# 最新销售人员工作总结(优质12篇)

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2024-07-11

*总结，是对前一阶段工作的经验、教训的分析研究，借此上升到理论的高度，并从中提炼出有规律性的东西，从而提高认识，以正确的认识来把握客观事物，更好地指导今后的实际工作。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比...*

总结，是对前一阶段工作的经验、教训的分析研究，借此上升到理论的高度，并从中提炼出有规律性的东西，从而提高认识，以正确的认识来把握客观事物，更好地指导今后的实际工作。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**销售人员工作总结篇一**

\_月份工作业绩不是很理想，带着压力走进了\_月\_，从月初起想象每一天都是月底的最后期限来冲刺，心里定下一个目标，没有退路的去完成，想放弃的时候再逼自己一把，实现的时候才发现原来失败的理由都是种种借口。

打不出意向客户从前总是抱怨打不出意向客户，上班到下班，为了打电话而打电话，下班打卡的时候抱怨一句，没有意向客户，现在才发现是没用心去打，目的性太强让我的表述过于直接，只会让客户和自己的距离越来越远，做不到沟通，更谈不上成单。

逼单技巧不能灵活运用客户总有各种理由推脱，而我总是一味的被客户牵着走，有时甚至为客户找理由，时间一长，客户没兴趣了，有可能的单子也黄了。

不能让客户记住没有把自己成功的推销给客户，意向客户很少，竞争者很多，做不到跟踪，又没有自身优势，总容易把客户跟丢了。

把握不好意向客户花费很长时间投入很大精力跟踪的客户，到头来发现不是关键人导致最终把机会拱手让人已经发生了三五次，甚至跟踪到最后发现客户早已合作。而对于某些客户没有足够的敏感度而错失良机也一再发生。

失败固然能总结教训，但一次签单也能让人从中总结出经验，希望已经到来的\_月我能总结以往的经验教训灵活运用谈单技巧顺利完成目标任务。

二、\_月工作计划

1.保证电话量每一个电话都用心去打，才会被客户记住，把握好每一个客户，既然客户把电话打回来，肯定是有意向，一定提醒自己不要忽视。

2.不要把时间都放在挖掘下一个意向客户身上，及时回访很重要。对于心里认定为ab类的客户一定要及时约见。

3.多和同事打打配合电话。

**销售人员工作总结篇二**

既然选择了远方，何畏风雨兼程。今天本站小编给大家为您整理了销售员工作总结，希望对大家有所帮助。

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 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，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，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，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，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

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，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。 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：

一是促销体现“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。

二是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。

三是促 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。

5、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，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，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：

一是健全和完善

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。

二是强化培训， 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。

三是严格奖惩，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。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。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，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，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。

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，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，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。

一、加强自身业务 能力训练 。在20xx年的房产销售工作中，我将加强自己在专业 技能上的训练，为实现20xx年的销售任务打下坚实的基矗进行销售技巧为主的技能培训 ，全面提高自身的专业素质。确保自己在20xx年的销售工作中始终保持高昂的斗志、团结 积极的工作热情。

二、密切关注国内经济及政策走向。在新的一年中，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化 ，为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对20xx年的市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现20xx年的销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

三、分析 可售产品，制定销售计划、目标及执行 方案 。我在20xx年的房 。 产销售工作重点是××\*公寓，我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

四、针对不同的销售产品，确定不同的目标客户群，研究实施切实有效的销售方法 。我将结合20xx年的销售经验 及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结 归纳出完善高效的销售方法。

五、贯彻落实集团要求，力保销售任务圆满达成。我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况 及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

六、针对销售工作中存在的问题及时修正，不断提高销售人员的业务技能，为完成销售任务提供保障。明年的可售产品中商铺的所占的比重较大，这就要求我要具更高的专业知识做保障，我将在部门经理与同事的帮助 下，进行相关的专业知识培训，使销售工作达到销售商铺的要求，上升到一个新的高度。

为了实现明年的计划目标，结合公司和市场实际情况，确定明年几项工作重点：

1、扩大销售队伍，加强业务培训。

人才的引进和培养是最根本的，也是最核心的，人才是第一生产力。企业无人则止，加大人才的引进大量补充公司的新鲜血液。 铁打的营盘流水的兵，所以在留着合理的人才上下功夫。在选好人，用好人，用对人。加强和公司办公室人沟通，多选拔和引进优秀销售人员，利用自己的关系，整合一部分业务人员，利用业务员转介绍的策略，多争取业务人员，加大招聘工作的力度，前期完善公司的人员配置和销售队伍的建立。另外市场上去招一些成熟的技术和业务人员。自己计划将工作重点放在榜样的树立和新榜样的培养上，一是主要做好几个榜样树立典型。因为榜样的力量是无穷的。

