

最新销售半年的总结报告 销售上半年总结报告销售半年总结报告(优质6篇)

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。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。下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟!

销售半年的总结报告篇一

时间如箭一样地飞逝着。

回顾到公司将近半年来，总在不知不觉 中度过。

我自己在工作中也是受益匪浅，上半年主要工作地点是广州经营部，现将工作情况作出如下总结：

首先，就我个人而言。

我很感谢公司可以给我一个学习与进步的 舞台，感谢你们对我的关照!半年来，我学习了很多产品知识，但农 资世界是丰富多彩的，我所学到的也只是微不足道的，并且还存在着很多自身的一些问题和不足。

其次，就公司整体状况而言。

由于今年的市场行情不断变化，导 致公司上半年的业绩不是很理想，这也直接关系到我们的工作态度， 所以工作上不是很忙碌，总觉得工作情绪有些压抑!时常反省自己， 总想去多做些什么能否对提升业绩有所帮助，不过心里老是有些顾忌，感觉自己还不够成熟，总怀疑自己这个时候还不适合去做业务方 面，只是想多些时间让自己成长起来，提高自身各

方面的知识素养，那样我会更有把握的去做出决定！

一、销售得工作中的辅助工作

我们在多个地方进行了促销，在促销策划上面没有什么经验，但经过经理和同事们的努力，我们的促销活动还是取得了一定的效果，我们相信我们的促销活动会越来越多，越来越好的。

良好的开端便是成功的一半。

旺季过后，把工作的重点从旺季保供应转移到淡季促销售上来。

坚持“有节借节，无节造节”，特别是做好“无节造节”的文章。

争取厂商支持，整合各类营销资源，统一策划营销方案，充分结合地把握好营销活动推出的时间、形式、规模和力度，放大营销资源的促销功能。

抓好商品的结构调整、库存管理，争取厂商的政策支持，适应市场消费需求。

由于经济形势的变化，销售市场竞争格局的变化，今年的商品的结构、库存是很难把握的，随着两节销售旺季的到来，各部门经理始终把商品结构调整、组织适销对路商品，库存管理最优化作为一项重要工作来抓落实。

各部门经理主动对两节销售形势进行了分析，对商品的结构、库存进行了更加详细的分析，按照优胜劣汰的原则，抓好商品结构的调整、抓好库存管理。

经过这样紧张有序的半年，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半年，又从无限轻松中走出这半年，还有，在工作的同时，我还明白了为人处事的道理，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、市场销售工作现状

1. 制定销售目标。

上半年我们销售部门根据年初制定的总体目标以及在年中分阶段制定的时段性目标，根据既定的销售策略和任务，按照常年的习惯，进行人员细分，并根据市场供求关系，组织销售工作人员，以销售业绩为衡量标准，进行针对市场的销售任务。

期间，我部门工作人员也制定了自己的目标计划和销售计划，充分发挥自主性、创新性，顺利完成各自预定的销售任务，并及时总结经验的可取之处和不足，加以改善。

2. 竞争比较激烈，其他企业价格对比强烈。

在市场经济的大环境下，各企业的竞争已经越来越白热化。

在产品普遍相同或类似的情况下，价格的竞争，也成为了销售渠道上的一个大关口。

在产品质量普遍存在的前提下，同行的其他企业的产品价格差不多，没有形成比较悬殊的价格对比。

在品牌较强的局势下，这种价格差，同样造成了创利方面的压力。

3. 应收款回款难准时。

受社会极大市场环境的影响，普遍客户支付延期，应收票据、应收账款、预付账款、等等应收款偏大造成我们的回笼计划不准时，影响了公司的整体运作。

三、销售任务完成过程中的应对措施。

1. 质量的改善。

在销售工作开展之前，对产品的质量要有更严格的把关，并在销售宣传中，把质量的优势尽可能最大的凸现出来，争取零售商对我公司产品更多的信任和更大的'购买力。

2. 价格方面。

在预算的价格尺度调动范围内，根据市场环境的形#from http:// end#势和对市场竞争的科学合理性分析，调整适合的价格标准，使产品的销售既在预计 范围内盈利，又使零售商对价格方面减少挑剔。

