# 【销售部门上半年工作总结及下半年工作计划】销售部门上半年工作总结及下半年工作计划2024

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2024-06-28

*在上半年即将结束之际，我们常要对上半年的工作进行总结，对下半年的工作进行计划的。以下是由本站小编为大家精心整理的“销售部门上半年工作总结及下半年工作计划2024”，仅供参考，欢迎大家阅读。　　销售部门上半年工作总结及下半年工作计划202...*

　　在上半年即将结束之际，我们常要对上半年的工作进行总结，对下半年的工作进行计划的。以下是由本站小编为大家精心整理的“销售部门上半年工作总结及下半年工作计划2024”，仅供参考，欢迎大家阅读。

**销售部门上半年工作总结及下半年工作计划2024【一】**

　　销售部自2024年初以来，认真贯彻集团公司关于认真抓好xx机组市场销售的指示精神，在公司领导的正确指导和管理下，销售部下大力充实了销售一线业务人员队伍并组织进行了培训，注重抓好了各重点渔港的代理制销售网络的建设和目标客户群体的巩固，全国各大渔港的代理制销售网络现已陆续建立，业务员与代理商之间的沟通、协调能力也在逐步增强，我们在对xx机组进行市场开发的过程中，不断探索代理销售的新方法、新思路，从目前的销售情况看，我们的销售工作正承现出良好的发展势头。现将销售部门上半年工作进行总结及下半年工作进行计划：

　　>一、销售部成员组成信任

　　目前，销售部共有业务人员9人，他们进公司的时间最短的也有3个月，经过公司多次系统地培训后，他们已基本熟悉了xx机组的技术性能、构造以及代理制销售业务运作的相关流程。对这9名业务人员，我们按业务对象和重点进行了任务区分，在业务人员比较少的情况下，使每名业务员既当终端客户的业务员又当代理商主管，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞。与此同时，销售部长在统抓全面销售的情况下，不定时的对各个分点进行实地检查督导，与代理商当面沟通，探讨分季节段的xx机组销售工作，使销售部的工作稳步发展。

　　>二、建立了一套系统的业务管理制度和办法

　　我们在总结去年工作的基础上，再加上近半年来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于代理商销售队伍及业务开展的管理办法，各项办法正在试运行之中。首先制定了“管人”的《销售部业务人员考核办法》，对业务人员的考勤办法及每天的工作重点和建立的客户对象作出了明确的规范；对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求。

　　其次，出台了“管事”的《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部进行定位的基础上，进一步地对接到发货通知后的发货准备、发货流程、机组安装及机组安装后的运行情况等业务开展的基本思路作出了细化，做到了“事事有要求，事事有标准。”

　　第三制定并规范了代理销售合同。在原有代理销售合同的基础上，我们又请集团法律顾问对代理销售合同进行了再规范，在与代理商签定合同时基本没出现因合同制定而发生的迟签和不签现象。

　　第四形成了“总结问题，提高自己”的业务办公会制度。业务人员每次出差回来后首先到销售部集中报到，由销售部长主持如开业务办公会，及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重业务人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

　　>三、统一思想，端正态度

　　从销售部成立之初，我们便站在以寻找战略伙伴的角度，和公司一道谋求xx机组快速推进市场的方法。坚持短期效益和长远计划相结合的方向，一方面尽快寻找具有良好影响力和推广力的代理商，一方面大量的作基础性工作，深入渔港，了解掌握各地渔业的基本情况和渔民的观念、效益和保鲜需求，扩大渔民对产品的认知度，为以后全面推进市场作好铺垫。并试图以现有的价格体系磨合市场，保证公司的利益，由始至今我们一直坚持，对产品充满信心，并不计成本地努力。

