# 网络销售周工作总结

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2023-11-04

*网络销售周工作总结（5篇）在前辈指导下联系实际学习电子商务的工作技巧，注意收集相关信息。对公司领导各次会议中的讲话总是认真聆听，汲取养分，收获颇丰；以下是小编整理的网络销售周总结，欢迎大家借鉴与参考!网络销售周工作总结精选篇1本人于20\_\_...*

网络销售周工作总结（5篇）

在前辈指导下联系实际学习电子商务的工作技巧，注意收集相关信息。对公司领导各次会议中的讲话总是认真聆听，汲取养分，收获颇丰；以下是小编整理的网络销售周总结，欢迎大家借鉴与参考!

**网络销售周工作总结精选篇1**

本人于20\_\_年\_\_月调入\_\_公司任综合办公室主任，\_\_年\_\_月至今任销售管理部经理。现就\_\_年上半年工作简要报告如下：

20\_\_年，随着\_\_公司的运转正常，\_\_区的销售工作面临着巨大的压力，如何将猛增的产能迅速的投放到市场，是摆在销售工作者面前的重大课题。我深知肩上的重担，我通过认真详细的摸底，确立了“内部夯实管理、外部开拓市场、控制应收账款”的工作思路，细化管理，完善制度，改进流程，开拓市场，加强监控，较好的完成了上半年的销售工作。上半年共完成销量\_\_万吨;各品种水泥综合单价为\_\_元/吨，相比预算\_\_7元/吨，降低了\_\_元/吨;应收账款余额\_\_万元(减去关联方欠款，余额\_\_万元)。

一、内部夯产管理

应该说，原来销售部的内部管理是较为混乱的，职责不清，制度不全，业务流程存在较大的漏洞，执行力不强等等。我针对以上情况，制订了《销售合同管理办法》、《销售价格管理办法》、《应收账款管理办法》、《陈欠款管理办法》、《绩效考核管理办法》、《超发管理规定》等等，细化管理，完善流程，起到了较好的作用。另外，通过对执行力的考核，加大奖罚力度，使规章制度能够行之有效的、不折不扣的得以执行。

建立了周例会、月例会制度，使内部沟通协调高效，问题得以及时解决。建立了应收账款监控制度，对应收账款的异常情况及时预警，起到良好的效果。对核算、信用风险的职能重新划分，使职责更加清晰，管理有效，效率高效。同时，于\_\_月份，对营销公司机构重新进行调整，对营销模式进行调整，并对部分人员进行调整，使内部管理有效、高效。通过各种措施，提高了部门人员的凝聚力，变被动工作为主动工作。等等

二、外部开拓市场

由于\_\_公司在20\_\_年完全释放产能以及\_\_和\_\_二线的相继开工，使我公司的产能猛增，这就给销售部带来莫大的挑战。不断扩大的产能虽给我们在销量方面带来巨大的压力，但更重要的是让我们有了掌控并引领市场的信心和动力。

要求各办事处建立《现有客户、潜在客户动态表》、《竞争对手动态表》，使我们能够及时掌握市场，为决策提供依据;根据市场动态，随时调整符合市场状况的营销政策;密切关注客户动态，确保现有客户不流失;加强市场信息、客户资源的调研，全力开发新客户，上半年共新增客户\_\_个，合计销量\_\_万吨;要求各办事处加强市场调研、竞争对手调研工作，及时了解市场信息。

三、控制应收账款

首先，根据《信用风险管理办法》对客户进行分级，筛选优质客户，适当给予信用额度，从根源上防止呆死账的发生。

其次通过制订相关规定以及加强绩效考核，使上半年应收账款得到有效的控制。根据不同账龄，采取不同的策略，并且责任到人，措施有效，使异常的应收账款得到及时的预警并解决。

四、下半年计划

上半年，由于雪灾、地震影响，销量、价格、回款均没有完成预算，故此，如何扩大销量、提高价格、控制回款是下半年工作的重点。扩大销量方面，对各办事处的开发人员设定任务量，加大开发力度。提高价格方面，加强与竞争对手的沟通，对价格实施联动，努力完成预算价格。控制回款方面，加强信用管理，实施客户分级。

20\_\_年对于我来讲是学习的一年，随着公司新增产能不断扩大，\_\_年将是充满挑战的一年，我将带领部门同仁按照公司领导制定的整体战略思想，变压力为动力，发挥团结协作能力，强化工作流程，做好销售工作中的每一项环节，为我公司的可持续发展贡献自己的力量!

