# 精选销售总监述职报告完整版如何写(5篇)

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2025-04-25

*精选销售总监述职报告完整版如何写一第一条、本合同为【固定期限】劳动合同。本合同于\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日生效，其中试用期为\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日，有效期至\_\_\_\_\_\_\_\_...*

**精选销售总监述职报告完整版如何写一**

第一条、本合同为【固定期限】劳动合同。本合同于\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日生效，其中试用期为\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日，有效期至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日终止。工作内容与地点

第二条、乙方同意根据甲方需要，担任\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_岗位工作。乙方的岗位职责和考核标准，按照甲方的销售总监的岗位职责描述及相应的考核制度执行。

第三条、乙方应按照四方的合法要求，按时完成规定的工作数量，达到规定的质量标准。在一个工作周期内（一季度），乙方经过考核达不到岗位职责的要求或者完不成本职工作任务的，视为乙方不能胜任本职工作。

第四条、乙方的工作地点为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，乙方需根据公司安排可以经常出差。岗位职责描述与考核

第五条、以下为乙方岗位职责的具体描述：

1、为促进公司经营管理的规范化，协助总经理将企业打造成规范完善的上市企业，乙方须制定和完善营销管理方面的各项规章与考评体系，包括：

（1）负责组建和管理公司的销售团队；

（2）制定详细的年度销售计划、市场规划；

（3）制定有效、详细的销售岗位以及其它岗位的职责、绩效考核、薪酬激励的管理体系；

2、根据公司的销售任务，向下属部门进行合理的任务分配与区域划分，监控和调整，为下属员工解决销售工作中的困难，确保各项销售指标的完成。

3、及时掌握目标市场的信息，定期进行市场动向、特点和发展趋势的分析及目标客户需要分析和预测，制订有效的营销战略。

4、负责公司销售、财务、生产后勤等各部门的密切配合，确保营销工作的顺利展开。

5、规划并执行公司总体销售战略，实施公司年度销售计划、销售费用计划及费用使用管理，全面计划和安排本部门工作。

6、负责带领销售团队实现公司的销售目标，提升市场占有率，并负责与重点大客户的谈判、商务合同（协议）的起草和签订工作，权限内审批客户合同，并控制销售风险。

7、负责对下属员工的培训和业务指导，提高下属的综合业务素质，强调职业道德和团队合作精神，增强竞争力。

8、负责对下属工作的监督与考评，参与制定完善的人力资源规划与人事制度，保障公司人员的稳定，以及满足企业的用人需求。

9、每月定期向总经理提交所管辖工作的书面总结报告，汇报、分析和提出合理化建议。日常工作中出现问题，及时向总理经理请示和汇报，做好向上向下纵向和横向的协调沟通，随时指导下属工作。

10、完成总经理交办的其它任务。工作时间和休息休假

第六条、甲方安排乙方执行的劳动工时制为：由于乙方担任甲方的\_\_\_\_\_岗位，根据工作需要，不设定乙方具体的休息休假时间。甲方需要加班时加点时，乙方应积极主动服从甲方的工作安排，以更好的完成职责工作为基本准则。劳动报酬及福利

第七条、乙方的年薪为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元年，岗位工资为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元月（上述薪酬已包含国家法定缴纳的一切税、费、金，社会保险），任职期间乙方成功运营的项目，甲方另行奖励。

第八条、乙方年薪及岗位工资支付办法：

1、每年支付给乙方年薪两次，即签订合同之日起，\_\_\_\_日，甲方支付给乙方年薪的三分之一，

第二次为合同期内，乙方完成甲方的下发的销售任务：壹亿员销售额，甲方支付给乙方剩余的年薪。

2、每月\_\_\_\_日起，支付给乙方岗位工资\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。如甲方做出解聘乙方的决定，应在解聘决定同时，一次性结清上一个月的岗位工资，剩余合同期限每月不再支付给乙方任务费用。劳动保护、劳动条件和职业危害防护

第九条、甲方根据生产岗位的需要，按照国家有关劳动安全、卫生的规定为乙方配备必要的安全防护措施，发放必要的劳动保护用品。

第十条、甲方根据国家有关法律、法规，建立安全生产制度；乙方应当严格遵守甲方的劳动安全制度，严禁违章作业，防止劳动过程中的事故，减少职业危害。

第十一条、甲方应当建立、健全职业病防治责任制度，加强对职业病防治的管理，提高职业病防治水平。劳动纪律

第十二条、乙方应严格遵守甲方制定的规章制度、完成劳动任务，遵守劳动纪律。

第十三条、乙方违反规章制度，甲方可依据本单位规章制度，视情节的严重情况给予相应的行政处理、经济处罚等，直至解除本合同。对甲方造成损失的，乙方应赔偿对甲方生产、经营造成的经济损失。

