# 有关公司销售业务员述职报告范文(精)(七篇)

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2025-04-10

*有关公司销售业务员述职报告范文(精)一地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_...*

**有关公司销售业务员述职报告范文(精)一**

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方经平等协商，以自愿、平等互利为原则，在真实、充分地表达各自意愿的基础上，根据《中华人民共和国合同法》的规定，就乙方代理销售甲方之\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_系列软件产品，双方达成如下协议，并由双方共同恪守。

一、定义

除非本合同的条款或者内容中另有规定，下列名词应具有如下意思：

1.软件产品：指业已进行商品化工作的、公开发表过的、且甲方作为权利人或权利受让人能够进行授权销售并能够提供技术支持和服务的软件，包括该软件的可执行程序和有关文档等;

2.代理销售：指根据《计算机软件保护条例》第十八条规定的，软件著作权人或者权利受让者许可行使展示、销售软件产品的权利，代理销售包括代销或经销;

3.代销：是指甲方授权乙方销售其产品，产品销售完以后或按照双方约定的期限与乙方结算，乙方可随时将未售完的货物退回甲方的合作方式;

4.经销：是指甲乙双方按照下列条件结算的合作方式

(1)货到付款;

(2)按月结算，即每月底结算当月或在其它约定日期结算约定日期前一个月内的进货;

(3)按批结算，即每批进货时结算上批进货。

(注：上述结算方式由双方协商在补充协议或附件中选择一种。)

5.双方：指甲方和乙方的合称;

6.补充协议：指主合同的补救条款，与主合同具有同样的效力。

二、甲、乙双方的权利义务

1.甲方是\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_系列软件产品的供应商，乙方是代理销售商。

2.销售范围：甲方指定乙方在\_\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_\_市\_\_\_\_\_\_区内销售甲方软件产品，但甲方保留在此区发展新客户的权利。

3.乙方作为甲方的代理销售商，应尽代理销售商的责任。在上述区域应按甲方销售策略销售要求，尽努力将甲方软件产品售进所有的大、中、小型零售客户及二级批发客户，如有新的零售店及批发店诞生，也应及时接洽和供货，并确保不出现缺货现象。甲方也应保证供应足够的货源。

4.软件产品的品种、数量由订单、收货单确定，最终以收货单为准。

5.运输及运费计算：使用铁路运输的，甲方将以软件产品到岸价的形式向乙方供，即甲方负责将软件产品发运到乙方所属地区火车站的运费，而乙方将负责货物在当地火车站到乙方仓库的一切装卸杂费;使用其他运输方式的另行约定。

6.货物残损、退换：乙方在验收时发现短少或包装上有缺陷，导致影响销售，应立即于送货单上注明，并请送货的部门签名作证;乙方有义务提供有关单证给甲方，以便甲方向保险公司索赔，如乙方没有注明或不履行提供单证义务的，甲方视乙方为全部签收正确。

如发生软件产品质量问题不能销售时，经甲方质检部门检验并出具证明，凭有关证明由甲方为乙方换货，换货一般\_\_\_\_\_\_个月统一进行一次，具体日期另行通知。对于由于乙方保管不慎或保管不符合规定而导致的质量问题，甲方不予换货。

7.付款期限及欠款上限：

a.自收货当天算起\_\_\_\_\_\_天内，乙方要将所欠货款付给甲方。

b.乙方最多可以拖欠甲方货款为\_\_\_\_\_\_元，超过此限额的货款，不受以上条款约束，乙方取货时得立即付给甲方。

8.乙方要接受甲方的工作指导，必须定期于每月的\_\_\_\_\_\_日向甲方提供销售报告、客户资料。该日也是双方核实乙方销售额的基准日。

三、乙方的特别义务以及奖励

1.保持甲方软件产品所有品种两星期销售的库存，甲方有权要求乙方进行库存增减调整。

2.配合行动：当甲方在当地进行软件产品推广活动时，乙方有义务提供人力和借货服务。

3.价格控制：乙方可享受甲方的代理销售商供货价，乙方须保证按甲方规定的二级批发商供货价及零售商供货价给零售商及批发商。同时，乙方有义务控制其供应的零售商按甲方建议零售价售给终端消费者。

(二级批发商供货价、零售供货价、零售价由甲方另行通知)

4.对乙方的优惠：

乙方作为代理销售商，可以享受零售价\_\_\_\_\_\_\_\_\_折的折扣。乙方要货时一次性以现金、支票或汇票结清，在出货时即可以享受零售价\_\_\_\_\_\_折的折扣。

