点乡镇，车墩和新桥镇受到严重的挑战，大型工业区富士康搬于成都，达丰搬于重庆，日腾电子和龙工厂人员搬走3分之2，由于外来人口流失，曾经公司的形象街之一新桥庙三路生意萧条，原叶榭分销和国际食品城分销严重跟不上我公司的脚步，对我销售造成很大压力，但在朱经理的帮助和指导下，我们积极创新营销，营造消费热点，努力优化环境和服务，不但没有被困难和压力击垮，而且还取得了不错的业绩。

总结一年来取得的成绩，主要有四方面内容，这四方面内容都围绕着“调整，提升，发展”和服务营销来展开的工作。

1. 去年有2个经销商，全年销售万，经过公司调整关掉1个经销商，安排我负责言凡食品协助做好整个，在公司领导的正确方针指导下截止11月已经完成万，同比增长1.76﹪,12月预计销售最低219000元-400000万，在非常困难的情况下能取得这个成绩，跟公司领导正确的方针是分不开的。

2. 分销架构与管控上：我把分为4个区域，九亭，泗泾为一个分销负责，叶榭浦南3镇，车墩南为一个分销负责，老城区，大港，塔汇，小昆山，新城区，佘山为一个分销负责，车墩北和新桥，洞泾由经销商直接负责。以前整个二批由经销送货，分销只负责终端的配送，分销积极性不高，很少整车从公司发货，经过市场走访和侧面了解分销商的心态，做出了调整，说服经销商分销区域二批由所在区域的分销直接管控，内部市场，经销和分销之间不得窜货，每个分销商必须缴纳1万窜货保证金，严防窜货，让他们脚踏实地的做好自己市场。

原食品城分销资金及思路跟不上公司要求与步伐，原叶榭分销只重视特通及批发，做竞品，终端送货不及时，浦南三镇终端一塌糊涂，造成终端无法养活业务员，只有和其正其他品项空白，终端对我公司形象及为不好，经过大的调整，与今年5月底6月初淘汰了这2名分销商，新开了2名分销商，根据市场实际情况，给每个分销制定销售任务，然后分解到每季度，在分解到每月，让分销有目标的而不是盲目的销售，我把分销商当成经销商一样培养，让分销感觉自己就是经销商，协助分销商把达利园品牌当成自己的生意来做，也让他们的积极性很高涨全部实现整车从公司发货。

经过区域调整和任务分配，我给老城区分销梦程分销配置3名业代，任务万，截止现在完成万同比增长50万，叶榭配琪分销配置2名业代，任务万，完成万同比增长30万，食品城分销配置2名业代，万任务，完成万同比增长50万，从数据上看，分销做的很不错，其主要增长600和其正，及其他副品项也增长不少，就订货会就600和其正就定了x万件x万元的销售业绩，这也是公司的正确指导方针。

但还存在不足，如：1，分销很多资金跟不上，在很多情况下都要总经销承担，2，每次促销活动的售后服务不到位，如：产品不齐全，配送不能及时到位，影响分销和终端的积极性，3，区域内的小终端没有完全辐射进去，进货的只有大的零售商及销量好点的店。4，由于价格原因及同内竞品的竞争，有的二批商和终端店在销售过程中不积极主力推销我公司产品。5，有的终端进货多或者动销不好产生了月份老的日期，我们没能及时处理，导致在终端产生过期现象。6，在区域内开发新网点方面，不到位，如，小排档，沙县小吃，餐饮方面开发太少，他们在某些时段的销量还是不小的。结合以上20xx年的不足之处，在明年的工作中一定把他们全部纠正过来，让业绩达到另一个高峰。

渠道是每个公司都想做好的一条重要通道，得渠道者得天下，渠道是由分销，二批和终端店组成的，所以我们要做好渠道，就要把他们每一层的关系搞好，让他们有一个良好的发展趋势，分销作为我们公司的一个重要销售环节，起到承上启下的作用。

