

销售人员的年度工作总结范文（31 篇）

要点一：目标完成情况

这里说的目标包括销售目标，但不局限于销售目标，还包括品牌目标、利润目标、渠道目标、管理目标等。销售人员达成目标是第一位的，分为销量和销售额。如分产品的销售目标达成比例，基础产品、利润产品、形象产品、阻击产品分布是否合理；分市场、分渠道、分经销的目标达成情况，为什么达成、为什么完不成，都要做全面分析。

通过这些分析，销售人员就可以看出一年来哪些是主力产品；地区、渠道和经销商数量、总体销售情况；终端覆盖，有效终端店数量，对整体市场状况有较为全面的了解；弱势在哪里，哪些渠道、地区、产品是我们的软肋。

对销售人员来说，业绩是第一位的，但除了销量，我们的过程管理和团队管理做得怎么样？品牌的培育和推广花了多大的力气？从长远来看，这些是市场健康、持续发展的根本。

综合目标完成好，下一年度市场开拓、维护的压力自然少很多；产品、渠道和团队的稳定也是销量持续增长的最好保证。更重要的是，对一个销量增长快、市场容量大的区域市场，市场费用投入和支持力度上理所当然会大很多。因此，这是一个循环系统，把基础做好了才能良性循环。

要点二：费用分配及使用情况

完成销售目标需要投入各种市场费用。销售人员要知道在哪里花了多少钱，为什么要花这些钱，花这些钱的效果如何。与销售人员相关的费用或销售人员能够直接申请、执行的费用有渠道费用（经销商和中间商）、终端费用、人员费用、促销费用、部分品牌推广和消费者公关费用等。

对大众消费品来说，基层销售人员抓住渠道费用、终端费用、人员费用和部分活动的费用，基本上就可以知道费用的流向和产生的效果。很多时候，我们就习惯于这么花钱，并不会专门分析这些费用的投入和产出比率，也就是说，投资回报率有多高。费用花了，花的也合理，但执行的情况怎么样？有没有真正落实到市场？这值得关注。再好的方案、再多的费用，如果被截留、被改变用途，都将使效果大打折扣。

我也见过年终的时候，费用没有花出去的销售人员，他说为公司节约了费用，而我发现，他的区域市场只完成了 80% 左右的销售任务，这是不能容忍的。任务都完不成，谈何降低和节约费用。如果超出预算，则要看具体情况，如果是特批的专项费用，可以不计算在常规营销费用中；如果在正常的渠道和促销中，超出预算，则要按照财务制度按照一定的比例扣除奖金或提成。

要点三：一年中主要完成几项工作

一年中主要做了哪些事情？其实，销售人员一年做了千百件工作，对区域市场最重要的、真正产生效果的可能就是几件事情。很多事情都是为了做成这几件事情或一件事情所做的基础工作，如完成了老产品的更替、新产品成功替换老产品并成功上市、大型的路演活动、完成了经销商的调整和区域划分、帮助经销商开发下游渠道、做样板市场、团队架构调整、培训、考核激励方案的优化……

要点四：市场存在的主要问题

第一，企业自身的问题

企业自身问题分为销售人员能够解决的问题、向上级反映的问题、解决不了的问题。能解决的问题，如区域规划问题、市场管理问题、过程管理问题、经销商管理等；向上级反映的问题，如产品问题、质量问题、组织架构、团队成员问题；解决不了的问题，如品牌问题利润分配、传播问题等。

我认为，销售人员一定是市场的第一负责人，在产品价格一定的情况下，不但要让货物到达渠道，而且要将产品销售到消费者手中。

第二，主要竞争品牌（产品）分析

竞品的存在，虽然短期内会带来竞争压力，市场份额会被竞品抢走，但从长期来看，对市场有好处，可以让企业不断追求进步、提升服务水平。对快消品来说，成熟的行业及市场上会有 1~3 个主要竞争品牌，其中，会有 1 个市场主导品牌，主导品牌地位稳固。企业要想做大，从长远来看，一定要分食其份额，同时做大市场。加多宝、王老吉虽然表面上打得死去活来，但都是“战争”的受益者。

