# 如何写销售第二季度工作总结简短

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2025-05-29

*如何写销售第二季度工作总结简短一地址：乙方：地址：甲乙双方本着平等、互利的原则，按照《合同法》以及相关法律的宗旨，经友好协商，就甲乙双方在合作期限内对中国邮政集团公司金融设备(自动柜员机)招标项目(以下简称“本项目”)的合作达成如下协议：一...*

**如何写销售第二季度工作总结简短一**

地址：

乙方：

地址：

甲乙双方本着平等、互利的原则，按照《合同法》以及相关法律的宗旨，经友好协商，就甲乙双方在合作期限内对中国邮政集团公司金融设备(自动柜员机)招标项目(以下简称“本项目”)的合作达成如下协议：

一、 双方的权利义务

1、 在合作期限内，甲乙双方均为对方当事人在本项目中的唯一合作伙伴。如未经对方书面同意，任何一方就本项目与其他第三方合作，则本合同终止，违反义务一方应赔偿对方当事人的损失。

2、 在合作期间内，乙方应该协助促进甲方产品crs(存取款一体机)在本项目中的销售。

3、 甲方承诺，在合作期限内，甲方与中国邮政集团公司(包含其下属企业邮储银行)就本项目的统购而签订采购合同发生的销售额(包括但不限于型号为 h68n/nl 标准配置的产品，不包括该等产品未来的维护费用)均作为乙方的合作业绩，甲方应基于该合作业绩向乙方支付相应的技术服务费。

4、乙方竭力为甲方的前款所述产品在本项目的招标采购中取得较大比例的采购量，.自本协议签订日开始至0020xx年00月00日若无销售，甲乙双方协议自动终止。

5、由甲方直接与中国邮政集团公司签订具体的采购合同。

6、甲方负责提供符合本项目招标要求的自助设备产品，并做好相关设备的运输、安装、调试等完善的技术支持和售后服务工作。

7、甲乙双方构筑畅通的沟通渠道，对乙方在促进销售过程中所遇问题甲方立刻响应并给予解决。

二、 双方合作的方式及结算方式

合作方式：

a、合作期限内，甲方依照以下约定向乙方支付技术服务费。

①甲方在本项目中中标的crs产品占本项目crs产品招标总量的比例小于20%,甲方向乙方支付相当于甲方与中国邮政集团公司(包含其下属企业邮储银行)就本项目签订的采购合同总价款的10%的金额，作为甲方向乙方结算的技术服务费;

②甲方在本项目中中标的crs产品占本项目crs产品招标总量的比例大于或等于20%,甲方向乙方支付相当于甲方与中国邮政集团公司(包含其下属企业邮储银行)就本项目签订的采购合同总价款11%的金额，作为甲方向乙方结算的技术服务费;

③甲方在本项目中中标的crs产品占本项目crs产品招标总量的比例大于或者等于30%,甲方向乙方支付相当于甲方与中国邮政集团公司(包含其下属企业邮储银行)就本项目签订的采购合同总价款12%的金额，作为甲方向乙方结算的技术服务费。

b、甲乙双方应依照以下方式就a中所述技术服务费履行本协议：

① 甲方应自收到中国邮政集团公司(包含其下属企业)首次付款之日起5个工作日内，按照上述a的约定向乙方支付技术服务费;

② 乙方收到上述费前3个工作日内向甲方开具正式合法的发票。

三、 合作期限

双方合作期限自合同签订日起到 截止，合作期间每一次邮政的招标选型后，如有必要双方可以签订补充协议。合作期满后，双方另行协商。

四、 不可抗力

甲乙双方由于不可抗力事故不能正常履行本协议时，遵照相关的法律规定协商解决。

五、 保密条款

乙方在本协议签订执行过程中知悉的有关甲方的资料和信息，除甲方作出相反的书面说明外，均应视为甲方的商业秘密，未经甲方书面同意不得向任何第三方泄露。因违反保密义务而给甲方造成损失的，乙方应负相应的赔偿责任。不论本协议是否解除或终止，本条款永久有效，自本协议生效之日起算。

甲方在本协议签订执行过程中知悉的有关乙方相关信息渠道及技术服务方式以及其他有关乙方的信息和资料, 均应视为甲方的商业秘密，未经乙方书面同意不得向任何第三方泄露。因违反保密义务而给乙方造成损失的，甲方应负相应的赔偿责任。不论本协议是否解除或终止，本条款永久有效，自本协议生效之日起算。

