

酒楼营销工作总结 营销工作总结(大全9篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

酒楼营销工作总结 营销工作总结篇一

主观上负责人及下属人员工作经验不足，能力参差不齐；管理上程序化程度不高，比较杂乱；下属员工工作不够主动，自我定位不准确，工作观念不正，普遍存在一种“混”或“养家糊口”的工作状态，而未能意识到挑战性工作对自身能力、素质的提高。诸多主观因素致使员工缺乏“团队精神”，凝聚力不强导致工作效率低下。

客观上公司上层管理程序过于繁杂，影响各种计划的迅速畅通；各种建议性方案审批不明；缺乏针对各下部属市场实际情况的指导性方案。导致各下属机构操作不灵活，直接降低企业及产品竞争力，影响销售。而原市场遗留问题也给工作带来较多阻力和诸多不确定性、突发性问题，比如经销商不稳定和地级市经销商之间低价物流即倒货。

通过分析主客观原因，吸取失败教训，暴露并努力改变、解决问题，让xx成为一个符合公司长远目标的良性健康的销售市场是xx当前目标。以下本人对xx分内部管理、客户管理□xx□销售方案四部分总结并做出计划和建议。

1□xx管理混乱，未能很好做到防火、防霉、防鼠、防盗等工作，保管人工作方式呆板，群众基础极差，严重影响团结，

恶化工作环境，工作效率极低，人为加大货物流通障碍，损害xx集团企业形象。

2、业务内勤工作量太大，即当xx又做xx□导致直销部门及业务人员滞留xx时间太久，影响直销人员与业务人员正常工作开展。

3、大型卖场送货频繁、验收制度繁杂，而业务人员自己送货，占据大量时间，造成工作效率低下，直接降低xx集团的服务质量，损害企业形象。

4、缺乏独档一面的xx员，各销售渠道俱存在不少问题，最典型的是：

a□市区xx缺乏忠诚客户且销售网络不健全，客户经营理念差，新品推广不力。

b□大型卖场产品更新难，新品上柜慢，致命的是各种销售促进活动经常性断档。而xx人员一直未能达到公司要求，对之有所改变，直接产生xx部月销售量波动较大。

5、送货车辆破旧不堪，经常维修，一方面增加销售费用，一方面影响货物流通，且人员安全未能得到有效保障。

6、导购人员素质参差不齐，没有经过统一培训，缺乏企业理念与团队精神。

1、立即更换xx□寻求一个积极向上又有一定保管经验的xx□改善工作环境，加速物流，提高效率。

2、改善xx工作流程，建议增加人员，责任明确，更有效对xx部的xx与xx管理，加强对xx部内务如财物、人员、住房等方面的监督与管理。

3、寻求合格的xx人员，以使与xx保持良好客情，加强合作，保持产品销售的有序畅通，切实对xx促进活动进行跟踪，并做好各种销售、促进评估。

4、建议更换xx号车，保证派送货物及时畅通。

5、安排时间培训导购人员，以求有一个良好的工作状态与企业形象。

6、重点治理xx部门，考虑xx主管合适人选，管帮带好xx人员，以扩大产品占有率，促进销售扩大影响。

7、期望公司能给予建议如何解决卖场业务人员自己送货的难题，提高业务人员工作效率与工作积极性。

一、县级代理：六县市各一代理商，销售相对比较平稳，产品在县级市场也属领导品牌地位，出样较好，经销商配合程度较高，信誉也不错，基本上能配合好公司的营销方案。但有部分经销商流动资金不足（如xx□xx□xx客户）；且所有客户的销售网络都不是很健全，大部分网络是终端超市且呈自然销售状态，乡镇网络几乎没有，县城小店也存在很多销售空白点。

针对如此一种状况，对客户宣传xx营销理念及与xx合作的发展前景，树立其对xx及xx产品的信心，然后分析其自身的管理、运作方式上存在的弊端并与其达成合作上的共识，减少其经营品牌，尽量要求xx产品专销，指导经销商多渠道多级价格体系销售，使其做到产品系列化、网络立体化、货物资金流迅速化。以达成xx与客户之间的“战略伙伴关系”的双赢局面。

1、经销xx创建销售网络：在创业初期，如果资金充足，此种销售方式未尝不是一种好的模式，它能使公司迅速创建销售

网络，但随着网络的健全，此种模式所带来的弊端逐渐显现并激化成矛盾，如xx及客户的xx等都直接影响投入期向盈利期的过渡。而此转型期间，如何运营将决定公司长期切身利益。

2、经销商经营品牌互动销售：随着经营品牌、产品的多样化，借助某些xx网络拉动其他xx销售是一种良好的销售模式。贸易贵在双赢，单赢的生意不是一种健康的长期的合作关系。良好的互动销售是资源共享互相促进，共同拥有一个良性健康并具有广阔前景的市场，而不是以损害某个品牌的利益来拉动其他品牌的销售，或以某一个或几个品牌的销售利润来弥补其他品牌的销售亏损。只有大家共同遵守游戏规则，真诚合作，才能达到共同发展的目标。

3□xx缺乏服务于长期利益的规范管理：对xx的权责制订过于简单，与责任不成正比的权利是危险的，在给予xx人员权利的同时应就xx监控工作作出相应的约束，一切为公司的长远利益服务。由于公司较少对此方面作出约束，造成业务人员为完成销售任务，给经销商xx□

4□xx按正常xx体系混乱，影响xx销售积极性。

客情关系不够好；送货补货不及时；卖场活动不连续；各种跟踪不到位；本司产品不了解；竞品情况不清楚。如此一种尴尬情况已经延缓了大半年，每一次例会内容都包括。本人认为要根本上解决这一尴尬状况，一方面从人员业务素质问题上解决，条件成熟的情况下尽可能启用有相关工作经验且业务能力强的业务人员，另一方面争取在大型卖场的各种xx活动不致断档，否则xx大型零售终端的销售很难有“质”的提高“量”的飞跃。

四、中型（连锁）超市：目前经营的有xx连锁61个店，九头崖33个店□xx□xx□xx等大厦及部分中型连锁及单店中型超市。

今年xx在此渠道的销售极其不稳定，也存在很大一部分空白点，但此一渠道的销售风险较高，表现为超市经营不景气且以代销为主，故在此部分以求质不求量的销售方针为主，宁可不销也要现款，没有充分的评估不轻易去谈销售。

