# 2024年销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语(汇总19篇)

作者：无殇蝶舞 更新时间：2025-01-28

*销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语一以下我将从市场层面，渠道层面，和操作层面的门店管理以及财务核对谈谈我个人对我们帅康产品在渠道市场和销售的想法。一、市场层面建材超市作为电器销售的新兴渠道，市场规模和潜力巨大;从建材渠道来说就分...*

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语一**

以下我将从市场层面，渠道层面，和操作层面的门店管理以及财务核对谈谈我个人对我们帅康产品在渠道市场和销售的想法。

一、市场层面

建材超市作为电器销售的新兴渠道，市场规模和潜力巨大;从建材渠道来说就分：百安居，乐华美兰，东方家园，好美家，天津家居等子系统，从经营方式来说属于超市类型;而目前还有商铺租赁+部分超市如居然之家，红星美凯龙，武汉康家等。而我们目前所面对的主要是以百安居和东方家园为代表的建材超市。从渠道管理上，建材超市相对国美，苏宁，大中，永乐等电器连锁，扣点较低，开单手续规范，超市相关商品关联性强，家居购物一体化;购物环境好等便利;同时销售容易受季节性影响，消费者认知度(门店数量较少)和接受度相对电器连锁来说不高，尚处于消费者市场成长期。据调查目前消费者在连锁渠道和在建材超市购买电器的比例为8：2，是机会!挑战!

从当前国家宏观经济发展，尤其是以房地产行业为上游产业发展来说建材渠道将会充满机会和挑战。以北京市场百安居\_\_年“五一期间七天满买厨卫电器\_\_送\_\_”活动案例来看，就具有相当的代表性。

分析如下：

具体活动内容是，在百安居购买任何品牌的烟机、灶具、消毒柜，满两千元即可参加返两千元橱柜券的活动。此次的活动百安居自己独自承担，表面上看白安居，我个人对此次活动有几点认识，认为百安居在这次活动中实际上并无严重亏损，首先我们来看一下，此次的返券的几点要求：

1、此券仅限于在百安居内购买任何品牌橱柜和橱柜的配件，且不可兑换现金。

2、此券在使用时必须在购买橱柜每满六千元仅能使用两千元抵用券。(不足六千元，此券无效)

3、此券有效期从5月1日—5月15日。

从券的这几点要求来看我认为，首先百安居抓住了大多数的顾客在选购烟机的同时需要订做橱柜，但由于百安居内部的几个品牌的橱柜一般比市面上的橱柜档次要高一点，价格也要高一点，平时有很多顾客是在百安居购买烟机但不在百安居订购橱柜，(因为，购买烟机的顾客远远多于订购橱柜的顾客)所以百安居流失了大量的橱柜顾客。此次的返券活动将烟机于橱柜互动起来，用烟机的销售带动橱柜，形成联动式销售，提高了烟机于橱柜的销售。

其次，关于返券的费用，百安居利用它作为建材超市的整体资源优势，用其他商品的利润来弥补电器返券所流失的利润。对于百安居的利润来源，我有这么几点认识。第一，提高销售自然可以弥补部分的利润，第二，由于橱柜的返点高于电器的返点，平均点位在25个点以上，水槽、拉篮等用券可以购买的商品的点位更高，水槽能达到33个点以上。第三，也是最重要一点，一般顾客在购买橱柜的消费层次在4000元左右，高档的顾客消费也不过在7500左右，达不到用券的要求，因此如果顾客想用券就必须提高橱柜的消费层次，选择价格更好的水槽或者提高橱柜单位延米的价格，进而加大了百安居的整体利润空间。

按某顾客在百安居购买一套烟机灶具，平均最低消费在\_\_以上，订做刚好6000元的橱柜，(其中水槽，拉篮，等小配件费用\_\_，板材费用4000元计算)百安居整体利润为：\_\_\_20%+4000\_25%+\_\_\_35%=2100扣去返券金额百安居依然有利润支持店面的运做，而事实上顾客的消费往往要远高于以上的最低值。

纵上分析，在该按例中，百安居虽然损失了部分利润，但并不会出现亏损，再加上板材，油漆等其他商品的整体销售，百安居依然有利润。与此同时，它还加大了在建材行业里的霸主地位。

借鉴百安居五一的活动，假设在相对成熟或销售空间增长较大的市场，如果能结合st牌水槽或橱柜同时推进，销售规模和利润不是没有可能有较大的增长!就目前我们烟灶(消)套餐搭配的形式，在某一中促销活动中如果我们的整体资源有限，无法像百安居做出如此大的促销规模，但我们可以烟机做平台，损失烟机的利润，用灶具来弥补烟机的利润，进而达到整体利润保障。

二，渠道层面

不同的市场渠道间的竞争存在不同的程度：渠道间的并购和牵制，用实力说话，大鱼吃小鱼是发展趋，总的来说家电连锁还是占据着很大的优势属于强势渠道，建材渠道目前属于开发成长型，而我们处于家电食物链的下游!而公司有效资源往往往优势渠道倾斜。在北京这段时间，我重视良好的学习习惯，培养自身对市场节奏的感觉和在理解握渠道间的平衡的意义。

在北京大中作为优势渠道，和国美，苏宁，建材超市等渠道共同上演着“三国演义”，“车，马，炮各有各的着”共同瓜分市场。“螳螂吃虫，黄鹊在后”。另一方面在我建材渠道内部如同一个小的市场同时存在：百安居，东方家园，天津家居，好美家和家福特，乐华梅兰以及永乐系统等子系统!“既要面对人民外部矛盾也处理人民内部矛盾”作为渠道销售助理，要解决各种问题，作为公司销售渠道之一，应该要有大局观点，要配合公司政策来制定本部门工作计划，任务分配，店面管理，落实到各门店主管，协调好本渠道的工作。

建材渠道在北京市场处于非强势地位，相对大中，国美等渠道来说门店数量少规模不大，销量较少，但单店效益较好。站在公司来说通常资源会向大中，国美等渠道倾斜。将有限资源合理配置，有的放矢，以确保整体销售完成!一样在我们建材渠道内同样夜会采用相似方式来处理各子系统之间的销售政策，以不同的时间段，不同的方式结合店面情况，争取渠道资源以确保销售任务的完成。

以北京市场建材活动为案例分析：时间11.21.到11.27. (北京大中，国美，苏宁各有店庆)

家园系统(6家)满\_\_返1000券店面承担，特价除外(店面部门间不得使用)

家居系统全场单机8折，特价除外(2家)

好美家系统指定小区按9.2折，其他均不参加(2家)

百安居全场满5000返500电器指定用券(4家)

尽管都是店面承担折扣费用，但实际中我们还是有选者性得参加了东方家园的活动，和百安居活动而没有参加另外系统活动或控制其他门店活动在一定程度以内，尽管有来自采购店面经理的压力但，但我们必须这样对待。合理利用系统竞争，通过政策倾斜配合公司其他渠道的销售，减少乱价发生的可能，同时在渠道内部有的放矢，把没有参加活动的系统失去的销量在其他门店抬起来。

从渠道来说同样它们在合并，开店的同时也对入场品牌加紧洗牌，只要我们的销售商品在该系统同类型商品中销售占比到一定程度，我们同样也有相应的发言权，

在实际工作中，我将协助管理的门店按销售标准重新划分，每周统计出单店销量第一，门店销售增长率第一，最落后地第一，欧式烟机，热水器和竞品占比等资料。有针对性的开展门店管理，发现问题，找出原因，最后解决问题(尽可能快的)对优势门店要继续保持，对有增长潜力的店要关注。尤其是在“金九银十”黄金周的备战工作尤其重要。

十一过后我将店面工作重点放在了门店调整和中小门店销量提高上，挖掘其销量增长来源。如东方家园西三旗店，来广营店，百安居马连道店。其中以西三旗店为例：该店由于前期各中原因销量落差很大。针对该店实际情况，接手前期没有完成样机处理工作，更替驻店促销员提高促销员信心，切实解决遗留的出样比例，陈旧，品种结构单一问题，终端生动化。改善店面关系，重塑店面对我st形象;在尽可能的情况下以最少的投入换得店面资源的支持。在接受任务后两个星期内在大家共同努力下，由周不到5000提高到周近2\_\_，月近1\_\_0销量有了很大的增长。另外一方面对于促销员管理我总的原则可以概括为：将心彼心，恩威相济;利情法相结合，建立一种信任感。

总之，水无常型，只要对具体的卖场有所认识后，摸清脉络，分主分次，才能在门店管理上学到更多的知识，提高对一线终端，核心门店的掌控能力。及时处理各种突发事件，做好销售，不断积累自己的经验。