第十四条、有下列情形之一的，甲、乙双方可变更本合同：

1、甲、乙双方协商一致的；

2、订立本合同所依据的客观情况发生重大变化，致使本合同无法如约履行的。要求变更合同的一方应将变更通知书通知另一方，另一方应在5个工作日内答复对方。

第十五条、有下列情形之一的，甲、乙双方可解除本合同：

1、甲、乙双方协商一致的；

2、乙方不能胜任该岗位的，甲方有权单方面解约本合同。

3、私自利用甲方资金、技术、设备、名誉等条件为他人或自身谋取利益的，或者将甲方的财产用于未被授权使用的目的；

4、利用职务之便，非法获得甲方财物或者对甲方有欺诈行为的.，本人或协助他人虚构事实向甲方索取报酬或补偿的，从而侵占公司财务的；

5、未得到甲方的许可接受供货人或者客户的非正当财物；

6、乙方无法提供真实身份证明的，应聘合同发行期间提供虚假的从业经历、资质或学历、身体状况，或是隐瞒与其他单位尚有未解除的劳动关系、未了结的劳动纠纷等情况的；

7、散布不利于公司团结、和谐社会言论的；

第十六条、下列情形之一，甲方可以提前\_\_\_\_日以书面形式通知乙方解除本合同，或者在支付乙方一个月工资的代价下，即时解除本合同：

1、乙方患病或者非因工负伤，不能从事原工作；

2、劳动合同订立时所依据的客观情况发生重大变化，致使原劳动合同无法履行，经双方协商仍不能变更劳动合同达成协议的；

第十七条、有下列情形之一，乙方有权解除本合同，但须依照法律规定和本合同约定的程序进行：

1、符合《劳动合同法》

第三十八条规定情形的，乙方可以随时通知甲方解除合同；

2、乙方提前\_\_\_\_日（试用期提前\_\_\_\_日）以书面形式通知甲方，可以解除劳动合同。但是，乙方在签订本合后，另行签订有服务期限协议，或者接受甲方培训或甲方安排的培训、或者掌握甲方重要技术情报、或者从事的是不能轻易代替的甲方岗位的，不得提前解除合同，否则承担本合同规定的违约责任。但服务期限协议、培训协议等其他协议对于劳动合同的解除或者终止另有规定的，从其规定。

第十八条、本合同期限满，甲乙双方经协商同意，可以续订劳动合同。

第十九条、《劳动合同法》规定终止条件出现，本劳动合同终止。劳动争议处理及其它

第二十条、双方因履行本合同发生争议，当事人可以向甲方劳动争议调解委员会申请调解；调解不成的，可以向劳动争议仲裁委员会申请仲裁。仲裁不成的可向甲方当地人民法院起诉。

第二十二条、本合同一式两份，甲乙双方各执一份。廉洁承诺：乙方承诺在甲方工作期间不以任何形式侵占公司财产，否则以非法所得的数倍进行赔偿并公示，情节严重的将追究法律责任。双方协商一致约定的其他内容争议处理

第二十三条、甲、乙双方因履行本合同发生的争议，当事人应当协商解决；经协商不能达成一致的，可向《劳动争议调解仲裁法》规定的调解组织申请调解；调解不成的，当事人一方也可按照有关规定向劳动争议仲裁机构申请仲裁。对仲裁裁决不服的，可以向人民法院提起诉讼。附则

第二十四条、本合同未尽事宜，双方可协商解决；与今后国家法律、行政法规等有关规定相悖的，按有关规定执行。

第二十五条、本合同依法订立后，甲、乙双方必须严格履行。

第二十六条、本合同一式两份，甲、乙双方各执一份。甲方（签字盖章）：乙方（签字）：【销售总监聘用合同范本

**精选销售总监述职报告完整版如何写二**

各销售部的工作都取得了很大的进展，但同时也暴露了不少问题。在我谈问题之前，我想首先强调的是，我们第一批销售部承担着公司管理模型和市场模型的建立任务，而公司下一步规划的前提就建立在一支过硬的销售队伍和市场网络上，目前的实际情况是大家都各有优势和劣势，我们只有集中大家的优势，发挥团队的力量，群策群力，充分的尊重市场和事实，才能够取得成功。因此，希望大家重视这次学习和交流的机会，毫无保留地、开诚布公地来相互学习和总结。下面，我将从三个方面谈一点自己的看法，与大家共同交流和探讨。