我们主要分析产品的结构、渠道结构、模式、消费群、价盘设计、利益分配、组织结构、团队构成、宣传促销活动，其中，最重要的是先找到你的第一对手。谁是你的对手，这太重要了，最简单的判断标准是，至少大家的产品价格在同一水平线上。接下来是产品线、价盘、渠道及利润分配，做一个详细的 SWOT 分析，找出问题。

第二，核心消费群分析

你的目标消费者是谁，他们的年龄分布、购买心理、购买方式，他们何时、何地购买，这就决定了我们要采用什么渠道、什么推广和传播方式。区域市场的传播和宣传也是品牌的一大目标，消费者的购买行为、购买心理和购买地点决定了我们的渠道模式和终端布局。加多宝之所以取得胜利，是因为加多宝深知饮料行业的本质，不是不要广告传播和忠诚度塑造，而是渠道和终端决定成败。

要点五：实施策略评估

该市场的主要策略是什么？

产品策略：产品的档次感不够，需要在品牌上提升；产品组合单一，难以支撑多渠道的运作等，都需要做全面的评估。老产品运作多年，价格穿底，渠道推动力度很弱——不是卖不动，而是不愿卖，需要替换新产品。

价格策略：价格并不是越低越好，不论大企业还是小企业都一样。简单地说，要给渠道留出足够的利润空间，否则，不借助渠道的力量，小品牌怎么能和大品牌竞争？

渠道策略：渠道模式是什么？采用大客户制还是小区域独家分销，还是帮助经销商先直供终端，然后再打通分销网络……这些需要根据市场状况和企业实际情况进行分析和判断。分析目前的渠道模式是否合适，是不是最优的选择，以及如何优化。

宣传策略：包括推广和促销两个方面。传播的目标消费者精准吗？促销活动设计有吸引力吗？能够实现宣传和促销的目标吗？

要点六：下一年度目标和主要策略

下一年度的销售目标根据公司当年完成目标数量或者销售额，结合市场竞争情况做出预估，经过高层讨论，最后形成一个总体的目标，如销售额、销量目标、品牌目标等。然后，按照区域市场进行分配。一般来说，这个目标没有商量的余地，但目标分配下来后，可以争取政策支持，如人员、物料等，需要多次沟通。

主要策略是在公司总体策略和政策的指引下，制定有针对性的市场操作策略，力争与公司的总体营销战略吻合，最好具有个性。每一个市场都有特点，决定一个区域市场的关键点就几个，按照营销组合进行分析，再看区域市场的架构和团队构成，最后看竞品的现状和消费者情况，只要细心分析，一定可以找到市场的突破策略。

最好的办法一定不是一成不变的，而是“一地一策”的不变与变的结合。

销售人员的年度工作总结范文 篇 15

20__年是____海马汽车销售公司重要的战略转折期。国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给__公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下，____海马汽车销售公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为海马汽车分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为杰出领导贡献奖。

回顾全年的工作，我感到在以下几个方面取得一点心得，愿意和业界同仁分享。针对今年公司总部下达的经营指标，结合邢总经理在 20__年商务大会上的指示精神，分公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们汉阳分公司没有一味地走入价格战的误区。我常说价格是一把双刃剑，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是

无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢?我们摸索了一套对策:

对策一: 加强销售队伍的

1、目标管理、服务流程标准化

2、日常工作表格化

3、检查工作规律化

4、销售指标细分化

5、晨会、培训例会化

6、服务指标进考核

对策二：

细分市场，建立差异化营销、细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据 20__ 年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市尝零散用户等四大市常对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了企业用车单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传海马品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。针对近两年__市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上旬上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障；与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。

针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展毕加索的推荐销售，同时辅以雪铁龙的品牌介绍和文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和__市高校后勤集团强强联手，先后和__理工大后勤车队联合，成立校区__维修服务点，将__的服务带入高校，并且定期在高校组织免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。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。

