

# 2023年销售公司年终总结报告集(大全10篇)

在当下这个社会，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看。

## 销售公司年终总结报告集篇一

尊敬的各位领导，尊敬的经销商朋友们，同事们：大家好！

20\_\_年上半年，在面对国家经济下行，白酒行业深度调整，市场品牌竞争无序的市场环境下，营销公司紧紧围绕集团下达的销售任务目标，在全力确保销售任务的同时，开展了以“忠义勇”系列新产品上市为核心的市场转型工作，为解决市场难题，创新营销思路，扭转销售现状，全面提升品牌形象奠定了坚实的基础。在此，我代表营销公司衷心地感谢集团各级领导对我们的关心与指导，感谢远道而来的经销商朋友的信任与坚守，感谢公司各部门的支持与关注，感谢全体营销人员的辛劳与付出。

下面，我将半年来的工作情况向大家汇报如下：

### 一、主要指标完成情况

截止6月30日止，公司共实现销售回款4.0024亿元，占年度计划35.84%；市场发货226.70万件，占年度计划36.63%。

### 二、主要完成的工作事项

在完成上半年市场各项工作的同时，我们也查找出诸多的问题：

四是配合意识严重不足。当前市场的经济环境不好，白酒行业销售不太可观。在这种形势下，我们一部分经销商不是主动地去思考如何战胜困境，改变市场格局，而是一味的坐等公司指方向，给政策。在此我引用马云在“企业家精神在市场经济中怎样发挥主导力量”演讲中的一句话：“在经济环境越来越糟糕的今天，如果我们不主动地思考自己未来的发展方向，不主动寻找自救出路，而是坐等政府出台什么样的政策，坐等经济学家来预测明天经济如何发展，那是一种悲哀”。不仅我们如此，在座的经销商也是如此。现在公司拖着大家拼命往前跑，而大家还在原地打转，不仅在市场操作上等、靠、要思想严重，甚至在对厂家工作的配合上，产生了公司不给政策就不提货、不回款，活动政策小了我就不跟你玩的博弈思想，我想这最终都是害自己。

五是畏难情绪较严重。20\_\_年是关公坊品牌转型的关键期，也是较为艰难的一年。此时我们需要的是大家齐心协力、抱团取暖，共度难关。但真正在面临困难之际，我们在座的有一部分人，不仅没有给企业发展增添动力，反而带来了诸多的负面影响。在这里我只说几种现象：一是趁着市场混乱，在代理关公坊的同时，暗中转移资金希望寻找其他白酒品牌合作来获得更大利益的；二是不参与、不配合公司活动，持观望态度还到处散播企业负面信息的；三是一味抱怨企业市场投入少，对厂家怨气过重，甚窜通其他经销商计划中途离场的等等。大家在市场经营中，有这样或那样的想法，这无可厚非，但在这里我还是要阐明一个道理，厂商在利益上都是相辅相成、休戚与共的，企业的发展离不开市场，否则就是无本之木必定枯竭，同时，厂商之间也都是双向选择的，任何单个市场也不可能拖住和羁绊企业发展的步伐。现在很多商家在反映市场问题时，总把所有问题归结于市场投入少，广告做的不够多，费用支持不够大。不知大家想过没有，企业的费用投入来源于哪里，是国家对关公坊的专项补贴？还是银行给我们的无偿贷款？试问我们有部分市场一年到头，卖来卖去都是卖的几十块钱一件的低档产品，人本工资都不够支付，我们的费用又从何而来了？我希望所有的人员都应该认真的思

考一下，越是艰难的时刻，大家越要有冷静的思维，清晰的头脑和明智的选择，紧跟公司的转型步伐，再难也要咬紧牙关，因为坚持就是胜利。

## 销售公司年终总结报告集篇二

20\_\_年已经过去，在一年里，有压力也有挑战。年初的时候，\_\_市场还没有完全复苏，那时的压力其实挺大的。客户有着重重顾虑，媒体有各种不利宣传，我却坚信\_\_的稳定性和升值潜力，在稍后的几个月里，房市回升，我和同事们抓紧时机，到达了公司指标，创造了不错了业绩。

在实践工作中，我又对销售业务员有了新的体验，在此我总结几点与大家分享：

- 1、不做作，以诚相待，客户分辨的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之，你所说的一切，都将起到反效果。
- 2、了解客户需求。第一时间了解客户所需要的，做针对性讲解，否则，所说的一切都是白费时间。
- 3、推荐房源要有把握，了解所有的房子，包括它的优劣势，做到对客户的所有问题都有合理解释，但对于明显硬伤，则不要强词夺理，任何东西没有完美的，要使客户了解，如果你看到了完美的，那必定存在谎言。
- 4、持续客户关系，每个客户都有各种人脉，只要保证他们对项目的喜爱，他们会将喜爱传递，资源无穷无尽。
- 5、确定自己的身份，我们不是在卖房子，而是顾问，以我们的专业来帮忙客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其它楼盘，都能够增加客户的信任度。
- 6、团结、协作，好的团队所必需的。

自己也还存在一些需要改善之处：

1、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。

2、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，透过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但能够掌握先机，操控全局，而且还能够增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

在今年的工作中，本人的销售套数为\_套，总销额为\_万。在今后的工作中，我要更加完善自己，提升自己，增加各方面的知识和对各个地区的了解，不但要做好这个项目，更要跟着公司一齐转战南北，开拓新的战场。

在此，我十分感谢领导给我的这次锻炼机会，我也会更加努力的去工作，去学习，交出自己满意的成绩单。

## **销售公司年终总结报告集篇三**

社会是一个大染缸，只有走出自己的风格，才能铸就自己的梦想。身在这个社会时代的我，深感科技的发展之迅速，体会到生活的艰辛，明白父母赚钱的辛苦，了解师长教育的用心良苦。我会带着我自己的梦想走下去。

