# [2024年终销售工作总结]2024年4月份销售工作总结|2024年4月销售工作总结

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2024-06-11

*落实具体每天的工作计划及渠道开拓，包括促销专项活动。2024年4月份销售工作总结如下，快随本站小编一起来了解下。　　2024年4月份销售工作总结　　面对过去的一个月，我将市场销售情况进行分析总结后，上呈公司领导　　>一 总体销售情况　　...*

　　落实具体每天的工作计划及渠道开拓，包括促销专项活动。2024年4月份销售工作总结如下，快随本站小编一起来了解下。

**2024年4月份销售工作总结**

　　面对过去的一个月，我将市场销售情况进行分析总结后，上呈公司领导

　　>一 总体销售情况

　　1.总销售金额149341元，总订货数量47台，已安装数量23台，已安装回款金额73522，其中全款4台 8863元。 相比比去年同期增长289%

　　2.主要原因分析

　　1)往年年底在建楼盘普遍交工较多，且春季适宜装修为装修热季;业主配合选购。

　　2)前期市场控价完善，衔接3月份末及4月份初全市各大商场活动较多，专卖店相应扩大力度，有力的推动销售;4月份后半段为五一活动前站，活动力度相应持续，保证销售过度。

　　>二 销售完成过程中的经验总结

　　4月份后半段，应有望持续前期销售频率，因销售力度是有增无减，总结原因有以下方面; 　　自身原因，前期宣传这块;太多顾客被商场拉走，虽商场持固有宣传优势，但专卖店进店顾客少，不能构成过多销售;

　　\*再有类似黄金周活动时段，专卖店应提前采取措施;例如利用公司的业主资料群发短信，告知渗透，业主顾客，虽商场有活动，但专卖店力度更大 赠品更多，买的多增得多;

　　\*发挥手里掌握的流动客户，例如有些客户，及回头客由于某些原因在观望，常到专卖店咨询，我们也留下了相应的信息，承诺力度大的活动时会通知;这时我们就该主动出击，打电话通知这些顾客渗透活动，并且承诺组团更便宜;

　　\*加强设计室的走访，和培养感情;设计师可以让销售事半功倍;逢此黄金周应把活动力度暂时扩大给设计师;更多的向装饰公司方交代。

　　并且建议领导把返点有所松动，直返5-7个点给设计师，专卖店这块相应增进沟通销售方式;顾客要力度就和设计师2 5 分点;设计师打透顾客就给他7个点。

　　>三 对xx5月份销售工作的计划

　　绿色家园专卖店5月份的销售工作，首先会在在公司的统一部署下，争取开拓更多潜在市场，以公司利润最大化为目标，竭尽全力完成好5月份的销售工作计划任务。

　　1.总体销售目标 30万;

　　鉴于截止5月6日，绿色专卖店销售额已近15万，当月完成30万销售有望\*且至5月8日黄金周档期活动结束，为持续销售进度;应采取拓宽渠道，搜集;开发;散落，观望，不适宜当下装修等业主;业务采用，扫楼，与设计室渗透沟通，推广除热水器之外，净水系列产品等方法进一步稳定销售，争取完成本月销售任务。

　　2.价格方面;在预算的价格尺度范围内，根据市场环境的形式开拓和解决销售任务。推出拉动促销活动，在保证盈利的前提下也可以减少消费者对价格方面的挑剔。

　　3.多面的销售渠道;

　　落实业务经理开会议题，除原始渠道以外 开拓，小区推广，异业联盟，设计室联营销售等

　　其他成效销售渠道。并且做好相关搜集

　　(1)小区业主信息，户型户数

　　(2)装修基本知识

　　(3)设计室及有方向合作的设计师联系方式

　　另外落实具体每天的工作计划及渠道开拓，包括促销专项活动;和设计师达成合作说明机器优势，售前售后有保障;开展与维护与小区物业的合作关系，以便公司更有利于进小区宣传产品，并有必要开展公关活动。

　　4.随时关注业内动态;搜集近期可能开盘及入户的小区，得以作出相关的专项活动及任务调整。

　　\*且和临近交房的小区楼盘其物业保持联系及感情培养，拜访渗透争取划算的做出合作销售活动。

　　5提高销售人员自身素质;提高业务能力，使老客户和联营销售的业务巩固发展起来。

　　(1)加强与联营设计师，及异业联盟个体的联系，建立良好的合作关系

　　(2)不断总结自身情况，改进工作方法

　　(3)了解竞争对手的运作销售情况

　　>

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