# 202\_销售人员年终工作总结（10篇）

来源：网络 作者：醉人清风 更新时间：2024-01-15

*20\_销售人员年终工作总结范文（10篇）总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，写总结有利于提高我们的学习和工作能力，下面是小编整理的关于20\_销售人员年终工作总结的内容，欢迎阅读借鉴！20\_销售人员年终工作总...*

20\_销售人员年终工作总结范文（10篇）

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，写总结有利于提高我们的学习和工作能力，下面是小编整理的关于20\_销售人员年终工作总结的内容，欢迎阅读借鉴！

**20\_销售人员年终工作总结篇1**

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。整体来说有酸甜苦辣。回忆起我11年6月24日进的公司一直到现在，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。

**20\_销售人员年终工作总结篇2**

这一周随着气温的上升。万物复苏，大地在春天温暖。我们红蜻蜓专卖店的销售也随着温暖，开始了紧张、有秩序的勤奋和繁忙的工作。

古语有云：磨刀不误砍柴工。今天的社会工作也被深入引导和教导。在积极工作的基础上，首先具有思想取向，即明确的意识观和积极的工作态度，才开始努力实践。把工作做一半，取得好成绩。

回顾这一周，自己的工作情况，向自己提问，直率地总结了。在很多方面都有不足之处。因此，要更及时地加强自己的工作思想，纠正意识，提高专卖方法技能和业务水平。

首先，在不足点方面，从自身原因总结。我认为自己还一定程度的存在有欠缺强力说服顾客，打动其购买心理的技巧。

作为我们红蜻蜓专卖店的销售员，我们的首要目标是建立连接我们商品和顾客的桥梁。为公司创造业务实绩。在这个方向的指导下，如何用销售的技术和语言打动顾客的心，激发购买欲望是很重要的。因此，在今后的销售业务中，必须努力说服顾客，强化感动购买心理的技术。同时，理论与实践相结合，在下一阶段的工作中积累宝贵的经验。

其次，要注意自己销售工作的详细情况，在销售理论中记住顾客是上帝的至理名言。用自己诚实的笑容，清晰的语言，细致的介绍，体贴的服务征服消费者的心灵，使之感动。让来我们红蜻蜓专卖店的所有客人都感兴趣，满意地走吧。树立了我们红蜻蜓专卖店员工优秀的精神风貌，树立了我们红蜻蜓优秀的服务品牌。

再一次，要深化自己的工作业务。熟悉各鞋的货物编号、大小、颜色和价格。尽量熟悉。面对不同的顾客，学会采用不同的介绍技巧。为了让每一位顾客都能买到自己喜欢的商品，以增加销售数量，提高销售业绩为目标。

最后，端正好自己心态。那份心情的调整，让我明白了无论做什么都要尽全力。有没有这种精神，一个人可以决定将来事业的成功和失败，但是在我们的专卖工作中更是如此。一个人认识到通过全力工作免除工作辛苦的秘诀，他就掌握了成功的原理。只要在任何地方都能以自主、努力的精神工作，在任何销售岗位都能丰富自己的人生经验。

也就是说，通过理论总结自己这周的工作，发现了很多不足之处。还为自己积累了未来销售的经验。 整理了思路，弄清了方向。在未来的工作中，我以公司的专卖经营理念为坐标，融合自己的工作能力和公司的具体环境，利用自己精力充沛、勤奋有干劲的优势，接受业务训练，努力学习业务知识，提高销售意识。踏踏实实地进取，努力工作，为公司的发展尽自己的力量!

**20\_销售人员年终工作总结篇3**

务实求进的恒安销售同仁在刚刚奋战“上半场”中留下不少足痕：直面市场、积极思考、冷静分析、迅速行动、沉着应战，取得许多可喜的成绩。也存在不少的问题，为了在下半年市场竞争的进攻与防守中把握主动权。我们要认真总结上半年得与失，备战下半年，让我们能够在20\_\_年“下半场”再多进“球”，再创销售佳绩。

一、上半年市场形势分析

20\_\_年国家继续实行积极的财政政策和稳健的货币政策，投资继续保持较快增长，整个宏观经济形势良好，国内消费继续保持较高水平的稳定增长，1-5月份累计社会消费品零售总额16289.6亿，比上年同期增长8.6%。城镇居民需求新一轮消费热点初步显现。

经济的持续增长，致使对消费品的需求亦有强劲增长，对高品质产品的需求亦有增加。但同时快速消费品市场竞争在20\_\_年尤为激烈，表现在：

1、卫生巾市场进入成熟期，生产能力迅速增长，需求相对不足，价格竞争白热化。品质提升、技术创新、降低成本成为竞争的焦点。中、高档产品市场份额扩大，从AC尼尔森近期数据显示：20\_\_年中、高档卫生巾产品零售市场份额比同期增长2%。特别是在城镇市场消费基本饱和，消费量增长放慢，消费档次提高，护翼卫生巾逐渐取代直条型卫生巾;而中高档卫生巾市场从护翼型卫生巾向超薄型、功能型、概念型产品发展。