所以今年此渠道主要销量在xx超市与xx[]其中xx的销售如充分运作月销售当在8至10万左右，但xx的货款回收相当困难，所以为降低风险以少送货多收款的销售方针为主，明年估计也是以此种销售方式为主。而xx的销售尤为重要，但波动也更大，如何经营将对xx的销售量产生很大影响，也直接影响xx产品在xx市场的出样率与占有率，详细管理及方案分析见本人年月日所拟“xx有限公司销售方案”。

五、直销及团购、劳保客户

1、因直销部门的人员频繁更换及直销主管管理能力问题，致使目前xx市的小型零售终端存在很大一片空白，而直销员也经营一小部分中型超市，更产生了对小店销售的轻视，服务质量低下，使xx产品在xx市场的占有率低下，更因直销人员推销能力问题及代理商价格低造成的冲击，导致直销客户不稳定且极易流失。

(1) 对直销员进行销售培训，提高其推销能力及服务质量，做到让客户满意，让公司满意，稳步拓展小店销售网络，促进销售。

(2) 对直销员进行分类，部分人对小店及小超市销售，按xx考评制度核算工资，授权能力较强的另一部分直销员针对中型超市及团购、劳保市场进行销售，基本工资300元，基本任务初定为一万/月，超过部分如销售中型超市按2%提成，如团购或劳保按1%提成。

1[]xx租赁费、运输费、办公费、水电费、人员工资等可预算

费用。

- 2、正常促销赠品不可预算费用。
- 3、预计个县城代理商各xx元计xx元直销或导购员工资。
- 4、建议适当增加部分各级代理商店招及车身广告费用投入。
- 5、本人就xx市大型卖场年月销售量及月销售费用做一个前期预测与评估，请参考附表一“xx市大型卖场最低月销量及月销售费用预计表”。

要完成xx年所预计的xx万元销售指标，本人提出如下销售方案：

1、县级市场：巩固现有销售网络，做好客户营销参谋，指导客户多渠道多层次立体经营，争取针对县城终端超市开展面对消费者的多元化促进活动，改变现有自然销售的被动销售局面。充分发挥县城直销员作用，借助公司每一次促销迅速大量铺货，努力拓展网络，开发乡镇市场。

建议公司与其他厂商举行联合促销，比如与生产食用油厂商联合，购xx产品几件送食用油一瓶，购食用油一桶送xx某某产品一提；或公司给xx予自由调节赠品的权利，比如本月xx一件十元促销，可改成购三件xx送5公斤金龙鱼油一瓶。如此开展多样化的面对传统通路的促销活动，相信对公司的销售特别是县级市场一定能有一个很好的促进，又能防止客户对公司产品采取变相降价。

2、市区渠道：当务之急是对市区二批网络的掌握。如与奥博签订合同则重在培养二级批发商作为候补客户，缩短新品面市时间，加快货物与资金流通，进一步拓展网络，扩大中小纸行及小型零售终端的销售。

如未与xx合作则对所有xx市场采取xx经销，为减小xx所带来的冲击，首先对所有客户在公司xx基础上xx重新整合市场，重点培养若干运营思想较好有实力忠诚的xx并建议公司针对xx的所有促销产品实行与其他地区不同的政策，以xx对xx市场的影响，稳定xx市场的价格体系基本完整，不至于对xx传统渠道的销售产生很大的负面影响。建议公司对普遍存在的xx现象采取有效措施，坚决xx

3、大、中型（连锁）卖场：维护企业形象，加强客情关系，保证企业服务。做好对竞品与本品进行优劣势分析，针对丹尼斯、金博大等大型卖场与部分中型卖场，不间断采取形式多样的买赠或特价销售活动，并做好事前预测、事中跟踪与事后效果评估。以求达到产品在终端的销售稳步提高。

4、小型零售终端：调动xx人员工作积极性，充分发扬能者上、庸者下的激励机制，严格执行对直销工作的考评、监督，开展针对小型零售终端的多样化买赠促进活动，迅速占领小型零售终端市场，提高产品覆盖率、占有率，提高销售量。

5、组织专人负责团购、劳保市场，特别是加强心相印产品的单位定制，提高销售。

以上是本人就职近一年来对xx的总结及提出的方案及各种建议，不周之处，希望各位领导给予指点，并希望领导能多为处于销售第一线的员工多一点理解，多一些关心与支持，相信大家都是为了xx都是为了xx有一个良好的销售市场与环境才聚到一起，实事求是，少一点官僚，多办点实事。相信xx的员工一定会有一个美好的前程！

酒楼营销工作总结 营销工作总结篇二

20xx年房地产市场售价急速上涨，政府出台诸多调控政策，房地产行业受到各方舆论的压力随之而来。在今年激烈的市

场博弈中；在一次次部门沟通协调、思想碰撞中；在公司领导的正确指挥下；在全部门畅通沟通、积极配合下；我们进行了一次次市场调研、预测、目标客户的分析把握，以及制定出阶段性目标和相应的工作计划并严格执行。策划部同销售部一起克服种种困难，把握市场机遇，在今年的工作中完成公司销售任务，控制营销成本，有效提升品牌形象。

2□cbd返祖模式的学习培训及广告推广

在这期间，我们部门人员与宝资天项目组在河池进行了两次系统的沟通讨论，对此模式的产生、运作有了一定的了解。那时曾想计划于7月中旬，两部门人员与你就此方案进行沟通，因时间原因和工会项目的介入，不了了之。本部门按原定的cbd推广计划时间表，安排及准备cbd营销工作，同时要求宝资天项目组对其项目组相关工作人员进行了的cbd的返祖销售模式接待及销售培训，等待cbd的正式开盘。

我们于9月中旬开始了汉军·cbd的户外广告已出街，目的主要是：首先，抢先在河池上cbd的案名，防别人与我们争cbd的概念，有利于汉军·cbd先入为主，有利于市场形象深入人心；其次，考虑到这阶段在住宅上无大手笔和cbd销售时间时机不成熟等因素的影响，我们暂不进行住宅的广告推广，而把这段时间空挡留给cbd的形象推广，在河池树立汉军·cbd第一高楼、地标建筑、商务中心的形象定位，引导市民关注其的建设、装修进度□cbd的'物业管理，关注这些河池没有的新事物在河池的发展。