六、违约责任

甲方如未依照本合同的相关约定如期支付技术服务费，则从支付期限届满之日起，以当时应支付的技术服务费 0.5%/日的比例向乙方支付违约金。

七、 争议解决方式

甲乙双方在本协议的履行过程中发生争议的，应本着友好平等互利的态度协商解决。协商不成，任何一方可向有管辖权的人民法院提出诉讼。

八、 其他事宜

1、 本合同一式两份，甲乙双方各一份，具同等法律效力，自双方签字盖章之日起生效。

2、 针对其它合作事宜，甲乙双方另行协商。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

**如何写销售第二季度工作总结简短二**

甲方：

法定代表人：

乙方：

法定代表人：

根据《中华人民共和国合同法》之规定，经甲乙双方充分协商，特订立合同，以便共同遵守。

第一条 产品的名称、品种、规格和质量

1.产品的名称、品种、规格：

名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

品种：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

规格：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.产品的技术标准(包括质量要求)，按下列第( \_\_\_\_\_\_\_ )项执行：

(1)按国家标准执行；(2)按部颁标准执行；(3)按企业标准执行；(4)有特殊要求的，按甲乙双方在合同中商定的技术条件、样品或补充的技术要求执行。

第二条 产品的数量和计量单位、计量方法

1.产品的数量：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

2.计量单位、计量方法：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

3.产品交货数量的正负尾差、合理磅差和在途自然减(增)量规定及计算方法： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第三条 产品的包装标准和包装物的供应与回收

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。 (国家或业务主管部门有技术规定的，按技术规定执行；国家与业务主管部门无技术规定的，由甲乙双方商定。)

第四条 产品的交货单位、交货方法、运输方式、到货地点(包括专用线、码头)

1.产品的交货单位：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

2.交货方法，按下列第( \_\_\_\_\_\_\_ )项执行：

(1)乙方送货；

(2)乙方代运；

(3)甲方自提自运。

3.运输方式：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

4.到货地点和接货单位(或接货人)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

(甲方如果要求变更到货地点或接货人，应在合同规定的交货期限(月份或季度)前四十天通知乙方，以便乙方编月度要车(船)计划；必须由甲方派人押送的，应在合同中明确规定；甲乙双方对产品的运输和装卸，应按有关规定与运输部门办理交换手续，作出记录，双方签字，明确甲、乙方和运输部门的责任。)

第五条 产品的交(提)货期限

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

(规定送货或代运的产品的交货日期，以乙方发运产品时承运部门签发的戳记日期为准，当事人另有约定者，从约定；合同规定甲方自提产品的交货日期，以乙方按合同规定通知的提货日期为准。乙方的提货通知中，应给予甲方必要的途中时间，实际交货或提货日期早于或迟于合同规定的日期，应视为提前或逾期交货或提货。)

第六条 产品的价格与货款的结算

1.产品的价格：按下列第( \_\_\_\_\_\_ )项执行：

(1)按物价主管部门的批准价执行；

(2)按甲乙双方的商定价执行。

(逾期交货的，遇价格上涨时，按原价执行；遇价格下降时，按原价执行。逾期提货或逾期付款的，遇价格上涨时，按新价格执行；遇价格下降时，按原价执行。

2.产品货款的结算：产品的货款、实际支付的运杂费和其他费用的结算，按照中国人民银行结算办法的规定办理。

(用托收承付方式结算的，合同中应注明验单付款或验货付款。验货付款的承付期限一般为十天，从运输部门向收货单位发出提货通知的次日起算。凡当事人在合同中约定缩短或延长验货期限的，应当在托收凭证上写明，银行从其规定。)

第七条 验收方法

1.验收时间\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.验收手段\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.验收标准\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第八条 对产品提出异议的时间和办法

1.甲方在验收中，如果发现产品的品种、型号、规格和质量不合规定，应一面妥为保管，一面在(\_\_\_\_\_\_\_)天内向乙方提出书面异议

2.如甲方未按规定期限提出书面异议的，视为所交产品符合合同规定。

3.甲方因使用、保管、保养不善等造成产品质量下降的，不得提出异议。

4.乙方在接到需方书面异议后，应在十天内负责处理，否则，即视为默认甲方提出的异议和处理意见。

第九条 乙方的违约责任

1.乙方不能交货的，应向甲方偿付不能交货部分货款的 \_\_\_\_\_％(通用产品的幅度为1%～5％，专用产品的幅度为10%～30％)的违约金。

2.乙方所交产品品种、型号、规格、质量不符合合同规定的，如果甲方同意利用，应当按质论价

3.乙方逾期交货的，应比照中国人民银行有关延期付款的规定，按逾期交货部分货款计算，向甲方偿付逾期交货的违约金，并承担甲方因此所受的损失费用。

4.乙方提前交货的产品、多交的产品和品种、型号、规格、质量不符合合同规定的产品，甲方在代保管期内实际支付的保管、保养等费用以及非因甲方保管不善而发生的损失，应当由乙方承担。

5.产品错发到货地点或接货人的，乙方除应负责运交合同规定的到货地点或接货人外，还应承担甲方因此多支付的一切实际费用和逾期交货的违约金。乙方未经甲方同意，单方面改变运输路线和运输工具的，应当承担由此增加的费用。

