# 最新手机销售述职报告范文通用(4篇)

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2025-05-06

*最新手机销售述职报告范文通用一2、吵架了怒把他拉如黑名单，很久了，却没有拦截记录，一定是手机坏了吧。3、本周六上班，周天还上班。迟到又早退，手机还坏了。真真是恶魔六月底4、昨天去相亲，感觉很满意就向女的要电话号码，但她好像不满意说：不好意思...*

**最新手机销售述职报告范文通用一**

2、吵架了怒把他拉如黑名单，很久了，却没有拦截记录，一定是手机坏了吧。

3、本周六上班，周天还上班。迟到又早退，手机还坏了。真真是恶魔六月底

4、昨天去相亲，感觉很满意就向女的要电话号码，但她好像不满意说：不好意思，我手机坏了。我虽然知道她的意思但并没有退缩，拉着她的手说：走，买手机去。

5、手机摔一下坏了，进了dfu模式、、、我的照片啊全没了

6、当没人理我的时候我都会怀疑是不是我的手机坏了，到后来我才发现是我脑子坏了！

7、手机摔了辣么多次都没坏、想想都是我的身高救了它、

8、手机坏了，总是重启，拿到手机店修理，老板跟我说，放那吧，80块，2小时后过来拿。付完钱，2小时后来到店里，老板瞪着眼问我：啥手机？谁见你手机了？想敲诈啊？

9、手机摔坏了，emmm本来打算今天回去将就用哈旧手机的，刚登陆上微信，手机抽风了一样弹出很多旧消息来一切好像被尘封很久，但是真的超难过啊。

10、你很久不联系我的时候，都怀疑是不是手机坏了。然后使劲刷新......

11、手机后置摄像头摔坏了，手机电筒也跟着没用了，以后付款只能用前置了

12、草，发现手机摄像头摔坏了但是自拍的摄像头没坏，没法扫码支付的日子结束了！！

13、我的手机肯定是坏了，收不到消息

14、手机坏了，没法拍照了，后来狠了狠心，用360借条分6期借到了钱，如愿买了华为p30，拍照真的很好！好开森～

15、妈妈，隔一段时间就把手机上的照片导到电脑里面，因为怕手机万一坏了，然后再过段时间把电脑里的导到移动硬盘主要我照片太多，以后都是回忆啊

16、手机，利用好了益一生，坏了毁一辈子。

17、手机电池一定被我搞坏了，早上起来没电关机，充电两分钟显示百分之零，一开机百分之六十多的电量

18、失联两三天后，今早我还是忍不住发了一串信息过去。终于回复了：我前几天手机坏了，今早才到手机店里拿到手机，你这是给我发了些什么呀？像是失而复得的宝物。你知不知道我多么担心，以为你生气了，以为你再也不想跟我玩了，以为你真的失踪了，想你想到睡不着。

19、手机砸出去，以为要坏了，可以有正当理由拒接电话了，谁知道外面溜了一晚上，现在回来，手机完好无损。

20、夏瀚宇，你lp我手机坏了，你的绝美饭拍全没了，还有好多大场回忆，我心痛到窒息今晚请务必好好安慰我，床上等你。

**最新手机销售述职报告范文通用二**

进入公司已经快2年了，不仅学习到了很多手机方面的知识和销售技巧，而且还积累了一些销售经验，为了能与大家一起进步，我把我在销售中的一些做法整理为以下几点：

世界级的管理大师彼得。杜拉克曾经说过“企业成立的目的是要创造顾客和保留顾客。”什么东西能创造顾客?就是销售。保留顾客的秘诀就是服务。好的开始是成功的一半，销售 首先是从顾客的接触开始，顾客大多是因广告宣传进入卖场，很多门市销售人员并没有尽到销售的本职，只起到了解说的义务，但优秀的销售人员应该善于用微笑建立与顾客沟通的桥梁。

开场白的技巧

好的开场白能够很好地促成顾客开单。顾客在进入一家卖场后， 销售 人员是整个营业厅各个部门的代言人，为达到成功交易，销售人员应该掌握好开场白的技巧。开场白需要直接，快速切入正题

开场的第一个技巧是销售“新”的产品或特色，对于新产品顾客会产生好奇心，会有较强倾听的愿望，销售人员要不断将卖场的产品表达出“新”来，将所有表达的东西呈现出来，和顾客一起欣赏，促使顾客对新产品的认知。销售人员可为顾客设想，帮助顾客去想象自己所需的外观和内在功能。这点对于开单帮助很大。

