

销售工作总结(15 篇)

销售工作总结 1

在繁忙的工作中人不知鬼不觉又迎来了新的一年，回忆这一年的工作过程，作为__企业的每一名员工，咱们深深感到__企业之蓬勃发展的热气，__人之拼搏的精神。

是销售局部的一名个别员工，刚到房产时，该同志对房地产方面的常识不是很粗通，对新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，很快理解到公司的性质及其房地产市场。作为销售部中的一员，该同志深深觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的恳求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识跟专业技能。此外，还要广泛了解全体房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨难，已成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

房地产市场的起伏动荡，公司于__年与__公司进行合资，奇特完成销售工作。在这段时间，踊跃配合__公司的员工，以销售为目的，在公司引导的领导下，完成经营价格的制定，在春节前策划完成了广告宣传，为__月份的销售高潮奠定了基础。最后以__个月实现合同额__万元的好成绩而告终。经过这次企业的洗礼，从中得到了不少专业常识，使自己各方面都有所进步。

下旬公司与__公司配合，这又是公司的一次重大变革和质的奔跑。在此期间主要是针对屋宇的销售。经过之前销售部对房屋实行内部认购等手段的铺垫制造出火爆局势。在销售部，担当销售内业及会计两种职务。面对工作量的增加以及销售工作的系统化和正规化，工作显得繁重跟其中。在开盘之际，该同道基本上每天都要加班加点实现工作。经由一个多月时间的熟悉和懂得，即时进入角色并且娴熟的完成了自己的本职工作。由于房款数额巨大，在收款的进程中该同志做到谨慎认真，现已收取了上千万的房款，每一笔帐目都井水不犯河水，无一过错。此外在此销售过程中每月的工作总结和每周例会，该同志始终总结本人的工作教训，及时找出弊端并及早改进。销售部在短短的三个月的时光将二期屋宇全部清盘，而且一期余房也一并售罄，这其中与和其余销售部成员的努力是分不开的。

这一年是有意思的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的尽力下，在新的一年里将会有新的冲破，新的气象，可能在日益激烈的市场竞争中，占据一席之地。

销售工作总结 2

我是红酒营销部的__x，是x月份进入公司的，的__月__号我从原来的酒店促销部调到了现在的营销部，在营销部工作的这段时间，我感受很多，收获很多，也在逐渐的成长着。第一个月我的部门经理，带着我去一一的面见了各个单位的领导，看着我的同事们和领导轻松的谈

话，并认真的介绍我们的酒水以及团购政策，我只是在一旁静静的听着，暗自学着他们的销售技巧，希望以后通过努力的学习可以做的'比他们更好。

我们部门做的是营销，主要的工作是宣传和产品推广，在这个酒水销售的淡季，公司推出的喜宴政策给了我们一个很好的发展空间，对于我们以后的宣传工作给予了很大的帮助，两个月下来现在__x的大街小巷，几乎每个人都知道了我们的喜宴政策，很多的消费者都愿意选择我们的柔和作为招待用酒，接下来的日子里，我不但要维持好前期宣传的成果，也要进一步增加销量。争取让所有的客户及他是亲戚、朋友招待都使用我们的柔和。我们部门经理常说：“一定要先做好客情关系，客户认可你了，才会认可你所推销的产品。”可见客情关系是非常重要的，建立一定的客情关系，为工作的开展铺平道路，定期的电话拜访；定期的实地拜访；定期的销售回顾等，想做好营销一定要勤奋：

