# 2024年销售业务员述职报告(精)(9篇)

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2025-05-14

*20\_年销售业务员述职报告(精)一一、检讨与愿景20xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜。市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多...*

**20\_年销售业务员述职报告(精)一**

一、检讨与愿景

20xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜。市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多直接或间接的费用，而看起来对市场没什么帮助。

但在公司领导高层的支持和我们不断地学习中，在后几个月的工作中也探索我们的生存和发展之路，在与各分公司的市场活动，公司资源整合过程中，不断进步。

二、工作思路

1、明确工作内容

首先就必须让市场部从围绕销售部转、担当销售内勤的角色中快速转变过来，从事务型的办公室职能里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、驻点营销

驻点市场的推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片面看法。

市场部驻点必须完成六方面的工作：

a、通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案。

b、搜集竞争品牌产品和活动信息，捕获市场消费需求结合行业发展趋向，提出新产品的开发思路。

c、指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展。

d、针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

e、及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力。

f、在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验，及时推荐给市场复制。

3、与销售部强强联合，成立品牌小组

市场部要在市场一线真正发挥作用，除了调整市场部定位及提升市场部自身服务水平外，还离不开销售部门的支持和配合。如果得不到市场一线的认可和有效执行，即使再好的方案，最终也只能是一纸空文。由市场部和销售部两部门的主管和骨干组成品牌小组，由市场部确定活动企划方案，再由品牌小组成员发表意见，主要对方案提出看法和改进建议，对于需进一步修改完善的方案，由市场部负责调整。对于会议讨论通过的方案，交销售部执行，由品牌小组负责跟踪执行进度和效果。而公司的态度和做法，决定了市场部能否与销售部实现共融和共荣。

三、管理团队

1、合理配置人员：

a市场信息管理员一名负责市场调查、信息统计、市场分析工作。

b策划人员一名负责新产品推广策划、促销策划、广告语提炼和资料汇编。

c宣传管理员一名负责宣传方案制定、广告宣传活动现场执行。

2、充分发挥人员潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

3、严格按照公司和营销部所规定的各项要求，开展本部门的工作，努力提高管理水平使市场部逐步成为执行型的团队。

4、协调部门职能，主动为各分公司做好服务工作。

四、市场分析

1、竞争激烈

几年来，公司同仁辛勤而有效的市场运作，取得了丰富的市场经验，建立了较为完善的市场营销网络，为公司进一步开拓市场打下了坚实的基础。但由于同行业某些同类产品的成功的市场开发，使威科产品在市场竞争中变的前进艰难。

2、整合资源

公司也有较强的人才优势，在科研开发、销售公关、企业管理、财务及法律方面，集中了一大批优秀人才，为公司的发展和市场的开拓提供了保证。

五、品牌推广

公司产品经过多年的市场运作，已具备了一定市场竞争优势，为了能够讯速有效的扩大我们产品的市场份额，并获得长久的发展，我们将以公司的发展战略为核心，从产品的品牌形象、产品定位、市场网络建设、市场推广等四个方面系统规划品牌推广策略。

1、品牌形象

为了打造品牌形象，建议我们公司的所有系列产品统一使用该品牌。不同类型的系列产品采用不同的包装策略。（特殊市场除外）

2、产品定位

根据目前市场现状，随着产品的更新换代、新系列产品的推出和销售区域的情况变化，为提高与同类产品的竞争优势，扩大市场份额，在保证利润的同时，建议逐步调整产品价格，采用中、低价格策略，增加产品竞争力

3、网络建设

销售渠道是企业的无形资产，多年的市场运作、网络的初步形成，网络建设仍将作为公司未来发展的重点工作，努力加强乡镇网络的建设，主动发展新的经销商，使销售网络更趋稳定。进一步开发重点养殖区的经销商和大型养殖户，扩大市场范围。

