# 2024年白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划(23篇)

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-08-06

*时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。白酒销售工作总结及工作计划...*

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇一**

上半年在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，\*\*市场完成销售额157万元，完成年计划300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%;低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点;中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点;高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

2、市场管理、市场维护

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

3、市场开发情况

上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的购物广场，所上产品为52°系列的全部产品;2家酒店是分别是\*\*大酒店和\*\*大酒店，其中\*\*大酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，\*\*大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

4、品牌宣传、推广

为了提高消费者对“酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

5、销售数据管理

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对20xx年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

二、下半年工作打算

尽管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水品

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

\*\*市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇二**

华商酒行是一家名酒代理公司，代理酒类产品是：剑南春和泸州老窖。 公司自20xx年成立以来，本着“诚实、守信、服务到家”的理念，努力为广大消费者服务。 公司主要客户有：幸福万家商场、万家乐超市、喜临门超市、三合元大酒店、赢泉大酒店等200多家，还为政府、企业和社会团体提供优质、优价的酒类产品!在总结了柘城白酒的发展态势及剑南春和泸州老窖发展现状后，公司老板果断要求华商酒行全体营销人员与合作伙伴全面实行“直分销模式”，并把“直分销”上升到金裕皖酒业的发展战略高度，保证了华商酒行下半年的全面发展。“直分销模式”作为20xx年华商酒行的战略思想，对于业务人员及经销商的团队都提出了更高的要求，不断学习，不断提升自己，是段总对自己及每一个业务人员的要求。 实习期间的行业总结

一.酒类行业的终端渠道主要有四种：零售店、超市、商场和酒店(即提供酒类商品消费的各种餐饮店)，它们分别在酒类商品终端销售中起着不同的作用。而酒店处于首要位置即领导渠道。

零售店：出售的商品多为中低档次。到零售店购酒者多是购买那些正在流行且价位适中(大众价)的酒类商品。他们不是消费潮流的领导者，而是跟进者，或者是与价格因素有关的随意购买者，因而应列到主导消费群之外。

超市与商场：超市购酒者大都不是直接消费者。家政管理者是超市的主要客户群，此类购买者往往受家庭直接消费者的影响，指明购买某品牌。所以终端渠道领导者不属于商场超市。 酒店：在酒店中点酒，常常会相互影响，酒店之间也相互影响。当酒店里的某个酒类品牌占有一定份额时，这个品牌就形成了在区隔市场和终端领导渠道作用。新品牌要想尽快且全面启动区隔市场，必须在酒店上下功夫。

二，酒店经营现状

餐饮渠道是白酒的主流销售渠道，但是白酒在餐饮渠道的竞争混乱无序：

1、酒店大多都要求赊销供货，而且多数店信誉不佳，风险较大。

2、酒店销售恶性竞争：进店费、专销费、开瓶费、促销费、公关费等层层加价，造成产品销售价远远高于本身价值。

3、利润低。

4、销售费用高。

三、产品定位划定目标酒店范围

所谓产品中庸定位划定目标酒店类别法，即企业依据自身的综合情况虚拟定位产品并与酒店市调相结合，平衡市场机会及自我机会，从而对主导产品进行准定位，进而推向目标酒店的中庸策略。 步骤如下：

1、依据企业的综合情况，找出自己的特色，相对自己的特色假设(虚拟)，将推向市场的主导产品定位，诸如包装、设计、名字、价位等。

2、对目标市场进行全方位粗线条排查，以价位为支点，找出酒店有类似价位商品的畅销品牌，设定为竞争对手(不超过两个，最好是两个)。

3、对其市场及产品进行细致调查，并将其产品与自己的产品进行细分对比，找出其优势与劣势，同时分析自己虚拟产品的优势与劣势，机会点就会很自然地呈现在面前。

4、在此基础上对自己假设的主导产品进行准定位，然后对目标市场的酒店范围进行绝对值的界定。所谓酒店范围绝对值就是能售自己主导产品的酒店的最高档次与最低档次之间的范围。然后在绝对值范围内再度调查和筛选，才是有效酒店营销不可分割的有机组成部分。 这学校这么久，才知道在学校的三年也是被学校保护了三年，离开学校就是离开了这个保护。实习过程中会暴漏出我们的缺点，我们的不足，我们的脆弱。 离开学校后，开始担心自己的前途，担心自己的衣食起居。在学校里自己是个大学生。离开学校后自己则是社会上底层的大学毕业生 ，整天都可以看到毕业生就业的新闻。 社会实践能让走出校园的我们更好的接触社会，了解社会，加入到社会中，它有助于我们大学生更新社会观念，吸收新的思想和知识。同时，社会实践中有很多我们在学校里无法学到的东西，比如与人的沟通交流能力。除此之外，社会实践还能够加深我们与社会各阶层人的感情，拉进了与社会的距离，也开拓了视野，增长了才干，能更好的明确自己的奋斗目标。所以在实践结束后我做了如下总结：

1.要善于沟通：作为一个销售的人来说，必须要学会与人沟通，不论他是什么人，其心情好与坏，必须要保证自己能够心平气和的向他解释他们所不明白的问题，同时要保证自己在解释问题的时候客户能够清楚的理解到你所说的还要他能够接受自己所推销的产品。

2.要有耐心和热情：在工作的时候要经常微笑，这样会让那些客户感到很舒心，同时也会对你保持一种良好的感觉。在推销过程中，可能你会遇到一些客户并不想要你所推销的产品，甚至对你恶语相加，那时你必须要有良好的耐心，并且要有对这个实践的热情，否则你将永远不可能成功。

3.要勤劳：机会不会自己上门来，所以要想成功就只有自己合理规划自己的时间，多出去向你觉得有可能需要这种产品的顾客推销。如果不勤劳的话，机会很有可能被你的各个竞争对手剥夺。所以必须要勤劳。

4.要学会寻找目标：首先我们必须要明确的知道我们所推销的产品是什么东西，在社会上有什么作用，适合哪些群体使用。然后再根据这些在自己所在地的周围寻找自己认为需要这种产品的顾客，再向其推销。

5要有严密的逻辑思维能力：与客户谈判，技巧很重要，思维更重要，不管是当面，还是电话中，当客户抛出一句话时，我们没有太多的时间去反应，去思考，逻辑思维能力不够，反应不好，自然不能很好的回应客户，更不能套住客户的下一句话。逻辑思维能力，表现的是：我们的话语引导客户的思维，直至达到目的。目的是分阶段的，你的目的也许是约到客户见面;也许是达成合作;也许是快速打款;或者是要他购买你所推销的商品，不管目的是什么，永远记住我们的目的，思维才能跟着目的走。

当然有总结就说明同时我也意识到自己还有很多的缺点和不足。例如：有的时候不够主动，有的时候自己不想去，觉得出去也不一定成功的把产品推销出去;社会经验缺乏，有的时候思维短路，或者是因为自己紧张，亦或是其他原因，不知道如何和顾客沟通，冷场;心态不够沉稳。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇三**

转眼间又是一年。这一年，我继续负责酒xx地区市场的拓展，从默默无闻，到家喻户晓，我跟我的销售团队历经辛苦。这一年来，销售额达八百多万元，得到公司的称赞，合作伙伴关系也进一步巩固。

本年度的工作情况

一、开展市场调研，拓展市场空间。目前，酒类市场竞争激烈，我们代理的品牌在当地名不见经传。如何开拓市场，对于竞争，我们采取了提高服务质量的办法，大做销售广告，在当地多家媒体做广告，收到了明显的效果。结果使地老百姓对酒类家喻户\*，人人皆知。同时我们大力在农村促销酒类。在促销中，采取赠品与奖励办法，对农民具有强大的吸引力。如针对部分农民急需农机却缺少资金的情况，在开盖有奖活动中，把一等奖设为农用三轮车，而不是彩电、冰箱、空调之类的高档电器，并对获奖者进行大力宣传，使农民们怀着获得一辆三轮车的梦想，在消费时认准了这一品牌;针对许多农民与亲朋好友在一起，酒后喜欢打扑克的特点，把赠品定为设计精美、市场上买不到的特制广告扑克，非常受农民朋友欢迎，从而销量随之大增。

二、人性化服务。自酒类承诺“零风险”以来，我对消费者零风险服务进行了认真调查研究，认为要通过酒类零缺陷产品、精巧细腻的市场细分服务消费者，消费者购买的每一瓶酒类，都印有800全国免费服务电话，通过沟通，拉近了消费者和青啤之间的距离，进一步强化了啤零缺陷的品质。我通过专业化的服务，及时帮助加速走货，从商品陈列到货柜展示，再到无处不在的pop招贴提示，业务代表一路跟踪，使得每个终端成为完美终端，个个作成为样板工程，啤卖的不仅是商品，更重要的是专业化服务，并带来的丰厚回报。据统计，年内销售额达到了\*\*元。

