# 202\_牛奶销售工作总结(通用19篇)

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2023-12-24

*20\_牛奶销售工作总结1根据麦肯锡的一项调查研究数据：到20\_年中国的乳制品市场将达到200亿美元的规模，同时乳制品市场将有半数的企业被淘汰。笔者也相信奶粉市场的生产企业也会走向强者愈强，市场趋于寡头的结局。谁成长得快，谁先发现市场的蓝海并...*

**20\_牛奶销售工作总结1**

根据麦肯锡的一项调查研究数据：到20\_年中国的乳制品市场将达到200亿美元的规模，同时乳制品市场将有半数的企业被淘汰。笔者也相信奶粉市场的生产企业也会走向强者愈强，市场趋于寡头的结局。谁成长得快，谁先发现市场的蓝海并在蓝海中保持领先，谁就能成为国内奶粉企业的领头羊。

但如今，各国产奶粉企业在渠道、终端、奶源等方面的竞争已经日益激烈。竞品经销商的渗透，渠道利润的压缩、促销的竞争、不断增大广告投入已经使得各国产奶粉企业疲于应战，而利润最大、最受消费者重视的高端婴幼儿奶粉市场份额一直被国外品牌牢牢占据，更是令其苦不堪言。

如麦肯锡的研究报告所述，在过去的一年中，奶粉行业在终端的促销战、价格战几乎每月都有；积分制，会员制不断出台稳定消费群。消费者在繁多的促销中似乎越来越清醒，购买越来越趋于理性，厂家的投入产出比也越来越低。

为了获取新的渠道来源、更多的销售任务，06年、07年众多国产奶粉品牌把注意力投向医院、早教机构等新市场。开发医务渠道，宝宝店，幼儿园，社区等目标消费者集中的地方，这似乎成了奶粉营销的新亮点，但这方面，很多一、xx二线市场的中心医院已经被著名外资奶粉品牌所垄断，而且外资奶粉品牌在医务渠道操作上更成熟，更先进。

但那些没有被开发的三、四级线医务市场，它仍然像一块巨大的蛋糕吸引着国产品牌蜂拥而入，当然笔者也认为这也是一个有效的方法和策略，在医务市场还未饱和之前，各奶粉企业都能分得一杯羹，都希望抓住这样一个机会迅速成长，甩开对手。但是相信随着法规不断完善，开发维护医务渠道的局限性也会显现出来。

提升服务水平、通路精耕，精细化管理市场、终端特价、促销、开发医务渠道，传统营销上的竞争已经白热化，国产奶粉市场似乎陷入了一片红海之中，如何避开红海，寻找到国产奶粉企业的营销蓝海呢？网络销售的兴起应该可以给我们带来很好的答案。

**20\_牛奶销售工作总结2**

近几年来，国内奶粉市场可谓硝烟弥漫，各奶粉品牌都在疯狂抢占终端资源，大打促销战。众所周知，婴幼儿奶粉市场的争夺更是各奶粉厂家竞争的焦点，多美滋、惠氏、美赞臣等国外品牌长期以来，凭借研发基础、悠久的历史以及营销策略等方面的优势一直垄断着我国婴幼儿奶粉的高端市场份额，但随着本土品牌三鹿、思想汇报专题伊利、南山等在技术、工艺、质量以及市场策略等方面的日趋成熟，我国奶粉的市场竞争更将进入白热化。

**20\_牛奶销售工作总结3**

一、工作回顾。

在牛奶市场的这段日子，我的销售工作取得了一定的进展，但是这不会成为我们前进的绊脚石，在明年的工作中，我要更进一步的总结经验，找出不足，把销售工作做得更好。

1、我们要把店里的所有品种的陈列整齐，干净利索，堆放有序，通道及时并且要保持干净，

2、在日常的事物工作中，我们要对顾客的咨询做到热情、周到、耐心，

3、在工作中勤奋，遇到不懂得地方，及时积极向同事和领导请教，努力学习和借鉴他们的工作经验和技巧，提高销售能力。

4、对顾客热情、礼貌，

5、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感。

6、专业知识、工作能力和具体工作。

二、工作中的体会。

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。在以后的工作当中建立一个\*，具有杀伤力的团队是我和我们所有的导购员的主要目标。

这就好比一辆正在进行磨合的新车一样，一个好的司机会让新车的磨合期缩短，并且会很好的保护好新车，让它发挥出最好的性能。咱们一定要加强，做好新车的推广工作，这样新车刚上任就能够很快的\'`

开发下来，使店内的每一位员工都能够融入到我们这个优秀的团队中，人人都为我们这个团队争光。

三、下xx年的规划。

在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

7)店面行政管理，建立健全的管理制度，以制度约束人，以制度管理人；同时，对店内的各项工作程序作相应的调整，使工作规范化、标准化；

8)店内人员培训方面，我们将参加每周一至两次的培训，包括店长培训，店长培训，我们将对员工进行销售技能的培训；

9)店员管理方面，我们将参加每周一至二次的培训，包括店长在内的培训，对我们进行店内业务技能和专业知识的培训。

10)店员考评方面，我们将和工资、奖金、加薪挂钩，从而调动店员的积极性，建立公平的竞争机制，留住优秀销售人员，从而提高工作效率，并大大提高工作效率。

**20\_牛奶销售工作总结4**

在年初我们对经销商经过了一轮又一轮的评估、考核，留下来的或新换的经销商都是比较合适我们公司发展的经销商，都具有以下几个方面的优点：

1、是当地实力数一数二的经销商;

2、具有管理能力与网络;

3、有配送能力;

4、容易沟通，有行销能力;

5、具有强烈的合作意愿等。

产品在终端上销售如何，与当地的经销商起着至关重要的作用，不仅要在选择阶段把好关，在之后的市场运作上也要给予一定的支持。在这一年里，公司根据各个经销商的实际情况，给予一定的政策倾斜，并针对部分销量不高的经销商，进行了业务跟踪及市场培训，效果比较明显。

