

# 2023年食品销售总结报告 食品销售实习报告(优质5篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

## 食品销售总结报告篇一

要想在念书的时候就试足将来的工作环境，实习是个好办法，在实践经验丰富的导师和技术人员指导下学到的理论知识可以得以具体化，实习可以帮助人们确定一直孜孜以求的职业目标是否真的适合自己。通过参观和实践来巩固专业基础知识，要求做到理论与实践相结合，在实践中开展调查研究、锻炼和培养学生分析问题和解决问题能力，为以后的学习、毕业论文以及工作打下坚实的基础。

在20xx.2月我进入了郟城众鑫食品公司开始了学校安排的为期四个星期的实习工作。在郟城众鑫食品公司的这几天时间，我感受到了一个中型企业的宏伟与壮观，到处都绿色的植物，工作人员敬业负责，很多技术工人热情好客。让我们在这里度过了一段很难忘的实习经历。

实习目的：通过在实习单位的学习了解到了解所在企业的市场竞争力及市场营销的发展状况；企业市场营销活动的内容、营销策略以及特征；从不同角度对实习单位的经验与不足做出总结；为实习单位存在的问题进行系统分析；结合实习单位实际，运用所学的市场营销理论提出解决企业实际问题的针对性建议。

了解到对于企业知识不仅是企业不可缺少的资源，也是企业发展的真正动力源。同时，在市场经济条件下，本身又是商

品，也具有价值。其次，要有强烈的创新意识，自觉地提高创新能力。不创新，只能是山穷水尽，走绝路；创新是提高企业市场营销竞争力的最根本最有效的手段。营销创新不是企业个别人的个别行为，而是涉及企业全体员工的有组织整体活动。

通过本次实习充分的了解到企业在市场营销方面的实际运作，学习到了企业在实际营销活动方面的知识及技巧，把书本上的实际经验与实际结合起来，加深对市场营销所学知识的理解，增强了实际操作的能力。

实习时间□XX年X月X日-XX年X月X日

实习地点：郟城众鑫食品批发公司

实习内容：郟城众鑫食品批发公司以顾客需要为出发点，定位于高端客户，根据经验获得顾客需求量以及购买力的信息、商业界的期望值，有计划地组织各项经营活动，通过相互协调一致的产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略公共关系策略，为顾客提供满意的商品和服务是企业目标。目的是创造顾客，获取和维持顾客；要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争，公司注重市场调研，收集并分析大量的信息，只有这样才能在环境和市场的变化有很大不确实性的情况下做出正确的决策；积极推行革新，其程度与效果成正比；在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。

主要的策略有以下几点：

一、功效优先策略：国人购买动机中列于首位的是求实动机。任何营销要想取得成功，首要的是要有一个功效好的产品。因此，市场营销第一位的策略是功效优先策略，即将产品的功效视为影响营销效果的第一因素，优先考虑产品的质量及功效优化。而本公司主要是针对于节日或是平常赠送礼品

为主，有很强很具体的产品功能定位。

二、价格适众策略：价格的定位，也是影响营销成败的重要因素。公司对产品的定位是针对于高收入人群对于产品的形象及高品位的需求，价格高低直接影响着他们的购买行为。使产品的价位要得到产品所定位的消费群体大众的认同；二是产品的价值与同类型的众多产品的价位相当。

三、品牌提升策略：所谓品牌提升策略，就是改善和提高影响品牌的各项要素，通过各种形式的宣传，提高品牌知名度和美誉度的策略。提升品牌，既要求量，同时更要求质。求量，即不断地扩大知名度求质，即不断地提高美誉度。

四、媒体组合策略：超群公司应用网络媒体，室外媒体，电视广告等媒体组合策略按适当的比例合理地组合使用，刺激消费者购买欲望，树立和提升品牌形象。

五、终端包装策略：所谓终端包装，就是根据产品的性能、功效，在直接同消费者进行交易的场所进行各种形式的宣传。超群公司产品的包装主要以高档精致的形式为主，终端包装主要应用的形式有：一是在终端张贴介绍产品或品牌的宣传画；二是在终端拉起宣传产品功效的横幅；三是在终端悬挂印有品牌标记的店面牌或门前灯箱、广告牌等；四是对终端营业员进行情感沟通，影响营业员，提高营业员对产品的宣传介绍推荐程度。

六、动态营销策略：企业采取了动态营销策略，就根据市场中各种要素的变化，不断地调整营销思路，改进营销措施，使营销活动动态地适应市场变化。动态营销策略的核心是掌握市场中各种因素的变化，而要掌握各种因素的变化就要进行调研。

营销的主要特征采取了市场营销侧翼战原则：

(1)侧翼战原则之一：一场漂亮的侧翼战应是如入无人之境。市场营销侧翼战不一定要推出与众不同全然不同的新产品，但它必须有创新和独到之处。因此，潜在顾客一定会将其归入新产品系列。

(2)侧翼战原则之二：战术奇袭应成为计划的重要因素。从实质上讲，侧翼战是一场奇袭战。突袭性越大，行业领导反击和收复失地所需要的时间就越长。

(3)侧翼战原则之三：追求与进攻本身同等重要。在实现市场营销初期目标之后，你还应该继续努力。

超群在市场上咄咄逼人的态势，让它的竞争对手感到巨大的压力，超群的一些竞争策略也正在被竞争对手效法。由政府支持发展起来的齐格食品，就把超群作为行业内的领导品牌，强调要学习超群培育市场的手法、品牌宣传策略，甚至包括超群在原料选配、加工方面的技术手段，通过学习，来推动自身的发展 市场营销活动中的劣势：

