# 202\_销售优秀年度总结

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-01-10

*20\_销售优秀年度总结7篇20\_销售优秀年度总结怎么写？总结是对自身社会实践进行回顾的产物，它以自身工作实践为材料，采用的是第一人称写法，其中的成绩、做法、经验、教训等，都有自指性的特征。下面是小编给大家带来的20\_销售优秀年度总结，希望能...*

20\_销售优秀年度总结7篇

20\_销售优秀年度总结怎么写？总结是对自身社会实践进行回顾的产物，它以自身工作实践为材料，采用的是第一人称写法，其中的成绩、做法、经验、教训等，都有自指性的特征。下面是小编给大家带来的20\_销售优秀年度总结，希望能够帮到你哟!

**20\_销售优秀年度总结篇1**

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，作为\_\_的销售助理工作取得了一定的成绩，基本上完成了公司的既定目标，但也存在不少的问题，为了更好的完成项目的营销工作、实现双赢，双方结成真正意义上的战略合作伙伴关系，特对阶段性的销售人员工作进行总结。

刚到\_\_时，对\_\_方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，很快了解到公司的性质及其\_\_市场。作为销售部中的一员，该同志深深觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。

此外，还要广泛了解整个x市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，力争尽快成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

针对今年一年的销售助理工作，从两个方面进行总结：

一、\_\_公司\_\_项目的成员组成

营销部销售人员比较年青，工作上虽然充满干劲、有激情和一定的亲和力，但在经验上存在不足，尤其在处理突发事件和一些新问题上存在着较大的欠缺。通过前期的项目运作，销售人员从能力和对项目的理解上都有了很大的提高，今后会通过对销售人员的培训和内部的人员的调整来解决这一问题。

由于对甲方在企业品牌和楼盘品牌的运作思路上存在磨合，导致营销部的资源配置未能充分到位，通过前段工作紧锣密鼓的开展和双方不断的沟通和交流，这一问题已得到了解决。

二、营销部的工作协调和责权明确

由于协调不畅，营销部的很多工作都存在着拖沓、扯皮的现象，这一方面作为\_\_公司的领导，我有很大的责任。

协调不畅或沟通不畅都会存在工作方向上大小不一致，久而久之双方会在思路和工作目标上产生很大的分歧，颇有些积重难返的感觉，好在知道了问题的严重性，我们正在积极着手这方面的工作，力求目标一致、简洁高效。

但在营销部工作的责、权方面仍存在着不明确的问题，我认为营销部的工作要有一定的权限，只履行销售程序，问题无论大小都要请示甲方，势必会造成效率低，对一些问题的把控上也会对销售带来负面影响，这样营销部工作就会很被动，建立一种责权明确、工作程序清晰的制度，是我们下一步工作的重中之重。

**20\_销售优秀年度总结篇2**

喜悦满怀辞旧岁，憧憬在心迎新年。我们满怀胜利的喜悦和奋进的豪情，即将迎来了新年又一轮朝阳，在这辞旧迎新的时候，回首过去的一年，在公司强大实力的支持下，在公司领导的指导和帮助下与公司各部门紧密合作下，艰苦奋斗，正视挑战，克服困难，全体同仁共同努力下，全年完成销售任务。为20\_\_年更好的展开工作，温故知新、总结经验教训，现将20\_\_年工作总结及20\_\_年工作计划如下。

一、根据外销部门工作方向，经精心筛选，20\_\_年度成功开发。

了中宏企业旗下的河北鸿川房地产开发有限公司、河北德鸿房地产开发有限公司、以及河北燕赵集团、河北国华房地产、河北高远房地产、石家庄远信市政、中国太平洋建设集团正定新区项目、恒山建设张家口沽源项目等一批具有影响力的新客户，并顺延维护了公路养护中心、嘉实房地产、君和房地产、德州公路、河北建设集团、等一批老客户。除德州公路、养护中心以外，大部分客户回款、采购量、利润比较理想。