三财务核对

建材渠道到财务工作是相对于其他渠道来说较为烦琐的，主要体现在以下几个方面：各子系统对帐，转销售，店面财务核对时间不统一;各子系统办理对帐所需要基本手续不同，办理转销售和排款支付时间较长;有时开票号码和销售金额错对，扣除费用不明等情况。而作为建材渠道电器销售属于特殊定单单产品，如果涉及到退货，导单情况出现，手续繁琐。因因此对于建材渠道来说对财务工作尤其重要。在平时的工作中，几乎每一笔业务来往都要记录在电脑数据库中，工作量也很大，工作必须很细致。在进三个多月的工作中我对财务知识也有了一定了解，熟悉了财务结算，核对帐务，和税务票据的核对流程;知道了如何合理的加快对帐流程和效率，缩短回款周期;但仅仅知道这些我觉得还远远不够，以后随着地方市场的精耕细做，对一名优秀营销人的考核必将是全面的和科学的，更加注重效益以利润为导向做市场，做单店效益。如果不懂财务知识犹如“盲人摸象”。

通过在sk实习和工作，从武汉到总部再到北京，让我体会到了两类不同市场。如果说武汉市场是一杯纯正的果汁，清醒诱人。那么北京如同是一杯上好的红酒，值得好好回味体会。不同的土壤酝酿出来的地域文化和市场成熟度，决定了不同的市场策略。回想在北京这三个多月的经历对我们来说都有不同的体会。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语二**

时光如天上流星一闪即过，我希望自己能抓住这一短暂的一刹那。不知不觉中已来\_医药公司一年了，回顾这段时间的工作，我作如下总结。

一、加强学习，不断提高思想业务素质

“学海无涯，学无止境”，只有不断充电，才能维持业务发展。所以，一直以来我都积极学习。一年来公司组织了有关电脑的培训和医药知识理论及各类学习讲座，我都认真参加。通过学习知识让自己树立先进的工作理念，也明确了今后工作努力的方向。随着社会的发展，知识的更新，也催促着我不断学习。通过这些学习活动，不断充实了自己、丰富了自己的知识和见识、为自己更好的工作实践作好了预备。

二、求实创新，认真开展药品招商工作

\_工作是招商部的首要任务工作。20\_\_年的招商工作虽无突飞猛进的发展，但我们还是在现实中谋得小小的创新。我们公司的代理商比较零散，大部分是做终端销售的客户，这样治理起来也很麻烦，价格也会很乱，影响到业务经理的销售，因此我们就将部分散户转给当地的业务经理来治理，相应的减少了很多浪费和不足;选择部分产品让业务经理在当地进行招商，业务经理对代理商的情况很了解，既可以招到满足的代理商，又可以更广泛的扩展招商工作，提高公司的总体销量。

三、任劳任怨，完成公司交给的工作

本年度招商工作虽没有较大的起伏，但是其中之工作也是很为烦琐，其中包括了客户资料的邮寄，客户售前售后的电话回访，代理商的调研，以及客户日常的琐事，如查货、传真资料、市场销售协调工作等等一系列的工作，都需要工作人员认真的`完成。对于公司交待下来的每一项任务，我都以我最大的热情把它完成好，基本上能够做到“任劳任怨、优质高效”。

四、加强反思，及时总结工作得失

反思本年来的工作，在喜看成绩的同时，也在思量着自己在工作中的不足。不足有以下几点

1、对于药品招商工作的学习还不够深入，在招商的实践中思考得还不够多，不能及时将一些药品招商想法和问题记录下来，进行反思。

2、药品招商工作方面本年加大了招商工作学习的力度，认真研读了一些有关药品招商方面的理论书籍，但在工作实践中的应用还不到位，研究做得不够细和实，没达到自己心中的目标。

3、招商工作中没有自己的理念，今后还要努力找出一些药品招商的路子，为开创公司药品招商的新天地做出微薄之力。

4、工作观念陈旧，没有先进的工作思想，对工作的积极性不高，达不到百分百的投入，融入不到紧张无松弛的工作中。“转变观念”做的很不到位，工作拘泥习惯，平日的不良的工作习惯、作风难以改掉。在21世纪的今天，作为公司新的补充力量，“转变观念”对于我们来说也是重中之首。

总结20\_\_年，总体工作有所提高，其他的有些工作也有待于精益求精，以后工作应更加兢兢业业，完满的完成公司交给的任务。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语三**

不知不觉20\_年已近尾声，在这纷繁忙碌而又充实的一年时间里，我学到了不少新的知识，极大的拓展了自己的视野，也进一步加深了自己的业务能力，我作为明月轴瓦的一员普通销售员工，在这充满挑战的一年里，兢兢业业的做好自己的本职工作，不断学习完善自我，加深业务水平，在陈厂长的带领下，紧跟公司发展的脚步，不断克服种.种困难，保证了在不利的市场大环境情况下公司的产品稳定销售，取得了一定的成绩，也遇到了一些经验教训。

每当岁末年初，总是人们回首一年历程、总结经验教训，展望美好未来的时刻。为更好的做好今后的工作，我对本年度工作做了如下总结： 一：工作表现

20\_年度，我在陈厂长的带领下主要负责空压机轴瓦的销售工作。在刘主任的教导下我始终把学习放在重要位置，努力在提高自身的业务综合素质上下功夫，正确认识自身的工作，把工作重点放在发展新客户上，以提高我对工作本身的认知程度。细心学习同业人员的长处，改掉自身存在的不足，虚心向老刘和陈厂长请教，主动接受别人的意见，不断改进工作方法，充分发挥岗位职能，在不断学习和探索中使自己在本行业方面有所提高。

二：今后的努力方向

现在我做的就是提高自己服务质量和业务能力，在未来的工作中，我要更加提高自己的工作能力和专业素质。加强学习，勇于实践，坚持工作热情。在不断的总结中成长，提高自我的素质和业务水平，以适应

新的形式的需要，积极与公司的人员沟通，以学习他人之长，才能更好的促进自我能力，满足客户需求和开拓市场空间。其实业务就是做人，只有人做的好，自己的朋友广泛，交际能力强才能把业务做的更好!做人是一个很重要的方面，还有就是自己的在专业方面的知识是一定不可缺少的，所以要想做好业务就必须在有限的时间内学习无限的知识，在做人方面要比一般的人有更好的交际范围，和交谈能力!

三：不足及改进措施：

1.对于自身缺乏开拓进取的精神的缺点，将通过内在的自我激励和自加压力来调整改进。目标订的合乎实际，忌好高骛远，将工作内容分解细化，定期反思总结，对于取得的进步积极进行自我肯定，对于失败坦然面对并进行经验总结，不断地完善自身，坚持并养成良好的习惯。

2.对于工作的方式方法上的不足，将通过不断的学习来改进。首先要借鉴他人的经验，思考工作的意义和目的，然后有针对性的去完成工作。在此基础上，需要虚心地听取他人的建议和要求，不断完善和改进，并牢记出现的问题以避免重复犯错。另外可以寻找合适的途经去提高工作效率，节约时间。

3.对于人际关系处理方面，我会继续坚持自己一贯的原则，和同事友好相处。在业务工作的过程中，将视实际情况灵活掌握，该放开的时候还是要放开，学会和客户进行有效沟通和交流。

总之，今年我将更加努力做好自己份内的事情，并积极与他人沟通。不断的开发新市场，相信公司一定会走得更远，市场占有率更高，明月人都会洋溢着幸福的笑容!

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语四**

20\_\_年是公司销量最高的一年，各项工作均得到了前所未有的长进，综合实力大大增强，这是全体员工和各级领导团结拼搏，全身心的投入，付出的心血和汗水的结果，更重要的是集团公司有一支求真务实，锐意进取，着力开拓的销售团队，对公司高速发展作出了不可磨灭的贡献。通过半年的试用考察期，能正式成为销售公司大家庭的一员，喜悦之情难以表达。

回顾自己一年来的工作，工作积极性是高的，也能全身心的投入，工作也是尽心尽责的，和各级领导相处也是融洽的，

临近内年终，自己有必要对工作做一下回顾，目的在于吸取教训，提高自己，以使把工作做得更好，自己也有信心和决心，在新的一年内把工作做得更出色。

一、销售情况总概：

二、具体履行职责：

1、实习考察期：20\_\_年1-6月

2）每月按时完成新客户开发统计报表和工作小结，六月份执行每日汇报制。

3）开展crm系统进行初始化工作。

4）送样客户60家，并做到及时跟踪和反馈试用情况，但这些客户都较小，大部分是电话询问要样，有的联系半年才有少量订单（如双良、科亮），可见开发比维系难度更大。成功开发新客户40家，但点多量小，客户群采购也不稳定性。

5）合研发部新产品开发寻找市场：gmt纱、中碱smc纱；对变压器及卫生洁具市场展开调查。

2、任务承包期：20\_\_年7-12月

下半年加入华东片区，正式开展业务工作，对宁波山泉、三方电力、浙江德鑫等大客户占销售总量的70%，为保证做好服务跟踪，在质量纠纷、抱怨、投诉、退货等问题上及时处理，保证客户满意度

