

手机销售店长年度总结(模板8篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？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。

手机销售店长年度总结篇一

屈指算来，到公司已近一年的时间，回顾这一年里的工作，我在各位领导和同事的支持与帮助下，现在已基本上融入了公司这个大家庭，按照公司上级下达的要求和任务，认真做好自己的本职工作，通过这一年来的学习和工作，使我在工作模式上有了新的方法，技术和经验也得到了进一步的提升，而且在工作方式上也有了较大的改变。

首先在思想上，无论在什么情况下，我都遵守职业道德是能胜任这项工作的基本前提，无论何时何地我都奉行严于律己的信条，并切实的遵守它，另外爱岗敬业是能做好工作的关键，做好了自已的本职工作，把一点一滴的小事做好，把一分一秒的时间都抓牢，从我做起，从小事做起，从现在做起，才能每天都不同的进步。

这一年内我的岗位主要是在3g手机专区，我知道惟有积极的行动才能带来丰硕的成果。为了做好销售手机这项工作，我用心的做着领导交给我的每一项任务。3g手机专区直接面对的都是顾客，干好这份工作不仅需要熟悉每个手机产品的相关知识、流利的口才，更需要一份良好的心态，要有耐心、爱心、细心，认真对待每一位顾客，不管他来自何处、身处何职，都要对他们的要求做到认真负责，尽我所能，为他们做出最大贡献。

会因为忙了而兼顾不到其它的顾客，而感到着急。但我相信只要我业务更加的熟练介绍更加流畅，就能更快的提快我的工作效率，从而兼顾到更多的顾客。

由于感到自己身上的担子很重，而自己的学识、能力还是有限的，所以总是不敢掉以轻心，总在学习，向书本学习，向周围领导学习，向同事学习，这样下来感觉自己还是有一定的进步。经过不断学习，不断积累，从容处理日常工作中出现的各类问题，保证了本岗位工作的正常进行，以正确态度对待工作任务，热爱本职工作，认真努力贯彻到实际工作中去，积极提高自身素质，争取工作的主动性，从而具备了较强的专业心，责任心，努力提高工作效率和工作质量。

有效的团队工作也可以提高工作效率。为此,在工作中我不光自己努力工作,同时也和同事之间也相处融洽。在工作中除了互相学习,借签对方的长处,学为己用。经过工作的一年时间不断充实丰富学习,我也经常不断地总结思考,也获得了许多心得与体会。平时也不断自我学习自我完善。从中也不断自我总结,这样才能把生活与工作都改善得越来越好,因为工作中,总会接触到新东西,总结也很重要,下班时间,也会不断充电思考与总结,才能让自己业务工作有更多的了解与感悟。

20xx已成为过去,展望20xx新的一年里,我仍将不断完善自身的不足,将工作的不断进取作为我孜孜不倦追求的目标,以一个踏实勤奋的心态来迎接新的一年,努力使思想觉悟和工作效率全面进入一个新水平,为公司做出更多的贡献。

手机销售店长年度总结篇二

大家好!我叫xx[]时光如梭,到了九洲通讯已经两年了,回顾这两年的工作,在各位领导和同事的支持和帮助下,学到了很多手机方面的知识和销售技巧,认真做好自己的本职工作,严于律己,互敬互爱,爱岗敬业,把一点一滴的小事做好,

把一分一秒的时间都抓牢，从我做起，从小事做起，每天都有不同的进步。

要做好这份工作，不仅需要熟悉每个手机产品的相关知识，流利的口才，更需要一份良好的心态，要有耐心，爱心、细心，认真对待每一位顾客，不管他来自何处，身处何职，都要对他们的要求做到尽职尽责，为他们做出最大贡献，顾客少时耐心的讲解，根据不同的顾客选择他们所要的手机，让他们满意，顾客多时，做好兼顾工作，对每位顾客都做好关怀服务，每个环节都不能松懈，让顾客等候时也感受到我的真诚，不断熟悉业务，这样才能提高服务效率。

店里每次回了新的机型，我都会利用其它的业余时间尽快了解摸索这些新手机的功能与参数，这样面对顾客时也能了如指掌给他们讲解手机，才能从中不断提高自己的业务能力。

有效的团队工作也可以提高工作效率，和同事相处融洽，互相学习，借鉴对方的长处，学为己用。自我学习，自我完善，由于社会的发展进步，行业竞争激烈，我们不得不总在学习，向书本学习，向同事学习。让自己有一定的进步，积极提高自身素质，争取工作的积极主动性。

