# 关于销售9月份工作总结汇总(5篇)

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-02-11

*关于销售9月份工作总结汇总一在工作中，由于本人向来性格开朗，乐观，所以担任门迎的时候并无不妥，有客户说过我们这的姑娘，小伙态度都特别好，但是业务能力需要提升，我回答确实我们需要终身学习。尤其对于中医来说是一个复杂而且体系庞大的东西。对于我们...*

**关于销售9月份工作总结汇总一**

在工作中，由于本人向来性格开朗，乐观，所以担任门迎的时候并无不妥，有客户说过我们这的姑娘，小伙态度都特别好，但是业务能力需要提升，我回答确实我们需要终身学习。

尤其对于中医来说是一个复杂而且体系庞大的东西。对于我们现在而言，隔行如隔山，以前没有从事过类似的工作，新接手也不过几个月，很多东西从头学起，接受是需要一个过程，所以我们也在努力积极的让自己变得充实起来。

总结开来x月销售方面有以下几点：

1、上月的活动一下子顾客买的都很多，老客户只能从别的产品，渠道入手。一般就是关联产品开发多一些，但是推介有限，同时有的产品如温阳通络饮，八仙粥沧州店种类有限，不能满足个性化的需求。

2、新客户开发的少，有的还处于了解阶段，对于他们现在就是重点的培养对产品的信心和认知度，

3、我们的销售技能欠缺，中医功底薄弱，要加强学习和引导。

4、在23号边老师来沧州讲课的时候，那天打开销量不错，加之之前良好的造势的原因，完成了3000多的销售，总体来说我们店里现在还缺乏一个有威信的个人品牌。

但是“不找借口找方法”，这个是我们店也是我个人一直崇尚的，也许我的能力现在还不足，所以我也一直在努力，努力学习，努力工作，努力生活，让每天都是充满希望的。米卢说过“态度决定一切”，简单而言，我对工作的态度就是选择自己喜欢的，对于自己喜欢的事情付出最大的努力，在这段工作中，我不认为工作是一种负担，所以可以每天投入那么大的热情，这样喜欢可以保持和源动力。

x月工作计划

x月份我们将迎来一个新的促销高点，上次由于先期杨雨老师铺垫的好以及及我们的努力超额完成了任务，这次希望再上一个新的台阶，所以我们每个人也都在努力做好准备。

对于这月我希望自己工作中需要提高的主要有以下几点：

1、先做好x月4号边老师来沧州进行仪器检测和砭石使用的讲解的宣传工作和统计预期的订购数额，这样可以有利于更好的准备砭石，希望不要像上次那样断货好几次。

2、加强对于砭石的了解以便在有客户咨询的时候可以做到游刃有余。同时重点加强学习全面综合的理论知识和销售技能

3、老客户有的家里别家产品也很多，他们对于健康的需求迫切，但是有些盲目，我们可以很好的利用这点，做好我们的口碑宣传和产品推介。

4、做好新客户的开发吸引工作，虽然不一定就每一个都抓住销售，起码应该慢慢培养，成为我们的铁杆，至少在别人问到的时候不会说出我们的不好，这样也算是成功的一种，口碑很重要。

5、做好大客户的维持工作，上学的时候在客户关系里有个二八法则，对于我们还是很适用的，80%的销售来自20%的客户，我们80%的销售来自20%的产品，就像是先天精气宝，上次活动主要就是靠宝，虽然比例不是完全如此，但是大概如此。所以我们要想办法做好大客户的维持同时不断开发新客户，在做好现有客户的产品维持同时扩大其他产品销售。

6、做好店长安排的工作，尽我们的最大努力希望可以再接再厉发扬我们沧州的武术精神，百折不挠，勇往直前。上次做的是门迎，店长说我适合做门迎，其实我还是很希望尝试其他工作的，而且同样希望都可以干好，所以几次讲师不在的时候常常代讲，虽然不希望永远做别人的替补，但是起码这是一种锻炼，因为起码有需要的时候你替补的上，而不是需要你的时候，你什么也干不了。

