# 精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用(9篇)

来源：网络 作者：明月清风 更新时间：2024-01-24

*精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用一上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每个季度7.5万元二、计划拟定：1.年初拟定《珠宝年度销售计划》2.每月初拟定《珠宝月销售计划表》三、客户分类：根据接待的每一位客户进行细分化，将现有...*

**精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用一**

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每个季度7.5万元

二、计划拟定：

1.年初拟定《珠宝年度销售计划》

2.每月初拟定《珠宝月销售计划表》

三、客户分类：

根据接待的每一位客户进行细分化，将现有客户分为a类客户、b类客户、c类客户等三大类，并对各级客户进行全面分析。做到不同客户，采取不同的服务。做到乘兴而来，满意而归。

四、实施措施：

1.熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的制度，特别在业务方面。作为公司一名部门经理，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

2.制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、管理能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆。

3.在客户的方面与客户加强信息交流，增近感情，对a类客坚持每个星期联系一次，b类客户半个月联系一次，c类客户一个月联系一次。对于已成交的客户经常保持联系。

4.在网络方面

充分发挥我司网站及网络资源，做好房源的收集以及发布，客源的开发情况。做好业务工作

医药销售经理工作计划

一.为主要的工作来做：

(1)建立一支熟悉业务，比较稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员。没错，先制定出销售人员个人工作计划并监督完成。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们现在的一个重点。在工作中建立一个和谐，具有杀伤力的销售团队应作为一项主要的工作来抓。

(2)完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。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，对工作有较强的责任心，提高销售人员的主人公意识。

(3)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成熟业务员的档次。

(4)市场分析。

也就是根据我们所了解到的市场情况，对我们公司产品的卖点，消费体，销量等进行适当的定位。

(5)销售方式。

就是找出适合我们公司产品销售的模式和方法。

(6)销售目标

根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。如出现未完成时应及时找出原因并改正!

(7)客户管理。

就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们提高销售或购买;对潜在客户怎样进行跟进。

总结:根据我以往的销售过程中遇到的一些问题，约好的客户突然改变行程，毁约,使计划好的行程被打乱，不能完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费.我希望领导能多注意这方面的工作!

之前我从未从事过这方面的工作.不知这分计划可否有用.还望领导给予指导!

**精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用二**

一、数据分析

1、 季度任务进度

2、 未按计划的客户网点列表

3、 特殊项目进度

二、1月份销售业绩分解

1、本月销量分解客户列表并标注匹配的主要政策

2、实地拜访客户类表并标注主要工作

3、促销活动安排及促销人员调用列表

4、特殊项目销售分解

三、问题分析

1、问题的销售网点列表并标注问题点及产生的

2、对产生的问题有解决的办法

3、销售环节的问题及解决建议

四、销售月工作计划中将一月配套工作项目计划及地区、网点、日程安排列表

五、增长点

1、销量增长网点列表及措施

2、新客户、新项目拓展地区网点类表及日程

六、改进

1、对公司流程、制度的改进建议

2、政策措施、资源调配的改进建议。

**精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用三**

一、成交情况分析

1、截止于4月x日共签约：x套；xx：x套；xx：x套，共x套。已销售1至5楼的x%。

2、签约户型统计表。

3、截止于4月x日已签约面积为x平方米。已签约金额为x元。

4、截止于4月x日已提取佣金x元。

5、销售率统计：

（1）本月销售套数，已开套数为：x%；

（2）本月销售套数，总套数为：x%；

（3）本月销售面积，上月销售面积为：x%。

（4）原因分析：本月销售房屋x套，销售面积比上月销售面积。

增加了x%，创造了开盘以来的最好业绩，原因首先是本月开始销售x号楼，使产品品种更加丰富。其次是本月针对x号楼丁户型实施价格策略，促进了观望客户的成交。第三是与已购房客户进行联系，为其制定了购房优惠方案因此出现了一定比例的二次购买。第四是售楼处全体销售代表的业务水平普遍提高。

二、成交客户分析

1、成交客户年龄统计。

2、成交客户付款方式统计。

3、成交客户户籍情况统计。

4、成交客户现居位置统计。

成交客户现居位置统计表。

5、成交客户购房原因。

客户购买房屋意在解决目前自身的居住问题。

6、成交客户信息来源统计。

7、成交客户特征描述。

目前的成交客户主要居住在朝阳区和通州区，客户年龄集中在20岁到40岁之间，八成以上的购房者选择银行按揭方式款，同时外地客户的购房比例达到x%左右，他们购买房屋意在解决自身的居住问题。