4、市场推广

a、主动利用公司各种有价值的资料。

b、在全国性的专业报刊、杂志或电视媒体上刊登广告和文章，扩大产品知名度。

c、主动参加全国性大型行业会议及与各地经销商联合举办多种形式的技术讲座、用户座谈、产品推广等会议，宣传展示公司与产品。

d、利用多种形式与经销商开展促销活动，促进产品销量。

e、在一些养殖重点地区配合经销商做一些墙体广告。

f、定期举办不同程度的有奖销售活动，提高产品的销售量，形式可多种多样。

g、制作广告衫和pop张贴广告广泛张贴宣传公司的产品，扩大品牌影响。

h、夏季在养殖小区进行电影循环播放，宣传公司文化。

六、工作进度

第一季度：

1、确定本年度的广告宣传策略。

2、结合市场情况制定出活动计划。

3、抓好市场信息和客户档案建设。

4、策划好经销商年会。

5、完成墙体广告的设计计划。

6、策划推出春节有奖销售活动。

第二季度：

1、策划推出二季度促销活动。

2、配合分公司推出市场活动。

3、参加全国性的行业展会一次。

4、配合各分公司做好驻点营销工作。

5、 夏季文化衫的设计制作。

第三季度：

1、夏季电影宣传工作计划安排落实。

2、文化衫的发放。

3、制作pop张贴广告广泛宣传配合电影放映。

4、策划开展旺季上量产品的促销推广。

第四季度：

1、两节促销的落实开展。

2、挂历、年历的制作与发放。

3、跟踪各分公司和经销商年度目标的完成情况。

4、完成目标市场墙体广告的100%投放。

5、做好全年工作的总结。

七、资源配置

1、配备车辆一部，音响、话筒、功放一套、数码相机一台。

2、需要把市场活动经费由市场部统筹安排。

3、各分公司的促销、新品推广、大型市场活动要报营销总监批准后由市场部统一协调开展。

**20\_年销售业务员述职报告(精)二**

软件产品销售合同（一）

合同编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲方（出卖人）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定住址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

委托代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

通讯地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电子信箱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方（买受人）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定住址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

委托代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

通讯地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电子信箱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

根据《中华人民共和国民法典》及其他有关法律、法规，经甲、乙双方协商一致，由甲方按乙方提出之要求，提供以下软件产品及服务，具体内容如下：

第一条合同标的

软件名称为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_，软件版本号为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

该软件系统使用数据库为\_\_\_\_\_\_\_\_\_，用户数为\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。

第二条产品质量、技术标准

按下列第\_\_\_\_\_\_\_\_\_项执行：

（1）国家标准；

（2）行业标准；

（3）企业标准；

（4）甲、乙双方商定的其他质量、技术要求，具体内容为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第三条产品包装标准

按下列第\_\_\_\_\_\_\_\_\_项执行：

（1）国家或业务主管部门有关技术规定；

（2）甲、乙双方商定的其他标准，具体内容为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第四条出卖人承诺

1.甲方承诺本合同软件由原厂商供应并完全符合厂商规定的质量、规格、性能及标准，甲方并保证本合同软件在正确安装、正常使用和维护的情况下运行良好。

2.甲方向乙方承诺以上软件产品系经严格测试、成熟稳定、无病毒及重大缺陷的软件产品。

3.甲方承诺以上产品无任何著作权归属的纠纷，并承诺以上产品皆为可执行的软件产品，未在其中设置任何妨碍软件正常运行的限制措施。

4.其他承诺：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第五条配合

1.甲方应为乙方提供相关软件产品及相应的技术文档，有责任对乙方相关人员进行管理、操作、使用及技术培训。

2.乙方应按甲方要求提供合同所规定的软件产品所需的硬件设备及硬件环境，并有责任为甲方提供便利的工作条件。

3.乙方有责任为甲方的实施工作进行内部各部门、各营业部的协调，调动相关资源，配合甲方按进度完成项目实施。

4.乙方有责任按甲方要求与相关第三方沟通。

第六条验收

1.乙方应在系统实施完毕后一周内进行验收。若乙方届时未提出拒绝验收的合理理由，则视为乙方已验收合格。

2.验收标准：验收的内容及功能以甲方提供的手册为准。

3.甲方在接到乙方书面异议后，应在\_\_\_\_\_\_\_\_\_天内负责处理，否则，即视为默认乙方提出的异议和处理意见。

第七条货款支付

1.乙方应付给甲方以下款项\_\_\_\_\_\_\_\_\_，共计人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_（大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_）元。

2.甲乙双方确定后当日预付定金\_\_\_\_\_\_\_\_\_％（人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元整）。

3.软件安装当日，乙方付给甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_％（人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元整）。

4.甲方须于收到乙方款项后三个工作日内，将合法的报销凭据提供给乙方。

第八条结算方式

按下面第\_\_\_\_\_\_\_\_\_方式汇至乙方帐户：

（1）支票；

（2）银行汇票；

开户名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_；开户行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第九条买受人的使用