一、统一思想，端正态度

1、关于态度在大家的述职和相互交流的过程中，反映出了工作中很多的困难和问题，比如市场网络、招标、药事会的召开时间……，问题和困难自然不可避免，但我觉得，导致这些问题和困难不能解决的主要原因还是态度问题。有这样一个故事：一个公司在招聘人员的过程中，经过重重面试最后还剩下三个人，该公司是生产梳子的，最后一道考试题便是谁能把梳子卖给和尚。半个月后，三个人都回来了，结果分别如下：甲：经过努力，最终卖出了一把梳子。(在跑了无数的寺院、推销了无数的和尚之后，碰到一个小和尚，因为头痒难耐，说服他把梳子当作一个挠痒的工具卖了出去。)

乙：卖出了十把梳子。(也跑了很多寺院，但都没有推销出去，正在绝望之时，忽然发现烧香的信徒中有个女客头发有点散乱，于是对寺院的主持说，这是一种对菩萨的不敬，终于说服了两家寺院每家买了五把梳子。)

丙：卖了1500把，并且可能会卖出更多。(在跑了几个寺院之后，没有卖出一把，感到很困难，便分析怎样才能卖出去?想到寺院一方面传道布经，但一方面也需要增加经济效益，前来烧香的信徒有的不远万里，应该有一种带回点什么的愿望。于是和寺院的主持商量，在梳子上刻上各种字，如虔诚梳、发财梳……，并且分成不同档次，在香客求签后分发。结果寺院在应用之后反响很好，越来越多的寺院要求购买此类梳子。)

态度决定一切。大家知道，在处方药的市场管理当中，常见的管理方式有预算制和承包制两种。我们公司采用预算制的形式，即由公司承担着整个市场的风险，以此为基点，公司要建设好队伍，并达成目标，就需要运用管理工具对大家进行管理，并且也有权利管理到大家的每一个工作日。

在前阶段的工作中，销售部或多或少地体现出一种等靠要的心态，遇到难题就消极地等待，或是想靠朋友、靠公司来解决，或是千方百计向公司要政策、要钱。不错，我们在市场运作的初期有不少的问题，但如果什么问题都没有，还需要我们大家来干什么?如果作为一个省级经理，成天在自己的队伍和客户面前怨天尤人，怎能带领好队伍?大家的表现牵涉到每个人，不要因此耽误了公司、上级、下级以及自己将来的发展。

拿破仑。希尔曾经说过，“人与人之间没有太多区别，只有积极的心态与消极的心态这一细微的区别，但正是这一点点区别决定了二十年后两个人生活的巨大差异。”因为你没有网络，所以你要比别人更勤奋，才可能赶超别人。经常有人会这样说——“如果当初我怎样怎样，那么现在我肯定会……”，人们常常只停留在这样的说上，而不真正付诸行动，怎么会有好结果?

市场竞争日趋激烈，市场机制会愈趋规范，每个公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在你面前，你以一种什么样的态度去对待它，你就会得到一种什么样的结果。

2、关于目标任何公司都有公司发展的目标，每一个在公司工作的员工也有自己的个人发展目标，在这个问题上，我认为有两点值得大家思考：一是要将个人目标与公司目标统一起来。每个人都会有压力、有需求，但怎样使之与公司的长期和短期发展目标有机统一，使得在实现公司发展目标的同时，实现自己的个人目标。这就需要将自己的个人职业生涯规划融入到公司的发展当中，公司会不断的发展，要上新产品、要购并药厂、要上市……，只有上下统一起来，步调一致，才能往前走。这就需要大家加强相互沟通，达到构建一支优秀的团队和网络的目标。

二是实现目标要有一种正确的观念、方法，并将目标切实分解落实。只有可分解的、能实现的目标，才是可行的目标。毛泽东说过，政策和策略是党的生命，其重要性不言而喻。在目标确定和实现的过程中，不能仅依靠经验值，要与科学的方法相结合。另外，保持一种好的心态将会帮助你渡过很多困难。