三、业务成交业绩统计

四、宣传推广绩效统计

1、报纸广告绩效统计

本月接听来电x通，接待来访x位，因报纸广告直接成交x套。报纸广告宣传总费用为x元，总成交数x套，平均每套成本x元。

2、路牌站牌绩效统计

路牌站牌宣传总费用为x元，因路牌站牌广告直接成交成交总数x套，平均每套成本x元。

3、原因分析

从目前的广告反馈情况来看，xx大街的候车亭广告起到了在xx区扩大知名度的目的。客户成交主要通过《xxxx》、《xxxx》和工地现场的广告牌。报纸广告的单位成本偏高，主要是广告的平面表现力较弱以及业务员的业务能力有待提高。

五、价格分析

1、已成交客户实际成交均价x元，平方米，已成交客户底价均价x元，平方米，每平方米超出x元。

2、结论：现行价格可以被市场接受但价格竞争力已经很弱，随着入住时间的邻近，社区规划的进展，销售条件的不断具备，价格会有上涨空间，但目前不宜涨价，同时建议在展会上开展丁户型价格促销活动。

六、区域市场竞争各案

七、干扰因素

1、现场整治；

2、看房通道；

3、样板间配饰；

4、售楼处迁址。

八、下月销售策略

1、拆迁地区派发；

2、展会促销；

3、丁户型宣传促销；

4、丁户型价格促销。

**精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用四**

一、市场分析

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。20xx年度内销总量达到20xx万套，较20xx年度增长11.4%.20xx年度预计可达到2500万-3000万套.根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套.中国市场容量约为3800万套,根据区域市场份额容量的划分,深圳空调市场的容量约为40万套左右,5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右,但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20xx年度的产品线,公司20xx年度销售目标完全有可能实现.20xx年中国空调品牌约有400个，到20xx年下降到140个左右,年均淘汰率32%.到20xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。20xx年度lg受到美国指责 倾销 ;科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

二、工作规划

根据以上情况在20xx年度计划主抓六项工作:

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年至20xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

**精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用五**

一、国内护肤品市场分析

(一)国内护肤品发展态势(简要说明，略)

(二)国内护肤品市场近期动态

经过我部门的周密调查与分析，现将近期国内护肤品市场的发展动态列举如下。

①在3、4月份的化妆品市场上，国外品牌，尤其是欧美、日本品牌，市场推广活动与广告投放并举，争夺化妆品的高端市场，如\_\_、\_\_×等品牌，此间的广告量都很大，尤其是“五一”期间针对终端市场的买赠活动。

②华中市场逐步活跃，国外化妆品的市场争夺战日趋激烈。如近期\_\_×品牌、\_\_品牌同时进驻\_\_市，并分别在商场设立专柜，同时\_\_品牌针对自身产品特点还在该市\_\_大药店设立第1000个专柜，各知名品牌在中国中部城市的市场争夺可见一斑。

③男士日用护肤产品开始全面浮现市场，以\_\_×为代表的高端男士日用化妆品市场推广力度加大，其选择\_\_为形象代言人，推出市场，加之“五一”期间的营销推广活动更使其市场份额以%的速度增加。

二、本公司产品销售状况分析

(一)上半年市场销售情况总结

从本年前几个月的产品销售情况看，上半年市场销售情况总结有以下两点。

1?各级市场销售状况

一级市场销售情况整体变化不大，如\_\_、\_\_×等市场，部分一级市场销售会有较大的升幅，如\_\_市场，二级市场销售整体有上升的良好趋势，如\_\_、\_\_市场。

2?整体销售情况

从整个市场目标与实际完成情况来看，一季度的销售目标完成了%，二季度前两个月的销售目标完成了%，本公司的市场销售业绩整体上升了%左右，这与“五一”的假期与活动有着直接的关系。

