# 快销品工作总结2024(10篇)

来源：网络 作者：玄霄绝艳 更新时间：2024-06-29

*快销品工作总结20\_1一年的工作已接近尾声，在对前期工作的考核和总结的基础上，我认真对照，逐条检查，客观的评价自己的每一项工作和现实表现，在公司各级领导和同事们的真诚指点和帮助下，正视工作中的缺点和不足，积极发挥工作中的各项成绩，努力做到克...*

**快销品工作总结20\_1**

一年的工作已接近尾声，在对前期工作的考核和总结的基础上，我认真对照，逐条检查，客观的评价自己的每一项工作和现实表现，在公司各级领导和同事们的真诚指点和帮助下，正视工作中的缺点和不足，积极发挥工作中的各项成绩，努力做到克服不足，保持成绩，基本能够独立完成本职工作，现将今年的主要工作做以下几方面总结

一.主要工作任务和业务完成情况

完成情况综述(具体情况由你自定)

2.未完成情况分析并说明(具体情况由你自定)

3.职业精神

刚到房产时，我对房地产方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场。作为销售部中的一员，我深深感觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。此外，还要广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，我已成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

看似简单的工作，更需要细心与耐心。在我的整个工作中，提供各类销售资料，平凡单调的工作成为了销售助理的奠基石。通过管理这些资料，让我从生疏到熟悉，进一步了解公司的房地产项目及相关客户等工作内容。刚开始由于对房地产知识掌握的不熟悉，常常在接听客户电话时，让我措手不及，销售部是对外的形象窗口，我们回答客户的每一个问题，都跟公司的利益息息相关，每说一句话都要为公司负责，为树立良好的公司形象做铺垫。在此方面，我深感经验不足，部门领导和同事都向我伸出了援助之手，给了我很多好的建议和帮助， 及时化解了一个个问题。每接待一次客户后，还要善于总结经验和失误，避免同一类差错的再次出现，确保在下次工作中有新的提高。

随着工作的深入，现已开始接触销售部管理的客户工作，电话拜访、催款是一门语言艺术，这不仅需要好的表达方式，还需有一定的经验。俗话说：“客户是上帝”，招待好来访的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立好公司形象。

就总体的工作感受来说，我觉得这里的工作环境是比较令我满意的。第一是领导的关爱以及工作条件在不断改善给了我工作的动力;第二是同事间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。

二.本期工作的改进情况

房地产市场的起伏动荡，公司于\_\_\_\_\_\_\_\_年与\_\_\_\_\_\_\_\_公司进行合资，共同完成销售工作。我积极配合\_\_\_\_\_\_\_\_公司的员工，以销售为目的，在公司领导的指导下，完成经营价格的制定，在春节前策划完成了广告宣传，为\_\_\_\_月份的销售高潮奠定了基础。最后以\_\_\_\_\_\_\_\_个月完成合同额\_\_\_\_\_\_\_\_万元的好成绩而告终。经过这次企业的洗礼，我从中得到了不少专业知识，使自己各方面都所有提高。

2\_\_\_\_\_\_年下旬公司与\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_公司合作，这又是公司的一次重大变革和质的飞跃。在此期间主要是针对房屋的销售。经过之前销售部对房屋执行内部认购等手段的铺垫制造出\_\_\_\_火爆场面。在销售部，我担任销售内业及会计两种职务。面对工作量的增加以及销售工作的系统化和正规化，工作显得繁重和其中。在开盘之际，我基本上每天都要加班加点完成工作。经过一个多月时间的熟悉和了解，我立刻进入角色并且娴熟的完成了自己的本职工作。由于房款数额巨大，在收款的过程中我做到谨慎认真，现已收取了上千万的房款，每一笔帐目都相得益彰，无一差错。此外在此销售过程中每月的工作总结和每周例会，我不断总结自己的工作经验，及时找出弊端并及早改善。销售部在短短的三个月的时间将二期房屋全部清盘，而且一期余房也一并售罄，这其中与我和其他销售部成员的努力是分不开的。

总之，几个月来，我虽然取得了一点成绩，但离领导的要求尚有一定差距。后，我将进一步加强学习，扎实工作，充分发挥个人所长，为公司再创佳绩作出应有的贡献。

**快销品工作总结20\_2**

工作了小半年后，我对工作有了更深入的了解。

做了两个月的客服，打了两个月的客服回访电话后，我觉得自己慢慢地提高了与陌生人建立关系的能力，我非常感谢自己的工作为自己带来的这些变化。尤其当有客户表示他很喜欢跟我聊天，而且很喜欢我的声音的时候，我觉得自己很满足，被别人喜欢的感觉真好。刚开始的时候我不知道怎么与客户沟通，如何迅速地和客户建立良好的关系，但是做了两个月之后，我开始懂得了利用自己的声音来建立一个阳光热情的客服形象，而且还慢慢懂了的和客户沟通的一些技巧。比如在跟客户提意见的时候，不可以否定他们的工作和行为，这样很容易招致他们的抗拒情绪，最好在适合的时候赞扬他们，这样很容易就能够打开他们话匣子。一旦突破了他们的心理防线，那么一切话都变得好说了。除此之外，客服一定不可以像销售一样过于明显地向客户推销产品，否则他们就会产生抗拒的心理，那么这次推销也会以失败告终。最理想的状态就是和客户交朋友，当他们完全信任自己的时候，那么当他们有需求的时候，就会主动找我们买产品。

