# 双汇生鲜品销售工作总结(精选5篇)

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2023-12-29

*双汇生鲜品销售工作总结1>首先，项目信息来源，有以下几种途径。1、电力设计院，轻工设计院。2、通过老客户介绍客户或者新建项目。3、招标网、发改委网、项目网、同行网上业绩、电力行业网站，如国电商务网。4、资源共享、信息互通，多与行内人事联系沟...*

**双汇生鲜品销售工作总结1**

>首先，项目信息来源，有以下几种途径。

1、电力设计院，轻工设计院。

2、通过老客户介绍客户或者新建项目。

3、招标网、发改委网、项目网、同行网上业绩、电力行业网站，如国电商务网。

4、资源共享、信息互通，多与行内人事联系沟通，便于了解信息与项目发展。

5、充分利用公司的老信息，把原有信息充分整理联系。

>其次，项目跟踪通过以下方法：

1、电话与邮件经常与有项目客户联系，掌握项目发展情况。

2、通过设计院与招标网，了解招标信息。

3、三次以上到客户与设计院那里沟通联系该项目主要负责人，理清主要负责人际关系。

4、通过各种渠道了解主要竞争对手的情况，采取相应的措施。

5、通过公司领导或者朋友找到上层关系，重大项目一般需要上层关系来运作。

>然后，合同签定，注意事项如下

1、如果客户签定合同时，加一些其他东西，一定要弄清价格看是否加钱，在签合同。

2、尽量把合同的供货时间签的长一些，便于公司供货准备与运输。

3、付款尽量不留或者少留质保金，争取一定比例的预付款。

4、知道货物验收的主要负责人，便于验收签字。

>最后，回款与售后服务。

1、给客户安装调试后，找到验收人与其处理好关系，尽快找相关领导签字手续，要货款。

2、对于客户定期电话回访了解使用情况，解决客户问题，需要的话尽量上门服务。

3、业务人员经常联系客户沟通感情，便于下次购买及介绍客户。

**双汇生鲜品销售工作总结2**

在充满机遇、竞争、挑战、艰辛中与祥瑞香山缘共同度过了。通过上级领导的帮助和指导，加上全体员工的合作与努力，在汗水和智慧的投入中，各方面得以有了新的发展。

盘点xx，有得有失，有关于公司竞争战略上的问题；关于以顾客服务为导向方面的问题；关于企业品牌价值认可的问题；关于顾客忠诚度管理方面的问题；还有居安思危、进军零售开店速度、整合零售营销传播方面的问题，更有岌岌可危的人力资源管理方面的问题，我经历了从无到有、从小到大的过程。可随着经济的发展和形势的变化，零售市场到处生根发芽，面对这种局面，我深知要完成角色转换，必须抓紧学习，从实际出发，加强调查研究，探求解决错综复杂问题的途径。对20xx年的工作总结如下：

销售业绩：

20xx下半年，我店共计实现651万元的销售业绩，日均客流量1647人，日均客单价元，全年中，12月份销售表现突出，占下半年销售份额的；生鲜鲜肉组从联营转为自营后销售达成最好，生鲜区销售业绩占门店业绩的40%。

下半年、销售业绩亮点主要体现在以下几个方面：

1、10月对生鲜的调整和改造，特别是对生鲜区：散装大米、散糖、蜜饯、蔬菜和水果的调整工作调整完成后；同时百货区的陈列位置调整后让整个超市的视线更开阔，使我店卖场形象得到了极大的提升。对门店销售的增长也产生了重要的影响和推动作用。

2、遵循公司的服务理念惠民、便民、利民制定促销方案突出，围绕民生生活中柴、米、油、盐、酱、醋、茶选择商品。在11月2次超低限时促销活动中，对销售业绩和人气起到了很重要拉动的作用，其力度和频率都很不错，也取得了一些较好的业绩。

3、12月生鲜鲜肉组从联营转为自营后，在12月地方土货“灌香肠”的季节中对全年影响深远。无论是从销售业绩、客流量都起到了带动和增长。但人流量的实际增长幅度很小，主要是买肉使得客单价有了很的提高；超市外路边小贩的清理使得蔬果组都有了很大的业绩提升。因此本店在区域内的市场占有率并不高，还需经一步加强管理提高服务质量。 本年度，销售缺失的原因主要来源于以下几个方面：