**网络销售周工作总结精选篇2**

在过去的一年中很有幸加入到\_\_公司来，在领导的`悉心关怀下，在同事们的帮助下，通过自身的努力，各方面都取得了一定的进步，较好地完成了自己的本职工作。现将工作情况作简要总结：

一 、不断加强学习，素质进一步提高。

具备良好的产品知识和业务素质是做好本职工作的前提和必要条件。一年以来，始终把学习放在重要位置，努力在提高自身综合素质上下功夫。一是重点学习了产品知识；二是学习了与电子商务部门相关的规章制度；三是尽可能地向周围理论水平高、业务能力强的同事学习，努力丰富自己、充实自己、提高自己。可以说在这一年中，由起初的凭借兴趣入门逐渐过渡到现在能独立处理部分事物并对这项工作始终持有浓厚兴趣。

二 、踏实肯干、做好本质工作

我的主要工作内容是客户服务，完整的工作流程可以体现为熟悉店铺情况了解上架产品信息—客户接待—订单处理—售后处理和评价管理。前期在淘宝平台运用，收集商品网络信息做得比较充分。客户接待可以说是比较重要的一个环节，是我们产品信息输出的直接窗口，在这一年的是实际操作里，我秉持着巨细靡遗的态度，在不断总结日常工作提升交流技巧的同时，参看一些优秀的实例和经验分享，逐步形成了日常工作体系，对工作技巧进行不断的更新和查漏补缺。订单的达成以及售后处理过程，现阶段已经掌握比较高效的订单处理、统计的方法，在售后问题中，能有效解决普遍问题，对于少有的复杂的难以处理的问题，做到第一次看、问，看前辈同事怎么处理，问与之相关的生产、销售等各环节明细，再次遇到同类问题可以独立解决。

三 、不足待改进之处

我在学习和工作中逐步成长、成熟，但我清楚自身还有很多不足，也将成为新年伊始需要完善的重点。

1、善于沟通交流，强于协助协调，逐步提高自己的理论水平和业务能力。

2、克服年轻气躁，做到脚踏实地，提高工作主动性、提高时间利用率，不怕多做事，不怕做小事，在点滴实践中提高自己。

3、精于专业技能，勤于观察总结，尽量将工作总结规范化、数据化、直观化。

四 、岁首年终，一年之计在于春

1、能力学习和素质提升是一个推陈出新的过程。随着公司发展和电商部规模的扩大，可预见更多的产品会面世，会接触到更广的客户层面，所以产品知识的更新、学习，客服经验的总结、完善，是需要始终坚持的过程。对于新产品的网络推广，结合已有案例，配合部门各位同事共同努力将是下一阶段的工作重点。

2、树立全局观，加强兼容性发展。电子商务部门的日常工作与生产销售各个部门都紧密相关，客户服务工作也与部门内策划、运营、推广等等分不开，所以在做好本职工作的同时，

个人需要加强各方面信息的涉猎，对各个职责岗位有所了解，加强沟通，互相进步。

3、危机公关和关键点控制。尤其在活动期间工作内容增加，许多电子商务工作中的细节问题逐渐显现出来。客服事务中的应变、处理是最直接最有效解决方法，所以在历次活动中注重并总结这些关键部分会使工作开展更加效率；历次活动中存在的不足也积累了经验教训，预先的判断、危机意识的培养会使工作的开展更加游刃有余。

一年时间里，公司氛围、人文气息、工作状态都深深吸引着我，崭新的一年相信我会与\_\_共同成长

**网络销售周工作总结精选篇3**

充满机遇与挑战的20\_\_年即将过去，我们迎来了崭新的\_\_年。在这一年里，我在公司领导和同事帮助下，工作的各方面有一定的进步，同时我深深的感到销售工作总结能总结我们工作中的特点和不足之处，为我们带来新的工作思路和方向：

