# 销售管理上半年工作总结\_销售管理上半年工作总结

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2025-04-17

*为了更好的做好工作，好好总结上半年工作是很有必要的，一起来看看本站小编为大家整理的：销售管理上半年工作总结，仅供参考，更多内容请关注本站。　　销售管理上半年工作总结（一）　　20xx年转眼已过去一半，在这半年来，根据集团发展方向的指引，...*

　　为了更好的做好工作，好好总结上半年工作是很有必要的，一起来看看本站小编为大家整理的：销售管理上半年工作总结，仅供参考，更多内容请关注本站。

**销售管理上半年工作总结（一）**

　　20xx年转眼已过去一半，在这半年来，根据集团发展方向的指引，在酒店高层领导的经营思路的指导下，基本完成了各项经营目标任务。在此对20xx年上半年市场营销部的全年工作作如下总结：

>　　一、营销部销售目标任务完成情况

　　20xx年上班年营销部在酒店领导的带领及指导下，完成客房营业收入x万元；餐娱营业收入为x万元，占全年目标的x%

>　　二、营销策划及宣传推广活动的开展

　　1、主题和产品营销：在20xx年上半年，为改善周末入住率较低的情况，特策划推出了阳光商旅周日促销活动、“特别特”促销活动，作为酒店客房的长期宣传促销。对于酒店产品，在2月推出前厅的养身茶、客房部的环保消费，健康有礼；3月推出了餐饮部婚宴促销活动、小商场三国纪念；5月推出中餐厅、棋牌、浴足夏季联动促销，6月推出餐饮部谢师宴、小商场夏季新品促销，通过不同时期有针对性的对酒店个别产品的着重宣传，让客人了解了酒店的产品，使各项新品顺利推广并销售。另还还有每月的新菜宣传，根据不同季节客人需求，制作不同的主题，对个别菜品做重点宣传，让客人在期待中去尝试，突出酒店餐饮创新的特点。

　　2、节日营销：通过对春节、情人节、妇女节、儿童节、父亲节、端午节等节日宣传，进行适当的环境布置，营造节日氛围，推出促销或回馈活动，表达对客户的人文关怀，树立酒店良好的社会形象，同时进行酒店经营项目的推广。

　　3、酒店环境营造：通过对酒店1F、4F、5F春季、夏季背景墙的设计制作，营造酒店的季 节氛围和舒适宜人的消费氛围，旨在吸引客人，让客人感受到酒店文化，同时为员工创造舒适的工作环境。

　　4、开通了宇豪酒店的新浪微博，搭建新的网络宣传平台， 将酒店的最新动态活动更新到微博上，起到对外宣传的作用。

　　5、在宣传设计期间，尝试新的宣传方式，利用酒店现有的视频工具，制作出了视频动画，大大改善了以往的图片滚动播放宣传单一的方式，使其宣传更为生动有趣。

>　　三、市场开拓及开发

　　1、20xx年部门还积极做好市场开发工作，充分掌握本地市场发展动态，利用南充经济开发的好好势头，持续跟踪涌入本地的大型投资企业以及南充周边地区的开发，为酒店新开发x家协议单位，其中x家商务协议单位，x家签单协议单位；其中xx、xx都京港务等消费均在x万以上。

　　2、坚持做好客户维护，积极开拓市场：

　　一直以来，营销部坚持做好情感营销，努力开发和培养忠诚客户。经常与客户保持密切联系与沟通，定期拜访，保持良好关系。根据客户消费情况，在各种节、庆日实施不同的馈赠方式和标准，适时对大客户进行宴请及互动、融洽客我关系，深得客人认可与好评，提高了客户的忠诚度。

　　根据酒店的经营优势和市场定位，20xx年上边年，商务客源是酒店销售工作的重点，同时，也加强对政务单位开发。对会议及团队认真做好会前 、会中、会后三个环节的服务工作，安排人员全程跟踪会议，努力提高会议客人的满意度，促进会议团队的销售。先后顺利承接了人大、中石油、基督教等大型会议团队。

