

最新营销员个人总结(精选6篇)

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。相信许多人会觉得总结很难写？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

营销员个人总结篇一

在市场经济发达的今天，市场营销是涉及面很广的企业经济活动，在现代企业经济活动中处于十分重要的位置，并对企业的生存和发展起着重要的作用。

通过学习，我知道了市场营销学是市场经济高度发展的产物，是市场激烈竞争的产物。改革开放以前，在计划经济体制下，市场营销在国内的发展非常滞后。近年来，随着我国工业化、城镇化和现代化的推进，技术水平飞速发展，专业化程度日益提高，个人收入上升，日益扩大和完善的市场为市场营销理论和实践提供了良好的发展平台。

通过学习，我明白了市场营销是艺术和科学的共同体，是一门艺术性很强的应用学科，因时因地，因人而异，具有不可复制性功能。市场营销更不是促销、拉销、推销，市场营销是基于需求导向的竞争战略，是适销对路产品的开发、生产与销售。市场营销要立于谋，成于策，要以理论做为指导，按规则行动，有理论做为指导，做工作才能高瞻远瞩，胸有成竹，事半功倍。

通过学习，我明白了市场销营使企业产品使用价值和服务价值得以实现，是联结社会需要与企业的中间环节，是涉及全员、全过程。市场营销要有市场的意识和竞争观念，要树

立“市场第一，顾客第一”的观念，顾客就是我们的上帝，顾客是我们的衣食父母，有这样的认识和定位，我们做起工作来更加得心应手，做人也就会更加彬彬有礼，做事会更加精于细节。另外，市场销营不只是销营部门的事，而是涉及企业技术、安全、质量、服务等各部门的事，只有各个环节齐头并进，“使推销成为多余的目的”才能实现。

通过学习，我明白了市场销营理论上讲的与实际做的有一定差距。在实践中，往往是“运用之妙，存乎一心”。比如，回扣、佣金等有一定的生存空间，是商业交往的润滑剂，屡禁不止，因而，反腐倡廉，依规办事任重道远。但从另一个角度思考，存在的便是合理的，这些问题的解决涉及社会制度、产权制度和法律法规等各个方面，非一人之力可为也。

通过学习，我发现自己在看待问题、思考问题及解决问题等方面都有了改变，自己的思路也不再想以前的狭隘，会注意到问题的本质，在解决某些问题时，更会抓重点、抓关键，喜欢用数据说话，用事实说话。

营销员个人总结篇二

20xx年xx坚果产业科技服务团按照xx科技厅关于脱贫攻坚工作的总体部署，组织坚果产业科技服务团成员到区内有坚果产业需求的贫困村开展科技服务，产业科技服务示范，通过建设贫困村坚果产业服务示范基地、贫困村科技培训基地，组织开展科技培训、技术推广、市场信息对接活动等[]20xx年开展工作以来，我团队共组织405人次科技特派员和105人次非“三区”科技人才深入农村基层，在20个县市区形成脱贫攻坚网格化体系，使科技扶贫的触角向基层的“微血管”延伸。对全区服务的贫困村累计超过105个，培训8000多人次，在贫困村建设贫困村坚果产业服务示范基地12个，在贫困县建设坚果产业综合科技培训基地8个，每个示范基地引进示范推广新品种1—2个、新技术1—2项，通过创新不同扶贫模式3种，累计辐射带动推广种植面积11多万亩，推进了农村科技产业

的发展和调整经济结构，提升贫困村坚果种植户种植管护技术和科技增收能力，促进了农业增效和农民增收，为全区广大农村全面建设小康社会起到了积极的推动作用。

1、1月13日—14日□xx坚果产业协会年会暨xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团科技培训会在崇左市扶绥县举办。服务团以坚果协会为平台，汇报xx坚果产业的发展中存在的技术问题以及提出解决建议方案，就下一步管理工作进行培训，培训人数达150人。

2、2月2日，贫困村坚果产业科技服务团团长王文林一行3人应河池市满山坚果开发有限公司邀请参加河池宜州市的“暨故乡梦&澳洲坚果万亩启动大会”。同时针对存在的技术问题进行了现场培训，与会的有都安县、加贵乡各级领导及澳洲坚果种植合作社、农户等共计100多人。

3、3月6日□xx南亚所澳洲坚果研究中心□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团）在岑溪市党校开展澳洲坚果保花保果科技培训，参加培训的人员来自岑溪和藤县等地区的贫困村人员，科技人员，种植大户近200人。