乙方应当按甲方所提供的相关软件的操作手册进行操作，以确保系统运行安全可靠。

第十条售后服务

1.甲方承诺对乙方提供24小时不间断电话技术支持服务。

2.当出现电话技术支持及远程维护所不能解决的交易系统重大事故时，甲方相应技术支持人员应当在最短时间内进行现场处理。

3.若乙方将来改用或增用第三方产品，甲方应提供必要的支持。乙方改用第三方产品时，本合同即终止。

4.如因主管机关变更交易规则或数据接口，在乙方按时支付合同价款及维护费的情况下，甲方应保证在规定的最后期限前完成对甲方软件产品的修改。

5.对于乙方在使用甲方相关软件产品过程中产生的个性化需求及由此产生的定制化开发要求，乙方应向甲方售后服务机构提出。甲方应及时给以评估和答复，必要时另行立项开发。

6.从合同涉及的软件产品投入使用之日起，相关服务及维护溶于柜台系统，但因乙方自身原因造成系统不能正常运行，要求甲方提供服务，甲方所产生的费用由乙方承担。

第十一条版权

1.对甲方提供的技术资料，乙方应负责保密并保证以本合同约定的方式使用，乙方的此项责任并不因本合同的终止及无效而解除。

2.甲方对合同涉及的软件产品及相关文档拥有独立版权。乙方不得许可第三方使用或作他用，并不得向第三方公开及转让。

3.乙方不得自行复制、仿制相关软件产品，并不得使用于本合同未涉及的其它地点。

4.乙方不得对软件自行修改，对修改后软件的使用效果甲方不作质量保证，并且乙方亦不得向任何第三方提供修改后的版本。

第十二条逾期责任

1.乙方应按合同约定支付价款，逾期支付超过10天的，乙方每日应按迟延付款金额的万分之\_\_\_\_\_\_\_\_\_向甲方支付违约金。

2.如因甲方的原因造成不能按合同期限完成实施，超过10天的，甲方按迟延一日支付合同金额万分之\_\_\_\_\_\_\_\_\_向乙方支付违约金，但承担额不超过合同金额的\_\_\_\_\_\_\_\_\_％。

第十三条声明及保证

甲方：

1.甲方为一家依法设立并合法存续的企业，有权签署并有能力履行本合同。

2.甲方签署和履行本合同所需的一切手续（\_\_\_\_\_\_\_\_\_）均已办妥并合法有效。

**20\_年销售业务员述职报告(精)三**

a、福建/江苏xx年任务额：，总销售额元，完成率%；

b、江苏工程客户，xx年总销售额，占总销售额%；

c、福建现有客户提货上10w的占总销售额的%，其他%；

工程客户，xx年总销售额元，占总销售额%；漳州重点客户，靠关系做工程，需求大，对产品性能（型材，配件要求高）特别是供货速度；来自其他锌钢品牌，价格竞争压力，计划着手渠道市场扩大产品品牌影响力。

渠道客户，xx年总销售额元占总销售额%；原本做不锈钢，玻璃加工，现门店主营锌钢加工半成品方式销售（价格55元/平方），福州市有两家做锌钢加工（原本是做金为锌钢）市场各占一半，都是加工销售半成品，市场难以扩大，但较之年，年市场明显好转，对此需要传达公司核心营销政策，做好产品销售引导工作，实现批发材料为主。

a、9月接手福建市场，考虑沿海腐蚀性强，护栏产品以铁艺，不锈钢为主，锌钢推广较少，锌钢楼盘较少，工程市场有潜力，以漳州为例，找到合适的人价格不是问题，产品不是问题销量不是问题

b、关于渠道市场，护窗家家户户都要装的安全产品，特别是沿海经济发达的城市，以室内护窗为主，单一的不锈钢很难满足消费者追求档次的需求，市场是有潜力的。

首先感谢公司对每个业务员的培养，在公司学习到先进的营销理念以及实战的机会。从了解公司品牌化运作模式来，深刻领悟到品牌的影响力及走可持续发展路线。以往的单纯销售产品逐步拓展到销售产品的附加值。市场就是一个巨大的舞台，好的产品是一个媒介，以产品为载体，通过媒体，产品本身优势，服务来增加产品的附加值，提高了产品在消费者心中的档次，在一定程度上增加产品的价格。我们金为公司不单单卖的是产品，我们为客户提供的是系统的工程服务，以及怎么样把产品销售出去的一套营销方案。我的销售生涯不在单单是单单卖产品，是帮助客户赚钱的顾问，我相信凭借公司领导的先进理念，营销政策的支持，厂部的规模，质量的优势，不断研发的专利技术，同时，集体员工齐心协力奋发向上，金为公司将横扫同行锌钢，xx新的一年，新的开始，让锌钢走向品牌的路线。

**20\_年销售业务员述职报告(精)四**

自从开始从事销售工作，在领导的带领和帮助下，加之全科职工的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，现将今年销售工作总结如下：

一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作

作为一名销售业务员，自己的岗位职责是：千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；努力完成销售管理办法中的各项要求；负责严格执行产品的出库手续；积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；严格遵守厂规厂纪及各项规章制度；对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量职工工作好坏的标准，自己在从事业务工作以来，始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，一年来，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其他区域业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。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。

二、明确任务，主动积极，力求保质保量按时完成

工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不能马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善。

三、正确对待客户投诉并及时、妥善解决

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以业务员应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照厂制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

四、认真学习我厂产品及相关产品知识

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对厂生产的产品的用途、性能、参数基本能做到有问能答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、安装。

**20\_年销售业务员述职报告(精)五**

甲方(用人单位)名称：地址：

乙方(劳动者)姓名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_居民身份证号码：联络方式：紧急状态联络人：联络方式：

订立时间：

甲乙双方根据国家及运城市等相关法律、法规、规章的规定，在平等自愿、协商一致的基础上，同意订立本劳动合同，共同遵守本合同所列条款。

一、概况

1、乙方确认已经了解并愿意遵守甲方的现行的各种规章制度、管理办法。

该规章制度及管理办法作为本合同附件，与本合同具有同等法律效力。

2、乙方确保如实告知了甲方自身的各种情况，如有欺瞒则甲方可随时解除此合同，且甲方不必承担任何违约责任。

3、双方约定的联系地址及邮编为(用于通知及信息的送达)：

乙方：

甲方：

双方若有送达地址(或联络方式、紧急状态联络人)发生变更，应于三天内书面通知对方。

由于未履行告知或不告知导致无法送达，由其自行承担责任。

二、合同期限

本合同期限:从\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日，其中试用期从\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日。