6.乙方提前交货的，甲方接货后，仍然可按合同规定的交货时间付款；合同规定自提的，甲方可拒绝提货。乙方逾期交货的，乙方应在发货前与甲方协商，甲方仍需要的，乙方应照数补交，并负逾期交货责任；甲方不再需要的，应当在接到乙方通知后十五天内通知乙方，办理解除合同手续，逾期不答复的，视为同意发货。

第十条 甲方的违约责任

1.甲方中途退货，应向乙方偿付退货部分货款 ％(通用产品的幅度为1%～5％，专用产品的幅度为15%～30％)的违约金。

2.甲方自提产品未按供方通知的日期或合同规定的日期提货的，应比照中国人民银行有关延期付款的规定，按逾期提货部分货款总值计算，向乙方偿付逾期提货的违约金，并承担乙方实际支付的代为保管、保养的费用。

3.甲方逾期付款的，应按照中国人民银行有关延期付款的规定向乙方偿付逾期付款的违约金。

4.甲方违反合同规定拒绝接货的，应当承担由此造成的损失和运输部门的罚款。

5.甲方如错填到货地点或接货人，或对乙方提出错误异议，应承担乙方因此所受的损失。

第十一条 不可抗力

甲乙双方的任何一方由于不可抗力的原因不能履行合同时，应及时向对方通报不能履行或不能完全履行的理由，在取得有关主管机关证明以后，允许延期履行、部分履行或者不履行合同，并根据情况可部分或全部免予承担违约责任。 第十二条 其他

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

按本合同规定应该偿付的违约金、赔偿金、保管保养费和各种经济损失，应当在明确责任后十天内，按银行规定的\'结算办法付清，否则按逾期付款处理。但任何一方不得自行扣发货物或扣付货款来充抵。

本合同如发生纠纷，当事人双方应当及时协商解决，协商不成时，任何一方均可请业务主管机关调解，调解不成，按以下第(\_\_\_\_\_\_ )项方式处理：(1)申请仲裁委员会仲裁。(2)向人民法院起诉。

第十三条 本合同自\_\_\_\_年\_\_月\_\_日起生效，有效期至\_\_\_\_年\_\_月\_\_日。合同执行期内，甲乙双方均不得随意变更或解除合同。合同如果有未尽事宜，须经双方共同协商，作出补充规定，补充规定与本合同具有同等效力。本合同正本一式两份，甲乙双方各执一份；合同副本一式\_\_份。

购货单位(甲方)：\_\_\_\_\_\_\_\_(公章)

代 表 人：\_\_\_\_\_\_\_\_

开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 年\_\_月\_\_ 日

供货单位(乙方)：\_\_\_\_\_\_\_\_(公章)

代 表 人：\_\_\_\_\_\_\_\_

开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_

产品销售合同 年\_\_月\_\_日

**如何写销售第二季度工作总结简短三**

甲方：销售方(以下简称乙方)

依照《中华人民共和国合同法》及其它有关法律、法规的规定，甲、乙双方在平等、自愿、协商一致的基础上，达成如下协议：

第一条 合同造价

1、 合同总造价

(大写)：

(小写)：

第二条 工程变更

如有较大工程变更，费用按实际发生数结算。

第三条 工程范围

乙方负责风机盘管及控制线路、风口及开关的安装调试工作;出风口、回风口、检修口由甲方装修公司负责在装修顶上开出。乙方由负责内外机之间的信号线的连接工作，室外机主电源由甲方负责，主机基础部分由甲方按乙方要求预留。

第四条 工期

1、 工期随装修进度，不得影响甲方使用。

2、 保证金2万，材料进场7天内返还乙方。

3、 工期按照主机开机调试时间计算，风口及温控器的安装固定时间因受装修进度影响不计在内。

4、 如遇下列情况，工期作相应顺延：

4.1甲方未按照合同约定支付首付款及合同款;

4.2甲方在合同规定开工日期前，未能准备好施工用水、电、施工场地及其它开工条件;

4.3发生重大设计变更，如：系统布置变更、材料材质变更等;

4.4在使工作中因停水、停电或其它原因限制施工时间;

4.5因电源未引到位影响调试验收的;

4.6因遇人力不可抗的因素(如：自然灾害、战争等)而影响工程进度。

第五条 双方负责

1、 甲方责任 购买方(以下简称乙方) 名 称： 签约代表：

1甲方指定安装位置及要求，提供施工材料存放用地，施工人员宿舍，免费提供水源电源;

1.2甲方应协调乙方与其他专业的配合工作;

1.3甲方应与物业协商好乙方施工的有关问题，并应在进场施工前办理好相关手续;乙方按照施工方案进行施工的过程中，由于甲方原因致使相关管理部门干预，被迫停工所造成的损失，应由甲方负责。