世界级的管理大师彼得·杜拉克曾经说过“企业成立的目标是要创造顾客和保留顾客，什么东西能创造顾客，就是销售”。保留顾客的秘诀就是服务。好的开始就是成功的一半。销售，首先是从顾客的接触开始，顾客大多是因为广告宣传进入市场，很多销售人员并没有尽到本职，只起到了了解说的义务，但优秀的销售人员善于用微笑建立与顾客沟通的桥梁，营造热销气氛，学会询问客户，常见的客户提出的异议是太贵了，用不起。比预算高，针对这些价格异议，销售人员要真正了解顾客的原因，不应该对顾客说：“这还嫌贵，我们是最低的价格，多少钱你才肯买。”这样的方式很容易让顾客产生没有保证的想法，应该和顾客说明原因，其实我们贵是有价值的，再就是对这个价格跟哪个档次的市场比，然后再包装产品，

服务，提升自己卖场的价值。

在今后的工作中，我们将不断完善自身的不足，积极进取，虚心学习，为自己制定目标，为公司创造佳绩。

手机销售店长年度总结篇三

我本人对工作勤勤恳恳、认认真真，从没有怨言，不管顾客如何刁难，我都会认真解释、笑脸相迎，虽然故意刁难的顾客很难对付，可用这样的方法却给顾客留下了很好的印象。

在工作能力上，我没有太多的特殊，虽然品牌是很主要的，但是促销员的促销技巧也是不可缺少的。在促销中怎样说服顾客买你的护肤用品，首先是要让顾客感受到产品品质的信心，其次让顾客感受到销售的火爆，这个时候购买物超所值，增加购买信心。这点在过节人多时特别管用。

我计划着多收集一些竞品信息和资料及时汇报公司，做出相应策略，观察其他促销员的情况学习他们的长处，弥补自己的不足，认真分析消费者的心理，从谈话中发现顾客的意向，有针对性地运用宣传重点展开推销，并且争取在今年的春节中，一定争取上大班，精神头足一点儿，从气势上打败他们，让他们都心服口服，并尽我最大努力取得好的销售成绩。

回想初进公司的我多么肤浅，如果说品牌的号召力是不可动摇的，那么促销员的能力更是重要的。所以我希望公司以后多对我们进行一些消费心理方面的知识培训。平常在销售中，除了能用赠品吸引消费者外，尤其是要能让我们抓住消费者爱贪小便宜的心理最大程度的发挥出赠送赠品的影响力。然后做好产品展位陈列，促销力度做到位。

展望未来，在各位英明领导的带领下，我将以更加积极的姿态投身于一线的销售工作中，并且我一定能做出更好的业绩来迎接我们整个商场更加辉煌灿烂的明天!!!

有理想的人总是走在前边，有责任的公司总是引领行业。在这个品牌一流、质量一流的公司，我不是最优秀的，但我永远是最努力的。

手机销售店长年度总结篇四

时光荏苒□20xx年很快就要过去了，回首过去的一年，内心不禁感慨万千……回首望望走过的一年，虽没有轰轰烈烈的战绩，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。感谢公司给我提供这个成长的平台，令我在工作中不断的学习，不断的进步，慢慢的提升自身的素质与才能。

回首过往，公司陪伴我走过人生很重要的一个阶段，使我懂得了很多，领导对我的支持与关爱，令我明白到人间的温情，在此我向公司的领导以及全体同事表示衷心的感谢，有你们的协助才能使我在工作中更加的得心应手，也因为有了你们的帮助，才能令到公司的发展更上一个台阶，在工作上，围绕公司的中心工作，对照相关标准，严以律己，较好的完成各项工作任务。

在没有进公司之前我是一个没有销售经验缺乏专业知识的人，仅凭对销售的热情，到公司之后，一切以零开始，一边学习产品知识，结合销售学习，通过不断学习和努力，收取同行之间的信息和积累市场经验；转眼20xx即逝，不知不觉中，我在本公司做领班已经快x年了。