在现在的岗位上，我除了要学会与客户打交道之外，还慢慢应用了自己学到的一些数据处理的基础知识，能够学以致用，让我感到很高兴。

我很喜欢现在的同事，大家都很年轻，而且性格开朗，很好相处。但我觉得红色性格的人就有一个缺点，就是不注意控制自己的工作时间，工作不是很有效率。

**快销品工作总结20\_3**

进入xx项目已有一年了。x年的主要工作是协助王经理组建和管理销售部。经过所有销售部工作人员的共同努力，在过去这一年中取得了良好的销售业绩。为了提高自己的工作能力和效率，找出工作中的不足之处，现将x年工作情况总结如下：

>一、销售人员培训

销售部于x年x月份开始组建，至今销售人员6人，管理人员2人，策划人员1人。初期的销售人员没有工作经验和房地产知识，工作开展进度很慢，在制定培训文件和培训计划后，协助王经理开展培训工作。现销售人员接待工作有所提高，对日常销售部的工作已能基本完成。

>二、客户来访统计

x年度到访客户共记850人次。客户来访的数据每星期收录电脑一次，详细记录来访时间、意向户型、电话等，为将来的客户鉴定做好基础工作。前期的数据存在许多问题，客户的数据不清晰，多数客户的职业和认知途径没有填写，对后期的宣传工作有一定影响，经过销售部周会提出此问题后，现阶段对客来访数据已有所改善。

>三、销售文件档案管理

在x年x月x日开展的vip卡活动，开始建立销售书面文件和电子档案两种。到x年x月x日选房活动后，对已销售的商品房的认购书档案、商铺(vip增值确认书)、款申请书、退款确认书统一管理，按房号进行分区。所有的档案在书面文件和电子档案同步更新。

>四、销控管理和统计

销控管理分为对外和对内两种，对外是以销控版贴红旗公开面对客户的形式。对内是王经理和我两层销控把关，分为书面文件和电子档案两种，书面文件只是简单的房号控制，电子档案对已售和未售商品房数据详细记录，包括客户资料、面积、价格、已付款等等。所有房号需要两人认可后才可签定认购书，确保不出现一房两卖的情况。

>五、销售现场管理

按排销售人员的日常值班，针对每个销售期随时调整值班人员和值班时间，配合策划部进行各项宣传活动。现场管理由王经理主持每周召开例会，进行日常工作安排，销售人员在会议中交流意见和经验，项目的优劣势共享，发现问题及时解决，对客户提出的主要问题进行统一解答，提高销售率和销售人员接待客户的积极性。

>六、x年工作存在问题

虽然x年销售部取得良好的成绩，但销售工作也不有许多不足之处。在一期参与了价格体系的制定，从中看到了自己知识面的不足之处;户型更改的过程也明白了自己对市场的敏感度不够。房地产的专业知识还需要进一步的提升，自己的工作能力需要加强提高。首先就是工作的积极性和主动性，很多时候都是都是陆总的提醒才去做的工作，在x年要改正，学会自己去找事做。对数据和图纸要加强理解和分析，让产品进更进一步的适合市场。自身的写作能力也是需要提高的一个重点。

我相信在新的一年里，通过大家的努力，我们会做得更好。希望20xx年的销售成绩比x年的成绩更上一个台阶。

**快销品工作总结20\_4**

进厂三个月来，从一开始对产品的不熟悉，到对现有产品的具体分类，应用场合，再到实际的产品配单，产品性能、功能的认知等，在一定程度上得到了全面了解。对于现在在公司工作的我来说，怎么去适应这个行业，适应这个公司。面临的困难还是存在，现在的我对于与客户沟通方面还有待加强。不过这些困难我相信我都能在以后的日子里通过自己的努力一定能做到。我也相信我有能力把这个岗位的工作做到。以下是将近一个月以来的工作情况及以后的工作状态汇报如下：

>一、努力加强产品知识学习

为了能尽快加入安防行业的销售工作，对产品的功能学习及产品在实际应用场所的学习是必不可少的。

通过工程部陈工的细心指导和销售部俞经理的虚心培养。现对产品的认知度有了极大的提高。

后续将更加努力的学习，做到能对每款产品功能的真正了解。

>二、加强与客户沟通的协调能力

实际工作中，也曾被客户的一些问题问倒。针对这些问题，公司也在加强对我们新人的培养力度。

销售部经理也尽心尽力的在为我们解答一些客户常问问题的解答方法。我相信通过公司的培养，在以后与客户不断的交谈中，自己的沟通能力也一定会越来越圆滑，做到在维护公司利益的同时也能稳住现有的客户源，保证产品市场的开发与拓展。

>三、产品的演讲能力有待加强

一个好的品牌，一款好的产品，在做品牌推广或产品介绍时，在面对不同的客户对象讲解方式上是完全不同的，在这一点上我个人真还有待加强，试从以下几个方面着手：其一、了解产品，只有全面的了解产品，才能把产品的优势特点展现出来;其二，加强语言功底，练习发音，控制语速;其三，进行各种产品的演讲练习。

>四、总结与收获

细节决定成败，一个品牌的推广与服务意识的树立，需要行内人的认可。那这就要提升公司内部人员的品牌意识。

一个企业能不能在这个行业内生存起决于员工的素质、工作能力。在以后的工作中我将以百分百的业务水平来对待我们的客户，以创新的精神来发掘不是问题的问题，在稳定老客户的同时又能开发新的客户。

