# ktⅴ工作计划实用(十篇)

作者：落花无言 更新时间：2025-06-19

*ktⅴ工作计划一快速消费品基本是个主流产品，城区的销售习惯和产品特征引导乡镇的跟风，是个标杆。因此对于企业首先要打下城区这个中心标杆市场。具体可以实施样板店计划，打造出一个店的标准来，店铺形象，如对门店的标准设立：陈列、生动化为样板的主要标...*

**ktⅴ工作计划一**

快速消费品基本是个主流产品，城区的销售习惯和产品特征引导乡镇的跟风，是个标杆。因此对于企业首先要打下城区这个中心标杆市场。具体可以实施样板店计划，打造出一个店的标准来，店铺形象，如对门店的标准设立：陈列、生动化为样板的主要标准。引用案例：国内大型食品饮料企业多把产品陈列也作为很重要的地位：如陈列与考核：其曾操作的陈列主要为：

(1)正常货架陈列。其评分内容主要由以下几方面组成：

a．位置分。以五层货架为例，如果公司产品陈列在黄金陈列线，即第二层，则得4 分；若陈列在第一层和第三层，则得3 分；第四层，得2 分；第五层，得1 分；若无货，则得0 分。

b．排列面积分。产品摆放在货架上最外面一排的数量，就是产品的排面。产品各口味在货架上同时各有2 个排面可得1 分，4 个排面得2 分，6 个排面得3 分，没有排面得0 分。

c．排列数量分。各产品在货架上的摆放数量达到10 个(板)可得1 分，20个(板)可得2 分，依此上溯。若数量不足10 个，则得0 分。

d．相对位置分。若本产品相对竞争产品位置最佳，可得4 分；位置次之，可得3 分；依此类推，位置最差，则得0 分。

e．相对面积分。若产品排面最大，则得4 分；排面第二大，则得3 分；排面最小，则得0 分。

(2)特殊陈列。即商场、超市内除正常货架陈列外，另有堆箱(堆地、堆头)陈列、端架陈列、公司特制的陈列架、落地架等陈列。若陈列饱满度高无缺货，直接责任人可获得20 分；若陈列位置空无一物，则为0 分；若陈列有缺货现象，则按产品摆放的丰满程度获得0～20 分之间的相应分数。

评分方法为：每家商场陈列满分为100 分，每月由经销商、业务员报商场名单，获得公司确认后，由公司销售人员每月到商场抽查3 次进行评分，取平均值作为最后成绩。奖励办法：每一商场分值可奖励相应业务员人民币1 元，若各商场全部评定为满分则所有业务员奖励总金额为人民币1000 元。经销商部分奖励给负责经理，奖励金额与自己属下业务员获奖总额相同，即若属下业务员奖励总金额得满分共1000 元时，经理也可同时获得1000 元奖励。这样可激励业务员努力做好产品陈列并积极督促商场订货，激励经销商经理积极向公司订货并及时向商场补充货源。这种将视觉营销和业务员考核结合在一起的方法能达到执行的有效、到位。

那么商品产列的主要技巧是什么呢？笔者做了下常规方法的举例如下：

（1）、陈列最大化，气势逼人：

产品陈列的目的是占据较多的陈列空间，尽可能增加货架上的陈列数量，超越竞品占据较多的陈列空间和位置才能抢夺更多的销售机会。

（2）独立集中，个性突出：

集中展示体现独占性，一定要把公司所有规格和品种的产品集中展示、陈列，巡查市场

发现门店产品混搭，都要把混入公司陈列中的其它品牌清除，整理出我产品一致集中的效果。

（3）、全品项陈列，满足多样化需求

全品项原则要求尽可能多的把公司的产品全品项分类陈列在一个地堆、货架上，建立强大而有气势的陈列氛围。既可满足不同消费者的需求，增加销量；又可提升公司形象，加大产品的影响力和销售力。

（4）、饱满陈列，“落落大方”

要让自己产品摆满陈列架，做到饱满陈列。这样既可以增加产品展示的饱满度和可见度，又可以防止陈列位置被竞品挤占。

（5）、垂直集中，直击消费者

垂直集中陈列可以抢夺消费者的视线，因为垂直集中陈列，符合人们的习惯视线，而且容易做出生动有效的陈列面。

）、下重上轻，尊重习惯

将重的、大的产品摆在下面，小的轻的产品摆在上面，符合人们的习惯审美观

（7）、重点突出，主次分明

在一个堆头或陈列架上，陈列公司系列产品时，除了全品项和最大化之外，一定要突出主打产品的位置，这样才能主次分明，让顾客一目了然，。

（8）、伸手可取，方便销售

要将产品放在让消费者最方便、最容易拿取的地方，根据不同主要消费者不同的年龄身高特点，进行有效的陈列。如，儿童产品应放在一米以下。

多点陈列：在销售区尽可能的寻找其他陈列点，增加我品的销售机会和能见度，如：收银台上等更有利于销售的小的陈列分散点。

（9）、统一出击，视觉冲击

所有陈列在货架上的公司产品，标签必须统一将中文商标正面朝向消费者，可达到正齐划

（10）、整洁美观，印象分

保证所有陈列的公司产品整齐、清洁。如果你是消费者，你一定不会购买脏乱不堪的产品。

（11）、价格醒目，对比竞品

价标签格对于价格敏感的消费者来说是至关重要的，这部分消费群体以价格的优惠度来作为购买的主要标准，因此产品都要有醒目的价格标示，尤其是特价的产品更要用爆炸贴夸张、醒目的宣传物品展示出来。标示清楚、醒目的价格牌，是增加购买的动力之一。既可增加产品陈列的醒目宣传告示效果，又让消费者买的明白，可对同类产品进行价格比较、筛选，增加销售机会。

（12）、陈列动感，引导消费者

在满陈列的基础上要有意拿掉货架最外层陈列的几个产品，这样既有利于消费者拿取，又可显示产品良好的销售状况。

（13）、先进先出原则，完美新鲜度管理

按出厂日期将先出厂的产品摆放在最外一层，最近出厂的产品放在里面，避免产品滞留过期。专架、堆头的货物，至少每二个星期要翻动一次，把先出厂的产品放在外面。

（14）、最低储量，安全库存

确保店内库存产品的品种和规格不低于“安全库存线”。

安全库存数=日平均销量×补货所需天数

（15）紧贴陈列，“傍名牌，真自在”

适合知名度较低的二三线品牌的新品上市紧贴一线品牌的陈列，紧贴领导品牌，有利于提高自身品牌的高度也便于“混淆产品”增加更多的销售机会。

b:将“生动化”进行到底，尽情展示产品“百般容颜”