存在的问题

虽然在这一年，我们取得了比较不错的成绩，但仍然存在一些问题，如果不加以纠正改善，将会影响产品的销售。包括业务员的guǎn lǐ，后勤的配合。

一、业务员的guǎn lǐ比较松散，并没有效的形成一个营销系统，有时甚至是各自为战。在以后的销售guǎn lǐ过程中，要根据实际情况建立有效的guǎn lǐ制度，带动业务员的积极性，提高工作效率。

二、后勤配合有些迟缓，往往出现单已开，货迟迟发不了去的情况，使客户信任度降低。

在即将来临的一年，要注意上一年度出现的问题，并继续发扬我们的优势，争取在明年酒的销售中取得更好的成绩。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇四**

xx年已经逐渐远去了，总结一下这一年的药品销售情况，能更好的为明年的工作做好准备。

一、加强学习，不断提高思想业务素质。

“学海无涯，学无止境”，只有不断充电，才能维持业务发展。所以，一直以来我都积极学习。一年来公司组织了有关电脑的培训和医药知识理论及各类学习讲座，我都认真参加。通过学习知识让自己树立先进的工作理念，也明确了今后工作努力的方向。随着社会的发展，知识的更新，也催促着我不断学习。通过这些学习活动，不断充实了自己、丰富了自己的知识和见识、为自己更好的工作实践作好了预备。

二、求实创新，认真开展药品招商工作。

招商工作是招商部的首要任务工作。20xx年的招商工作虽无突飞猛进的发展，但我们还是在现实中谋得小小的创新。我们公司的代理商比较零散，大部分是做终端销售的客户，这样治理起来也很麻烦，价格也会很乱，影响到业务经理的销售，因此我们就将部分散户转给当地的业务经理来治理，相应的减少了很多浪费和不足;选择部分产品让业务经理在当地进行招商，业务经理对代理商的情况很了解，既可以招到满足的代理商，又可以更广泛的扩展招商工作，提高公司的总体销量。

三、任劳任怨，完成公司交给的工作。

本年度招商工作虽没有较大的起伏，但是其中之工作也是很为烦琐，其中包括了客户资料的邮寄，客户售前售后的电话回访，代理商的调研，以及客户日常的琐事，如查货、传真资料、市场销售协调工作等等一系列的工作，都需要工作人员认真的完成。对于公司交待下来的每一项任务，我都以我最大的热情把它完成好，基本上能够做到“任劳任怨、优质高效”。

四、加强反思，及时总结工作得失。

反思本年来的工作，在喜看成绩的同时，也在思量着自己在工作中的不足。不足有以下几点：

1、对于药品招商工作的学习还不够深入，在招商的实践中思考得还不够多，不能及时将一些药品招商想法和问题记录下来，进行反思。

2、药品招商工作方面本年加大了招商工作学习的力度，认真研读了一些有关药品招商方面的理论书籍，但在工作实践中的应用还不到位，研究做得不够细和实，没达到自己心中的目标。

3、招商工作中没有自己的理念，今后还要努力找出一些药品招商的路子，为开创公司药品招商的新天地做出微薄之力。

4、工作观念陈旧，没有先进的工作思想，对工作的积极性不高，达不到百分百的投入，融入不到紧张无松弛的工作中。 “转变观念”做的很不到位，工作拘泥习惯，平日的不良的工作习惯、作风难以改掉。在21世纪的今天，作为公司新的补充力量，“转变观念”对于我们来说也是重中之首。

总结20xx年,总体工作有所提高,其他的有些工作也有待于精益求精，以后工作应更加兢兢业业,完满的完成公司交给的任务。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇五**

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的20xx年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。

20xx年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然xx年的全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动，紧接着又是全国性的严打酒驾和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨-----

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

(一)业绩回顾

1、年度总现金回款110万，超额完成公司规定的任务;

2、成功开发了四个新客户;

3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作;

(二)业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了!

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小);

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心;

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于xx年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

在公司领导和各位同事关心和支持下，xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了;

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了;

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了;

4、对整体市场认识的高度有待提升;

5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护----)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

(1)、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖;

(2)、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充;

4、整个xx年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源!

四、xx年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致xx年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

1、滕州：虽然公司有费用但必须再回款，以多发部分比例的货的形式解决的，双方都能接受和理解;

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售;

3、泗水：同滕州

4、峄城：尚未解决

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。四、“办事处加经销商”运作模式运作区域市场

根据公司实际情况和近年来的市场状况，我们一直都在摸索着一条运作市场的捷径，真正体现“办事处加经销商”运作的功效，但必须符合以下条件：

1、市场环境要好，即使不是太好但也不能太差，比如地方保护过于严重、地方就太强等;

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等;

办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，人员本土化;

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群;

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户;

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用;

五、对公司的几点建议

1、加强产品方面的硬件投入，产品的第一印象要给人一种“物有所值、物超所值”的感觉;

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性;

3、集中优势资源聚焦样板市场;

4、注重品牌形象的塑造。

总之20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，站在xx年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累!

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇六**

进入酒业公司以来，从培训到市场上岗，做好每一项具体的工作，严格按照公司的有关指示和文件精神做好自己的本职工作，对工作认真负责。下面是本人对近期的工作做一下总结：

工作上，本人主要市场工作是县。进入市场以后，先是对地区的市场情况作了一个详细的了解和调查，针对具体的情况做了具体的分析，把招商宣传资料发到当地一些资金实力比较雄厚的店面，例如各个品牌的经销商，大型商超，名言名酒店，副食品批发店，酒店宾馆和一些当地比较有实力的商家，以及对当地一些机关工作人员，其中市场共得资料150份，发出资料138份

有意向的客户4家，经过交流好额联系选出一家比较适合代理我们产品的经销商，目前正在谈判中。瓮安县市场共得资料100份，发出资料90份有意向客户2家目前正在联系和沟通中。在这里工作的这段时间里让我学到了很多，接下来我将从三个方面向大家介绍一下我感悟到的一些观点，与大家共同交流和探讨。

端正态度

在工作期间我看到了很多问题、矛盾与困难，当然这些都是不可避免的，但是我觉得导致这些问题和困难不能解决的主要原因还是态度问题，态度决定一切。经常有人会这样说 如果当初我怎样怎样，那么现在我肯定会 ，人们常常只停留在这样的说上，而不真正付诸行动，怎么会有好结果?白酒的竞争日趋激烈，不断会有新的挑战摆在你面前，你以一种什么样的态度去对待它，你就会得到一种什么样的结果。所以怨天尤人是没有意义的，积极地工作才是我们最应该做的。

明确目标

首先，任何公司都有公司发展的目标，每一个员工也都有自己的个人发展目标，在这个问题上，我认为作为公司的一名员工就应将个人目标与公司目标统一起来。每个人都会有压力，但是在实现公司发展目标的同时，也是在实现自己的个人目标。

其次就是我刚才提到的实现目标要有正确的态度与方法，并将目标切实分解落实。只有可分解的、能实现的目标，才是可行的目标。

关于学习，有一位经济学家讲过这样一句话 不学习是一种罪恶，学习是有经济性的，用经济的方法去学习，用学习来创造经济。 在工作中也是一样，我们需要不断地学习、充实，争取做到学以致用，相得益彰。

作为一名刚毕业的大学生，虽然没有工作经验，我们有这无比的事业心和上进心，有着远大的理想和抱负，因为我们年轻，所以我们有资本，有信念，有毅力去开创一个属于自己的地方。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇七**

“”期间，我区酒类流通管理工作按照商务部《酒类流通管理办法》(商务部令xx年第25号)的要求，认真履行职责，广泛宣传，以规范备案登记办理、全面推行酒类溯源制度为中心，以规范酒类市场秩序为重点，以广大人民群众喝上“放心酒”为目的，切实加强对酒类流通行业的监督管理，确保酒类市场的繁荣稳定。现将我区“”工作总结如下：

一、基本情况

xx年办理酒类流通企业备案211家。其中：批发兼零售企业13家、零售企业164家、餐饮服务企业34家。

二、主要工作

1、领导重视，成立组织

自宿州市人民政府《关于公布第五批行政审批事项清理结果的通知》(宿政发〔〕21号)下达后，区商务局领导高度重视，专门成立酒类流通管理工作领导小组负责全区酒类流通管理工作。

2、制定方案，明确任务

根据《酒类流通管理办法》的要求，制定了《埇桥区酒类流通工作工作方案》，提高酒类流通市场整顿工作的主动性、针对性以及实效性。围绕目标任务、运行机制、管理范围、运作和管理方式、保障措施、加强领导等方面，从全区的实情出发，提出了可操作性的工作意见。尤其对加强领导，分工配合，成员之间明确了具体工作职责，为形成合力促进酒类流通管理工作规范化，净化我区酒类流通市场，营造了氛围，奠定了基础。