同时，可以适当的选 择时机，开展系列的促销活动，从而是产品的品牌让更多零售商和农 民熟知，使产品的质量在市场中形成一个良好的口碑。

3. 加大资金回笼的力度，回避企业风险。

在货款回笼方面，整个部门都形成共识，将该项工作摆在重中之 重的位置。

拟定具有约束能力的销售合约，对于应收款的回收采取合 理

的时效性限制。

吸取了以往的经验教训，我们严格履行销售成交的审批程序，从源头到最终成交都加以控制，时刻叮嘱业务员主动与客户沟通，想尽办法处理，取得了一定效果。

4. 多面的销售渠道，发展更多的销售平台 借助公司的销售平台，提高网络销售水平，建立良好信用的网络销售平台。

销售形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。

多年来，产品销售部坚持巩固老市场、培育新市场、发展市场空间、挖掘潜在市场，未来，我们还需要更全面的利用我公司越来越壮大的品牌影响带动产品销售，建成了以本地为主体，辐射全省乃之全国的销售网络格局；同时，可以与各传媒媒介等形成良好的合作关系，如多参加或举办业内或相关行业的系列活动，多方面的进行宣传销售，让本品牌的产品有更广大的拓展平台。

5. 随时关注业内动态，掌握更多的市场信息 随着行业之间日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场营销过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益。

销售部在今后的工作中更应密切关注市场动态，把握商机，认真做好市场调研和信息的收集、分析、整理工作。

使得销售部通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立起更加稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集；要根据市场情况积极派驻业务人员对国内各销售市场动态跟踪把握。

6. 提高销售部人员自身的工作素质 提高业务员的服务质量和业务能力，使一批老客户的业务能巩固并发展起来。

在未来的工作中，我们要求销售部人员要更加提高自己的工作能力和专业素质：

(1)加强与客户的沟通联系，多想办法，建立起良好的合作关系；

(4)做好售前、售中、售后服务。

上半年，我们走过了展望计划、艰辛起步到共创成功的历程，我们也体会到了这一过程带来的快乐。

依靠我们上级的信任和指导，依靠领先的优秀产品，先进的营销理念，良好的服务意识，团结的协作氛围，优秀的干部、员工队伍，我们整装待发。

也许，未来的路也是充满曲折的，甚至比过去所要承受的压力更大，但我们坚信，这条路注定是充满机遇、充满挑战、充满希望的。

在未来更长的工作生涯中，我会更加严格要求自己，踏实地做好每一件事。

我热衷于这个行业，做着自己感兴趣的农资产品，充满着热情，也很有行动力，心中更是充满了理想。

目前，我已经完全的涉及农资领域当中，我相信在不久的将来，再加上公司也有这方面发展的计划，一定可以尽早的实现！我更加希望，公司可以给我信心与勇气，让我可以更自信的去发挥并创造更多的成就！我深信，只要交待安排给我的事，我会尽心尽责的去完成！我会不断加强学习，拓宽知识面，努力学习产品专业知识和一些工作常识；本着实事求是的做事原则，继续发扬优点，改善缺点；团结一致，勤奋工作，共同进步，维护公司利益，积极为公司创造更高的价值，力争取得更大的工作成绩！

我深信，在公司的正确领导下，只要我全体干部、员工坚定信念，奋发进取，团结协作，以小目标实现大目标，以大目标实现长远目标，一步一个脚印，一定能出色完成任务，让20xx年成为名副其实的创利年！

