

# 2023年啤酒销售工作总结(实用9篇)

总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 啤酒销售工作总结篇一

华润雪花啤酒(中国)有限公司成立于1994年，是一家生产、经营啤酒、饮料的外商独资企业。华润雪花啤酒从一个区域性的单一工厂，发展成为行业中的知名企业。自20年始，公司全力将雪花啤酒塑造成为全国品牌以来，雪花啤酒一直以清新、淡爽的口感，积极、现代、活力的姿态受到全国消费者的喜爱，成为当代年轻人最喜爱的啤酒品牌之一。通过短短的几年发展，每年销量增长幅度达到30%以上，20年销量达到107万千升，位居中国啤酒单品牌前三强。啤酒作为快速消费品的大类之一，啤酒营销的同质化现象非常普遍。在这种情况下，华润雪花啤酒的一系列传播“动作”独树一帜，收获颇丰。特此策划进一步占领全国市场。

## 二、市场分析

### (一)、营销环境分析

#### 1. 宏观环境分析

##### a 总体经济形成

随着我国入世成功，外资对我国的投资不断加大，我国经济前途一片大好，我国居民收入较快增长，随着经济增长和社会形态的转型大提高，享受品的消费需要也大大的有所改善。

##### b 总体的消费态势

升为34%自1990年以来,该地区贸易上升了11%,而全球仅上升了2%。我国啤酒工业自90年代高速发展之今,增长速度开始放慢。市场竞争激烈,大中啤酒企业相互竞争行业利润下降。据国家统计局统计20年销售收入为4990130.4万元,同比增长4.31%,利润为170233.1万元,同比增长17.56%。人民生活水平不断在增加,产品种类多种多样,市场竞争激烈。消费者在消费商品时已经不在是物质上的满足,而重点是心理上的,消费成现多样化。

### c 产业发展政策

国家早在95期间对大中啤酒企业进行鼓励其发展,壮大。努力减少啤酒企业的新建。

### d 相关政策,法律背景

国家明文规定所有酒瓶必须为b2瓶,以便减少爆瓶伤人。但对于使用b2瓶会使产品成本增高,不利于开扩农村和远销啤酒。

### e 市场文化背景

从酒类看,自古就有“南黄北白”之说。而啤酒为大众化。北方人性格,粗放,豪爽,宽厚,重感情,谈有请,讲豪情。

## 2. 微观环境因素

### a 市场构成。

在市场上以有“青啤,燕京,,金士百,五星,喜力,克罗那,百威,等品牌的啤酒。”市场上与雪花构成威胁的主要有青啤,潜在威胁的有五星,燕京,金士百和雀巢咖啡。

### b 市场构成特征。

在着个啤酒市场上，季节性很强，6-9月份销售很大，还有12-2月份。华润核心竞争力是有强大的资本优势。

### c 营销环境的规纳和总结

优势：依托香港总部支持资金雄厚。

劣势：和对手比，不如青啤强大的品牌优势。

机会：品牌形象深入人心，要在此基础上做大做强。

威胁：不断有品牌进入啤酒市场，所运用的促销策略，会带动整个市场利润下滑。

## 二. 产品分析

1 产品特征分析：雪花为精选粉质高而蛋白质低的国产优质白皮小麦加工制造的小麦芽为原料。一种低醇，淡色，麦香凸出的冰爽型啤酒。清凉冰爽，泡沫洁白细腻，持泡性良好，时间长。

2 产品质量分析：以小麦芽为主要原料(占总原料40%以上)，采用下面发酵法酿制的啤酒。

3 产品价格：价格适中。

4 生产工艺：雪花啤酒的生产设备全国统一，工艺和质量控制标准全国统一，各地技术人员接受国外酿酒技术专业培训，从而保证了雪花的品质如一。

5 外观与包装：包装上没有什么新意。

6 目标市场定位

雪花的消费群体主要是由中等文化以上(大专.本科)，中等收

入以上的社会阶层，经济收入较高，社交广泛，应酬交多的这步分时尚人士组成。

这部分人具有许多共同特点，具有较高的生活品位，能较快接受新鲜事物。能促使较多的团体消费，社会影响力较大，较年轻。如大多都在25岁—40岁之间。男性占据主导地位。这些消费者张扬不乏内敛，成功或在成功的边沿，潮流不失风格。