3、深入基层，开展调研

根据我区实际情况，埇桥区商务局按“先城区、后乡镇，先抓批发、后抓零售”的工作方针，首先从市区批发企业着手，开展了对酒类生产、批发企业的基本情况摸底调查和备案登记工作。在最炎热的夏季，埇桥区商务局组织精干人员在城区范围内，挨家挨户调研我区酒类流通企业资料。

4、广泛宣传，营造氛围

为确保我区酒类流通管理工作的正常有序开展，加大《酒类流通管理办法》的宣传力度，进一步提高酒类批发企业、零售企业和广大消费者对《办法》深刻理解和认识，我区印发了酒类宣传单、宣传画册3000份。广泛宣传加强酒类流通管理工作的重要意义，让广大人民群众家喻户晓，营造共同遵守《办法》的规定氛围，为有效地开展埇桥区酒类管理工作奠定了良好的基础。

5、依法行政，办理登记

酒类经营备案登记办理是酒类监管工作的重心之一，为搞好登记办理工作，完善登记办理程序，埇桥区商务局对经营资质、申请资料、办理手续、办理时限进行明文规定，实施阳光操作;在办法登记工作中，我们有专人负责，建立台帐，做好《随附单》的发放、领取、登记、保管等各环节的工作。做到了没有酒类批发许可证的企业坚决不能发给随附单，防止将随附单发乱，失去其控制作用。

三、存在的问题及建议

酒类流通管理工作涉及的范围较广，点多、线长，由于今年工作刚起步，加之各方面的原因，存在的问题也比较突出，主要有：

一是实行酒类经营备案登记制和经营溯源制，是酒类流通管理的一项基础性工作和重点工作，但绝不是管理工作的全部，大量的工作是对酒类流通环节的日常监督管理，这是一项长期的工作。

二是建议对现有酒类管理人员进行全员培训，提高行政执法人员的思想素质，切实树立正确的管理理念和服务思想。

四、“”年工作思路《酒类流通管理办法》是商务部成立后出台的第一部酒类监管的部门规章，实施酒类经营实行登记备案制和溯源制是政策性强、涉及面广的一项全新工作。这就要求我们必须把此项工作做细做实，积极、稳妥地推进酒类流通管理工作。具体做法：

一是进一步加大宣传力度，提高全民对加强酒类流通管理工作的重要性的认识，提高酒类经营者执行国家相关政策的自觉性，确保我市酒类流通市场的健康和安全。

二是进一步规范酒类经营行为，严格实行酒类备案登记和溯源制度，不断加强管理，对货源不清、渠道不明、手续不全的企业要及时整改，指导企业不断完善和规范经营管理。在酒类商品交易过程中保证质量安全，保证酒类商品交易信息的真实性，完整性和可追溯性，建立健全酒类商品安全信用档案，积极推进“放心酒”工程。

三是集中开展严厉打击制售假冒伪劣酒类违法行为的专项行动。“”期间埇桥区将组织相关执法部门，对市区集中开展打击制售假冒伪劣酒类商品的行动。对酒的名称、原料、酒度、价格、出厂日期、生产企业、厂址等进行检查。严厉查处无生产许可证的白酒、散装酒的销售，防止假冒伪劣和有毒假酒流向市场。

四是积极开展“放心酒示范店”工程，建立酒类商品信用档案，对各个经销企业的资信状况、良好信用、不良信用和产品信用等信息进行记录，构建信用监督和失信警戒机制，建立优秀企业的光荣榜、失信企业的黑名单。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇八**

转眼间，20xx年已过去，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4月份开始在增力商贸，这段时间内我一直履行业务职责和义务，在领导带领下积极开展各项业务工作。20xx年对于白酒界来讲是个多事之秋，国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动，紧接着又是全国性的严打酒驾和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激-情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨。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：

一、怀揣感恩的心来工作

首先要感谢公司领导对我个人工作能力的信任，在工作上给予我最大的支持，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领导的信任。

再次是感谢胡忠敏主管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，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。

二、不断提高工作状态和工作心态

1、工作敬业表现、素质修养逐渐提高

2、销售知识、工作能力和业务水平的锻炼

3、认真、按时、高效地完成领导分配的各项工作

三、自身能力的欠缺，日后仍需努力

1、自身心态的不成熟

2、工作能力的欠缺

综上所述，在20xx年的工作有许多不足之处，需要改正、加强、和完善。相信通过这一年的工作实践，从中吸取经验和教训，经过一段时间的烦死反省之后，在20xx年甚至更长的时间里，我将在个方面有一个新的进步和提高，从而把工作做的更好更细更完善。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇九**

“”期间,我区酒类流通管理工作按照商务部《酒类流通管理办法》(商务部令xx年第25号)的要求,认真履行职责,广泛宣传,以规范备案登记办理、全面推行酒类溯源制度为中心,以规范酒类市场秩序为重点,以广大人民群众喝上“放心酒”为目的,切实加强对酒类流通行业的监督管理,确保酒类市场的繁荣稳定。现将我区“”工作总结如下:

一、基本情况

xx年办理酒类流通企业备案211家。其中:批发兼零售企业13家、零售企业164家、餐饮服务企业34家。

二、主要工作

1、领导重视,成立组织

自宿州市人民政府《关于公布第五批行政审批事项清理结果的通知》(宿政发〔〕21号)下达后,区商务局领导高度重视,专门成立酒类流通管理工作领导小组负责全区酒类流通管理工作。

2、制定方案,明确任务

根据《酒类流通管理办法》的要求,制定了《埇桥区酒类流通工作工作方案》,提高酒类流通市场整顿工作的主动性、针对性以及实效性。围绕目标任务、运行机制、管理范围、运作和管理方式、保障措施、加强领导等方面,从全区的实情出发,提出了可操作性的工作意见。尤其对加强领导,分工配合,成员之间明确了具体工作职责,为形成合力促进酒类流通管理工作规范化,净化我区酒类流通市场,营造了氛围,奠定了基础。

3、深入基层,开展调研

根据我区实际情况,埇桥区商务局按“先城区、后乡镇,先抓批发、后抓零售”的工作方针,首先从市区批发企业着手,开展了对酒类生产、批发企业的基本情况摸底调查和备案登记工作。在最炎热的夏季,埇桥区商务局组织精干人员在城区范围内,挨家挨户调研我区酒类流通企业资料。

4、广泛宣传,营造氛围

为确保我区酒类流通管理工作的正常有序开展,加大《酒类流通管理办法》的宣传力度,进一步提高酒类批发企业、零售企业和广大消费者对《办法》深刻理解和认识,我区印发了酒类宣传单、宣传画册3000份。广泛宣传加强酒类流通管理工作的重要意义,让广大人民群众家喻户晓,营造共同遵守《办法》的规定氛围,为有效地开展埇桥区酒类管理工作奠定了良好的基础。

5、依法行政,办理登记

酒类经营备案登记办理是酒类监管工作的重心之一,为搞好登记办理工作,完善登记办理程序,埇桥区商务局对经营资质、申请资料、办理手续、办理时限进行明文规定,实施阳光操作;在办法登记工作中,我们有专人负责,建立台帐,做好《随附单》的发放、领取、登记、保管等各环节的工作。做到了没有酒类批发许可证的企业坚决不能发给随附单,防止将随附单发乱,失去其控制作用。

三、存在的问题及建议

酒类流通管理工作涉及的范围较广,点多、线长,由于今年工作刚起步,加之各方面的原因,存在的问题也比较突出,主要有:

一是实行酒类经营备案登记制和经营溯源制,是酒类流通管理的一项基础性工作和重点工作,但绝不是管理工作的全部,大量的工作是对酒类流通环节的日常监督管理,这是一项长期的工作。

二是建议对现有酒类管理人员进行全员培训,提高行政执法人员的思想素质,切实树立正确的管理理念和服务思想。

四、“”年工作思路《酒类流通管理办法》是商务部成立后出台的第一部酒类监管的部门规章,实施酒类经营实行登记备案制和溯源制是政策性强、涉及面广的一项全新工作。这就要求我们必须把此项工作做细做实,积极、稳妥地推进酒类流通管理工作。具体做法:

一是进一步加大宣传力度,提高全民对加强酒类流通管理工作的重要性的认识,提高酒类经营者执行国家相关政策的自觉性,确保我市酒类流通市场的健康和安全。

二是进一步规范酒类经营行为,严格实行酒类备案登记和溯源制度,不断加强管理,对货源不清、渠道不明、手续不全的企业要及时整改,指导企业不断完善和规范经营管理。在酒类商品交易过程中保证质量安全,保证酒类商品交易信息的真实性,完整性和可追溯性,建立健全酒类商品安全信用档案,积极推进“放心酒”工程。

三是集中开展严厉打击制售假冒伪劣酒类违法行为的专项行动。“”期间埇桥区将组织相关执法部门,对市区集中开展打击制售假冒伪劣酒类商品的行动。对酒的名称、原料、酒度、价格、出厂日期、生产企业、厂址等进行检查。严厉查处无生产许可证的白酒、散装酒的销售,防止假冒伪劣和有毒假酒流向市场。

