# 关于度销售团队述职报告简短(三篇)

来源：网络 作者：柔情似水 更新时间：2025-05-13

*关于度销售团队述职报告简短一团队建设的核心是参与和共赢。团队的参与特征体现在团队的项目协作上，团队中每一个成员都能没有任何顾忌的发表自己的意见，在一种和谐的氛围中，共同研究解决问题的方案，依据方案完成项目的销售工作。团队的共赢体现在团队成员...*

**关于度销售团队述职报告简短一**

团队建设的核心是参与和共赢。团队的参与特征体现在团队的项目协作上，团队中每一个成员都能没有任何顾忌的发表自己的意见，在一种和谐的氛围中，共同研究解决问题的方案，依据方案完成项目的销售工作。团队的共赢体现在团队成员都能够在其他成员的协助下快速成长，并且能取得更好的销售业绩，从而获得满意的经济收入。

(二) 销售团队定位与总体目标

销售团队要有团队定位及团队目标。团队定位视团队成员的能力而有所不同，团队目标依据团队定位的差异可进行一定调整。

团队建设规划

1、建立团队文化的几点要素

(1)成就的认同。

(2)互相协作，不推诿，不抱怨。

(3)有共同地切实可行的业务目标和实行路线。

(4)竞争，团队内部的竞争以及团队之间的竞争。

2、建立共同目标观念

(1)每个团队的成员必须相信，当公司获利时，他们也会得利。他们必须相信，当区域的运作顺利时，他们也是赢家。

(2)安排有赢家的善意竞争，但如果达成目标的话，就不要有牺牲者。

(3)内部竞争是健康的，不是特别指明某个业务员对抗另一个业务员。

(4)鼓励团队中的成员一起努力。要他们彼此帮忙，平衡优缺点。

(5)销售团队中任何人的杰出表现都要让公司本部知道。

(三) 团队建设

团队的建设对于销售提供最基础的保障。团队名称：昆山杰德光环境集团-销售(龙、虎、豹、狼)队

团队成员：销售经理和销售工程师

销售团队职责：主要负责联系区域内设计院、钢构公司、建设公司以及业主等客户，洽谈客户，维护客户以及产品推广工作。

(四)成员职责

1.销售经理

a职位内容

1)不折不扣地完成上级领导制定的销售拓展目标以及团队业绩要求;

2)在销售总监的工作部署下，制定本区域的季度计划和月度计划，确认重点目标客户，并在销售工程师协助下完成所有指定目标客户的跟进和维护;

3)不断建立和完善区域内的销售网络，带领和督促销售工程师达到既定销售目标;

4)完善区域内重点项目的跟进工作，完成大型钢构公司以及重点设计院的跟进和维护;

5)勇于探索和创新，善于将自己和销售工程师的工作经验加以归纳和提升，向上级领导提供可行性建议。

b组织建设

1)根据销售推广需要，建立并不断充实和调整本区域销售团队队伍，完成销售工程师的销售培训，促使销售工程师在业务能力上尽快成长;

2)努力提高本区域核心客户的维护效率，并指导销售工程师提高本区域内目标客户跟进范围和跟进深度;

3)在公司原则的基础上，公平合理的对销售团队成员进行评估和激励，努力提高团队的凝聚力和工作活力;

4)根据公司提供的培训资料，实地培训销售工程师人员以提高其销售技巧;

5)在上级的培训和指导下，不断提高自己的销售技巧和工作能力。

2.销售工程师

a职位内容

1)负责区域内目标客户的开发，并完成季度及年度销售任务;

2)负责公司客户维护，与客户保持日常沟通，挖掘客户需求，开拓新的业务机会;

3)配合销售经理完成公司要求的其他工作。

b任职要求

1)大专以上学历，至少一年销售工作经验，能力特别突出者可放宽。

2)对财富及成就感拥有强烈欲望，并将其转化为积极主动的执行力。

3)责任心强，富于工作激情和热情，勇于面对压力，并积极的寻找解决办法。

4)学习及探索能力强，可迅速适应全新的行业领域及业务模式，善于捕捉潜在的市场机会。

**关于度销售团队述职报告简短二**

是一家方便面企业的销售经理，自他担任该职务3年以来，每年的销售工作计划便成为了他的“必修课”，他的销售计划不仅文笔生动，描述具体，而且还往往理论联系实际，策略与实战并举，数字与表格齐下，很好地指导了他的营销团队，使其按照年度计划有条不紊地开展市场推广工作，在不断修订和检核的过程中，取得了较好的引领效果，那么，李经理的年度销售计划是如何制定的呢?它又包括哪几个方面的内容?