此外，乙方可以享受当月的奖励按照合同附件规定计算。

四、合同的变更及终止

1.经友好协商，甲、乙双方可以变更合同。

2.乙方如连续\_\_\_\_\_\_个月不能达到甲方所定下的销售目标，甲方视乙方为自动终止本协议。

3.本协议期满后，由双方协商是否续签本协议。

五、违约责任

1.对于乙方的以下行为，甲方可随时中止或终止本协议，如乙方违约(例如存在以下前三项的任一行为)，则追究乙方的违约责任：

a.乙方超越销售范围销售甲方软件产品;

b.乙方违反了结算规定，货款超过了规定的付款期限未支付;

c.乙方每月的销售额连续\_\_\_\_\_\_个月未能达到甲方要求的销售额;

d.乙方经营遇到巨大困难或管理发生实质性变化，如由他人承包、可能破产，导致甲方的权利无法得到保障时。

2.本协议发生争议，双方以友好协商的方式解决，协商不成时，可申请仲裁或由甲方所在地人民法院管辖，依法处理。

六、附则

1.本协议有效期：自本协议签定后自\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日止。

2.本协议一式两份，双方各执一份，签名盖章后即生效。

3.本合同未尽事宜，双方另行签订补充协议。

4.乙方收货人员确认书是本合同的附件。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签约代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**有关公司销售业务员述职报告范文(精)二**

时间过得真快，一年到头了。回顾即将到来的一年，我们经历了很多，发现很多。首先，感谢公司领导和同事在店里今年他们的帮助和支持，这样他们就可以靠自己的力量更好的基础工作，然后充分发挥自己的长处，不断总结和完善，更好的提高自己的质量。

虽然我每天都重复着单调的工作，但是我学会了如何在公司形象受损的时候去维护它。当我被客户误解的时候，我学会了如何沟通和沟通。当店里的销售不好的时候，我学会了找出原因并改进它们。通过今年的工作，特别是经理11月份休假以来，让我担任经理一职，我有了更清晰的思路。意识到，最重要的是要做一个好工作在商店销售员工知道他们的产品知识，有很好的服务态度，也有积极合作的同事在店里，店员在店里代表公司的形象，这将影响公司的销售。我希望在未来通过公司领导的指导和同事的努力，为公司创造更好的销售业绩。

今年的工作总结如下：

我把客户分为两类：

第一种顾客类型，目的类型顾客：有购物目的的购物中心，有更具体的需求或想法。他们可能会直截了当地要他们最喜欢的衣服，或者是半确定的顾客，他们想买一件衬衫或外套，但不清楚他们到底想买什么。

第二类顾客，游手好闲的顾客：现在商场里游手好闲的顾客太多了，有的只是在消磨时间，有的心情不好，去漂亮的商场放松一下。一个游荡的顾客并不一定意味着她不能购物。当她遇到她喜欢和喜欢的东西时，她会毫不犹豫地开始。目前，商场里的顾客大多是游荡的，而游荡的顾客和有目的的顾客的接待方式也不完全一样。闲逛的顾客进入商店后，他们需要空间和时间来欣赏我们精心设计的精美陈列和商品。最忌讳的接受方式就是立即接受。80%的时候你得到的答案是：我会四处看看。显然，这种接待服务存在问题。徘徊的顾客进入商店，我们需要寻找顾客的购物机会，在接待客人后，给顾客一个适当的空间和时间欣赏我们的商品和展示，当进入接待和介绍工作的时候。

1、根据公司领导要求，做好展厅陈列和新款式陈列工作，安排好员工，为公司的促销活动更好的促进销售。

2、定期、及时收集竞争对手最新的促销活动和风格变化，并在第一时间反馈到公司总部。

3、做好整理和跟踪定期会员的基本信息，维护老客户，定期与他们保持联系，了解客户的最新趋势\'demand产品，公司和及时反映最新的风格和最新的优惠信息存储成员和老客户。

4、合理的订货保证了热卖促销产品的库存，保证了商品的随时可用性。

**有关公司销售业务员述职报告范文(精)三**

正文：

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_公司

法定代表人：

住址：

邮编：

联系电话：

乙方：

法定代表人：

住址：

邮编：

联系电话：

本销售合同由上列各方于\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日在\_\_\_\_\_\_\_\_\_市订立。

鉴于：乙方作为甲方的经销商，主要销售\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

故此，双方就有关销售事宜，经协商一致，达成销售合同，合同如下：

第一条产品的单价

\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/只（不含税\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/只）