一、要勤学习，不断提高自己、丰富自己；

二、要勤拜访，增进客情关系；

三、要勤动脑，如何有效的为客户服务

四、要勤沟通，进一步了解客户的需求；五、要勤总结，做好每日总结，总结有效客户并时时跟进。

对于我来说是成长的一年、奋斗的一年、学习的一年，感谢谆谆教诲我的领导，一直以来悉心的帮助、认可、信任、鼓励着我，才能使我

更加乐忠我现在的工作。在营销部我还是一个新人，有很多的东西都有待学习，在以后的日子里，我会努力的学习，更好的做好自己的本职工作，在此预祝公司再创辉煌！

销售工作总结 3

到底要如何提高速度呢?这个问题必须根据顾客和购买的药品来进行区别。对于年轻的顾客动作一定要迅速，因为年轻人容易急躁;而对于年纪较大的顾客则应该从容不迫。对于低价位的药品动作要快，对于高价位的药品，应该是从从容容的，如果是慌慌张张地进行药品处理，可能会让顾客心理上产生不舒服的感觉，甚至把顾客赶跑。真正动作敏捷的接待顾客方法，应该是看起来心情很愉快的迅速做事。为了达到这个目的，药店店长必须注意下列事项：

①动作要利落，注意尺度的拿捏。

②姿势端正，不拖泥带水。

③在店里行走时注意不要把脚拖在地上，鞋子要挑选合适的穿。

④说话要段落分明，口齿清楚，绝对不可以拖泥带水、喋喋不休。

⑤虽然动作上十分敏捷，可有时候药品包装需要花费很多时间，一时没零钱找不得已让顾客等候，药店店长或者此时不妨中途告诉顾客：“很抱歉，请稍等一下”。)

在工作中绝对不允许的行为

(1) 在门口并列站着，不把通道让开。

(2) 在营业场所，把手插在口袋里走路。

(3) 在药店擦口红，剪指甲。

(4) 强调公司的特别规定。

(5) 推卸责任，甚至与顾客争吵。

(6) 当顾客光临时，三五成群地聊天。

(7) 从正在浏览药品的顾客前面走过。

(8) 依靠在货架上。

(9) 经常空岗。

(10) 当着顾客，做挖鼻、剔牙的动作。

(11) 冲着顾客打喷嚏，咳嗽。

营业即将结束前后的工作处理与准备

清点药品与助销用品。根据药品数量的记录帐卡，清点当日药品销售数量与余数是否符合；同时检查药品状况是否良好、助销用品(如宣传卡、POP)是否齐全，若破损或缺少需及时向上汇报、领取。.

结帐。“货款分责”的药店，药店店长要结算票据，并向收银员核对票额。“货款合一”的药店，药店店长要按当日票据或销售卡进行结算，清点货款及备用金，如有溢、缺应作好记录，及时做好有关帐务，填好缴款单，签章并上交。

及时补充药品。在清点药品的同时，对缺档和数量不足的，以及在次日需销售的特价药品和新药品需及时补充：“零售店”的药店店长应先查看药店库存，及时加货；若库存无货，应及时汇报，以督促销售人员次日进货。“店中店”的药店店长应协助商家做好货源供应工作（向其询问或查看库存），及时汇报并向公司订货，争取做到不断货。

整理药品。清点、检查药品及助销用品时，要边清点、边做清洁整理的工作。对药品、助销用品及销售辅助工具进行卫生整理、陈列整齐；小件物品要放在固定的地方，高级物品及贵重物品应盖上防尘布，加强药品养护。

报表的完成与提交。书面整理、登记当日销售状况（销售数、库存数、退换货数、畅销与滞销品数），及时填写各项工作报表，在每周例会上提交，重要信息应及时反馈；每次促销活动结束后需填写促销活动报告，在每日、周、月工作例会上提交。

留言。实行两班制或一班制隔日轮休的药店店长，遇到调价、削价、新品上柜以及当天未处理完的事宜，均要留言告知次日当班的同事，提醒注意和协助处理。

确保药店与药品的安全。销售高级药品及贵重药品的药店应检查小库是否上锁;同时将票据、凭证、印章以及药店自行保管的备用金、帐后款等重要之物,都入柜上锁。要做好营业现场的安全检查,不得麻痹大意,特别要注意切断应该切断的`电源,熄灭火种,关好门窗,以避免发生火灾和偷盗的行为。在离店之前,还要认真地再检查一遍,杜绝隐患,确保安全。

营业即将结束前后的工作,我们不要求一定要在确认顾客全部离店之后才开始,但是必须要求接待好最后一位顾客!

