# 销售员年终总结六篇(五篇)

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2024-06-07

*总结不仅仅是总结成绩，更重要的是为了研究经验，发现做好工作的规律，也可以找出工作失误的教训。这些经验教训是非常宝贵的，对工作有很好的借鉴与指导作用，在今后工作中可以改进提高，趋利避害，避免失误。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结...*

总结不仅仅是总结成绩，更重要的是为了研究经验，发现做好工作的规律，也可以找出工作失误的教训。这些经验教训是非常宝贵的，对工作有很好的借鉴与指导作用，在今后工作中可以改进提高，趋利避害，避免失误。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？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。

**销售员年终总结六篇篇一**

总而言之,三句话:成绩不可忽视,问题亟待解决,建议仅供参考.

“5个一”的成绩不可忽视

1.铺开、建设并巩固了一张批发企业所必需的终端营销网络

武汉市场现有医药零售终端共690家,通过深入实际的调查与交往,我们按照这些终端客户的规模实力、资金信誉、品种结构、店面大小,将这690家零售终端进行了a、b、c分类管理,其中a类包括“中联”在内的25家;b类有94家;c类210家.在这690家终端客户中,我们直接或间接与之建立了货款业务关系的有580家;终端客户掌控力为84%.

我们所拥有的这些终端客户,为提高产品的市场占有率、铺货率、迅速占领武汉这一重点市场,提供了扎实的营销网络保证,这一点正是公司的上线客户——药品供应商所看重的.

2.培养并建立了一支熟悉业务运作流程而且相对稳定的终端直销队伍.

目前,营销部共有业务人员18人,他们进公司时间最短的也有5个月,经过部门多次系统地培训后,他们已完全熟悉了终端业务运作的相关流程.

对这18名业务人员,我办按业务对象和重点进行了层级划分,共分为终端业务员、区域主管和片区经理三个层级,各层级之间分工协作,既突出了业务工作的重点,又防止了市场出现空白和漏洞.

这支营销队伍,他们的工作虽然繁琐和辛苦,却有着坚定的为a公司尽职尽责和为终端客户全心服务的思想.他们是武汉市场运作的生力军,是生产商启动武汉otc市场的人员保证.

3.建立了一套系统的业务管理制度和办法.

在总结去年工作的基础上,再加上这一年来的摸索,我们已经初步地建立了一套适合于批发商终端直销队伍及业务的管理办法,各项办法正在试运行之中.

首先,出台了“管人”的《营销部业务人员考核办法》,对不同级别的业务人员的工作重点和对象作出了明确的规范;对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求.

其次,出台了“管事”的《营销部业务管理办法》,该办法在对营销部进行定位的基础上,进一步地对领货、送货、退货、铺货、赠品发放,业务开展的基本思路等作出了细化,做到了“事事有要求,事事有标准.”

第三,形成了“总结问题,提高自己”的日、周两会机制.每天早晚到部门集中报到,每周六下午召开例会,及时找出工作中存在的问题,并调整营销策略,尊重业务人员的意见,以市场需求为导向,大大地提高了工作效率.

4.确保了一系列品种在武汉终端市场上的占有率.

目前,营销部操作的品种有四川太极、珠海联邦、纯正堂、河北华威、山西亚宝等22个厂家,曲美、缓士芬、玉叶清火片、小儿清肺、珍菊降压片等30多个品规.对这些品种,我们依照其利润空白和厂家支持力度的大小,制定了相应的销售政策;如现款、代销、人员重点促销等.通过营销人员积极努力的工作,这些品种在终端的上柜率在60~95%之间,确保了消费者能在一般的终端即可购买到我公司总经销的产品,杜绝了因终端无货而影响了产品销售时机的现象,满足了广大生产厂家的铺货率要求.

5.创造了一笔为部门的正常运作提供了经费保证的销售额和利润.

200x年度,武汉办通过新产品的市场开拓,共实现了销售额x万元;利润额y万元.为整个本办事处和十二个周边办事处的正常运转提供了及时的、足额的经费保证.

所以说,营销部在建设并掌握终端营销网络的同时,为公司创造了一定的利润,一举两得,成绩不可忽视.

“5个无”的问题亟待解决

问题是突破口,问题是起跑线,问题是必须扫清的壁垒.

1.无透明的过程

虽然营销部已以建立了一套系统的管理制度和办法,每天工作也有布置和要求,但是,仅仅是把业务人员像“放鸽子”一样放出笼,离开了公司之后,业务人员做了还没有做,做得怎样了没有跟踪指导和检查,全凭业务人员的口头汇报,从而导致部分的工作、

计划

、制度的执行大打折扣.