二、核心的业务是销售，销售的核心是回款。这是制约公司发展。

乃至生死存亡的一大诟病。德州公路是典型的一个钱办十个事，事先以小量、多次、关系取得信任，五月份用预付30万元订金签下130万元钢材，其余货款分多次六个月之久还清，至今仍未核算利息，实属失察。今后对此类客户倍加小心。石家庄市交通局公路管理处养护管理中心可以说是公司重量级老客户了，四月份预付100万元签下240万元合同至昨天刚刚还请货款，其资金来源全部是交通局，资金状况很难预料。

今后应对所有后付款新老客户有一个每笔业务交货前必考察（公司规模、资金状况、前期供货商、项目状况等）、交货中必观察（订货和付款决策人、收货和结算流程、工程进度等）交货后必监察（决策人去向、结算进度、货物状况、逾期未付款执行手段等）直至所有货款、利息到账的一系列制度。群策群力，必要时使用社会力量等一切方式方法，保证公司利益不受损失情况下方可交易。以下是我在钢材销售业务工作中的一些体会和感受。

（一）敬业：

工作要想有所成就，首先要敬业，要热爱自己所选的职业，珍惜现有的工作岗位，凡事多想多问多做，刻苦耐劳，不怕失败，不耻下问，多做总结，乐于助人，团结友邻，并在工作中赢得公司的肯定和同事的尊重。

（二）积极：

不要为自己所取得的小小成绩沾沾自喜，要常怀危机感。

对工作要积极主动，充满激情，市场环境日新月异，变幻莫测，因此平时要多了解市场行情，多分析客户反馈的各种情况，及时调整销售策略。只有不断运筹帷幕，推陈出新，才能把握先机，赢得主动，提升自己的业务水平。

（三）耐心：

在日常工作中要有耐心，谦逊对人，冷静处事。遇到困难时，不要焦急，六神无主，要静下心来沉着应对。首先要分析该困难的起因，及解决的难易程度。如果自己能解决的，解决后向上级汇报；如果自己拿不定主意的，要将你对该问题的分析过程及解决设想，向上级汇报，请求帮助。以便上级领导能及时了解情况并作出解决办法。遇到客户无理责难时，不要急躁，出言不逊，更不能消沉气馁，要冷静应对，必要时请求协助。

同时要想尽办法在处理事情的过程中寻找客户的软肋，在劣势中创造优势，令客户知难而退，合作处理事情。要从处理事情的过程中展示自己的能力，让客户改变对你的轻蔑看法，赢得客户对你的信赖、感激和尊重；遇到同事的指责时，不要冲动，不论有理无理，都不能有仇恨心理，更不能相互指责，而要静下心来思考。首先要分析事件事情的来龙去脉，以及自己在这件事情中的位置和作用，如果别人的指责是对的，要勇于承认，作出改正，并请求同事监督；如果别人的指责是错的，要指出质疑的依据，避免同事误解。同时修正自己做得不足的地方。

（四）乐观：

在日常工作中，要乐观向上，不断进取。发生问题或矛盾时，不要埋怨别人，指责别人，要知道埋怨和指责解决不了问题，只有互相协调、协助才能解决问题。另外，埋怨和指责亦可能会影响他人的工作情绪，从而造成下一个问题的发生。因此要通过引导、帮助他去改正、学习、提高。要有团队精神，众志成诚，公司才能稳健发展，壮大；要谨记：埋怨是弱者的借口，协调是强者的动力。

（五）归零思想：

在日常工作中，不能太倚重经验，过于自信，要不断更新思维，开拓视野。我有留意过，工地人员中，受伤的多为老工人，销售人员中，中招的多为老员工。因此在销售和交易过程中，出现的问题层出不穷，平时在解决问题时要多分析多总结，既要避免类似的事情重复发生，也要防止其它可能出现的新问题发生。

（六）学习：

在日常销售工作中，要多学习、多借鉴、多实践；在学习中多借鉴，在借鉴中多实践，在实践中多总结；每天上班前要多想想、我今天要做什么，怎样去做；下班时要多想想、我今天我做了什么，有无遗漏；回家后再对自己一天的工作做个自评；只有不断学习，不断实践，不断总结，才能不断巩固自己，提升自己，发展自己。

