

# 销售上半年工作总结(实用5篇)

总结的内容必须要完全忠于自身的客观实践，其材料必须以客观事实为依据，不允许东拼西凑，要真实、客观地分析情况、总结经验。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

## 销售上半年工作总结篇一

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，过去的2014年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。20xx年对于白酒界是个多事之秋，虽然全球性金融危机的影响已有所好转，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。

国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动，紧接着又是全国性的严打酒驾和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨。

### (一)、业绩回顾

- 1、整年度总现金回款114多万，超额完成公司规定的任务；
- 2、成功开发了四个新客户；
- 3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作；

### (二)、业绩分析

- 1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定

的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a□上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又无奈放弃。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了！

b□新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)；

c□公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心；

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很差。

这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于09年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

在公司领导和各位同事关心和支持下，09年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了一定程度的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调节能力增强了；

- 2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；
- 3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；
- 4、对整体市场认识的高度有待提升；
- 5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

## 1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。

在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

## 2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护——)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

## 3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

- (1)、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对

厂家过于依赖；

(2)、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个13年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致14年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

3、泗水：同滕州

4、峯城：尚未解决

根据公司实际情况和近年来的市场状况，我们一直都在摸索着一条适合自己的路子，真正把我们一开始就倡导的“办事处加经销商”合作方式运用好，但必须符合以下条件：

1、市场环境要好，即使不是太好但也不能太差，比如地方保护过于严重、地方酒太强等；

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等；

办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，业务人员本土化；

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群；

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户；

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用；

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性；

3、集中优势资源聚焦样板市场，真正做到“重点抓、抓重点”；

4、注重品牌形象的塑造。

总之20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，未来我们将看到的是希望、是丰收和硕果累累。

## 销售上半年工作总结篇二

我作为渠道销售的首席销售经理，肩负着公司销售渠道和销售管理的重任。归结起来主要包含在以下几个方面：

（一）2020上半年渠道工作内容回顾及概述20xx年x月x日正式调入渠道部，在基本了解了渠道日常工作流程后，和前任业务代表开始下地州了解渠道并进行工作交接[x月x日正式接手渠道工作，刚开始的日子，对于从技术转业务的我压力非常的大，这其中包括了领导对我的信任、经销商对我的考验、以及业务流程的不熟悉。在部门经理和其他同事的帮助下，我很快的找到了做业务代表的“感觉”，顺利的完成的渠道的交接工作，使工作走上了正轨。

回顾工作内容大致分为以下以下几点：

1. 信息传递：主要是用电子邮件和传真的方式及时传递产品报价和公司库存情况，日常接听业务电话，以及新产品的产品性能介绍，促销政策的及时下发，彩页和宣传资料的发放等。
2. 员工培训：在出差过程中，抽时间给经销商员工做产品性能培训和销售技巧培训。十个月内分别给公司做培训共计14次。
3. 投标支持：及时响应渠道上报的招标信息，认真填写询价表，根据实际情况和特殊情况针对每一单做出相应的支持。

## （二）半年来自身工作的评定

在半年渠道工作中，从大的方面来讲，相对来说较满意的是能从售后到销售角色的快速转换，迅速接手渠道工作，顺利完成xxx签约。从小的方面来讲，能够有持之以恒的心态去对待每一件事情，凡事都当自己的事情去做，做到了无愧我心。总结起来有两个方面：

犹豫的选择了公司，我既然选择了进公司而放弃到政府单位工作，就是要珍惜宝贵的时光，公司领导把我调到商用事业部，这其中包含着对我的极大信任，也承担着很大的责任。所以，我会尽己所能，在以后的日子里，努力作好渠道工作，不辜负公司对我的信任与培养！

## 销售上半年工作总结篇三

总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况进行分析研究，做出带有规律性结论的书面材料，写总结有利于我们学习和工作能力的提高，让我们抽出时间写写总结吧。你想知道总结怎么写吗？以下是小编为大家收集的电子公司上半年销售工作总结，希望能够帮助到大家。

