

2023年饮品店消毒记录表 饮料销售业务员工作总结(大全5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

饮品店消毒记录表篇一

（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“xxx”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。

饮料销售业务员工作总结（二）

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。

饮品店消毒记录表篇二

10日前兑现的于4月30前将结算清单下达各省，5月10日前予以兑现。

b五月份的产品价格政策暂按四月份的价格政策不动。

c各项产品的营销策略

(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xx1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xx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xx制定好合理差价，以渗透形式促销，逐步扩大奶的销量。

(2) xx系列

公司准备推出加果汁的xx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xx可乐与其它xx系列按每箱1元促销一个月，以后视情况再定。

(3) xx

xx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xx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。

饮品店消毒记录表篇三

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到销售公司跟踪监督与考察。

饮品店消毒记录表篇四

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。

饮料销售业务员工作总结（三）

时间飞逝转眼间已经来到了20xx年，一年的工作下来，我对销售有了自己的认识。

对于现在做的销售工作，每天感觉自己就变了一个人。自己可以瞬间放下一切，立刻全部投入，一年来感谢销售带给自己的快乐，感谢销售带给我的自信，同时也感谢销售带给我的动力。

其实销售不仅仅是只靠大数法则，当然夜路走多了自然会遇到鬼，但这不是业务经理的主要部分，去分清业务经理该做的不只是这一点点。

在我看来销售最有效的办法，从模仿开始，再到自我学习深入，直至自己开发作为销售新人，最聪明的就是，先把前辈的经验全部吸收再收入大量信息，再就是熟练的掌握专业知识，自信是销售的成功重要砝码。

其实销售很简单自己总结就是以下几点：

- 1、首先必须明白什么是效率，因为客户资源有限。
- 2、要虚心和身边的前辈请教学习。
- 3、要大胆的说，会说，能说出重点。
- 4、必须学会倾听，说的再好，客户不关心，那么等于直接失败。
- 5、每天回家对着镜子念半个小时的书。
- 6、留意和工作有关的所有专业知识，包含信息、报纸和一些新闻都是必了解的。

- 7、要做到坚持不懈。
- 8、所有的收获和付出都是相辅相成的必须做好对自己心态的一个调整。
- 9、做好事情前提是做好自己。
- 10、理想是巨人，行动是矮子，那么就注定失败。
- 11、要善于沟通，善于观察。
- 12、要和上司搞好关系。
- 13、销售不仅是销售的是产品更是业务经理这个人。
- 14、要必须知道这个世界没有任何产品是销售不出去的只有不懂得如何销售的业务经理。

自己深深地知道销售压力大，也很辛苦、很累。但是自己发现自己开始享受销售所带给我的快乐，我愿意在销售这条路上走得更远☐20xx相信自己会做的更好！加油！

饮品店消毒记录表篇五

ace零售价元/瓶，比螺旋藻饮品略高（分公司出货时前者价格提了一毛钱）。本超市有堆码，无特别促销措施。

2、徐东平价超市

本店暂未进ace饮品。货架与堆码上的螺旋藻饮品则卖断货（已通知武汉分公司）。

螺旋藻饮品零售价元/瓶。

3、中南商业大楼超市

促销员反映ace销售尚可，平常日销量在10瓶左右，主要是零买，有明显尝试迹象。除了受促销员介绍而购买的以外，亦有主动消费的。ace与螺旋藻饮品的日常销量比约为1：4，春节期间二者的销量均有所提高，且相当一部分为螺旋藻饮品的整件购买。消费者大多对ace新品的评价尚好，无特别不好的评价。截止调查日止，近一个月的ace销量约为15件。

本商场ace与螺旋藻饮品零售价均为元/瓶。本商场堆码、货架、陈列都较有气势，现场气氛渲染较好。无特别促销措施。

4、水果湖商场超市

本商场ace卖得较好，近一个月的时间已销出15件左右。消费者，特别是商场售货员对ace评价好，认为其代表一种高品质的饮品，拿来自己喝或者送礼都较有品位，这可以从其高价位、饮料纯正的色彩以及其外观设计都得到体现。

本商场无堆码（空间较窄），亦无促销人员和任何促销措施。其零售价高达

元/瓶，为武汉市区最高的商超零售价。

5、洪山商场

本商场ace卖得较好，消费者对其评价尚好。由于正在盘存，无法得到销量具体数目。

6、其他商场

目前武汉市内仅少量商超有ace布货，其他如华联超市、家乐福超市、武商百盛量贩店、亚贸超市、徐东平价等目前均未进货。这部分商超将在下阶段进货一段时间后再进行跟踪调

查。

7、商超销售状况总结

从以上的商超调研结果可以初步总结出：

- (1) 各商超ace的销售状况尚可；
- (2) 消费者对其评价尚好，有一定接受度；

□3□ace和螺旋藻饮饮品在各商场的陈列位置、堆码状况较佳，客情沟通不错；

(4) 各商超普遍缺乏专门针对ace的促销措施，仅靠常规促销或无促销而自然销售。

三、与武汉分公司经理/业务人员座谈结果

1、市内餐饮销售状况总结

通过与市区业务人员的座谈，反映出目前餐饮渠道ace销售普遍不好的状况。市区目前仅进了50-60家左右的餐饮终端，除太子酒家等较有一定代表性外，大部分餐饮终端为中小型，进货较少，销售进展缓慢。同时，已布货的酒店也无特别的、专门针对ace饮品的促销措施，消费者认知度、接受度较低。

批发渠道目前的状况与餐饮类似，整体状况不太好。例，绿之源最大的经销商之一建华副食和正宏副食各进货20件，目前尚余近10件，走势较缓。同时，因为公司无专门针对ace分销的优惠政策（甚至武汉分公司还将其出货价比螺旋藻饮品提高了元/瓶），也是批发渠道流通不畅的原因之一。

3、分公司经理人员对ace销售的一些想法

通过与武汉分公司主要管理人员的沟通，他们提出了如下想法，以促进ace饮品的近期销售：

□1□ace的宣传要到位，宣传品和宣传措施要尽快落实。

（2）对ace的分销要给予更多的支持，近期要有专门的分销政策和分销措施下达。

□3□ace饮品和螺旋藻饮品应差别定位，赋予其独特个性。同时要加强对业务人员和促销人员的培训，使其更理解、更熟悉ace饮品的独特定位和个性。

□4□ace饮品的价格应与螺旋藻饮品区别对待，最好是ace略高点。

（5）对ace产品的推动力度要大一些，近期应主推ace□同时，其促销方案应快出台，投入执行。