（七）诚实：

作为业务员，对公司要诚实，对工作要诚恳，对客户要诚信；要以诚待人，以信服人。面对没有诚信的客户，要尽力去感化对方，实在无法改变的，要尽量多留意，少交往；对于客户，能发展为朋友的，生意可放心去做，不能成为朋友的客户留心做，对你有偏见的客户小心做或不做。

（八）勇敢：

作为销售员，在拓展业务时，要有攻无不克，战无不胜的勇气，但勇敢不等于鲁莽，还必须具备以下几个条件：首先要有气质，我走出去既是代表公司，又是代表个人，要注意自己的仪表着装和言行举止；其次要对本公司的营销运作过程了解；三要对自己的货物及价格了如指掌；四要对意向客户有初步的了解；五要对客户提出的问题特别是各种货物的价格能对答如流。

（九）自信：

作为一名合格的业务员，要有自信心，当然自信心不是人家能给你的，要靠自己去创造、建立。要如何去建立自己的信心？我是这样做的：一、要熟悉掌握每种货物的性质和价格；二要协助采购降低采购成本。第一条要靠自己，刻苦就行。第二条要协助采购。要如何协助？我认为要在原有营销中扩大销售量，从而加大采购量。为采购创造低成本货物的采购条件，并在强有力的低成本采购中为销售创造优势。要学习国美和苏宁，要不断调整策略。切忌少单时心急，多单时心躁。心急容易中招，心躁容易出错。

（十）证实自我价值：

要在工作中证实自我价值并在学习中提升自我价值。如何具体实现？

我觉得可从以下三方面着手：

1、心态要端正，对公司要有奉献精神，要在贡献中索取，不要从索取中贡献，要有“舍得”心，有舍才能有得，私心太大，难成大事；

2、心情要愉快，对工作，要全身心去投入，不能有私心杂念。要让工作去影响你的心情，不能让心情去影响你的工作，如工作中夹杂太多个人情绪，工作是不可能做好的；

3、心理要健康，在日常处事中，要多做少说勤思考，少一点指责多一点协助，多尽一些义务，少争一些功劳。只有做到以上三点，凡事先从自我出发，才能成为一个真正合格的业务员。这些不但能做到而且能做好，我相信不久的将来，一定会成为优秀出

**20\_销售优秀年度总结篇3**

20\_\_年即将悄然离去，20\_\_年步入了我们的视野，回顾20\_\_年工作历程，销售年终总结范文。整体来说有酸甜苦辣。回忆起我进入公司一直到现在，已经工作有了1年多。今年整个的工作状态步入进了正轨，并且对于我所从事的这个行业防伪标签有了一更加全面的了解，成功合作的客户也是日积月累，同时每次成功合作一个客户都是对我工作上的认可，并且体现了我在职位上的工作价值。但是整体来说我自己还是有很多需要改进。以下是我今年总结工作不足之处：

第一：沟通技巧不具备。

每天接触不同客户而我跟他们沟通的时候说话不够简洁，说话比较繁琐。语言组织表达能力是需要加强改进。

第二：针对已经合作的客户的后续服务不到位。

看着自己成功客户量慢慢多起来，虽然大的客户少之又少，但是自己还是在尽心尽力的维护每一位意向比较好的客户，并且达到从意向客户到真正客户为目的。客户虽然已经签下来了，之前感觉万事大吉了，其实这种想法是非常的不成熟，后来经过几个月的工作，再加上戴总和胡经理都有跟我们开会中重点讲到老客户的维护好与坏的问题。确实感觉到一个新客户开拓比较难，但是对于已经成功合作的客户其实是比较简单的，比如我有20个老客户，只要很好的维护好了的话，在以后的翻单过程当中肯定会第一时间想到通赢防伪的小周。那么这样不仅继续给公司创造利润，也是对自己一个工作上的认可。因此这点我得把目光放长远。

第三：客户报表没有做很好的整理。

对于我们这个行业来说有旺季和淡季，对于淡季或者临近放假的时候问候客户这些应该做一个很好的报表归纳，而我这方面做的不够好。确实报表就是每天辛苦劳作的种子，日积月累，需要自己用心的去经营，否则怎么结出胜利的果实呢。领导只有通过明了的报表才能够知道我今天的工作状态和收获如何，然后有针对性的加以指正和引导。而我自己也每天做好完整而又详细的报表也可以每天给自己订一个清晰而又有指导性的工作总结以及来日的工作计划，这样工作起来更加有针对性和目的性。那么也更加如鱼得水。