1.4甲方须在具备风口及温控器安装条件时通知乙方安装，乙方在接到通知后三日内安装到位;

1.5甲方参与工程质量和施工进度的监督，按合同约定支付乙方程款;

1.6甲方负责主机设备和附属材料的进场验收、工程竣工验收，协助保护好安装后的设备，防止被盗及损失。

2、 乙方负责

2.1乙方在施工中，必须严格遵守甲方物业管理制度，必须严格执行安全施工操作规范、防火规定、工艺规范及质量标准;

2.2乙方负责主机设备及安装辅材的购置、运输及工程的安装调试;

2.3乙方需按照双方商定的方案进行安装并保证施工质量和施工进度;

2.4乙方应保证施工现场的整洁，应做好成品保护及甲方财产保护工作;

2.5由于乙方原因造成工程延期或设备损坏，应由乙方负责;

2.6本工程施工全部材料达到国标。

第六条 工程验收及保修

1、 工程验收

1.1主机设备及主要材料的进场验收;

1.2竣工验收：甲方在收到乙方验收通知单后三日内安排验收，否则试为验收合格。

2、 保 修

2.1保修期：空调整机保修2年，以调试完毕之日起开始计算。

2.2在保修期内因设备及工程本身质量问题引起的故障，由乙方负责维修，应须更换之零件，费用由乙方负担。因操作失误等认为因素引起的故障，乙方负责排除，费用由甲方负责。

2.3说明书、相关产品合格证书、开机调试档案单(用户联)等在竣工验收时由乙方交甲方签收。

第七条 付款方式

1、签订合同即材料进场付金额30%即￥ 元，乙方并为甲方开具收据。

2、空调末端设备到场付到合同金额元，乙方为甲方开具收据。

3、工程完工验收合格后三日内即付合同金额 即￥ 元，乙方为甲方开具收据。

4、工程变更费用双方协商。

第八条 违约负责

1、合同签订后，甲方必须按照合同约定支付工程款，否则视为甲方毁约;

2、工程交付时间不符合规定，超期三日起计罚金，每日按合同总价的1‰偿付逾期违约金。工程质量不合格的，乙方负责无偿修理。

3、甲方未能按照合同规定履行自己应负自己的责任，除竣工日期得以顺延外，还应赔偿乙方因此发生的实际损失;

4、工程未经验收，甲方提前使用或擅自动用，由此而发生的质量或其他问题，由甲方承担责任;

5、 甲方未按合同规定付清合同款项时，乙方有权终止所售设备及安装工程的保修期服务。合同规定的合同款项未负清前，乙方所售设备及安装工程的附属材料的所有权归乙方所有。

6、 签订合同后，若甲乙双方单方毁约，毁约者按合同款赔付对方。

第九条 合同争议解决方式

合同执行过程中如发生争议，双方应友好协商解决，不能友好解决时，应按下列第2中方式解决。

1、向 仲裁委员会申请仲裁。

2、向绥中人民法院起诉。

第十条 附则

本合同自甲乙双方签字之日起生效; 本合同一式两份，甲乙双方各执一份; 合同履行完毕后，自动终止。

甲 方 乙 方

(名 称) (名 称)

(签章) (签章) 签约人： 签约人：

年月日：

**如何写销售第二季度工作总结简短四**

目标导向是营销工作的关键。在新季度营销工作规划中，首先要做的就是营销目标的拟订，包括总体的销售目标、销售团队的建设、电话约访的数量、新客户开发数量、老客户维护流程、新员工培训纲要、员工工作状态、贵金属技术知识每日学习等，都要进行有效的规划，这样在我们日后的工作当中才会做到有章可循，有理可依，做到高效、高率。

一、明确目标

首先要明确我们的工作目的，作为电话销售，我们的每天的工作目标就是一个，约访客户，对于每天打多少个电话，打这些电话当中能有多少对贵金属投资感兴趣的人，有多少人能约访来公司或者参见讲解会，我们要在这些问题当中明确自己的目标。

作为销售二部主管来说，主要的责任在于团队的建设，建立一支熟悉业务，相对稳定的电话营销团队，因为人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于一个好的销售人员，建立一支具有团队凝聚力，有合作精神的队伍。

二、计划

1 人员在部门建设当中，要不断壮大成员人数，比如可以队内转介绍，并制定奖励政策。以及在壮大队伍的过程中，积极配合行政人员做好新员工的培训工作。

2 意向客户在对于我们手中积累的一些客户，我们要学会做好客户的分类工作，分为：a类客户和b类客户。a类客户属于非常有意想的，有投资意愿的可以分a类客户。b类客户属于对于贵金属投资不了解，但是在日后跟进的过程当中不是很排斥可以分为b类。我们要不断积累b类客户，把手中的b类客户转换成a类客户。