药店医药销售工作总结范文三: 作为一名店长我深感到责任的重大,多年来的工作经验,让我明白了这样一个道理:对于一个经济效益好的零售店来说,一是要有一个专业的管理者;二是要有良好的专业知识做后盾;三是要有一套良好的管理制度。用心去观察,用心去与顾客交流,你就可以做好。

具体归纳为以下几点:

1、认真贯彻公司的经营方针,同时将公司的经营策略正确并及时的传达给每个员工,起好承上启下的桥梁作用。

2、做好员工的思想工作,团结好店内员工,充分调动和发挥员工的积极性,了解每一位员工的优点所在,并发挥其特长,做到量才适用。增强本店的凝聚力,使之成为一个团结的集体。

3、通过各种渠道了解同行业信息，了解顾客的购物心理，做到知己知彼，心中有数，有理放矢，使我们的工作更具针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。

4、以身作则，做员工的表帅。不断的向员工灌输企业文化，教育员工有全局意识，做事情要从公司整体利益出发。

5、靠周到而细致的服务去吸引顾客。发挥所有员工的主动性和创造性，使员工从被动的“让我干”到积极的“我要干”。为了给顾客创造一个良好的购物环境，为公司创作更多的销售业绩，带领员工在以下几方面做好本职工作。首先，做好每天的清洁工作，医学教育网搜集整理为顾客营造一个舒心的购物环境；其次，积极主动的为顾客服务，尽可能的满足消费者需求；要不断强化服务意识，并以发自内心的微笑和礼貌的文明用语，使顾客满意的离开本店。

6、处理好部门间的合作、上下级之间的工作协作，少一些牢骚，多一些热情，客观的去看待工作中的问题，并以积极的态度去解决。

现在，门店的管理正在逐步走向数据化、科学化，管理手段的提升，对店长提出了新的工作要求，熟练的业务将帮助我们实现各项营运指标。新的一年开始了，成绩只能代表过去。我将以更精湛熟练的业务治理好我们药店。

面对明年的工作，我深感责任重大。要随时保持清醒的头脑，理清明年的工作思路，重点要在以下几个方面狠下功夫：

1. 加强日常管理，特别是抓好基础工作的管理；

2. 对内加大员工的培训力度，全面提高员工的整体素质；

3. 树立对公司高度忠诚，爱岗敬业，顾全大局，一切为公司着想，为公司全面提升经济效益增砖添瓦。

4. 加强和各部门的团结协作，创造最良好、无间的工作环境，去掉不和谐的音符，发挥员工最大的工作热情，逐步成为一个最优秀的团队。

销售工作总结 4

我从事家具销售工作多年，一直在工作中观看家具的销售走势。随着人们生活水平的提高，物质条件高了，对生活质量的要求也就加高，

目前厂家直销、网上购物、电视购物、邮购、自动售货亭、药妆店等多种形式如雨后春笋般涌现和成长。虽然，企业选择销售通路有其历史的原因，但在通路危机日益深重的今天，未雨绸缪已经不再是智者的从容，而是企业必须面对的课题，通路维新迫在眉睫。

电视购物一般是指消费者通过电视以及互联网、商品目录等相关媒体了解商品信息，使用电话、网络订货，由专业物流公司配送商品的无店铺商品销售模式。由于没有中间商，电视购物能为消费者提供价格更为实惠的商品。

以开播电视购物频道为主的现代电视购物(也叫做家庭购物)有别于传统的电视直销,它是一种新兴的商品销售方式,是一种全新的零售销售渠道和平台。按照电视购物的过程,主要可将其分为四大环节,即选择产品、节目制作、呼叫中心、物流配送。现代电视购物以“教买不叫卖”的方式做节目,以消费者的需求为出发,寓购于教,播出方式采用现场直播和录播的两种方式。

以电视台作为运营主体的购物频道,是产品销售的一个平台,是一个无店铺的“空中超市”。所卖商品也是日常生活中的必需品,如数码产品、家具、家居用品等等。由于商品品种多、大众化贴近生活、厂家直销价格优惠、信誉好品质有保证,因此,电视购物频道一开播就受到了广大消费者的喜爱,两年来电视购物频道的发展也取得了可喜的成绩。

