

2023年销售人员工作总结 销售员工个人工作总结报告(汇总5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。那么，我们该怎么写总结呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

销售人员工作总结篇一

上午好!我是立山市场部客户经理。一滴水，不足以成为汪洋大海，却可以点染一片希望的绿洲，一缕阳光，不足以情暖人间，却可以驱走寒夜的阴霾。对于卷烟零售客户来说，我——就是一滴水，就是一缕阳光，就是一名服务于客户的客户经理。掐指算来，走上客户经理这个岗位正好七个月，能够站在这个讲台上，此刻的我更加感慨万千。

面对日益开放的卷烟零售市场，正逐渐失去专卖机制保护的烟草行业，看准了优质服务是把握市场的关键环节，省局领导继200x年提出“城网学浙江，农网学山西”目标后，提出新一阶段网建目标是争创全国一流网建水平。并要以营造公平公正的市场环境作为制高点，提升客户的满意程度。

提升客户满意度的过程实际上就是烟草商业企业攻占卷烟零售市场的过程。客户经理是实施客户服务的一线员工，也是具体实施者。在做客户经理这个七个月里，我尝试着从被动的服务客户向主动地实施客户服务转变。过去被动式的客户服务是客户需要什么我们提供什么，但是从着手提升卷烟营销网络建设以后我们就是尝试着主动地寻找客户需要什么，让客户得到的服务价值大于他们的期望价值。根据近一段时间的工作任务，为了使服务客户更加有质量，将我所管辖的122户根据配合程度分为三个类别：配合程度高，配合程度

中等，不配合的客户。

配合程度高的客户很支持我们的工作，无论他的依存度高低与否，与配合度不高的客户相比，同样付出的努力收获的价值远高于后者。因此，在服务客户的时候我减少这部分客户的走访次数，以提高第三类配合程度不高的客户拜访次数，改善这部分客户的配合程度，提升客户满意度。配合程度高的客户，基本就只是完成日常走访；配合程度一般的客户怎就针对具体情况做出对策，如电子结算成功率不高的客户，就要在每个访货周期叮嘱这部分客户按时存钱；订单执行情况不好的客户除了要追盯订单执行情况以外，在预测下月需求的时就应该尽可能校准客户需求，每个月发放台长的时候叮嘱客户一定要将帐页放进台帐内。

最棘手的莫过于配合程度低的客户，这部分很大程度上对公司行业政策知之甚少，对烟草公司依存程度较低，不重视卷烟经营。对于这部分客户，就要分情况而定了，看看这个客户对我们烟草公司创造的价值大小与否。依存程度高的客户其实是相对比较容易攻占的难关，只要帮助客户认清形势，让他们尝到甜头，他们就会很自然的接收我们的工作；相比之下，依存度较低，而创造的价值又相对较高的客户就不那么容易搞定了。这部分一来是增加拜访频次，让客户感受到我对他们的关注与重视，二是帮助他们理清卷烟销售的盈利水平，三是在管理上给予一定的情感付出，如让这部分客户认为我正很努力的培育这部分客户，让他们成为我的目标培育客户。

截止到200x年12月，我所在的片区电子结算率达到了92%，达到公司要求的90%的目标，进入200x年，基本达到95%的目标。台帐知晓率基本达到100%。完成了一户一档的建档工作，做出每个客户的0x年销售趋势图，以便进一步指导客户经营。

200x年，是我人生的一个转折，有很多东西需要总结，也有许多东西需要学习。正如立山市场经历刘辉所说“只要我付

出，就有我回报”□ 200x年，将会是一个绚丽多彩的新纪元。

销售人员工作总结篇二

在这一年里，本人思想认识端正，深知一个公司的销售人员就是这个企业的门面，企业的窗口，个人的一言一行不仅仅代表个人，还代表着企业的形象。下面是豆花问答网为大家整理的销售员工个人总结报告参考资料，提供参考，欢迎参阅。