3、综合楼的酒店、办公区、一楼大厅的装修设计

对于综合楼的装修设计，我们只能对于色彩、轮廊、造型上说一些自己的认识与看法，在整个设计方案明确后，兰振主要从技术角度上跟进酒店、办公区、一楼大厅的设计图出图及装修工作，月底酒店和一楼大厅施工图已出，装修队伍未

定，办公区样板区已有三家拿出设计，兰振手头留有两家的设计效果图，其余一家再做，时间未定。办公区样板的设计方案等你回来后再定。

4、工会项目期准备工作

由于该项目来得快，接触时间少，又加上是我公司第一次与政府部门以合作形式开发建设，经验不是很足，需要我们依据以前房地产开发经验，找出解决问题的办法。第一是要明确双方的合作框架协议；第二是要明确开发合作方式，明确我方的主导权；第三是资产的评估；第四是土地证的办理；第五是双方的现有资金及出资时间安排。

在公司领导下，我部门人员积极配合，做好各项准备工作。目前我公司已与市总工会完成了双方合作开发建设合同书的签署，双方在合同中明确了第一、二、三点的内容。为使该项目尽早开工，明确双方合作建设意向，我部门提前做好开工庆典方案，在规定的时间内，做好了开工庆典活动，取得了圆满成功，更重要的是，该活动的成功举办，更加提升了我公司的实力及形象，河池第一大开发商的美誉已逐渐形成，同时市工会与我公司合作开发已名声在外，项目中途变卦合作者的可能性更加小了。谁终止合同谁就付出巨大的经济损失。

为保证上述计划及工作能顺利完成，在9月开工庆典活动结束后，我们销售部门与公司工程部积极配合，就对该项目的总平设计公司委托合同书、场地的地界定点与放线，场地地块周边的规划及项目开工建设情况、周边路网规划及坐标、标高情况，进行了全面的摸底与详细调查了解，能要的文字资料，尽可能通过市工会向相关本门索取。同时对项目的总平及建设规模大小及产品户型的设计，我们积极与宝资天进行沟通，他们在10月10日左右拿出对该项目的住宅、商业的设计建议。

5□xx月上旬，完成一次河池房地产市场的调查，了解房地产市场的发展、各开发商现状及项目建设在发展过程中遇到的困难及解决办法，对于我们明年开发市工会项目和汉军·龙江帝景项目进行借鉴与评估。

1、价格与销售策略

销售价格的制定与销售策略一直是我们工作的重中之重。面对国家调控□20xx年房地产价格的一路飙升、飞速上涨。在这样的市场机遇与压力之下，通过市场调研分析，我们在客观务实的基础上，制定出了f栋和a栋的开盘定价方案，并结合市场状况行之有效的完成了今年的销售任务。接下来对区域市场又做了大量的市场调研，金龙湾的开盘对我们的销售价格影响是很大的，并且起到了积极推进的作用。在开盘前期的排号卡发售中，我们最后一次探底客户心理价位，最终均价定为3100元每平方米，我们的定价在区域市场处在领先地位，基本与金龙湾价格持平，可以说是做到了利益的最大化。今年在楼层定价时，我们吸取先进高层的定价方案，将楼层差价分为三个线，低楼层、中间楼层和高楼层的差价分档，充分考虑客户的消费心理，做到科学理性。

2、本案产品分析与产品建议

为更好的促进销售，销售部协同策划完成项目区位分析及销售卖点提炼。今年为河池项目的规划做准备，策划部又销售部门进行了多次市场调研，对河池市场现有项目的外立、户型、小区规划、景观规划等多方面深入考查。

3、市场调研

了解市场信息并做出正确分析建议是编制销售策略计划的根据，一年来我们进行多次深入的市场调研，并编写了相关市场调研报告，及时为公司领导提供了第一手信息，并制定了行之有效的系列营销方案。面对国家调控，市场调研应做在营销

工作之前，也是明年我们需要加重的工作任务。

4、开盘活动

开盘活动是全年工作中的重点[]20xx年我们成功举行一次开盘活动。策划部从前期策划到活动的流程安排、设计品的设计制作、人员的分配、物料的选购、媒体的发布、活动公司的选用，再到活动当天的执行沟通做了大量的工作并投入了极大的工作热情。前期大量的工作，都是为活动当天的成功做准备。展示的是我们公司的形象，是河池项目的品牌。

在媒体资源整合上，我们今年使用的媒体共有：

(1) 大众媒体报媒，以河池日报、雄基信息报、广西南国广告为主。再充分考虑到消费者的阅读习惯和考察了各报媒影响力和投放量后，我们确定了这三家报刊。河池日报的专业性在市场上影响力很大、受众目标性强，客户素质统一；雄基信息报其广告的到达率是这些报刊内最好的；广西南国早报受众面也比较广。在具体实施过程中我们采取软硬结合，即给客户强势的视觉冲击，又注重引导消费。

(2) 户外媒体，今年对项目围挡的使用做到信息的及时更换，我部门做到即时更换户外信息，定期检查户外效果，力保户外发布即时有效，达到宣传企业文化，传达给广大顾客最新的销售信息，优惠政策等。

1、加强市场调研工作，特别是来电来访客户分析，正确把握目标客户群体的特征、喜好、开展有针对性的推广渠道、推广思路，和诉求点。

2、加强媒体效果评估工作，以此来指导我们20xx年营销费用在各媒体渠道投放比例，并随时指导调整我们的推广策略，做到营销费用效果最大化。

3、在推广节奏上，结合房市相关政策、本地消费习惯和我们相应节点进行节奏性推广，做到市场好或我们有重大节点时能强势推广，火爆销售。

4、在媒体渠道方面，争取发觉利用一些更直接针对目标客群的特殊媒体，一来可以节约营销费用，二来效果显著。

5、活动方面除要认真完成固定的几个大活动（如开盘）外，还应充分利用我公司老客户资源，针对老客做活动，提高品牌美誉度、忠诚度，充分发挥老客户口碑宣传效果。

6、在团队合作方面，加强与宝姿天策划公司和7604广告公司之间的沟通，做到销售与推广结合，相互配合，积极引导一种健康快乐的团队氛围。

20xx年是个崭新的开始，我们的团队在认真工作的同时不断成长，争取在20xx年工作中取得更好的成绩。

酒楼营销工作总结 营销工作总结篇三

1. 做好离职人员交接工作，监督交接过程，并要求离职员工在离岗之前将自身岗位所有工作职责、岗位技能、注意事项在离职一个月的时间内全部教授给新到员工，确保正常工作不脱节，同时及时关注其他员工心理动向，及时给予沟通和交流，努力提高新员工的各项业务技能和岗位技能，加强锻炼新员工的独立处理营销部日常事务的能力。

