

饮料销售工作总结 15 篇

饮料销售工作总结 1

此次工作主要是从一号店和淘宝为主要搜索网站，以杏仁露为主要搜索目录进行查找，总结如下：一号店（5 星为最高的评价）：

搜索“露露杏仁露”只有一种产品，没有同样以杏仁露为主材的其他饮品，露露公司生产的露露杏仁露，售价是 30.2 元，并且售完，售卖的评价很好，并且都是 5 星的评价。有相关的乳制软饮，首先品种最多的是娃哈哈和小洋人公司生产的产品，有 7 种之多，娃哈哈的营养快线原味销量较好，有 157 人购买，其它口味产品销量较少；而小洋人的产品没有销量。其次是统一、达利园和伊莎拉贝，有 4 种不同的口味，统一主要以奶茶为主，巧克力味的奶茶有 155 人购买，新产品阿萨姆奶茶瓶装有 150 人购买，成箱的有 122 人购买，占了统一总销售的 1/3 之多；达利园没有销量，伊莎拉贝主要是销售营养谷物，不属于乳制软饮中。然后是美汁源、蒙牛和博卡，有 3 种产品，美汁源果粒奶优菠萝和芒果口味销售很多，有 182 人购买，主要销售量来自这两种口味的奶优；蒙牛则是真果粒为主要销量，每个口味的销售量都很高，其中黄桃味的真果粒有 180 人购买，草莓味的也有 134 人购买，销量不俗；博卡是个国外的乳品，相对于国内知名的品牌逊色很多，总体只有 15 人购买。银鹭、三得利和维他奶的品种只有 2 种，银鹭主要是花生和核桃饮品，销量相对均衡；三得利在一号店只有 2 种产品，鸳鸯奶茶有 84 人购买；维他奶的销售

也很好，两种口味，黑豆奶 179 人购买，原味也有 130 人购买。最后是光明、喜之康、阿华田、凤鸟牌（泰国）和雀巢分别有一种产品，光明、凤鸟牌、阿华田的销量都不是很高，喜之康的活力宝乳酸菌饮料有 184 人购买，雀巢的全仕奶巧克力，686 人购买，可以说是当天单品最多的。

总体：悦活销量最高，其次是雀巢，下来是统一某某 000 某某 743 总销量 0 总销量统一哇哈哈悦活雀巢维他奶银鹭旺旺美汁源三得利蒙牛喜之康小洋伊人莎拉贝光明博卡达利园凤鸟牌淘宝：

由于淘宝店家比较繁杂，所以统计起来有点困难，只能算出大概的品牌销量，以一号店为主，作为对比。总体淘宝销售并没有一号店好，售价各不相

同，所以没有售价情况的分析。

此次重点杏仁露，淘宝中多为杏仁粉之类，这些并没有统计，只是统计饮品饮料，销售 75 件。

统一阿萨姆奶茶销量仍然是最好的 56 人，其他 3 种口味（麦香、巧克力、草莓）销量平均，总体要不如一号店。哇哈哈的爽歪歪销售

量最高 81 人，其他比较平均，三得利的产品在淘宝上多了一种拿铁咖啡，销量很好，已有 114 人购买，维他奶的销售平均。悦活乳酸饮料的销售不如在一号店的，销售不是很好；蒙牛纯牛奶的销售很好，有 437 人购买（包括蒙牛特仑苏）；小洋人仍然没有销售。

总体：蒙牛销量最高，哇哈哈第二，维他奶其次。某某 0007583 总销量 7243 总销量 30000 露露统一娃哈哈悦活雀巢维他奶银鹭旺旺美汁源三得利蒙牛喜之康小洋伊人莎拉贝光明博卡达利园露杏仁通过自己的搜集和查看，杏仁露方面的饮品只有露露一家在做，并没有其他企业生产销售，很多产品都围绕着牛奶的不同口味，网络的购买能力还是有限，造成像小洋人这样的产品无销售的情况，饮品身边最常见的产品，网络消费者往往追求的是低邮费、高个人利益、较好的品质，销售比较好的都是价格较低、产品宣传较好、运费更加合理的产品，如美汁源的产品，均比市面便宜 5 角，且每箱（6 瓶）装也便宜了 3.5 元，消费者才会愿意购买；还有就是口味的问题，如悦活的 U 格乳酸菌饮料，购买者的评价很好，并且每箱（6 瓶）也便宜了 2.6 元，建立了良好的口碑，价格也让消费者满意，提升了销量。

