# 茶叶销售工作总结提纲(实用27篇)

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2023-12-30

*茶叶销售工作总结提纲1光阴似箭，日月如梭。伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了紧张、忙碌的20\_\_年，满怀热情和期待的迎来了光明灿烂、虎跃腾飞、充满希望和激情的20\_\_年。一转眼，来了达邦家具公司也快一个季度了。回顾这三个月以来所做的工作，...*

**茶叶销售工作总结提纲1**

光阴似箭，日月如梭。伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了紧张、忙碌的20\_\_年，满怀热情和期待的迎来了光明灿烂、虎跃腾飞、充满希望和激情的20\_\_年。

一转眼，来了达邦家具公司也快一个季度了。回顾这三个月以来所做的工作，心里颇有几份感触。在过去的三个月里，首先我要提到两个人，庞总和耿经理。首先感谢庞总给予我们这样一个发展的平台，和用心培养;感谢耿经理给予工作上的鼓励和督促。在二位领导的引领下，我们这个团队学到了很多的业务谈判知识和商谈技巧，并顺利的为下一步的公司业务发展迈出了第一步。其次感谢这个业务团队，感谢同事们在工作上的相互鼓励和配合。他们所有人都有值得我去学习地方，我从他/她们身上学到了不少知识，让自己更加的成熟。

三个月里不断与公司业务模式进行磨合，我为自己能成为达邦家具公司的一名业务销售人员深感荣幸和自豪。我也更加的认识到了，一个销售人员的知识面、社交能力和商务谈判技巧决定了销售人员的销售能力。为此，我经过查阅更多产品手册、家具资料、相关书籍和参加公司会议培训，在家具销售行业自身知识面层次上得到了一个更好的提高，并认识到自己现有的不足和长处。以下我想说三个方面：

一、在家具专业知识方面

1)产品知识方面：加强熟悉办公家具产品的生产工艺、和材料特点、规格型号(包括面料和产品等)、生产周期、付货时间。了解产品的使用方法、保养及维修知识;了解本行业竞争产品的有关情况;

2)公司知识方面：深入了解本公司和其他家具生产厂家的合作背景、产品生产能力、生产技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。

3)客户需要方面：了解家具购买者(包括潜在客户)的消费心理、消费层次、及对生产产品的基本要求。

4)市场知识方面：了解家具市场的动向和变化、顾客购买力情况，进行不同区域市场分析。

5)专业知识方面：进一步了解与家具有关的其他方面的工艺技术知识，方便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流，了解不同装饰设计公司在新的一年里的设计思维的转变，以便更好的合作。

6)服务知识方面：了解接待和会客的基本礼节(注意国外客人的忌讳和有关民族、宗教等社会知识)细心、认真、迅速地处理单据;有效运用身体语言(包括姿态、语言、动作等)传递信息是获得信任的有效方式。

二、自身销售修养方面

1)工作中的心里感言。在庞总和耿乐二位领导的带领下，进行加强自我认识，自我分析、客户分析、签单技巧等的一系列基本素质培养，和后背支持，为我在以后的销售中认清和面对不同客户的不同谈判技巧的培养做了个更全面的准备。在我拿高薪的时候我肯定会想到你们，我一定会用行动感谢你们。都是你们给了我机遇，给了我一个发展的平台，正因为在你们身上学了不少的销售技巧和谈判能力的提高，有了前期这些经验做铺垫，相信在以后的工作当中我才能更顺利的在岗位中独立成长起来。在工作过程中，二位领导的悉心培养和言传身教让我成长了很多，感谢你们在工作中的帮助。这些都是我知识财富的积累。

2)职业心态的调整。销售员的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。

3)重点客户的开展。我在这里想说一下：我把客户都已分类;有a、b等客户，我要把b类的客户当成a类来接待，就这样我们才比其他人多一个a类，多一个a类就多一个机会。拜访，对客户做到每周至少三次的拜访。我认为攻客户和制定目标是一样的，首先要集中精力去做一个客户，只有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

4)签单技巧的培养。“怎么拿到客户→跟踪客户→业务谈判→方案设计→成功签单→售后安装→售后维护→人际维护”等这一系列的流程，虽然来了公司三个月了，但很遗憾的没有签过一单。对这样的一个流程需要加强认知。

5)自己工作中的不足。业务经验不够丰富，业务员的韧性能力和业务技巧有待突破，希望能够尽快的提高自己的不足，发挥自己的优势，能更好的为自己以后的销售业务和开展打好基础，提高自己的自信心和业务销售技巧。我想在以后的工作中不断实践和总结，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。

业务开展方面：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。

第一，从理念上：我应该和公司保持一致的经营思想、经营理念，与公司高层统一目标和认识，协助公司促进企业文化方面的建设。

第二，业务上：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，力争第4季度要比3季度翻一翻。

**茶叶销售工作总结提纲2**

在湖南迪达农业服务中心实习期间，负责湖南茶叶的销售，茶馆经营的市场调查，了解茶叶、茶馆的现状，以便为茶叶的生产、经营提供咨询服务。

首先被介绍到其相关联茶叶公司进行为期一个半月的市场调研。在该公司参与茶叶的选购、零售、茶馆的日常经营活动。

长沙的茶叶批发基本上在高桥大市场的茶叶城，其中有不少专卖店，如西湖龙井、碧螺春等。虽然茶叶只分为不多的等级，但由于制作工艺的差异，每一等级内又有几个不同的价。以龙井为例(西湖龙井茶叶，产于浙江杭州西子湖畔的群山翠谷中，因龙井泉和龙井寺而得名)它的外形扁平光滑，形似莲心、雀舌，色泽翠绿略黄;叶底均匀，一旗一枪，交错相映，栩栩如生，煞是赏心悦目。龙井茶炒制工艺精湛，全系手工完成;采摘的茶叶极为细嫩，全部采用嫩芽制成的龙井茶，称为“莲心”，采一芽一叶炒制儿成者，称为“旗枪”，喻其叶为旗，芽为枪。采一芽二叶初展炒制儿成者，刑如雀舌，固称为“雀舌”。一般每公斤特级龙井茶约2～8万个茶芽。鉴定茶叶主要看茶型、茶香、色泽。尤其区分不同级别时，其色其香更为重要，炒制精妙的茶叶应是保持茶叶之清脆，本是清嫩的茶叶一经炒制变得乌黑，便算是下级品。赏茶是一门学问，也是一门艺术，我只是初学，只略知一二。

茶叶城的货源多为可靠，要不不会在那立足那么久，其中店铺林立，应有尽有，除各地茗茶外，还有茶具，茶罐。茶具店以卖宜兴紫砂壶类销路最佳，紫砂壶档次多，价格差异大，有贵至成千，也有几十元一个的，不过紫砂壶不论好坏，都有泡茶不走味的特点，差别在于其制作工艺粗糙程度不同，进而影响对茶香的吸收程度，好的茶壶，较少吸收茶香，前后两次冲泡的香味不容易混得过多。

批发茶叶后，零售价多有差异，这得看零售地域。市区，郊区由于消费水平，房租不同，成本自然不同。处于不同地域得零售店可以根据不同成本适当调整售价。不过其中有一点，对规模不大的茶店而言，散茶比袋装茶的利润空间更大，对顾客而言，顾客可以直接看到茶叶的色泽，形状，还可以闻其香，相比袋装茶而言，袋装茶多数看不到其质量，更不用说闻其香了，这可谓是“双赢”——零售商的利在于可以取得袋装工人创造的部分价值，另一部分则让利于消费者。当然不可避免有些消费者更偏好于袋装茶，于是一定的袋装茶是必要的，特别是一些袋装泡茶(如红茶)便于冲泡，也是比较受欢迎的。

说到茶馆不可不提及茶道和茶品，正所谓“种茶是一门科学，制茶是一门技术，喝茶是一门艺术，而且是一门学问。”中国茶文化由来已久，茶馆便是其最佳展现之地，茶艺十六道的首道是精器妙用，泡制功夫茶(如乌龙茶)数用紫砂壶为妙。当然紫砂壶仅适用于泡耐泡茶，多数绿茶(如西湖龙井)则不适用，可改用盖碗，活用玻璃杯。现在玻璃杯用得很普遍，源于玻璃得透明，可以看到茶叶冲泡后婀娜多姿的形态，观其形色品其香。泡茶的基本程序是洁器——温杯(壶)——投茶——冲泡——分茶——品茗。冲泡时极为讲究，应高冲，用水流冲击茶叶，使其泛出茶香，并利用手腕的力量，将水壶由上向下反复提三次，这一动作称为“凤凰三点头”。其作用，一是让杯中的茶叶在水的冲击下上下翻滚，促使茶叶的有效成分迅速渗出;二十也是对客人表示敬意，三点头象征着谦逊，真诚，就像行鞠躬礼。投茶的方式有：上投，下投，中投。古有言投茶应有序，即：春秋中投，夏上投，冬下投。分茶汤时有两个成语：关公巡城、韩信点兵，关公巡城是指循环斟茶，茶壶似巡城之关羽。此番目的是为使杯中茶汤浓淡一致，且低斟是为了不使香气过多散失。韩信点兵：巡城至茶汤将尽时，将壶中所余斟于每一杯中，这些是全壶茶汤中的精华，应一点一滴平均分注，因而戏称韩信点兵。另外冲泡时还有刮沫一个环节，即茶道中的春面扶风：用茶盖刮去壶口的泡沫，盖上壶盖，冲去壶顶的泡沫。淋壶可以冲淋壶盖和壶身，但是不可冲到气孔上，否则水易冲入壶中。淋壶的目的一是为了清洗，二是为了使壶内外皆热，以利于茶香的发挥。