　　>四、建设并巩固了一张代理制销售的终端营销网络

　　工作中我们以指导代理商销售帮助代理商尽快建立起自己的销售网络为主。在建立代理制销售网络之初，我们加大了对代理商的考查力度，接待各地前来公司考察的代理商有30余人次，最终我们从实力较强的8人中选定为代理商重点考察培养对象，现已签定代理合同的有5家。在工作中我们给代理商定任务、定期限、压担子，在业务员对其实时的督导，内勤人员不定时的电话督促下，代理商的责任心增强了，业务人员的协调能力提高了，营销艺术也得到了很好的锻炼。从近期代理商反馈的市场信息来看，各地的代理商在销售部的统一指导下，逐步建立起了各自的销售网络，对我公司的xx机组销售前景更树立了信心。

　>　五、工作中不断总结并大力推广产品销售中好的作法和经验

　　由于受到xx影响，以及渔业资源的减少、捕渔成本高、风险大，多数渔船主选择近海作业，有少数渔船主甚至停船作业，只有少数渔船主将作业区域外移，这样直接给我们公司的产品销售造成一定的影响，同时，由于少数渔船主的作业区域外移，给我们的产品推广提供了平台，另一方面，停港靠岸的渔船因出海次数少，致使用冰量少，降低了渔船主的投资欲望，但从总体来看，随着产品推广的进一步深入，渔船尾气xx机组的市场前景非常广阔。

　　（一）在重点渔港的现场演示工作取得良好效果

　　三月份，在渔船xx前期，我们为使渔民能对xx机组由一个全面的了解，在公司王总的带队下，我们组织技术骨干，业务人员到福建、两广、海南、浙江等南方几个大的渔市进行现场交流和机组的xx效果演示，取得了较好的效果，基本达到了使渔民对我公司产品有全新的认识的目的，排除了之前在渔民心中对这种新产品技术上的疑惑，船老大们对我们的xx方式和经济效益分析基本赞同，由于没有亲身使用过该产品，没有对产品提出过多的问题，许多想购买的船长邀请我们对他们的渔船进行了测量。同时，我们也同福建船检部门和个别渔业公司建立了合作意向，同福建代理商签定了两台机组的购买合同，使代理商代理我公司产品的信心更加巩固。

　　（二）电视广告的大力宣传确保了产品占领市场的时机

　　我们在派业务人员深入各渔港对终端客户进行产品推销的过程中，对代理商进行电视广告支持。确保了产品迅速占领市场的有利时机，真正地在代理商与渔民之间形成了广告、公司、业务有机结合，满足了代理商的广告支持的要求。

　　（三）积极走上层路线，进一步巩固产品的市场地位

　　在针对销售速度缓慢的情况下，我们认真分析导致这种局面的原因，及时召开业务人员市场形势分析会，最终我们决定走上层路线，于是积极同省科技局、船检部门、渔业公司建立起合作关系，通过我们的协调和深入的做工作，取得了在xx水产公司安装4台机组的成绩，这样一方面可以彻底的检验机组性能，另一方面奠定了山东市场的地位，最主要的是打消了部分渔民的顾虑，为使机组在今年x月份的休渔期进行整体销售打下了基础。

　　>六、销售工作中存在的问题及2024年下半年工作计划

　　（一）产品在推广过程中出现销售缓慢现象的问题

　　1、代理商的推广速度缓慢受价位影响大。从近期与代理商的电话沟通以及业务员与代理商的合作上来看，代理商本身对产品不是很熟悉，他们之所以代理产品主要是看到该产品市场前景广阔，符合当今的国家政策。有些代理商为了尽快打开市场，主要在价格上与我们反复商量，他们认为价格太高减慢了市场开发的进度。