- 1、对市场了解得不够深入，主要是xx的备货不及时，以至于引起一连串的反应，令业绩位能达到最佳状态。
- 2、一年来我做了一定的工作但跟领导的要求还有不少差距，专柜的纪律管理执行力不够，影响整个买场形象。
- 3□xx区的没资料的旧商品的处理问题没能够得到合理的处理意见。有时候看问题看得不够透彻，容易把问题理想化，容

易导致和实质情况产生一些偏差。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中的其他一些做法也有很大问题，主要表现在沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能够把我们的产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图，对客户提出的某个建议不能做出迅速的反应，老员工的流失，新员工的专业知识有待加强。

1、建立一支熟悉产品，而相对稳定的销售团队。人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源与有一个好的销售人员，建立一支具有合作精神的销售团队企业的根本。

2、完善会员制定，建立一套明确的专人管理办法。

3、销售目标：以每月区域目标，每日的销售目标分配到个个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司明年的发展与员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的，提高执行力的标准。

新的一年我为自己制定了新的目标，那就是要加紧学习，更好的充实自己，以饱满的精神状态来迎接新时期的挑战。明年会有更多的机会和竞争在等着我，我心里在暗暗的为自己鼓劲。要在竞争中站稳脚步。踏踏实实，目光不能只限于自身周围的小圈子，要着眼于大局，着眼于今后的发展。我也会向其它同事学习，取长补短，相互交流好的工作经验，共同进步。

手机销售店长年度总结篇五

xx月xx日，摩托罗拉高调推出迄今为止摩托罗拉家族最薄的折叠手机v3其厚度仅为xx毫米，凝聚了摩托罗拉的设计哲学、

美学及艺术造诣，以数个设计与科技首创打破业内多项记录，堪称“渊”自丰富科技，“薄”于尖峰设计的极品之作。

在随后对v3进行铺天盖地的宣传推广时，摩托罗拉以v3超薄为卖点，宣传口号是“方寸之间大成之作”，意在宣传v3虽薄却功能强大的尊者地位，以彰显摩托罗拉品牌在全球移动通讯领域的雄厚实力，并加强了摩托罗拉在手机造型设计和技术研发方面再次引领未来通讯行业潮流趋势的领导地位。

11月18日，夏新启动主题为“百万旋风，龙卷神州”的百万像素手机大批量订货会。夏新此番携f90等多款百万像素手机以2680元的低价，在杭州、上海、天津、北京等全国范围内举行大规模的上市订货会，意在依靠批量上市的高性价比产品，捅破阻碍百万像素手机市场普及的最后一层窗户纸。

夏新的目的是，要打破目前百万像素手机市场上“价格虚高”和“有价无市”两个怪圈，力争在年底市场上掌握先机 and 主动，并以此带动夏新手机业务在第四季度走出低谷。夏新百万像素手机的全国首批订货量超过13万台，订货金额超过3亿元人民币。

11月21日tcl移动发布tcl神典e767汽车手机，并与大型汽车服务集团南菱汽车签定了战略合作协议。凭借其精准的检测功能tcl神典e767汽车手机成为“南菱汽车集团推荐服务品牌”，进入南菱4s销售店和服务区销售。

手机进入汽车4s店销售，这在手机行业历史上还是第一次tcl深入挖掘和满足市场需求，和汽车制造商、经销商、移动运营商一起开创一个全新的手机——汽车价值链，占领行业制高点，推动汽车移动智能管理应用和产业发展，获取更大赢利增长点。通过这种造势tcl向更多的人推介其融合了手机通讯和汽车电子技术的tcl神典e767汽车手机。

在经历今年前三季手机洋品牌的反击之后，康佳手机打出了“持久战”的战略，并于今年11月，推出“超长待机月”活动。此次活动，康佳大力打造由待机500多个小时的影像a66和待机300多小时的彩屏c926组成的“黄金组合”产品，直接对阵飞利浦、诺基亚等超长待机产品，在“持久”待机产品市场上与之正面交锋。

持久待机的需求原来局限于特定用人群，但现在逐渐发展成一种普遍需求。推出超长待机等系列产品，使得康佳a66上市首月销量就达到了2万台。这种差异化竞争策略使得康佳得以持续制造市场的消费兴奋点，保持灵活的销售策略，并寻求销量与利润的平衡。