7 品牌形象：在品牌建设方面哈啤的历史悠久。燕京的大众风格。雪花啤酒主张每一步成长都值得关注，每一步成长都是充满乐趣的。应该痛快地享受成长。雪花啤酒是成长者的伙伴、鼓舞成长者进步。因此说，“雪花啤酒，畅享成长”。

### 三. 消费者分析

1分析消费者总体：现有消费者消费本产品的目的是宴会上制造气氛和交际等的需要。

2. 消费者一般在哪些场合范用本产品。朋友聚会和生意宴会上比较多。

3. 大多数消费者，在饮酒时都能以酒为话题，由此看来我们可以注入很多的故事，提高文化品味。

a适合本产品消费群的构成。消费群体年龄为：24—40岁。

收入状况为：1000—3000元/月。

性别：男性多余女性。

文化程度：应以中等文化水平(大专，本科)。

购买地点：大多数为酒吧，酒店，娱乐场所。

购买动机□a有一种好奇感，包着尝一尝的心理。

b对于这个价置，比较能符合他们的身份。

c本产品的确口味符合他们在宴会上的需要。

购买数量：在数量上一次购买并不是很高，但是在购买频率上应该为很频繁。

购买时间：多为中餐和晚宴。

b.现有消费者态度。

消费者对本产品有较好评价。

4. 购买程度很高。

四.企业和竞争对于竞争状况分析四.企业和竞争对于竞争状况分析。

1. 企业在竞争中所处什么地位。

是中国四个啤酒集团之一。其他为青啤。燕京。哈啤。

2. 企业的竞争对手

竞争对手为：青啤，哈啤，百威，金士百，燕京。

3. 竞争对手的基本情况，

从燕京上讲，燕京品牌20年价值为55.29亿元，燕京啤酒具有很强的地区性，对北京一带市场占有率很高，它的总体战略为做强，做大。青啤是全国啤酒第一品牌，从总体看，青啤优势为它有强大的品牌，但是它所到之处，收购的全是倒

闭的小厂，质量肯定会下降。从它总体战略上讲是做大做强。

哈啤从总体规模上不逊色于着3家，但从品牌和资本上显的底气不足。哈啤集团，在整个黑龙江省内的占有率还是非常高的，就是如何作成全国性的品牌。

## 五. 企业与竞争对手以往广告分析具统计资料

20年1—6月，百威，青岛，金威投放广告量均列在前3台，啤酒厂商

20年1—6月pop总投入7438，71万元比去年间猛增75，36万元，平面广告上的投放品牌达到212个。可见平面广告成了啤酒广告中的一个新的亮点。今年6月份啤酒广告高达3114，97万元，是去年6月的3倍，众多啤酒投放的重点为报纸。青岛啤酒今年将重点布在华南。

## 四。 广告定位

(1) 市场定位：，雪花啤酒已经在华润雪花啤酒(中国)有限公司下属的黑龙江、吉林、辽宁、天津、北京、湖北、安徽、浙江、四川、江苏等地生产，并销往全国各地。

(2) 产品预期定位：中档，适合已成功或向往成功的人士。

(3) 广告定位(分，电视□pop和报纸)

雪花啤酒的核心诉求点是“畅享成长”，面向的消费者是年青人，这群人正处于人生的黄金时段，充满激情、积极进取、敢于挑战自己、懂得享受生活，但他们身上又要承受很多压力(买车、买房等)。我们瞄准这群人的情感特征来策划品牌活动、传播我们的品牌内涵，倡导和鼓励消费者去选择自己的生活方式——在工作、事业上积极努力，敢于挑战，在生活上也要积极享受。所有的活动和广告都在围绕这个圆心转。