3 建立完善的考核制度完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

1)工作态度考核

\* 工作的执行力以及完成度。

\* 与其他各部门员工的沟通，协作力。每月互动，以小纸条形式来写出同事的优点，票高者小奖励以资鼓励。

\* 培训课程的学习力以及掌握能力。

2)业绩考核有效电话量，邮件数，意向客户数，约访数量

三、方法

1 完善的电话营销流程，一套完整的营销流程是对销售很有帮助的。电话营销部门，团队内要同意电话话术，要做到客户的每一个问题，有问必答，做到熟练应用，在统一的话术当中加入自己各自的话术特点，做到游刃有余。更快的提高整体的工作效率。

2 制定员工月度考核机制，制定考核机制的目的是激发员工的潜能，让大家在规定的任务中完成任务，做到高效，高率。考核制度为月末淘汰制，员工奖励制，对于三个月连续销售业绩末尾者淘汰。对于连续三月销售业绩前三名者，提升为组长，带领团队，有资金奖励。

3 于一个客户的开发及维护过程，不仅仅在于一个部门的努力，是要求公司的各个部门的一个团队协作的一个过程。要加强本部门人员的工作态度、工作执行力、协作度、沟通度。

4 对于每天打电话的过程当中要确保每天有效电话的数量，对于我们电话营销部门，其实每天打电话的工作过程是很枯燥的，所以我们要在枯燥的工作当中从中发现其中的乐趣，在乐趣中工作，是最有效率的。

5 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

四、总结

本行业的知识积累，对于当今从事金融行业的人们来说，只有不断的学习，才能让自己在这个行业当中走的更久，走的踏实，对于我们销售人员来讲，只有通过扎实的金融知识，和对贵金属行业的了解才能更好的开发我们的客户、维护好我们的客户。

**如何写销售第二季度工作总结简短五**

制定良好且有效的工作计划对于今后的发展起着很重要的作用，既不浪费时间和精力，同时也能改善自身的一些不足，提高自己对客户的沟通能力，促使工作开展顺利。增强责任感，增强服务意识，增强团队意识。积极主动把工作做到点上，落到实处。明确自己的工作职责，遇到问题要及时分析问题，解决问题，服从上级的安排。在此我订立了工作计划，以便自己在下半年里有更大的进步和成绩。

1.广告光源一直是外贸的主推方向，灯帘、灯条、灯管、模组、超薄灯箱都比较有优势，很多的产品的价格已经比之前的低了很多。今后还需要多做一些产品优势的对比文档，产品案例分许与应用，让客户更加了解我们的产品。

2.商业照明灯具由于价格比较高，很多国外客户基本不能接受。但还是需要更多的了解产品，多做优势对比文档，寻找优质高端客户。

3.高端产品就需要寻找优质客户。目标客户定位在xx、xx、xx等国家。积极运用不同的搜索引擎寻找客户，不能只依赖xx。

1.在开发客户这方面，可适当的改变策略，增加在免费平台上和商业网站上发布供应信息；参加一些展会；尝试用国外的本地搜索引擎。以寻找目标市场的商业网站、行业协会网站、商会网站及产品专业网站为方向，了解并联系目标市场知名度高销售网络庞大的进口商。

2.在和客户沟通这方面，很重要的一点是确保提供给客户的信息是正确并能达到的的。当客户没下单前，了解客户的性质（是中间商还是最终使用者），达到知己知彼。在客户下单后，需及时向客户汇报交期，询问是否仍有询价。

3.发货后，可在客户收到货一周后追踪产品的质量反馈，如有问题，首先要明确自己对于这个事件的态度，同时要及时帮客户解决问题。

4.在追踪客户这方面，适时发邮件向客户问候并询问是否有采购计划，每次追踪问候都需不一样，换个方式问。备忘客户的一些重大节日和生日，在这些有纪念意义的日子里送上自己的一份祝福，给客户心底留下一个亲切的印象。

下半年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子，争取2-3个大订单，向年销售额60万进军。根据自己制定的任务，把任务根据具体情况分解到每个季度、每月、每周、每日，在不断归纳总结吸取教训的基础上提高销售业绩。

1.年销售目标：60万。

2.月销售目标：5万。

3.现有已成交客户8个，争取明年争取更多的订单，保证成交量在10万以上。

4.优化xx网站，收更多的询盘，积极跟进客户，争取成交量在10万以上。

5.搜索引擎营销，比如xx等国际搜索引擎上的搜索，争取成交量在10万以上。

6.国际展会、交流会，提前做好宣传资料及产品报价资料的详尽文件图片，寻找更多的客户。

7.重点参考之前成功案例分析有效的营销途径和方式方法。

1.做好每天的工作记录，避免遗忘重要事项。做好客户的跟踪，对客户的联系进度及时记录，对以往与客户相互间发送的技术及报价资料要归类整理好，以便随时联系。与外贸的同事一起总结，周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