4、3月14日□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团团长王文林参加靖西市扶贫产业澳洲坚果种植推介会，向大会作了澳洲坚果产业的相关介绍，指出了靖西发展澳洲坚果产业的可行性和前景。靖西市副市长闭鸿飞，水果站主任李永维，各乡镇主要负责人□xx三顺农林发展有限公司等共50人参加了本次会议。

5、5月10日□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团组织团员在龙州开展开展科技服务经验交流、培训会。王文林团长主持本次活动，并做了上一年的工作总结和今年的工作目标。各团员之间交流了科技服务工作中存在的问题和经验，就如何做好产业科技服务和引导产业良性发展进行了深入探讨。

交流完毕，服务团在组织团员到龙州县芭蕉乡龙边村（贫困村）开展坚果种植培训会，对60名坚果种植户进行了专项技术指导。

6、5月11日—18日，为响应科技厅“两周两展”科技活动，□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团组织团员开展了“6天6县”贫困村坚果产业科技服务活动。此次活动以坚果产业协会为平台，通过在贫困村建立11个坚果产业科技培训基地，5个综合培训基地，以科技特派员为基点开展贫困村坚果产业科技服务，以产业带动脱贫，以科技助力扶贫攻坚。本次活动分别对上思、龙州、宾阳、容县、岑溪、藤县6个县的部分贫困村进行了坚果种植指导和培训共400人次。

7、5月25日至27日，受国家林业和草原局科技司以及自治区林业厅的邀请，□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团参加了在南宁举办的林业科技推广服务培训班。王文林团长代表xx南亚所和贫困村坚果产业科技服务团做了《澳洲坚果高效培育技术》的讲解，介绍了澳洲坚果在xx的发展历史，前景和高效培育技术。

8、6月6日—7日，□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团应邀前往大新县昌明乡东风村、那岭乡好胜村及下雷镇新育村开展澳洲坚果实用技术培训，此次培训针对各贫困村农户澳洲坚果种植存在的管理技术问题及错误观念进行了详细讲解，并赠送了坚果专用肥10吨，种苗1000株，发放培训技术资料150份，培训200余人。

9、6月28日，□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团成员覃振师高级农艺师应邀参加了自治区林业技术推广总站在桂平市林业局举办的xx林业科普及惠农增收活动技术培训班。向参会的贵港市林业局、桂平市林业局和乡镇林业技术站、种植户共130多人详细地介绍了《澳洲坚果产业科技服务团队建设与服务示范》项目所取得的研究成果以及澳洲坚果栽培种植

技术方面的经验积累。

10、7月11日□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团王文林团长一行到凭祥市夏石镇板任村呼桥屯的澳洲坚果基地进行科技服务。该基地种植面积600亩，是服务团新建的坚果产业科技服务示范基地，是企业入驻，示范带动，增加就业岗位，产业扶贫的典型。详细介绍了澳洲坚果新植第一年的管理要点和下一步的主要工作，为基地管理员解答了实际问题，增强了企业的管理信心。

11、7月23日—30日□xx贫困村科技特派员澳洲坚果产业服务团一行4人在南宁、岑溪等地召开技术培训会。此次服务团在王文林团长带队下，前往上思、扶绥、横县、南宁、岑溪、龙州各县市坚果产区及坚果服务团科技帮扶对口贫困村等地，开展了《澳洲坚果高效培育技术》、《澳洲坚果早实丰产栽培技术》、澳洲坚果石漠化栽培技术等培训课，一周以来累计培训人员近500人次。

12、7月24日—8月2日□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团队组织专家赴龙州县龙州镇、彬桥乡等8个乡镇开展澳洲坚果栽培技术培训会。培训各乡镇技术人员、农民620多人次。

13、9月1日—2日□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团团团长王文林一行来到陆川县开展科技培训，对种植过程中存在的问题及关键技术要点进行了讲解，同时来到岑溪市信畅坚果开发有限公司的坚果加工厂进行参观指导，就坚果初加工工艺改善提出了宝贵意见。

14、9月03日□xx科技情报学会组织专家在岑溪市大隆镇均昌村对xx亚热带农业科学研究所承担的的xx科技计划项目“坚果产业科技服务团队建设与示范”进行过程现场查定。项目负责人王文林向专家组汇报了项目执行情况。专家组听取了项目在该村的实施情况，提出质疑，依照查定大纲