在竞品激烈的终端，品相陈列就显得尤为重要，这不仅可以促进消费者的购买欲望，同时也代表了厂家形象。因此，对于如何生动化陈列，做了专门的设计，并随着业务员的下访市场逐渐推广下去，并取得了不错的效果。

在五一与十一两大节日，公司推出了相对优惠的.经销商促销政策，与各大经销商联手上演了促销圣宴，处理了大部分的库存，并使新产品顺利的推到市常

存在的问题

1、内外勤配合不好

报站、调度不合理，发货不及时延误销售机会，让人有种使不上力的感觉。

2、广告宣传不到位

当前销售产品没有规划，没有整套的促销推广方案，并不能很好的加深客户对本品牌的印象。

3、窜货

虽然公司一再禁止窜货行为，但是市面上还是存在这种情况，使得在与客户沟通的时候很被动。

希望在下一年度，公司整体配合上可以更加轻松愉快，同时也相信，明年一定会更好!

**20\_牛奶销售工作总结5**

来售楼部己有两个月了,两个月弹指一挥间就毫无声息的流逝。在此我对我的工作做了以下总结和工作中的认知。

在这两个月里,对我们的楼盘有所了解,发现了我们的优势和不足处。

优势是:

1、我们的小户型都是经典小户型,面积合理利用,没有浪费的面积和多余的面积。

2、入住后我们的物业费用及日常管理费用比较低。

3、同期对比我们的性价比优。

4、使用年期比大部分楼盘的时间长(经采盘了解,大部分商铺及个别住宅的使用年限均为50年,而我们是70年)。

不足处:

一次性付清对周边工薪价层负担比较大,因为剩二、三层,局限性较大。

对于我们的不足处,我们销售人员可以扬长避短以特有的销售方式去介绍我们的楼盘,以我们的优势来覆盖我们的不足处。我们可以模拟销售场景,请资深的销售人员进行培训,以客户的身份提出尖锐的问题,请销售人员回答,如何让客户满意。还可以请装修方面的设计师与我们的销售人员进行沟通,对我们的每个户型提出装修的方案,因毛胚房与成品房差距较大,这样可以提高我们的销售业绩。可以掩盖房子里的一些不足处。

我们销售人员在销售过程中要注意技巧,如果能够掌握说话技巧,自信心自然会增强,成功的机会就增多了。多些自我启发,说话时多加思考,加上平时多练习说话的技巧,说出话来自然会富有情理,语言精练,容易被接受。首先我们销售人员要做到:

1、心智的培养:“心智决定行动,行动达到成功”是不变的成功定律,因此我们在工作之前必须提高我们的心智。

2、确定正确的人生观及价值观:销售人员首先要确定正确的人生观和积极的价值观,它是指导一切行动的前提。正确的人生观让我们能够清晰判断工作的价值与意义。

3、发展潜能,肯定自我:销售人员需坚信自我存在的价值,确信自己虽是寂寂无名小人物,但正因为默默的耕耘,才会使目标达到成功。销售人员必须树立坚定的目标,相信每个人必有其长处,所以,要求自我更高标准使自己成为最优秀的销售人员。

4、肯定开发项目的自身素质:许多人会抱怨自己的楼盘定价过高,素质不及别的楼盘好,市场不景气等等,然而凡事哪有尽善尽美呢?真有所谓的物美价廉,公司产品又何必需要销售。我们销售人员就是在于把正确的商品卖给正确的人。

5、乐观自勉,坚持不懈:我们销售人员一定要具有乐观开朗的性格,特别当遇到失败和颓废的时候,要学会自我安慰,提起精神接受下一次挑战。一个优秀的销售员,要有“努力不懈,坚持到底”的精神,必须自信“精诚所至,金石为开”。

6、挑战自我,挑战强者:我们销售人员要有挑战自我,克服困难的勇气。如果这一个月卖了五个单位,那下个月就要求自己卖十个单位,只有勇于挑战自我才能取得更大的成绩。此外,销售人员要有(挑战第一)的决心,告诉自己(我是这个月的最佳销售人员)。优秀的销售人员往往是从赢得顾客的尊敬,赢得同事的尊重中取得更大的荣誉和满足。

7、尊重别人,虚心学习:尊重别人的杰出成绩和能力,相信“三人行,必有我师”,只有尊重别人才可能虚心的向他人学习。

8、承担责任的心态:只有老板的心态最合老板的心意。不妨将公司当作是自己的,相信只有公司方能自己干好,于是即使在午餐的时间也会热情的接待客户的来访。相信能成为老板之人必有其长处,先从即刻开始承担起责任,说不定某天也可能成为真正的老板。

9、了解客户的心态:只有从客户的角度出发,才能明白到客户真正的需要及担忧,同时,也只有从客户的角度出发,才能打破客户的隔膜,与之产生共鸣,从而得到客户的信任,达成交易额。

10、培养销售意识,发展销售兴趣:销售工作做得好的销售人员必然对销售工作抱有浓厚的兴趣,能从成功交易中取得成功感。因此,我们销售人员应培养对销售工作的兴趣,利用自信,使之成为一种享受,遇挫败不气馁,对工作不厌烦,这样便可从自信的推销中更加欣赏自己。

11、待人亲善,礼貌热诚:我们销售人员首要具备的条件是一副亲善的笑容及一份对工作对客户的热诚。诚挚热情是打破和客户之间障碍的唯一良方。礼貌亲切的笑容散发出的化学作用,会使我们销售人员有如天赋神力,使客户作出认购决定。即使客户不能成功认购,相信也会留下信任及难忘印象,为下次认购铺垫了管线。

12、服务为先:我们销售员要本着服务为先的精神,要知道我们对客户的态度,会在客户回敬我们的态度中一一表现出来。销售工作是一项艰苦的工作不可能一蹴而蹴,千万不可抱着侥幸的心态,只有靠着热情的服务,使客户留下深刻的印象,纵然这次未购买,下次他们还会再来找我们。