下面是公司__年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在销售经理工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有__个，加上没有记录的概括为__个，八个月天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量__个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

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，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

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销售工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售经理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。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。

市场分析：

现在__市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。 在__区域，我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

__年工作计划：

在明年的销售经理工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。因为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。

销售人员的年度工作总结范文 篇 17

售楼销售工作如逆水行舟,不进则退。紧张繁忙的一年即将过去,新的挑衅又在眼前。沉思回想,这一年我作为销售本部经理,在公司领导的指导下和同事的合作中,我积累了更多的实践经验,学习到了更多理论知识,同时,也在工作中发现了自身的一些不足。这是充实的一年,具体的工作总结如下。

一、本部销售事迹统计及分析：

(一)事迹统计：

__年公司履行目标义务制,每个部门、每个人都在年初签定了相关义务书。今年本部的销售指标是 1-5 期(含园)必达目标 4400 万元,争取目标 4700 万元,考核时间 20__年 1 月—20__年 12 月。

根据 20__年 1 月—12 月 27 日统计,本部共实现销售额 4304 万元,其中 1-5 期实现销售额 3632 万元,园实现销售额 672 万元。

事迹分析：

由事迹统计可见,1 至 7 月份,销售本部的事迹总额和在公司总事迹中所占比率都保持在很理想的程度上。而由 8 月份至年底,则有必定程度的下滑。下面就正反两方面来对此进行分析。

1、影响本部事迹的正面因素：

①上半年以 3 期门面销售为主力,市场反应良好。截至 20__年 6 月,三期门面已清盘。

②宣传和一线销售有效沟通,拿出一系列合理化计划并得以实行。这包含：

A. 一期 10 套,采用“比同区域房价每平方米低 300 元”的宣传策略(已清盘);

B. 三期小户型“小户型精装修”运动;

C. 四期花园车库及门面,首次采用“分类广告”的情势,达到明显效果;

D. 六期“青年人购房月:首付二万月供一元”运动;

E. 五期“公务员购房月:买四房送 8888”运动;

F. 装饰建材大市场,8 万—12 万“零风险”产权商铺。

③销售履行目标义务制,使目标逐级分解。销售人员不再仅关心完成每月的既定任务,而且还要时刻重视自己年度任务的完成情况,能够主动调剂,有效的进步了工作效率。

④公司所供给的销售人员保底薪,进步一线人员提成比例以及对老客户带新客户给予嘉奖的“经济”手段,极大的调动了销售人员和客户的积极性,也是促成事迹的重要因素之一。

⑤成立售后服务部,专门负责招待解决前期产品遗留问题。一方面提升了公司的服务品德,另一方面,更重要的是细化了分工,使销售人员从遗留问题中摆脱出来,能够专注于发明新事迹。

2、影响本部事迹的负面因素:

①国家宏观政策使购置客户群体产生变更,7 月开端,客户量急剧减少。

②公司房价高过区域蒙受范畴。

③房源决定客源,客户群体产生转变,销售人员的心态存在波动,业务程度有待进步。

④前期产品遗留问题较多,无法产生“连锁效应”发掘老客户资源。

⑤本部资源分流,这也是造成本部事迹在公司总事迹中所占比率下滑的重要原因。

A. 市区售楼部在市区、现场都有设点。本部所谓的“地理优势”已经微乎其微。

B. 在本部以外增设了另 2 个售楼部,分辨在“园”、“园”的现场。于是本部不仅在市区无销售点,而且本来的__市场资源也被分流。

二、团队的建设事迹及总结:

(一)本部团队建设事迹:

1、通过事迹的优越劣汰,留批业务程度较高的销售人员。目前,本部有售楼人员:、等五人。其中 2020__年度目标达 850 万以上的优秀售楼人员有 2 人:。

2、本部销使从无到有。目前比较稳固的销使有 5 名,周六周日兼职销使 5 名。

3、销售人员的工作能动性加强。具体体现在主动追击客户等方面。

4、团队的履行力有所加强,合理的计划一经采用马上就能得到实行。

(二)团队建设总结:

1、采用每日早会、晚会的方法,准确把握销售人员每人每日的客户情况。

2、汇凑集体聪慧,充分调动本咳嗽钡幕浴

20__年房地产销售年度工作总结性。每周拟定目标房源,针对目标房源提出销售措施,并将计划与策划部商讨履行,进步了计划的可行性,也加强了销售人员的工作能动性。

3、在客户减少的情况下,转变坐销模式,组织部门人员走出售楼部,到各大单位及写字楼上门访问客户。

4、治理实践中,应用建立部门销售明星等手段,不断地进步销售人员工作危机感和使命感,从而使得销售人员的主动性不断加强。销售如逆水行舟,不进则退,“居安思危”的心理利于工作主动性和工作实效的提升。

销售人员的年度工作总结范文 篇 18

加入__公司也有一段时间了，回想起来时间过得还挺快的。这不，繁忙的一年就快要过去了，回望 20__年，真是感慨万千，有得有失。20__年真是难忘的一年，感谢领导的大力栽培，和同事们的支持和帮助。努力开拓市场，对内狠抓生产管理、保证质量，以市场为导向，面对今年全球性金融危机的挑战，抢抓机遇，销售部全体人员团结拼搏，齐心协力完成了本年度的销售工作任务，以下八条是本年度的工作总结：

1. 作为一个销售员工，一定要很了解公司和公司所销售的产品，这样你在跟客户介绍的时候才能有充分的自信去说服他去接受你，接受你的产品。

2. 工作一定要勤奋，这个勤奋不是做给领导看，是让自己更快的成长以获得更多的自信，一流的销售是混业绩，二流的销售是混日子，三流的销售是混饭吃，我现在如果把自己定位成一个一流的销售就必须把工作当成是自己的事，认真，努力，主动的去做，其实做销售做久了压力是比较大的，除了要对工作总结外还要不断的学习接触到与之相关的知识和专业技术，当然最重要的还是如何做出业绩，怎样使利润最大化，这都要通过勤奋来完成，有句话是没有销售不出去的东西，只有销售不出去的人，其实做销售也就是在做人。

3. 良好的工作态度，有些人可能觉得一些销售人员每天要面对一些难搞定的客户或者是因为压力大的关系，难免会脾气不好，但我觉得这个也是工作态度问题，因为很多客户往往是不容易搞定的，这就看怎么放平心态，正确的面对，毕竟我们是做服务行业的，良好的态度也是客户考察我们的一个很关键的一点，所以不论在何时，请注意自己的说话和言行，拿起电话的时候，要让充满激情，面带微笑，相信电话那头的客户也能充分感受到你的真诚，从而被你打动。

4. 请为公司创造尽可能多的利润，如果不行就辞职吧，这是一种心态问题，一来你为公司创造的多，你自己得到的也多，二来不要总是认为自己被公司利用了或者为老板创造了多少自己才拿那么点，因为被人利用说明你还是有价值的，最可悲的是利用价值都没有，也就是说没有利润意味着失业。

5. 当你在和客户沟通时一定要记住你不是去求他们去买你的产品，而是去帮助他们解决问题的'，这是一个各有所有的双赢，主管说这个非常重要，直接影响了心态，而正确的心态是成功的关键。

6. 做销售的一定要有自信，一个销售如果没有自信就连说话和打电话的勇气都没有，那就跟不用说出门拜访和做出业绩了，自信主导着销售的内心，有的自信你可以随机应变的应对客户的刁难和困难，我觉得作为一个销售在受到打击的情况下，还要唱着歌开开心心的来上班。

7. 一定要有耐心和恒心，相信自己只要付出一定会有回报，只是时间问题，我曾经一度很郁闷自己因为自己没有业绩，但是当主管告诉我他是进公司第3个月才出了第一个单我又对自己充满了信心，当然耐心不等同于混日子和等单，是要我们时刻保持上进心，不断的去努力。

