

# 销售企业月度工作报告 销售企业年度工作总结

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 销售企业月度工作报告 销售企业年度工作总结篇一

- 1、抓住企业的关键人物，并不代表对其他人员可以置之不理，关系要作到上下贯通。把项目负责人作成朋友，把一把手做成哥们儿抓关键人物主要为签单，与其他人员处好关系是为了后期能更好实施项目。但做关系一定要往上走，不能在没有决定权的人身上浪费太多时间，一般来说拜访企业三次仍未见到企业决策人，此单可以考虑放弃。
- 2、销售人员是否能见到企业老总，要看销售员是否有能力、资格和自信，这就需要销售员具备知识性、社会性、综合性和多面手的能力。
- 3、第一次见面很重要，销售人员要把客户送回家，尽量收集信息，谈客户最关心的问题，销售人员第一次见客户，最好不要演示产品。第二次见面谈话可轻松，第三次拜访还未见到老总，就算失败。
- 4、第一次见老总，最好不要超过5分钟，但要充分展示个人魅力，如果对方没有让你坐，最好站着。如果企业信息中心的人堵着你不让你见老总，说明对信息中心的人关系没有搞定。
- 5、第二次见面要分析负责人的资料：

1年龄：决定思维方式和做事态度；

2性格：决定如何打交道；

3企业待遇情况：决定消费观念；

4婚姻状况：能了解家庭信息，拉近关系，如孩子大小，男孩还是女孩；

5学习任务：决定心态；

6工作任务、业余爱好、企业地位、社会关系：决定企业的心态；

6、虽说销售一般讲三分价格、七分技术、十二分的关系：在决定企业的投资规模后，认为与我们的报价比较符合的情况下我们才考虑是否跟踪该客户，所以价格是第一关应该解决的问题。在确认了投资规模后，需要在技术上得到企业的基本认可，所谓技术是敲门砖就是这个道理，如果技术要求相差太远，也会比较棘手，但在各家软件供应商的技术基本上能够满足企业要求的情况下，最关键的因素就取决于关系，哪家供应商和企业的决策人和有影响力的人物关系做的好，签单的成功率就高。中国企业就是这样，其实外国企业也不例外，前期关系的深入也有利于项目的后期实施和回款。但在私营企业对价格一般会比较敏感，如果与其他供应商报价相差太远，也会成为签单成功重要制约因素。

7、对正在选型的企业，要抓住对方的症结，即抓住自己的卖点，即不买我们的产品、你就会。

8、个人包装：外包装、内包装。

9、销售人员每天都要总结，才会不断提高。

10、销售人员的基本素质：敢斗，斗不死，但不要盲目的。

## 销售企业月度工作报告 销售企业年度工作总结篇二

1. 计划概要：对拟议的计划给予扼要的综述，以便管理部分快速浏览。
2. 市场营销现状：提供有关市场，产品、竞争、配销渠道和宏观环境等方面的背景资料。
3. 机会与问题分析：综合主要的机会与挑战、优劣势、以及计划必须涉及的产品所面临的问题。
4. 目标：确定计划在销售量、市场占有率和盈利等领域所完成的目标。
5. 市场营销策略：提供用于完成计划目标的主要市场营销方法。
6. 行动方案：本方案回答将要做什么？谁去做？什么时候做？费用多少？
7. 预计盈亏报表：综述计划预计的开支。
8. 控制：讲述计划将如何监控。