在寻找可能的新客户时，形成了自己的套路，主要利用网络工商企业目录、专业杂志广告、贸易展览等途径；在联系之前，应掌握该司的生产经营状况、现进货渠道、用量、结算方式、关键人物等，同时掌握各种能够保证有效推荐的信息；尽可能的接近买主，当面沟通；推荐产品的重要因素可信性，诚信促进成交。下半年开发华东片新客户累计10余家，其中在短切毡方面成效显著：上海良机冷却设备（7吨）、上海金日冷却设备（累计发货近50吨）开发成功，明年将能保持稳持续定供货。同时关注市场行情，对新产品绝缘子用环氧玻纤，摩擦材料用玻纤短切丝等市场进行深入了解，完成详细的调查报告并将信息反馈研发部，为其提供基本的市场需求信息。到广州参加第十一届中国国际复材展，首次接触参展工作，圆满的完成了接待、洽谈、记录、信息收集、总结等任务参与公司第十一届国际玻纤年会客户筹备工作，协助完成发放客户邀请函、来宾统计、食宿安排等工作，并完成洽谈记录、年会总结等善后工作。经过磨练，我显得更加成熟，业务更加熟练，信念更加坚定，我对自己从事的工作和公司充满了信心。

三、公司活动：

四、自我反省：

回顾自己20\_\_年的销售工作，与客户沟通，公司内部各部门协调都十分融洽，但由于自己刚迈进社会，仅凭着对销售工作的热爱，而缺乏经验和专业的营销知识，在工作中主动性欠缺，过于相信他人，造成货款回收的延期；在产品供应紧张的情况下对新客户开发显得不够重视，使客户开发进展相对缓慢。在来年的工作中，我会努力克服不足，多向杨经理等有丰富经验的老同志学习，为了吸取经验教训，使今后的工作做得更好，进行以下几点反思：

1、为能在营销知识上有所提高，我在工作之余进行浙江大学国际贸易（本科）专业的学习，但在处理学习和工作的时间和心态上，未能分清工作的重心，没有将更多的精力投入到工作中。

2、在工作中认真、仔细的程度还有所欠缺，对文字性材料没有校对意识。

3、工作激情不足，还没有完全融入到工作的氛围中。

4、参加公司其它活动过多，分散销售工作注意力。

以上几点反思，仅仅是一部分，我工作上的不足还很多，今后会戒骄戒躁，保持一种谦虚谨慎的工作态度。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语五**

我们公司高科技产品的上市，的确是渔船保鲜领域的一次重大革命，一个重要里程碑。技术从来都是产业发展的第一推动力，从电视、vcd到手机、电脑，这些超速发展的行业，无一不是由技术驱动的。我们的产品是前卫的，技术是我们的核心竞争力。和传统带冰作业、某些地区土制压

缩制冷机相比，我们的卖点在于省钱、增收、环保。从三个多月的市场调研和销售实践中，感受到我们的尾气制冷机组在福建沿海渔区存在巨大的消费空间和市场潜力。但销售模式、产品阵列及价格定位值得我们进一步探讨思考。

一、市场环境

福建全省海域面积13.6万平方公里超过陆地面积，海岸线3324公里居全国第二位;岛屿1546个占全国四份之一，地处亚热带，水质良好，气候温和，发展海洋和渔业经济条件得天独厚;目前从北至南有连江黄岐港、石狮祥芝港、晋江深沪港、厦门高崎港、东山大澳港等五个国家级中心渔港;将建成9个国家级中心渔港。福建省确立了海洋捕捞渔船指标至20\_年底控制在19832艘，总功率139.7万千瓦。

为了把握好这个市场机会迅速将尾气制冷机推进市场，深入渔港进行消费者调研。在福建从北到南走访了福州地区，莆田地区，泉州地区，厦门地区，漳州地区的主要渔区渔港。各地的渔民作业习惯、用冰量多少、鱼的存放保鲜方式存在差异：

福州地区

1、连江黄岐港：以大型收渔船(收鲜船)为主，数量近120艘，马力在600-1200马力之间;鱼舱容积多在300立方以上，主要到山东及朝鲜海域收购鱼货，往返时间大约7天左右;主要以带冰保鲜为主，少数收鲜船(不超过20%)装有大型压缩制冷机组。大制冷量的尾气制冷机市场空间大，今后可根据订单量产。

2、连江苔箓港：目前捕鱼船以木壳船为主，近两年正发展铁壳渔船，现有渔船不到200艘，马力多在400-600马力，灯光诱捕渔船居多，保鲜也是以带冰出海为主。灯光船出海时间短，两三天往返一航次，这种作业方式对尾气制冷机的需求反应较为冷淡;大型收渔船数量比黄岐港略少，马力大小、鱼舱容积和保鲜方式与黄岐港大致相同。大制冷量的尾气制冷机市场空间大，今后可根据订单量产。

3、霞浦三沙港：渔船数量有300多艘，近年来渔船从拖网船通过改造向灯光船方向发展，以捕鳐鱼为主，保鲜方式以速冻制冷为主，温度要求在零下20摄氏度以下，目前虽然我们这种尾气制冷机不适宜该地区的灯光渔船保鲜技术要求，但重点应迅速抢占还未改造的拖网船保鲜市场。

莆田地区

以200马力以下小木船近海、浅海捕捞和近海养殖业为主，市场空间极其有限，目前不值得去开发。可以周边地区市场的开发来带动。

泉州地区

拥有晋江深沪港、石狮祥芝港两个国家级中心渔港。各类渔船总计3000余艘，其中生产船数量约占总数三分之二，而且基本上都是拖网渔船。深沪、祥芝两港渔船数量相当，在业外海捕捞渔船每港有700艘左右。马力大都400-800马力之间，鱼舱总容积120-160立方之间，使用容积多在80-120立方之间(四仓占二仓，其它二仓为储冰和备用仓)。作业方式以拖网为主，出海捕鱼每航次在7-10天之间，年用冰费用多在7万元左右，鱼舱保鲜习惯用托盘交叉重叠存放鱼货，非常适合推广我们的产品。以往少数渔船有安装压缩制冷机，但因使用及维修费用高，故障率高，基本都已闲置不用。石狮祥芝镇为全国十大渔业重镇之一。

泉州地区是福建的重点市场，该地区渔民敢拼敢闯，渔业效益处于福建领先地位，接受新事物的观念较好。但历史以来渔民有种习惯，每种渔船新设备的推广，厂商都给第一个使用者免费试用，这已经形成了一种消费心理定势。在与所接触的渔民谈及销售首台尾气制冷机时，他们都抛出了令人尴尬的一句话：在我们这地方有谁试用过?没有就要送一台让我们试用啊，行了大家才会跟着找你买!我们正在商讨如何解决这个问题，来突破前期的销售困境。泉州地区是个大市场，没有周密的策划和合理的价格定位不敢贸然行动，开局一旦搞砸，就会有很长一段时间的市场不应期，短时间内再难勃起!

厦门地区

拥有国家级中心渔港-高崎港，属避风渔港性质，平时都不停靠捕渔船，目前仅有近20艘的大型收鲜船长期停靠，主要到山东及朝鲜海域收鲜，往返6天一航次，大制冷量的尾气制冷机今后可根据订单量产。

漳州地区

大型渔船主要集中在两个地区-浯屿岛和东山岛。

1、浯屿岛

各类渔船总计350余艘，其中收鲜船60来艘，马力大都400-500马力之间，作业方式基本上都是底拖(深海拖曳)为主，出海捕鱼每航次在40-50天之间，但用冰量不大，年用冰量在2.5-4万

之间(因为大量的收鲜船、补给船紧跟捕渔船队出海，捕鱼卖鱼分工明确、配合紧密是浯屿岛一大特色，渔民1-2天就卖一次鱼，甚至当天的鱼货当天就卖给收鲜船，渔民从不自己上岸卖鱼)。鱼舱总容积120-160立方之间，使用容积多在80-120立方之间(四仓占二仓，其它二仓为储冰和备用仓)。保鲜习惯用托盘交叉重叠存放鱼货，虽然适合推广我们的产品

，但因用冰少和难以接受尾气制冷机现有的价位，需采取先从收渔船突破后再拿下捕鱼船的销售策略。

2、东山岛

拥有大澳、冬古、澳角、宫前四个渔港，其中大澳港为国家级中心渔港。各类渔船20\_多艘，木制渔船近20\_艘，铁壳船100来艘，目前在大力发展铁壳船，市场潜力大。马力大都在400-700之间，鱼舱大都分四仓，容积、使用情况、保鲜方式和浯屿岛相似。年用冰量在4-7万左右。渔民有保鲜意识，目前造价在3万左右的小型压缩制冷机流行，一年多来已安装并在使用中的占铁壳船的60%，正在蚕食我们的市场!必须扼制东山小型压缩制冷机的发展，抓紧时间在东山推出首台。前期在东山花了不小力量，宣传到位，渔民已认可了我们的产品技术性能，但为了扛住目前价格，一再错失几次良机!致使在五月中旬前在东山推出首台的原计划不能实现。休渔期已近，目前情况被动，有因小失大的可能，不仅市场推进速度将减慢两三个月，更重要的是影响到今年我们产品在市场的推进局面!