在销售领域，我深刻体会，良好的心态才是一个成功销售员的必备条件。现在的销售，不是单纯的商品上的交易，更是服务上的交易，更是价值上的交易而不是价格上的交易。我更加深刻的体会到，社会的路，需要太多太多的实践经验才

能支撑下去。这就要求我们必须要有激情，只有不断的学习，不断的进步，才不会被社会所淘汰，才能满足日益增长的生活要求。我明白，任何一个行业中，都需要你不断的去了解其发展趋势，预知发展方向，而这些，只有在不断的学习中总结经验，才能拥有这样敏锐而准确的意识和判断力。在社会上人与人接触方面，我更加深刻的明白，要对不一样的人说不一样的话，只有不断的去完善自己的知识面，扩充各方面的见识，才能不断充实自己的人生。一个人的反应能力和应对能力，将会决定一个人以后成功的几率有多高，多注意一些细节，多留心身边的人和事，会给自己带来意想不到的收获。

## 销售公司年终总结报告集篇四

x年，注定是不平凡的一年。原材料成本增加，税率大调整，人民币不断升值……在这样的大背景下，外贸在xx年显得尤其艰难。忙忙碌碌的一年眼看又要过去了，又到了需要对自己的工作总结经验教训的时候了。

### 一、回忆过去

#### 1. 对新销售区域的拓展。

以越南市场为重点开拓市场，培养了3个新客户，到xx年底止，总计销售金额为28万美金。从xx年1月起，一共9个不同国家和地区的客户建立了商业合作关系。

#### 2. 注重品牌意识。

一个企业的发展壮大，品牌力量起着非常大的推动作用□xx年成功把三锋品牌产品销售到斯里兰卡，就目前来说，销售情况良好。

#### 3. 对老客户的优质服务。

重点为乌克兰客户xx和意大利客户yy的跟踪和服务□xx在xx年销售金额总计为32万美金，面对xx年欧洲对eu2标准的实施，历时6个月□25cc汽油锯问题现也得到了解决。

## 二、总结现在

### 1. 产品质量有待进一步的提高。

无论是公司的主打产品电链锯汽油锯还是小打小闹的冲钻角磨，质量投诉此起彼伏。这对销售工作的开展产生了极大的限制。再者，新产品的开发周期过长，就产生了老产品不成熟，新产品又不敢推荐的怪现象。

### 2. 跟单工作的艰难。

按照公司以往的生产周期，一般为30-35天。以xx年来衡量，远远超过这个周期。我们的推迟交货，直接影响到客户的销售计划，这对公司的信誉也会造成一定的影响。尤其是，每每到发货时，不是这种机器少一台就是那种机器少两台，不仅对工作带来了非常大的麻烦，客户那边更是不好交代。

## 三、展望未来

海外市场的开拓没有终点□xx年对于xx年来说只是起点。在摸索和经历中慢慢成长，而新的一年每一项拓展工作都需要领导的大力支持。市场是残酷的□xx年必将是我更加兢兢业业工作的一年。生于忧患，死于安乐，如果xx年注定是狂风骤雨，那么请让它来得更猛烈些吧。

我坚信，在拓展海外市场上，我们所做的每一步都是为了更好地销售我们的产品！

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“某某”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“某某”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!

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度:

点击下载文档

搜索文档

## 销售公司年终总结报告集篇五

尊敬的各位领导，尊敬的经销商朋友们，同事们：大家好！

上半年，在面对国家经济下行，白酒行业深度调整，市场品牌竞争无序的市场环境下，营销公司紧紧围绕集团下达的销售任务目标，在全力确保销售任务的同时，开展了以“忠义勇”系列新产品上市为核心的市场转型工作，为解决市场难题，创新营销思路，扭转销售现状，全面提升品牌形象奠定了坚实的基础。在此，我代表营销公司衷心地感谢集团各级领导对我们的关心与指导，感谢远道而来的经销商朋友的信任与坚守，感谢公司各部门的支持与关注，感谢全体营销人员的辛劳与付出。

下面，我将半年来的工作情况向大家汇报如下：

### 一、主要指标完成情况

截止6月30日止，公司共实现销售回款4.0024亿元，占年度计划35.84%；市场发货226.70万件，占年度计划36.63%。

### 二、主要完成的工作事项

在完成上半年市场各项工作的同时，我们也查找出诸多的问题：

四是配合意识严重不足。当前市场的经济环境不好，白酒行业销售不太可观。在这种形势下，我们一部分经销商不是主动地去思考如何战胜困境，改变市场格局，而是一味的坐等



公司指方向，给政策。在此我引用马云在“企业家精神在市场经济中怎样发挥主导力量”演讲中的一句话：“在经济环境越来越糟糕的今天，如果我们不主动地思考自己未来的发展方向，不主动寻找自救出路，而是坐等政府出台什么样的政策，坐等经济学家来预测明天经济如何发展，那是一种悲哀”。不仅我们如此，在座的经销商也是如此。现在公司拖着大家拼命往前跑，而大家还在原地打转，不仅在市场操作上等、靠、要思想严重，甚至在对厂家工作的配合上，产生了公司不给政策就不提货、不回款，活动政策小了我就不跟你玩的博弈思想，我想这最终都是害自己。