第四：开拓新客户量少。

今年我合作成功的客户主要是通过电话销售和网络客服等渠道找到客户，而自己真正找的客户很少，这点值得自己好好的深思一下，有一些大部分原因是为了不错过任何一个主动联系我司的意向强烈客户，因此大部分的时间花在了联系电话销售客户上，而忽略了自己联系上的意向客户。而自己今年开拓的新客户量不多，这点在明年要很好的改进，并且明年订好一个计划，让自己的时间分配的合理。达到两不误的效果。

第五：当遇到不懂的专业或者业务知识时候，不善于主动请教领导，并且未在当天把不懂的变成自己的知识给吸收。

综合以上几点是我在今年的工作中不足之处表现，我会在今后的工作当中加以改进，有句话说的话：聪明的人不会在同一个地方摔倒两次。当然谁都愿意做一个聪明的人，所以同样的错误我不会再犯，并且争取做到更好。望公司领导和同事共同监督我。一个人有错误不怕，怕的是不知道改正，而我就要做一个知错就改，并且从中把缺点变成自己的优点。

今年整整的一年变化不大，主要工作职责是电话销售，顾名思义就是通过电话达成交易的销售。而我在这一年里也主要是在公司通过网络、电话来获得跟客户的沟通，工作上听上去每天坐在办公室里，打几个电话或者qq、客服等联系到客户，这样很简单，但是实际上工作量还是有的，每天要跟不同的客户打交道，并且第一时间通过自身的语言来留给客户一个非常好的印象。为了让客户对我们公司的产品质量更加信赖，除了公司的报价外，更重要的是一个服务。要让客户感觉到通赢防伪公司是一个大企业有很好的服务团队，并且就好比是在享受的过程一样，把谈生意的氛围转化为一种朋友之间的友好交流沟通。并且让意向强烈的客户第一时间能够想到，想到跟通赢防伪公司合作等等这些都是与自己付出辛苦的努力是息息相关，并且作为销售人员来说第一时间要有非常敏锐的嗅觉感觉到客户的\'需求。对于意向强烈的客户而言除了很好的电话问候、短信问候、qq问候外还需要有一份工作的热情感染到客户，让客户从自己的行为中感觉到我的真诚。那么相信客户量也会慢慢积累起来。

**20\_销售优秀年度总结篇4**

在已过去的一年中，经过营业部全体员工的努力，并在郑州营销管理中心等有关部门的大力支持配合下，取得了长足的进步。回顾20\_\_年，我们致力于营销系统内部管理关系上挖潜增效，积极建设以效益为中心的多渠道营销活动，期间，我们取得最大的成就就是销售系统从内到外的凝聚力增强了。各位客户经理都积极主动，有责任心的经营一个个渠道网点，并取得了总体水平较好的成绩。

一、销售业绩状况

略

二、销售渠道状况

1、强化与各银行渠道关系。银行是我们最重要的营销渠道，20\_\_年，营销管理团队继续加强对银行渠道的关系维护，目前，北京市区所有银行网点均有我公司客户经理驻点工作，各个银行同我们关系融洽，尤其是12月份，在中国银行的有效配合下，营业部开户数迅猛增长，为此市场部的全体成员克服了常人难以想象的困难，在各种压力下，较好的完成了本职工作，为营业部的发展，作出了重要贡献。

3、加强品牌宣传力度。在上级领导的大力支持下，20\_\_年6月份我们开展了高考送水活动，赢得了社会各界的广泛赞誉；随后在北京片区大力策划宣传中投证券年中投资报告会，7月份投资报告会的成功举办也为总部和各兄弟营业部的所称道；同时我们不断注重同媒体的联系，长期在北京电视台进行广告投放，大力配合政府部门做好各项迎宾活动。这些活动的有效展开，使中投证券的品牌知名度获得巨大提升，为渠道营销工作的开展造就有利环境。