第二条结算方法

1．第一批进货\_\_\_\_\_\_\_\_\_只，预付款\_\_\_\_\_\_\_\_\_%，第二批起付款发货。

2．乙方连续\_\_\_\_\_\_\_\_\_个月卖不完第一批货，甲方有权单方面解除合同，收回剩余货物，退回预付款，结清帐目。

第三条自本合同生效之日起，在乙方所在地内产品直接用户向甲方联系购买时，甲方不得低于以下价格：

\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/只（不含税\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/只）

第四条如甲方在乙方所在地向直接用户提供低于第三条规定价格。乙方有权单方提出解除本合同，并不予支付第一批未付货款

第五条出厂包装标准

用纸箱包装，\_\_\_\_\_\_\_\_\_只一箱为单位发货。为节约运输费用，可根据乙方提出面壳与头箍拆开包装，到达时由乙方组装。

第六条甲方代办托运到达乙方指定站港，费用乙方负担。

第七条甲方向乙方提供初期的宣传广告资料，并对产品因制造质量问题，三个月内包换，一年内免费维修。

第八条陈述和保证

1．甲方的陈述和保证

（1）其是一家依法设立并有效存续的有限责任公司；

（2）其有权进行本合同规定的交易，并已采取所有必要的公司行为授权签订和履行本合同；

（3）本合同自签订之日起对其构成有约束力的义务。

2．乙方的陈述和保证

（1）其是一家依法设立并有效存续的有限责任公司；

（2）其有权进行本合同规定的交易，并已采取所有必要的公司行为授权签订和履行本合同；

（3）本合同自签订之日起对其构成有约束力的义务。

第九条违约责任

1．如果任何一方未按本合同履行，则应向守约方支付罚款\_\_\_\_\_\_\_元。但无论如何，罚款金额不超过已成交价款金额的\_\_\_\_\_%

2．如果任何一方违反其在本合同中所作的陈述、保证或其他义务，而使守约方遭受损失，则有权要求违约方予以赔偿。

第十条保密

一方对因本次销售而获知的另一方的商业机密负有保密义务，不得向有关其他第三方泄露，但中国现行法律、法规另有规定的或经另一方书面同意的除外。

第十一条补充与变更

本合同可根据各方意见进行书面修改或补充，由此形成的补充协议，与合同具有相同法律效力。

第十二条合同附件

1．本合同附件包括但不限于：

（1）各方签署的与履行本合同有关的修改、补充、变更协议；

（2）各方的营业执照复印件、及相关的各种法律文件。

2．任何一方违反本合同附件的有关规定，应按照本合同的违约责任条款承担法律责任。

第十三条不可抗力

任何一方因有不可抗力致使全部或部分不能履行本合同或迟延履行本合同，应自不可抗力事件发生之日起\_\_\_\_\_\_日内，将事件情况以书面形式通知另一方，并自事件发生之日起\_\_\_\_\_\_日内，向另一方提交导致其全部或部分不能履行或迟延履行的证明。

第十四条争议的解决

本合同适用中华人民共和国有关法律，受中华人民共和国法律管辖。

本合同各方当事人对本合同有关条款的解释或履行发生争议时，应通过友好协商的方式予以解决。如果经协商未达成书面协议，则任何一方当事人均有权向有管辖权的人民法院提起诉讼。

第十五条权利的保留

任何一方没有行使其权利或没有就对方的违约行为采取任何行动，不应被视为对权利的放弃或对追究违约责任的放弃。任何一方放弃针对对方的任何权利或放弃追究对方的任何责任，不应视为放弃对对方任何其他权利或任何其他责任的追究。所有放弃应书面做出。

第十六条后继立法

除法律本身有明确规定外，后继立法（本合同生效后的立法）或法律变更对本合同不应构成影响。各方应根据后继立法或法律变更，经协商一致对本合同进行修改或补充，但应采取书面形式。

第十七条通知

1．本合同要求或允许的通知或通讯，不论以何种方式传递均自被通知一方实际收到时生效。

2．前款中的“实际收到”是指通知或通讯内容到达被通讯人（在本合同中列明的住所）的法定地址或住所或指定的通讯地址范围。

3．一方变更通知或通讯地址，应自变更之日起\_\_\_\_\_\_日内，将变更后的地址通知另一方，否则变更方应对此造成的一切后果承担法律责任。

第十八条合同的解释

本合同各条款的标题仅为方便而设，不影响标题所属条款的意思。

第十九条生效条件

本合同自双方的法定代表人或其授权代理人在本合同上签字并加盖公章之日开始生效。

有效期限：\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日。

各方应在合同正本上加盖骑缝章。

本合同一式\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，具有相同法律效力。各方当事人各执\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，其他用于履行相关法律手续。

