# [营销人员上半年工作总结]营销人员上半年工作总结

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-06-24

*在下半年的工作中，依旧要努力贯彻实施下来，尽全力减少公司的欠款，增加公司的流动资金，从而对公司的正常运营有一个良好的保障。营销人员上半年工作总结如下，快随本站小编一起来了解下。　　营销人员上半年工作总结　　销售工作，是以结果为导向的工作...*

　　在下半年的工作中，依旧要努力贯彻实施下来，尽全力减少公司的欠款，增加公司的流动资金，从而对公司的正常运营有一个良好的保障。营销人员上半年工作总结如下，快随本站小编一起来了解下。

**营销人员上半年工作总结**

　　销售工作，是以结果为导向的工作，20xx年上半年已结束，总结工作成果如下：

　　>上半年工作回顾：

　　今年公司继续了20xx年回款紧张，流动资金严重不足的状态，时常出现供应商付款艰难，销售员借款困难的现象，所以有计划的对账开票，积极催收货款成为今年工作的重中之重。在公司领导的有序安排，时时提供详尽的资料，以及大力的监督下，开票回款工作实施较为顺利。

　　代理产品：标准通用刀具方面的代理，包括KORLOY、京瓷、三菱、OSG等，复杂及相关刀具方面的代理包括DTR滚刀、DATHAN插齿刀、拉刀、金刚石滚轮等，另外还有比较重要的是整体硬质合金刀具(包括标准与非标的钻头、铣刀、铰刀等)供应商厂家的选择。对于供应商来说，我们是他们的客户，他们也是像我们服务我们的客户一样在服务我们，但是不知道为什么，我们与供应商之间的关系并不是很默契，偶尔会有不付款不发货、不投产、货期不能够提前、提供产品不合格也不处理等不给力的现象发生，不能够像我们销售站在客户角度去考虑问题一样，急我们所急，帮助我们解决困难，这种情况只能说明供应商还不够重视我们，我们的采购量可能也不大，所以希望公司可以重点的培养几个给力的供应商，在我们需要帮助的时候也可以伸出援助之手。

　　钢制刀体的非标刀具：BT、HSK等接口的非标镗刀体目前市场上的竞争对手越来越多，目前碰见的有力对手当属廊坊百斯图，其成立于20xx年，短短几年时间，其销售业绩早已超过千万，现已被厦门金鹭收购，专门针对于钢制非标刀具进行开发，其产品质量及价格都非常有竞争优势，几次比较，均以失败告终。

　　超硬类刀具：我司目前在超硬刀具方面制作较多的是导条刀制作及修理、非标刀杆、铰刀、绗磨头等产品，多为技术含量较高的高难度产品，虽然多数都已成功，但是有一些经过了多轮的实验，公司与客户都付出了很多。总结下来，很多困难的产品不是我们主动要求制作的，或是客户提出的实验要求、或是为了开发一个新客户而寻找的切入点，是被逼出来的绝路逢生，但这并不是公司发展的本意。众所周知，具有可持续消耗性的产品有刀片和铰刀的新品制作，另外就是承接各种超硬刀具的修磨业务。修磨业务我司一直在努力承接，但刀片与铰刀的业务一直不是特别饱满，刀片有标准与非标之分，我司目前只针对于老客户使用量较大的非标刀片进行生产，标准刀片基本不做生产，这将损失一部分市场，所以公司可以适当的将常用的标准刀片的库存建立起来，从而提高竞争优势，不过这又会陷入价格战的漩涡，其中的利弊还需领导做决断。

　>　市场主要方向：

　　汽车零部件厂家依旧是我公司主要客户，其中动力与传动系统一直是我司主攻方向，也是我们销售员多年主攻的方向，但是一台汽车，上面除了动力与传动系统之外，还有转向和底牌系统是属于机械加工范畴，可以进行业务拓展，包括转向器套筒、转向节(钢制、铸铁、铝)、齿轮齿条、差速器、分动器、半轴、车桥、球头等，部分产品已经成为我们的客户，但由于地域及人员差异，不能够进行资源整合与资源共享，所以就要靠自己拓展视野，学习相关知识，以备不时之需。

　　另外，航空航天市场潜力依旧巨大，国家对于航空航天事业的投资数以百亿，相比军工行业有之过而无不及，并且航空航天所使用的刀具，大多以超硬刀具为主，这也是我司的优势，虽然同种产品销量与量产的汽车行业不能相比，但是其价格高昂，种类繁多，消耗量也很客观，所以是一个值得拓展的市场。目前我司与XXX航空发动机合作较多，可以先从这里努力，使我司有一天能够进入航空领域的供应商，那么超硬刀具业绩将会有显著的增长。

　　>下半年工作计划：

　　积极的回款与对账政策，在下半年的工作中，依旧要努力贯彻实施下来，尽全力减少公司的欠款，增加公司的流动资金，从而对公司的正常运营有一个良好的保障。

　　机械加工所涉及的行业，包括数控机床(备品备件)、工装夹具、切削刀具、冷却液油品和产品工件共五大类，其中数控机床厂家当属龙头老大，他可以包含于其他四个行业，它可以直接与客户谈判，实现整个产品的生产，完成交钥匙工程，不过机床属于非消耗型产品，同一个客户，一笔订单完成后，短期内不会再有业务，而切削刀具、冷却液油品和产品工件这三类属于可消耗型行业，也是我们公司接触较多的三个行业，而目前的销售模式往往都是进口产品国产化，或者逐一替换其他厂家产品的形式，很少有国产厂家可以直接与机床厂家配合进行交钥匙工程。

　　目前国内较流行的交钥匙工程，可以划分为三个档次，第一是以德国格劳博为代表的欧美生产线，其生产线所使用的产品大约有90%以上均为进口，其价额昂贵，不是一般企业所能承受的。第二是以日本山崎马扎克为代表的日韩生产线，其生产线所使用的产品大约有60%以上均为进口，机床为合资产品，工装夹具为国内制造，但是电、气、液控制单元要采用日本进口，切削刀具大多选择日本三菱与OSG，冷却液油品也是日本进口，有时产品工件初期也要是日本锻造后发到国内生产，不过生产线的稳定性还是值得认可的。第三就是以沈阳机床为代表的国产生产线，按照常理来看，其配备的产品应该均为国产才对，但事实却恰恰相反，特别是刀具这一类产品，所配备的刀具大多都是进口产品，最次也是台湾的，所以我个人认为，在我们能力允许的情况下，做生产线初期的刀具配套，也会有较大的市场，这样也改变了我们以往的逐一替换的销售模式。

　　虽然案例有成功也有失败的，但是我个人认为，在销售人员及公司的综合能力允许的情况下，可以进行生产的初期陪刀，以改变传统的替换刀具的销售模式，但并不是完全放弃以往的熟悉模式，两者相结合，实现最终的业绩目标。

　　>

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