8. 作为一个销售总结是很重要的，不仅是对自己的工作内容、工作效率、工作方式、

沟通方式、错误的发生、工作计划、出差计划、项目运作等，还要对自己说话技巧、肢体动作，甚至是个人的为人处世等进行总结，总结了才能发现不足，才知道自己还有哪些可以上升的空间。

对工作保持长久的热情和积极性，更需要有“不待扬鞭自奋蹄”的精神。所以这__年来我一直坚持做好自己能做好的事，一直做积累，一步一个脚印坚定的向着我的目标前行。

最后，我想说不管在哪里工作，做什么工作，态度和心态很重要，遇事把心放宽，才能更好的处理和解决面对的问题，从容的面对挑战，不断的去丰富充实自己，客观的面对自己的不足，更好的去改进，每个人都会有美好的明天！

销售人员的年度工作总结范文 篇 19

短短几个月时间，虽然自己做了一些力所能及的工作，但是与一个优秀的市场员工标准相比，还有一定的差距。表现在：

1、由于经验少，从事管理工作时间较短等原因，虽然能够充分认识创新在管理工作中的重要意义，但创新意识不够强；

2、由于多种原因，有时对于工作中相关问题的处理，协调难度大。

3、遇事经常换位思考的能力有待进一步加强。

4、在工作和生活中，与人沟通时，说话的方式、方法有待进一步改进。

我认为：勇于承认缺点和不足并正确认识，在以后的工作和生活中不断加以改进，对于自己来讲是开展好工作的前提和保证。

以上是我个人任职市场部工作以来的小结，也是我个人__年上半年工作总结，不足之处，请领导指正。

销售人员的年度工作总结范文 篇 20

20__年，在公司的正确领导下，我认真负责地做好了鞋柜专卖店的售前、售中、售后服务及派车送货和各种客户投诉处理工作，并完成了每月业务分析上报工作。我热爱本职工作、精力充沛、勇于开拓，具备强烈的敬业精神，超额完成了年度销售目标。__年计划销售元，实际销售元，比__年增长 15%。

一、主要工作回顾

一是加强学习，不断提高销售能力。

我注重家具有关知识的学习，熟悉所有家具的生产工艺、质量特点、功能、规格型号、生产周期、付货时间、库存情况；了解家具的使用方法、保养及维修知识，了解公司的销售情况及在各地区的销售网络；认真了解家具购买者的消费心理、消费层次、及对其家居环境布置的基本要求，了解家具市场的环境变化、顾客购买力情况，根据销售过程中所搜集的信息及顾客反馈信息进行市场分析；懂得家居文化、家具流行趋势，以根据与顾客交流中获得的信息了解其文化修养和审美情趣，有针对性介绍商品。

二是加强修养，不断提高服务水平。

由于销售人员直接与顾客接触，只有首先赢得顾客的信任，才能成功地开展工作，所以我注重培养良好的修养，做到仪表大方、衣着得体、举止端庄、态度谦恭、谈吐有理、不卑不亢、有效运用身体语言传递信息，从而获得顾客信任，使顾客乐于与我交流。

三是抓住时机，积极引导顾客消费。

在销售工作中，我根据顾客不同的来意，采取不同的接待方式，对于目的性极强的顾客，接待主动、迅速，利用对方的提问，不失时机地动手认真演示商品；对于踌躇不定、正在“货比三家”的顾客，耐心地为他们讲解本商品的特点，不急于求成，容顾客比较、考虑再作决定；对于已成为商品购买者的顾客，继续与客人保持交往，重点介绍公司的服务和其他配套商品，以不致其产生被冷落的