(二)本企业产品现有市场销售因素

就目前我公司产品而言，当前的市场仍不完善，大部分市场的存在依靠的是产品本身的品质及老会员的购买。产生此种情况的原因包括以下三点。

① 品牌包装意识不够，卖点与理念的传播行动较少。

② 在终端销售上，相对于竞争对手，我公司的广告投放较少。

③ 近期公司推出的针对终端市场的系列促销活动，效果不是很明显。

④ 从市场上回馈的情况看，公司库存与供货的不及时性使得公司很大一部分产品错过了最佳销售时机，也导致有部分代理商的销售积极性受挫。

三、本月营销目标及主要营销方向

(一)营销目标

月销售额万元。

(二)营销方向及主要工作项目

① 主推产品包括\_\_美白、防晒系列产品及\_\_新品上市。

② 建立新型销售渠道——专卖店销售，在严格而有效的执行下，将极大地拉动公司的整体销售额。

**精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用六**

月销售工作总结，时间比较短，在这一个月的时间里，也不可能有太大的变化，因此，在写月销售工作总结时，更注重于销售工作状况的体悟与理解。

1、总结前要充分占有材料。最好通过不同的形式，听取各方面的意见，了解有关情况，或者把总结的想法、意图提出来，同各方面的干部、群众商量。一定要避免领导出观点，到群众中找事实的写法。

2、一定要实事求是，成绩不夸大，缺点不缩小，更不能弄虚作假，这是分析、得出教训的基础。

3、条理要清楚。总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。

4、要剪裁得体，详略适宜。材料有本质的，有现象的;有重要的，有次要的，写作时要去芜存精。总结中的问题要有主次、详略之分，该详的要详，该略的要略。

1、销售情况总结：销售业绩和销售目标达成情况，要求既有详细数据，又有情况分析。

2、行动报告：当月都干了什么工作，都去了什么地方、工作时间怎样安排的，要求简单明了。

3、市场情况总结分析，包括：

(1)市场价格现状：各级经销商的具体价格、促销、返利、利润都是多少;

(2)产品库存现状：各级经销商的产品库存情况：数量、品种、日期;

(3)经销商评价：各级主要经销商的心态、能力、销售业绩情况怎样;

(4)竞争对手评价：主要竞争对手当月的销售业绩、价格走势、产品结构变化、重要的宣传促销活动、发展趋势等情况分析;

(5)市场评价：市场情况是好是坏，发展前景如何，存在什么问题，有什么机会。

(6)市场问题汇报：当月市场上存在什么需要公司协助解决的问题：积压破损产品的调换，促销返利的兑现，市场费用的申请，其他需要公司支持的事项。

4、下个月工作打算和安排：针对上个月的工作情况安排下一个月的工作。

5、工作自我评价：自己工作的得与失、对与错。

**精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用七**

尊敬的各位公司领导、亲爱的同仁们：

岁月荏苒，时光如梭，旧的一年即将过去，新的一年就要来临。自20\_年\_月初项目组成立，我在公司领导及各位同事的支持与帮助下，严格要求自己，按照公司的要求，基本完成了自己的本职工作。在企业不断改革的推动下，我认识到不被淘汰就要不断学习，更新理念，提高自我的素质和业务技术水平，以适应新的形势的需要。现就个人一年来的工作情况做以下述职：

一、工作思想

积极贯彻公司领导关于公司发展的一系列重要指示，忠于公司、忠于股东、诚实守信、爱岗敬业、团结进取，进一步转变观念，改革创新，面对竞争日趋激烈的房地产市场，强化核心竞争力，开展多元化经营经过努力和拼搏，使公司持续的发展。全面加强学习，努力提高自身业务素质水平。作为一名宣传销售人员肩负着上级领导和同事赋予的重要职责与使命，公司的销售计划及宣传方案需要我去制定并实施。因此，我十分注重房产销售理论的学习和管理能力的培养。注意用科学的方法指导自己的工作，规范自己的言行，树立强烈的责任感和事业心，不断提高自己的业务能力和管理能力。

二、在开发公司的日常工作

我于年初进入公司以来，在公司开发部工作。在公司领导，主管领导及各位同事及各位同事的帮助下，我对公司各项规章制度和办事流程有了清楚地了解，也从部门领导和其他同事身上学到了很多新的知识，我的工作能力也由此得到很大提高。\_月底开始\_商住小区的售房工作，在这期间我主要做了以下工作：