一、整个公司结构存在缺陷，使经理们推出的营销计划根本不是满足顾客实际需求、解决其实际问题的真正方案。

二、营销计划严重地或完全地依赖于那些自杀性的市场调查，包括世界上最靠不住、最无效的调研方法，如重点顾客群、市场分区电话调研以及评估顾客满意度的冗长信函调查等。

三、在制定营销决策及相应的营销调研过程中只考虑五个、甚至更少的决策项：五个以内的营销目标、定位、广告策划、定价标准、传媒开销、产品/包装规格等。

四、对于营销决策项要么没有进行认真分析，要么在分析时片面强调消费者的所想所需、或口头承诺要买的东西，而很少或根本没有分析赢利性。

五、对整体营销计划及其组成部分，如广告等，没有明确具体的目标。在执行过程中也没有将来用以评估目标实现情况的衡量体系。

## 市场营销战略

市场营销战略是指企业在现代市场营销观念下，为实现其经营目标，对一定时期内市场营销发展的总体设想和规划。基于企业既定的战略目标，向市场转化过程中的必须要关注的“客户需求的确定的、市场机会的分析，自身优势的分析、自身劣势的反思、市场竞争因素的考虑、可能存在的问题预测、团队的培养和提升等综合因素，最终确定出增长型、防御型、扭转型、综合型的市场营销战略，作为指导企业将既定战略向市场转化的方向和准则。超群公司的营销战略主要体现在以下几个方面：

一、市场营销的第一目的是创造顾客，获取和维持顾客；

二、要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争对手，立于不败之地；

四、积极推行革新，其程度与效果成正比；

五、在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。它将决定着市场营销战略的命运。

目标市场的选定和市场营销的组合是市场营销战略的两个相互联系的核心部分。

选定目标市场就是在上述细分的市场中决定企业要进入的市场，回答顾客是谁，产品向谁诉求的问题。即使是一个规模巨大的企业也难以满足所有的市场。但我国不少企业恨不得一口吞下所有的市场，结果适得其反。特别是保健品，有的

功效诉多达十几种，几乎能包治百病，适合任何人群。另外，有的企业不知道自己的产品是什么，向消费者诉求什么，如新上市的一种酱油，据该公司介绍，它既是酱油，又可顶替味精，还是一种保健品，具有保健功能。这究竟是什么，也许谁都会感到疑惑不解。总之，一是企业必须有明确的目标市场；二是对于一种产品必须有明确的诉求，有明确消费群体；三是要抓住主要矛盾，突出重点，即不要向谁都诉求，也不要什么都诉求。

目标市场一旦明确，就要考虑如何进入该市场，并满足其市场需求的问题，那就是有机地组合产品、价格、渠道、促销等组合因素，但千万不是几种组合因素的简单相加，要通过调查国内上优秀企业等来了解它们一般进行的营销组合。突出与竞争公司有差异的独特之处，充分发挥本公司优势的有利性。营销组合是企业可以控制的，企业可以通过控制各组合来控制整个营销组合。营销组合是一个系统工程，由多层分系统构成。

主要宣传的产品形象，超群在宣传促销中很注重宣传自己和中国民众亲和的形象，在食品包装设计上既保留了超群的特点，又能体现中国的文化。超群非常重视在中国传统节日的宣传促销活动，并且在食品礼盒上都印上体现中国传统的喜庆、祥和的图案来吸引消费者。

主打品质的宣传特点超群不断强调自己产品的营养和高品质，公司把这称为“超群品质证章”，目的在于给消费者一个品质承诺。20xx年，超群还在北京成立了研究和研发中心，从事应用科学、营养研究，为消费者开发价格合适、营养丰富的食品。

## 促销活动

促销活动，顾名思义，就是为了促进某种商品或服务的销售而进行降价或是赠送礼品等的行为活动，能在短期内达到促

进销售，提升业绩，增加收益。

超群采取促销的主要方式：

一、限时折扣，即门店在特定营业时段内，提供优惠商品，刺激消费者购买的促销活动。

二、面对面销售，即门店的店员直接与顾客面对面进行促销和销售的活动。

三、赠品促销，即消费者免费或付出某些代价即可获得特定物品的促销活动。

四、免费试用，现场提供免费样品供消费者使用的促销活动。

成功的营销模式首先要确定伙伴，厂家与经销商联手，有助于借势和造势；和经销商可整合资源，降低费用及风险。刺激程度也是促销取得成功的关键，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

## 售后服务

售后服务，就是在商品出售以后所提供的各种服务活动。从推销工作来看，售后服务本身同时也是一种促销手段。在追踪跟进阶段，推销人员要采取各种形式的配合步骤，通过售后服务来提高企业的信誉，扩大产品的市场占有率，提高推销工作的效率及效益。

在市场激烈竞争的今天，随着消费者维权意识的提高和消费观念的变化，消费者在选购产品时，不仅注意到产品实体本身，在同类产品的质量和性能相似的情况下，更加重视产品

的售后服务。因此，企业在提供价廉物美的产品的同时，向消费者提供完善的售后服务，已成为现代企业市场竞争的新焦点。

## 售后服务的主要内容

一、根据客户和消费者的要求设计产品销售产品

二、根据消费者要求，进行有关使用等方面的指导；

三、对于出现的问题迅速及时的解决；

五、对产品实行“三包”，即包修、包换、包退客观地讲，优质的售后服务是品牌经济的产物，名牌产品的售后服务往往优于杂牌产品。名牌产品的价格普遍高于杂牌，一方面是基于产品成本和质量，同时也因为名牌产品的销售策略中已经考虑到了售后服务成本。在整个服务过程中，最后达到客户手中的服务质量，往往是由“默默无声的服务”——组织中的每一个成员相互之间所提供的服务质量所决定的。如员工们不相信公司关心他们，他们也不会关心他们的客户。

经理们必须把他们的下属人员，看做他们有责任为他们提供第一流服务的客户，而不是员工。如果公司中为客户提供服务的员工都能依次得到他内部的供给者的优秀服务，外部客户最终一定会得到一个好的服务。对一线员工提供服务的提供者，可能不仅是他们的经理人员，还包挂人事部门，培训部门，财务部门等等，所以是通过整个组织的所有人员。