三、工作内容和工作地点

1、根据甲方工作需要，乙方同意从事\_销售及销售管理\_\_岗位工作，主要负责在公司的授权范围内进行公司产品营销及管理等工作。

2、乙方应按照甲方的要求，按时完成规定的工作数量，达到规定的质量标准，具体要求甲方另行通知或双方另行签订协议。

3、乙方同意在甲方安排的工作地点\_\_\_\_\_\_\_\_\_从事工作。

4、因工作需要，经双方协商一致，可以调整乙方的工作内容和工作地点。

四、劳动报酬

1、双方约定乙方月合同工资标准(税前)为。

2、乙方薪酬福利标准、薪资结构及计发办法以甲方文件为准。

3、甲方实行新的工资制度或对乙方岗位调整时，乙方工资按新的制度和调整后的岗位工资标准执行。

五、社会保险

甲方按国家和市有关社会保险的法律、法规和政策规定，结合乙方的要求，为乙方缴纳社保。

乙方要求以甲方员工名义参加社保的，属个人缴纳部分，由甲方在乙方工资中代为扣缴;乙方要求自行解决或放弃社保的，甲方不再承担相关费用，由此引起的一切责任由乙方自行承担。

六、劳动纪律及考核

1、乙方必须遵守国家法律、法规和甲方依法制订的规定(章)制度和《员工手册》(含甲方母公司集团发布的与甲方有关的规章制度，下同)。

甲方的各项制度内容一旦公示后，视作乙方明确该制度内容并承认其生效。

2、甲方根据销售政策及相关规章制度对乙方进行考核或处置，乙方对甲方的考核或处置决定不认可的，须在知晓该决定后三日内以书面形式向甲方人力资源部提出申诉，逾期不提出申诉意见者，视同为确认该考核或处置决定。

七、工作时间及休假

1、甲方安排乙方执行以下第种工时制。

a、标准工时制;b、不定时工作制。

2、乙方参加各种教育培训、工作会议时，应严格遵守考勤要求，如有违规，按照甲方《考勤与休假管理制度》、《奖惩管理制度》、《回司培训管理办法》及其它相关制度执行。

3、甲方因工作需要，有权对乙方的工作班次和休息日进行合理调整和安排。

4、甲方安排乙方在国家法律法规规定的节假日进行休假。

八、保密要求

1、乙方承诺对甲方产品、业务或与业务有关的技术秘密、技术信息和经营信息(包括有关客户及合同、销售政策、产品价格等)，除非获甲方书面授权，乙方不得以任何方式泄漏给甲方以外或甲方内部无关的人员，也不得将任何信息用于自营或为第三方经营与甲方有竞争的事务。

2、乙方因工作需要所持有或保管的一切记录甲方信息的文件、资料、图表、笔记、报告、信件、传真、磁带、磁盘、仪器以及其他任何形式的载体，均归甲方所有，而无论这些信息有无商业的价值。

乙方承诺离职前的15天内，或甲方提出请求时，全部返还给甲方。

3、乙方违反保密义务的，即构成严重违反劳动纪律及劳动合同，甲方有权解除劳动合同，不给予任何补偿。

乙方违反保密义务给甲方造成损失的，甲方有权要求其赔偿并保留向其追究其他法律责任的权利。

九、劳动合同的解除

乙方有下列情形之一的，甲方可以解除劳动合同，并不予以经济补偿，其它相关解除合同规定，依法律、法规的规定办理。

1、在试用期间被证明不符合录用条件的。

乙方如出现下列情形的，将被视为不符合录用条件，包括但不限于：

a、乙方未能按照甲方要求，完成指定的工作内容、工作指标及工作任务，试用期考核不合格的;

b、乙方向甲方提供的个人资料(包括身份证明、学历证明、个人简历、离职证明等)是虚假或伪造的;

c、乙方应聘前患有精神病、传染性疾病及其他严重影响工作的疾病而在应聘时未声明的;应聘前曾受到其他单位记过、留厂查看、开除或除名等严重处分、或者有吸毒等劣迹而在应聘时未声明的;应聘前曾被劳动教养、行政拘留或者依法追究刑事责任而在应聘时未声明的;