自古有言茗茶配名水，众多天下第一泉林立无不源于茶而起。茶圣陆羽在《茶经》中有所谓的“山水上，江水中，井水下”，将水分为不同等级，古虽有蓄水方法种种，加之如今交通方便，蓄水更易，但是名泉终归有限，若泡茶均用名水，则茶之味非凡人所能享。况且水之好坏不在其是否江井，而在于其清、活、轻、甘、冽，唯有五味皆齐，才可算得上是好水，如蒸馏水虽有其清轻，却终因少甘冽而不为所用。

茶叶得包装也是极有潜力的，有着精美包装的茶叶更适合于作为礼品，因此有了一定规模的茶叶企业应委托制作或自制包装盒，由于小包装茶是直接供消费者使用的，固在包装上要多加讲究。在设计中，应力求使广告宣传、艺术欣赏、礼品器具融于一体，集多功能于一体，使包装既具有良好的保质作用，又能宣传茶叶，传递商业信息。品牌和标签文字优美，商标突出，字形、符号、图案得体，使消费者一看就能产生良好而深刻的印象。内容符合食品标签通用标准的规定，标明品名。质量等级，净重，单价，出厂单位和地址，生产日期，保存期限和品饮方法等。如果是外销的，其外包装的文字，图案要充分考虑销售对象的文化传统，宗教信仰，经济发展水平，生活方式等诸多因素，色彩也要根据不同国家和地区的消费者的需求和民族习惯而定。

科学地储藏茶叶是开茶店，茶馆所必须的，特别是精制茶，应找到一种经济实用，简便易行的储藏方法，以最大限度减少茶叶品质损失。常见的储藏方法有常温储藏法，低温储存法，充氮储存法，除氧储存法，真空储存法。单就绿茶而言，因绿茶易于变性，固宜低温储藏，高档绿茶在冷藏时，还必须同时采用抽气充氮法收藏，外销绿茶，由于运输周期长，加上运销地区温度普遍较高，茶叶的含水量要控制在一个较低的水平上。以免受高温影响，使绿茶品质降低。红茶、乌龙茶与绿茶稍有不同，它经一定时间后熟，品质反而会有所提高，故一般适宜常温下储藏。但在高温高湿季节，茶叶易于吸潮，并伴有高湿气味和酸味，有的还会有酶陈味，所以也要控制温度不宜过高。此外，经过较长时间高温储藏的红茶，乌龙茶业已后熟，如需继续收藏，则以冷藏为好。对于一些较大宗的名茶，价值较高，在储藏上必须十分讲究，凡有条件的以抽气充氮法兼冷藏为佳，如果批量较大，又缺少现代储藏条件，则可采用传统的灰储藏法或炭储藏法。为保持龙井、旗枪、碧螺春、君山银针、黄山毛峰等极品名茶固有的色泽、香气和滋味，可采用石灰块储茶法。它是利用石灰块的吸湿性，使茶叶充分保持干燥，以延缓变质。木炭储茶法适用于各种名贵绿茶、乌龙茶和花茶的收藏。

总结：茶叶是比较有潜力的行业，一是市场需求稳定且较大，二是作为农业的延伸，政府有扶持之意。另外，喝茶，特别是在环境幽雅的茶馆并不亚于在咖啡厅。该行业进入门槛不高，关键在于对茶道的领悟、茶品的准确把握。

消费人群分析：社会人员，主要是休闲，谈生意，朋友聊天;再校学生和社会青年，更注重于朋友聊天和浪漫情调。

营业时间主要在下午三点至5：30，晚上7点至12点，晚上生意相对较好，另可开出早茶，提供粥之类的早点，应该也不错，但营业时间相对拉长，小规模的茶馆一般难以办到。

茶馆经营还需有自己的特色，开出独具特色的品种，适时根据市场变化创出新品种，如夏季根据天气热的特点，自制泡沫系列，迎合青年的需要。

**茶叶销售工作总结提纲3**

茶叶销售工作总结模板

《茶叶销售工作总结模板》，供大家参考。

自从走出学校这座象牙塔，犹如温室里的花朵般的我便在双选会上义无反顾的选中了现下我所在的公司：xx珠宝国际玉器城，销售部员工工作总结。从7月份报道加入这个行业到现在，不知不觉中半年光景一晃而过。本来是被看好做茶叶销售的我，在我的坚持下最终被分配到珠宝销售部门并开始了人生当中全新的完全与专业无关的“历程”。

认真回顾这六个月的时光，从一无所知到现在的游刃有余，无不载满了我的酸甜苦辣，不过，深深感谢正是因为这一切的历练才指引着我一步步慢慢走向成熟和稳重。

我之所以会选择该新兴企业，得益于在实习开始之前去探访贵公司基地时老总和员工们那热情的接待和回答问话时诚挚的态度，都给我留下了极深刻的印象。作为康辉旗下的子公司，贵公司的企业精神和企业文化都不容置疑。因为我从中看到，这里随时随地标榜的是团队合作精神这样一种凝聚的力量，同时也不乏残酷的竞争意识。所以无论身处何方优胜劣汰是个永恒的主题，更何况我是个坚信自己定能经受得住考验的人。

从试用期到正式上岗这一路走来，无论是我的销售技巧还是专业知识虽然说没有质地的飞跃却在日臻成熟和进步。我生性喜爱交流和谈话，所以不存在面生或不爱说话的难题。却在如何看客和物色“好”客人方面却时常栽了跟斗，也因此吃过不少苦头、走了不少弯路。都说人心最难测，做这行的最能够体会到这点。而且每天来自于业绩方面的压力真的好大。同样的顾客量同样的机会如果自己销售的业绩比其他人低了会很伤心不已。毕竟拿提成吃饭的人能不视业绩如命么？现下还正处在旅游淡季之际，混这口饭吃的我们更是愁云惨淡之极。时光在飞逝生命要继续，我们每天也还是继续拼命的创造自己的价值。

话说回来，真的不得不好好感谢一番三位老总平日里对我们悉心的指导与支持。感谢他们仨培训专业知识时的认真;感谢他们仨在我们销售工作过程中遭遇困难时的解围;更感谢他们仨在我们出错之余时的理解与包容。总之，在这个企业似一个大家庭般的温暖总会环绕着温暖着彼此。更重要的是在很多层面上也相应反映出三位老总处理事务时常以以人为本作为出发点，让大家感受到了人性化的关怀。

虽然在我还没有完全的融入角色之前却经历了公司两次大的工资制度的改革，然而事前负责招聘的管事人也不曾给我们打过此类的预防针，所以老实说当时还觉得贵公司没什么信誉，只会不停的出尔反尔，什么两千的工资都只是说来糊弄像我们这样不谙时世的学生罢了。对于处涉社会的我这事儿算是个不小的打击，我为此还偷偷抹过好几回眼泪呢。左思右虑之下最终还是坚持了我最初的选择坚持直到现在，尽管现在的我还是那么的渺小，那么的默默无闻，可是我就是越挫越勇。我知道理想与现实之间往往会有很大的差别，但是我不怕前路艰难。就像黄总说的“又不是造^v^，有什么难的。”也像雷总说的“明天，会更好。”眼下最主要的就是做好本职工作。

做好本职工作我概括出三大点：1.热情服务每一位顾客，我们每天都在接待着形形色色的顾客，不管顾客有多叼难,也不管顾客是不是我们的潜在客户，我们都要热情服务，面带微笑的为他们讲解。2、对工作随时充满激情，不管我们每天的工作有多么的乏味，我们都应该保持高度的责任心和满腔的热情。3.控制好自己的情绪，对待每一位顾客我们都要一视同仁，不骄不燥，耐心的对待每一位进店的顾客。

都说兴趣是的老师。任何一个人只有在做自己喜欢的事情的时候才会用心的去做好它，所以作为一名销售人员首先是要热爱销售，然后喜欢与人交流与人沟通，并勇于承受其间的任何压力，总之，胜不骄败不馁，我们才会有好心情、好的工作状态和好的战果。

建议与意见：

1.住宿环境不佳，既不通风又不透光，隔音效果还不好。住处离洗手间远了点，给夜间上卫生间带来不便

2.餐饮卫生不过关，要不豆芽菜里带汽油味儿，要不米

饭带馊味儿要不菜里夹带学生胸卡或指甲的情况时有发生。

3.上级不能够对员工一视同仁，在判分单之事存有私心，伤人心呐。

4.希望不要出现主管无辜打骂员工而不给予公正处理还销声匿迹丑事的情形。

5.每个柜台上所挂标牌指示的最低和价位与实际存在不符，有客人发现后为此对我们的服务产生不信赖感。

XXX县XXX镇人民政府 20\_年茶业工作总结20\_年，我镇的茶业工作在镇党委、政府和县茶叶局的正确领导下，紧紧围绕县委、县政府的“建设茶业经济强县”战略，认真落实科学发展观，积......

茶叶站工作总结茶叶技术服务中心在县农业和科技局的正确领导下，以及在上级业务部门的关心支持下和相关部门的密切配合下，围绕社会主义新农村建设，以县委、县政府提出的“打造中......

茶叶工作总结总结是对取得的成绩、存在的问题及得到的经验和教训等方面情况进行评价与描述的一种书面材料，它可以促使我们思考，不如静下心来好好写写总结吧。我们该怎么去写总......