感觉。同时，认真倾听顾客的意见，尽力为购买者提供他们中意的商品，避免反对意见的出现。

四是加强联系，抓好售后服务工作。

每件家具售出后，我不仅做好送货上门，还继续定期与顾客接触，保持联系并为其服务。如果顾客对产品表示满意，我充分履行组装、维修和服务等方面的保证，对于顾客的意见，我能愉快接受，并及时采取改进措施。每次接到投诉后，我都以诚恳的向顾客表示歉意，在最短的时间内至顾客家中了解情况后，及时与有关部门联系协商解决问题，并征求客户意见，直至客户满意，最后应对客户的投诉表示感谢。不仅妥善处理了售后问题，也开拓了市场、开发了群体客户，树立了公司的良好形象。

五是认真负责，做好了每月业务分析上报工作。

每月底与会计核对出库单，并做好了记账工作。每月1日暗示写好本月的业务分析上报于公司。

二、工作中存在的问题及解决方法

一年来的销售工作虽然取得了较好成绩，但还存在不足之处。一是在售前方面，对家具市场了解还不深入，还需进一步加强市场调查；二是在售中方面，服务还不到位，还需进一步加强专业知识和销售技巧的学习；三是在售后方面，对顾客的投诉还不及时，还需进一步增强责任心和服务意识。

三、工作计划

一是进一步提高销售技巧。

根据本专卖店家具的特点，进一步加强专业知识的学习，熟练运用各种技巧。熟知顾客的购买动机，善于掌握展示与介绍产品的时机以接近和说服顾客，创造成交机会，甚至与客户成为朋友，促进潜在客户的形成。

二是积极引导顾客消费。

以较深的专业知识对产品进行介绍，给顾客消费提供专业水平的建议。根据了解的家居装饰知识帮助客人进行选择，告知此商品可以达到怎样的效果，以有效促成最终的成交。

三是加强关键客户管理。

关键客户是所有顾客的核心部分，是那些在家具全部销售利润中占较大比例，在一定社会层面中具有代表性和影响力，在家居选择方面具有品味、崇尚潮流的客户，这些客户可从工作记录和客户档案中选出，作为重点公共关系对象进行营销。

四是进一步搞好售后服务。

通过建立客户档案，做工作记录来了解产品销售市场的变化，为分析和开拓市场提供有益的借鉴和参考，为完善售后服务提供宝贵的资料，掌握顾客对企业的产品提出的各种意见，切实抓好售后服务工作，为公司的持久快速发展作出自己应有的贡献。

销售人员的年度工作总结范文 篇 21

自从我加入_公司以来也有一年的时间了。在这一年的工作中，我不断的挑战自我，对工作兢兢业业，严格遵守商场的规章制度，在实践中磨练了工作能力，使我的业务水平有了较大的提高。我深知工作中的进步与大家的帮助是分不开的，而且得到了商场领导的高度认可，在 20_ 年的 8 月让我担任柜长一职，这是对我工作的最大肯定。回首自己一年来经历的风雨路程，我做出如下工作总结：

一、品德素质修养及职业道德

通过报纸，书籍，杂志的不断学习使自己爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，工作态度端正，认真负责，加强专业知识的学习，使自己不断的充电，这是销售珠宝信心的源泉。

二、工作质量成绩，效益和贡献

保质保量的完成工作，工作效率高，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，是自己的工作业绩有了长足的提高。

三、工作中的经验

销售是一门艺术，作为珠宝销售员，要讲求语言的技巧，让顾客买到满意的珠宝应该时刻考虑的几个方面；1 认真的接待顾客做到3米问好，1米询问，微笑服务是关键，人为的制造一个轻松愉快的购物环境。2 充分展示珠宝饰品，由于多数顾客对珠宝知识缺乏了解，因此对珠宝首饰的展示十分重要，顾客对珠宝首饰的了解越多购买后的满足感越强烈，常言道：“满意|”是顾客最好的广告。3 促进成交，由于珠宝首饰价值相对较高，因此，顾客在最后成交前压力重重，所以要营业员采取分心的方法减轻顾客的压力。4 熟悉珠宝的佩戴，保养，使用，产地，质量。5 售后服务，当顾客购买后营业员的工作并没有结束，应该详细介绍佩戴与保养知识，最后说一些祝福的话是顾客的心情愉悦。增进与顾客的感情，期待二次消费的发生。6 抓住每一次销售的机会，以最佳的精神状态等待顾客的到来，注重自己的外表，衣着要干净得体，每天坚持化妆。