2、卫生护垫市场处于成长期和成熟期之间，消费量和市场渗透率提高较快。但是更多新的制造商的加入，产量迅速增长，促销价格战层出不穷，利润率下降。AC尼尔森近期数据表明：护垫零售市场份额比同期增长40%，而零售价格小于0.20元/片占卫生护垫总体零售市场份额的48%。

3、婴儿纸尿裤市场发展较快，但因今年二、三月份天气早热，而且随着外资的进入和国内原有企业扩大再生产以及新的制造商加入，新上生产线较多，在部分地区出现供大于求的局面，市场竞争十分激烈。特别是价格较高的高档产品市场销售不畅，相关制造商采取的营销策略是降低售价，推出各种经济型尿裤，简易包装和大包装，比较前一年降价的幅度大约10%。

在整个快速消费品市场竞争环境中，新型业态发展进一步加快，终端销售在不久将来成为日用消费品的决胜地，在这种新的市场形势、新的竞争态势下，我们要提高快速的市场反应能力，提升核心竞争力，加快应变速度，迎接新一轮的市场竞争┉┉

二、上半年销售业绩

面对日益激烈的市场环境，面对你争我抢、品牌战、概念战、价格战、促销战的综合竞争行为，在销售部、市场部与各附属公司(经营部)紧密配合，共同努力下，恒安20\_\_年上半年取得不俗的销售业绩：集团上市产品的销售整体因品类不一，有升有降，非上市产品则继续保持上扬势头。1-6月份，上市产品销58182.20万元，比去年同期63106.8万元下降7.8%，心相印销售27697.19万元，比去年同期220\_\_.64万元增长25.82%。

其中：

安乐销售11668.53万元，比去年同期14617.95万元下降20.18 %;

安乐护翼销售2897.14万元，比去年同期1960.27万元增长47.79%;

安尔乐销售20783.03万元，比去年同期21823.28万元下降4.77%;

安尔乐护垫销售7339.53万元，比去年同期7216.98万元增长1.7 %;

安儿乐纸尿裤销售8131.13万元，比去年同期9366.4万元下降13.19 %;

安儿乐纸尿片销售3107.08万元，比去年同期3158.31万元下降1.62%;

安而康销售579.3万元，比去年同期439.37万元增长31.85 %。

三、20\_\_年上半年销售工作回顾

实力是胜利的保证，要想取得成功，必须迅速打造新的竞争优势，因为真正的竞争优势是不断创造新的竞争优势。根据集团20\_\_年工作会议精神，集团销售部在各附属公司、闽粤分部、北京、上海、昆明经营部的紧密配合下，为实现打造销售竞争优势与提升销售业绩并重开展如下工作：

1、加强培训、片区整合、强化武装，提升销售队伍自身管理与建设水平

“工欲善其事、必先利其器”，现代市场竞争讲究的不再仅仅是人海战术的销售网络，更需装备精良的复合人才及最佳的资源配置。

(1)为了打造新竞争优势，集团销售部联合人事部于20\_\_年12月底-20\_\_年1月底举办全国经营部经理、办事处主任培训，于5月19日~21日举办全国销售经理零售重点客户管理培训，并取得非常好的效果。此期培训使大家更新了销售经营理念、掌握新的销售管理技能，提升零售终端的经营能力，为销售骨干武装充电的同时也为公司的可持续发展打下坚固的基石。

(2)为储备及培育人才，与华侨大学联办的恒安集团营销班第二期41名学员已完成学业并奔赴销售第一线，为恒安全国销售网络注入新鲜血液。

(3)片区整合，优化资源，提升销售。1+1>2的能量来自于资源整合的威力，根据集团公司的要求，按市场特点、地理因素、团队管理等因素，年初对山西、呼和浩特、包头、海南、茂名等片区进行整合优化了公司的销售网络，现已初显效果。

2、改进B&C类市场的铺货与分销

根据“变革与进攻”的销售思路，以及SWOT战略分析，结合销售与分销CFT销售排障程序，销售部确定：改进B、C类市场铺货分销，提高B、C类市场出样率、布点率和占有率。并相应制定《改进B&C类市场铺货分销运作方案》，于三月十九日至三月二十六日分别完成对湖南、广西、四川、孝感、江西、安徽、河南、天津、抚顺、陕西、潍纺、浙江附属公司B&C类市场铺货分销的部署。抵制跨国品牌及区域品牌进一步向B&C类市场渗透，大部分销售片区积极响应，确定了基础状况，因地制宜地制定投入与产出运作方案，确定目标状况，分阶段实施、落实责任人，层层推进。尤其是孝感、天津、湖南附属公司，通过制定详细的运作方案，使得B&C类市场铺货分销初见成效，孝感附属公司五月销售比四月份销售增长44%，天津附属公司1-6月份销售比同期增长37.13%。