甲方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方（盖章）：

法定代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_法定代表人（签字）：

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签订地点：

**有关公司销售业务员述职报告范文(精)四**

自\_\_\_\_年\_\_\_\_月入职以来，不觉已半年有余。在同事及公司领导的关怀下，我们销售工作的开展有了一定的成效，但也存在许多的问题与不足。适逢危机下严峻市场形势的挑战，作为销售负责人的我自当不遗余力、竭尽全力、倾其所有地工作态度拼力把销售工作做好、抓好，以不辜负同事及领导的信任与支持。下面我将从以下四个方面来进行阐述，请公司领导给予修正。

一、工作汇总

(一)秉承原则与目标

1原则：全心实意、爱厂如家、相信团队的力量、把岗位工作当作事业来做。

2目标：不断学习提高、创新自我;打造一支过硬的营销团队;坚持以‘打造中国最好的\_\_\_\_供应商’为目标来严律其行。

(二)具体工作内容

1、自我学习、塑造

本人机电一体化专业，从事了两年\_\_\_\_产品的设计工作，而后一直从事机电产品的营销工作。虽在建筑行业做业务已有四年之多，但不同的产品就有不同的营销模式。为此自入职以来，我首先自己在学习产品知识、行业情况熟悉、公司本产品发展定位、该产品营销模式等方面一直在做努力，只有这样我才能适应该产品的市场营销工作。

2、团队建设与发展

经过一段时间学习与锻炼后，我慢慢熟悉了产品知识及其行业情况。也明白了公司该产品发展历程及组织配备等情况，但要有突破性、决定性发展单靠一个我在短时间内是有难度的，再加上市场上对供应商的要求也在逐步提高门槛，如不能在尽短时间内拿到进入证以后可能很难在\_\_\_\_行业内发展。于是为了公司在\_\_\_\_产品市场有好的业绩的发展，我便提出了创建营销团队的申请。公司领导也非常重视并且果断的批准了我的要求，就这样销售团队在公司领导的大力支持下陆续建立了起来。从1个人到3个、到6个，从雏形的市场信息搜集到业务流程的一步步深入、技术方案的草绘，我们团队也逐渐完善起来。人心齐，泰山移。我相信随着时间的推移、团队的完善建设，我们的销售业绩会一步步获得强有力的提高。

3、销售工作

有了‘自我学习、塑造’和‘团队建设与发展’的准备与补充后，我们的销售工作逐渐开展开来，项目信息量逐渐增加，意向项目也在加速，市场区域也在扩大。

二、创新工作

我认为，工作创新并不是执意的一种创造，更重要的是体现的一种工作激情，一种激发自我潜能、提高工作价值的热情。在这半年的时光里，我用‘创新工作’来形容所做的内容应该不为过。

(一)充分的信任

“高山因为有大地的信任，才屹立得巍峨壮观;小溪因为有大海的信任;才获得更广阔的生命。”工作更是如此，在我所带领过的团队之中，我都是以信任的态度去实施的，用人不疑疑人就不用。所以在今后的工作当中，我仍以此心去实施。

(二)敢想、敢做

来到公司做销售工作，可以说公司仅提供给我市场空间，其余诸如业务、技术培训等给予的很少。但我选择了这份工作，我就要去克服、去努力、去实现。于是，自己勤力去学习产品知识、自己去网上搜索信息了解市场及行业情况、自己到市场去体验该产品的销售。进过一段时间的磨练，我认为改变公司该产品的销售窘境得需要一支团队来。于是在顶着一些压力下我勇于提出自己建立销售团队的提议，当时不考虑提出后自我是否能在公司待下去，只考虑如改变现状的话这应该是比较好的策略。但公司领导给于了相当的信任与支持，我可以建立销售团队了。高兴之余就是我要敢于去实施的信心与努力了，虽没有达到自己预期目标，但时间还是证明了我的销售方向和一些努力是正确的。

(三)工作不拘一格

走到现在，工作单位也有4个了，工作时间也有近8年了。接受了不同的工作内容及流程，也接受了不同的企业文化。对我来说应该有一固定模式了，但所从事的岗位要求我不能固守，要学会适应与变通。于是为了能最大程度的把营销工作做好，我便研究适应所做产品的不同于以前的销售模式，经过近两年的实践也验证了我的想法与做法。我相信我能把产品营销工作做好、抓好，还请领导放心。

**有关公司销售业务员述职报告范文(精)五**

尊敬的领导：

您好!

