# 销售酒工作总结和计划(通用4篇)

来源：网络 作者：红尘浅笑 更新时间：2024-12-14

*销售酒工作总结和计划1时间依然遵循其亘古不变之规律，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的20\_\_样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。20\_\_年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然20\_\_年的全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整...*

**销售酒工作总结和计划1**

时间依然遵循其亘古不变之规律，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的20\_\_样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。20\_\_年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然20\_\_年的全球性金融危机的影响在逐渐减弱，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、无奈、困惑和感动，真的是无限之感慨！

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

（一）业绩回顾

1、年度总现金回款100万左右，但距我自己制定的150万的目标，相差甚远。

2、成功开发了2个新分销客户。

3、奠定了公司在寿县，以瓦东为中心的重点区域市场的运作的基础工作。

（二）业绩分析

1、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于时寺，但由于时寺市场的特殊性和后来经销商的重心转移向银驾酒，最终改变了我的初衷。其次看好了隐贤市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来月底了！

2、新客户拓展速度太慢，且客户质量差（大都小是客户、实力小）。

3、公司服务滞后，特别是政策，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心。新客户开放面，虽然落实了2个新客户，但离我本人制个的目标还差两个，且这2个客户中有2个都是小客户，销量也很一般。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。我公司在寿县市场已运作了整整四年，这四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20\_\_月份决定以瓦东为核心运作，炎刘和双庙重点市场，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。

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，\_\_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很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了。

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

4、对整体市场认识的高度有待提升。

5、管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

1、炎刘市场炎刘市场环境确实很好，在市场上也有一定的积极因素，并且市场反应很好。失误之处管控失衡，最终失败，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。

2、双庙市场双庙的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识差，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

（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。

3、整个20\_\_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！

四、20\_\_年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致20\_\_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，采劝一地一策“的方针，针对不同市场各个解决。

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运作市场的捷径，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。

2、经销商的质量一定要好，比如”实力、网络、配送、配合度“等。

公司运作的具体事宜：

1、产品大众化，主要定位为中底档消费人群。

2、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户。

3、重点扶持一级商。

五、对公司的几点建议

1、加强产品方面的硬件投入，产品的第一印象要给人一种”物有所值、物超所值“的感觉。

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。

4、注重品牌形象的塑造。利润空间逐步缩水经销商无利可图

5、市场投入严重不足。

六、20\_\_年工作重点

1、加大分销监控登记制度，加强个人的拜访频率。

2、让老经销商逐步引进新品，提升利润空间。衔接好新老产品交替，巩固老客户的忠诚度。

3、继续开发空白市场，加大空白市的新品开发。

4、严格把控费用，降低成本，投入与回款密切挂钩。

总之20\_\_年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20\_\_年，站在20\_\_年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累！

**销售酒工作总结和计划2**

转眼20\_\_年上半年已经结束，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、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\_\_万元，完成年计划\_\_万元的\_\_%，比去年同期增长\_\_%，回款率为\_\_%；低档酒占总销售额的\_\_%，比去年同期降低\_个百分点；中档酒占总销售额的\_\_%，比去年同期增加\_个百分点；高档酒占总销售额的\_\_%，比去年同期增加\_\_个百分点。

二、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。

三、市场开发情况

上半年开发商超\_\_家，酒店\_\_家，终端\_\_家。新开发的\_家商超是成县规模的\_\_购物广场，所上产品为52°系列的全部产品；\_\_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\_\_家，乡镇\_\_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。

四、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\_\_个，其中烟酒门市部及餐馆门头\_\_个，其它形式的广告牌\_\_个。

五、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\_\_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。

**销售酒工作总结和计划3**

20\_\_年上半年，我们第一经营部在领导的正确领导下，在全体同仁的共同努力下取得了一些成绩，为了更好的开展下半年的销售工作，总结经验、吸取教训，现将上半年的工作总结如下：

一、上半年销售情况

太白z酒\_\_年上半年实现销售收入万元，较去年同期下降、其中太白z酒六年完成销售额万元，占总销售额的，福酒完成销售额万元，占总销售额的，九年完成销售额万元，占总销售额的，新品家家乐完成销售额万元，占总销售额的，好日子完成销售额万元，占总销售额的，锦上添花完成销售额万元，占总销售额的。

