

销售部年终总结报告 (31 篇)

销售部年终总结报告 (通用 31 篇)

销售部年终总结报告 篇 1

今年，销售部在公司的正确领导下，及公司各部门的鼎力支持下，开拓市场，以市场为导向。面对建材市场竞争激烈，原材料价格节节攀升的情况下，销售部全体人员抓住机遇，团结拼搏，齐心协力完成了本年度的销售工作任务，为了更好地掌握一年来的工作经验不足，便于下年度销售工作的开展，特将本年度工作总结如下：

一、20__年总体销售情况：

1、一二线：实发：-----吨，实收：-----吨，磅差：-----吨
2、三线：实发：-----吨，实收：-----吨，磅差：-----吨
3、合计：实发：-----吨，实收：-----吨，磅差：-----吨
4、外购：实发：-----吨，实收：-----吨，磅差：-----吨
5、总计：实发：-----吨，实收：-----吨，磅差：-----吨
其中一二线比 20__ 年增长-----吨，同比增长率达-----%
6、20__ 年全年资金回笼-----元。

二、加强业务水平，提高综合素质

销售部年终总结报告 (31 篇)

销售部年终总结报告 (通用 31 篇)

销售部年终总结报告 篇 1

今年，销售部在公司的正确领导下，及公司各部门的鼎力支持下，开拓市场，以市场为导向。面对建材市场竞争激烈，原材料价格节节攀升的情况下，销售部全体人员抓住机遇，团结拼搏，齐心协力完成了本年度的销售工作任务，为了更好地掌握一年来的工作经验不足，便于下年度销售工作的开展，特将本年度工作总结如下：

一、20__年总体销售情况：

1、一二线：实发：-----吨，实收：-----吨，磅差：-----吨
2、三线：实发：-----吨，实收：-----吨，磅差：-----吨
3、合计：实发：-----吨，实收：-----吨，磅差：-----吨
4、外购：实发：-----吨，实收：-----吨，磅差：-----吨
5、总计：实发：-----吨，实收：-----吨，磅差：-----吨
其中一二线比20__年增长-----吨，同比增长率达-----%
6、20__年全年资金回笼-----元。

二、加强业务水平，提高综合素质

销售部肩负公司产品全部的销售工作，责任重大，任务艰巨，销售部又是我公司企业文化窗口，建立一支能征善战的高素质销售队伍对完成公司年度销售任务至关重要，“工欲善其事必先利其器”加强优质的服务，牢固树立以客户为中心的服务意识，全心全意为客户服务的经营理念，及时了解市场行业动态，诚实守信对待客户，就必须加强业务水平的学习，提高自身素质的规范。老板是率领销售部的，希望加强对我们销售部人员的监督、批评和专业指导，为公司创造的价值和自我的增值。

三、稳固老市场，开拓新市场

销售形势的好坏是直接影响公司经济效益的高低，一年来，销售部坚持巩固老市场，开拓新市场，发展市场空间，挖掘潜在的市场，利用我公司——品牌度带动产品销售，建立了以 150 公里销售半径为主体，辐射到 200 公里至 300 公里为半径的销售网络格局。

四、关注行业动态，把握市场信息

随着建材行业之间日趋严酷的市场局面，信息在市场销售过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益，销售部将密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作化，规范化，经常化。销售部通过市场调查、业务洽谈、走访客户等方式与途径建立稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势，建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集，根据市场情况积极派驻人员对市场动态跟踪把握。

五、加强销售管理，提高售后服务

在平时的日常工作中，销售部要加大对经销商的产品流向，公司的产品质量以及库存的数据。在保质保量供应的前提下，限度的减少库存降低企业的风险。加强与客户的沟通联系，先做朋友，再做生意，及时了解客户的生产运作情况和竞争对手的情况，发现问题及时处理，将客户的要求及产品质量情况反馈给有关部门，并加强横向部门的沟通协作，使我们的产品质量和服务能满足客户的需要，集中精力做好售前.售中.售后服务，把业务巩固下来，越做越大，积极参与与新业务的开拓，加大资金回笼的力度，回避企业风险。

六、再接再厉，迎接鼠年新挑战

回首一年来，我们销售部全体人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作起得了良好的销售业绩，成绩属于过去，展望未来，摆在销售部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们销售部全体人员一致表示，一定要在 20__ 年发挥公证的积极性.主动性.创造性，履行好自己的岗位职责，全力与赴做好 20__ 年的销售工作，深入了解行业动态，进一步开拓和巩固市场，为公司创造更高的销售业绩。

虎去犹存猛劲，兔来更传捷报。祝我们-----有限公司 20__ 年销售业绩更上一层楼，走在同行业的尖端，把---的品牌发扬光大，更创辉煌！

祝大家在新年里：突飞猛进，勇往直前！合家欢乐，万事如意！

销售部年终总结报告 篇 2

本人负责一家钢管厂的销售及采购原材料工作,一年来,在总经理的领导下,经过本人和业务员的共同努力,销售各类钢带和钢管30000余吨,产值达2亿余元,采购原材料3万吨左右,并做好了售后服务和产品质量服务工作。现将20--年的工作总结如下:

一、抓销售,努力开拓市场

我们的主要客户是下游的各家钢管家具厂和运动器材厂。今年以来,我们坚持以市场开拓保生存、保发展,主动适应市场、把握市场,努力在竞争中赢得主动。建立了贴近市场的信息情报系统,加强对市场前景、客户需求、竞争对手、企业能力、发展瓶颈、营销措施等方面的研究分析,建立数据库,对客户信息进行采集分析,实现对客户的动态监控,培养敏锐的捕捉能力和判断能力,真正做到深入市场,了解对手,及时准确地响应市场变化。通过我们相互配合,通力合作,取得了较好的经济效益。

二、抓采购,努力降低成本

一是实施“阳光采购策略”,公开透明办事。在采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受审计及其他部门监督,做到公开、公平、公正。不论是大宗材料还是小型材料的零星采购,都尽量多的邀请相关职能部门参与。即使在时间紧,任务重的时候,也始终坚持这个原则,邀请审计部相关人员一起询比价,确保工作的透明,同时保证了工作进度。所有材料的采购均按生产部上报的采购计划公开招标,邀标单位都在三家以上,有的多达十余家,并且邀标谈质论价,增加阳光采购透明度,为公司节约了采购资金,直观有效

地降低了材料采购成本。

二是围绕控制成本、采购性价比最优的产品等方面开展工作。要求采购人员在充分了解市场信息的基础上进行询比价，注重沟通技巧和谈判策略。要求各长期合作供应商在原价位的基础上下浮 5-8 个百分点。同时调整了部份工作程序，增加了采购复核环节，在采购人员对材料、设备询比价的基础上进行复核，然后再传送审计部复核。力求最大限度的控制成本，为公司节约每一分钱，采供人员也在每一项具体工作和每一个工作细节中得到煅练。

三、抓服务，努力提高质量

坚持以客户为中心，以客户满意为准则，不断改善服务态度和用户关注，在用户心中建立起良好的售后服务形象，促进用户对公忠诚度的提高，形成公司的长期竞争力。同时，加强和客户沟通交流，提高产品质量，健全售后服务体系，让客户增加对公司的信任度，促进经验产值的不断提升。