一、市场分析。

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

二、营销思路。

营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的“精神”纲领，是营销工作的方向和“灵魂”，也是销售部需要经常灌输和贯彻的营销操作理念。针对这一点，李经理制定了具体的营销思路，其中涵盖了如下几方面的内容：

1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现“两高一差”，即要坚持“运作差异化，高价位、高促销”的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

三、销售目标。

销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，因此，科学、合理的销售目标制定也是年度销售计划的最重要和最核心的部分。那么，李经理是如何制定销售目标的呢?

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。

比如，李经理根据企业方便面产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)：b(平价、微利上量产品)：c(低价：战略性炮灰产品)=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

四、营销策略。

营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有力保障。李经理根据方便面行业的运作形势，结合自己多年的市场运做经验，制定了如下的营销策略：

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行“一套价格体系，两种返利模式”，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源。

五、团队管理。

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划。

比如，20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

2、团队管理，明确提出打造“铁鹰”团队的口号，并根据这个目标，采取了如下几项措施：

一、健全和完善规章制度，从企业的“典章”、条例这些“母法”，到营销管理制度这些“子法”，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员“三个一”日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

二、强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

三、严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的“铁血团队”。

六、费用预算。李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源“好钢用在刀刃上”，以求企业的资金利用率达到最大化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了“铁鹰”团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了“铁鹰”打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

**关于度销售团队述职报告简短三**

是一家方便面企业的销售经理，自他担任该职务3年以来，每年的销售工作计划便成为了他的必修课，他的销售计划不仅文笔生动，描述具体，而且还往往理论联系实际，策略与实战并举，数字与表格齐下，很好地指导了他的营销团队，使其按照年度计划有条不紊地开展市场推广工作，在不断修订和检核的过程中，取得了较好的引领效果，那么，李经理的年度销售计划是如何制定的呢?它又包括哪几个方面的内容?

一、市场分析

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

二、营销思路

营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的精神纲领，是营销工作的方向和灵魂，也是销售部需要经常灌输和贯彻的营销操作理念。针对这一点，李经理制定了具体的营销思路，其中涵盖了如下几方面的内容：

1、树立全员营销观念，真正体现营销生活化，生活营销化。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现两高一差，即要坚持运作差异化，高价位、高促销的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。

营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

三、销售目标

销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，因此，科学、合理的销售目标制定也是年度销售计划的最重要和最核心的部分。那么，李经理是如何制定销售目标的呢?

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，李经理根据企业方便面产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)：b(平价、微利上量产品)：c(低价：战略性炮灰产品)=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。

销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

四、营销策略

营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有力保障。李经理根据方便面行业的运作形势，结合自己多年的市场运做经验，制定了如下的营销策略：

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行一套价格体系，两种返利模式，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

4、促销策略，在高价位、高促销的基础上，开创性地提出了连环促销的营销理念，它具有如下几个特征：

(1)、促销体现联动，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。

(2)、连环的促销方式至少两个以上，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。

(3)、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场动销，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

(4)、服务策略，细节决定成败，在人无我有，人有我优，人优我新，人新我转的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了5s温情服务承诺，并建立起贴身式、保姆式的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。

通过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

五、团队管理

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划，比如，20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

2、团队管理，明确提出打造铁鹰团队的口号，并根据这个目标，采取了如下几项措施：

(1)健全和完善规章制度，从企业的典章、条例这些母法，到营销管理制度这些子法，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员三个一日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

(2)强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

(3)严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的铁血团队。

六、费用预算

李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源好钢用在刀刃上，以求企业的资金利用率达到化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了铁鹰团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了铁鹰打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

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！