2.无奖罚的结果

业务人员干得好与坏,差别不大,好的略有奖励;差的,毫无惩罚,心慈手软,“恩”“威”未并施.

3.无激励的待遇

给每个业务人员一碗“大锅饭”,人人都处于一种“吃不饱,饿不死”的状态之中.对上进的人,没有激励,对懒散的人,却有保障,做一天和尚撞一天钟做不做工作无所谓的思想滋生并蔓延.

4.无监控的账款

一方面,财务小组对各区铺货?额没有控制,置管理办法中的“饱和铺货量”于不顾,只要业务人员要货就发,应收账款额度加大,而且对每一个人的每一笔应收帐款未作及时提醒和催收.

另一方面,业务人员对对应客户的经营动向把握不准,加大了货款的催收难度,甚至少量的准呆帐产生.

5.无充分的权力

在选择品种时受公司干扰太多,没有充分的自主权,市场运作不是以需求为导向,而是听公司“行政指令”.有好产品,没有好厂家;有好厂家,没有好产品,加大了操作的难度.

5条建议仅供参考

部门该如何转型?“终端”怎样才能赢得公司上下一致和重视?武汉办作为部门的一份子,怎样才能顺应这一历史的转折?

1.重塑营销部的角色职能定位.

在做网络的同时,做销量,创造利润.通过完善终端网络来提升产品销量.

2.建立金字塔式的营销结构,推行低重心营销策略.

在确保产品在终端“买得到”的同时,也要确保“卖得动”大面积地向药店派驻自己的营业员(可兼职).不能只保证渠道中有水,还要创造让水流出去的“出口”.

3.调整产品结构.

产品是终端市场运作的依托,宜精少而不宜杂多.努力寻求10个左右利润空间大的产品,可操作性强,投入既有经费保障又有利益回报,这样终端销售才有积极性.

4.货款分离,变被动为主动.

业务人员主动出击,只向客户索要订货

计划

,以客户需求为导向,按需供货.货由专人专车分送;款由对应业务人员收回,一来可以改变“一天只给一家客户送一个品种”的现状,提高工作效率;二来可以降低货款风险;三来可以避免货铺出去又收回来.

5.改变待遇分配机制.

在完成基数任务的前提下,工资待遇下不保底,上不封顶,既给压力,又给激励.大胆地拉开差距,制造“贫富悬殊”,真正做到能者多劳,劳者多得.

希望有一天,营销部能成为a公司吸引生产厂家、选择总经销品种的最有份量的谈判筹码!

**销售员年终总结六篇篇二**

时光转瞬即逝，不知不觉地度过了20xx年。但是我依然清晰的记得，当初思娇产品刚刚打入海南市场，要让思娇在海南扎根落脚，经历了多么艰辛的过程。压力空前的大，要克服很多问题，需要付出比以往更多的劳动。

公司安排我在海口最大的\*\*超市，面对激烈的挑战，我有些彷徨，自已是否有能力挑起这幅重担?看到思娇产品包装新颖，品种齐全等特点，心想既来之则安之。放下包袱，一心投入工作中，尽自已所能完成公司所交给的任务。就这样拼搏完成了一个月，又接着挑战新的一个月。半年后，看到越来越多的顾客认可了思娇，使我特别开心。让我看到了思娇会有很好的发展前景，使我对未来有了更大的目标。

这一年来，经过坚持不懈地努力工作，成绩突出有两个月，在一月和十月份分别完成了一万元销量。除五月份外，其它月份销量均在4500~8500元之间。 要做好促销工作，我体会深刻有三点：

第一、始终保持良好的心态。比如说，工作中会碰到顾客流量少或者一连向几个顾客介绍产品均没有成功，我们很容易泄气，情绪不好，老想着今天太倒霉等等。这样注意力会不集中，再看到顾客也会反映慢，信心不足，影响销售。反过来，稍微想一下为什么一连推荐失败，即刻调整心态，如去超市外边呼吸几口新鲜空气等，再继续努力。

第二、察言观色，因人而异，对不同顾客使用不同促销技巧。例如，学生类顾客比较喜欢潮流的广告性强的名牌产品。所以让其很快接受我们所推荐的产品较为困难，我们则需要有耐心。可先简单介绍一下产品，然后可对她讲学生为什么容易长痘痘和黑头，需要注意些什么问题等。讲这些使她觉得你比较专业。再着询问她学什么专业等，可增强她对你的信任度。最后快速针对其推荐产品，如此成功率较高。

第三、抓到顾客后，切记不要一味的说产品。现在品牌多，促销员更多，促销语言大同小异。所以介绍产品时一味说产品如何好，容易让顾客觉得我们就想着单单推销产品出去，使自己不能很快被顾客信任。事实上，顾客只有信任了你，接受了你这个人，才会接受你所介绍的产品。如果简单扼要针对性介绍完产品，在顾客考虑时可将产品话题引入人的话题，比如赞美顾客两句或问问顾客平时是怎样护理的.