销售员工个人总结报告一

时光荏苒，20__年很快就要过去了，回首过去的这一年，是一个繁忙、充实而又快乐的一年，作为瑄嘉名都销售部的一名普通的置业顾问，在公司领导和同事们的帮助下不断的成长，工作也由开始时的比较生疏到现在的得心应手，做好了自已的本职工作。以下是对这一年来的工作总结：

一、认真学习和接待客户

在这一年里，本人思想认识端正，深知一个公司的销售人员就是这个企业的门面，企业的窗口，个人的一言一行不仅仅代表个人，还代表着企业的形象。能够认真学习房地产方面的专业知识，做到对本项目情况的精通，树立对本项目的信心，并且对周边楼盘都做每月一次的市场调查，时刻了解竞争对手的动向，做到知己知彼。在销售部认真接待来电、来访的每一位客户。在讲解时拥有激情，面对客户时更加有自信，首先让自己觉得瑄嘉名都是的，并给客户中肯的建议，让客户感觉不仅瑄嘉名都的房子是的，瑄嘉名都的销售顾问也是的。

二、销售和信息反馈

在销售方面，公司给了我们很好的支持，前期广告宣传做得很多，一期开盘销售火爆，这是领导和员工共同努力的成果。不足是户型都是大户型，不太适合滨州市场的需求，大多数人的需求都是在90m²—130m²之间。在我们对滨州市场有了更充分的了解后，及时地反应给领导，最后公司把后期的户型做了很大的调整，并且在媒体宣传方面做得更加广泛了一些，除了《广电》、《渤海晨刊》，还在《今日滨州》、《商务周刊》等大众报纸做了几期广告，覆盖面更广，公司给我们这么大的硬件支持和宣传支持，我的工作更加努力，接待客户更有激情，加大了回访力度，挖掘每一个潜在客户，不放过任何一个。在我们销售团队的共同努力下，基本完成了年度销售任务。

三、服从领导与团结同事

在工作中能够服从上级安排，令行即止。若有异议，及时沟通，不影响工作秩序，不传播个人意见。与同事间能够互相团结，现场或外出时，面对客户决不发生争执。并且互相配合，做到互帮互助。

四、缺点和未来的发展方向

在努力工作的同时，也存在着一些不足，主要表现在：只注意认真做好自己的工作，为领导分忧不够，对同事帮助不足；专业知识还需进一步加强，提高自己的工作效率；不断提高自己的谈判能力，让工作更加轻松，再难应付的客户也能挥洒自如。

新的一年意味着新的起点、新的机遇、新的挑战。过去的20__年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。相信公司在每一名员工的努力下，在新的一年里将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地！

销售员工个人总结报告二

初来__时很迷茫，不知道自己合适做什么样的工作。很幸运进入的第一家公司，从前台做起，后来接触到了销售助理一职。从刚开始的手忙脚乱到顺心应手，渐渐的喜欢上了这份职业，也觉得自己很适合这份有挑战的工作。

做了多年的销售助理，从中学到了不少，也了解了很多，在不断的累积经验中，也从中悟出了一些做事的心得。

一、万事开头难

每种行业对销售助理的要求和工作性质是一样的。所以当接触到新工作的时候，一切都要重新来过。从熟悉环境到熟悉产品，工作程序都需要有个过程，不过这个过程不会给你太多的时间，这都要靠自己本身的努力了。

二、沟通很重要

这么多年的工作让我觉跟领导，同事，各个部门之间的沟通是必不可少的。沟通好了，会让大家的工作很顺利的进行，减少错误的发生。

三、做事的条理性

助理工作其实需要做很多繁琐的事，而且会遇到突发的事情，这就需要对所做的每件事作出合理安排。轻重缓急要分清，不能将重要的事情遗忘和耽误。我现在已经养成了一种习惯，每天睡觉前都要将今天或明天所要做的事都在脑子里过滤一遍。