2. 为各部门第一季度评选的服务明星拍照片，并制作成服务明星牌匾在卖场内企业文化墙悬挂，为员工树立良好的榜样形象，为每月评选的公司团队销售冠军、亚军、服务明星制作成精美锦旗，悬挂在各获奖品牌展台的显要位置，以促进品牌的美誉度提升。

3. 在万人空巷抢格力的活动前期认筹工作中，带队在九曲花

园、旭阳集团、美多商贸城做格力认筹宣传活动，全力推进商场格力空调的销售工作，三天共认筹八十余台。

4. 提前做好了4.2日格力抢购、商场夜场活动的前期准备工作，定制了夜场六层大蛋糕，活跃卖场气氛，将夜场整点抽奖活动氛围一直坚持到最后一次抽奖，积极配合公司营销中心，全力和交通音乐台主持人潘岳、电视台主持人紧密合作主持格力抢购电视台直播活动和四月二日至四月六日期间的八场电台现场直播工作。

5. 学习执行公司新会员活动，将新会员活动制作张贴在服务台

现要位置，全员向顾客推广办理会员卡和积分礼品兑换tcl电视、美的空调在认筹活动期间，要求员工做好推广工作，每人设定销售任务，努力推动tcl电视和美的空调的销售工作。

6. 坚持每天记录上报不满意信息记录，强调信息的及时传递、跟进、回复。坚持每天上报营销部会员、公司活动、部门活动赠品发放统计表，方便商场领导和部门主管及时了解活动赠品使用情况。

7. 根据公司要求，提前到临沂市第三届海棠(市花)节基地考察场地，联系参展事宜，并签订参展合同、积极协助各部门组织出展物料和机器，海棠节期间根据商场要求带队参展，和商场陈主任等其他领导坚持在活动现场，为保证商场货物的安全和商场陈主任等领导共同吃住在活动现场，在昼夜温差很大的情况下持连续夜间值班三晚，并每天早起出展和下午收机器。

8. 制作了公司家电惠民双补活动的宣传广告喷绘制作，为商场各部门及时打印品牌活动pop书写爆炸卡。每天要求广播员在卖场播报营销活动，为员工过生日，送温馨祝福。

1. 继续关注新员工的培训学习工作，随时关注成长情况。
2. 保证五一期间的正常接待工作，招聘4-5名临时促销人员。
3. 公司五一活动的前期组织准备，带领员工学习活动细则、操作方式和注意事项。
4. 设计制作公司五一活动的广告橱窗喷绘、大篷车广告、皇冠帽、海报等工作。积极协助商场经理和其他兄弟部门的工作。

酒楼营销工作总结 营销工作总结篇四

拟征地理位置范围：潍莱高铁自昌邑跨胶莱河进入平度境内，南绕前房家村折向东，跨引黄济烟干渠、新潍高速，绕过五甲埠村折向东北，经明村镇北侧后北绕田庄镇折向东，依次跨青新高速、海青铁路、荣潍高速后折向东北，其后沿荣潍高速并行，于福州路西设平度北站，出站后并行高速向东，穿荣潍高速平度分公司后折向东南，南绕固山地下水源地一级保护区后折向东，南绕凤凰屯石墨矿后折向东北，穿过六曲山古墓疑似区、大唐风电，北绕即墨故城-龙虎山一带，跨小沽河进入莱西境内。

涉及的农村集体经济组织：明村镇前房家村、天新庄村、小营村、闫庄南村、五甲埠村、小官寨村、唐戈庄村、西店子村、大驾埠村、辛安北村、辛安后村、辛安中村；田庄镇矫戈庄村、后柳坡村、前柳坡村、潘家庄村、玉石头村、西寨村、西张家村、张东村、田庄村、田庄王家村、东李家埠村、东潘家埠村、披甲营村；李园街道西石家庄村、前小营村、后小营村、大营村、西七沟村、门村村、上疃村、马家店子村、刘家寨村、周戈庄村、韩家疃村、万家疃村、十里堡村、朝阳庄村、山前村、府君庙村、花园村、水沟子村；东阁街道尚家上观村、官家上观村、代家上观村、下李园村、上李园村、北姜家庄村、郭家疃村、丰山洼村、徐福村、东窝洛子村、

兰家庄村、辛家庄村、凤凰山村;白沙河街道西郝家疃村、岔河村、东辛付庄村、姜家观村、窦家观村、张家观村、前沙湾庄村、后沙湾庄村;古岷镇八里庄村、杜家集木村、刘家集木村、山上村;云山镇上庄村、河北大白村、河东大白村、前营村、赵庄村、杨兰埠村、凤凰岭村、东金沟子村、谢格庄村。

用途： 交通运输用地。

土地征收补偿安置费按照山东省人民政府办公厅鲁政字〔20xx〕286号文公布的征地区片综合地价标准执行;地上附着物和青苗补偿费标准按照〔xx〕市人民政府办公厅关于调整征地年产值和地上附着物青苗补偿标准的通知》(青政办发〔20xx〕5号)的规定执行。被征收土地村庄的具体土地征收补偿安置方案，待勘测调查完成后，由平度市国土资源局会同财政、人力资源和社会保障等有关部门制定并公示。

本公告后，凡在拟征收土地范围内抢栽、抢种、抢建的，一律不予补偿;平度市国土资源局等有关部门适时组织勘测定界和调查清点地上附着物，有关单位和个人应予积极支持配合。

本公告在本次征收土地涉及的农村集体经济组织所在地予以发布。

特此公告。

xx市人民政府

20xx年7月7日

酒楼营销工作总结 营销工作总结篇五

2xx—x年上半年，本人在公司各级领导的正确领导下，在同事们的团结合作和关心帮助下，较好地完成了上半年的各项

工作任务，在业务素质和思想政治主面都有了更进一步的提高。现将2xx—x年上半的各项工作总结如下，敬请各位领导提出宝贵的意见。

半年来，本人认真遵守劳动纪律，按时出勤，有效利用工作时间，坚守岗位，需要加班完成工作按时加班加点，保证工作能按时完成，认真学习法律知识；爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心。积极主动学习专业知识，工作态度端正，认真负责地对待每一项工作。