随机抽查株产量，测定商品果率。

15、10月份，制作xx坚果产业协会宣传片，宣传坚果产业科技服务团科技扶贫效果，推广服务团的创新科技扶贫模式。

16、11月2日，南亚所xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团覃振师高级农艺师应邀赴崇左市龙州县上降乡江村开展澳洲坚果技术培训会。培训会采取现场教学的方式展开，培训的宗旨是让更多种植户掌握澳洲坚果实用栽培技术，依靠科技致富。龙州县科技局、村干部、当地种植户80余人参加了此次培训。

17、11月5日—8日□xx贫困村科技特派员坚果产业科技服务团由覃振师副主任带队赴龙州县八角乡菊埂村、箕斗村等7个村屯进行澳洲坚果种植管理技术培训，培训八角乡内村“两委”成员、各屯屯长、建档立卡贫困户和致富带头人约280多人次。

18、11月5日—9日□xx贫困村坚果产业科技服务团团长王文林一行赴上思、扶绥、贺州、岑溪、容县等地区的贫困村开展澳洲坚果秋季修剪、施肥关键技术培训，并针对今年xx澳洲坚果的价格以及质量的相关情况作了介绍，此行培训达100人次。

19、11月15日，自治区林业技术推广总站和xx贫困村坚果产业科技服务团在横县校椅镇忠好村举办澳洲坚果种植技术培训班。南宁市林业局、横县林业局和乡镇林业站技术员及果农共120人参加了本次培训班。王文林团长一行参加了本次培训，并作了xx澳洲坚果发展情况及澳洲坚果丰产栽培技术的报告。

营销员个人总结篇三

作为一名保险营销人员，要不断努力学习营销知识，总结工作经验，提高个人的工作能力。下面是本站带来的保险营销工作心得，欢迎查看。

一、努力提高政治素养和思想道德水平

积极参加上级公司和支公司、本部门组织的各种政治学习、主题教育、职业教育活动以及各项组织活动和文娱活动，没有无故缺席现象；能够坚持正确的政治方向，认真学习邓小平理论和“三个代表”重要思想等，从各方面主动努力提高自身政治素养和思想道德水平，在思想上政治上都有所进步。

二、努力提高业务素质和服务水平

积极参加上级公司和支公司、本部门组织的各种业务学习培训和考试考核，勤于学习，善于创造，不断加强自身业务素质的训练，不断提高业务操作技能和为客户服务的基本功，掌握了应有的专业业务技能和服务技巧，能够熟练办理各种业务，知晓本公司经营的各项业务产品并能有针对性地开展宣传和促销。

三、严格执行各项规章制度

一年来，无论在办理业务还是其它的工作中，都能严格执行上级公司和支公司的各项规章制度、内控规定和服务规定，坚持使用文明用语，不越权办事，不以权谋私，没有出现被客户投诉的行为以及其它违规违章行为。业余生活检点，不参与赌博、购买六合彩等不良行为。

四、较好地完成支公司和本部门下达的各项工作任务

一年来，能一直做到兢兢业业、勤勤恳恳地努力工作，上班早来晚走，立足岗位，默默奉献，积极完成支公司和本部门下达的各项工作任务。能够积极主动关心本部门的各项营销工作和任务，积极营销电子银行业务和各种银行卡等及其它中介业务等。凭着对保险事业的热爱，竭尽全力来履行自己的工作和岗位职责，努力按上级领导的要求做好各方面工作，取得了一定的成绩，也取得领导和同志们的好评。回首一年过来，在对取得成绩欣慰的同时，也发现自己与最优秀的员工比还存在一定的差距和不足。但我有信心和决心在今后的工作中努力查找差距，勇敢地克服缺点和不足，进一步提高自身综合素质，把该做的工作做实、做好。

保险销售是一门学问，我们在保险销售中与别的网点也有相类似的地方，我们每天早上也会相互练习话术，跟我们的理财经理学习一些专业，且容易让用户接受的术语，包括说话时候的语气及表情。每日在营业中别的营业员在进行保险销售的同时，我们旁边的另外两个营业员也会同时听着他的话术，适时的进行纠正或者是同时学习他说的比较好的地方。

我们在遇到定期储户的时候，都会向他们推销我们的保险，如果遇到要存短期，一年左右的，我们会向他们介绍正险，收益比较固定，时间比较短，想用钱的时候也会比较方便，如果想要存长期的用户，我们会向他介绍我们的中邮，还有人寿，人保等等产品，是时间较长，收益也是比较稳定。

