# 【销售月工作总结范文大全集】销售月工作总结范文

来源：网络 作者：心上花开 更新时间：2025-05-27

*本文目录202\_年销售月工作总结范文销售月工作总结最新销售月工作总结范文服装销售月度工作总结　　转眼间，我来到4s店已经x个月了。这期间，从一个连at和mt都不知道什么意思的汽车菜鸟蜕变成熟知汽车性能的业务员。一切从零开始，一边学习专业知识...*

本文目录202\_年销售月工作总结范文销售月工作总结最新销售月工作总结范文服装销售月度工作总结

　　转眼间，我来到4s店已经x个月了。这期间，从一个连at和mt都不知道什么意思的汽车菜鸟蜕变成熟知汽车性能的业务员。一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到销售和专业方面的难点和问题，我都及时请教有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门同事对我的帮助!也很感谢领导能给我展示自我的平台。

　　这三个月时间，我不仅仅学会了基础的汽车知识，同时也对自己的品牌有了更深入的了解，使我深深的爱上了自己所从事的工作，自己所销售的汽车。在我心里只有热爱自己的岗位才能做好本职工作。

　　短短的三个月时间，我明白了做汽车销售单凭自己的热爱是不够的，要学会如何进行客户谈判、分析客户情况的。这些是我一个刚入职的销售员从前所没经历过的，而我们老销售员在谈判的过程他们常常会带着我这个新人，学习谈判经验，这点我非常感谢我的同事们。所以，到现在我有难以谈的下来的客户我会吸取老销售员的谈判技巧，来进行谈判。

　　现在汽车销售市场竞争的日益激烈，摆在所有销售人员面前的是-平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，所以拥有一个积极向上的心态是非常重要的。

　　而我每一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比诚信;如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。这些一直是我的工作态度。我相信只有这样才能把工作完成的更好。

>　　现存的缺点：

　　对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。

　　在销售工作中也有急于成交的表现，不但影响了自己销售业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习，请教老销售员业务知识，尽快提高自己的销售技能。

>　　下个月工作计划

　　公司在发展过程中，我认为要成为一名合格的销售员，首先要调整自己的理念，和公司统一思想、统一目标，明确公司的发展方向，才能充分溶入到公司的发展当中，才能更加有条不紊的开展工作。以下是我xx月的工作计划：

　　1.继续学习汽车的基础知识，并准确掌握市场动态各种同类竞争品牌的动态和新款车型。实时掌握汽车业的发展方向。

　　2.与客户建立良好的合作关系，每天都建好客户信息卡，同时对于自己的意向客户务必做到实时跟进，对于自己的老客户也要定时回访。同时，在老客户的基础上能开发新的客户。让更多人知道与了解江淮车，并能亲身体验。了解客户的资料、兴趣爱好、家庭情况等，挖掘客户需求，投其所好，搞好客户关系，随时掌握信息。我在这里想说一下：我会要把c类的客户当成o类来接待，就这样我才比其他人多一个o类，多一个o类就多一个机会。对客户做到每周至少三次的回访。