2、建设各种新销售渠道。去年我们开展多项营销活动，旨在拓宽营销渠道，主要方向是对党政机关，本地大型企业以及富裕乡镇等进行多点开发，发掘优质客户。如x月份到中美铝业，x月份到国土资源局，x月份对大冶镇优质客户开展“开户有礼”等活动新营销渠道的有力拓展，是我们在市场竞争激烈的环境脱颖而出的一个重要“法宝”，并为最终占领区域主要市场，扩大市场份额提供一个坚实的基础。

3、强化支持，制度保障。通过实施任务分解，责任到人制度，加强业务追踪督导，按照上级领导的部署，强化营业部后援支持保障措施，同时加大了对客户经理的考核力度。营销渠道建立健全了客户经理跟踪维护制度，对业务发展相对滞后的网点和客户经理，采取深入剖析，奖惩相符的方式，强化督促，靠前指挥，将业绩目标细化分

解到每月每周，落实到个人，加强业务追踪督导，保证了开户数的持续、快速发展。

4、强化人才引进计划。针对20\_\_年市场部岗位不齐，对外驻点偏少的情况，20\_\_年，营业部大力开展人才引进计划，一批素质高，战斗力强的营销人员，有效的促进了营销队伍的建设，截止20\_\_年12月份，北京团队今年共引进客户经理x名，对市区原人员空缺的各银行网点进行的重新派驻，对银行渠道的整合，一方面充实了营销队伍，另一方面也促进了营销渠道同银行的关系，实现的双赢的局面。

三、销售渠道存在的问题

1、部分营销人员对公司的指示精神理解不够，营销业绩不够稳定，没有严格按照终端思路开拓客户，在客户开发方面存在一定失误！

2、部分营销人员的心态以及公司存在薪资制度，均存在“急功近利”状况。营销人员更多的只想让客户开户交易，往往擅长市场开拓而不擅长市场维护和提升。

3、客户选择公司开户时更多考虑的是低佣金，相对郑州等一线城市我们缺乏该项优势，因此也损失了部分客户。

4、部分营销人员的“等”“靠”“要”观念存在，眼光仅留驻在银行网点上，缺乏开拓创新意识。

5、暂时缺乏新渠道的长期开发策略，不能促成品牌的热销。

6、营销人员的观念、思路、方法无统一和协调，工作执行力有待加强。

四、20\_\_年营销渠道开拓方向

1、继续加强对银行渠道的维护，争取在乡镇银行渠道上取得突破。

2、加强对营销人员工作的过程管理，注重提升工作实效。

3、调整营销思路，争取营业部的支持，用开发新客户给予额外奖励的“经济激励”手法，辅助开户礼品等经济手段的支持，促成营销团队业绩的有大幅提升。

4、积极开发新营销渠道，20\_\_年新渠道开发取得了一些成绩，20\_\_年将重点向区域内大型企业厂矿进行渗透，在有效户完成上取得新突破。

**20\_销售优秀年度总结篇5**

一、坚定信心，突出重点，大力加强国内市场营销工作。

20\_\_年，公司适时调整销售方针和策略，重点研究内销工作，分析新情况，研究新问题，制定整改措施，扩大经营思路。其次，公司明确规定销售部门责任目标、分配制度，分工明确、责任到人。从前期客户开发到实际落单，从原材料采购组织到大货生产，从产品运出到最终资金回笼，每一环节都有专人跟踪负责和落实，销售业务工作日趋成熟。三是业务人员多渠道了解市场信息，掌握客户关注的焦点问题，及时与生产调度沟通、整改，不断提升产品在客户心目中的价

值观念。四是今年销售部重点加大工程业务和建筑市场开发力度，重点放在承接国内大型工程上，取得了很好的效果。先后承接了临沂联安现代城、山东省立医院二期、枣庄丰源集团二期、邹城泰和广场、临沂齐鲁园商务中心、沂南电力公司调度中心等上百万的大型工程项目，取得了良好的销售业绩，全年国内销售额达到了202\_万元。超额完成了20\_\_年的内销任务，这一成绩的取得与全体售销人员的共同努力分不开。