针对同行业竞争越来越激烈的现状，2011 年我们主要有以下几点计划：

一是加强培训，提高员工的整体战斗力。加大培训工作的频次，营造学习氛围，提升员工服务理念及个人技能；进行服务理念、主人翁意识培训，调整员工工作状态，增强中心全体人员的工作热情和团结力、凝聚力，将服务做细、做精，提高客户满意度。

二是进一步加强客户关系维护工作。建立客户资料库，利用自身资源优势向客户传递市场信息，找出我们的忠诚客户，作为我们的重点维护对象。通过对流失客户回访及分析，找出客户流失的内

在原因，制定改进措施，加强对重点客户的维护。

三是建立激励机制。制定市场销售绩效考核制度，加强考核，让每一位员工都要有危机感，为公司发展不断提供新的思维，新的工作方法推动企业的长久稳定进步。把工作细化、把思维细化、把想法细化来避免错误的发生从而提高工作效率。在此基础上，建设效能型团队，发掘现有业务人员的个性能力和创造力，达到整体配合，团队稳定。

销售部年终总结报告 篇3

重点销售就是指要有针对性。对于服装的设计、功能、质量、价格等因素，要因人而宜，真正使客人的心理由“比较”过渡到“信念”，最终销售成功。在极短的时间内能让客人具有购买的信念，是销售中非常重要的一个环节。重点销售有下列原则：

- 1、从4W上着手。从穿着时间 When、穿着场合 Where、穿着对象 Who、穿着目的 Why 方面做好购买参谋，有利于销售成功。
- 2、重点要简短。对客人说明服装特性时，要做到语言简练清楚，内容易懂。服装商品最重要的特点要首先说出，如有时间再逐层展开。
- 3、具体的表现。要根据客人的情况，随机应变，不可千篇一律，只说：“这件衣服好”，“这件衣服你最适合”等过于简单和笼统的推销语言。依销售对象不同而改变说话方式。对不同的客人要介绍不同的内容，做到因人而宜。
- 4、营业员把握流行的动态、了解时尚的先锋，要向客人说明服装符合流行的趋势。

在我给销售员培训服装销售过程中，销售员除了将服装展示给客人，还要根据客人的情况，向客户推荐服（平面设计师年终总结 20__）装，引起客人的购买欲。

上海马克西姆服饰有限公司，由法国巴黎马克西姆服装进出口公司授权在中国组建注册的公司，马克西姆公司在欧洲享有很高的商业信誉，加盟专卖店已有一千多家，30%的产品在中国采购，以欧洲的时尚设计风格，结合中国的手工艺生产的产品，独具魅力，产品畅销世界各地。

意大利啄木鸟品牌，一个来自原始森林的故事，一个世界的服饰品牌，为蒙得利家族在世界时装之都意大利罗马创立。

蒙得利家族以南美洲原始森林卫士为服饰商标后，以其“自然、亲和、文化”的理念和“雍容、高贵、优雅”的个性驰名于国际时装界。蒙得利家族是世界时装之都罗马的一个服饰世家，蒙得利先生还是一位野生动物专家和爱好者。在众多奇异而又色彩斑斓的鸟兽中，他以为其品牌商标，籍以表达高尚生活之品味及世界一流之气派。从此，蒙得利家族为之倾注了全部的灵感和智慧销售部年终总结报告 20__工作总结。几十年来，因出品高雅之男、女、童装及饰物而享誉欧洲，在米兰、佛罗伦萨、威尼斯、巴黎、伦敦时装界都极负盛名。以其独具一格的设计、巧夺天工的裁剪和时尚经典的风格，深得世界各地消费者的推崇和信赖，特别是香港、新加坡、日本等亚太地区市场的欢迎和喜爱。

早在 20 世纪 80 年代，“啄木鸟”品牌就已进入中国市场，并深受世界各地华人的青睐在新世纪初，公司收购了法国啄木鸟服饰(香港)国际集团有限公司全部股权，其[(Z.M.N.)鸟]牌商标已获中华人民共和国工商总局商标局批准注册，注册号：第 25 类服装，1939467、1939469，第 24 类床上用品，1992832，第 18 类，皮件，20__782。产品分设二十余个项目。由此公司独资在中国大陆投资成立了啼雅啄木鸟服饰(苏州)有限公司，在苏州市虞山镇招商东路设立专卖总店，展示其所有系列产品，由上海马克西姆服饰有限公司代理，组织落实全国各地专卖店加盟

品牌定位

以高品质为核心，实用主义与时尚生活交融的高级商务休闲品牌。适应日常工作、社交以及户外生活的服装服饰，讲究简约、蕴涵时尚、舒适的特点。高贵而不失时尚体面的多元化风格定位，即将秉承良好的信誉和卓越的品质，创造完美、经典、时尚的男装系列。

20__年已经过去，新的一年又在展开。作为一名服装营业员，我现将我的工作总结及心得呈现如下，希望各位予以指导建议。

销售部年终总结报告 篇 4

尊敬的各位领导、同事们：

你们好！

从 20__年 10 月 5 日，我正式任职销售一部职务，负责销售一部的一部分工作。转眼 7 个月过去了，在这期间经历了一年中最重要

要的节日---春节。非常感谢各部门对销售一部的支持，为下一步工作找出不足，使各个环节的工作得以更加顺利的进行。

一：首先是自我总结。

在这个期间的工作情况，主要做了以下几个方面的工作：

1：认识双志企业，了解双志文化，确保在销售时能第一时间掌握好双志企业和自身情况，更快的去调整销售战略。（制定适合双志销售模式）

2：在制定销售模式和市场操作流程的基础下，为打开市场做准备。（按照公司推广市场模式的前期，进入市场导入期日常工作）

3：在组建销售团队的同时为开拓市场和经销商维护工作准备，并合理安排好销售工作的部署。（进入市场中期，撕杀竞争期，强占期，完善模式和销售的合理性）

4：在这个工作过程中通过协调沟通，调整改变自己的一些不足。（找出自己的问题 认识到自己的问题）

二：工作不足之处

1：自身管理经验不足，在统筹安排工作的方面还需要不断提高，使销售一部能更高效、高质的完成指标工作。

2：沟通不及时、传达工作方法不到位和没有形成良好的团队精神。还有与其他部门沟通时也有欠缺不足的地方。

3：考虑问题不全面，管理经验欠缺。特别是在给员工安排工作时，会出现只安排了工作内容但没有指导思想让员工如何去做，如何去领悟，应该做到什么程度，而是用强硬的方法去灌输让员工没有了明确的工作方向。

三：其次是销售部的工作总结。

通过自己和一部的销售人员最近市场考察和根据我们双志企业的自身条件特以下几个方面来完成销售流程和目标 20__年已经开始了，工作不足带来了一些教训也让我有机会总结了经验，我觉得工作中最大的问题就是沟通、协调，每个人摆正好心态，多站在他人的角度考虑问题，我相信我们今后的工作会更顺畅。现在我们调整了心态和方法，今年的销售目标是 1500 万，已经启动渠道商开发现有以下区域渠道商了。常州市，金坛市，溧阳市，溧水，江阴。高淳和武进在洽谈中。想要如何能顺利完成需要我们部门每一个人的努力。以下是我对下一步工作的具体安排：