二、消费者需求、购买力及竞争品调查

20\_年之前福建省每年对远洋渔船新购置船有1000万财政贴息，而05年仅为200万，06年160万，其他无政策性扶持，因而目前渔民新造渔船都是靠自筹资金及民间借贷，新船造价一般在\_0至180万之间，马力在400至800之间，一般每条船负债率为60以上，而且90以上的渔船都负债，加上近两年渔业资源匮乏及柴油价格的高涨，大多数渔船出海捕捞基本是保本或略赔，渔民的手头紧了购买力自然就急剧下降!渔民自己算了一笔账：贷款购买我们的产品的十几万资金，每月利息五六千块已经足够买冰用了!价格高低暂且不提，对于用冰量不大的渔民，产品价格已经超过了他们的使用带来的收益和承受能力，省钱增收的卖点显得没有什么说服力了。

我们的产品属于民用品，和锅炉等工业用品的销售对象大不相同。并且制冷机目前不是渔船的必备品，渔民起初都是被动接触我们，所以渔民的消费要靠我们来引导和培育，让渔民先用上我们的产品，发现产品给他们带来的好处后，主动来需要我们的产品，加上合理的价格定位，那么消费需求自然就产生了，市场随之就打开。

竞争对手情况：

①冰

渔船出海带冰作业方式已经有几十年的历史了。渔民觉得带冰出海很实在放心，并且有了依赖性，加上冰厂可以赊帐，或是现金交易每次也只需要几千元，渔民就没有利息的负担及贷款的心理压力(因为渔民本身造船就是借贷的，所以他们要用本来用来还贷的资金来购买尾气制冷机，也就是相当于他们是贷款来购置的)。平均每年每条船买冰费用在三万至七万之间，因各地渔场情况不同费用有所不同。

②压缩制冷机

只有少量(大约0.1)的渔船要速冻渔货才安装大型的压缩制冷机，其特点是价位很高(基本都在二十万以上)且后续的使用成本和维修护养费用高。因其市场定位和尾气制冷机不同，因此可以排除在竞争对手之外。

主要对手是小型的压缩制冷机(其实只起到保温作用，谈不上保鲜作用)。比如东山县的国家级中心渔港大澳港目前流行的土制压缩机正在蚕食宝贵的有限市场，一台设备总价约三万元，目前已经有近六十艘渔船安装了该设备，而且是几乎所有新造船都在下水前直接安装上了。而且售后服务非常好，具有一定的竞争力。

三、营销情况汇报

1、指导思想

从业务开始，我们便以战略伙伴的角度，和厂家一道谋求新产品的快速推进市场。坚持短期效益和长远计划相结合的方向，一方面尽快寻找良好影响力和推广力的首台用户，一方面大量的作基础性工作，深入渔港，了解掌握各地渔业的基本情况和渔民的观念、效益和保鲜需求，扩大渔民对产品的认知度，为以后全面推进市场作好铺垫。并试图以现有的价格体系磨合市场，保证厂家的利益。由始至今我们一直坚持，对产品充满信心，并不计成本地努力。

2、销售渠道

“制造为大”的年代已经结束，营销时代已经到来，没有样板市场可以参照，就像没有导师，没有课本，到底采取什么样的销售模式，更适合我们产品和市场状况，我们一直在实践中摸索。

起初，尝试建立自己的销售渠道，寻找下一级销售商，但你等我我等你的现象出现了，大家都想让别人先推出首台后再行动，谁都不想花费推进市场的宣教成本，承担这个风险。这其实是种假性合作，带有明显投机心理。纯粹等待市场打开了坐收渔利，只能使我们市场推进速度更慢。没有建立样板市场之前盲目发展下级代理商的做法显然是不妥的。

之后，转向利用现有的渠道，即运营很好的造船厂、维修厂和渔具代理商，他们最了解当地渔民情况，但都因为现有价格体系不符合当地消费能力而不冷不热的把我们的业务放置一旁。

好的产品不能如我们预期在市场里流通，真让人心急!加快进入市场的速度，以防市场变数，是能否突围并成长壮大的关键。

四、建议采取促销手段

1、拿出最优惠最妥当的政策在泉州、浯屿岛及东山岛各推出首台。昨日欣闻厂家推出“先使用后收货款”的促销政策，很受鼓舞。但我们觉得还是不够妥当：这样容易出现即使使用效果很好时，渔民为了逃避交款而拒绝承认使用效果好的事实，更加违背于首台让利销售要起正面宣传作用的初衷，极易出现“赔了夫人(首台)又折兵(整个市场)”的状况。

我们建议可以采取：收取首台客户五千至两万的保证金，保证金的目的是强调首台客户要主动配合我们带意向客户到其船上参观我们产品使用效果的活动，一年后无论使用效果如何(只要客户配合我们的宣传参观)，我们都要将该笔保证金返还给首台客户，这样就对首台客户有一定约束力来配合我们。这样才能保证首台让利销售要起正面宣传作用的初衷，同时以此推开市场，即以首台赔小本赢得大市场，兵法云：欲先取之，必先予之。

或是以一次性收款的方式收二到三万元(等同于小型压缩制冷机的价格)的货款售出首台，并以合同约定或以五年免费维修的条件要求用户主动配合宣传。

2、利用休渔期间作好宣传，在区域代表性渔港设立平面广告，并作好下半年的销售策划，尤其是第一台之后的后续销售方案。建议请公司内专业销售策划人士作好策划。

3、保留原有产品系列，继续开发生产中低价位的产品，形成高、中、低三种价位的产品布阵，全面适应不同的消费需求。企业的成功不单在生产，也在于销售。每一种新产品推进市场的过程中，某些时候技术也不能左右消费取向，而是价格的定位和产品的阵列。我们何尝不想象intel一样，先把第一代产品的利润赚足，再推出下一代。可是，我们得先拿下市场啊!

我们的产品技术前卫，有卖点，市场潜力大，但价格定位不很适合福建市场，我们虽然坚持花大力气要在福建泉州、浯屿或东山建立一个样板市场，虽一时受阻，但相信曙光不远!!还请公司领导给予一些可操作性的销售方面的指导。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语六**

20xx年即将过去，虽然在过去的一年里，我店在经历了各种突发事件重挫下，有领导带头及时调整经营思路，依然完成了上级赋予的目标，这和我们在坐的每一位的辛勤努力是分不开的;作为团队的一员我深感荣幸。如来不可惧;猢狲尚难缠，温泉镇酒店行业从最初的我们一家发展的如今的7家，从市场来看这无异于僧多粥少，面对这样的市场我们要想立足，这其中的竞争可想而知，坐以只能待毙，总结是为了扬长避短对自己有个全面的认识。至此辞旧迎新之际有必要回顾总结过去一年的工作，成绩，经验及不足，以利于扬长避短，奋发进取，在新的一年里再创佳绩。

一、客人反映较多的问题：

对于我们服务行业来说，酒店硬件和服务就是我们的生命如果这两方面做不好酒店想要发展壮大想要立足就是纸上谈兵。

1、积极主动的服务意识有待加强，服务缺乏耐心，缺少人情味，尤其是在面对大批量客人时。

2、细节注意不够，凡事没能从自我做起，比如举手之劳，随手清理客人随手丢的垃圾，帮客人拎行李等要时刻注意客人。

3、营业时间无规律性和应变性。

4、技术支持问题：维修范围大，项目多，进度慢，没有应急预案。

5、各部门均各自为政，部门之间的衔接和沟通须加强。

6、服务质量尚需有优化。从多次检查和客人投诉中发现，酒店各部门各岗位员工的服务质量，横向比较有高有低，纵向比较有优有劣。白天与夜晚、平时与周末、领导在与不在，都难做到一个样地优质服务。反复出现的问题是，有些部门或岗位的部分员工，仪容仪表不整洁，礼节礼貌不主动，接待服务不周到，处理应变不灵活。此外，清洁卫生不仔细，设备维修不及时等，也影响着酒店整体的服务质量。

二、销售中的问题

经过一段时间的磨合，销售部已经融合成一支精干，团结，上进的队伍，团队有分工、有合作，人员之间沟通顺利，各相关部门的配合也正日趋加强，能相互理解和支持，好的方面需要再接再励，发扬光大，但问题方面也不少。

1、和其他部门的沟通配合还须加强;这一点销售部迫切渴望获得其他部门的理解和支持，我们都应本着宾客至上，服务第一的原则真诚待客回报酒店。

2、销售工作得不到大家的认同;没有客人抱怨没生意，客人来啦又抱怨太忙、太辛苦。

3、员工服务中惰性强，缺乏主动性和责任感给销售部员工主动争取客户带来了很大的阻力。

4、部门责任不清，本末倒置，出现过失事件相互指责、推脱责任，导致销售人员不能及时处理客人投诉，降低客人回头率。

5、市场调研不够深入，策划方案缺少创新。

6、重外轻内。即重视外部营销，忽视内部管理。把大量的人才、物力都投入到酒店销售上，而酒店内部的基础工作差，设备老化、职工缺乏系统培训，职工素质提高缓慢;酒店基础管理混乱，工作效率低、物耗大、效益低。这种“三落后”的内部管理到头来又影响外部营销，使外部营销失去了保证。这种“重外轻内”的结果，酒店所获得的只是暂时的、局部的利益，缺乏持续发展的基础，酒店竞争乏力，酒店内外受困。