　　3.努力完成现定任务量，在公司规定的任务上，要给自己压力，要给自己设定任务。不仅仅要努力完成公司的任务，同事也完成自己给自己设定的任务。我相信有压力才有动力。

　　4.对于日常的本职工作认真去完成，切不可偷懒，投机取巧。

　　5.在业余时间多学习一些成功的销售经验，最后为自己所用。

　　6.在工作中做到，胜骄败不馁，不可好大喜功，要做到一步一个脚印，踏踏实实的去做好工作，完成任务。

　　7.意识上，无论在销售还是汽车产品知识的学习上，摒弃自私、强势、懒惰的性情，用积极向上的心态，学习他人的长处，学会谦虚，学会与上司、朋友、同事更加融洽的相处。

>　　每日工作

　　1.卫生工作，办公室，展厅值班都要认真完成。

　　2.每日至少回访和跟踪2到3个潜在客户，并及时跟新客户需求。

　　3.每日做好前台值班工作，登记每位来访客户的信息。

　　4.每日自己给自己做个工作总结，回想一下每天的工作是否有没做好的，是否需要改正。

　　5.了解实时汽车行业信息，同类竞争品牌动态。知己知彼，方能百战百胜。 每周工作

　　1.查看潜在客户，看是否有需要跟进的客户。整理每位客户的信息。

　　2.查看自己的任务完成了多少，还差多少量。下周给自己多少任务。

>　　月工作任务

　　1.总结当月的客户成交量，客户战败原因。

　　2.总结当月自己的过失和做的比较好的地方。

　　3.制定下个月自己给自己的任务和工作计划。

　　最后，感谢公司给我一个展示自我能力的平台，我会严格遵守职业操守，朝着优秀员工的方向勇往直前。碰到困难不屈不挠，取其精华，去其糟粕，和公司的其他同事团结协作，让团队精神战胜一切。

>销售月工作总结202\_年销售月工作总结范文（2） | 返回目录

　　x月份整个云南市场的销售情况十分的不理想，要想完成下半年的销售任务，9月份是一个极其重要的时间点，x月份既是下半年的中间月份，也是决定十销售工作总结一促销效果好与否的重要时间段，所以九月份的工作是是极其重要的。以下是我的x月份工作总结：

　　一、x月份云南市场销售情况汇总及总代理分析：

　　昆明市场情况分析：9月份昆明总代理累计发货316462元，与预期的目标80万有较大的差距，销售情况不甚理想。通过与总代理的沟通以及对市场的分析，对于销售情况不理想主要是有以下几个原因：

　　1、渠道网络建设没有及时跟上。九月份有6家专卖店在装修，但只有一家在9月30号之前顺利开业，其他几家都因为一些原因而未能实现在国庆前期开业，对整个的销售情况没能起到一个拉动的作用。这5家未能在十一前期开业，作为区域业务人员，我的责任是比较大的，因为未能安排好时间去和正在装修的客户进行有效的指导和跟踪工作。

　　2、昆明总代理的库存管理没有跟踪到位。昆明总代理在7、8月二个月份都在消除库存以便回笼资金进行还帐。到8月底，昆明的库存比7月初总共减少了将近30万，其中八月份减少了20万，所以在九月份旺季到来之际，昆明总代理本应该是处于较轻的库存和资金压力的状况，但由于昆明总代理内部沟通出现了一定的问题，所以造成总代理进货不积极，不愿意占用资金去增加促销产品的库存。通过与底下几个较大客户的交流，在十一促销产品上，底下分销商的进货订单至少都有35万，加上九月底三家上样品的客户，共计有11万的产品，所以整个九月份总代理并没有因为促销而进行任何的备货工作，而且还在进行一定程度的库存消化。

　　3.、促销广告投放不足。在九月中旬，在对大部分优质客户进行拜访，沟通十一的促销广告投放，并确定了\*\*\*\*开的原则，即客户只需要承担40%的活动费用，但在月底的时候进行广告申报的时候，分销商的反应并不热烈，昆明总代理这边只有 6个客户进行了较大规模的广告投放，其他客户都是单纯的依靠单页和布标以及简单的室内布置，来进行国庆的促销。另外，由于总代理资金有限，也没有进行报纸等大型广告的投放，所以整个云南市场在十一促销前的准备工作存在较大欠缺，使整体的销量受到较大程度的影响。

　　4、底下分销商进货意向不强。今年上半年由于旱灾的影响，使得一些地区的住房小区的开工和交房时间受到了一定的影响，例如文山州，今年到现在总共只交房了600多套的房子，直接影响就是去年文山分销商10月份总共销售了22万，而今年十一促销仅进了1万多的货。较多的分销商因为上半年的生意比较惨淡，而在今年的十一促销上相对比较谨慎，不愿意占用资金去下订单。以上是对昆明市场的9月份销售情况的一个总结。