13、敏锐的观察力和正确的判断力:培养敏锐的观察力和正确的判断力,在于细心观察周围的人和事并加以揣摩,同时,模仿及观察有经验的同事,以“取其之长,避巳之短”。

14、不断进修,不断提升:我们可以参考成功销售员的经历,琢磨他们的经验和推销技巧,参加专业培训课程,不断学习,不断提升自己。

15、在这两个月中我未能为公司创造效益而感到惭愧,可我并不会气馁我会继续努力不断进取,严格要求自己,做的不足的地方尽快改善。愿公司领导给我一个机会为公司尽微薄之力。

**20\_牛奶销售工作总结6**

作为销售部经理，首先要明确职责，以下是我对销售部经理这个职务的理解：职责阐述：

1.依据公司管理制度，制订销售部管理细则，全面计划和安排本部门工作。

2.管辖本部门内与其他部门之间的合作关系。

3.主持制定销售策略及政策，协助业务执行人员顺利拓展客户并进行客户管理。

4.主持制定完善的销售管理制度，严格奖惩措施。

5.评定部门内工作人员的资信及业绩表现，并负责内部人员调配。

6.货款回收管理。

7.促销计划执行管理。

8.审定并组建销售分部。

9.制定销售费用预算，并进行费用使用管理。

10.制定部门员工培训计划、培养销售管理人员，为公司储备人才。

11.对部门工作过程、效率及业绩进行支持、服务、监控、评估、激励，并不断改进和提升。

近段时期，销售部在经历了一个人员小波动后，在-总的正确指导下，撤某某大区，某某区，集中人员，有针对性对某某市场开展了市场网络建设、优势产品推广、活动拉动市场等一系列工作，取得了可喜的成绩。现将三个月来，我对销售部阶段工作所取的成绩、所存在的问题，作一简单的总结，并对销售部下一步工作的开展提几点看法。

以下是一组数据

销量增长率：%

新客户增长率：%

这两组数据表明：成绩是客观，问题是肯定存在的，总体上，销售部是朝预定目标稳步前进的。

那么，以下对这几个月的工作做一个小结。

一.培养并建立了一支熟悉市场运作流程而且相对稳定的行销团队。

目前，销售部员工共112人，其中销售人员96人，管理人员4人，后勤人员12人。各人员初到公司时，行销经历参差不同，经过部门多次系统地培训和实际工作的历练后，各人员已完全熟悉了本岗位甚至相关岗位的运作的相关流程。

对销售人员，销售部按业务对象和业务层次进行了层级划分，共分为销售代表和地区经理两个层级，各层级之间分工协作，相互监督，既突出了工作的重点，又能及时防止市场随时出现的问题，体现出协作和互补的初衷。

这支营销队伍，工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为公司尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。你们是饲料行业市场精细化运作的生力军，是能够顺利启动市场并进行深度分销的人力资源保证，是能让公司逐步走向强大的资本。

我们起步虽晚，但我们要跑在前面!

我代表公司感谢你们!

二、团队凝聚力的增强，团队作战能力的提高

1、新员工的逐步增加，随着公司市场活动和拉练的开展，使我们由陌生变为熟悉，熟悉之间转换为亲密无隙的战友，紧密协作，同甘共苦，伴随着公司的发展共同发展成长。

2、局部市场销售小团队的组建，使销售人员与主管之间在生活上彼此照应，工作中相互协作，配合默契，利用小团队的优势，有针对性的扶植新老客户，不断的开拓为公司开疆拓土。

3、由于大家来自五湖四海，初到公司的那种小思想，小意识还

是存在的，但是随着逐步的溶入团队，小思想，小意识也在逐渐消退，大家只有一个目标：尽我所能，让公司强大起来!

三：敢于摸索，大胆尝试，不断改进新的营销模式，并且程序化。

1、大家来自于不同的企业，固有的营销理念在个人的脑海中根深蒂固，行情疲软，做市场只体现了一个字：难!在这样的情况下，销售部在宋总的大力支持下，营销模式尝试改革，通过几次市场活动的拉动，总结出宝贵的经验，摸索出了一套集开发新客户，维护老客户，市场造势于一体的全新拓展思路，取得了另整个销售部甚至整个公司振奋的骄人战绩。

2、实证的出台——目标经销商的大力拜访——市场造势——邀请目标经销商参加活动——活动开展——开发出了目标经销商、维护了老客户、市场知名度提高、市场占有率提高、周边影响加大。

3、一系列的成功，离不开销售部全体员工的努力，不断改进新的营销模式，使竞争对手无法模仿，让我们在市场上所向披靡!

众人捧柴火焰高!

四、有法可依、有法必依、执法必严、违法必究 ，随着工作进程的不断深入，我们已经初步地建立了一套适合于公司行销队伍及销售规划的管理办法，各项办法正在试运行之中，我们会不断更新，逐步完善。

执行力，是销售部各项政策和规章制度能顺利执行的保障。销售部已经出台的销售部管理制度，是检验销售人员平时工作的天平，是衡量销售人员平时工作的标准。在这个基础上，首先，销售部将出台《销售人员考核办法》，对不同级别的销售人员的工作重点和对象作出明确的规范;对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。

其次，销售部将出台《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部进行定位的基础上，进一步对订购、配货、促销、赠品发放以及业务开展的基本思路等作出细化标准。奖惩分明，销售部还将将出台《销售部奖惩条例》，争取在以后的工作中，做到“事事有标准，事事有保障。”

第三，形成了“总结问题，提高自己”的内部沟通机制。及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重销售人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

制度是标准，执行力是保障!

(公司名称)大船已经起航，为了它的安全，(公司名称)人行动起来!