实习心得：通过这次实习使我明白“感想来于现实，发于现实”！虽然实习的时间不是很长，但是却使我有太多的感想！对我来说确实非常深刻、非常有意义，从中使我明白了很多道理，很多人生哲学的真谛。更使我留下了一段难忘的回忆，在实习期间的辛苦、劳累对自己能力是一种严格的考验，更是对自己所学的理论知识的一次全面检查，一次实践的检



验，同时对自己综合素质的一次考察，在实习中必须学会做事、学会学习、学会吸收、学会在社会中生存发展，不断提高自己的实践能力，发掘自己的潜能，增强自己的动手能力。掌握过硬的技术本领、不断进取、不断攀登做出不平凡的业绩，勇往直前，吸收更多的实践有用的东西，使理论与实践相结合，充分感受到学理论知识的价值，用理论去指导实践，在实践中加深对理论的认识，并且吸收新的理论经验、实践经验、不断地充实自己、发展自己、活跃自己，在实习中更要善于发现问题、解决问题，从中开阔自己的思维，学无止境，只有不断深入实践才能够达到自己的目的，达到理想的彼岸，因此，我感受到这次实习对自己人生的未来是一次开端，一个新的起点，更是一次大的进步。

“万事开头难，实践见真知”在这一次实习中，我体会到了什么事情并不是自己想像中的那样美好，什么事都是那么顺利，然而一切都在新的理论知识新的技术不断完善自己，这是个美好的愿望，在实践中看到了自己很多的不足，如对专业知识基础理论掌握不够扎实，经验不够丰富，动手能力有待提高，对解决问题不够零活，领悟不够深刻，对在实习中食品加工发现的问题不能迅速的找出原因和解决的办法，刚开始大多数是依靠师傅的指导才能解决，缺乏社会实践经验，缺乏产对食品性质的认识，通过这次实践自己的能力整体上有很大的提高，并且对食品加工技术制作过程有了一定的掌握和新的认识，这为将来适应社会发展做了强有力的铺垫。同时这次的实践使我了解到这个行业从事人员比较广泛，对食品加工的要求程度比较高!在日益变化的社会里为了满足需求，必须对食品加工制作进行创新、改进、开拓更加安全、美观的食品，这样才能保证在食品行业中的立足之地。在21世纪的今天，随着社会经济的不断发展，人们对食品的品质上有了更大的追求，食品加工为了满足大众的需求不断向着低成本、高技术、美观、营养、健康、安全、好吃等追求;才能开拓21世纪食品的新天堂，因此，对从事本行业人员在素质上、技术上应向高、尖追求，才能满足行业的发展、社会的发展。这样我想自己现在应脚踏实地的学好本领，具有扎

实的理论知识，在深入实践时虚心向别人学习，多动手、多总结经验才能在这个行业上有所发展。

## 食品销售总结报告篇二

xx市xx食品有限公司成立于，地处江西省xx市下岗职工创业园区，占地面积两亩，员工二十余名。公司前身为xx市xx副食品批发部，历史二十余载。公司主营业务为副食品的销售，即承接某些品牌的代理权。目前，公司旗下xx市代理品牌有娃娃哈系列产品，中粮香谷坊食用油系列□xx市龙共产品系列□xx市罗山豆腐乳系列。公司市场销售网络的覆盖范围广、销售终端的数量多，销售模式引领xx市同行业。

实习工作是参与娃哈哈新产品的销售及宣传，主要负责xx市xxxx六个乡镇市场，销售对象为各乡镇的零售及批发商铺。日常工作流程为，估计当日销售产品品种及数量并装上小型货车，驱车到乡镇市场进行销售工作。销售工作的内容为：向店主介绍新产品能够吸引消费者眼球的特点，和店主相对注重的价差(售价和进货价之差)，再尽力说服店主购进新产品销售;倘若店主同意购进，则需书写销售清单包括产品品种，各产品数量及单价及各单品总金额，并将所购产品选择合适的位置陈列，最后清点并核对店主支付的销售金额;若不同意，则努力让店主对新产品有一定的认识，便于自己下次销售工作的顺利进行。

实习收获：

1. 商场如战场，知己知彼，百战不殆。在销售工作中，知己，站在消费者角度了解新产品的独特之处，产品能为消费者提供哪些好处，新产品价格的公正公道之处;知彼(店主及消费者)，单件产品价差的多少能满足店主，店主的销售量情况，消费者的购买能力及消费需求。

2. 做销售是人与人之间沟通的过程。因此销售人员需具备良好的沟通能力，如何从容淡定的面对各种不同喜好、不同性格、不同心情的客户，使对方有兴趣倾听，先接受销售员，进而接受产品，是一项很专业的技巧。

3. 确认客户问题，并且重复回答客户疑问。这点在与客户沟通攀谈中易于打消其顾虑，进而容易接受销售员及销售产品。

## 食品销售总结报告篇三

随着信息化的日益普及，各种传统的行业都开始进行信息化升级，大多数传统行业都含有销售业务，而信息化的合理利用可以使得销售业务的开展更加容易。食品电话销售实习报告怎么写呢？下面是本站小编整理的食品电话销售实习报告资料，欢迎阅读。

时光荏苒，时间飞逝。短暂的实习期在不知不觉中已然结束，经过这次的实习让我收获很多，也促使我成长。以下是我的实习总结

### 一 实习公司简介

xx市食品有限公司成立于20xx年，地处江西省xx市下岗职工创业园区，占地面积两亩，员工二十余名。公司前身为xx市副食品批发部，历史二十余载。公司主营业务为副食品的销售，即承接某些品牌的代理权。目前，公司旗下xx市代理品牌有娃娃哈系列产品，中粮香谷坊食用油系列、xx市龙共产品系列、xx市罗山豆腐乳系列。公司市场销售网络的覆盖范围广、销售终端的数量多，销售模式引领xx市同行业。