　　2、现阶段的市场推广仅仅停留在概念性推广阶段，渔船主也仅仅是概念性的接受我们的产品，但对产品带来的经济价值缺乏直观、全面的认识，致使市场推广具有一定难度。

　　3、渔民持观望态度的多。由于我们的产品在渔船上安装的少，渔民当前还没有看到xx机带来的经济效益，渔民多停留在观望状态。

　　4、公司具有针对性促销活动少，致使产品信息、性能、用途不能更加深入地传达给终端客户。由于渔民多年形成的带冰作业方式，阻碍了渔民接受新事物的程度。如果身边的人使用了该产品并达到了使用效果，产品的价格是可以接受的，关键是现在还没有身边的用户现身说法。

　　5、市场推广过程中渔船主普遍反映价位偏高。目前，市场上出现的同类型的压缩机xx机组无论是在价位上还是功能上比我们的产品有优势。据渔民普遍反映，今年的渔业资源较往年比是船多鱼少，况且随着原油价格的上涨，大多渔民选择的是近海作业，打经济鱼类少，认为xx机组作用不大，且设备的一次性投资大，由于没有亲身使用过该产品，所以一次性拿十几万购买还是有点担心。

　　（二）几点建议

　　1、进一步优化产品的结构和质量。为使概念性销售转变为样板式销售，建议公司在几个大的渔港建立样板船，组织渔船主现场观摩，用身边渔船使用xx机组后所带来的经济价值及其影响力，给渔民一个直观的、理性的认识，对产品性能及用途有更加深入的了解，从而刺激渔船主的购买欲望，打开产品销售缓慢的僵局。

　　2、针对个别区域代理商销售缓慢的情况，建议公司重新寻找资金雄厚、与渔船主有一定人际关系，影响力大的代理商，使销售网络的建立更加快捷，在代理之间有一种无形的竞争压力，同时也为下一步的代理培养后备力量。

　　3、在休渔期前或休渔时公司多组织策划几次现场演示活动，尽可能的有设备上船作业，以此打消渔民对xx机组的性能问题的顾虑，进一步提高xx机组在渔民心目中的美誉度，刺激渔船主的购买欲望，以此带动休渔期间渔民的大批量安装。

　　4、打破单一依靠代理销售的格局。休渔期前不要不精力全部放在代理商的销售上，因为时间不允许，我们可以找几个大的渔业公司，依靠政府部门的帮助，投放几台产品上船作业，以此带动强劲客户。

　　（三）下半年工作重点

　　1、在广泛听取业务员和代理商意见的基础上，加大对代理商的监管力度，有重点的培养一些诸如渔业公司、船厂、水产公司等国营企业单位的终端客户。

　　2、下大力抓好已发出去设备及已安装上船设备的技术跟进和每天的机组运行情况登记反馈。

　　3、有目标的培养一部分潜在想代理公司产品的人员。我们可以对以前打电话咨询代理事宜的人员进行再次跟进，必要时可以发展为公司潜在代理人员，以备后事之需。

**销售部门上半年工作总结及下半年工作计划2024【二】**

　　2024年上半年已结束，为更好的开展各项工作，现对2024年上半年各项工作总结如下：

　>　一、经营工作

　　三楼商场截止到2024年x月销售完成全年计划的x%，完成同期的x%，利润完成全年计划xx %，完成同期x%。

　　其中男装销售完成去年同期的x%，下降比较大是羊绒、羊毛区，同期下降x%，主要原因是受大环境影响，羊绒团购较少，主要依托零售，高端货品销售受影响；男装xx同期下降x%，主要原因是边厅品牌高端货品销售不好都补充了特价品，使xx品牌失去了价格优势影响销售。利润完成去年同期的%，主要原因是今年合同中保底利润事先按月做了分配，销售下降影响利润不明显。

　　鞋帽部销售完成去年同期的%，下降较大的品类是xx，同期下降x%，主要原因一是去年商业公司xxx元团卡取货集中在x月份取货（今年没有），xx团卡取货占的比重较高影响较大；另外红xx、xx、xx高三个品牌比去年同期下降了xx%，主要原因是今年的货品都比去年同期少，新款少，xxx供应商因资金原因基本没供应新款，销售下降较大；第三休闲鞋主要原因是今年休闲鞋客单价较高，同期增幅x%，部分老顾客转型该穿价格较低的户外。利润完成去年同期的x%，主要原因是今年促销费高于去年同期。