2.接触客户之前要多查、了解顾客所在的公司的主要产品，不要千篇一律的回复邮件。以便判断客户的需要和问题，然后针对顾客的需要和问题，提出建设性的意见。如提出能够增加顾客销售量或能够使顾客节省费用、增加利润的方法。向客户做出建设性意见，会更有利于赢得客户的好感，这样可以给客户留下良好的印象，有利于长期接触。了解市场需求，客户需求，争取按照客户需要提供定制服务。

3.对客户不能有隐瞒和欺骗，这样才会有长远的客户。在有些问题上你和客户是一致的。对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户好印象，为公司树立更好的形象。客户遇到问题，不能置之不理，一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，先卖信誉后卖产品，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

以上就是我这下半年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。

**如何写销售第二季度工作总结简短六**

合同编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_贸易有限公司

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

甲乙双方本着“真诚合作，共同发展”的原则，经友好协商，就甲方同意授权乙方作为本协议指定行政区域内的代理商事宜达成一致意见，并共同遵守履行。

一、特许代理产品名称

二、特许代理区域：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_市\_\_\_\_\_\_\_\_\_县（区）

三、甲方向乙方供货价格（附产品价格表）

四、甲方对乙方的销量要求：

乙方首批进货量为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元，年销售目标约定\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。乙方每季度至少从甲方购进产品\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元，否则甲方不承担本协议约定的义务，并有权终止本协议。

五、双方权利及义务

1、甲方权利

（1）有核定市场零售价和指导乙方给核定区域内下级代理商供货价的权利；

（2）甲方有对乙方违反市场规范或损害甲方及甲方其它代理商权益行为的处置权利；

（3）有收集乙方市场调查、广告宣传材料、销售工作总结的权力；

（4）指导促销活动方案和召集必要的工作会议的权利；

（5）有对乙方销售业绩和相关工作进行检查、督促、考核、处罚的权利。

2、甲方义务

（1）为维护乙方区域代理权益，甲方不得以任何方式向乙方区域内的任何单位或个人提供乙方所代理权的产品；

（2）保障向乙方提供合格产品及包装，并按时发货；

（3）负责提供乙方正常销售所需的相关文件；

（4）每一个合作年度，乙方超额完成协议规定销量总额要求时，甲方应给予乙方超额部分\_\_\_\_\_\_\_的奖励；

（5）协助乙方对其销售网络进行终端包装和维护。

3、乙方权利

（1）享有本协议规定区域内所代理产品的独家代理权利及要求甲方对此权力进行保护的权利；

（2）享有甲方货源紧俏时优先供货的权利；

（3）享有所代理产品改进意见反馈和新产品开发进度的知情权。

4、乙方义务

（1）全权维护甲方及甲方产品知识产权的合法权益；

（2）负责本区域内甲方产品保护情况的调查和上报，协助甲方做好产品知识产权保护工作；

（3）不得在本协议代理的区域外销售产品，不得更换甲方包装、商标或用其他厂商的产品换上甲方的商标或包装进行出售；

（4）负责代理区域内的通路建设，保证销售点具有以下条件：设在相对繁华区域，交通便利，形象和档次良好的商场，显著位置，并素质较高的专柜员；

（5）在甲方指导下，做好代理区域内的促销活动和市场推广工作；

（6）按甲方规定的市场指导零售价格制定代理区域内的零售价格，若价格上下幅度大于\_\_\_\_\_\_\_\_%，须事先征得甲方同意；

（7）乙方联系电话、地址变更，应及时通知甲方，如\_\_\_\_\_\_个月内甲方无法按原联系方式联系到乙方，而乙方又未通知甲方新的联系方式，本协议自行作废。

六、定货及运输约定

1、甲方在收到乙方订货单后，应及时向乙方发出确认订货通知，并在收到乙方相应货款后按乙方指定地点发货，运输费用由乙方承担。

2、本协议签订后，乙方应向甲方交纳首批产品的定金\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，待乙方提货时转为货款。

七、退换货规定

乙方从甲方购货后原则上不得要求退换货，但若因甲方产品质量问题或因型号与订货单不符，乙方可自收货日起15日内向甲方提出调换产品要求。但必须保证原产品完好、附件齐备、标签和包装不得损坏，运输费用由乙方负责。

八、售后服务

1、售后服务原则上由乙方负责。

2、乙方所需售后服务的材料应以月订单形式向甲方提出。

九、协议有效期

本协议自乙方执行第六条第（2）款之规定即自动生效，有效期\_\_\_\_\_年，至\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_日终止。若协议一方未履行协议条款，另一方有权终止本协议。本协议未尽事宜，可根据双方协商制定补充协议，其与本协议具有同等的法律效力。协商不成，由\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_仲裁委员会仲裁。本协议一式\_\_\_\_\_份，甲乙双方各执\_\_\_\_\_份。