二、调整产业结构，积极开拓国际市场

20\_\_年，国际经济形势萎缩，国内受房地产政策影响，石材企业也不同程度的受到影响，尤其是出口产品受到冲击最大，面对这种形势。我们采取各项措施加大开拓国际市场的力度。一是调整技术结构，增强了石材的技术装备。先后引进了100多台（套）先进的石材加工装备，提高了资源利用率和产品质量的竞争力。二是在出口总量保持基本稳定的同时，调整出口产品的结构。今年我们提高了装饰石材的质量和比重，特别是注重品牌产品满足国外进口商对质量和其它服务的需求，注重名贵石材品种的加工工艺质量及其加工深度附加值。三是调整市场结构。受世界经济危机的影响，目前欧美市场已经进入需求萎缩，在这种形势下，我们公司在巩固国外原有市场的同时，及时拓展了非洲、外蒙市场。承接了埃塞俄比亚、外蒙革命党大楼等一系列装饰工程。四是增强了国内短缺的石材品种的进口量，尤其是各类大理石的进口，满足了国内外对石材品种的新需求。

20\_\_年，尽管受到国际国内多种不利因素的冲击，我们出口业务仍保持良好发展态势，出口部全年实现销售收入260万美元，出口贸易稳步增长了30个百分点。

三、建立现代石材企业，优化资源配置增强企业后劲

1、20\_\_年，我们美丽石材建起了高标准的现代企业，先后引进了世界上最先进的石材生产设备，满足了国内外市场不同需求和异型加工工艺的要求，新设备的引进，进一步节约了资源，减轻了员工劳动强度，提高了产品质量，加快了产业结构优化升级。

2、20\_\_年，我们把原材料采购作为整合资源的重要环节来抓，取得了良好的成效。

首先，加强对原材料采购、选优、联合采购的管理。

①采取措施，控制采购计划下达、品种、数量、质量目标和验收入库等环节。每一环节管理都有标准要求，责任明确，并实行了责任追究制度。

②仓储部作为关键环节，实行重点把关，认真落实收料制度，对出现的各种问题及时报告、及时处理，严格控制出材率，把好每一个出入库关口。20\_\_年共进板材5.7万平方米，荒料2400多立方。

③做好出库和成本核算工。过去订单的原材料出库和成本核算做的不到位，今年我们实行了专人跟单出库，专人排版切割，专人核算，这样把成本控制在最小范围内，每天节约成本在千元以上，全年共出库板材9万多平方，出库荒料1900多立方。

其次，继续加大对矿山基地的投资建设。采取收购、承包、联合经营等方式扩大自己的资源基地。

四、加强内部管理，提升经营水平，增加经济效益

一是规范化制度化，保证了各项工作的顺利开展。

随着公司不断完善致力于科学化、规范化、程序化、形成了切合实际的管理机构、规章制度、监督机制，管理工作严谨有序。特别是质量方针、目标更加深入人心，诚信意识增强，质检科协调各生产部门实行“三级监控”、贯彻“四项制度”、落实“质量责任追究”制度，从大锯、手扶磨到生产加工各部门都把质量放在第一位，确保公司产品质量稳定、产品品位不断提升。

二是生产制度和例会制度协调全盘生产管理模式，实现了各责任部门和职责的统一，个人专业，技术特长和整体实力得到发挥。

“生产工作计划”和“回执单”制度得到自觉贯彻执行，主动协调配合工作，形成良好风气，培养并增强了企业内部和谐健康的氛围。各部门心往一块想、劲往一处使，采购部紧密配合生产计划，按需采购长期奔波异地他乡；设备维修人员克服人少事务繁杂的困难，为不影响生产，他们常常打破作息时间，抢修维修设备，随叫随到；产、检、销、吊、装卸各部门紧密配合，有力地推动了各项工作顺利开展。

三是加强精细化管理。

这点做的最好的是仓储部，仓储部把精细管理做为20\_\_年工作的重点环节。

1、严格控制出材率。仓储部对每一份业务订单品种、数量、单价、等级都进行审核和核算。

2、做好原材料的入库工作。从荒料验收做起，对购进的每批货物，认真检验，凡是定尺的板材给采购员按成品结算，所有不合格的由采购负担；对按尺寸的板材，逐片验收，不合格的不给入库。对荒料从花色到尺寸认真分析量取，不合格的不给入库，这样减少了公司的库存积压，避免了浪费，增加了经济效益。