7、道德欠佳。主要表现在酒店在进行营销活动时，重视一时承诺和宣传，而忽视长期的兑现和服务，主要造成以上愿意的如：管道时好时坏，暖气时热时冷等。

以上问题只是诸多问题中的一小部分，虽不致于影响酒店的根本，但不加以重视，最终可能给酒店的未来发展带来重大的损失。

三、销售策略

1、稳固部分固定消费客户和周边政府机关、乡镇企业建立良好的关系。为了巩固老客户和发展新客户，建议召开，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

2、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源，营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。

3、投诉处理。销售部尤其前厅岗位，是酒店的门面岗位，也是客人咨询问题、反映情况、提出建议、投诉不满等较为集中的地方。本着“宾客至上、服务第一”和“让客人完全满意”的宗旨，从部门经理到主管、领班，直至前台接待人员，除了能做到礼貌待客、热情服务外，还能化解矛盾，妥善处理大大小小的客人投诉争取较多的酒店回头客。

4、全员营销竞争上岗。管理者能上能下，员工能进能出，依据工作表现竞聘上岗等等，这些皆利于酒店及部门岗位的政令畅通，令行禁止。推动酒店各项工作的开展，为力争完成营收指标提供管理机制等方面的保证。

5、网络营销

酒店网站建设不够专业，主页不吸引顾客，网站的互动性差，更新次数少，利用率低，互联网的发展能够使我们酒店的公关销售部设立到全球，关键是如何利用好这一资源，做好酒店互联网的营销。

在今后的工作中要不断创新，及时与四周的同事进行沟通，听取身边同事和领导的意见并把它实施在工作中，接下来的工作我会继续努力，多向领导汇报自己在工作中的思想和感受，及时纠正和弥补本身的不足和缺陷。我们的工作要团结才有气力，要合作才会成功，才能把我们的工作推向前进!我相信：在上级的正确领导下，xx酒店的未来犹如浩大雄鹰，展翅高飞。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语七**

过去的一个月里，作为销售区域经理，我在上级领导的正确领导下以及广大同事的大力支持下，突出重点、狠抓落实，较好地完成了本职工作。现将本月的工作情况向大家作如下汇报，请大家评议，多提宝贵意见。

一、加强学习，把握市场动向

我深知区域经理肩负着重大的职责。要成为一名合格的区域经理，我必须具备较高的从业素质。因此，在工作之余，我常常学习业务知识，了解市场动态，以提高对市场动向的敏锐度。同时，认真分析各个站点的运营情况，及时改进运营管理中的不足，确保十四个站点均能高效、稳定地运转。另外，我们尝试了投币充电的相关业务，但由于前期准备不足和其它方面的影响，导致7个站点在这方面的业务较差，为避免对其它主业的影响，最终决定取消该业务。

二、爱岗敬业，认真完成各项工作

工作以来，我始终坚持“精益求精、一丝不苟”的工作态度，事无巨细，都以高度的责任感去对待。除了做好各站点的运营工作外，还重点做好下列工作：

1.做好对亭内外的卫生检查工作，保持亭四周的环境卫生、整洁，为大家营造一个舒适的工作环境。

2.检查车辆数目，并认真登记车辆损坏数量。

3.每周不定期在中午或晚上对管理员在岗与脱岗情况进行督查，进一步提高管理人员的责任意识与在岗意识。

4.根据公司要求，努力跑广告，但由于市场形势严峻，个人经验缺乏，未能完成这项任务。

三、强调服务品质，巩固客户群体

20\_\_年以来，\_\_行业的竞争形势日益严峻。为确保公司各项业务的顺利发展，我在分析行业现状及市场动向的基础上，结合分管站点的营销情况，提出了合理化建议。其中，特别强调服务质量，优化服务手段，在巩固老客户的同时，吸纳更多新客户，收到了不错的效果。

四、存在的不足

虽然通过大家的共同努力，获得了不错的区域销售业绩。但面对竞争日益激烈的市场，我觉得我们的工作仍存在一些不足：一是销售团队业务水平有待进一步提升;二是由于同行竞争激烈，销售队伍稳定性较差;三是销售渠道比较单一，不够稳定。就我个人来说，业务水平有待进一步提高，办事缺乏创新意识，有时不够冷静。因此，导致广告业务这块工作做得还不够好。

五、20\_\_年工作计划

(一)带头抓学习，不断提高整体业务水平

在工作中，我要带头学习，学习相关业务知识，销售技巧，公司的规章制度，进一步提高整体的业务水平。同时，在工作中要关心同事，了解他们的诉求，更好地为他们解决实际问题，增强团队凝聚力。

(二)明确工作目标，制定工作计划

根据20\_\_年公司下达的工作指标，结合市场情况，确定具体的工作目标，并出台相应的工作计划。围绕工作计划，合理部署、科学安排，力争圆满完成各项任务。尤其是商务广告业务这块，我要加倍努力，多借鉴他人的好经验、好做法，创新思路，大胆进取，积极协调，力争顺利完成月任务、年度任务。

(三)增强创新意识，积极开拓更多市场

为抢占更多的市场份额，我必须不断增强创新意识，用发展的眼光，创新的理念，进一步稳定现有销售渠道，开辟新的销售渠道，使销售方式更加多元化，带领大家共同开辟更多的市场。目前，我打算在长江北路经营一个小卖部，以此为切入点，逐步推入公司产品。

最后，借此机会，我衷心地向在工作中给予我关心、帮助、支持的各位领导、各位同事，说一声“谢谢!”。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语八**

有成功，有遗憾，有喜悦，有伤感，但都成为过去，现在我把这一年的工作做下总结：

一、加强学习，不断创新

20xx年的家居市场非常严峻，非常激烈，品牌家居更新非常快，为了达到知己知彼战胜对手，我们不断的努力学习各方面专业知识，不断的充实自己，首先在网上多学习竟比车型的专业知识，了解市场最新经济动态，及时掌控最新政策，每个月都让某组销售顾问和店内销售顾问了解竞品车型的最新政策和同行经销商的最新政策，来制定一些特殊区域的新的销售政策及销售理念。现在新销售顾问较多，销售技巧欠缺，解决方案就是学习案例分析，快速提高销售技巧。

二、完善公司制度

20xx年的年初，各部门的管理制度不算太完善，尤其是销售流程，前岗和电话岗总出现空岗，影响销售。但现在公司制度已经比较完善，已经更改过几次，都是在工作中发现问题后加以改善，在以后的工作中也是不断的总结，把制度和工作流程逐步的改善，同时销售又配备展厅主管起到了监督和管理的作用，使工作更加快捷，提高工作效率。

三、加强公司管理

公司已经成了十一周年，从小到大，从弱到强，其发展速度非常快，为了不制约公司发展的速度，应对公司的管理制度要更严谨，其首先要做到以身作则，与各部门领导干部积极配合。20xx年有很多工作失误之处，欠缺的就是各部门之间的工作衔接。尤其是售前和售后之间的工作交接不连贯，延长了销售时间，但通过几次的改制，现在的售前与售后的工作流程比较顺畅。并且装饰部门现在工作效率也在提高，服务质量比以前有所改变。

四、加强部门之间的协调

注重各部门协调性配合调动员工的凝聚力现在公司发展速度非常快，要提高工作效率，首先各部门要配合好工作，相互之间协商好，关系到某一个部门工作时，先要提前把信息详细告诉对方，让对方有个提前工作准备，争取把工作做到更细更好。现在销售部门新人较多，通过近几个月的相互之间的工作磨合，同志之间的关系比较融洽，工作起来比较开心。

五、提高服务质量提升维修技术着重维护vip客户

销售顾问及辅助工作人员都要提高服务质量，提高客户满意度，售后服务接待和维修技术人员也要注重服务态度和提高维修技能，某品牌最省油，它的口碑，但广告做的确较少，那我们只能利用少有的广告费用，创造更多的效益，我们利用的耐用、时尚的优势。提高服务质量，提升售后维修技能，维护好老客户，扩大宣传点，而且今年厂家又改善置换业务，增加了销售渠道，能让客户满意而归，从而提升客户回头进店率。因现在新销售顾问比较多，老客户回头率非常少，所以主要在销售基础上增加服务质量，提高客户满意度。还有要靠售后部门优质的维修技术，增加客户满意度。

六、稳固二级市场

加快二级周边市场占有率的扩张通过20xx年销量的分析来看，大部分家居的销售方向逐步再往二级市场销售，这一年通过广宣部门的市场宣传，后半年其公司领导对二级市场的督导，使销量稳步上升，所以20xx年首要任务是加快对二级经销商销售顾问的专业培训，掌握产品知识和提升销售技巧、服务质量，并且提升售后维修服务态度、及维修技术。之后加大市场宣传面，因公司人手不够，光靠总店派人去宣传比较延误时间，如果让二级经销商自己对周边市场的宣传，先占有市场，有一定知名度后就更会增加销量。

为了公司辉煌的明天，我会和全体员工们共同努力为明年的销量再创佳绩!