计划书一开头便应对本计划的主要目标和建议作一扼要的概述，计划概要可让高级主管很快掌握计划的核心内容，内容目录应附在计划概要之后。

计划的这个部分负责提供与市场、产品、竞争、配销和宏观环境有关的背景资料。

### 1. 市场情势

应提供关于所服务的市场的资料，市场的规模与增长取决于过去几年的总额，并按市场细分与地区细分来分别列出，而且还应列出有关顾客需求、观念和购买行为的趋势。

## 2. 产品情势

应列出过去几年来产品线中各主要产品的销售量、价格、差益额和纯利润等的资料。

## 3. 竞争情势

主要应辨明主要的竞争者并就他们的规模、目标、市场占有率、产品质量、市场营销策略以及任何有助于了解其意图和行为的其他特征等方面加以阐述。

## 4. 宏观环境情势

应阐明影响房地产未来的重要的宏观环境趋势，即人口的、经济的、技术的、政治法律的、社会文化的趋向。

应以描述市场营销现状

资料为基础，找出主要的机会与挑战、优势与劣势和整个营销期间内公司在此方案中面临的问题等。

### 1. 机会与挑战分析

经理应找出公司所面临的主要机会与挑战指的是外部可能左右企业未来的因素。写出这些因素是为了要建议一些可采取的行动，应把机会和挑战分出轻重急缓，以便使其中之重要者能受到特别的关注。

### 2. 优势与劣势分析

应找出公司的优劣势，与机会和挑战相反，优势和劣势是内

在因素，前者为外在因素，公司的优势是指公司可以成功利用的某些策略，公司的劣势则是公司要改正的东西。

### 3. 问题分析

在这里，公司用机会与挑战和优势与劣势分析的研究结果来确定在计划中必须强调的主要问题。对这些问题的决策将会导致随后的目标，策略与战术的确立。

此时，公司已知道了问题所在，并要作为与目标有关的基本决策，这些目标将指导随后的策略与行动方案的拟定。

有两类目标——财务目标和市场营销目标需要确立。

#### 1. 财务目标

每个公司都会追求一定的财务目标，企业所有者将寻求一个稳定的长期投资的盖率，并想知道当年可取得的利润。

#### 2. 市场营销目标

财务目标必须要转化为市场营销目标。例如，如果公司想得180万元利润，且其目标利润率为销售额的10%，那么，必须确定一个销售收益为1800万元的目标，如果公司确定每单元售价20万元，则其必须售出90套房屋。

## **销售企业月度工作报告 销售企业年度工作总结篇三**

本年度是我公司快速发展的一年，也是我学习、管理的销售工作取得重大进展的一年。在公司领导英明指导下，在兄弟部门大力配合支持下，紧紧围绕销售工作，我带领销售部全体员工，奋力拼搏，开拓进取，真抓实干，勤勤恳恳做事，兢兢业业工作，较好完成了各项工作。现作如下总结。

随着公司业务的急剧发展，公司完成建筑面积由x万平方米增加到xx万平米，这对我和所有销售团队成员都是一个巨大考验。为此，我组织团队成员，认真学习每次会议的精神和公司下发的文件，深刻领会公司领导的指示与意图，提高执行力。通过深入学习，使销售团队统一了思想认识：公司的经营管理是公司快速、健康、可持续发展的生命线，是公司取得良好经济效益的根本保证，“不以规律，不成方圆”，没有严格的管理制度和科学的经营思路，就不会有公司的正常运转。销售工作是公司经营管理的重要组成部分，是实现公司资金良性周转的重要一环，实现效益，树立公司品牌的重要途径。成功的销售，不仅可以能够为公司创造良好的经济效益，而且有利于提高公司的知名度和美誉度，带动企业业务的发展，实现资金的快速回笼，推动公司良性运转。因此，我注意引导部门员工树立责任意识、危机意识、品牌意识和大局观念、效益观念，坚决贯彻执行公司各项指示精神和要求。

20xx年，我带头努力，处处以身作则，较好地开展了各项工作。我坚持经常深入一线，冒着高温天气，督察广告投放情况。奔波忙碌，与销售代理公司沟通，与外部相关部门协调，帮助销售公司制定销售方案，全面监督市场运作情况。在我的带领下，团队成员工作积极，较好开展了各项销售活动。

x月x日，精心组织的项目品鉴会客户联谊会成立仪式举办，帮助现实客户和潜力客户多方解读四季新城之于城北的重要性以及产品的优越性。经过大量艰苦的工作，从x月底销售部开张到目前，除去销售员回访时已购买人员，目前积累客源xx余组，这些客源有如此高的粘度，说明客户对于项目的位置已经规划有较高的认同感，为二期房源的顺利开盘做好了良好铺垫。

