

2023年部队年终工作总结(模板5篇)

总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况加以总结和概括的书面材料，它可以明确下一步的工作方向，少走弯路，少犯错误，提高工作效益，因此，让我们写一份总结吧。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

部队年终工作总结篇一

转眼间20xx年已成为过去成为历史，但我们仍然记得去年一整年的激烈竞争。本行业天气虽不是特别严寒，但大街上四处飘着的招聘条幅足以让人体会到20xx年阀门行业将会是一个大的竞技场，竞争也将更加的白热化。市场总监、销售经理、区域经理，大大小小上千家企业都在抢人才，抢市场，大家切身的感受到了市场的残酷成都，坐以待毙。总结是为了来年扬长避短，对自己有个全面的认识。

今年实际完成销售量为xx万，其中一车间球阀xx万，蝶阀xx万，其他xx万，基本完成了今年初既定的目标。

球阀常规产品比去年有所下降，偏心半球增长较快，锻钢球阀相比去年有少量增长；但蝶阀销售不够理想（计划是在xx万左右），大口径蝶阀（xx以上）销售量很少，软密封蝶阀有少量增幅。

总的说来是销售量正常，oem增长较快，但公司自身产品增长不够理想，品牌增长也不理想。

对于我们生产销售型企业来说，质量和服务就是我们的生命，如果这两方面做不好，企业的发展壮大就是纸上谈兵。

6、报价问题：因公司内部价格体系不完整，所以不同的客户

等级无法体现，老客户、大客户体会不到公司的照顾与优惠。

经过近两年的磨合，销售部已经融合成一支精干、团结、上进的队伍。团队有分工，有合作，人员之间沟通顺利，相处融洽；销售人员已掌握了一定的销售技巧，并增强了为客户服务的思想；业务比较熟练，都能独当一面，而且工作中的问题善于总结、归纳，找到合理的解决方法。xx在这方面做得尤其突出。各相关部门的配合也日趋顺利，能相互理解和支持。好的方面需要再接再厉，发扬光大，但问题方面也不少。

6、技术支持不顺，标书图纸、销售用图纸短缺；

7、部门责任不清，本末倒置，导致销售部人员没有时间主动争取客户。

以上问题只是诸多问题中的一小部分，也是销售过程中时有发生的问题，虽不致于影响公司的根本，但不加以重视，最终可能给公司的未来发展带来重大的损失。

我们xx公司经过这两年的发展，已拥有先进的硬件设施，完善的组织结构，生产管理也进步明显，在x乃至阀门行业都小有名气。应该说，只要我们战略得当，战术得当，用人得当，前景将是非常美好的。

“管理出效益”，这个准则大家都知道，但要管理好企业却不是件容易的事。我感觉公司比较注重感情管理，制度化管管理不够。严格说来公司应该以制度化管管理为基础，兼顾情感管理，这样才能取得管理成果的最大化。就拿考勤来说，卡天天打，可是迟到、早退的没有处罚，加班的也没有奖励，那么打不打卡有什么区别？不如不打。又如员工工作怠慢没人批评指正，即使有人提起最后也是不了了只，这是姑息、纵容，长此以往，公司利益必然受损。

(4) 公平激励建立一只和谐的团队，调动员工的积极性、主

动性都需要有一个公平的激励机制。否则会造成员工之间产生矛盾，工作之间不配合，上班没有积极性。就我的个人看法，我认为销售部的工资偏低，大环境比较行业内各个阀门厂销售人员的待遇，小环境比较公司内各部门的待遇。虽然销售部各员工做得都很敬业，实际上大家内心都有一些意见。如果公司认为销售部是一个重要的部门，认可销售部员工的辛苦，希望能留住那些能给公司带来利润的销售人员，那么我建议工资还是要有相应调整，毕竟失去一位员工的损失太大了。