? 很多的食品饮料企业会集中在终端做生动化工作，王老吉的终端生动化可以说是行业做的比较精神和无孔不入的，每天业务人员至少40张的海报张贴紧紧这一项工作的红色王老吉视觉营销的重复足以让消费者印象深刻，有需求的时候第一个想到的是红色—王老吉，良好的陈列位置更能有效的和消费者互动，拉动成交的机会。康师傅饮料夏季的冰柜展示营销也是非常成功的案例。视觉营销承载着不仅仅是看得到还有拿得到，喜欢拿的后续延伸价值。生动化诱导冲击

? 生动化在陈列地点制造出“活泼”“刺激”“新鲜”“惹人”的视觉冲击如下列举常用的生动化工具和实用方法：

? 海报围墙战术：海报的张贴是比较经济的视觉营销，很多客情较好的门店都可以张贴4张以上海报传递产品信息，吸引消费者，指导其购买产品。

? 店招、灯箱：金子招牌

产品店招、灯箱在门店的位置占据重要的地位，视觉的冲击最直观，同时能够保证产品产品的宣传周期更长，因为一般的店招、灯箱的使用时间都超过1年以上。

吊旗飘飘和消费者打招呼

吊旗是和消费者互动的媒介，一般悬挂于店门口或是店内的四角。

货架头牌 ：视觉冲击第一波，显而易见。

纸柜陈列：突出产品自我，贴近消费者。

空箱：利用有限资源，强化消费者视觉印象

x展架：有形无声的导购

促销员+促销服：企业标志、产品形象的冲击和正规化体现。

推介、品牌传播，良好的形象和销售话术会给消费者视觉上的冲击和记忆，促销人员的良好印象同时对产品也是等同的，反之则也是负面的。

广告伞：一手遮天，品牌大王。让中国看看我的阳光力量。

活动帐篷：战斗城堡，四面楚歌，引消费者簇拥尽览品牌容颜！

价格牌：好看而形象的价格告知，特价可采用爆炸贴等更醒目的传播媒介。

手提袋：给产品穿上美丽的外衣，在其招摇过市的时候，让更多的人看到、记住，吸引。跳跳卡：跳跳卡，跳跳与消费者互动，跳跳产生冲动购买。

围贴：美丽大方的围裙，有多少消费者环顾之，提高消费者低头视觉冲击波。

堆头插卡：有地堆的产品在地堆上方树立产品推广信息的插卡可以有效传播产品信息同时可以阻挡竞品的地堆视线，起到良好的视觉拦截作用。

宣传单页：小单页，看的人多了酒不小了，视觉冲击从每一个人做起！

落地货架：额外的陈列位置的抢夺，别样的个性化视觉呈现，生动、满足。组合展架：产品琳琅满目，消费者爱不释手，增加更多销售机会。

产品折页：新品推广，品牌强化的视觉、传播文本。

异形地堆陈列：有个性，才能更突出，更容易看到你，就更会选择你多一点。

横幅：直观、简明扼要的传递产品或促销信息，规范化、认真化，现在用于乡镇、农村市场的效果更明显，如：中秋大促销，买a产品送b产品大酬宾！

促销小礼品：促销品的关联性和美观性很重要，买椟还珠是为什么？附加价值很有诱惑力。

其实产品的单店视觉营销随着科技和社会的发展会逐步的生动化，一切都在诉求着产品的信息和品牌影响，广告太多了，消费者容易遗忘很多不鲜明的东西，个性化的视觉营销能够事半功倍的让企业产品达到传播的效果，产品的传统通路的视觉营销必须靠常规的生动化工具进行有效的补强，同时结合产品陈列达到，有产品、看得到，买的到，乐意买的良性消费模式。

**ktⅴ工作计划二**

时间一晃而过，20xx年已经悄悄的从我们的指间溜走了。转眼间，我在xx公司工作已经两年零七个月了。可以说，每年都有不同的感受，不同的感慨。但是20xx年对我来说是非常有意义的，从自己熟悉的采购工作岗位调到完全陌生，富有挑战性销售助理工作岗位。

由于工作性质的不同，工作内容的不同，以及没有这一方面的工作经验等诸多因素，使得刚接手销售内勤这份工作很吃力，有时一件事情不知从何开始下手去做，不知道工作如何开展，但是慢慢的从一个完全陌生的过程到一个慢慢熟悉的过程到自己能够得心应手的去处理一件事情的时候，觉得自己成长了，也逐渐成熟了。现就这一年来的具体工作情况总结如下：

第一：以踏实的工作态度，适应销售助理的工作特点;我们公司是以销售为主的公司，一切工作都是围绕销售在运转，而作为销售助理，是公司内外联接的一根纽带。对公司内外的许多工作进行协调、沟通，做到上情下达，这就决定了销售内勤的工作繁杂的特点。每天除了计划内的工作外，还经常有计划外的事情需要处理，而且通常都是非常紧急，让我不得不放下手头的工作先去解决，因此这些临时性的事务占用了大部分工作时间，经常是忙忙碌碌的一天下来，原本计划要完成的却没有做，但手头的工作也不能耽误，今天欠了帐，明天还会有其他的工作需要去处理，因此，我经常只能把一些计划的工作(标书、档案建立归类、资料、文档工作)利用休息时间来进行“补课”。

销售部门内勤人员少，工作压力大，特别是公司业务繁忙时，这就需要部门员工团结协作。在这一年里，我都积极配合各部门做好各种工作，与部门同事心往一处想，劲往一处使，不会计较干得多，干得少，只希望把各项工作做的圆满，顺利。20xx年，是xx公司的效益与服务年，而销售助理最重要的工作职责就是服务职责，服务于客户，服务于销售经理。我认真做好服务工作，以保障工作的正常开展，以一颗真诚的心去为大家服务。

第二： 完成本职工作， 销售助理是一个非常讲究责任心的岗位。一笔销售从报价到确认签合同到出货，到货款收回一系列程序，都严格遵守公司制度。珍惜每一次与客户接触交流的机会，认真处理每一位客户的来电，来函，积极配合销售经理工作，做到报价及时，发货及时，以最大程度保证公司的信誉，在这一年中，完成200多份合同的制订，800多笔货物的销售手续，尽最大能力没有出现工作失误。

文档的建立及制度的制订;由于刚开始接手销售助理这份工作，没有做好交接手续，销售文档资料及工作流程都是乱的，经过几个月的工作实践和熟悉，逐渐将客户合同按年分类整理归档，电脑资料分门别类整理归档，销售单据按单位归档。协助副总经理修订完善公司制度及工作流程。

第三、一年来，无论在思想认识上还是工作能力上都有了很大的进步，但是自身的差距和不足还是有的。工作总体思路不清晰，不能积极主动发挥自身特长，而是被动适应工作需要，公司交办的事能够完成，但自己不会主动牵着工作走，缺乏认真钻研，开拓进取的精神，忙碌于日常工作，工作没有上升到一定高度，造成工作上的一些被动状态。业务知识的贫乏，给平时的工作带来了很大的障碍。