产品的质量和价格对销售起到了很大一部分影响，在网络销售中，消费者往往是追求自我利益的最大化，怎么样做到企业的利益部受损失的情况下，又能满足消费者，是网营的关键，以批发价格、优质的服务、低廉的运费、质量的保证、良好的口碑和广泛的宣传会让产品更受欢迎。

饮料销售工作总结 2

烟花爆竹中，我们欢欢喜喜的送走了 20 某某年，在已经度过的 20 某某年中，我们酒店的业绩取得了长远的进步，我们酒店工作也是在酒店领导的领导下，取得了业绩和管理上的巨大进步，这是一直以来我们最重视的事情。回首

20 某某年，我的工作做的不可谓不好，所以在新的一年中，我会吸取 20 某某年的经验和教训，取得更好的成绩！

前两年工作的时候，每到年末的时候总是要写年终总结的。记得那个时候我和同事们总是为写年终总结而头痛，总觉得平时就是那样的周而复始的做同样工作，没什么可写的。可是今年我却想用年终总结的方式来为今年来画下一个句点，来一个总结性的结束。

年初的时候我把工作了一年多的工作辞掉了。记得刚出来工作的一年多，虽然对任何工作都充满了干劲再累的工作也做的很开心，不过呢，因为那个时候年纪还小也很任性的，总是因为这样或那样的原因换了许多工作，这份工作是我上学前的最后一份工作，也是我至今为止工作时间最长的工作。其实我还是蛮喜欢这份工作的，虽然餐厅服务员是累了一点，但是我是在吧台卖饮料和冰淇淋的，不仅能让客人吃到我做的东西（最重要的是，我能经常吃到很多好吃的，嘿嘿！）而且我也能做我很喜欢的咖啡，我很喜欢咖啡的，一直都有个愿望，就是开一家自己的咖啡店。在餐厅工作的一年多的时间里，只有刚开始的半年多最开心，每天都能和同一个班次的同事忙碌而开心的度过一天，那段时间真的很开心；这样的日子只持续了半年多，后来的日子却变了，同事之间开始勾心斗角，我更是被对班的同事当成了她升值的踏脚石，我第一次明白了什么叫职场。

接着那些要好的同事们陆陆续续的辞职离开了，餐厅的人也越来越少，工作量也大了很多，经常是一个人干三个人的活，还要为考成高去学校补习，一系列的事情弄的我焦头烂额的，常常觉得很疲惫而且还有点失眠。终于去年年底我考进大专，今年开学前把工作辞掉了，辞掉工作后我感觉轻松了许多；虽然是轻松了，不过也因为没了工作给家里增加了不小的负担，父母也上了年纪，身体也不好，而我这么大了却还给他们增加负担，有是真的觉得自己很没用呢。只是，今年呢因为白天晚上都有课，而且也想休息一年所以一直没有找新的工作，明年我时间比较富裕再找一份兼职吧，给家里减轻一些负担，毕竟自己也这么大了，总是花父母的钱心里总是过意不去。

关于学业呢，就没什么可说的了，学了近一年的日语。日语真的蛮难

的，所以我学的也不怎么样，去参加了日语二级的资格考试，结果要明年三、四月份才能出来。不过我已经有明年重考的准备，因为这个考试是很难的，考试那天看到好多考了好几次的考生，所以我准备明年在好好的学学重新去考。大专的课程刚开始还是蛮顺利的，可是第二个学期开始因为一些原因呢，总是心不在焉的，上课也不怎么听讲了。快放寒假了，我要趁这段时间收拾好自己的心情，来年要专心学习。我所在的这个刚开始也很开心，每天过的也很快乐，可是上个学期末发生了一些事情，现在班里已经很冷清了。怎么说呢，人总是会变的，不管刚开始是如何的好到最后总是要变的，幸亏去年工作的时候已经经历过了，再见到这样的局面已经是见怪不怪了，这要感谢在那家餐厅工作的经历，在那里我学到不少东西。

今年呢，我得到了两样东西，其一就是朋友。我现在呢有两个很好的朋友，一个呢是我在这个学校第一个朋友，她呢傻傻的，是大大咧咧的粗线条。跟她在一起很开心也很轻松，是个不错的朋友。另一个呢，对我来说就是个知己了。我和她经常在某个方面很象，两个人在一起时话总是很多，经常聊到很晚。我和她都在感情上经历了很多事，那个时候彼此分享着自己的快乐与痛苦，开解着对方。后来她收获了自己的幸福，现在正在甜蜜当中。我很谢谢她，她将总是爱做梦的我拉回现实，如果不是她我会沉溺在自己编制的梦里不可自拔，不是她拉我回现实的话我会越陷越深，到最后我会更痛苦的。所以我很感谢她的，在这里我祝福我的朋友们，希望她们来年继续着她们的幸福。