d、乙方自到岗之日起三十天内，如无特殊原因，未能向甲方提供办理录用手续必需的有效材料(包括离职证明、人事资料表、相关毕业证书复印件等)。

2、乙方严重违反甲方劳动纪律和规章制度的。

3、乙方严重失职，营私舞弊，对甲方造成3000元(含)以上重大经济损失或在社会公众中损害公司形象的。

4、乙方同时与其他用人单位建立劳动关系。

5、乙方以欺诈、胁迫的手段或乘人之危，使甲方在违背真实意思的情况下订立或者变更本合同的。

6、从事与本单位相竞争的业务，或使用本单位资源对外接私单。

十、劳动合同的变更、续签、终止

1、合同期满前30天，双方要求续签合同，须书面通知对方(按甲方劳动合同管理办法执行)，如未书面通知，则视为不续签合同，合同到期即终止，并办理相关离职手续。

2、合同要变更时，提出变更要求的一方应当将变更要求以书面形式送交另一方。

另一方在收到书面要求后15日内做出书面答复。

未按时答复的视作同意。

3、具有下列情形之一的，甲方可以变更乙方的工作岗位：

1)乙方患病或者非因工负伤，医疗期满后不能从事原工作的;

2)经过考核确认，乙方不能胜任劳动合同约定的工作岗位的;

3)本合同订立时所依据的客观情况发生重大变化，致使本合同无法履行的。

上述客观情况发生重大变化，是指因甲方分立、合资、合并、兼并、转(改)制、跨地区搬迁、经营模式转变、组织结构调整、甲方转产或者进行重大技术改造，致使本合同所确定的工作岗位、工作地点等消失等情形。

4)乙方有违法或违纪行为，需对乙方进行岗位调整的。

十一、其他约定

1、乙方依法享有辞职权，但应提前30日以书面形式通知甲方，并应办理好相关离职手续，离职手续的办理及相关条款以甲方离职管理办法为准。

2、如乙方和甲方订有培训服务期协议且在服务期内的，且服务期超出本合同终止期限的，则合同终止日期变更至服务期截止日。

3、乙方若未能在报到时交齐第九条d项所需的材料，致使乙方人事关系不能及时转入甲方指定的保管单位，甲方无法正常履行劳动合同义务的(如延误办理录用手续、办理社会保险登记等)，由此引起的一切责任由乙方承担(如逾期产生的档案保管费和社会保险滞纳金等费用由乙方承担)。

4、乙方必须在合同解除或终止后，按甲方规定办妥离职手续。

离职手续办结之前，暂停结算乙方的薪资福利及费用等。

乙方须待离职手续办结后申请办理暂停的薪资福利及费用支付。

按规定应支付经济补偿的，甲方在乙方办妥离职手续后予以支付。

5、如因乙方原因不按时领取和签收离职证明、或使甲方无法将离职证明及时送达乙方等情况，致使甲方不能及时为乙方办理有关退工手续，由此产生的一切法律责任由乙方承担。

6、乙方在收到本合同后，应至少于三天内当面签署完毕并交还甲方，如因乙方原因导致延迟签署，则双方劳动关系的建立时间以乙方签署完毕并交还甲方为准。

7、自本合同生效之日起，双方之前签订的任何形式的劳动合同和其他相关协议与本合同及相关附件(协议)不一致的，以本合同为准。

8、甲乙双方认为本合同有无效情形的，以甲方注册地劳动争议仲裁委员会确认为准;在合同履行过程中，双方发生争议，以甲方注册地劳动争议仲裁委员会仲裁为准，对仲裁裁决不服的，可向甲方注册地人民法院起诉。

9、本合同一式三份，甲方两份，乙方执一份，具有同等法律效力。

甲方：乙方：

年月日

**20\_年销售业务员述职报告(精)六**

我从事化妆品销售工作多年，一直在工作中观看化妆品的销售走势。随人们生活水平的提高，物质条件高了，对生活质量的要求也就加高，为此，我做出了20xx年化妆品销售工作计划，这仅代表我个人就现在化妆品销售模式的一些先进看法。

首先在做20xx年工作计划前，我先做一些统计。目前，在我国近4000家化妆品企业中，走主流卖场销售路线、俗称“做终端”或“日化线”的厂商只占企业总数的15%左右，的企业采用流通(包括深度分销)、专柜(包括店中店)、品牌专卖店、专业(美容院)线、专供大型百货或零售集团的oem贴牌等通路和方式进行运作。除了百货店、超市和专营店业态以外，许多化妆品销售的新型业态也都复兴、壮大、繁荣，目前厂家直销、网上购物、电视购物、邮购、自动售货亭、药妆店等多种形式如雨后春笋般涌现和成长。虽然，企业选择销售通路有其历史的原因，但在通路危机日益深重的今天，未雨绸缪已经不再是智者的从容，而是企业必须面对的课题，通路维新迫在眉睫。

电视购物一般是指消费者通过电视以及互联网、商品目录等相关媒体了解商品信息，使用电话、网络订货，由专业物流公司配送商品的无店铺商品销售模式。由于没有中间商，电视购物能为消费者提供价格更为实惠的商品。

以开播电视购物频道为主的现代电视购物(也叫做家庭购物)有别于传统的电视直销，它是一种新兴的商品销售方式，是一种全新的零售销售渠道和平台。按照电视购物的过程，主要可将其分为四大环节，即选择产品、节目制作、呼叫中心、物流配送。现代电视购物以“教买不叫卖”的方式做节目，以消费者的需求为出发，寓购于教，播出方式采用现场直播和录播的两种方式。