最后，非常感谢xx公司在20xx年给了自己这么大的一个工作空间和发展平台，感谢同事、领导在过去一年工作中给予的支持与帮助。希望大家更好的合作，以新的气象，面对新的任务新的压力，以新的面貌，更加积极主动的态度去迎接新的挑战，在工作岗位上发挥更大的作用，为公司的发展尽一份力。

自从转到销售部至今已经一年半了，回想自己这一年多所走过的路，所经历的事情，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，多了一份镇定，从容的心态。在公司领导的带领和帮助下，加之部门同事的鼎力协助，自己立足本职工作，使得销售工作顺利进行。

虽然销售情况不错，但是回款率不太乐观，原因在于集团总部结款不及时。我会尽量克服这方面的因素，及时与各子分公司解决回款问题。现将销售工作的内容和感受总结如下：

销售报表的汇总：其中包括产品的销售登记，产品销售排名情况;清理业务理手上的借物及还货情况。协助大区经理的销售工作：将有些电话业务或者需要送货的业务分配给业务经理，并辅助他们抓住定单;经常同业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高;合同的执行情况：协助业务经理并督促合同的完成。

公司上门业务的处理，对产品销售过程中出现的问题进行处理，与各部门之前进行友好的沟通;与集团总部清理往年应付款情况，由于往年帐目不是我经手的，加上有些单据遗失及价格或等等问题，给现在的工作带来许多麻烦;对每一款新产品进行推广，与各经销商进行密切联系，并根据地区、行业、受众的不同进行分析;在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，确保完成全年销售任务，平时积极搜集信息并及时汇总;努力协助业务经理的销售工作，从产品的价格，数量，质量以及自身的服务态度方面，细心的与客户沟通;销售报表的精确度，仔细审核;借物还货的及时处理;客户关系的维系，并不断开发新的客户。努力做好每一件事情，坚持再坚持!

最后，想对销售过程中出现的问题归纳如下：

仓库的库存量不够。虽然库存表上标注了每款产品最低库存量，但是实际却不相符，有许多产品甚至已经断货。在库存不多的情况下，建议仓库及时与生产联系下单，或者与销售联系提醒下单，飞单的情况大多于库存量不足有关。采购回货不及时。回货时间总会延迟，对于这种现象，采购人员的态度大多都是事不关已，很少会想着怎么去与供应商解决，而是希望销售人员与客户沟通延缓时间。这样会让客户对我们的信誉度降低。(这种现象非常严重)

质检与采购对供应商退货的处理。很多不合格的产品，由于时间拖延，最后在逼不得已的情况下一挑再挑，并当成合格产品销售，这样对我们“追求高品质”的信念是非常不吻合的。经常有拿出去的东西因为质量问题让销售人员非常难堪。财务应定期对销售却未回款的业务进行催款或者提醒。有许多已经回款的业务，财务在几个月之后才告诉销售人员，期间销售人员以为没回款一直都在催，给客户印象非常不好!

各部门之间不协调。为了自己的工作方便，往往不会太关心他人，不会考虑给他人带来的麻烦。有时候因为一句话或者一点小事情就可以解决了，可是却让销售人员走了许多弯路。发货及派车问题。新产品开发速度太慢。

总之，今年我将更加努力做好自己份内的事情，并积极帮助他人。也希望公司存在的一些问题能够妥善解决。不断的开发新品，不断开发新的区域，相信公司一定会走得更远，市场占有率更高，大家都会洋溢着幸福的笑容!

进入xx公司已有一年了。20xx年的主要工作是协助x经理组建和管理销售部。经过所有销售部工作人员的共同努力，在过去这一年中取得了良好的销售业绩。为了提高自己的工作能力和效率，找出工作中的不足之处，现将20xx年年度工作情况总结如下：

销售人员培训销售部于20xx年x月份开始组建，至今销售人员6人，管理人员2人，策划人员1人。初期的销售人员没有工作经验和房地产知识，工作开展进度很慢，在制定培训文件和培训计划后，协助x经理开展培训工作。现销售人员接待工作有所提高，对日常销售部的工作已能基本完成。

客户来访统计20xx年度到访客户共记x人次。客户来访的数据每星期收录电脑一次，详细记录来访时间、意向户型、电话等，为将来的客户鉴定做好基础工作。前期的数据存在许多问题，客户的数据不清晰，多数客户的职业和认知途径没有填写，对后期的宣传工作有一定影响，经过销售部周会提出此问题后，现阶段对客来访数据已有所改善。

销售文件档案管理在20xx年x月x日开展的vip卡活动，开始建立销售书面文件和电子档案两种。到20xx年x月x日选房活动后，对已销售的商品房的认购书档案、商铺(vip增值确认书)、款申请书、退款确认书统一管理，按房号进行分区。所有的档案在书面文件和电子档案同步更新。

销控管理和统计销控管理分为对外和对内两种，对外是以销控版贴红旗公开面对客户的形式。对内是x经理和我两层销控把关，分为书面文件和电子档案两种，书面文件只是简单的房号控制，电子档案对已售和未售商品房数据详细记录，包括客户资料、面积、价格、已付款等等。所有房号需要两人认可后才可签定认购书，确保不出现一房两卖的情况。

销售现场管理按排销售人员的日常值班，针对每个销售期随时调整值班人员和值班时间，配合策划部进行各项宣传活动。现场管理由x经理主持每周召开例会，进行日常工作安排，销售人员在会议中交流意见和经验，项目的优劣势共享，发现问题及时解决，对客户提出的主要问题进行统一解答，提高销售率和销售人员接待客户的积极性。

20xx年工作存在问题：虽然20xx年销售部取得良好的成绩，但销售工作也不有许多不足之处。在一期参与了价格体系的制定，从中看到了自己知识面的不足之处;户型更改的过程也明白了自己对市场的敏感度不够。房地产的专业知识还需要进一步的提升，自己的工作能力需要加强提高。首先就是工作的积极性和主动性，很多时候都是都是领导的提醒才去做的工作，在20xx年要改正，学会自己去找事做。对数据和图纸要加强理解和分析，让产品进更进一步的适合市场。自身的写作能力也是需要提高的一个重点。

我相信在新的一年里，通过大家的努力，我们会做得更好。希望20xx年的销售成绩比20xx年的成绩更上一个台阶。

**ktⅴ工作计划三**

首先是为人的不足。

1、最应该反省的是我急躁的脾气和固执的性格。这让我在工作中经常冲动、发火，对同事说些不尊重的话和做出一些不尊重之事。与一些同事之间产生很多矛盾和磨擦，给自身的工作带来许多麻烦。学会尊重、宽容别人才能得到别人的尊重和宽容。如今我明白了一个道理，脾气是可以控制的，而性格是可以改变的。在今后的工作和生活中不断提升自身的修养，冷静平和的对待已经发生的事情，尽可能的做到己所不欲勿施于人。