3、关于学习有一位经济学家讲过这样一句话“不学习是一种罪恶，学习是有经济性的，用经济的方法去学习，用学习来创造经济。”我们应该从理论上、实践中和相互的交流中学习，不仅要注意学习的方法，更要有正确的学习态度。大家或多或少都有一种批判的吸收心态，也就是说在接受别人的观点或意见之前，带着一种质疑的态度，这是我们应该改正的。我们要以吸收的批判的态度来对待他人的观点和意见，即先以一种宽容、包容的心态听取别人的观点，然后经过自己的深思熟虑，对其观点加以批判性的接收。

就像我们组织开会和培训，公司花费金钱，同时让大家在繁忙的工作中挤出时间聚到一起交流和总结，如果不以一种学习的心态、以一种空杯的心态来对待，肯定学不进去。每个人都有优点，都值得大家相互学习，如果你无法改变自己的心态，也就不会进步。

我也经常对大家说，只有不断地学习、思考、总结，我们才能不断地提高和把事做好。

这个过程就像下围棋一样，起初从零开始，水平都差不多，慢慢知道了布局，有了进展之后，对水平低的就不屑一顾，自以为是，进入一个平台期;然后慢慢也就有了对更高水平的向往，如果继续学习和总结，就逐渐有了大局观，也知道了何以舍小保大，就这样在不断的学习当中进步，其实，工作中也是一样，你需要不断地学习、充实，销售部要尽力塑造一种学习的氛围，来培养一支优秀的团队，但也不要形成教条主义和经验主义，要切记与实践相结合，学以致用，相得益彰。

4、关于团队每个企业都要做大做强，但江山不是一个人打出来的，而要依靠群体的力量。大家来自不同的企业，不同的企业有不同的文化、习惯和管理模式，要把原来企业中好的东西融入到公司来，不好的东西要摒弃掉。

每一个销售部经理在面对销售部员工时，首先是长者，有义务有责任让下属开心的工作，要理解人性;不要把那些江湖作风、老爷作风带到队伍中来，要让自己的队伍有安全感，能获得收益，能够不断成长;要努力培养下属，将自己的知识和技能毫无保留的传给他们，要抱着一种水涨船高而不是水落石出的心态来对待它;要切实加强团队意识，加强培训，建设一支真正优秀的属于公司的团队。

有句话说得好，“不参加培训的人不能当经理，不会培训人的人当不了大经理。”

随着公司的发展，会有更多的岗位和机会摆在每个人的面前，在团队建设的过程中，面临着一个信任与控制的问题，我们现在运用各种表格加强过程管理，其实只是管理的手段之一，大家不要有一种排斥、对抗的心理，任何事物都有一个不断完善和发展的过程，最终的目的都是一样的。

5、关于管理在公司里，我们每个人都处在一种角色的转换中，在下级面前是管理者，在上级面前是被管理者。而从另外一个角度，大家都是社会人、企业人，管理具有科学性和艺术性，要真正达到有效管理，在队伍出现问题的时候，在医院开发的临床跟进上，沟通是一种非常重要且有效的途径。所以有的管理学家甚至说，管理就是沟通。其重要性不容置疑。

我们许多经理常常过份依靠自己的经验值，而不注重市场调研和来自市场一线的材料，这是一种错误的观念，必须改正。有没有管理一支团队的意识，在下属遇到困难的时候，有没有与他们一道进行协同拜访和辅导性拜访?

没有规矩不成方圆。管理是一种投入，我们要向管理要效益，不断完善各种管理制度和方法，并真正贯彻到行动中去。

二、总结教训，推广经验

1、财务意识有待加强需要强调的是一定要严格按比例控制整个营运成本，同时，开发费用属于个人借支，涉及到摊销问题，需要绷住弦，树立财务控制的态度。

首先要学会算帐，加强财务分析。各销售部财务主管要主动承担工作，帮助经理算帐、分析，对不同费用间的相互关系加强分析，做到有效的财务管理。既要算好市场的帐，要考虑怎样去进行摊销，又要算好投资的帐，把工作看成是自己的事，从自己的角度出发，什么事情该做，什么事情不该做。

其次，对于医药代表存在的价值，要与他(她)所辖区域的销量相关联，他们的工资可以根据具体的市场情况进行调整，在基本工资和奖金提成上灵活变动，是增加还是减少激励成分，不同销售部可以有不同的处理方式，但任何人不得克扣他们的工资。