以电视台作为运营主体的购物频道，是产品销售的一个平台，是一个无店铺的“空中超市”。所卖商品也是日常生活中的必需品，如数码产品、化妆品、家居用品等等。由于商品品种多、大众化贴近生活、厂家直销价格优惠、信誉好品质有保证，因此，电视购物频道一开播就受到了广大消费者的喜爱，两年来电视购物频道的发展也取得了可喜的成绩。

购物频道自诞生起，就将化妆品等产品作为主要商品来推广，现代电视购物已经成为了化妆品销售的新途径。

在家购物，渐成时尚随着经济高速发展，现代家庭生活也在发生着变化。琐碎的生活、繁忙的工作、拥挤的交通经常让购物变得不那么乐趣盎然。但是也许大家都已经注意到，家庭购物正在悄然改变着这样的无奈。

世界一流的市场研究公司tns公司开展的一项针对电视家庭购物的消费者调研显示，在电视家庭购物的所有品牌中，上海消费者对东方cj家庭电视购物的品牌认知度是最高的，特别是25～34岁的年轻女性消费者。，在电视购物频道开播较早的中国台湾地区，消费者可能不会花三、四十元台币在超市购买便宜的洗发水，他们宁愿花200元台币通过电视来购物。尽管产品的价格要高出几倍，但产品的质量安全打消了客户的疑虑，在质量可靠、市场制度完善的前提下，中国台湾消费者更喜欢电视购物。

而在电视购物较为成熟的韩国，消费者通过购物频道来购买化妆品已成为消费习惯和时尚。

据悉，韩国中年演员金英爱运行的黄土化妆品企业真土园所推出的黄土美容香皂在tv购物电视中，不到2个小时就赚了17亿韩元。

6月22日韩国cj电视购物中真土园推出的化妆品产品赚了9亿韩元，之后29日，在gstv购物电视中，通过2个小时的专题节目，一下子卖了2万6500份，收益达到了17亿韩元。这样在两周的节目当中一共赚了26亿韩元。

29日播出的购物节目中，一开始就有许多观众要预定黄土化妆品，电话被打爆了，之后打电话的顾客越来越多，以至于在中途只好中断定单。

由于便利性和质量有保障，在家购物会越来越成为未来消费者选择的消费方式，电视购物也将会成为化妆品销售的新通路。

品种繁多，价格便宜

电视购物节目主要是以家庭主妇为对象播放的。通过电视销售形式推销的商品五花八门。从内衣到皮鞋、从玩具到家具、从美容品到数码家电，各类商品应有尽有。它本着“不求卖得多，东西一定好”的原则，消费目标群体锁定25-45岁的白领女性，这就为化妆品的销售提供了一个好的平台。

有业内人士预测，在未来的几年中，国内电视购物中的商品将达到3000种。除了化妆品和家庭生活用品外，从房子、汽车，到旅游券，都有可能在电视上出现。通常电视购物节目中所提供的商品都比市场销售的要便宜，因为它无需专门的店铺和固定的销售人员，较少的成本自然能够提供较为低廉的价格。

由于化妆品适合通过电视购物来销售，目前国内开播的电视购物频道都开设了美容化妆品栏目，化妆品的品种数量也都维持在几十个至上百个不等，价格通常比传统渠道要便宜，销售情况通过电视购物直播也较为理想。在通过电视购物购买的商品中，比例最大的是化妆品，占30%，其次是日用品、健身器材、电子产品、食品、首饰类。)

介绍详细，功能形象

电视购物，其实就是个大卖场，电视可以称得上是个货架，电视购物通过电视发布商品信息，利用电话联系送货上门，免费电话是沟通购买者和商家的桥梁，具有独特的营销风格。每次播出主持人都会邀请产品的厂家代表一同做节目，每种商品都从各个角度向消费者做详细介绍，其中还穿插现场模特的即兴表演，整个节目让人眼睛一亮。如果观众因故没有收看到，还可在网站上搜索节目，进行在线收看，而且还有免费电话接受产品咨询。在传统的化妆品终端柜台，促销员不可能对每位顾客都花半个小时的时间演示解说，而电视购物节目却可以做到。如今，品种少、价格高的“电视直销”已经成为历史，家庭电视购物开始引导的是价廉物美、品种齐全、操作便捷的购物新概念。

**20\_年销售业务员述职报告(精)七**

各位领导、各位同事：

你们好！

我被任命为xx有一段时间了，现在我将这期间的工作作个汇报，恳请大家对我的工作多多提出宝贵的意见和建议。

说句实话，刚上任时我感到肩上的担子很沉重，心中产生了从未有过的压力，第一虽然我有多年的销售工作经验，但我从未有过现场管理工作，对管理的实践经验一无所有；第二面临我们这项目都是些新手，对于房产这一块可以说是零，怎样带动这个团队，怎样管理好现场，怎样把销售做到更好等因素使我感到无所适从。