在工作中我发现自己也有不少缺点，如耐心不够，销售技巧和美容知识欠佳等。在以后的工作中，不断学习，取长补短，做出更好的成绩。

20xx年让我有点依依不舍，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与甜，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!

**销售员年终总结六篇篇三**

我于xxx进入市场部，并于xxx被任命市场部主管，和公司一起度过了两年的岁月，现在我将这期间的工作做个汇报，恳请大家对我的工作多提宝贵的意见和建议。

我市场部主要是以电话业务为主、网络为辅助开展工作。前期就是通过我们打出去的每一个电话，来寻找意向客户。

为建立信任的关系，与每个客户进行交流、沟通。让其从心底感觉到我们无论何时都是在为他们服务，是以帮助他们为主，本着我们能做到的就一定去做，我们能协调的尽量去做的原则来开展工作。

这样，在业务工作基本完成的情况下，不仅满足他们的需求，得到我们应得的利益。而且通过我们的产品，我们的服务赢得他们的信任。取得下次合作的机会。

就 像春节前后，我部门员工将工作衔接的非常好，丝毫不受外界因素的干扰，就能做到处在某个特殊阶段就能做好这一阶段的事情，不管是客户追踪还是服务，依然能 够坚持用心、用品质去做。20\*\*年的工作及任务已经确定。所有的计划都已经落实，严格按照计划之内的事情去做这是必然的。相信即便是在以后的过程中遇到 问题，我们也会选择用最快的速度和最好的方式来解决。

20\*\*年，在懵懂中走过来。我自己也是深感压力重重，无所适从。但是我遇到了好的领导和一个属于我的团队。他们的帮助和包容是我个人现阶段成长的重要因素。也是我在参加工作的这段时间里对于做人和做事的理解中收获最多的一年。

过去的已经过去。每一年都是一个新的起点，一个新的开始。

在 今年的工作中，以勤于业务，专于专业为中心，我和我组成员要做到充分利用业余时间，无论是在专业知识方面，还是在营销策略方面，采取多样化形式，多找 书籍，多看，多学。开拓视野，丰富知识。让大家把学到的理论与客户交流相结合，多用在实践上，用不同的方式方法，让每个人找到适合自己的工作方式，然后相 辅相成，让团队的力量在业绩的体现中发挥最大作用。为团队的合作和发展补充新鲜的血液和能量。同时在必须要提高自己的能力、素质、业绩的过程中。

以带出优秀的团队为己任，要站在前年、去年所取得的经验基础之上。创今年业绩的同时，让每个人的能力、素质都有提升，都要锻炼出自己独立、较强的业务工作能力。将来无论是做什么，都能做到让领导放心、满意。

走进这个竞争激烈的社会，我们每个人都要学会如何生存?不论做什么。拥有健康、乐观、积极向上的工作态度最主要。学做人，学做事。学会用自己的头脑去做事，学会用自己的智慧去解决问题。既然选择了这个职业，这份工作，那就要尽心尽力地做好。这也是对自己的一个责任。

通 过这两年的工作，我感同身受。我看到了公司所发生的变化。也感觉到了公司必然要向前发展的一种决心。我相信：公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是 正确的因此，在今后的工作中，我会带领市场一部全体员工随着公司的发展适时的调整自己，及时正确的找到自己的角色和位置。为公司在蓬勃发展的过程中尽我 们个人的微薄之力。

回首过去，我们热情洋溢;展望未来，我们斗志昂扬。新的一年，新的祝福，新的期待：今天，市场一部因为在此工作而骄傲;明天，市场一部会让公司因为我们的工作而自豪!

我的发言完毕，谢谢!