四是积极开展“放心酒示范店”工程,建立酒类商品信用档案,对各个经销企业的资信状况、良好信用、不良信用和产品信用等信息进行记录,构建信用监督和失信警戒机制,建立优秀企业的光荣。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇十**

一、上半年完成的工作

1、销售指标的完成情况

上半年在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，\*\*市场完成销售额157万元，完成年计划300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%;低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点;中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点;高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

2、市场管理、市场维护

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

3、市场开发情况

上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的购物广场，所上产品为52°系列的全部产品;2家酒店是分别是\*\*大酒店和\*\*大酒店，其中\*\*大酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，\*\*大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

4、品牌宣传、推广

为了提高消费者对“酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

5、销售数据管理

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对20xx年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

二、下半年工作打算

尽管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水平

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

\*\*市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇十一**

20xx年即将度过，我们充满信心地迎来20xx年。值此辞旧迎新之际，有必要回顾总结过去一年的工作、成绩、经验及不足，以利于扬长避短，在新一年里努力再创佳绩。即是对自己的总结，也是对公司的交代，更是为下明年的工作做一个铺垫。不断总结经验，有所发现，有所发明，有所创造，有所前进。可见总结是指导和推动各项工作的一个步骤。有总结才会有提高，才会有进步。

公司领导根据中心的要求，年初制定了全年工作计划，提出了指导各项工作开展的总体工作思路，努力实现目标，齐心，蓄积等。总体思路指导着全年各项工作的开展。认证评审工作的促进，以及各项演出活动的实操。公司里紧张而又团结的工作氛围让每一位同仁拼搏奋进，犹如八仙过海、各显神通。就个人而言，我们做一件事首先分析自己的情况，面临的环境，自己可以利用的资源，具有的优势和不足，然后才可以结合要达到的目标，制定最佳的方案，其实就是一个实事求是的过程。没有目标就没有方向，也就失去了你实事求是的意义。方法上有缺陷就会影响效率，事倍功半，甚至徒劳无益。抽时间通过各种渠道去学习营销方面的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

在企业领导和各位同事关心和支持下，20xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、等各地方都有了很大的提升，同时也存在着不少不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了;

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了;

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了;

4、对整体市场认识的高度有待提升;

“沟通从心开始”是xx公司的广告宣传词，我非常喜欢这句话，因此，我也时刻记住并把这句话带到我的工作中去。希望我能用心做好每一件不平常的事销售销售，销的是自己，售的是观念。买卖买卖，买的是感觉，卖的是好处做事要出于心，做人要出于情没有调查就没有发言权”，“知彼知己，百战不殆”，“不唯书、不唯上、只唯实”……

1、用事实和数据说话，客观总结;切忌空话大话，夸夸其谈;

2、既有成绩也有问题，问题要分析其根本原因;

3、目标和计划要分解落实，要有具体可行的方法。

4、提出意见要结合建议，不要一味抱怨和找茬，目的是改善。

总之20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，站在新一年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累!

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇十二**

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

(一)业绩回顾

1、年度总现金回款110万，超额完成公司规定的任务;

2、成功开发了四个新客户;

3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作;

(二)业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了!

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小);

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心;

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于09年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，\_\_年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了;

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了;

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了;

4、对整体市场认识的高度有待提升;

5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护----)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

(1)、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖;

(2)、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充;

4、整个\_\_年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源!

四、10年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致10年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

1、滕州：虽然公司有费用但必须再回款，以多发部分比例的货的形式解决的，双方都能接受和理解;

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售;

3、泗水：同滕州

4、峄城：尚未解决

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇十三**

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的20xx年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。20xx年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动，紧接着又是全国性的严打酒驾和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨。

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

(一)业绩回顾

1、年度总现金回款万，超额完成公司规定的任务;

2、成功开发了xx个新客户;

3、奠定了公司在以为中心的重点区域市场的运作的基础工作;

(二)业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的万的目标，相差甚远。主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定;

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小);

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心;

2、新客户开放面，虽然落实了新客户，但离我本人制定的目标还有一定差距，且这xx个客户销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取之前的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终决定以为核心运作市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了;

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了;

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了;

4、对整体市场认识的高度有待提升;

5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

1.没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖;

2.没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充;

3、整个20xx年我走访的新客户中，有很多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源!

四、部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

1)虽然公司有费用但必须再回款，以多发部分比例的货的形式解决的，双方都能接受和理解;

2)自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售;

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇十四**

20xx年即将度过，我们充满信心地迎来12年。值此辞旧迎新之际，有必要回顾总结过去一年的工作、成绩、经验及不足，以利于扬长避短，在新一年里努力再创佳绩。即是对自己的总结，也是对公司的交代，更是为下明年的工作做一个铺垫。不断总结经验，有所发现，有所发明，有所创造，有所前进。可见总,结是指导和推动各项工作的一个步骤。有总结才会有提高，才会有进步。

公司领导根据中心的要求，年初制定了全年工作计划，提出了指导各项工作开展的总体工作思路，努力实现目标，齐心,蓄积等。总体思路指导着全年各项工作的开展。认证评审工作的促进，以及各项演出活动的实操。

公司里;紧张而又团结的工作氛围让每一位同仁拼搏奋进，犹如八仙过海、各显神通。就个人而言，我们做一件事首先分析自己的情况，面临的环境，自己可以利用的资源，具有的优势和不足，然后才可以结合要达到的目标，制定的方案，其实就是一个实事求是的过程。没有目标就没有方向，也就失去了你实事求是的意义。方法上有缺陷就会影响效率，事倍功半，甚至徒劳无益。抽时间通过各种渠道去学习营销方面的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。个人的成长和不足

在企业领导和各位同事关心和支持下，11年我个人无论是在业务拓展、组织协调、等各地方都有了很大的提升，同时也存在着不少不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了;

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了;

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了;

4、对整体市场认识的高度有待提升;

“沟通从心开始”是中国移动公司的广告宣传词，我非常喜欢这句话，因此，我也时刻记住并把这句话带到我的工作中去。希望我能用心做好每一件不平常的事销售销售，销的是自己，售的是观念。

买卖买卖，买的是感觉，卖的是好处做事要出于心，做人要出于情没有调查就没有发言权”，“知彼知己，百战不殆”，“不唯书、不唯上、只唯实”……

1、用事实和数据说话，客观总结;切忌空话大话，夸夸其谈;

2、既有成绩也有问题，问题要分析其根本原因;

3、目标和计划要分解落实，要有具体可行的方法。

4、提出意见要结合建议，不要一味抱怨和找茬，目的是改善。

总之20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，站在20xx年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累!

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇十五**

转眼20xx年上半年已经结束，为了更好的开展下半年的工作，我就上半年的工作做一个全面而详实的总结，目的在于吸取教训、提高自己，以至于把下半年的工作做的更好，完成公司下达的销售任务和各项工作。

一、上半年完成的工作

1、销售指标的完成情况

上半年在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，\*\*市场完成销售额157万元，完成年计划300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%;低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点;中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点;高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

2、市场管理、市场维护

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

3、市场开发情况

上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的购物广场，所上产品为52°系列的全部产品;2家酒店是分别是\*\*大酒店和\*\*大酒店，其中\*\*大酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，\*\*大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

4、品牌宣传、推广

为了提高消费者对“酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

5、销售数据管理

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对20xx年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

二、下半年工作打算

尽管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水品

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

\*\*市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予更多的批评指正、指导和支持。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇十六**

我是20xx年11月底进入公司，很珍视公司领导给予的机会，通过一个月来的努力，主要做了以下六个方面的工作：

一、培训方面

xx年年11月27日xx年年12月2日公司领导亲自主持培训，为检验培训成果，xx年年12月3日我们举行了培训后的结业考试，监考非常严格，好在我平时一贯努力学习得以顺利通过。公司领导精湛的营销知识、鲜活的营销案例、异常成熟的营销经验、丰富的营销阅历，无不在我记忆深处打下了很深的烙印，安排的培训时间也非常合理：上午营销知识学习，下午自己在家消化上午所讲营销知识。经过一周的培训学习，认真记录上课笔记，仔细阅读培训资料，通盘考虑消化营销知识，在我的面前呈现出了鲜明的营销大道，彻底廓清了我眼前的营销迷雾，给了我豁然开朗的感觉，原来营销是可以这样做的!我以前对营销应该说是一知半解，现在经过公司领导的超强度短期培训，对营销有了一定的认知，对所培训的知识(公司的概况、公司人力资源制度、五粮液股份公司情况、五粮液江南古坊酒、3+2+3组合式营销模式等)有了深刻的认识。同时我也知道了结合我从事的人力资源工作，我以后的培训也要这样做，这就是我以后培训的样板与典范，值得我不断的反复学习!