总而言之，我们希冀这次又更好的结果。并且可以得到更多客户的认可。

**关于销售9月份工作总结汇总二**

随着工作的深入，我接触到了许多新的事物，也遇到了许多新的问题，而这些新的经历对于我来说都是一段新的磨练历程。回顾整个xx月，我学会了很多：在遇见困难时，我学会了从容不迫地去面对;在遇到挫折的时候，我学会了去坚强地抬头。

在重复而又单调的工作背后，我学会了思考和总结;在公司形象受到破坏的时候，我学会了如何去维护;在被客户误解的时候，我学会了如何去沟通与交流。

以上是我在工作方面取得略微突破的地方，但这种突破并不意味着我就能够做好工作，在接下来的工作中我会继续完善自己，在失败中不断总结经验和吸取教训;在和同事配合工作过程中学习他们先进的工作方法和理念;在沟通和交流过程中学会谅解他人。我也不知道怎么拉以前在做这份工作的时候自己会写也不想写因为嘴巴在能说如果不去实现自己的成就那太失败了，而现在写出来不做了也是无用。

我在单位担任销售大厅开票的工作，刚开始我认为开票工作比较简单，不过是填填单据等事务性工作，但是通过前一阶段的学习，才知道自己对开票工作的认识和了解太肤浅了，开票工作不仅责任重大，而且有不少的学问和技术性问题，需要反复练习，理解性学习才能掌握。

我的理论和实践有还有一定的差距，缺乏工作经验，还好在指导老师的帮助下，我学会了如何开票以及填写票据，保证自己经手的票据的安全与完整，学会了使用开票软件，理解了这项业务的程序及来龙去脉。通过三个月的学习与实践，知道了要做好开票工作绝不可以用“轻松”来形容，工作中一定要谨慎，要认真对待每一张票据。

销售开票是销售工作不可缺少的一个部分，它要求我们开票人员要有精湛的业务水平，熟练的业务技能，严谨细致的工作作风，作为一个合格的开票人员必须要具备以下的基本要求：

(一)学习、了解和掌握政策法规和公司制度，不断提高自己的业务水平。销售开票工作需要很强的操作技巧。作为专职的开票人员，不但要具备处理一般会计事务的财务会计专业基本知识，还要具备较高专业知识水平和较强的数字运用能力。

(二)做好销售开票工作要有严谨细致的工作作风和职业道德，要有较强的安全意识，各种票据，既要有内部的保管分工，各负其责，并相互牵制;也要有对外的保密措施，维护个人安全和公司的利益不受到损失。

(三)开票人员必须具备良好的职业道德修养，要热爱本职工作，精业、敬业，要竭力为单位的总体利益服务。目前，我厂刚刚投产运营，作为销售开票人员的工作量并不大，在前一阶段的工作学习当中，我遵守公司的各种规章制度，认真做好自己的本职工作，对领导安排的工作能够按时完成，但是在工作当中我也发现了自己的不足之处，在某些细节问题上有不够仔细的地方。

因此，我要时时刻刻提醒自己努力改正自身缺点，在今后的工作中，加强业务学习，主要是销售开票以及财务方面的学习，学习如何分析企业的经营状况，为今后新业务的开展和经营范围的拓展，努力提高自身素质，胜任本职工作，提高工作效率。我有信心把工作做好，为公司的发展做出更大的成绩!

**关于销售9月份工作总结汇总三**

药品销售人员应制订每月、每周的访问计划，然后再根据计划的内容制作每日拜访顾客计划表。访问顾客的计划，应在前一天制定好，最好养成就寝前定计划的习惯。走访客户应考虑拜访的目的