岁月荏苒，时光如梭，旧的一年即将过去，新的一年就要来临。我在公司领导及各位同事的支持与帮助下，严格要求自己，按照公司的要求，基本完成了自己的本职工作。在企业不断改革的推动下，我认识到不被淘汰就要不断学习，更新理念，提高自我的素质和业务技术水平，以适应新的形势的需要。现就个人一年来的工作情况做以下述职：

一、工作思想

积极贯彻公司领导关于公司发展的一系列重要指示，忠于公司、忠于股东、诚实守信、爱岗敬业、团结进取，进一步转变观念，改革创新，面对竞争日趋激烈的房地产市场，强化核心竞争力，开展多元化经营经过努力和拼搏，使公司持续的发展。全面加强学习，努力提高自身业务素质水平。作为一名宣传销售人员肩负着上级领导和同事赋予的重要职责与使命，公司的销售计划及宣传方案需要我去制定并实施。因此，我十分注重房产销售理论的学习和管理能力的培养。注意用科学的方法指导自己的工作，规范自己的言行，树立强烈的责任感和事业心，不断提高自己的业务能力和管理能力。

二、日常工作

进入公司以来，在公司领导，主管领导及各位同事及各位同事的帮助下，我对公司各项规章制度和办事流程有了清楚地了解，也从部门领导和其他同事身上学到了很多新的知识，我的工作能力也由此得到很大提高。x月底开始\_商住小区的售房工作，在这期间我主要做了以下工作：

1、根据公司各月的会议精神，制定销售的月销售计划。

2、策划\_小区的宣传工作，制定出宣传方案，报领导审批后实施。

3、办理售房合同，负责开发公司的文件文字处理，保管资料的收发登记。

4、进行社会调查，接待客户，对客户保持联系。

三、个人设想

首先，销售宣传人员的工作，销售人员必须做到对销售流程的遵守，并控制整个销售环节。

1、销售控制表。

可以直观的显示所有楼盘的销售进展情况，并以制度销售改进策略，绝不能向客户透露;

2、来电、来客的登记。

填写客户资料表。无论成交与否，每接待一组客户后，立刻填写客户资料表。填写的重点是客户的联络方式和个人资讯。客户对产品的要求条件，成交或未成交的原因。根据客户成交的可能性，将其分类为：a、很有希望b、有希望c、一般d、希望渺茫，以便日后有重点地追踪询访;

3、销售登记。

管理和登记销售的情况，包括认购资料认购合同，产权资料，付款资料;

4、换、退房管理。

在销售过程中换、退房的原因，理由以及处理办法和结果;

5、催交欠款。

处理销售过程中的楼款催交处理;

6、成交客户资料管理。

登记已成交客户详细资料，方便公司营销人员有第一手资料，对客户进行分析，从而限度提高对客户的服务;

7、换户。

需换户者，在定购房屋栏内，填写换户后的户别、面积、总价，并注明何户换何户，收回原定单;应补金额及签约金若有变化，以换户后的户别为主;其他内容同原定单;

8、退户。

遇到退户情况，应分析退户原因，明确是否可以退户，报现场管理人员或更高一级主管确认后，办理退户手续，结清相关款项，将作废合同收回留存备案，有关资金移转事项，均须由双方当事人签名认定;若有争议无法解决时，可提请仲裁机构调解或人民法院裁决;

9、加大宣传力度通过以下几种方式：

1)传播媒体报纸电视;

2)户外媒体户外看板，网络、出租车、公交车、公交站台可在其车体做喷绘广告，或车内显注位置做小张的粘贴广告，站牌上小型海报宣传)，内容主要以开盘为主;

3)印刷媒体。

四、工作中的不足

第一，售房销售对我而言是一个新的岗位，许多工作我都是边干边摸索，以致工作起来不能游刃有余，工作效率有待进一步提高;

第二，有些工作还不够过细，一些工作协调的不是十分到位;

第三，自己的专业知识及理论水平十分有限不能很好完成自己的工作任务。

在今后的工作里，自己决心认真提高业务、工作水平，为公司经济的发展，贡献自己应该贡献的力量。我想我应努力做到：加强学习，拓宽知识面;努力学习房产专业知识、物业专业知识和相关法律常识。加强对房地产发展脉络、走向的了解，加强周围环境、同行业发展的了解、学习。遵守公司内部规章制度，维护公司利益，积极为公司创造更高价值，力争取得更大的工作成绩。

此致

敬礼!