1、根据公司各月的会议精神，制定销售的月销售计划。

2、策划\_小区的宣传工作，制定出宣传方案，报领导审批后实施。

3、办理售房合同，负责开发公司的文件文字处理，保管资料的收发登记。

4、进行社会调查，接待客户，对客户保持联系。

三、通过这段时间在公司的工作与学习，我学到了很多。作为公司的售房宣传人员有以下几点设想：

首先，销售宣传人员的工作，销售人员必须做到对销售流程的遵守，并控制整个销售环节。

1、销售控制表

可以直观的显示所有楼盘的销售进展情况，并以制度销售改进策略，做好\_，绝不能向客户透露;

2、来电、来客的登记

填写客户资料表。无论成交与否，每接待一组客户后，立刻填写客户资料表。填写的重点是客户的联络方式和个人资讯。客户对产品的要求条件，成交或未成交的原因。根据客户成交的可能性，将其分类为：a、很有希望b、有希望c、一般d、希望渺茫，以便日后有重点地追踪询访。

3、销售登记

管理和登记销售的情况，包括认购资料认购合同，产权资料，付款资料。

4、换、退房管理

在销售过程中换、退房的原因，理由以及处理办法和结果。

5、催交欠款

处理销售过程中的楼款催交处理。

6、成交客户资料管理

登记已成交客户详细资料，方便公司营销人员有第一手资料，对客户进行分析，从而限度提高对客户的服务。

7、换户

需换户者，在定购房屋栏内，填写换户后的户别、面积、总价，并注明何户换何户，收回原定单;应补金额及签约金若有变化，以换户后的户别为主;其他内容同原定单。

8、退户

遇到退户情况，应分析退户原因，明确是否可以退户，报现场管理人员或更高一级主管确认后，办理退户手续，结清相关款项，将作废合同收回留存备案，有关资金移转事项，均须由双方当事人签名认定;若有争议无法解决时，可提请仲裁机构调解或人民法院裁决。

9、加大宣传力度通过以下几种方式：

1)传播媒体报纸电视

2)户外媒体户外看板(位置：\_x的主要干道，主要客源钢司职工、中加职工、银龙职工及乡镇生意人和在市区工作的人员)网络、出租车、公交车、公交站台(可在其车体做喷绘广告，或车内显注位置做小张的粘贴广告，站牌上小型海报宣传)，内容主要以开盘为主。

3)印刷媒体

四、工作中的不足

第一，售房销售对我而言是一个新的岗位，许多工作我都是边干边摸索，以致工作起来不能游刃有余，工作效率有待进一步提高;

第二，有些工作还不够过细，一些工作协调的不是十分到位;

第三，自己的专业知识及理论水平十分有限不能很好完成自己的工作任务。

在今后的工作里，自己决心认真提高业务、工作水平，为公司经济的发展，贡献自己应该贡献的力量。我想我应努力做到：加强学习，拓宽知识面;努力学习房产专业知识、物业专业知识和相关法律常识。加强对房地产发展脉络、走向的了解，加强周围环境、同行业发展的了解、学习。遵守公司内部规章制度，维护公司利益，积极为公司创造更高价值，力争取得更大的工作成绩。

谢谢大家![\_TAG\_h2]精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用八

工作重点：

1、认真研究好公司下发商务政策，做好订货、进销存管理；

2、密切跟进厂方及公司市场推广；

3、通过实施品牌营销方案快速打开市场；

4、通过销售管理系列培训计划提升团队业务技能；

5、健全部门各项管理制度，规范部门运营平台。

工作思路:

1、展厅现场5s管理

a、展厅布置温馨化----以顾客为中心营造温馨舒适的销售环境；

b、销售工具表格化----统一印制合同、销售文件和dms系统使工作标准化、规范化； c、销售看板实时化----动态实时管理销售团队目标达成和进度，激励销售人员开展销售竞赛。