我的工作岗位是销售内勤和仓管。主要负责统计公司线缆的发运数、上货数。另外就是将每天发货的数量报给客户，核对客户收货情况与数量，整理现款现货的客户开出收据，统计每天入库和出库的数量。

1、统计情况：能及时做到电话跟踪客户收货情况与数量核对，做到发运数与收货数统计准确。

2、收货情况：原材料厂家报的收货数量，跟我接收的数量要核对准确。如有多或是少的情况，要及时汇报给采购部。

3、仓管报表：做好每天出库、入库的`台账数据，就能做到周报表和月报表的数量基本准确。

总结半年的来的工作，虽然取得了一定的成绩，自身也有了很大的进步，但是还存在着以下不足。

一是有时工作的质量和标准与领导的要求还有一定差距。一方面，由于个人能力素质不够高，成品仓库和原材料仓库收发数有时统计存在一定的差错；另一方面，就是有的时候工作量多，时间比较紧，工作效率不高。

二是有时工作敏感性还不是很强，对领导交办的事不够敏感，有时工作没有提前完成，上报情况不够及时。

一是加强工作统筹，根据公司领导的年度工作要求，对下半年工作进行具体谋划，明确内容、时限和需要达到的目标，加强部门与部门之间的协同配合，把各项工作有机地结合起来，理清工作思路，提高办事效率，增强工作实效。

二是加强工作培养。始终保持良好的精神状态，发扬吃苦耐劳、知难而进、精益求精、严谨细致、积极进取的工作作风。

酒楼营销工作总结 营销工作总结篇六

不知不觉中20xx已接近尾声，加入_房地产发展有限公司公司已大半年时间，这短短的大半年学习工作中，我懂得了很多知识和经验。_是房地产不平凡的一年，越是在这样艰难的市场环境下，越是能锻炼我们的业务能力，更让自己的人生经历了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的是增加了一份人生的阅历。可以说从一个对房地产“一无所知”的门外人来说，这半年的时间里，收获颇多，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现将今年工作做以下几方面总结。

学习，永无止境，这是我人生中的第一份正式工作，以前学生时代做过一些兼职销售工作，以为看似和房地产有关，其实我对房产方面的知识不是很了解，甚至可以说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，通过努力的学习明白了置业顾问的真正内涵以及职责，并且深深的喜欢上了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

刚进公司的时候，我们开始了半个月的系统培训，开始觉得有点无聊甚至枯燥。但一段时间之后，回头再来看这些内容真的有不-一样的感触。感觉我们的真的是收获颇丰。心境也越来越平静，更加趋于成熟。在公司领导的耐心指导和帮助下，我渐渐懂得了心态决定一切的道理。想想工作在销售一

线，感触最深的就是，保持一颗良好的心态很重要，因为我们每天面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对工作和生活。

在培训专业知识和销售技巧的那段时间，由于初次接触这类知识，如建筑知识，所以觉的非常乏味，每天都会不停的背诵，相互演练，由于面对考核，我可是下足了功夫。终于功夫不负有心人，我从接电话接客户的措手不及到现在的得心应手，都充分证明了这些是何等的重要性。当时确实感觉到苦过累过，现在回过头来想一下，进步要克服最大的困难就是自己，虽然当时苦累，我们不照样坚持下来了吗？当然这份成长与公司领导的帮助关心是息息相关的，这样的工作氛围也是我进步的重要原因。在工作之余我还会去学习一些实时房地产专业知识和技巧，这样才能与时俱进，才不会被时代所淘汰。

从接客户的第一个电话起，所有的称呼，电话礼仪都要做到位。来访客户，从一不起眼的动作到最基本的礼貌，无处不透露出公司的形象，都在于细节。看似简单的工作，其实更需要细心和耐心，在整个工作当中，不管是主管强调还是提供各类资料，总之让我们从生疏到熟练。在平时的工作当中，两位专案也给了我很多建议和帮助，及时的化解了一个个问题，从一切的措手不及到得心应手，都是一个一个脚印走出来的，这些进步的前提涵盖了我们的努力与心酸。有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

20xx这一年是最有意义最有价值最有收获的一年，但不管有多精彩，他已是昨天它即将成为历史。未来在以后的日子中，我会在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能，此外还要广泛的了解整个房地产市场的动态，走在市场的最前沿，。俗话说“客户是上帝”，接好来访和来电的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立良好的公司形象，这里的工作环境令我十分满意，领导的关爱以及工作条件的不断改善给了我工作的动力。同事之间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。所以我也会全力以赴的做好本职工作，让自己有更多收获的同时也使自己变的更加强壮。总之，在这短短半年工作时间内，我虽然取得了一点成绩与进步，但离领导的要求尚有一定的差距。

（一）、依据20xx年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在中重点类客户群。

（二）、针对购买力不足的客户群中，寻找有实力客户，以扩大销售渠道。

（三）、为积极配合其他销售人员和工作人员，做好销售的宣传的造势。

（四）、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

（五）、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

（六）制订学习计划。做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的

学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆（在这方面还希望公司给与我们业务人员支持）。

（七）、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。今后我将进一步加强学习、踏实工作，充分发挥个人所长，扬长补短，做一名合格的销售人员，能够在日益激烈的市场竞争中占有一席之地，为公司再创佳绩做出应有的贡献！

酒楼营销工作总结 营销工作总结篇七

20xx年，在公司党委的正确领导下，营销战线上广大干部职工，围绕“12345”总体奋斗目标，创造性地开展各项营销工作，克服了供需矛盾突出、白莲铝厂停产等诸多不利因素。群策群力，奋力拼搏，资产经营取得了丰硕成果，实现了“三确保、三实现、三推进”的年度营销工作目标，为提高经济效益和企业的发展，做出了新的贡献！