营造热销气氛

营造热销的气氛是因为人都有趋向热闹的特点，对于热销都有充分的好奇心，这就是良好的销售时机，因此销售人员需要适当营造热销气氛。如何营造热销气氛?除了接待的顾客以外，销售还应利用好正在拍照、摄像、开单的顾客来制造话题，通过你的语言表达来实现热闹气氛。例如：这个价格是全县最低的价格的，质量很稳定，每天都有多少人来订够，并且反映都很好，有很多人购买之后还带朋友来买，等等。要通过语言设计开场白，突出卖点，好的开始是成功的一半，精心准备的开场语言可以成功地促成更多销售。

心态决定行动

优秀的销售人员要善于寻找自己卖场的优点，寻找会给顾客带来的好处，不成功的营销员往往会找到自己卖场的缺点来安慰自己，允许自己不断失败。进入卖场的每位顾客，都是销售人员的潜在顾客，都存在成交的可能性。有数据统计：每位消费者都有消费的潜能。如果顾客预算是1000元购买一部手机，当他的消费潜能被激发出来后，最后可能花费到1500元以上。销售人员如果能够把握住机会，除了正常销售外，完全有可能开发出顾客的消费潜能，购买部分配件，无形中产生附加利润。

运用人性的弱点

绝大部分人希望多赚，少花钱，还有一些人喜欢与众不同等等。聪明的销售人员要学会运用人性的弱点促成销售。多嫌的心态表现为希望花相同的钱赚取更多的利益。这样的顾客，在销售工作中随处可见，赠品可以很好地满足这种顾客多赚的心态。但在赠送之前，一些定要清楚顾客喜欢何种赠品，不然顾客往往会要求很多。销售人员要把握住一个尺度。尽管赠品的价格不一定很高，但是顾客并不愿意另外花钱购买。这就是赠品的魅力，人的弱点会认为获得的赠品是“不要白不要”，获得赠品就是多赚了。同时要尽量体现出赠品的价值感。

少花与多赠的心态是相互对应的，少花也是人性的弱点，利用促销、打折、免费都可以使顾客少花钱，从而极大地刺激顾客的消费欲望。

要学会询问

尽量先询问容易的问题，在一般的销售过程中，价格是最困难的问题，也是促成开单的关键之一，销售人员一定要从询问比较容易的问题开始，而将价格询问留在最后。当顾客对这部手机的所有价值充分认可了，再谈价格，就会减少很多很多阻力。过早的问及顾客的预算，还容易令顾客产生抵触心理。问到的预算往往都不是真话。

门市人员应学会在沟通中判断顾客的消费能力，然后为顾客设计预算。如果顾客及早地介入到价格中，门市人员可以运用一些像“没关系，价格一定会让您满意，先看看喜不喜欢这部手机，如果不喜欢的话，再便宜，你也不会购买的，是不是?”然后继续讲产品或与顾客沟通，刺激顾客的购买欲望。若顾客刚进门就询问价格，此时，顾客的购买欲望并不足，只是在参考各个卖场的销售，价格很难让顾客满意。遇到这样的顾客可以充分把握好，让我们的服务把顾客留下，而不是夸夸其谈的把价格挂在嘴边，这样很容易流失成交机会。

“第三者”是阻力也是助力

销售人员很多都很头疼顾客的陪同者，你若忽略了这个“第三者”的存在，成交就有了一定难度，销售人员要利用好“第三者”，关心得当。让“他”、“她”先认可你的态度，知道没有不一样的对待他们，他们得到同样的重视和关心。

四、帮助顾客做决定

在最后要订单的时候，门市人员的心态是很重要的，要实现成功的销售，态度比技巧更重要，不要害怕被拒绝，被拒绝是很正常的。当顾客犹豫不决时，门市人员切记不能失去耐性，帮助客户做决定是很好的一种技巧。

在销售法则中有一个二选一法则，销售人员可以给顾客价格套系，让顾客决定1或者2，适当的强迫顾客从1或2中作决定。

数量有限或限期是销售行业经常采用的方式，当门销售人员明确、诚恳地告知顾客时，会增加顾客在时间以及限量方面的销售，急迫感使顾客明确若现在不购买，就会错过极好的机会。销售人员要记住，不要轻易放走顾客，顾客出了这个门就不一定会是你的顾客。在谈判过程中，给顾客强大的压力。此时(今天)就是最好的机会。

**最新手机销售述职报告范文通用三**

本人是一个销售方面的新人，接触销售2年多，任销售经理时间也不长，销售理论等都没有经过系统培训，现在刚入职到新公司，通过市场方面的调查情况写了这么些话给老总，同时转载给各位前辈看下，请大家批评指正错误和不足的地方，谢谢!