虽然以上看似不错，但所存在的问题也不得摆在桌面上，这是也是我的严重失职。

二、“3个无”的问题有待解决

问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒。

1.无透明的过程

虽然销售部已运行了一套系统的管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是，销售人员没有形成按时汇报的习惯，仅仅是局部人员口头汇报、间接转述，销售部不能进行全面、及时的统计、规划和协调，从而导致部分区域的工作、计划、制度的执行和结果大打折扣。

2.无互动的沟通

销售部是作为一个整体进行规划和核算的，一线工作人员、后勤人员、主管领导的三向互动沟通是内在的要求和发展的保障。销售部需要及时、全面、顺畅地了解每个区域的一线状况，以便随时调整策略，任何知情不报、片面汇报的行为都是不利于整体发展的。

3.无开放的心态

同舟共济，人人有责!市场供需失衡的压力，同业风气的阻障，客观环境的不便，均对我们的行销工作产生了负动力。如果我们不能以开放豁达的心态、宽容理解的风格、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就不能更好地前进。我们知道，其他厂家内部滋生并蔓延着相互拆台、推委责任、牵制消耗、煽风点火的不良风气，我们要警惕我们的队伍建设和自身进步，不要被不需在意的的人和事影响了我们的进步。

两军相遇勇者胜，智者相遇，人格胜。

4.无规划的开发

市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，并不是所有的区域都能够根据总体发展，需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要及时开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体的某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访行为，都有可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

**20\_牛奶销售工作总结7**

一、全年完成销售业绩统计分析：

(一)业绩统计：

1、20--年度截止到十一月共销售多层套，剩余套，销售量已达到%，

2、电梯洋房已销售套，剩余套，销售量已达到%

3、今年月已开始二期小高层，高层，和一幢多层的预售，共销售套，剩余

(二)业绩分析：

从上面的销售业绩上看，今年的销售工作并不是特别理想，个人认为客观上影响销售的一些负面因素也存在

1、国家宏观政策使购房客户群体产生变更,从8月份开始客户访问量急剧减少。

2、项目没有进行专业的策划;

3、项目广告投入空白，客户访问量少

4、一期前五幢楼交工日期延后，在客户心里及社会上造成负面影响较多

5、一期交工时园区硬件设施不齐全，如门口景观未做完，园区内道板未铺设等因素造成外观不美观

总结建议：从以上总结分析除硬件的建设外，对广告宣传及针对本案的销售策划也要重视起来，因为明年的主导是二期小高层及高层的销售，所以建议公司做好针对本案二期房源的宣传和策划等工作，同时我们也会积极配合公司领导做好所有二期销售的预备及一期后六幢楼的交付使用工作

二、人员调整及交接：

1、今年9月销售部经理崔博辞职，公司领导决议由我担任销售部经理一职，我本人非常感谢公司领导对我的信任及栽培，通过公司领导及各部门的极力配合，已完成与原经理的所有交接工作，各项遗留问题也已经基本处理完毕，早晚例会及一些日常工作正常开展，今后我将努力学习房产知识及管理，将所学的知识运用到实践中来，绝不辜负公司领导对我的期望。

2、自今年8、9月份先后有4名业务员相继离职，销售部又通过末位淘汰制招聘了4名业务员，并对几人进行了房地产基础知识、礼仪、销售技巧和针对本案的沙盘、户型以及小区后期配套等知识的专业培训，现新业务员已具备接待客户及处理一些问题的能力，今后我将对新业务员做定期的考核及培训、一定做到让每一个人都是一名合格的置业顾问。以保证把本案销售的更好，为明年打下坚实的基础。

三、一期房源交付使用：

1、自今年9月30日开始，一期前五幢楼已相继交付使用，通过公司各部门及物业的大力配合，放户进行的比较顺利，至本月已放户，剩余户未放户房源也已经全部通知各业主，争取一期前五幢楼所有符合放户条件的房源顺利交付到业主手中。

2、12月末针对后六幢楼的交付使用工作也在积极的准备工作中，争取年末前一期所有房源交付成功。

四、本年度针对销售所搞宣传活动总结：

1、今年月公司通过与本市商场(兴隆大家庭)联合搞了一次买房赠液晶电视的大型优惠活动，宣传后销售业绩明显提升，购房客户反响很好。

2、今年10月我们公司相应政府号召参加了由本市房产局组织的秋季房交会，在公司领导的高度重视以及公司各部门的大力配合下，我们销售部得以顺利开展工作，也已经圆满成功，从展会现场的客户咨询量来看，社会各界对本案还是非常认同的。

活动总结：从以上的每次活动效果来看，大量的宣传活动是必不可少的，所以希望公司领导在明年同样重视销售宣传工作，我们销售部也一定做好自己的本职工作，力争将二期销售的更好。

以上是我的年终总结，如有不成熟或不妥处敬请各位领导及同仁指正，希望你们能够严格的监督并指出我的不足之处，今后我将我将虚心接受各位领导及同仁的建议及意见，并及时采纳和改正，做一个让领导及各位同仁满意的销售部负责人。

**20\_牛奶销售工作总结8**

07年是金猪年，大概有2200万新生儿出世，这样一个庞大的群体将给国产奶粉企业带来新的春天。而且，婴幼儿奶粉市场是一个增量市场，同样的竞争情况下，婴幼儿奶粉的年销售增长率要高于其他行业。它也是一个特殊行业，首先奶粉的购买者和使用者是分开的，购买者介入程度相当高。随着科技发展和教

育普及，消费者行为也悄然发生着变化，老一辈的育儿经验已经逐步被丢弃，新生代妈妈更信赖媒体、医生和专家的建议。

这也导致了奶粉企业为了树立专业形象不断购买媒介资源，不断开拓医务渠道，不断地提升服务水平，开展专家讲座、大型亲子公关活动等。

新生代妈妈是奶粉购买的主要决策者，也是商家必争的生意来源。这些决策者具有哪些特征呢？

她们是伴随网络成长的一代，她们中有大部分人的生活离不开网络。调研显示在信息收集方面她们最看重的三个来源一次是“朋友、亲友的介绍”“电视、媒体的介绍”“网络”。她们的年龄集中在25到35岁间，她们有自己的圈子和习惯，对新生事物接受较快。她们中大部分人学历在高中以上，收入主要分布在1500到3000之间。