1、加强团队建设，构建和谐氛围。利用工作之余多做一些交流会、聚会等，增进同事间的距离。

2、加强规范管理。针对销售部的工作性质，不局限日常管理，但加强自主的工作汇报和自我约束能力。

3、完善激励制度，做好 20__年全年工作计划，有奖有罚。

4、定期组织销售员进行讨论会和经验交流会，让大家提高集体荣誉的同时增强销售知识，相互学习。

5、加强自己的业务学习，积累经验。精诚团结，圆满完成今年的销售目标并向更高的目标迈进。

下面我谈谈我的整个销售一部的管理和销售模式的步骤

宽度与深度的营销理念模式：

1、产品推广。

宽度：定型系列产品/全方位使用产品/市场信息化/

资源利用率

深度：市场战略使用/长. 短期使用。(模式)

2、市场发展。

宽度对应的主要是资本与收入(消费市场定位)，深度对应的主要是稳定与长久发展（企业市场战略）

深度与宽度一定要兼顾，不同的发展阶段可以有相应不同的侧重，根据自己的经营目标，调节宽度与深度。(企业定位)

3、业务培训，教育，训练。

宽度：除接受《企业业务培训》针对各业务员培训设置的必修课外，同时也安排学习其它相关的专业知识，这属于培训教育训练的宽度。(人才多元化储备)

深度：一个员工进公司到接受起步课程培训，随着能力不断提高，让业务员接受一些职位、职务，职能和主人翁的精神和执行力。就必须强化课程学习培训，这属于培训训练的深度。(必须体制强化优生劣汰执行标准)

替代与再生：

1. 业务员岗位和岗位责任人未独立前，作为管理指导培训，必须做替代工作，陪同作业，指导其成长(学、做、教，梯级管理制度完善)。

2. 替代是策略，目的是让业务员有再生的理念价值。从替代到再生是业务员的独立能力从依赖到独立的过程。做替代时，不能只是“授人以鱼”，必须“授人以渔”。(体现自我价值观)

3. 运用好替代与再生的策略，整个市场就会涌现大量的独立业务员，迅速壮大市场，提升业绩。

集中与分散：

1. 整个市场全局性的活动和举措，是集中；小市场、小范围的活动，是分散。

2. 集中与分散必须兼顾、配合进行，既要有集中，又要有分散，集中训练培训提高能力，分散是独立。只有分散没有集中，会是一盘散沙；只有集中没有分散，市场不可能扩大发展。（加强团队建设和职位晋升制度业绩考核）

3. 集中与分散的交叉运用：集中替代、集中再生、分散替代、分散再生。（企业的资源最大化）

述职人：

20__年__月__日

销售部年终总结报告 篇 5

一、市场分析

市场是良好的，形势是严峻的。经过今年自主品牌汽车的销量下滑，厂家必须会调整应对的策略。明年是大有作为的一年，我们必须内强素质，外塑形象。用铁的纪律，打造铁的团队，打一场漂亮的伏击战。假如在明年一年内没有把销售做好，我们很可能会失去这个发展的机会。

二、20__年工作计划

在明年的工作计划中下头的几项工作作为主要的工作来做：

1) 建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切的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，战斗力、高素质的销售团队是企业的根本。仅有经过高素质高效率的销售人员不但能提高车的销量，并且能把保险、上户、装潢等附加值上一个新的台阶。在明年的工作中组建一支和谐，高效率的销售团队作为一项主要的工作来抓。

2) 完善销售制度，建立一套明确系统的管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员的出勤、见客户时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，对工作有高度的职责心，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) 提高人员的素质、业务本事。

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我的看法和提议，业务本事提高到一个新的档次。

4) 建立新的销售模式与渠道。

把握好制定好保险与装潢的销售模式，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店内销售与电话销售、邀约销售、车展销售等之间的配合。

根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情景分解到各个销售顾问身上，再分解到每月，每周，每日；并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我们将带领销售部全体人员竭尽全力完成目标。

5) 顾全大局服从公司战略。

今后，在做出每一项决定前，应先更多的研究公司领导的看法和决策，遵守领导对各项业务的处理决断。工作中出现分歧时，要静下心来互相协商解决，只要能经常总结经验教训、发挥特长、改正缺点，自觉把自我置于公司和客户的监督之下，勤奋工作，以身作则。我相信，就必须能有一个更高、更新的发展，

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、厂家的政策扶持、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支“亮剑”的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们销售部在 20__ 年有信心，有决心为公司再创新的辉煌！

销售部年终总结报告 篇 6

一、全年完成销售业绩统计分析：

(一) 业绩统计：

1、20__ 年度截止到十一月共销售多层套，剩余套，销售量已达到 50%。

2、电梯洋房已销售套，剩余套，销售量已达到 80%。

3、今年月已开始二期小高层，高层，和一幢多层的预售，共销售套，剩余 30%。

(二) 业绩分析：

从上面的销售业绩上看，今年的销售工作并不是特别理想，个人认为客观上影响销售的一些负面因素也存在

1、国家宏观政策使购房客户群体产生变更,从8月份开始客户访问量急剧减少。

2、项目没有进行专业的策划；

3、项目广告投入空白，客户访问量少。

4、一期前五幢楼交工日期延后，在客户心里及社会上造成负面影响较多。

5、一期交工时园区硬件设施不齐全，如门口景观未做完，园区内道板未铺设等因素造成外观不美观。

二、人员调整及交接：

1、今年9月销售部经理崔博辞职，公司领导决议由我担任销售部经理一职，我本人非常感谢公司领导对我的信任及栽培，通过公司领导及各部门的极力配合，已完成与原经理的所有交接工作，各项遗留问题也已经基本处理完毕，早晚例会及一些日常工作正常开展，今后我将努力学习房产知识及管理，将所学的知识运用到实践中来，绝不辜负公司领导对我的期望。

2、自今年 8、9 月份先后有 4 名业务员相继离职，销售部又通过末位淘汰制招聘了 4 名业务员，并对几人进行了房地产基础知识、礼仪、销售技巧和针对本案的沙盘、户型以及小区后期配套等知识的专业培训，现新业务员已具备接待客户及处理一些问题的能力，今后我将对新业务员做定期的考核及培训、一定做到让每一个人都是是一名合格的置业顾问。以保证把本案销售的更好，为明年打下坚实的基础。

三、一期房源交付使用：

1、自今年 9 月 30 日开始，一期前五幢楼已相继交付使用，通过公司各部门及物业的大力配合，放户进行的比较顺利，至本月已放户户，剩余户未放户房源也已经全部通知各业主，争取一期前五幢楼所有符合放户条件的房源顺利交付到业主手中。

2、12 月末针对后六幢楼的交付使用工作也在积极的准备工作中，争取年末前一期所有房源交付成功。

四、本年度针对销售所搞宣传活动总结：

1、今年月公司通过与本市商场(兴隆大家庭)联合搞了一次买房赠液晶电视的大型优惠活动，宣传后销售业绩明显提升，购房客户反响很好。

2、今年 10 月我们公司相应政府号召参加了由本市房产局组织的秋季房交会，在公司领导的高度重视以及公司各部门的大力配合下，我们销售部得以顺利开展工作，也已经圆满成功，从展会现场的客户咨询量来看，社会各界对本案还是非常认同的。

销售部年终总结报告 篇7

20__年的工作顺利结束了，我在公司的海外销售部工作，一年来工作也算是勤勤恳恳，将自己的工作完全的做好了，公司的海外销售在金融危机的影响下，没有出现像往年一样的全面发展的情况，这也不完全是公司的问题，经济危机的形势使很多人的购买力和欲望降到了最低点。不过 20__年的工作还是有很多地方值得总结的。