一、工作方面：

1、做好基本资料的整理，及时向工厂反映客户的情况、向工厂反映客户的信息；

4、维护老客户，保持经常与老客户联系，了解客户对产品需求的最新动向。

另外要向客户推出公司最新产品，确定客户是否有需要。

热点阅读：

二、工作中存在的问题

1、货期协调能力不够强，一些货期比较急的货经常不能很好地满足客户的需求，货期一退再推，有些产品甚至要二十多天才能完成。

这种情况导致了部分客户的抱怨。

工作的条理性不够，在工作中经常会出现一些错误；对时间的分配和利用不够合理，使工作的效率大大地降低；不能很好地区分工作内容的主次性，从而影响了工作的整体进程。

2、由于自身产品知识的缺乏和业务水平的局限，在与客户的沟通交流过程中不能很好地说服客户。

这一方面我还需要继续学习去完善自身的 product 知识和提高业务水平。

3、产品质量问题在大货生产中是很难避免的，但是所有人都希望降低产品质量问题的发生率。

据统计，上个月客户投诉我司产品存在质量问题的案例达十几起。

举两个案例：邦威(盛丰)h0710136单撞钉，因为底钉在实际大货生产过程中不够锋利、穿透力不够强，导致客户在装钉过程中出现大量底钉打歪、打断、变形情况。

这给客户带来了一定的损失，经过协调，客户要求我司尽快补回损耗的底钉1000粒；邦威(圣隆)h0710052单的工字扣，客户投诉我公司产品存在严重的质量问题，一个工字扣同时出现几种质量问题：掉漆、钮面变形、颜色不统一。

这使我们和客户的沟通出现空前的尴尬场面。

客户对我们的产品质量表示怀疑，也对我们的态度表示怀疑。

他们觉得我们没有一点诚意。

后来我们工厂采取了相应的措施解决了此次质量问题。

但是之前糟糕的质量问题给客户带去了非常不好的影象对我们的信任度和满意度都大幅度降低。

对于产品质量问题我觉得它是客观存在的，如果要求工厂生产的大货不发生质量问题，那时不现实的也是一种幼稚的想法。

容忍一定限度的质量问题是每个业务员所必须做到的，如果一味地去埋怨工厂，只会让事情变得更加糟糕。

如果说有什么可以弥补质量问题，那就是我们的态度。

一旦发生质量问题我们就应该及时有效地去挽回损失和客户对我们的信任，拿出我们的诚意寻找并承认自己的过失之处，这才是首先要做的事情。

三、自我剖析 在心态方面，我存在两个问题：

一是急躁心理、二是责任分散。

我还需要进一步去调整 and 改变。

在紧张的工作中会经常产生急躁的心理状态，我曾尝试着去缓解这种状态，但是效果并不好。

心理学解释导致急躁的心理有许多因素：工作环境、自身素质、生活习惯、工作方法等等，而我认为调整急躁的心理状态还需要从自己的生活习惯和工作方法做起，因为工作环境是客观的，而提高自身素质特别是心理方面的素质更不是一朝一夕的事情，现在我能把握的就是调整自己的工作方法和自己的生活习惯。

责任分散是为了提高工作效率的一种重要手段，但是工作分散心理却有着它消极的一面，当一件事情的责任被多个人分担后，没有人认为这件事是自己的事情，久而久之便没有人会去刻意关注这件事，在我身边我能感受到它是存在的。

我想克服这种心理的最佳方法就是培养和加强自身的团队合作精神。

时刻都要把自己摆在一个团体的位置里，因为这里没有我只有我们。

销售半年的总结报告篇二

回顾这一年的工作，我在公司领导和同事们的支持与帮助下，提高自己的工作要求，按照公司的要求，认真的去完成了自己的本职工作，一年转眼即将结束，现对一年的工作情况总结如下：最重要的是工作重心的转变，其次是自己心智的成熟。

今年的销售任务从年初的x亿销售目标下达下来，就觉得确实是一个重担压了下来，为了去实现这一个目标，我全力以赴的去配合公司的每一个销售节点。我把自己的销售业绩放到了一边，重点放在了整个销售团队的销售业绩上面，我们把每一天都当成了开盘日，庆幸的是今年公司的策划部门为我们销售做出了强有力的销售宣传，保证每天我们的销售中心的人气都非常的旺，而这个时候我的工作就放到总控上面，做好现场的销售氛围，而自己确实在今年也没有赚到钱，有的时候心里确实感觉到不平衡，拿不到钱(我没有销售总提成)，有时候确实想放弃这个工作岗位，说实在话干销售就是吃的青春饭，拿高工资，别的同行也觉得今年我们卖这么好，我应该赚好多钱，但事实我根本没有，而幸运的是林总、刘经理真的也很理解我，对我关怀和帮助，同事们也非常配合我的工作，我应该感谢他们。