**快销品工作总结20\_5**

本年度是我公司快速发展的一年，也是我学习、管理的销售工作取得重大进展的一年。在公司领导英明指导下，在兄弟部门大力配合支持下，紧紧围绕销售工作，我带领销售部全体员工，奋力拼搏，开拓进取，真抓实干，勤勤恳恳做事，兢兢业业工作，较好完成了各项工作。现作如下述职。

一、加强学习，领会精神，提高执行力。

随着公司业务的急剧发展，公司完成建筑面积由5万平方米增加到20万平米，这对我和所有销售团队成员都是一个巨大考验。为此，我组织团队成员，认真学习每次会议的精神和公司下发的文件，深刻领会公司领导的指示与意图，提高执行力。通过深入学习，使销售团队统一了思想认识：公司的经营管理是公司快速、健康、可持续发展的生命线，是公司取得良好经济效益的根本保证，“不以规律，不成方圆”，没有严格的管理制度和科学的经营思路，就不会有公司的正常运转;销售工作是公司经营管理的重要组成部分，是实现公司资金良性周转的重要一环，实现效益，树立公司品牌的重要途经。成功的销售，可以不仅能够为公司创造良好的经济效益，而且有利于提高公司的知名度和美誉度，带动企业业务的发展，实现资金的快速回笼，推动公司良性运转。因此，我注意引导部门员工树立责任意识、危机意识、品牌意识和大局观念、效益观念，坚决贯彻执行公司各项指示精神和要求。

二、尽职尽责，率先垂范，努力做好销售本职工作。

上半年，我带头努力，处处以身作则，较好地开展了各项工作。我坚持经常深入一线，冒着高温天气，督察广告投放情况;奔波忙碌，与销售代理公司沟通，与外部相关部门协调，帮助销售公司制定销售方案，全面监督市场运作情况。在我的带领下，团队成员工作积极，较好开展了各项销售活动。经过精心筹备，1月23日，四季新城销售部正式启用，三维动画、沙盘模型、现场解说多位一体向市民传达项目信息，使人们了解了四季红新城的全貌;2月1日，四季新城项目正式开工，项目由虚拟的想象向未来可摸可看的真实迈出重要一步;4月25日，精心组织的项目品鉴会&客户联谊会成立仪式举办，帮助现实客户和潜力客户多方解读四季新城之于城北的重要性以及产品的优越性。经过大量艰苦的工作，从一月底销售部开张到目前，除去销售员回访时已购买人员，目前积累客源1000余组，这些客源有如此高的粘度，说明客户对于项目的位置已经规划有较高的认同感，为一期房源的顺利开盘做好了良好铺垫。

加大内部外部沟通与协调，积极为销售部门营造良好的发展空间是销售经理的重要职责，工作中我特别注意了与其他部门沟通与协作。我积极与工程部沟通信息，及时了解楼盘施工进度与相关情况，适时安排广告宣传工作;全力配合财务部工作，及时沟通财务信息，随时向业主追要购房款项，确保账目明细;认真与物业公司协作，向业主宣传物业管理的要求与特色，引导业务遵从物业管理规定。同时我带领员工加强了与业主的交流，售前积极进行上门拜访活动，引领业主深入楼盘现场考察，现场宣传;售中多次带领业主奔走于银行、房管局等部门之间，竭力为业主的购房排忧解难;售后，及时进行电话回访，了解业主的要求与意见，引导业主多介绍新的客户。此外，多次深入城管局与其领导交流，申请大型屋外广告牌，争取其支持;与银行信贷部门、按揭中介、房产交易中心等相关部门建立了长期合作合作关系，既为他们提供业务支持，也寻求他们的帮助，使售楼过程畅行无阻，快速便捷。

三、强化管理，注重团结，带好销售团队。

工作中，我能够摆正自己的位置，站在中层干部的角度和促进公司发展的大局看待问题，坚决贯彻执行领导的意图，经常教育员工“有条件要上，没有条件创造条件也要上”，引导员工端正态度，做到“只为成功找理由，不为失败找借口”，并且经常组织员工学习领导指示与公司文件，确保提高执行力;我还经常深入代理公司检查监督，及时传达上级指示精神，发现问题及时提醒，帮助其制定销售计划，改进销售思路，辅助其健康发展。

同时，在公司领导的帮助下，结合销售部实际，我进一步健全了部门管理制度，制定了规章制度，明确了部门员工的岗位责任，完善了责任制度和激励机制，落实奖罚政策，强化了对部门成员的管理，调动了员工的积极性和主动性。同时，我坚持以人为本，尊重员工的意见，采纳合理化建议;关心员工的生活，关注青年员工的成长，无论个人生活还是工作，都为他们提供力所能及的帮助，极力营造团结一致、相互帮助、相互协作、携手共进的氛围，充分发挥团队合力开展工作，打造爱岗敬业、朝气蓬勃的销售团队。

四、正视不足，改进工作，超越自我。

半年来，虽然取得了一定的成绩，但公司领导要求相比还有一定差距，主要表现在:一创新能力不强，由于忙于具体事务，往往忽略对一些问题的研究，以致于工作思路不够开阔;二是计划不够细致，工作中往往注重大事的计划，忽略日常小事的计划，一定程度上影响了效率。对这些问题，我将在今后的工作中认真加以解决，改进工作，超越自我。