我于11月27日正式进入我司工作。由于之前接触的工作层面不同，初来我司，对于我司所销售产品的具体情况都不太明白，所以非常有必要对我所要负责的区域进行一个较为详细的调查和了解，以及对各方面的调控和操作都要有着基本上的掌握。

通过两个星期对终端和客户的调查了解，整体上对东区市场的情况有了较初步的认识。对客户的基本情况、结算方式、整体销量、回款速度、促销员的基本情况，以及我们的业务开展情况都有了大致的掌握。

同时在最近的观察中，也看到了部分我觉得有必要发表个人认识和见解的地方。

一、我司的买断与铺货的结算方式

1、买断与铺货的资金压力和风险周期分析;

买断方面，我司实行的是现款现结，不退货。这样，资金运转周期比较短，短期效应比较大。同时，资金压力也风险都降到了最低。而铺货的结算方式，资金覆盖面广，运转周期长，流动资金比较大，也就造成对于资金的压力和风险周期针对买断而言，都有大幅度的增大，正因为这个原因，我司主要还是提倡买断的结算方式。

2、买断与铺货的成本和利润空间分析;

1)对于我司来说，买断的利润比较低，我根据我司的部分机型的买断价格和铺货价格比较了下，平均对比起来，买断出货价比铺货出货价相差了约220元/台。而铺货的终端上促销员的话，提成的平均金额为75元/台，无形中，两个结算方式就利润方面的对比，我司平均要降低了145元/台的手机利润。

2)对于结算方式为买断的客户来说，由于现款现结，而且不能退货和无价格保护，再加上对自身的资金占用周期来讲，提货就比较谨慎。提货量少的话，在其终端上柜的同款机型的数量就少，上柜数量少，那么就直接关系到销售量;相反，铺货的客户，上柜机型的数量多，在店面的整体宣传就有了一种无可比拟的优势。对于买断的客户，由于我司的利润空间降到了最低，不能上促销员，虽然利润对比铺货较高，但是由于宣传方面的劣势再加上铺货终端有促销员的努力推荐，整体销量对比，相差无几，甚至要差，而且买断的利润空间要低，这样就造成了我司自身的利润少之又少。虽然，我司尽量把优势发挥在产品性价比方面，但是还是没有太好的效果。

3、建议：

1)改变结算方式：

a，铺货，按照正常的铺货方式操作，区域经理应该做到,首先,要对每天给铺货经销商的出货数量，和每天经销商的销售量及库存数都要了然于胸。其次，要根据这些数据进行分析，及时回款，及时上货，不要积压库存。

b,购销可退货，即对于经销商给予现款现货的结算方式，但是我司可以承诺一个月内经销商因为滞销在机器不影响我司二次销售的前提下，可以给经销商提供退货，但是退货款只能在下次提货的货款中低扣，而且我司承诺给其长期库存价保，出货价格可以在买断价和铺货价之间自行控制，相信这样的操作方法对于经销商必然还是会有兴趣。

c,我司对于经销商提供某几款机型几台作为铺底上柜给经销商，经销商如果再要提货，必须按照现款现结的方式来结算，价格就按铺货价格体系来操作。其中铺底的机器所有权归我司所有，合作终止时，我司有权收回，已销售须按照当时的出货价格结算。

2)提高客户信用度

a，寻找合作对象，要选择整体形象和信誉相对要好的客户，作为资金安全的前提。

b，要求客户填写我司的客户信用报告和提供我司所需要的文件，给客户强调合作的诚信和责任。(客户信用报告见附件)

二、客户掌控以及渠道掌控

通过近期对东区市场的了解，发现区域人员对于销售工作仅仅停留在单一的送货到售后到回款的工作方面，随机遇到问题随机处理，工作非常被动，不能主动的找出问题，优化环节，缺少了最重要的客户掌控，渠道掌控和终端拉动，销售人员对于自己的工作职嫩含糊不清，只做了最表面的基本工作，根据我司的实际情况，我冒昧阐述一下各个工作岗位的工作职能。

1,市场督导。

督导工作不能仅仅局限于促销员管理方面，一方面督导要提高自身的素养，包括对于销售技巧和手段的认识，处理促销员在销售工作中出现的难题;另一方面提升自身的管理能力，协调能力，善于处理促销与门店负责人，促销员与其他公司促销员，促销员与店员之间的种种或大或小的矛盾。下面提两点本人的个人管理经验：