茶叶博览会工作总结20××年春季国际（××）茶叶博览会于5月28日至6月1日在××隆重举行，在省农业厅的大力支持下，我会组织省内12家青砖茶核心企业抱团参展，首次集体亮相××茶博......

[市场调查策划报告——关于茶叶消费需求的市场调查1 / 6关于茶叶消费需求的调查报告一、调查背景目前，我国茶叶市场整体需求趋于饱和，消费增长速度低于茶叶生产能力的扩张速度......

**茶叶销售工作总结提纲4**

怀着期待和雀跃来到了茶艺室上课，在这个课上我学到了很多茶艺知识。 中国是一个千年文明古国，礼仪之邦，崇尚礼节。中国有句民谚：无茶不成礼，中国茶文明传达的是纯，雅，礼和茶道的精神理念，传播的是人与自然的交融，启发人们走向更高的生活境界。

茶艺是我们中国传统文化，茶艺课上我们感受到了茶艺的精神和魅力。 实践前，老师讲解了茶艺文化的定义和内容，介绍了泡茶的工序和技巧。 茶艺是指如何泡好一壶茶的技术和如何享受一杯茶的艺术，泡一壶好茶也需要也涉及了广泛的内容，如识茶、选茶、品茶、茶叶经营、茶文化、茶艺美学。 茶艺具体内容包括了技艺、礼法、道三部分：

1.技艺是指茶艺的技巧和工艺

2.礼法是指礼仪和规范

3.道指的是一种修行，一种生活的道路。

泡茶茶具的不同，分为壶泡法和杯泡法，其中我们课上使用的是壶泡法，壶泡法是茶壶中泡茶，然后分斟到茶杯中饮用，所以我们此次学习是壶泡茶艺的范畴。

老师提醒泡茶的过程中动作要慢心要静，我们觉得泡茶一个能让人心情平静专注于泡茶的过程。

辨别茶叶的好坏，用手捏茶叶，易碎的这是存放的好的茶叶。

后面我们学习了泡茶的所有工序并自己动手学习泡茶，和组内人员讨论如何做到标准，学习的过程也很愉快，基本了解了怎样泡茶。

茶艺工序如下：

一、烫壶：

在泡茶之前需用开水烫壶，一则可去除壶内异味;再则热壶有助挥发茶香。

二、置茶：

一般泡茶所用茶壶壶口皆较小，需先将茶叶装入茶荷内，此时可将茶荷递给客人，鉴赏茶叶外观，再用茶匙将茶荷内的茶叶拨入壶中，茶量以壶之三分之一为度。

三、温杯：

烫壶之热水倒入茶盅内，再行温杯。

四、高冲：

冲泡茶叶需高提水壶，水自高点下注，使茶叶在壶内翻滚，散开，以更充分泡出茶味，俗称^v^高冲^v^。

五、低泡：

泡好之茶汤即可倒入茶盅，此时茶壶壶嘴与茶盅之距离，以低为佳，以免茶汤内之香气无效散发，俗称^v^低泡^v^。一般第一泡茶汤与第二泡茶汤在茶盅内混合，效果更佳;第三泡茶汤与第四泡茶汤混合，以此类推。

六、分茶：

茶盅内之茶汤再行分入杯内，杯内之茶汤以七分满为度。

七、敬茶：

将茶杯连同杯托一并放置客人面前，是为敬茶。

八、闻香：

品茶之前，需先观其色，闻其香，方可品其味。

九、品茶：

^v^品^v^字三个口，一杯茶需分三口品尝，且在品茶之前，目光需注视泡茶师一至两秒，稍带微笑，以示感谢。

课程结束并通过了老师的考核，觉得这是让人舒服和愉快的一节课。是提升修养的一个过程，课程中对茶艺有了更多的熟悉，以后会在生活中在次体验，用平和的心态对待身边的一切，即使面对困苦与艰难，一是一种淡然、宁静的心态面对待，用修养的力量让自己变得美丽动人，用生活热爱茶文化。

**茶叶销售工作总结提纲5**

\_\_月份已经过去，在这一个月的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把以后的工作做的更好。下面我对这一个月的工作进行简要的总结。我是今年\_\_月一号来到\_\_男装专卖店工作的，在进入贵店之前我有过女装的销售经验，仅凭对销售工作的热情，而缺乏男装行业销售经验和行业知识。

为了迅速融入到\_\_男装这个销售团队中来，到店之后，一切从零开始，一边学习男装品牌的知识，一边摸索市场，遇到销售和服装方面的难点和问题，我经常请教店长和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在对一些比较难缠的客人研究针对性策略，取得了良好的效果。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客人所提到的各种问题，准确的把握客人的需要，良好的与客人沟通，因此对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习男装品牌知识和积累经验的同时，自己的能力，销售水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

同时也存在不少的缺点：对于男装市场销售了解的还不够深入，对\_\_男装的技术问题掌握的过度薄弱(如：质地，如何清洗熨烫等)，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决方法。在与客人的沟通过程中，过分的依赖和相信客人。

在下月工作计划中下面的几项工作作为主要的工作重点：

1、在店长的带领下，团结店友，和大家建立一个相对稳定的销售团队：销售人才是最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们店的根本。在以后的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队是我和我们所有的导购员的主要目标。

2、严格遵守销售制度：完善的销售管理制度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。这是我们在下个月完成十七万营业额的前提。我坚决服从店内的各项规章制度。

3、养成发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯：养成发现问题，总结问题目的在于提高我自身的综合素质，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，把我的销售能力提高到一个新的档次。

4、销售目标：我的销售目标最基本的是做到天天有售货的单子。根据店内下达的销售任务，坚决完成店内下达的十七万的营业额任务，打好年底的硬仗，和大家把任务根据具体情况分解到每周，每日;以每周，每日的销售目标分解到我们每个导购员身上，完成各个时间段的销售任务。并争取在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为我们\_\_男装专卖店的发展是与全体员工综合素质，店长的指导方针，团队的建设是分不开的。建立一支良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

**茶叶销售工作总结提纲6**

销售员要把茶叶最终销售出去，其技巧必不可少。下面介绍茶叶销售中的实战步骤：

一、控制声音

1、语调、语速的作用

声音在茶叶销售中起到了至关重要的作用。

如何塑造动听的声音呢?声音是先天的，我们无法改变。但可以通过调整语调、语速来弥补，通常保持中等的语速能使语调也保持在中音，过快的语速会无形提高语调。

慢语速。慢的语速使一切事情都变得那么轻松随意。一般我们在向客户介绍产品、服务和回答问题时，应采用慢或较慢的语速，以便让客户听清楚，听明白。

快语速。快的语速使听者有种紧迫感。因此，在交谈中不宜使用，在结单时我们则应采用快语速，能帮助客户快下决定。

2、音调、声调的作用

在谈话时，不要保持单一的声调，抑扬顿挫最能提起客户的兴趣，给人热情洋溢的感觉。当然，也不是要求在整段对话中始终保持一致的韵律，重点是放在开场白的问候语，略微提高音调，加重语气，先^v^声^v^夺人，一下就把客户吸引过来。在介绍和交谈中可恢复平常的谈话速度和语气。当发现客户对销售员提及的内容缺乏反馈，保持沉默时，这很大程度上就意味着客户没有兴趣聆听，或持怀疑态度，这时就应该提高声音，在一些关键词上加强语气。适当地给予提问：

“促销期到10日(重语气)就结束了。”

“购买产品我们有提供现金抵用券(重语气)，再次购买时可当现金抵用(重语气)。” “你觉得这建议如何”??

另外，个人的情绪会影响到声音，一个精力充沛，热情洋溢销售人员，他的声音一定是活泼、有力，对客户具有感染力的。所以销售员在工作时，一定要放弃一切私人的不愉快情绪，想象是在给一位好友推荐性价比最好的产品，别忘了还要带上微笑。平时多照照镜子，时时提醒自己微笑。

二、有效提问(发问—寻找客户需求)

㈠提开放性的问题

宜提的问题，如：“您都喝过什么茶?、您平时都喝什么茶?”??

“如何评价茶的好坏?、您喝这茶感觉何?”??

“您都喝过哪些红茶???

这样的提问使客户必须回答较长的句子，以便我们了解客户的情况和想法，并且在此基础上把话题扩大、加深，这样销售员就能更多的发挥空间，引导客户往销售员所希望的方向发展。

忌提的问题，尽量避免“是不是”、“好不好”、“对不对”这样的提问。客户的回答通常是“是”、“不是”、“对”、“不对”、“好”、“不好”，无法让客户说出更多的内容。

㈡完整回答一个再提下一个

如果同时提多个问题，会使客户回答了一个而忘了另一个，或者客户不知如

何回答而产生逆反心理。提问时要讲究循序渐进的方式。

⑴ 一个新手往往会这样：

① 在完全不了解客户需求的情况下，一开始就盲目的介绍公司或产品怎么怎么好，历史怎么怎么悠久等等，尽管你介绍地很认真很精彩，假如这些都不是客人真正想要的，那接下来的整个销售过程就会受影响，成交率就会大大降低;

② 对客户的问题没有层层深入，似乎是东一扯西一搭的。还不知道客户是否喝过同类产品之前告诉客户产品的性价比更优越，客户怎能有可比的参照物?在还不知道客户购买意向之前推荐产品，怎么知道客户能否购买呢?