…… 此处隐藏23991字，全部文档请下载后查看。喜欢就下载吧 ……

**20\_牛奶销售工作总结9**

20xx年结束了，现对本年销售工作总结如下。

>一、20xx年xx乳品市场的背景

年初xx、xx在没有任何促销的情况下，他们的销量却远在我们之上，但从x月份开始我们提出建设通路、树立品牌。无论有多大的困难，在每个城市的重要商超以及重要奶点都要做到与xx、xx有相当的陈列面，以强化终端的铺市与陈列为主。就算一盒都没有卖也要做到有完好的陈列面。就是因为有这样的决心做品牌，经过二、三两个月份的在有陈列但没有销售的情况下，我们对终端的支持依然，树立了终端对公司的信任，在消费者心中也树立了品牌。

因此在x月份推出的“买xx牛奶送呱呱卡”的活动，这是在前期做完铺市与陈列之后的一个拉动促销活动。虽然我们有很多的不足这处，比如有奖卡与没奖卡没有放平均等。但这对于我们的销售工作带来的影响并不大，就是因为经过了这一轮的品牌与通路的建设，使业务员、经销商、终端都对我们xx报着极大的信心。但由于公司奶源压力的问题使我们不得不在原有促销的情况下加大促销力度-----“一件送六盒”。而这一波的促销活动应该是把市场推向了高潮，如果这时能够停止不再加大促销力度，而根据市场情况再调整促销力度，那么我们就能实现“今年把xx做到福建第一品牌”的愿望。

“五一”推出的“买二送一”，消化了公司x月份之前所有的库存，但由于市场的原因，积压了公司以后生产的更多的库存，周而复始，不良循环，使公司陷入了更大的困境。x月份公司改革，执行新的销售政策，极大的打激了业务员及经销商的积极性，使更多的业务员及经销商选择离开了我们。公司有人戏言，x月份的这一波“买一送一”活动是xx公司最后的晚餐。这是我们不愿意看到的.结果，希望公司在解决奶源压力的情况下，制定出能从更好的建设xx品牌之路出发的销售政策。

>二、20xx年度xx县完成情况

>三、20xx年度xx县终端铺市与陈列情况

决胜终端，谁拥有终端谁就是最后的胜利者，在我们牛奶行业里，商超与奶店是最有影响力的终端，在x、x月份我们的工作重点就是先攻下商超与奶店，商超除了全品项进货外，还得要求生动化的陈列。奶店可根据实际情况进货，但也要求有生动化的陈列。事实证明，公司这步棋走得很好，商超与牛奶专卖店不仅能产量，而且能提升公司的品牌形象。到至今很多的商超我们的陈列面还保持着，无论是促销期还是原价货，这都是我们主要出货量的根椐地。下列一份xx县20xx年初拥有终端的数量(附表)略。

>四、20xx年度xx县经销商与业务员的情况

在年初我们对经销商经过了一轮又一轮的评估、考核，留下来的或新换的经销商都是比较合适我们公司发展的经销商，都具有以下几个方面的优点：

1、是当地实力数一数二的经销商;

2、具有管理能力与网络;

3、有配送能力;

4、容易沟通，有行销能力;

5、具有强烈的合作意愿等。

产品在终端上销售如何，与当地的经销商起着至关重要的作用，由于公司改革的原因，有些经销商因为不符合公司的发展，现决定放弃经销权，目前xx、xx与xx的经销尚在确定中，其余各地经销商的积极性也不高。现xx县的业务员只留下x名(包括xx)，积极也不高。

>五、对明年工作的一些建议

20xx年由于奶源问题引出的库存压力，导至必须大力度促销，市场价格不稳定，品牌知名度不段的下降，经销商与业务员没有积极性，还有老调重弹的倒货问题。在新的一年里，因为没了奶源压力，希望公司注重品牌建设，还是从终端做起，强化铺市与陈列，让经销商与业务员重新树立信心，事情是人做出来的，希望公司应注重以人为本。

我相信在新的一年里，通过大家的努力，我们会做得更好，希望在新的一年里xx真正能成为xx的第一品牌。

**20\_牛奶销售工作总结10**

时光荏苒，在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回首昔日工作的点滴依然历历在目。营销部在领导的帮助和指点下，通过内部人员的共同努力，各项工作都取得了一定的成绩，并在本年度第二季度被评选为优秀班组。现对一年来的工作和学习作如下总结：

(一)营销科工作事项

1、白坯销售状况：实际销售米数2,440万米,折合米数3,265万米,达成率;销售金额亿元，达成率。

2、成品销售状况：在本部门白坯销售目标基本完成的同时，成品销售也取得了一定的成效，完成销售米数36万米，销售额345万元。

3、全年销售15d、20d布种合计米数259万米，折合米数556万米，销售额1,960万元，占总销售额的。

4、--年营销科能转变观念，将重点放在订单型客户的维护上，不仅提升了利润空间，还超额完成了销售额目标。

5、我科能及时抓住客户的重点信息，例如cnt231001布种，能在第一时间了解到客户的需求并反馈给公司，在公司领导的正确决策下，我科此布种完成销售米数324万米，折合米数393万米，销售金额2,335万元。

(二)生产计划科工作事项

1、协助做好销售与纺织厂生产、发货的协调与沟通工作。

2、根据原料价格、市场变化情况，协助领导做好每期白坯布种的订价工作。

3、完成纺织销售高新染整白坯价格的核算及初审工作。

4、完成各业务科定织布种报价及交期的审核工作。

5、根据收集的市场信息及客户需求，完成领导下达的新布种开发任务，并对新布种的推广进行管理。

虽然有成绩，但部门工作依然存在不足，现做如下分析：

1、白坯销售数量只完成，未100%达成总部下达的目标。

2、下半年货款控制力度不够，导致超期帐款较多，截止20--年12月31日全年回款率只达84%。

3、几家市场客户的销售量相比去年下降幅度较大。

**20\_牛奶销售工作总结11**

不知不觉中，20--年已接近尾声，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：

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。

六、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)、依据20--年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在中重点类客户群。