五是畏难情绪较严重。20是关公坊品牌转型的关键期，也是较为艰难的一年。此时我们需要的是大家齐心协力、抱团取暖，共度难关。但真正在面临困难之际，我们在座的有一部分人，不仅没有给企业发展增添动力，反而带来了诸多的负面影响。在这里我只说几种现象：一是趁着市场混乱，在代理关公坊的同时，暗中转移资金希望寻找其他白酒品牌合作来获得更大利益的；二是不参与、不配合公司活动，持观望态度还到处散播企业负面信息的；三是一味抱怨企业市场投入少，对厂家怨气过重，甚窜通其他经销商计划中途离场的等等。大家在市场经营中，有这样或那样的想法，这无可厚非，但在这里我还是要阐明一个道理，厂商在利益上都是相辅相成、休戚与共的，企业的发展离不开市场，否则就是无本之木必定枯竭，同时，厂商之间也都是双向选择的，任何单个市场也不可能拖住和羁绊企业发展的步伐。现在很多商家在反映市场问题时，总把所有问题归结于市场投入少，广告做的不够多，费用支持不够大。不知大家想过没有，企业的费用投入来源于哪里，是国家对关公坊的专项补贴？还是银行给我们的无偿贷款？试问我们有部分市场一年到头，卖来卖去都是卖的几十块钱一件的低档产品，人本工资都不够支付，我们的费用又从何而来了？我希望所有的人员都应该认真的思考一下，越是艰难的时刻，大家越要有冷静的思维，清晰的头脑和明智的选择，紧跟公司的转型步伐，再难也要咬紧牙关，因为坚持就是胜利。

## 销售公司年终总结报告集篇六

人生处处皆销售，这是一个销售为赢的时代。今天本站小编给大家为您整理了销售公司总结报告范文，希望对大家有所帮助。

自己从2\*年起开始从事销售工作，三年来在厂经营工作领导的带领和帮助下，加之全科职工的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，截止年月日，年完成销售额元，完成全年销售任务的%，货款回笼率为%，销售单价比去年下降了%，销售额和货款回笼率比去年同期下降了%和%。现将三年来从事销售工作的心得和感受总结如下：

### 一、 切实落实岗位职责，认真履行本职工作。

作为一名销售业务员，自己的岗位职责是：、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；、努力完成销售管理办法中的各项要求；、负责严格执行产品的出库手续；、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度；、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。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量职工工作好坏的标准，自己在从事业务工作以来，始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，几年来，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其他区域业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过几年的实践证明作为业务员业务技能和业绩至关

重要，是检验业务员工作得失的标准。今年由于陕北系统内电网检查验收迫使工程停止及农电系统资金不到位，加之自己业务知识欠缺、业务技能不高、市场的瞬息万变而导致业绩欠佳。

## 二、明确任务，主动积极，力求保质保量按时完成。

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补充完善。例如：、今年九月份，蒲城分厂由于承租人中止租赁协议并停产，厂内堆积硅石估计约吨、重晶石吨，而承租人已离开，出于安全方面的考虑，领导指示尽快运回分厂所存材料，接到任务后当天下午联系车辆并谈定运价，第二天便跟随车到蒲城分厂，按原计划三辆车分二次运输，在装车的过程中，由于估计重量不准，三辆车装车结束后，约剩吨左右，自己及时汇报领导并征得同意后从当地雇用两辆三轮车以同等的运价将剩余材料于当日运回，这样既节约了时间，又降低了费用。、今年八月下旬，到陕北出差，恰逢神东电力多种产业有限公司材料招标，此次招标涉及以后材料的采购，事关重大，自己了解详细情况后及时汇报领导并尽快寄来有关资料，自己深知，此次招投标对我厂及自己至关重要，而自己因未参加过正式的招投标会而感到无从下手，于是自己深思熟虑后便从材料采购单位的涉及招标的相关部门入手，搜集相关投标企业的详细情况及产品供货价格以为招标铺路，通过自己的不懈努力，在招标的过程中顺利通过资质审定、商务答辩和技术答辩，终于功夫不负有心人，最后我厂生产的yhws-/型氧化锌避雷器在此次招投标中中标，这样为产品以后的销售奠定了坚实的基础。

## 三、正确对待客户投诉并及时、妥善解决。

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所

以业务员应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照厂制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

#### 四、认真学习我厂产品及相关产品知识，依据客户需求

确定可代理的产品品种。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对厂生产的产品的用途、性能、参数基本能做到有问必答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、安装。

依据厂总体安排代理产品，通过自己对陕北区域的了解，代理的品种分为二类：一是技术含量高、附加值大的产品，如kv避雷器、熔断器及限流式熔断器等，此类产品售后服务存在问题；二是kv线路用铁附件、金具、包弓、横担等，此类产品用量大，但附加值低、生产厂家多导致销售难度较大。

#### 五、电气产品市场分析

陕北区域大、但电网建设相对落后，随着电网改造的深

入，生产厂家都将销售目标对向西部落后地区，同时导致市场不断被细化，竞争日益激烈。陕北区域电力单位多属农电系统，经过几年的农网改造建设，由于资金不到位仅完成改任务造的%，故区域市场潜力巨大。现就陕北区域的市场分析如下：

##### (一)、市场需求分析

陕北区域虽然市场潜力巨大，但延安区域多数县局隶属省农电系统，材料采购由省招标局统一组织招标并配送，榆林供电局归省农电局管理，但材料采购归省招标局统一招标，其采购模式为由该局推荐生产厂家上报省招标局，由招标局确定入围厂家，更深一步讲，其采购决定权在省招标局，而我厂未在省招标局投标并中标，而榆林地区各县局隶属榆林供电局管理，故要在榆林供电局及各县局形成规模销售确有困难且须在省招标局狠下功夫。根据现在搜集的信息来看，榆林供电局是否继续电网改造取决于省农电局拨款，原因在于这几年的改造所需资金由省农电局担保以资产抵押贷款，依该局现状现已无力归还贷款利息，据该局内部有关人员分析，榆林地区的电网改造有可能停止。

## (二)、竞争对手及价格分析

这几年通过自己对区域的了解，陕北区域的电气生产厂家有二类：一类是西瓷厂(分厂)、神电、交大、铜川荣鑫等，此类企业进入陕北市场较早且有较强实力，同时又是省招标局入围企业，其销售价格同我厂基本相同，所以已形成规模销售；另一类是河北保定市避雷器厂等，此类企业进入陕北市场晚但销售价格较低□yhws-/型避雷器销售价格仅为元/支□prw-/销售价格为元/支，此类企业基本占领了代销领域。