四、时间观念要强

当领导和同事需要在规定的时间内让你把事情做完的时候，一定要遵守这个时间概念，提前做好是的，如不能按时做好，一定要跟别人沟通。

五、超前意识

就是要把有些事想到前面去做好，就比如当你决定明天要喝茶时，今天就提前把茶叶买好，这样做不会手忙脚乱。

六、与客户打交道

做销售助理有时是需要跟客户打交道的，这时候不能因为你的服务，使客户对公司的产品和形象不满意，让销售员的前期工作白做了，所以，对于处理与客户之间的关系是非常重要的。

七、事情做详细

尽量把事情做得详细一些，对后续的工作也能起到一定的帮助。助理的工作其实不是一成不变的，有时能遇到一些突发的事情，这就需要有应对能力和经验了。

销售员工个人总结报告三

20__年的上半年已经过去，新的挑战又在眼前。在上半年里，有压力也有挑战。年初的时候，房地产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，我却坚信青岛地产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，达到了公司指标，创造了不错的业绩。

在实践工作中，我又对销售有了新的体验，在此我总结几点与大家分享：

(一)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。

(二)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。

(三)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。

(四)保持客户关系，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。

(五)确定自己的身份，我们不是在卖房子，而是顾问，以我们的专业来帮助客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其它楼盘，都可以增加客户的信任度。

(六)团结、协作，好的团队所必需的。

自己也还存在一些需要改进之处：

一、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。

二、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，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

现今我已来工作半年多了，在上半年的工作中，本人的销售套数为69套，总销额为6千万。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青岛各个地区的

了解，不但要做好这个项目，更要跟着公司一起转战南北，开拓新的战场。

在此，我非常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。

很出众的文章。

销售员工年终个人工作总结报告范文

员工年度个人工作总结报告

员工个人年终工作总结报告

销售员工年终总结报告

销售内勤个人工作总结报告

销售人员工作总结篇三

一年来，依靠公司全体员工的不懈努力，公司业务取得了突破性进展，率先在全省突破保费收入千万元大关。今年，我公司提前两个月完成了省公司下达的全年营销任务，各项工作健康顺利发展。下面结合我的具体分管工作，谈谈这一年来的成绩与不足。以下就是本人的工作总结：

一、工作思想

积极贯彻省市公司关于公司发展的一系列重要指示，与时俱进，勤奋工作，务实求效，勇争一流，带领各部员工紧紧围绕“立足改革、加快发展、真诚服务、提高效益”这一中心，进一步转变观念、改革创新，面对竞争日趋激烈的保险市场，强化核心竞争力，开展多元化经营，经过努力和拼搏，公司保持了较好的发展态势，为大地保险公司的持续发展，做出

了应有的贡献。

全方面加强学习，努力提高自身业务素质水平和管理水平。作为一名领导干部，肩负着上级领导和全体员工赋予的重要职责与使命，公司的经营方针政策需要我去贯彻实施。因此，我十分注重保险理论的学习和管理能力的培养。注意用科学的方法指导自己的工作，规范自己的言行，树立强烈的责任感和事业心，不断提高自己的业务能力和管理能力。

不断提高公司业务人员队伍的整体素质水平。一年来，我一直把培养展业人员的业务素质作为团队建设的一项重要内容来抓，并和经理室一起实施有针对性的培训计划，加强领导班子和员工队伍建设。

二、业务管理

1、根据市公司下达给我们的全年销售任务，制定各个部室的周、月、季度、年销售计划。制定计划时本着实事求是、根据各个险种特点、客户特点，部室情况确定每个部室合理的、可实现的目标。在目标确定之后，我本着“事事落实，事事督导”的方针，通过加强过程的管理和监控，来确保各部室目标计划的顺利完成。

2、作为分管业务的经理我十分注重各个展业部室的团队建设。一直注重部室经理和部室成员的思想 and 业务素质教育。一年来，我多次组织形势动员会、业务研讨会，开展业务培训活动，组织大家学知识、找经验，提高职工全面素质。培训重点放在学习保险理论、展业技巧的知识上，并且强调对团队精神的培育。学习促进了各个团队自身素质的不断提高，为公司的持续、稳定发展打下扎实的基础。