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

甲方代表签名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方代表签名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

签定日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签定日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**如何写销售第二季度工作总结简短七**

制造商：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地 址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 邮码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代理方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地 址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 邮码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

经双方平等、自愿协商，达成本销售代理协议，共同遵守。

同意将下列产品\_\_\_\_\_\_\_\_（简称产品）的独家代理权授予代理方（简称代理人）。代理人优先在下列指定地区（简称地区）推销产品：\_\_\_\_\_\_\_\_国\_\_\_\_\_\_\_\_市（区）。

第二条 代理人的职责

代理人应在该地区拓展用户。代理人应向制造商转送接收到的报价和订单。代理人无权代表制造商签订任何具有约束的合约。代理人应把制造商规定的销售条款对用户解释。制造商可不受任何约束地拒绝代理人转送的任何询价及订单。

第三条 代理业务的职责范围

代理人是\_\_\_\_\_\_\_\_市场的全权代理，应收集信息，尽力促进产品的销售。代理人应精通所推销产品的技术性能。代理所得佣金应包括为促进销售所需费用。

第四条 广告和展览会

为促进产品在该地区的销售，代理人应刊登一切必要的广告并支付广告费用。凡参加展销会需经双方事先商议后办理。

第五条 代理人的财务责任

5.1.代理人应采取适当方式了解当地订货人的支付能力并协助制造商收回应付货款。通常的索款及协助收回应付货款的开支应由制造商负担。

5.2.未经同意，代理人无权也无义务以制造商的名义接受付款。

第六条 用户意见

代理人有权接受用户对产品的意见和申诉，及时通知制造商并关注制造商的切身利益。

第七条 提供信息

代理人应尽力向制造商提供商品的市场和竞争等方面的信息，每\_\_\_\_个月需向制造商寄送工作报告。

第八条 正当竞争

8.1.代理人不应与制造商或帮助他人与制造商竞争，代理人更不应制造代理产品或类似于代理的产品，也不应从与制造商竞争的任何企业中获利。同时，代理人不应代理或销售与代理产品相同或类似的任何产品。

8.2.此合约一经生效，代理人应将与其他企业签订的有约束性的协议告知制造商。不论是作为代理的或经销的，此后再签定的任何协议均应告之制造商，代理人在进行其他活动时，决不能忽视其对制造商承担的义务而影响任务的完成。

第九条 保 密

9.1.代理人在协议有效期内或协议终止后，不得泄露制造商的商业机密，也不得将该机密超越协议范围使用。

9.2.所有产品设计和说明均属制造商所有，代理人应在协议终止时归还给制造商。

第十条 分包代理

代理人事先经制造商同意后可聘用分包代理人，代理人应对该分包代理人的活动负全部责任。

第十一条 工业产权的保护

代理人发现第三方侵犯制造商的工业产权或有损于制造商利益的任何非法行为，代理人应据实向制造商报告。代理人应尽最大努力并按制造商的指示，帮助制造商使其不受这类行为的侵害，制造商将承担正常代理活动以外的费用。