20_年里，公司加大了推广力度，更新了推广方式，不同新异的推广方式让我目不暇接，在这一年里我不断加强自身的学习，专业非专业知识不停地学习。

一、工作中存在的问题

在这一年来，取得了一些成绩，但也存在一些问题和不足，主要表现在：

第三，管理方式有些“粗犷”，不够细腻，管理制度的严密性与连续性没有监管到位。

二、今后努力的方向

新的一年开始了，又是一个新的纪元[x年的任务目标_亿也已经下达，又是一个挑战，一个新的开始。自己决心认真提高业务、工作水平，为公司跨越式发展，贡献自己应该贡献的力量。我我应努力做到：

2、本着实事求是的原则，做到上情下达、下情上报；真正做好领导的助手；做好路业顾问问题的解决者“拆弹专家”。

3、注重本部门的工作作风建设，加强管理，团结一致，勤奋工作，形成良好的部门工作氛围。

4、不断改进销售部团队成员工作积极性，团队凝聚力，做好部门任务分解，并全力以赴去完成年度任务指标。

5、遵守公司内部规章制度，维护公司利益，积极为公司创造更高价值，力争取得更大的工作成绩。

“人生伟业的建立，不在能知，乃在能行。”我也深信不疑，在此提出与大家共勉，共同进步！

新销售半年总结报告

销售半年的总结报告篇三

新气象经营部，是公司早期门市之一。公司领导比较重视，新气象搬家牵涉公司每个人的心。董事长亲临现场，对搬家工作进行指导，并对员工进行了慰问，鼓励全体员工再接再厉、克服困难，做好本职工作。魏进强魏总亲自参与搬家工作，对门市的选址、吊罐提出宝贵意见。并经常打电话询问工作进展情况，十分重视搬家工作。要相民要总，魏雪其魏老师不辞劳苦来到门市，对财务工作进行审计，对门市各项工作进行指导，并提出建设性的意见。给予新气象经营部很

大帮助，我们感到很温暖，同时也表示感谢。请允许我代表新气象全体员工，向支持我们搬家工作的各级领导和各位同仁致以深深的谢意，感谢各位对我们的大力支持和帮助。我们一定不辜负各位领导的厚望，以自己的实际行动向公司交一份满意的答卷!我现在简要汇报一下近期工作情况总结如下：

一、经营部上半年经营情况

在董事会的正确领导下，依靠企业员工的智慧和力量，坚持求真务实，埋头苦干的工作作风，强化生产经营管理，发扬艰苦奋斗的创业精神，努力拓宽市场空间和市场占有率。在市场需求滞缓的情况下，上半年累计销售5250/t□同比增长9.6%。累计采购5305/t□同比增长9%。累计销售收入3382万元，但经济效益不佳，同期相比有所下降。油脂行业发展总体形势比较严峻，市场总体需求疲软，前景不容乐观。竞争激烈，盈利能力下降。在这样的环境下，我们应该推进精细化管理，降低经营成本，加强风险防范，以客户为导向，以做强做大市场份额为目标，争取在下半年实现新的突破，销量、利润稳步增长。

二、搬家情况简介

1、现实工作环境介绍

有于搬家工作比较仓促，时间紧、任务重。一些工作还没有完善，做起来很被动。生产车间、办公楼正在建设中，散油罐吊过来以后，中包装无法正常生产，设备没地方按装，地面是泥土，工作环境很差。为了不影响销量，把损失减少到最低，员工们都是露天工作。三伏天气骄阳似火，烈日曝晒着大地，地面温度高达40度以上。员工们挥汗如雨，身上衣服都被汗水湿透了，也不肯停下手中的工作，衣服阴干以后会有一层白的盐渍。阳光晒到皮肤上都是灼热的，有轻微的红肿疼痛，皮肤晒的黝黑，也毫无怨言。下雨天就像沼泽地，泥泞不堪，稍不留神就会滑到。而员工们却戏称这是我们合