1、皮包：包内东西要整理清楚，将产品目录和推销手册收集齐全，并放入订货单、送货单或接收单等。

2、与顾客洽谈时必备的推销工具：名片、客户名单、访问准备卡、价目表、电话本、身份证明书、介绍信、地图、产品说明书、资料袋、笔记本、药品二证一照等。

3、促进销售的工具：计算器、样品、相关报刊杂志、广告和报道材料、优惠折扣资料，其它宣传材料等。

样品虽是无偿提供，但要管好、用好及巧用，对企业及营销人员是十分必要的。

1、发挥宣传作用。请医生将企业产品和产品手册摆放在桌上，病号排队侯诊时可顺便翻看，能收到较好的宣传效果。

2、扮演“礼品”角色，增进友情。把样品当礼品，要考虑场合、地点和人物，如果错用则得不偿失。

3、让人人感知“她”。药品销售人员介绍自己的产品功能之优，疗效之奇特，而对方看不到样品，往往印象不深刻，效果不好。如果边拿样品边介绍，让顾客摸一摸、闻一闻、尝一尝、试一试，他们真正感知过，接受起来就容易。

4、处理好“点”和“面”的关系。有些药品较贵，不宜见人就送，药品销售人员大多犯难。其实每种产品都有它的局限性和特点，分清主要与次要、点与面的关系，不必盲目“破费”。

总之，只要善于分析产品的特点，认真总结，巧用样品，每种样品都能挖掘出广阔的空间，在节省开发市场费用、节药营销成本等方面才会大有可为。

药品销售人员拜访前应带好整套的促销材料，但不能直接把促销材料给医生，而必须做到边叙述边使用。

使用材料时注意：(1)药品销售人员使用时，应一直拿在自己手上，并用钢笔指示重要部分给医生看，同时叙述。(2)药品销售人员应注意把无关的部分折起。(3)所有材料给医生之前，应该先用钢笔把重要部分标出来。(4)药品销售人员与医生谈完后，再将材料交给医生，注意不要在谈话之前递送。

1、拜访前心理准备

拜访目的是让客户认可企业产品。医生们大多忙啸，能给的时间有限，为了充分利用这段时间，在进入医生办公室之前应当有十分明确的思路以表达你的希望。有经验的药品销售人员在开始约见之前往往在医生办公室外停留十分钟，这十分钟的准备时间在拜访中可以起到十分重要作用。

2、拜访第一印象

(1)满足医生的需要是成功销售的前提。

这意味着必须尽可能了解关于医生及其工作的情况。与护士保持稳固关系是十分有用的，因为她了解医生及其工作;医生桌上的陈列、书籍、期刊亦可提供一些信息;医生的行为、神态、谈话的速度与内容均为提供医生个性的线索。注意这些细节，从接近医生至要离开这段时间的观察，可以帮助了解医生的侧面。知道的线索越多，就越能了解其需要，满足其要求的机会也就越多。

(2)药品销售人员的着装原则

时间、地点和场合，是穿着打扮的三条准则，药品销售人员掌握了这三条准则，就能够和环境融为一体，易于建立与对方良好的关系。

不了解销售特点的人总是把“雪白的衬衣，笔挺的裤子再配上系得整整齐齐的领带”的西服作为销售人员的基本服装，其实，销售员根据产品和顾客等诸因素随时更换合适的着装，更能唤起对方的好感与共鸣，这样才能体现出恰如其分的礼貌。

当然，服装花哨，会给人一种轻浮、不可信任的感觉，所以药品销售人员的穿戴，应该从实际出发，力求整洁。对男性而言，白色是一种基调，整套服装颜色的搭配，最好是两三种，太多反而难以达到协调一致的效果;对女性来说，则应讲究花色的对比和款式的新颖，如能佩戴与年龄相当的饰品，效果或许会更好些。

销售人员与人接触，应注意每个细节。例如手帕。在正规场合，白手帕最合适。吸烟者，应经常刷牙，并洗掉手指上的黄斑;喜欢留长发和胡须者，特别应该保持整洁;女性的口红、香水及衣服，都应该考虑到实际场合。