　　3、努力扩大网络订房和旅行社订房：

　　持续与国内各大网络订房公司加强联系合作，新增了与xx、xx旅行网两家网络公司的合作，20xx年上半年网络订房全年订房收入达到x万元，比11年同期增涨x万元。（20xx年上半年为x万元）

　　4、努力加强和开发酒店其它经营收入：

　　及时捕捉市场信息，将酒店部分闲置场所充分利用，吸引南充市五星广场商业投资管理有限公司 、建设局、龙仍公司 进驻酒店设立办公地点，为酒店带来高额的场地租赁收益，也为酒店开发了新的商务客源。

>　　四、款项回收：

　　签单协议单位已是酒店较为稳定的客源之一，但因签单单位多，欠款金额大，每月欠款总额超出x万元，对酒店资金周转带来了困难；为了降低酒店资金使用风险，而又不能拒绝客户消费，20xx年上半年在协议单位回款工作上，部门根据各协议单位特点制定了相应的回款办法，定时对签单协议单位进行清理；并对销售人员加强了回款考核与监督，通过客我的相互沟通和理解。顺利完成年度酒店资金考核目标任务。

>　　五、部门间沟通协调：

　　为更好的为客人提供高效快捷的服务，提高客户对酒店的酒意度，营销部与各部门经理保持良好的沟通与配合，不定期举行工作协调会，寻求解决问题的办法，不断改进操作流程，融洽了部门间的关系；在大型接待或会议前，开展会前协调会议，对接待流程及操作细节与各部门共同商议、讨论，保证了接待品质。

>　　六、团队建设和培训：

　　20xx年上半年配合部门绩效考核办法，通过不定期的与各位部门员工的沟通交流，及时针对工作中的失误与存在的问题，帮助寻找解决办法，使员工之间逐步形成了良好合作关系与团队氛围。营销部的培训工作主要有以下方面：

　　1、 产品知识培训：

　　1）对部门同事进行各岗位流程培训，让销售员了解各岗位操作流程，更好的与各部门同事配合，完成对客服务；

　　2）案例培训：对酒店各类各部门的案例进行培训，让销售员了解相关处理方法。

　　3）对酒店推出的各类新品、促销活动、营销举措细则进行培训，让销售员对客进行积极促销。

　　2、专业技能培训：

　　为提高销售员的专业知识和推销技巧， 制定了部门营销专业知识培训计划，提高销售人员的业务技能。

　　3、沟通技巧：通过各种案例加强对员工协作能力、沟通语言、技巧的培训。

>　　八、工作中需加强和改进方面：

　　1、销售人员自身个人及业务素质还有待提高，需加强培训；

　　2、对销售代表对客户维护范围较小，工作量不饱和，依仗市场效应等客上门、销售不积极主动。需对根据客源组成对销售代表职能进行重新界定和引进良性竞争考核机制；

　　3、对商务客户的重视和维护需加强，市场开拓范围还需进一步扩大；

　　4、在制作促销活动的时候，与各部门的沟通还不够细致明确，在执行促销活动过程中，部分操作细节未具体落实，还应将强相互沟通。

　　5、加大销售渠道尤其是网络渠道的扩充和合作；

　　6、加强自身学习力度，以身作则带领团队共同进步。

>　　20xx年下半年营销部工作计划

>　　一、市场调查方面

　　1、坚持周期性的进行市场调查研究并分析，关注市场变化及宾客需求，与与时俱进地对酒店产品进行调整，从而提高酒店利润率，使酒店产品利益最大化；

　　2、 对竞争对手客源、会议单位、宴会等调查，收集信息，提供体验，争取客源；

　　3、 建立商务及市场信息收集统计机制，定人、定期进行收集统计和学习。根据客户需求及行业发展趋势，开展客源开拓；

　　4、 及时根据客人对酒店产品及服务的意见反馈，对酒店整体服务品质及经营提出提升的创新建议。

>　　二、客户维护方面

　　1、 建立健全客户档案。对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类别适时联系跟进，详细记录客户所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立和保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，