2、心态极不稳定。在工作比较顺利、达到个人短时间内的预期目标的时候，我的心态出现较大程度的失衡。在20x年7、8、9月，由于市场的因素和某些客户的预谋，而让我在工作上暂时取得的一点点业绩，令我沾沾自喜。自以为是的认为，自己做得如何如何优异，产生异常的优越感。到10月份客户开始拖款，而且问题越来越严重时，我的心态同样出现较大程度的失衡。当时满心里想的全是事情的严重性和后果的不确定性。令我思维混乱，不能正常工作和休息，整个人显得十分颓废。患得患失的心态从高到低，令我的承受能力几乎达到极限。不能平心静气的对待问题这是我为人心态的不足。放下得失，平淡的对待事情发展的经过，享受成败的人生经历，将眼光放得更长远一些，将目标定得更高一些，这也许是在今后的工作中调整自我心态的一剂良药。

是做事的不足。

1、对目前所掌握的客户资料及对其以前的了解依赖性太强，对其目前的生产及资金状况调查不够，风险意识不强。常常是未经现场考察便想对新客户赊销。这样的做法给公司带来极大的资金风险。对客户了解得不彻底，仅仅是对其规模、产能、生产是否正常作一个基本的了解，并没有通过对客户进行细致的观察，也没有对其信用度、供应渠道、销售渠道、融资渠道作进一步的了解。常常是在完成销售以后才考虑客户是否存在资金风险的问题。这方面，在今后的工作中，应该做的是，没做实地考察绝不赊销，没有足够的了解绝不放量，新客户一律先款后货或者货到立即付款，绝不因为利润较高而放弃正常操作原则。

2、对包括供应商和终端客户在内的新客户的开发力度不够，对已经做开的客户依赖性太强。由于炒货这种操作模式对销售而言存在较大的局限性，所以花更多的时间和精力不断寻找最佳货源和能适应炒货的客户才是炒货业务开展和提高业绩的根本之路，而且会是一个长期的过程。对老客户依赖性太强的直接后果就是希望对其放量至无限大，以增大资金回笼风险作为代价提高业绩，把正常的业务来往变成了赌客户无资金风险的个人行为。这样的做法一但出现问题，后果将十分严重。赊销本身就存在风险，而把风险控制在最小的范围之内，把资金安全永远放在首位才是工作的重中之重。

3、对客户心态的判断不够。对已经合作一段时间的供应商和客户，我会轻信他们。从供应商报价和客户反馈得到的市场信息，大多数情况下我是听之信之，极少持怀疑态度，没有作进一步的分析和判断。这样做的后果会由于信息的不准确导致公司对市场的判断可能出现偏差，在操作中可能导致严重失误。也会出现采购价较高而销售价格偏低的情况。这都会造成公司一定程度的损失。

4、在工作中我很少动脑筋思考问题，即使思考了也不够细致，思维方式比较单一。很多时候我都是按程序做事，根据领导的交待办事。极少动脑琢磨客户，琢磨市场，琢磨导致问题发生的根本原因。总觉得没什么好思考的。而思维方式因为没有经过对事情周密、细致的思考和全面的分析，从而变得比较单一。作为一个业务员，必须考虑很多东西，以清晰的思路，思考事情的每一个细节，才能正确判断客户的真实情况。

**ktⅴ工作计划四**

销售工作是一项挑战性比较强的工作，它促使我不断的进步，让我在磨练中不断成长。

一年的时间很快过去了，在这繁忙的一年里，我在公司领导、销售同仁及销售商的配合与帮助下，在政治思想和业务素质方面有了更进一步的提高，圆满地完成了销售任务，取得了良好的销售业绩，同时也发现了自己在工作中的不足，为了更好的搞好新一年的销售工作，总结经验与教训，对本年度的工作总结如下：

一：树立正确的世界观，勇于进取，积极向上

20\_\_年，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，正确处理与客户之间的关系，把工作重点放在客户上，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，虚心向经理请教，主动接受同事的意见，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。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，积极与公司及办事处的人员沟通，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。

二：立足本职，循循善诱，爱岗敬业

1、凭借公司的优势去帮助销售商，大方面坚持公司的制度，在政策方面严守公司的原则不变，出现问题都以积极的态度去对待，尽公司所能为经销商解决问题。凡是遇到特殊情况，每次都能主动去做好细节工作和一些实际的工作，最终经销商认可了我，起到了“桥梁”的作用。

2、观察市场，了解其变化，结合本公司的情况，对经销商进行耐心的分析，帮助其排除杂念，树立信心。我从公司的长远发展的角度去做工作。

3、热爱自己的本职工作，能够正确认真的对待每一项工作，工作投入，热心为大家服务，认真遵守劳动纪律，有效利用工作时间，坚守岗位，需要加班完成工作按时加班加点，保证工作能按时完成。

三：严格计划，保证效率，精益求精

开展工作之前做好个人工作计划，有主次的先后及时的完成各项工作，达到预期的效果，保质保量的完成工作。同时，为了提高工作效率高，认真履行工作计划，在具体工作中不断修正，为此，我在工作中不断学习营销理论知识，提高自己的业务素养，经过不懈的努力，使工作水平有了长足的进步，开创了工作的新局面，为公司及销售商应有的贡献。

四：体会与感悟

一年多的努力与艰辛，让我深深的感到劲牌业务员不容易，尽善尽美的工作更不容易，作为销售人员，要想做得比别人更好，必须具有：

第一、“营销顶尖高手”一定是心态较好的人。“一切成功都源于好的心态”。好的心态一定是积极的心态。那么怎么获得好的心态呢?

1、用你的行动去影响你的心态。心态决定思想，思想决定观念，观念决定行为，行为决定习惯，习惯决定性格，性格决定命运。

2、不要经常说消极的词语。语言对心理上是暗示的。消极的词语必然会带来消极的行为。

3、心怀感激，不要抱怨。要有感恩之心。感恩家人，让我们能够专心的工作;感恩老师，叫我们很多知识;感恩领导，为我们创造了好的工作环境;感恩同事、感恩同学抱怨除了让人知道你有一些牢骚和不满之外，不会给自己带来加分，只有扣分。抱怨就像是公交车上的“呵欠”，会传染得整个城内呵欠连声，只会让环境越来糟糕，不会起到一点作用。

4、学会自我激励。成功学上要求人每天对自己说“我是最优秀的”来激励自己，也是同样的道理。“高手”不会因一时的成功而沾沾自喜，不会因暂时的失败而气馁自弃;心态好的人干起事来有动力，对待问题的态度就会乐观;对于心态好的人来说，太阳每天都是新的;你很少听到他抱怨，他解决问题的方法永远比困难多;当别人眼里都是困难的时候，他却总能透过问题看得到机会;