### 二 实习总结

实习工作是参与娃哈哈新产品的销售及宣传，主要负责xx市

六个乡镇市场，销售对象为各乡镇的零售及批发商铺。日常工作流程为，估计当日销售产品品种及数量并装上小型货车，驱车到乡镇市场进行销售工作。销售工作的内容为：向店主介绍新产品能够吸引消费者眼球的特点，和店主相对注重的价差(售价和进货价之差)，再尽力说服店主购进新产品销售；倘若店主同意购进，则需书写销售清单包括产品品种，各产品数量及单价及各单品总金额，并将所购产品选择合适的位置陈列，最后清点并核对店主支付的销售金额；若不同意，则努力让店主对新产品有一定的认识，便于自己下次销售工作的顺利进行。

析；各代理商销量的主要来源于重大节日，如春节，端午，中秋等，亲朋好友走家串户携带礼品，整袋(旺旺袋装品)和小箱(金典，真果粒等)的知名品牌商品容易受到消费者的追捧。随着科技的发展，演变出来的消费品种也越来越多，商品琳琅满目，竞争越来越激烈。代理商的成功往往需要长时间的坚持，因为消费者接受产品的过程是漫长的。产品的质量及价格定位是决定能否畅销的关键因素，还有生产企业做市场能力和产品的宣传等。由此可见，代理商很多时候是被动的，受制于生产商。代理商别称“高价的搬运工”代理商帮生产企业将商品搬运到消费者手上，赚取相对高价的搬运费。当然这个“搬运”附加销售成分，毕竟代理商的销售对象是各终端商铺店主。

实习体会：实习期间日复一日的销售工作，从陌生无从下手到掌握销售技巧，习惯适应销售工作的过程中。使我明白选择了就得学会面对，而面对仅仅是需要踏出的第一步；在陌生的环境中，少不了的是举足无措处处碰壁，此时不应该消极逃避，应用积极的态度去接受并解决困难，从而获得宝贵的经验，经验是一把利器，是所向披靡能从容解决问题的法宝，是每一个人最应该向前辈学习的东西以助于用最短的时间适应每一种新环境。勇敢的面对，积极的态度，宝贵的经验仅仅是适应环境的三个方面。而要在新环境里取得成功，则需时刻分析了解环境的变化，研究与选择合适的改变方式；环境

在改变，变化的世界，而不变的是原则，问题和困难是普遍存在的，而他们的解决之道永远都建立在普遍，永恒，不证自明的原则之上。这些原则肤浅的认为是不抱怨，宽容，和谐，诚实，满足，内方外圆的为人处世之道。机会和运气我不认为是上帝的赠予，就像天上不会掉馅饼，即使有人把馅饼扔了也得扔在你脚下，你还得愿意捡起来才可能是你的。所以每一个人最应该完善的是自己。

要想在念书的时候就试足将来的工作环境，实习是个好办法，在实践经验丰富的导师和技术人员指导下学到的理论知识可以得以具体化，实习可以帮助人们确定一直孜孜以求的职业目标是否真的适合自己。通过参观和实践来巩固专业基础知识，要求做到理论与实践相结合，在实践中开展调查研究、锻炼和培养学生分析问题和解决问题能力，为以后的学习、毕业论文以及工作打下坚实的基础。

在20xx.2月我进入了郟城众鑫食品公司开始了学校安排的为期四个星期的实习工作。在郟城众鑫食品公司的这几天时间，我感受到了一个中型企业的宏伟与壮观，到处都绿色的植物，工作人员敬业负责，很多技术工人热情好客。让我们在这里度过了一段很难忘的实习经历。

实习目的：通过在实习单位的学习了解到了了解所在企业的市场竞争力及市场营销的发展状况；企业市场营销活动的内容、营销策略以及特征；从不同角度对实习单位的经验与不足做出总结；为实习单位存在的问题进行系统分析；结合实习单位实际，运用所学的市场营销理论提出解决企业实际问题的针对性建议。

了解到对于企业知识不仅是企业不可缺少的资源，也是企业发展的真正动力源。同时，在市场经济条件下，本身又是商品，也具有价值。其次，要有强烈的创新意识，自觉地提高创新能力。不创新，只能是山穷水尽，走绝路；创新是提高企业市场营销竞争力的最根本最有效的手段。营销创新不是企

业个别人的个别行为，而是涉及企业全体员工的有组织的整体活动。

通过本次实习充分的了解到企业在市场营销方面的实际运作，学习到了企业在实际营销活动方面的知识技巧，把书本上的实际经验与实际结合起来，加深对市场营销所学知识的理解，增强了实际操作的能力。

实习时间□XX年X月X日-XX年X月X日

实习地点：郟城众鑫食品批发公司

实习内容：郟城众鑫食品批发公司以顾客需要为出发点，定位于高端客户，根据经验获得顾客需求量以及购买力的信息、商业界的期望值，有计划地组织各项经营活动，通过相互协调一致的产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略公共关系策略，为顾客提供满意的商品和服务是企业目标。目的是创造顾客，获取和维持顾客；要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争，公司注重市场调研，收集并分析大量的信息，只有这样才能在环境和市场的变化有很大不确实性的情况下做出正确的决策；积极推行革新，其程度与效果成正比；在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。

主要的策略有以下几点：

一、功效优先策略：国人购买动机中列于首位的是求实动机。任何营销要想取得成功，首要的是要有一个功效好的产品。因此，市场营销第一位的策略是功效优先策略，即要将产品的功效视为影响营销效果的第一因素，优先考虑产品的质量及功效优化。而本公司主要是针对于节日或是平常赠送礼品为主，有很强很具体的产品功能定位。

二、价格适众策略：价格的定位，也是影响营销成败的重要

因素。公司对产品的定位是针对于高收入人群对于产品的形象及高品位的需求，价格高低直接影响着他们的购买行为。使产品的价位要得到产品所定位的消费群体大众的认同；二是产品的价值与同类型的众多产品的价位相当。

三、品牌提升策略：所谓品牌提升策略，就是改善和提高影响品牌的各项要素，通过各种形式的宣传，提高品牌知名度和美誉度的策略。提升品牌，既要求量，同时更要求质。求量，即不断地扩大知名度求质，即不断地提高美誉度。