手机销售店长年度总结篇六

时光荏苒，我到xx公司西安店已近两个月的时间，回顾这段的工作，在各位领导和同事的支持与帮助下，我现在已能很快地胜任工作，按照公司上级下达的要求和任务，认真做好自己的本职工作，完成销售任务。我最初在xx店上班，因工作需要公司调我在附近军区服务社做手机销售。在新的工作和环境和要求下，我在工作模式上有了新的方法，技术和经验也得到了提升，而且在工作方式上也有了较大的改变。先将我近期工作简单地总结如下。

我觉得，无论什么工作，遵守职业道德是能胜任工作的基本前提；爱岗敬业是能做好工作的关键。在工作中，我严格遵守公司的各项纪律制度，做好了自我的本职工作，把一点一滴的小事做好，把一分一秒的时间都抓牢，从我做起，从小事做起，从现在做起，才能每天都不同的进步。

要做好这份工作不仅需要熟悉每个手机产品的相关知识、流利的口才，更需要一份良好的心态，要有耐心、爱心、细心，认真对待每一位顾客，不管他来自何处、身处何职，都要对

他们的要求做到认真负责，尽我所能，为他们做出贡献。顾客少时耐心的跟顾客讲解，根据不同的顾客选择他们所需要的手机，让他们满意；顾客多时，做好兼顾工作对每位顾客都做好关怀服务，每个环节都不能松懈。让客户等候时也感受到我的真诚，不断熟悉业务，这样才能提高服务效率。

店里每次进回了新的机型我都会利用其它的时间尽快了解摸索这些新手机的功能与参数，这样面对顾客时也能够了如直掌地对用户介绍这些手机，才能从中不断提高自己的业务能力手机销售工作总结工作总结。

为此，在工作中我不光自己努力工作，同时也和同事之间也相处融洽。在工作中除了互相学习，借签对方的长处，学为己用。经过工作的一年时间不断充实丰富学习，我也经常不断地总结思考，也获得了许多心得与体会。平时也不断自我学习自我完善。从中也不断自我总结，这样才能把生活与工作都改善得越来越好，因为工作中，总会接触到新东西，总结也很重要，下班时间，也会不断充电思考与总结，才能让自己业务工作有更多的了解与感悟。

由于社会发展，行业竞争激烈，我感到自己身上的担子很重，而自己的学识、能力还是有限的，所以总是不敢掉以轻心，总在学习，向书本学习，向周围领导学习，向同事学习，这样下来感觉自己还是有一定的进步。经过不断学习，不断积累，从容处理日常工作中出现的各类问题，保证了本岗位工作的正常进行，以正确态度对待工作任务，热爱本职工作，认真努力贯彻到实际工作中去，积极提高自身素质，争取工作的主动性，从而具备了较强的专业心，责任心，努力提高工作效率和工作质量。

在以后的工作中，我仍将不断完善自身的不足，将工作的不断进取、提高销售业绩作为我孜孜不倦追求的目标，努力使思想觉悟和工作效率全面进入一个新水平，为公司做出更多的贡献。

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

手机销售店长年度总结篇七

时间飞逝，不知不觉我已经来步步高三个多月了，在这三个月中，我学到了很多在学校没能学到的东西。如，对我们步步高产品的了解，销售技巧的提高，与人有限沟通技能的提升，融入社会能力的提高等等。

首先，第一个月的产品知识学习，了解到国有手机品牌在手机市场上也占有举足轻重的地位，尤其是我们的步步高音乐手机。步步音乐高手机品牌的树立，打破了无国有品牌手机，使人们知道中国手机市场不仅有三星，诺基亚，摩托罗拉，也有自己的国有大品牌手机——步步高音乐手机。不再是以往的国有手机，除了山寨就是杂牌的局面。因为我们有了自己的国有品牌手机，无论是在机型，功能，价位上都能与三星诺基亚抗衡了。

其次，在第二个月的站柜销售阶段，国有品牌手机的销量数据也是让我感到十分震惊的。在销售过程中，使我明白对产品知识了解的重要，只有自己熟悉产品的情况下，才能讲好我们的产品，销售好我们的产品，在这里也使我懂得学习无论在什么时候都是非常重要的，产品知识的掌握，就是销售产品的基本功。在销售产品时，我们一定要相信自己是有能力把我产品卖出去的。一定要相信我们的产品就是最好，卖这个价格是合理的，因为我们的产品物超所值，值得你拥有。就这样，经过无数次的学习，无数次的讲解，无数次的失败，