3、帮助经理室全面推进薪酬制度创新，不断夯实公司基础管理工作。建立与岗位和绩效挂钩的薪酬制度改革。今年，我紧紧围绕职位明确化、薪酬社会化、奖金绩效化和福利多样化

“四化”目标，全面推进企业薪酬体制改革。初步建立了一个能上能下，能进能出，能够充分激发员工积极性和创造性的用人机制。

三、部室负责工作

除了业务管理工作，我还兼任了营销一部的经理。营销一部营销员只有一名，我的业务主要是面向大客户。我的大客户业务主要是生资公司的。根据生资公司车队的特点，在原有车辆保险的基础上，我在全市首先开办了针对营业性货车的货运险。货运险的开办既为客户提供了安全保障又增加了公司保费收入，真可谓一举两得。经过不懈努力，我部全年完成保费收入9009549.94元，其中车险保费8250160.12元，非车险业务759389.82元，满期赔付率为。成为公司发展的重要保证。

四、工作中的不足

由于工作千头万绪，加上分管业务较多，有时难免忙中出错。例如有时服务不及时，统计数据出现偏差等。有时工作有急躁情绪，有时工作急于求成，反而影响了工作的进度和质量；处理一些工作关系时还不能得心应手。

总结，一年来，我严于律己、克己奉公，用自身的带头作用，在思想上提高职工的认识，行动上用严格的制度规范，在我的带领下，公司员工以不断发展建设为己任，以“诚信为先，稳健经营，价值为上，服务社会”为经营宗旨，锐意改革，不断创新，规范运作，取得了很大成绩。

新的一年即将到来，保险市场的竞争将更加激烈，公司要想继续保持较好的发展态势，必须进一步解放思想，更新观念，突破自我，逐渐加大市场营销力度。新的一年我将以饱满的激情、以百倍的信心，迎接未来的挑战，使本职工作再上新台阶。我相信，在上级公司的正确领导下，在全体员工的共

同努力下，上下一心，艰苦奋斗，同舟共济，全力拼搏，我们公司一定能够创造出更加辉煌的业绩！

销售人员工作总结篇四

9月就快结束，回首9月份的工作，有硕果累累的喜悦，有与同事协同攻关的艰辛，也有遇到困难和挫折时惆怅，现就9月份重要工作情况总结如下：

一、虚心学习，努力工作，圆满完成任务

(一)我自觉加强学习，虚心求教，不断理清工作思路，总结工作方法，一方面，干中学，学中干，不断掌握方法积累经验，我注重以工作任务为牵引，依托工作岗位学习提高，通过观察、摸索、查阅资料和实践锤炼，较快地完成任务。另一方面，问书本，问同事，不断丰富知识掌握技巧。在各级领导和同事的帮助指导下，不断进步，逐渐摸清了工作中的基本情况，找到了切入点，把握住了工作重点和难点。

(二)爱岗敬业、扎实工作、不怕困难、勇挑重担，热情服务，在本职岗位上发挥出应有的作用。

二、心系本职工作，认真履行职责，突出工作重点，落实管理目标责任制

(一)公司已制定了完善的规程及考勤制度，行政组织召开工作安排布置会议年底工作目标完成情况考评，将考评结果列入各部门管理人员的年终绩效。在工作目标落实过程中宿舍管理完善工作制度，有力地促进了管理水平的整体提升。