⑵ 一个熟练地销售员就会这样做：

① 通过提问式地交谈了解客户的情况和想法;

② 先说明原因，再提问。为提问找个好理由，是能否取得满意答案的先决条件，当客户了解到提问的原因是合理的甚至是有利的，将非常愿意配合你。比如：年龄是女人最不愿意泄露的秘密，但是如果告诉她了解年龄是为了登记资料申请领取vip卡，相信没人会拒绝。又如：^v^我们最近有些促销活动，觉得挺适合您的。^v^与客户分享资源，再问意见。

㈢ 学会聆听

销售员要学会聆听，从聆听中了解客户的真正想法、要求、现状、经历，同时

也要学会表现自己，让客户听你的“话”;??这些都将帮助我们找到切入点，挖 掘购买能力，迅速成交。以下几点请注意：

⑴ 尊重客户

无论对方是专业人士，还是对产品一窍不通;无论是老板级人物还是普通人员; 无论是怒气冲冲还是温文尔雅，作为销售员都应尊重并且礼貌待客。因为客户所提

及的问题，都会直接或间接地影响到我们的生意。准确地了解，及时地给予解决， 客户不仅仅会记住你，而且还会我们的企业抱以肯定。

⑵ 保持耐心

很多时候，不同的客户反映的问题是相同或相似的。这时你就要怀着高度耐心去聆听，而不能中途打断：“你不用说了，这个我知道。”或“你可以看说明书，上面有写。”要知道你熟悉的企业情况、产品特点和售后服务，作为客户不一定了解。因此，我们应该耐心地聆听，并给予解释和帮助。

⑶ 专心致志

如果不是很重要的电话或事情，做到谈完客户再安排和处理;

如果身边确实有必须马上处理的事情，要是时间不长，就应该直接同客

户说：“对不起，我这边有点急事，处理下马上过来，请您稍等。”

如果是很重要的电话，就应该直接同客户说：“对不起，我接下电话，

给我10秒钟，请您稍等。”

你这样做了，相信客户一定会理解的。

⑷ 认同客户

在聆听客户的同时要认同客户，并且向客户表达感谢。我们可以这么说：

“我很同意您对产品的评价和看法。”(交流产品时，客人提出的意见，不能直接或当面反驳，反驳了他，就等于拒绝了他的生意。)

“对极了，我们也是在朝着这个方向努力。”(交流到服务时，客人提出的意见，要热心接受和采纳，反对了他，就等于拒绝了他的到来。)

“我非常了解你的感受。”(当客人谈到其他同行的不足时，曾经受过委屈了，你要附和他的感受。)

这样使客户觉得被尊重，并且愿意继续关顾下去。

通过以上，你基本了解到顾客的想法、要求、经历、现状以及购买能力，这样你就能更准确的找到客人的需求了。

三、满足客户需求

㈠听取客户反馈

客户提供信息后，抓住机会提问“为什么”，真正达到同客户的互动。

㈡满足客户的提问

我们都打过乒乓球，首先要发球，然后才有接球的机会。在同客户沟通的时候，首先销售员要掌握客户的想法与建议，然后再一一给予回答，从而顾及到客户的感受。要让客户感觉你是在同他探讨问题，而不仅仅是推销。

四、促成交易

㈠清晰定位

当向客户推荐产品时，销售员就要开始对整个销售进行定位。有三件事必需做到：⑴ 清晰地了解自己的产品种类、产品特性，知道能为你的客户提供什么。

⑵ 通过了解客户的需求，知道怎样用自己的产品为客户打造价值、带来利益。

⑶ 在同客户沟通的整个过程，要不断增强对客户的说服力，引导客户，最终促成交易。㈡ 定位阶段的注意事项

在定位阶段，销售员在语言表达上又该注意哪些呢?

⑴ 条理清楚，遵循从基础向高级发展，循序渐进的方式。

以茶叶为例，先介绍该产品的特点，然后再突出性价比，在此基础上进一步介绍能给客户带来的经济利益。

⑵ 快速综合并总结客户的欲望点。

作为客户往往对购买产品后的增值服务最关心。在最后阶段，假如客户还有些犹豫，这时可以给出一些优惠方案，提高你客户的购买欲，以至于让客户快下决定。买了产品，又能得到多重好处，还有谁会拒绝呢?

㈢ 时时应对细节问题

我们在推荐产品和定位客户需求的同时，时时要记住核对。

⑴ 为何要核对?

因为让客户也自然地融进销售的每个环节，每个细节。不要让客户感觉只是你一味在诉说，在推销;要让客户感觉双方是在研究，是为解决同一个问题的方向在努力。在核对的过程中，客户可能会道出更多的想法。要知道，客户所想的远比你说的多更重要。

在核对的过程中，你可以更深入地了解，并随时调整方向。

通过核对，你会将客户引导到促单的方向。

⑵ 何时进行核对?

① 当你回答完一个问题后，就可以简要地将内容概括一遍，问客户是否理解。比如：

“我的解释清楚吗?”

“这样回答你的问题了吗?”

② 这样通过有效地进行核对，就能决定客户定位的准确与否。比如：

“这些服务你满意吗?”

“这能满足你的需求吗?”

③ 当客户还在沉默时，用开放式的问话进行核对，以便确认客户是否诚心。比如：“那你的看法怎样?”

④ 当在客户表示出成交的信号时，你及时的用行动进行核对，以便快速成交。

如：运用二选一或直接的确定法 五、怎样通过看人进行茶叶销售 1、我没想买，只是看看。其实这是一种托词，店员不必计较，当他看后有喜欢上的，看好就买，这一类顾客还是比较容易对付的。

2、对你的介绍不理睬，看起来比较冷淡，持有怀疑心。其实他们在细心倾听，从店员的举动中估量对方是否真诚，可信度如何?这类客人喜欢审视别人，但判断大都正确，非常自信。店员不要胆怯，要自信，实打实地介绍，多进行推心置腹地情感交流，使对方产生共鸣，只要对方认可你，就会购买我们的产品，这种人往往会成为回头客。

3、年青人。茶叶既是传统的，又是时尚的。通过交谈使他们佩服店员的文化底蕴和品位，从而对茶叶产生兴趣，通过宣传茶叶引起他们的好奇心，动员其购买。

4、中年人，实在，有经验，无动于衷，对店员毫不在乎，也不重视推销的茶叶，不发一言，有时也会提出一些让店员难以解答的问题。店员千万不能蒙混过去，问题得不到合适的解释，他们不会购买。店员应用心在意，小心地为他解决问题。对茶叶进行说明时，要说地全面和完整。有时也可以沉默，等顾客提一些问题，再做解答。等其有购买的意愿时，再强调茶叶的优点，乘胜追击。

5、对于一些木纳老实的客人，店员绝对不能欺骗他。只要一次购买后，认为对他有利或者觉得你坦诚，他会一直购买。但只要有一次欺骗了他，他会永远拒绝你的茶叶。

6、对老年顾客，要装出一副老实相，不能多说话，更不能抢话头，要全心倾听他们的话。他们觉得你诚实，对你产生好感，就可以了。

7、文化素质比较高，能够仔细分析店员的言行真诚与否，再决定是否购买。他们有时对店员很挑剔，爱审视人家，店员也许会感到压抑，但不要放弃。其实他们极易被说服，

只要店员在销售上突出茶叶品种特色，他们很快会购买，他们内心最难忍受的是店员冰冷的精神面貌。

总之，店员要以言语打动人，让想买茶叶的人立即就买，让不想买的顾客做出买的决定，如果说话不到位，会适得其反的。有时要站在顾客的位置上说话，更能激发顾客的心理同感。

六、建立关系

销售员要树立在客户心目中的信任感，首先要有坦诚的态度，对客户的感受表

示认同，对客户所面临的困境报以关切，并显示出积极的态度予以解决。销售员同 客户交往过程中建立的关系。可以归纳为如下三种：

㈠ 业务关系

通过他人介绍或者是销售员随机接听客户来电的。

在这样的情况下，销售员同客户只能建立业务关系。把工作重心放在及时的交易项目上。往往企业或门店对销售员业绩考评也是以成交率为主要指标(也就是说销售额)。所以销售员没有必要将时间花费在聊家常上。

㈡ 商务关系

销售员将那些成熟的、订量大、并循环订量的客户定位成“商务伙伴”。双方的成长都依赖于对方的发展。在这种关系下，销售员往往扮演着“茶叶顾问”的角色。当双方熟悉以后，谈话可以轻松随意，不需要太过拘谨，当然礼貌还是要注意的。平时致电的频率也不需要太高，除非是处理具体的预订产品或包厢，否则每周一次的问候足已，以免给客户造成受骚扰的感觉。

㈢ 个人关系

当客户同销售员之间成了朋友，那么客户就不再心存戒备，会同销售员畅所欲言。无论是长期大客户还是一次性消费的客户，都应该保持个人关系。

行业中有很多促进销售的活动，比如：销售员通过电话拜访，了解到客户领导的生日，在他生日那天寄上了一份小礼物。这个活动很成功，为安排高层拜访打通了道路，许多客户领导都在繁忙的日程表中为我们的销售员留出了时间。在重点同大客户保持个人关系的同时，也应适当顾及那些小的客户，他们可以间接地给予我们帮助。

最后总结：从客户需求了解到作出响应，及时引导客户购买，并且确保准确无误，这绝对是个短、平、快的操作。

销售技巧五条金律

怎么样更好的做好销售工作，做个成功的销售精英，下面是我总结的销售技巧培训的五条金律，希望能对各位有所帮助。

第一：在不能了解客户的真实意图时，尽量让客户说话 ，并学会倾听;