我于\_\_年年8月份到公司，20\_\_年下半年按照领导的指示负责金鹏图语广告公司的业务发展部的工作，任部门经理。六个月以来，在领导的帮助和同仁的支持下，工作上取的了一定的成绩。在此将20\_\_年主要的工作情况述职如下：

一、计划完成情况：

金鹏图语广告全年计划完成销售额1000000元;实际完成176194.4元，未完成全年销售计划。

二、加强自身的业务素质和管理能力，在不断的学习、实践中做好一个部门经理的基本知道和技巧。

\_\_年，广告公司的工作是“以天鸿项目为主，积极拓展新的营销业务工作”。在天鸿项目上，业务发展部协助公司完成天鸿项目二期的各项工作，主要有：天鸿二期的认筹、天鸿凯旋城“理查德·克莱德曼”演奏会、天鸿房展会、天鸿上海展会、天鸿招远分销处等工作。其他项目工作主要有：招商银行离岸业务推介会等各项工作，东山、向阳办事处图册的设计、区政府图册的设计与制作、酒业公司经销商会、海尔纽约人寿\_\_年颁奖晚会、百年电力手提袋、区政府软件发布会、职业学院图册、蓬莱海关关庆十周年、山海云天开盘等。同时积极参加集团及公司组织的培训，对管理大纲、公司规章制度、房地产基本知识、电话营销、媒介营销、商务礼仪等有了较深刻的理解和掌握，从而提升了工作能力，丰富了经验，开阔了视野，对公司的企业文化及经营理念有了更进一步的认识。

20\_\_年，我在日常工作中逐渐的掌握了各种活动的组织、操作流程及现场布置，以及活动所能涉及的每一个细节，提高了在活动方面专业知识和有效经验，也真正的体会到“为客户创造价值”的分量，但是，作为业务发展部的经理，所需要掌握的知识面和操作经验既广且杂，这是我自身存在的不足，需要继续强化学习力和积累管理工作经验。

三、坚持“为客户创造价值”的理念，不断更新服务手段;巩固老客户，吸纳新客源。

广告公司在烟台是一竞争激烈而且不成熟的行业，存在操作透明度高、价格竞争的初级市场状况，对于我司的业务产生了较大影响。

20\_\_年，业务发展部在拓宽外协单位的同时，不断提升自己的专业水平及对客户服务的产品质量，并建立并执行“提醒式”服务系统，在一定的程度上，有效的遏制价格竞争的趋势。但是，在广告业业务和操作透明度越来越高的前提下，公司多次出现活动方案被“套”的现象和丢单的现场，由此我加强学习关于印刷及活动的相关知识，尽可能的了解这个领域的所有问题，完善自身的素质，在专业知识上于其他的广告公司，为公司树立良好的企业形象。

四、形成“总结问题，提高自己”的内部沟通机制。以市场需求为导向，提高工作效率。

广告公司的工作比较复杂，特别是活动方面，需要协调、联系的工作比较多，在这些工作中我注重与设计、各个外协单位的建立融洽的关系，以便于开展工作。加强自身的执行力，提高工作效率。作为业务发展部经理，由于对外合作的工作较多，接触的事务比较复杂，要顺利完成工作，提高工作效率，就必须坚守工作流程和公司的各项规定，违反制度的事情坚持不做，只要做到这一点，才能称得上是为公司负责、为部门负责，更是为自己负责。

五、存在的问题及下步工作打算

回顾这半年的工作中自己发现还有很多的不足与缺憾：首先，在工作中由于经验不足，工作方法过于简单，在处理一些问题上不够冷静、沉着。其次，在业务理论水平和管理能力上还有待于进一步提高。再次，广告专业知识方面，需要大量的学习的充实完善自己的知识库。这些不足，有待于下步的工作中加以改进和学习。在20\_\_年的工作中，我决心做到：首先，我要加强学习专业知识，学习工作和管理经验，不断提高业务素质和管理水平，使自己的全面素质上升一个新的层次。其次，加强责任与危机意识，提高完成工作的标准。为公司的新年度的工作再上新台阶，更上一层楼贡献自己的力量。再次，广告公司的业务发展的主流方向，一直悬而未决，成为业务发展的一个桎梏，解决广告公司发展方向是\_\_年工作的重中之中。这也将是完成公司全年计划利润指标的完成的大前提，寻找自有媒体，以创意指导制作，有效地与其他兄弟公司进行整合，将是我努力的方向。