3、加快零售重点客户运作，提升经营绩效

“在未来的3至5年内，中国零售业60%的零售市场将由3至5家世界级零售巨头控制，30%的市场将由国家级零售巨头控制，剩下不到10%的市场零头则掌握在区域性零售商场手中。”这是著名的咨询公司麦肯锡在广州扔给中国零售业的一番盛世危言。不管这是醒世名言、还是有点言之过早，零售重点客户重要性已不可忽视。为此集团销售部及销售CFT在上半年重点收集20家零售重点客户基础数据和档案;确定《零售重点客户运作方案》;初选终端管理专员;对全国业务经理及零售终端管理专员进行培训;要求各销售片区建立相应的当地重点客户管理;并全面接触零售重点客户谈判工作。目前零售重点客户中签订全国合同的有家乐福、大润发及北京华联。而上海华联、上海世纪联华、麦德龙、欧尚、沃尔玛(南区)也在商谈之中。相信通过对零售重点客户的专业化管理，将大幅度提升我司在该市场的经营绩效，打造出新的渠道竞争优势。

4、加快外贸市场拓展

随着中国加入WTO及欧美和东南亚经济的逐步恢复，出口环境有所改善。据统计，今年1-5月我国外贸进出口同比增长12.10%。其中，出口1159.9亿美元，增长13.2%。

恒安系列产品在出口销售取得较大进步，20\_\_年上半年完成出口业务额761390.80美元，比去年同期329397.62美元增长131%。主要强化内部管理机制，建立外贸管理小组。在上半年业务持续发展的基础上积极拓展新业务。目前在洽谈的客户包括韩国、澳大利亚、尼日利亚、德国等新市场的客户。改变单一产品销售格局，从纸尿裤业务拓展到纸巾、卫生巾系列的出口工作也在洽谈之中。希望能将系列产品带入出口业务。这些新的举措，使我司外贸市场拓展迈向新的台阶。

5、协同市场部贯彻、落实产品研发、整合、推广实施进程

因应市场变化，真正将公司打造“以市场、消费者为导向”的企业，把握消费者消费需求，销售部协同市场部在产品进行整合、推广、实施方面做了如下工作：

(1)根据市场变化及安尔乐卫生巾销售表现，3月份以来对安尔乐卫生巾产品、价格进行整合，删除A99110、A99210、E9105、E9205等品种;整合A8、A9系列卫生巾，将A8、A9系列卫生巾“十送二”中包袋改换成十片中包袋，并调整了价格;调整安尔乐护垫系列产品的价格，推广大包装，针对竞争对手在终端促销情况，及时进行跟进。为了提升安尔乐护垫品牌形象及满足个性化需求，适时推出定位为高端纯棉护垫，认真贯彻执行市场部推广方案，整体提高安尔乐品牌的核心竞争力。

(2)大力推广卫生巾中低端产品，丰满及延长安乐系列产品，提升安乐品牌的品质。陆续推出安乐护翼标准干爽型及超薄型，部分销售区域已初见成绩。如：山东、广西附属公司于四月份推出安乐护翼标准干爽型卫生巾，现平均每月销售分别为20\_\_箱和10000箱;四川附属公司于四月份推出安乐护翼超薄，平均每月销售10000箱。该产品的推广，有利于B、C类市场铺货，提高安乐系列产品向农村市场渗透及出样率;有利抑制安乐产品销售下滑的局面，从而提升市场份额。

(3)随着越来越多新的纸尿裤制造商加入，纸尿裤市场竞争进一步加剧，出现纸尿裤销售增长乏力，部分片区出现被动局面，高端产品销售不畅，新品推广不力。面对这种现状，集团销售部与市场部及时做出市场与销售策略调整决定，调整安儿乐系列产品的价格。对纸尿裤发展方向进行再定位，加快真正高品质产品研发，改善产品质量，加强和提升安儿乐品牌核心竞争力。

(4)加强零售终端销售促进，打击竞争品牌：以安尔乐柔爽超薄、七度空间卫生巾、护垫、安儿乐纸尿裤为主导，结合各销售区域的主打品项，抓住元旦、春节、三八、五一等节日销售有利时机，在全国范围内以大卖场、商场、连锁超市为主、士多店、食杂店为辅，因地制宜地开展各种促销活动。特别是推出适应卖场需要安尔乐组合装及安儿乐“买二送一”等促销活动有利地打击了其它竞争品牌。如：1-6月份共调拨3A8105(5+1)+A8210+B8020计23020实际箱。

6、加强改进履行客户订单合格率

根据年初工作会议精神指示：加强物流管理。销售与分销CFT及销售部共同制定改进履行客户订单合格率低排障方案，初步制定产成品的安全库存，完善仓库管理员的管理制度，加强货物的管理，落实责任人。实行运价动态管理，降低物流成本，坚持先联运(水陆联运)后铁运，再汽运的原则。运价按市场价格，制定基本运价，具体价格随行就市。今年集团1-6月份的运费比同期下降25 %。

7、在销售管理中贯彻、学习TCT管理方法

没有一成不变的事物，同样也没有一成不变的管理。通过将TCT行之有效的管理方法内部化，提高销售管理水平。在集团销售部内部实行“80/20原则及AIP管理”的工作方法，并将AIP管理原则转化为适合于各销售区域对销售团队进行管理的一种管理方法，编制了并统一印制《销售跟踪报告手册》，用于指导销售人员做到每周工作计划、客户走访报告、每周小结，运用时间管理、计划管理来检查销售工作完成情况，并及时发现问题、解决问题。