1)帮助销售。市场督导应该连同培训师一起，对于我司无促销员渠道的店员，进行简单有效的销售技能培训，要给经销商和终端门店负责人认识到，我们不仅仅是机器上了柜，同样我们一直关注关心他们的整体销售，对于销售技能方面我们给他们他们进行帮助培训，让他们对于我司的形象素质都会有着非常好的印象，他会觉得我们在帮他们，同样，不但在销售上他们的感激心理能帮助我司，对于合作方面，都有这良性发展;

2)惯性推销。在帮助销售的同时，认真教会门店店员关于我司机型的独特卖点和销售技巧。通过这样的培训，店员如果能够按照教其的方法卖出我司的机器后，肯定在内心有一定的成就感和满足感。这样，在再一次向客人推荐我司的机型，在信心上都会有一定的提高，通过多次的成功，很容易就会形成：某些店员专会推荐我司的机型，而且成功率非常高，以后有客人上门，都会主动的推荐我司的机型，这就是成功的惯性推销，这对于我司的机器在终端门店冲量是很有效果的。

2，业务代表。

除了正常的上柜、售后和回款工作外，在此过程中所接触到的客户工作人员都要建立非常良好的关系，这样在对于自己的工作开展有着莫大的方便，对于自己的基本工作的开展有着比较稳定保障，而且对于其他与其合作的我司的竞争对手的合作情况都能有一定的了解，而且对其公司内部的新政策，以及各方面的有效信息的掌控都有着很大的好处，业务代表最首要的就是通过自身的努力保证送货→回款→售后整个销售链的正常运行。另外还有工作的几个要点：

1)形象管理，对于我司的机型的柜台陈列，和海报宣传，都能做到和店员以及负责人良性沟通，把我司的记型宣传以及形象工作做好;良好的宣传布置和陈列效果会大大刺激购买、提高销量，所以，每次拜访都去帮他整理宣传资料架，做一个漂亮的陈列，让事实说话并影响经销商;

2)价格管理，由于经销商想大幅度的提高自身的利润空间，往往抬高商品的零售价格，所以业务代表对于终端我司机型的零售价格，要与我司的指导零售价格对比不能偏差太大，不然就降低了机器本身的性价比，销售量更少，相对于以薄利多销的方法利润更低;

3)竞品管理，对于竞争品牌的销售信息，包括价格，销售数量，经销商的毛利、其销售政策以及其销售行为都要有一定的了解，及时把信息汇报给区域经理。

3，区域经理

为了实现区域目标，区域经理需要开展大量的协调、沟通、指导、监督、扶持工作;同时，区域经理还需要不断地开拓市场、拜访客户、搜集信息、组织促销或开展其他类型的营销活动。

1)目标管理，根据自身的销售目标、销售数据订好精确到每个客户的目标量，随时了解到目标完成率。例如，根据东区市场销量比例，来分配整体的销售目标，再根据各个客户的目标把销量划分到促销个人.(见附表：数据分析，由于调查数据区间太短的关系，数据可能不太合理，所以不太具备代表性，下面只是举例)

通过各个客户的目标制订后，有促销员的渠道，把任务量分配到促销员个人，设定考核制度，努力达到预定销售目标。

2)价格管理，强化业务代表日常工作管理，其重点在终端零售体系中及时反映不同渠道的价格指标，对于不合理的及时快速有效的解决，并协调解决价格差异。

3)信息管理，区域经理必须建立起一套完善的信息管理体系，以此掌握区域渠道的基本动态，有效跟踪目标完成率，根据差异发现问题并归纳原因，及时解决。另一方面对于公司的决策性的信息，要即使传达给业务人员和督导，信息传递达到及时，有效。另外，要长期定期和不定期的亲自到渠道进行市场调研。

4)费用管理，严格管理并控制区域内各种预算及费用的使用，指导其以最经济的方式运作。

5)铺货管理，严密关注铺货客户每日的提货量，销售量，目标完成量，根据其数据严密掌控其销售动态，及时分配业务代表做好回款和上货的工作。

6)客户管理：关于客户拜访和公关方面的工作，就不多阐述了，相信区域经理都有各自的经验，我就阐述下我个人的经验，当然，我的还是一个词，帮助管理。

a，帮助经销商建立进销存报表。绝大多数的个体店经销商，对自身的利润率基本上都没有一个基本的掌握度，一般是要几个月做整体库存和资金盘点才知道自己的是赚还是亏。进销存表的建立可以让经销商知道他某一个区间的实际销售量和利润和安全库存数，可以提醒他合理安排进货，而不致由于断货、品种不全，失去很多应有的利润。以及先进先出的库存管理，可以让经销商减少损失。同时也对小区间甚至每天的利润都能做到一定的掌控。刚开始经销商可能不在乎，但我们只要耐心地去做，并告诉他这样做的意义，一旦出现断货或盘点亏损等问题，他就会想起你的方法，如果能让他能做到好的成功的系统的管理，至少他会因此感激你。因为你的做法是为了让增加效益，他也会感到你够专业。