多打听一些问题，带着一种好奇的心态，发挥刨根问底的精神，让客户多发发牢骚;多提提问题，引出客户的真实意图，了解客户的真实需求。 (注意;在自己问客户问题的时候，也要记住客户的回答。)

第二：感同客户的感受

当客户说完后，不要直接回答问题，要感性回避，比如说我同意您。。。。。这样可以降低客户的戒备心理，让客户感觉到你是和他站在同一个起跑线上。最简单的做法就是回答 (恩，是的，我觉得很有道理)

第三：把握关键问题，让客户具体阐述

“复述”一下客户的具体异议，详细了解客户需求，让客户在关键问题处尽量详细的说明原因。 (重点就出来了)

第四：确认客户问题，并且重复回答客户疑问

你要做的是重复你所听到的话，这个叫做先跟，了解并且跟从客户和自己相互认同的部分，这个是最终成交的通道，因为这样做可以了解你的客户是否知道你的产品的益处，这为你引导客户走向最后的成功奠定基础。 (用自己的产品益处排除客户的忧虑)

第五：让客户了解自己异议背后的真正动机

当客户看到了背后的动机，销售就可以从此处入手，想到并且说出客户需要的价值，那么彼此之间的隔阂就会消除，只有这样才能和客户建立起真正的相互信任的关系。(成交)

总结起来就是：了解需求-消除戒备-抓住要害-满足需求-成交。

**茶叶销售工作总结提纲7**

过去的20＿＿年可算是我工作上另一个转折点，更是一个新的开始。特别是自今年6月份接手营销策划工作，不知不觉，已有半年。回忆这一年的工作经历，有艰辛、有成长、有收获、更有前景。这一年既包含了太多的艰辛与不易，也取得了不错的工作业绩。成绩的取得离不开本人的勤奋努力，更与领导和同事们给与我的支持和帮助密不可分。现将今年工作总结汇报如下，请公司领导和同仁审议。

一、工作业绩完成情况

1.完成销售业绩;

2.完成销售物料的设计与制作(法排读本、法排、高层户型册、项目小册、项目楼书、预售协议、抽奖券、参观券等);

4.完成公司领导交代临时工作(法排首期开盘总结、原吉利余房组价、节庆布置等);

5.协助领导完成风铃苑排屋开盘准备工作;

6.协助领导完成排屋客户交流会的组织落实;

7.协助领导完成样板房展示的媒体交流会;

8.协助领导完成样板房通道的布置展示。

二、成长感悟

这一年，伴随着公司的不断壮大，我也不断得到成长。回首自己的成长经历，感悟颇多。

(一)勤奋学习是做好工作的基础。人可以不会不懂，但不能恐惧和无奈，越是不会越要笨鸟先飞，更加勤奋努力的学习。特别是我今年6月份接手营销策划工作后，由一知半解到现在对销售流程有一定的了解，背后其实下了不少功夫，也用了不少时间，当然也少不了同事之间的帮助。接触营销策划工作之后，才清楚明白到，工作量虽不大，却要学的是无比的多，销售知识永远是个无底深渊，但正因如此，我乐此不疲，越来越喜欢这份工作。我想作为一个置业顾问，不仅要精通卖房业务，对周边的一些知识也必须详细了解，这样才能更好的为客户服务，让客户感觉我们无论是从企业品牌、社区环境、物业质量以及员工素质各方面都比其它楼盘有优势，坚定客户购买的信心。针对这个问题，我在日常销售工作中，充分发挥善于思考的优点，通过对同事的观察学习以及对经验的归纳，总结出许多新的销售技巧和客户维护方式，并在随后的工作中通过实践加以修改和完善。事实证明，知识和创意永远是无穷无尽的。

(二)热情服务是做好工作的关键。作为置业顾问这个职业和客户打交道，光有勤奋是不够的，必须还要有热情的服务态度，笑迎八方客，凝聚万家财，服务于客户，使他们能够体会到我们绿城周到热情的服务态度，我自己对这一点有着深深的体会和感受。我想相对于不同收入群体的购房心态及个人气质各方面肯定也有所不同，因此对于不同客户的销售方式也必须有相应的变化。比如面对不同文化水平和不同购房心态的客户，我们都应该有相对的谈判技巧和语气口吻来接待，让其买得开心，日后还想再买。在实践工作我还发现，一个真正成功的销售员除了必须有能够感染客户的个性外，更应该具备能够随时适应不同消费者心态的应变能力，同时牢记，专业、礼貌、主动服务、给予客户比他想象的更多，并坚持公司利益至上的职业操守。所以，为了做好销售工作，我急待提高自身修养，无论从个人气质和专业能力方面都要把自己打造成一个合格的置业顾问。

(三)敬业爱岗是做好工作的前提。只有敬业爱岗，忠于职守，尽职尽责，一丝不苟，虚心学习业务知识，培养严谨的品格，全力以赴，才能在平凡的岗位上做出不平凡的成绩，才能获得价值的提升。这一年，我经历了无数次收获与失落，过程充满酸甜苦辣，行业文化使我体会良多，为人处事都让我不断成长与成熟，让我随时都保持一颗感恩的心去面对人和事。我喜欢超越对手挑战自己，这个行业很适合我，我在工作中享受与狼共舞的生存状态，这是一条不断超越，适者生存的道路，是靠知识智慧立世的生存状态，我找到了适合自己的人生道路，我热爱这份工作。更重要的是我发现了自己的不足，不断完善自己，不断前进，坚持不懈，满腔热情的工作。热忱是工作的灵魂，热忱是战胜所有困难的力量，从工作的每一个环节，找到热忱，找到坚韧，也就找到了自信。

(四)感恩忠诚是做好工作的根本。这一年里，我在这家公司获得的实在太多了，说也说不完，要多谢的不单只是一两个人，更不是一句“谢谢”就能简单了事。我要感谢主管，当我刚进入营销策划部时，自身有着太多的缺陷和不足，是她包容和教导我，很多次的利用下班时间跟我谈心沟通，改正了我很多积重难返的毛病。同时在工作中适时的给我压力和激励，让我时而如履薄冰，时而又充满信心，从不敢轻易有所松懈，逐渐成长为一名合格的置业顾问。让我更幸运的是我们拥有一个成熟和谐的销售团队，同事之间既有竞争更有帮助，每次分歧总能在沟通中消除，每次难题也常常在集思广益中化解。正因为有这样一群同事，我才能在销售部门迅速提升自己。俗话说，近朱者赤近墨者黑，因为有这样浓厚的企业氛围和团队精神，才给了我成长所需的养份。忠诚对我的工作来讲，首先，我的感受是我们对公司是否付出了全部的精力和智慧，对待每天的工作是否完全满意。我深信每位老板都希望自己的员工保持忠诚，每一位员工也希望有各个完善的老板。自从绿城那天起，我就记住了“今天工作不努力，明天努力找工作”作为自己的座右铭。

三、20\_年工作计划

20\_年，既是新的一年，又是我一个全新的开始。对于即将到来的一年，对生活，对工作，我有着太多的希望和梦想。我打算在新的一年里，重点做好以下几项工作：

一是做好销售服务工作。在工作中，我要认真细心地为客户着想，通过自身良好品质的展现和坦诚、礼貌、周到、用心的服务，赢得市场和客户的信任，在潜在客户和老客户的心中树立良好的个人形象和公司形象，从而提高企业知名度和企业房产产品以及自己的信誉，为公司房产产品现在及未来的营销成功奠定良好的基础，也为自己未来的发展积攒了广泛的客户资源。

二是做好营销策划工作。积极培养市场意识，经常调查市场，及时了解到有关房产销售的各种信息，以及竞争对手及同类项目的发展动向。尤其是在与客户或准客户的频繁接触中，了解市场的最新资料，把握市场行情和发展变化趋势，认真听取客户对房地产产品的议论评价和一些合理化的改进意见或者建议，从而为制定正确的房产开发计划和市场营销策略服务。

三是认真学习企业文化。积极参加企业文化的学习和培训工作，深刻了解企业文化的内容，理解企业文化建设的重要性，进一步提高自己的敬业奉献精神，更好地服务客户推动各项业务的发展。

四是提升自身综合素质。我将进一步加强学习，了解房产开发的整个流程，从产品研发到工程管理，再到营销策划等各个方面我都要有所认识。这样，在销售过程中，才能把客户提出的问题很好地反馈给上级领导，以便改进产品，提高居住品质。

五是完成领导交代的临时工作。

总之，在这充满希望的新一年里，我将全力服务公司，热爱岗位，勤奋工作，继续学习，用使命般的激情面对客户，用认真严谨的态度面对我的职业，为客户制造感动，为公司创造利润!