四、存在问题

同样建立高效的销售网络需全体销售人员长期不断的努力。奋斗无止境，成功的关键在于及时的发现问题和马上解决问题。以便于更上一层楼，20\_\_年上半年归纳起来主要存在如下问题：

1、销售人员观念、意识有待于进一步的提高：市场以前所未有的变化及速度发展着，面对这样的变化，一些片区销售人员还在“以经验谈经验”，没有意识到市场已发生了变化应相应调整自己，提升自己，转换思维。使自己思维方式能够适应市场变化速度，特别是能够推动改革的进程。

2、分销商的管理方面：面对传统渠道仍占公司一半多的销售份额，分销商管理就显得特别重要，但是我们这一方面不是加强而是削弱。分销商档案、销售历史数据等资料不全，对分销商引导、规范管理、发展方向没有系统指导策略，分销商管理水平有待进一步加强。

3、产品线缺损，应变慢：面对市场的变化和“安乐”卫生巾、A8、A9系列安尔乐卫生巾销售下降，我们反应能力太差，产品创新速度乏力。面对消费者新的消费行为，我们应对太慢。政府官员慢半拍尚可检讨，推托交学费，企业慢半拍--就要变被动，被动就会在竞争中挨打。

4、对终端建设不重视，产品表现力不佳：零售终端建设越来越重要，对于这一点，大家基本认同，但实际操作中差距太大：品种越来越少、陈列展示不好、实际运作老套、终端活动不搞，这就是有些片区的真实写照。一方面销售增长乏力，一方面终端拉动没有跟进。面对护舒宝、苏菲、娇爽终端环节上的超常进攻，我们的终端活动频率太低，导致中高档产品表现力不佳。

5、B、C类市场分销通路堵塞：相关资料显示，一批中小企业的产品在B、C类市场表现活跃，侵蚀我们的市场。恒安附属公司有些片区的分销网络不断萎缩，县级市场份额丢失不少。这里有产品策略、价格策略、渠道策略的问题，更有我们各级业务领导的认识问题。

6、新品推广方面：部分新品推广不力，缺乏明确的市场卖点及足够的市场支持，使得上市后销售业绩不佳。例如：安儿乐舒薄棉柔纸尿裤由于市场定位不清、卖点不明、市场支持不足，使得上市后劲不足、市场拉升不力，在相当程度上影响高端纸尿裤市场份额的提升。

“千里之行，始于足下”，明天的百年伟业得靠今日的日积月累。改革是振奋人心，因为改革给公司注入新的活力、带来了新的希望;同时改革又是任重道远，因为世上没有一个改革是一帆风顺的。20\_\_年底中国加入WTO，中国在5年内将放宽对外资公司的种种限制，各大跨国公司在中国也将从尝试性投资转变成战略性投资，中国与全球一体化步伐已经来临。今年上半年竞争表明，中国快速消费品行业的竞争已开始重新洗盘，谁能在新的市场环境里拥有竞争优势，谁将主导整个市场。

面对难得的变革机遇及日新月异的市场竞争，为了提升恒安集团整体营销水平、不断的创造出新的竞争优势，集团领导要求各大片区、各部门之间转变思维、响应变革、抓住机遇、迎接挑战，树立整体作战观念，对传统通路与现代通路两手都要抓，两手都要硬。

总之，在下半年的时间里，销售部着重抓好：

(1)零售重点客户的经营绩效，确定20家零售重点客户目标状况，从分销组合、促销拉动两方面为主，从分销售区域零售终端管理及PCC的培训、完善零售重点客户组织架构作为支持来提升销售业绩;

(2)继续推进B&C类市场铺货分销改进，提升市场份额，细化投入与产出方案，将B&C类市场铺货分销作为一项长期工作来抓，强化分销商管理及培训;

(3)提升新品的销售业绩，下半年将陆续推出安乐超薄和护垫，安尔乐棉柔“七度空间”等新品，应加强新品上市准备工作，加强业务人员对新品感性认识及缩短产品与客户接触的周期时间，跟进新品销售情况，做好终端销售拉动;

(4)加强终端促销。首先，各级领导要提高认识，这是市场竞争的需要，促进销售的需要，提升品牌的需要;第二，针对消费者的终端活动必须开展，而且要长期进行，通过终端活动，提高恒安中、高档产品渗透力、表现力;第三，有重点、分步骤按“二八法则”进行;第四，严格投入产出，要有基础状况，要有目标状况，要有责任人;

(5)搭建外贸工作流程，拓展外贸客户群，充实外贸人员。加强与市场部沟通，提升核心竞争力及市场应变速度;将TCT管理方法及销售与分销的工作成果内部化等。

各附属公司、闽粤分部、上海、北京、昆明经营部务必认真洞察、分析、总结市场发生的变化，在实战中群策群力、勇于拼搏、勇于变革，扎扎实实地落实集团战略、战术布置，出色地打好20\_\_年“下半场”，力争完成本年度的销售指标，共同创造恒安集团更辉煌的明天。