另一样东西就是一份痛并快乐着的感情。记得爱上他是开学后第二个星期的事情，却也在爱上他的那一颗便知与他是不可能了。因为，真的，我和他完全是两个不同世界的人，就像两条平行的线只是偶然的际遇让我和他交集在一个点上，总会有那么一天我和他都会回到原来的轨道，还原成两条平行线。我想我和他只有一点相同吧，就是我们都觉得恋爱是件很麻烦的事情。爱上他，从一开始就是我自导自演的独角戏而已，无人剧场空旷的舞台，我上演着一个人的独角戏。他给我带来很多快乐，刚开始的时候经常和他吵架抬杠，每天过的无比快乐。为他哭过，流了两个多小时的眼泪；也为他痛过，第一次明白什么叫痛彻心扉；他也让我明白了很多事情，也让我长大成熟了不少。现在

这场独角戏已经落幕，整整理一下，他给我留下很多东西，一首我为了纪念这段感情而写的歌，建了一个博客，写满了对他的感情与记忆，一些照片还有很多美好的回忆。我想这些对我来说已经足够了！记得一部电影里所过，爱一个人并不一定在他身边，只要他幸福快乐便好。所以就祝福他享福快乐吧！

饮料销售工作总结 3

本年来，在公司的关心和支持下，借助于公司提供的公交车车身、候车亭等优势媒体资源平台，通过自己的不懈努力和与公司同事的精诚团结协作，在进一步巩固老客户的基础上，不断发展新客户，在为公司贡献了微薄业绩的同时，更使自己得到了锻炼和提高。现对本年来的工作总结如下：

一、取得的业绩

(一)、继续协调公司与“”等老客户之间的利益诉求，进一步巩固合作关系。

新兴的广告媒体形式层出不穷，使客户在广告投放上有了更多的选择。“”作为公司的长期合作伙伴之一，对公司的业绩有着一定的贡献。为了更好地巩固合作关系，一是加强与客户的沟通联络，随时听取客户对广告效果的评价，了解客户对广告投放的建议和意见；二是针对客户提出的意见和建议，及时跟进解决，做到客户有求必应，以客户满意为己任，在业界为公司树立了良好的形象，赢得了极佳的口碑。通过积极主动的工作，公司与“”的合作呈现出良好的发展态势，业务量稳中有升。

(二)、积极拓展新客户，为公司的可持续发展提供源源不断的动力。

如何在众多媒体形式的激励竞争中为公司争取到客户的广告投放，需要业务员做到“四勤”，即：眼勤、腿勤、嘴勤、脑勤。眼勤就是要善于观察发现，收集相关项目的筹备情况及产品在本地的上市推广活动；腿勤就是要勤于跑路，实地查看，先入为主，在瞬息万变的竞争中赢得先机；嘴勤就是要多与业主进行沟通交流，了解其广告投放意向，以便及时跟进；脑勤即勤于思考，要善于从与业主的沟通交流中，分析其对广告投放的趋向性选择，并根据其项目或产品特点，适时向其宣传推广公司媒体资源，引导其作出有利于本公司媒体的选择，并最终达成广告投放。

通过积极主动的工作，拓展了“”、“”、“”等一批广告客户，为公司的持续发展注入了活力。

二、存在的不足

(一)、与同事的交流不够多，团队意识有待进一步增强。

(二)、相关广告业务技能的掌握还不够好，与客户的沟通交流技巧还需进一步提高。

三、今后工作的打算

(一)、加强学习，进一步提高业务能力，以适应日新月异的广告市场变化。

(二)、以公司整体利益为重，增强团队意识，发挥团队在广告业务拓展方面的优势，提高协同作战能力。

(三)、进一步巩固“”等合作伙伴的广告合作关系，为公司的发展提供长期、稳定的业务量。

(四)、以更加积极主动的工作发展新客户，增加业务量，为公司发展注入源源不断的活力。

虽然本年的工作在公司的关系和支持下取得了一定的成绩，但与公司的要求还存在一定差距。相信在今后的工作中，在公司总、总的带领下，通过自己业务能力的不断完善和提高，一定会做得更好。

饮料销售工作总结 4

近期走访市场召开了几个省的区域经理会议，发现我们的区域经理以上销售人员对公司的通报精神政策理解未到位，而且营销策略方式几乎没有，唯一的法宝就是一味低价倾销，生意越做越死，而且缺乏信心与耐心。