1、开业后，对区域内消费者的消费习惯和消费水平分析力不够没有做出我们的经营亮点，9月社区便利店家益在附近开张竞争对手的频频出击，客流量有所下降，以致至10月份销售有大幅度的下降。

2、9月19中秋节特价力度不大，“中秋节”月饼团购客户不多，近年来月饼市场整体下滑企事业单位的团购行为越来越与经销商厂家靠近。在中秋节月饼销售方面，除集团公司外团购，团购笔数屈指可数。更多的是国家对过礼品节的控制，大企业、大单位则向月饼生产企业直接购买，以降低采购成本。

3、DM活动效果总体较差。前期由于我司DM促销活动方案、促销商品选择上没有突出量，准备工作不到位；供货商支持力度不大；进货渠道狭窄，部分供货商结款账期太长；故而大部分DM商品价格吸引力不够。价格高导致了商品销售效果不明显，供应商不愿超低特价上DM，从而导致DM促销品项、价格受到牵制。有的商品长期连续多档做DM促销，从而使DM失去了人气提升和业绩提升的作用。

4、周三双倍积分。下半年公司开展的周三双倍积分活动对销售的提升不大。周三双倍积分活动中存在活动的宣传力度不够，积分兑换没有让顾客感觉到，没有举行过换购活动，不知道到积分的作用。

**双汇生鲜品销售工作总结3**

通过一个星期的对销售一部四、五、六处所负责区域终端店的走访，并通过跟销售一部的领导与同事的沟通和交流，我对市区该部分区域市场作出如下总结：

公司提出的“干、记、查、罚”制度，该部分区域的同事基本都在认真贯彻执行，各部门的执行能力较以前都有显著的提高，业务人员拜访终端的频率也有明显的提高。

在该部分区域内，公司所规划的市场政策，基本都在认真执行，95%的终端店都在做销量累计，大部分终端店所签活动的陈列赠酒基本都按照协议的要求兑现，有一小部分特别是处于特殊地带的终端店政策使用比较灵活，并不是完全按照所签协议的要求执行的。因为今年的市场政策提高了合作经销商以及终端店的利润空间，现在经销商以及好多终端店都在卖力的推销嘉禾啤酒。好多竞品专营店也都开始纷纷倒戈卖嘉禾啤酒。这一些区域里边，嘉禾啤酒市场形成了热烈的销售氛围，并流行这么一句话：“今年卖嘉禾比卖崂山赚钱。”嘉禾9?销售势头以及前景一片大好，消费者也开始逐渐接受嘉禾9?，我们嘉禾的市场占有率也明显有所提高。

管辖该部分区域的经销商们，物流能力相当可以，有一部分经销商由于自身某些方面的条件限制，物流能力相对来说比较薄弱。在价格体系控制方面，个别经销商价格控制做得不是很到位，个别区域出现有低于出厂价格发货的，尤其是在外环城乡结合部的这种特殊地带，由于受到郊县地区的价格冲击，这种现象比较明显。

该部分区域内，竞品崂山相对来说，还是处于强势地位，雪花、燕京也在抢占一部分市场，但目前并没有太大的动作幅度。在个别崂山与嘉禾竞争比较厉害的区域，都有燕京与雪花的身影。甚至有些终端店还做到了燕京或雪花的专营，燕京给店里的陈列力度相当可以，比如月摆放20包返酒20包等，雪花也在暗中使劲儿，600包的包量就可以赠单门展柜，包量每包返利2元等诸多优惠政策。这两大巨头大有蚌鹤相争，渔翁得利之势。这种现象，尤其在学生消费群体比较集中的区域最为常见。

由于我刚进入啤酒行业，能力有限，浅谈一下我个人对啤酒市场的见解，可能有些片面，望见谅。

首先，市场做得不理想，我们的业务应该多从主观上寻找原因，不能以目前竞品的种种优势来作为自己工作成绩不突出的借口，再强大得对手也会有致命的弱点，我们应该去学会寻找对手的弱点，并无限次的痛击对手的弱点，才能给对手以致命的打击。还有产品的品质一定要有保障，要稳定，在市场反馈回来的信息中，有不少都是反映我们嘉禾每批产品次品酒出现的频率要略高于竞品。工欲善其事，必先利其器，只有提高产品品质，培养业务人员过硬的业务素质，我们才能去构建稳固的品牌市场大厦。