**20\_销售人员年终工作总结篇4**

不知不觉中，20\_\_已接近尾声，加入国华房地产发展有限公司公司已大半年时间，这短短的大半年学习工作中，我懂得了很多知识和经验。20\_\_是房地产不平凡的一年，越是在这样艰难的市场环境下，越是能锻炼我们的业务能力，更让自己的人生经历了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的是增加了一份人生的阅历。可以说从一个对房地产“一无所知”的门外人来说，这半年的时间里，收获额多，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现将今年工作做以下几方面总结。

一、学习方面：

学习，永无止境，这是我的人生中的第一份正式工作，以前学生时代做过一些兼职销售工作，以为看似和房地产有关，其实我对房产方面的知识不是很了解，甚至可以说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，通过努力的学习明白了置业顾问的真正内涵以及职责，并且深深的喜欢上了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

二、心态方面：

刚进公司的时候，我们开始了半个月的系统培训，开始觉得有点无聊甚至枯燥。但一段时间之后，回头再来看这些内容真的有不一样的感触。感觉我们的真的是收获颇丰。心境也越来越平静，更加趋于成熟。在公司领导的耐心指导和帮助下，我渐渐懂得了心态决定一切的道理。想想工作在销售一线，感触最深的就是，保持一颗良好的心态很重要，因为我们每天面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对工作和生活。

三、专业知识和技巧：

在培训专业知识和销售技巧的那段时间，由于初次接触这类知识，如建筑知识，所以觉的非常乏味，每天都会不停的背诵，相互演练，由于面对考核，我可是下足了功夫。终于功夫不负有心人，我从接电话接客户的措手不及到现在的得心应手，都充分证明了这些是何等的重要性。当时确实感觉到苦过累过，现在回过头来想一下，进步要克服最大的困难就是自己，虽然当时苦累，我们不照样坚持下来了吗？当然这份成长与公司领导的帮助关心是息息相关的，这样的工作氛围也是我进步的重要原因。在工作之余我还会去学习一些实时房地产专业知识和技巧，这样才能与时俱进，才不会被时代所淘汰。

四、细节决定成败：

从接客户的第一个电话起，所有的称呼，电话礼仪都要做到位。来访客户，从一不起眼的动作到最基本的礼貌，无处不透露出公司的形象，都在于细节。看似简单的工作，其实更需要细心和耐心，在整个工作当中，不管是主管强调还是提供各类资料，总之让我们从生疏到熟练。在平时的工作当中，两位专案也给了我很多建议和帮助，及时的化解了一个个问题，从一切的措手不及到得心应手，都是一个一个脚印走出来的，这些进步的前提涵盖了我们的努力与心酸。有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

五、展望未来：

20\_\_这一年是最有意义最有价值最有收获的一年，但不管有多精彩，他已是昨天它即将成为历史。未来在以后的日子中，我会在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能，此外还要广泛的了解整个房地产市场的动态，走在市场的最前沿，。俗话说“客户是上帝”，接好来访和来电的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立良好的公司形象，这里的工作环境令我十分满意，领导的关爱以及工作条件的不断改善给了我工作的动力。同事之间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。所以我也会全力以赴的做好本职工作，让自己有更多收获的同时也使自己变的更加强壮。总之，在这短短半年工作时间里，我虽然取得了一点成绩与进步，但离领导的要求尚有一定的差距

**20\_销售人员年终工作总结篇5**

如果让我选择一个词来形容20\_\_年，我一定会选择“动荡”。之所以选择“动荡”，是由于今年的x个项目有点无可奈何，也有点困难和那无形的压力。年初当我刚得到通知接任\_\_项目经理的时候，感觉到茫然和无处着手，这个项目的前期我并不熟悉，开发商方面的沟通也不太顺畅，但凭这公司对我的这份信任，我接受了这个“挑战”。很庆幸成功完成了这个挑战，现将工作总结如下：

一、挑战与措施

由于开发商前期的广告力度不够、市内售楼点不突出等原因，导致前来咨询的客户非常少。虽然x月份在x都市报做了1/2版的广告，登记了约有\_\_组的咨询电话，但时间拖得太长（x月份才开始对外销售），许多客户都遗忘了这个项目或是已在其它楼盘购买了住宅。为此，公司与开发商进行讨论，决定为迎合“五一”黄金周x广场房展会，推出x套特价房吸引购房者并发放金卡，结果当天在展会现场就有x%的房源被意向定购，这也为\_\_的公开认购积累了客户，x月份成功认购住宅x套，签合同x套。

另一个项目是别墅项目，对于该项目我们做了十分系统的客户资料分析，从成交客户的职业背景、认知途径、成交原因及未成交原因等多个角度进行了归纳总结，具体如下：

1、成交客户的职业背景分析：目前的成交客户中以x及x占大多数，两者之和占总数近x%的比例。

2、成交客户的认知途径分析：主要的认知途径还是朋友介绍及广告媒体，两者占到x%。因此，本项目今后还要加大客户维系力度，多与客户进行沟通。此外，上网了解的也占到一定比例，但比例太小，建议今后须加大网络宣传力度，毕竟本案的目标客户层次较高，网络对他们的影响力会比较大。