(二)对清洁每周不定期检查评分，对好的奖励，差的处罚。

三、主要经验和收获

(一)只有摆正自己的位置，下功夫熟悉基本业务，才能更好适应工作岗位。

(二)只有主动融入集体，处理好各方面的关系。才能在新的环境中保持好的工作状态。

(三)只有坚持原则落实制度，认真统计盘点，才能履行好用品的申购与领用。

(四)只有树立服务意识，加强沟通协调，才能把分内的工作做好。

(五)要加强与员工的交流，要与员工做好协调，解决员工工作上的问题，要与员工进行思想交流。

四、加强检查，及时整改，在工作中正确认识自己

(一)经过这样紧张有序的一个月，我感觉自己工作技能上了一个新台阶，做每一项工作都有了明确的计划和步骤，行动有了方向，工作有了目标，心中真正有了底!基本做到了忙而不乱，紧而不散，条理清楚，事事分明，从根本上摆脱了刚参加工作时只顾埋头苦干，不知总结经验的现象。

就这样，我从无限繁忙中走进这一步，又从无限轻松中走出这一年，还有，在工作的同时，我还明白了为处事的道理，也明白了，一个良好的心态，一份对工作的热诚及其相形之下的责任心是如何重要。

(二)总结下来：在9月的工作中接触到了新事物、产生了许多新问题，也学习到了许多新知识、新经验，使自己在思想认识和工作能力上有了新的提高和进一步的完善。在日常的工作中，我时刻要求自己从实际出发，坚持高标准、严要求，力求做到业务不知素质和道德素质双提高。

六、存在的不足

总的来看，还存在不足的地方，还存在一些亟待我们解决的问题，主要表现在以下几个方面：

- 1、对新的东西学习不够，工作上往往凭经验办事，凭以往的工作套路处理问题，表现出工作上的大胆创新不够。
- 2、本部有个别员工，骄傲情绪较高，工作上我行我素，自己为是，公司的制度公开不新遵守，在同事之间挑拨是非，嘲讽，冷语，这些情况不利于同事之间的团结，要从思想上加以教育或处罚，为企业创造良好的工作环境和形象。

七、下步的打算

针对9月工作中存在的不足，为了做好10月份的工作，突出做好以下几个方面：

(一)积极搞好与员工的协调，进一步理顺关系；

(二)加强管理知识的学习提高，创新工作方法，提高工作效益；

(三)加强基础工作建设，强化管理的创新实践，促进管理水平的提升。

在今后的工作中要不断创新，及时与员工进行沟通，向广大员工宣传公司管理的相关规定，在今后的工作中，我会继续努力，多向领导汇报自己在工作中的思想和感受，及时纠正和弥补自身的不足和缺陷。我们的工作要团结才力量，要合作才会成功，才能把我们的工作推向前进！我相信：在上级的正确领导下，公司的明天更美好！

销售人员工作总结篇五

服装销售员工在销售过程中，要极力争抢同一层次的竞争品牌的市场份额，要竭尽全力的苛刻。下面小编就和大家分享服装销售员工工作总结，来欣赏一下吧。

在货品管理的过程中，我觉得最主要的是对销售环节的分析，做到细致，再以第一手的销售数据反馈设计及生产。

一、销售

1、由于我服务的品牌的市场占有率不是强者姿态，所以，在销售过程中，要极力争抢同一层次的竞争品牌的市场份额，要竭尽全力的苛刻。以我西单xx店的运动100店铺为分析对象，整个商场是以运动鞋为销售主体，并且整个商场的客流以运动年轻人为主，随着奥运会20xx年的北京召开，以及非典、禽流感对人们的警惕重用，人们对运动类的消费势必会大力发展。

2、我在配货的时候，就要充分的加以搭配如：运动鞋+牛仔裤+休闲运动上衣组合。我周边的品牌，我确立的竞争品牌为牛仔裤jive □休闲上衣bossini□之所以选择他们为我们的主要竞争品牌，而不选择levi's,lee,是因为我觉得竞争品牌为在一个战略发展进程中我们能够超越或被超越的品牌。在竞争过程中，在能够接受的利润范围内竭尽全力克制竞争品牌的发展。在竞争的过程中，主要运用的是概念战和价格战。