另外一个方面就是公司管理结构和用人问题。由于公司自身结构的特殊性，人事管理上容易出现越级管理、多头管理和过度管理等现象。越级管理容易造成部门经理威信丧失，积极性丧失，最后是部门内领导与员工不融洽，遇事没人担当责任；多头管理则容易让员工工作无法适从，担心工作失误；过度管理可能造成员工失去创造性，员工对自己不自信，难以培养出独当一面的人才。

以上只是个人之见，不一定都对，但我是真心实意想公司未来的发展，一心一意想把销售部搞好，为公司也为自己争些体面，请各位老总们斟酌。

部队年终工作总结篇二

20__年通过市场营销部全体同事的共同努力，产品调配部的有效工作及公司其他业务部门和行政部门的有力协助，截止20__年12月，销售额创历史新高，已达____万元，比20__年全年提升30%。新开发专卖店__家。纵观全年的工作过程，有喜有忧，有甜有苦，有欢有痛。

市场营销部承担着公司管理模型和市场模型的建立任务，而公司下一步规划的前提就建立在一支过硬的销售队伍和市场网络上，目前的实际情况是销售队伍不硬，市场网络不稳。我们只有集中大家的优势，发挥团队的力量，群策群力，充

分的尊重市场和事实，才能够取得成功。

一、统一思想，端正态度

1、关于态度

我相信在许多员工的述职报告反映出了工作中很多的困难和问题，比如提货折扣问题、领导能力问题、加盟商的合作问题、支持力度等……，问题和困难自然不可避免，但我觉得，导致这些问题和困难不能解决的主要原因还是态度问题。态度决定一切。公司要建设好队伍，并达成目标，就需要运用管理工具对员工进行管理，并且也有权利管理到大家的每一个工作日。

市场竞争日趋激烈，市场机制会愈趋规范，每个公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在面前，以一种什么样的态度去对待它，你就会得到一种什么样的结果。

2、关于目标

一是要将个人目标与公司目标统一起来。每个人都会有压力、有需求，但怎样使之与公司的长期和短期发展目标有机统一，使得在实现公司发展目标的同时，实现自己的个人目标。这就需要将自己的个人职业生涯规划融入到公司的发展当中，公司会不断的发展，要上新产品、要建自己的工厂、要上市……，只有上下统一起来，步调一致，才能往前走。这就需要加强相互沟通，达到构建一支优秀的团队和网络的目标。

二是实现目标要有一种正确的观念、方法，并将目标切实分解落实。只有可分解的、能实现的目标，才是可行的目标。今年初市场营销部通过将销售指标分解到每个人，每个加盟店，围绕目标紧密跟踪，穷追不舍，从而保证了全年销售任务的完成。另外，保持一种好的心态将会帮助员工渡过很多困难。

3、关于学习

相互学习，是市场营销部一年来始终灌输的一项行为习惯。有一位经济学家讲过这样一句话“不学习是一种罪恶，学习是有经济性的，用经济的方法去学习，用学习来创造经济。”我们应该从理论上、实践中和相互的交流中学习，不仅要注意学习的方法，更要有正确的学习态度。大家或多或少都有一种批判的吸收心态，也就是说在接受别人的观点或意见之前，带着一种质疑的态度，这是我们应该改正的。我们要以吸收的批判的态度来对待他人的观点和意见，即先以一种宽容、包容的心态听取别人的观点，然后经过自己的深思熟虑，对其观点加以批判性的接收。

就像我们组织开会和培训，公司花费金钱，同时让大家在繁忙的工作中挤出时间聚到一起交流和总结，如果不以一种学习的心态、以一种空杯的心态来对待，肯定学不进去。每个人都有优点，都值得大家相互学习，如果你无法改变自己的心态，也就不会进步。

我也经常对大家说，只有不断地学习、思考、总结，我们才能不断地提高和把事做好。

这个过程就像下围棋一样，起初从零开始，水平都差不多，慢慢知道了布局，有了进展之后，对水平低的不屑一顾，自以为是，进入一个平台期；然后慢慢也就有了对更高水平的向往，如果继续学习和总结，就逐渐有了大局观，也知道了何以舍小保大，就这样在不断的学习当中进步，其实，工作中也是一样，你需要不断地学习、充实，销售部要尽力塑造一种学习的氛围，来培养一支优秀的团队。