益荣公司新时期的长征路，走过去就是灿烂的明天！

晴天一身汗，雨天一身泥，这是对我们工作环境的真实的写照。面对恶劣的工作环境，我们员工没有一名退缩，没有一位抱怨。而是积极的投入到工作当中去，想尽一切办法去克服困难，去解决问题，尽职尽责把工作做好。与公司同舟共济，共同渡过难关。充分发扬了主人翁精神和一名合益荣员工应有的品质。在这里我向新气象全体员工说一声：“你们辛苦了。”

销售半年的总结报告篇四

回首20_年，有太多的完美的回忆，20_年本人来到_工作，可是唯有20_年这一年的学习，让我深深的感受到了自我提高，但还是存在不少问题，在处理问题以及工作的方法上也有不足，可是我相信在领导的帮忙与鼓励下，我必须会拥有更完美的明天。

一、销售工作总结、分析

在销售顾问岗位上，首先我要感激一个人那就是我们销售部的x经理，我要十分感激他在工作上对我的帮忙。虽然我在销售部门已经工作了一年多，但对销售经验以及工作信心十分缺乏，我的工作能够说是很难入手。20_年初，我都是在曹经理的带领下帮忙下进行客户谈判、分析客户情景、在销售中遇到难谈下来的客户销售过程中遇到的问题我总想到他，所以基本上是x月份本人的销售业绩及本事才有所提升。

二、职业心态的调整

销售员的一天应当从清晨睁开第一眼开始，每一天早上我都会从自我定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、欢乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比耐心；如果我没有别人单子多，那么我和别人比服

务。

重点客户的开展。我在那里想说一下：我要把b类的客户当成a类来接待，就这样我才比其他人多一个a类，多一个a类就多一个机会。回访，对客户做到每周至少二次的回访。我认为攻客户和制定目标是一样的，首先要集中精力去做一个客户，仅有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

三、自我工作中的不足

在销售工作中也有急于成交的表现，不但影响了自我销售业务的开展，也打击了自我的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并进取学习、尽快提高自我的销售技能。

20_年，我将一如既往地按照公司的要求，在去年的工作基础上更加努力，全面开展20_年度的工作。现制定工作划如下：

- 1、对于老客户，和固定客户，要经常坚持联系，好稳定与客户关系。
- 2、因_限购令的开始买车需摇号，所以要更加珍惜客户的资源。
- 3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式的销售方式。

四、今年对自我有以下要求

- 1、每月应当尽努力完成销售目标。
- 2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

- 3、要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。
- 4、对客户不能再有爆燥的心态，必须要本着长京行的服务理念爱您超您所想这样的态度去对待每位进店客户。
- 5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。
- 6、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。
- 7、为了今年的销售任务我要努力完成任务，为公司创造更多利润。

销售半年的总结报告篇五

在一定时期内, 一个企业销售工作的好坏, 不能单纯以其销售额的大小、销售利润的高低来衡量, 而要通过一系列科学的销售工作指标来考核。本文是小编为大家整理的半年度销售总结报告, 仅供参考。

国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境, 给xx公司的日常经营和发展造成很大的困难。

在全体员工的共同努力下, xx公司取得了历史性的突破, 整车销量、利润等多项指标创历史新高。

作为xx分公司的总经理, 同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。

回顾全年的工作, 我感到在以下几个方面取得一点心得, 愿

意和业界同仁分享。

一、加强面对市场竞争 不依靠价格战 细分用户群体 实行差异化营销针对今年公司总部下达的经营指标，结合xx总经理在2007年商务大会上的指示精神，分公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。

面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们汉阳分公司没有一味地走入“价格战”的误区。

我常说“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。

对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢?我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标治理1、服务流程标准化2、日常工作表格化3、检查工作规律化4、销售指标细分化5、晨会、培训例会化6、服务指标进考核
对策二：细分市场，建立差异化营销1、细致的市场分析。