述职人：\_x

20\_年x月x日

**有关公司销售业务员述职报告范文(精)六**

一、市场分析

目前在深圳空调市场的占有率约为2.8\*左右,但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20\_年度的产品线,公司20\_年度销售目标完全有可能实现.20\_年中国空调品牌约有400个，到20\_年下降到140个左右,年均淘汰率32\*.到20\_年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60\*。20\_年度lg受到美国指责倾销;科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20\_年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

二、工作规划

根据以上情况在20\_年度计划主抓六项工作：

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。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系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20\_年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20\_年至20\_年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

根据公司的20\_年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。(特殊情况再适时调整)

**有关公司销售业务员述职报告范文(精)七**

尊敬的领导：

您好!

转眼已经过去了\_月，回顾这\_月来的工作，心里颇有几分感触，首先感谢x给了我机遇和发展的平台，让我的营销技巧和谈判能力的有了提高，感谢我们营销部精英团队的相互鼓励和默契配合，这些都是我知识、财富的积累。

一、营销任务完成情况

1、在市场经济的大环境下，各家家居品牌的竞争已经越来越白热化。在产品普遍相同或类似的情况下，价格的竞争，也成为了营销上的一个大关口。同行的其他企业的产品价格压低很多，以致形成比较悬殊的价格对比这种悬殊的价格之差，同样造成了创利方面的压力。

2、个人还存在很多不足，要不断学习，提高营销业绩，加强服务意识，要有急迫感和危机感。

二、抓住重点，促成订单

1、售前准备工作

除常规工作外，熟识所售商品名称、型号规格、价格、功能、质量、用材、保养、展示位置、目标顾客及与其它同类的差异、卖点清晰，商品设计特点及组合、搭配原则，体会顾客购物心理，提高自身综合素质，为成功导购打好基础。

2、售中工作

顾客购物有8个心理阶段：引起注意、产生兴趣、联想、产生购买欲 望、比较、信任、决定、购买行动。相应的总结了营销对策8个阶段：等待顾客、走近顾客、招呼顾客、向顾客推介产品、确定顾客决定购买、开订单、把收据交给顾客并送客。

3、售后服务工作

①及进送货：落实订单货源，抽出到期送货单据，落实送货时间，根据有关规定开出送货单。

②品质保证：送货前检查产品(如包装有损坏需开包检查)，如存在质量问题不得送出。

③受理售后投诉处理：与跟单人员保持日常沟涌、协调、衔接，并了解有关生产厂家的情况;热情对待，耐心倾听顾客意见，按规定售后服务流程式操作。

三、下阶段工作计划

(一)工作目标

1、尽全力超额完成营销指标;

2、做好订单的售前、售中工作，并跟踪售后服务;

3、无论多么忙碌顾客第一，没有任何工作比接待顾客更重要。

(二)提高专业知识

1、产品知识：加强熟悉办公家具产品的生产工艺和材料特点、规格型号(包括面料和产品等)、生产周期、付货时间。了解产品的使用方法、保养及维修知识;了解本行业竞争产品的有关情况。

2、公司知识：认真贯彻执行、遵守公司的各项规章制度。

3、客户需要：了解家具购买者(包括潜在客户)的消费心理、消费层次、及产品的基本要求。

4、市场知识：了解家具市场的动向和变化、顾客购买力情况，进行不同区域市场分析。

5、专业知识：进一步了解与家具有关的其他方面的工艺技术知识，方便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流。

6、服务知识：了解接待和会客的基本礼节，细心、认真、迅速地处理单据;有效运用身体语言传递信息是获得信任的有效方式。

(三)提高自身营销修养

1、职业心态的调整，以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。不仅要单子多，服务也要做到面面周到。

2、加强自我认识，自我分析、客户分析、签单技巧等的一系列基本素质培养;韧性能力和业务技巧还有待突破，希望能够尽快的提高自己的不足，发挥自己的优势，能更好提高营销业绩。

新的一年快来到，意味着新的起点、新的机遇、新的挑战、“决心再接再厉，更上一层楼”，一定努力打开一个工作新局面。加强自身思想修养，努力提高综合素质，严格遵守各项规章制度，积极和增强做好本职工作的经验与能力，以强烈的事业心，饱满的热情，高度的责任感努力工作。

此致

敬礼!

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