从以上指标可以看出来，低挡酒的销售比例占多半，中档酒的销售比例太小，销售层次、比例不协调，地区发展不均衡。

二、上半年的工作情况

1、在上半年的销售工作中，对内加大了对业务人员的监督考核力度，优胜劣汰，逐步培养起了业务人员沟通、协调能力，对外不断寻求厂商合作新模式，调整产品结构，巩固核心市场，拓展新市场，紧跟市场消费需求的脚步，围绕市场需求发展、在太白酒销售势态不明朗的情况下，积极开发适销对路、价格适中的新产品，迎合广大消费者的消费需求、

2、太白z酒的销售方面，工作方法灵活机动，一个市场一个策略，甚至一店一策，将成熟市场做精做细，在差异化、具体化上做足功夫、上半年的销售工作不拘一格，就个别市场进行了会议营销，取得了不错的销量，同时在配备新颖独特的箱外礼品基础上进行了大面积的铺市、压货，提高了市场占有率，稳定了市场。

3、六年、福酒、好日子的销售工作走精耕路线，重点做好核心市场，以咸阳地区为骨干龙头，兼顾其他二三级市场、具体操作中将经销商、业务人员、市场任务结合起来形成利益共同体，与客户真诚沟通、紧密联系、同呼吸共命运，打造一批畅销市场、基础市场、同时致力发展外围市场逐步恢复产品的区域布局，使销售区域达到平衡。

4、经过半年多的努力，御赐佳酿酒现已经成功上市，目前还处于招商阶段。

三、销售工作中的不足之处

上半年的工作中也存在不足的地方，外围的二三线市场比较低迷，开发力度不够，销售人员的基础工作不是很扎实，对核心分销客户的掌控明显不力，核心市场还有待于进一步的深挖。

四、\_\_月份工作计划

1、\_\_月份天气比较炎热，低档酒的零售会受到一定的影响，我们的工作重心应放在核心分销客户上，一定要做好城区、乡镇的卖酒大户的客情工作，同时要广泛联系落实学宴用酒，在一定程度上销量的提升取决于宴会用酒的多少，在这一点上一定要做好。

2、渭南、宝鸡地区要在\_\_月份加强太白z酒的招商工作，招商成功后，公司给予重奖，提成按直提计算。

3、目前是新品入市的最佳时期，也是御赐佳酿招商的最佳时机，因此，\_\_月份要全面进行御赐佳酿的招商工作，对于招商成功的市场业务员、区域经理进行重奖、奖励标准：首单提货500件的市场，业务员（区域经理）奖励500元，首单提货1000件的市场，业务员（区域经理）奖励1000元、另外，提成按直提计算，不计销量，业务员每件提元，区域经理每件1元。

最后预祝大家在下半年的销售工作中再接再厉，取得更好的成绩。

**销售酒工作总结和计划4**

转眼间又是一年。这一年，我继续负责\_\_酒\_\_地区市场的拓展，从默默无闻，到家喻户晓，我跟我的销售团队历经辛苦。这一年来，销售额达\_\_万元，得到公司的称赞，合作伙伴关系也进一步巩固。

一、本年度的工作情况

1、开展市场调研，拓展市场空间。目前，酒类市场竞争激烈，我们代理的品牌在当地名不见经传。如何开拓市场，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。结果使当地老百姓对各酒类家喻户晓，人人皆知。同时我们大力在农村促销酒类。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。

2、人性化服务。自\_\_酒类承诺“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\_\_酒类零缺陷产品、精巧细腻的市场细分服务消费者，消费者购买的每一瓶酒类，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、存在的问题

虽然在这一年，我们取得了比较不错的成绩，但仍然存在一些问题，如果不加以纠正改善，将会影响产品的销售。包括业务员的管理，后勤的配合。

1、业务员的管理比较松散，并没有效的形成一个营销系统，有时甚至是各自为战。在以后的销售管理过程中，要根据实际情况建立有效的管理制度，带动业务员的积极性，提高工作效率。

2、后勤配合有些迟缓，往往出现单已开，货迟迟发不了去的情况，使客户信任度降低。在即将来临的一年，要注意上一年度出现的问题，并继续发扬我们的优势，争取在明年\_\_酒的销售中取得更好的成绩。

三、来年工作打算

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，我准备在来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\_\_万元销售任务的完成，并向\_\_万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水平。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。

2、进一步拓展销售渠道。白酒市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。来年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，来年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作。对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作。协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找