　　大理市场情况分析。9月份大理总代理累计进货97864元，与预期的销售目标20万有较大的差距，大理总代理下半年的销售情况一直都不是很理想，通过与总代理和底下分销商的交流，总结以下几个原因：

　　1、分销商大件产品销售不理想。通过在丽江和保山二个大客户的走访，发现现在二个大客户的浴室柜上样情况很不理想。特别是丽江，目前总共是有5套柜子，目前已经对其进行口头警告，如果不及时进行整改，将要对其装修款进行一定的扣留。也对丽江专卖店提出了整改方案。保山专卖店目前有9套柜子，但柜子的销量不理想，客户的信心也不足。大理总代理的浴室柜目前大部分只能通过大理店进行销售，所以量一直起不来。

　　2、渠道布建不足。大理下半年只有祥云一家专卖店开业，以及在大理嘉丽建材城和一家装饰公司合作，即新增二个拿货点。大理总代理目前只有一个管理人员，二个店面销售人员和一个安装工，人员较为紧缺，几乎没有人员去进行市场开拓和品牌宣传。造成现在对滇西的渠道布建投入不足，有较大的空白市场需要去开拓。

　　3、总代理和分销商的关系有待强化。目前大理总代理和丽江分销商的关系比较微妙，而丽江是目前大理总代理最大的分销商，丽江十一的促销进货只有2万多。丽江客户对大理总代理的服务态度和发货速度、处理问题的方式保留较大的意见。作为区域业务负责人，如何缓和总代理和分销商的关系将是接下来的重要工作之一。

　　4、部分分销商的品牌思维有待加强。特别是昌宁和祥云的客户，因为之前对这个行业的了解不多，所以在产品销售上还有一定的难度，接下来要加强对这些客户的指导，使他们能尽快适应公司的品牌文化和产品销售方式。包括与总代理的合作方式等方面也需要进行指导。

　　二、云南省分销商十一促销销售分析

　　从9月5号开始进行促销宣传，截止9月30号，云南省分销商客户进货在5万以上的分销商有：楚雄、罗平、新平、开远;进货在2-5万的分销商有：蒙自、昆明宏盛达、普洱、景谷、泸西、丽江、保山、建水、石屏、昌宁等客户。在2万以下的分销商有15个。分销商销售数据呈呈现出上头少，底部多的特点。优质客户的进货数并不是很大，没有十万以上的单个进货客户。特别是昆明、曲靖、玉溪三个大市场都没有大客户出现，严重影响了销量。中间部分的客户，进货数量普遍在2-3万之间，在这几个客户当中，只有昆明宏盛达、丽江、保山三个客户比较有可能在整个十一促销结束时候进货数量能够达到5万。进货数量在2 万以下的客户，普遍都是今年生意一直都比较淡的和一些比较没有实力，没有用心在经营产品的客户，这些客户有的占据着比较好的市场，但并没有形成呈正比的销售数据，在接下来的工作中要做好对这些客户的扶持和跟踪工作，对于那些没有实力，却占据着好的市场以及不用心经营的客户将要进行渠道的优化，使市场和销售呈正比。

　　通过与分销商的交流，对于今年十一促销销售数据不是很理想的原因主要有以下几个：1、客户的库存压力。比如丽江和新平的分销商库存目前都有12 万左右，较大的库存使得客户在今年的十一进货比较谨慎。2、大件产品销售数量不佳。目前地下分销商的浴室柜和北京马桶卖的不是很多，单店销售更多还是在买五金件为主，这些状况对于量的提升起到了较大的阻力。3、对市场前景比较不乐观。由于上半年的市场相对惨淡，使得较多的客户不看好今年的十一市场，所以更多的是采用观望的心态，先看下国庆几天的生意怎么样再来决定十一促销的最终进货量。除去以上几个原因，还有个别的经销商因为与总代理的合作不是很愉快，所以在促销进货上，不是很积极，对产品是一个能卖就卖，不能卖也不心急的心态。如何做好底下分销商的销售积极性也是个重要的工作。