主要指标完成情况：

——售电量完成33325万kwh□比年度计划增长4.1%，如剔除白莲铝厂因素超幅18.2%。

——售电均价完成386.33元/kkwh□比年度计划372.46元/kkwh上升13.87元/kkwh□

——售电收入完成14155万元。

——当年电费回收率100%，历欠电费回收97.4万元，历欠回收率20.7%。

——线损率完成7.54%，比市公司下达计划下降0.01百分点。

——营业普查156807户，3.838亿174起，违约用电171起，补收电量107万kwh万元，收取违约使用电费37.0万元，合理增收共计95.4万元，超计划完成20.4万元。

——推广电热锅炉1台，容量270kw□

一年来，我们重点开展了以下几项工作：

1、加强电力需求侧管理，售电量稳步增长。

针对白莲铝厂停产和年初供电形势紧张局面，公司树立大营销观念，始终把开拓用电市场作为一项全局性的龙头工作来抓。通过加强需求侧管理，抓季节用电高峰，抓招商引资机遇，稳定了工业用电市场，拓展了生活用电市场，克服了铝厂停产而减少电量5600万千瓦时的影响，实现电量同比18.2%的增幅。

一方面，积极向县委政府汇报，争取了各级政府和广大电力客房的理解与支持，同时采取适当限电和调控小水电上网发电等多项措施，确保了20xx年元旦、春节、“五一”黄金周及高考期间电网安全稳定运行，确保了全县有序用电，最大限度地满足了全县经济发展和城乡居民生活用电需求。同时，各单位根据供用电形势的变化制订了电网迎峰渡夏供电预案，并按照“先让电，再限电，后拉闸”的原则，严肃调度纪律确保了城乡居民生活、农业生产、重点单位部门和用户用电。

另一方面，对年初确立的20家企业大的电量增长点采取领导责任制的方式实行大客户经理负责制上门跟踪服务，促成新增电量3600万千瓦时。同时积极主动为全县招商引资提供服务，优质高效办理了奎拓公司、福星铸钢、兰溪油料、兰溪电石厂、稳健公司、金辉石料、散花中泰公司以及围绕浠水河、巴河流域等大小92家等客户的报装增容工作，促成早日送电投产。

各单位积极开拓电力市场，取得明显成效，如绿杨、兰溪、丁司当、竹瓦等四个单位，电量同比增幅分别达到281.8%、99%、54.2%、54.2%。

2、全面推进公变台区化管理，营销精细化管理体系初步建立

去年市公司将“全面完成公变台区化管理”作为九件大事之一，把实行公变台区化管理作为营销精细化管理的重要手段。年初□□xx供电公司推行《台区营销管理工作实施方案》制订下发以后，我们迅速成立了一把手挂帅的台区化管理工作领导小组，制定了详细的实施方案。同时，对全县台区计量装置情况进行调查摸底，确定改造方案，在市公司专项资金和公司县城网项目的大力支持下，对城区126个城镇公变台区和乡镇区的219个台区进行了计量装置改造和安装，为公变台区化管理提供了必备的技术基础。各单位对所有公变用户进行了清理，杜绝了台区间的交叉互供、私拉乱接现象，并重新以台区为单位编制抄表本(卡)，核对客户用电基本信息，完善客户档案，为公变台区化管理提供了必备的管理基础。

在方法上，以城区、散花供电营业所为试点，以线损、电费回收、营业质量和优质服务为主要考核指标，注重指标测算的科学性、考核办法的可操作性。公司先后两次召开会议，交流试点经验，推广典型作法，边实施，边完善。在台区化管理过程中，由于原来没有对10kv线路和专变用户管理纳入统一考核，出现了线损向上转移的现象。对此，一是修改办法，将10kv线路、专变用户全部纳入考核范围，实行分层管理；二是对全县10kv级计量装置现状进行调查统计，提出了改造方案。

依照□□xx供电公司《公变台区化管理验收办法》，我们制订了“基础管理、计量装置改造、线损管理、电费回收和优质服务”五大部分制订评分细则，对各单位组织了验收。通过公变台区化管理的推行，调动了基层营销员工的工作积极性，

差错率大幅降低，电费回收率普遍提高，公变台区线损率下降，为企业增加了经济效益。

3、积极推进预购电制，年度电费回收目标圆满完成

为了防止电费呆死帐的发生，最大限度控制企业经营风险，公司“全面推进预购电制，努力改革电费回收模式”作为20xx年市场营销工作目标之一。主要从三个方面入手，一是争取政策支持。县经贸转发了市经贸委以黄经贸[2003]160号文下发了《关于进一步加强电费回收工作的通知》，对长期拖欠电费或结算信誉不高的用户，要求必须签订预购电协议，安装预购电装置，实行先购后用。二是在大力推行预购电制基础上积极争取市公司对于推进预购电制补助。三是制定实施方案。明确专人负责，落实预购电制推广名单，安排时间进度，将“ic卡预付费箱”和“购电控”相结合，重点对小炼钢等“五小”企业、抗旱排涝和交费信誉不高的用户严格实行预购电制，并进行跟踪督办，将这一技术措施落实到位。截止去年底，已经安装ic卡预付费装置42户、购电控12户，同时，对8家大用户实行分旬收费，如浠水宜化公司、奎拓公司、福星铸钢等用户，促进了电费回收任务的完成。

4、全面开展电力营销竞赛，营销工作质效得到提高

去年，公司领导高度重视市场营销竞赛活动，成立了组织机构，按照市公司市场营销竞赛活动要求，结合浠水公司实际，补充了竞赛内容，修订了《市场营销竞赛办法》和《评分标准》。在开展活动过程中，注重“三个结合”：第一，将竞赛活动与市场营销日常工作有机结合，以活动为载体，将营销基础管理工作和各种专项工作纳入活动中，同时通过日常检查和专项检查，促进活动开展；第二，将竞赛活动与农村供电所规范化管理动态考核相结合，从九月份开始，对规范化管理已经验收的农村供电所进行动态抽查，并将抽查结果纳入竞赛考核；第三，将竞赛活动与创“双十佳”相结合。

加强竞赛的过程管理。10月份，公司工会和市场营销科一起组织专班，对各单位市场营销竞赛工作进行了一次全面的检查，并将检查结果进行了通报。针对市场营销竞赛检查过程中发现的薄弱环节和存在的突出问题，在11月份的农村供电所动态抽查检查过程中进行全面的跟踪督办。同时，组织了市场营销竞赛自查和自评分;20xx年元月初，结合年终大检查，对各单位市场营销竞赛进行了检查评比。