　　>二、接手三楼工作后的几个月主要做了以下几点工作

　　1、加强与各品牌厂商的有效沟通，借助厂方资源提升销售业绩

　　很多品牌我们都是与厂方或大代理商合作的，他们的货品资源丰富，组织厂商周活动折扣力度大，效果明显。端午节期间联系梦特娇厂商推出了大型特卖活动，销售近万元；乔顿父亲节期间举办了xx主题酒会，最高付x万元可取元商品，达成销售万，较去年同期增长xxx%。员工内购会期间利郎推出全场x折起特卖，xx折回馈等大力度活动，楼层达成销售万，较去年同期增长xx%。

　　2、加大活动力度，抓好节日经济

　　端午节、母亲节、父亲节等重要节日由办公室管理人员直接与品牌供应商对接活动，保证活动力度及效果，特别是在母亲节和父亲节部门在公司现有活动的基础上，对应三楼经营品项推出了有针对性的抽奖活动，父亲节做了一期电视专题，取得了较好的销售业绩，母亲节及父亲节销售分别增长xx%、xx%。

　　3、利用外场促销机会，提升品牌业绩，增强供应商信心。

　　针对今年市场不好个别品牌任务完成不理想的现状，部门积极与厂家联系，利用周末的时间搞外场促销，提升了销售，如金蒂贝尔、xx裤等活动促销效果较好，缩小了实际销售与保底任务间的差距。

　　2、管理工作

　　1、强化服务措施，部门服务水平显著提高

　　服务工作是我们常抓不懈的一项工作，只有良好的服务，才能有好的销售。在硬件设施与竞争对手有悬殊的情况下，我们要从软件上下功夫。今年公司也对我们的服务现状加大了现场的巡视力度，部门也根据实际情况制定了购物中心三楼服务整改措施。部门在服务方面加大了监督、检查力度，并以团队为单位每月进行评比，好的奖励表扬，差的团队进行劳动体罚。做到天天有暗访，次日晨会通报。在部门内推出结对子柜组互相检查制度，每天上岗前相邻的结对子柜组对仪容仪表、证章、卫生、劳动纪律等情况进行相互检查、提醒，将违纪杜绝在萌芽状态。通过结对子柜组的相互检查，员工的自律性有了很大的提高，员工的服务意识也有了很大的提升，有效的提升了部门整体的服务水平。

　　2、加强商品价格、商品质量管理，杜绝不合格商品上柜

　　x月份部门在做好销售的前提下，严把商品质量关。在部门内开展了商品质量、价格标示检查，首先柜组根据自己的实际情况对柜组品牌的证件及内外标示、价格标示进行检查，对查出的问题自己先整改。部门随后进行了复查，对查到的过期证件及证件不全、价格标示不全的柜组下达整改时间，确保商品证件有效、到位，杜绝了不合格品的上柜。