总之，无论男、女销售人员，在服装穿着上都应避免与顾客服装的差异太大，应巧妙地根

据时间、地点、场合的不同，穿戴不同的服装以获得良好的第一印象。

(3)拜访名片——自身形象的延伸

每个人都有自我延伸的心理，如何正确地利用医生的这种心理，在销售活动中十分重要。对待名片的方式不同，可以使已成的交易化为零，也可以使它变成一个庞大的数字，所以作为药品销售人员，严忌无视别人的名片。正确使用名片，应遵守以下几个规则：

a交换名片应站立。即使已经坐下，在交换时还是应该站起来。

b右手递出，双手接受。要自然地送到医生的胸前，但在接受医生的名片时，应十分恭敬地用双手接住。

c先给名片。药品销售人员应先把自己的名片给医生，以显示你的尊敬之情。

d边介绍边递出。“我是某某公司的×××。”“从今天开始由我负责这一区域的业务，还请多多给予指教。”切记，别忘了微笑!

e名片不要放在桌子上，亲手交接是一条准则。药品销售人员切勿把名片放在对方的桌上，同时，接受名片时也应该主动热情地接过来。

f接受名片不要马上收起。没有仔细地端详就迅速地收放入名片夹中，是极不礼貌的。时刻想到名片是自己和他人的化身，举止就会慎重。

3、如何使医生产生兴趣

大多数医生每天看见很多人(包括病人、同事、家人、其他企业药品销售人员)，他们连续不断地被信息包围着。那么，如何激发医生的兴趣呢?

(1)先让医生了解公司。应站在医生的角度去考虑，要从一个不熟悉的公司，特别是从一名素不相识的药品销售人员那里产生对产品的需求愿望是很难的。故药品销售人员应该让医生更多地了解公司。只有如此，才能打开销售之门。倘若只讲销售产品，一旦被拒绝，就不好意思再拜访了。

(2)尽量了解医生的现状。初访前，对医生的情况是陌生的。有关医生的一般情况者诸如坐诊时间、家庭成员、生日、业余爱好、处方习惯、个人收入等，只要肯花精力，是不难掌握的。弄清医生的个人资料是初次拜访的最大目的。

(3)让医生了解自己。当你想了解医生时，医生也在了解你。他想知道你公司的实力，你的信誉如何，产品的价格等，认识到这一点，你就会把握自己访问的态度、说话的方法。这里有两点需要注意:一是了解清楚谁是主要决策人。药品代表在拜访医生时，如果见不到可以拍板的人，说得再多也无用。此时，你应该弄清楚，到底谁是科室主任，是一个人，还是几个人共同决定。二创造再访的机会。即使初访没有深谈，调查也不全面，但如能有意创造出一个再访的借口，也是一大收获、理由、内容、时间、地点、面谈对象及拜访的方法。

**关于销售9月份工作总结汇总四**

由于本人刚调到泰州，对市场的情况不太熟悉，用20天时间对市场情况进行一些初步调查。调查了是60家零售店、10家c类餐饮店、3个连锁超市、3个卖场、2个代理商、10个二批商、2个批发市场。分金亭表现为：三个零售店有50度特酿，其中有两家是假酒，另一家的生产日期是xx年4月份;八个零售店和一个餐饮店及一个连锁店有45度四星，十二个零售店有塑包优曲，其中三个店同时有两款产品。二批商积极性普遍不太高，批发市场有几家有样品，两个代理商都比较热情，通过交流也增强了信心，反映问题是没有统一的明确的价格体系，姜堰窜货砸价现象严重，降低了他们对终端的信誉度。竞品表现为：5元价位的沱牌酒、3元价位的当地古粮酒、5元价位的洋河普曲、7元价位的洋河优曲零售店90%都有，占酒类销售主流;c类餐饮以稻花香系列、今世缘系列、福星系列为主流;卖场以二锅头、洋河、迎驾、泸州酒为主。做车身广告的有洋河、稻花香、百年迎驾;做电视广告的有古顺河;做墙体广告的有梅兰春、枝江大曲;做店招广告的有六福人家、福星、小角楼、洋河敦煌等;做路牌广告的有双沟。