再到无数次的成交，在销售技巧方面我有了很大的提升。

再次，第三个月跑业务阶段，我各个方面的能力也有了很大提升，到店里如何接触你的客户，用什么方式进行有效的沟通，如何接近店员，用什么样的角色和他们交流，使她们不排斥你等等。分门店后，在店里活动，我们还要培养发现问题，分析问题，解决问题能力。帮助老板实现利润的同时也保证我们公司利益。在终端我们要树立我们步步高音乐手机的良好形象，门头，柜台，展品陈列等等，都要干净整洁，给人留下良好的印象，使看到我们形象的人，成为我们的潜在客户。在这些问题的处理上，使我的组织，协调，执行力方面都有提高。

这三个月的工作学习使我各方面能力都有所提高，但对我这样刚刚步入社会的新人，还是远远不够的，在今后的工作中，我会继续学习成长，继续提高自己的工作经验，人生阅历。

手机销售店长年度总结篇八

本次活在时间从xx年xx月xx日到xx年x月x日，共x天活动时间，总销售额xx元，环比增长率xx%除去节日期间xx的自然增长，实际增长率也达到了28，超过了活动前5预计增长目标。

活动时间安排紧紧扣住元旦假期情况，同样在30日至1日之间也出现了连续三日平均营业额xx元，并将这种形式延续到1月2日。

本次活动前期宣传费用，12月28日《xx刊》封底整版xx元，展板和x展架xx元，宣传费销售占比1。

从礼品发放情况来看，单比消费额有所提升，但消费额集中。

礼品发放数量比实际估计数量减少30。

在9日活动内销售联通手机体验卡41张。与联通公司合作活动看，这种新型营销模式给消费者带来一些新意，尤其是联通公司在各主管营业厅悬挂“中国联通红楼百货强强联合购物送手机体验卡”和印刷的500份宣传单页，“缤纷节日红楼百货中国联通强强联合购物得联通体验卡”不但给我们的活动进行了宣传，同时“强强联合”也让消费者感受到了实惠。

从以上情况来看

本次活动在媒体平台选择上存在不足，28日广告宣传打出，29日(周六)销售比上个周六却下降17.6，在元旦前夕营业额应呈增长趋势，尤其是在促销活动的带动下，营业额增长应较明显，工作总结《手机销售员工作总结》从数据上看，我们在媒体选择上存在宣传范围狭隘性和目标群体偏离性。

我们主打的是时尚休闲口号，目标定位在时尚女性和年轻群体，在媒体选择上同样应该选择在媒体中具有较高知名度的平台。符合商场和目标群体共性。

促销活动是在时间的迫使下组织实施的，虽然具备了一定市场基础，在单个活动或企业总体发展方向及年度规划上存在较大偏差。单次活动对企业品牌积累上轻则无力可施，重则影响到品牌积累步伐。如本次活动在奖品制定上是参考了畅销品牌的销售记录，然而在本次活动中几家畅销品牌却没有参加，不但影响到活动力度，还影响到了商场凝聚力。

各楼层专厅促销活动，不能定期反馈给把这些信息宣传到外部去的企划部，专厅促销信息成了内销文件，不能起到增加品牌顾客的作用，薄利多销的目的也成了一相情愿。企划部失去了这些信息的支撑，在活动计划拟订上，不能将商场活动与专厅活动结合，不但存在独立性，更甚使活动被孤立，营业部与代理商或厂家洽谈活动承担比例时，失去立场。

一项活动，无论大小，“策占三划占七”，可见活动实施重要

性，即使再好的策略，没有人去实施，他还是等与零。员工对活动的促销知识了解不够，缺少服务热情，对促销活动促进上缺乏技巧和活力，在员工心目中没有“活动是在大量资金与人力投入下，营业额大幅度拔高的概念”。另外，活动在销售过程中也没有一个激进方案，销售任务没有进行细分，“笼统管理，大概销售”，也限制了销售额的增长。

企划部成员应常走出去，了解最新市场信息，做好信息归整，并多了解时尚前沿时尚资讯。