(二)、针对购买力不足的客户群中，寻找有实力客户，以扩大销售渠道。

(三)、为积极配合其他销售人员和工作人员，做好销售的宣传的造势。

(四)、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

(五)、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

(六)制订学习计划。做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，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。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆(在这方面还希望公司给与我们业务人员支持)。

(七)、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。

今后我将进一步加强学习、踏实工作，充分发挥个人所长，扬长补短，做一名合格的销售人员，能够在日益激烈的市场竞争中占有一席之地，为公司再创佳绩做出应有的贡献!

**20\_牛奶销售工作总结12**

x月份已经过去，在这一个月的时间中我经过努力的工作，也有了一点收获，我感觉有必要对自我的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自我，以至于把工作做的更好，自我有信心也有决心把以后的工作做的更好。

>下头我对这一个月的工作进行简要的总结。

我是今年xx月x号来到xx公司工作的，在进入贵店之前我有过销售经验，仅凭对销售工作的热情，而缺乏牛奶行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到xx这个销售团队中来，到店之后，一切从零开始，一边学习知识，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，一齐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。此刻我逐渐能够清晰、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，所以对市场的认识也有一个比较透明的掌握。

在不断的学习知识和积累经验的同时，自我的本事，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:对于牛奶市场销售了解的还不够深入，对xx的技术问题掌握的过度薄弱，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。在与客人的沟经过程中，过分的依靠和相信客人。

>在下月工作计划中下头的几项工作作为主要的工作重点。

1、在组长的带领下，团结组员，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组的根本。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销售员的主要目标。

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，对工作有高度的职责心，提高销售人员的\'主人翁意识。这是我们在下个月完成x万营业额的前提。我坚决服从公司的各项规章制度。

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我的看法和提议，把我的销售本事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。坚决完成公司下达的x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景分解到每周，每日;以每周，每日的销售目标分解到我们每个销售员身上，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。

**20\_牛奶销售工作总结13**

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.

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。

**20\_牛奶销售工作总结14**

20--年，注定是不平凡的一年。原材料成本增加，税率大调整，人民币不断升值在这样的大背景下，外贸在-20--年显得尤其艰难。忙忙碌碌的一年眼看又要过去了，又到了需要对自己的工作总结经验教训的时候了。

一、回忆过去

1、对新销售区域的拓展。

以越南市场为重点开拓市场，培养了3个新客户，到-20--年底止，总计销售金额为28万美金。从-20--年1月起，一共9个不同国家和区域的客户建立了商业合作关系。

2、注重品牌意识。

一个企业的发展壮大，品牌力量起着非常大的推动作用。-20--年成功把三锋品牌产品销售到斯里兰卡，就目前来说，销售情况良好。

3、对老客户的优质服务。

重点为乌克兰客户--和意大利客户YY的跟踪和服务。--在-20--年销售金额总计为32万美金，面对-20--年欧洲对EU2标准的实施，历时6个月，25CC汽油锯问题现也得到了解决。

二、总结现在

1、产品质量有待进一步的提高。

无论是公司的主打产品电链锯汽油锯还是小打小闹的冲钻角磨，质量投诉此起彼伏。这对销售工作的开展产生了极大的限制。再者，新产品的开发周期过长，就产生了老产品不成熟，新产品又不敢推荐的怪现象。

2、跟单工作的艰难。

按照公司以往的生产周期，一般为30—35天。以-20--年来衡量，远远超过这个周期。我们的推迟交货，直接影响到客户的销售计划，这对公司的信誉也会造成一定的影响。尤其是，每每到发货时，不是这种机器少一台就是那种机器少两台，不仅对工作带来了非常大的麻烦，客户那边更是不好交代。

三、展望未来

海外市场的开拓没有终点，-20--年对于-20--年来说只是起点。在摸索和经历中慢慢成长，而新的一年每一项拓展工作都需要领导的大力支持。市场是残酷的，-20--年必将是我更加兢兢业业工作的一年。生于忧患，死于安乐，如果-20--年注定是狂风骤雨，那么请让它来得更猛烈些吧。

我坚信，在拓展海外市场上，我们所做的每一步都是为了更好地销售我们的产品!

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某某品牌进入产品中;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某某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，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题;如今我们在美国设立分公司，紧接着我们有在伊朗成立分公司的想法，其一切都是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理;我们也不能忘记crm(客户关系管理)的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系炙手可热，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们!

1、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20--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20--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20--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;

2、西欧地区：意大利和德国市场在20--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20--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;

3、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);

4、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九千多增到一万美金;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;

5、南非片区：目前南非市场客户共计5家，由代理某某-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20--年销售额达到28万美金，并向30万发出挑战;

**20\_牛奶销售工作总结15**

时光荏苒，xx年很快就要过去了。回首过去的xx年，内心不禁感慨万千。xx年对于我们公司来说是充满着诸多挑战、机遇与压力开始的xx年，也是我进步最大的xx年，现将过去xx年的工作情况总结如下：

一、工作内容。

1、协助销售人员进行客户分类统计工作。

2、每日按时统计当天入库数据并填写入库表。

3、根据货品种类统计产品种类，并将产品的消耗明细报公司销售部，并对产品存货及库存情况进行分析，以便于更准确客观地反映当日发生的销售或库存变动，为领导提供准确的参考意见。

二、工作完成情况

在这xx年来，虽然在销售方面做了一些工作，也取得了一定成效，但是我也清楚地认识到自身还有很多地方做的不足与和之后也需要改进。

4、在与客户沟通时，缺乏耐心。

对于一些比较敏感的客户，缺乏足够的耐心，不能够细致的做到与客户的良好交流。在与客户沟通的过程中，对于一些比较专业的术语不能够很快的表达清楚，有时客户对商品提出的问题不能及时回答或者不知道如何回答或者。