(4) 广告对象定位：20岁-35岁这一年龄段的年青人

## 五：广告计划

### (1) 广告目标

经过四大媒体的广告，加深品牌印象，与其他名牌争夺市场。

### (2) 广告手段

我的做法是：在电视、报纸□pop□公关促销等多种手段。与此同时注重“临门一脚”的短期就能见效的终端pop促销、针对经销商，以专业杂志广告、新闻报道支持，销售激励为主要手段。

### (3) 小麦王市场推广方案(战略规划)

结合市场淡旺变化，我做出市场推广方案，大致计划如下：  
市场推广方案表

#### 时间 手段

第一阶段：市场预热期 20年12月-20年1月

第二阶段：市场升温期 20年1-3月

第三阶段：市场炽热期 20年3-4月

第四阶段：市场降温期 20年4-6月

电视

创业艰辛成功美味 一篇

广告(pop) 海报

## 广播 英雄的渴望

### 广告推广分期说明

1) 市场预热期(20年12月-20年1月)，主要是吸引对雪花的注意，初步树立产品形象，引导消费者了解白皮小麦制成的啤酒。

2) 市场升温期(20年1-3月)，主要是依春节的东风，深度引导消费者，塑造对产品的信赖感与好感。

3) 市场炽热期(20年3-4月)，主要针对春节过后，各公司开业，加强白领的宣传，以各种软性活动，在淡季维持产品热度，为夏季的再次销售高潮作准备，树立完整的产品形象。

### 4) 行销建议

为了配合消费者的消费习惯，对雪花的造势所以必行有以下工作开展：

1) 为了进一步激励酒吧，推广雪花，除在酒吧，安放pop外还开展“好酒喝到口，背投拿到手”的公关促销活动。凡在1-4月间销出5000瓶雪花的酒吧，可以得到一台东芝9990元背投彩电一台。

4) 在春节期间举办“雪花迎新春放烟火”活动。在春节期间都是和家团圆。

5) 在报纸上刊登雪花有奖问卷，以便更多的消费者了解雪花。

6) 对各地区各大酒店，进行渠道战。如分销商销量达1000箱奖励摩托车一台。600箱奖dvd一台，进行对各酒店的激励。

### 三 广告表现



a 电视广告表现主题：创业艰辛成功美味

诉求重点：依据小麦王独特的麦香，来塑造小麦王独特的成功品味。 电视广告角度

a 创业艰辛成功美味

摄影 地点(场景) 画面 语言

2秒 镜头切换到文件上《开发南方市场方案》 无声

9秒 聂明宇的办公室 三个年轻人，背对着观众，聂明宇把文件仍到办公桌上 你们是有创劲，是公司里的人才但你们想我把文件送到香港总部，总部在广州设分公司，与我们竞争怎么办。

6秒 三个人转身，将文件抛上天，有手撕愤怒的假面具。

2秒 字幕创业艰辛，成功美味，小麦王

b 电视广告表现主题：主要为提醒，诉求重点应是高贵品味。

如将15秒拆成为2次，一次在电视某热点节目前放一半，而另一半在节目后放。

电视广告角本b□场景在一个高贵的酒店，服务员推上了一个载酒车，内装有五粮液，有小麦王□o□人头马另一个广告是在节目后，场景是客人全到，其中有一个客人喝的是小麦王。

## 啤酒销售工作总结篇二

今年以来，我负责\*\*啤酒销售工作。

一、开展了“零风险”服务。自\*\*啤酒承诺“零风险”以来，

我对消费者零风险服务进行了认真调查研究，认为要通过\*\*啤酒零缺陷产品、精巧细腻的市场细分服务消费者，消费者购买的每一瓶啤酒，都印有800全国免费服务电话，通过沟通，拉近了消费者和青啤之间的距离，进一步强化了\*\*啤酒零缺陷的品质。我通过专业化的服务，及时帮助\*\*加速走货，从商品陈列到货柜展示，再到无处不在的pop招贴提示，业务代表一路跟踪，使得每个终端成为完美终端，个个作成为样板工程，\*\*啤卖的不仅是商品，更重要的是专业化服务，并带来的丰厚回报。