(1) 配制奶

公司认为配制奶销售量还是很大，关键是差价不够与侵权假冒产品冲击二大因素，造成销量上不去，因此公司要求各省主动打击、打假办重点打击侵权假冒产品，同时要求各省尽量把零售价提高到4元/板，达到32元/箱，公司采取100ml奶平均每箱投放1.5元刮刮卡（果奶取消、元/箱、220ml奶0.5元不变）的办法提高零售商的利润。对价格提不到4元/板的省份要求重推某某到终

端为 25—25.5 元/箱，零售价确保 4 元/板（合计 32 元/箱），经销商、二批商的差价保证在 2—2.5 元/箱，同时开展大规模的宣传促销活动，打开市场。公司随后还将推出酸奶与新包装，制定好合理差价，以渗透形式促销，逐步扩大奶的销量。

（2）某某系列

公司准备推出加果汁的某某系列碳酸饮料，改换包装，价格不变，平均每箱内投放 1.5 元刮刮卡进行促销，额度 300 万箱，随后降低为 1 元/箱，某某可乐与其它某某系列按每箱 1 元促销一个月，以后视情况再定。

（3）X某某饮料

某某饮料必须确保零售价 3 元/瓶的底价，原有促销政策不变，另拿出 10 万短袖加上原已发合计 17.79 万件，按 5—10 箱配一件铺货到终端，并要求销售公司按已发促销服装与发货量进行认真查核，各省不得让经销商、二批商拿到后挪作它用，一旦发现要严肃查处，并加倍扣罚。同时要求广告部重点广告投入，各省要组织大型促销活动，务必在 5 月份将某某打响。

（4）瓶装水

目前经销商、二批商的库存偏大，销售旺季未到，目前价位低实质上是我们春节后促销假压库所造成的，我们停止促销后人家迫于成本的压力也在缓慢提价，故公司认为没有必要在近期再怎么促销。目前主要的问题是零售价偏低，零售卖 1.5 元/瓶，请各省按此价格铺货，铺货时按四箱送一箱到终端的形式去铺，决不要折成价格去搞。要求每个经销商铺一部分去试销，公司认为还是可以推开来的，农夫去年新包装到零售的价格达到 3 元多，仍销了一段时间，而我们 1.5 元/瓶，消费者好奇应该还是能接受的（原零售价在 1.5 元/瓶的可以按 2 元/瓶销售，各省自己按情况而定）。

（5）其它品种

目前我们有许多品种由于没有专人专户销售，亦没有自始至终的关注，再加销售之前没有认真规划造成均未销起来，反而造成疑难库存，产生负面影响。公司认为并非是卖不掉而是我们没有去卖所造成的，因此要求销售公司将各类品种下达计划给各省，要求各省指定专人、专户进行销售，并制定销售人

员的工资奖金政策，有的品种不要考虑成片开发，以方便发货，具体计划下达后各省亦要上报计划措施到销售公司跟踪监督与考察。

饮料销售工作总结 5

近期走访市场召开了几个省的区域经理会议，发现我们的区域经理以上销售人员对公司的通报精神政策理解未到位，而且营销策略方式几乎没有，唯一的法宝就是一味低价倾销，生意越做越死，而且缺乏信心与耐心。

(1) 配制奶

公司认为配制奶销售量还是很大，关键是差价不够与侵权假冒产品冲击二大因素，造成销量上不去，因此公司要求各省主动打击、打假办重点打击侵权假冒产品，同时要求各省尽量把零售价提高到 4 元/板，达到 32 元/箱，公司采取 100ml 奶平均每箱投放 1.5 元刮刮卡(果奶取消、某某 1 元/箱、220ml 奶 0.5 元不变)的办法提高零售商的利润。对价格提不到 4 元/板的省份要求重推某某到终端为 25—25.5 元/箱，零售价确保 4 元/板(合计 32 元/箱)，经销商、二批商的差价保证在 2—2.5 元/箱，同时开展大规模的宣传促销活动，打开市场。公司随后还将推出酸奶与新包某某，制定好合理差价，以渗透形式促销，逐步扩大奶的销量。

(2) 某某系列

公司准备推出加果汁的某某系列碳酸饮料，改换包，价格不变，平均每箱内投放 1.5 元刮刮卡进行促销，额度 300 万箱，随后降低为 1 元/箱，某某可乐与其它某某系列按每箱 1 元促销一个月，以后视情况再定。

(3) 某某

某某必须确保零售价 3 元/瓶的底价，原有促销政策不变，另拿出 10 万短袖加上原已发合计 17.79 万件，按 5—10 箱配一件铺货到终端，并要求销售公司按已发促销服与发货量进行认真查核，各省不得让经销商、二批商拿到后挪作它用，一旦发现要严肃查处，并加倍扣罚。同时要求广告部重点广告投入，各省要组织大型促销活动，务必在 5 月份将某某打响。