**茶叶销售工作总结提纲8**

一、深入学习政治理论，不断提高政治素养

一年多来，我认真学\_\_方略、\_\_和公司工作会精神、\_\_省\_\_公司关于节能减排的规定等文件资料、\_\_董事长和\_\_总经理在公司抗险救灾抢修复电总结表彰大会上的讲话。进深刻体会了“众志成城、顽强拼搏、不胜不休”的抗灾精神，理解了“办法总比困难多、不屈不挠、艰苦奋斗”的精神，这将是我以后工作的强大动力和克服困难的有力武器。

二、不断努力学习，提高专业知识

三、认真做好本职工作，提升工作能力

在过去的一年多时间里，在部门领导的安排下，我主要参与完成了以下工作：

(一)营销监控中心建设

(二)县级公司“一体化”工作

**茶叶销售工作总结提纲9**

一年来，在公司领导的亲切关怀和其它主管的热情帮助下，自己从一个保险门外汉到能够很好的为客户提供保险咨询服务，在自己的业务岗位上，做到了无违规行为，和全司伙伴一起共同努力，较好地完成了领导和上级布置的各项工作任务。以下是本人一年来的工作情况总结。

一、努力提高政治素养和思想道德水平

积极参加上级公司和支公司、本部门组织的各种政治学习、主题教育、职业教育活动以及各项组织活动和文娱活动，没有无故缺席现象;能够坚持正确的政治方向，从各方面主动努力提高自身政治素养和思想道德水平，在思想上政治上都有所进步。

二、努力提高业务素质和服务水平

积极参加上级公司和支公司、本部门组织的各种业务学习培训和考试考核，勤于学习，善于创造，不断加强自身业务素质的训练，不断提高业务操作技能和为客户服务的基本功，掌握了应有的专业业务技能和服务技巧，能够熟练办理各种业务，知晓本公司经营的各项业务产品并能有针对性地开展宣传和促销。

三、严格执行各项规章制度

一年来，无论在办理业务还是其它的工作中，都能严格执行上级公司和支公司的各项规章制度、内控规定和服务规定，坚持使用文明用语，不越权办事，不以权谋私，没有出现被客户投诉的行为以及其它违规违章行为。业余生活检点，不参与不良行为。

四、较好地完成支公司和本部门下达的各项工作任务

一年来，能一直做到兢兢业业、勤勤恳恳地努力工作，上班早来晚走，立足岗位，默默奉献，积极完成支公司和本部门下达的各项工作任务。能够积极主支动关心本部门的各项营销工作和任务，积极营销电子银行业务和各种银行卡等及其它中介业务等。

一年多来，本人凭着对保险事业的热爱，竭尽全力来履行自己的工作和岗位职责，努力按上级领导的要求做好各方面工作，取得了一定的成绩，也取得领导和同志们的好评。回首一年过来，在对取得成绩欣慰的同时，也发现自己与最优秀的伙伴比还存在一定的差距和不足。但我有信心和决心在今后的工作中努力查找差距，勇敢地克服缺点和不足，进一步提高自身综合素质，把该做的工作做实、做好。

**茶叶销售工作总结提纲10**

在公司已经工作了不少的年份了，虽然我还是一名公司销售部的普通职员，但是我对公司已经十分的了解了，对公司的各项业务都已经了如指掌，所以在公司里工作我也是比较的顺心，总结我在过去一年的工作时总体感觉还是很顺利的。

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，楚天人都会洋溢着幸福的笑容!

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。20\_\_年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：

1、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。

2、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

3、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;

4、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;

5、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;

6、协助大区经理的销售工作：

①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;

②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;

③合同的执行情况：协助业务经理并督促合同的完成;

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，20\_\_年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

(一)努力做好每一件事情，坚持再坚持!

(二)确保完成全年销售任务，平时积极搜集信息并及时汇总;

(三)客户关系的维系，并不断开发新的客户。

(四)销售报表的精确度，仔细审核;

(五)借物还货的及时处理;

(六)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;

最后，想对销售过程中出现的问题归纳

1、新产品开发速度太慢。

2、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。

3、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。

4、发货及派车问题。

5、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!

6、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。

7、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。

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，使得销售工作得及顺利进行。

虽然公司各部门之间存在着各种各样的问题，不过那只是小问题，不会影响我们公司的正常营业的，不过小问题会影响我们的工作效率，所以我还是建议要加强各部门之间的联系，将我们公司的业绩进一步提升上去。

**茶叶销售工作总结提纲11**

20\_年，平江县安定茶叶农民专业合作社联合社在政府及各有关部门的领导和关心下，借助供销改革春风，积极推进我地茶叶产业发展，引导茶农科学种植、标准化生产、不断提高茶叶产量和质量。经过联合社全体成员的共同努力，各项工作正常有序开展。

一、主要工作

（一）强化科技培训，提升茶农素质

随着欧盟对茶叶农残的检测范围幅度扩大，农药残留限量标准的提高，联合社认为只有提高科技意识，加快有机茶、无公害茶的种植，提高采摘技术，才能在未来的经营运作中处于主动地位。为此，联合社虽处于起步困难的时期，仍聘请相关专家和技术人员对合作社成员进行技术培训。一是选派代表到外地实地参观学习。20\_年11月组织成员参加由湖南省茶叶研究所主办的茶叶种植与加工生产培训会议，系统学习现代化茶叶生产加工技术；二是对茶农进行茶树种植、茶园施肥、鲜叶采摘、茶叶加工等技术指导；三是就茶叶发生病虫害如何防治，开展技术培训。20\_年共开展培训学习480人（次），相关费用开支10万余元。

（二）夯实产业基础，提升发展潜力

联合社成立初期，成员共有茶园面积万亩，茶叶初制厂20余个，很多茶园仍处于粗放式管理，很多很多设备和厂房已老化淘汰，生产效率和经济效益低下。为整合和优化资源配置，促进产业结构优化升级，联合社共投资30余万元对成员单位进行茶园改造，改良茶叶品种。共引进种植安吉白茶700多亩，优质良种茶黄金茶500多亩。目前，茶园改造已初见成效。同时，为适应市场需求，对10个茶厂的厂房和设备进行更新升级，从而改善了加工环境，也提高了产品质量。

（三）加大营销力度，提升品牌形象

联合社的组建旨在按照农业产业化发展的要求，拉动茶叶从产前到产中、产后的加工、存储、销售等环节的纵向合作，将一家一户分散经营的农民有计划、有规模的组织起来，形成“风险共担，利益共享”的利益机制。从而，产品销售渠道是否顺畅，销售的好与差，是整个业务经营过程中的重要环节。一年来，我们在营销上不等客上门，主动出击。在充分调查了解市场行情的基础上，组织营销人员到全国各地跑市场、找信息、要订单。在广东、上海、北京、湖南等地设立销售点。形成生产、加工、销售一体化的专业合作组织。产品已销往全国各地，并有部分产品出口。通过努力，共实现生产、销售茶叶1800余吨。产值和产量较以往分散性经营都有了长足的进步。

在扩大生产销售的基础上，积极组织联合社成员参加茶叶展览会、博览会等各类大型茶事活动。借助各展会的舞台，将联合社旗下优质茶叶、名品茶叶以及安定茶叶的文化和历史以更直观的方式呈现在国内外品茶、爱茶和好茶人士的眼前。5月份在岳阳举行的20\_年全国黄茶斗茶大赛暨岳阳茶叶博览会组委会上，参赛的合作社成员共获得1个特别金奖，2个金奖，2个银奖。荣誉的获得，既是对联合社产品品质的认可，也是对联合社品牌形象和影响力的肯定，更是对未来发展的一种鞭策和鼓励。

（四）加强内部管理，提升服务水平

联合社根据《章程》选举并成立了理事会和监事会，建立了健全财务制度，实行统一收购鲜叶，统一加工产品，统一销售的运作模式。规范化的管理，让企业创收增益的同时也增加了入社农户的收入，通过订单帮扶、劳动投入等方式，为周边农户实现人均年增收800元左右。

二、存在问题

1、基地标准栽培技术示范范围小，有待推广。

2、种植加工技术落后，产品价值提升不高，有待加强培训。

**茶叶销售工作总结提纲12**

通过为期一周的茶艺实训，我学到了好多平日里学不到的东西，从对茶文化一无所知的状态里走了出来，不仅了解了中国茶文化历史悠久源源流长，甚至发展至海外，而且茶的种类有六种之多，每一种茶都有其不同的特征和功能，茶的制作方法及其泡制更是有深刻的考究，饮茶的意境也有讲究，饮茶还有营养保健，修身养性，增进友谊，学习礼仪知识的作用，这些对我走向工作岗位，对人对事的态度有重要的启示。

在日常生活中虽然也有饮茶的习惯，但是也仅限在家里，从地里回来饭前往往会泡一壶茶，但是即不讲究茶的种类和质量，也不讲究茶的泡制和品茶方法，只是平常意义上的喝一杯有味道的茶，解解渴而已，所以在我的脑海里对茶并没有深刻的了解也从没有研究，就把它定义为家用茶水，后来见到的饮料如绿茶，冰红茶也并不知道它们同属一类，而且还是中国文化的一种。直到学了茶艺之后才开始了解并认识茶文化，体会茶的意境和精神。

茶的历史悠久，制作方法多样，泡制也十分考究，对我们做人处事有一定的借鉴。茶的制作方法有蒸青，炒青，烘青等每一种里面又有使用工具和手法的区别，制作出的茶的色泽，形态等也不相同，而且泡制时应用不同的方法限制时间和次数等可以把各种茶的味道达到最佳。我们在做事情的时候也应该有这样的意识，不同的事情有不同的特点的作用，所以在做的时候也要用适宜的方法才能事半功倍达到最佳的效果。我们从事公共关系，就必须要学会应对不同性格不同职业和不同爱好的人，要想取得好的业绩就需要灵活的应对这些人根据他们的特点选择不同的方式才能做到有效的沟通从而把工作做好。同样的处在相同领域的人其处事方法和做事原则也是有一定的区别的，所以选择的应对方式和原则也要因人而异，学会和他们相处好的同时也能发挥出他们的作用，让他们为己所用，这也是一种智慧。