二、拓宽了市场。在年初以前，\*\*市场上\*\*啤酒占市场达90%以上。而\*\*啤酒较我们的啤酒落后许多，对于竞争，我们采取了提高服务质量的办法，大做销售广告，在当地多家媒体做广告，收到了明显的效果。结果使\*\*地老百姓对\*\*啤酒家喻户晓\*，人人皆知。同时我们大力在农村促销啤酒。在促销中，采取赠品与奖励办法，对农民具有强大的吸引力。

三、\*\*\*\*\*

总之，一年来，我在销售中做了大量工作，但也存在一些不足，主要是宣传的力度还不够大，宣传导资金欠缺。

## 啤酒销售工作总结篇三

从我个人的角度来说，自己这半年的工作并不全面，也不很尽人意。下半年的工作目标我想是要用行动去实现的，而不是空谈，很难细化，但我还是要借此机会，确立自己的工作目标，给自己一个工作的方向，明确下半年该干什么?也便于对业务过程中出现的问题及时分析与调整，更可以监控工作的进度和成效。对此，我从以下3个方面来说明：

10

上半年的工作回顾与总结1.1负责区域(农大/桃海商业步行

街/师大和平路的夜店)区域内夜店总数为:

115家雪花覆盖: 75家黄河覆盖: 40家青岛覆盖: 1家金威覆盖: 1家燕京覆盖: 1家金威占有□ 35kkl燕京占有:

25kl2.3空白终端虽然经常在回访终端,很多老板也很熟悉了但是一直以来也没有找到很好的突破口是雪花啤酒进入销售。

3. 下半年主要工作目标及改进措施3.1区域市场3.1.1原区域市场的雪花覆盖率提升为:

70%占有率提升至:

60%将通过以下几点达到提升: 3.1.1.1空白终端:

继续加大终端回访次数,做好客情关系,分析利润,争取先以单品进店销售。3.2继续提升精制酒销量及利润3.2.1在部分消费能力较好的主要以雪花冰勇以上产品为销售主打的区域终端通过产品生动化,利润分析等方式将中高档以上产品做好,做强。3.2.2在消费能力一般的主要以雪花沙勇为主要销售的终端一促销刺激消费以及进行啤酒知识宣传使之尽量消费中高档产品,并使中档啤酒做大,持续提升。3.2.3基于精制酒消费意识差,对于精制酒不了解对公司不了解的消费能力差的区域终端,通过业务促销的口口相传逐渐转换为雪花清爽,原汁麦的消费。3.3业务素养的转变3.3.1增强终端销售信心3.3.1.1丰富我们的知识面及啤酒知识,对公司文化及啤酒文化的学习了解再复制到终端,让终端有十足的信心介绍雪花产品给消费者。3.3.2改善执业能力3.3.2.1积极主动的对外渗透复制改善文化,对不利于市场部利于公司的要果敢的处理。3.3.2.2不在终端消费者面前诋毁竞品的公司或者产品3.3.3信守承诺首先对于商户,其次对于终端,再次对于消费者,承诺了的就一定快速的去兑现。别人相信雪花的前提是相信公司的人。至此,对于工作的总结计划也许还不全面,但是在每一天我都会一条条将当日的计划列出,每天的计划我相信是为我总的目标服务的,所以会脚踏实地做好。

附送：

啤酒销售实习总结范文

啤酒销售实习总结范文

## 啤酒销售工作总结篇四

今年以来，我负责\*\*啤酒销售工作。一年中，我认真履行职责，切实做好销售工作，取得了可喜的成绩。下面，就一年来工作述职如下：

一、开展了“零风险”服务。自\*\*啤酒承诺“零风险”以来，我对消费者零风险服务进行了认真调查研究，认为要通过\*\*啤酒零缺陷产品、精巧细腻的市场细分服务消费者，消费者购买的每一瓶啤酒，都印有800全国免费服务电话，通过沟通，拉近了消费者和青啤之间的距离，进一步强化了\*\*啤零缺陷的品质。我通过专业化的服务，及时帮助\*\*加速走货，从商品陈列到货柜展示，再到无处不在的pop招贴提示，业务代表一路跟踪，使得每个终端成为完美终端，个个作成为样板工程，\*\*啤卖的不仅是商品，更重要的是专业化服务，并带来的丰厚回报。据统计，年内销售额达到了\*\*元。