一、改善与计划：

a、产品的开发

1、每个业务员要每月提供一个要开发的产品的建议。如被采用，或一定金额的奖励，与此刺激业务员多与客户沟通，积极获取产品开发的信息。

2、独立开发，多与产品设计公司合作，开发系列产品。

3、对模仿的产品的开发，一定要避开专利才能开发。

4、对产品包装要统一风格，建立统一标识，建立品牌，这对外销合内销都有好处。

b、销售业务

1、由于人民币还不断升值，对我们行业的冲击会越来越大。在营业额方面，不能要求太高，保持 600-700 万/月较为理想，盈利方面保证就可以了。

2、出口的环境恶劣，更要做好客户的服务和维护工作。客户的服务和维护，这是 2019 年出口部要重点培训的内容。

3、要降低赠品订单和 oem/odm 的比例过大，要大力开发适合日本城，jumbo，cainzhome，沃尔玛的产品，只有这些公司会给我们提供持久稳定的订单，赠品的订单是可遇不可求的。旱涝不均，对工厂来说，不是好事。

4、列出重点客户，对这些客户执行 vip 客户待遇，在产品的开发，订单货期，礼品的派送的都优先出来。

5、建立定期与买手通电话的制度，要求业务要积极和买手沟通，了解客户的真实意图和他们的计划，以配合他们，扩大营业额。

c、人员配置

1、加强对新人的培训，让他们有良好的销售技巧和有敬业精神，如果真的容不进这个团队，要坚决辞退。

2、在搬出广州后，要招一名会日文的业务。

3、多举办业务间的交流会，让他们交流经验，缩小参差的水平。

4、定期单独对每个业务进行沟通，了解其的心态，稳定团队。

5、鼓励业务在业余时间进修，包括日文，销售技巧等，公司能给他们一定比例的报销。

6、参加一些拓展活动，让他们更有团队精神。

d、与工厂的合作

1、对工厂的指示要清楚，让工厂严格按照销售部的指示生产，打样。

2、多和工厂的主管沟通，让他们了解销售的工作，乐意配合销售部的工作。

3、为配合工厂的生产进度，我部要设立一个客户资料提供和确认表，内容包括包装物料的确认，麦头，设计稿等。

4、延长交货期，工厂有充足的生产时间。（促销单除外）。

二、不足和挑战：

a、产品的开发

1、未能提供有效的产品开发的方向给工厂。

2、现行的产品开发是在市场看到好的产品，买回来模仿/抄袭，对该产品专利不理解，这样的风险大，有可能开发的产品，没客户敢买/卖。

3、现行的产品包装较差，设计风格不统一，无法突出我们的品牌特点。

4、客户的地域划分较杂，也无法针对特定的单一市场作一个市场的产品开发，也无法一款产品适合所有市场。

b、销售业务

1、总的来说，出口部的销售业绩比去年会减少，主要体现在年初一二月份的开局和年中的6月份不好，订单数量不足。订单量的不稳定，严重影响全年的销售业绩。

2、外部的政策和政治环境对销售业绩影响重大，如人民币在__年已累计升值7%，出口退税由11%改为5%，工人的工资也大幅升了，这都影响了产品的定价，做成我们的价格体系不稳定，直接影响客户的下单意愿。按零售的定价规例，fob价的3到8倍，当产品fob单价升5%，零售价要升15%到40%，这样大的升幅，对产品的销量是影响巨大的。

3、美泰事件也对客户对中国制造有戒心加上所有的塑料产品要提供sgs证，不论对客户或工厂都是一种负担。短期内下单的意愿减少。但事后证明，这是利好，客户不敢压价太甚，他们也会找规模大的规范的工厂合作，赚安全的钱。

4、赠品的订单比例过大，常规订单的比例越来越小，oem/odm的订单比例过大，自主开发的产品比例越来越小，模仿/抄袭的产品多，遇到专利的问题也多，对销售的区域有限制，影响销售量。

c、人员配置

1、nico 作为我老业务，她的离开对我们有一定的影响，具体的影响要在明年初才能体现。

2、目前人员配置是够用的，只是有点青黄不接的感觉，老的业务负荷过重，新的上手慢，帮不了太多忙。还有新的人性格和老的业务差异太大，较难平衡。

3、新人的敬业精神不足。

4、业务员的业务水平参差不齐，整体影响团队的业绩。

5、日本做为我厂的最重要市场，我们欠缺一名日语业务。

6、我们有开周会，提供了业务之间的交流平台，对新的业务也提供培训，但总体效果不理想。

d、与工厂的合作

1、总体是勉强可以，细致的地方不够。如与工厂各部门的沟通不到位，技巧欠缺，引起误会。

2、客户品质的要求和产品的生产工艺的详细情况不了解，做成不良品多，有单没利润的现象多。

3、工厂对样板的重视不够，做成对客户失信时，业务情绪不稳定。

4、模具的模期未能按时完成，客户投诉频繁，影响业务的积极

性。

20__年是一个艰苦的一年，人民币持续升值，劳动力成本的大幅提高，能源租金的价格要提高，政策正大力鼓励促进内需的市场。这都是我们出口部要面对的困难。我们要苦练内功，真正提高服务水平，加以优质的产品，我们才能打赢这场硬仗。

20__年的公司海外销售工作时历年以来发展最慢的一年，所以我们一定要看清当前的形势，在充分的了解到海外市场的前景后再做出相应的对策和计划，这样对公司的发展无疑是最有利的。作为公司的普通工作人员，我一定会看到当前的形势，我相信在公司海外销售部全体员工的集体努力下，我们的工作一定会越来越好！

销售部年终总结报告 篇8

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、厂家的政策扶持、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支“亮剑”的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们销售部在20__年有信心，有决心为公司再创新的辉煌！

工作规划

根据以上情况在__年度计划主抓六项工作：

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。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系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案（根据市场情况及各时间段的实际情况进行）此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、K/A、代理商管理及关系维护

针对现有的 K/A 客户、代理商或将拓展的 K/A 及代理商进行有效管理及关系维护，对各个 K/A 客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司__年度的新产品传播。此项工作在 8 月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各 K/A 及代理商负责人的基本情况定期进行拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在__年至__年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个 K/A 系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置（配合业务条线的渠道拓展）

根据公司的__年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，（根据公司的展台布置六个氛围的要求进行）。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。（特殊情况再适时调整）

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在 06 年 04 月？月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

销售部年终总结报告 篇 9

一、市场概况和全年工作情况概要

__年我主要负责扬中市场。在公司领导的带领下，我严格要求自己，踏踏实实的落实自己本职工作。常跑终端，了解市场和产品动销情况，协助客户业务员进行产品铺货，维护迎驾产品排面和价格，了解竞品信息。维护好和客户的客情关系，调动客户销售迎驾的积极性。严格执行公司各项规章制度。落实各种报表，积极盘存、清理客户各种费用。加大客户售后服务质量，各类通知及时通知客户，已批的申请及时复印给客户签字并使办事处留存。各类公司文件、承诺函等也及时存档保管。以市场为导向，进一步提升自己的