四、媒体组合策略：超群公司应用网络媒体，室外媒体，电视广告等媒体组合策略按适当的比例合理地组合使用，刺激消费者购买欲望，树立和提升品牌形象。

五、终端包装策略：所谓终端包装，就是根据产品的性能、功效，在直接同消费者进行交易的场所进行各种形式的宣传。超群公司产品的包装主要以高档精致的形式为主，终端包装主要应用的形式有：一是在终端张贴介绍产品或品牌的宣传画；二是在终端拉起宣传产品功效的横幅；三是在终端悬挂印有品牌标记的店面牌或门前灯箱、广告牌等；四是对终端营业员进行情感沟通，影响营业员，提高营业员对产品的宣传介绍推荐程度。

六、动态营销策略：企业采取了动态营销策略，就根据市场中各种要素的变化，不断地调整营销思路，改进营销措施，使营销活动动态地适应市场变化。动态营销策略的核心是掌握市场中各种因素的变化，而要掌握各种因素的变化就要进行调研。

营销的主要特征采取了市场营销侧翼战原则：

(1)侧翼战原则之一：一场漂亮的侧翼战应是如入无人之境。市场营销侧翼战不一定要推出与众不同全然不同的新产品，但它必须有创新和独到之处。因此，潜在顾客一定会将其归入新

产品系列。

(2)侧翼战原则之二：战术奇袭应成为计划的重要因素。从实质上讲，侧翼战是一场奇袭战。突袭性越大，行业领导反击和收复失地所需要的时间就越长。

(3)侧翼战原则之三：追求与进攻本身同等重要。在实现市场营销初期目标之后，你还应该继续努力。

超群在市场上咄咄逼人的态势，让它的竞争对手感到巨大的压力，超群的一些竞争策略也正在被竞争对手效法。由政府支持发展起来的齐格食品，就把超群作为行业内的领导品牌，强调要学习超群培育市场的手法、品牌宣传策略，甚至包括超群在原料选配、加工方面的技术手段，通过学习，来推动自身的发展 市场营销活动中的劣势：

一、整个公司结构存在缺陷，使经理们推出的营销计划根本不是满足顾客实际需求、解决其实际问题的真正方案。

二、营销计划严重地或完全地依赖于那些自杀性的市场调查，包括世界上最靠不住、最无效的调研方法，如重点顾客群、市场分区电话调研以及评估顾客满意度的冗长信函调查等。

三、在制定营销决策及相应的营销调研过程中只考虑五个、甚至更少的决策项：五个以内的营销目标、定位、广告策划、定价标准、传媒开销、产品/包装规格等。

四、对于营销决策项要么没有进行认真分析，要么在分析时片面强调消费者的所想所需、或口头承诺要买的东西，而很少或根本没有分析赢利性。

五、对整体营销计划及其组成部分，如广告等，没有明确具体的目标。在执行过程中也没有将来用以评估目标实现情况的衡量体系。



## 市场营销战略

市场营销战略是指企业在现代市场营销观念下，为实现其经营目标，对一定时期内市场营销发展的总体设想和规划。基于企业既定的战略目标，向市场转化过程中的必须要关注的“客户需求的确定、市场机会的分析，自身优势的分析、自身劣势的反思、市场竞争因素的考虑、可能存在的问题预测、团队的培养和提升等综合因素，最终确定出增长型、防御型、扭转型、综合型的市场营销战略，作为指导企业将既定战略向市场转化的方向和准则。超群公司的营销战略主要体现在以下几个方面：

一、市场营销的第一目的是创造顾客，获取和维持顾客；

二、要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争对手，立于不败之地；

四、积极推行革新，其程度与效果成正比；

五、在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。它将决定着市场营销战略的命运。

目标市场的选定和市场营销的组合是市场营销战略的两个相互联系的核心部分。

选定目标市场就是在上述细分的市场中决定企业要进入的市场，回答顾客是谁，产品向谁诉求的问题。即使是一个规模巨大的企业也难以满足所有的市场。但我国不少企业恨不得一口吞下所有的市场，结果适得其反。特别是保健品，有的功效诉多达十几种，几乎能包治百病，适合任何人群。另外，有的企业不知道自己的产品是什么，向消费者诉求什么，如新上市的一种酱油，据该公司介绍，它既是酱油，又可顶替味精，还是一种保健品，具有保健功能。这究竟是什么，也

许谁都会感到疑惑不解。总之，一是企业必须有明确的目标市场；二是对于一种产品必须有明确的诉求，有明确的消费群体；三是要抓住主要矛盾，突出重点，即不要向谁都诉求，也不要什么都诉求。

目标市场一旦明确，就要考虑如何进入该市场，并满足其市场需求的问题，那就是有机地组合产品、价格、渠道、促销等组合因素，但千万不是几种组合因素的简单相加，要通过调查国内上优秀企业等来了解它们一般进行的营销组合。突出与竞争公司有差异的独特之处，充分发挥本公司优势的有利性。营销组合是企业可以控制的，企业可以通过控制各组合来控制整个营销组合。营销组合是一个系统工程，由多层分系统构成。

主要宣传的产品形象，超群在宣传促销中很注重宣传自己和中国民众亲和的形象，在食品包装设计上既保留了超群的特点，又能体现中国的文化。超群非常重视在中国传统节日的宣传促销活动，并且在食品礼盒上都印上体现中国传统的喜庆、祥和的图案来吸引消费者。

主打品质的宣传特点超群不断强调自己产品的营养和高品质，公司把这称为“超群品质证章”，目的在于给消费者一个品质承诺。20xx年，超群还在北京成立了研究和研发中心，从事应用科学、营养研究，为消费者开发价格合适、营养丰富的食品。