二、拓宽了市场。在年初以前，\*\*市场上\*\*啤酒占市场达90%以上。而\*\*啤酒较我们的啤酒落后许多，对于竞争，我们采取了提高服务质量的办法，大做销售广告，在当地多家媒体做广告，收到了明显的效果。结果使\*\*地老百姓对\*\*啤酒家喻户晓，人人皆知。同时我们大力在农村促销啤酒。在促销中，采取赠品与奖励办法，对农民具有强大的吸引力。如针对部分农民急需农机却缺少资金的情况，在开盖有奖活动中，把一等奖设为农用三轮车，而不是彩电、冰箱、空调之类的高档电器，并对获奖者进行大力宣传，使农民们怀着获得一辆三轮车的梦想，在消费时认准了这一品牌；针对许多农民与亲朋好友在一起，酒后喜欢打扑克的特点，把赠品

定为设计精美、市场上买不到的特制广告扑克，非常受农民朋友欢迎，从而销量随之大增。

### 三、\*\*\*\*\*

总之，一年来，我在销售中做了大量工作，但也存在一些不足，主要是宣传的力度还不够大，宣传导资金欠缺。不过，随着销售业绩的大好，在明年\*\*\*\*啤酒的销售中，我们会做得更好。

## 啤酒销售工作总结篇五

xx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，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年x月份到啤酒公司工作的□x月份开始组建业务部，在没有负责业务部工作以前，我是没有xx业务员经验的，仅凭对业务员工作的热情，而缺乏xx行业业务员经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到啤酒公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索业务，遇到业务员和产品方面的难点和问题，我经常请教xx经理和北京总啤酒公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累业务经验，现在对xx业务有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对业务的认识

也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对业务的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于xx业务了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职工作做得不好，感觉自己还停留在一个业务员人员的位置上，对业务业务员人员的培训，指导力度不够，影响业务部的业务员业绩。

## 啤酒销售工作总结篇六

我自xx年3月2日入职公司，履行业务员的职责和义务，在您的正确领导下积极开展各项业务工作，至今已有一年。通过一年来的努力，我共完成销售量8846吨，实现\*均吨钢利润60元/吨，月\*均销售量885吨，利润总额53xxxx60元。除东莞裕丰货款尚有130万元未能收回之外，其他货款均已安全回笼。根据一年来的工作实践、经验和教训，秉承实事求是的原则，我对个人工作作如下总结：

### 一、两个感谢

首先要感谢的是您对我个人的信任，在工作上给予我的支持。在采购、销售、回款过程中，您给予我独自操作的最宽松的环境。使我以前的工作经验和销售方式得以很好的应用，这让我在整个操作过程中深感欣慰、倍受鼓舞。

其次是感谢您把我当成您的朋友，以及在工作 and 生活上对我

的关心照顾。在工作遇到困难而我的思路又不对的时候，您会与我进行良好的沟通，纠正我的思路，使我的业务工作能顺利的进行下去。当我们对某件事情的处理上执不同看法时，您很少以的身份将事情压下，而是通过讲一些道理让我明白，我的决定并不正确，从而使我放弃固执的想法，减少了我许多的工作失误。相反的是，我曾对您心存的诸多误解，如今令我感到万分羞愧。

## 二、几点不足

首先是为人的不足。

1、最应该反省的是我急躁的脾气和固执的性格。这让我在工作中经常冲动、发火，对同事说些不尊重的话和做出一些不尊重之事。与一些同事之间产生很多矛盾和磨擦，给自身的工作带来许多麻烦。学会尊重、宽容别人才能得到别人的尊重和宽容。如今我明白了这个道理，脾气是可以控制的，而性格是可以改变的。在今后的工作和生活中不断提升自身的修养，冷静\*和的对待已经发生的事情，尽可能的做到己所不欲勿施于人。