其次，虽然石家庄市区流动人口比重很大，但还是有相当大一部分是老石家庄人或是长期呆在石家庄的人口，这部分人都对我们嘉禾品牌的忠诚度不是特别高，更不要说外来人口了，甚至有个别消费者对我们嘉禾品牌没有任何认知概念，有些老石家庄人也都开始有倒向竞品的倾向。

我认为，在现今市场经济的大背景下，主导市场的群体越来越倾向于买方市场。一切以市场为中心，一切以消费者需求为中心，已经成为了许多优秀企业的经营宗旨。我们应给把消费者的利益放在首要地位，加强对外公关及品牌宣传，只有尊重消费者的利益，才能赢得消费者对我我们企业的尊重，从而我们便赢得越来越多的忠实的消费者群体，实现我们的营销目标，为企业谋求更大的利润。

再次，我认为盲目的不加选择的做市场是不可取的。在做市场之前，营销调研，市场细分，选择目标市场，市场定位这四项工作是必不可少的。不同的的消费群体对产品具有不同的喜爱与偏好。比如说，高档次消费人群不会去消费低于10元的啤酒，年轻人消费群体偏好酒精度低，口味发甜得低度啤酒，中老年人喜欢喝酒精度高的啤酒等，这些都是需要我们进行市场细分的，然后根据不同的消费群体制定不同的产品策略，选择好目标市场，为不同的产品品项做好市场定位。这样才能更好的去实现我们的营销工作目标。

**双汇生鲜品销售工作总结4**

区域内客户分布情况：老客户恒隆广告的所有单是归在我的名下。有新出业绩也是算我的业绩。其他的老客户如第一时间找我。就算是我的业绩、新客户方面、我接手后有开发2个新客户。分别是：广州尚迪演艺设备租赁公司（GDA0617）广州单声道广告有限公司（GDA0690）。其他方面有收集同行内其他公司的联系方式。并与广告公司、展览公司取得联系。

从6月到现在总的报价情况是：有做报价单子的报价是有24份。还有很多的口头上报价。所有的报价基本上是以金子顶的帐篷和整个舞台的打包价价格为主、但是所有的报价都是因为我们的材料不够和价格太高而客户放弃找我们做。所以建议工程这块主要材料。建议公司应该多备货一些跨度在18—20米的金子顶帐篷库存器材。用来租赁、关于这块已经给贺厂提过很多次、

上面报价的客户基本上都是客户主动来询价。据客户反馈。之所以能联系到我。全部是靠我们在网上推广的信息找到的。所以网络推广这块觉得很重要。但是我觉得还是要尽快的完善我们唯可安阳的官方网站。然后做更多的网络推广。现在网上的推广全部是以乐迪卡的名义去做的、需要网站上线后在换成唯可安阳的名义。除了网上的推广。我觉得接触客户的途径就是去到展览会。展馆与展馆的施工方。主办方取得联系、交换联系方式。方便以后对方需要的时候能找到我们公司参考、

现在所有报价中有两张有可能性成交。一张是石基凛边一家做厨具的公司在下月5号做一场公司年会。需要租用50米左右的300架子。不用派技术人员安装搭建的。已经确定。客户在下月3号左右。自己派车过来拿、12号在送回公司。另外一个就是14号深圳宇声缘灯光音响有限公司21号在惠州做一个年会。需要些layer架。对方的效果图还没出来。无法算到清单数量。、已经在催促客户了。

**双汇生鲜品销售工作总结5**

丰富多彩的一年已过去。在这一年的管理过程中，自己得了很好的锻炼，不管是从自身素质还是业务水平方面都有所提升，感谢公司给了我这个丰富自己的舞台。虽然有时感觉很累、很辛苦，但得到的收获远远大于所付出的劳动，感谢润民、感恩润民 。现将20xx年工作总结汇报如下：