　　三、个人工作总结：

　　九月份工作主要分为二大部分：促销前期的广告投放准备和专卖店的装修指导。

　　(一)促销前期的广告准备：

　　通过最近几个月对底下分销商的了解以及对云南市场的整个状况的结合，在十一促销前期，利用有限的时间主要对红河州的客户以及部分大客户进行拜访，与客户商讨十一促销的广告投放事宜，主要走访了新平、建水、石屏、蒙自、个旧、开远、弥勒、文山、罗平、保山、丽江、大理、楚雄几个客户。红河州的销量对整个昆明总代理任务量的完成具有举足轻重的作用，整个红河州目前有9家专卖店,3个拿货点。通过对建水、石屏、个旧、蒙自、开远、弥勒的走访，了解各个经销商对十一促销的操作想法，并与之沟通目前公司的广告支持力度与产品组合政策。目前云南省客户投放广告的积极性并不是很强烈，特别是一些福建客户，更多的是想依靠总代理在区域上进行广告投放，而没能看到投放广告所产生的短期和长期的经济效益。其实目前在云南省投放广告比较多的县域城市，其广告投放都与销售量起到了正比的关系，所以加强分销商的广告投入意识是相当重要与必须的。今年，昆明总代理因为自身的广告投放比较少，所以在十一的广告支持力度上，相比公司的支持力度在加十个百分点，目前基本确定进行广告投放的客户有新平、石屏、开远、罗平楚雄、蒙自。文山分销商因为今年的生意与去年相比确实是下降的相当厉害，客户目前不愿意进行广告投放，担心广告的回收问题。丽江分销商在今年6月份对其的拜访中，对其专卖店的形象问题提出了整改要求。在这次的拜访中，发现其并未按照当时的整改方案进行重新装修，所以对其提出的广告投放方案，目前不给予支持，只要是考虑到目前的店面形象一直都跟不上，如果一下子进行大量的广告的投放，一旦消费者来到店里面，与之预想的差距太大，将对品牌的长期推广产生较大的负面影响，所以要求其在整改专卖店的形象之后在进行广告的大规模投放。例外，由于丽江分销商目前又新开设了蒙拉丽莎瓷砖专卖店，所以其目前的精力在辉煌的投入上有限，所以也要求其增加管理和销售团队，以便更好的进行市场开拓。其他没有走访的客户主要是通过电话上与之沟通交流，由于目前的较多客户在做广告上经验比较欠缺，对于广告制作的流程和产生效应的认识不足，所以在做广告上一直都是以拘谨的态度来对待广告的投放。

　　昆明总代理主要是负责对其地下分销商的单页进行统一的制作，包括单页、布标以及部分的喷绘布制作，这些工作都在9月10号之前制作完成，并放送到底下分销商进行广告宣传。例外在这次的促销物资的准备上，也发现了目前昆明总代理的整个管理团队在这方面是比较欠缺的，缺少广告方面的知识，更多的时候没有办法对底下分销商的促销方案和单独广告单页制作做出一些有针对性的指导意见。总代理的管理团队是急需专业的市场人员的加入，要形成对总代理从家族式的管理方式向现代企业管理方式的转变，以便更好的适应目前激烈的市场竞争。

