# 2024年销售业务员工作总结(十三篇)

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-07-10

*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。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意...*

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。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢!

**销售业务员工作总结篇一**

现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

一、塌实做事，认真履行本职工作。

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

二、做好客户联系工作。

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。像这样的客户就可以列入主要客户群体里。他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的最好机会。即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

三、

做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关;其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力;再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里

的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

六、后半年的计划

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事xx的数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自己的销售量，争取赶上他们。我要给自己定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在后半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

**销售业务员工作总结篇二**

各位领导、同事大家好：

东简良经营部，是公司早期门市之一。公司领导比较重视，东简良搬家牵涉公司每个人的心。董事长亲临现场，对搬家工作进行指导，并对员工进行了慰问，鼓励全体员工再接再励、克服困难，做好本职工作。魏进强魏总亲自参与搬家工作，对门市的选址、吊罐提出宝贵意见。并经常打电话询问工作进展情况，十分重视搬家工作。要相民要总，魏雪其魏老师不辞劳苦来到门市，对财务工作进行审计，对门市各项工作进行指导，并提出建设性的意见。给予东简良经营部很大帮助，我们感到很温暖，同时也表示感谢。

请允许我代表东简良全体员工，向支持我们搬家工作的各级领导和各位同仁致于深深的谢意，感谢各位对我们的大力支持和帮助。我们一定不辜负各位领导的厚望，以自已的实际行动向公司交一份满意的答卷！

我现在简要汇报一下近期工作情况，

在董事会的正确领导下，依靠企业员工的智慧和力量，坚持求真务实，埋头苦干的工作作风，强化生产经营管理，发扬艰苦奋斗的创业精神，努力拓宽市场空间和市场占有率。在市场需求滞缓的情况下，上半年累计销售5250/t，同比增长9.6%。累计采购5305/t，同比增长9%。累计销售收入3382万元，但经济效益不佳，同期相比有所下降。油脂行业发展总体形势比较严峻，市场总体需求疲软，前景不容乐观。竞争激烈，盈利能力下降。在这样的环境下，我们应该推进精细化管理，降低经营成本，加强风险防范，以客户为导向，以做强做大市场份额为目标，争取在下半年实现新的突破，销量、利润稳步增长。

1，现实工作环境介绍

有于搬家工作比较仓促，时间紧、任务重。一些工作还没有完善，做起来很被动。生产车间、办公楼正在建设中，散油罐吊过来以后，中包装无法正常生产，设备没地方按装，地面是泥土，工作环境很差。为了不影响销量，把损失减少到最低，员工们都是露天工作。三伏天气骄阳似火，烈日曝晒着大地，地面温度高达40度以上。员工们挥汗如雨，身上衣服都被汗水湿透了，也不肯停下手中的工作，衣服阴干以后会有一层白的盐渍。阳光晒到皮肤上都是灼热的，有轻微的红肿疼痛，皮肤晒的黝黑，也毫无怨言。下雨天就像沼泽地，泥泞不堪，稍不留神就会滑到。而员工们却戏称这是我们合益荣公司新时期的长征路，走过去就是灿烂的明天！

晴天一身汗，雨天一身泥，这是对我们工作环境的真实的写照。面对恶劣的工作环境，我们员工没有一名退缩，没有一位抱怨。而是积极的投入到工作当中去，想尽一切办法去克服困难，去解决问题，尽职尽责把工作做好。与公司同舟共济，共同渡过难关。充分发扬了主人翁精神和一名合益荣员工应有的品质。在这里我向东简良全体员工说一声：“你们辛苦了。”

2新厂区介绍

为了提升公司形象，满足市场需求，适应市场发展，突破自身发展瓶颈。把我们的车间建设成专业化、规模化、基础设施齐全的现代化车间。我们实地考察了多家企业，吸收了同行业的先进经验，并采纳了设备厂商的建议，结合自身的实际情况。设计了自已的多功能车间，集生产（中小包装、软包装、棕油袋）洗桶、仓库为一体。提高了空间利用率，使工艺流程更合理、更科学、更完善。同时也降低了投资成本。目前土建工程已完成，彩钢封顶正在施工中。集办公、住宿为一体的综合性为公楼主体工程已完工。加快基础设施建设，促进度，赶工期，力争早日投产！

现就本人所管理的片区杭州市场及大区后勤从20xx年年初至今工作进展情况，所存在问题，及下一步工作开展向公司做以汇报。

20xx年初至今，在公司效益经营方针指导下，我部根据片区网点实际经营情况，对片区亏损网点进行调整，撤场等大力度处理，已经裁撤了八家网点，在撤场同时，又有效开发了五家网点。新开网点遵循了公司效益，谨慎、详细调整，准确判断和预估的指导要求，力争把经营风险在前期控制在最低，因此新开店基本都略有赢利。现杭州市场实际经营网点为46家，销售额从5月份以前的35万左右递增到现在的月产出55万左右，递增率为57%左右，市场的实际经营效益也在逐步改善和提高。

片区管理分工明确，各片区业务能针对片区经营情况对工作主次分明，有条不紊地开展，在回款、客情维护、促销员管理、促销活动开展等基本能执行到位，业务开展有分工，有协作。我本人除了加强网络管理，把工作重点放在信息收集和新网点开发上。

1、 仓库

2、 品牌梳理

经过调整和消化，开始逐渐形成适合本区域销售的品牌架构

3、 司机、财务等其它后勤人员基本尽职尽责，各司其职，完成本职工作和公司交办的事项。

1、大客户大包袱，20xx年12月份包场的连锁超市禹倡供销经营至今，平均投入产出比60%多，费用占整个市场40%多，成了市场效益经营的大包袱。

原因有以下几个方面：a、金融危机有一点点b、禹倡有一家店周边菜场搬迁造成下滑c、迪彩、大宝、牙博士等在该系统畅销的单品不能持续有效跟进d、品牌调整导致部分顾客流失e促销员心态和积极性。整改措施，由于我们签的是两年的包场合同，已经进行了有效沟通，客户已答应第二年合作不受原合同约束，可以重新谈，今年的合作因为是门店承包制，利润和费用已分配下去，因此费用调整空间没有，但是销售提高因素在a迪彩、牙博士重新导入b该系统每年下半年都是传统旺季c促销活动跟进。

2、其它几个亏损小网点已积极沟通，用撤货来终止亏损。

3、多品牌调整负担重，给货源管理和市场销售工作带来很大工作量和压力，由于品牌引进和淘汰频繁，造成品牌顾客忠诚度降低及促销工作积极性受到影响，因此建议公司，梳理形成稳定的品牌架构、制定品牌淘汰和引入的机制。

4、即期品存在和处理，即期品存在已久，已经成为影响公司效益的一个因素，即期品形成原因：a、不合理要货b一线促销人员和业务人员重视不够c季节性产品要货不合理d质量不稳定品牌e仓库人员没有培训和可以依据的一般操作手册和标准，因此,建议公司在仓库的陈列,货品的发放和管理,季节性产品的备货,即期品管理和处理，产品报损处理制订一套操作手册，让每一位仓管有可遵循基本依据，而不是每人按自己想法管理。

5、市场竞争现状，由于杭州日化终端供应商20多家，竞争白热化，对费用收取更多地倾向于部分现付和全部现付，导致我们在竞争中虽然最早获取信息，但最终因为费用支付问题流失很多店，并在市场开发中举步维艰，最终我们只有靠客情、靠信息和速度、靠品牌实力赢取部分网点。

1、 继续坚持效益经营方针，贯穿在市场经营开发管理中和仓库货品管理及物流配送办公等

2、 对品牌梳理调整和消化争取20xx年12份以前完成，经常下仓库了解督促检查

3、 亏损网点争取在20xx年12月份以前调整完毕

5、 坚持持续有效地开发，保证不断地提升。

6、对公司新开渠道养天和药店连锁集团给予重点跟踪和维护,争取在在渠道的突围和尝试中为公司作出贡献.