(4) 瓶水

目前经销商、二批商的库存偏大，销售旺季未到，目前价位低实质上是我

们春节后促销假压库所造成的，我们停止促销后人家迫于成本的压力也在缓慢提价，故公司认为没有必要在近期再怎么促销。目前主要的问题是零售价偏低，零售卖 1.5 元/瓶，请各省按此价格铺货，铺货时按四箱送一箱到终端的形式去铺，决不要折成价格去搞。要求每个经销商铺一部分去试销，公司认为还是可以推开来的，农夫去年新包到零售的价格达到 3 元多，仍销了一段时间，而我们 1.5 元/瓶，消费者好奇应该还是能接受的（原零售价在 1.5 元/瓶的可以按 2 元/瓶销售，各省自己按情况而定）。

(5) 其它品种

目前我们有许多品种由于没有专人专户销售，亦没有自始至终的关注，再加销售之前没有认真规划造成均未销起来，反而造成疑难库存，产生负面影响。公司认为并非是卖不掉而是我们没有去卖所造成的，因此要求销售公司将各类品种下达计划给各省，要求各省指定专人、专户进行销售，并制定销售人员的工资奖金政策，有的品种不要考虑成片开发，以方便发货，具体计划下达后各省亦要上报计划措施到销售公司跟踪监督与考察。

饮料销售工作总结 6

萧氏茶叶 3 万吨茶饮料深加工项目于 20 某某年 1 月开始兴建，目前基建、设备引进等工作已基本建成完工，现汇报如下：

一、项目基本情况

1.1 项目名称：萧氏茶叶 3 万吨茶饮料深加工项目。

1.2 建设地点：湖北夷陵经济开发区（黄金卡村 4 组）。

1.3 建设性质：新建。

1.4 建设单位：湖北萧氏茶业股份有限公司。

1.5 建设主要内容及规模：项目占地 96 亩，主要建成原茶饮料厂 16000 平方米，包装车间 20 某某平方米，仓库 1500 平方米，检验检测中心及其它辅助工程 1200 平方米。引进国际先进的全自动化原茶饮料生产线 8 条，年生产原茶饮料 3 万吨。配套建设道路、污水处理系统、绿化、挡土墙等。

1.6 建设期限：三年，即 20 某某年 1 月—20 某某年 12 月。

1.7 项目投资及资金来源：总投资 11030.19 万元，其中固定资产投资 8030.19

3000 万元。资金来源为：申请三峡库区产业发展基金投资补助 250 万元，占投资总额的 2.3%，项目承担单位自筹 10780.19 万元，占投资总额的 97.7%。

二、项目背景

茶叶是夷陵区三大特色支柱产业之一，也是西北山区的主要农业经济，作为三峡的特色产业之一，其发展关系到农民增收、移民就业和移民增收的实际问题，库区产业的发展和茶农、移民的增收需要茶叶经济的繁荣。

在我国，传统茶叶产业模式制约着茶叶经济的发展，茶叶始终无

法成为农民致富的可依托产业。现有的茶叶经济模式已经不能满足产业发展的需求，开发茶饮料是产业结构调整的需求，也是产业经济持续健康发展的需求，更是产业资源充分利用和三峡库区茶农、移民增收的迫切需求，发展势在必行。

三、项目目前进展情况

项目于 20 某某年 9 月经宜昌市夷陵区发展和改革局备案，土地、环评工作已经完成，截止 20 某某年 12 月底，完成厂房、包装车间、仓库等工程建设 20223.68 平方米，完成总工程量的 100.26%；已完成设备的进口、安装、调试，正在进行新产品试制与中试工作；道路、绿化等辅助工程正在建设之中，项目实际完成投资 10993.55 万元，完成投资总额的 99.67%；计划今年 5 月正式投产。

四、项目效益分析

根据项目预期建设目标，本项目建成后年产原茶饮料 3 万吨，年可实现收入增加 28400 万元，项目年均利润总额 4220.03 万元，年均实现净利润 2520.03 万元，上缴税金 1700 万元，经济效益显著。

同时，项目将带动坝库区 2 万茶农年人均增收 220 元，新增移民就业 150 人，直接辐射三峡库区 6 万移民茶农增收。项目实施，将实现茶叶资源综合利用，优化产业结构，提升产业科技，实现湖北茶叶经济发展的飞跃。该项目将深入研究茶产业，综合开发茶经济，充分利用茶资源。建成后将解决三峡地区茶叶资源利用的难题，促进产品结构调整和产业升级，加速确立茶叶经济在库