五总结经验，明确今后的工作思路与措施。

1拼搏奋进，下半年力争完成以下目标。一期一批及二批销售均达到90%以上为目标;一期一批共2\_\_套，销售面积24741㎡，预计可完成总销套数的90%，即平方米，共191套;自行车库销售金额约为629万元。回笼资金预计可达万元;、一期二批;共168套，销售面积，预计可完成总销套数的90%，即平方米，共151套;自行车库销售金额为万元。回笼资金预计可达万元。

2合理搭配，科学制定广告计划。

户外、中邮、直投、短信报纸等几种广告应该合理搭配，错开发行时间，掌握最佳宣传时机，最大限度提高宣传效果，争取以同样的广告费用投入，换取最大的经济效益。盐城大桥以北道路在开盘前10天更换内容，公布开盘信息;中邮广告适当在市区投放，更多地针对老城区;短信效果明显，应在开盘前一周进行，注意与中邮广告错开时间;报纸在开盘前三天和后三天宣传，也要与中邮错开时间段，将辅助性宣传的的短信与报纸与其他主渠道宣传合理搭配。

3完善制度，提高管理水平。

为进一步提高销售管理水平，需要完善规章制度，规范部门运作。一是制定案场管理制度，加强对案场销售以及纪律管理，逐步改变对代理公司依赖性过强的局面，学会“两条腿”走路，提升公司形象与销售业绩;二是建立健全合同管理与签约制度，实行专人管理，健全客户档案，防止意外纠纷，确保公司利益。

感谢公司给我搭建了述职的平台，我将把这次述职作为认识自我和自我批评的一次极好契机，进一步总结经验，发扬优点，克服不足，以更加饱满的工作热情，团结并带领同志们按照上级工作要求，开拓进取，求真务实，为销售工作尽力尽为，为公司发展做出积极贡献!

**快销品工作总结20\_6**

时光如白驹过隙，不觉送走五月，迎来崭新的六月。自三月份进入二店工作，我不断地在学习中进步，在总结中获得经验。这要感谢公司同事及领导的大力支持与帮助。在工作中，我学习到新的东西，也发现了一些潜在问题。现我将五月份的销售工作进行总结，也对六月份的工作提出新的展望。希望得到更多的批评指正。

一、 五月总结

1、销售情况

二店共两名销售人员，五月份的销售工作中，共卖出30台手机，也就是刚完成公司派发的任务。相较于前两个月的工作，有所进步。在售出的手机中199元到399月的功能机售出\_台。也就是手机销售总额的2，中高档手机占总销售量的2作中，我们将继续努力。

2、 客户群体

二店位于瓮安商城下，每天来往的人流量比较大，但进店的人群有时几乎寥寥无几。还有甚者是走错路，误入店内。大部分购机客户属于年纪中上的，因而店内功能机较中高档手机销售情况好。还有部分是学生。青年人大多是询问高档手机，几乎不再店内购买，我们也会推荐他们去一店。总的来说，我们店面对的人群群体是较广的，但消费水平不高。

3、服务质量

都说顾客就是上帝，作为第三产业的服务业，对服务质量的要求必须是过硬的。这点，我在工作中，是深有体会的。记得某客户来我们店购机，他亲口说，虽然我们店同样的手机比别的店贵100元，但他还是宁愿在我们店购买，因为我们的服务强于其他店。这无疑也在提醒鞭策着我们，过硬的服务赢来顾客的信赖。最终，我们将迎来回头客。接下来的工作中，我们也将继续将一流的服务奉献给顾客。

4、 礼物

我们店一直都是有活动的，也就是购机买卡送话费。这对于愿意买卡的客户来说他们是相当乐意的。同时，在工作中，我也发现，大多数不买卡的顾客觉得是不划算的，因为我们的手机是不讲价的。也就是在竞争中失去了价格优势。顾客觉得，买手机也就是一个裸机。里面充电宝、手机壳、手机套、耳机等配套设施是没有的，很多时候，好11

多犹豫不决的客户就是这样决定不买的。这也就是说由于我们的营销策略导致我们丢失了一部分潜在顾客。

二、 六月展望与意见

1、 发扬优点

五月份的工作中，我们的服务态度得到了顾客的赞许，在六月份的工作中，我们将继续发扬良好的服务态度，并将服务争取做到更好。

2、 拓展销售类型

二店的手机机型相对较少，特别是颜色永远是黑白配。我希望单一的颜色可以得到改善。很多顾客都在询问有没有其他颜色。如果这点得到改善，我相信我们的手机将会得到更多顾客的青睐。

3、 变换礼物形式

我们店内的礼物基本上在顾客眼里都是非实质性的。大多数进店顾客买手机不办送话费业务都觉得太亏，这也让我们损失掉一部分顾客。而且大部分购机顾客都在询问是否有耳机、充电器、手机壳等。如果有可能，希望礼物形式变成这些。最好店内也可以配合卖这些相关产品，拓展销售范围。争取拉到回头客，将潜在客户变成我们的真实客户。

最后，我希望在之后的工作中，多发现，多总结。以优质、热情的服务为宗旨。一切为了顾客。努力完成公司派发的任务，争取更多的客户。

**快销品工作总结20\_7**

转眼间，20xx年就要挥手向我们告别了，在这新年来临之际，回想自己一年所走过的路，所经历的事，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，多了一份镇定，从容的心态。 在这过去的一年里有失败，也有成功，遗憾的是;没有为公司的销售打开市场，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们提供了好的工作条件和环境，有经验的上级给我们指导，带着我们前进;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，做人是做事的前提和基础。