还有些储户会存大额的定期，这时我们向他们介绍保险，但他们的回答大多数会是“这个不保险，我还是存存定期吧，”这时我们就会向他解释保险的一些具体事项，但是用户还是表现反感，我们就会建议用户拿出一部分去购买保险，尝试一下，看一看收益跟定期的相差多少，这样有个比较的话，以后对于保险的购买是否就会心里有底，而用户对于部分购买保险还是比较能接受的。

位置比较特殊，属于城乡结合部，有些比较极端的用户，有

些用户只要我们跟他们介绍，他们认为这产品不错，也许只是几句话的工夫，就能成功一笔保险，但有些用户对于保险的偏见较深，尤其是银行内部销售的保险尤其不信任，这时候我们也很注意团队合作，我们在前台营业的时候遇到这样比较不信任银行保险的定期储户，我们会先进行初步的介绍，如果用户觉得被吸引，流露出感兴趣的表情，我们的理财经理同时会进行详细的介绍，包括保险的风险，收益，时间等等，如果储户觉得有些犹豫的时候，我们再进行介绍，这样的团队合作的效果是很明显的，大多数储户最后都愿意进行购买。

每日营业时遇到的一些大客户，即一些购买比较大额保险的用户，我们结束营业时都会注意记录客户的信息，我们的理财经理或者负责人也会定期的进行大客户的维护，电话问候或上门拜访。

1 推销保险，必须对保险条款吃透。

条款能否吃透，关系到您对保险好处能否说清楚的大问题。比方一个人存钱5年定期利息有多少，买保险的收益是多少，买保险的优势在哪，如果这都不清楚，人家也很难购买你推销的保险。所以一定要把条款弄懂弄通，磨刀不误砍柴工。

2、推销保险，语言的技巧更为重要。

同样是一张嘴，人家几句话就说到客户的心坎上。同样是讲保险好处，人家几句话就说得一清二楚。有的人不研究语言的技巧，话没少说，却把人家说烦了，哪还谈得上推销保险。推销保险就是全靠嘴，因此，当你在推销之前，除了选准对象、选准突破口之外，还要捉摸语言的技巧，对象不同，表达的语言也不同。应该先说什么、后说什么，从哪儿说起。可千万注意，险种的条款那么多，也不要面面俱到。要把条款的话，变成自己的话，通俗易懂、简单明了。

3 推销保险，如何选择营销对象，如何找准突破口，也至关重要

当人们保险意识还不那么强烈，当人们的经济收入没有那么高的情况下，选择投保对象很重要。很简单，当人们吃穿住行都解决挺好，资金有剩余，肯定考虑是剩余的钱在尽量低的风险下获得最大的收益。一般情况下，定期的以及活期存折里面的钱取款次数不多并有剩余的可以作为销售对象。当然，有的有钱也不买，这没关系，帮助对方提高风险意识，加深对保险的了解，好事多磨，客户最终会买的。

4 推销保险，必须学会做人。

推销保险时，往往有些人不是站在客户的利益上去做工作，不按条款规定说话，动员客户有随意性，对客户不负责任。请大家记住，保险保障是有范围的，不能为了佣金见利忘义。即使动员人家购买了，当人家一旦明了，回过头来找你算帐。我们有些人为了提取佣金，误导宣传，不顾客户利益，那么最后的结果如何呢？退保率很高。这里，我提醒大家，推销保险，实际是交朋友的过程，买也好，不买也好，都没关系，咱们交个朋友总算可以吧！那么如何交朋友呢？与朋友交往，就得说点真话、说点实话。我们交朋友就得实实在在，以诚相见，心诚则灵。

一流业务员推销理念、思想，二流的推销方案，三流的推销商品，末流的什么都卖不出去。我们要给客户推销保险，就应该时时刻刻在想这些目标客户在想什么，怎样让他认识到你是在帮他。让客户非常高兴地把口袋里的钱拿出来并给你，还要说声谢谢你。其中最重要的是让客户在短时间内信任你，让彼此成为朋友，做到诚恳待人不误导。另外，每个人都有自己的性格特点，推销保险也注重察言观色和随机应变，了解客户的需要才能更好地迎合客户。

5 推销保险，要有失败是成功之母的思想。

营销员个人总结篇四

20__年第一季度，营业部继续贯彻总分行年度工作会议精神，以科学发展为主导，紧紧围绕年初制定的年度业务经营目标，持续强化业务经营，狠抓业务拓展，在分行“大行德广伴您成长金钥匙春天行动”旺季综合营销活动的带动下，营业部全体员工积极参与，把握良好的经营发展时期，不断推动各项业务工作向更全面、更深入的方向发展，为积极完成全年度的综合业务经营计划打下了基础。