1.明年再给分销制定1年的销售任务，要比今年分得更细一点，分解到每个品项上。

2.终端也是最重要的一个环节，因为最终产品的消化还是在终端，所以要求经销和分销特别是在旺季的时候，业代的订单或者终端店叫的货，一定要随叫随到，至少在24小时内能到，保证终端货源充足不断货，否则不但丧失最好销售时间，也有可能导致终端在下次叫竞品，

3.就是今年资金不足的分销在明年一定要让分销保障资金充裕和仓储能力，现在都是整车发货，如果资金和仓储不具备，很容易造成阻碍公司的销量，今年资金和仓储都较好的分销商，在明年更加控制他，好好利用这些资源为我们做市场，不让他们有机会为竞品公司效力，分销商追求最大的利润空间，比如今年我给分销制定的销售任务，如季度返利，年终返利一样，完成有百分之0.5，另外，我们公司和其正等销量也比较好，每件利润也是相当可观，而且公司还在不断推出新品来充实市场占有率，如这月刚出的250ml利乐包花生牛奶，刚到货第二天就业代出库就400多件x24规格的，也让他们有很大的希望与信心。

4 终端店也就是铺市率一定要上去，因为我们掌握多少终端就掌握多少的量。网点资料一定统计好，然后分类，夫妻老婆店多少家，小型超市多少家，大中型多少家以及特通点多少家。让业代在维护过程中，在把卖得好的几条街或者店选出来，我们重点维护，打造成形象街或者形象店，不管大店还是小店都极力争取最好的位置，生动化陈列，目前xx市场有老城区庙前街和车墩北达丰后街2条形象街，明年争取在增加2-3条形象街，每个月在做3-4场户外拉动，配合形象街及广宣品就能带动很好的宣传效果，特别是针对公司新品。

还有今年我发现终端很多店不在业务员手里拿货，因为有的二批比业务员发的要便宜1元，让业务员信心不足打击积极性，特别是区域差的乡镇，业务员很难留住人，造成终端无人维护的窘境，明年管控好经销和分销对二批的价格的严格管控，严格按照公司的价格执行，如和其正给分销xx元，分销发给二批xx元，二批发到终端xx元，这样既保证不会影响业代点单，分销利润也还可以，如果哪家二批不按公司价格体系乱发货，直接停止供货以确保市场良性循环。另外，针对旺销点和形象店做打堆或者整组货架陈列，让消费者一进超市就被我公司的产品吸引从而形成购买欲也就能带动动销，针对终端小店每月制定套餐，一次性压到位，强占终端小店资金和仓库，因为终端资金和仓库都有限，别的竞品就进不去，店老板只有极力推荐我公司产品，从而提高销量。

5. 针对业务团队建设与管理：1，针对区域差别和网点数，划分区域，保障每名业代都有足够的网点维护，从而保障业代提成收入。2，业代每天早上8点30之前由经销或者分销电话报到，下午拜访完最后一家店，用店里电话给我报到下班，从而保障业代在线路上有足够的时间拜访。,3，要求业务员每天必须按照定岗定线拜访，不管大小店不得跳点拜访，每天必须填写日报表及市场问题，防止业代跳点拜访，也能及时处理市场问题。4，每天跟线1名业代，检查市场铺市率及业代动手能力，当天出库差的业代，第二天查看业代日报表，去当天线路实地查看，了解真实情况，如有市场问题，电话给业代处理，解决不了的到线路上去协助业代处理，从而提升业代处理事情的能力。5，区域缺人时抓紧人员招聘到位，每礼拜5给业代开会，总结一周工作及不足，一月最少一次业代技能培训，不管是老业代还是新业代，培训时，实战演练，按照平时拜访终端的步骤进行，每名业代扮演店老板，把遇到的问题在演练上提出来，怎么去解决的，不足之处，我在给予指点，让大家相互学习别人的优点，使整个业务团队的业务能力在互相学习中不断提升。