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语九**

xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的销售经理工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的销售经理工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把销售经理工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的销售经理工作做的更好。下面我对一年的销售经理工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司销售经理工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教经理和北京总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市场经验，现在对xx市场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，对市场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，针对市场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：

一、对于xx市场了解的还不够深入，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。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

二、部门工作总结在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我毛司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面诗司xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在销售经理工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我毛司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写销售工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售经理工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

三、市场分析现在xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我毛司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。在xx区域，我毛司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

四、xx年工作计划在明年的销售经理工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的销售经理工作中建立一个，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对销售经理工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在销售经理工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4、在地区市建立销售，服务网点。(建议试行)根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5、销售目标，今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的销售经理工作模式与工作环境胜作的关键。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语篇十**

回顾一年的工作情况，我们销售部在公司的正确领导下，及公司各部门的鼎立支持下，努力发展市场。面对建材市场竞争激烈，原材料价格节节攀升的情况下，销售部全体人员抓住机遇，团结拼搏，齐心协力完成了本年度的销售工作任务，为了更好地掌握一年来的工作经验不足，便于下年度销售工作的开展，特将本年度工作总结如下：

一、20xx年总体销售情况：

1、一二线: 实发：----------吨， 实收：----------吨， 磅差：-------吨 2、三线 ：实发：------- 吨 ， 实收：---------吨， 磅差：-------吨 3、合计 ：实发：----------吨， 实收：----------吨， 磅差：---------吨 4、外购 ：实发：-------- 吨， 实收：----------吨， 磅差：--------吨 5、总计 ：实发：----------吨， 实收：---------吨， 磅差：---------吨 其中一二线比20xx年增长-------吨，同比增长率达-------% 6、20xx年全年资金回笼----------元。 二、加强业务水平，提高综合素质

销售部是公司产品销售的直接渠道，肩负着公司产品全部的销售工作，任重且道远，销售部又是我公司企业文化窗口，建立一支能征善战的高素质销售队伍对完成公司年度销售任务至关重要，“工欲善其事必先利其器”加强优质的服务，牢固树立以客户为中心的服务意识，全心全意为客户服务的经营理念，及时了解市场行业动态，诚实.守信对待客户，就必须加强业务水平的学习，提高自身素质的规范。老板是率领销售部的最高领导者，希望加强对我们销售部人员的监督.批评和专业指导，为公司创造最大的价值和自我的增值。

三、稳固老市场，开拓新市场

销售形势的好坏是直接影响公司经济效益的高低，一年来，销售部坚持稳定已有市场，努力开发新的市场，利用我公司--品牌著名度带动产品销售，建立了以150公里销售半径为主体，辐射到200公里至300公里为半径的销售网络格局。

四、关注行业动态，准确把握市场信息

随着建材行业之间日趋严酷的市场局面，信息在市场销售过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益，销售部将密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，并把市场调研和信息的收集.分析.整理工作化，规范化，经常化。销售部通过市场调查.业务洽谈.走访客户等方式与途径建立稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势，建立客户档案.厂家档案，努力作好基础信息的收集，根据市场情况积极派驻人员对市场动态跟踪把握。

五、加强销售管理，提高售后服务

在平时的日常工作中，销售部要加大对经销商的产品流向，公司的产品质量以及库存的数据。在保质保量供应的前提下，最大限度的减少库存降低企业的风险。加强与客户的沟通联系，先做朋友，再做生意，及时了解客户的生产运作情况和竞争对手的情况，发现问题及时处理，将客户的要求及产品质量情况反馈给有关部门，并加强横向部门的沟通协作，使我们的产品质量 和服务能满足客户的需要，集中精力做好售前.售中.售后服务，把业务巩固下来，越做越大，积极参加与新业务的开拓，加大资金回笼的力度，回避企业风险。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语篇十一**

转眼间，20\_\_年已成为历史，但我们仍然记得去年激烈的竞争。天气虽不是特别的严寒，但大街上四处飘飘的招聘条幅足以让人体会到20\_\_年阀门行业将会又是一个大较场,竞争将更加白热化。市场总监、销售经理、区域经理，大大小小上百家企业都在抢人才，抢市场，大家已经真的地感受到市场的残酷，坐以只能待毖。总结是为了来年扬长避短,对自己有个全面的认识。

一、任务完成情况

今年实际完成销售量为8000万，其中一车间球阀3000万，蝶阀2200万,其他2800万，基本完成年初既定目标。

球阀常规产品比去年有所下降，偏心半球增长较快，锻钢球阀相比去年有少量增长;但蝶阀销售不够理想(计划是在20\_万左右)，大口径蝶阀(dn2500万以上)销售量很少，软密封蝶阀有少量增幅。

总的说来是销售量正常，oem增长较快，但公司自身产品增长不够理想，“双达”品牌增长也不理想。

二、客户反映较多的问题

对于我们生产销售型企业来说，质量和服务就是我们的生命，如果这两方面做不好，企业的发展壮大就是纸上谈兵。

1、 质量状况：质量不稳定，退、换货情况较多。如长龙客户的球阀，刘枫客户的蝶阀等，发生的质量问题接二连三，客户怨声载道。

2、 细节注意不够：如大块焊疤、表面不光洁，油漆颜色出错，发货时手轮落下等等。虽然是小问题却影响了整个产品的质量，并给客户造成很坏的印象。

3、 交货不及时：生产周期计划不准，生产调度不当常造成货期拖延，也有发货人员人为因素造成的交期延迟。

4、 运费问题：关于运费问题客户投诉较多，尤其是老客户，如白旗、开运等人都说比别人的要贵，而且同样的货，同样的运输工具，今天和昨天不一样的价。

5、技术支持问题：客户的问题不回答或者含糊其词，造成客户对公司抱怨和误解，儱侗、凯旋等人均有提到这类问题。问题不大，但与公司“客户至上”“客户就是上帝”的宗旨不和谐。

6、 报价问题：因公司内部价格体系不完整，所以不同的客户等级无法体现，老客户、大客户体会不到公司的照顾与优惠。

三、销售中存在的问题

经过近两年的磨合，销售部已经融合成一支精干、团结、上进的队伍。团队有分工，有合作，人员之间沟通顺利，相处融洽;销售人员已掌握了一定的销售技巧，并增强了为客户服务的思想;业务比较熟练，都能独当一面，而且工作中的问题善于总结、归纳，找到合理的解决方法，廊坊在这方面做得尤其突出。各相关部门的配合也日趋顺利，能相互理解和支持。好的方面需要再接再励，发扬光大，但问题方面也不少。

1、人员工作热情不高，自主性不强。上班聊天、看电影，打游戏等现象时有发生。究其原因，一是制度监管不力，二则销售人员待遇较低，感觉事情做得不少，但和其他部门相比工资却偏低，导致心理不平衡。

2、组织纪律意识淡薄，上班迟到、早退现象时有发生。这种情况存在公司各个部门，公司应该有适当的考勤制度，有不良现象发生时不应该仅有部门领导管理，而且公司领导要出面制止。

3、发货人员的观念问题：发货人员仅仅把发货当做一件单纯任务，以为货物出厂就行，少了为客户服务的理念。其实细节上的用心更能让客户感觉到公司的服务和真诚，比如货物的包装、清晰的标记，及时告知客户货物的重量，到货时间，为客户尽量把运输费用降低等等。

4、统计工作不到位，没有成品或半成品统计报表，每一次销售部都需要向车间询问货物库存状况，这样一来可能造成销售机会丢失，造成劳动浪费，而且客户也怀疑公司的办事效率。成品仓库和半成品仓库应定时提供报表，告知库存状况以便及时准备货品和告知客户具体生产周期。

5、 销售、生产、采购等流程衔接不顺，常有造成交期延误事件且推脱责任，互相指责。

6、 技术支持不顺，标书图纸、销售用图纸短缺。

7、 部门责任不清，本未倒置，导致销售部人员没有时间主动争取客户。

以上问题只是诸多问题中的一小部分，也是销售过程中时有发生的问题，虽不致于影响公司的根本，但不加以重视，最终可能给公司的未来发展带来重大的损失。

四、对于公司管理提出我自己的一点想法

我们双达公司经过这两年的发展，已拥有先进的硬件设施，完善的组织结构，生产管理也进步明显，在温州乃至阀门行业都小有名气。应该说，只要我们战略得当，战术得当，用人得当，前景将是非常美好的。

“管理出效益”，这个准则大家都知道，但要管理好企业却不是件容易的事。我感觉公司比较注重感情管理，制度化管理不够。严格说来公司应该以制度化管理为基础，兼顾情感管理，这样才能取得管理成果的最大化。就拿考勤来说，卡天天打，可是迟到、早退的没有处罚，加班的也没有奖励，那么打不打卡有什么区别?不如不打。又如员工工作怠慢没人批评指正，即使有人提起最后也是不了了只，这是姑息、纵容，长此以往，公司利益必然受损。

过程决定结果，细节决定成败 。公司的目标或者一个计划之所以最后出现偏差，往往是在执行的过程中，某些细节执行的不到位所造成。老板们有很多好的想法、方案，有很宏伟的计划，为什么到了最后都没有带来明显的效果?比如说公司年初订的仓库报表，成本核算等，开会时一遍又一遍的说，可就是没有结果，为什么?这就是政令不通，执行力度不够啊。这就是为什么国内企业最近几年都很关注“执行力”的一个重要原因，执行力从那里来?过程控制就是一个关键!完整的过程控制分以下四个方面：