3、成交原因分析：“x平方米花园”及“有绿化环境”是项目吸引客户的两大重要原因。同时，相对不高的价格，极高的性价比是吸引投资者的重要因素。

4、未成交原因分析：离x市区较远及周边生活配套不完善一直是本项目的劣势，此次分析也充分反映了这一点。

二、工作感触

马上就要到20\_\_年年末了，掐指一算，我到公司已经有一年的时间。回想刚进x的时候就仿佛还是在昨天发生的事情。一年的时间公司在不断的发展，不断的壮大。

20\_\_年x月x日，第一次踏入百年这个“大家庭”，感到的是稀奇和新鲜；第一次从事房地产行业，由认识到熟悉，感到的是一种对工作的冲劲与激情；第一次到外地工作，感到了一点点的茫然和一点点的兴奋；第一次与客户进行沟通、交流感到了一点点的胆怯与陌生。20\_\_年是我学习的一年，学习接受新的事物和信息，学习与人沟通，学习“微笑服务”，自我感觉成绩不错。我坚信20\_\_年我会创造更好的成绩，会交出一份合格、满意的答卷。

三、收获与教训

20\_\_年虽然“动荡”，但我感觉非常充实。相比去年，今年的我思想更加成熟，思考问题更全面，在现场管理方面、房地产销售方面等有了一定的提高。在担任x的项目经理时，我根据自己的想法并结合市场动态及需求，制定了一份\_\_的定价报告和x的认购程序。虽然写得不是很专业，但这是我第一次尝试写东西，而在这之前我所做的只是负责好销售现场的工作。通过写报告，我明白用心去了解项目，用心去参与项目每一个环节，尝试着用心去写每一个与项目有关的方案，才能完全融入到这个项目，了解其真正的卖点。

当然，有所收获就必然也有教训。在x别墅的销售过程中，由于销售部与工程部联系不紧密，造成房屋朝向更改、位置变动却亳不知情，结果在推销过程中没有按实际情况介绍，导致客户要求退房。虽然通过我们的努力，客户最终没有退房，但这件事，却让我明白销售经理的职责重大，对己对销售员都不能一丝一毫的放松。

四、20\_\_年工作展望

在总结过去工作的不足之处时，也为新的一年制定了工作计划及目标。

1、在20\_\_年x月x日之前，x别墅一期收盘，销售率达到x%以上。

2、与策划师一起多与开发商进行沟通、交流，尽早签定x别墅x、x期的代理合同，为公司拓展业务。

3、培训销售人员，为公司培养出更多的有用之才。

4、加强业务能力及沟通能力的学习，补充能量，为迎接下一个挑战做好准备。

走过“动荡”的20\_\_年，迎来“辉煌”的20\_\_年。x的每位成员都强烈感受到公司在改变，公司在壮大。首先是公司增加了新的“血脉”，让公司更加强大；其次是公司的运行体制也变得更加完善，从以前的销售与策划结合不够紧密，到现在每个项目都有固定的策划师跟盘，公司总部还增设了拓展部与招商部；最重要的是百年由代理变为开发成功转型。种种的变化都让我们雀跃不已，在未来的岁月里，愿我们与成功有约，与快乐有约。

**20\_销售人员年终工作总结篇6**

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。

**20\_销售人员年终工作总结篇7**

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，作为经典企业的每一名员工，我们深深感到经典企业之蓬勃发展的热气，经典人之拼搏的精神。

在以后的岁月里，我的工作一定会越来越努力的，尽量不会出现任何的差错，这对我是必须要要求的，我对自己的要求是最严格的，一定要做到为公司的事业尽出自己的努力！

提起工作我就会想起曾经的我是多么的努力，不过现在的我已经没有当年的尽头了，我想我会在现有岗位上积极努力工作，来回报工厂对我的信任，我相信我能够做好的，我会为工厂的未来发展贡献出自己的努力！

我相信在公司全体领导职工的集体努力下，我们公司的业绩一定会较去年去的长远的进步，公司的明天也会更加的美好、强大！我也会在不断的学习中进步，帮助公司实现梦想，也不辜负领导和同事对我的期望！回想20\_\_年的工作情况，找差距、比贡献，工作中还存在着这样或那样的缺点，如各种学习还不够好，服务质量还不是很高，思想认识还有待进一步提高。在以后的工作中，我将不断加强学习，提高自己身心修养，努力改造自己的世界观，克服困难，力争上游，改正缺点，搞好服务，加强团结，遵守纪律，按时上下班，不早退、不迟到，诚心实意接受批评。工作中要和局里同志搞好团结，协调工作，强化安全意识和服务意识，把安全责任落到实处，爱岗敬业，一丝不苟，尽职尽责完成各项工作任务，争取做一名称职合格的好职工。