在总经理室的正确决策和全体员工辛勤努力下，我部今年一季度旺季营销工作取得了良好的成效。至3月末，储蓄存款新增15333万元，完成分行任务451%，其中员工营销9574万元；个人贷款累积发放达8712万元，个人贷款新增1886万元，个人住房贷款累积发放7291万元，新增2350万元，分别完成分行任务1215%和__75%；公积金贷款累积发放1253万元，完成率139%；实物黄金营销6__万元，完成分行任务468%，代现保险营销，产险5、7万元，寿险201万元；新增网银客户1083户，电话银行客户1273户，短信通708户，其中员工营销分别为757户，__84户和340户；第三方存管新增88户，完成分行任务的251%。此外，基金定投新增开户42户，完成分行任务的120%；基金营销859万元，完成分行任务的106%。

此次营业部在分行旺季营销活动中的成绩良好，特别是储蓄存款、个人贷款、黄金、基金等四大核心指标全面超额完成任务。今年第一季度旺季营销工作主要有以下几方面的特点：

1、领导重视、措施有力。总经理室对本次旺季营销活动非常重视，并且早在去年12月初就多次组织相关部门对营销办法进行商讨，在今年1月5日正式出台了《关于开展20__年度营业部旺季营销活动的通知》，该考核办法极大地调动了员工的营销热情，为良好地完成分行下达旺季营销任务打下了扎实的基础。

2、各部门齐心协力极大地推进了各项业务的开展。由于营业部经营机构的特殊性，无下属对外网点，对此，营业部各前后台部门分工不分家，齐心协力将旺季营销工作作为头等大事来抓，为旺季营销工作的顺利进行提供了强有力的保障。

3、员工的参与积极性非常高涨。本次营销活动全体员工能积极参加、主动营销。经统计，有81名员工取得了全额奖金，占参加员工数的99%，特别是其中有72名员工取得了超额封顶奖金，占参加员工数的88%工作。

在看到成绩的同时，我们也要清醒地认识到存在的一些不足，主要有：

1、各营销品种发展存在不均衡的情况。

从一季度营销实绩来看，储蓄存款、个人贷款(含个人住房贷款发放额)、实物黄金、基金、个人网银、电话银行、第三方存管户等品种已超额完成分行任务指标，但贷记卡、个人短信通、代理寿险和产险等业务品种存在一些差距，对此，希望员工在今后营销中加强这些业务产品的营销，一方面能使营业部均衡完成分行的任务指标，另一方面对各位员工来讲，多一些获得奖金的渠道，特别是今年员工绩效考核要求员工全面均衡完成各项计价产品才能取得较高的年终奖金并将旺季营销业绩计算在内。只要员工加强营销信心、注意营销方式，肯定能营业部上述几项薄弱项目上取得良好的成效。

2、部分员工的营销意识和营销方式还需要进一步加强及改变。

从三个月统计数据来看，员工之间的得分差距较大，经了解，我们认为要想取得较好的营销成效，单靠主观愿望还不够，还需要有良好的营销意识和营销方式，如：经常性有意识地与亲戚朋友保持联系，推荐我们的个人住房贷款、基金、黄金等业务品种，并且合理地将部分奖励作为营销费用使用，这样慢慢地自然会拥有自己的营销目标群，为今后的营销打

下扎实的基础。

营销员个人总结篇五

我是xx销售部门的一名普通员工，刚到房产时，该同志对房地产方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及其房地产市场。作为销售部中的一员，该同志深深觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。此外，还要广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，我已成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

房地产市场的起伏动荡，公司于20xx年与xx公司进行合资，共同完成销售工作。在这段时间，我积极配合本公司的员工，以销售为目的，在公司领导的指导下，完成经营价格的制定，在春节前策划完成了广告宣传，为xx月份的销售奠定了基础。最后以xx个月完成合同额xx万元的好成绩而告终。经过这次企业的洗礼，我从中得到了不少专业知识，使自己各方面都有所提高。

20xx年上半年公司与xx公司合作，这又是公司的一次重大变革和质的飞跃。在此期间主要是针对房屋的销售。经过之前销售部对房屋执行内部认购等手段的铺垫制造出火爆场面。在销售部，我担任销售内业及会计两种职务。面对工作量的增加以及销售工作的系统化和正规化，工作显得繁重和其中。在开盘之际，该同志基本上每天都要加班加点完成工作。经过一个多月时间的熟悉和了解，我立刻进入角色并且娴熟的完成了自己的本职工作。由于房款数额巨大，在收款的过程中该同志做到谨慎认真，现已收取了上千万的房款，每一笔

