# 销售主管工作总结与计划

来源：网络 作者：花开彼岸 更新时间：2023-11-21

*销售主管工作总结与计划3、市场遗留问题基本解决。市场肌体已逐渐恢复健康，有了进一步拓展和提升的基矗(二)业绩分析：1、促成业绩的正面因素：①调整营销思路，对市场费用进行承包，降低新客户的合作资金门槛。虽然曾一度被人背后讥笑，但“有效就是硬道...*

销售主管工作总结与计划

3、市场遗留问题基本解决。市场肌体已逐渐恢复健康，有了进一步拓展和提升的基矗

(二)业绩分析：

1、促成业绩的正面因素：

①调整营销思路，对市场费用进行承包，降低新客户的合作资金门槛。虽然曾一度被人背后讥笑，但“有效就是硬道理”!我公司的思路是促成业绩的重要因素之一。

②加强了销售人员工作的过程管理，工作实效有所提升。

③用提高提成比例和开发新客户给予额外奖励的“经济激励”手法，形成了“重奖之下必有勇夫”的积极心态，也是促成业绩的重要因素之一。

④对于市场遗留问题的解决，依据“轻重缓急”程序，采用“坚持公司利益原则，以有效依据处理”的指导思路，从而使问题的解决未成触份公司的利益。

2、存在的负面因素：

①销售人员对公司的指示精神理解不够，客户定位不够稳定，没有严格按照终端思路开拓客户，部分客户选择方面存在一定失误!

②销售人员的心态以及公司存在薪资制度，均存在“急功近利”状况。销售人员更多的只想有钱回到公司帐上，却没有更多的考虑客户是否适合公司的合作定位以及长久发展。

③客户选择公司产品时更多考虑的是折扣低价，所以很多未将铺底铺入终端卖场，甚至根本无终端意识，直接将公司的终端品牌变成毫无优势的流通产品。

④大多数代理商的“等”“靠”“要”观念存在，但公司的产品价格降到底价，已无更多利润支持市常

⑤公司的品牌定位终端，但包装缺乏视觉优势，宣传促销赠品不够新颖丰富，对产品的宣传、销售的拉动力不大。

⑥暂时缺乏品牌入市的拉动策略，不能促成品牌的热销。

⑦销售人员不能切实推行公司指导思路，至今未建立起典范式的品牌样板市常

⑧销售人员缺乏统一的营销培训，观念、思路、方法和工作执行力无统一和协调，往往擅长市场开拓而不擅长市场维护和提升。

二、费用投入的回顾和分析：

(一)费用回顾：

1、营销政策调整后，市场费用得以控制，公司的盈利能力稳定，8~12月相比3~8月同期利润额增加。(具体数据见相关部门的统计)

2、人员费用的固定风险降低，基本扼制了人力资源的亏损，8~12月相比3~8月周期人力成本降低，剩余价值提升。(具体数据见相关部门的统计)

(二)费用分析：

1、正面因素：

①公司提出市场费用承包政策之后，最大限度防止了费用陷阱，费用超支现象得以控制。

②公司调整并制定了销售人员新的待遇方案，公司的固定风险降低了，人员的竞争意识和挑战性加强。

2、负面因素：

①营销部没有数据统计的支持，对费用的控制较为盲目。

②市场支持费用和人员费用报销等，营销部存在“知情难，无审批”的歧形现象，管理无法加强。

③个别人员管理观念陈旧、保守，不能主动遵从层级化管理，因此整个管理缺乏科学的流程。

④老板“一笔签”的现象依然存在。

三、营销团队的建设回顾及分析：

(一)团队建设业绩回顾：

1、销售人员的“放牧式”现

员心理压力和工作危机感，从而使得销售人员的主动性不断增强。“居安思危”的心理利于工作能动性和工作实效的提升。

2、负面因素分析：

①公司内部的辅助管理配合不到位，团队管理实效降低。

②公司部份管理人员管理意识保守，团队管理实效降低。

③销售人员长期适应了“放任式”的管理，从观念上、心理上和行为上有一定适应期去接受较为实效的管理。

④部分人存在“老油条”观念，有一定优越感，因此对于公司加强管理有“和稀泥”的想法存在。

⑤部分人心存不轨，希望钻公司管理的漏洞。所以希望公司管理的漏洞一直存在，甚至增加。

⑥人性特点的普遍反映：被管理者希望公司管理的能见度、透明度一致较低。因此对能见度逐渐增强的管理有一定抵触心理。

⑦公司管理高层调整，久经事故的销售人员见风使舵，左右逢缘，趁机蒙混过关，不遵从公司的管理，重新回到“放

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