　　2、 坚持大客户维护方案的实行，巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在节假日及客户生日，通过各种形式进行拜访和慰问。

　　3、 举办客户答谢会，以加强与客户感情交流，听取客户意见。

>　　三、营销策划、宣传方面

　　1、 建立周期性的节日营销活动策划，如建军节、七夕情人节、教师节、国庆节、中秋节等；

　　2、 对酒店新的营销举措及新品进行系统的推广宣传（如客房产品、新菜品等）；

　　3、 加强主题营销活动策划，体现企业文化，提升宾客对酒店的认知度及酒店品牌影响力；

　　4、 加强与各部门间的沟通，征求各部门意见，相互学习，集思广益，把策划做到有创意有效益。

　　5、 在做策划书时，把策划活动细节落实，在实施过程中及时把控，对活动效果及时统计分析，适时调整，活动结束后实行数据评估和成本核算，将实际活动效果与预期效果做对比，提高活动策划水平。

　　6、 加强学习，通过对竞争酒店的走访学习，开阔视野，加强活动创意和广告创意的学习与运用。

　　7、 增强对酒店营销理念和酒店市场的了解，制作出更为符合酒店产品和定位宣传制品。

　　8、 拓展宣传渠道，结合营销活动，大力展开推广活动，充分利用路牌、公告栏、短信平台、网站、《明宇会》、微博、LED、大堂视频、包房电视画面等宣传平台，全方位开展宣传。

>　　四、营销策略

　　1、市场

　　（1）20xx年酒店主要目标市场仍应确立为以商务市场为主导（包括商务散客、商务会议、宴会）。通过开发商务市场及成都、重庆、周边客源市场，维护回头客，保持顾客的忠诚度及开发政务市场来逐渐增加其它客源

　　（2）着力拓展商务会议团队，增加团队在整个营业收入中所占的比例；

　　（3）加强与网络销售渠道的合作，并及时将酒店各类促销信息与订房网联系，并根据客人需求及房价对网络订房房型进行更新，网络订房和旅行社订房已成为酒店提高开房率的一个重要辅助来源。

　　（4）其它客源补充：酒店写字楼长租，参加商业、贸易会展的商务客人；机会客源：节假日、重要企业庆功会和庆祝会，黄金节假日的旅游团队、高考团队等，均可成为有效的客源补充。

　　2、策略

　　（1）扩大分销渠道：加大周边五县一市及成渝等地酒店、旅行社的合作，实行阶梯式返佣模式；

　　（2）根据东方花园酒店改造因素，发挥集团优势，尽快接收吸纳其客户群体；

　　（3）制定常客积分奖励方案：大力发展大客户及长住客户，开展定期的，持续性的大客户回馈活动；

　　（4）增加协议及大客户指定消费，根据消费额度灵活处理折扣及其它事宜；

　　（5）根据市场发展，对价格适时的进行调整，并准备好相应的辅助措施，提升酒店赢利能力。

　　3、产品

　　（1） 根据市场及客户需求调整的酒店产品（客房、餐饮、棋牌等）；

　　（2） 对酒店现有产品进行更新，适应不断变化的市场形式（如会务产品进行改造更新：话筒、座椅、投影幕布、餐厅器皿、包房环境等）；

　　（3） 对大客户消费实行阶梯奖励制度；

>　　五、预算管理

　　以酒店预算管理目标为导向，根据市场及酒店经营情况及时进行核查和针对性的调整。

　　（1）对销售目标和任务要及时进行评估，做到每周一小结，每月一总结，分析原因，总结经验教训，及时找出原因和研究好对策。对酒店营业状况进行周及月度分析、总结，向酒店及各层管理人员进行汇报，各营销代表对本月及下周工作进行总结和安排；

　　（2）年度销售任务计划完成控制：将销售任务按月度进行划分，逐月评估计划指标是否实现，通过进行销售分析、竞争对手分析、客户态度分析及其他比率的分析来衡量计划实现的质量；