3、不过，要灵活运用战术，不可鸡蛋碰石头，要避实就虚，灵活运用。比如□jive 陈列的时候，推出一款牛仔裤，我就要用有较强价格优势和款式优势的牛仔裤和你对着干，他出什么，我克什么，如果，对方的竞争优势太强，我的利润不允许我做出盲目的行为，那么我就从他的软处进攻，不过，在双方交战的过程中，还要注意别的品牌的市场份额的抢占，

以免别人坐守渔翁之利。

4、在销售的过程中，货品的库存配比，及陈列一定要以整个货场的销售配比相适应，但是，还是全盘掌握一个气势的问题，比如，如果我的男t恤的销售份额占到了40%，女t恤的销售份额只占到20%，那么我切不可将库存调整为男t恤40%，女t恤20%，因为如果这样调整，我的女装的气势将减弱，其销售轨迹必然会向50%和10%推进，如果，一旦，我的女t恤失去了气势，我的整个货场的销售必然会大幅下降。因为品牌的完整性极其重要，或者说是丰富性。在货品陈列方面，我觉得货场的入口一定要是一个开阔的容易进入的。因为整个销售的决定因素无非就是客流量和顾客在店的驻足时间。

5、店铺的管理者一定要知道自己店铺的最畅销款是什么以及最出钱的货架是什么，店铺的发展不同阶段，所采取的陈列思想也是不一样的，如果在求生存阶段，那么就要用最畅销的款陈列在最出钱的货架上面，如果是奔小康阶段，就要采取畅销款和滞销款的不同组合已达到四面开花的景象。另外，现阶段最流行的陈列思想莫过于色系的搭配，但是，在色系的搭配过程中，一定要注意整体的布局，以及最小陈列单元格的陈列，再到整场组合的布局。在陈列的时候，一定要充分利用绿叶红花的组合，如果，但单纯的色彩重复组合，而没有画龙点睛的妙笔的话，整场的布局会出现没有焦点的尴尬局面。

6、在店铺海报方面，一定要突现品牌的主题文化，设计来自于生活，反馈于生活，在概念营销方面，要告诉顾客我们的衣服是在什么样的场合穿的，以寻找与顾客生活态度上的共鸣。在销售方面收集销售的方面的数据，一定要各店铺分开对待，做到一家店铺一份资料，这样才能够最准确地反馈设计及生产。在销售过程中碰到的挫折要进行下一季计划的弥补。比如说，这一个星期，男t恤的销售只有10%的市场份额，要考虑为什么是10%，能够在下一季的销售过程中提升多

少，15%或者其他 这个推断必须要有根据和战略的眼光。

二、促销方面

促销要有计划的制定，而不应该盲目，在全季开季之前，就要制定好全年的促销计划，而不是盲目的跟随竞争品牌，被竞争品牌牵着鼻子走。

促销的形成有三点：

- 1、节假日的促销；
- 2、完不成商场保底的促销
- 3、季末库存的促销。

促销的优点：提高销售，降低库存。

促销的缺点：品牌形象的顾客印象折扣。为了降低促销而给顾客带来的品评印象折扣，每一次的促销多要尽可能的给顾客一个降价的理由。促销的时候，还可以加入其他文化的介入，比如，与一个其他行业的强势品牌联合。每次促销之后，要进行及时地检讨和总结，把握接下来的货品流向问题。

三、买货

- 1、以细节反推大围，再以大围推敲细节。
- 2、上一季的优点一定要遗传下来，在微量的融合一些潮流变化的元素，以不变应万变。
- 3、了解货品的销售周期，所有的销售应该是一个抛物线的形式，尽量提升抛物线峰值的高度和横向座标的长度。
- 4、保证货品的完整性，但要尽量避免重复性。因为重复就会