我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据04年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市尝零散用户等四大市常对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。

对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了xx出租车协会理事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传xx品牌政策。

平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。

针对近两年xx市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障；与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。

针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展毕加索的推荐销售，同时辅以雪铁龙的 brand 介绍和文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。

另外我们和xx市高校后勤集团强强联手，先后和xx理工大后勤车队联合，成立校区xx维修服务点，将xx的服务带入高校，并且定期在高校组织免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

对策三：注重信息收集做好科学猜测当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场猜测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。

在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。

结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过天天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做反应。

同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极组织车源。

增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。

我们把分公司在xx市场的占有率作为销售部门主要考核目标。

今年完成xx任务，顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售，我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件，最大限度减少分公司资金的积压。

由于今年备件商务政策的变化，经销商的利润空间进一步缩小，对于新的市场形势，分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论，在积极开拓周边的备件市场，尤其是大客户市场的同时，结合新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。

备件销售营业额xx万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，今年分公司又迎来了自96年成立以来的售后维修高峰。

为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作；建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度，对于售后维修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表；用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规范；在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆；在车间推行看板治理，接待和治理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。

为了进一步提高用户满足度，缩短用户排队等待时间，从6月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1:00，售后俱乐部提供24小时全天候救援；通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满足度。

全年售后维修接车xx台次，工时净收入xx万元。

二、强化服务意识，提升营销服务质量年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严重的形势，在年初我们确定了全年为“服务治理年”，提出“以服务带动销售靠治理创造效益”的经营方针。

我们挑选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回访制度和用户投诉受理制度。

每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在治理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。

同时在内部治理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，治理部门服务一线的治理服务体系；在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则；在治理部门中，重点强调服务销售售后一线的意识。

形成二线为一线服务，一线为客户服务这样层层服务的. 治理机制。

积极响应总部要求，进行服务质量改进，强化员工的服务意识，每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行总结，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务。

并设立服务质量角对服务质量进行跟踪及时发现存在的不足，提出下一步改进计划。

分公司在商务代表处辖区的各网点中一直居于服务评分的前列，售后服务更是数次荣获全国网点第一名。

在加强软件健身的同时，我们先后对分公司的硬件设施进行

了一系列的整改，陆续建立了保养用户休息区，率先在保养实施了“交钥匙”工程；针对出租车销量激增的局面，及时地成立了出租车销售服务小组，建立了专门的出租车销售办公室，完善了用户休息区。

根据当期市场特点和品牌部要求，我们开展了“三月微笑服务”、“五一微笑送大礼”、“夏季送清凉”、“金秋高校校区免费检查”、小区免费义诊、“冬季送暖和”等一系列活动，在客户中取得很大的反响，分公司的服务意识和服务质量也有了明显的提高。

三、追踪对手动态 加强自身竞争实力对于内部治理，作到请进来，走出去。

固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的轿车市场竞争。

我们通过委托相关专业公司，对分公司的展厅现场布局 and 治理提出全新的方案和建议；组织综合部和相关业务部门，利用业余时间，对xx市内具有一定规模的服务站，尤其是竞争对手的4s站，进行实地摸底调查。

从中学习、利用对方的优点，为日后工作的开展和商务政策的制定积累了第一手的资料。

四、注重团队建设分公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能。

年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。

营销治理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了熟悉，又明确了目标。

在加强自身治理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和综合素质。

通过聘请国际专业的企业治理顾问咨询公司(xx)对员工进行了如何提高团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，分公司经营工作取得了全面胜利，各项经营指标屡创历史新高。

在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创造性，精品服务理念的创新上，还大有潜力可挖。

还要提高我们对市场变化的快速反应能力。

20xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。

目的在于吸取教训，提高自己，以至把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作提升一个台阶。

下面我对一年的工作进行简要的总结。

今年我任公司销售部副经理，负责公司工程组，在公司任职期间，我不断的学习产品知识，并吸取同行业之间的信息积累了丰富的市场经验，现在对钢铁行业市场有了更加深入的了解和认识，可以清晰、自如的应对各种客户的各种问题，准确的把握客户的需要，与客户建立了良好的沟通渠道，逐渐取得了客户的信任。