## 六、 年区域工作设想

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

(一)、依据年区域销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在延安区域，一是主要做好各县局自购工作，挑选几个用量较大且经济条件好的县局如：延川电力局、延长电力局做为重点，同时延安供电局已改造结束三年之久，应做其所

属的二县一区自购工作；二是做好延长油矿的电气材料采购，三是在延安区域采用代理的形式，让利给代理商以展开县局的销售工作。

(二)、针对榆林地区县局无权力采购的状况，计划对榆林供电局继续工作不能松懈，在及时得到确切消息后做到有的放矢，同进应及时向领导汇报该局情况以便做省招标局工作。同时计划在大柳塔寻找有实力、关系的代理商，主要做神华集团神东煤炭有限公司的工作，以扩大销售渠道。

(三)、对甘肃已形成销售的永登电力局、张掖电力局因年农网改造暂停基本无用量，年计划积极搜集市场信息并及时联系，力争参加招标形成规模销售。

(四)、为积极配合代理销售，自己计划在确定产品品种后努力学习代理产品知识及性能、用途，以利代理产品迅速走入市场并形成销售。

(五)、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。

(六)、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。

20xx年已经过去一大半了，在上个月底我们公司也开了半年的销售会议，公司领导在会议上也做了半年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司半年来的工作情况，还总结了一些经验供我们分享。所以在这会议之后，领导要求我们也来给自己半年的工作做个人总结，希望通过总结我们能够更好的认识自己和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展下半年的工作。

现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

## 一、塌实做事，认真履行本职工作

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

## 二、做好客户联系工作

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。像这样的客户就可以列入主要客户群体里。他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推

我们产品给他们的最好机会。即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

### 三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

### 四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关；其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力；再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

### 五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的



判断，遇到问题才能随机应变。

## 六、后半年的计划

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个人市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自己的销售量，争取赶上他们。我要给自己定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在后半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

我来自湖南，是典型的生于农村长于农村的青年。20xx年毕业于四中普通高中，由于高考的失利和家庭经济原因，放弃了专科学习的机会。两年中我走过很多地方：去过广东进过外贸企业做生产，那时候刚毕业，不懂得人生观和价值观，也没去想过自己的未来。那份工作我只做了四个月，就给自己找了一个冠冕堂皇的理由(我要去实现自己的理想)就辞职了。事实上我是由于工作时间太长工作太累，自己吃不了苦的缘故。现在想想当时辞职的动机是那么的滑稽。辞职后，我求父亲帮忙托关系去了武汉，寄篱在父亲的朋友那儿。考到驾照后，便在父亲朋友开的家具厂做起了货运司机，专门从事

售货服务(送货上门、搬运、安装家具、维修家具)、进购原材料、进购成品家具、收货款等工作。同时也兼职老板的专职司机,跟他出去谈过业务,自然也少不了应酬。然而后者我做的很不到位,原因是老板在的缘故,过分依赖于他,而忽视了表现自己舞台的存在。这份工作让我从顾客那里学到了不同年龄阶层、不同性格、不同性别的人聊天的内容更偏向于哪些话题。按理说,这份工作可以学到很多,我个人也对这份工作很喜欢,但是由于老板开的工资太低,工作时间又极不规律化而辞职。辞职后,我盲目的独自去了福州,又进了一家知名的外贸生产企业,每天人就同机器一般12小时运转,有时候甚至工作14个小时。而管理者每次都吹嘘员工一月至少可以拿四五千快工资,事实上拿四五千或者更高工资的人工作一般都在16小时以上,那时候我就觉得中国的劳动力就是一个“贱”字形容。但是这不是我最终离开的原因,事实上那家外贸生产厂家的管理制度问题层出不穷,我们所提的建议被置之不理,还被车间主任嘲笑为“多管闲事”。从那时候,我就想着为自己开辟一条新路,可以改变自己,让自己得到更多历练的工作岗位。亦是从那时候开始,我每天会在下班后看20来页书,以此来充实自己狭隘的大脑。

今年7月初我离开了亚洲知名企业——xx集团。离职后我直接到株洲,通过网络我看到了招聘启事,很幸运我通过了面试,但是我也心存疑虑,因为电视新闻上曾报道过很多关于保健品的负面新闻,再者我对公司销售的产品不了解,心里一直怀疑公司产品的质量,也犹豫是否该参加公司的培训。纠结过后,我做出了去的决定,不好再退出。然而在经过周部长和左老师一天的授课后,我对公司有了进一步的了解:公司对顾客无微不至的服务,公司对社会的无私回报,公司员工团结合作的精神,公司因材施教的育人理念,公司严明的纪律风范,公司丰富的业余生活……让我觉得作为公司的一名员工而倍感荣幸。课程中,周部长还讲到了公司的成长和王总创业的经历,这无疑是激发我们年轻人努力奋斗的典范楷模。当轻松愉悦的课程快结束的时候,周部长叫我们作总结的时候,我只说了一句话:“我对有兴趣了,我会努力做

好!”