从20xx年3月开始进入公司，不知不觉中，三年的时间一晃就过了，公司也在20xx年实现了转型，在20xx年里，我也从一个车间班长转变为对产品知识一无所知的新人，又转变到一个能独立操作业务的职业业务员，完成了职业的角色转换，并且适应了这份工作。业绩没什么突出，以下是一年的工作业务明细：

20xx年前半年我在生产上任粉碎车间班长，带领员工完成一项又一项的看似无法完成的工作，虽然很累，但是对我个人的工作协调、人员分工和对员工的思想教育又有了一个新的提升，相信在生产上度过的两年多时间将会为我以后的工作有所帮助。20xx年6月4日，承蒙刘总信任，我正式调遣销售部。由于之前根本没有接触过香辛料提取物销售，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，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，懂得了针对不同企业的不同产品应主攻那些我们的产品。当然这点是远远不够的，应该不短的学习，积累，与时俱进。

在工作中，我可以说，我没有虚度，浪费上班时间，对工作我是认真负责的。经过时间的洗礼，我相信我们会更好，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。工作多的时候，想得多的是自己把他搞定，每个环节都自己去跑，却忽视了团队的作用，所以要改正这种心态，相信别人，相信团队的力量，再发挥自身的优势：贸易知识，学习接受能力较好。不断总结和改进，提高素质。通过我的个人努力，共发展了7个客户，其中4个为精油树脂客户，销售额8270元。2个调味品客户，销售额9580元(未收货款7880元) 。1个花椒粒客户，销售额384150元。货款已全部到账。

自我剖析：以目前的行为状况来看，我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。根源：没有突破自身的缺点，脸皮还不够厚，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。

感谢公司的培养，感谢上级特别是刘总对我们言传身教的悉心指导，我一定会以积极主动，自信，充满激情的心态去工作。

挥别旧岁，迎接新春，我们信心百倍，满怀希望!

**快销品工作总结20\_8**

自从转到销售部至今已经一年半了，回想自己这一年多所走过的路，所经历的事情，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，多了一份镇定，从容的心态。在公司领导的带领和帮助下，加之部门同事的鼎力协助，自己立足本职工作，使得销售工作得及顺利进行。虽然销售情况不错，但是回款率不太乐观，原因在于集团总部结款不及时。20\_年我会尽量克服这方面的因素，及时与各子分公司解决回款问题。现将销售工作的内容和感受总结如下：

平时公司上门业务的处理，对产品销售过程中出现的问题进行处理，与各部门之前进行友好的沟通，与集团总部清理往年应付款情况，由于往年帐目不是我经手的，加上有些单据遗失及价格或等等问题，给现在的工作带来许多麻烦，对每一款新产品进行推广，与各经销商进行密切联系，并根据地区、行业、受众的不同进行分析，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按时完成任务。

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，20\_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：

1 、全年销售任务，平时积极搜集信息并及时汇总;

2 、经理的销售工作，从产品的价格，数量，质量以及自身的服务态度方面，细心的与客户沟通;

3 、确度、仔细审核;

4 、货物的及时处理;

5、 老客户的关系维系，并不断开发新的客户。

6 、每一件事情，坚持再坚持!

最后，就让我总结一下工作存在的问题吧。

1 、库存量不够。虽然库存表上标注了每款产品最低库存量，但是实际却不相符，有许多产品甚至已经断货。在库存不多的情况下，建议仓库及时与生产联系下单，或者与销售联系提醒下单，飞单的情况大多于库存量不足有关。

2 、回货不及时。回货时间总会延迟，对于这种现象，采购人员的态度大多都是事不关已，很少会想着怎么去与供应商解决，而是希望销售人员与客户沟通延缓时间。这样会让客户对我们的信誉度降低。(这种现象非常严重)

3 、对供应商退货的处理。很多不合格的产品，由于时间拖延，最后在逼不得已的情况下一挑再挑，并当成合格产品销售，这样对我们“追求高品质”的信念是非常不吻合的。经常有拿出去的东西因为质量问题让销售人员非常难堪。

4 、应定期对销售却未回款的业务进行催款或者提醒。有许多已经回款的业务，财务在几个月之后才告诉销售人员，期间销售人员以为没回款一直都在催，给客户印象非常不好!

5 、部门之间不协调。为了自己的工作方便，往往不会太关心他人，不会考虑给他人带来的麻烦。有时候因为一句话或者一点小事情就可以解决了，可是却让销售人员走了许多弯路。

6、派车问题。

7、品开发速度太慢。

值得一提的事上半年同比已经有了很大的进步通过全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标均创历史新高。这是值得鼓舞的。可是我们还要做得更好更强大，今年我将更加努力做好自己份内的事情，并积极帮助他人。也希望公司存在的一些问题能够妥善解决，不断的开发新品，不断开发新的区域，相信公司一定会走得更远!