经过我的不懈努力，取得了多为成功的客户资源，对自己的销售任务铺垫了坚实的客户基础。

而且在不断的学习知识和积累经验的过程中，自己的能力、业务水平都比以前有了较大幅度的提升。

虽然一直在从事销售工作，有一定的销售知识与经验，但比较优秀的成功的销售管理人才，还是有一定距离的。

本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位路上，对销售人员的培训，指导力度不够，影响销售部的销售业绩。

这是我需要提升的重要方面之一，下面我就对我以及部门20xx年的工作进行总结。

在20xx年一年的时间中，经过工程组全体员工共同的努力，完成工作如下：

- 1、累计客户 位；
- 2、实现销量 吨；
- 3、实现回款 万元，回款率 %；
- 4、详细列举各个工程项目销售明细：

从销售业绩上看，我们的销售量较去年有了下滑，这不仅市场大环境的影响，更有我们工作做得不好的多种因素，销售工作在20xx年我们还是有很多失败的地方，有待我们大家一起努力，去改进去完善。

客观上的因素虽然存在，但是工作中还是存在的一些问题，主要有以下几方面：

1、我本身以及部门销售人员在公司客户拜访量上比较少，以至于客户潜力开发工作停滞不前，客户拜访工作总体来说做的不好，这是销量没有提升的一个重要原因，也是我们需要改进的方面之一。

2、与客户沟通不够深入。

销售人员与客户沟通过程中，不能把公司产品的实际情况给客户讲解的十分清晰，有时不能真正的了解客户的想法和意图，对客户提出的某些建议不能做出迅速的反应。

在传达产品信息时不了解客户对我们的产品有多少了解或接受到什么程度，对销售工作造成了不良的影响。

3、工作没有一个明确的目标和详细的计划。

销售半年的总结报告篇六

销售是一项报酬率非常高的艰难工作，也是一项报酬率最低的轻松工作。今天本站小编给大家为您整理了销售部半年总结报告，希望对大家有所帮助。

一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分市场群体实行差异化营销

对策一：加强销售队伍的目标管理

对策二：细分市场，建立差异化营销细致的市场分析。

我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据xx年的销售形势，我们确定了油罐车、化工车、洒水车、散装水泥车等车型的集团用户、瞄准政府采购市场、零散用户等市场。对

于这些市场我们采取了相应的营销策略。对相关专用车市场，我们加大了投入力度，专门成立了大宗用户组，销售公司采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。在市场上树立了良好的品牌形象，从而带动了我**公司的专用汽车销售量。

对策三：注重信息收集做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做出反应。

同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把公司产品市场的占有率作为销售部门主要考核目标，顺利完成总部下达的全年销售目标。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作；建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度。

二、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部管理，作到请进来、走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的专用汽车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的管理提出全新的方案和建议；组织综合部和相关业务部门，利用业余时间学习。

三、注重团队建设

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。

在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，做好销售工作计划，做好个人工作总结报告，提升团队的凝聚力和 专业素质。通过聘请专业的企业管理人才对员工进行了团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

上半年，通过全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标均创历史新高。在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创新上，精品服务的理念上，还大有潜力可挖。同时还要提高我们对市场变化的快速反应能力。

为此，面对下半年，公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务管理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保公司xx年公司各项工作的顺利完成。

转眼半年已过，回顾半年来的汽车销售工作有许多的经验教训需要总结，有太多的地方需要学习和借鉴[]20xx年是xx公司重要的战略转折期。

国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给xx公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下[]xx公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾全年的工作，我

感到在以下几个方面取得一点心得，愿意和业界同仁分享。

一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分市场实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标，结合总经理在20xx年商务大会上的指示精神，分公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们汉阳分公司没有一味地走入“价格战”的误区。我常说“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢？我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标治理

- 1、 服务流程标准化
- 2、 日常工作表格化
- 3、 检查工作规律化
- 4、 销售指标细分化
- 5、 晨会、培训例会化
- 6、 服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销1、细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据20xx年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市场、零散用户等四大市场。对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了出租车协会