20xx年的第三季度已经过去了，在这三个月的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，快临近年终和今年最后一个季度，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。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把今年的最后一个季度的工作做的更好。下面我对第三季度的工作进行简要的总结。

我是今年四月份到公司工作的，五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。

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三季度的销售情况：

7月总业绩： 166700

8月总业绩： 241800

9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，虽然网络公司众多，但思科一直处于垄断地位！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：

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。

在第四季度的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1） 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是根本。在第四季度的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2） 完善综合事业部制度，建立一套明确系统的管理办法。

销售管理是老大难问题，销售人员外出拜访，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3） 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4）建立约访专员。（建议试行）

根据销售同事在外出拜访过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成拜访的目的。造成时间，资金上的浪费。

5）销售目标

第四季度的销售目标最基本的是做到日日有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周 ，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司第四季度的发展是与整个公司的综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

第一步: 招聘员工

1、看销售人员的心态及人品

2、让他们清楚公司、我及他们自己的目标

3、建立一个和谐的具有凝聚力的团队

第二步：培训员工

1、让员工学习产品知识及互联网常 1 2

一：东北区域与华南区域市场的现状

（一）辽宁省的一些情况

辽宁省的市场情况在上次报告中已经陈述过，因而不再提及重复的内容。以下是辽宁省总代理创下销售奇迹的一个剖析。自从辽宁省签订总代合同以后，销售业绩翻了几倍，创下辽宁省业绩的新高，针对这个情况，我与总代理共同去寻找造成业绩猛增的原因，并总结去一套成功的经验，向其它区域推广，让其它地区也能获得业绩较大的增长。带着这个想法我们分析了这个现象。总结出以下几点。

第一个原因：公司用对了政策，选对了合作者，也选对了市场。

第二个原因：该总代理操作市场的能力，和对我司的信心，积极推广，改变原来的批发价格，价格下调了一些。

第三个原因：当地是一个经济环境比较好，玩具业发达，市场潜力巨大。

第四个原因：我们走访了各个城市，做了一翻宣传，和市场服务。

第五个重要的原因：近两面个月进入了全年的销售旺季。

最后的结论是：这种高速增长的结果的后面包含了稳定的增长，和不稳定的增长，明年开年就会进入平稳的市场状态，不再参杂了过年这种消费高峰的原因素。业绩可能出现大幅下滑。不过预计明年的销售状况会比上年同期的销售业绩高出很多。只不过增长幅度没这么大。

（二）吉林省的一些情况

与吉林省签订总代合同后，业绩都出现了一定的攀升，从各方观察总代，该总代已经开始重视我们了，并在行动上开始有一些小的细节动作，预计明年我们的合作关系会进入更加紧密的状态。合作意愿会进一步变成更多的实际行动，并且业绩会步入稳定的增长时期；同时由于公司政策变动，引发了李洪日对公司的不满，并且停止进货以示不满。原建生，各方面都没有大的变化。

（三）黑龙江省的市场情况

黑龙江省是一个面广，人口多，经济环境不差的省份，但上个月的销售业绩并不称得上理想，上个月是全年销售最好的一个月。销量应远不止这个数，应该还有更大的上升空间，我认为还没有找到合适的合作者，造成销量难以提升。

（四）海南省的市场情况

目前，海南省的产品分销网络也不太理想。一共有四个批发商经销我司的产品，这些批发商的经营水平，经营规模，经营意识，都停留在个体户的层面上，经营我司产品的品种也不多，普遍是一些老品种，见不到新产的踪影，包括新的拼图和折碟。这些商家们的心态都把我们的产品当作一种补充品种。

海南省玩具批发行业当中实力较大的只有黄良鹂一个，规模是般一批发商的4到5倍左右，操作水平也比较高，分工专业而业精细。每个环节都有专人管理，对市场营销也有一定的认识，意识观念都比其他批发商超前。是一个实力不错的商家；经营我司的产品的状况，是摆放在二楼的一个专柜里。几乎所有的厂家都是这样的放置方式，担推广上不怎样出力。

（五）湛江市的市场情况

湛江市处于粤西尾的，周边有几个地级市，该市的货品流通渠道有两种方式，该市和地级市的一些大的零售商和大批发商都从广州调货，一些小的批发商和零售商都从湛江市取货。因此湛江批发市场只能辐射到一些小的批发商和零售商县镇辐射程度较高。现时当地有两位重要的商家在主撑着这块市场，另外有一些毛毛腿也有参与。现在所形成的分销网络非常科学合理。市场面积不大，但有定的消费能力，经常刺激业绩还有一定幅度的攀升。

（六）南宁的市场情况

南宁是广西的省会中心，由于广西省与广东省交界，所以南宁的作为广西省的行政中心，但产品辐射能力并不强，大都是供给本市和周边的几个城市的一些小批发商或零售商。因而南宁的批发行业并不是很发达，经济也是一个很重要的原因。以上的情况同柳州市的情况极为相似。目前还没有一些批发商真正出力做我们产品。就连一些小的批发商都没见经营，只有一些终端卖场才有商品出售。这个城市还没算启动起来。是一个销售业绩有待大幅提升的市场。或是有待开发的市场。

（七）桂林市的市场情况。

二：本人区域市场及渠道存在的问题

a：各市场的销售网络都比较全面，但不是非常健康合理。

３． 业务技巧

谈到业务技巧，首先想到的是如何取得订单。很多客户都喜欢跟专业的业务人员谈生意，因为业务人员专业，所以谈判中可以解决很多问题，客户也愿意把订单交给专业的业务员来负责。当然，业务技巧也是通过长时间的实践培养出来的，而在我自己这一年里的外贸经验中，我所学会的是做客户的顾问，站在客户的角度，设身处地为客户着想，一切从客户的需求出发，在电话，在电邮，或客人来访中，我们要不断提问，从客户的回答中了解到客户的需求，这样做会事半功倍，例如，如果客户是想买高质量的产品，你便可以挑一种好质量的产品给他，价格贵一点也没关系，相反，如果客户只想买便宜的产品，在报价时就不要太高，否则就会吓跑客户。做业务，我们要学会“了解或激发需求，然后去满足要求”。

其次是，处理订单，处理订单的过程，说简单也简单，说难也难。简单就是，按照客户要求的产品，写到生产单上，下到生产部就完工。而难的地方在于，作为客户的顾问，我们有必要时时刻刻关心，产品的进展，生产过程中产品是否有问题。货物生产好，要检查各个部分，是否存在外观上明显缺陷，或者一些影响到功能的产品问题。如果有问题，要及时更正。要记住：产品在工厂，我们可以挽救一切；产品一出去，一起都来不及了。到时候，只能听候客户发落。到交货期之前，要不断的提醒，不断催促生产部，确保能按时交货。

最后，要长期维护客户，我们要做好的是售后服务。经过几单处理之后，我明白：出现问题是很正常的事情，对于这方面一定要摆放好心态。由于产品本身的特点，很可能货到之后出现破损现象，安装或者实际操作，可能会出现一些问题，需要我们去解决。我经常倍感头痛，常常不知道怎么办，甚至抱怨。但是，问题出现了，总有解决的方案方法，各领导帮助，各部门配合，问题总会得到解决。

二． 个人素质能力

１． 诚实

做生意，最怕“奸商”，所以客户都喜欢跟诚实的人做朋友，做生意。在与人交流的过程中，要体现自己的诚意。在客户交流的过程中，只有诚实，才能取得信任。

２． 热情

只要对自己的职业有热情，才能全神贯注地把自己的精力投下去，外贸更加是如此，因为外贸是一个很长的过程。

３． 耐心

外贸行业中，开发一个新客户的周期一般在半年到一年之间，或者更长，所以，在这个漫长的过程中，在自己没有订单而同事有订单的时候，一定有耐心，暴风雨后便是彩虹。从我自身经历来说，接到第一单，只是一个几百美金的样品，确实60个日日夜夜，当然不排除其中的运气成分。我现在和这个客人聊天的时候还说：you are important to me. your sample order gave me self-confidence, and perseverance in my international trade career.