2、展厅人员标准化管理

a、仪容仪表职业化----着装规范、微笑服务；

b、接待服务标准化----电话接待流程、来店接待流程、表卡登记流程、表卡管理流程、交车流程；

c、检查工作常态化----对展厅人员的仪容仪表、接待流程等标准化检查做到每日检查，每周抽查，长期坚持不懈才能督促人员的自觉意识，形成习惯。

3、销售人员管理

a、例会总结制度化----晨夕会、周会、月销售总结分析会、活动总结会；

b、培训考核细致化----车型介绍个个过、业务知识培训考试、谈判技巧培训、竞争对手知识考核、销售话术演练等；

c、业务办理规范化----报价签约流程、订单及变更流程、价格优惠申请流程、车辆交付流程、保险贷款上牌流程等标准化。

4、业务管理重点

a、数据分析科学化----来店（电）量、试驾率、展厅成交率、户外展示成交比、销售顾问个体生产力等；

b、销售模式差异化----从顾客感受出发创新服务模式，做到人无我有，人有我细； c、销售任务指标化----从年度计划细分至季度、月度、每周指标，在部门内从上至下对任务指标要时刻关注准确掌握；

d、销售队伍竞赛化----通过不定期分组销售竞赛、促销、看板管理、以老带新、月度考核、末位淘汰，使销售队伍竞赛常态化；

e、销售培训系统化----从业务流程培训到销售技巧培训、从现场管理培训到活动组织培训、从岗位资格培训到能力提升培训等贯穿全员；

f、活动组织严谨化----严谨细致的制定店头（户外）活动计划，充分与各部门沟通落实协调分工，制定应急方案，确保顾客邀约数量达标、现场气氛活跃、促销资料发放有序、危机事件得到妥善处理；

工作重点：

1、总结前期管理不足，分析提出改进方案，不断提升管理能力；

2、以市场为中心，不断探索销售创新与服务差异化；

3、时刻关注公司总体运营kpi指标并持续改进；

4、完善各项管理制度和流程，推行销售部全员绩效考核体系；

5、建设高素质、高专业化销售团队。

工作思路：

1、关注kpi运营指标，降低部门运营成本；

2、精细化进销存管理，根据月度销售量及滞销量，结合库存车型数量和在途订购车辆及日期，在充分研究内外部环境后，做好月度订货分析计划，提高资金周转率；

3、销售创新，协同市场部、售后服务部等部门积极开拓客户、二级网点，积极推广品牌活动，紧密关注社会热点和行业发展，结合车型特点策划销售方案，适时开展二手车置换业务，汽车消费信贷业务，精品销售业务等；

4、做好客户资源管理，不断提升客户满意度，定期举办客户维系活动，研究分析客户投诉并处理，客户问卷，客户转介绍等；

5、业务技能持续提升计划，推行维系微笑服务之星，推行工作高效率之星，开展岗位技能提升培训计划，岗位比武，形成员工内部热爱本职、钻研业务、自我学习的良好氛围；

6、不断优化改进业务流程，创造管理效益，在实践中不断改进制定清晰严谨的规章制度和业务流程；

7、完善奖励机制和考核，奖勤罚懒，表彰先进，提倡团队协作精神；

8、团队长期建设，发现人才，培养人才，对员工职业生涯进行引导和规划，设置高难度工作计划鼓励员工挑战高峰，关心员工生活注重思想交流；

1、对合作商进行考察、评估

以合资的方式建立2-4个股份制地区分销中心，使合作商与公司的利益紧密相连，简化繁琐的工作流程和可能出现的矛盾，达成一致的目标。

2、建立地区分销中心

各分销中心具有整车销售、储运分流、配件配送、资金结算、信息反馈、服务支持、培训评估、以及市场管理与规范八大功能，通过各分销中心直接渗透到各辖区市场，从而更直接、准确、及时的了解市场的变化情况。

分销中心统一向辖区内的代理商供货，代理商直接面向当地最终用户，不实施批发销售，代理商每月向所属分销中心预报下月的产品需求，分销中心向4s店销售部预报下月产品需求量，这种做法有利于促进代理商和分销中心对市场的分析和预测，对市场的变化能迅速的做出反应，也有利于价格的统一和运作的规范化管理，不易造成各代理商业务的重叠。

**精选月销售工作总结-月销售工作总结范文通用九**

搞好销售工作，首先要搞好销售管理工作。许多公司的销售业绩不佳，如产品销售不畅、应收帐款一大堆、销售人员没有积极性、销售费用居高不下等问题，并非单纯只是由于销售制度不完善、销售策略不正确和销售人员能力、努力不够等，其实与销售管理工作不到位也有一定的关系。以下是本人在销售管理工作中的几点体会，希望与大家共享。