第二“营销顶尖高手”一定是勤奋，爱学习、善总结的业务员。离开了勤奋，永远不可能成功。英语里有“nopains，nogains”(不劳无获);古语里有“勤能补拙是良训，一分辛劳一分才”。看看身边业绩好的人，哪个是懒蛋?所以，如果你想成为“顶尖高手”，最好你先拿“勤”字来组词，并尽力做到。学习是一种基本的能力。“读书读人读事”。向同事学习，向领导学习，向客户学习，向每一个人的优点学习，你就是集大成者。

第三“营销顶尖高手”一定是个做过多个市场的营销员。只有做过多个市场的营销员，才能从不同区域市场找到解决问题的规律。也只有做成过多个市场的人，才能说在某一个或几个方面顶尖。能做好一个区域市场的营销员是一个合格的业务员;能做好不同区域市场的营销员是优秀的业务员;能做好不同企业不同区域市场的营销员就是“营销顶尖高手”;能管理好不同行业不同企业的不同区域市场的人是营销专家。

第四“营销顶尖高手”一定是个擅长沟通的人。“没有沟通，就没有营销。”

第五“营销顶尖高手”一定是有激情有活力的营销员。激情能够感染人，激情能够传递。

第六“营销顶尖高手”不相信经验，只相信主动。

第七“营销顶尖高手”大多是厚积薄发型的。

第八顶尖营销高手”是非常有“悟”性的。悟性就是那客户谈判时的最关键的一句话，是促销策划时的一现灵感，是铺货时的卖点提炼，是终端销售时的“临门一脚”

五：扬长避短，不断反思

1、面对客人时不做隐瞒夸大事实的推销：先学会做人才是做好销售工作的基础，向客人推销时绝不做虚假宣传、不误导客人，向客人明明白白售卡，让客人开开心心消费。

2、提高自己对客沟通的能力：一个人是人才并不见得有口才，但一个人有口才他一定是个人才，工作之外让自己多阅读一些关于销售方面的书籍，锻炼自己的语言表达能力，并牢记公司实行的一些优惠措施并在向客人售卡时“晓之以情、动之以理”，让公司满意，让客人满意，实现销售上的双赢。

3、做好对老客人的跟踪服务工作：有首歌曲唱得好“结识新朋友，不忘老朋友”，这也是做人的一个准则吧，我认为售卡工作也是如此，将客人引进店并成为我们的会员并不是我们工作的终结，恰恰是我们工作的开始，让客人体会到会员尊贵身份的同时也让客人感觉到在我们公司办卡绝对是物有所值。

4、加强自己的忍耐和自控力：无论自己的工作多么繁忙，分清要事和次事，合理招待安排好每一位客人，用心对待每一位客人。比如有一次我正在向新客人推销卡，而在这时有一老客户消费完出来要结账，那么我就让新客人稍微等候一下，先自己看一下办卡详情表，然后快速引导老客户结账，帮客人备鞋并将客人送至大门口，在这期间虽然慢待了几分钟新客人，但让他看到了我们对已持卡会员的重视和尊重，也变相的起到了促销的作用。果真不错，新客人很爽快的把卡给办了。

记得还有几次客人因为吃不上饭把我叫上去好一顿批，自己心里也感觉到十分的委屈，正值高峰，就餐客人确实多，实在没有什么好办法，这时应该怎么办呢，首先我先向客人耐心解释并向客人诚谦，然后自己迅速行动，和营业部门协调就餐位置，当客人看到我发自内心的为他们着急并已行动时，火气已经消了一半，大多数客人面对这种情况时一般都能理解，但脾气大点的客人大吵大闹影响很不好，先让客人消火静下心来是当务之急，其实有些时候也并不见得客人就是为了吃上那口饭，而是想彰显一下自己的身份，这时如果自己忍不住跟客人顶起嘴来那结果就不言而喻了吧。

5、不向客人做一些难以办到的承诺：承诺的背后是挑战、是责任，如果给客人许下自身难以满足客人的承诺而到时无法兑现时，此时对客人的伤害远远大于当初对客人委婉的拒绝，会让客人有一种被骗的感觉，让自己失信于人绝不是一个成功的业务员所应该做的。

以上是我近期的工作报告，也算是我个人的一点心得体会吧，说的不对的地方还请领导多多批评指正，在以后工作中我一定更加严格要求自己，在领导的教导下苦练销售技能，让自己早日成为一名合格的有竞争力的业务员。

**ktⅴ工作计划五**

\_\_年已经过去，在一年里，有压力也有挑战。年初的时候，房地产市场还没有完全复苏，那时的压力其实挺大的。客户有着重重顾虑，媒体有各种不利宣传，我却坚信青岛地产的稳定性和升值潜力，在稍后的几个月里，房市回升，我和同事们抓紧时机，到达了公司指标，创造了不错了业绩。

在实践工作中，我又对销售有了新的体验，在此我总结几点与大家分享：

一、总体目标完成状况：

销售亿元，超额完成目标计划(2亿)，目标完成增长率为25%

二、目标完成过程中的经验总结

(一)、今年我们销售部门根据年初制定的总体目标以及在年中分阶段制定的时段性目标，根据既定的销售策略和任务，按照常年的习惯，进行人员细分，并根据市场供求关系，组织我部门工作人员，以销售业绩为衡量标准，进行针对市场的销售任务，范文之工作总结:销售业务员工作总结。期间，我部门工作人员也制定了自己的目标计划和销售计划，充分发挥自主性、创新性，顺利完成各自预定的销售任务，并及时总结经验的可取之处和不足，加以改善。

(二)、今年是公司的创利年，但事实上创利没有想象的那么好。主要有以下几个方面的因素：

1、质量问题偏多。

众所周知，化纤本身，是具有必须危害成分的，个性是化纤为原料的衣服制品等。所以，质量问题，是化纤销售好与坏的一个十分重要的因素。化纤有很多种类别而且不同种类的化纤的危害性不等。需求商家和消费者对化纤的购买方面，对质量的需求远远大于对价格等其他因素的需求。而我们从反馈的信息来看，质量问题还是存在着，商家对于化纤的质量要求十分高，这直接影响着商家对供应商产品的信任度和购买力度以及订购忠诚度。

2、竞争比较激烈，其他企业价格比较悬殊。

在市场经济的大环境下，各企业的竞争已经越来越白热化。在产品普遍相同或类似的状况下，价格的竞争，也成为了销售渠道上的一个大关口。在产品质量普遍存在的前提下，同行的其他企业的产品价格压低很多，以致构成比较悬殊的价格比较。在品牌凸显性不强的局势下，这种悬殊的价格之差，同样造成了创利方面的压力。

3、应收款偏大

受社会极大市场环境的影响，普遍客户支付延期，应收票据、应收账款、预付账款、等等应收款偏大造成我们的回笼计划不准时，影响了公司的整体运作。

三、对\_\_年工作的计划

我部门\_\_的的工作，在公司统一部署下，以经济效益为中心，以公司利润化为目标，对外开拓市场，对内严格制定每一个相关步骤，保证质量，以市场为导向，应对市场经济越来越激烈的竞争挑战，抢抓机遇，团结拼搏，齐心协力完成好\_\_年度的销售工作计划任务。