帐目都相得益彰，无一差错。此外在此销售过程中每月的工作总结和每周例会，该同志不断总结自己的工作经验，及时找出弊端并及早改善。销售部在短短的三个月的时间将二期房屋全部清盘，而且一期余房也一并售罄，这其中与我和其他销售部成员的努力是分不开的。

20xx年上半年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在下半年将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。

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。

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。

二、主动积极，力求按时按量完成任务。

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，然后再找出解决的方案。

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，所有在下半年要改变办法，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来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。

销售工作，是以结果为导向的工作[]20xx年上半年已结束，总结工作成果如下：

上半年工作回顾：

今年公司继续了20xx年回款紧张，流动资金严重不足的状态，时常出现供应商付款艰难，销售员借款困难的现象，所以有计划的对账开票，积极催收货款成为今年工作的重中之重。在公司领导的有序安排，时时提供详尽的资料，以及大力的监督下，开票回款工作实施较为顺利。

代理产品：标准通用刀具方面的代理，包括、等，复杂及相关刀具方面的代理包括dtr滚刀[]dathan插齿刀、拉刀、金刚石滚轮等，另外还有比较重要的是整体硬质合金刀具（包括标准与非标的钻头、铣刀、铰刀等）供应商厂家的选择。对于供应商来说，我们是他们的客户，他们也是像我们服务我们的客户一样在服务我们，但是不知道为什么，我们与供应商之间的关系并不是很默契，偶尔会有不付款不发货、不投产、货期不能够提前、提供产品不合格也不处理等不给力的现象发生，不能够像我们销售站在客户角度去考虑问题一样，急我们所急，帮助我们解决困难，这种情况只能说明供应商还不够重视我们，我们的采购量可能也不大，所以希望公司可以重点的培养几个给力的供应商，在我们需要帮助的时候也可以伸出援助之手。

钢制刀体的非标刀具[]bt[]hsk等接口的非标镗刀体目前市场上的竞争对手越来越多，目前碰见的有力对手当属廊坊百斯图，

其成立于20xx年，短短几年时间，其销售业绩早已超过千万，现已被厦门金鹭收购，专门针对于钢制非标刀具进行开发，其产品质量及价格都非常有竞争优势，几次比较，均以失败告终。

超硬类刀具：我司目前在超硬刀具方面制作较多的是导条刀制作及修理、非标刀杆、铰刀、绉磨头等产品，多为技术含量较高的高难度产品，虽然多数都已成功，但是有一些经过了多轮的实验，公司与客户都付出了很多。总结下来，很多困难的产品不是我们主动要求制作的，或是客户提出的实验要求、或是为了开发一个新客户而寻找的切入点，是被逼出来的绝路逢生，但这并不是公司发展的本意。众所周知，具有可持续消耗性的产品有刀片和铰刀的新品制作，另外就是承接各种超硬刀具的修磨业务。修磨业务我司一直在努力承接，但刀片与铰刀的业务一直不是特别饱满，刀片有标准与非标之分，我司目前只针对于老客户使用量较大的非标刀片进行生产，标准刀片基本不做生产，这将损失一部分市场，所以公司可以适当的将常用的标准刀片的库存建立起来，从而提高竞争优势，不过这又会陷入价格战的漩涡，其中的利弊还需领导做决断。

市场主要方向：

汽车零部件厂家依旧是我公司主要客户，其中动力与传动系统一直是我司主攻方向，也是我们销售员多年主攻的方向，但是一台汽车，上面除了动力与传动系统之外，还有转向和底牌系统是属于机械加工范畴，可以进行业务拓展，包括转向器套筒、转向节（钢制、铸铁、铝）、齿轮齿条、差速器、分动器、半轴、车桥、球头等，部分产品已经成为我们的客户，但由于地域及人员差异，不能够进行资源整合与资源共享，所以就要靠自己拓展视野，学习相关知识，以备不时之需。

另外，航空航天市场潜力依旧巨大，国家对于航空航天事业

的投资数以百亿，相比军工行业有之过而无不及，并且航空航天所使用的刀具，大多以超硬刀具为主，这也是我司的优势，虽然同种产品销量与量产的汽车行业不能相比，但是其价格高昂，种类繁多，消耗量也很客观，所以是一个值得拓展的市场。目前我司与xxx航空发动机合作较多，可以先从这里努力，使我司有一天能够进入航空领域的供应商，那么超硬刀具业绩将会有显著的增长。