　　3、安全工作常抓不懈，时刻牢记安全是经营的基础。

　　部门定期利用晨会对员工进行消防培训，每天进行现场安全检查，每月组织消防演练，发现问题并及时整改。高度重视维修科及安管科检查出的问题，积极配合整改，安全第一。

　　>三、存在的问题

　　1、对新引进品牌关注度不够，不利于品牌培养；

　　2、品牌储备不足，有品牌撤柜或需淘汰品牌时无有效候补品牌，影响调整进度；

　　3、员工主动服务意识需进一步强化。

　　>四、下半年工作计划

　　（一）做好羊绒、羊毛区、箱包区、裤区品牌调整及位置调整工作；

　　（二）注意日常品牌储备，并与目标品牌保持联系，为以后的品牌结构调整打基础；

　　（三）在部门内制定新品牌推广计划，首先继续加大品牌的宣传力度）同时要求厂家拿出促销方案，尽快提高新品牌的知名度，提升销售业绩；

　　（四）采取多种促销方式，分时段促销提升销售；

　　1、有针对性的联系大型特卖活动，如xx五大品牌、xx休闲鞋、利郎、赛兔羊绒等；

　　2、联系品牌厂商周活动，做好淡季促销；

　　3、组织和做好店庆的各项工作，与供应商沟通最大的活动力度积极联系货源，准备部分品类的特卖（重点是男装与羊绒）；

　　4、 在12月份组织羊绒节、靓靴节的活动拉动客流，提升销售

　　（五）加强与供应商的沟通，稳定品牌发展；

　　部门将不定期的加强与各个品牌供应商的沟通，特别是销售业绩不好的，要及时跟上沟通，给厂家多提合理性建议，确保供应商的稳定性。

　　（六）做好层级管理，培养员工的主动服务意识。

　　加强与各柜组长沟通，首先带动起组长的积极性，让部分服务好，销售积极性高的柜组组长利用晨会等形式与员工交流分享服务的乐趣，以此带动起全体员工的积极性，逐步培养员工主动服务的意识。

　　以上几点部门在今后的工作中将努力做好，同时将继续开拓思路，积极创兴经营，力争在2024年下半年取得较好的销售业绩。

**销售部门上半年工作总结及下半年工作计划2024【三】**

　　>一、2024上半年工作总结

　　在将近半年的时间中，经过销售部全体员工共同的努力，讨论制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，公司宣传资料《至客户的一封信》，为各媒体广告出谋划策，提出“万事无忧德行天下”的核心语句，使我们公司的产品知名度在太原市场上渐渐被客户所认识。部门全体员工累计整理黄页资料五千余条，寄出公司宣传资料三千余封，不畏严寒，在税务大厅，高新区各个写字楼进行陌生拜访，为即将到来的疯狂销售旺季打好了基础做好了准备。团队建设方面，制定了详细的销售人员考核标准，与销售部运行制度，工作流程，团队文化等。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。

　　从销售部门销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。

　　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：

　　1）销售工作最基本的客户访问量太少。销售部是今年十月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有xxx个，加上没有记录的概括为xxx个，一个月的时间，总体计算五个销售人员一天拜访的客户量2个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

　　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，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

　　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）新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

　>　二、市场分析

　　现在xx消费卡市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。表面上各家公司之间竞争是激烈的，我公司的出现更是加剧了这一场竞争战。但冷静下来仔细分析，我公司的核心竞争力，例如发卡资金的监管，xx省境外商户的数量与质量，以及我公司雄厚的资金实力与优质的客户资源，都是其他公司无法比拟的。

　　在xx市场上，消费卡产品品牌众多，但以我公司雄厚的实力为平台，加以铺天盖地的宣传态势，以及员工锲而不舍的工作劲头，在下半年的消费卡市场取得大比例的市场占有率已成定局，打造xx省业内的第一品牌指日可待。

　　市场是良好的，形势是严峻的。在太原消费卡市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，下半年是大有作为的，假如在下半年内没有把销售做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个蓬勃发展的机会。

>　　三、下半年工作计划

　　在下半年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。

　　人才是企业最宝贵的资源，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企业的根本。在下半年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。团队扩大建设方面，初步预计下半年的销售人力达到十五人。组建两支销售小组，分别利用不同渠道开展销售工作。

　　2）完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

　　销售管理是企业的老大难问题，销售人员出勤，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。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

　　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）建立新的销售模式与渠道。

　　把握好现有的保险公司与证券公司这一金融行业渠道，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好电话销售与行销之间的配合。

　　5）销售目标

　　下半年的销售目标最基本的是做到月月都有进帐的单子。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。销售部内部拟定2024年下半年目标为xxx。我们将带领销售部全体同仁竭尽全力完成目标。

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