第十二条 独家销售权的范围

制造商不得同意他人在该地区取得代理或销售协议产品的权利。制造商应把其收到的直接来自该地区用户的订单通知代理人。代理人有权按第十五条规定获得该订单的佣金。

第十三条 技术帮助

制造商应帮助代理人培训雇员，使其获得代理产品的技术知识。代理人应支付其雇员往返交通费用及工资，制造商提供食宿。

第十五条 佣金数额

代理人的佣金以每次售出并签字的协议产品为基础，其收佣百分比如下：

1.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_美元按\_\_\_\_\_\_\_\_%收佣。

2.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_美元按\_\_\_\_\_\_\_\_%收佣。

第十六条 平分佣金

两个不同地区的两个代理人为争取订单都作出极大努力，当订单于某一代理人所在地，而供货之制造厂位于另一代理人所在地时，则佣金由两个代理人平均分配。

第十七条 商业失败、合约终止

代理人所介绍的询价或订单，如制造商不予接受则无佣金。代理人所介绍的订单合约已中止，代理人无权索取佣金，若该合约的中止是由于制造商的责任，则不在此限。

第十八条 佣金计算方法

佣金以发票金额计算，任何附加费用如包装费、运输费、保险费、海关税或由进口国家回收的关税等应另开支票。

第十九条 佣金的索取权

代理人有权根据每次用户购货所支付的货款按比例收取佣金。如用户没支付全部货款，则根据制造商实收货款按比例收取佣金。若由于制造商的原因用户拒付货款，则不在此限。

第二十条 支付佣金的时间

制造商每季度应向代理人说明佣金数额和付佣金的有关情况，制造商在收到货款后，应在30天内支付佣金。

第二十一条 支付佣金的货币

佣金按成交的货币来计算和支付。

第二十二条 排除其他报酬

代理人在完成本协议之义务时所发生的全部费用，除非另有允诺，应按第十八条之规定支付佣金。

第二十三条 协议期限

本协议在双方签字后生效。协议执行一年后，一方提前3个月通知可终止协议。如协议不在该日终止，可提前3个月通知，于下年的12月30日终止。

第二十四条 提前终止

根据第二十三条规定，任何一方无权提前终止本协议，除非遵照适用的\_\_\_\_\_\_\_\_法律具有充分说服力的理由方能终止本协议。

第二十五条 存货的退回

协议期满时，代理人若储有代理产品和备件，应按制造商指示退回，费用由制造商负担。

第二十六条 未完之商务

协议到期时，由代理人提出终止但在协议期满后又执行协议，应按第15条支付代理人佣金。代理人届时仍应承担履行协议义务之职责。

第二十七条 赔 偿

协议除因一方违约而终止外，由于协议终止或未能重新签约，则不予赔偿。

第二十八条 变 更

本协议的变更或附加条款，应以书面形式为准。

第二十九条 禁止转让

本协议未经事先协商不得转让。

第三十条 留置权

代理人对制造商的财产无留置权。

第三十一条 法律适用

本协议的签订、履行均适用\_\_\_\_\_\_\_\_国之现行法律。

第三十二条 仲 裁

双方在履行本协议发生争议，经协商未果时，提交\_\_\_\_\_\_\_\_国\_\_\_\_\_\_\_\_\_仲裁委员会按法令规定的程序进行仲裁，仲裁裁决为终局裁决。仲裁费用由败诉方承担。

**如何写销售第二季度工作总结简短八**

1. 团结一条心，石头变成金。

2. 您的自觉贡献，才有公司的辉煌。

3. 追求客户满意，是你我的责任。

4. 有一分耕耘，就有一分收获。

5. 真诚，我们有以诚相待诚实守纪开诚布公的人文环境。

6. 务实，踏实做事忌浮戒躁，企业发展稳步向前。

7. 高效，高效运作卓越管理，精英团队活力无限。

8. 责任，我们为我们的行为行动和结果负责

9. 市场是企业的方向 , 质量是企业的生命

10. 市场是海 , 企业是船 , 质量是帆 , 人是舵手

11. 顾客是我们的上帝 , 品质是上帝的需求

12. 我们的策略是 : 以质量取胜

13. 市场竞争不同情弱者 , 不创新突破只有出局

14. 争取一个客户不容易 , 失去一个客户很简单

15. 提高售后服务质量 , 提升客户满意程度

16. 抱怨事件速处理 , 客户满意又欢喜

17. 不绷紧质量的弦 , 弹不了市场的调

18. 制造须靠低成本 , 竞争依赖高品质

19. 客户想到的我们要做到 , 客户没有想到的我们也要做到

20. 重视合同 , 确保质量 : 准时交付 , 严守承诺

21. 产品的品牌就是品质的象征

22. “三新二点”：新机遇新挑战新市场;服务只有起点，满意没有终点

23. 放我的真心在您的手心

24. 自信诚信;用心创新

25. 网内存知己，天涯若比邻

26. 市场是企业的方向 , 质量是企业的生命

27. 市场是海 , 企业是船 , 质量是帆 , 人是舵手

28. 顾客是我们的上帝 , 品质是上帝的需求

29. 我们的策略是 : 以质量取胜

30. 市场竞争不同情弱者 , 不创新突破只有出局

31. 争取一个客户不容易 , 失去一个客户很简单

32. 提高售后服务质量 , 提升客户满意程度

33. 抱怨事件速处理 , 客户满意又欢喜

34. 不绷紧质量的弦 , 弹不了市场的调

35. 制造须靠低成本 , 竞争依赖高品质

36. 客户想到的我们要做到 , 客户没有想到的我们也要做到

37. 重视合同 , 确保质量 : 准时交付 , 严守承诺

38. 产品的品牌就是品质的象征

39. 每一个成功者都有一个开始。

40. 勇于开始，才能找到成功的路。

41. 世界会向那些有目标和远见的人让路(冯两努——香港著名推销商)

42. 造物之前，必先造人。

43. 与其临渊羡鱼，不如退而结网。

44. 若不给自己设限，则人生中就没有限制你发挥的藩篱。

45. 赚钱之道很多，但是找不到赚钱的种子，便成不了事业家。

46. 蚁穴虽小，溃之千里。

47. 最有效的资本是我们的信誉，它 小时不停为我们工作。

48. 绊脚石乃是进身之阶。

49. 销售世界上第一号的产品——不是汽车，而是自己。

50. 在你成功地把自己推销给别人之 前，你必须百分之百的把自己推销给自己。

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！