>一、卖场工作方面

1、商品管理

A、 在商品品牌优化方面，先后清理了蒙牛奶粉、完达山奶粉、摇篮奶粉、双汇、营养磨坊、等销售较差的品牌；按商品关联性原则将白糖、红糖挪至冲调区；

B、自制定会员商品期开始，每期及时跟进会员商品的挑选与制定，督促ALC做好会员商品的销售分析；

C、年初重新调整了散货区，做到了季节性商品的重点陈列， 也使得布局更加合理化，更加方便了顾客购物；

D、关于联营厂家季节性商品（橘子、枣）价格过高这一现象，在与厂家协商不通后，及时联系市场部进行了自采，在业绩提升的同时也拉低了联营水果的.价格；

2、仓库管理

七月份我们对五楼仓库进行了大规模整理，改掉以前那种杂、乱的陈列，重新安装货架，进行分类存放。真正做到了库存商品易存、易拿的陈列，也使得库存管理更加方便。

3、 卫生管理

A、 天天5S，人人5S。自胖东来学习回来，真正感受到了不一样的超市氛围及卖场卫生的整洁度。我们主要对卖场进行了地板、

货架的清洁工作及全方位的灭蟑螂、灭蝇工作；

B、 每周一进行卫生检查，时时督促员工做好卖场卫生工作。

4、 其他方面

A、 人心齐、泰山移。在今年的五一文化节“拔河”比赛中，我们二楼的家人们不负众望，拿到第一名，也赢得了三连冠这个荣誉。

B、 从十月份开始举行PK大会这个新形式。从根本上调动了卖场管理人员及员工的销售积极性（虽然PK从未赢过），让我们时刻都能感受到压力的存在。同时也锻炼了员工学习表演节目的能力，丰富了业余生活。

C、 在今年的活动促销中，活动商品未出现断货这一现象；及时有效的安排员工倒班时间，未出现空岗情况。

>二、存在的问题

1、卖场商品的排面较为紧张，在引进新商品的同时未能及时清理滞销商品，导致只进不出（饼干、挂件处）；

2、商品的陈列技巧和排面的维护欠佳，需加强对理货员、促销员的业务培训，及时督促员工上货；

3、防损工作一直是我们的弱项，防损员的业务培训未能及时有效的跟进；

4、从生鲜联营销售排名来看，水产专柜处在倒数的位置上，联营商在促销活动的支持度上不够积极，旧的展示柜未能及时更换

今年二楼整体销售 万，同比去年增长xx% 。其中食品销售xx万，完成任务的xx%；生鲜自营销售xx万，完成xx%；生鲜联营销售xx万 ，完成xx%。新的一年，新的起点。抛开旧的包袱，背上新的行囊，开始20xx年的旅程。我们将以提升卖场人气为核心，发扬敢拼敢闯的精神，用精细化的管理思维，不断提升和完善自己的工作能力。

现将20xx年工作计划：

报告如下：

1、 做好商品结构的优化工作，向商品要销售、要利润。主要从品项优化、陈列优化、促销优化三方面进行。根据商品销售情况不断进行陈列位置的调整，以期让商品发挥最大的销售潜力；

2、 确保商品质量、提升服务水平。做好低温奶、泡卤制品等易涨袋、变质、过期商品的排查工作。加强对员工服务意识的灌输和服务技能培训，全面提高服务水平；

3、 做好生鲜商品的销售管理工作，优秀的生鲜经营管理是门店的人气和业绩的必然保障。通过自营商品低价形象带动人气，做好生鲜区商品晚间出清活动；

4、 坚持做好市调工作，保证卖场低价形象；

5、 让客诉变财富。做为零售服务行业，必然会有形形色色的客诉。客诉就是一面镜子，它能让我们认识到自身的不足，并断提高和完善我们的服务水平。正确巧妙的处理客诉，增加消费者对我们的信任度。

6、 员工是一切发展之根本。一支好的团队、一名优秀的管理者离不开员工队伍这个坚实的根基。及时做好与主管、员工的沟通工作，了解其内心想法，想员工之所想，急员工之所急。

语言是花朵，行动是果实。说的好不如做的好，在即将到来的20xx年春节，我会做好一切准备，迎接新年第一个销售高峰期，用实际行动来回报公司。

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！