销售工作的基本法则就是，制定销售计划和按计划销售。销售计划的管理既包括如何制定一个切实可行的销售目标，也包含了为达到目标的实施方法。具体内容有：在分析当前市场形势和企业现状的基础上，制定明确的销售目标、回款目标，并细化落实到具体执行的业务人员。但是，公司在销售计划的管理上存在一些问题，如没有目标明确的年度、季度、月度的市场宏观计划及其细则，销售目标不是建立在准确把握市场信息和公司销售能力这两大基石上的，而是拍脑袋拍出来的；销售计划没有按照区域、客户等进行具体地量化到每一个业务员头上分解，加之，有些业务员又没有能力根据分解到自己头上的指标和内容，制定出具体的销售活动方案，从而导致公司的销售计划无法真正落实；公司管理层也只是向业务员下达数字目标，却不指导业务员制定具体实施方案。

销售工作的核心内容就是将销售目标在产品、区域、客户、业务员、结算方式等几个方面的合理分解，并在落实过程中检验销售目标的合理性与挑战性，发现问题时作及时调整。一个相对合理的的销售计划，在实施过程中，既能够反映市场危机，也能够反映市场机会，同时能反应出销售工作的效率、市场开拓的力度、销售策略的合理性等。故，首先应该要有一个非常明确的全盘市场开发计划，使销售工作有目标可依。

“只要结果，不管过程”，而不加强对业务员销售工作的监督和控制，是业界目前普遍存在的问题。许多公司对业务员销售工作的管理非常粗放，只对业务员宣布一个销售政策，就把业务员象鸽子一样地放飞到市场上，坐等业务员拿回一份份的订单、开发出一片片的市场。因此，造成一系列问题——业务员的行动无计划，无考核；公司无法掌控业务员的行动，从而使销售计划得不到实质保证；业务员销售工作的过程不透明，致使公司经营的风险增大，业务员的销售水平得不到提高，造成销售工作的效率低下，销售费用超高。

业务员销售过程管理的核心内容就是销售业绩管理和业务员的动态监控，其中，销售业绩管理包括：销售量和回款情况、销售目标的执行情况、销售费用的控制情况、服从部门的管理情况、开拓市场的反馈情况、个人的进步情况等方面的管理；而对于业务员的动态监控则应制定：区域业务员的月销售计划、月行动计划和周行动计划、

每日销售报告、月工作总结和下月工作要点、流动销售预测、竞争产品分析、市场巡视工作报告、不定期的定点拜访路线等。故，要求业务员及时提交工作日志和周报，从中了解其工作计划和进度，进而及时纠正其工作思路，最后组织业务员销售技巧交流例会等。

销售工作的重头戏还是在于公司对客户的管理，当然很多工作需要通过业务员去实施，如公司对客户管理有方和支持得法，客户就会有销售热情，就会积极配合厂家的销售政策，努力销售其产品；反之，既无法调动客户的销售热情，更无法有效地控制销售风险——如客户对企业不忠诚、窜货现象、应收帐款成堆等。

客户管理的核心任务是热情管理和市场风险管理，而调动客户热情和积极性的关键在于利润和前景；市场风险管理的关键则是对客户的信用、能力评定和市场价格控制。故，销售管理工作中，尽可能的在业务员的各类反馈信息中，了解并评估每个客户的真实意图，建立各个区域的客户资料卡，制订相应的策略，并对其每月进行信用评定等。具有良好预见性，规避销售风险，是眼下销售管理中非常重要的一项工作。

市场信息是企业重大决策的风向标。市场信息包括：本公司的销售情况、竞争对手的信息（如其产品质量信息、批发零售价格信息、

品种信息、市场趋势及其客户信息等），业务员身处市场一线，最了解市场动向，包括消费者的需求特点、竞争对手的变化、经销商的要求等，将这些信息及时地反馈到公司，对公司高层决策有着重要的意义。还有，在销售进程中遇到的各项问题，也要迅速向上级报告反映，以便公司及时制定各项准确对策。

业务员的工作成果包括两个方面：一是销售额，二是市场信息。在公司的可持续发展方面，市场信息的反馈有着不可替代的作用，因为它决定着公司产品明天的市场和明天的销售业绩。故，销售管理工作中，必须要求业务员注意收集市场信息，及时汇总、整理和反馈信息，建立销售工作情报平台，以供公司高层决策。

以上乃本人销售工作中的一些浅见，特献与大家共商讨！

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！