**销售员年终总结六篇篇四**

这是我第一份正式工作，我很珍惜，从xx年7月底来到了公司，8月6号开始和李x在xx本地开发排水器客户，9月10号和郭xx、韦x去山东学习阀门销售，10月14号开始独立开发新客户，陌生上门拜访，眨眼现在已是12月底，在公司整整工作了4个月了。

初入这个行业，开始渐渐熟悉本公司产品的专业知识，熟悉公司的操作模式，还有学习建立客户关系群。在3个月的市场的开发和实践中，我学到了如何定位市场方向和产品方向，抓重点客户和跟踪客户。当然，想要成为一个成熟的业务员，这些事情是远远不够的，我还很多很多的东西需要不断学习、不断积累、不断地与时俱进。

俗话说，只有经历了才会成长。初入社会的我，一旦工作遇到困难的时候，很容易急躁，无从下手，幸好我们的团队是个和谐的团队，公司的每一位前辈都会很耐心的教我这个小丫头，我的成长与他们息息相关，很感谢大家对我的支持。

以目前的行为状况来看，我还只是个初入行业的小业务员，本身的谈吐、口才还不行，感觉还有很多的潜能没有完全发掘出来，在我内心中，我一直相信自己能成为一个优秀的业务员，这就是“吸引力”的魅力，有了这股动力，这份信念，我相信不久的将来，我一定会成功，成为一名优秀的业务人员。

因为入职时间较短，业绩上也只是一笔小单子，一则实属侥幸，没有真正的做太多的功夫，二来现在了解到那只阀门在厂使用情况出现问题，具体原因暂时还不知道，希望陈明4号过去后能找出原因，在这件事情上希望能通过售后来化解危机。

明年的规划则是，稳住手头现有客户，从客户——熟人——自己人，再利用“自己人”的介绍，向“自己人的鱼塘”涉及，做到走一步稳一步，稳中求胜。目前为止走访过潍坊、龙口、聊城、东营、滨州、泰安这几个市场，先好好做好这几个地方的工作，再慢慢向周边发展，毕竟，一口吃不出一个胖子。

对于公司来说，我个人感觉不到太大的激情和动力，虽然领导一直努力向我们传播正能量的知识，但真正能感受得到的正能量的力量，却微乎其微，我希望公司能想法调动起我们的激情……当然，这与我们每个人自身的想法也是密不可分的，不是公司单方面的原因。

展望新一年，我相信经过xx年的沉淀与洗礼，xx年定会是个丰收年，大家一起加油，向xx年出发！

**销售员年终总结六篇篇五**

从2024年8月11日入住xx房产公司到现在已经1年多在这里工作以来，xx的营销工作取得了一定的成绩，基本上完成了两家公司的既定目标，但也存在不少的问题，为了更好的完成项目的营销工作、实现双赢，双方结成真正意义上的战略合作伙伴关系，特对阶段性的工作进行总结。

针对以前的工作，从四个方面进行总结：

xx营销部销售人员比较年青，工作上虽然充满干劲、有激情和一定的亲和力，但在经验上存在不足，尤其在处理突发事件和一些新问题上存在着较大的欠缺。通过前期的项目运作，销售人员从能力和对项目的理解上都有了很大的提高，今后会通过对销售人员的培训和内部的人员的调整来解决这一问题。

由于对甲方在企业品牌和楼盘品牌的运作思路上存在磨合，导致营销部的资源配置未能充分到位，通过前段工作紧锣密鼓的开展和双方不断的沟通和交流，这一问题已得到了解决。

由于协调不畅，营销部的很多工作都存在着拖沓、扯皮的现象，这一方面作为xx公司的领导，我有很大的责任。协调不畅或沟通不畅都会存在工作方向上大小不一致，久而久之双方会在思路和工作目标上产生很大的分歧，颇有些积重难返的感觉，好在知道了问题的严重性，我们正在积极着手这方面的工作，力求目标一致、简洁高效。

但在营销部工作的责、权方面仍存在着不明确的问题，我认为营销部的工作要有一定的权限，只履行销售程序，问题无论大小都要请示甲方，势必会造成效率低，对一些问题的把控上也会对销售带来负面影响，这样营销部工作就会很被动，建立一种责权明确、工作程序清晰的制度，是我们下一步工作的重中之重。

会议是一项很重要的工作环节和内容，但是无论我们公司内部的会议还是与开发公司的会议效果都不是很理想，这与我们公司在会议内容和会议的形式以及参加人员的安排上不明确是有关系的。现在我们想通过专题会议、领导层会议和大会议等不同的组织形式，有针对性的解决这一问题，另外可以不在会上提议的问题，我们会积极与开发公司在下面沟通好，这样会更有利于问题的解决。

前一阶段由于工作集中、紧迫，营销部在管理上也是就事论事，太多靠大家的自觉性来完成的，没有过多的靠规定制度来进行管理，这潜伏了很大的危机，有些人在思想上和行动上都存在了问题。以后我们会通过加强内部管理、完善管理制度和思想上多交流，了解真实想法来避免不利于双方合作和项目运作的事情发生。

以上只是粗略的

工作总结

，由于时间仓促会有很多不是之处，希望贵公司能给于指正，我们会予以极大的重视，并会及时解决，最后祝双方合作愉快、项目圆满成功。

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