理事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传xx品牌政策。

平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。针对近两年xx市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障；与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。

针对高校消费群知识层面高的的特点，我们重点开展毕加索的推荐销售，同时辅以雪铁龙的牌介绍和文化传播，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和xx市高校后勤集团强强联手，先后和理工大后勤车队联合，成立校区维修服务点，将服务带入高校，并且定期在高校组织免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

对策三：注重信息收集做好科学猜测当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场猜测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过天天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做反应。

同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极组织车源。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把分公司在xx市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成任务，顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售，我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件，最大限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化，经销商的利润空间进一步缩小，对于新的市场形势，分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论，在积极开拓周边的备件市场，尤其是大客户市场的同时，结合新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。

备件销售营业额xx万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。

在车间推行看板治理，接待和治理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。为了进一步提高用户满足度，缩短用户排队等待时间，从6月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1:00，售后俱乐部提供24小时全天候救援；通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满足度。全年售后维修接车台次，工时净收入xx万元。

二、强化售后服务意识，提升营销服务质量

20xx年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严重的形势，在年初我们确定了全年为“服务治理年”，提出“以服务带动销售靠治理创造效益”的经营方针。我们挑选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回访制度和用户投诉受理制度。每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在治理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。

同时在内部治理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，治理部门服务一线的服务体系；在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则；在治理部门中，重点强调服务销售售后一线的意识。形成二线为一线服务，一线为

客户服务这样层层服务的治理机制。积极响应总部要求，进行服务质量改进，强化员工的服务意识，每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行总结，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务。

并设立服务质量角对服务质量进行跟踪及时发现存在的不足，提出下一步改进计划。分公司在商务代表处辖区的各网点中一直居于服务评分的前列，售后服务更是数次荣获全国网点第一名。在加强软件健身的同时，我们先后对分公司的硬件设施进行了一系列的整改，陆续建立了保养用户休息区，率先在保养实施了“交钥匙”工程；针对出租车销量激增的局面，及时地成立了出租车销售服务小组，建立了专门的出租车销售办公室，完善了用户休息区。根据当期市场特点和品牌部要求，我们开展了“三月微笑服务”、“五一微笑送大礼”、“夏季送清凉”、“金秋高校校区免费检查”、小区免费义诊、“冬季送暖和”等一系列活动，在客户中取得很大的反响，分公司的服务意识和服务质量也有了明显的提高。

三、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部治理，作到请进来，走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的轿车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的展厅现场布局和治理提出全新的方案和建议；组织综合部和相关业务部门，利用业余时间，对xx市内具有一定规模的服务站，尤其是竞争对手的4s站，进行实地摸底调查。从中学习、利用对方的优点，为日后工作的开展和商务政策的制定积累了第一手的资料。

四、注重团队建设

分公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销治理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了熟悉，又明确了目标。

在加强自身治理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和综合素质。通过聘请国际专业的企业治理顾问咨询公司()对员工进行了如何提高团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

20xx年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，分公司经营工作取得了全面胜利，各项经营指标屡创历史新高。

在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创造性，精品服务理念的创新上，还大有潜力可挖。还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对即将到来的20xx年下半年，分公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务治理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保分公司20xx年下半年经营工作的顺利完成。

上半年已经结束，为了更好的开展下半年的工作，我就上半年的工作做一个全面而详实的总结，目的在于吸取教训、提高自己，以至于把下半年的工作做的更好，完成公司下达的销售任务和各项工作。

一、上半年完成的工作

1、销售指标的完成情况

上半年在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，**市场完成销售额157万元，完成年计划300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%;低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点;中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点;高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

2、市场管理、市场维护

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

3、市场开发情况

上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的购物广场，所上产品为52°系列的全部产品；2家酒店是分别是**大酒店和**大酒店，其中**大酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，**大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

4、品牌宣传、推广

为了提高消费者对“酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

5、销售数据管理

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售

周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对20xx年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

二、下半年工作打算

尽管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水准

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。