　　(二)专卖店的装修指导

　　目前云南省在装修的专卖店有曲江、凤庆、武定、南华、罗平、师宗、呈贡。曲江与呈贡专卖店是比较早完成装修的。但后面去检查的时候也发现了较大的问题。曲江专卖店的面积比较小，而且专卖店没有形成一个整体的空间，形象起不来，目前已经要求其对该店进行整改，把后面的墙体补实，以便形成一个整体的空间感。呈贡专卖店装修的比较精致，但在一些细节方面也也出现了一定的问题，象门头的hhsn的n贴反了，辉煌水暖洁具的洁具二个体与前面4个不一致，另外门头的体太多，使得整个专卖店的门头看起来比较凌乱，也让其对专卖店进行一些整改。罗平专卖店因为面积比较大，所以在装修上也比较注意，多次到罗平与客户沟通专卖店的设计方案，力求把罗平专卖店作成云南省的旗舰店。凤庆与武定的专卖店装修，因为客户之前并不是主要从事这个行业的，所以在装修的一开始要经常下去对其施工的过程进行监管和指导，防止其装修出现问题，对后面的工作产生不良的影响。南华客户因为和楚雄的客户比较近，而且二个人的关系也比较好，所以对其可以稍微的少花点精力去指导。师宗目前刚刚处于动工阶段，主要是确定了施工图。

　　通过对几个专卖店的跟踪，保证各个专卖店能够按照公司的装修风格进行施工，为以后的工作奠定基础。同时对于有问题的专卖店要求其进行必要的整改，保证公司的补贴的专用款能够花在实处。一个品牌，想在当地做起来，专卖店的形象是相当重要的。只有一个好的店面形象才能在竞争中占得新机，同时好的专卖店形象对价格的坚挺度也是比较好的支撑的，所以对于专卖店的装修要求一定要严格的按照公司的整体策略来进行，保证全国的专卖店能有一个统一的形象。

　　四、10月份工作计划

　　9月份惨淡的销售销量给接下来几个月的工作增加了极大的压力，如果想顺利的完成公司对云南省的销售任务，在接下来的工作中要把所有的精力都投放要市场当中去，针对九月的市场情况，对10月的的工作做出如下的计划。

　　一、做好各个分销商的十一促销的销售和囤货工作。实时与分销商进行联系，了解整个促销的销售情况，对于底下各个区域的竞争对手的促销情况进行汇总，做好十一促销结束前的分销商进货工作。十一促销作为公司的四大促销节日来说，公司的让利力度是相当大的，所以对于有实力的分销商要让其多下订单，只有把分销商的库存填满了，才能给客户造成一定压力，才能更快的让产品在通路上流通。

　　二、做好几个专卖店的装修指导工作。目前云南还有几个专卖店正在装修中，必须做好施工过程中的风格与公司的要求一致。确保装修的店面在形象、档次上达到公司的要求，使得分销商在未来的竞争具有优势。

　　三、利用有限的时间进行有针对性的市场开发。目前云南省的销售量一起起不来，离合同的截止日也只有2个半月了，要想快速的做起量来，开发专卖店是个较快的捷径。重点开发区域是：云县、元谋、眸定、昆明、曲靖等区域。这些地方都是有一定的摸底基础的，有一些意向客户，所以开发的可塑性比较高。

　　九月份的销售量是失败的，与自己预期的差距太多了，自己要对这次失败承担一定的责任，主要是专卖店没能实现在国庆之前开业，活动促销没有执行到位以及没能说服代理商及时的的进行库存的补充等方面的问题。在职场上自己要学习的东西还太多。

　　以上是我20xx年x月份的工作总结，以及xx月份的工作计划。还望领导对我工作的指点!

>最新销售月工作总结范文202\_年销售月工作总结范文（3） | 返回目录

>　　(一)业绩回顾：

　　1、开拓了新合作客户近三十个(具体数据见相关部门统计)。

　　2、8~12月份销售回款超过了之前3~8月的同期回款业绩。(具体数据见相关部门统计)

　　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础。

>　　(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场。

　　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场。

　　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，因此执行力随之增强。

　　④管理要求每一个销售人员必须提出问题的解决办法，从而“逼迫”销售人员遇到问题时首先联想解决问题的办法。同时树立了销售人员的责任心，遇到问题找借口、找理由的现象降低，逐步树立了“解决问题是职责”的职业操守。