加大内部外部沟通与协调，积极为销售部门营造良好的发展空间是销售经理的重要职责，工作中我特别注意了与其他部

门沟通与协作。我积极与工程部沟通信息，及时了解楼盘施工进度与相关情况，适时安排广告宣传工作。全力配合财务部工作，及时沟通财务信息，随时向业主追要购房款项，确保账目明细。认真与物业公司协作，向业主宣传物业管理的要求与特色，引导业务遵从物业管理规定。

同时我带领员工加强了与业主的交流，售前积极进行上门拜访活动，引领业主深入楼盘现场考察，现场宣传。售中多次带领业主奔走于银行、房管局等部门之间，竭力为业主的购房排忧解难。售后，及时进行电话回访，了解业主的要求与意见，引导业主多介绍新的客户。此外，多次深入城管局与其领导交流，申请大型屋外广告牌，争取其支持。与银行信贷部门、按揭中介、房产交易中心等相关部门建立了长期合作合作关系，既为他们提供业务支持，也寻求他们的帮助，使售楼过程畅行无阻，快速便捷。

工作中，我能够摆正自己的位置，站在中层干部的角度和促进公司发展的大局看待问题，坚决贯彻执行领导的意图，经常教育员工“有条件要上，没有条件创造条件也要上”，引导员工端正态度，做到“只为成功找理由，不为失败找借口”，并且经常组织员工学习领导指示与公司文件，确保提高执行力。我还经常深入代理公司检查监督，及时传达上级指示精神，发现问题及时提醒，帮助其制定销售计划，改进销售思路，辅助其健康发展。

同时，在公司领导的帮助下，结合销售部实际，我进一步健全了部门管理制度，制定了规章制度，明确了部门员工的岗位责任，完善了责任制度和激励机制，落实奖罚政策，强化了对部门成员的管理，调动了员工的积极性和主动性。同时，我坚持以人为本，尊重员工的意见，采纳合理化建议。关心员工的生活，关注青年员工的成长，无论个人生活还是工作，都为他们提供力所能及的帮助，极力营造团结一致、相互帮助、相互协作、携手共进的氛围，充分发挥团队合力开展工作，打造爱岗敬业、朝气蓬勃的销售团队。

一创新能力不强，由于忙于具体事务，往往忽略对一些问题的研究，以致于工作思路不够开阔。

二是计划不够细致，工作中往往注重大事的计划，忽略日常小事的计划，一定程度上影响了效率。对这些问题，我将在今后的工作中认真加以解决，改进工作，超越自我。

### 1、合理搭配，科学制定广告计划。

短信报纸等几种广告应该合理搭配，错开发行时间，掌握最佳宣传时机，最大限度提高宣传效果，争取以同样的广告费用投入，换取最大的经济效益。

### 2、完善制度，提高管理水平。

为进一步提高销售管理水平，需要完善规章制度，规范部门运作。一是制定案场管理制度，加强对案场销售以及纪律管理，逐步改变对代理公司依赖性过强的局面，学会“两条腿”走路，提升公司形象与销售业绩。二是建立健全合同管理与签约制度，实行专人管理，健全客户档案，防止意外纠纷，确保公司利益。

感谢公司给我搭建了述职的平台，我将把这次述职作为认识自我和自我批评的一次极好契机，进一步总结经验，发扬优点，克服不足，以更加饱满的工作热情，团结并带领同志们按照上级工作要求，开拓进取，求真务实，为销售工作尽力尽为，为公司发展做出积极贡献！

## **销售企业月度工作报告 销售企业年度工作总结篇四**

不知不觉中□20xx已接近尾声，加入xx房地产发展有限公司公司已xx年时间，这短短的xx年学习工作中，我懂得了很多知识和经验□20xx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本事，更让自我的人生经

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。能够说从一个对房地产“一无所知”的门外人来说，这半年的时间里，收获颇多，十分感激公司的每一位领导和同仁的帮忙和指导，此刻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，这是我的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，甚至能够说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮忙下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，经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，同时也意识到自我的选择是对的。

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，回头再来看这些资料真的有不不一样的感触。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忙下，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，坚持一颗良好的心态很重要，因为我们每一天应对形形色色的人和物，要学会控制好自我的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、进取的心态去应对工作和生活。