所有的结果最终都落在财务指标上，要抛打紧用，先紧后松，加强费用分析与市场策略的结合。特别是财务主管，要尽量以各种简明扼要的形式如柱状图、饼状图、曲线图等加强分析，帮助经理做好财务控制。

2、严格规范、有效管理前面说过，我们公司管理的大前提是预算制管理，而制度仍处在不断的完善和修改之中，需要大家共同努力，有了制度就一定要执行，不要流于形式，否则还不如不要制度。管理制度对公司大系统需要、对销售部小系统也同样需要，对规范个人的行为、了解员工动向非常有用。如医药代表日报表、周报表的填写，经理通过其规范的报表很容易就能发现问题，并及时加以追踪解决。

对于年度计划，要将目标计划分解到每个季度、每个月、每一天、每个医药代表、每个医院、每个科室、每个医生，并认真思考要通过哪些通路、方法来达到目标。目标分解了就成了任务，任务是必须要完成的。

要加强目标管理和时间管理，同时经理们要严格要求对自己的管理，要以身作则，才能带好团队。比如，如果经理自己睡懒觉，有怎能要求员工按时上班和勤奋工作?管理是要付出成本的，是成本就一定要出效益。下一步我们正在考虑上erp系统，来简化管理的程序和提高管理的效率和质量。

3、人力资源管理首先有一个用人标准的事情，我们一直倡导合适的就是最好的，不一定最优秀的就是最好的，在选人用人上，还要注重员工的忠诚度和专业性。

其次在形式表现上，员工的工作能力如开发医院情况，工作效率和工作饱和度也是需要着重考虑的方面。

最后要通过培训，采取不同策略，把医药代表个人资源与公司资源进行有效组合，达到整合资源，发挥团队优势的目的。

在市场人员运用策略上，对于枪手的运用在现在特定的阶段，可以予以考虑，但必须事先向公司声明。

在对医药代表的培训上，主要从三个方面来进行，一是培养大家一个良好的工作习惯，通过经理的榜样作用，加强管理;二是通过召开会议如周会、系统的培训会议来全面对他们进行知识和技能的培训;三是通过市场运营过程中的传帮带，利用辅助性和协同性拜访，带好团队。只有让所有员工的长期目标和短期目标与公司的目标统一起来，涉及到现实的收益、成长的空间、实际能力的提高等诸多方面，只有在过程中不断地兑现和满足大家，才能团结稳定队伍并不断地吸引更多的人才加盟我们的事业。

4、市场策略各省经理对市场都有不同的感觉，经验固然重要，但它并不是成功的必然。只有将感性和理性结合起来，理论与实践相统一，在市场直觉的基础上，加上科学的分析和研究，这样得到的成功才是一种必然。

要学会分析市场，分清主要矛盾与次要矛盾，主要矛盾的主要方面与次要方面，抓住重点，才能有效地开展工作。比如湖北市场，由于网络很熟，开发进医院可能相对比较容易，但临床跟进比较缺乏，所以，下一步的重点就要适当向临床上倾斜，包括招聘临床工作人员等;而湖南市场相对来说，医院开发力量较弱，所以在招聘人员的时候，必须考虑到开发能力和临床维护能力都很强的人。不同的市场，不同的环境，需要采取不同的策略。

在市场推广方面一定要抓住一个中心，结合主要与次要矛盾，有效避免东一榔头，西一棒槌的事情发生。

带金销售是目前市场上普遍应用的主要手段，但绝对不是唯一的手段。从医药行业发展的趋势来看，只有能为医生全方位提供解决方案，专业化、学术化才是未来的方向。我们只有综合运用这些手段，抢占先机，才能走在别人的前面。所以，现阶段首先必须从意识上上升到一种高度，体现出我们专业化、规范化的形象，有效整合各种资源和方法，有系统、有计划地去做市场推广，通过正确的市场策略的运用，来达到我们建设队伍、营建网络的目的。

5、物流管理一是货物风险的问题，各省级销售部必须注意政策性风险和窜货的风险，加强风险管理的意识，做到预先统筹，以避免临时抓瞎。

再一个就是货物周转率，必须时刻与经销商、医院进行沟通，随时了解它们的存货状况，发现问题，找到问题产生的原因，及时采取办法加以解决。

三、明确目标，分解任务各省级销售部在进行目标分解的过程中，既不要保守，也不要画饼充饥，要本着实事求是、务实的态度，用经验值和科学相结合的方法，确定每个区域合理的、可实现的目标。