通过走访并吸收经销商意见，本人分析泰州市场有几点没有做到位：

1、缺少对消费者的情感维护，问几个爱喝酒的人都说以前喝分金亭，现在不喝了，再问为什么，他们也说不出，要么说现在都喝洋河了。不难看出，洋河以“精神”、“文化”及铺天盖地的广告吸引消费者，沱牌以“川酒”概念生存，而梅兰春因“地产酒”、“枯陈酒”得以支撑。我们以前靠降价、回空瓶方式回馈消费者，后来出现涨价、空瓶降价的情况，使对购买者的亲和力打了折扣。

2、产品的换代定位工作没有跟上，我们扬州市场、南通市场前期都进行了大量的铺市造势工作，“得渠道者得天下”，通过经销商及零售店的口碑和做为，实现产品的覆盖、推销，泰州市场虽然也做过工作，但力度不大，没有延续性。

3、过分依赖经销商，缺少对经销商的督促、指导及必要协助，与经销商签好合同后如果认为万事大吉了，肯定是错误的，除非经销商确实是理念第一、实力第一。泰州的代理商缺少积极主动性，缺少做市场的方法，由于二批商的不配合等原因，不能够实现产品的广泛的全面的覆盖。

以“要做为、要覆盖、要动销”为启动泰州市场的思路。以“集中有限资源做有效的事”，为启动泰州市场的原则。利用边际效应，把海陵区和高港区(口岸镇)作为点，寺巷镇、刁辅镇、永安洲镇为作线，然后带动泰东镇、九龙镇、白马镇、徐镇。又可以分为三个阶段，第一阶段为动销阶段，具体表现是吸引消费者提高覆盖率，这一阶段经销商应让利给业务人员;第二阶段为增量阶段，具体表现为加大促销、增加新产品，这一阶段经销商应让利给二批及零售店，设计10箱、100箱等不同的组别;第三阶段为调价阶段，适当调价可以增加市场活力，提高可信度，减少恶性竞争，同时使经销商获得丰厚回报。

经过领导同意并与经销商达成一致意见，在十一月和十二月进行泰州市场的首期铺市活动。从而提高了经销商的信心。

**关于销售9月份工作总结汇总五**

4月份的整体销售的是252台，五一3天的销售是125台，整体的销售是377台，其中未算老品25台，整体的最终销售为402台，完成了我们定下的目标400台，具体如下

1、金鹏基的销售量最大，占了40%，表现基本正常。

2、碧海是我们在4月初新签的代理商，大中渠道有原来的达舜业转给碧海，整体的销售基本是在4月最后一个周+5月3天的销售，整体为65台，占比18%，其中大中2个周末的销售达到了40台，占比11%。已经远远好过我们的预期，因为原来大中在达舜业手里，一直也没得到足够的重视，而碧海长风对于我们的销售很积极，在上货短短不到两周的时间里，已经有9个门店产生销售，足以看出这个潜力渠道正在慢慢的成长起来

3、国美渠道，销售22台，占比6%，但其五一3天的销售就达到了14台，远高于其4月的整体销售，255和255w激励的加大对店员的刺激还是起到了作用，所以针对这种情况，计划在五月份继续把这种方式执行下去，抢占mio在国美的强势销售

2）系统渠道经销商销售分析

1、按系统渠道划分，3c的占比最大，达到了65%，和去年同期比较这是个正常的占比，主要大中系统从4月底开售以后，销量提升比较迅速

2、其次是商场32%，这个和去年同期基本相当，受影响最大的是百盛商场，翠微等大店，百盛商场在金融街，受经济危机影响最大，相比以前同期销售下滑50%

3、超市系统，主要还是家乐福，自从原来一家独大的欧泰离开家乐福以后，北京的家乐福就没有再强势的代理商，现在东方昂泰在家乐福还是比较弱，暂时还没有自己的专职促销员，极大地影响了我们的销售

4、网络系统，目前我们的量还很小，我们已经和北京商超代理商沟通，他们手里基本上没有网络平台资源，同时也没有自己的专业网站，对网站知之甚少，仅有的几个网站就是京东、卓越等大型电子网站，已经和我们有所合作，所以网络这一块是一个比较大的缺口，现在我们的销售95%以上全靠门店实销，我们也一直在做代理商这边的工作，希望北京的代理商能够像上海华宁那样门店和网络双丰收