　　⑤在管理实践中，不断地给销售人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

　　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“放任状态”。

　　⑧谁都想做好人，缺乏主动做“恶人”的管理人员，管理原则不能坚持，等于一纸空文。

>　　四、内部管理运作的回顾及分析：

>　　(一)运作回顾：

　　1、基本解决了不按客户定单发货的现象。

　　2、公司制定工衣，并规定着装时间，公司人员有了较统一的形象。

　　3、文员工作有了一定分工，工作程序、方法和责任逐步明确。

　　4、制定并实施了新的行政管理制度，逐步规范了员工行为，出勤等管理一视同仁，趋于规范化。

　　5、客户档案基本建立。

　　6、周一和周六有开例会，工作有了积极明确的氛围。

>　　(二)存在的负面因素分析：

　　1、部门协作性不强，都喜欢围着老板转，喜欢把老板推到“工作前线”。一方面不能形成管理层面;另一方面促成了“一笔签”现象，并让老板处于被动境界。停留于小公司的思想、观念、模式和行为，是阻碍公司科学化管理进程的最大障碍。

　　2、客户管理能力较弱，有待进一步的能力提高和完善。

>　　五、存在的主要问题：

　　1、销售管理无数据：

　　一份正规地年度工作总结报告，应该用数据来说话，可是……真正的销售管理必须包含两部份内容：一、销售回款的管理;二、销售费用的管理。从而成为真正的经营。管理需要数据支持，就相当于打靶需要有望远镜帮助看靶心一样。每次放枪，都应当检查结果，以便于不断调整而尽量达到最高目标准确度。而公司现时的销售管理，就等于闭着眼睛瞎放枪，只知道靶子的方向在哪里，至于每一枪的结果，只能凭着经验去判断，去调整射击位置。所以目标的命中率可想而知!所以我认为，正确地管理应当是每半个月，财务部门应当向销售部门提供详尽的数据，帮助销售管理的判断和调整，以达到最高管理实效!

　　2、管理无层级：

　　公司的员工常挂到嘴边的一句“我要请示老板…

　　;”。本意没错，老板才是最终决策者!但是我认为老板花钱雇用我们，最少应当有三个目的：一、为公司创造剩余价值;二、为公司解决问题;三、帮老板分解、承担责任。所以应当是员工主动帮老板分析问题，解决问题，把老板“藏到幕后”。否则的话，做好人做恶人的都是老板!——例如，某客户要申请某项支持，若公司给予了支持，客户会认为“老板不错”!若由于其他原因公司未给支持，客户自然会认为“老板太精了”!正确在做法，我认为是永远让老板是“好人”，时刻维护老板的正面形象。

　　身为公司的管理人员，是判断和处理一般问题的责任人，是帮老板做事的。如果大事小事都让老板判断和处理，那就等于是老板在做事!既然老板自己在做事，多请些文员就行了，哪需要那么多经理呀、老总呀!另外老板“一笔签”绝对正确!——正确的前提在于各级管理人员有责任帮助老板判断，确保老板每一笔都签得正确!

　　而且，从管理的角度来分析公司的管理。《a管理模式》一直强调管理的层级和跨度(事实上，无论任何组织或群体，成功的管理结构都是呈“a”形状)。管理的扁

　　平化，适合小的组织。当组织不断壮大之后，人的精力和能力很难再直接适应不断膨胀的管理层和面，如果可以的话，各朝帝王都完全没必要设那么多部门，养那么多大臣!就相当于，如果公司大事小事都是老板处理，相信老板一天48个小时都不够用!老板雇用管理人员就等于养着一群光拿钱不做事的“闲人”，——老板不是在做生意做企业，而是在做“慈善事业”!

　　我一直的观点，公司的管理应当是一条自动化地生产线，老板就只是掌握开关的自动化操作员。当然，“生产线”要真正实现自动化，对每一个“部件”的品质要求都比较高，我想作为操作员(老板)来讲，最担心的还是“部件”的品质!——因为“部件”品质不稳定，一方面操作员心理压力和警惕性会加大，比较累。第二方面操作员会时常扮演更换“部件”的“机械维修工”;第三方面，生产出的“产品”很难达到“预期品质”;第四方面，品质不稳定的如果是重要部件”，有可能会毁掉整条“生产线”!