## 促销活动

促销活动，顾名思义，就是为了促进某种商品或服务的销售而进行降价或是赠送礼品等的行为活动，能在短期内达到促进销售，提升业绩，增加收益。

超群采取促销的主要方式：

一、限时折扣，即门店在特定营业时段内，提供优惠商品，刺激消费者购买的促销活动。

二、面对面销售，即门店的店员直接与顾客面对面进行促销和销售的活动。

三、赠品促销，即消费者免费或付出某些代价即可获得特定物品的促销活动。

四、免费试用，现场提供免费样品供消费者使用的促销活动。

成功的营销模式首先要确定伙伴，厂家与经销商联手，有助于借势和造势；和经销商可整合资源，降低费用及风险。刺激程度也是促销取得成功的关键，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

## 售后服务

售后服务，就是在商品出售以后所提供的各种服务活动。从推销工作来看，售后服务本身同时也是一种促销手段。在追踪跟进阶段，推销人员要采取各种形式的配合步骤，通过售后服务来提高企业的信誉，扩大产品的市场占有率，提高推销工作的效率及效益。

在市场激烈竞争的今天，随着消费者维权意识的提高和消费观念的变化，消费者在选购产品时，不仅注意到产品实体本身，在同类产品的质量 and 性能相似的情况下，更加重视产品的售后服务。因此，企业在提供价廉物美的产品的同时，向消费者提供完善的售后服务，已成为现代企业市场竞争的新焦点。

## 售后服务的主要内容

- 一、根据客户和消费者的要求设计产品销售产品
- 二、根据消费者要求，进行有关使用等方面的指导；
- 三、对于出现的问题迅速及时的解决；

五、对产品实行“三包”，即包修、包换、包退客观地讲，优质的售后服务是品牌经济的产物，名牌产品的售后服务往往优于杂牌产品。名牌产品的价格普遍高于杂牌，一方面是基于产品成本和质量，同时也因为名牌产品的销售策略中已经考虑到了售后服务成本。在整个服务过程中，最后达到客户手中的服务质量，往往是由“默默无声的服务”——组织中的每一个成员相互之间所提供的服务质量所决定的。如员工们不相信公司关心他们，他们也不会关心他们的客户。

经理们必须把他们的下属人员，看做他们有责任为他们提供第一流服务的客户，而不是员工。如果公司中为客户提供服务的员工都能依次得到他内部的供给者的优秀服务，外部客户最终一定会得到一个好的服务。对一线员工提供服务的提供者，可能不仅是他们的经理人员，还包挂人事部门，培训部门，财务部门等等，所以是通过整个组织的所有人员。

理论知识的价值，用理论去指导实践，在实践中加深对理论的认识，并且吸收新的理论经验、实践经验、不断地充实自己、发展自己、活跃自己，在实习中更要善于发现问题、解决问题，从中开阔自己的思维，学无止境，只有不断深入实践才能够达到自己的目的，达到理想的彼岸，因此，我感受到这次实习对自己人生的未来是一次开端，一个新的起点，更是一次大的进步。

“万事开头难，实践见真知”在这一次实习中，我体会到了什么事情并不是自己想像中的那样美好，什么事都是那么顺利，

然而一切都在新的理论知识新的技术不断完善自己，这是个美好的愿望，在实践中看到了自己很多的不足，如对专业知识基础理论掌握不够扎实，经验不够丰富，动手能力有待提高，对解决问题不够零活，领悟不够深刻，对在实习中食品加工发现的问题不能迅速的找出原因和解决的办法，刚开始大多数是依靠师傅的指导才能解决，缺乏社会实践经验，缺乏产对食品性质的认识，通过这次实践自己的能力整体上有很大的提高，并且对食品加工技术制作过程有了一定的掌握和新的认识，这为将来适应社会发展做了强有力的铺垫。同时这次的实践使我了解到这个行业从事人员比较广泛，对食品加工的要求程度比较高!在日益变化的社会里为了满足需求，必须对食品加工制作进行创新、改进、开拓更加安全、美观的食品，这样才能保证在食品行业中的立足之地。在21世纪的今天，随着社会经济的不断发展，人们对食品的品质上有了更大的追求，食品加工为了满足大众的需求不断向着低成本、高技术、美观、营养、健康、安全、好吃等追求;才能开拓21世纪食品的新天堂，因此，对从事本行业人员在素质上、技术上应向高、尖追求，才能满足行业的发展、社会的发展。这样我想自己现在应脚踏实地的学好本领，具有扎实的理论知识，在深入实践时虚心向别人学习，多动手、多总结经验才能在这个行业上有所发展。

经过了几天的折腾我终于找到了一个实习地方—食品店销售，这次实习也是我们第一次综合实习，实习对我是一个锻炼的好机会，它也将全面检查我各个方面的能力，也检验我能否将所学的理论知识应用到实践中去。

进入大三，就业问题就成了说不完的话题。在现今社会，招聘会上的大字报都总写着“有经验者优先”，可还在校园里面的我们这班学子社会经验又会拥有多少呢?为了拓展自身的知识面，扩大与社会的接触面，增加个人在社会竞争中的经验，锻炼和提高自己的能力，以便在以后毕业后能真正真正走入社会，能够适应国内外的经济形势的变化，并且能够在生活和工作中很好地处理各方面的问题，我开始了我这个假期的

社会实践-走进无锡市津津副食品店。

实践，可为以后找工作打下基础。通过这段时间的实习，学到一些在学校里学不到的东西。因为环境的不同，接触的人与事不同，从中所学的东西自然就不一样了。要学会从实践中学习，从学习中实践。而且在中国的经济飞速发展，又加入了世贸，国内外经济日趋变化，每天都不断有新的东西涌现，在拥有了越来越多的机会的同时，也有了更多的挑战，前天才刚学到的知识可能在今天就已经被淘汰掉了，中国的经济越和外面接轨，对于人才的要求就会越来越高，我们不只要学好学校里所学到的知识，还要不断从生活中，实践中学其它知识，不断地从各方面武装自己，才能在竞争中突出自己，表现自己。