在自己的场子里面形成竞争。

5、要纵观潮流的趋向性，比如现行的超女浪潮和奥运会的浪潮。

6、对于货品尺码比例、颜色比例的确定要根据抛物线最峰值的上下一段周期内推算。而不应该是整季销售的比例。但是，又要注意完整性。

7、对于新产品的投放，要试验性的投放，不能对新产品进行大规模的生产。只能对优秀的产品进行大规模的生产。

四、代理商

要尽量的教导和辅助，换位思考，多为代理商考虑一点。在专业知识上面要尽量的与代理商共享。在数据分析方面要尽量完善的提供给代理商。要让代理商形成长远的目光。和让代理商看得到盈利的希望。

五、服装品质

要尽量的精益求精，最大程度的开发回头客。在团队合作方面要尽量的谦虚，对于下属要毫无保留的指导。以上是我对服装商品管理上面的一点点经验总结。由于文字的局限性，很多方面，还为能够全面展开。

时间飞逝，转眼间又是一个年头，回首20xx年这一个年头，可以跟自己稍微安心的说句，这一年没有是一个收获颇多，让自己感觉较为踏实的一年。

20xx年3月自己有幸加入了sunwin这个大家庭，负责matalan的跟单，虽然不是新毕业的大学生，毅然还是有种好奇和忐忑，带着一颗学习和进步的心，开始了这一年的生活。

今天回首一年来的风风雨雨，有紧张，有感慨，更多的是喜悦。如果让我总结这一年的收获和进步，是闯三关。

第一关，批量大货关。

作为一个普普通通的merchandise,首先第一个重要的任务便是跟牢工厂，保证大货交期。

还记得客人在20xx年4月8号下了一大批订单，有几百个之多，因为是初来咋到，很多东西都是不懂，一次接到的订单数量比以前一年的都要多好几倍(matalan订单很碎，每个订单的数量相对较小，导致每年有一千多个订单)如果说一个新手，在没有经历过如此多的订单的情况下如果内心不慌，那是骗人的，当时自己内心同样压力很大，再加上跟老员工的交接也是在很短的时间内完成，很多东西也只是了解很少，并且很多故事都不知道，甚至一些流程都不是很熟悉，一下子怎样安全度过大货高峰期这个艰巨的任务便摆在了我们这个team每一个人的面前，带着一颗惶恐的心开始了摸索之路。

很庆幸maggie、笪总、bobby、karen的指导，后来直接领导frank的到来更是缓解了压力。

跟着bobby到工厂学习跟工厂的沟通，跟着karen学习跟客人的交流，心里面逐渐踏实了许多。使自己能够静下心来思考手里面的单子，曾经跟老同学说过每天像打仗一样，都要闯很多关，每次眼瞅着就要闯不过去了，为了船期跟工厂纠纷过，甚至因为找不到its的测试负责人而愤慨过，因为进仓的事情去仓库搬过货…也就是经历了许多，让自己明白了一点：无论什么问题，学会追根溯源，无论什么问题，多留一个心眼，小到工厂寄一个大货样，并不是你发了邮件，打了电话就ok了，中间有可能工厂的人忘记了，导致无法及时寄大货样等等。

闯过了大货这一关让我对一句话有了更深的理解：无事时如有事般提防，方可消意外之变；有事时如无事般镇定，才能解局中之危。

第二关：处理危机能力

如果是仅仅的接到订单，安排给工厂，然后出货，那么外贸每天也就没有什么故事发生了。

一次qa验货到工厂验货，下周一要进仓了，结果工厂说没订衣架，等给工厂从别的工厂掉来衣架□qa验出贴纸工厂弄丢，工厂在没通知的情况下擅自在外面的小辅料厂订(matalan指定香港的辅料商)，发现后，第一时间给工厂订，将本来需要十五天的时间跟香港多次沟通缩短到五天。

这让自己认识到了平时在跟工厂沟通的过程中，要事先通过邮件，电话等方式跟他们沟通，不能过于相信工厂，更不能拖延，从而避免一些不必要的事情发生。

第三关，宏观把握问题的能力。

最后要说的是，通过近一年的学习，总结，自己认为首先要从宏观上去把握事情，从开发的过程中，到接到订单跟工厂核对，送测，提交产前样，大货样，到订舱等等，这些所有的每一步都要想好，脑子里面有一个总体的框架，一定要把每一个点做好。