　　（3）盈利性控制：通过对产品、销售区域、目标市场、销售渠道等分析以加以控制，检查赢利情况；

　　（4）战略性控制：由营销部负责，通过核对营销清单来检查是否抓住最佳营销机会，检查产品、市场、销售总体情况及整体营销活动情况。

>　　六、团队建设

　　1、绩效管理：配合酒店20xx年度新的经营目标，根据20xx年度市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，激发、调动营销人员的销售积极性和主动性。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理；对于客户宴请、赠送标准进行规范性限制；建立一套稳健、公平的管理机制，明确任务，赏罚分明；

　　2、团队建设：强调团队精神，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团队；

　　3、业务技能：根据市场形势及时调整营销方案。安排专人收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业得信息，掌握其营销活动和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的营销方案；

　　4、协调合作：与酒店其他部门做好协调配合工作。主动与酒店其他部门密切联系，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

　　5、公关形象：加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取公众单位对酒店的支持和合作。

　　6、岗位培训：制定年度培训计划。通过培训，提高销售人员的自身及业务素质。不仅提升销售人员的产品推销能力，同时提升人员在酒店产品策划宣传方面的能力。

　　20xx年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，成为一支开拓创新，团结拼搏，吃苦耐劳的营销队伍，为酒店树立更好的形象，创造更高的利润。

**销售管理上半年工作总结（二）**

　　转眼20xx年上半年已经结束，为了更好的开展下半年的工作，我就上半年的工作做一个全面而详实的总结，目的在于吸取教训、提高自己，以至于把下半年的工作做的更好，完成公司下达的销售任务和各项工作。

>　　一、上半年完成的工作

　　1、销售指标的完成情况

　　上半年在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，x市场完成销售额x万元，完成年计划x万元的x%，比去年同期增长x%，回款率为x%；低档酒占总销售额的x%，比去年同期降低x个百分点；中档酒占总销售额的x%，比去年同期增加x个百分点；高档酒占总销售额的x%，比去年同期增加x个百分点。

　　2、市场管理、市场维护

　　根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

　　通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

　　3、市场开发情况

　　上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的x购物广场，所上产品为52°系列的全部产品；2家酒店是分别是x大酒店和x大酒店，其中x大酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，x大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

　　4、品牌宣传、推广

　　为了提高消费者对“x酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

　　5、销售数据管理

　　根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对202\_年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

>　　二、下半年工作打算

　　尽管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保x万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

　　1、努力学习，提高业务水品

　　其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面（尤其是白酒营销方面）的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

　　2、进一步拓展销售渠道

　　x市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

　　3、做好市场调研工作

　　对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

　　4、与经销商密切配合，做好销售工

　　协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

　　最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予更多的批评指正、指导和支持。

**销售管理上半年工作总结（三）**

　　xx年上半年已结束，为更好的开展各项工作，现对xx年上半年各项工作总结如下：

　>　一、经营工作：

　　三楼商场截止到xx年6月销售完成全年计划的x%，完成同期的x%，利润完成全年计划x%，完成同期x%。其中男装销售完成去年同期的x%，下降比较大是羊绒、羊毛区，同期下降x%，主要原因是受大环境影响，羊绒团购较少，主要依托零售，高端货品销售受影响；男装中岛同期下降x%，主要原因是边厅品牌高端货品销售不好都补充了特价品，使中岛品牌失去了价格优势影响销售。利润完成去年同期的x%，主要原因是今年合同中保底利润事先按月做了分配，销售下降影响利润不明显。

　　鞋帽部销售完成去年同期的x%，下降较大的品类是中岛，同期下降x%，主要原因一是去年商业公司x元团卡取货集中在1月份取货（今年没有），中岛团卡取货占的比重较高影响较大；另外红蜻蜓、哈妮、必登高三个品牌比去年同期下降了x%，主要原因是今年的货品都比去年同期少，新款少，红蜻蜓供应商因资金原因基本没供应新款，销售下降较大；第三休闲鞋主要原因是今年休闲鞋客单价较高，同期增幅x%，部分老顾客转型该穿价格较低的户外。利润完成去年同期的x%，主要原因是今年促销费高于去年同期。