春风春雨春灿烂，新年新岁新起点。20\_\_年将是\_\_公司在建筑业的改革之年，创新之年，奋进之年。新的征途已经指明，新的战斗已经开始。蓝图已绘，战鼓已响，航建铁军定将不负使命，再谱新篇，共同创造昆明公司美好的明天。

在接下来的学期，工作中必然免不了有些挫折和缺陷，但我会尽力做好每一件事情，不断完善自己。如果同学们对我的工作有什么不满意的地方，也希望同学们帮我指正，让我们一起把工作做到，让我们每个人都拥有一个健康的心灵。

展望20\_\_年，我将在中心和报社领导的决策和带领下，继续努力、扎实工作、务实开拓、奋发进取，围绕新一年的中心工作思路和报社工作重点，与各位同事团结一心，和谐合作，争取在新的一年取得新的更大的成绩，更希望推动报社乃至中心工作在新的一年取得更大发展。

**20\_销售人员年终工作总结篇8**

上半年的时间过得非常的匆忙，在销售的这个岗位上，这上半年安排的非常的充实，虽然说对于20\_\_年来说，上半年注定是一个需要决心和毅力的阶段，但是这个阶段于我来说，也有着非常大的意义，所以不管上半年有了多少的成绩，我也想在这次年中，为自己上半年的工作好好的总结一次，也为下半年工作的开启开创一个彩头。

一、提升个人业务能力

作为一名企业的销售人员，我们的压力是巨大的，我们作为第一阵线的伙伴，首先要给公司带来首要的利益，其次才能让整个团队进行运转，所以这一切也是看在我们的表现上的。我在上半年这一个时间段里，不断的去提升自己的业务能力以及综合素养。我意识到了这一点的重要性，也认识到了这一点首先是需要我们销售员去提升和实现的。所以我也通过各个方面的学习和借鉴，不断的提升了自己的一些能力，也多了一些更加可靠的想法，支撑着我一路向前。

二、积极把握学习机会

机会，是每个人都应该去争取和把握的。如果说这次没有把握住，极有可能就会给自己带来莫大的后悔。所以上半年即使在水深火热之中，我也从来没有停止去争取学习的机会，从来没有放弃去学习和探索。一直都在非常刻苦的进行训练和学习，在这段学习的时间里，我一直都非常积极，非常主动，我会主动向那些优秀的销售同事学习，我也会通过在网络上或者参加培训提升自己的思想和行动力。

三、学会自我检讨反思

其实销售这一份工作，最重要的就是要懂得自我规划，那么自我规划也就要从每天的计划开始，到每天的总结结束。这个过程当中，比较重要的两个点就是要去总结和计划，而总结和计划当中最重要的一部分就是要学会自我检讨和反思，这一点之所以这么重要是因为这一点可以帮助我去改变现有状态，改变我自己的一些缺陷，能够起到一个查漏补缺的作用。所以对于这一点，我一直都是很看中的，我也一直都有在坚持。常常会反省和检讨自己，让自己清楚我现在所处的一个状态，让自己明白未来的道路到底该怎么走，这些都是很重要的事情。

下半年注定是一个逆风翻盘的好时机，我会抓住这次机会，把自己最好的一面淋漓尽致的展示出来，希望可以为自己这份工作，以及为我们企业带来一些新的东西，我会为之努力的!

**20\_销售人员年终工作总结篇9**

开拓市场，对内狠抓生产管理、保证质量，以市场为导向，面对今年全球性金融危机的挑战，抢抓机遇，销售部全体人员团结拼搏，齐心协力完成了本年度的销售工作任务，现将本年度工作总结如下：

1、20\_\_年销售情况

20\_\_年我们公司在北京、上海等展览会和惠聪、发现资源等专业杂志推广后，我公司的杨迈牌产品已有一定的知名度，国内外的客户对我们的产品都有了一定的认识和了解。20\_\_年度老板给销售部定下6000万元的销售额，我们销售部完成了全年累计销售总额5900万元，产销率95%，货款回收率98%。

2、加强业务培训，提高综合素质。

产品销售部肩负的是公司全部产品的销售，责任之重大、任务之艰巨，可想而知。建立一支能征善战的高素质的销售队伍对完成公司年度销售任务至关重要。“工欲善其事，必先利其器”，本着提高销售人员综合业务素质这一目标，销售部全体人员必须开展职业技能培训，使销售业务知识得以进一步提高。今年公司添用了网络版速达3000财务管理软件，销售和财务管理可以清晰的及时性反映出来。我们销售人员是在北京市营销通科技有限公司的培训下学习成长的，所学习的专业知识和公司内部信息都是保密的，大家必须持有职业道德。老板是率领销售部的最高领导者，希望加强对我们员工的监督、批评和专业指导，让我们销售人员学习更多的专业知识，提升技术职能和自我增值。20\_\_年我学习了iso内部审核培训和会计专业知识培训，并获得了国家认可的证书。这一年来我们利用学习到的管理知识、方法在我们公司生产管理中充分实践，其显示效果是满意的。