业务知识和业务技能。在扬中市场上我锻炼了自己，自己的业务能力得到了提升，自己的责任心变得更强。

当然，我的工作也有很多不足。__年3月底我接手扬中市场，面对的困难重重，扬中市场较小，__万人口，__个乡镇。扬中客户代理的白酒品牌众多，而且主要是以中高档酒团购为主，国家限制三公消费的政策对此影响大。同时前期广告等在扬中市场投入较少，迎驾知名度不高，品牌影响力不大，市场竞争力不足，美誉度不高，消费者自点率不多。扬中低档酒铺市率较高但动销极慢。扬中白酒市场竞争激烈，主要传统强势品牌白酒有：今世缘系列、洋河蓝色经典系列、双沟系列等。近年强势增长的新品牌有五粮醇、泸州老窖等。洋河系列、双沟珍宝坊、五粮醇蓝淡雅、郎牌系列等针对家宴、婚喜宴常年进行买一瓶赠一瓶本品品尝酒的促销活动，效果很好，市场占有率大，迎驾难以与之竞争。__年对公司对扬中市场金、支持政策是全年的一瓶送一瓶的家宴政策，而__年无此政策，一系列因素导致扬中客户库存较大，__年遗留的费用账资金多，回款较少，高档酒下滑明显。如__年十二年发货__瓶，__年则只有__瓶。__年1_6发货__瓶，而__年发货只有__瓶。面对困难，我没有失去信心，而是花功夫想办法去解决。总的工作思路是渠道精细化、重点乡镇销量突破，分区域依次推进、个别品项销量突破。面对高档酒团购渠道的不利销售局面，我重点加强流通渠道建设，用陈列奖励和进货奖励双重方式提高流通渠道和c、d类酒店渠道中低档酒市场占有率和知名度，分区域依次推进，加强氛围营造，实现三星百年、一品香和陈窖等中低档酒销量突破，弥补整体市场下滑的份额。其中一品香和陈窖增长比较明显，__年扬中一品香发货__瓶，而__年是

2400 瓶。__年扬中陈窖发货量_瓶，而__年发货量是_瓶。另一方面，我也制定金、流通和团购渠道的一些政策，说服和鞭策客户去执行，进一步消化前几年的积压的金、较多的库存，为__年金、有销量打下基础。

二、__年分季度工作情况汇报

(一)、一至三月业务情况汇报

1 至 3 月本人负责__市场天地圆酒业，税后回款为_万，上年同期税后回款_万，比去年同期增长_%，其中发货_瓶，比去年同期_瓶增长_%，金星发货_瓶，比去年同期_瓶增长_%，三星发货_瓶，去年同期没有发货。一至三月本人主要工作为：落实春节促销活动，三星和酒坊严格落实拿货送烟的方案，销量大增。另外主要针对单个产品进行销量和品牌突破，流通渠道申请开展了拿十箱送昆明、丽江、大理三日游活动。酒店渠道，申请开展了酒店现金订购三箱送_桶福临门大豆油活动进行渠道铺货。金星方面，向公司申请了_%返点的团购政策，用于宴请，赠酒和客情维护。还向公司申请了春节联谊会的费用支持，宣传了品牌，保证了客户单月回款_万。另外还选择一些有影响力的龙头酒店、商超进行了进场销售。根据酒店、商超的不同位置、生意状况等采取了灵活多样的投入形式，如现金投入和账扣等。而且优化龙头酒店、商超的陈列面，价格标签落实到位，维护好客情关系，用灵活多样的方式带动市场销售氛围。选择了市场上一批生意好、位置佳的酒店、二批制作了精良的、上档次的门头店招，起到了良好的宣传效果，营造了迎驾的销售氛围。

(二)、四至六月业务情况汇报

本人调往负责扬中市场。做好与扬中客户沟通交流，了解客户产品线、价格情况和市场动销情况，分析各项数据，建立和维护与客户的客情关系。调研扬中金星、三星等产品的动销情况。调研主要竞品洋河青瓷的进商超价、零售价、进酒店价、酒店售价，活动政策等情况。协助客户业务员迎驾产品铺货，维护产品价格。根据市场特殊性以及目前形势变化，酒店采取一店一个策略，即针对酒店不需要开瓶费的，采取_%返利政策政策终端，提高酒店老板积极性主动推动迎驾，还需要开瓶费的酒店我们按原来方案执行，金星，除公司基本奖外，我们另外支持金星_元每瓶，__元每瓶，提高酒店服务员积极性来推动金星，销售。流通渠道，也根据店的大小，把准备铺市的终端细分化b类_家,c类75家来开展春耕计划，这样有效地抢占市场网点的占有率和曝光率，同时提升迎驾的市场覆盖面，提高终端商有利润空间，使其积极主动推销迎驾，推动客户做好市场细分化。另外针对产品，分别开展针对零售网点老板和消费者促销拉动(对终端老板实行送旅游活动，对消费者进行贴标，_瓶送一包玉溪烟，费用由客户承担)。在端午节期间开展陈窖、古酒的中低档酒促销拉动(陈窖实行_箱送一条红南京烟，古酒实行_箱送一瓶陈窖的活动)。其他的主要工作是维持三星价格，向客户宣传新的价格体系，继续选择位置较好的店面做门头广告，利用好迎驾报等资源，加强品牌宣传和氛围营造。

20__年，是继 20__年后的又一个房地产“政策年”，也是历年
来国家实施房地产宏观调控力度最大的一年。为稳定房价，上半年，
国家及地方接连不断地集中出台相关调控新政策房地产市场一度呈
现持币观望，成交量大幅放缓的局面。面对风云变幻、市场动荡不
安的 20__年，在集团公司董事会的正确领导和决策下，全体同仁通
过进一步转变观念，认真分析当前的形势，努力克服各种不利因素，
齐心协力，扎实工作，基本完成了年初工作目标计划。现将销售部
一年来的工作总结如下：

一、20__年主要工作情况：

（一）经济指标完成情况：销售面积平方米，实现销售万元。

（二）项目推进方面：经过一年的艰苦工作，盛世完成了项目
的前期策划及产品功能定位；盛世华城项目完成了项目的可行性研
究、前期策划、控规调整及产品功能定位；取得了“五证”；尽管
项目整体推进时间有所滞后，但对项目下步的运作还是利大于弊。
首先，项目的产品和功能定位更加准确，年整个房地产形势好转，
将更利于项目的建设和销售。其次是通过努力，增大了项目建设规
模，通过控规调整，建设规模由原来的平方米增加到了万平方米，
潜在经济效益可观。基本扫清了前期主要大的工作障碍，为项目的
下步运作奠定了坚实的基础。

（三）部门管理方面在今年的工作中，我对销售部自成立以来在行政管理、制度建设及运行机制等方面所存在的问题进行认真剖析，经过梳理，针对剖析出的主要问题及时采取措施加以整改。商丘亚品牌正逐渐被业界和广大消费者所接受和认同。上述成绩的取得，是公司全体同仁共同努力的结果，同时，还涌现出了一批爱岗敬业、成绩突出的先进集体和先进个人。

（四）存在的主要问题：在客观总结成绩和经验的同时，我们也清醒地认识到，我们的'工作中还存在许多问题和不足，主要是素质水平和业务技能参差不齐，团队整体创新意识不够，企业各项规章制度的贯彻执行力度不够。以上问题必须引起高度重视，并在今后的工作中切实加以改进，籍以推进集团公司的全面工作。