6，针对公司的各项动作，如割箱，地堆，冰点等生动化陈列安排业代必须严格按照工作要求高效率完成公司交给的各项任务，加强市场基础的建设，争取把xx市场建设成样板市场。7，要求业代严格控制终端临期品的及时调换货，确保市场良性循环。8，每月制定促销政策及团队出库奖励，带动业代的积极性，从而更好的维护好市场。

以上是我的报告，感谢公司各位领导对我们xx市场的支持与帮助，也感谢公司能让我在这个平台上发挥自己的能力，虽然苦过，累过，回望这一年的成绩也颇为欣慰，所有的辛苦都是值得的，因为公司确实让我得到了很多经验，使我的业务能力有了长足进步。我争取明年把xx市场上升到更高一个层次，争取明年突破万。

**食品销售员工作总结篇三**

回顾这一年的工作历程，我深深的感到公司的蓬勃发展和全体同事团结、热气、拼搏、向上的精神。我作为食品销售部门的一名普通员工，在公司领导和同事的鼓励和帮助下走过了这一年。

结合20xx年的工作，归结起来主要包含在以下几个方面：

一、20xx年渠道工作内容回顾及概述:

从20xx年11月底接手两个镇的bc类商场，至20xx年六月底。基本上20xx年的岁末，仅仅在熟悉市场情况、建立初步客情和掌握bc商场的操作方式。真正的做市场，还是从20xx年开始。刚刚接手市场时，恰逢公司凉茶商超价格体系的调整，从家庭装28元调整到30.4元供货。由于经销商和邮差商的鼎力支持和配合，加上之前同事市场上的努力。所以价格很快就调整了过来。我在熟悉客户整体情况和了解我司产品的家庭消费潜力特性后，便根据市场情况将所负责的35家客户做分级规划。一级为重要客户，有12家。二级为高潜力客户，有14家。三级为潜力培养客户，有9家。经过与客户的多次深入沟通，加上公司的支持和客户的多多配合，在这上半年，一级客户的实际销货量同比平均增长了125%，最佳的客户从原月销70件到销190件，增长到原销量的2.7倍。二级和三级客户分别增长了95%和65%.。润喉糖的铺货率也达到了100%。可惜的是，由于我个人能力所限，很多客户还没能发挥出最佳的销售潜力。

从20xx年7月，公司将我调入ka负责8个镇的30家ka卖场，其中12家超市，14家百货，和4家跨区ka场。刚接手时，正是我司产品的销售旺季，公司支持的相关费用提报时间是签约时间的一个半月前，由于个人能力和专业知识薄弱，市场洞察力差，和对市场的把握度不准确，使一些费用的利用不太合理，没有运用到刀刃上，使客户的培养方面没有做好，致使销量没有出现明显的增长，使我深深地感到有愧于公司和上司对我的信任和栽培。

二、学到的经验：

通过从事这一年的商场销售工作，我从中学到了相当多的专业知识，让我深深的感到做销售工作容易，想做好就是一件不容易的事情。结合公司给我们的多次培训和我自身的感悟，我总结了十条经验：一细二勤三多四强。一细即心细，二勤就是眼勤、手勤，三多是要多与客户深入沟通、多学习专业技能技巧、心态要多调整、要时刻保持乐观和积极，四强是自信心强、洞察力强、分析规划能力强、执行力强(和公司的六强不一样)。

1、细

比如，我们跑商场的同事经常要做的事:卖场的库存管理，我经常要去卖场仓库去查库存，由于送每批货的时间不一样，可能有的卖场由于仓库太挤，他将每批货放的位置不一样，如果我们没有仔细的在整个仓库查看，误认为只有一个地方有我们的货。这就会造成日期先进先出没有做好，结果日期混乱，还会造成库存积压，所以一定要细心。

2、勤

1)是眼勤，要多观察，俗话说：商场如战场!信息是非常重要的，一个重要的信息就可带来丰厚的利润，所以在日常工作过程中，一定要细心的去观察竞品的相关动态。尤其是价格的调整、陈列、促销政策等等。