2）五一旺季以及型号分析

1、机型方面：整体销售当中205w的销售占了最大的占比，达到了154台。

其次是255w的销售，是94台，这说明4月份的你出游我加油的活动，对255w的销售起到的，相当的拉动作用。

765方面，因为金融风暴的影响，对于高端机的销售并不好，765在商场渠道也没有能够占到相当的份额。

2、五一旺季销售方面

五一3天销售创下商超历史最高峰，三天销售125台，也是近两年以来三天最多的一次，这次五一共组织了十几场促销活动，包括动态的和静态的，在客流量比平常激增的情况下，起到了明显的效果，销量在前几月流水下降很厉害的时候得到了一个很大的提升，也正因为这三天的销售，才完成了我们在3月底制定的400台的销售目标

1、加油卡活动方面：

“你出游，我加油”，255w赠150元加油卡，整体的销售255w是94台，比上月的255w销售有明显提升，起到了非常好的效果，达到了清理一定库存的目的。但是这个活动还是有一定的滞后效应，月初的效果不是很明显，客流量也比较少，经过两周左右的预热，才慢慢提体现出活动的效果。

2、门店活动分析：

由于活动门店比较多，在这里就列出其中一个比较典型的门店——中塔大中店，进行单点分析

中塔销售20台（第一个周末是7台，五一三天是13台）

a、中塔整体销售分析：

就销量来看，这次我们是中销售的赢家，销售的型号255、255w、765、205w每个型号都有。mio大部分是888元的特价机，只有3台正常销售机。新科销售2台，城际通一台，1039是10台。

b、本次中塔活动本身并不成功，因为店内的活动力度没有以前大，人流量很差，包括51当天的客流量，店内的人流量，达不到同期的人流，但比比普通周末强很多。

c、人员方面：朱如晨带着两个督导+4个临促（碧海在中塔共有4个长促，靠近导航的是2个人），一共是7个人。（5、2——5、3临促为2人）

人员的分配：是2个临促电梯口发单页，2个临促专区喊促销语。活动的初期主要是我们在讲机器，因为店内人流还是比较多的，碧海柜台比较分散，照顾导航的时间比较短。主要也还是我们在这边，5、1活动开始后是一起在讲机器。

d、本次活动的主要的目的是恢复中塔的销售和培训店员。就这个目的本身来说还是基本达成的。

第一天是1台，后2天都是3台销售。后面每天都有销售。培训店员这方面，我对这个店的促销的要求还是比较高，会讲机器是不够的，要精通操作好品牌气势。开始店员主要是听，后来是店员来讲，我们在解决他们解决不了的问题，这样的效果比较好。经过活动店员对任我游的操作基本没有问题了，但后去还是要跟进的。

e、活动的亮点：

1、专区前主通道临促喊促销语，吸引了顾客，也压制了竞品。

2、店内活动主题，吸引顾客

3、临促，这次中塔的临促质量相当的不错，很能喊。

之前在公司带了240个遮阳挡，本来是想在停车场问卷免费发放的，但第一周当天的外展取消，店外风有很大，没有采取店员发放。临时改的主题：任我游免费体验，就送遮阳挡。

让两个临促拿着遮阳挡和彩页在我们的专区前喊，主题语，拉人。效果非常的好。我们在里面讲机器，很多人在吸引过来，也有人为遮阳挡来体验我们的机器。第一天压制mio一整天，我们这边人满为患，那边人非常的少。第一周问题活动的问题：

1、提前没有准备喊话器。

2、没有准备手举的促销牌子。店里面非常的乱，很嘈杂，临促喊得很辛苦。临促只是拿彩页和遮阳挡去喊，要是有促销手举的大牌子效果就更好了。

这点在五一解决了问题，为中塔增加了2块带广告语的手举牌，又在柜台前增加了2个x展架，形象的效果相当醒目。第一天的效果很好，但mio，和新科都对我们的活动进行了反击，，新科来了2个业务，功放的声音非常大。2号当天新科销售2台，我们是4台，mio出了3台888元的特价机。

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！