　　接手三楼工作后两个月主要做了以下几点工作：

　　1、加强与各品牌厂商的有效沟通，借助厂方资源提升销售业绩；

　　很多品牌我们都是与厂方或大代理商合作的，他们的货品资源丰富，组织厂商周活动折扣力度大，效果明显。端午节期间联系梦特娇厂商推出了大型特卖活动，销售近万元；乔顿父亲节期间举办了VIP主题酒会，最高付1万元可取元商品，达成销售万，较去年同期增长x%。员工内购会期间利郎推出全场3折起特卖，x折回馈等大力度活动，楼层达成销售万，较去年同期增长x%。

　　2、加大活动力度，抓好节日经济；

　　端午节、母亲节、父亲节等重要节日由办公室管理人员直接与品牌供应商对接活动，保证活动力度及效果，特别是在母亲节和父亲节部门在公司现有活动的基础上，对应三楼经营品项推出了有针对性的抽奖活动，父亲节做了一期电视专题，取得了较好的销售业绩，母亲节及父亲节销售分别增长x%、x%。

　　3、利用外场促销机会，提升品牌业绩，增强供应商信心。

　　针对今年市场不好个别品牌任务完成不理想的现状，部门积极与厂家联系，利用周末的时间搞外场促销，提升了销售。如金蒂贝尔、九牧王裤等活动促销效果较好，缩小了实际销售与保底任务间的差距。

>　　二、管理工作

　　1、强化服务措施，部门服务水平显著提高

　　服务工作是我们常抓不懈的一项工作，只有良好的服务，才能有好的销售。在硬件设施与竞争对手有悬殊的情况下，我们要从软件上下功夫。今年公司也对我们的服务现状加大了现场的巡视力度，部门也根据实际情况制定了购物中心三楼服务整改措施。

　　部门在服务方面加大了监督、检查力度，并以团队为单位每月进行评比，好的奖励表扬，差的团队进行劳动体罚。做到天天有暗访，次日晨会通报。在部门内推出结对子柜组互相检查制度，每天上岗前相邻的结对子柜组对仪容仪表、证章、卫生、劳动纪律等情况进行相互检查、提醒，将违纪杜绝在萌芽状态。

　　通过结对子柜组的相互检查，员工的自律性有了很大的提高，员工的服务意识也有了很大的提升，有效的提升了部门整体的服务水平。

　　2、加强商品价格、商品质量管理，杜绝不合格商品上柜

　　5月份部门在做好销售的前提下，严把商品质量关。在部门内开展了商品质量、价格标示检查，首先柜组根据自己的实际情况对柜组品牌的证件及内外标示、价格标示进行检查，对查出的问题自己先整改。部门随后进行了复查，对查到的过期证件及证件不全、价格标示不全的柜组下达整改时间，确保商品证件有效、到位，杜绝了不合格品的上柜。