**网络销售周工作总结精选篇4**

一、收货

1. 新货收货

根据和供应商及物流公司前期签订的合同归属卸货归属。仓库根据托运单或订单收货，收货应注意同一型号商品归属一类码放并核对箱数，如发现破箱挤压的应及时通知客服，是否确定拒收。在收货清点过程中，记录该订单收货时的箱数、供应商和件数。

不足：没有预约送货，之前使用得系统和供应商绑定为货主关系，每次送货和预约送货，收货人员可以从系统中知道送货时间和款号，并做好收货安排。在此项目中仓库收货人员不确定今天大概到货数量及型号商品，常常越库操作，人员工作效率低下，收货人员对问题处理流程不明确，QC质检速度较慢。

建议：采购应和供应商沟通清楚到货时间、到货款号和到货数量，并及时通知收货组告知情况。对于加急商品，采购应优先考虑订单任务，收货扫描组及时处理加急商品，及时上架。整个通知最好为早会或者下班的集会告知，以便做好人员安排。对于收货人员，组长应定期或者不定期的对其进行操作培训，增加增强操作人员的技能，可以不定期的举办技能比赛，以激发团队的凝聚力和工作积极性。

2. 验收

每款商品，不管是整箱或混箱，质检完毕的商品都必须进行逐一扫描验收，混装的需在扫描验收后区分并打印货品属性及数量装箱。具体流程为：现在系统选择组整箱，撕下LPN小标签贴于外箱，扫描LPN标签，逐渐扫描货物，最后，待该种货物全部扫描完毕后按F2封箱。当该订单全部扫描完毕后，核对数量，选择按单收货，等待上架。

注意点：装箱之前应先扫描LPN，扫描枪扫描商品条形码时应倾斜45度，为最佳扫描速度，并在扫描完毕后按F2打印商品属性及数量。如出现整箱混件或者扫描商品和订单不符时，应及时停止扫描，并在订单空白处填写问题商品的箱号并记录原因，收货完毕后，及时填写实收数量及扫描人、扫描日期。

不足：扫描枪为有线，操作不便，经常由于包装人员的牵绊而造成工作延误，影响效率。扫描人员和工作台高度存在高度差异，需要操作人员站立操作，如果操作人员坐在凳子上操作，由于太低，手易于疲劳，造成间断性停歇，人员工作效率不佳，而且经常有人员抱怨安排不佳。

建议：改进设备，提高效率，扫描枪可购无线，或将电脑主机位置重新摆放，由于长时间在地上摆放，电脑主机堆积灰尘，偶尔造成在操作过程中主机突然关机和死机的情况，加强5S的推进，这是一个长期的改进过程工具。对于工作台高度，可取操作人员正常高度操作习惯，让操作人员顺手进行操作，如果新货收获量大，可以安排操作人员定时休息时间，组长应以身作则，对于操作过程中出现的问题和影响工作正常进行的细节及时处理，不能单纯依靠新人处理。

二、上架

1. VIP上架

扫描箱内商品条形码，在移动手持枪上找到VIP库位并移至随机选择的库位，混装和开箱商品应拆箱确定数量及属性，vip库位数量及实际扫面数量不宜有偏差。

不足：上架区域网络信号不足，RF使用效率低，人员积极性差，对于拆箱的商品，操作人员有时根据目测商品数量做推断，利用网络相差时间间接偷懒休息。

建议：在上架区域布置相应的无线路由器，增强信号。对于清点开箱商品的问题，组长应在早会或者集会过程中明确强调，必须实际清点并在外箱表明数量，组长可进行上架后的抽查或全查，出现问题，及时找出责任人，并找出其操作故意的本意，进行针对性的培训和教育。对于偷懒人员关系到每天收货组的人员安排情况，如果操作人员空闲偷懒，组长应反省当天的工作安排和人员安排是否合理，可以根据每个人员的工作情况和性格特性，委派相应的工作任务并进行统计，计算人员饱和度，为人员安排提供依据。