二、人力资源管理方面

根据公司领导安排我对公司人力资源制度进行了简单创新：1、在《员工入职登记表》、《员工招聘与录用》、《绩效管理与kpi绩效考核》;2、准备《考勤表》，整理员工档案并录入电脑;3、酝酿人力资源管理制度;4、推荐并录用公司平面设计兼职人员苏凤。

三、办公室及后勤保障方面

1、根据公司领导指示，经过仔细比较、反复权衡，安装铁通电话一部(号码：69990998)与宽带(费用：上网不限时一年660元含赠送的宽带猫、安博士杀毒软件)。交300元订金预订800免费电话(准备元旦后开通)。

2、外协大厦物业管理，交电费、取邮件、咨询电话宽带安装事宜等。

3、协助王伟琴经理做好办公室方面的工作。

4、确保电脑、打印复印一体机正常运行，重做操作系统、安装驱动程序。

4、为外出跑业务的市场拓展部各位经理搞好后勤保障(协助王经理复印、传真、电话、文档输入电脑等)。

5、与王经理分工合作，往山东临沂、枣庄地区和徐州六县区打招商电话。

四、例会方面

1、基本上每周末，公司领导亲自主持会议，听取员工汇报工作，点评员工工作中的问题，褒扬先进、鼓励后进，对下周的工作作出规划。每次例会我都认真记录，不怕贻笑大方之家积极发言，收获很大。

2、例会给我的印象是：参加一次有一次的提高。尤其是我在营销上还是个新丁，对酒水营销还很欠缺，对很多营销实际操作还限于了解阶段，公司领导的意见很中肯，也确实有利于以后的营销工作;在我陷入营销困境中的时候，公司领导的点拨，给了我“山穷水尽已无路，柳暗花明又一村”的新感觉。

五、徐州六县区酒水市场情况

1、认识到自己在酒水营销上的很多不足，希望能够通过实际跑市场得以锻炼，积极向公司领导争取调研徐州六县区酒水市场情况的任务。

2、不怕出差辛苦，经过一周多时间的集中搜集酒水商资料，对徐州六县区酒水市场情况有了一个初步了解。

3、搜集的酒水商资料：贾汪区29家、邳州市26家、新沂市35家、睢宁县41家、丰县30家、沛县37家(对原来的资料进行补充)。

六、回访徐州六县区酒水商情况

1、有专门做一个品牌白酒的，如今世缘、洋河蓝色经典、汤沟珍宝坊等，就不考虑接其他品牌白酒了。

2、基本上做酒的手上都有24个品牌。

3、对我们的3+2+3组合式营销模式很感兴趣，认为很先进，也一定有所作为。

4、有实力的酒水商(有成熟的营销网络、有资金、有多部车送货)不多，基本上每个市场不到10家。

5、由于靠近年终岁尾，绝大部分在开订货会，积极备战黄金销售季节春节的来临。

6、酒水商接品牌都很小心谨慎，都想少进货少交履约保证金。有的竟然提出了先少进一批货试销;有人说可以先在他那里摆一部分货展销;还有人提出在我这设办事处，等市场成熟了我再做。

7、大部分都要求留下招商资料，再考虑考虑。

8、限于时间关系才回访了三个县区：贾汪区、邳州市、睢宁县，另外的三个县市：新沂市、丰县、沛县还没有来得及回访。

后记：写完这个工作总结，因为经营方面的原因，这个公司就完全的放假了，公司所有员工大放假，也就是说又要面临新的工作选择，迎接新的挑战了!

20xx年又是一个新的开端，又一个奋斗目标提上了征程!

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇十七**

1、运用《客户销售登记卡》，对客户的销售状况进行监控，并根据销量实行月返，季返制度。

好处：(1)可以随时对客户的销售周期，销售星级比例进行纺计分析，对客户级别进行分类，确定那些客户三星以上卖得快，那些客户只要一、二星酒，这样公司在有相应产品活动政?后，可以有秩序的，提高销售活动效果。

(2、)可以提高价格弹性，很好城应对外来冲货，比如cx市场上市时一星78元/件，记卡销售，月返实行十搭一，折价63.6元/件。中秋节期间外地冲货增加，到岸价：55-56元/件，这时，我们利用供货政?害行，五搭一，扔价：58.3元/件，再加上订货会上抽奖政?，大大优惠于外地冲货，客户订货十分踊跃，取得十分满意的效果，有力地打击了窜货，现场订货拾叁万元多。

有在的问题：在市场切八时，记卡销售兑现月返，季返中，对月返季返额度和兑现时间，宣传不到位，，兑现不及时，也是造成冲货的得要原因。

2、把铺市陈列作为一项长期的基础工作来抓

cx市场20xx年2月份正式启动市场，主攻零售店的铺市陈列，以2月20号到2月25号，对城区进行地毯式密集铺市，并抢占显眼货架，进行店外陈列，起到轰动效果，陈列一个月后，兑现金世纪双礼盒壹盒，20xx年端午期间和中秋节之后，又分别进行两次集中补货铺市。

经验;(1)时间要短，控制在一星期左右，如果不顺利，可以赊货，但要可控，毕竟我们上市期的铺是为了作品牌宣传和扩大。

(2)宣传要到位，毕竟是新产品，无论 是零售客户还是消费者对其都比较陌生，建议铺市配合pop张贴，铺市政?讲解等内容，。

存在的问题：(1)首次与铺市金额过大，品种过多，我们一贯讲究一到五星集中陈列，而一般客户对现金观货和购货金额较敏感，所以铺市过程中有在进展不顺利，铺市政?扭曲等问题，我建议公司在今后铺市工作针对不同品种，不同渠道进行单独或交叉进行铺市，并且单次要控制在500元以内。，

(2)奖吕兑现不及时，cx市场就有在此问题，由于是新市场，零售店主对浏阳河的信誉存在疑问，这就很必要明确奖品兑现时间而引项内容在铺市协议中是没有再加上经销商库存没有金双礼。以改兑现进间拖延，造成负面影响，建议在今后的铺市中，要明确奖品兑现时间销售月工作总结，是对销售工作的一个阶段性的小总结，是为了更好的审视自身的工作问题，总结并在下一阶段过程中改善发扬，为以后的工作做一个指导。

月工作总结，时间比较短，这一个月的时间里，不可能有太大的变化、发展，因此，在做销售月工作总结时，更注重于工作状况的体悟与理解。

销售月工作总结内容

1、工作状况概述

2、工作中的成绩和缺点

3、工作中的经验和教训

4、下步工作计划

销售月工作总结注意事项

1.总结前要充分 占有材料。最好通过不同的形式，听取各方面的意见，了解有关情况，或者把总结的想法、意图提出来，同各方面的干部、群众商量。一定要避免领导出观点，到群众中找事实的写法。

2.一定要实事求是，成绩不夸大，缺点不缩小，更不能弄虚作假。这是分析、得出教训的基矗

3.条理要清楚。总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇十八**

实习类别：销售实习

实习目的：将所学专业知识运用于实践，并学习新的知识与技巧，磨练吃苦耐劳，迎难而上的精神。为以后工作打好基础。

实习时间：20xx年x月x日-0xx年x月x日

实习地点：合肥

实习公司：合肥云天贸易公司

一，公司简介

合肥云天贸易公司是一家专营名酒的商贸公司，代理酒类产品是：金裕皖酒。 公司自一九九九年成立以来，本着“诚实、守信、服务到家”的理念，努力为广大消费者服务。 公司主要客户有：合肥新世纪超市连锁、合肥永辉超市连锁、金源大饭店、金科大酒店、五州大酒店、劲力酒店等200多家，还为政府、企业和社会团体提供优质、优价的酒类产品! 20xx年春节刚过，金裕皖二期工程曲酒生产项目开工建设，掀开了金裕皖酒业20xx年发展的新篇章;董事长段兆法再次提出“双品牌战略”，在不断提升金裕皖品牌的同时，成立安徽陋室铭酒业有限公司，全力运作“陋室铭”这一高端品牌;在20xx年安徽市场实现“无缝隙覆盖”以后，董事长段兆法根据安徽白酒的发展现状，把江苏、河南市场建成安徽根据地市场以外的二个亿元根据地市场，打造金裕皖酒业新的增长点;在全国春季糖酒会之后举行的《糖烟酒周刊》经销商论坛(江苏)上，董事长段兆法要求全体员工加快市场创新和技术创新，努力克服金融形势的影响，走出一条“双轮驱动”的创新之路;在总结了安徽白酒的发展态势及金裕皖酒业发展现状后，董事长段兆法果断要求金裕皖酒业全体营销人员与合作伙伴全面实行“直分销模式”，并把“直分销”上升到金裕皖酒业的发展战略高度，保证了金裕皖酒业上半年的全面发展。“直分销模式”作为20xx年金裕皖酒业的战略思想，对于业务人员及经销商的团队都提出了更高的要求，不断学习，不断提升自己，是段总对自己及每一个业务人员的要求。此次营销工作会议的培训不仅能让全体营销人员进一步统一思想，更加明确了“直分销模式”运作过程中的细节与技巧，为20xx下半年的发展提供了智力保障。