时光飞快，加入赛优快一个月了。近一个月的时间里，每天忙碌而充实。

由于我之前本身不是做自动化这个领域，所以对产品型号和行业信息了解也不是很充分，在此感谢公司前辈的热心指导。

首先汇报我近端时间的业绩，由于对行业处于摸索状态，业绩完成情况也不甚理想。目前我这里总共签单：21376.22元。今后的时间里我会更注意加强学习产品知识，并注意搜集行业信息。

其次是我工作中遇到的问题，由于刚刚开始接触自动化，碰到的问题可能比较多，最多的便是对折扣体系的不熟悉，比如我之前只知道140plc的折扣，却不知道140不同型号的折扣也不一样，还因此差点签错合同，幸好销售负责人张楠及时发现。这个我会加倍注意，希望能在工作过程中有得到改善。

再其次是我从现在到年前的销售目标，每年的冬季是电气行业的淡季，但是我希望通过努力能完成公司的的任务，达到20万每月。我的策略是重视每一个打进公司电话的客户，最快最准确的给客户报价，然后重视开发新客户，深度开发老客户以及之前我手上低压行业的客户。

最后，由于经验方面的原因，我在工作方面难免有差错或不足，请各位同事及时指出并指导。我会在公司政策和销售负责人的指导下努力拼单，争取完成业绩，正如我们销售部上周开会提出的口号：拼了！！！

时间飞逝，转眼间已到了20xx年年末，这一年在工作中，我得到过表扬也犯过错误，在这里做一下09年工作总结前瞻。

我今年新近加入公司，承蒙领导的器重和信任，让我主管大无缝的业务，开始我很担心因为我年轻阅历浅，会做不好，辜负领导对我的期望，但是也正因为我的年轻，有活力，有拼劲，使我逐步适应公司的工作，迅速进入了工作中，最终在同事的帮助和我自身的努力下，虽然没使大无缝的业绩走上去，但在其它方面还是取得了一定的成绩，也使我从中学到了很多的知识。

前一阵我获得过最佳员工的殊荣，这是公司和领导对我工作的认可，也是对我的激励，在以后的工作中，我会更加严格的要求自己，尽我最大的努力把工作做的更好，尽快把大无缝的业绩搞上去。

在今年的工作中，我也犯过一些错误，经过领导的批评教育，让我印象深刻，以后我绝不会再在同一个地方摔倒，这也成为我人生中一笔宝贵的财富。

在以后的工作中我会加倍努力，为公司增光添彩。

**销售业务员工作总结篇三**

转眼间，20xx年已将过去，我现在已是一家酒业的正式员工。回首近一年来的工作，我已逐渐融入到这个大集体之中。自20xx年x月份开始在办事处实习，x月份在总厂培训，至x月份分配到县工作，这段时间内我一直履行业务职责和义务，并在办事处领导带领下积极开展各项业务工作，现根椐近一年来的工作实践、经验和教训，秉承实事求是的原则，回顾这段时间的工作历程：

首先要感谢办事处领导对我个人工作能力的信任，在总厂分配销售人员去往各大办事处时将我留在呼办继续担任业务工作，并分配到县部担任驻业务员，这使我对在呼办实习期间的工作表现给予充分的肯定，让我在日后的整个工作过程中深感欣慰、倍受鼓舞，更让我充满更多的工作热情和工作动力。我将铭记这份知遇之情，并将融入我的工作历程之中，我更会努力奋斗以更好的业务成绩来回报办事处领导的信任。

再次是感谢县部经理在工作上对我的教导，以及在生活上的照顾。在工作上遇到困难的时候，经理会主动与我进行良好恰当的沟通，纠正我的工作思路和工作想法，以使我的业务工作能更顺利的开展。当我们针对某些事情的处理想法上执不同看法时，他也很少以领导者身份自居将事情直接强制执行，而是通过讲道理并联系工作实际案例让我从中明白原由，从而使我放弃固执的想法，让我减少了许多的工作弯路和工作细节失误。在生活上，部门经理主动帮我联系住房，联系取暖用的火炉子，由于气候较冷风又大，高经理也经常打电话叮嘱我注意生火安全，这些都对我今后的工作和生活给予很大的帮助。

1、工作敬业表现、素质修养逐渐提高

第一次接触什么是爱岗敬业，什么是要有强烈的责任感和事业心，怎样积极主动认真的学习专业知识，工作态度要端正，要认真负责。我作为县部的业务员，深深地感到肩负的重任，自己的一言一行也同时代表了公司的形象。热爱本职工作，能够正确认真的对待每一项工作，认真遵守劳动纪律，保证按时出勤，坚守岗位都是必须做到的！所以提高自身的素质就变的尤为重要，必须高标准、高规格的要求自己，加强自己的业务技能。

2、销售知识、工作能力和业务水平的锻炼

我今年x月份来到办事处实习，系分到餐饮部担任部门基本业务工作，协助部门经理做好一些琐碎工作。为了更好的完成基本工作，我不断向领导请教、向同事学习，并从中自己摸索实践，尽量在短的时间内理清部门工作，熟悉了业务流程，明确工作的程序、方向，在具体的工作中形成了一个清晰的工作思路。在x月份正式来办事处工作后，我本着“超越自我，追求完美。”这一高目标，开拓创新意识，积极圆满的完成领导分配的各项工作，并在余限的时间里，通过客户引荐和部分政府、各企事业单位的领导、职工接触洽谈，为下一步工作打好基础。由于心里对酒量的抵触，在招待时总不能游刃有余，随每次酒桌上都不断的学习酒中的文化和学问，并强制自己练酒量，在酒桌上向同事、向经理学习说话办事的方法与技巧！这也是我今后的必修课，一定要在这方面加强锻炼！

3、认真、按时、高效率地完成办事处领导分配的其它工作

为了办事处工作更全面更顺利的进行，以及部门之间的工作协调关系，除了做好本职工作之外，还积极配合其他同事做好工作。工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面也积极考虑尽力将工作做的更加完善。并在开展工作之前做好个人工作计划，有主次的先后及时的完成各项工作，并达到预期的效果，保质保量的完成业务工作，同时在工作中学习各个方面的知识，努力锻炼自己，经过不懈的努力，使工作水平有了较长足的进步。

1、自身心态的不成熟

性情很不够稳重。不管有点什么小事情、小状况，都把当时的反应都表现在脸上，当工作比较顺利、达到个人短时间内的预期目标的时候，我的心态就会有点跳，不够稳重，有点忘乎所以。也许是刚毕业自身阅历的欠缺，做起事情来总是有点慌张，不够稳，但刚毕业绝对不是理由，在日后的工作中我会努力克服自己的弱点，让自己更适合干这份工作！

心态的耐性还不够。作为县业务员相对而言比较孤单，环境、工作流程都显的有点单调和循规蹈矩，有些时候就“座”不住了，总想回呼市转转，整个人也显得有点颓废，不够精神，然而经过一段时间的磨练和调整，我现完全可以应对现有的工作任务和工作环境。将自己的年少轻狂抛掉，平淡的对待事情的发展，将眼光放得更长远一些，将目标定得更高一些，这样才能在工作中给自己带来更大的挑战，才能在工作中给自己到来更大的工作刺激，只有这样才能在工作中给自己带来更大的工作兴趣。

2、工作能力的欠缺

把握客户心态不够准确。对已经合作一段时间的经销商和客户，我往往会轻信他们。从经销商和客户反馈得到的市场信息，大多数情况下我是听之信之，极少持怀疑态度，没有作进一步的分析和判断。这样做的后果会由于信息的不准确导致办事处针对市场的判断可能出现偏差，在操作中可能导致工作失误。

在工作中我很少动脑筋思考问题，即使思考了也不够细致，思维方式比较单一。很多时候我都是按规定程序做事，根据领导的交待办事，极少动脑琢磨客户，琢磨市场，琢磨导致问题发生的根本原因。思维方式因为没有经常对事情周密、细致的思考和全面的分析，从而做起事来习惯性变得变的单一。作为业务员，必须考虑很多东西，以清晰的思路，思考事情的每一个细节，才能正确判断客户的真实情况。

总结一年来的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，20xx年自己计划在今年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