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，所以觉的十分乏味，每一天都会不停的背诵，相互演练，由于应对考核，我可是下足了功夫。最终功夫不负有心人，我从接电话接客户的措手不及到此刻的得心应手，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，此刻回过头来想一下，提高要克服最大的困难就是自我，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忙关心是息息相关的，这样的工作氛围也是我提高的重要原因。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供给各类资料，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提议和帮忙，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，这些提高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，而是自我去找别人打听或自我瞎琢磨，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，经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，并且还能够在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，他已是昨日它即将成为历史。未来在以后的日子中，我会在高素质的基础上更要加强自我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，那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，让自我有更多收获的同时也使自我变的更加强壮。总之，在这短短半年工作时间内，我虽然取得了一点成绩与提高，但离领导的要求尚有必须的差距。

（一）依据20xx年销售情景和市场变化，自我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）自我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我的理论知识，力求不断提高自我的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

（五）加强自我思想建设，增强全局意识、增强职责感、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。我将尽我最大的本事减轻领导的压力。

（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资料，知己知彼，方能百战不殆（在这方面还期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，自我平时就进取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！

## **销售企业月度工作报告 销售企业年度工作总结篇五**

1、工作中，尊敬领导，团结同事，能正确处理好与领导同事

之间的关系，保持沟通，充分发挥岗位职能，认真完成了各项工作任务，协助业务部的工作需要。

2、与各供应商建立并保持良好关系□xx%的物料顺利如期跟催到位，基本保证生产顺畅，材料计划下单正确率达xx%□

3、按照质检部质量标准，及时与各供应商沟通协调，尽努力按照我司质量标准供应物料。

4、开发了新的供应商，缓解了xx材料的质量问题。

1、材料计划下单错误x%□但未造成严重后果延误出货。

2、部门与部门之间的沟通未能达到理想效果。

3、供应商开发力度不够大，未能培养有潜力供应商。

1、加强与各供应商的合作与协调，缩短供货周期，提高物料交期的百分比。

2、积极与各供应商沟通，提高各供应商的质量控制能力与合约执行能力，保持质量与交期的长期稳定性。

3、极力配合质检部解决物料质量问题，与质检部讨论某些质量标准超过现有市场水平的解决方案。

4、稳定现有供应商，开发培养有潜力的供应商。

5、建立稳定、快速的供应链。

## **销售企业月度工作报告 销售企业年度工作总结篇六**

### **一、市场分析**

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，采用的工具是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用化。

比如，通过市场分析，清晰地知道市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

## 二、营销思路

1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现“两高一差”，即要坚持“运作差异化，高价位、高促销”的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

## 三、销售目标

销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，因此，科学、合理的销售目标制定也是年度销售计划的最重要和最核心的部分。

那么，李经理是如何制定销售目标的呢？

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，根据企业产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)□b(平价、微利上量产品)□c(低价：战略性炮灰产品)=2:3:1,从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

#### 四、营销策略

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行“一套价格体系，两种返利模式”，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

一、促销体现“联动”，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。

二、连环的促销方式至少两个以上，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。

三、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场“动销”，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

5、服务策略，细节决定成败，在“人无我有，人有我优，人优我新，人新我转”的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了“5s”温情服务承诺，并建立起“贴身式”、“保姆式”的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。通过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

## 五、团队管理

在这个模块，主要锁定两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定人员招聘和培养计划，比如□20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

## 六、费用预算

销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用

占比2%,通过费用预算,可以合理地进行费用控制和调配,使企业的资源“好钢用在刀刃上”,以求企业的资金利用率达到化,从而不偏离市场发展轨道。

做年度销售计划时,充分利用表格这套工具,比如,销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等,都通过表格的形式予以体现,不仅一目了然,而且还具有对比性、参照性,使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定,达到如下目的:

1、明确了企业年度营销计划及其发展方向,通过营销计划的制定,不仅理清销售思路,而且还为具体操作市场指明方向,实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标,而且还通过销售目标的合理分解,并细化到人员和月度,为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略,通过年度销售计划,确定了新的一年营销执行的模式和手段,为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了“铁鹰”团队打造的号角,通过年度销售计划的拟订,确定了“铁鹰”打造计划,为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。