明天就是最后一天培训，培训完我们就要正式进入到工作岗位了。我想我能够在两个月转正，但是也不会放弃一个月转正的机会：第一，我敢做，敢于挑战自己；第二，看过一些营销方面的书，也算有涉及营销过这个行业；第三，我做过家具销售售后服务，接触客户很多；第四，我对销售这行很感兴趣；第五，我有一颗不安分的心。

最后我想谈一下销售员的成功之道，总结归纳为知识、方法、经验。

知识：每个人与生俱来就是一张白纸，在经过后天的学校培养和社会历练，纸上的字迹就会越来越多，懂得的道理、知识、专业技能自然而然的就会越来越丰富，那些理所当然的会成为你实践的理论依据。

方法：众所周知，学生时代的我们成绩有好有坏，最主要的原因就是学习方法不同造成的，销售员也是一样。一位卓越的销售员会考虑到如何让客户接受自己的产品：第一他会了解竞争对手的产品，知己知彼，百战不殆；第二，真心的从客户的利益角度考虑。从表面上来看，第二点会损害公司的利益，但是从长远来看，可能你的举动打动了那位客户，从而为公司也为自己赢得了更多的客源。

## 销售公司年终总结报告集篇七

去年，石化公司销售部产品销售工作取得了很大成绩，亮点多多。

亮点一：全面完成各种产品销售计划。成品油销量达一万吨，达到计划的--%；自销产品销量达一万吨(含出口石蜡、沥青)，达到计划的--%；集中买断化工产品总销售量达一万吨，达到

计划的100%。沥青、基础油等统销产品100%完成销售计划。

亮点二：市场预测准确率迅速提高。炼油产品总体销售均价由2011年五大炼化企业的第四名跃升到2012年的第二名。炼油自销产品销售均价由2011年在五大炼化企业中排名第四跨越到2012年的排名第一。

亮点三：开辟了两种产品来料加工复出口新业务，拓展了国际新市场。根据市场形势的变化，销售部全力配合计划部门，开辟了沥青、化工两种产品来料加工复出口新业务，提高了中国石化产品在国际市场的知名度。

亮点四：优化运输管理，有效降本减费。轻油罐车装载率由2011年的87%提高到92.2%，全年节省运输费用2012多万元。

销售部营销人员说，这些成绩的取得，是他们贯彻“贴近市场、灵活经营，细分市场、细分客户”“以销定产、以产促销”等科学管理理念、精细化管理的结果。

### 一、精心捕捉市场信息赢得先机。

去年，销售部在捕捉市场信息、预测市场变化上下工夫。部商务信息科每名职工分工负责几个产品的市场信息采集，利用一切可以利用的资源，每天了解市场行情，全面掌握周边兄弟企业、资源状况、需求情况；每天进行重要产品市场变化通报；每周进行市场预测分析，为产品销售决策提供参考。他们每到一个地方出差都想方设法结识行内人士、建立信息联络网，得到每一个信息都用心分析。部领导干部出差入住宾馆后第一件事是上网了解产品市场行情，然后走访当地客户，走到哪都不忘用手机、短信了解公司产品最新销售情况。

由于用心捕捉，能够快速了解掌握市场变化、产品价格走势，因而为正确决策、灵活营销赢得先机。当市场需求有增加趋势、产品可能供不应求时，在其他兄弟企业之前率先推价，

通过打提价时间差、多卖高价产品，提高产品均价；市场需求有下降趋势、产品可能供过于求时，主动出击，联系客户，推销产品，稳价降库，通过打降价时间差、多卖高价产品，提高产品均价；对一些在淡季实在难以卖出好价格网的产品，进行移库，等市场好转后再销，既保证了生产后路畅通，又保住了产品价格，增加了效益。春节前后是产品销售淡季，客户大多观望等待厂家降价。对此，销售部及早筹划，提前做好每个产品的销售计划和相关应对措施，派出营销人员四处联系，主动做工作，打破客户的观望心理，在产品市场疲软的时候保证提货进度，稳价降库。

## 二、准确把握销售节奏赢得效益。

销售部的营销人员总结出一条经验，就是“把握好市场运行规律，抓住有利时机，大胆推价稳价”。他们每时每刻盯住产品市场价格，以先进企业的出厂价作为基准价，考虑国家政策调整、公司各产品的产销存情况、兄弟企业的产量及库存情况等因素，在基准价的基础上进行合理的调整，形成清晰的定价体系。在确保炼化生产后路畅通的前提下平衡好量价的互动关系。在区域市场发生变化时，根据实际情况制定价格，不盲目比价，确保了产品的全产全销。在市场价格指导下，根据市场的网变化，积极配合计划、生产等部门努力做大沥青的销售量，减少重油的销售。与前年同比，增加沥青销量一万吨，减少重油的销量一万吨，使公司实现合理增效一亿元。根据榨季客户对食品级硫磺的需求，主动建议公司生产、销售食品级硫磺，拓展市场新路子，满足客户需求，全年增加销售效益约一万元。

销售部实施差异化价格策略，在不同时期运用不同的目标市场定价，强化销售措施，努力提高产品销售效益。根据国家消费税调整、成品油价格波动等因素引起的市场变化，测算成品油与自销产品的销售效益，及时提出使公司效益最大化的产品结构生产建议；在旺季时价格随行就市，努力提高均价；淡季时采取批量优惠手段促销，将自销产品卖出了当期的

最好价格。去年，在总部考核的5类产品中，公司产品均价达到或者超过了总部的比价指标，自销产品销售均价达3189元/吨，由2011年五大炼化企业中排位第四上升到第一。2011年与先进单位相比，自销产品销售均价低173元/吨，2011年与先进单位比相比低100元/吨，缩小差距73元/吨，剔除消费税和产品结构的影响，反超44元/吨，进步217元/吨。石蜡、白油、工燃、船燃销价在系统内排名第一，其它同牌号同品种自销产品销售价格达到了“数一数二”的好水平。

### 三、抓住时机拓展市场赢得空间。

去年，销售部抓住国内需求逐步回暖的有利时机，紧紧围绕做大产品总量、提高经济效益的目标，及时调整经营工作思路，坚持眼睛盯住市场，功夫下在现场，在优化细化上做好文章，抓好化工产品销售和外运的协调工作，协助化工分部做好新产品开发及生产工作，想方设法提高产品总量，充分发挥百万吨乙烯的规模优势，最大限度降低库存，为公司创造效益。