**快销品工作总结20\_9**

这部分内容主要是对整体的产品工作在宏观上进行一个描述，个人认为每个人无论在任何岗位上都应该要去进行一些类似的，形而上的思考，很多日常事务的本质其实是通的，背后有很多逻辑可以挖掘，掌握了这部分，对工作，对生活一定会大有帮助的

快消品产品经理要解决的第一个问题就是：要做什么产品？

这个过程一般被称为产品立项，具体工作中要进行需求分析和定位分析

需求分析

1.品类分析

先明确要做的产品属于哪个品类，整体的市场规模多大，用户基数是多少，购买频次如何等，这直接关系到能赚多少钱。有时候做几个亿规模的品类或几千万规模的品类，产品经理和公司投入的精力、资源很可能是一样的，所以条件允许的情况下，尽可能做规模大的品类

2.趋势分析

所有品类，产品都有生命周期，通过分析该品类的增长曲线，尽量去选择那些新的，还在持续增长的品类，这意味着市场的需求还没有被满足，对新品牌进入是有利的。

同时还要将该品类放在满足同一需求的其他品类中进行比较，看看与其他品类增长速度的对比，例如有一个时间段方便面和预制菜都在增长，因为人类想便捷的吃饭的需求在增长，但是预制菜的增速远远快于方便面，最终方便面先走向了衰退；在这个意义上，当时选择做方便面就是一个不太妙的决定

3.竞品分析

首先要找出所有抽象竞品的范围，要放开去想：外卖是方便面的竞品，智能手机是口香糖的竞品，这是不同品类间的竞争，但往往在公司做大后会产生决定性影响，所以一定要发散，不要一叶障目

在同一品类里，通过不同变量找到不同的竞品，价格，卖点，渠道等等等。

做竞品分析有个最简单的方法，就是把自己还原成用户，你现在要去买某个产品，你会通过那些途径，打开哪个网站，输入什么关键词，看什么信息，基于什么信息点了哪个主图，点哪个链接，咨询客服问什么问题........模仿用户买产品的路径。路径上每个点，都是触达用户的机会，有助于理解用户到底经过了哪些点，到底关心什么

更宏观的去决定产品要不要做，例如功能饮料各方面都很适合做，人们也看到了红牛，战马，东鹏特饮有多赚钱，但是你的企业很小且没有融资能力，那对于这种要投入8位数乃至9位数去进行渠道建设和市场推广的项目就不用想了

5.用户需求管理

因人而异，有的产品经理的确具备极强的同理心，一个人的思考就可以替代几百上千个样本的调研，通过自己的共情推演就完成了调研步骤；当然大多数人不具备这种能力，所以还是要进行一些传统的调研

用户调研是对需求的验证。首先要采集用户需求，可以通过分析卖的不错的竞品、直接进行用户访谈，用户问卷调查获得；之后要分析这些需求，包括但不限于真实性，因为用户怎么说和怎么做是有区别的、其次是成本，要明白有些东西是无法实现的，等等

6.基础人群信息

切忌通过诸如年龄、性别去简单的划分一个群体出来，没有任何意义，他们藏在人群中无法分辨。

要通过需求去找框定某个人群，这是屡试不爽的，万变不离需求，例如要卖高端宠物食品，就去找养名贵宠物的人群，他们大概率就是目标人群。其他都次要考虑，这些人在哪里，怎么和他们建立联系，这便是之后最要紧的

7.目标用户痛点

做新产品能爆的逻辑是这个产品某个点一定打到了目标用户的需求，可能是新原料、新工艺、新包装的应用，可能是更好看、更便宜诸如此类，任何时候都一定存在没有被充分满足的需求，要学会去找到，做到

定位分析

1.品牌三问

下面这句话可能是我这篇文章中你最需要记住的：

产品是为了品牌定位服务的

我是谁，有何不同，何以见得。这是专注消费品投资的冯卫东的理论，被业内奉为圭臬

因为同质化竞争，信息严重过剩，同一品类消费者最多记住7个品牌，很可能只有3个，不信你想想，例如饼干，牛奶，雪糕等等，你能想起几个品牌？留下一个独特的定位尤为关键。比如为什么要做一款高价格高品质的面包，就是让别人知道我是一个高端烘焙品牌as such

2.产品三问

这部分是要配合具体的公司战略的，要结合情况梳理清楚：

第一，产品本身在这个品牌中处于什么位置？是创造利润的年度爆款、拉升形象的旗舰款、严控成本的低价引流款、品类补充款...

第二，产品在市场竞争格局中处于什么位置？是补充哪一块的市场空白，还是和哪一款产品，哪一类产品去直接竞争

第三，这个产品在用户需求场景中处于什么位置？用户什么情况下会用到？

3.商业影响

在整体意义上，我的目的到底是什么？结合前面两个三问仔细思考，我做这个产品，或者另一个产品的影响分别是什么，面对这些影响，我收益还是受损，我如何去应对，我的下一步决策是什么等等

4.供应链能力

产品是工厂车间的流水线做出来的，在正式制订方案之前一定要验证其在工业上能否实现。首先是可能性，现有技术条件下，有没有工厂能够做出来；其次是可行性，在能做出来的情况下，成本是否可以接受，如果你想卖一款100元的蛋糕但成本是120，那就不具备可行性

这部分内容是产品经理工作最重要的部分

产品方案是对要做什么产品的系统性总结，是具体去做出产品的行动指南，每一步都必不可少。产品方案的制订由产品经理主导，但需要拉上老板，和参与其中的所有部门共同明确，让大家同步知悉