二、20__年工作计划

虽然受房产新政影响，销售节奏一度明显放缓，成交量下滑，特别是月更是相对平缓，但进入月销售开始回升并呈逐步上升势头，销售均价保持稳中略升。20__年，宏观政策将继续调控房地产市场，政府亦将根据调控的效果适时推出跟进政策，以促进房地产市场健康、稳定的发展。但同时我们也清楚认识到，市场的发展及消费者的日趋理性，已经催生了品质时代的来临，只有以“品质”作为核心竞争力才能成为未来市场真正的赢家。面对激烈的市场竞争，能否在新的一年里继续保持强盛的发展势头，实现公司跨越式的发展，工作再上新台阶，将是对我们工作的严峻考验。

为此，特提出 20__年工作计划如下：

（一）指导思想以经济效益为中心，通过认真研究产品、研究技术进步、研究市场，加大创新力度，使项目品质具有前瞻性和差异性，使公司的经济效益和社会效益得到提升。

（二）目标计划计划实现销售__元。

（三）工作措施：

1、进一步改革和完善企业管理体制和经营机制，根据项目及公司发展的需要，及时调整销售人员力量的配置。

2、以市场为导向，强力推进项目运作。

因此，在 20__年的工作中，我们必须集中精力，将盛世华城作为公司的形象工程进行打造，全力以赴抓好销售工作，使企业品牌及公司形象能得到较大提升。首先是围绕项目品质的打造进一步加强对产品的研发工作，加大与设计单位的碰撞和沟通力度，并采取各种有效措施加强市场调研及产品的自身研发，确保项目品质具有较强的市场竞争力；其次是要组织强有力的销售队伍，加强项目施工过程各个环节的建设管理，保证项目高质、高效按计划推进；三是要加强和做好市场调研，制定切实可行的营销推广及营销方案，搭建好营销队伍，加强营销人员的业务培训，加大销售工作力度，保证项目销售计划的顺利实现。

3、切实加强销售内部管理，提高销售部整体战斗力。进一步完善销售部规章制度，加大销售部各项规章制度的贯彻执行及监督检查的工作力度，使公司日常工作更加有序，更加有效。同时，继续强化对员工的教育和业务培训，切实提高员工的思想意识和业务技能水平，以保证项目的顺利推进。

总之，20__年工作，时间紧，任务重，但我们相信，只要公司全体员工能够统一思想齐心协力，与时俱进、努力拼搏、扎实工作，就一定能圆满完成集团公司下达的全年各项目标工作任务。

销售部年终总结报告 篇 11

作为销售部经理，首先要明确职责，以下是我对销售部经理这个职务的理解：职责阐述：

1. 依据公司管理制度，制订销售部管理细则，全面计划和安排本部门工作。
2. 管辖本部门内与其他部门之间的合作关系。
3. 主持制定销售策略及政策，协助业务执行人员顺利拓展客户并进行客户管理。
4. 主持制定完善的销售管理制度，严格奖惩措施。
5. 评定部门内工作人员的资信及业绩表现，并负责内部人员调配。
6. 货款回收管理。
7. 促销计划执行管理。
8. 审定并组建销售分部。
9. 制定销售费用预算，并进行费用使用管理。
10. 制定部门员工培训计划、培养销售管理人员，为公司储备人才。
11. 对部门工作过程、效率及业绩进行支持、服务、监控、评估、激励，并不断改进和提升。

近段时期，销售部在经历了一个人员小波动后，在_总的正确指导下，撤某某大区，某某区，集中人员，有针对性对某某市场开展了市场网络建设、优势产品推广、活动拉动市场等一系列工作，取得了可喜的成绩。现将三个月来，我对销售部阶段工作所取得的成绩、所存在的问题，作一简单的总结，并对销售部下一步工作的开展提几点看法。

以下是一组数据

销量增长率：%

新客户增长率：%

这两组数据表明：成绩是客观，问题是肯定存在的，总体上，销售部是朝预定目标稳步前进的。

那么，以下对这几个 month 的工作做一个小结。

一. 培养并建立了一支熟悉市场运作流程而且相对稳定的行销团队。

目前，销售部员工共 112 人，其中销售人员 96 人，管理人员 4 人，后勤人员 12 人。各人员初到公司时，行销经历参差不同，经过部门多次系统地培训和实际工作的历练后，各人员已完全熟悉了本岗位甚至相关岗位的运作的相关流程。

对销售人员，销售部按业务对象和业务层次进行了层级划分，共分为销售代表和地区经理两个层级，各层级之间分工协作，相互监督，既突出了工作的重点，又能及时防止市场随时出现的问题，体现出协作和互补的初衷。

这支营销队伍，工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为公司尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。你们是饲料行业市场精细化运作的生力军，是能够顺利启动市场并进行深度分销的人力资源保证，是能让公司逐步走向强大的资本。

我们起步虽晚，但我们要跑在前面！

我代表公司感谢你们！

二、团队凝聚力的增强，团队作战能力的提高

1、新员工的逐步增加，随着公司市场活动和拉练的开展，使我们由陌生变为熟悉，熟悉之间转换为亲密无隙的战友，紧密协作，同甘共苦，伴随着公司的发展共同发展成长。

2、局部市场销售小团队的组建，使销售人员与主管之间在生活上彼此照应，工作中相互协作，配合默契，利用小团队的优势，有针对性的扶植新老客户，不断的开拓为公司开疆拓土。

3、由于大家来自五湖四海，初到公司的那种小思想，小意识还是存在的，但是随着逐步的溶入团队，小思想，小意识也在逐渐消退，大家只有一个目标：尽我所能，让公司强大起来！

三：敢于摸索，大胆尝试，不断改进新的营销模式，并且程序化。

1、大家来自于不同的企业，固有的营销理念在个人的脑海中根深蒂固，行情疲软，做市场只体现了一个字：难！在这样的情况下，销售部在宋总的大力支持下，营销模式尝试改革，通过几次市场活动的拉动，总结出宝贵的经验，摸索出了一套集开发新客户，维护老客户，市场造势于一体的全新拓展思路，取得了另整个销售部甚至整个公司振奋的骄人战绩。

2、实证的出台——目标经销商的大力拜访——市场造势——邀请目标经销商参加活动——活动开展——开发出了目标经销商、维护了老客户、市场知名度提高、市场占有率提高、周边影响加大。

3、一系列的成功，离不开销售部全体员工的努力，不断改进新的营销模式，使竞争对手无法模仿，让我们在市场上所向披靡！

众人捧柴火焰高！

四、有法可依、有法必依、执法必严、违法必究，随着工作进程的不断深入，我们已经初步地建立了一套适合于公司行销队伍及销售规划的管理办法，各项办法正在试运行之中，我们会不断更新，逐步完善。

执行力，是销售部各项政策和规章制度能顺利执行的保障。销售部已经出台的销售部管理制度，是检验销售人员平时工作的天平，是衡量销售人员平时工作的标准。在这个基础上，首先，销售部将出台《销售人员考核办法》，对不同级别的销售人员的工作重点和对象作出明确的规范；对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。

其次，销售部将出台《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，进一步对订购、配货、促销、赠品发放以及业务开展的基本思路等作出细化标准。奖惩分明，销售部还将将出台《销售部奖惩条例》，争取在以后的工作中，做到“事事有标准，事事有保障。”