9月份，受国际原油价格下跌及国内市场需求疲软的影响，化工产品价格不断下滑，特别是塑料产品价格大幅下降700—1500元/吨。为把产品转变成商品，降低库存、减少跌价风险，增加效益，在聚丙烯产品少交库2500吨的情况下，积极主动督促化工销售华南分公司多销售塑料产品3468吨，9月将塑料库存降到9000吨的最低水平，多销17000吨，减少跌价损失1020万元。全年实现化工商品总量一万吨，同比提高一万吨，创百万吨乙烯扩建工程投产以来的最好水平。与此同时，开展来料加工业务，积极开拓海外市场，完成了来料加工2303吨化工产品的销售工作，为公司拓展海外市场迈出了重要的一步。

在化工新产品开发、市场推广上，销售部根据了解掌握的市场需求信息，加强与生产、计划部门协调，及时提出优化化工产品结构的建议，使公司多产、多销高附加值产品。在2011

一年已开发的20多个新产品中找出最具市场潜力的几个产品，协助化工销售华南公司制定市场推广计划，共同推广，做大新产品销量，实现了向新产品开发要效益的目标。20--年总部下达新产品开发计划和专用料生产计划分别为--万吨和--万吨，公司全年共开发新产品7个，分别生产销售--万吨和--万吨，完成总部下达计划的137%及114%。

## 销售公司年终总结报告集篇八

我来自湖南，是典型的生于农村长于农村的青年。20xx年毕业于四中普通高中，由于高考的失利和家庭经济原因，放弃了专科学习的机会。两年中我走过很多地方：去过广东进过外贸企业做生产，那时候刚毕业，不懂得人生观和价值观，也没去想过自己的未来。那份工作我只做了四个月，就给自己找了一个冠冕堂皇的理由(我要去实现自己的理想)就辞职了。事实上我是由于工作时间太长工作太累，自己吃不了苦的缘故。现在想想当时辞职的动机是那么的滑稽。辞职后，我求父亲帮忙托关系去了武汉，寄篱在父亲的朋友那儿。考到驾照后，便在父亲朋友开的家具厂做起了货运司机，专门从事售货服务(送货上门、搬运、安装家具、维修家具)、进购原材料、进购成品家具、收货款等工作。同时也兼职老板的专职司机，跟他出去谈过业务，自然也少不了应酬。然而后者我做的很不到位，原因是老板在的缘故，过分依赖于他，而忽视了表现自己舞台的存在。这份工作让我从顾客那里学到了不同年龄阶层、不同性格、不同性别的人聊天的内容更偏向于哪些话题。按理说，这份工作可以学到很多，我个人也对这份工作很喜欢，但是由于老板开的工资太低，工作时间又极不规律化而辞职。辞职后，我盲目的独自去了福州，又进了一家知名的外贸生产企业，每天人就同机器一般12小时运转，有时候甚至工作14个小时。而管理者每次都吹嘘员工一月至少可以拿四五千快工资，事实上拿四五千或者更高工资的人工作一般都在16小时以上，那时候我就觉得中国的劳动力就是一个“贱”字形容。但是这不是我最终离开的原因，事实上那家外贸生产厂家的管理制度问题层出不穷，我们所

提的建议被置之不理，还被车间主任嘲笑为“多管闲事”。从那时候，我就想着为自己开辟一条新路，可以改变自己，让自己得到更多历练的工作岗位。亦是从那时候开始，我每天会在下班后看20来页书，以此来充实自己狭隘的大脑。

今年7月初我离开了亚洲知名企业——xx集团。离职后我直接到株洲，通过网络我看到了招聘启事，很幸运我通过了面试，但是我也心存疑虑，因为电视新闻上曾报道过很多关于保健品的负面新闻，再者我对公司销售的产品不了解，心里一直怀疑公司产品的质量，也犹豫是否该参加公司的培训。纠结过后，我做出了去的决定，不好再退出。然而在经过周部长和左老师一天的授课后，我对公司有了进一步的了解：公司对顾客无微不至的服务，公司对社会的无私回报，公司员工团结合作的精神，公司因材施教的育人理念，公司严明的纪律风范，公司丰富的业余生活……让我觉得作为公司的一名员工而倍感荣幸。课程中，周部长还讲到了公司的成长和王总创业的经历，这无疑是激发我们年轻人努力奋斗的典范楷模。当轻松愉悦的课程快结束的时候，周部长叫我们作总结的时候，我只说了一句话：“我对有兴趣了，我会努力做好！”

明天就是最后一天培训，培训完我们就要正式进入到工作岗位了。我想我能够在两个月转正，但是也不会放弃一个月转正的机会：第一，我敢做，敢于挑战自己；第二，看过一些营销方面的书，也算有涉及营销过这个行业；第三，我做过家具销售售后服务，接触客户很多；第四，我对销售这行很感兴趣；第五，我有一颗不安分的心。

最后我想谈一下销售员的成功之道，总结归纳为知识、方法、经验。

知识：每个人与生俱来就是一张白纸，在经过后天的学校培养和社会历练，纸上的字迹就会越来越多，懂得的道理、知识、专业技能自然而然的就会越来越丰富，那些理所当然的



会成为你实践的理论依据。

方法：众所周知，学生时代的我们成绩有好有坏，最主要的原因就是学习方法不同造成的，销售员也是一样。一位卓越的销售员会考虑到如何让客户接受自己的产品：第一他会了解竞争对手的产品，知己知彼，百战不殆；第二，真心的从客户的利益角度考虑。从表面上来看，第二点会损害公司的利益，但是从长远来看，可能你的举动打动了那位客户，从而为公司也为自己赢得了更多的客源。