4、关于团队

随着公司的发展，会有更多的岗位和机会摆在每个人的面前，在团队建设的过程中，面临着一个信任与控制的问题，我们

要运用各种表格加强过程管理。

5、关于管理

在公司里，我们每个人都处在一种角色的转换中，在下级面前是管理者，在上级面前是被管理者。而从另外一个角度，大家都是社会人、企业人，管理具有科学性和艺术性，要真正达到有效管理，在队伍出现问题的时候，沟通是一种非常重要且有效的途径。所以有的管理学家甚至说，管理就是沟通。其重要性不容置疑。

没有规矩不成方圆。管理是一种投入，我们要向管理要效益，不断完善各种管理制度和方法，并真正贯彻到行动中去。

二、总结教训，推广经验

1、财务意识有待加强

需要强调的是，一定要严格按比例控制整个营运成本，同时，市场开发及销售费用属于个人借支，涉及到摊销问题，需要绷住弦，树立财务控制的态度。

首先要学会算帐，加强财务分析。各区域经理通过算帐、分析，对不同费用间的相互关系加强分析，做到有效的财务管理。既要算好市场的帐，要考虑怎样去进行摊销，又要算好投资的帐，把工作看成是自己的事，从自己的角度出发，什么事情该做，什么事情不该做。

所有的结果最终都落在财务指标上，要抛打紧用，先紧后松，加强费用分析与市场策略的结合。特别是区域经理，要尽量以各种简明扼要的形式如柱状图、饼状图、曲线图等加强分析，帮助本区域做好财务控制。

2、严格规范、有效管理

我们公司管理的大前提是预算制管理，对于年度计划，要将目标计划分解到每个季度、每个月、每一天、每个主管、每个加盟店、每区域、每个部门，每个经理。并认真思考要通过哪些通路、方法来达到目标。目标分解了就成了任务，任务是必须要完成的。

要加强目标管理和时间管理，同时经理们要严格要求对自己的管理，要以身作则，才能带好团队。比如，如果经理自己懒惰，有怎能要求员工勤奋工作？管理是要付出成本的，是成本就一定要出效益。下一步我们需要考虑上erp系统，来简化管理的程序和提高管理的效率和质量。

3、人力臃肿，资源浪费

首先有一个用人标准的事情，我们一直倡导合适的就是的，不一定秀的就是的，在选人用人上，还要注重员工的忠诚度和专业性。

其次在形式表现上，员工的工作能力如沟通能力，工作效率和工作饱和度也是需要着重考虑的方面。最后要通过培训，采取不同策略，把销售主管个人资源与公司资源进行有效组合，达到整合资源，发挥团队优势的目的。

在对公司员工的培训上，主要从三个方面来进行，一是培养大家一个良好的工作习惯，通过经理的榜样作用，加强管理；二是通过召开会议如周会、系统的培训会议来全面对员工进行知识和技能的培训；三是通过市场运营过程中的传帮带，带好团队，优胜劣汰。我们现在是“优不胜，劣不汰”。只有让所有员工的长期目标和短期目标与公司的目标统一起来，涉及到现实的收益、成长的空间、实际能力的提高等诸多方面，只有在过程中不断地兑现和满足大家，才能团结稳定队伍并不断地吸引更多的人才加盟我们的事业。