5、在与客户沟通交流时，说服能力不是很好。

**20\_牛奶销售工作总结16**

一、对外销售与接待

1、旅行社和大型团队的销售

--素有“鄂中绿宝石”之美誉，地处大洪山南麓，江汉平原北端。是大洪山国家级风景名胜区的核心景区之一。优越的地理环境和迷人秀丽的自然风光，吸引着全国各地不同的游客。我们与--各旅行社、绿林鸳鸯溪景区和汤池温泉建立了长期友好的合作关系，以保证酒店的团体客源。在此其间，共接待大型团队家，例如：，为酒店创收元。每一个团队的到来，我们都有销售经理全程跟踪，并协调酒店各部门，以保证为旅行社客源提供优质的服务，提升客户满意度。如今有很多旅行社已经成为了我们的忠实客户，如：。优质、人性化的服务，也让他们介绍了更多的新团队开始入住我们酒店，无形之间也提高了我们酒店的知名度和美誉度。

--除被誉为桥米之乡以外，还是全省的网球之乡。去年11月份的全省网球公开赛在--圆满举行，去年在酒店连续入住四天，入住房间间。今年全省少年组、群体职工类、成人组的网球赛仍在--举行，前后三次比赛，为期天，入住房间数间，共为酒店创收万元。

2、商务型客户、政府机关、企事业单位的销售

--除了是一座旅游城市之外，也是轻工机械之城，国宝桥米之乡。加上最近几年政府的大力支持和招商引资，--的经济也在飞速发展。南来北往的客商、政府机关、各企事业单位成了酒店最重要的客源之一。我们针对不同的消费对象，采取不同的销售模式，运用灵活多变的销售方式，吸引着酒店的新、老客户。例如：办理有充有送的vip卡，为客户入住消费提供快速便利的服务，共办理vip卡张，共充值元。与此同时，我们还分别与一些客户和单位签署了现金消费协议和挂帐消费协议，截止年底共签署现金协议份，挂帐协议份。并在此基础上，新增了签单卡业务，以便更方便更快捷高效率的为各签单单位服务。同时，我们也制定了销售员拜访记录卡，以便及时跟进客户，反馈客户信息，并及时整理归档，维护与客户之间的关系，不断发掘新客源。销售员也开始从去年的被动销售到今年的主动销售，从无序工作到有序工作，从无市场调研分析到市场调研分析和同行业分析，并根据客户的实际消费给予适当的送房优惠，直接赢得了销售业绩的显著回升。

3、会议销售

酒店拥有大中小型会议室共8间，可同时承接不同规模的大中小型会议。得天独厚的硬件优势和优质的星级服务，使我们在同行业的会议销售中一直处于遥遥领先的地位。在这一年里，我们共接待了大中小型会议共场。其中大型会议场。中型会议场。小型会议场。大型会议有：轻机招商会议、政协会议、全省组织部会议、全省财政预算会议等，仅这几次会议为酒店创收万元。在这些大型会议中，部门经理带领着主管、领班及员工全程跟踪服务，加班加点，任劳任怨，工作经常性的延长，即使很疲惫却始终对保持着振作的精神状态，为酒店的窗口形象增添了光彩，使每一个会议都能圆满完成，客人对我们的工作也给予了充分的肯定和赞扬，形成了经济效益与社会效益双赢的局面。

4、宴席销售

酒店的餐饮部相比去年而言，整体都有了质的飞越，听到客户的投诉少了，赞美多了。从今年年初餐饮部就开始全面严抓服务规范、出品质量，并勇

于不断创新，接待能力也大大提高。在做好各类宴席、会议餐接待的同时，还做好了不同规格的自助餐。这次全省财政局预算会议的自助餐就获得了上级领导的一致好评。宴席菜品的出品也在不断的改进和完善，截止到今天，共接待宴席多桌。其中，9月12日，--轻机孙总的寿宴创开业以来宴席的最高规格，我们以一流的服务，可口的味道，优美的环境，无论从软件服务还是到硬件设施都让客人深深折服，使所有宾客高兴而来，满意而归。

二、对内管理与考核

1、对内管理

销售部在去年人员编制的基础上，除增加了一名销售主任以外几乎没有什么人员变动。销售人员各自延续去年的分管单位，并在原有基础上拓展新客户。全面协助部门经理完成酒店的经营指标，做好所有协议客户和vip客人的跟踪回访，每周利用周五填写客户拜访卡，及时反馈客户信息，确保服务质量和宾客的满意度，保证酒店预算指标的完成。

2、回款与绩效考核

为了加强销售部的管理，提高员工的工作积极性和主动性，今年特制定了对销售人员的考核方案，实施按劳计酬。销售人员根据淡旺季的不同，要求完成不同的销售任务及回款任务。销售部文员每周及时更新应收账款明细，部门经理和主任督促销售人员及时对大笔账单进行催款及跟踪，确保酒店的流动资金。

三、适时促销，全员营销

销售部经过了这一年的磨合与发展，已经逐步的成熟了自己的销售工作。在淡季时，我们推出了一系列的优惠促销活动，答谢新老客户，推出了周一特价房等，还利用淡季之际，深入周边各旅游景点，做团队市场。如：与汤池温泉签定了七月-八月的订房优惠活动协议，实施淡季旺做的营销方案。

七八月相比而言是客房的淡季，却是餐饮的旺季。这个时候，我们实施全员营销、绩效提成的方案，大力调动了全体员工的积极性和主动性。仅在七八月份我们共接待升学宴桌，为酒店创收元，占--升学宴市场份额的%。