(一)、总体销售目标3亿

未来一年，我们销售部预计销售目标到达3亿，实现名副其实的创利年。

(二)、未来的工作在过去的经验上主要需要改善之处

1、质量的改善。

在销售工作开展之前，对产品的质量要有更严格的把关，并在销售宣传中，把质量的优势尽可能的凸现出来，争取商家对我公司产品更多的信任和更大的购买力。

2、价格方面。

在预算的价格尺度调动范围内，根据市场环境的形势和对市场竞争的科学合理性分析，调整适合的价格标准，使产品的销售既在预计范围内盈利，又使消费商家对价格方面减少挑剔，工作总结《销售业务员工作总结》。同时，能够适当的选取时机，开展系列的促销活动，从而是产品的品牌让更多商家熟知，是产品的质量在商家中构成一个良好的口碑。

3、加大资金回笼的力度，回避企业风险。

在货款回笼方面，整个部门都构成共识，将该项工作摆在重中之重的位置。拟定具有约束潜力的销售合约，对于应收款的回收采取合理的时效性限制。吸取了以往的经验教训，我们严格履行销售成交的审批程序，从源头到最终成交都加以控制，时刻叮嘱业务员主动与客户沟通，想尽办法处理，取得了必须效果。

4、多面的销售渠道，发展更多的销售平台。

**ktⅴ工作计划六**

转眼间，xx年就要挥手向我们告别了，在这寒冷的冬天，回想自己接近一年来所走过的路，所经历的事，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，多了一份镇定，从容的心态，以及应对能力。

在这段的时间里有失败，也有成功，遗憾的是：稳定的客户还不多，稳定的客户也不多;欣慰的是：客户资源开始积累，处理订单的效率得到了提高，自身业务知识和能力有了提高。首先得感谢公司给我们提供了那么好的工作条件和生活环境，有经验的上级给我们指导，带着我们前进;他们的实战经验让我们终生受益，从他们身上学到的不仅是做事的方法，更重要的是做人的道理，做人是做事的前提和基础。在工作上，同事之间互相交流，汇聚每个人的智慧，把事情做到极致，把客户订单处理到位。

去年年底进入公司，从产品知识熟悉，到开发新客户，再到跟客户谈判达成订单，经理了两到三个月个月。公司分配账号后，客户资源开始量的积累，不知不觉中，半年多的时间一晃就过了，在这段时间里，我从一个对产品知识一无所知的新人转变到一个能独立操作业务的职业业务员，完成了职业的角色转换，并且适应了这份工作。业绩没什么突出，以下是一年来的工作心得体会：

一.业务能力

1.对公司和产品一定要很熟悉。

进入一个行业，每个人都要熟悉该行业产品的知识，熟悉公司的操作模式和建立客户关系群。在市场开发和实际工作中，我学到了如何定位市场方向和产品方向，抓重点客户和跟踪客户，懂得不同市场的不同需求，这样才知道主要产品主攻哪些国家，同事遇到不同地区和国家的客户，也知道推荐其所需，更好的把自己和产品推销出去。当然这点是远远不够的，应该不短的学习，积累，与时俱进，了解行业动态，价格浮动。关键之处是对公司和产品熟悉，就自然知道目标市场在那，也可以很专业地回答客户的问题。

2.对市场的了解。

不仅是要对目标市场的了解，也对竞争对手的了解。绝对不能坐井观天，不知天下事。因为世界上唯一不变的就是“变化”，所以要根据市场的变化而做出相应的策略，这样才能在激烈的竞争中制胜。知道竞争对手的产品以及价格信息，才能知道自己产品的优势。除了自己多观察了解意外，还需要和客户建立好良好的关系。因为同一个客户，可能会接到很多公司的报价，如果关系不错，客人会主动将竞争对手的报价信息，以及产品特点主动告诉。在这个过程中，要充分利用自己的产品优势，材料特点，分析对方报价，并强调我们产品的优势，更有利喜迎客户。

3.业务技巧

谈到业务技巧，首先想到的是如何取得订单。很多客户都喜欢跟专业的业务人员谈生意，因为业务人员专业，所以谈判中可以解决很多问题，客户也愿意把订单交给专业的业务员来负责。当然，业务技巧也是通过长时间的实践培养出来的，而在我自己这一年里的外贸经验中，我所学会的是做客户的顾问，站在客户的角度，设身处地为客户着想，一切从客户的需求出发，在电话，在电邮，或客人来访中，我们要不断提问，从客户的回答中了解到客户的需求，这样做会事半功倍，例如，如果客户是想买高质量的产品，你便可以挑一种好质量的产品给他，价格贵一点也没关系，相反，如果客户只想买便宜的产品，在报价时就不要太高，否则就会吓跑客户。做业务，我们要学会“了解或激发需求，然后去满足要求”。

其次是，处理订单，处理订单的过程，说简单也简单，说难也难。简单就是，按照客户要求的产品，写到生产单上，下到生产部就完工。而难的地方在于，作为客户的顾问，我们有必要时时刻刻关心，产品的进展，生产过程中产品是否有问题。货物生产好，要检查各个部分，是否存在外观上明显缺陷，或者一些影响到功能的产品问题。如果有问题，要及时更正。要记住：产品在工厂，我们可以挽救一切;产品一出去，一起都来不及了。到时候，只能听候客户发落。到交货期之前，要不断的提醒，不断催促生产部，确保能按时交货。

最后，要长期维护客户，我们要做好的是售后服务。经过几单处理之后，我明白：出现问题是很正常的事情，对于这方面一定要摆放好心态。由于产品本身的特点，很可能货到之后出现破损现象，安装或者实际操作，可能会出现一些问题，需要我们去解决。我经常倍感头痛，常常不知道怎么办，甚至抱怨。但是，问题出现了，总有解决的方案方法，各领导帮助，各部门配合，问题总会得到解决。

二.个人素质能力

1.诚实

做生意，最怕“奸商”，所以客户都喜欢跟诚实的人做朋朋友，做生意。在与人交流的过程中，要体现自己己的诚意。在客户交流的过程中，只有诚实，才能取得信任。

2.热情

只要对自己的职业有热情，才能全神贯注地把自己的精力投下去，外贸更加是如此，因为外贸是一个很长的过程。

3.耐心

外贸行业中，开发一个新客户的周期一般在半年到一年之间，或者更长，所以，在这个漫长的过程中，在自己没有订单而同事有订单的时候，一定有耐心，暴风雨后便是彩虹。从我自身经历来说，接到第一单，只是一个几百美金的样品，确实6个日日夜夜，当然不排除其中的运气成分。我现在和这个客人聊天的时候还说-confidence，。