5、大力开展营销稽查，供用电秩序得到规范

完善稽查网络，形成了稽查大队、供电营业所、电工组三级稽查体系，健全了营销稽查组织机构。加强与公安部门的联系，理顺了联合查处窃电案件的关系，明确了各自的工作职责，加大了对窃电案件和窃电惯犯的查处力度，形成了警电联手打击窃电、共同维护社会供用电秩序的新的工作格局。

认真落实省公司营业普查整改。针对省公司大规模的营业普查活动过程中发现的问题和不足，按照上级整改要求，公司营销科、稽查大队组织专班多次深入到各供电单位，逐一检查，逐一督办，全面落实省公司的整改意见。

大力推进防窃电计量装置改造步伐。公司组织计量所，城区有关人员到黄州分局参观学习，在市公司专家和现场示范和指导下进行示范安装、检查督办，各单位抽调专人加班加点，保证工艺和质量。防窃电改造完成高供高量用户20户，高供低量用户35户，低压三相直通用户50户，低压三相带ct用户30户，居民表外移1500户，改造前后的效益明显。

6、全面推行质量管理体系，提高了计量管理水平

全面推进计量质量管理是去年市场营销中心工作之一。以推广应用电能计量信息管理系统为手段，从管理标准、工作标准和业务流程着手，明确了各岗位职责，加强了业务流程控制，进一步规范了各项工作行为，理顺了工作流程。完善计

量基础资料管理，建立了计量设备资产、台帐、校验、轮换和故障处理等工作的相关资料的动态电子记录，实现各类计划、统计报表从微机自动生成。建立了工作质量监督机制，便于发现工作中存在的问题。提供了电能计量有关信息的网络查询，为资料查找提供快捷方便的手段。基本实现了计量工作信息化管理。

通过计量质量管理体系的推行，建立完善了管理标准和工作标准，控制了业务流程，规范了工作行为，加强了计量质量监督，加强了电能计量的全过程管理。

7、深入实施“星级工程”，优质服务水平不断提高

在深入开展“生命线”教育实践活动的基础上，结合全县“三评一促创五好”和省市公司“双十佳”评比活动，继续深化“星级工程”活动，选送了一批营销窗口服务人员到xx电校进行全面的培训，组织开展了两期管理人员及营销班长的优质服务培训，考核实行了人人过关，促进服务水平和服务质量的提高。开展供电营业窗口规范化服务竞赛活动，引入“服务事故”新理念，先后4次对公司属15个营业窗口和48个电工组进行了专项检查 and 比赛抽查考核工作，加大了明查暗访和投诉处理力度。通过常态运行机制的建设，使优质服务从组织领导上得到保证，从工作力量上得到加强，从措施办法上得到落实。

加强服务制度建设。下发了《“95598客户服务工作管理办法》，对受理的电话业务实行闭环管理，保证客户的投诉、举报件件有答复，事事有落实。制订了《浠水县供电公司大客户经理服务制》，对月用电量在10万千瓦时以上或用电容量在315千伏安及以上的客户实行大客户经理服务制，对其用电业务申请优先处理和跟踪服务。

加强供电形势的宣传。召开了客户代表座谈会和新闻发布会。发放了宣传手册，制作了宣传灯箱广告。发放征求意见表和

客户满意率调查表，满意率达到98%，在去年电力供应紧张、压减负荷的情况下，做到缺电不缺服务。10月份，被浠水县消费者协会考评为服务性企业第一名。

过去的一年，我们的工作虽然取得了很大的成绩，但也必须看到当前市场营销管理工作中仍然存在一些不容忽视的问题。

一是营销基础管理不细、不严。主要表现在抄表工作质量不高，仍然存在估抄、漏抄、缺抄现象，尤其是“0”度户数比例较大；抄表日程没有得到很好地坚持，没有履行抄表日程审批制度和抄表轮换制度，造成报表数据失真。

二是内稽力度不够。主要表现在目前各供电营业所和稽查大队主要以用电检查、创收为主，营销内稽工作开展不力，且普遍未得到重视；加之各供电单位对营业工作质量未严格考核，造成一些营销环节出现漏洞。

三是营销现代化程度不够高。主要表现在营销信息系统功能应用不完善，报装管理、计量管理和营销稽查没有全面应用，抄表机应用不广，营销业务“无笔化”工作退步等。

四是电费回收面临困难。主要表现在国有企业改制改革的进程中，部分企业倒闭或破产，增加了电费欠费风险；居民客户交费途径、方式单一，交费时间集中，带来居民交费不便，给电费回收工作造成压力。

这些问题和困难务必引起我们的高度重视，在今后的工作中加强分析和研究，采取得力措施认真解决。

二、20xx年市场营销工作目标和任务

20xx年是国家电网公司建设“一强三优”现代公司的起步之年，也是县公司全面实施“一争、二创、三提高”发展规划的重要的一年。

当前，国家实施积极宏观调控政策，加大对中部地区的扶持力度，沿海产业加速向中西部转移，湖北大力实施武汉城市圈发展战略，新一轮的经济增长已经起步，随着浠水县新型工业化和农业产业化的不断推进，招商引资项目建设的力度不断加大，一大批新的经济增长点和电量增长点正在形成，必然带来电力需求的增长，为电力市场的开拓提供了较有力的支撑。但是，由于电煤紧张，供需矛盾凸现，季节性缺电短期内不能缓解，供电企业仍然面临着很大压力。

分析新形势，面对新挑战，我们要以开拓创新、强化管理、优化服务的思想来指导、安排和部署营销工作，要解决当前公司市场营销工作中存在的问题和困难，进一步增强做好市场营销工作的责任感和紧迫感，坚定做好新一年市场营销工作的信心和决心，克难奋进，努力进取，扎实工作，开创市场营销工作新局面。

20xx年的市场营销工作任务繁重而艰巨。我们要正视困难，坚定信心，在公司党委的正确领导下，团结拼搏、克难奋进、勇于创新、扎实工作，全面完成20xx年各项营销目标任务，为实现公司“135”总体目标作出更大贡献。