四、同行合作，互利互惠

今年七月份我们和--旅游局、--各旅游景区宾馆合作，以宣传--风光一行，应约参加在武广的宣传展示，在会展中心递出了我们--玉丰国际大酒店这张名片。会展结束后，有些团队拿着我们酒店的名片慕名而来，如，此次武汉之行，为酒店取得了一定的外围客源，实现了同行间互利的新销售局面。

五、存在的不足之处

一年的工作，经过酒店全体员工的共同努力，成绩是主要的，但仍不可忽略所存在的问题。这些问题，有些来自于客人投诉过来的反馈意见，有些是各部门自查所发现的。分别如下：

1、对外销售需要继续加强;

2、在接待工作中有时不够仔细，在一些细节上不太注意，考虑的问题也不够全面。

3、有时由于沟通的不及时，信息掌握的不够准确，影响了酒店整体的销售与接待，在今后的工作中要认真细致，尽量避免，能够做到及时的沟通，从而减少工作失误。

**20\_牛奶销售工作总结17**

在过去的一年里，销售部在总经理的正确领导及其它部门的密切配合下，基本完成了酒店20--年的工作任务。部门的工作也逐渐步入成熟。在这一年里我们具体工作资料如下：

一、对外销售与接待工作

首先销售部经过了这一年的磨合与发展，已经逐步的成熟了自己的销售工作，拓展了自己的市场。把商大酒店全面的推向旅游市场，提高了酒店的知名度，争取做到最大限度为酒店创造经济效益。

根据年初的工作计划认真的落实每一项，20--年销售部的工作重点放在商务散客和会议的销售上，由于酒店所处的地理位置所限，散客的入住率偏低，全年的销售部散客入住率为，我们加大商务客人的销售力度，拜访重要公司签署商务协议，同时根据季节的不同制定不同的销售方案，有针对性的走访客户，比如旅游旺季，我们把地接团队较好旅行社认真的回访与沟通，12月份至1月份大部分摩托车会议召开，我们及时的与经销商联系。为旺季的酒店整体销售量做好铺垫。平时在整理客户档案时，分类定期的回访，同时不断的开发新客户，截止年底共签署协议454份。

--年9月份我到酒店担任销售部经理，--年10份酒店正式挂牌三星，这对销售部带给对外宣传筹码，同时也把我们酒店整体水平提高一个档次，有利于酒店的销售工作。

随着网络的高速发展，网络的宣传不仅仅仅提高了酒店的知名度，而且透过网络公司提高酒店整体的入住率。截止年底共与54家网络订房公司签定了网络合作协议。我们对重要的网络公司提高佣金比例，利用其宣传能够让更多客人透过网络详细了解商大酒店，比如携程、艺龙、恒中伟业等几家网络公司。

同时在这一年里我们接待了长江宗申蛟龙恒运多家摩托车公司，科龙电器，伟俊公司蒙牛乳业中医药大学，铁道与环球国旅等三十多个大中小型会议，对于每个会议的接待，所有部门都能够认真的配合销售部，圆满完成会议的接待工作，客人对我们的工作给予了肯定。在那里由衷的感谢各个部门的领导及员工对我们销售部工作的支持。

二、对内管理

酒店拥有自己的网站，由销售部负责网站的维护和网页资料的更新，透过网络进行宣传扩大影响力，并及时准确的把酒店的动态、新闻发布出去，让更多的人了解酒店，同时我们提出新的酒店网站建设方案，这为今后酒店网站的发展奠定了基础。

三、不足之处

1、对外销售需加强，此刻我们散客相比较较少。

2、对会议信息得不到及时的了解。

3、在接待工作中有时不够仔细，在一些细节上不太注意，思考的问题也不够全面。

4、有时由于沟通的不及时信息掌握的不够准确;影响了酒店整体的销售与接待，在今后的工作要认真细致，尽量避免，能够做到及时的沟通，从而减少工作失误。

**20\_牛奶销售工作总结18**

>一、促销过程

千盛超市冷鲜区现在有很多品牌的产品在促销，这次辉山的产品打出了元生牧场的旗号，元乃“初始、第一”之意，生喻意原生态;取名元生，就是指这款牛奶产自产自辉山自营的五星级牧场，天然、不添加任何防腐剂和抗生素。而且有广告牌宣传现在购买整箱的辉山牛奶还有玻璃杯赠送，原价42元，现价只需38元。

>二、促销策略

1、折价类促销：现金折扣，辉山元生牧场牛奶在其好品质的基础下展开折扣促销，给予顾客实实在在的优惠，原价42元，现价38元。

2、有奖类促销：附赠销售，每箱牛奶附赠一个玻璃杯，可以用来喝牛奶或它用，让消费者觉得实惠。

>三、促销媒介

>四、促销评价

辉山元生牧场牛奶的促销活动，主要在卖场摆放促销展台，在相同竞争对手中，价格比较占优势，消费者比较关注。赠送的杯子，印有辉山的`标志，很醒目。但是，在牛奶市场中，他的竞争优势还很弱，处于中低档，即使促销力度很大，也很难引起消费购买兴趣。辉山乳业有限公司是国家、省市农业产业化重点龙头企业，是集乳品加工检测、奶牛繁育饲养、饲草种植加工、物流配送销售于一体的大型合资企业。辉山乳业在股份制改造的基础上20xx年转让52%股份给美国隆迪公司进行合资合作，20xx年转让28%股份，隆迪公司追加投资2亿元，20xx年将其余20%股份全部转让给美国隆迪，变成独资企业，把鲜奶加工能力由每天...

**20\_牛奶销售工作总结19**

回忆起我20--年-月--日进的公司一直到现在，已经工作有了半年多。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。以下是我今年工作的不足之处：

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。

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--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想到通赢防伪的--。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。

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。

四、开拓新客户量少

而自己开拓的新客户量不多，这点在明年要很好的改进，并且下半年订好一个计划，让自己的时间分配的合理。达到两不误的效果。

五、不懂得求助

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。

今年整整的半年变化不大，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。而我在这半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---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能够想到，想到跟---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。

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！