最后希望在新的一年里，自己以全新的面貌来迎接新的挑战，希望自己能够跟同仁齐心协力，努力让自己的工作做得更好。

先说销售由于我服务的品牌的市场占有率不是强者姿态，所以，在销售过程中，要极力争抢同一层次的竞争品牌的市场份额，要竭尽全力的苛刻。

以我西单xx店的运动100店铺为分析对象，整个商场是以运动鞋为销售主体，并且整个商场的客流以运动年轻人为主，随着奥运会20xx年的北京召开，以及非典、禽流感对人们的警惕重用，人们对运动类的消费势必会大力发展。我在配货的时候，就要充分的加以搭配如运动鞋+牛仔裤+休闲运动上衣组合。我周边的品牌，我确立的竞争品牌为牛仔裤jive □休闲上衣bossini□之所以选择他们为我们的主要竞争品牌，而不选择levi's,lee,是因为我觉得竞争品牌为在一个战略发展进程中我们能够超越或被超越的品。

在竞争过程中，在能够接受的利润范围内竭尽全力克制竞争品牌的发展，在竞争的过程中，主要运用的是概念战和价格战，不过要灵活运用战术，不可鸡蛋碰石头，要避实就虚，灵活运用比如jive 陈列的时候，推出一款牛仔裤，我就要用有较强价格优势和款式优势的牛仔裤和你对着干，他出什么我克什么如果对方的竞争优势太强，我的利润不允许我做出盲目的行为，那么我就从他的软处进攻，不过在双方交战的过程中，还要注意别的品牌的市场份额的抢占，以免别人坐守渔翁之利，在销售的过程中，货品的库存配比，及陈列一定要以整个货场的销售配比相适应，但是还是全盘掌握一个气势的问题，比如如果我的男t恤的销售份额占到了40%。

女t恤的销售份额只占到20%，那么我切不可将库存调整为男t恤40%，女t恤20%因为如果这样调整，我的女装的气势将减弱，其销售轨迹必然会向50%和10%推进，如果一旦我的女t恤失去了气势，我的整个货场的销售必然会大幅下降，因为品牌的完整性极其重要，或者说是丰富性，在货品陈列方面，我觉得货场的入口一定要是一个开阔的容易进入的。

因为整个销售的决定因素无非就是客流量和顾客在店的驻足时间。店铺的管理者一定要知道自己店铺的最畅销款是什么以及最出钱的货架是什么，店铺的发展不同阶段，所采取的陈列思想也是不一样的，如果在求生存阶段，那么就要用最

畅销的款陈列在最出钱的货架上面，如果是奔小康阶段，就要采取畅销款和滞销款的不同组合已达到四面开花的景象。另外，现阶段最流行的陈列思想莫过于色系的搭配，但是，在色系的搭配过程中，一定要注意整体的布局，以及最小陈列单元格的陈列，再到整场组合的布局。在陈列的时候，一定要充分利用绿叶红花的组合，如果，但单纯的色彩重复组合，而没有画龙点睛的妙笔的话，整场的布局会出现没有焦点的尴尬局面。

在店铺海报方面，一定要突现品牌的主题文化，设计来自于生活，反馈于生活，在概念营销方面，要告诉顾客我们的衣服是在什么样的场合穿的，以寻找与顾客生活态度上的共鸣。在销售方面收集销售的方面的数据，一定要各店铺分开对待，做到一家店铺一份资料，做好销售工作总结这样才能够最准确地反馈设计及生产。在销售过程中碰到的挫折要进行下一季计划的弥补。比如说，这一个星期，男t恤的销售只有10%的市场份额，要考虑为什么是10%，能够在下一季的销售过程中提升多少，15%或者其他?这个推断必须要有根据和战略的眼光。