酒楼营销工作总结 营销工作总结篇八

一、争夺优秀客户资源，加大存款营销力度。截至本月19日，我行对公存款时点新增11419万元，名列全区第二，计划完成率496%，居全区首位。个人存款时点新增804万，计划完成率22.98%，在全区中排名第12位。我行存款新增之所以能够取得佳绩，与行领导的积极营销和全行员工的共同努力是分不开的。对公存款方面，我行成功营销了**铁路局下属的锦铁房产开发公司，帮助我行对公存款实现几千万元的增长。对私方面，在柜台一线，我们用最好最真诚的服务留住铁路行已有客户的同时，成功营销大批同业其他银行客户。为大客户办理理财金卡，提供vip服务。在中天证券公司设立驻点营销人员，日均开卡量达到10张以上，且较多为投入大量资金

进行炒股的优秀客户。

二、大力宣传推广理财产品，抢占同业产品市场

行领导充分认识到营销并非推销，宣传策略尤为重要。在电子滚动屏上时时更新理财相关信息，在营业大厅醒目位置摆放理财产品的宣传折页，这些措施帮助柜员与个人业务顾问下一步的营销做了较好的铺垫。而我们在为客户办理业务的同时不放过任何一个销售的机会。积极把握当下利息较低的机会，销售没有利率风险并有收益保障的储蓄型保险，在美元等国际货币贬值的背景下，为客户推荐保值方面比较稳定的理财产品——黄金。对在前台办理业务同时打出贷记卡申请表的客户积极营销，不放过为每一位信用度较好的客户办理贷记卡的机会。通过行领导的多方营销与经办人员的共同努力，截至今日，我行在对私存款时点新增804万的情况下，利得盈和储蓄性保险销售金额总和累计突破百万元。实物黄金销售1260克，计划完成率157.5%，全区名列第五位。贷记卡累计营销135张，计划完成率61.36%，全区排名第五位。

三、在经济前景看好，股指反弹的情况下积极推进基金营销。

09年我国经济形式一片繁荣，gdp增长速度更是达到了8.7%，股指一度从最低的1800多点增长到3478点。20xx年，中国经济增长速度继续超过8%已经毫无悬念。我行利用中国资本市场大好全球经济复苏的有利机会，充分利用每位行员工手中的客户资源，对基金进行大力营销，不仅为客户带来了可观的收益，帮助完成我行的基金销售计划，更加赢得了客户的口碑，为接下来的基金销售工作开了一个好头。

四、依据国家政策走势，加大住房贷款投放力度。

09年**房价增幅一直居全国前列，进入20xx年，房价增长放缓，许多观望的买房人开始购买房产，我行领导与个贷部客户经理整合客户资源，查找以往有购买意向的相关客户，与

其联系并介绍我行相关的房贷政策，在保证投放的每一笔贷款没有任何风险的情况下积极营销，截至19日，我行房金业务取得了时点余额新增467.07万的佳绩，计划完成率46.71%，居全区第4位。

五、柜面人员与大堂人员积极配合，电子银行业务取得较快发展。

电子银行业务简化了客户的操作，帮助客户更加便捷的办理业务，不过后续的注册、激活等程序较为繁琐。为了简化营销流程，在我们柜面人员为客户办理签约手续后，大堂中的工作人员积极配合，利用手机、电脑、电话等设备帮助客户完成注册、激活，我行工作人员为客户办理售后服务工作，使我行电子银行的方便、快捷理念深入人心，增强了客户对我的满意度与忠诚度。电子银行的营销同样取得了不错的成绩，其中企业高级版计划完成率更是达到66.67%，在全区名列前茅。

以上成绩是行领导的正确领导与全行员工共同努力的结果，这20几天来，行领导积极动员，以身作则，全行员工不辞辛苦，加班加点，付出了比平日里更多的汗水和辛劳，换来了xx行一季度营销的开门红。我深知进入一季度以来**同业银行间的竞争会更加激烈，营销一线已经成为了一个没有硝烟的战场，但我同时相信，铁路行全体员工会在守住已有阵地的同时，在行领导的带领冲锋下，抢占更为广阔的市场，创下更加优秀的成绩。

酒楼营销工作总结 营销工作总结篇九

现在进入公司已经将近有3个月的时间，这一个月的学习过程对我来说是至关重要，在这段时间里我学到了很多新的东西，比如业务上的谈判，产品知识的实际运用以及新环境下同事之间的和睦相处等等，现就本周的一些心得与体会写一下。

一、总结：

x月份截至目前出了三单的成绩，完成了自己的初步任务目标，在这里我要感谢xx□xx的帮忙。没有她们的帮助这个单子是不会这么顺利拿下来的。

经过这不到一个月的电话营销，自己也总结了一下小小的心得经验：

1. 首先确定产品的使用目标，在和客户沟通之前，要充分的了解客户，因为我自己认为不能为了打电话而打电话，是为了成单而打电话。针对不同的客户侧重讲不同的内容，正如每个人的心态不同，与我同年这一辈多是自傲的人，他们的虚荣心不允许他们在别人面前承认自己某方面缺陷，因此他们对保健品十分排斥，或者他们本身十分健康，根本不需要这些。此刻作为最大的消费人群，我们要换个角度，从父母下手，百善孝为先，可以以情动人。

2. 其次要有正确的决策者。在工作中能找到一个真正的决策者也是需要下一番工夫的，在没有确定接电话的人是否是决策者时轻易不要暴露自己的身份，可以从旁去询问出哪些人有决策权，要出电话与姓名，这时需要的我的说话艺术，对大数的人来说，他（她）们在不是很忙的情况下会很热心的告诉你一些情况，如果在工作烦忙时会很暴，这时就不易过多的谈话，并表示出你的感谢马上挂电话。

3. 再者要有积极地心态和正确的话术。虽然平时会受到许多质疑甚至侮辱，但我明白，自己必须承受压力和调节好个人情绪的变化，每天工作时都要保持一个很热情很积极的心态，用你的热情去打动对方。

4. 对于意向客户。对于意向客户要时时及时的跟踪，坚持不懈的跟踪。目前我的客户中自己感觉有意向的，有30个。我认为自己目前所做的是了解这些人，获悉他们徘徊的缘由，

从根本下手，争取一举拿下。

5. 但经过长期的训练，本人认为要做到取舍。对于钉子户，要敢于放弃，也许一个人的时间可以换来二个客户。同时不能气馁，心态摆正，卖不出，不一定永远卖不出。

二、计划

爱自己的工作，爱自己的团队