4.自信心

**ktⅴ工作计划七**

首先感谢领导对我的信任，将我调到采购部这个如此重要的位置，给我个学习的机会，让我从对采购一无所知道熟悉更多的人与事，接触更多的新鲜事物，学到了一些新知识，增长了更多见识!在刘经理的工作指导之下，经过一个月的采购，也积累了一些工作经验，同时也明白，还有很多事要继续学习的，继续往完善的，继续往进步的，在这一年里，我没有做出大张旗鼓的事，但对每一件事我都会专心往想，用头脑往思考，用行动往做事。我《留下》天天按采购计划基本完成了所负责的剂型，值此辞旧迎新的时节对一年来的工作做一个总结，更多地便于自己以后的工作中总结今年的经验教训，提升综合素质，找到更好的方式方法往迎接3月的到来。

我们主要采购的供货商来自太华、九州通、东龙、汇康源、华辰等我们所购进药品的质优价廉，关系到采购本钱的高低，直接影响到整体效益的快慢，药品的价格始终抢占商机，起着至关重要的作用，我作为一名经验不足的采购员，经过一段时间的了解，深知做采购的，要了解各药品信息的重要性，为确保采购药品的质量好，价格低廉，今后我要做好每一项工作，要用敏锐的眼光看待事情的变化与发展，主动和个部分沟通!经过这几个月的采购，深知幼儿园快乐新年活动方案并不是单单做个计划表和打电话报计划，那么简单的事，公司现在的采购数目是以开票处订的数目为准，个人以为开票处与销售部每个星期要有个总结，把客户所需要的信息反馈给采购部、我们采购职员也要对公司畅销品种有个基本的了解，在采购大量数目的情况下，我们要采取价格策略，与供货贸易务员联系，尽量降低药品的本钱，为了满足我们所需的库存，满足质管部要求，还要总结质量题目的因素，反馈给供货商，并与供货商达到共叫，共同解决质量题目，做到及时退货。今后我们要更注重保质优价廉，货比多家，我发现要做好质优价廉是作为一个采购员的工作精华，这个过程的操纵与实践，是需要平时的细心积累才得到的经验，改进工作方法，进发布性公告范文步工作技能才能更深进地做到质优价廉降低本钱。下个月里我主要从以下方面往做：

1.认真做好采购计划，货比多家，做好内勤工作，多多与各部分的职员沟通，每次计划做好的反馈表与涨价表，做到及时通知开票处与销售部，并分析调查市场价格是否适合客户需求!

2.报计划时要细心、多多了解各品种的信息变更、变更的信息要及时反馈给质管部、开票处、销售部、当有新品种引进时，要授集好信息，及时与销售部、开票处沟通，并快速备货，还要多多了解供货商与厂家在各个时间段的优惠政策等。

3.采购不同品种，要灵活运用不同的方法询价、讲价、仪价以达到降低本钱的终极目的。

4.对已范文之学生压力调查报告知涨价的畅销品种，要尽快的调查原因，根据市场，和部分领导商讨应该涨到什么价，对于销售部反馈如是客户已订品种，销售部要提供大概价格，采购部根据各公司销售的价格来做价格调整。

5.对于业务员提供的新品种，要留意看月销量，畅销品种要经常查看库存是否断货，要保证库存不缺货，如因天气原因或流行病因要结合现实分析，针对不同品种做好备货预备。

6.对于采购了的品种要及时跟踪货是否到库，在第二天早上查看是否进完库，查清楚原因，以免做重复计划。

自从进进采购部以来，让我更明白总本钱的优先原则，和灵活运用各种采购技巧的重要性。，在这里，感谢领导这几个月来对我的工作指导，今后的我还需领导的支持与培养，请领导放心，我会继续努力学习、努力工作的，昨日的成绩已成过往，现在重要的是在新的一年里好好珍惜时间，珍惜机会发扬优点，改正缺点，改进工作的方式方法，全面进步综合素质，更完美地完成新一年的采购工作。

**ktⅴ工作计划八**

快速消费品k/a渠道管理k/a，即key account，是指在自身产品的销售中占据重要份额的少数零售客户。在大多数的外资企业，k/a专指国际性的连锁超市和大卖场，再加上华联、联华、农工商等谋求跨区域发展的连锁零售企业。k/a是现代渠道的主体。一般的快速消费品企业在具体划分k/a时，可以分为以下三类： 1．全球性重点客户。如：家乐福、沃尔玛、欧尚、易初莲花。 2．全国性重点客户。如：上海华联、上海联华、农工商、物美。 3．地方性重点客户。如：杭州家友、上海可的、好德等。目前，这些k/a在许多快速消费品行业的零售市场份额越来越大。但k/a的门槛高，厂家和经销 商均对进k/a心有疑虑，信心不足。毕竟，在快速消费品领域，长期以来都是经销模式占据主导地位。以大流通、快速周转为特征的交易市场运作方式，至今还在相当部分尤其是中小型快速消费品公司当中盛行。但是，现代通路日渐强大，使得所有的快速消费品公司面临一个不可回避的命运抉择：是走流通渠道、靠快速周转去拼销量？还是靠终端市场陈列展示来树品牌？或是传统渠道与现代渠道适度结合？而如果选择树品牌、扩销量和品牌影响力，就无法回避现代渠道。这样，选择何时、何地、以何种方式进入何种现代渠道，就是快速消费品企业，尤其是中小型企业的当务之急。但是，企业也要认识到，中国市场非常复杂，注定不可能出现某种渠道一统天下的情况，所以企业在针对零售商的销售模式中，一般都存在着直营与经销模式的交叉与反复情况。强调以k/a为代表的现代渠道，并不代表着要抹杀经销商在产品分销、区域拓展、终端维护方面的重要性。经销商在中国是十分重要的销售渠道环节。哪怕在未来，也不可能被现代渠道所完全湮灭。传统渠道在现在和将来，还都将是三四级以下市场的主流销售渠道。但是，如果不积极应对渠道转型的趋势，居安思危，还沉浸于大批发、大流通的渠道格局，那么企业的销售通路只会越来越窄。随着现代渠道的快速推进，中小型快速消费品企业应该未雨绸缪，在货架面积有限的现代通路中尽早抢占一席之地。这将是他们做强做大的不二选择。谁来做？许多企业目前已认识到了现代渠道的重要性，但是在拓展现代渠道的时候，又遇到了一个头痛的问题——谁来做现代渠道？是厂家自己亲自操刀，还是借力经销商？在中国，由于区域经济发展不平衡。有人说，中国至少存在着三类差异明显的市场：中心城市市场（直辖市、省会、计划单列市和部分地级城市）、三四级城市和乡镇、农村市场在这三类不同的市场中，不同类型、不同业态的k/a占据不同的竞争地位。一般人都认为国际性k/a应该最有实力，但实际上，在很多城市，地区性的k/a在当地的零售行业都有近乎垄断性的优势地位。而国际性的k/a现在最多只是做了一个全国性的广度分布，在一个城市的深度分布——商店的数目和类型上，渗透率和影响率还是远远不够的。比如在上海，三种现代通路（全球性重点客户gka、全国性重点客户nka、地方性重点客户lka）全面开花；三种主体业态（大卖场，超市、便利店）并驾齐驱，构成了多层次、全方位的零售市场竞争格局；在杭州，国际性k/a的影响力相对较弱，易初莲花、麦德龙均一店独撑，家乐福开业日期一推再推，倒是全国性k/a如好又多、物美等表现活跃，同时地方性如金龙、联华万家福、家友等随地可见；而到了苏北的某个县城，也许就是当地的百货大楼、批发市场与外来的苏果超市直面竞争。如此复杂的布局，再与原来的传统渠道纠缠在一起，真让人剪不断，理还乱。最简单的办法是：厂家在全国各地建立自己的办事机构，来操作对k/a的直供。但这只能是少数财大气粗的企业能玩得起的游戏。对大部分中小型企业来说，在特定区域，厂家的资源有限，即使有力量做k/a，物流也难以适应k/a要求，须经销商配合做k/a的配送和补货；经销商即使愿意进入k/a，但终端操作（陈列、理货、促销）人员和经验欠缺，需厂家协助。于是，厂家和经销商就在进场费分担、陈列、理货、促销、配送等各方面相互讨价还价。在争执的背后，是双方根本取向的不同：厂家追求高分销率、覆盖率，而经销商对利润、费用看得更重。如果厂家坚持对k/a直营，则打击经销商的积极性。把握“度”和“量”其实，自己和他人的资源都要为我所用，关键是要准确而恰到好处地把握从传统渠道向现代渠道转型的“度”和“量”。