4、市场策略需融入准确科学的市场调查

各区域经理对市场都有不同的感觉，经验固然重要，但它并不是成功的必然。只有将感性和理性结合起来，理论与实践相统一，在市场直觉的基础上，加上科学的分析和研究，这样得到的成功才是一种必然。不妨看一则关于肯德基的故事：在准备进入中国市场的时候，肯德基针对北京王府井的情况先后派了两位职员进行开店前的调研，第一位职员在到达王府井后，看见熙熙攘攘的人流，凭直觉马上判断值得在王府井开店，于是回去后告诉公司说可以在王府井开店；另一位职员到达王府井后，在主要的路口开始计时统计通过的人流情况，按层次、按年龄加以分类，同时还对北京周围的鸡的来源以及养鸡的饲料等环境进行综合调查，最终通过数据分析，得出可以在王府井开店的结论。事实证明最终开店的结果是成功的，但两位职员得出结论的方法和过程并不一样，其差别我们可以很容易看到，所以第一位职员回去之后就被降职了。如果我们在市场操作的过程当中，能够把丰富的市场经验和准确科学的市场调查结合起来，则成功将会属于我们。

要学会分析市场，分清主要矛盾与次要矛盾，主要矛盾的主要方面与次要方面，抓住重点，才能有效地开展工作。比如山西市场，由于渠道很熟，开发一般的专卖网点可能相对比较容易，单已不符合大店潮流，但开大店相对比较困难，所以，下一步山西市场的重点就要适当向开大店倾斜，包括赠送营业道具等；而山东市场相对来说，市场开发力量较弱，所以在人员聘用的时候，必须考虑到开发能力和维护能力都很强的人。不同的市场，不同的环境，需要采取不同的策略。

在市场推广方面一定要抓住一个中心，结合主要与次要矛盾，有效避免东一榔头，西一棒槌的事情发生。

铺货销售是目前服装市场上，尤其是东北市场普遍应用的主要手段，但绝对不是的手段。从服装行业发展的趋势来看，只有能为加盟商全方位提供店铺解决方案，专业化、系统化才是未来的方向。我们只有综合运用这些手段，抢占先机，才能走在别人的前面。所以，现阶段首先必须从意识上上升

到一种高度，体现出我们裤业连锁专卖的专业化、规范化的形象，有效整合各种资源和方法，有系统、有计划地去做市场推广，通过正确的市场策略的运用，来达到我们建设队伍、营建网络的目的。

三、明确目标，分解任务

各区域在进行目标分解的过程中，既不要保守，也不要画饼充饥，要本着实事求是、务实的态度，用经验值和科学相结合的方法，确定每个区域合理的、可实现的目标。

在目标确定之后，分解到人，到加盟店，到每季度、每月、每天。在这里，我要强调贯彻“事事落实，事事督导”这八个字，事事落实就是要既事事落实到人，也要事事落实到时间；事事督导就是要实行财务督导、层层督导和相互督导。通过加强过程的管理和监控，来确保目标的达成。

部队年终工作总结篇三

律回春晖渐，万象始更新律。我们在告别成绩斐然的20__之际，迎来了充满希望的20__。过去的一年里，作为区域经理，我在上级领导的正确领导下以及广大同事的大力支持下，突出重点、狠抓落实，较好地完成了本职工作。现将本年度的工作情况向大家作如下汇报，请大家评议，多提宝贵意见。

一、加强学习，把握市场动向

我深知区域经理肩负着重大的职责。要成为一名合格的区域经理，我必须具备较高的从业素质。因此，在工作之余，我常常学习业务知识，了解市场动态，以提高对市场动向的敏锐度。同时，认真分析各个站点的运营情况，及时改进运营管理中的不足，确保十四个站点均能高效、稳定地运转。另外，我们尝试了投币充电的相关业务，但由于前期准备不足

和其它方面的影响，导致7个站点在这方面的业务较差，为避免对其它主业的影响，最终决定取消该业务。

二、爱岗敬业，认真完成各项工作

1、做好对亭内外的卫生检查工作，保持亭四周的环境卫生、整洁，为大家营造一个舒适的工作环境。

2、检查车辆数目，并认真登记车辆损坏数量。

3、每周不定期在中午或晚上对管理员在岗与脱岗情况进行督查，进一步提高管理人员的责任意识与在岗意识。

4、根据公司要求，努力跑广告，但由于市场形势严峻，个人经验缺乏，未能完成这项任务。

三、强调服务品质，巩固客户群体

20__年以来，行业的竞争形势日益严峻。为确保公司各项业务的顺利发展，我在分析行业现状及市场动向的基础上，结合分管站点的营销情况，提出了合理化建议。其中，特别强调服务质量，优化服务手段，在巩固老客户的同时，吸纳更多新客户，收到了不错的效果。