在家购物,渐成时尚随着经济高速发展,现代家庭生活也在发生着变化。琐碎的生活、繁忙的工作、拥挤的交通经常让购物变得不那么乐趣盎然。但是也许大家都已经注意到,家庭购物正在悄然改变着这样的无奈。

世界一流的市场研究公司 tns 公司开展的一项针对电视家庭购物的消费者调研显示,在电视家庭购物的所有品牌中,上海消费者对东方 cj 家庭电视购物的品牌认知度是最高的,特别是 25~34 岁的年轻女性消费者。在电视购物频道开播较早的台湾地区,消费者可能不会花三、四十元台币在超市购买便宜的洗发水,他们宁愿花 200 元台币通过电视来

虑，在质量可靠、市场制度完善的前提下，台湾消费者更喜欢电视购物。

由于便利性和质量有保障，在家购物会越来越成为未来消费者选择的消费方式，电视购物也将会成为家具销售的新通路。

品种繁多，价格便宜

电视购物节目主要是以家庭主妇为对象播放的。通过电视销售形式推销的商品五花八门。从内衣到皮鞋、从玩具到家具、从美容品到数码家电，各类商品应有尽有。它本着“不求卖得多，东西一定好”的原则，消费目标群体锁定 25-45 岁的白领女性，这就为家具的销售提供了一个好的平台。

有业内人士预测，在未来的几年中，国内电视购物中的商品将达到 3000 种。除了家具和家庭生活用品外，从房子、汽车，到旅游券，都有可能在电视上出现。通常电视购物节目中所提供的商品都比市场销售的要便宜，因为它无需专门的店铺和固定的销售人员，较少的成本自然能够提供较为低廉的价格。

介绍详细，功能形象

电视购物，其实就是个大卖场，电视可以称得上是个货架，电视购物通过电视发布商品信息，利用电话联系送货上门，免费电话是沟通购买者和商家的桥梁，具有独特的营销风格。每次播出主持人都会邀请产品的厂家代表一同做节目，每种商品都从各个角度向消费者做详细介绍

众因故没有收看到，还可在上搜索节目，进行在线收看，而且还有免费电话接受产品咨询。在传统的家具终端柜台，促销员不可能对每位顾客都花半个小时的时间演示解说，而电视购物节目却可以做到。如今，品种少、价格高的“电视直销

服务周到，方便省心

现在因种种原因外出购物有困难的消费者常通过电视购物来解决自己的购物需要。电视购物迎合了现代人快节奏的生活方式，社会上有一类消费层次的公众，他们在选购商品时，不太愿意花费大量的时间和精力逛商场，因此“电视推介，电话订货，店员送货”是这种运作模式得到了这部分人的欢迎。消费者只要一个电话，就有人将你所订购的产品送货上门，大大提高了工作效率。由于电视购物缩短了生产和销售的中间环节，产品成本更低，利润空间更大，这种模式也很受商家的喜欢。

年轻的白领消费者对于电视销售这种形式大体上持认同态度，认为它节约时间，价格也可以接受，特别是通过电视上的讲解、演示将商品的功能、特征解释得清清楚楚，使消费者愿意通过电视销售去购买一些“去商店可能只是看看就放过去的商品”。

从一开始简单的电视直销，到现在提出的家庭购物的理念，电视购物节目已摒弃了最初说教式的模式，而采取了一些生活化的场景，增添了互动式的参与环节，让电视购物也带上了娱乐性的味道。

由于电视购物独有的媒体宣传和直观可信特性，很多产品正日益把电视购物作为其新的销售发布平台，电视购物不仅可以销售产品，同时还通过电视平台给商家做广告和宣传。虽然购物频道能够发挥广告效能，但电视购物频道的核心特质却不是在于其媒体特性，而是作为渠道商的存在。在美国、日本、韩国等国家，电视购物都是消费者购买商品的重要渠道。专家认为，随着现代人生活节奏的加快，电视购物将掀起继百货店、大卖场之后的第三次购物浪潮。越来越多的家具厂商已开始把电视购物渠道作为渠道组合拳中的一种来操作，可以说现代电视购物是家具销售的一个新途径。