1、切实落实岗位职责，认真履行本职工作。尽心尽力完成区域销售任务并及时催回货款，负责严格执行产品的出库手续，积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导，严格遵守厂规厂纪及各项规章制度。

2、努力做好现有工作的同时，尽快寻找有实力、有关系背景的代理商，主要做高端的酒水销售，以扩大销售渠道提高业务销售成绩。

3、针对餐饮市场作出大力的销售力度，争取把这一薄弱渠道作起来，并对销售市场的二批商维护进行合理适当的整顿，使维护金发挥更大的效用。

4、在今后的工作中，要抓住各种不同的客户争取更充分、更准确的分析、处理好各项业务工作，并加强同客户的交流和沟通，了解他们的业务需求，能够恰当的地处理好业务关系，来羸得更多更好的客户。

5、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及通过销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，并且在工作上要具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感，并积极完成领导交办的其它工作。

6、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。

综上所述，尽管有了一定的进步，但在很多方面还存在着不足。比如有创造性的工作思路还不是很多，个别工作做的还不够完善，业务类客户资料太少，这些都有待于在今后的工作中加以改进。我相信通过这近一年的工作实践，从中吸取的经验和教训，经过反思反省之后能让我在各方面有一个新的进步和提高，从而把工作做到更好更细更完善。

辞旧迎新，展望20xx年，在新的一年里，我将认真学习各项政策规章制度，刻苦学习业务知识，努力使工作效率全面进入一个新水平，提高自身的能力水平来努力完成办事处的销售任务和目标，为办事处的发展做出更大更多的贡献，同时希望个人、办事处和公司再上一个新的台阶。

**销售业务员工作总结篇四**

新开发了广东、广西、云南、湖北、湖南、北京、天津、江苏、安徽、辽宁、河南、山西、内蒙、浙江、新疆等省，完成了地区经理的招聘、考察工作，达到了网络布点的效果，为下半年的点面发展奠定了一定的基础。

通过公司的大力支持，关闭了太和市场，保证了销售价格的上升，释放了市场开拓费用，基本上遏制了低价冲货、窜货、为市场的进一步发展提供了保障，也给以前老业务员提供了一定的信心，市场在稳定发展。费用与货款回收：上半年公司销售费用除了一次武汉会议、武汉试点会议费用、出差费用外，公司对市场投入较少，但货款回收基本上实现了60天内90%以上。20xx年全年计划销售70万盒，力争100万盒，需要对市场问题进行必要的分析，对进行更细致的划分，并进行必要的工作指导和要求。

经过与业务员的大量沟通，业务员缺乏对公司的信赖，主要原因是公司管理表面简单，实际复杂，加上地区经理的感情及不合适的沟通措辞其他相关因素，造成了心理上的压力，害怕投入后市场进行新的划分、或市场的失控，造成冲货、窜货的发生，不愿意进行市场投入，将变为情感的销售，实际上，因为低利润的原因，这样的情况将可能持续到每个市场的润利润在10000以后才有所改变。如果强制性的进行市场的划分，因为公司没有进行必要的投入、更没有工资、费用的支持，加上产品的单一、目前利润很少，并没有让业务员形成对公司的依赖、销售代表对公司也没有无忠实度，势必造成市场竞争的混乱，相互的恶意竞争，不仅不能拓展市场，更可能会使市场畏缩。

所有经营活动必须有一个统一的营销模式，而不是所谓的放任自流，凭借代理商的主观能动性去把握和操作市场，因为产品价格定位、产品用途的定位、同类产品的竞争分析等综合因素的考虑，更不可能期望于业务员替换单盒利润空间大的某个产品，事实上也是如此，与我来公司的前提出的以0tc、以农村市场为目标市场的市场销售定位为主、以会议营销实现网络的组建和管理，迅速提高市场的占有率。而依据业务员的自觉性来任其发展，公司只能听凭市场的自然发展，失去主动性。

公司对市场支持工作基本上为0，而所有新产品进行市场开拓期，没有哪个企业没有进行市场的适当投入，因为目前医药市场的相对透明，市场开拓费用的逐步增加，销售代表在考虑风险的同时，更在考虑资金投入的收益和产出比例，如果在相同投入、而产出比例悬殊过大，代表对其的忠实度也过底。而比较成功的企业无疑在新产品进入市场前期进行必要的支持与投入。

新业务员及绝大部分业务员对公司管理存在较大的怀疑，几乎所有人的感觉是企业没有实力、没有中外合资企业的基本管理流程，甚至彼此感觉缺乏信任、没有安全感。

**销售业务员工作总结篇五**

一年时间迅速就过去了，做了一年的汽车的销售经理，也是体验到销售这行有多难做。如今进入年终工作心得总结的时候，我也来讲我本年度的工作心得做个简单的总结。

本年度，我作为整个汽车行业的销售经理，对自己的销售员工，我是很严格的进行管理的，在员工的行为上，我是严格制止在工作期间睡觉打瞌睡的行为，还有上班绝对不能迟到，否则处罚很重。一年内，全部销售员在这样的管理下，开始还会有那么几个不服从管理和规定的，到后面全部都按照规定做事，认真的上班，认真做着销售。上班是再也不敢去打岔插诨了，都尽个人的努力遵守各项工作规定，把汽车销售做好。

这一年，我们车行举办了xx场销售会，全部皆有我进行策划，我接下这个工作，就在助理的帮助下调查市场，进行汽车销售市场分析，把每场销售会都策划好，让我们的汽车能够被客户选中，为我们汽车的大卖做很多的准备。每一场销售会我都会极尽努力，让我们的汽车在会场里售卖，因此我们今年的收入比往年的收入要高出xx%，这是一大进步。当然今年能够把这几场销售会办好，也是我吸取往年的教训和经验，在做出不少的改变之后才有今日的成绩。

虽然自己已经坐上销售经理这个位置，但是自身的学习力度还不够，对于整个汽车销售市场还是不够了解。虽然这一年中的工作并没有出现差错，并且还获得较好的成绩，但是我知道自身能力方面还是要去提升的。比如在与客户进行交涉时，我与客户之间的沟通还有欠缺。另外与员工之间的联系也不够密切，虽然他们都服从我的管理，但是在工作上不能很好的合作，这也是一个要解决的问题。身为经理，是所有销售人员的上级，我必须要做好表率，才能服众，也才能让我我们的汽车销售业绩再度得到提高。

随着旧年的过去，也预示着我将面临新年新的工作，我就一定要把过去的不足改正，并且带领好整个销售部门销售好汽车，让我们的汽车受到更多人的喜欢，服务好前来看车的客户，给予优质的销售服务。明年的我会更好，我们这个团队也会有进一步的发展的。

**销售业务员工作总结篇六**

来到新单位报到已经一个多月了。在这一个月里，生活似乎紧张但有序。刚进公司，一切都是全新的，要重新认识和理解；自信来源于理解，理解我们的行业，我们的公司，我们的产品；公司提供的平台非常大，产品优势明显。就看怎么玩这么好的平台了。人生是一个不断成长的过程，这辈子最重要的决定就是决定和谁一起成长！我很荣幸加入我们公司，在领导和同事的帮助下共同成长；非常感谢领导和同事无私地把他们的经验传授给我。他们的成败经验是我的老师。通过学习他们的经验和知识，可以大大减少他们的错误，缩短他们的探索时间；在公司这样一个积极向上的平台上，作为一个新手，一定要多学习，多看，多做！

公司管理模式很人性化，因地制宜，因材施教；在过去的一个多月里，公司没有对我提出任何要求，自由发挥，展示了自己的才华。公司会根据你的实际能力安排适合你的工作。进公司前几天，领导和同事带我一起去拜访客户，经常有意识的给我看整个销售过程。然后，给我仔细分析一下，从找项目，见客户，和客户沟通。每一步，每一个环节，每一件事都可以仔细分析，让我深刻理解，熟悉公司的产品，了解公司的经营情况。几天后，我开始独立拓展周边业务。我本来就是一个耐不住寂寞的人。喜欢做生意，喜欢与人打交道，喜欢社交；看到大家都没有意识到，最后成为朋友；看着一个又一个项目，自己一点一点被挖出来，直到生意做好，很享受这样的过程。我一直喜欢做销售工作，喜欢挑战自我，挑战自我。虽然经验有限，但我一直坚持用心做好每一件事！成功的销售人员是敢于坚持自己目标的人。

在今后的工作中，我将努力提高自身素质，克服不足，朝着以下几个方向努力：

销售人员销售的第一产品是销售员自己;每个成功的销售员总是能与他的客户有许多共识，这与销售人员本身的见识和知识分不开。有多大的见识和胆识，才有多大的格局。这方面自己还很欠缺，必须不断的学习，这就是一个不断的自我总结和积累的过程。自己要有目的的去学习，不断的充实自己!