　　3、管理无流程：

　　生产洗发水，需要配料——搅拌——灌装的基本流程。在配料一定的情况下，搅拌的过程决定了洗发水的品质!管理也一样，中间的管理流程直接影响着管理的结果。倘若省去中间流程，把配料直接装进洗发水瓶，就等于把原料变成垃圾，最多也只能算是半成品洗发水，并没有达到预期的结果，或者说结果的品质没有达到最佳!

　　当然，以上是从结果方面来分析。如果从过程来分析，就会出现有些事大家都在做，有些事没有人去做!有些人忙得实效低下，有些人却闲得无所事事!简单地举例，某份文件传真过来，文员不知道该给谁处理或者先给谁处理后给谁处理?唯一的办法，上面注明给谁就交给谁!结果，几乎全部是由老板去处理!(直接从配料到灌装环节)

>　　六、完善管理的建议：

　　无论什么样的观点，无论什么样的管理，无论什么样的人来建设和推行管理，必须从根本上解决公司存在的三大现象问题：

　　1、执行力太差的问题：

　　无论什么样的管理，不执行或执行不到位，不是一纸空文就是达不到预期效果，永远还是原地踏步

　　2、责任不与职权、利益挂钩的问题：

　　有权有钱却没有责任，谁都可以乱搞!搞出了问题拍拍屁股就可以走人!打工的，谁都可以走，唯独老板走不了，所以最终遗留的问题只能老板自己负责!而且，任何员工要是都不用为自己享有的利益相应的负责任，都抱以“无产阶级思想”，说不定哪天还可以“杀富济贫”呢

>服装销售月度工作总结202\_年销售月工作总结范文（4） | 返回目录

　　随着工作的深入，我接触到了许多新的事物，也遇到了许多新的问题，而这些新的经历对于我来说都是一段新的磨练历程。回顾整个一月，我学会了很多：在遇见困难时，我学会了从容不迫地去面对;在遇到挫折的时候，我学会了去坚强地抬头;在重复而又单调的工作背后，我学会了思考和总结;在公司形象受到破坏的时候，我学会了如何去维护;在被客户误解的时候，我学会了如何去沟通与交流。

　　以上是我在工作方面取得略微突破的地方，但这种突破并不意味着我就能够做好工作，在接下来的工作中我会继续完善自己，在失败中不断总结经验和吸取教训;在和同事配合工作过程中学习他们先进的工作方法和理念;在沟通和交流过程中学会谅解他人。

>　　现将一月份工作总结作如下汇报：

>　　一、工作方面：

　　1、做好基本资料的整理，及时向工厂反映客户的情况、向工厂反映客户的信息;2、是做好订单跟踪：在下订单后要确认工厂是否排单，了解订单产品的生产进程，确定产品是否能够按期发货，最后还要确定客户是否准时收到我司产品;3、是货款回笼，与客户确认对帐清单并确认回传，及时将开票资料寄到财务处，做好开票的事项，最后确认客户财务收到税票并要求及时安排;4、维护老客户，保持经常与老客户联系，了解客户对产品需求的最新动向。另外要向客户推出公司最新产品，确定客户是否有需要。

>　　二、工作中存在的问题

　　1、货期协调能力不够强，一些货期比较急的货经常不能很好地满足客户的需求，货期一退再推，有些产品甚至要二十多天才能完成。这种情况导致了部分客户的抱怨。工作的条理性不够，在工作中经常会出现一些错误;对时间的分配和利用不够合理，使工作的效率大大地降低;不能很好地区分工作内容的主次性，从而影响了工作的整体进程。