”已经成为历史，家庭电视购物开始引导的是价廉物美、品种齐全、操作便捷的购物新概念。

5

一、努力学习，努力提高

由于我的专业与我的工作不符，我在工作初期遇到了一些困难，但这不是原因。我必须学习很多行业和销售人员的相关知识，以免在不断发展变化的时代中被淘汰，而我们的工作也随着时代的不断变化而变化，这样才能满足我工作的需要，唯一的办法就是加强学习。

二、脚踏实地，努力工作

我知道网上销售是一项非常复杂和繁重的任务。作为一名电商会员，无论是在工作安排上，还是在处理问题上，我们都必须认真学习，能够独立自主。所有这些责任都是电子商务不可推卸的责任。要成为一名合格的网络营销人员，首先必须熟悉业务知识，并进入领导角色。具备必要的抗压能力，吃苦耐劳，循序渐进，注重细节。二是认真对待自己的工作和领导交办的一切事情。认真对待，及时处理，不得拖延、敷衍、敷衍。

三、存在的问题

经过一段时间的工作，我也清楚地看到自己还有很多不足之处，主要表现在：一是没有及时对意向客户进行跟踪回访，所以在以后的工作中，我要对客户意向进行分类，做好标记并定期回访，防止忘记客户数据。2、由于能力有限，有些事情处理不当。要加强和认真学习销售人员规范。

总之，在我的工作中，通过不断学习和探索，我收获了很多。我坚信，只要我努力工作，我一定能把工作做好。

回顾，期待！祝__在新的一年里生意兴隆，财源滚滚！我也祝愿自己在新的一年里有一场精彩的表演！

春节销售已经结束，伴随而来的是新一轮充满竞争和挑战的一年，正因为竞争是残酷的工作才更具有挑战性。回顾本次春节销售，在大家的努力下，发挥团队的力量，群策群力销售工作都取得了很大的进展，同时也让我收获良多。

客户群各有不同，个个商场位于每个地方也是不同的。客源也是不同的，针对不同的顾客商场制定了不同的政策，在每个商场迎合市民图喜庆的气氛需求。增加促销品(如挂件、灯龙、对联)投放、增加堆头，方便顾客选购，并且用促销品装点产品堆放区，增加产品的吸引力。由于客流量大，原有的导购小姐人数根本达不到认真服务每个顾客的要求。于是我们所有的业务员都在不同的商场在现场协助，做好服务工作，同时注意每种商品的数量与品种，及时向商场及库房要货及调配保证各卖场不断货不压货，保证卖场货源充足。可是每个商场都有不同的规定不允许公司人员直接参与现场销售，所以这个春节销量总体勉强基本达到大家制定的目标。但是也看到了其它公司的一些优点，比如我们的红酒销售就比友联公司差了一部分。但是我相信今年经过大家的努力，肯定会超过它们的。团购也是主要客源，我们实行以多可以优惠促销活动，并带动其他产品的`策略，在也收到一定效果但因卖场自身客源的限制销量不同，有的商场效果也不好

通过这次的直接参与一线销售，也与商场，促销增进了一定的情感，同时也让我看到过去自身工作的不足。总结以往现改进方案如下：

首先要提高自身的能力和素质，不能只一味的完成自己的工作目标，要与每一个人密切沟通，一起分析市场，提出针对其市场实际情况的整改性方案。让商场和各个厂家充分看到公司带给他们的利益与前景。协助其做好客情关系从而保证送货补货及时、卖场活动连续、各种跟踪到位、充分认识公司产品及竞品情况。只有将自己的个人目标与公司目标统一起来，使得在实现公司发展目标的同时，实现其自身目标。这样才能为公司达成与客户之间的“战略伙伴关系”的双赢局面。