不断锻炼自己的胆识和毅力，提高自己解决实际问题的能力，并在工作过程中坚持对公司、对客户、对自己的责任感，积极、热情、认真地对待每一天!如果你不行，你就一定要!如果你一定要，你就一定行!

工作中的市场的把握能力以及分析能力等等都还是显得稚嫩和欠缺，所以这些都需要我在日后的工作中不断总结，不断的完善，不断加强。现在自己对于销售的认识也只是表面，对于市场的把握能力更是无从谈起，所以我必须比别人付出更多的艰辛和毅力才能不断完善自我。

**销售业务员工作总结篇七**

回顾20xx年的总体销售情况，摸着自己囊中羞涩，自感惭愧!这不是只有我主观原因，同时客观原因也导致整体销售上不去的一个因素，在此我总结了一些存在的问题。

一、目前的医药形势：

1、现时药价不断下降、下调，没有多在利润，空间越来越小、客户难以操作。

2、即使有的产品中标了，但在中标当地的种种原因阻滞了产品的销售，如某某省属某某药品中标，价格为：某某元，没有大的客源，只是一些小的，而且有些医院因不是医保、公费医疗产品，没销量，客户不愿操作，其它医院有几家不进新药也停了下来，也许再加上可能找不对真正能操作这类品种的客户，所以一拖就拖到现在。相比在别的省、市，这个品种也中标，而且价钱比省属的少，虽说情况差不多，但却可以进几家医院，每月也有销量，究其原因，我觉得要找就找一个网络全，这样的供货平台更有利于产品的销售和推广。

3、在各地的投标报价中，由于医药经验上不足，导致落标的情况时常发生，在这点上，我需做深刻的检讨，以后多学一些医药知识，投标报价时会尽量做足工课，提高自已的报价水平，来确保顺利完成。

4、在电话招商方面，一些谈判技巧也需着重加强，只要我们用心去观察和发掘，话题的切入点是很容易找到，争取每个电话招商过程都能够流畅顺利，必竟在没有中标的情况下，电话招商是主要的销售模式，公司的形象也是在电话中被客户所了解，所以在这方面也要提高，给客户一个好的印象。

二、所负责相关省份的总体情况：

随着中国医药市场的大力整顿逐渐加强，医药招商面对国家药品监管力度逐渐增强，药品医院配送模式及药品价格管理的进一步控制，许多限制性药品销售的政策落实到位，报价xx元，xxxx报价xx元，有的客户拿货在当地销售，但销量不大，据了解，在某某省的某某市，大部份医院入药时首先会考虑是否是今年又中标的产品，加上今年当地的政策是，凡属挂网限价品种，只要所报的价在所限价钱之内都可入围，这样一来，大部份的市场已被之前做开的产品所占据，再加上每家医院，每个品种只能进两个规格(一品两规)，所以目前能操作的市场也不是很大，可以操作的空间是小之又小。

省内，我所负责的xx地区中标产品的销售情况也不尽人意，真正客户能操作的品种不多，分析主要原因有几点：

1、当地的市场需求决定产品的总体销量。

2、药品的利润空间不够，导致客户在销售上没有了极积性。

3、公司中标品种不是该客户的销售专长(找不对人)。

4、货物发出去好几天，但没能及时到达医药代理的手里。让客户急不可耐，这种情况应避免。

5、现在代理商年底结帐，顾不上新新货，而且年底不想压库底

6、代理商需求减少，大部分找到适合的产品，已有好的渠道。

7、有需求的代理商不能及时找到，代理商对产品更加慬慎

我觉得在明年，应该有针对性的到当地医药公司进行详细走访，了解客户的需求，制订计划，分品种给某些有销售专长的客户操作，不能像今年一样，配送公司点了一大堆，但真正能做的品种没几个，而且这样也不会导致不同配送商之间争产品的冲突。

三、在此，提出对明年的销售建议：

1、应避免服务不周到，例如：找到客房只把货发出去了，业务跟踪了，但是产品宣传需要公司给录制一些音像品，这样更有利于宣传。

2、避免发货不及时的问题，通常先打款的拖着，货到付款的就紧着发。

3、价格并不统一，应该有省、市、县的梯度价。

4、税票不及时。

**销售业务员工作总结篇八**

怀揣着梦想踏入企业，从最基层的业务员做起，每一个新人都希望自己能够快速地成长起来，做一名快速成长的业务员。怎样才能实现快速的成长呢?除了常规性的工作之外，这就要看你是一名什么样的业务员了。

我们去做一件事，是因为做这件事利大于弊，你所得到的大于你付出的，所以它是划算的。人的一生其实就是不断算账的过程，我们总是希望去做那些划算的事情。作为业务员又何尝不是如此呢?

我们总是抱怨经销商不听我们的话，总是与我们作对。为什么呢?我想，主要是我们没有给经销商算清账，或者你算的账只对你有利而对经销商无利，所以经销商才会与我们作对，才会不听我们的策略。通常情况下，是在我们要求经销商向市场进行投入的过程中发生矛盾的。比如，我们要做促销，但是需要经销商出一部分费用，很多经销商就会消极执行，因为他觉得是给厂家卖货，所以自己是不需要投入的。对于这类经销商，我们尤其要算清账，要他明白做促销到底为了什么，对他有什么好处，为什么他自己掏一分费用做促销是划算的。我们怎样帮助他算账呢?

首先是要算清一次促销可能的投入费用、促销的接受程度、投入的目的是什么、会产生什么样的效果。比如新品推广，那么投入一部分费用能产出多大的效益，这是要用数据说话的。用数据说话，我觉得是业务员必备的素质。不仅仅需要理论上的说服，更重要的是需要实实在在的数据上的说服，这样经销商才能心中有数，否则经销商根本不知道投入的目的是什么，也不知道能产出多大的效果。是提高了当前的效果，还是提高了未来的效果;投入和产出是否有差距，即使有些数据是需要估算的，但是估算总比不算强。因为只有从数据上说明投入产出，经销商的钱才能花得放心。

经销商如此，我们向领导申请支持又何尝不是如此呢。我们的市场遇到一个问题，如果不投入市场会下滑多少，如果我们投入多少费用，市场的增长会有多少，当我们用数据去表达的时候，领导就会觉得钱花得心中有数，是值得的。但是如果你想申请费用，又没有市场分析，没有数据说明，那么申请费用、支持是很难的，因为任何一个公司都不会钱多的向目标不明确的行为去投入。一个数据有时候顶过千言万语，我的目标是什么，我需要投入什么;我的目标销量是什么，我需要投入多少资源;能带来多大的效益，或者即使当前我们的投入短时间收不回来，但是从长期来说，可以产生多大的效果做一名“有想法”的业务员

在职场上什么样的业务员市场做得好、升职比较快呢?有想法的业务员升职比较快!