四、工作中的不足和努力方向

总结一年来的工作，尽管有不小的进步，但还是有很多改进与不足的地方。比如，对珠宝首饰的了解还不够，还要加强学习，自己的销售技巧还应该提高，也需要学习这方面的知识，借鉴他人成功的经验很重要。有时候销售不好思想就消极，这是要不得地，消极思想是销售的敌人。对销售失败后的总结不够，每一次销售失败都有它的原因，比如对顾客推荐的珠宝是否符合顾客的需要，对顾客的态度是否生硬造成顾客的不满意。对顾客是否充分的展示了珠

宝首饰?等等这些都需要想一想。作为一个柜长，就像一个带兵打仗的班长，冲在第一线影响，感染成员很重要，作为柜长首先要起到表率，模范带头作用，一个柜台就是一个集体，充分的团结才能释放最大能量。互相学习，互相进步。

销售人员的年度工作总结范文 篇 22

1.

成为员工后，被分到了公司的总部所在地——佛山，负责 100 家终端和 4 家医药公司。之前负责这个市场的人由于做得太差了，已经离职了。那么等待着我的是什么呢？以下是我的 SWOT 分析（把自己当作产品了，呵呵）：

S(优势)：无经验说明我是一张白纸，没做起来的市场也可以看作是有个空白的市场。由开始，因此存在着无限的可能。

W(劣势)：无工作经验，专业是药学，无市场营销知识。

O(机会)：新来的主管是公司去年的销售冠军，有着丰富的实战经验，我将在他那学习到最有用的销售知识；股市跌到了谷底，说明它有机会反弹了，且区域位于公司总部，只要做得好就会有发展。

T(威胁)：这个区域的市场供货渠道乱，价格不稳定，为终端工作带来更大的困难。

成绩：开始计算任务指标的第一个月，铺货店数比前人半年铺的还多，但只是因为他们懒，并非我有多厉害。

2.

经过了一个多月的铺货，大部分的药店都已经开始经营我们的产品了，只剩下极少数的“顽固分子”依然雷打不动，而这些药店正是当地较大型且生意较哈破的店。为了把货铺进去，我只有更加频繁的拜访，不断地向他们陈述我们产品的优势。“皇天不负有心人”，终于在后来的一次拜访中发现其中一个“顽固分子”开始经营我们的品

种了.回到家我第一时间把这个好消息告诉我主管,当时我主管说了一句话:"你会成功的,因为你已经把工作和情感连在了一起."

成绩：铺货工作基本完成了，铺货率为全公司前三.由下月开始进行上量工作.

3.

拿到了三月份的奖金了，是一笔不小的钱啊，第一个月就能拿到这么多奖金，对自己越来越有信心了.

开始要纯销了，之前的代表月销量才 200 多，我铺货阶段的销量也才 700 多，指标却要 1200，要怎么才能完成指标呢？

由于我们的产品在当地来说是该领域的 No. 1，但好卖的产品通常都没有什么利润可赚，加上我们没有什么促销活动，首推率是达不到的了.只能在其它方面寻求突破，于是我有了以下的想法：1、我们的产品有两个规格，我们做的是大的规格，而小的规格是消费者主动购买的产品，于是我便让店员每次都先把大的包装拿给消费者，增加购买率;2、我们的产品是西药，价格便宜，能与其它中成药联合使用.于是我便做其它中成药促销员的工作，送点小礼品什么的，让她们在介绍自己的品种时搭配我们的产品联合用药.

成绩：主打产品销量急速上升，达到指标任务的 150%以上，全公司该产品销量排名第二.其它产品的销量也有了不同程度的上升.

4.

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/398014117101007027>