求，能很好地服务三峡库区茶产业发展、茶农增收和移民就业，能带动茶叶种植、加工产业的发展壮大，社会效益、生态效益、经济效益均十分显著。

五、下一步打算

“十二五”时期是萧氏集团快速发展的关键阶段和重要机遇期，我们将重点建设萧氏集团“中国茶产业高新科技工业园”，将产业发展与企业发展有机结合，抢抓机遇，加强项目建设，提高企业科技创新能力和管理的技術含量，促进企业创新和可持续发展，有效地降低生产和经营管理成本，提高工作效率和社会服务水平，使企业的效益和综合实力迈上一个新的台阶。

饮料销售工作总结 7

本年来，在公司的关心和支持下，借助于公司提供的公交车车身、候车亭等优势媒体资源平台，通过自己的不懈努力和与公司同事的精诚团结协作，在进一步巩固老客户的基础上，不断发展新客户，在为公司贡献了微薄业绩的同时，更使自己得到了锻炼和提高。现对本年来的工作总结如下：

一、取得的业绩

(一)、继续协调公司与“”等老客户之间的利益诉求，进一步巩固合作关系。

新兴的广告媒体形式层出不穷，使客户在广告投放上有了更多的选择。

“”作为公司的长期合作伙伴之一，对公司的业绩有着一定的贡献。为了更好地巩固合作关系，一是加强与客户的沟通联络，随时听取客户对广告效果的评价，了解客户对广告投放的建议和意见；

二是针对客户提出的意见和建议，及时跟进解决，做到客户有求必应，以客户满意为己任，在业界为公司树立了良好的形象，赢得了极佳的口碑。通过积极主动的工作，公司与“”的合作呈现出良好的发展态势，业务量稳中有升。

(二)、积极拓展新客户，为公司的可持续发展提供源源不断的动力。

如何在众多媒体形式的激励竞争中为公司争取到客户的广告投放，需要业务员做到“四勤”，即：眼勤、腿勤、嘴勤、脑勤。眼勤就是要善于观察发

；

腿勤就是要勤于跑路，实地查看，先入为主，在瞬息万变的竞争中赢得先机；

嘴勤就是要多与业主进行沟通交流，了解其广告投放意向，以便及时跟进；

脑勤即勤于思考，要善于从与业主的沟通交流中，分析其对广告投放的趋向性选择，并根据其项目或产品特点，适时向其宣传推广公司媒体资源，引导其作出有利于本公司媒体的选择，并最终达成广告投放。

通过积极主动的工作，拓展了“”、“”、“”等一批广告客户，为公司的持续发展注入了活力。

二、存在的不足

(一)、与同事的交流不够多，团队意识有待进一步增强。

(二)、相关广告业务技能的掌握还不够好，与客户的沟通交流技巧还需进一步提高。

三、今后工作的打算

(一)、加强学习，进一步提高业务能力，以适应日新月异的广告市场变化。

(二)、以公司整体利益为重，增强团队意识，发挥团队在广告业务拓展方面的优势，提高协同作战能力。

(三)、进一步巩固“”等合作伙伴的广告合作关系，为公司的发展提供长期、稳定的业务量。

(四)、以更加积极主动的工作发展新客户，增加业务量，为公司发展注入源源不断的活力。

虽然本年的工作在公司关系和支持下取得了一定的成绩，但与公司的要求还存在一定差距。相信在今后的工作中，在公司X总、X总的带领下，通过自己业务能力的不断完善和提高，一定会做得更好。

饮料销售工作总结 8

在这一年以来，从我的工作职责方面，我很感激__公司领导，自从得到销售的这一份工作以来，在我不知道的情况下，得到了同事和领导的帮助下我进

标，这是贵阳办全体部门的工作的努力的荣誉，谁让我们在 5 月份碰到__公司的主哎，我们贵阳全体各部门依然面临巨大的挑战，现在我们谁让我，我们会依然去努力抗战这些困难，这些功绩是公司全体员工的努力是分不开的。下面是我本人一年的工作：

1、上半年公司关于 pet 的上市和铺市计划及销售任务，在公司的规划和认真贯彻，这样去做好公司的 pet 的上市，执行了公司市场操作和策略方针，这样去铺好 pet 的上市规划。

2、公司争取专场的权利，节约费用，压制竞品进场的机会，维护终端客情，做好生动化陈列及店内广宣，让我们的产品多和消费者见面，利用公司好的促销品与终端客户的消费，提高__销量。

3、在公司通过各级领导的培训和都导检查指导和同事的交流，只有这样，才能及时的得到处理和解决。使自己的市场进步的很快和同事协同完成公司分配的工作，在平时中我们将相互去交流去分享别人和自己的市场，让我进步的很快的去和别人沟通。。