四、存在的不足

虽然通过大家的共同努力，获得了不错的区域销售业绩。但面对竞争日益激烈的市场，我觉得我们的工作仍存在一些不足：一是销售团队业务水平有待进一步提升；二是由于同行竞争激烈，销售队伍稳定性较差；三是销售渠道比较单一，不够稳定。就我个人来说，业务水平有待进一步提高，办事缺乏创新意识，有时不够冷静。因此，导致广告业务这块工作做得还不够好。

五、工作计划

针对上述问题，我打算围绕以下几点开展20__年的工作：

(一) 带头抓学习，不断提高整体业务水平

在工作中，我要带头学习，学习相关业务知识，销售技巧，公司的规章制度，进一步提高整体的业务水平。同时，在工作中要关心同事，了解他们的诉求，更好地为他们解决实际问题，增强团队凝聚力。

(二) 明确工作目标，制定工作计划

根据20__年公司下达的工作指标，结合市场情况，确定具体的工作目标，并出台相应的工作计划。围绕工作计划，合理部署、科学安排，力争圆满完成各项任务。尤其是商务广告业务这块，我要加倍努力，多借鉴他人的好经验、好做法，创新思路，大胆进取，积极协调，力争顺利完成月任务、年度任务。

(三) 增强创新意识，积极开拓更多市场

为抢占更多的市场份额，我必须不断增强创新意识，用发展的眼光，创新的理念，进一步稳定现有销售渠道，开辟新的销售渠道，使销售方式更加多元化，带领大家共同开辟更多的市场。目前，我打算在长江北路经营一个小卖部，以此为切入点，逐步推入公司产品。

部队年终工作总结篇四

时间如梭，一年转眼就过去了，这一年我们区域的市场和生意如何呢？我们自己首先需要对自己盘点一下，总结经验，汲取教训，更好的实现二次腾飞计划。刚刚收到公司最新一期市场调研数据，我们的市场占有率大幅上涨，值得我们庆

贺，同时也感谢大家每个人的辛勤努力。成绩永远属于过去，我们要把握未来。就近期我思考的一些事情和计划给大家讲一下。

我们积极响应公司的政策，我们在第一季度就果断的停止了之前的生意操作模式，大胆的砍掉了经销商的价格补贴，一举为公司节省大量预算投入，同时对我们区域的市场有较大的帮助；我们确定了区域的下一步策略和计划：先做好a类大卖场，尤其是先把xx卖场打造成区域大卖场的样板店。时至今日，实践证明我们当初的策略是对的，我们现代渠道的市场占有率就像芝麻开花——节节高，这与现在在座的每一位的努力是分不开的，其实这也得益于我们自己组织架构的及时调整，改变原来由某某人一人统筹整个x类大卖场的局面。之前一个人无法把每个客户和每个门店做精做细做强，故我们逐步的让每一个人员都开始参与到a类大卖场中来，一来锻炼大家对x类大卖场的管理能力，二来把x类大卖场的管理和跟进做细，最终把每个x类客户都做的比原来好。接下来我们的传统渠道的发展我们始终没有找到最佳的方法，无法在短时间内提升市场占有率，但是至少我们对传统渠道的策略也是对的，开始逐步限制和减少批发的销量，同时在区域有影响力的二批市场做好产品的门店logo宣传，一点一滴的来提升我们的品牌度和知名度。在我们运作区域市场近x个月的时候，我们认为时机成熟，就开发了零售性的xx销商，借助其零售网络优势，迅速在区域的x类超市和部分当地的连锁便利系统卖进我们的产品，对在区域的地方性x类超市的发展起到巨大的作用，下一步我们会逐步借助其在x店网点的优势开始拓展我们产品在x店的铺货，以此来提升产品在x店的市场占有率。我们在做好省会的同时，我们也时刻关注着二级城市的发展，x城市和x城市经过半年来的不断调整和创新，也取得非凡的业绩，综上所述，我们上半年的生意对比去年同期增长x%符合我们当初的目标和计划。