## 销售公司年终总结报告集篇九

作为销售部经理，首先要明确职责，以下是我对销售部经理这个职务的理解：

职责阐述：

1. 依据公司管理制度，制订销售部管理细则，全面计划和安排本部门工作。管辖本部门内与其他部门之间的合作关系。主持制定销售策略及政策，协助业务执行人员顺利拓展客户并进行客户管理。主持制定完善的销售管理制度，严格奖惩措施。评定部门内工作人员的资信及业绩表现，并负责内部人员调配。

6. 货款回收管理。

7. 促销计划执行管理。

8. 审定并组建销售分部。

9. 制定销售费用预算，并进行费用使用管理。

10. 制定部门员工培训计划、培养销售管理人员，为公司储备人才。

11. 对部门工作过程、效率及业绩进行支持、服务、监控、评估、激励，并不断改进和提升。

近段时期，销售部在经历了一个人员小波动后，在宋总的正确指导下，撤某某区，某某区，集中人员，有针对性对某某市场开展了市场网络建设、优势产品推广、活动拉动市场等一系列工作，取得了可喜的成绩。现将三个月来，我对销售部阶段工作所取得的成绩、所存在的问题，作一简单的总结，并对销售部下一步工作的开展提几点看法。

销售数据表明：成绩是客观，问题是肯定存在的，总体上，销售部是朝预定目标稳步前进的。

那么，以下对这几个月的的工作做一个小结。

一. 培养并建立了一支熟悉市场运作流程而且相对稳定的行销团队。

目前，销售部员工共112人，其中销售人员96人，管理人员4人，后勤人员12人。各人员初到公司时，行销经历参差不同，经过部门多次系统地培训和实际工作的历练后，各人员已完全熟悉了本岗位甚至相关岗位的运作的流程。

对销售人员，销售部按业务对象和业务层次进行了层级划分，共分为销售代表和地区经理两个层级，各层级之间分工协作，相互监督，既突出了工作的重点，又能及时防止市场随时出现的问题，体现出协作和互补的初衷。

这支营销队伍，工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为公司尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。你们是饲料行业市场精细化运作的生力军，是能够顺利启动市场并进行深度分销的人力资源保证，是能让公司逐步走向强的资本。

我们起步虽晚，但我们要跑在前面！

我代表公司感谢你们!

## 二、团队凝聚力的增强，团队作战能力的提高

1、新员工的逐步增加，随着公司市场活动和拉练的开展，使我们由陌生变为熟悉，熟悉之间转换为亲密无隙的战友，紧密协作，同甘共苦，伴随着公司的发展共同发展成长。

2、局部市场销售小团队的组建，使销售人员与主管之间在生活上彼此照应，工作中相互协作，配合默契，利用小团队的优势，有针对性的扶植新老客户，不断的开拓为公司开疆拓土。

3、由于大家来自五湖四海，初到公司的那种小思想，小意识还是存在的，但是随着逐步的溶入团队，小思想，小意识也在逐渐消退，大家只有一个目标：尽我所能，让公司强起来!

三：敢于摸索，胆尝试，不断改进新的营销模式，并且程序化。

1、大家来自于不同的企业，固有的营销理念在个人的脑海中根深蒂固，行情疲软，做市场只体现了一个字：难!在这样的情况下，销售部在宋总的力支持下，营销模式尝试改革，通过几次市场活动的拉动，总结出宝贵的经验，摸索出了一套集开发新客户，维护老客户，市场造势于一体的全新拓展思路，取得了另整个销售部甚至整个公司振奋的骄人战绩。

2、实证的出台——目标经销商的力拜访——市场造势——邀请目标经销商参加活动——活动开展——开发出了目标经销商、维护了老客户、市场知名度提高、市场占有率提高、周边影响加。

3、一系列的成功，离不开销售部全体员工的努力，不断改进新的营销模式，使竞争对手无法模仿，让我们在市场上所向

披靡！

众人捧柴火焰高！

#### 四、有法可依、有法必依、执法必严、违法必究

随着工作进程的不断深入，我们已经初步地建立了一套适合于公司行销队伍及销售规划的管理办法，各项办法正在试运行之中，我们会不断更新，逐步完善。

首先，销售部将出台《销售人员考核办法》，对不同级别的销售人员的工作重点和对象作出明确的规范；对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。

其次，销售部将出台《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部进行定位的基础上，进一步对订购、配货、促销、赠品发放以及业务开展的基本思路等作出细化标准。奖惩分明，销售部还将将出台《销售部奖惩条例》，争取在以后的工作中，做到“事事有标准，事事有保障。”

第三，形成了“总结问题，提高自己”的内部沟通机制。及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重销售人员的意见，以市场需求为导向，地提高了工作效率。

制度是标准，执行力是保障！

力德船已经起航，为了它的安全，力德人行动起来！

虽然以上看似不错，但所存在的问题也不得摆在桌面上，这是也是我的严重失职。

#### 五、“3个无”的问题有待解决

问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒。

## 1. 无透明的过程

虽然销售部已运行了一套系统的管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是，销售人员没有形成按时汇报的习惯，仅仅是局部人员口头汇报、间接转述，销售部不能进行全面、及时的统计、规划和协调，从而导致部分区域的工作、计划、制度的执行和结果打折扣。

## 2. 无互动的沟通

销售部是作为一个整体进行规划和核算的，一线工作人员、后勤人员、主管领导的三向互动沟通是内在的要求和发展的保障。销售部需要及时、全面、顺畅地了解每个区域的一线状况，以便随时调整策略，任何知情不报、片面汇报的行为都是不利于整体发展的。

## 3. 无开放的心态

同舟共济，人人有责！市场供需失衡的压力，同业风气的阻障，客观环境的不便，均对我们的行销工作产生了负动力。如果我们不能以开放豁达的心态、宽容理解的风格、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就不能更好地前进。我们知道，其他厂家内部滋生并蔓延着相互拆台、推委责任、牵制消耗、煽风点火的不良风气，我们要警惕我们的队伍建设和自身进步，不要被不需在意的的人和事影响了我们的进步。