第三，形成了“总结问题，提高自己”的内部沟通机制。及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重销售人员的意见，

以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

制度是标准，执行力是保障！

(公司名称)大船已经起航，为了它的安全，(公司名称)人行动起来！

虽然以上看似不错，但所存在的问题也不得摆在桌面上，这也是我的严重失职。

二、“3个无”的问题有待解决

问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒。

1. 无透明的过程

虽然销售部已运行了一套系统的管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是，销售人员没有形成按时汇报的习惯，仅仅是局部人员口头汇报、间接转述，销售部不能进行全面、及时的统计、规划和协调，从而导致部分区域的工作、计划、制度的执行和结果大打折扣。

2. 无互动的沟通

销售部是作为一个整体进行规划和核算的，一线工作人员、后勤人员、主管领导的三向互动沟通是内在的要求和发展的保障。销售部需要及时、全面、顺畅地了解每个区域的一线状况，以便随时调整策略，任何知情不报、片面汇报的行为都是不利于整体发展的。

3. 无开放的心态

同舟共济，人人有责！市场供需失衡的压力，同业风气的阻滞，客观环境的不便，均对我们的行销工作产生了负动力。如果我们不能以开放豁达的心态、宽容理解的风格、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就不能更好地前进。我们知道，其他厂家内部滋生并蔓延着相互拆台、推委责任、牵制消耗、煽风点火的不良风气，我们要警惕我们的队伍建设和自身进步，不要被不需在意的的人和事影响了我们的进步。

两军相遇勇者胜，智者相遇，人格胜。

4. 无规划的开发

市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，并不是所有的区域都能够根据总体发展，需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要及时开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体的某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访行为，都有可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

销售部年终总结报告 篇 12

1. 规范各管区、各岗位的服务用语，提高对客服务质量。为了体现从事酒店人员的专业素养，在__年元月份，针对我部各岗位服务用语存在不规范、不统一的现象，我部号召各管区搜集本管区各岗位的服务用语，进行留精去粗，后装订成册，做为我们对客交流的语言指南，同时，也将做为我们培训新员工的教材。自规范服务用语执行以来，我部人员在对外交流上有了显著提高。但到了后期，很多员工对此有所松懈，对自身要求不严，有回来原来的迹象，这也是较遗憾的地方，但好东西贵在坚持，贵在温故而知新，我部将对此加大督导、检查方面的力度。

2. 为确保客房出售质量，严格执行《三级查房制度》。酒店的主营收入来自客房，从事客房工作，首当其冲的是如何使客房达到一件合格的商品出售，它包括房间卫生、设施设备、物品配备等，为了切实提高客房质量合格率，我部严格执行“三级查房制度”，即员工自查、领班普查、主管抽查，做到层层把关，力争将疏漏降到最低，并且还增加了《返工单》分析和《主管查房记录》，对客房各项指标的检查用数据来反映存在的问题更直观，据统计，我部在__年客房质量达标率为 98%。

3. 执行首问责任制实施首问责任制要求处在一线岗位如前厅、总机、服务中心所掌握的信息量大，如海陆空的交通信息、旅游资讯、各重要单位的电话号码等等，还有员工处理事情的灵活应变能力，对客服务需求的解决能力。首问责任制是在正式执行前，已做好各项准备工作，要求各岗位广泛搜集资料，加强培训学习，扩大

自己的知识面，以便更好的为客人提供服务。首问责任制从今年元月份正式执行以来，工作较去年有了很大的进步，去年有多起因转手服务而耽误客人时间使客人生气、投诉事件，今年无一起。

4. 开展技术大练兵，培养技术能手，切实提高客房人员的实操水平。为了做好客房的卫生和服务工作，管家部从今年 8 月起利用淡季，对楼层员工开展技术大练兵活动，对员工打扫房间技能和查房技巧进行考核和评定。从中发现员工的操作非常不规范、不科学，针对存在的问题，管区领班级以上人员专门召开会议，对存在的问题加以分析，对员工进行重新培训，纠正员工的不良操作习惯。通过考核，取得了一定的成效，房间卫生质量提高了，查房超时现象少了。

5. 建立“免查房制度”，充分发挥员工骨干力量，使领班有更多时间与精力将重心放在管理和员工的培训工作上。为了使员工对客房工作加深认识，加强员工的责任心，今年 10 月份，管家部与各班组的员工骨干签定《免查房协议》，让员工对自己的工作进行自查自纠，并让员工参与管理，负责领班休假期间的代班工作，充分体现出员工的自身价值和酒店对他们的信任，使员工对工作更有热情。到目前为止，4 人申请免查房中无一人出现过大的工作失误。如此一来，减轻了领班在查房上的工作量，有更多的时间与精力放在员工的管理和培训工作上，真正发挥了做为基层管理人员的工作职能。

6. 开展各种“兴趣班”，丰富员工的业余生活，从而提高员工的素质。近两年，随着我店客源结构的不断扩展，经常会有一些境外团，如日本团、东南亚一些国家的团队入住我，与客人在语言交流上的障碍成为我们做好外宾服务的最大难题。为了与时俱进，我

们利用来店实习外语专业的实习生，办起了“外语兴趣班”，给我们的员工进行日常（英语、日语）用语的培训。

销售部年终总结报告 篇 13

一、改善与计划：

a. 产品的开发

1. 每个业务员要每月提供一个要开发的产品的建议。如被采用，或一定金额的奖励，与此刺激业务员多与客户沟通，积极获取产品开发的信息。

2. 独立开发，多与产品设计公司合作，开发系列产品。

3. 对模仿的产品的开发，一定要避开专利才能开发。

4. 对产品包装要统一风格，建立统一标识，建立品牌，这对外销合内销都有好处。

b. 销售业务

1. 由于人民币还不断升值，对我们行业的冲击会越来越大。在营业额方面，不能要求太高，保持 600-700 万/月较为理想，盈利方面保证就可以了。

2. 出口的环境恶劣，更要做好客户的服务和维护工作。客户的服务和维护，这是 09 年出口部要重点培训的内容。

3. 要降低赠品订单和 oem/odm 的比例过大，要大力开发适合日本城，jumbo，cainz home，沃尔玛 的产品，只有这些公司会给我们提供持久稳定的订单，赠品的订单是可遇不可求的。旱涝不均，对工厂来说，不是好事。