两翼并举，开拓发展

“走出安徽天地宽”。20xx年底，段总就明确了开发省外市场的宏伟计划，江苏与河南恰如安徽市场的两翼，同时又是徽酒销售与消费的大省。20xx年春节以后，董事长段兆法就安排副总经理左庆喜、省区经理吕小明分别负责河南、江苏市场的全面开发，并于4月底参加了《糖烟酒周刊》杂志社举办的经销商论坛(江苏)，5月份参加了第五届河南食品交易会，招商效果显着，受到了两地经销商的极大关注，加快了河南、江苏市场的开发步伐。截止到7月底，河南、江苏均完成了各自的市场布局，制定了适合当地市场发展的产品组合和市场推广计划，组建了有力的营销团队，完成预期目标。与此同时，金裕皖酒顺利进入海南市场，并在当地市场取得了较快的发展，为金裕皖酒业的全国化发展再传佳音。

实习期间的行业总结

一.酒类行业的终端渠道主要有四种：零售店、超市、商场和酒店(即提供酒类商品消费的各种餐饮店)，它们分别在酒类商品终端销售中起着不同的作用。而酒店处于首要位置即领导渠道。

零售店：出售的商品多为中低档次。到零售店购酒者多是购买那些正在流行且价位适中(大众价)的酒类商品。他们不是消费潮流的领导者，而是跟进者，或者是与价格因素有关的随意购买者，因而应列到主导消费群之外。

超市与商场：超市购酒者大都不是直接消费者。家政管理者是超市的主要客户群，此类购买者往往受家庭直接消费者的影响，指明购买某品牌。所以终端渠道领导者不属于商场超市。 酒店：在酒店中点酒，常常会相互影响，酒店之间也相互影响。当酒店里的某个酒类品牌占有一定份额时，这个品牌就形成了在区隔市场和终端领导渠道作用。新品牌要想尽快且全面启动区隔市场，必须在酒店上下功夫。

二，酒店经营现状

餐饮渠道是白酒的主流销售渠道，但是白酒在餐饮渠道的竞争混乱无序：

1、酒店大多都要求赊销供货，而且多数店信誉不佳，风险较大。

2、酒店销售恶性竞争：进店费、专销费、开瓶费、促销费、公关费等层层加价，造成产品销售价远远高于本身价值。

3、利润低。

4、销售费用高。

三、产品定位划定目标酒店范围

所谓产品中庸定位划定目标酒店类别法，即企业依据自身的综合情况虚拟定位产品并与酒店市调相结合，平衡市场机会及自我机会，从而对主导产品进行准定位，进而推向目标酒店的中庸策略。

步骤如下：

1、依据企业的综合情况，找出自己的特色，相对自己的特色假设(虚拟)，将推向市场的主导产品定位，诸如包装、设计、名字、价位等。2、对目标市场进行全方位粗线条排查，以价位为支点，找出酒店有类似价位商品的畅销品牌，设定为竞争对手(不超过两个，最好是两个)。

3、对其市场及产品进行细致调查，并将其产品与自己的产品进行细分对比，找出其优势与劣势，同时分析自己虚拟产品的优势与劣势，机会点就会很自然地呈现在面前。

4、在此基础上对自己假设的主导产品进行准定位，然后对目标市场的酒店范围进行绝对值的界定。所谓酒店范围绝对值就是能售自己主导产品的酒店的最高档次与最低档次之间的范围。然后在绝对值范围内再度调查和筛选，才是有效酒店营销不可分割的有机组成部分。实习总结离开学校这么久了，才知道在学校的三年也是被学校保护了三年，离开学校就是离开了这个保护。实习过程中会暴漏出我们的缺点，我们的不足，我们的脆弱。 离开学校后，开始担心自己的前途，担心自己的衣食起居。在学校里自己是个大学生，神气。离开学校后自己则是社会上底层的大学毕业生 ，整天都可以看到毕业生就业的新闻，不神气了。 在实习过程中还算好，就像进了另一个学校。从军训开始一直到福州，到厦门。很多事都是有别人跟你安排着，你不用担心吃的、住的。只要在好好干，能吃苦，会处理关系就行了。总之你饿不了，也有住的，跟学校一样。可我们不能就这么想着啊，大学不能白读了。最后发现自己的目标不在上面，后来就离开了。 不过在实习过程中，我还是体会到了，做事的坚持，可能你每天干着很累的活没多少作用，对自己没多少意义。可是只要时间一久了再回过头来看看，你会发现公司没有你干的这个活他就真的运转不好。吃亏是福，也是这些又累有细的活，让领导对我有了好的看法。这才让他们对我“加以关照”，让他们把我这个大学生跟其他员工区别对待。大公司学做人，公司的节奏不快，人与人的相处很重要。刚去时你的工作能力不如人，并且你来至高校，学历比他们高点，工作能力不如他们，钱拿到的比他们多，自然会有一些人数落我们。这个时候就看我们怎么去对待了，还好我处理好了与这些同事的关系。 swot分析和消费心理学没有用在市场上却用在工作中的方方面面，对同事，对自己，对工作，对领导都用过。总之，闲着就喜欢分析。最综分析自己的前途来了，待在三年后似乎看得很清楚了

社会实践能让走出校园的我们更好的接触社会，了解社会，加入到社会中，它有助于我们大学生更新社会观念，吸收新的思想和知识。同时，社会实践中有很多我们在学校里无法学到的东西，比如与人的沟通交流能力。除此之外，社会实践还能够加深我们与社会各阶层人的感情，拉进了与社会的距离，也开拓了视野，增长了才干，能更好的明确自己的奋斗目标。所以在实践结束后我做了如下总结：

1.要善于沟通：作为一个销售的人来说，必须要学会与人沟通，不论他是什么人，其心情好与坏，必须要保证自己能够心平气和的向他解释他们所不明白的问题，同时要保证自己在解释问题的时候客户能够清楚的理解到你所说的还要他能够接受自己所推销的产品。

2.要有耐心和热情：在工作的时候要经常微笑，这样会让那些客户感到很舒心，同时也会对你保持一种良好的感觉。在推销过程中，可能你会遇到一些客户并不想要你所推销的产品，甚至对你恶语相加，那时你必须要有良好的耐心，并且要有对这个实践的热情，否则你将永远不可能成功。

3.要勤劳：机会不会自己上门来，所以要想成功就只有自己合理规划自己的时间，多出去向你觉得有可能需要这种产品的顾客推销。如果不勤劳的话，机会很有可能被你的各个竞争对手剥夺。所以必须要勤劳。

4.要学会寻找目标：首先我们必须要明确的知道我们所推销的产品是什么东西，在社会上有什么作用，适合哪些群体使用。然后再根据这些在自己所在地的周围寻找自己认为需要这种产品的顾客，再向其推销。

5要有严密的逻辑思维能力：与客户谈判，技巧很重要，思维更重要，不管是当面，还是电话中，当客户抛出一句话时，我们没有太多的时间去反应，去思考，逻辑思维能力不够，反应不好，自然不能很好的回应客户，更不能套住客户的下一句话。逻辑思维能力，表现的是：我们的话语引导客户的思维，直至达到目的。目的是分阶段的，你的目的也许是约到客户见面;也许是达成合作;也许是快速打款;或者是要他购买你所推销的商品„„不管目的是什么，永远记住我们的目的，思维才能跟着目的走。

当然有总结就说明同时我也意识到自己还有很多的缺点和不足。例如：有的时候不够主动，有的时候自己不想去，觉得出去也不一定成功的把产品推销出去;社会经验缺乏，有的时候思维短路，或者是因为自己紧张，亦或是其他原因，不知道如何和顾客沟通，冷场;心态不够沉稳，在没有推销成功之后会觉得自己能力不足，当时就不想再去了„„

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇十九**

一、上半年完成的工作

1、销售指标的完成情况

上半年在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，\*\*市场完成销售额157万元，完成年计划300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%;低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点;中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点;高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

2、市场管理、市场维护

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

3、市场开发情况

上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的购物广场，所上产品为52°系列的全部产品;2家酒店是分别是\*\*大酒店和\*\*大酒店，其中\*\*大酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，\*\*大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

4、品牌宣传、推广

为了提高消费者对“酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

5、销售数据管理

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对20xx年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

二、下半年工作打算

尽管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水平

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

\*\*市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇二十**

一、上半年完成的工作

1、销售指标的完成情况

上半年在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，\*\*市场完成销售额157万元，完成年计划300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%;低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点;中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点;高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

2、市场管理、市场维护

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

3、市场开发情况

上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的购物广场，所上产品为52°系列的全部产品;2家酒店是分别是\*\*大酒店和\*\*大酒店，其中\*\*大酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，\*\*大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