下半年工作计划□

积极的回款与对账政策，在下半年的工作中，依旧要努力贯彻实施下来，尽全力减少公司的欠款，增加公司的流动资金，从而对公司的正常运营有一个良好的保障。

机械加工所涉及的行业，包括数控机床（备品备件）、工装夹具、切削刀具、冷却液油品和产品工件共五大类，其中数控机床厂家当属龙头老大，他可以包含于其他四个行业，它可以直接与客户谈判，实现整个产品的生产，完成交钥匙工程，不过机床属于非消耗型产品，同一个客户，一笔订单完成后，短期内不会再有业务，而切削刀具、冷却液油品和产品工件这三类属于可消耗型行业，也是我们公司接触较多的三个行业，而目前的销售模式往往都是进口产品国产化，或者逐一替换其他厂家产品的形式，很少有国产厂家可以直接与机床厂家配合进行交钥匙工程。

目前国内较流行的交钥匙工程，可以划分为三个档次，第一是以德国格劳博为代表的欧美生产线，其生产线所使用的产品大约有90%以上均为进口，其价额昂贵，不是一般企业所能承受的。第二是以日本山崎马扎克为代表的日韩生产线，其生产线所使用的产品大约有60%以上均为进口，机床为合资产品，工装夹具为国内制造，但是电、气、液控制单元要采用日本进口，切削刀具大多选择日本三菱与osg□冷却液油品也是日本进口，有时产品工件初期也要是日本锻造后发到国内生产，不过生产线的稳定性还是值得认可的。第三就是以沈

阳机床为代表的国产生产线，按照常理来看，其配备的产品应该均为国产才对，但事实却恰恰相反，特别是刀具这一类产品，所配备的刀具大多都是进口产品，最次也是中国台湾的，所以个人认为，在我们能力允许的情况下，做生产线初期的刀具配套，也会有较大的市场，这样也改变了我们以往的逐一替换的销售模式。

虽然案例有成功也有失败的，但是我个人认为，在销售人员及公司的综合能力允许的情况下，可以进行生产的初期陪刀，以改变传统的替换刀具的销售模式，但并不是完全放弃以往的熟悉模式，两者相结合，实现最终的业绩目标。

营销员个人总结篇六

我自xx年十一月到公司电力营销与交易部计量处任营销信息技术助责以来，一年多的时间里，在部门领导及同事的关心、帮助下，在工作、学习和思想方面取得了很大进步，现将一年多来工作、学习、思想情况分析总结报告如下：

一、深入学习政治理论，不断提高政治素养

一年多来，我认真学习党的xx大精神和两会精神、南网方略、南网和公司工作会精神、云南省和南方电网公司关于节能减排的规定等文件资料、董事长和总经理在公司抗险救灾抢修复电总结表彰大会上的讲话。通过学习，我对重要思想和科学发展观有了进一步理解，增强了学习和实践重要思想和科学发展观的自觉性和主动性；进一步提高了对党的先进性认识，进一步把握了党的先进性的本质和科学内涵；进一步认识了共产党员先进性的基本标准、现实标准和具体标准。通过学习，进一步领会了南网方略的重要性。深刻体会了“众志成城、顽强拼搏、不胜不休”的抗灾精神，理解了“办法总比困难多、不屈不挠、艰苦奋斗”的精神，这将是以后工作的强大动力和克服困难的有力武器。

除此之外，我还利用网络、电视、报纸等媒体来了解和学习政治时事，关注社会政治生活，对政治学习的自觉性和积极性都有了很大的提高。

二、不断努力学习，提高专业知识

在业务知识方面，我参加了网公司组织的营销工作创新培训和公司组织的营销相关技能培训。除了参加公司组织的各种培训，我也虚心向同方公司和各供电局专业技术人员请教营销信息化、自动化相关知识，并结合工作需要，自主学习信息化、自动化的专业知识。此外，利用周末时间，攻读昆明理工大学信息与自动化学院控制理论与控制工程专业工程硕士，在这一年多的时间里，已基本完成了工程硕士阶段的课程学习，使自己的理论知识得到了很大的提高。学习过程中注意总结收获，并在《云南电业》发表文章。