有句话说的好“路是人走出来的”，我在领导的帮助下化压力为动力，加上以往的工作经验结合在一起。首先根据现场日常管理，人员数量进行合理的分工和安排，严格要求自己，按照公司的要求，较好地完成了自己的本职工作。在工作中有不足之处，所以每天都给自己在创新，发现问题，解决问题。现在差不多过一天我们就针对房产专业知识这一块进行一次培训，虽是给她们培训，实际也是在给自己巩固知识，因为发现有些知识不运用的话根本就不记得，一言以蔽之，三句话：成绩是客观的，问题是存在的，总体上营销中心是在向前稳定发展。现在售楼部各人员述职时间、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业务运作的相关流程。

我们虽然进场比较紧，工作虽然繁琐和辛苦，可这支营销队伍，却有着坚定的为营销中心尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。就拿房交会来说吧，虽然大家都没有过房产销售经验，对于现场的突发状况更是没有经验，可是面对客户一窝蜂的闯进售楼部现场，销售人员没有感到害怕，而是很冷静的、很耐心的接待好每一位来访客户，在房交会几天的时间里就为公司创造了上千万的销售业绩。在那种情况下也能很好的处理好每一件事情，我们相信再以后的工作也会做的更好。

当然也有做的不好的地方就是在没有跟经理协调好的情况下导致了一房两卖，这给公司领导带来了不必要的麻烦，还好发现及时才没有给公司带来很大的损失，这点也是以后我们要特别注意的。现在的工作基本上都已经走上了正轨了，业务员也从原来的不懂到现在的主动跟客户交流，在也不是刚开始的看到客户问的问题而站在那边无语的表情了。而我也经过这段时间的锻炼，对自己也有了一定的认知。从当时的无所适从到现在的做事有条理都是一个改变。记得刚开始被任命销售主管时，跟他们开会的时候都脸红，讲话都打结，开会也不知道说些什么内容，每天就眼巴巴的看着经理给我安排工作做，可现在的我比起以前又近了一步，虽然还有很多不足，但相信再以后的工作中我会努力做的更好。

到目前为止，包括开发商的关系户一起，我们总共是签定认购协议xx套，这离我们所定的任务是远远不够的，从目前的客户登记情况来看还是较理想的，可要完成目标就要在努力，要及时跟销售员沟通，销售员也要及时跟客户沟通。所以我也会不定时的检查销售员的客户登记本，跟踪内容，统计客户所提出来的问题。每天的例会也会收集销售员所反应上来的问题，然后及时的给她们解答问题。

下月就要开盘了，为了更好的完成项目的营销工作，实现双赢，我们除做好自己的本职工作外，积极配合公司领导的安排，以销售为目的，为下月的销售高潮奠定基础。现在的工作主要是配合领导把预售前的主要资料准备好，协助领导起草商品房买卖合同的拟草评审，五证公示牌的确定及公示函的发放，对周边门面市场调研的数据统计出来发一份给公司，加强现场接待与日常管理。在开盘之前在安排销售员对xx的整个楼盘进行一次调研，为销售奠定基础。

20\_年也是繁忙的一年，我除了要做好本职工作外还要把每个月的目标分配给每一位置业顾问，监督好她们的工作，争取在原定时间里完成公司所下达的任务。

述职人：xxx

20\_年x月x日

**20\_年销售业务员述职报告(精)八**

一，制定详细的工作计划

结合我司当前的资源，充分利用，更具去年的销售报告，我们应该努力发展开拓广告市场，虽然目前有许多问题摆在我的眼前，但是我们要最大限度争取终端广告的投放工作，同时，对还为开发的市场做好坚实的铺垫，争取有更大的投放，长期投放的客户吸纳进来。根据我们公司终端的数量的增长率情况，有针对性的调整我们的工作策略以及工作思路。

二，季度工作安排

1、第一季度，主要也市场培养为主，扩大\*公司的影响力和知名度及推进速度告知，因为处于双节的特殊时期，很多公司的宣传计划已经制定完成，节后会有一个广告低潮期，我会充分利用这段时间补充专业知识，同时加紧联络客户感情，适当的寻找小一些的投放客户将广告投放进来，但我预计对方会有要求很低的折扣或者以货抵广告费的情况。

2、第二季度，因为有“五一节劳动节”的影响，广告市场会迎来一个小小的高峰期，并且随着天气变化，气温不断升高，洗浴用品、夏季饮品、防蚊用品等的广告会作为投放重点开发对象。

3、第三季度，“十一”“中秋”双节，广告市场会给后半年带来一个良好的开端，白酒、保健品、礼品等一些产品会加入广告行列。并且，随着我公司终端铺设数量的增加，一些投放量大的、长期的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的广告大战做好充分的准备。

4、年底的广告工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的终端铺设、客户推广，我相信是我们广告部最热火朝天的时间。随着冬季结婚人群的增加婚庆服务、婚庆用品也会加入广告行列，双节的广告气氛也会在这种环境下随之而来。