喝茶还要讲究周围的环境同时体会茶所代表的文化和意义。饮茶之风是由文人雅士发展到宫廷之中再由宫廷流传到民间的，其间茶的种类也有了明确的分类，茶艺也日趋成熟，茶礼也形成了统一的风格。文人在饮茶时往往会选择一处具有诗情画意的地方，精心泡制茶种，以静气凝神，同时领略大自然的和谐之美，领悟人生法则，有人还会突发奇想吟诗作画，在古代就有以茶会友的说法，请客人饮茶也就表示对他人的敬重成为一种礼数，同时有清政廉洁，远离污秽，消除杂念，修身养性的文化内涵，茶也就成为有文化有知识的象征，这就是所谓茶的“廉”，“美”，“和”，“敬”，尽显茶的本色。我们在做事情的时候，也需要静心静气，以平和的方式待人处事，静乃和之根本，我们工作本来是为了赚更多的钱，过更好的生活，但是在这一过程中我们又往往会被一些琐碎的事情而困扰，导致心情烦闷，甚至改变自己的心性，让自己过的不愉快，所以以静待人的同时也要以静待己，这样生活才会丰富而精彩。

谢谢老师给了我这次实训的机会，也感谢老师这一周来对我们的指导和帮助，此次实训使我受益匪浅，在以后的学习过程中我会更加努力，学习更多的专业知识和处事之道，为有效的工作打下基础。

**茶叶销售工作总结提纲13**

20\_茶叶市场调查报告范文(一)

一、调查结果分析

2、调查内容：调查了淘宝、京东多家综合、人气、销量排名靠前的产品和店铺，针对品牌、价格、包装三个内容作重点调查，结果大致如下：

(2)价格：对于价格，我们分别针对礼品茶、散茶进行调查。

礼品茶：250g的铁观音88元与128元两种价格的包装销路较好，500g的铁观音250元与350元较为畅销，月销量达到5000多笔;对于250g与500g两种包装，碧螺春250g与500g两种包装规格中较为好卖的价格集中在50～90元、100～200元这两个价格区间，月销量达到202\_笔左右;

(3)包装规格：调查结果表明，包装茶有150g、250g、500g等多种规格，但最受消费者欢迎的就是其中250g与500g两种包装规格。

3、调查结果分析：综合调查情况来看，畅销的茶叶价格大致都集中在50～500之间，最为好卖的就是100左右、200左右这两个价格。最为畅销的茶叶品牌就是铁观音，尤其以150元/斤的铁观音为主，几乎每个店铺都占据了较大位置;对于西湖龙井、信阳毛尖由于价格普遍偏高，所以销量不是很大，其他品牌则很少见到，只有少部分店铺有陈列。至于包装规格则以250g和500g为主，包装风格主要有两种形式：一种比较有历史感、注重体现文化层次;另一种则清新亮丽，更加贴近自然。

二、市场分析

**茶叶销售工作总结提纲14**

茶叶销售渠道：

茶叶销售渠道：1、集市贸易：较原始，多在茶叶原产地，生产者将自己的茶叶送到集市上摆摊销售，新产品单一，多为散装、初制茶。价格低廉，季节性强。也有贩运到外地集上的。

3、交易会：有展览会、博览会、展示会、订货会。以交流信息、展示产品、客户订货、结识朋友、宣传企业为主要目的。

4、茶馆销售:泡茶又卖茶。茶馆天地小，茶叶市场大。茶馆是销售茶叶的好地方。

5、商场专柜：方便顾客选购。

6、专卖店：有各种小包装茶、品牌茶、礼品茶、散装茶。有的以散茶为主。现在有两个趋势，一是由多品牌向独创品牌转变;二是由单一向连锁、加盟和产加销一体化转变。

7、超市货架：目前，许多进入超市的茶叶品牌，知名度不高，消费者对产品质量缺乏认知，很多品牌从超市中淘汰出来。

9、团购(企业、党政军、事业单位周年庆典、福利、劳保等用茶)。

茶叶的消费形式：

1、家庭消费：(主流消费)经济收入高的和文化人，消费较高的名优茶，消费量也大;一般的居民以大众优质茶为主，以散装茶为主。目前，包装茶、袋泡茶、茶饮料开始进入家庭。

2、团体消费：机关、企事业单位的团体消费。工作会、招待会、茶话会、联欢会、新闻发布会以及各种其它的人员来往用茶。

3、劳保消费：是从事日常工作时的饮茶消费。茶是最经济实惠的饮料，劳保消费的市场潜力很大。

4、礼品消费：礼品茶的需求日益扩大，市场红火，茶礼品包装不断翻新。名优茶、茶具成为礼品消费的一个热点。不过，现在人们送礼非常讲究包装，茶少包装大，只要包装好就行。

5、餐(宾)馆消费：一种是收费的，一种是不收费的。但从总的来看，茶消费的普及还不广，餐馆里的茶叶质量偏低，服务员泡茶的技艺不倒位。

6、休闲消费：茶楼、茶馆、茶座、茶坊、茶庄等休闲场所的茶叶消费。茶馆这块市场将不断扩大，含有很大的商机。

7、旅游消费：泡茶、卖茶和茶饮料的消费。现在中国名茶中间效益较好的西湖龙井、普洱茶、黄山毛峰、碧螺春都是与当地的旅游资源结合开发的典范。(原产地效应)

8、公益消费：在宗教寺院、车站码头、学校医院、体育场馆无偿提供的茶水消费。

9、工业消费：饮料工业如，茶汁、奶茶、冰茶、冰棍、雪糕、鲜酒;食品工业，茶糖、饼干、糕点、食品保鲜剂;医药工业，抗癌、降血脂、抗菌消炎、减肥美容、抗辐射。以上是个人总结，供参考，也欢迎大家多多交流。

**茶叶销售工作总结提纲15**

在市场经济高速发展的背景下，茶叶市场的竞争更加激烈，市场环境也更加严峻，茶企所面临的营销风险也更多。为了能够实现自身的可持续发展，茶叶企业在营销过程中，必须要严格依据市场发展规律进行，结合自身产品的特点，以及企业的发展目标制定营销方案，开展营销活动，从而最大限度降低营销风险，降低企业经济损失。但是目前，从我国茶企发展的情况来看，企业市场营销过程中，依旧存在人力资源、财务、合作等诸多危机、隐患，强化茶企内部管理控制力度，树立危机意识，已经迫在眉睫。本文从三个方面对茶企市场营销危机管理进行研究。

关键词：

市场营销；茶叶企业；危机管理

危机管理是企业内部管理的重要环节，建立完善的危机管理体系，树立危机管理意识，不仅能够帮助企业规避各种经营风险，还能够实现企业内部资源的优化配置，提升企业的核心竞争力。而基于市场营销视角的危机管理，是将危机管理缩小到了市场营销这个工作领域之中，主要针对企业对外营销这个部分所进行的危机管控。茶叶企业营销是企业创造经济效益的主要手段，直接关系到企业生死存亡。因此茶叶企业内部管理者必须要明确营销管理的重要性，消除其中存在的各种危机隐患，保障营销活动的顺利进行，推动企业经济增长。

1茶叶企业市场营销危机的主要表现

茶叶企业由于经营管理不善，或者营销策略、营销战略手段失误，导致了企业内部产生了营销危机，这对茶叶企业的整体发展呈现不利趋势，很有可能对整个企业的服务和销售造成瘫痪性影响。茶叶企业需要尽可能的将危害程度降到最低，也要制定相应的发展计划，让茶叶企业尽量减少也避免营销危机情况的产生，针对可能出现的危机，茶叶企业需要做好以下几点：

人力资源危机

茶叶企业初见规模，并没有形成完善的管理方法和管理体系，需要茶企聘请专门的管理人员，制定科学的、有效的管理方案，让企业的管理办法可以更好地激励人才进行工作，在调动员工工作积极性方面具有积极促进和辅导作用。茶叶企业需要以自身所具资源为中心，从各个高校或生产市场中挑选出销售精英人才，让茶叶企业从低迷的销售环境中更好的走出来。茶叶企业由于人力资源匮乏而产生的销售危机，将会为企业带来灭顶之灾，因此，对于人才的选拔和培养，茶叶企业需要有完善的管理办法和管理方案。

财务危机

茶叶企业需要面临巨大的中国茶叶市场，因此需要更好地对资金进行调整，保证可以将其汇率、贷款、利率等调整到茶叶企业能够接受的程度。为了更好地预测市场波动变化，保证将可能遇到的市场危机降到最低，需要茶叶企业以现有资源为基础，进而建立完善的资金管理体系，让茶叶企业可以按照原生产计划进行运转，也可以转亏为盈。

合作危机

中国的茶叶企业竞争压力十分巨大，茶企要想拥有更大的茶叶市场，就必须保证可以良好地与其他企业进行合作，与其他企业以合作伙伴的方式进行购置、销售、宣传相关茶叶产品，进而有效地完成茶叶销售和管理工作。对部分联销商压榨价格，让供应货物无法及时进行销售，这对合作关系也是不利的，对茶叶企业整体生产运营具有致命打击，因此需要找到可靠的合作伙伴，让茶叶企业可以避免出现这种合作危机。

信用危机

无论是哪家茶叶企业都需要有其自主的品牌形象，生产的茶叶产品需要满足社会需求，让消费者产生购买欲望，同时，其产品的质量和销售售后要有一定的保障，在消费人群中建立一定的信誉。由于多数茶叶企业以销售为基础，以营利为目的，对茶叶产品没有进行高质量的保证，这对市场造成一定的影响，也抹黑了茶叶企业的品牌形象，从而让茶叶企业陷入公众的信任危机，无法得到消费者的信任和支持。