两军相遇勇者胜，智者相遇，人格胜。无规划的开发

市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，并不是所有的区域都能够根据总体发展，需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要及时开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体的某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什

么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访行为，都有可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

## 六、6条建议仅供参考

### 1. 重塑销售部的角色职能定位。

在做网络的同时，做销量，创造利润和区域品牌。通过完善终端网络来提升产品销量和团队美誉度。

### 2. 坚定不移的用我们自己的方式来做市场

在确保产品在终端“买得到”的同时，也要确保“卖得动”，有计划、多层次地开展“面向客户型”推广，门店销售，赶集宣传，会议营销正在逐步形成我们营销中的固有模式。不能只保证渠道中有水，还要创造让水流出去的“出口”。

### 3. 原则不能动，销售人员不能充当送货员

销售人员主动出击，培养客户订货计划，以客户需求为导向，按需供货。但是由于销售人员与客户沟通不够，或者沟通不到位，经常对新老客户采取货到付款，往往第二天只能等货，送货，收款，甚至还充当搬运，为提高工作效率；降低货款风险；希望大家在以后的工作中，在适当的时候坚持原则。

### 4、经销商产品流量流向的控制

很多销售人员往往注意的是经销商的买卖情况，究竟产品卖到哪去了，为什么卖不动不去追踪，不去思考，所以，今后的工作中，销售部会出相对的表格，来协助销售人员加强对经销商产品流量流向的控制，从而保障我们销售计划的准确度。

## 5、开发新客户意识一定要上一个台阶

某些市场，随着老客户越来越多，销售人员明显感觉维护不过来，根本就没有开新客户想法，一个市场，想到达到一个预期销量，网络的建立是重中之重，只要该市场网络还没理想化布局，就一定要有建立健全网络的思想，不断的开发新客户。

## 6、目标达成率的提高

这几个月，没有一个月能完成预定销售目标，首先是我的失职，以后在制定销售目标的时候，一定会和大家多沟通，但是，和大家沟通后，所定的销售目标一定要完成，否则，从销售代表到地区经理到销售经理，连带罚款。

## 七、总结

“市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。

同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验”。

我们已经经历了足够的市场磨练，我坚信通过我们共同的奋斗，架好“支点”撬动市场，打造“势能”以便放营销惯性，进行整合形成“拳头”能量，希望有一天，销售部的努力定能成为吸引的经销商来经营我们的产品、的养殖户来使用我们的产品！我们一定能在目前疲软的行业里建功立业！

我们现在的确困难，但我们决不贫穷，因为我们有可以预见的未来！

# 销售公司年终总结报告集篇十

不知不觉，新的一年又将来临了。回顾这一年的工作历程，作为xx公司广告部的一名销售人员，我深深的感到公司的蓬勃发展的热情□x公司人为之拼搏的可贵精神。下面，我就将我20xx年的个人工作情况进行如下总结：

## 一、20xx年销售情况

我是xx公司销售部的一名销售人员，主要负责跟进xx区域广告代理公司媒介策划专员和购买专员的媒介排期与投放工作，推荐合作，以下单业绩为工作任务量□20xx年，我积极与部门员工一起在xx地区推广我公司的业务，并以公司的战略目标为指导，与相关的合作客户就媒介排期与投放工作进行了良好的合作。销售是我公司广告销售部门工作的重点，销售形势的好坏很大程度上影响着公司的经济效益。这一年来，我销售部门坚持巩固老市场、培育新市场、发展市场客户、挖掘潜在市场，利用我公司的带动产品销售，并取得了较好的效果。

随着产品在xx地区日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场销售过程中有着越来越重要的作用，信息就是效益。我部门时刻密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，通过不断的市场调研和信息收集、分析、整理，将其制度化、规范化、经常化。我销售部门通过市场调查、业务洽谈、计算机网络等方式和途径建立了比较稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势。与此同时，我们建立了客户档案，努力做好基础信息的收集，并根据xx市场情况积极派驻业务员对销售市场的动态进行跟踪掌握□20xx年度，我销售部门定下了销售目标，年底完成了全年累计销售总额，产销率%，货款回收率%□20xx年度工作任务完成%，主要业绩完成%。

## 二、个人能力评价



广告销售部肩负这公司产品的销售工作，责任重大、任务艰巨。一支能力出色的高素质销售队伍是完成公司的年度销售任务的重要保障。作为公司的员工，我时刻都感觉到自己身上的重任。我的言行代表了公司的形象。因此我时刻不断以严谨的工作精神要求自己，不断加强自身的能力修养，广泛的了解广告市场的动态，时刻做好自己的本职工作。对于公司的各项销售政策，我都认真贯彻执行，并在工作中发挥刻苦工作的精神，努力完成销售目标。在工作中，我努力做到与同事友好相处，面对工作任务，我们积极进行沟通协调，对于有利于完成销售目标的意见和建议，我认真分析研究，并虚心接受。

### 三、工作建议及努力方向

回顾这一年来，我与销售部全体业务人员发扬吃苦耐劳、敢于进取拼搏的精神，团结写作取得了良好的业绩。但是，仍然没有完成任务，这是我应该认真反思的地方。不管怎样，成绩都是属于过去的。展望未来，摆在我面前的路还更长、困难还有很多，任务也很艰巨。但是，作为xx公司的销售人员，我不应该畏惧困难，反而应该迎难而上。我一定会在20xx年更加出色的发挥自己的工作积极性、主动性、创造性。履行好自己的岗位职责，全力以赴的做好20xx年度的销售工作，要深入了解动态，要进一步开拓和巩固xx市场，为公司创造更加高的销售业绩。

喜迎新春，祝我们xx公司在20xx年的销售业绩上更上一层楼，走在行业的尖端，向我们的理想靠拢。