何谓“有想法”呢?就是能够从不同的角度去认识市场的特点，从不同的角度去看待市场的操作方法，最重要的是看出市场中的不同，制定出不同的操作方案来，这就是有想法。

在你操作市场的时候，是否问过自己几个问题：如果我是自己的竞争品牌，会怎样去看待市场、操作市场?我采取一个策略，对手会做出什么样的反应呢?我们经常采用的市场策略是否在这个市场一定有效呢?为什么不能采取其他的操作方法呢?很多时候，我们往往根据自己的想象去操作市场，把自己头脑中认为正确的情况当成了实际，犯了主观主义错误。

一个最简单的例子：为什么一定要用促销来提高销量呢?同样的产品，你促销他也促销，相当于大家都没有促销，再说消费者对促销已经司空见惯了，效果自然不会太大。很多时候，我们陷入了为促销而促销的境地，一旦销量不好就条件反射般地想到促销，这就是一种僵化的反应。难道，就没有其他方法提高销量吗?决定市场优劣的仅仅是价格一个因素吗?为什么一定要比促销力度、比价格呢?我们的优势何在?对手有没有劣势?我们能不能发挥自己的优势去打击对手的劣势呢?

“有想法”的业务员，会时刻问自己：“只有这一种操作方案吗?有没有其他的更好的方案呢?”名将粟裕在每次战斗前，至少都要准备两到三个方案，为什么?当一个方案遇到问题的时候，立马就有第二套方案跟上。所以，每次市场操作前至少准备两套方案，这是你能产生出想法的基础，因为要产生两种方案，你至少要从两个角度去认识市场，看问题就会更加全面，“有想法”更重要的是在于差异化。差异化说起来容易做起来难，而基本的一点就是否定你的第一想法，因为你的第一个想法一定是别人也能够想到的。营销的复杂性就在于它既是产品的竞争，也是人与人智力的竞争，而大部分人的第一想法都是一样的，你能想到的别人也能想到。你要做一个“有想法”的业务员，就要比别人多想一步、多做一步，就要想出不同、做出不同来。也许你只是比别人多想一步，和别人只有一点差别，结果就可能大不一样。

“有想法”的业务员，需要善于思考、善于学习，时刻锻炼。比如，在大街上看到一个广告，就可以思考如果自己是广告设计者，会用什么思路进行设计，会与看到的广告有什么不同;看到一个店面在做活动，可以想一想有没有更好的办法;遇到一个店面生意非常差，就设想一下如果自己是店老板会怎样改变这种局面。时间久了，你就会养成随时随地思考的习惯，也就能产生无穷无尽的想法。

“有想法”的业务员也是不断否定自己的业务员。一些老业务员做了好多年就是升不上去，为什么?就是因为他们的思想已经僵化，他们习惯于按照自己认为正确的经验去操作市场，头脑中已经形成的操作模式很难去改变、去突破，所以操作没有新意，市场不温不火。其实，市场就是在不断否定中发展的，业务员也是在不断否定中进步成长的。不断地否定自己，不断地产生新的想法，市场才会有更好的发展，自己才能得到更好的成长。

当然，“有想法”并不是随心所欲，天马行空，而是要立足于市场实际，脱离了市场现实的任何想法都将是无效的，甚至会受到市场的惩罚。市场实际是一切想法的基础，我们要做的，只是站在不同的角度、不同的立场去认识和分析。

**销售业务员工作总结篇九**

作为一名药品销售人员，我将过去一年的工作总结如下

“学无止境，学无止境。”只有不断充电，才能维持业务发展。所以我一直在积极学习。一年来，公司组织了计算机培训、医学知识和理论以及各种学习讲座，我都认真参加了。通过学习知识，我可以树立先进的工作理念，明确未来工作努力的方向。随着社会的发展和知识的更新，我被要求不断学习。通过这些学习活动，我充实了自己，丰富了自己的知识和见识，为更好的工作实践做好了准备。

招商是招商部门的首要任务。202年，虽然招商没有快速发展，但我们还是在现实中做了一个小小的创新。我们公司代理比较分散，大部分是做终端销售的客户。这个管理起来也很麻烦，价格也会比较混乱，影响业务经理的销售。所以我们会把一部分散户转给当地的业务经理进行治理，这样会相应减少很多浪费和缺点；为业务经理选择一些产品在当地招商。业务经理非常了解代理商的情况，不仅可以招聘到满意的代理商，还可以更广泛地拓展招商工作，增加公司的整体销量。

今年的招商工作虽然没有大的起伏，但是工作也很繁琐，包括客户信息的邮寄，销售前后客户的电话回访，代理商的考察，客户的日常琐事，比如验货，发信息传真，协调营销和销售等。所有这些都需要工作人员认真去做。对于公司布置的每一项任务，我都以自己的热情做好了，基本能做到“努力、优质、高效”。

回顾我们今年的工作，我们很高兴看到我们的成就，同时也在思考我们工作中的不足之处。缺点如下

1、对药品招商的研究不够深入，在招商实践中也没有足够的思考，不可能及时记录一些药品招商的思路和问题进行反思。

2、在药品招商方面，今年加大了招商研究力度，认真研究了一些药品招商的理论书籍。但是在工作实践中的应用不到位，研究不够细致和实用，没有达到自己心中的目标。

3、我们在招商方面没有自己的想法，所以我们应该努力寻找一些未来吸引医药投资的方法，为公司创造一个医药招商的新世界而努力。

4、工作观念陈旧，没有先进的工作思想，工作积极性不高，达不到100%投入，没有紧张和放松就无法融入工作。“转变观念”不到位，很难改掉平日的不良工作习惯和作风。在21世纪，作为公司新的补充力量，“转变观念”也是我们的重中之重。

总结一年来，整体工作有所改进，还有一些工作需要改进。今后工作要更加尽职尽责，圆满完成公司交给的任务。

**销售业务员工作总结篇十**

转眼间，20xx年就要挥手告别了，在这新年来临之际，回想自己一年多所走过的路，所经历的事，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，没有太多的业绩，多了一份镇定，从容的心态，现对今年工作进行以下总结。

在这一年多的时间里有失败，也有成功，遗憾的是。欣慰的是。自身业务知识和能力有了提高。首先得感谢公司给我提供了那么好的工作条件和生活环境，有那么好的，有经验的老板给我指导，带着我前进。他们的实战经验让我们终生受益，从他们身上学到的不仅是做事的方法，更重要的是做人的道理。在这段时间里，我从一个对产品知识一无所知的新人转变到一个能独立操作业务的业务员，完成了职业的角色转换，并且适应了这份工作。

进入一个新的行业，每个人都要熟悉该行业产品的知识，熟悉公司的操作模式和建立客户关系群。在市场开发和实际工作中，如何定位市场方向和产品方向，抓重点客户和跟踪客户，如何在淡旺季里的时间安排以及产品有那些，当然这点是远远不够的，应该不断的学习，积累，与时俱进。

在工作中，我虽有过虚度，有过浪费上班时间，但对工作我是认真负责的。经过时间的洗礼，我相信我会更好，俗话说：只有经历才能成长。世界没有完美的事情，每个人都有其优缺点，一旦遇到工作比较多的时候，容易急噪，或者不会花时间去检查，也会粗心。工作任务多的时候，只希望每个环节都能够自己去跑，我要改正这种心态，再发挥自身的优势。不断总结和改进，提高素质。

以目前的行为状况来看，我还不是一个合格业务员，或者只是一个刚入门的业务员，本身谈吐，口才还不行，表达能力不够突出。没有突破自身的缺点，心理素质不过关，这根本不象是我自己，还远没有发掘自身的潜力，个性的飞跃。在我的内心中，我一直相信自己能成为一个优秀的业务员，这股动力。这份信念一直储藏在胸中，随时准备着爆发，内心一直渴望成功。

不能正确的处理市场信息，缺乏把握市场信息的能力，在信息高度发达的现代社会，信息一纵而过，有很多有效的信息在身边流过，但是却没有抓住。缺少处理市场信息的能力，有效的信息是靠把握、分析、处理、提交的，及时掌握了信息，又往往缺乏如何判断信息的正确性。缺乏信息交流，使很多有效信息白白流失。在今后的工作中，应采取有效措施，发挥信息的作用，加强处理信息的能力，加强沟通交流，能够正确判断信息的准确性。

**销售业务员工作总结篇十一**

自己从20xx年起开始从事销售工作，三年来在厂经营工作领导的带领和帮助下，加之全科职工的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，截止x年x月x日，x年完成销售额x元，完成全年销售任务的x%，货款回笼率为x%，销售单价比去年下降了x%，销售额和货款回笼率比去年同期下降了x%和x%。现将x年来从事销售工作总结如下：