首先我先总结一下09年我看到的关于公司一些方面的不足，都是我的个人看法，稍显幼稚，若有不妥之处请原谅。

- 1、经销商为盈利影响我司销售
- 2、价格差在终端零点对于销售的影响
- 3、广告劣势。

我在工作中逐渐了解到经销商为了赢取高额利润而截留政策，直接放弃二批直做二批，而经销商自己又没有能力全面铺货到终端，结果经销商是轻松了，工作做得少反而钱赚得多了，但是我们的终端市场都丢失了，经销商用我司的利益换来了自己的经济收入，而且公司认为这种情况还不是少数！这也是有时候二批空仓而不愿接货、去接便宜倒货甚至宁愿做其他产品的重要原因，若不加以纠正，我司的市场占有率将无法得到提升（甚至下降），影响我们的竞争优势。所以我们必须认真调查，一旦发现这样的情况立即采取措施、重新建设二批网络将货卸下去。若经销商不愿执行可明确告诉他，我们自己将开放更多的开户二批，对其库存一概不负责任，既然其损害了我们的利益，我们当然亦不会考虑照顾其利益。

制定合理的价差策略，调动各级经销商的销售积极性，目前我们的主流产品在消费者这块知名度比较高，像纯净水、奶饮料均是第一品牌，但连年旺销已造成各级经销商的价差不够、丧失积极性而影响了销售，导致其他公司的产品有隐隐赶超我们的趋势。打个比方像我司1-5元这类的产品为我们业务员操作的产品来说，在于终端零点给予他们来说最多都只有1元的利润，这样的产品如果不是旺销产品老板凭什么卖我们的而不卖其他公司的畅销品呢？为了自己的利益那么他们的选择可见而知。因此个人觉得必须重视价差理顺价差，在于一些刚开始做的新品和非畅销品上给予终端零点一些价格差上的弹性。

个人觉得这一点康师傅公司在于他们的康水销售上处理得非常好，有相当充分的弹性，如果我们有新品出来的时候如果也是这样的一种策略，我们业务员有信心在短短数月内消灭本区内同类竞品。给予价格上一部分的弹性，虽然这一说法可能会让公司领导觉得我们是降价销售损失了自己的利益，其实不然：我们可以采取开票价不变（甚至提高）方式以多畅销品带少新品甚至滞销品等一系列措施。这样新老产品配合起来以一种以多带少、以老带新的方式在终端进行销售，给予零点一定的价差不但能提高他们的积极性更能提高我们的销量而带来利益，最终就能调动经销商、二批商的积极性。

相对于我们的第一竞争公司康师傅来说，广告宣传不到位，造成品牌基础下降，新品拓展不开，老品销售下降的局面，老本吃光，今后就更难办了。当然这个对于我们来说工作也主要是粘贴pop□而真正的广告也不是我们业务员的讨论范围了。不过广告对于销售的拉伸作用还真是有着无法估计的影响，像是媒体、车身、广告牌、店招牌等一系列展现我司产品的载体上我们相对于第一竞争者都处于下风。

接下来总结下去年里自己的不足：首先是工作态度，每天都只是想着完成公司的任务，没有自己个人的突破，工作积极性没有开动起来。

然后是工作方法，有些时候可以采取很多方法避免一些不必要的麻烦，甚至可以提高自己的工作效率改变一些结果。可惜由于经验的原因在当时没有想到事后才醒悟过来，我相信在以后的工作当中同类型的事情我将会处理得更好。

## 销售上半年工作总结篇四

上半年已经过去了，在去年年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工作总结，给我们更深的了解了我们公司来的工作情况，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这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，从而更好的开展的工作。

现在我对我这来的工作心得和感受总结如下：

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。

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

我们产品给他们的最好机会。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。

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。

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。

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。

在销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事xx的数据差距很大，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，所以我要在迎头赶上。虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的是同一个市场，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，让我们能够在再创佳绩。

## 销售上半年工作总结篇五

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□xx市场完成销售额xxx万元，完成年计划xxx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xx是成县规模最大的xx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xx大酒店和xx大酒店，其中xx大酒店所上产品为52°的xx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“xx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20××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。