三、认真做好本职工作，提升工作能力

在过去的一年多时间里，在部门领导的安排下，我主要参与完成了以下工作：

（一）营销监控中心建设

营销监控中心是通过对客户服务系统、95598系统、负控管理系统、需求侧管理系统、调度mis□营销现场监控设备等资源的整合，建立了新的营销工作流程监控管理体系，真正实现端到端的管理，全面提高营销服务水平和层次。从年初建设开始，我参与了《云南电网公司营销服务中心系统建设方案》编写完善，建设过程中全程参与协调相关参建单位工作，并承担了监控中心的软硬件设备的日常管理和维护。系统投入试运行后，通过征求各部门意见，编写《营销服务中心系统需完善的内容》，年底组织监控中心验收，参与《云南电网公司监控中心后期建设思路》、《云南电网公司营销监控中心运行管理制度》、《云南电网公司营销监控中心岗位职责》

等的编写完善。至今营销监控中心已累计完成功能开发累计73项，其中业务功能63项，数据填报功能10项。在业务功能中，发供电模块23项、需求侧管理15项、营销经营13项、优质服务10项、其它2项。

（二）县级公司“一体化”工作

作为今年营销“三大工程”的全省营销信息“一体化”建设，我参与了《一体化客服系统推广实施方案及业务》、《云南电网公司县级供电企业营销信息“一体化”业务流程规范（试行）》、《云南电网公司县级供电企业营销信息“一体化”电费核算细则（试行）》编写完善。针对“一体化”实施过程中暴露出来的网络问题，参与《云南电网营销一体化网络系统建设项目书》编写完善，并参与组织实施。与现场技术人员一道参与“一体化”客服系统交流会，收集整理各单位对系统的意见和使用过程中的问题，编写完成《一体化客服系统常见问题解答》。目前“一体化”已完成66个县公司689个供电所抄、核、收三大核心模块的实施。

（三）昆明局五华分局试点建设7x24小时数字化营业厅

参与《7x24小时数字化营业厅建设方案》的编写完善，协调昆明局、云电同方等相关单位在建设过程中出现的问题。目前7x24小时数字化营业厅土建部分已经完成，软件开发也已过半，很快将投入使用，届时用户可以24小时通过全自助方式，以现金或其他方式缴纳电费和办理查询、报装等业务，让用户更加快捷的完成业务办理，省时灵活，同时也节约了供电成本。

（四）建设移动营销作业系统

参与《云南电网公司营销移动作业子系统方案》、《云南电网公司营销移动作业子系统技术协议》的编写完善。组织协调昆明局和云电同方结合云南电网的实际情况，在昆明供电

局稽查大队率先进行移动试点应用，目前主要实现了：综合查询、查询供电通知书、用户档案信息、审核整改通知单、填写现场处理单、问题记事本等稽查常用功能。

（五）参与编写各种规范

参与编写完成《云南电网公司配电班组建设规范（共十六分册）》、《云南电网公司营销安全工作危险点预测及预控管理办法（试行）》、《云南电网公司市级供电企业营销标准体系》、《云南电网公司县级供电企业营销标准体系》等规范。

（六）完成计量处日常工作

完成西电东送电量结算、审核上网电厂电能计量装置配置、编制营销计量及营销项目计划并跟踪项目完成情况。

通过参与营销监控中心的建设，使我对营销各项工作流程有了全面的了解；通过县级“一体化”建设，使我对县公司的营销业务、流程、存在的问题有了一定的了解；通过数字化营业厅、移动营销作业系统的建设，使我认识到了信息化、自动化对一个企业发展的重要性；通过参与各种规范的编写，使我的文字水平有了一定的提高；通过计量处日常工作，使我对电能计量装置有了全面的认识，工作能力得到全面提高。

四、自身存在的不足

（一）面对新的岗位，业务面扩大了很多，对专业技术知识和业务能力提出了更高的要求；虽然经过一段时间的艰苦学习，基本掌握了有关专业知识和业务知识，可保证工作的开展；但是，这些业务知识的深度和广度是远远不够的，仍须在今后的工作中不断努力学习。

（二）沟通协调能力还有差距，还需要进一步提高。

五、今后的工作打算

在营销部一年多的时间里，在领导的关怀和同事们的支持与帮助下，经过自己不断努力，取得了一定的成绩，也学到了不少营销管理知识，对于原本身处一线的电力员工对公司有了新的认识。回到送变电后，面对新的岗位，我将加强理论学习，学以致用，不断完善自我，尤其是新技术、新理论的学习，勤奋工作，在实际工作中锻炼和成长，不断积累工作经验，提高业务能力和工作水平，为电力建设和发展做出自己新的、更大的贡献！