在食品店里，别人一眼就能把我认成是一名正在读书的学生，我问他们为什么，他们总说从我的脸上就能看出来，呵呵，也许没有经历过社会的人都有我这种不知名遭遇吧！我并没有因为我在他们面前没有经验而退后，我相信我也能做的像他们一样好。我的工作是在那做销售员，每天9点钟-下午2点再从下午的4点-晚上9点钟分段时间上班，虽然时间长了点，但热情而年轻的我并没有丝毫的感到过累。

我觉得这是一种激励，明白了人生，感悟了生活，接触了社会，了解了未来。在食品店里虽然我是以销售为主，但我不时还要做一些工作以外的事情，有时要做一些清洁的工作，在学校里也许有老师分配说今天做些什么，明天做些什么，但在这里，不一定有人会告诉你这些，你必须自觉地去去做，而且要尽自己的努力做到最好，一件工作的效率就会得到别人不同的评价。在学校，只有学习的氛围，毕竟学校是学习的场所，每一个学生都在为取得更高的成绩而努力。而这里是工作的场所，每个人都会为了获得更多的报酬而努力，无论是学习还是工作，都存在着竞争，在竞争中就要不断学习别人先进的地方，也要不断学习别人怎样做人，以提高自己的能力！

记得老师曾经说过大学是一个小社会，但我总觉得校园里总少不了那份纯真，那份真诚，尽管是大学高校，学生还终归保持着学生的身份。而走进企业，接触各种各样的客户、同事、上司等等，关系复杂，但我得去面对我从未面对过的一切。记得在我校举行的招聘会上所反映出来的其中一个问题是，学生的实际操作能力与在校理论学习有一定的差距。在这次实践中，这一点我感受很深。

我们从学校学的理论知识，几乎是面面俱到；而在实际工作中，可能会遇到书本上没学到的，又可能是书本上的知识一点都用不上的情况。或许工作中运用到的只是很简单的问题，只要套公式似的就能完成一项任务。有时候我会埋怨，实际操作这么简单，但为什么书本上的知识让人学得这么吃力呢？这是社会与学校脱轨了吗？也许老师是正确的，虽然大学生生活不像踏入社会，但是总算是社会的一个部分，这是不可否认的事实。但是有时也要感谢老师孜孜不倦地教导，有些问题有了在课堂上地认真消化，有平时作业作补充，我比一部人具有更高的起点，有了更多的知识层面去应付各种工作上的问题，作为一名新世纪的大学生，应该懂得与社会上各方面的人交往，处理社会上所发生的各方面的事情，这就意味着大学生要注意到社会实践，社会实践必不可少。毕竟，1年之后，我已经不再是一名大学生，是社会中的一分子，要与社会交流，为社会做贡献。只懂得纸上谈兵是远远不及的，以后的人生旅途是漫长的，为了锻炼自己成为一名合格的、对社会有用的人才。

很多在学校读书的人都说宁愿出去工作，不愿在校读书；而已在社会的人都宁愿回校读书。我们上学，学习先进的科学知识，为的都是将来走进社会，献出自己的一份力量，我们应该在今天努力掌握专业知识，明天才能更好地为社会服务。

紧张的实习生活结束了，通过这段时间的实习，我学到了很多实践知识，各方面都有所提高。

## 食品销售总结报告篇四

随着个人的文明素养不断提升，报告不再是罕见的东西，报告包含标题、正文、结尾等。写起报告来就毫无头绪？以下是小编为大家收集的大学生食品销售实习报告，欢迎阅读，希望大家能够喜欢。

时光荏苒，时间飞逝。短暂的实习期在不知不觉中已然结束，经过这次的实习让我收获很多，也促使我成长。以下是我的实习总结。

xx市xx食品有限公司成立于xx年，地处江西省xx市下岗职工创业园区，占地面积两亩，员工二十余名。公司前身为xx市xx副食品批发部，历史二十余载。公司主营业务为副食品的销售，即承接某些品牌的代理权。目前，公司旗下xx市代理品牌有娃娃哈系列产品，中粮香谷坊食用油系列□xx市龙共产品系列□xx市罗山豆腐乳系列。公司市场销售网络的覆盖范围广、销售终端的数量多，销售模式引领xx市同行业。

实习工作是参与娃哈哈新产品的销售及宣传，主要负责xx市xx六个乡镇市场，销售对象为各乡镇的零售及批发商铺。日常工作流程为，估计当日销售产品品种及数量并装上小型货车，驱车到乡镇市场进行销售工作。销售工作的内容为：向店主介绍新产品能够吸引消费者眼球的特点，和店主相对注重的价差(售价和进货价之差)，再尽力说服店主购进新产品销售；倘若店主同意购进，则需书写销售清单包括产品品种，各产品数量及单价及各单品总金额，并将所购产品选择合适的位置陈列，最后清点并核对店主支付的销售金额；若不同意，则努力让店主对新产品有一定的认识，便于自己下次销售工作的顺利进行。

实习收获：



1. 商场如战场，知己知彼，百战不殆。在销售工作中，知己，站在消费者角度了解新产品的独特之处，产品能为消费者提供哪些好处，新产品价格的公正公道之处；知彼（店主及消费者），单件产品价差的多少能满足店主，店主的销售量情况，消费者的购买能力及消费需求。

2. 做销售是人与人之间沟通的过程。因此销售人员需具备良好的沟通能力，如何从容淡定的面对各种不同喜好、不同性格、不同心情的客户，使对方有兴趣倾听，先接受销售员，进而接受产品，是一项很专业的技巧。

3. 确认客户问题，并且重复回答客户疑问。这点在与客户沟通攀谈中易于打消其顾虑，进而容易接受销售员及销售产品。

4. 副食品代理行业的简单分析；各代理商销量的主要于重大节日，如春节，端午，中秋等，亲朋好友走家串户携带礼品，整袋（旺旺袋装品）和小箱（金典，真果粒等）的知名品牌商品容易受到消费者的追捧。随着科技的发展，演变出来的消费品种也越来越多，商品琳琅满目，竞争越来越激烈。代理商的成功往往需要长时间的坚持，因为消费者接受产品的过程是漫长的。产品的质量及价格定位是决定能否畅销的关键因素，还有生产企业做市场能力和产品的宣传等。由此可见，代理商很多时候是被动的，受制于生产商。代理商别称“高价的搬运工”代理商帮生产企业将商品搬运到消费者手上，赚取相对高价的高运费。当然这个“搬运”附加销售成分，毕竟代理商的销售对象是各终端商铺店主。