态度决定一切，所以我们大家在面临巨大压力和挑战的时候，我们首先需要端正我们自己的工作态度，我们的一切工作可以说成为公司，但是也是在为我们自己，试想：今天工作不努力，明天努力找工作。所以我们大家一定要把现在的工作当成是自己的工作，把公司当成是我们自己办的公司，我们此时需要怎么去做大做强，我们怎么样处处想着在销售增长的同时合理的去控制好预算的投入。

现在我们每个人都还没有养成良好的职业习惯，动不动就爱抱怨，抱怨我们的客户很滥，抱怨公司给我们订的指标太高，抱怨公司给我们分配的预算很少……这一切的抱怨我希望从今天开始，全面停止，我们需要逐步养成好的习惯：更多的学会数据分析，更多的关注产出评估，更多的思考创新，更多的去居危思进，更多的发挥自己的聪明才智，更多的学会时间管理，更多的运用所培训过的各种技能等等。所以我希望大家停止一切抱怨，争取一切属于我们的成功，今后不要再听到我们的x客户是个烂客户，管理差劲，销售绝对做不好□h客户是个很烂的客户，我们永远也做不好□x客户也不好做□xx门店的位置太差，没有发展潜力。其实先前我和大家一样的抱怨和认知，认为的确就像大家上面抱怨的那样，然而实践能证明我们先前的想法是不对的□x客户经过我们同事xx的大力改善和调整，业绩取得了翻天覆地的变化，这就说明了我们先前对该客户的惯性定位和不关注是错误的，所以现在的x客户因其内部客观因素无法和x客户这样的客户来对比，但是我们至少要承认x品牌和x品牌在x客户的系统就做的非常成功，这是为什么呢？难道竞品成功的地方就不值得我们去学习和借鉴吗？所以我们要马上改变先前对x客户一贯的坏的看法和定位，要誓言把我们的产品在x客户做到至少和竞品一样好。同时这些客户□x客户）我们不要求做到就象x户那样的单店产出和那样的形象，但是至少都能做到和竞品一样好，门店的销售份额能逐步的做到no1□这个时候我们就真的天不怕地不怕了。

另外，我们大家要逐步改变大手大脚，甚至有时不计投入的花钱，因为公司的资源永远有限，因为世态永远在变化，比如：这个季度我们的预算对比先前就大大减少，但是如果我们一味的抱怨下去，我们的工作还要不要去做，我们的市场还要不要开发和拓展，我们的生意还要不要去管理，如果都做不到，我们是否还能拥有现在的工作，所以我经常对大家说：我们要学会预测变化，学会适应变化，更重要学会享受变化，同时要在变化中变化，既然预算少了，我们首先需要面对的是现实，在这样的情况下我们是不是要思考我们的先前投入是否合理？我们的投入是否都符合出产比？我们是否需要改变我们的投入模式？积极寻求新的发展模式？这一切都是急需我们大家去思考和考虑的，时间不允许我们停留在不变的环境中，我们要做的就是马上改变。我经常对大家讲：我们要善于学习和借鉴竞品做的好的地方，因为我们目前在这个区域暂时还不是第一品牌，我们需要保持一颗谦逊的心态，比如：我们始终认为在j客户的一个陈列投入x元/月就很少很少了，无法再向门店降低了，甚至哪个门店突然向我们开价x元/月的陈列我们就欣喜若狂，不知所措。误认为门店给我们的是馅饼，其实大家哪里知道我们的竞品x品牌在j客户是如何投入的呢？人家同样的一个陈列一年的陈列费才x万元，才x万元呀，是不是值得我们去学习呀？如果你现在是x品牌的业务人员，我相信在你跟x门店洽谈该陈列前，不超过x元/月就是你的最低底线了，可是呢□x品牌每月的陈列费还不足x元，人家是怎么和门店谈下来的呢？难道他们的业务人员是神吗？不是，这就像前天我和xx一起走访l店时给xx讲的那样：我们是养成了一种习惯，认为反正我们有的是钱，反正先前都是这样大把大把的花钱，所以我们认为只要不高于x元/月的投入都算正常，或者我们能和门店谈到略低于x元的就高兴的不得了，其实看看人家竞品，是不是我们需要进行深刻的反思□ why□ 我们堂堂正正的中国名牌，居然这样？我们的业务谈判水平和能力就这么低吗？我们就这样对自己不自信吗？经常听到大家说：某某竞品在哪个卖场又大批量的投入钱了，我们大家有没有想一想这些信息是真实的吗？