1.市场分析

结合立项阶段所进行的调研，得到的数据，形成的分析结果去明确产品的目标市场，目标用户

2.用户分析

同样结合立项阶段所进行的调研，要形成完整的用户调研报告，明确用户的使用场景：包括需求是如何唤醒的，产品具体购买场景是怎样的一副画面，产品具体使用是怎样的一副画面；分析用户消费习惯，通过理解用户的购买逻辑去明确产品的销售渠道

3.产品概念

最关键的就是产品卖点，能以用户视角去说出来的差异点是什么，切忌一个误区是在宣传上提出1234的一大堆卖点，目前的市场环境下用户是无法分辨，无法记住如此多的信息的

要聚焦到一个点上，一个人无我有，人有我优的点，抢占消费者的心智；绝不能过于天马行空，一定要基于用户真实的需求来提出这个差异点；其次就是价格问题，成本售价毛利率要算清楚，动销周期要估出来，如有B端渠道，经销商价格体系也要提前完善好

4.产品信息与展现

主要是产品文案，产品视觉，产品详情。这个环节一定要和所有负责人去深度沟通这个产品的方方面面，让所有人尽可能的了解这个产品，切忌微信上三言两语敷衍了事

例如出现在产品包装设计，随心所欲是不被允许的，要根据相关国标严格执行，作为产品经理一定要知道是按什么标准，标准具体规定有哪些：像包装必须显示营养成分表和保质期；营养成分表需要在产品正式打样后检测才能得到，保质期也需在打样后加速测试得到（如果是做比较成熟的产品，工厂可以保证负责就无需测试）等等

产品视觉也是一门很深的学问，有机会再单独聊一期吧，很多时候，产品的呈现方式重要性甚至要超越产品本身

5.产品推广

一般而言会有运营负责人保驾护航。但做产品要一以贯之，在运营的立场上，他很有可能会说出他认为的、产品想表达的点。这个过程中可能会有误差，所以一定要多沟通，不能让每个部门都自己重新找卖点，搞得最后的卖点和初始的不一致，这是非常严重的事情

总之，产品经理是全公司最懂产品的人，包括所有竞品打什么点，你要能说的出来

这是为了产品能够顺利上市而进行的必要的管理和执行工作。产品经理在这个过程中需要大量和公司内部其他部门，或者外部的一些合作方进行沟通交流，这尤为考验产品经理的沟通能力，执行能力。产品经理要为每一个环节负责到底

整体进度一般用甘特图管理，方便随时同步给老板、同事、下属、合作方等

供应链

1.供应商合作伙伴

俗称代工厂，一般轻资产的快消品公司是没有自己的工厂的，需要找到供应商伙伴来代为生产所需求的产品，那么第一个问题就是如何去甄别林林总总的供应商？

首先是生产能力和技术能力，还是回到可能性和可行性来，要保证所选供应商能够在成本可控的情况下满足己方的生产需求，其次就是对方每个环节的反馈周期与效率了，这对于实际合作影响极大，好的供应商往往事半功倍

那么如何去找到这些供应商，如果有可以用来对标的产品，那么最直接的就是看产品，我要做哪款产品，直接看这款产品的标签上显示是哪家工厂做的，国标规定是一定要标注生产工厂的，直接去和对方接洽OEM的问题即可

第二是转介绍，基于产品经理个人在行业内的积累，合作过的供应商，同行，朋友，朋友的朋友等等，可以直接推荐，这类供应商有介绍人的信任背书，一般都比较适合

第三就是展会，能够集中，大量的看到几百上千家供应商，直观的看到对方的产品和能力，直接的和对方的负责人去沟通

第四就是网站，通过阿里巴巴爱采购这样的供应商平台，或者一些自建站，去沟通联系，此方法范围广但效率比较低

2.商务条件

确定供应商后就要明确合作的商务条件，其中有许多关键问题越早明确越好，例如研发打样问题，账期问题，产品排期问题，起订量问题等等，尽早白纸黑字明确下来，推动事情一步步前进

谈这些东西，双方都会有自己的利益考量，谈判能力因人而异，但有几个原则，一是永远不要只找一家供应商，哪怕双方合作再愉快也要考虑风险；第二是永远不要先报价，让对方先提条件；三是真诚，诚实的力量是极其强大的，不要弄一些上不了台面的事情，如果做不到那我建议立刻重新找供应商

3.打样测试

分为内容物和包材，在打样阶段以尽可能低的成本去启动项目，研发阶段产品经理要全程参与研发过程，知道新原料/工艺/包装等是怎么应用到新产品上的，甚至可以要求公司组建自己的研发部门内部进行来提高效率

到供应链落地阶段，以量产产品的标准去生产产品样品，产品经理应现场跟产，发现落地中的实际问题，解决问题，实现产品方案的规划和要求；包装同理，同时对于要开模具之类的产品慎重选择供应商，所有要求白纸黑字体现在合同上，避免扯皮的可能

打样完成的标志就是己方对样品完全满意，供应商也表示随时可以进行量产

4.内料大货生产

虽然一般这个阶段有内部供应链部门、外部工厂保驾护航，但最好还是要全程跟进QA、QC工作，保证产品在量产过程中万无一失，虽然大部分工厂都非常规范，但还是要做好全环节的监控，原料、成品留样、理化指标检测等工作，因为这不是开玩笑的事情，例如食品，出任何问题都几乎是不可接受的