3、做好材料控制工作。他们从荒料到厂，上锯，到加工毛板，存放刮胶，磨光入库等各个环节进行严格控制，20\_\_年共锯毛板24000多平方米，磨光大板15500多平方米。

4、板材存放严密细致。同类品种光面相对立放，禁止不同产品混放，杜绝板材平放，大板库房日常卫生保持清洁整齐。20\_\_年是货场管理最好的一年，成本核算也是控制最严格的一年。

五、是多项措施并进，促进了和谐企业全面发展。

①着力解决职工和企业关注的实际问题，实行销售人员提成工资和车间人员计件工资制度，并注重解决实际问题，深化思想教育，充分调动起员工的工作热情，保持了队伍的稳定性。

②大力开展节能降耗，合理控制水电线路和机械设备维护保养，修旧利废工作，成效明显。尤其是设备科，在人员少、事情繁杂的情况下，合理安排工作，协调内外关系，调整电力供给、抢修航吊、龙门吊、整治水井管道、维护设备保障生产，堵塞水电跑冒滴漏，做了大量工作。

同志们，在过去的一年里，我们美丽石材在市场竞争激烈、工作任务繁重、各种困难因素增多的情况下，取得了可喜成效，使公司得到了稳定持续健康发展。这是公司全体员工上下共同努力的结果。

**20\_销售优秀年度总结篇6**

回首20\_\_年的销售历程，我经历许多没有接触的事物和事情；见识了很多从未见识过新鲜；似乎从一开始，新年带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。总体观察，这一年对我取得长足进步；不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。

1、非洲片区：单分开南非市场，我们非洲市场仍不理想；目前销售区域仍是集中在埃及和突尼斯，建立贸易关系的有3家，20\_\_年有销售来往的只有两家，其中一家埃及大客户因为付款方式无法达成一致而取消大约30万美元的订单；但是埃及另一客户的贸易额由去年的一万多美金增大到近7万美金；突尼斯客户的贸易额也由去年的六千多增到一万美金；随着我司产品在市场的布局成熟与质量的提高，坚信能在北非市场有更大份额；

2、南非片区：目前南非市场客户共计5家，由代理\_\_公司负责管理销售区域，我司监督；目前主要区域在约翰内斯堡，然后在德班和开普敦各有一客户；现行主导销售产品是制动分泵；销售额由去年的不到8万美金，增加到今年的18万余美金；初步预计\_\_年销售额达到28万美金，并向30万发出挑战；

3、中东市场：\_\_年有贸易来往的中东客户（阿联酋、伊朗、以色列）共计11个客户；\_\_年公司产品销售额5万余美元，外协产品销售额12万余美元，在业绩上都高于去年的产值；随着伊朗市场的不断拓展，我司起亚PRIDE总泵和分泵将以主打产品进入该市场，同时争取通过明年的展会或者拜访，扩充日本车系列产品在中东迪拜以及周边国家的市场份额；

4、东欧地区：目前俄罗斯市场仍是空白，由于国家政策以及关税、运费等问题，对于我们来说，如何进一步努力的降低产品成本来提高价格竞争力是进军俄国市场的首要问题；出现一点危机的市场是立陶宛，由于价格问题，我们在和一个大客户出货时候产生了分歧，若能在\_\_年顺利解决价格问题，销售份额将有保持或者提升；东欧市场较好的是波兰市场，目前虽然只有两个客户，但是\_\_年的销售额有望达到18万美元（卡玛斯外协为主）；东欧市场另一福田是土耳其市场，虽然\_\_年跟我司贸易的客户不如以往那么多，但是市场前景较好，尤其是大客户的锁定以及小客户的推动，有望我司产品在该地区取得更大发展；