4、品牌宣传、推广

为了提高消费者对“酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

5、销售数据管理

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对20xx年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

二、下半年工作打算

尽管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水平

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

\*\*市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇二十一**

“”期间,我区酒类流通管理工作按照商务部《酒类流通管理办法》(商务部令xx年第25号)的要求,认真履行职责,广泛宣传,以规范备案登记办理、全面推行酒类溯源制度为中心,以规范酒类市场秩序为重点,以广大人民群众喝上“放心酒”为目的,切实加强对酒类流通行业的监督管理,确保酒类市场的繁荣稳定。现将我区“”工作总结如下:

一、基本情况

xx年办理酒类流通企业备案211家。其中:批发兼零售企业13家、零售企业164家、餐饮服务企业34家。

二、主要工作

1、领导重视,成立组织

自宿州市人民政府《关于公布第五批行政审批事项清理结果的通知》(宿政发〔〕21号)下达后,区商务局领导高度重视,专门成立酒类流通管理工作领导小组负责全区酒类流通管理工作。

2、制定方案,明确任务

根据《酒类流通管理办法》的要求,制定了《埇桥区酒类流通工作工作方案》,提高酒类流通市场整顿工作的主动性、针对性以及实效性。围绕目标任务、运行机制、管理范围、运作和管理方式、保障措施、加强领导等方面,从全区的实情出发,提出了可操作性的工作意见。尤其对加强领导,分工配合,成员之间明确了具体工作职责,为形成合力促进酒类流通管理工作规范化,净化我区酒类流通市场,营造了氛围,奠定了基础。

3、深入基层,开展调研

根据我区实际情况,埇桥区商务局按“先城区、后乡镇,先抓批发、后抓零售”的工作方针,首先从市区批发企业着手,开展了对酒类生产、批发企业的基本情况摸底调查和备案登记工作。在最炎热的夏季,埇桥区商务局组织精干人员在城区范围内,挨家挨户调研我区酒类流通企业资料。

4、广泛宣传,营造氛围

为确保我区酒类流通管理工作的正常有序开展,加大《酒类流通管理办法》的宣传力度,进一步提高酒类批发企业、零售企业和广大消费者对《办法》深刻理解和认识,我区印发了酒类宣传单、宣传画册3000份。广泛宣传加强酒类流通管理工作的重要意义,让广大人民群众家喻户晓,营造共同遵守《办法》的规定氛围,为有效地开展埇桥区酒类管理工作奠定了良好的基础。

5、依法行政,办理登记

酒类经营备案登记办理是酒类监管工作的重心之一,为搞好登记办理工作,完善登记办理程序,埇桥区商务局对经营资质、申请资料、办理手续、办理时限进行明文规定,实施阳光操作;在办法登记工作中,我们有专人负责,建立台帐,做好《随附单》的发放、领取、登记、保管等各环节的工作。做到了没有酒类批发许可证的企业坚决不能发给随附单,防止将随附单发乱,失去其控制作用。

三、存在的问题及建议

酒类流通管理工作涉及的范围较广,点多、线长,由于今年工作刚起步,加之各方面的原因,存在的问题也比较突出,主要有:

一是实行酒类经营备案登记制和经营溯源制,是酒类流通管理的一项基础性工作和重点工作,但绝不是管理工作的全部,大量的工作是对酒类流通环节的日常监督管理,这是一项长期的工作。

二是建议对现有酒类管理人员进行全员培训,提高行政执法人员的思想素质,切实树立正确的管理理念和服务思想。

四、“”年工作思路《酒类流通管理办法》是商务部成立后出台的第一部酒类监管的部门规章,实施酒类经营实行登记备案制和溯源制是政策性强、涉及面广的一项全新工作。这就要求我们必须把此项工作做细做实,积极、稳妥地推进酒类流通管理工作。具体做法:

一是进一步加大宣传力度,提高全民对加强酒类流通管理工作的重要性的认识,提高酒类经营者执行国家相关政策的自觉性,确保我市酒类流通市场的健康和安全。

二是进一步规范酒类经营行为,严格实行酒类备案登记和溯源制度,不断加强管理,对货源不清、渠道不明、手续不全的企业要及时整改,指导企业不断完善和规范经营管理。在酒类商品交易过程中保证质量安全,保证酒类商品交易信息的真实性,完整性和可追溯性,建立健全酒类商品安全信用档案,积极推进“放心酒”工程。

三是集中开展严厉打击制售假冒伪劣酒类违法行为的专项行动。“”期间埇桥区将组织相关执法部门,对市区集中开展打击制售假冒伪劣酒类商品的行动。对酒的名称、原料、酒度、价格、出厂日期、生产企业、厂址等进行检查。严厉查处无生产许可证的白酒、散装酒的销售,防止假冒伪劣和有毒假酒流向市场。

四是积极开展“放心酒示范店”工程,建立酒类商品信用档案,对各个经销企业的资信状况、良好信用、不良信用和产品信用等信息进行记录,构建信用监督和失信警戒机制,建立优秀企业的光荣。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇二十二**

1、运用《客户销售登记卡》，对客户的销售状况进行监控，并根据销量实行月返，季返制度。

好处：(1)可以随时对客户的销售周期，销售星级比例进行纺计分析，对客户级别进行分类，确定那些客户三星以上卖得快，那些客户只要一、二星酒，这样公司在有相应产品活动政?后，可以有秩序的，提高销售活动效果。

(2、)可以提高价格弹性，很好城应对外来冲货，比如cx市场上市时一星78元/件，记卡销售，月返实行十搭一，折价63.6元/件。中秋节期间外地冲货增加，到岸价：55-56元/件，这时，我们利用供货政?害行，五搭一，扔价：58.3元/件，再加上订货会上抽奖政?，大大优惠于外地冲货，客户订货十分踊跃，取得十分满意的效果，有力地打击了窜货，现场订货拾叁万元多。(励志天下 )

有在的问题：在市场切八时，记卡销售兑现月返，季返中，对月返季返额度和兑现时间，宣传不到位，，兑现不及时，也是造成冲货的得要原因。

2、把铺市陈列作为一项长期的基础工作来抓

cx市场20\_\_年2月份正式启动市场，主攻零售店的铺市陈列，以2月20号到2月25号，对城区进行地毯式密集铺市，并抢占显眼货架，进行店外陈列，起到轰动效果，陈列一个月后，兑现金世纪双礼盒壹盒，20\_\_年端午期间和中秋节之后，又分别进行两次集中补货铺市。

经验;(1)时间要短，控制在一星期左右，如果不顺利，可以赊货，但要可控，毕竟我们上市期的铺是为了作品牌宣传和扩大。

(2)宣传要到位，毕竟是新产品，无论 是零售客户还是消费者对其都比较陌生，建议铺市配合pop张贴，铺市政?讲解等内容，。

存在的问题：(1)首次与铺市金额过大，品种过多，我们一贯讲究一到五星集中陈列，而一般客户对现金观货和购货金额较敏感，所以铺市过程中有在进展不顺利，铺市政?扭曲等问题，我建议公司在今后铺市工作针对不同品种，不同渠道进行单独或交叉进行铺市，并且单次要控制在500元以内。，

(2)奖吕兑现不及时，cx市场就有在此问题，由于是新市场，零售店主对浏阳河的信誉存在疑问，这就很必要明确奖品兑现时间而引项内容在铺市协议中是没有再加上经销商库存没有金双礼。以改兑现进间拖延，造成负面影响，建议在今后的铺市中，要明确奖品兑现时间销售月工作总结，是对销售工作的一个阶段性的小总结，是为了更好的审视自身的工作问题，总结并在下一阶段过程中改善发扬，为以后的工作做一个指导。

**白酒销售工作总结及工作计划 白酒销售工作计划篇二十三**

实习类别：销售实习

实习目的：将所学专业知识运用于实践，并学习新的知识与技巧，磨练吃苦耐劳，迎难而上的精神。为以后工作打好基础。

实习时间：20\_\_年\_月\_日-0\_\_年\_月\_日

实习地点：合肥

实习公司：合肥云天贸易公司

一，公司简介

合肥云天贸易公司是一家专营名酒的商贸公司，代理酒类产品是：金裕皖酒。 公司自一九九九年成立以来，本着“诚实、守信、服务到家”的理念，努力为广大消费者服务。 公司主要客户有：合肥新世纪超市连锁、合肥永辉超市连锁、金源大饭店、金科大酒店、五州大酒店、劲力酒店等200多家，还为政府、企业和社会团体提供优质、优价的酒类产品! 20\_\_年春节刚过，金裕皖二期工程曲酒生产项目开工建设，掀开了金裕皖酒业20\_\_年发展的新篇章;董事长段兆法再次提出“双品牌战略”，在不断提升金裕皖品牌的同时，成立安徽陋室铭酒业有限公司，全力运作“陋室铭”这一高端品牌;在20\_\_年安徽市场实现“无缝隙覆盖”以后，董事长段兆法根据安徽白酒的发展现状，把江苏、河南市场建成安徽根据地市场以外的二个亿元根据地市场，打造金裕皖酒业新的增长点;在全国春季糖酒会之后举行的《糖烟酒周刊》经销商论坛(江苏)上，董事长段兆法要求全体员工加快市场创新和技术创新，努力克服金融形势的影响，走出一条“双轮驱动”的创新之路;在总结了安徽白酒的发展态势及金裕皖酒业发展现状后，董事长段兆法果断要求金裕皖酒业全体营销人员与合作伙伴全面实行“直分销模式”，并把“直分销”上升到金裕皖酒业的发展战略高度，保证了金裕皖酒业上半年的全面发展。“直分销模式”作为20\_\_年金裕皖酒业的战略思想，对于业务人员及经销商的团队都提出了更高的要求，不断学习，不断提升自己，是段总对自己及每一个业务人员的要求。此次营销工作会议的培训不仅能让全体营销人员进一步统一思想，更加明确了“直分销模式”运作过程中的细节与技巧，为20\_\_下半年的发展提供了智力保障。