2、心态极不稳定。在工作比较顺利、达到个人短时间内的预期目标的时候，我的心态出现较大程度的失衡。在xx年7、8、9月，由于市场的因素和某些客户的预谋，而让我在工作上暂时取得的一点点业绩，令我沾沾自喜。自以为是的认为，自己做得如何如何优异，产生异常的优越感。到10月份客户开始拖款，而且问题越来越严重时，我的心态同样出现较大程度的失衡。当时满心里想的全是事情的严重性和后果的不确定性。令我思维混乱，不能正常工作和休息，整个人显得十分颓废。患得患失的心态从高到低，令我的承受能力几乎达到极限。不能\*心静气的对待问题这是我为人心态的不足。放下得失，\*淡的对待事情发展的经过，享受成败的人生经历，将眼光放得更长远一些，将目标定得更高一些，这也许是在今后的工作中调整自我心态的一剂良药。

二是做事的不足。

1、对目前所掌握的客户资料及对其以前的了解依赖性太强，对其目前的生产及资金状况调查不够，风险意识不强。常常是未经现场考察便想对新客户赊销。这样的做法给公司带来极大的资金风险。对客户了解得不彻底，仅仅是对其规模、产能、生产是否正常作一个基本的了解，并没有通过对客户进行细致的观察，也没有对其信用度、供应渠道、销售渠道、融资渠道作进一步的了解。常常是在完成销售以后才考虑客户是否存在资金风险的问题。这方面，在今后的工作中，应该做的是，没做实地考察绝不赊销，没有足够的了解绝不放量，新客户一律先款后货或者货到立即付款，绝不因为利润较高而放弃正常操作原则。

2、对包括供应商和终端客户在内的新客户的开发力度不够，对已经做开的客户依赖性太强。由于炒货这种操作模式对销售而言存在较大的局限性，所以花更多的时间和精力不断寻找货源和能适应炒货的客户才是炒货业务开展和提高业绩的根本之路，而且会是一个长期的过程。对老客户依赖性太强的直接后果就是希望对其放量至无限大，以增大资金回笼风险作为代价提高业绩，把正常的业务来往变成了赌客户无资金风险的个人行为。这样的做法一旦出现问题，后果将十分严重。赊销本身就存在风险，而把风险控制最小的范围之内，把资金安全永远放在首位才是工作的重中之重。

3、对客户心态的判断不够。对已经合作一段时间的供应商和客户，我会轻信他们。从供应商报价和客户反馈得到的市场信息，大多数情况下我是听之信之，极少持怀疑态度，没有作进一步的分析和判断。这样做的后果会由于信息的不准确导致公司对市场的判断可能出现偏差，在操作中可能导致严重失误。也会出现采购价较高而销售价格偏低的情况。这都会造成公司一定程度的损失。

4、在工作中我很少动脑筋思考问题，即使思考了也不够细致，



思维方式比较单一。很多时候我都是按程序做事，根据领导的交待办事。极少动脑琢磨客户，琢磨市场，琢磨导致问题发生的根本原因。总觉得没什么好思考的。而思维方式因为没有经过对事情周密、细致的思考和全面的分析，从而变得比较单一。作为一个业务员，必须考虑很多东西，以清晰的思路，思考事情的每一个细节，才能正确判断客户的真实情况。

### 三、工作失误

xx年我在工作中出现的最严重的失误，是东莞裕丰拖欠货款事件。以接近100元/吨的利润作为销售目的，以20万元的保证金作为回笼货款和滞纳金保障。看似万无一失，却隐含了造成严重后果的多个失误。

失误一：在8月份的销售中，我对东莞裕丰的销售量达到操作以来的，货款也像前几个月一样，虽然有拖延，但拖延的时间并不长，而且也按合同支付了利息，这让我感觉得其经营状况并没有太大问题。由于去东莞的路程较远，为了节约费用，我并没有常经去实地考察了解其生产经营状况。疏于对客户进行经常性的实地了解。这是导致后来在9月份对其放量和从10月份开始严重拖延的首要原因，同时也是我作为一个业务员的重大失职。