其次提高导购的素质，平时要多与导购员交流，增强其对企业理念的认同与团队精神，必要时也要对其多做一些培训，促进他们保持良好客情的能力，保持产品销售的有序畅通，切实对促销活动进行跟踪，并做好各种销售、促进评估。这样才能发挥其主观能动性，有一个良好的工作状态与企业形象。在关键时刻为公司的销售带来良好的收益。对于重要市场的促销人员要定期培训，让其管帮带好人员，以扩大产品占有率，促进销售扩大影响。提高其推销能力及服务质量，做到让客户满意，让公司满意。

这一次的参与对我来说是有意义、有价值的、有收获的。成功与失败相随，机遇与挑战同在。在公司领导的指导下通过自己的努力，相信在新的一年里将会有新的突破，新的气象，为公司在日益激烈的市场竞争中，不断发展壮大尽自己的一分力。

销售工作总结 7

告别了的上半年，对于销售方面的重要管理人员销售经理来讲，这次的总结无疑是大的方面规划，业绩的回顾与分析等。以下为详细的销售经理半年工作总结：

销售业绩回顾及分析：

业绩分析：

1、促成业绩的正面因素：

①调整营销思路，对市场费用进行承包，降低新客户的合作资金门槛。虽然曾一度被人背后讥笑，但有效就是硬道理！我公司的思路是促成业绩的重要因素之一。

②加强了销售人员工作的过程管理，工作实效有所提升。

③用提高提成比例和开发新客户给予额外奖励的经济激励手法，形成了重奖之下必有勇夫的积极心态，也是促成业绩的重要因素之一。

④对于市场遗留问题的解决，依据轻重缓急程序，采用坚持公司利益原则，以有效依据处理的指导思路，从而使问题的解决未成触份公司的利益。

2、存在的负面因素：

①销售人员对公司的'指示精神理解不够，客户定位不够稳定，没有严格按照终端思路开拓客户，部分客户选择方面存在一定失误！

②销售人员的心态以及公司存在薪资制度，均存在急功近利状况。

销售人员更多的只想有钱回到公司帐上，却没有更多的考虑客户是否适合公司的合作定位以及长久发展。

③客户选择公司产品时更多考虑的是折扣低价，所以很多未将铺底铺入终端卖场，甚至根本无终端意识，直接将公司的终端品牌变成毫无优势的流通产品。

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

(一)、业绩回顾

1、整年度总现金回款 110 多万，超额完成公司规定的任务；

2、成功开发了四个新客户；

(二)、业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自我制定的 200 万的目标，相差甚远。主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和之后经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又无奈放弃。直至之后选择了金乡“天元副食”，已近年底了！

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)；

c、公司服务滞后，异常是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心；

2、新客户开发面，虽然落实了 4 个新客户，但离我本人制定的 6 个的目标还差两个，且这 4 个客户中有 3 个是小客户，销量也很差。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送本事、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下,09 年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了必须程度的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调节本事增强了；

2、学习本事、对市场的预见性和控制力本事增强了；

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握本事增强了；

4、对整体市场认识的高度有待提升；

5、团队的管理经验和整体区域市场的运作本事有待提升。

三、工作中的失误和不足

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们经过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有必须市场的，况且经过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是十分迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，并且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

(1)、没有能够引导经销商按照我们的思路自我运作市场，对厂家过于依靠；

(2)、没有在适当的时候寻找适宜的其他潜在优质客户作补充；

四、10年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致10年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不一样市场各个解决。

1、滕州：虽然公司有费用但必须再回款，以多发部分比例的货的形式解决的，双方都能理解和理解；

2、微山：自我做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

在繁忙的工作中，不知不觉的又迎来了新的一年，回顾自我走过的这一年，真的是收获颇多，感慨万千，意犹未尽！

x 月份即将过去，在过去一个月了里，通过自己的努力，加上上级领导的正确引导，在销售的行业中，也获得了一点的收获。为了更好的从事接下来的一个月工作，下面我对这一个月的工作进行简要的总结。

销售工作总结 8

回首的销售工作历程，我经历许多没有接触的事物和事情；见识了很多从未见识过新鲜；似乎从一开始，新年带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。