实习期间日复一日的销售工作，从陌生无从下手到掌握销售技巧，习惯适应销售工作的过程中。使我明白选择了就得学会面对，而面对仅仅是需要踏出的第一步；在陌生的环境中，少不了的是举足无措处处碰壁，此时不应该消极逃避，应用积极的态度去接受并解决困难，从而获得宝贵的经验，经验是一把利器，是所向披靡能从容解决问题的法宝，是每一个人最应该向前辈学习的东西以助于用最短的时间适应每一种

新环境。勇敢的面对，积极的态度，宝贵的经验仅仅是适应环境的三个方面。而要在新环境里取得成功，则需时刻分析了解环境的变化，研究与选择合适的改变方式；环境在改变，变化的世界，而不变的是原则，问题和困难是普遍存在的，而他们的解决之道永远都建立在普遍，永恒，不证自明的原则之上。这些原则肤浅的认为是不抱怨，宽容，和谐，诚实，满足，内方外圆的为人处世之道。机会和运气我不认为是上帝的赠予，就像天上不会掉馅饼，即使有人把馅饼扔了也得扔在你脚下，你还得愿意捡起来才可能是你的。所以每一个人最应该完善的是自己。

## 食品销售总结报告篇五

时光荏苒，时间飞逝。短暂的实习期在不知不觉中已然结束，经过这次的实习让我收获很多，也促使我成长。以下是我的实结。

### 一 实习公司简介

xx市xx食品有限公司成立于xx年，地处江西省xx市下岗职工创业园区，占地面积两亩，员工二十余名。公司前身为xx市xx副食品批发部，历史二十余载。公司主营业务为副食品的销售，即承接某些品牌的代理权。目前，公司旗下xx市代理品牌有娃娃哈系列产品，中粮香谷坊食用油系列□xx市龙共产品系列□xx市罗山豆腐乳系列。公司市场销售网络的覆盖范围广、销售终端的数量多，销售模式引领xx市同行业。

### 二 实结

实习工作是参与娃哈哈新产品的销售及宣传，主要负责xx市xx六个乡镇市场，销售对象为各乡镇的零售及批发商铺。日常工作流程为，估计当日销售产品品种及数量并装上小型

货车，驱车到乡镇市场进行销售工作。销售工作的内容为：向店主介绍新产品能够吸引消费者眼球的特点，和店主相对注重的价差（售价和进货价之差），再尽力说服店主购进新产品销售；倘若店主同意购进，则需书写销售清单包括产品品种，各产品数量及单价及各单品总金额，并将所购产品选择合适的位置陈列，最后清点并核对店主支付的销售金额；若不同意，则努力让店主对新产品有一定的认识，便于自己下次销售工作的顺利进行。

实习收获：

1. 商场如战场，知己知彼，百战不殆。在销售工作中，知己，站在消费者角度了解新产品的独特之处，产品能为消费者提供哪些好处，新产品价格的公正公道之处；知彼（店主及消费者），单件产品价差的多少能满足店主，店主的销售量情况，消费者的购买能力及消费需求。
2. 做销售是人与人之间沟通的过程。因此销售人员需具备良好的沟通能力，如何从容淡定的面对各种不同喜好、不同性格、不同心情的客户，使对方有兴趣倾听，先接受销售员，进而接受产品，是一项很专业的技巧。
3. 确认客户问题，并且重复回答客户疑问。这点在与客户沟通攀谈中易于打消其顾虑，进而容易接受销售员及销售产品。
4. 副食品代理行业的简单分析；各代理商销量的主要来源于重大节日，如春节，端午，中秋等，亲朋好友走家串户携带礼品，整袋（旺旺袋装品）和小箱（金典，真果粒等）的知名品牌商品容易受到消费者的追捧。随着科技的发展，演变出来的消费品种也越来越多，商品琳琅满目，竞争越来越激烈。代理商的成功往往需要长时间的坚持，因为消费者接受产品的过程是漫长的。产品的质量及价格定位是决定能否畅销的关键因素，还有生产企业做市场能力和产品的宣传等。由此可见，代理商很多时候是被动的，受制于生产商。代理

商别称“高价的搬运工”代理商帮生产企业将商品搬运到消费者手上，赚取相对高价的搬运费。当然这个“搬运”附加销售成分，毕竟代理商的销售对象是各终端商铺店主。

实习体会：实习期间日复一日的销售工作，从陌生无从下手到掌握销售技巧，习惯适应销售工作的过程中。使我明白选择了就得学会面对，而面对仅仅是需要踏出的第一步；在陌生的环境中，少不了的是举足无措处处碰壁，此时不应该消极逃避，应用积极的态度去接受并解决困难，从而获得宝贵的经验，经验是一把利器，是所向披靡能从容解决问题的法宝，是每一个人最应该向前辈学习的东西以助于用最短的时间适应每一种新环境。勇敢的面对，积极的态度，宝贵的经验仅仅是适应环境的三个方面。而要在新环境里取得成功，则需时刻分析了解环境的变化，研究与选择合适的改变方式；环境在改变，变化的世界，而不变的是原则，问题和困难是普遍存在的，而他们的解决之道永远都建立在普遍，永恒，不证自明的原则之上。这些原则肤浅的认为是不抱怨，宽容，和谐，诚实，满足，内方外圆的为人处世之道。机会和运气我不认为是上帝的赠予，就像天上不会掉馅饼，即使有人把馅饼扔了也得扔在你脚下，你还得愿意捡起来才可能是你的。所以每一个人最应该完善的是自己。