4、在 5 月份的__的上市，我们的压力非常的大，我们就面临去抗战这一份困难，我不知道该如何去解决，谁让今年我们去的了胜利，完成公司的分配的全年的目标，但是离不开全部门的共同努力。希望公司在明年有根好的方法去挑战我们的竞品。

饮料销售工作总结 9

近期走访市场召开了几个省的区域经理会议，发现我们的区域经理以上销售人员对公司的通报精神政策理解未到位，而且营销策略方式几乎没有，唯一的法宝就是一味低价倾销，生意越做越死，而且缺乏信心与耐心。

一、配制奶

公司认为配制奶销售量还是很大，关键是差价不够与侵权假冒产品冲击二大因素，造成销量上不去，因此公司要求各省主动打击、打假办重点打击侵权假冒产品，同时要求各省尽量把零售价提高到 x 元/板，达到某某元/箱，公司采取某某 ml 奶平均每箱投放某某元刮刮卡（果奶取消、某某元/箱、某某 ml 奶

x 元/板的省份要求重推

某某到终端为某某—某某元/箱，零售价确保 x 元/板（合计某某元/箱），经销商、二批商的差价保证在某某元/箱，同时开展大规模的宣传促销活动，打开市场。公司随后还将推出酸奶与新包装，制定好合理差价，以渗透形式促销，逐步扩大奶的销量。

二、某某系列

公司准备推出加果汁的某某系列碳酸饮料，改换包装，价格不变，平均每箱内投放某某元刮刮卡进行促销，额度某某万箱，随后降低 x 元/箱，某某可乐与其它某某系列按每箱 x 元促销一个月，以后视情况再定。

三、某某饮料

某某饮料必须确保零售价 x 元/瓶的底价，原有促销政策不变，另拿出某某万短袖加上原已发合计某某万件，按某某箱配一件铺货到终端，并要求销售公司按已发促销服装与发货量进行认真查核，各省不得让经销商、二批商拿到后挪作它用，一旦发现要严肃查处，并加倍扣罚。同时要求广告部重点广告投入，各省要组织大型促销活动，务必在 x 月份将某某打响。

四、瓶装水

目前经销商、二批商的库存偏大，销售旺季未到，目前价位低实质上是我们春节后促销假压库所造成的，我们停止促销后人家迫于成本的压力也在缓慢提价，故公司认为没有必要在近期再怎么促销。目前主要的问题是零售价偏低，零售卖某某元/瓶，请各省按此价格铺货，铺货时按四箱送一箱到终端的形式去铺，决不要折成价格去搞。要求每个经销商铺一部分去试销，公司认为还是可以推开来的，农夫去年新包装到零售的价格达到 x 元多，仍销了一段时间，而我们某某元/瓶，消费者好奇应该还是能接受的（原零售价在某某元/瓶的可以按 x 元/瓶销售，各省自己按情况而定）。

五、其它品种

目前我们有许多品种由于没有专人专户销售，亦没有自始至终的关注，再加销售之前没有认真规划造成均未销起来，反而造成疑难库存，产生负面影响。公司认为并非是卖不掉而是我们没有去卖所造成的，因此要求销售公司将

员的工资奖金政策，有的品种不要考虑成片开发，以方便发货，具体计划下达后各省亦要上报计划措施到销售公司跟踪监督与考察。

饮料销售工作总结 10

一、一季度的工作小结

今年一季度在全体销售人员与经销商的努力下，实现了开门红，产销量比去年同期增长 16.77%，其中瓶装水增长 26.4%，配制奶增长 8.52%，发酵奶增长 15.66%，碳酸饮料负增长 28.97%，果汁饮料增长 62.36%，茶饮料增长 45.09%，八宝粥增长 32.58%，纯牛奶、花式奶负增长 49.33%；但与整个饮料行业的增幅相比，我们明显落后于整个行业，整体饮料要比全国增幅少 5.21 个百分点，其中瓶装水少 2.76 个百分点，碳酸饮料多负 27.11 个百分点，八宝粥多增 26.13 个百分点，纯牛奶、花式奶全国增长 49.33%而我公司负增长 34.99%，反差极大，果汁饮料落后 11.82 个百分点，而且从 1 月份开始增幅逐月走低，到 4 月份很有可能负增长。因此形势不容乐观，而且问题也确实不少，必须进行认真分析，加以改进，否则今年的计划任务无法完成，而且会影响到公司的可持续发展。