作为一名销售业务员，自己的岗位职责是：

1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款;

2、努力完成销售管理办法中的各项要求;

3、负责严格执行产品的出库手续;

4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导;

5、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度;

6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感;

7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量职工工作好坏的标准，自己在从事业务工作以来，始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，几年来，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其他区域业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下学习按时完成任务。

总之，通过几年的实践证明作为业务员业务技能和业绩至关重要，是检验业务员工作得失的标准。今年由于x系统内电网检查验收迫使工程停止及农电系统资金不到位，加之自己业务知识欠缺、业务技能不高、市场的瞬息万变而导致业绩欠佳。

工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不能马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善。

例如：

1、今年九月份，x分厂由于承租人中止租赁协议并停产，厂内堆积硅石估计约80吨、重晶石20吨，而承租人已离开，出于安全方面的考虑，领导指示尽快运回分厂所存材料，接到任务后当天下午联系车辆并谈定运价，第二天便跟随车到蒲城分厂，按原计划三辆车分二次运输，在装车的过程中，由于估计重量不准，三辆车装车结束后，约剩10吨左右，自己及时汇报领导并征得同意后从当地雇用两辆三轮车以同等的运价将剩余材料于当日运回，这样既节约了时间，又降低了费用。

2、今年八月下旬，到x出差，x多种产业有限公司材料招标，此次招标涉及以后材料的采购，事关重大，自己了解详细情况后及时汇报领导并尽快寄来有关资料，自己深知，此次招投标对我厂及自己至关重要，而自己因未参加过正式的招投标会而感到无从下手，于是自己深思熟虑后便从材料采购单位的涉及招标的相关部门入手，搜集相关投标企业的详细情况及产品供货价格以为招标铺路，通过自己的不懈努力，在招标的过程中顺利通过资质审定、商务答辩和技术答辩，终于功夫不负有心人，最后我厂生产的yh5ws-17/50型氧化锌避雷器在此次招投标中中标，这样为产品以后的销售奠定了坚定的基础。

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以业务员应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照厂制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对厂生产的产品的用途、性能、参数基本能做到有问能答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、安装。

依据厂总体安排代理产品，通过自己对陕北区域的了解，代理的品种分为二类：一是技术含量高、附加值大的产品，如35kv避雷器、35熔断器及限流式熔断器等，此类产品售后服务存在问题;二是10kv线路用铁附件、金具、包弓、横担等，此类产品用量大，但附加值低、生产厂家多导致销售难度较大。

x区域大、但电网建设相对落后，随着电网改造的深入，生产厂家都将销售目标对向西部落后地区，同时导致市场不断被细化，竞争日益激烈。陕北区域电力单位多属农电系统，经过几年的农网改造建设，由于资金不到位仅完成改任务造的40%，故区域市场潜力巨大。现就x区域的市场分析如下：

(一)市场需求分析

x区域虽然市场潜力巨大，但x区域多数县局隶属省农电系统，材料采购由省招标局统一组织招标并配送，x供电局归省农电局管理，但材料采购归省招标局统一招标，其采购模式为由该局推荐生产厂家上报省招标局，由招标局确定入围厂家，更深一步讲，其采购决定权在省招标局，而我厂未在省招标局投标并中标，而x地区各县局隶属x供电局管理，故要在x供电局及各县局形成规模销售确有困难且须在省招标局狠下功夫。根据现在搜集的信息来看，x供电局是否继续电网改造取决于省农电局拨款，原因在于这几年的改造所需资金由省农电局担保以资产抵压贷款，依该局现状现已无力归还贷款利息，据该局内部有关人员分析，x地区的电网改造有可能停止。

(二)竞争对手及价格分析

这几年通过自己对区域的了解，x区域的电气生产厂家有二类：一类是x(分厂)、x等，此类企业进入x市场较早且有较强实力，同时又是省招标局入围企业，其销售价格同我厂基本相同，所以已形成规模销售;另一类是x等，此类企业进入x市场晚但销售价格较低，x型避雷器销售价格仅为80元/支、prw7-10/100销售价格为60元/支，此类企业基本占领了代销领域。

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，x年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

(一)依据x年区域销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在延安区域，一是主要做好各县局自购工作，挑选几个用量较大且经济条件好的县局如：x做为重点，同时x已改造结束三年之久，应做其所属的二县一区自购工作;二是做好x油矿的电气材料采购，三是在x区域采用代理的形式，让利给代理商以展开县局的销售工作。

(二)针对x地区县局无权力采购的状况，计划对x供电局继续工作不能松懈，在及时得到确切消息后做到有的放矢，同进应及时向领导汇报该局情况以便做省招标局工作。同时计划在x寻找有实力、关系的代理商，主要做x有限公司的工作，以扩大销售渠道。

(三)对x已形成销售的x电力局、x电力局因x年农网改造暂停基本无用量，x年计划积极搜集市场信息并及时联系，力争参加招标形成规模销售。

(四)为积极配合代理销售，自己计划在确定产品品种后努力学习代理产品知识及性能、用途，以利代理产品迅速走入市场并形成销售。

(五)自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

(六)为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。

(一)20xx年销售管理办法应条款明确、言简意赅，明确业务员的区域、任务、费用、考核、奖励，对模凌两可的条款予以删除，年底对业务员考核后按办法如数兑现。

(二)20xx年应在厂、业务员共同协商并感到满意的前提下认真修订规范统一的销售管理办法，使其适应范围广且因地制宜，每年根据市场变化只需调整出厂价格。

(三)20xx年应在情况允许的前提下对业务员松散管理，解除固定八小时工作制，采用定期汇报总结的形式，业务员可每周到厂1-2天办理其他事务，如出差应向领导汇报目的地及返回时间，在接领导通知后按时到厂，以便让业务员有充足的时间进行销售策划。

(四)由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，x年领导应认真考察并综合市场行情及业务员的信息反馈，制定出合乎厂情、市场行情的出厂价格，以激发业务员的销售热情。

**销售业务员工作总结篇十二**

去年后，市场进入一种疯狂的境况之中，好像一切都可以不按常理出牌。作为负责一个地级市场的基层管理者，我时常承受着工作上的巨大压力。我刚到xx区的心境就是：迷茫———恐慌——不知所措。但同时我也明白一个道理，纷繁复杂的表现下面，规律性的东西一定是以一种很简单的方式存在着。我要想完成公司780万的任务，要想超越市场的强者，要想压制市场的弱者，在思维方式上：我还得跳出我这个层面来思考，甚至跳出销售层面来思考；在行动方式上：按销售规律办事，抓住现阶段主要问题办事。作这个工作总结，为的是完成公司领导布置的任务，同时真希望通过这次工作总结把自己的思路理一理，让自己作一个深刻的反思，也让公司领导给以指教。

1、一季度实际汇款124、3万，完成比例112%，

2、新建网点24个，3月底网点总数128个；

3、一季度对xx和xx市区业务进行了调整；

4、开展场外自助活动56场；

5、申请广告喷绘19家共308平方米。

1、xx区销售专员共98人，3月时间销售369772元，销售专员人均销售3770元/月，网点平均销售2880元/月，平均值都比较低；

2、xx市场网点建设明显迟缓，整个一个地级市网点数量只有34个，很不合理；

3、城区卖场费用投入比例高，重点城区网点销量低，费效比高，平均达到40—45个点；

4、市场缺少明星店，形象店，没一个网点厂价月销量达到2万以上；

5、销售专员整体素质偏低，缺少真正意义上的优秀销售专员；

6、xx市区乡镇市场调整明显不到位，对整体市场销量造成明显影响；

7、一，二月自助活动安排太少；

8、xx市场业务员迟迟不能到位，严重影响市场维持和开发；

9、公司的促销活动安排缺少针对性，并且力度偏小。

1、市场竞争激励，各个品牌都象疯了一样投入费用和搞买赠活动。公司今年的任务定的很高，那么我作为一个区域负责人，我该怎么做？与竞品去血战？不管公司的任务指标，得过且过地混日子？苦闷————还真是我的真实写照。