　　3、安全工作常抓不懈，时刻牢记安全是经营的基础。

　　部门定期利用晨会对员工进行消防培训，每天进行现场安全检查，每月组织消防演练，发现问题并及时整改。高度重视维修科及安管科检查出的问题，积极配合整改，安全第一。

　　>三、存在的问题

　　1、对新引进品牌关注度不够，不利于品牌培养；

　　2、品牌储备不足，有品牌撤柜或需淘汰品牌时无有效候补品牌，影响调整进度；

　　3、员工主动服务意识需进一步强化。

　　四、综上所述x年下半年部门将重点从以下及各方面开展工作：

　　（一）、做好羊绒、羊毛区、箱包区、裤区品牌调整及位置调整工作；

　　（二）、注意日常品牌储备，并与目标品牌保持联系，为以后的品牌结构调整打基础；

　　（三）、在部门内制定新品牌推广计划，首先继续加大品牌的宣传力度）同时要求厂家拿出促销方案，尽快提高新品牌的知名度，提升销售业绩；

　　（四）、采取多种促销方式，分时段促销提升销售；

　　1、有针对性的联系大型特卖活动，如百丽五大品牌、BOSS休闲鞋、利郎、赛兔羊绒等；

　　2、联系品牌厂商周活动，做好淡季促销；

　　3、组织和做好店庆的各项工作，与供应商沟通最大的活动力度积极联系货源，准备部分品类的特卖（重点是男装与羊绒）；

　　4、在12月份组织羊绒节、靓靴节的活动拉动客流，提升销售

　　（五）、加强与供应商的沟通，稳定品牌发展；

　　部门将不定期的加强与各个品牌供应商的沟通，特别是销售业绩不好的，要及时跟上沟通，给厂家多提合理性建议，确保供应商的稳定性。

　　（六）做好层级管理，培养员工的主动服务意识。

　　加强与各柜组长沟通，首先带动起组长的积极性，让部分服务好，销售积极性高的柜组组长利用晨会等形式与员工交流分享服务的乐趣，以此带动起全体员工的积极性，逐步培养员工主动服务的意识。

**销售管理上半年工作总结（四）**

>　　一、上半年的工作总结：

　　1、整个市场的销售情况不理想没有达到预期的目标，跟自身业务能力有莫大的关系。下半年将加强自身各方面知识的学习，整理工作的套路，总结以前的各种经验并分析希望能够得出一套适合自己适合品牌的工作方法。

　　2、工作中很多细节没有把握好，导致很多工作都做了无用功。争取以后把每个细节落到实处，不好高骛远，不急不躁，一步一个脚印地把每一个小事做好。

　　3、在工作过程当中没有把工作当着是自己的一份事业来经营，导致在工作过程中有些思想方面的停滞以及行动方面的懒惰。下半年调整好心态，理好思路，按照公司的指导思路去调整。将以一个积极主动的心态去面对工作，去迎接接下来的挑战。

　　4、随着工作时间的推移我学到了很多的东西，也体会了很多东西。但是还远远的不够，各方面的能力还很欠缺，对市场的把握还不够，对人情的关系建立还不到位。多了解行业相关的一些信息，了解市场的动向，竞品的相关信息，以及人与人怎么处理关系的方法。

>　　二、下半年的工作计划与安排：

　　1、第三季度：主要是做好市场网点的开发以及现有商场销售的推动，为让其能够持续的销售打好基础。

　　（1）、加强乡镇市场的开发力度，增加跑市场的时间，尽量少待在公司，提升市场开发的成功率。

　　（2）、蒲江、仁寿前期以我们带动销售为主，就以摆展做活动的形式。就是金堂前期一样，一有机会我们就过去摆展做活动，让其促销员认识我们，认同我们，喜欢我们。让其能够正常的销售。

　　（3）、金堂、资阳应做好相应的服务（售前、中、后）与联系，保持高密度的联系与沟通。并把感情进一步加深，时不时做些奖励政策或者一些客情关系。

　　（4）、在九月初就定好中秋与国庆（中秋为9月30号与国庆很近）的活动方案。所有现有商家做一次统一的活动，达到整个市场一盘棋，以点带面的效果，借机宣传我们的品牌以及产品。

　　2、第四季度：为销售旺季，在第三季度的销售情况下提升百分之50的销量。并做好市场的强势推广以及各项服务的跟进。

　　（1）、借助我们现有商场在当地的影响力与号召力，加大对其周边地区以及乡镇市场的辐射。达到以点带面，面面相连的效果。

　　（2）、分析第三季度各个地区的销售情况，针对不同的情况作出相应的调整方案，为旺季的销售打好基础，达到压货最大化的目的。

　　（3）、与商场和工厂一起做好市场的推广和服务，加强商场终端形象的建设为旺季的销售打好基础。

　　（4）、各种相关流程的完善，建立公司与商场良好的进销通路。

　　3、紧跟公司的发展战略步伐，以公司目标为最终工作目标。并加强自身业务能力的提升，以期跟上公司的发展所需。

　　4、积极开动思想，创造性思维把工作的每一个细节每一环节都争取都做好。以期把工作做好做细做活。并和公司以及商场建立良好的沟通，充分体现自我价值。

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！