5.包材大货生产

要保证量产产品和最初视觉设计、包括颜色、文字内容等要求完全一致，同时完全符合相关国标、广告法，食品安全法规定。一般而言此环节有产品经理本人，公司法务，供应商，外部第三方检测机构四重把握，不会出问题，但印错字之类的问题在行业内还是屡见不鲜，所以要仔细再仔细，争取保证没有任何问题

6.仓储、物流

此问题除创业公司做第一款产品外基本上不需要额外担心，但如果是创业公司也无需担心，目前市场上有很多成熟的解决方案，花钱一定能解决

7.快递费

要与运营部门深度沟通，此成本也属于产品成本，选择的快递也会影响用户体验；同时一些偏远地区快递费等问题也需要有一个提前完善的解决方案

其他相关方

主要包括文案、视觉、市场、运营、销售等

产品经理一定要足够强势，让这些部门人等知道他们是来配合你把产品做好的，你是最了解这个产品的人，他们所有工作要在你的指导下进行，他们的工作是把你想通过产品表达的东西，用他们的专业技能更好的表达出来，而不是他们自己来创作基本内容，这是两件事情，一定要区分开来。只有这样才算一个合格的产品经理

**快销品工作总结20\_10**

光阴似箭，日月如梭。伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了紧张、忙碌的20xx年，满怀热情和期待的迎来了光明灿烂、虎跃腾飞、充满希望和激情的20xx年。

一转眼，来了达邦家具公司也快一个季度了。回顾这三个月以来所做的工作，心里颇有几份感触。在过去的三个月里，首先我要提到两个人，庞总和耿经理。首先感谢庞总给予我们这样一个发展的平台，和用心培养;感谢耿经理给予工作上的鼓励和督促。在二位领导的引领下，我们这个团队学到了很多的业务谈判知识和商谈技巧，并顺利的为下一步的公司业务发展迈出了第一步。其次感谢这个业务团队，感谢同事们在工作上的相互鼓励和配合。他们所有人都有值得我去学习地方，我从他/她们身上学到了不少知识，让自己更加的成熟。

三个月里不断与公司业务模式进行磨合，我为自己能成为达邦家具公司的一名业务销售人员深感荣幸和自豪。我也更加的认识到了，一个销售人员的知识面、社交能力和商务谈判技巧决定了销售人员的销售能力。 为此，我经过查阅更多产品手册、家具资料、相关书籍和参加公司会议培训，在家具销售行业自身知识面层次上得到了一个更好的提高，并认识到自己现有的不足和长处。以下我想说三个方面：

一、在家具专业知识方面：

1)产品知识方面：加强熟悉办公家具产品的生产工艺、和材料特点、规格型号(包括面料和产品等)、生产周期、付货时间。了解产品的使用方法、保养及维修知识;了解本行业竞争产品的有关情况;

2)公司知识方面：深入了解本公司和其他家具生产厂家的合作背景、产品生产能力、生产技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。

3)客户需要方面：了解家具购买者(包括潜在客户)的消费心理、消费层次、及对生产产品的基本要求。

4)市场知识方面：了解家具市场的动向和变化、顾客购买力情况，进行不同区域市场分析。

5)专业知识方面：进一步了解与家具有关的其他方面的工艺技术知识，方便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流，了解不同装饰设计公司在新的一年里的设计思维的转变，以便更好的合作。

6)服务知识方面：了解接待和会客的基本礼节(注意国外客人的忌讳和有关民族、宗教等社会知识)细心、认真、迅速地处理单据;有效运用身体语言(包括姿态、语言、动作等)传递信息是获得信任的有效方式。

二、自身销售修养方面：

1)工作中的心里感言。在庞总和耿乐二位领导的带领下，进行加强自我认识，自我分析、客户分析、签单技巧等的一系列基本素质培养，和后背支持，为我在以后的销售中认清和面对不同客户的不同谈判技巧的培养做了个更全面的准备。在我拿高薪的时候我肯定会想到你们，我一定会用行动感谢你们。都是你们给了我机遇，给了我一个发展的平台，正因为在你们身上学了不少的销售技巧和谈判能力的提高，有了前期这些经验做铺垫，相信在以后的工作当中我才能更顺利的在岗位中独立成长起来。在工作过程中，二位领导的悉心培养和言传身教让我成长了很多，感谢你们在工作中的帮助。这些都是我知识财富的积累。

2)职业心态的调整。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。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。

3)重点客户的开展。我在这里想说一下：我把客户都已分类;有a b 等客户，我要把b类的客户当成a类来接待，就这样我们才比其他人多一个a类，多一个a类就多一个机会。拜访，对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。

4)签单技巧的培养。 “怎么拿到客户 → 跟踪客户 → 业务谈判 →方案设计 → 成功签单 →售后安装 → 售后维护 → 人际维护”等这一系列的流程，虽然来了公司三个月了，但很遗憾的没有签过一单。对这样的一个流程需要加强认知。

5)自己工作中的不足。业务经验不够丰富，业务员的韧性能力和业务技巧有待突破，希望能够尽快的提高自己的不足，发挥自己的优势，能更好的为自己以后的销售业务和开展打好基础，提高自己的自信心和业务销售技巧。我想在以后的工作中不断实践和总结，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。

业务开展方面： 公司在发展过程中，我认为要成为一名合格的销售员，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。

第一，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，业务上：了解客户的资料、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，随时掌握信息，力争第4季度要比3季度翻一翻。

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