2. 正常上架

正常上架商品为验收完毕商品，外箱贴有商品属性及数量，上架人员将货物从待上架区拉至拣货区进行随机选择库位上架。

不足：随机选择库位虽然可以充分利用闲置库位，但是为人为随机选择库位，不利于拣货路劲优化。上架人员为了寻找空闲库位，有时没有先扫描该库位上是否有库存，就直接将新货上架，或将小箱商品上架至大货区域。

建议：正常为一个库位绑定一个商品，当我在进行库位商品盘点时发现，同一种商品放置在同一个通道内的3个以上的库位，例如A01-01-11.A01-01-31和A01-01-41上放置的是同一种商品，但是拣货人员在根据合并拣货单的库位指引找货时，会根据操作人员的习惯，顺手拿自己最顺手的库位，或者库位管理人员在发现货物掉落时，随手塞至不属于这件商品的库位，造成盘点人员在盘点时发现，库位上的商品和盘点单上不符，进而再进行盘点清点时，发现一个库位李夹藏着另外的商品。而且在面对数量较大的商品时，盘点人员知识估算盘点。对于该项目的商品摆放，是否进行一个库位绑定一件商品？或者将同款号商品摆放至同一通道？在充分计算好容量和商品SKU时，应开始进行区域性的调整，这样不会对正常发货造成影响。对于4楼B区大货上架的区域，应明确告知上架人员。对于上架的统计不能作为纸质文件记录，而应每天进行不定期的抽查。对于上至最上层的货架，不应超过两箱以上的摆放，以免造成潜在威胁。

3.退货上架

逻辑相同，但是发现如果该商品库位已满，一些上架人员会将商品硬塞至货架内，库位该商品满后，是否重新整理或者重新编排库位应及时处理。而且退货上架中多数为临时人员。

三、拣货

1. 单品

拣货单打印有库位及待拣货商品属性及数量，拣货人员根据拣货单库位指引需找库位，边拣边分，一个订单对应一件商品。

不足：有的拣货通道较为狭窄，有时造成人员堵塞，有的拣货通道较为宽敞，没有充分规划货架摆放，拣货车分为三层及四层，有的四层已经重叠了三箱以上的商品，拣货人员在低下进行掏空，经常会造成货箱压扁掉落情况。

建议：拣货单应指引拣货人员进行S型拣货，对于通道的宽窄设计，不得宽窄不一，应及时调整通道宽度，对于单件的拣货速度，有的拣货人员甚至拣货时间达一个小时以上，造成工作效率低下，除了个人技能还应考虑本身仓库内存在的潜在问题：拣货人员是否进行上岗基本培训？是否告知到位？拣货人员是否清楚拣货流程？是否清楚明白。

在新人进行拣货培训的时候，带人的人往往只告知你怎么找货，而没有明确告知拣货人员，现在的库位可能存在两三件商品，或者对于一些特殊的库位摆放位置在哪，需要怎么去快读辨认拣货单上的商品和实际拣货商品的规格和数量。

每天都会有新员工的加入，除了行政人事的上岗前培训，还需各组长或负责人对操作人员对新进员工的年龄、学历、工作年限。

进行综合性评估后进行岗前技能培训，在工作一段时间后，组长要对其操作人员进行刚能提升或者刚能加强培训，在管理过程中，不管是现场还是组长或负责人都应进行PDCA的管理。不应到一阶段就停止了，人员流失也是成本之一，招错人也会对成本造成影响。

2. 多件

多件拣货合并拣货单，拣货人员根据合并拣货单上面的箱号分类及库位寻找商品，并根据拣货单提示放入相应的拣货框内。

不足：拣货车箱号多为损坏，需要人为的辨认，拣货车车号多数损坏，没有及时打印黏贴处理，拣货人员部分人员为临时人员，整体素质偏低，正确率较为低下，而且RF使用的多为正式员工，拣货效率及正确率较高。