2)是手勤，我们做快消品的，经常要去动手做陈列，占排面，争取陈列到最佳曝光点，吸引消费者的眼球。所以，要多动手，多布置相关的广宣物料。才能使销量出现增长。

3、多

1)是多与客户深入沟通，让客户配合我的订货、陈列、价格调整、促销策略的执行。只有多与客户沟通，多分析我产品在整个分类品项的优势，和我产品给客户带来的销量和利润增长潜力，客户才会将我们的产品列为重要产品。有了商场客户的支持，陈列才能强势，销量才能提升。

2)是多学习专业知识，比如谈判技巧，我们面临的客户都是很专业的，要想能成功的和采购商谈而达到我们的目的，就要更专业。公司给了相当多这方面的培训，使我受益非浅，让我学会了如何与别人交流，让我受用一生。

3)是多调节心态，做销售这行，会经常面对很多方面的压力，客户的挑剔、拒绝、不支持、事情的拖延。有时候，有一个很好的促销方案，自己很有信心，可是去和客户谈时，客户一口就给拒绝了，一句话都不听。这时候，就要努力调整心态，多了解客户拒绝的原因，多分析，才能扭转尴尬的局面。我之前经常会遇到这样的事，有时候搞得自己一点信心都没有，还是同事和主管给了我很多的鼓励，给我信心，使我又有了高昂的激情，才得以战胜各种困难。使我学到了不良心态的解决方法。

4、强

1)自信心强，做销售，没有信心，什么都做不了，有了自信心，才能在绝望中夺得生机，在痛苦中抓住欢乐，在压力下摆脱烦恼，在失败中找到希望。这里要感谢各位同事和主管对我的鼓励和支持。

2)洞察力强，做快销品，要对市场情况敏感度高，客户对我产品的陈列、价格、促销策略的调整，竞品在市场上的反映，都要随时的掌握。比如，一个好的陈列位，很多厂家都想要，但当时还有陈列其他产品，协议快到期了，这时候，为了得到这个位置，就要多了解情况，如果能够先了解到该产品的协议期限，那么就可以优先得到该位置。

3)分析规划能力强，我进入ka后，对这方面的了解学到了相当多的知识。对客户、市场了解了，就要多分析，理出一个详细的、可执行性销售计划，然后按部就班去执行，这样就能节约更多的时间和精力，并且达到理想的效果。特别是对数据系统的建立，使我更准确的了解产品在每个客户的销售潜力和我产品的成长状况，非常利于下一步的工作计划。

4)执行力强，这是公司最倡导的，不但有利于公司及产品的成长，也使我得到了对自身的锻炼。我以前很懒惰，特别不喜欢洗衣服，老是将衣柜里的衣服穿完了，没得穿了，才一起洗。经过工作上的一些缘故，慢慢的这个毛病也改掉了。

三、自身的不足：

在近一年的工作中，自我感觉也出现了很多问题，主要有以下几个方面

1、忙忙碌碌

每天在公司上班总是觉得忙忙碌碌，但是每天回首一天的工作，总觉得是一无所获，感觉只是一个忙字，但是具体干了什么，却也说不出个所以然，通过主管多次的指导，发现主要是因为没有处理好紧急但是不重要的事情和不紧急也不重要的问题，每天大量的时间都化在了处理这些事情上，所以感觉到一天忙忙碌碌但是总觉得一无所获，在新的一年里，我准备按照主管所教的，把每天该做的和要做的事情分清轻重缓急，合理安排和利用自己的时间。

2、缺少经验

在工作过程中，做的最多的就是和人打交道，而且都是和商场的采购或门店的主管打交道，经常遇到些一时难以解决问。回来时，主管问起来，老是很多小问题。到这种时候我都感觉到自己有些力不从心，因为这种时候需要多方面的知识和经验以及很多的专业理论知识，所以，我要在明年的工作过程中，总结今年的不足，随时给自己充电，同事也希望公司能多给一些这方面的培训机会，让我快速的成长起来。能更好的为公司工作。

3、懒惰

在以上总结的经验中，平时在执行的时候有时不能够百分百做到，希望领导在以后的工作过程中能够经常给予指正。

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