总体观察，这一年对我取得长足进步；不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。作为一名销售员，我将个人销售工作总结如下，敬请各位领导指点。

在进行工作总结前，我首先对公司的品牌推广提出一些个人见解；理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌；其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将 品牌进入产品中；再者，品牌的打响是

靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传；另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己 品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光；最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题；如今我们在美国设立分公司，紧接着我们有在伊朗成立分公司的想法，其一切都是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理；我们也不能忘记 CRM（客户关系管理）的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系炙手可热，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们！

1、东欧地区：目前俄罗斯市场仍是空白，由于国家政策以及关税、运费等问题，对于我们来说，如何进一步努力的降低产品成本来提高价格竞争力是进军俄国市场的首要问题；出现一点危机的市场是立陶宛，由于价格问题，我们在和一个大客户出货时候产生了分歧，若能在 20 年顺利解决价格问题，销售份额将有保持或者提升；东欧市场较好的是

波兰市场，目前虽然只有两个客户，但是 20 年的销售额有望达到 18 万美元（卡玛斯外协为主）；东欧市场另一福田是土耳其市场，虽然 20 年跟我司贸易的客户不如以往那么多，但是市场前景较好，尤其是大客户的锁定以及小客户的推动，有望我司产品在该地区取得更大发展；

2、西欧地区：意大利和德国市场在 20 年发展稳定，希望通过新厂房的规模和展会、拜访等品牌推广，赢取更多的客户和更大的市场份额；英国市场目前只有一个客户，但是由于助力器和硅油离合器水泵问题，今年贸易额不仅一般而且助力器的退货给我造成较大损失；此外经过 20 年对西欧市场的了解，发现该市场要求质量高，价格要适中，在西班牙、法国新车较多，即使开发新产品，市场的持续能力也不高；基于此，我个人认为西欧地区市场策略，如何锁定关键大客户成了首要任务，比如说意大利的 **LPR**，如果我们的产品能够达到他们的性能要求，就应当全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先占领市场份额，然后推动价格的提升；

3、现行和客户的联系过程是：前期谈判工作（邮件交流、核对询价单和报价、价格的确认和所寄样品的确认、产品标识、付款方式的商定、订单的生产）下单前的待办工作（包装内盒、外箱唛头、内盒不干胶内容）生产中的联络（交货期的反馈、与生产部的协调工作）发货前的联络（船公司的联络与船期的安排、物流的管理）发货后的联络（货款的回笼问题、单据的邮寄或者银行交单）再次联络（新订单的谈判）；

4、非洲片区：单分开南非市场，我们非洲市场仍不理想；目前销售区域仍是集中在埃及和突尼斯，建立贸易关系的有 3 家，20 年有销售来往的只有两家，其中一家埃及大客户因为付款方式无法达成一致而取消大约 30 万美元的订单；但是埃及另一客户的贸易额由去年的一万多美金增大到近 7 万美金；突尼斯客户的贸易额也由去年的六千多增到一万美金；随着我司产品在市场的布局成熟与质量的提高，坚信能在北非市场有更大份额；

5、南非片区：目前南非市场客户共计 5 家，由代理公司负责管理销售区域，我司监督；目前主要区域在约翰内斯堡，然后在德班和开普敦各有一客户；现行主导销售产品是制动分泵；销售额由去年的不到 8 万美金，增加到今年的 18 万余美金；初步预计 20 年销售额达到 28 万美金，并向 30 万发出挑战；

6、中东市场：20 年有贸易来往的中东客户（阿联酋、伊朗、以色列）共计 11 个客户；20 年公司产品销售额 5 万余美元，外协产品销售额 12 万余美元，在业绩上都高于去年的产值；随着伊朗市场的不断拓展，我司起亚 PRIDE 总泵和分泵将以主打产品进入该市场，同时争取通过明年的展会或者拜访，扩充日本车系列产品在中东迪拜以及周边国家的市场份额；

7、对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市场、利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失。

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/625330040134011104>