建议：在单量高峰时段，聘请临时或兼职人员也是管理人员分配手段之一，但是我们应在计算好正常工作人员的正常工作饱和度之后再做临时聘请动作，在这几天中，经常会发现，1000多单，人员就有30-40号人，多少人在偷懒或者工作率低下，而且在早上上班的半小时或者一小时之内是空白时间段，此时订单还未推送或者下达，我们会看到在仓库角落里经常有员工进行偷懒，管理的分工应进行对内和对外的结合，进行黑脸和白脸的相辅相成，如果在管理队伍中，负责人都扮演黑脸，会对其归属的员工造成反感甚至叛逆，正常的沟通交心会师员工发现并认识自己，快速融入集体，并发现公司内部存在的问题，不得按部就班，按照上份的项目管理移植到此。

3. JIT拣货

JIT拣货和正常拣货相似，但是不需要区分箱号，拣货人员只需要将拣货单上的商品放入一个大箱即可。但是应区分地区。扫描人员先扫订单号再注意扫描商品，最后进行包装。

四、效验包装

1. 效验人员先扫描订单号，系统跳出该订单号对应的商品信息，效验人员再注意扫描商品条形码并打印快递单号。

2. 包装人员将效验完成的商品进行打包，打包袋为客户指定袋子。

不足：包装台工作面积较小，因为客户商品会有席子等大件商品，效验人员需要等待包装人员处理好大件商品，让出工作台面积才能继续扫描效验，包装人员会将快递混装至周转筐，造成称重人员还需要空出时间区分快递进行扫描。而且，效验台上的放置框为绑定在包装台上，为四个放置框，如果包装人员包装速度赶不上效验人员，效验人员就会等待或放置旁边。

建议：把绑定的放置框改为活动的，效验人员在扫描完商品后放置在框内，逐一推送给包装人员，每个扫描线不限制放置框为四个，这样，包装人员不用局限于四个框内的商品。效验人员也不用等待局限于四个放置框。包装人员在包装完商品后，及时传送到前面，一直循环。

五、称重

称重人员选择好称重快递，先将商品放置电子称，扫描快递单号，待系统跳出重量并发出OK指示声音即可结束称重，待称重至一定数量，应打印快递交接单，快递收货人员逐一扫描包裹并在快递交接清单签字确认，确认收货数量。

不足：工作区域受限，称重人员需要自行将包装好的商品拖至称重工作区，并进行分类扫描，工作效率较为低下，称重人员易疲劳。

建议：是否采用就近原则，放置框改为滑轮式，仓库中只有少量为带滑轮商品框，而且商品包装层次不一，包装人员应进行简单的包装培训，告知什么样的商品怎么包装，对于大件商品又改怎么进行包装，客户的满意度很重要，当我们收到包装奇葩或者包装破损的商品，第一感觉也会差强人意，我们应最大限度减少和避免这种情况。

六、仓库规划

1. 库位规划，该项目库位分为ABC三大区，3、4、5楼均分布有拣货区域，A区为最靠近流水作业台布置，B区其次，C区多为大件商品，库位根据通道号+列号+层号+位号，左单右双，例：4A01-01-11 ，为4楼A区1号通道第一列货架第一层第一个，当你面向货架库位通道时，左手为单数列号，右手为双数列号，拣货人员根绝地板黏贴的通道号就可先判断商品位置。

2. 流水台布置，一个效验配置一位打包人员，分为10个工作台并排分布，包装人员身后布置周转筐，2个称重台在包装工作台身后。3楼收货线4条，QC检验区也分布在3楼收货线旁边。唯品会JIT布置在五楼，收货月台在一楼。

七、仓库一天分为四次集会

早上上班前一次，为安排人员工作，并点名。早上下班一次，为交代上午工作发现的情况。下午上班一次，临时工点名，并吩咐注意事项。下午下班前一次，总结一天工作情况并安排加班。

**网络销售周工作总结精选篇5**

回首20\_\_年的销售历程，我经历许多没有接触的事物和事情;见识了很多从未见识过新鲜;似乎从一开始，新年带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。

总体观察，这一年对我取得长足进步；不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。以下是个人工作总结报告，敬请各位提出宝贵意见。

首先是我对公司的品牌推广提出一些见解；理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌;其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将\"某某\"品牌进入产品中；再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传;另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己\"某某\"品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光;最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题;如今我们在美国设立分公司，紧接着我们有在伊朗成立分公司的想法，其一切都是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理;我们也不能忘记cRm(客户关系管理)的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系炙手可热，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们!