1)工作报告相关人员和部门定期或不定期向总经理或相关负责人汇报工作，报告进展状况，领导也抽出时间主动了解进展状况，给予工作上指导 。

2)例会定期的例会可以了解各部门协作情况，可以共同献计献策，并相互沟通。公司的例会太少，尤其是纵向的沟通太少，员工不了解老总们对工作的计划，对自己工作的看法，而老板们也不了解员工的想法，不了解员工的需要。

3)定期检查计划或方案执行一段时期后，公司定期检查其执行情况，是否偏离计划，要否调整，并布置下一段时期的工作任务。

4)公平激励建立一只和谐的团队，调动员工的积极性、主动性都需要有一个公平的激励机制。否则会造成员工之间产生矛盾，工作之间不配合，上班没有积极性。就我的个人看法，我认为销售部的工资偏低，大环境比较行业内各个阀门厂销售人员的待遇，小环境比较公司内各部门的待遇。虽然销售部各员工做得都很敬业，实际上大家内心都有一些意见。如果公司认为销售部是一个重要的部门，认可销售部员工的辛苦，希望能留住那些能给公司带来利润的销售人员，那么我建议工资还是要有相应调整，毕竟失去一位员工的损失太大了。

另外一个方面就是公司管理结构和用人问题。由于公司自身结构的特殊性，人事管理上容易出现越级管理、多头管理和过度管理等现象。越级管理容易造成部门经理威信丧失，积极性丧失，最后是部门内领导与员工不融洽，遇事没人担当责任;多头管理则容易让员工工作无法适从，担心工作失误;过度管理可能造成员工失去创造性，员工对自己不自信，难以培养出独当一面的人才。

以上只是个人之见，不一定都对，但我是真心实意想着公司未来的发展，一心一意想把销售部搞好，为公司也为自己争些体面，请各位老总们斟灼。

———-结束。

好像本篇总结也没有写下个年度的工作总结，仅是对领导汇报本年度工作的一篇文章，我建议大家在写这种工作总结是一定写上下年度工作计划，而且目标一定是越细越好，太泛了，大家对会感觉很不实际，很飘。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语篇十二**

编后语：以上这份“汽车销售经理个人年终工作总结”的工作总结内容就是这样子，希望对您写工作总结有所帮助！

第五篇：20\_\_年公司销售经理年终个人工作总结-销售工作总结

20\_\_年公司销售经理年终个人工作总结-销售工作总结

20\_\_年公司销售经理年终个人工作总结

20\_\_年是公司销量最高的一年，各项工作均得到了前所未有的长进，综合实力大大增强，这是全体员工和各级领导团结拼搏，全身心的投入，付出的心血和汗水的结果，更重要的是集团公司有一支求真务实，锐意进取，着力开拓的销售团队，对公司高速发展作出了不可磨灭的贡献。通过半年的试用考察期，能正式成为销售公司大家庭的一员，喜悦之情难以表达。

回顾自己一年来的工作，工作积极性是高的，也能全身心的投入，工作也是尽心尽责的，和各级领导相处也是融洽的， 临近内年终，自己有必要对工作做一下回顾，目的在于吸取教训，提高自己，以使把工作做得更好，自己也有信心和决心，在新的一年内把工作做得更出色。

一、销售情况总概：

截止20\_\_年12月31日我负责的客户共有28家。下半年任务为\_\_吨，实际完成销量：\_\_\_\_\_\_吨，完成目标\_\_\_\_\_\_%。全年销售金额：\_\_\_\_\_\_元（其中含运费：\_\_\_\_\_\_元），回收资金：\_\_\_\_\_\_元，资金回收率达到\_\_\_\_\_\_%；降老款任务建德耀华李副总同意收回70%，了结老帐，具体工作正在跟进中。

二、具体履行职责：

1、实习考察期：20\_\_年1-6月

1）管理公司客户13家，每月发货量在150t-250t不等，在发货和客户沟通上，经过半年的培训和林经理的指导，自己完全能对应。上半年处理了公司客户投诉4件，基本学会了退货、换货的程序，今后能独立操作和应对。

2）每月按时完成新客户开发统计报表和工作小结，六月份执行每日汇报制。

3）开展crm系统进行初始化工作。

4）送样客户60家，并做到及时跟踪和反馈试用情况，但这些客户都较小，大部分是电话询问要样，有的联系半年才有少量订单（如双良、科亮），可见开发比维系难度更大。成功开发新客户40家，但点多量小，客户群采购也不稳定性。

5）合研发部新产品开发寻找市场：gmt纱、中碱smc纱；对变压器及卫生洁具市场展开调查。

2、任务承包期：20\_\_年7-12月

下半年加入华东片区，正式开展业务工作，对宁波山泉、三方电力、浙江德鑫等大客户占销售总量的70%，为保证做好服务跟踪，在质量纠纷、抱怨、投诉、退货等问题上及时处理，保证客户满意度

在寻找可能的新客户时，形成了自己的套路，主要利用网络工商企业目录、专业杂志广告、贸易展览等途径；在联系之前，应掌握该司的生产经营状况、现进货渠道、用量、结算方式、关键人物等，同时掌握各种能够保证有效推荐的信息；尽可能的接近买主，当面沟通；推荐产品的重要因素可信性，诚信促进成交。下半年开发华东片新客户累计10余家，其中在短切毡方面成效显著：上海良机冷却设备（7吨）、上海金日冷却设备（累计发货近50吨）开发成功，明年将能保持稳持续定供货。同时关注市场行情，对新产品绝缘子用环氧玻纤，摩擦材料用玻纤短切丝等市场进行深入了解，完成详细的调查报告并将信息反馈研发部，为其提供基本的市场需求信息。到广州参加第十一届中国国际复材展，首次接触参展工作，圆满的完成了接待、洽谈、记录、信息收集、总结等任务参与公司第十一届国际玻纤年会客户筹备工作，协助完成发放客户邀请函、来宾统计、食宿安排等工作，并完成洽谈记录、年会总结等善后工作。经过磨练，我显得更加成熟，业务更加熟练，信念更加坚定，我对自己从事的工作和公司充满了信心。

三、公司活动：

在完成本质工作之余，极参加公司组织的一些企业文化活动，即丰富了自己的业余生活，又在各个方面使自身得到提高。（1）热心关注团委工作，被评为\_\_年桐乡市市级优秀团员；（2）有幸当选公司中秋晚会及公司第十一届年会晚会的主持人；（3）协助公司其它部门开展企业文化活动；（4）凭借个人对写作的爱好，担任销售公司《巨石报》 《巨石通讯》的通讯员工作。在今后的工作中，我一定认真完成好公司、团委交给的各项任务，为公司企业文化的发展尽一份力。

四、自我反省：

回顾自己20\_\_年的销售工作，与客户沟通，公司内部各部门协调都十分融洽，但由于自己刚迈进社会，仅凭着对销售工作的热爱，而缺乏经验和专业的营销知识，在工作中主动性欠缺，过于相信他人，造成货款回收的延期；在产品供应紧张的情况下对新客户开发显得不够重视，使客户开发进展相对缓慢。在来年的工作中，我会努力克服不足，多向杨经理等有丰富经验的老同志学习，为了吸取经验教训，使今后的工作做得更好，进行以下几点反思：

1、为能在营销知识上有所提高，我在工作之余进行浙江大学国际贸易（本科）专业的学习，但在处理学习和工作的时间和心态上，未能分清工作的重心，没有将更多的精力投入到工作中。

2、在工作中认真、仔细的程度还有所欠缺，对文字性材料没有校对意

识。

3、工作激情不足，还没有完全融入到工作的氛围中。

4、参加公司其它活动过多，分散销售工作注意力。

以上几点反思，仅仅是一部分，我工作上的不足还很多，今后会戒骄戒躁，保持一种谦虚谨慎的工作态度。

五、20\_\_年工作规划：

（1）加大新客户开发力度，集中精力在网上查找信息，整理汇总后按地区逐个搜索，只要有一线希望的，主动送样，及时到现场跟踪使用结果。

（2）由于我司生产的短切毡质量还存在问题，对绍兴等地的透明板材行业难以进入，望明年产品质量提高，成为明年工作的重点开发对象；而方格布有很大的市场，但我司定价太高，客户难以接收，据悉，泰山的方格布目前供不应求，价格为8200-8600元/吨，我司产品在质量上优于对方，但2500-3000元/吨的 差价，距离实在太远。而对于中碱方格布，市场需求量很大，加上这些用布客户大部分都采用我司纱，进入该市场较为容易，但价格问题是前提。

（3）随着明年十万吨无碱池窑的点火出丝，华东地区土工格栅市场，海宁天星、海利得、成如旦将是一个增长点。

（4）浙江德鑫明年将搬迁至桐乡，新增3台缠绕设备、部分转产中碱管道，所以对中碱纱需求量预计有所增加。

（5）对中碱网格布用纱，\_\_年采购点是山泉、金伟、大连，但随着\_\_年价格上涨，估计上半年将没有销量。

（6）对于中碱管道市场，神州、华诚、三方电力会随价格的调整，预计降低采购量。只能等下半年成都4万吨点火后才能正常运作。

根据以上分析，20\_\_年上半年我所负责的片区压力是非常大的，在严峻的形势下，若只是守住原有客户，那任务将远远难以完成，所以新客户开发是工作的重中之重。但由于参加工作时间不长，经验和阅历都不够丰富，除自己努力外，还希望能得到领导的支持和帮助。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语篇十三**