两翼并举，开拓发展

“走出安徽天地宽”。20\_\_年底，段总就明确了开发省外市场的宏伟计划，江苏与河南恰如安徽市场的两翼，同时又是徽酒销售与消费的大省。20\_\_年春节以后，董事长段兆法就安排副总经理左庆喜、省区经理吕小明分别负责河南、江苏市场的全面开发，并于4月底参加了《糖烟酒周刊》杂志社举办的经销商论坛(江苏)，5月份参加了第五届河南食品交易会，招商效果显着，受到了两地经销商的极大关注，加快了河南、江苏市场的开发步伐。截止到7月底，河南、江苏均完成了各自的市场布局，制定了适合当地市场发展的产品组合和市场推广计划，组建了有力的营销团队，完成预期目标。与此同时，金裕皖酒顺利进入海南市场，并在当地市场取得了较快的发展，为金裕皖酒业的全国化发展再传佳音。

实习期间的行业总结

一.酒类行业的终端渠道主要有四种：零售店、超市、商场和酒店(即提供酒类商品消费的各种餐饮店)，它们分别在酒类商品终端销售中起着不同的作用。而酒店处于首要位置即领导渠道。

零售店：出售的商品多为中低档次。到零售店购酒者多是购买那些正在流行且价位适中(大众价)的酒类商品。他们不是消费潮流的领导者，而是跟进者，或者是与价格因素有关的随意购买者，因而应列到主导消费群之外。

超市与商场：超市购酒者大都不是直接消费者。家政管理者是超市的主要客户群，此类购买者往往受家庭直接消费者的影响，指明购买某品牌。所以终端渠道领导者不属于商场超市。 酒店：在酒店中点酒，常常会相互影响，酒店之间也相互影响。当酒店里的某个酒类品牌占有一定份额时，这个品牌就形成了在区隔市场和终端领导渠道作用。新品牌要想尽快且全面启动区隔市场，必须在酒店上下功夫。

二，酒店经营现状

餐饮渠道是白酒的主流销售渠道，但是白酒在餐饮渠道的竞争混乱无序：

1、酒店大多都要求赊销供货，而且多数店信誉不佳，风险较大。

2、酒店销售恶性竞争：进店费、专销费、开瓶费、促销费、公关费等层层加价，造成产品销售价远远高于本身价值。

3、利润低。

4、销售费用高。

三、产品定位划定目标酒店范围

所谓产品中庸定位划定目标酒店类别法，即企业依据自身的综合情况虚拟定位产品并与酒店市调相结合，平衡市场机会及自我机会，从而对主导产品进行准定位，进而推向目标酒店的中庸策略。

步骤如下：

1、依据企业的综合情况，找出自己的特色，相对自己的特色假设(虚拟)，将推向市场的主导产品定位，诸如包装、设计、名字、价位等。2、对目标市场进行全方位粗线条排查，以价位为支点，找出酒店有类似价位商品的畅销品牌，设定为竞争对手(不超过两个，最好是两个)。

3、对其市场及产品进行细致调查，并将其产品与自己的产品进行细分对比，找出其优势与劣势，同时分析自己虚拟产品的优势与劣势，机会点就会很自然地呈现在面前。

4、在此基础上对自己假设的主导产品进行准定位，然后对目标市场的酒店范围进行绝对值的界定。所谓酒店范围绝对值就是能售自己主导产品的酒店的最高档次与最低档次之间的范围。然后在绝对值范围内再度调查和筛选，才是有效酒店营销不可分割的有机组成部分。实习总结离开学校这么久了，才知道在学校的三年也是被学校保护了三年，离开学校就是离开了这个保护。实习过程中会暴漏出我们的缺点，我们的不足，我们的脆弱。 离开学校后，开始担心自己的前途，担心自己的衣食起居。在学校里自己是个大学生，神气。离开学校后自己则是社会上底层的大学毕业生 ，整天都可以看到毕业生就业的新闻，不神气了。 在\_\_的实习过程中还算好，就像进了另一个学校。从军训开始一直到福州，到厦门。很多事都是有别人跟你安排着，你不用担心吃的、住的。只要在\_\_好好干，能吃苦，会处理关系就行了。总之你饿不了，也有住的，跟学校一样。可我们不能就这么想着啊，大学不能白读了。最后发现自己的目标不在\_\_上面，后来就离开了。 不过在\_\_的实习过程中，我还是体会到了，做事的坚持，可能你每天干着很累的活没多少作用，对自己没多少意义。可是只要时间一久了再回过头来看看，你会发现公司没有你干的这个活他就真的运转不好。吃亏是福，也是这些又累有细的活，让领导对我有了好的看法。这才让他们对我“加以关照”，让他们把我这个大学生跟其他员工区别对待。大公司学做人，公司的节奏不快，人与人的相处很重要。刚去时你的工作能力不如人，并且你来至高校，学历比他们高点，工作能力不如他们，钱拿到的比他们多，自然会有一些人数落我们。这个时候就看我们怎么去对待了，还好我处理好了与这些同事的关系。 swot分析和消费心理学没有用在市场上却用在工作中的方方面面，对同事，对自己，对工作，对领导都用过。总之，闲着就喜欢分析。最综分析自己的前途来了，待在\_\_三年后似乎看得很清楚了

社会实践能让走出校园的我们更好的接触社会，了解社会，加入到社会中，它有助于我们大学生更新社会观念，吸收新的思想和知识。同时，社会实践中有很多我们在学校里无法学到的东西，比如与人的沟通交流能力。除此之外，社会实践还能够加深我们与社会各阶层人的感情，拉进了与社会的距离，也开拓了视野，增长了才干，能更好的明确自己的奋斗目标。所以在实践结束后我做了如下总结：

1.要善于沟通：作为一个销售的人来说，必须要学会与人沟通，不论他是什么人，其心情好与坏，必须要保证自己能够心平气和的向他解释他们所不明白的问题，同时要保证自己在解释问题的时候客户能够清楚的理解到你所说的还要他能够接受自己所推销的产品。

2.要有耐心和热情：在工作的时候要经常微笑，这样会让那些客户感到很舒心，同时也会对你保持一种良好的感觉。在推销过程中，可能你会遇到一些客户并不想要你所推销的产品，甚至对你恶语相加，那时你必须要有良好的耐心，并且要有对这个实践的热情，否则你将永远不可能成功。

3.要勤劳：机会不会自己上门来，所以要想成功就只有自己合理规划自己的时间，多出去向你觉得有可能需要这种产品的顾客推销。如果不勤劳的话，机会很有可能被你的各个竞争对手剥夺。所以必须要勤劳。

4.要学会寻找目标：首先我们必须要明确的知道我们所推销的产品是什么东西，在社会上有什么作用，适合哪些群体使用。然后再根据这些在自己所在地的周围寻找自己认为需要这种产品的顾客，再向其推销。

5要有严密的逻辑思维能力：与客户谈判，技巧很重要，思维更重要，不管是当面，还是电话中，当客户抛出一句话时，我们没有太多的时间去反应，去思考，逻辑思维能力不够，反应不好，自然不能很好的回应客户，更不能套住客户的下一句话。逻辑思维能力，表现的是：我们的话语引导客户的思维，直至达到目的。目的是分阶段的，你的目的也许是约到客户见面;也许是达成合作;也许是快速打款;或者是要他购买你所推销的商品不管目的是什么，永远记住我们的目的，思维才能跟着目的走。

当然有总结就说明同时我也意识到自己还有很多的缺点和不足。例如：有的时候不够主动，有的时候自己不想去，觉得出去也不一定成功的把产品推销出去;社会经验缺乏，有的时候思维短路，或者是因为自己紧张，亦或是其他原因，不知道如何和顾客沟通，冷场;心态不够沉稳，在没有推销成功之后会觉得自己能力不足，当时就不想再去了

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