在目标确定之后，分解到人，到医院，到每季度、每月、每天。在这里，我要强调贯彻“事事落实，事事督导”这八个字，事事落实就是要既事事落实到人，也要事事落实到时间;事事督导就是要实行财务督导、层层督导和相互督导。通过加强过程的管理和监控，来确保目标的达成。

**精选销售总监述职报告完整版如何写三**

一、综述：作为任何一个以营利为目的的单位来说——只有销售部才是的赢利单位，其它的都部门均为成本单位。而我们公司的销售部充其量也只能算是销货部，以目前家具市场的竞争激烈程度来看，销售部必需升级，从被动销售升级为有科学计划、有执行标准、有量化考核的主动销售。

二、销售队伍的建设：用人所长无不用之人，用人所短无可用之人。将现有员工进行重组，老员工是我们的财富，他们对客户熟悉、对本厂的运作流程熟悉、对市场也有一定的了解，能较好的减少架构改革对客户的影响，只需按照公司计划的架构重组、划分各职权即可。重要的是制定可执行的标准或要求，让他们知道主动销售的方法和技巧。同时做好相关人员的招募、培训、筛选、储备工作;

三、销售部门的职能：

1、进行市场一线信息收集、市场调研工作;

2、分析市场状况、需求分析，正确作出市场销售预测，为库存生产提供科学的依据;

3、制定月、季、年度销售计划，计划的参考依据为今年和去年的同期销售统计数据;

4、汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议

5、把握重点客户，控制产品的销售动态;

6、营销网络的开拓与合理布局;

7、建立、完善各级客户资料档案，保持与客户之间的双向沟通;

8、潜在客户以及现有客户的管理与维护;

9、配合本系统内相关部门作好推广促销活动;

10、按照推广计划的要求进行货物陈列、宣传品的设计、发放;

四、关于品牌：“英”品牌建立时间较久，有一定的先入为主的优势。这个优势将继续扩大。另外的独立品牌要做出差异化，在产品风格、装修氛围和受众方面要有准确的定位。差异化体现在产品、装饰、饰品等方面，产品方面就包括了材料、结构、元素等，我们不光要学习，还要超越。

五、渠道管理：由原来的散货向专卖升级，这也是这次改革的主要目的，充分利用现有的客户资料，优化经销商的构成，从夫妻店、个体户向集体单位、集团单位升级，慢慢向地区、省、市总经销发展。这并不遥远，只要我们的产品品质和服务经得起客户的检验，做深层次的沟通，自然会有大客户感兴趣。有赚钱的机会，就会有发现它的人，问题是我们要把机会准备好。

六、信息管理和利用：现在有两千多家(外商八百多家)经销商、家具卖场、商场的联系信息，因职权不明，还没能好好的划分利用。另有全国各区域人口、经济资料统计、全国百强县排名等。还有网上收集的卖场招商信息、主动联系有专卖意向的客户资料等。这些都是做市场的珍贵资料，由于销售部被动等客的惯性思维和领导层的决策等原因，这些东西都被放在抽屉里了，很可惜。要充分利用，更快、更准的确定目标市场和目标客户。

七、关于传播：报刊媒体方面目前非常弱，只有广州家具报一家在做，而且可以赠送的软文也没有做，浪费。另外，通过博客的推广，有些家具类报社近期有一些文章见报，对品牌的建设有一定的推动。网络上的传播由于近段时间一直持续的做推广，起到了较好的效果，家具论坛有四个广告位在宣传，该论坛注册人数二十多万。其它网站也互换了三个广告已经发布，另外在搜狐的家具博客浏览人数已达四万多人，搜房网博客三万多人次，常有文章被推荐到头版。本公司网站的浏览量已达到了近两万人次，还有其它十来个在做推广的平台流量没统计，总量当在二十万左右。当然，客户看了不一定就能转化成购买，推广的目的是让更多的人知道我们的品牌，形成口碑。由于没有其它的宣传途径，所以网络宣传还是要加大力度。

**精选销售总监述职报告完整版如何写四**

职责

1、负责大区客户的开发、关系维护和良好沟通;

2、负责区域内渠道建设、维护、更新、管理，及时沟通反馈代理商、分销商信息;

3、收集潜在目标客户信息，负责完成销售任务量、招商数量、专卖店数量、分销网点数量等;