ka盘点工作函

ka业代工作汇报

ka业务员工作总结

ka新业务员工作总结

ka销售工作总结（共13篇）

**ktⅴ工作计划九**

自从20--年-月至今，一转眼已经在公司工作了将一年多了，在这新年来临之际，回想自己半年所走过的路，所经历的事情，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，只是多了一份镇定，从容的心态。

在公司的这一年多时间里，我从一个对产品知识一无所知的新人转变成了一个能够独立操作业务的员工。不过话说回来，我不知道在写这份年终总结时是以一名翻译员的身份或者说是业务员的身份来进行阐述。以下是对自己在这一年多的时间里所做的事情的总结。

在工作中，我可以说，我并没有虚度，过分浪费上班的时间。在经过时间的洗礼之后，我相信自己会做得更好，因为有俗话说：只有经历才能够成长。在这个世界上完美的事情少之又少，每个人都有自己的优缺点。只有在时间的流逝中将自己的缺点慢慢的纠正过来，不断的进行总结与改进，提高自身素质。

自我剖析：从目前的状况来看，我还不是属于一名成熟的业务员，或者说我只是一个刚刚入门的业务员，本身谈吐，口才还不行，表达能力不够突出。根源：没有突破自身的缺点，脸皮不够厚(因为作为一名业务员，大家普遍认为就是要学会对于自己的新老客户紧追不舍)，心理素质还不是很过关，还远远没有发掘出自身的潜能，个性中的一个飞跃。

在我的内心中，我一直都希望自己能够成为一名优秀的业务员，因为不管怎么说我也是学习了-年的外贸知识，掌握了一定的理论基础，而且，我，喜欢这份职业，这股动力，这份信念一直都在我的心底，我渴望成为一名成功的业务员。

在这段日子中，感谢公司对我的培养，非常感谢在此期间对我的悉心指导，让我知道了自己的不足，慢慢地提高了自身的处事能力，我一定会以积极主动，自信，充满激情的心态去工作。

挥别旧岁，迎接新年，满怀希望，努力做好自己的工作。

**ktⅴ工作计划篇十**

销售业务员年终总结技巧及范文年终快到了，作为营销人，一份像样的总结报告必不可少。有的朋友对写报告头痛不已，拼拼凑凑写不好;有的朋友则对此不当回事，敷衍了事完成任务;甚至有朋友花钱去买报告。殊不知一份年终总结是对自己一年工作的盘点和汇报，对个人发展意义不小。

年终总结要点：怎样的总结才能既让公司领导满意，又对来年的工作具有指导作用呢?漂亮的格式固然重要，但是一份有质量的总结应该言之有物，因此至少要包含以下几点：

1)这一年来的销售状况和体会;

2)个人销售中发现的问题;

3)来年的目标和计划。当然，最好还要有。

4)对公司未来发展的意见和建议。无论你是基层业务员还是销售管理人员，要站到公司的角度去看问题，那么你的考核和评价才会比较高。报告写的过程中随时注意以下几点：1.用事实和数据说话，客观总结;切忌空话大话，夸夸其谈;

2.既有成绩也有问题，问题要分析其根本原因; 3.目标和计划要分解落实，要有具体可行的方法。

2、培养并建立了一支熟悉业务运作流程而且相对稳定的终端直销队伍。目前，营销部共有业务人员18人，他们进公司时间最短的也有5个月，经过部门多次系统地培训后，他们已完全熟悉了终端业务运作的相关流程。对这18名业务人员，我办按业务对象和重点进行了层级划分，共分为终端业务员、区域主管和片区经理三个层级，各层级之间分工协作，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞。这支营销队伍，他们的工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为a公司尽职尽责和为终端客户全心服务的思想。他们是武汉市场运作的生力军，是生产商启动武汉otc市场的人员保证。

3、建立了一套系统的业务管理制度和办法。在总结去年工作的基础上，再加上这一年来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于批发商终端直销队伍及业务的管理办法，各项办法正在试运行之中。

首先，出台了\_管人\_的《营销部业务人员考核办法》，对不同级别的业务人员的工作重点和对象作出了明确的规范;对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求。

其次，出台了\_管事\_的《营销部业务管理办法》，该办法在对营销部进行定位的基础上，进一步地对领货、送货、退货、铺货、赠品发放，业务开展的基本思路等作出了细化，做到了\_事事有要求，事事有标准。\_

第三、形成了\_总结问题，提高自己\_的日、周两会机制。每天早晚到部门集中报到，每周六下午召开例会，及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重业务人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

4、确保了一系列品种在武汉终端市场上的占有率。目前，营销部操作的品种有四川太极、珠海联邦、纯正堂、河北华威、山西亚宝等22个厂家，曲美、缓士芬、玉叶清火片、小儿清肺、珍菊降压片等30多个品规。对这些品种，我们依照其利润空白和厂家支持力度的大小，制定了相应的销售政策;如现款、代销、人员重点促销等。

通过营销人员积极努力的工作，这些品种在终端的上柜率在60~95%之间，确保了消费者能在一般的终端即可购买到我公司总经销的产品，杜绝了因终端无货而影响了产品销售时机的现象，满足了广大生产厂家的铺货率要求。

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