二、目前主要存在的问题 1 经销商数量与经营能力不足以支撑我司销售业务的需要

全国中小客户的比例占客户总数的 67.24%，销售额仅占 27%，这些客户一是明显感到资金实力、运营能力不足以帮助我公司控制市场，同时亦有可能不是主销我司产品，亦不是以我司产品为主要盈利来源，经销我司产品的盈利亦不能满足其生存发展的需要。同时 32.76%的中大客户亦有相当部分并非销我司产品为主，这样就会造成整体客户的忠诚度不高，网络抗风险能力不强，驾驭市场的能力不足，因此给市场的销售带来极大的隐患。

经销商、业务员无法进行全品项销售

公司认为每个产品都有其生命周期与一定的市场容量，走到最高峰时肯定价格低了，厂商盈利水来亦都低了，而且要开始逐步走下坡路，因此要不断有产品更新，推出新产品来弥补。同时随着公司规模不断发展增长，竞争的要求

也高了，每年增加 10%，就要增加 1020 个亿的销售，而且不增加这点销售还不足以与世界级大品牌进行竞争，因此公司近几年的品种发展很快亦很多，本来应该是增加我们销售的回旋余地，而实际上由于我们的业务员、经销商尚没有习惯与有能力来弹好这个钢琴，不能平衡各个品种的发展，亦没有能力去开拓市场，而公司也无法在全国同时开发众多产品的市场，因此造成目前新产品开了进展不快甚至夭折的局面，影响军心与信心，甚至带来后遗症。

经销商为盈利影响我司销售

最近发现不少经销商为了赢取高额利润而截留政策，有的放弃二批直做终端，而自己又没有能力全面铺货到终端，结果经销商是轻松了，做得少反而赚得多了，但我们的市场都丢失了，最近山东烟台、贵州泸州就是一个明显的例子，而且公司认为这种情况还不是少数。这也是目前二批空仓而不愿接货的重要原因，若不加以纠正，我司的市场占有率将会急剧下降，影响我们的竞争优势，因此各省必须认真调查，立即采取措施、重新建设二批网络将货卸下去。若经销商不愿执行可明确告诉他，我们自己直做二批，对其库存一概不负责任，既然其损害了我们的利益，我们当然亦不会考虑照顾其利益。

饮料销售工作总结 11

自己从事销售工作已经将近二十个年头了，几年来在公司领导的带领和帮助下，加之全体同事的共同努力，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，顺利地把公司交给的兔肉、兔皮销售工作圆满完成。

现将从事销售工作的心得和感受总结如下：

一、销售工作主要职责是千方百计的完成销售任务，并及时催回货款，积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导，对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感，完成领导交办的其它工作。

二、工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁。对领导安排的工作丝毫不能马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导的意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并充实完善。

三、认真学习我公司产品及生产工艺的知识，依据客户需求为客户提供满

意的产品。

四、销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，在接到客户投诉时，首先要作出口头承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，制定应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

由于市场萎缩，同行竞争激烈且价格下滑，应认真考察并综合市场行情及市场的信息反馈，制定出合乎厂情、市场行情的出厂价格，为公司创造更大的利润。

饮料销售工作总结 12

近期走访市场召开了几个省的区域经理会议，发现我们的区域经理以上销售人员对公司的通报精神政策理解未到位，而且营销策略方式几乎没有，唯一的法宝就是一味低价倾销，生意越做越死，而且缺乏信心与耐心。

(1) 配制奶

公司认为配制奶销售量还是很大，关键是差价不够与侵权假冒产品冲击二大因素，造成销量上不去，因此公司要求各省主动打击、打假办重点打击侵权假冒产品，同时要求各省尽量把零售价提高到4元/板，达到32元/箱，公司采取100ml奶平均每箱投放1.5元刮刮卡（果奶取消、1元/箱、220ml奶0.5元不变）的办法提高零售商的利润。对价格提不到4元/板的省份要求重推到终端为25—25.5元/箱，零售价确保4元/板（合计32元/箱），经销商、二批商的差价保证在2—2.5元/箱，同时开展大规模的宣传促销活动，打开市场。公司随后还将推出酸奶与新包装，制定好合理差价，以渗透形式促销，逐步扩大奶的销量。

(2) 系列

公司准备推出加果汁的系列碳酸饮料，改换包装，价格不变，平均每箱内投放1.5元刮刮卡进行促销，额度300万箱，随后降低为1元/箱，可乐与其它系列按每箱1元促销一个月，以后视情况再定。

(3) 饮料

饮料必须确保零售价3元/瓶的底价，原有促销政策不变，另拿出10万短袖加上原已发合计17.79万件，按5—10箱配一件铺货到终端，并要求销售公

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/75715205400006142>