20\_\_年\_月以来，在\_\_公司\_\_支公司的正确领导下，作为营销业务四部一名销售团队经理，我立足自身岗位实际，带领全体销售人员，认真努力工作，积极服务客户，完成了工作任务，取得良好的成绩，获得上级领导和客户的满意。有关个人工作情况总结如下：

一、个人基本情况和工作履历

我叫\_，\_\_年\_月\_日出生，\_\_年\_月毕业于\_\_学院\_\_专业，大学\_科文化。20\_\_年\_月参加工作，先后在\_\_公司\_\_支公司综合部综合岗、渠道业务一部中介展业岗工作，后来担任营销业务二部和营销业务四部个代营销团队经理岗、销售团队经理。

二、认真学习，提高业务水平和工作技能

自参加保险销售工作以来，我意识到保险业不断发展和业务创新对保险员工提出了更高的要求，必须认真学习，提高自己的业务水平和工作技能，才能适应工作的需要。为此，我积极参加上级组织的相关业务培训，认真学习保险业务操作流程、相关制度、资本市场知识、保险产品知识以及如何与客户沟通交流的技巧等等，做到在与客户的沟通中，当客户问起保险产品和其他有关问题时，能够快速、正确地答复客户的提问，给客户提供建议和处理方法，用自己的专业知识构架起与客户沟通的桥梁，促进保险业务发展，为单位创造良好经济效益。

三、认真工作，努力服务好客户

我现在主要负责\_\_省\_\_市开发区“\_\_名车行”等\_家4s店的保险业务。我带领全体销售人员认真工作，努力服务好客户，促进保险业务发展，提高单位经济效益。一是始终坚持以客户为中心，严格履行“公开承诺”、“首问负责”、“微笑服务”，增强服务意识，创新服务方式，改进服务作风，满足客户多元化需求，提高客户的满意度。二是彻底更新观念，自觉规范行为，认真落实支公司各项服务措施，苦练基本功，加快业务办理的速度，避免失误，把握质量，维护好客户关系。三是针对不同客户的特点，细致入微，努力做好服务工作，要赢得客户由衷的赞许，为支公司争取更多的忠诚客户，持续推进保险业务发展。

四、辛勤工作，创造良好经营业绩

我不怕困难，辛勤工作，为支公司创造良好经营业绩，其中20\_\_年为\_万元，以实际行动为支公司的发展作出了自己应有的努力和贡献。在过去的几年中，我虽然完成了任务，取得良好成绩，但不能以此为满足。今后，我要更加努力学习，提高自己的领导能力和业务能力，创新工作方法与服务形式，争取创造优良业绩，促进支公司健康持续发展。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语篇十四**

20\_\_年是公司销量最高的一年，各项工作均得到了前所未有的长进，综合实力大大增强，这是全体员工和各级领导团结拼搏，全身心的投入，付出的心血和汗水的结果，更重要的是集团公司有一支求真务实，锐意进取，着力开拓的销售团队，对公司高速发展作出了不可磨灭的贡献。通过半年的试用考察期，能正式成为销售公司大家庭的一员，喜悦之情难以表达。

回顾自己一年来的工作，工作积极性是高的，也能全身心的投入，工作也是尽心尽责的，和各级领导相处也是融洽的，临近内年终，自己有必要对工作做一下回顾，目的在于吸取教训，提高自己，以使把工作做得更好，自己也有信心和决心，在新的一年内把工作做得更出色。

一、销售情况总概：

截止20\_\_年12月31日我负责的客户共有28家。下半年任务为\_\_吨，实际完成销量：\_\_\_\_\_\_吨，完成目标\_\_\_\_\_\_%。全年销售金额：\_\_\_\_\_\_元（其中含运费：\_\_\_\_\_\_元），回收资金：\_\_\_\_\_\_元，资金回收率达到\_\_\_\_\_\_%；降老款任务建德耀华李副总同意收回70%，了结老帐，具体工作正在跟进中。

二、具体履行职责：

1、实习考察期：20\_\_年1-6月

1）管理公司客户13家，每月发货量在150t-250t不等，在发货和客户沟通上，经过半年的培训和林经理的指导，自己完全能对应。上半年处理了公司客户投诉4件，基本学会了退货、换货的程序，今后能独立操作和应对。

2）每月按时完成新客户开发统计报表和工作小结，六月份执行每日汇报制。

3）开展crm系统进行初始化工作。

4）送样客户60家，并做到及时跟踪和反馈试用情况，但这些客户都较小，大部分是电话询问要样，有的联系半年才有少量订单（如双良、科亮），可见开发比维系难度更大。成功开发新客户40家，但点多量小，客户群采购也不稳定性。

5）合研发部新产品开发寻找市场：gmt纱、中碱smc纱；对变压器及卫生洁具市场展开调查。

2、任务承包期：20\_\_年7-12月

下半年加入华东片区，正式开展业务工作，对宁波山泉、三方电力、浙江德鑫等大客户占销售总量的70%，为保证做好服务跟踪，在质量纠纷、抱怨、投诉、退货等问题上及时处理，保证客户满意度

在寻找可能的新客户时，形成了自己的套路，主要利用网络工商企业目录、专业杂志广告、贸易展览等途径；在联系之前，应掌握该司的生产经营状况、现进货渠道、用量、结算方式、关键人物等，同时掌握各种能够保证有效推荐的信息；尽可能的接近买主，当面沟通；推荐产品的重要因素可信性，诚信促进成交。下半年开发华东片新客户累计10余家，其中在短切毡方面成效显著：上海良机冷却设备（7吨）、上海金日冷却设备（累计发货近50吨）开发成功，明年将能保持稳持续定供货。同时关注市场行情，对新产品绝缘子用环氧玻纤，摩擦材料用玻纤短切丝等市场进行深入了解，完成详细的调查报告并将信息反馈研发部，为其提供基本的市场需求信息。到广州参加第十一届中国国际复材展，首次接触参展工作，圆满的完成了接待、洽谈、记录、信息收集、总结等任务参与公司第十一届国际玻纤年会客户筹备工作，协助完成发放客户邀请函、来宾统计、食宿安排等工作，并完成洽谈记录、年会总结等善后工作。经过磨练，我显得更加成熟，业务更加熟练，信念更加坚定，我对自己从事的工作和公司充满了信心。

三、公司活动：

在完成本质工作之余，极参加公司组织的一些企业文化活动，即丰富了自己的业余生活，又在各个方面使自身得到提高。（1）热心关注团委工作，被评为\_\_年桐乡市市级优秀团员；（2）有幸当选公司中秋晚会及公司第十一届年会晚会的主持人；（3）协助公司其它部门开展企业文化活动；（4）凭借个人对写作的爱好，担任销售公司《巨石报》《巨石通讯》的通讯员工作。在今后的工作中，我一定认真完成好公司、团委交给的各项任务，为公司企业文化的发展尽一份力。

四、自我反省：

回顾自己20\_\_年的销售工作，与客户沟通，公司内部各部门协调都十分融洽，但由于自己刚迈进社会，仅凭着对销售工作的热爱，而缺乏经验和专业的营销知识，在工作中主动性欠缺，过于相信他人，造成货款回收的延期；在产品供应紧张的情况下对新客户开发显得不够重视，使客户开发进展相对缓慢。在来年的工作中，我会努力克服不足，多向杨经理等有丰富经验的老同志学习，为了吸取经验教训，使今后的工作做得更好，进行以下几点反思：

1、为能在营销知识上有所提高，我在工作之余进行浙江大学国际贸易（本科）专业的学习，但在处理学习和工作的时间和心态上，未能分清工作的重心，没有将更多的精力投入到工作中。

2、在工作中认真、仔细的程度还有所欠缺，对文字性材料没有校对意识。

3、工作激情不足，还没有完全融入到工作的氛围中。

4、参加公司其它活动过多，分散销售工作注意力。

以上几点反思，仅仅是一部分，我工作上的不足还很多，今后会戒骄戒躁，保持一种谦虚谨慎的工作态度。

**销售经理工作总结不足 销售经理工作总结的结束语篇十五**

一、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”现象基本消除，营销团队的管理加强。

2、待遇方面，基本消费了“大锅饭现象”，薪资待遇的挑战性增强，标准更科学合理。

3、团队的执行力有所增强。

4、提问题不提解决方案的现象减少，销售人员的工作能动性增强。

5、销售人员工作主动性有所增强，工作实效提高。

(二)团队建设分析：

1、正面因素分析：

①采取每日电话报到和每月工作汇报的管理形式，一定程度上可以了解销售人员在做什么?做得怎样?

②降低了销售人员底薪，并将提成比例随着回款额度的增加而提高，增强了销售人员的工作挑战性。

③通过“提醒式”的罚款和个人管理信用的树立，从制度要求和心理印象上让销售人员感觉到公司管理的严肃性，因此执行力随

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