失误二：东莞裕丰作为一个月生产能力只有20xx多吨的厂，仅凭二十万违约保证金便给其放量7车计560吨货，货款达到250万元。这是种极不正常的操作模式，潜伏了巨大的资金安全隐患。仅凭着自己对客户信用和资金实力的猜测和估计，远不足以成为放量的依据。在其经常拖延支付货款时，我没有对其供应渠道进行调查摸底和了解其外欠货款的情况下，赊销250万元，这是一个工作上的重大过失。从某种意义上可以说是一种对公司资金安全不负责任的表现。

失误三：当东莞裕丰拖欠货款的时间越来越长而每次的还款

金额越来越小时，我仍寄希望于客户的承诺和信用。并没有通过有效的法律途径来追付欠款。直到发现客户已经停产，上门追付货款的人越来越多时才向法院提起诉讼。在把握主动性的时间上往后延迟了至少两个月时间。这是单方面一味的相信客户，简单对客户寄予希望，在其多次的违背承诺时，表现出无计可施和软弱。没有把握主动权及时采取有效的法律措施，这是遇到问题时，处理过程中的重大失误。在今后的工作中，遇到问题时应该作出最快的反映，想出最有效的解决办法，采取相应的有效措施解决问题。而不能太多的顾及合作关系等因素，而耽误把握主动的时机。

#### 四、工作业绩

我对业务这项职业充满热爱，我努力尝试认真的做好每单业务，跟好操作过程中的每个环节，提高每个月的销售量和利润。可在总结序言中所述的个人业绩令我本人感到汗颜。在入职伊始，我对个人业绩的预计值是月\*均销售量在1500吨到20xx吨之间，月\*均利润达到8万元至10万元。但我只完成了自我预计最底值的60%。实际状况和预期目标的较大差距令我本人感到挫败。

回顾一年来的实际工作情况，出现这种结果的主要原因有三点：首先是想当然的对个人销售能力的估计过高，自我期望值过高，在制定目标之初，没有更多综合考虑其他包括炒货的操作局限性、市场变化、资源状况等方面的因素。其次是销售手段单一，凭借以往的销售经验和操作方式进行采购和销售，销售量和利润一直得不到提高。再次就是个人主观上没有花更多的精力开拓新客户和新资源，使整个销售工作总在一个圈子里转圈，没有找到更好的销售出路。最后是思路太狭窄，打不开更多更好的思路，业务过程极为\*淡单一，感觉有力没法使、没处使。

综上所述，我在xx年的工作业绩微不足道，相反的是，出现的一些重大失误、失职和存在许多严重和必须重视的问题令

我反思深省。有许多不足之处需要改正、加强和完善。相信通过这一年的工作实践，从中吸取的经验和教训，经过一段时间的反思反省之后，在xx年甚至更长一段时间里，能让我在各方面有一个新的进步和提高，从而把工作做到更好更细更完善。

## 啤酒销售工作总结篇七

甲方：（雪花啤酒经销商）（以下简称甲方）乙方：（雪花啤酒分销商）（以下简称乙方）

甲、乙双方本着互惠互利、共同发展、积极合作的原则，经双方友好协商，就乙方经销甲方“雪花啤酒”系列产品事项，一致达成以下协议：

### 一、产品的名称及数量：

1、产品名称：雪花啤酒（以甲方提供的产品价格表中的名称为准）。

2、要货数量：乙方在协议期间，每次要货必须按照甲方提供的订货单，经乙方确认填报的要货数量为准。

### 二、产品数量；

1、甲方保证向乙方提供合格产品，根据乙方的要求，甲方可以提供有关证件的复印件。

2、如因产品质量原因造成的退货，乙方应书明提出，经甲方书面签章或负责人签名确认后。给予退货或调货。

3、如因乙方经营管理不善原因，出现的质量问题，由乙方自行负责。

### 三、交货地点及交货期限：

甲方在确认乙方货款到账后三天内负责将货物送到甲、乙双方确认指定的乙方仓库。

### 四、结算方式：现款现货。

### 五、其他约定：

1、销售区域：甲方委托乙方作为甲方在干冲 区域的分销商，乙方在该区域内负责甲方产品的销售，不得跨区域或者低于甲方指导价（详见报价报）销售。如果乙方跨区域销售或者低于甲方指导价销售，经甲方认定后，可视为恶意冲货，甲方有权终止本协议的履行。并按雪花厂方串货管理条例进行处罚（罚款50元/箱）。