4. 列出重点客户，对这些客户执行 vip 客户待遇，在产品的开发，订单货期，礼品的派送的都优先出来。

5. 建立定期与买手通电话的制度，要求业务要积极和买手沟通，了解客户的真实意图和他们的计划，以配合他们，扩大营业额。

c. 人员配置

1. 加强对新人的培训，让他们有良好的销售技巧和有敬业精神，如果真的容不进这个团队，要坚决辞退。

2. 在搬出广州后，要招一名会日文的业务。

3. 多举办业务间的交流会，让他们交流经验，缩小参差的水平。

4. 定期单独对每个业务进行沟通，了解其的心态，稳定团队。

5. 鼓励业务在业余时间进修，包括日文，销售技巧等，公司能给他们一定比例的报销。

6. 参加一些拓展活动，让他们更有团队精神。

d. 与工厂的合作

1. 对工厂的指示要清楚，让工厂严格按照销售部的指示生产，打样。

2. 多和工厂的主管沟通，让他们了解销售的工作，乐意配合销售部的工作。

3. 为配合工厂的生产进度，我部要设立一个客户资料提供和确认表，内容包括包装物料的确认，麦头，设计稿等。

4. 延长交货期，工厂有充足的生产时间。（促销单除外）。

二、不足和挑战：

a. 产品的开发

1. 未能提供有效的产品开发的方向给工厂。

2. 现行的产品开发是在市场看到好的产品，买回来模仿/抄袭，对该产品专利不理解，这样的风险大，有可能开发的产品，没客户敢买/卖。

3. 现行的产品包装较差，设计风格不统一，无法突出我们的品牌特点。

4. 客户的地域划分较杂，也无法针对特定的单一市场作一个市场的产品开发，也无法一款产品适合所有市场。

b. 销售业务

1. 总的来说，出口部的销售业绩比去年会减少，主要体现在年初一二月份的开局和年中的6月份不好，订单数量不足。订单量的不稳定，严重影响全年的销售业绩。

2. 外部的政策和政治环境对销售业绩影响重大，如人民币在__年已累计升值7%，出口退税由11%改为5%，工人的工资也大幅升了，这都影响了产品的定价，做成我们的价格体系不稳定，直接影响客户的下单意愿。按零售的定价规例，fob价的3到8倍，当产品fob单价升5%，零售价要升15%到40%，这样大的升幅，对产品的销量是影响巨大的。

3. 美泰事件也对客户对中国制造有戒心加上所有的塑料产品要提供sgs证，不论对客户或工厂都是一种负担。短期内下单的意愿减少。但事后证明，这是利好，客户不敢压价太甚，他们也会找规模大的规范的工厂合作，赚安全的钱。

4. 赠品的订单比例过大，常规订单的比例越来越小，oem/odm

的订单比例过大，自主开发的产品比例越来越小，模仿/抄袭的产品多，遇到专利的问题也多，对销售的区域有限制，影响销售量。

c. 人员配置

1. nico 作为我老业务，她的离开对我们有一定的影响，具体的影响要在明年初才能体现。

2. 目前人员配置是够用的，只是有点青黄不接的感觉，老的业务负荷过重，新的上手慢，帮不了太多忙。还有新的人性格和老的业务差异太大，较难平衡。

3. 新人的敬业精神不足。

4. 业务员的业务水平参差不齐，整体影响团队的业绩。

5. 日本做为我厂的最重要市场，我们欠缺一名日语业务。

6. 我们有开周会，提供了业务之间的交流平台，对新的业务也提供培训，但总体效果不理想。

d. 与工厂的合作

1. 总体是勉强可以，细致的地方不够。如与工厂各部门的沟通不到位，技巧欠缺，引起误会。

2. 客户品质的要求和产品的生产工艺的不了解，做成不良品多，有单没利润的现象多。

3. 工厂对样板的重视不够，做成对客户失信时，业务情绪不稳定。

4. 模具的模期未能按时完成，客户投诉频繁，影响业务的积极性。

20__年是一个艰苦的一年，人民币持续升值，劳动力成本的大幅提高，能源租金的价格要提高，政策正大力鼓励促进内需的市场。这都是我们出口部要面对的困难。我们要苦练内功，真正提高服务水平，加以优质的产品，我们才能打赢这场硬仗。

20__年的公司海外销售工作时历年以来发展最慢的一年，所以我们一定要看清当前的形势，在充分的了解到海外市场的前景后再做出相应的对策和计划，这样对公司的发展无疑是最有利的。作为公司的普通工作人员，我一定会看到当前的形势，我相信在公司海外销售部全体员工的集体努力下，我们的工作一定会越来越好！

销售部年终总结报告 篇 14

一、基本情况

这一块主要是概括地把一年来的销售业绩如实写下来，比如：(okhaha)一年来总共销售了多少产品，有多少客户购买，这些客户主要分布在什么行业，总体的销售额是多少，是否完成了主管下达的销售指标等。

二、主要做法

这一块可以写自己一年来是怎么做销售的，采用的是什么样的方法在做销售。比如：在收集客户的资料方面做了哪些事情，采用了什么方法；在传递产品信息方面做了哪些事情，采用了什么方法。

三、我的收获

这一块主要是分享一下一年来自己觉得做得比较好的地方。比如：这一年，我感觉自己与客户的关系搞得比较好，主要是每次客户生日或来临时都能发短信问候；还比如：我这一年销售指标完成得比较好，主要是在客户的跟进方面做得比较好，我会把每一次与客户的交流记录都记录下来，这样下一次沟通时都能做到清晰准确，目的性很强。

四、不足之处

比如：对 okhaha 产品理解还不是很到位，有时候不能很准确地解答客户的疑问；又比如：客户的资料收集得比较多，见的人也不少，但因为没有做好记录和管理，所以查找时很麻烦等。

以上几点供大家参考，总的体会就是要写得实实在在，不要是为了交差，认真写了才能对自己以后的销售工作有指导和帮助作用。

销售部年终总结报告 篇 15

岁月不居，转眼间我来到九龄童装服饰公司销售部工作已经一年了！在刚来这个温馨和谐的大家庭中，我在单位领导及其同事们的支持帮助下，使我较快的适应本工作，工作效率和销售额有了明显地提升；把我这个学校应届生变成一个真正的社会人。时间催促我告别 20__，憧憬激励我在 20__ 年开创事业的新高！为了更好地完成九龄童装服饰公司下发的销售额的任务，我应该总结以往的销售经验，扬长避短，下面是我 20__ 年的工作情况总结。

一：心得体会

在九龄童装服饰公司销售部工作了一年，我认为销售应该分为售前、售中、售后三大块。售前你应该先详细的了解销售产品的信息；不积跬步，无以至千里。任何一个产品的细节问题都需要大量的时间和精力去摸索、研究。只有专业的沉淀与坚持不懈的努力，才能真正的了解产品，和顾客交流应该做到礼貌待客、热情感染，我认为把销售工作不该是一个任务或者是负担，应该是一种乐趣，是一种享受，而只有你对它产生兴趣，彻底的爱上它，你才能充分的体会到其中的快乐。可以说你要懂得享受销售的过程，你才能懂得能销售成功。学习售前，我先学会了在工作中接受顾客的漠视，要抱有大度能容的心态，面部表情要自然，微笑常在，自尊心不能太强哦！而且要懂得如何吸引买家的注意力，开场白很重要，目的就是吸引对方的注意力，引起客户的兴

趣，使客户乐于与我们继续交谈下去。售中的过程是建立在售前的基础上的，因为与顾客交流时，我们应该认真倾听，换位思考，我们一般都会遇到顾客的疑问，异议，这个时候应该运用在售前了解到的专业知识为顾客解答问题，让他来了解产品的特点、优点等。有些交易不是很容易就达成的，而这时我们应该挖掘和了解客户的需求，积极的推荐优质的产品，以良好的服务态度和优秀的产品质量来获得顾客的认同。在顾客不喜欢或者有意向别的款式的衣服时，我们应该学会快速转型，直到顾客满意为止。售后应该是注重服务，当客户购买的商品出现质量问题时，应该马上去核对，如果真是质量的问题，我们应该和买家商议解决方案，尽量地满足买家的要求。

积极快速的解决买家的售后问题，或许能给我们带来一些隐形的客源。

二：工作汇报

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/285103042330011143>