　　2、由于自身产品知识的缺乏和业务水平的局限，在与客户的沟通交流过程中不能很好地说服客户。这一方面我还需要继续学习去完善自身的产品知识和提高业务水平。

　　3、产品质量问题在大货生产中是很难避免的，但是所有人都希望降低产品质量问题的发生率。据统计，上个月客户投诉我司产品存在质量问题的案例达十几起。举两个案例：邦威(盛丰)h0710136单撞钉，因为底钉在实际大货生产过程中不够锋利、穿透力不够强，导致客户在装钉过程中出现大量底钉打歪、打断、变形情况。这给客户带来了一定的损失，经过协调，客户要求我司尽快补回损耗的底钉1000粒;邦威(圣隆)h0710052单的工扣,客户投诉我公司产品存在严重的质量问题,一个工扣同时出现几种质量问题:掉漆、钮面变形、颜@@@颜色不统一。这使我们和客户的沟通出现空前的尴尬场面。客户对我们的产品质量表示怀疑，也对我们的态度表示怀疑。他们觉得我们没有一点诚意。后来我们工厂采取了相应的措施解决了此次质量问题。但是之前糟糕的质量问题给客户带去了非常不好的影象对我们的信任度和满意度都大幅度降低。

　　对于产品质量问题我觉得它是客观存在的，如果要求工厂生产的大货不发生质量问题，那时不现实的也是一种幼稚的想法。容忍一定限度的质量问题是每个业务员所必须做到的，如果一味地去埋怨工厂，只会让事情变得更加糟糕。如果说有什么可以弥补质量问题，那就是我们的态度。一旦发生质量问题我们就应该及时有效地去挽回损失和客户对我们的信任，拿出我们的诚意寻找并承认自己的过失之处，这才是首先要做的事情。

>　　三、自我剖析

　　在心态方面，我存在两个问题：一是急躁心理、二是责任分散。我还需要进一步去调整和改变。

　　在紧张的工作中会经常产生急躁的心理状态，我曾尝试着去缓解这种状态，但是效果并不好。心理学解释导致急躁的心理有许多因素：工作环境、自身素质、生活习惯、工作方法等等，而我认为调整急躁的心理状态还需要从自己的生活习惯和工作方法做起，因为工作环境是客观的，而提高自身素质特别是心理方面的素质更不是一朝一夕的事情，现在我能把握的就是调整自己的工作方法和自己的生活习惯。

　　责任分散是为了提高工作效率的一种重要手段，但是工作分散心理却有着它消极的一面，当一件事情的责任被多个人分担后，没有人认为这件事是自己的事情，久而而久之便没有人会去刻意关注这件事，在我身边我能感受到它是存在的。我想克服这种心理的最佳方法就是培养和加强自身的团队合作精神。时刻都要把自己摆在一个团体的位置里，因为这里没有我只有我们。

>　　四、下月规划

　　1、维护老客户：主要是订单跟踪，确保森马巴拉的大货能够准时出厂。做好森马巴拉秋季打样工作。

　　2、做好货款回笼，上个月我在这一方面做地不好，被人敷衍的感受实在不好受，从现在开始要多长一个心眼，俗话说：口说无凭，什么事情都要确认才行。

　　3、对于新客户，一定要完全按照合同上的规范行事。尽快地获得新客户对我们的信任和支持。

　　4、坚持学习产品知识和提高自身的业务水平，事物都是在时刻变化的，我需要不断补充新的知识来充实自己。坚持多出去走走，保持经常与客户的有效沟通和交流，真正了解客户需要什么产品。

　　以上是我一月份工作总结，不足之处还请领导多多指点和批评。

>相关推荐：

房地产销售月工作总结

最新服装销售月度工作总结

销售月份工作总结

电器销售月工作总结

电话销售月度工作总结

202\_年销售月工作总结范文

销售月工作总结与下月工作计划

外贸公司销售月度工作总结

202\_电话销售月工作总结

销售月工作总结报告

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！