2、退换货：甲方承诺所有离保质期不低于两个月的甲方产品，均可根据乙方要求给予乙方退货或换货。

### 六、违约责任：

1、本协议自签订之日起，将具有法律效力，任何一方不得违约，否则将依

照《中华人民共和国合同法》承担违约责任。

2、甲、乙双方如发生经济纠纷，其诉讼管辖权归属甲方当地法院。

七、协议有效期限：自 2012 年 4 月 5 日至 2014 年 4 月 5 日止。

八、未尽事宜，另行商定：本协议一式两份，双方各执一份，经法人代表或

委托代理人签字后便可生效。

九、销售奖励：乙方如每月销售1500箱以上。甲方可给予奖励赞

助，每件奖励1元。如每月销售1500箱以下，甲方可给予奖励赞助，每件奖励0.5元。如每月销售700箱以下，无任何奖励赞助。

甲方：乙方：。（雪花啤酒经销商）（雪花啤酒分销商）地址：地址：

法定代表人：法定代表人：

委托代理人：委托代理人：

电话：电话：

工行账号：传真：

签约地址：签约日期：

## 啤酒销售工作总结篇八

今年以来，我负责啤酒销售工作。一年中，我认真履行职责，切实做好销售工作，取得了可喜的成绩。下面，就一年来工作小结如下：

一、我通过专业化的服务，及时帮助加速走货，从商品陈列到货柜展示，再到无处不在的画报招贴提示，业务代表一路跟踪，使得每个终端成为完美终端，个个成为样板工程，啤酒卖的不仅是商品，更重要的是专业化服务，并带来的丰厚回报。据统计，年内销售额达到了x元。

三、我提出一点看法，就是针对许多农民与亲朋好友在一起，酒后喜欢打扑克的特点，把赠品定为设计精美、市场上买不到的特制广告扑克，应该能受到农民朋友欢迎，从而销量随之大增。

总之，上一年在领导正确指导下，在我不断努力下，取得很不错的成绩，但是在好成绩下也有一定的不足，我相信在下一一年工作中兢兢业业，售量会更上一层楼！

## 啤酒销售工作总结篇九

一年来，我们虽然取得了一定的成绩，但也从中发现了问题，找到自身的不足：一是由于销售经理的工作量大，加之我的经验不足，对工作流程的熟练程度还有待加强。二是掌握市场动态不够全面，造成锁定目标客户不明确。三是营销模式缺乏亮点，缺乏创新。针对上述问题，在以后的工作中，我会通过下面的措施努力改进：

目前，我们还是主要以上门推销为主，导致一些客户对我们啤酒了解不多，购买时存在顾虑。今后，我们可以加强与分销商的合作，多与他们搞些啤酒促销，有奖活动等。另外，在资金允许的范围内，通过张贴海报，利用电视、网络、报纸等媒介加以宣传，提高我们产品的知名度。

今后，我一定要进一步改进自己的工作作风。让大家觉得我是他们中的一员，而不是领导，产生生疏感、距离感。这样，有利于我与整个销售团队的合作。

平时工作中注意向有经验的同事请教，结合自身认识，处理好难题。另外，加强熟悉整个销售环节的各个流程，多与分销商、销售人员交流，了解市场动态。多与本地大型餐饮场所进行沟通，实地考察，加快自身啤酒的推销速度。

以上就是我近一年来对自身工作的认识，虽然还存在不足，

但我会在今后的工作中，以创新发展的工作思路，奋发努力，攻坚克难，把销售工作提高到一个新的水平，再创佳绩，为公司又快又好发展，做出我应有的贡献。