2市场营销视角下茶叶企业危机管理的必然性

提升企业的品牌形象

中国的茶叶企业发展迅速，为了占有一定的茶叶市场，相应的茶叶企业需要建立完善的企业管理办法，保证可以有针对性地解决突发问题，同时，对企业有可能遇到的风险进行合理评估，进而满足消费者需求的同时，让茶叶企业可以更好的经营和发展。茶叶企业需要树立相应的品牌形象，让总体的企业规模进一步扩大，完善企业营销计划，使企业遇到的危机降到最低。针对可能出现的危机，管理系统需要给出有效及时的解决办法，保证企业的品牌形象不受损失，让消费者可以更好的接受茶叶企业的相关产品。

调整企业的营销方案

面对日益激烈的产业竞争市场，需要茶叶企业将可能遇到的危机降到最低的同时，建立有效完整的营销管理办法。茶叶企业需要对市场进行充分调研，按照市场需求提供相应茶叶产品的同时，保证其产品在制作和加工过程中，质量能够得到保障。营销过程中需要有完善的管理方案，茶叶企业需要有针对性的投放相应的产品到市场当中，本企业可以在竞争激烈的茶叶市场中存活，也可以让自身的品牌形象得到良好的维护。

平稳的、有效的发挥企业人力资源能力

茶叶企业管理系统需要不断完善，此时，茶叶专业人才就发挥了十分重要的作用。由于茶叶企业需要尽快的在同等行业中立足，就需要建立完善的企业管理团队，让人力资源可以对企业管理提供更多的宝贵意见和建议。茶叶企业在完善相关管理方案的同时，针对企业内部人才要合理进行培养，吸纳更多有经验的人才，并将其分配到专有岗位，让他们在自己的岗位中投入更多的工作热情，以饱满的工作态度，为茶叶企业提供更好的服务，从而引领茶叶企业尽快做大做强。

3加强茶叶企业危机管理的对策

提升危机管理观念和处理危机问题的能力

茶叶企业以销售、生产茶叶为主，因此需要建立完善的管理办法以及科学有效的营销方案。只有这样，才能保证茶企拥有更大的市场，也可以进一步避免产品危机情况的产生。与此同时，为了保证让茶叶企业建立完善的管理办法，需要茶叶企业具有一定的风险防范意识，茶叶企业需要有足够的管理能力，从而应对可能出现的突发状况。茶叶企业员工都要以企业发展为主要工作核心，通过自身的不断努力帮助茶叶企业应对更多的突发危机，进而为公司挽回更多的损失。茶叶企业员工需要以自身能力为基础，保证完成本职工作的同时，再处理其他有关企业发展事宜的工作。

提升产品质量，创设有效的品牌

茶叶企业之所以能够发展和壮大，是因为其具有完善的品牌规模，以及品牌效应。茶叶企业在进行服务和销售，需要满足消费者的需求，保证提供质优价实的茶叶产品。为了更好地应对茶叶企业在发展中可能出现的危机，需要茶叶企业建立完善的品牌形象，以企业实际发展为基础，进而加强对茶产品的质量监督管理工作，保证以服务为基础，建立完善的监控管理体系。茶叶企业的相关产品原材料需要经过严格的检测，才能生产出让人放心的茶产品。为了更好地树立茶叶企业的品牌形象，需要一套严格的生产加工管理模式，向消费者展示其加工流程和加工原材料购置环节的同时，得到消费者的信任，只有这样才能保证树立完整的企业形象。

完善危机管理体系

市场的波动对茶叶企业威胁巨大，因此，茶叶企业需要良性的看待市场波动问题，在降低成本管理与营销方面损失的同时，让茶叶企业及时制定完善的解决办法。完善的管理制度、相应的法律法规是保证产业企业可以良性发展的基础。茶叶企业在保质、保量地为消费者提供相应产品的同时，需要更好的对茶产品的营销方案进行设计，从而对可能出现的茶叶危机进行预警，避免对茶叶企业造成更大的损失。茶叶企业需要有良好的企业凝聚力和企业向心力，保障全体员工的工作重点是以企业更好的发展为基础。全体员工需要全身心的投入到企业发展建设任务当中，避免危机问题产生的同时，让茶企可以迅速占有一定的市场份额。

构建完善的沟通桥梁

**茶叶销售工作总结提纲16**

在公司工作了很多年了，从一个小小的业务员走到现在公司销售经理的位置，付出了多少努力和汗水，也许只有我自己知道了。不过我可以说，我付出的努力是常人的几倍，我才在自己的工作岗位上取得了一定的成功。

这一年走过来，酸甜中夹杂着汗水，努力和付出就会有回报，对我来说，在过去的一年取得的成绩还是很不错的，我觉得自己做的还是很好的。

自己20\_\_年开始销售工作，在公司经营工作领导x总的带领和帮助下，加之全组成员的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，截止20\_年\_\_月\_\_日，20\_年完成销售额\_\_x元，起额完成全年销售任务的60%，货款回笼率为80%，销售单价比去年下降了10%，销售额和货款回笼率比去年同期下降了12%和16%。现将全年来从事销售工作的心得和感受总结如下：

一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作

作为一名销售经理，自己的岗位职责是：

1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款;

2、努力完成销售管理办法中的各项要求;

3、负责严格执行产品的出库手续;

4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导;

总之，通过实践证明作为销售经理技能和业绩至关重要，是检验销售经理工作得失的标准。今年由于举办\_\_x四个月限产的影响，加之自己对市场的瞬息万变应对办法不多而导致业绩欠佳。

二、明确客户需求，主动积极，力求保质保量按时供货

工作中自己时刻明白销售经理必须有明确的目地，一方面积极了解客户的意图及需要达到的标准、要求，力争及早准备，在客户要求的期限内供货，另一方面要积极和客户沟通及时了解客户还款能力，考虑并补充完善。

三、正确对待客户投诉并及时、妥善解决

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以销售经理应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照公讣制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

**茶叶销售工作总结提纲17**

>一、加强学术交流，探索学术交流新路子

坚持学术性是我会的特色，也是我会的优势，今年举办大型学术活动一次，承办小规模学术沙龙一次，按期出版《茶叶科学》，完成季刊改为双月刊的报批工作。

（一）主办“全国茶业科技学术研讨会”

（二）承办中国科协第13期新观点新学说学术沙龙

9月17～19日，中国科协第13期新观点新学说学术沙龙在杭州华庭云栖度假酒店召开。沙龙领衔科学家为我会理事长杨亚军研究员。来自中国社会科学院历史研究所、西南大学、华南农业大学、杭州市佛教协会、浙江大学、湖南农业大学、南京农业大学、浙江树人大学、浙江中医药大学、浙江画报社、中国农业科学院茶叶研究所、中国国际茶文化研究会、上海第二军医大学、北京机械工业自动化研究所等单位的21位专家、学者参加了沙龙。

沙龙以“茶与茶道的科学研究”为主题，与会学者、专家踊跃发言，发表个人观点，并开展了热烈友好的辩论。与会专家、学者提出了很多独到的见解，对于推动我国茶叶科学的研究和茶文化的研究具有重要意义。

现场记录的专家的观点和见解由中国科学技术出版社正式出版。科学时报、大众科技报等报刊的记者参加了沙龙活动并对沙龙进行了专题报道。

（三）出版《茶叶科学》

双月刊扩刊筹备工作进展顺利，主要包括联系和协调有关方面，争取经费资助，准备稿源和寻找合适的审稿专家。目前行政审批已经完成，稿源增加较快，联系了一批新的审稿专家，经费筹集也有一些进展，有3家单位同意资助本刊，为明年扩刊做好准备。

争创中国科协精品科技期刊方面也取得重要进展，各项指标和评选结果都有提高，获得初选入围中国科协精品科技期刊的结果，浙江省精品科技期刊遴选中，已被评为潜力型精品科技期刊。

>二、增强科普能力，普及茶叶科技

为积极贯彻落实《全民科学素质行动计划》，面向青少年、茶农、茶业从业人员，普及茶叶科技知识，弘扬传统文化，培养新一代茶人，为新农村建设和提高从业人员素质服务。

（一）举办茶艺师、评茶员职业技能培训班

随着茶产业的发展和茶叶QS认证的实施，行业对技能人才的需求不断增长，学会培训中心抓住机遇，今年共举办职业技能培训24期（日本东京举办4期），培训学员833名，培养中、高级评茶员6xx人，评茶师38人，高级评茶师25人，培养初、中、高级茶艺师160人，茶艺技师17人。为社会输送了合格的劳动技能人才，我会培训中心成为行业内重要的培训基地之一。

行业内培训竞争激烈，质量良莠不齐，我会培训中心，充分依托我会的人才优势，重点是抓培训质量，树培训品牌，努力使我会培训中心成为行业技能人才培养的“第一品牌”。

**茶叶销售工作总结提纲18**

-县茶叶产业工作在县委、县人民政府的直接领导和市茶办创新办的有效指导下，全县上下团结一心，多措并举，攻坚克难，茶叶产业经受住了国际金融危机和市场持续下滑的双重冲击，总体呈现出了恢复性增长的发展态势。现将一年来全县茶叶产业工作开展情况总结如下：

一、20\_年茶叶产业工作基本情况

(一)茶叶产业取得的主要成效

1、茶叶基地有所优化

总结历年来茶叶基地建设的经验，为降低投资成本，确保合格种苗的供应，建一块成效一块，使茶叶产业进一步提质增效，加快当地人民群众致富步伐。我办于-年10月，投资万元，在勐堆关口建成茶苗繁育基地亩，出圃茶苗4

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！