1、东欧地区：目前俄罗斯市场仍是空白，由于国家政策以及关税、运费等问题，对于我们来说，如何进一步努力的降低产品成本来提高价格竞争力是进军俄国市场的首要问题;出现一点危机的市场是立陶宛，由于价格问题，我们在和一个大客户出货时候产生了分歧，若能在20\_\_年顺利解决价格问题，销售份额将有保持或者提升;东欧市场较好的是波兰市场，目前虽然只有两个客户，但是20\_\_年的销售额有望达到18万美元(卡玛斯外协为主);东欧市场另一福田是土耳其市场，虽然20\_\_年跟我司贸易的客户不如以往那么多，但是市场前景较好，尤其是大客户的锁定以及小客户的推动，有望我司产品在该地区取得更大发展;

2、西欧地区：意大利和德国市场在20\_\_年发展稳定，希望通过新厂房的规模和展会、拜访等品牌推广，赢取更多的客户和更大的市场份额;英国市场目前只有一个客户，但是由于助力器和硅油离合器水泵问题，今年贸易额不仅一般而且助力器的退货给我造成较大损失;此外经过20\_\_年对西欧市场的了解，发现该市场要求质量高，价格要适中，在西班牙、法国新车较多，即使开发新产品，市场的持续能力也不高;基于此，我认为西欧地区市场策略，如何锁定关键大客户成了首要任务，比如说意大利的LPR，如果我们的产品能够达到他们的性能要求，就应当全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先占领市场份额，然后推动价格的提升;

3、现行和客户的联系过程是：前期谈判工作(邮件交流、核对询价单和报价、价格的确认和所寄样品的确认、产品标识、付款方式的商定、订单的生产)下单前的待办工作(包装内盒、外箱唛头、内盒不干胶内容)生产中的联络(交货期的反馈、与生产部的协调工作)发货前的联络(船公司的联络与船期的安排、物流的管理)发货后的联络(货款的回笼问题、单据的邮寄或者银行交单)再次联络(新订单的谈判);

4、非洲片区：单分开南非市场，我们非洲市场仍不理想;目前销售区域仍是集中在埃及和突尼斯，建立贸易关系的有3家，20\_\_年有销售来往的只有两家，其中一家埃及大客户因为付款方式无法达成一致而取消大约30万美元的订单;但是埃及另一客户的贸易额由去年的一万多美金增大到近7万美金;突尼斯客户的贸易额也由去年的九千多增到一万美金;随着我司产品在市场的布局成熟与质量的提高，坚信能在北非市场有更大份额;

5、南非片区：目前南非市场客户共计5家，由代理某某x公司负责管理销售区域，我司监督;目前主要区域在约翰内斯堡，然后在德班和开普敦各有一客户;现行主导销售产品是制动分泵;销售额由去年的不到8万美金，增加到今年的18万余美金;初步预计20\_\_年销售额达到28万美金，并向30万发出挑战;

6、中东市场：20\_\_年有贸易来往的中东客户(阿联酋、伊朗、以色列)共计11个客户;20\_\_年公司产品销售额5万余美元，外协产品销售额12万余美元，在业绩上都高于去年的产值;随着伊朗市场的不断拓展，我司起亚PRIdE总泵和分泵将以主打产品进入该市场，同时争取通过明年的展会或者拜访，扩充日本车系列产品在中东迪拜以及周边国家的市场份额;

7、对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市场、利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失。

以上是我在20\_\_年的个人总结，谢谢大家。接下来的工作中，我们会做好20\_\_年个人工作计划，争取将下一年的工作开展得更好。

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