当然我讲的是比我们目前在区域具有品牌优势的竞品，所以今后在我们和客户谈判费用的时候，我们也要毫不留情的去砍费用，不要再不忍心了，不要认为对比我们以前的投入就减少很多了，我们要全面的来比较，人家竞品在他们的强势店是如何进行低投入的？我们大家要牢记：追求资源产出最大化，是我们每个营销人员义不容辞要去做的！

部队年终工作总结篇五

回顾来公司一年的工作历程，从1月份进入公司工作从事销售工作，深得公司领导的信任，担任销售部经理一职。目前的工作暂时完成了在此我想对自己的个人工作做一下总结！方便各位领导同事知晓！

销售部是公司的窗口，销售部是公司的前线，作为销售部这个团队的带头人，我深知做好这个工作的重要性。

从接手销售工作开始，我首先了解并整理原先遗留下来的一些客户问题，并丰富销售现场，然后是了解项目针对的客户群体，我认为提高销售业绩，首先是要了解我们的客户群体、了解客户关心的方向、信任的角度，通过这些来宣传，一定能引起客户的共鸣。所以丰富销售案场、户外宣传派单、户外巨幅广告、宣传单页的改版。从而改变客户对xxx的视觉冲击，完成这一步后，再次深层次的挖掘潜在的客户。

之后，我又对销售部每位销售人员进行了解沟通，其中有老员工，有新员工（还没有正式上岗的）老员工的自身素质和对自身的要求都很难实现，再去带动新的员工真得太难了。

我觉得这样的团队太散，虽然谁都在某些方面是金子，但必须要聚在一起才能有能量，看到这个情况后，我把整个销售团队的人员集中起来，我们开会、商讨、沟通，每个人都要说话，我要通过各种途径来改变这个团队。改变他们原来的工作态度，改变他们对销售工作的认识。加强他们在工作上的

的紧迫感。从而达到一个强大的销售团队。虽然在改变中遇到了很多不和谐的因素，但最终有公司领导的支持，我们还是达到了一定的目标。提价一次，优惠调整了两次，一年销售xx套房源的成绩。

首先是大家的共同努力的结果。再者培养了公司自己的销售团队是一种财富积累。

销售部从原来的十几个人到七八个人到现在的五个人，虽然人数在减少，但工作任务每减少，工作业绩没减少。所以说团队的力量是无限大的。房地产市场起伏动荡，作为销售一线员工，对于本地房地产市场更应该了如指掌，对于竞争的楼盘，更应该知己知彼，是竞争的对手也是学习的榜样，树立自己独有的特质。

回顾这一年来的工作历程，公司领导的支持是最重要的，我被公司领导人之拼搏精神深深震动。希望在今后的工作道路上，公司领导能给我们创造更多的学习锻炼的平台，让我们每个人都能够更上一层楼。