我会更加一年不同时段，有针对性有计划的开展工作，同时不断调整我的工作思路，加强客户的开发工作，正确把我司广告销售进一步提高到新的台阶。

三、制订学习计划。

1、广告投放进来，但我预计对方会有要求很低的折扣或者以货抵广告费的情况。

2、第二季度，因为有“五一节劳动节”的影响，广告市场会迎来一个小小的高峰期，并且随着天气变化，气温不断升高，洗浴用品、夏季饮品、防蚊用品等的广告会作为投放重点开发对象。

3、第三季度，“十一”“中秋”双节，广告市场会给后半年带来一个良好的开端，白酒、保健品、礼品等一些产品会加入广告行列。并且，随着我公司终端铺设数量的增加，一些投放量大的、长期的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的广告大战做好充分的准备。

4、年底的广告工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的终端铺设、客户推广，我相信是我们广告部最热火朝天的时间。随着冬季结婚人群的增加婚庆服务、婚庆用品也会加入广告行列，双节的广告气氛也会在这种环境下随之而来。

我会更加一年不同时段，有针对性有计划的开展工作，同时不断调整我的工作思路，加强客户的开发工作，正确把我司广告销售进一步提高到新的台阶。

三、制订学习计划。

市场开拓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，不断提高知识对于业务人员来说非常重要，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。中国教育总网文档频道产品知识、营销知识、投放策略、数据、媒体运作管理等相关广告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)。

四、加强思想道德建设

一个人成功不算成功，应为我们是一个团队，今年我还要加强思想道德的建设，增强全局意识，增强团队协作意识、同时加强责任感。积极把工作做好。真正做到点子上、落到实处、同时我也将尽到我最大的努力帮助领导减轻工作压力。

**20\_年销售业务员述职报告(精)九**

加入公司也有三个月时间了，回想起来时间过得还挺快的，从来到感觉两个公司的工作模式有蛮大差异。不论是产品的专业知识还是管理与工作氛围都有很大区别。前一个月都感觉自己没有进入状态，找不到方向，每天都不知道要做些什么事，在领导的几次会议上，经过相互讨论与发言提建议，针对具体细节问题找出解决方案，通过公司对专业知识的培训与操作，这才让我找到了方向感，慢慢融入到了这种工作环境与工作模式，后面的工作时间里我每天都过得很充实，从打样与接待客户是陆续不断，虽然附出的劳动没有得到结果，很多次对我的打击也不小，但我相信，付出总会有回报的。努力了就会有希望，不努力就一定不会有希望。成功是给有准备的人。

在各位领导及各位同事的支持帮助下，我不断加强工作能力，本着对工作精益求精的态度，认真地完成了自己所承担的各项工作任务，工作能力都取得了相当大的进步，为今后的工作和生活打下了良好的基础，现将我的一些销售心得与工作情况汇报如下：

销售心得：

1、不要轻易反驳客户。先聆听客户的需求。就算有意见与自己不和也要委婉的反驳，对客户予以肯定态度，学会赞美客户。

2、向客户请教。要做到不耻下问。不要不懂装懂。虚心听取客户的要求与他们所做的工艺。

3、实事求是。针对不同的客户才能实事求是。

4、知已知彼，扬长避短。

做为一名合格的销售人员首先要对自己所售产品非常熟悉了解，了解自己产品的优点与缺点，适合哪些行业，客户群体是哪些，才能更好的向客户展示自己与产品的专业性，才能迎得客户的关注与信任。

当然对竞争对手也不要忽略。要有针对性的了解对手产品的优势与劣势;才能对症下药，用我们的优势战胜客户的劣势，比如我们设备在精度与速度方面就略胜同行，这就是我们的优势所在，在与客户介绍产品时尽量多介绍自家产品的优势。

缺点方面尽量少提，但是设备本身存在的缺点与不足，也就是该设备在所有同行中必不可少的缺点与不足可以适当的向客户说清楚，毕竟没有十全十美的东西。总说自己的产品有多好，别人也不会全信。同行中存在的缺点与不足也不要恶意去攻击与批判，要引导客户去分析判断，建议客户通过实地考察。

5、勤奋与自信;与客户交谈时声音要宏量，注意语气，语速。

6、站在客户的角度提问题，分别有渐进式与问候式。想客户之所想，急客户之所急。

7、取得客户信任，要从朋友做起，情感沟通。关心客户，学会感情投资。

8、应变能力要强，反映要敏捷，为了兴趣做事。

9、相互信任，销售产品先要销售自己，认同产品，先人品后产品。

10、注意仪表仪态，礼貌待人，文明用语。

11、心态平衡，不要急于求成，熟话说：心如波澜，面如湖水。

12、让客户先“痛”后“痒”。

13、不在客户面前诋毁同行，揭同行的短。

14、学会“进退战略”。

总之，在工作中，我通过努力学习和不断摸索，收获非常大，我坚信工作只要用心努力去做，就一定能够做好。

回首，展望!祝在新的一年里生意兴隆，财源滚滚!也祝我自己在新的一年里业绩飚升!

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！