2、提升销量，提高市场占有率，控制费用投入比例这几个方面怎么去协调？费用投入的重点是：人员？促销品？陈列？还是特价？

3、竞品搞买赠，我们跟还是不跟？竞品疯狂的买陈列，我们跟还是不跟？竞品搞特价我们跟还是不跟？竞品连闷三手，我们跟还是不跟？

4、我们的优势到底是什么？我们的劣势又是什么？我们的机会在哪里？我们的潜在威胁在哪里？

5、如果比我们强大的品牌封杀我们，我们该怎么办？比我们弱小的品牌在乡镇市场蚕食我们有价值的网点，我们该怎么办？跟我们实力相当的品牌攻击我们，我们该怎么办？

6、我们需要什么样的经销商？当公司安排的活动和经销商的利益有冲突时候，我们该怎么办？经销商把我们品牌当陪衬时候我们怎么办？经销商把我们品牌当重中之重，一味的在我们品牌上索取高额利润差时候我们怎么办？公司能给经销商带来什么？我能给经销商带来什么？

7、什么是优秀的业务员？优秀的业务员从哪里来？什么是优秀的销售专员？销售专员从哪里来？

8、总之问题太多，最根本的问题就是，怎么完成公司下达的全年任务。

作为一个区域负责人，我个人的理解就是：区域负责人就是为了完成公司任务而存在的。对我而言，就是保证xx区780万的任务完成。就象战场一样，职场也没得选择———必须把红旗插在目标阵地上（可能的意外，就是死在进攻的路上）。怎样来完成任务呢？一切还得回归到营销的基本上来

1、目标：把明一做成区域内国产奶粉品牌，总区域做到前三名，力争做到第二。一到两个县（或经销商区域）做到国产品牌第一；

2、产品：整个市场以婴儿系列智婴系列为主，力争智婴占到总量的30%，米粉以听装米粉为重点品相，将听装米粉在米粉总量占有比提升到60%，其它品类以550g葡萄糖为突破口，将550g葡萄糖铺到每一个明一网点，力争让550g葡萄糖下半年销量提升300%，从而也起到提升奶粉和米粉销量的作用（市场上没有同我们550g葡萄糖直接竞争的品牌葡萄糖）。成人粉以独立成人装为主，将全脂成人装设计成特价走量产品（全脂有三大有点，一是本身厂价低，做特价空间就大，对消费者视觉的冲击就强；一是全脂口感好，消费者购买后重复购买的可能性大，并容易形成明一奶粉口感好的口碑；一是全脂适合于不同年龄段的人吃，目标消费群体多）。让全脂不定期的在不同买场搞特价，甚至抢购价，以此来提升品牌曝光率，带动其它品相的销售，降低卖场费效比；

3、渠道：6月之前，根据市场具体情况，合理分布网点，将网点总数提升到160——165个。提升网点的质量，力争在下半年打造月销售（零售价，以下同）5万以上店以1家，月销售2万以上的店10家，月销售1万以上的店30家，消灭月销售20xx以下的网点，12月前将单店平均销量提升到4650在元/月；

4、人员：对不合格的业务人员进行调整（3月时候已经调整两人），针对每个业务员的具体情况，每月进行有针对性的个人指导，每月例会时候，对业务员进行1—2小时的培训。对销售专员的管理，放权给业务员，但严格监督业务员对销售专员的管理和培训；

5、促销：

a、每月区域内小型自助活动不低于30场；

b、保值保量的完成公司统一安排的一切活动，特别是妈妈班和大中型品牌推广性的活动；

c、让经销商在陈货上让利，公司给一定的政策支持，把陈货处理做成有力度的促销活动，变废为宝；

d、在城区大卖场，特别是新开的fi卖场，加大免费小听奶粉的派送；

e、乡镇重点网点，尽量推行定量陈列方案和上专职促销，封杀其它奶粉的进场或者上升空间，个别乡镇重点网点，推行包场方式；

f、城区个别重点网点，试验正常陈列的基础上加大赠品力度这种方式，不与竞品比拼陈列费用的疯狂投入；

g、严格监控经销商的赠品采购数量和质量，确保公司资源投入的有效性。

1、下半年任务很重，经销商月销量几乎要达到20万以上，个别经销商需要月销售30万以上，希望公司在xx区配置3名理货员，一名在xx市区，一名在xx，一名在xx，不管同意与否，都望公司领导批复；

2、希望公司加强业务和医务两个部门的沟通，特别是希望两个部分能形成合力，医务的名单回收固然重要，但更重要的是名单的有效率，说的直白点，到底有多少医务名单最后变成了我们的消费者——忠实的消费者（个人认为这个比医务名单回收量和医务网点数量重要的多）；

3、公司的喷绘流程规范本是好事，但规范过度了就缺少灵活性，显现出来的就是喷绘效率太低，从申请到喷绘发到市场，一般是20天以上，这样就失去了很多市场机会；希望公司在喷绘上能加大当地制作的比例；总之，一季度的工作完成的还是比较理想的，但人无远虑，必有近忧，一季度只是开头，压力都在下半年，市场的关键却在上半年。6月之前，必须把渠道调整好，各种基础工作做扎实，全年的任务才有保障。作为区域负责人，着眼点必须是整个区域，必须是全年任务。着手之处，必须是每一个网点，每一次活动，每一名销售专员。

我坚信，只要我们坚持，只要我们执着，市场就无小事，每一张广告画都要一丝不苟地去张贴，每一个玻璃杯都要及时地配送到网点，配送到销售专员手中；市场就无大事，每一次竞品的挑衅，都会有应对之策，每一次山穷水复，都会迎来柳暗花明。

**销售业务员工作总结篇十三**

a、福建/江苏xx年任务额：，总销售额元，完成率%；

b、江苏工程客户，xx年总销售额，占总销售额%；

c、福建现有客户提货上10w的占总销售额的%，其他%；

工程客户，xx年总销售额元，占总销售额%；漳州重点客户，靠关系做工程，需求大，对产品性能（型材，配件要求高）特别是供货速度；来自其他锌钢品牌，价格竞争压力，计划着手渠道市场扩大产品品牌影响力。

渠道客户，xx年总销售额元占总销售额%；原本做不锈钢，玻璃加工，现门店主营锌钢加工半成品方式销售（价格55元/平方），福州市有两家做锌钢加工（原本是做金为锌钢）市场各占一半，都是加工销售半成品，市场难以扩大，但较之年，年市场明显好转，对此需要传达公司核心营销政策，做好产品销售引导工作，实现批发材料为主。

a、9月接手福建市场，考虑沿海腐蚀性强，护栏产品以铁艺，不锈钢为主，锌钢推广较少，锌钢楼盘较少，工程市场有潜力，以漳州为例，找到合适的人价格不是问题，产品不是问题销量不是问题

b、关于渠道市场，护窗家家户户都要装的安全产品，特别是沿海经济发达的城市，以室内护窗为主，单一的不锈钢很难满足消费者追求档次的需求，市场是有潜力的。

首先感谢公司对每个业务员的培养，在公司学习到先进的营销理念以及实战的机会。从了解公司品牌化运作模式来，深刻领悟到品牌的影响力及走可持续发展路线。以往的单纯销售产品逐步拓展到销售产品的附加值。市场就是一个巨大的舞台，好的产品是一个媒介，以产品为载体，通过媒体，产品本身优势，服务来增加产品的附加值，提高了产品在消费者心中的档次，在一定程度上增加产品的价格。我们金为公司不单单卖的是产品，我们为客户提供的是系统的工程服务，以及怎么样把产品销售出去的一套营销方案。我的销售生涯不在单单是单单卖产品，是帮助客户赚钱的顾问，我相信凭借公司领导的先进理念，营销政策的支持，厂部的规模，质量的优势，不断研发的专利技术，同时，集体员工齐心协力奋发向上，金为公司将横扫同行锌钢，xx新的一年，新的开始，让锌钢走向品牌的路线。

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