3、构建营销网络，培育销售典型。

麦克风线材销售是我公司产品销售部工作的重点，销售形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。一年来，产品销售部坚持巩固老市场、培育新市场、发展市场空间、挖掘潜在市场，利用我公司的品牌著名度带动产品销售，建成了以廊坊本地为主体，辐射全省乃之全国的销售网络格局。

4、关注行业动态，把握市场信息。

随着电子产品行业之间日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场营销过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益。销售部密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。产品销售部通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立了稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集；要根据市场情况积极派驻业务人员对国内各销售市场动态跟踪把握。

5、再接再厉，迎接新的挑战。

回首一年来，我们销售部全体业务人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作取得了良好的销售业绩。成绩属于过去，展望未来，摆在销售部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们销售部全体业务人员一致表示，一定要在20\_\_年发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自己的岗位职责，全力以赴做好20\_\_年度的销售工作，要深入了解电子行业动态，要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的销售业绩。

神龙迎春，祝我们\_\_公司在20\_\_年的销售业绩更上一层楼，走在电子行业的尖端，向我们的理想靠拢。

**20\_销售人员年终工作总结篇10**

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、充满期望和活力的20\_\_年。

一转眼，来\_\_公司已经过了大半年了。回顾这一年以来所做的工作，心里颇有几份感触。在过去的一年的时间里，首先感激公司给予我这样一个发展的平台，和用心培养；感激经理给予工作上的鼓励和督促。让我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。其次感激这个业务团队，感激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，让自我更加的成熟。

经过一年来不断与公司业务模式进行磨合，我也更加的认识到了，一个销售人员的知识面、社交本事和商务谈判技巧决定了销售人员的销售本事。为此，经过这一年的工作积累。我认识到自我现有的不足和长处。以下我想说二个方面：

一、在产品专业知识方面

（1）产品知识方面：加强\_\_系列产品的生产工艺、和材料特点、规格型号。了解产品的使用方法；了解本行业竞争产品的有关情景。

（2）公司知识方面：深入了解本公司和其他竞争厂家的背景、产品生产本事、生产技术水平、设备情景及服务方式、发展前景等。

（3）客户需要方面：了解客户的购买心理、购买层次、及对产品的基本要求。

（4）市场知识方面：了解\_\_系列产品的市场动向和变化、顾客购买力情景，进行不一样产品使用行业及区域市场分析。

（5）专业知识方面：进一步了解与\_\_产品有关的其他方面的工艺技术知识，方便能更好的和不一样的客户达成共识和业务范畴的交流，了解不一样行业，不一样公司在新的一年里的思维的转变，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，细心、认真、迅速地处理客户状况；有效地传递公司信息及获得信任。

二、销售本事方面

（1）工作中的心里感言。多谢公司给了我一个这样的发展的平台，经过和大家一齐工作的机会，让我从大家身上学了不少的销售技巧和谈判本事，有了这些经验做铺垫，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。感激大家在工作中的给予帮忙。这些都是我财富的积累。

（2）职业心态的调整。销售员的一天应当从清晨睁开第一眼开始，每一天早上我都会从自我定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、欢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，比服务。

（3）客户的开发与维护。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，仅有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

（4）自我工作中的不足。经过这么长时间的工作积累，整体上对自我的业绩是很不满意，主要表此刻业务经验不够丰富，目标不够明确。韧性本事和业务技巧有待突破，市场开发本事还有待加强，还有就是在谈判上表现的不够强势，还有对自我现有的市场区域表现的没有足够的信心。期望能够尽快的提高自我的不足，发挥自我的优势，能更好的为自我以后的销售业务和开展打好基础，提高自我的自信心和业务销售技巧。

三、20\_\_年的展望及规划

20\_\_立刻就要过去，虽然对自我的工作状况不是很满意，但人要往前看，一年之计在于春，在新的一年来临之际，要为自我播好种，做好规划，期待明年的年终会有更好的表现。公司在发展过程中，我认为要成为一名优秀的的销售经理，首先要调整自我的理念，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：我应当和公司坚持一致的经营思想、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，意识上：无论在\_\_产品的销售还是产品生产工作知识的学习上，摒弃自私、强势、懒惰的性情，用积极向上的心态，学习他人的长处，学会谦虚，学会与上级、朋友、同事更加融洽的相处；最终我期望公司和及个人都有更大的发展空间。

第三，业务上：首先规划好自我的市场区域，了解本区域内客户的特性及目标。经过了解客户的资料、兴趣爱好、家庭情景等，挖掘客户需求，投其所好，这样才能更好的服务客户。其次要看重市场行业的拓展。异常是一些新兴行业，这些行业的发展空间相对更广；利润空间相对更高。再次，把握好重点客户与次要客户的轻重缓急。合理处理自我的业务时间，提高自我的工作效率。最终还要了解产品行业的未来发展趋势及要面临的问题。提前预测，为面临的机遇及挑战做好充足的准备，让自我永远都比别人快一步。

最终，在这新年来临之际，祝公司未来发展一路顺风！大家事业有成，心想事成！

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！