5、西欧地区：意大利和德国市场在\_\_年发展稳定，希望通过新厂房的规模和展会、拜访等品牌推广，赢取更多的客户和更大的市场份额；英国市场目前只有一个客户，但是由于助力器和硅油离合器水泵问题，今年贸易额不仅一般而且助力器的退货给我造成较大损失；此外经过\_\_年对西欧市场的了解，发现该市场要求质量高，价格要适中，在西班牙、法国新车较多，即使开发新产品，市场的持续能力也不高；基于此，我个人认为西欧地区市场策略，如何锁定关键大客户成了首要任务，比如说意大利的LPR，如果我们的产品能够达到他们的性能要求，就应当全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先占领市场份额，然后推动价格的提升；

6、现行和客户的联系过程是：前期谈判工作（邮件交流、核对询价单和报价、价格的确认和所寄样品的确认、产品标识、付款方式的商定、订单的生产）下单前的待办工作（包装内盒、外箱唛头、内盒不干胶内容）生产中的联络（交货期的反馈、与生产部的协调工作）发货前的联络（船公司的联络与船期的安排、物流的管理）发货后的联络（货款的回笼问题、单据的邮寄或者银行交单）再次联络（新订单的谈判）；

7、对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市场、利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失；

8、\_\_年的关注使我对公司的品牌推广提出一些个人见解；理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌；其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将\_\_品牌进入产品中；再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传；另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己\_\_品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光。

最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。随着公司规模的不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升。

**20\_销售优秀年度总结篇7**

回顾走过的一年，所有的经历都化作一段美好的回忆，结合自身工作岗位，一年来取得了部分成绩，但也还存在一定的不足。在我行进行网点转型，提升服务质量，加强网点营销。我们支行从人员配置进行了部分调整，安排了低柜销售人员，个人理财业务得到初步的发展，开始尝试向中高端客户提供专业化个人投资理财综合服务。我也从低柜调整到理财室从事个人理财业务。虽然在工作中遇到诸多的困难和问题。但是，在分行个金部理财中心的指导下、支行领导高度重视下，建设队伍、培养人才、抓业务发展、以新产品拓展市场，加大营销工作。

以下是20\_\_年度个人工作总结报告：

一、具体工作总结：

客户维系、挖掘、管理、个人产品销售工作：

1.抓基础工作，做好销售工作计划，挖掘理财客户群；通过前台柜台输送，运用银掌柜crm系统，重点发展vip客户，新增vip贵宾客户；

2.进一步收集完善客户基础资料，运用银掌柜crm系统将客户关系管理，资金管理，投资组合管理融合在一起，建立了部分客户信息.在了解客户基本信息对客户进行分类维系的同时.进行各种产品销售，积极营销取得了一些成效；

3.加强了宣传，通过报社、移动短信，展版张贴，led横幅等方式传递信息，起到一些效果；

4.结合市场客户投资理财需求，按照上级行工作部署进一步推进新产品上市，如人民币周末理财、安稳回报系列、中银进取搏弈理财等、以及贵金属的销售。自身培训与学习情况：在省分行的高度重视下，今年三月份通过全省对个人客户经理经过选拔和内部考核后，脱产参加接受西南财大afp资格正规课程培训。在自身的努力学习下，今年7月通过了全国组织的afp金融理财师资格认证考试，并于10月取得资格证书；通过afp系统规范培训，经过本阶段的学习后，提升了自己素质，在工作中，作为银行的职员，在为客户做投资理财方案时，根据不同的客户，适当地配置各种金融产品，把为客户创造最大的投资回报作为自己的工作目标。能将所学知识转化为服务客户的能力，结合我行实际情况参加it蓝图培训，不断提高自己业务能力。

二、存在的不足：

1.基础理财客户群(中、高端客户)较少，对客户信息资料了解不全(地址、号码、兴趣爱好)缺少对客户的维护；

2.营销力度薄弱，需要团队协作加强营销，没有充分发挥个人能力；

3.业务流程有待梳理整合，优化服务提高服务质量，多渠道从前台向理财室输送客户信息；

三、来年工作打算

1.在巩固已取得的成绩基础上，了解掌握个人理财业务市场，应对同业竞争，进快迅速

发展我行的理财业务，

2.不断加强素质培养，作好自学及参加培训；进一步提高业务水平

3.加大营销力度推进各项目标工作，有效的重点放在客户量的增长。

4.结合我行工作实际加强学习，做好it蓝图新系统上线工作。

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！