4、负责区域内空白区域招商及代理商优化，帮代理商开发分销商、协助代理商操作好当地市场;

5、持续掌握代理商情况，保持与代理商的紧密联系，做好代理商与公司之间的信息沟通传达;

6、收集一线市场信息，定期向公司反馈区域市场环境变化及竞争对手动态，为公司高层提供准确的决策依据。

任职资格

1、高中及以上学历，相关专业毕业;有智能锁行业工作经验优先;

2、有2年以上销售工作经验，有区域开发客户经历;

3、具有独立客户开拓能力、公关能力、谈判能力;

4、要求完成每月公司交办的绩效;具有良好的团队意识;

5、身心健康，有事业心，勤奋踏实，具有开拓精神，诚实守信;

**精选销售总监述职报告完整版如何写五**

一、综述：作为任何一个以营利为目的的单位来说——只有销售部才是的赢利单位，其它的都部门均为成本单位。而我们公司的销售部充其量也只能算是销货部，以目前家具市场的竞争激烈程度来看，销售部必需升级，从被动销售升级为有科学计划、有执行标准、有量化考核的主动销售。

二、销售队伍的建设：用人所长无不用之人，用人所短无可用之人。将现有员工进行重组，老员工是我们的财富，他们对客户熟悉、对本厂的运作流程熟悉、对市场也有一定的了解，能较好的减少架构改革对客户的影响，只需按照公司计划的架构重组、划分各职权即可。重要的是制定可执行的标准或要求，让他们知道主动销售的方法和技巧。同时做好相关人员的招募、培训、筛选、储备工作;

三、销售部门的职能：

1、进行市场一线信息收集、市场调研工作;

2、分析市场状况、需求分析，正确作出市场销售预测，为库存生产提供科学的依据;

3、制定月、季、年度销售计划，计划的参考依据为今年和去年的同期销售统计数据;

4、汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议

5、把握重点客户，控制产品的销售动态;

6、营销网络的开拓与合理布局;

7、建立、完善各级客户资料档案，保持与客户之间的双向沟通;

8、潜在客户以及现有客户的管理与维护;

9、配合本系统内相关部门作好推广促销活动;

10、按照推广计划的要求进行货物陈列、宣传品的设计、发放;

四、关于品牌：“英”品牌建立时间较久，有一定的先入为主的优势。这个优势将继续扩大。另外的独立品牌要做出差异化，在产品风格、装修氛围和受众方面要有准确的定位。差异化体现在产品、装饰、饰品等方面，产品方面就包括了材料、结构、元素等，我们不光要学习，还要超越。

五、渠道管理：由原来的散货向专卖升级，这也是这次改革的主要目的，充分利用现有的客户资料，优化经销商的构成，从夫妻店、个体户向集体单位、集团单位升级，慢慢向地区、省、市总经销发展。这并不遥远，只要我们的产品品质和服务经得起客户的检验，做深层次的沟通，自然会有大客户感兴趣。有赚钱的机会，就会有发现它的人，问题是我们要把机会准备好。

六、信息管理和利用：现在有两千多家(外商八百多家)经销商、家具卖场、商场的联系信息，因职权不明，还没能好好的划分利用。另有全国各区域人口、经济资料统计、全国百强县排名等。还有网上收集的卖场招商信息、主动联系有专卖意向的客户资料等。这些都是做市场的珍贵资料，由于销售部被动等客的惯性思维和领导层的决策等原因，这些东西都被放在抽屉里了，很可惜。要充分利用，更快、更准的确定目标市场和目标客户。

七、关于传播：报刊媒体方面目前非常弱，只有广州家具报一家在做，而且可以赠送的软文也没有做，浪费。另外，通过博客的推广，有些家具类报社近期有一些文章见报，对品牌的建设有一定的推动。网络上的传播由于近段时间一直持续的做推广，起到了较好的效果，家具论坛有四个广告位在宣传，该论坛注册人数二十多万。其它网站也互换了三个广告已经发布，另外在搜狐的家具博客浏览人数已达四万多人，搜房网博客三万多人次，常有文章被推荐到头版。本公司网站的浏览量已达到了近两万人次，还有其它十来个在做推广的平台流量没统计，总量当在二十万左右。当然，客户看了不一定就能转化成购买，推广的目的是让更多的人知道我们的品牌，形成口碑。由于没有其它的宣传途径，所以网络宣传还是要加大力度。

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！