b.树立经销商对自己的信心。帮助经销商制订工作计划，把计划划分成阶段性目标，再落实。随着阶段目标的实现，经销商的信心也会一步步加强，对于工作目标和市场掌控的成就感会对你产生一定的依赖感和强烈信心，工作能做到这步，客户就基本抓在手里了。

7)多做总结。及时总结每个月份客户的销售情况，和目标的完成率。完成不太好的客户，调查原因，多去了解情况，找门店店长，店员了解销售上不去的原因，如果，真是客户的客观原因，其本身的销量就不容乐观的话，我司的利润指数也就会一直偏低，这种情况下就要及时终止合作，避免浪费公司的人力和物力，降低公司的费用。认真总结销售量好的终端门店的优点，能把其经验和门店管理方法教让别的客户，让自己区域的客户都能快速良性的发展。

前前后后就先阐述了这么多，这些基本上都是我这些天看到，想到的，不成熟和不足的地方，希望领导能指出。上面的一些方法和思想都是自己以前的个人经验，可能很多方面也需要客观面对，客观分析。

#779798[\_TAG\_h2]最新手机销售述职报告范文通用四

一、 市场分析

(1) 市场状况：新生在手机及手机配件方面的

需求比较大，在校的大二大三的学生对你手机配件的需求比较大，但是他们不知道营业厅的存在，所以还需要推广;

(2) 位置状况：位于给广东邮电职业技术学院培训1号楼1楼，方便同学们购买手机配件方面的需求;

(3) 产品分析：因为初创立，货源种类不是很多，可能不能很好的满足同学们的需求;但是产品质量较好;

(4) 竞争分析：在邮电营业厅的对面有一家入

驻学院的天翼手机装卖店，它的地理位置更容易被学生们发现，但是其没有手机配件，不能满足同学们这方面的需求;在学院的门口外面的上社街有很多类似的手机店铺，而且质量、价钱均相差不大，而且同学们大部分喜欢逛街;

(5) swot分析

优势：能比学院的天翼店更好的满足同学们的需求，在培训1号楼，会有很多培训人员经过，位置醒目;大一新生刚到学院，对手机需求比较大，并且他们对学院外面的热闹街市并不熟悉; 劣势：产品的质量价格跟对面的天翼手机专卖店和外面的上社街的手机摊位差不多;地理位置比上社街好，但是比天翼专卖店差;

机会：学院支持，能经常在宿舍区摆摊销售，方便让同学们熟知并支持;

威胁：学院天翼店的招牌更加醒目，更容易受同学们的关注，学院外面有一条比较繁华的街道，同学们经常出去逛街，也会顺便在外面买需要的手机配件。

二、 营销思路

(1) 树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化。”

(2) 综合利用产品、价格、促销、服务等营销组合策略，形成强烈的营销组合策略。

三、 销售目标

(1) 营销目标：大部分广州市以外的新生都会在

学校买一台手机，因为他们要有帐号上网，另外还有两只队伍和我们一样在买同样的产品，同样的价格，故而营销目标就是全部新(1000人)的1/3，再减去不需要买手机的，即200人。

(2) 市场份额目标：占领新生市场的20%。

四、 营销策略

目标市场：广东邮电职业技术学院的新生

价格：因为学校的学生大部分都需要买学校的卡才能绑定宽带上网，故而推销买卡+买手机，手机价钱立减400元;

定价：手机(399)+卡(100)+宽带(300)=799

卡+宽带=400

五、 团队管理

(1)20人指引，4人推销，2人填单

指引：将师弟师妹指引至我们销售手机的摊位 推销：将套餐详细信息介绍给师弟师妹，分析利益，

引发师弟师妹的购买欲望

填单：办理此次套餐的一张凭证，完善前面的工作

(2)在让此团堆上岗之前，将会对他们进行岗前培训，让他们对套餐有一定的熟悉程度，能够快速为同学们解答疑问。

六、 费用预算

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！