人是有可塑性的，并且人是有惰性的。对销售队伍的知识培训，专业知识、销售知识的培训始终不能放松。培训对业务队伍的建立和巩固是很重要的一种手段。定期开展培训，对业务员的心态塑造是很大的好处。并且根据业务人员的发展，选拔引进培养大区经理。业务人员的积极性才会更高。

2、销售渠道完善，销售渠道下沉。

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。合理有效的分解目标。

三省，市场是公司的核心竞争区，在这三省要完善销售队伍和销售渠道。一方面的人员的配置，另一方面是客户资源的整合，客户员工化的重点区域。要在这里树立公司的榜样，并且建立样板市场。加以克隆复杂。

其他省市以一部现有业务人员为主，重点寻找合作伙伴和一些大的代理商。走批发路线的公司在销售政策上适当放宽。

如果业务人员自己开拓市场，公司前期从业务上去扶持，时间上一个月重点培养，后期以技术上进行扶持利用三个月的时间进行维护。

3、 产品调整，产品更新。

产品是企业的生命线，不是我们想买什么，而是客户想买什么。我们买的的客户想买的。找到客户的需求，才是根本。所以产品调整要与市场很好的结合起来。 另外，要考虑产品的利润，无利润的产品，它就无生存空间。对客户来讲，也是一样。客户不是买产品，而是买利润，是买的产品得来的利润。追求产品最大利润的合理分配原则，是唯一不变的法则。 企业不是福利院，所以为企业创造价值最大化，就是管理的最基本要求。从发展才是硬道理到赚钱才是硬道理的转变。

一个产品的寿命是有限的，不断的补充新产品，一方面显示出公司的实力，一方面显示出公司的活力。淘汰无利润和不适应市场的产品。结合公司业务人员专业素质，产品要往三个有利于方面调整：有利于公司的发展、有利于业务人员的销售、有利于客户的需求。

产品要体现公司的特色，走差异化道路。一方面，要有公司的品牌产品。一个产品可以打造一个品牌。所以产品要走精细化道路。

4、 长期宣传，重点促销。

宣传是长久的，促销是短暂的。促销一时，宣传一世。重点的开展促销活动使产品在一个市场上树立起名气，就是品牌意思。结合市场和疫情发展变化，使产品坐庄，达到营销造势的目的。就重点产品和重点市场，因地制宜的开展各种各样的促销活动。当然最主要的工作重心还是在产品的宣传上，具办各种知识讲座。利用公司网站，把产品及时发布出去，利用互联网发布产品上市等信息。

5、 自我提高，快速成长。

为积极配合销售，自己计划努力学习。在管理上多学习，在销售上多研究。自己在搞好销售的同时计划认真学习业务知识、管理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。

本人将以身作责，以实际行动来带领整个团冲击计划目标。

**销售人员工作总结篇三**

一年的时间很快又过去了，在这个季节温差不大的城市，似乎觉得一年的时间过得更快，让人有点不愿意去相信.

xx年对于我来讲是成长的一年、奋斗的一年、学习的一年、是感恩的一年；谢接纳我工作的公司，感谢敦敦教诲的领导，感谢团结上进的同事帮助鼓励，感谢在我沮丧时鼓励我给我打气相信我的朋友，感谢那些给我微笑，接纳我和我的产品的合作者，因为是他们的帮助、认可、信任、鼓励才能使我更加乐衷于我的工作，更加热爱我的工作。

做什么，要见什么人，跟他们聊什么，希望得到什么样的结果，每晚都在想的问题，天天都照着做。可我心里是没底的，不知道这样下去成绩是否能上升，那个时候主任说过换人，假如三个月试用期后我达不到公司的要求，要么给我换市场要么走人，我记得当时跟主任讨论这个问题的时候，鼻子酸酸的，这样的情况下我一般不说话，等主任说完后，我的心平静后，很认真的请求说，希望他能多给我一个月，说真的，面对这个市场，我也是没有信心的，因为前面两个业务员的努力都没有结果，我并不比他们优秀，甚至很多方面还不如他们。但我还是希望在我的努力下，希望能有稍好的成绩，能让我继续这份工作，带着有可能被炒鱿鱼的负担，艰难地走过了第三个月，终于在月底成绩单出来的时候，我接到叫我去拿单的电话，忐忑不安地询问的时候，他开玩笑说这个月公司该给我发奖金了，告诉了我数字，我在房间里跳起来了，兴奋冲到脑门，尽管那不是一个很大的数目，但至少成功地翻了一倍。这个时候我还是不敢第一时间给主任电话，因为我不知道用哪种方式告诉他，兴奋怕以为我会骄傲，平静怕以为听错了。直到第二天上午到医药公司打流向接到主任的电话他问我，才告诉他，记得当时他说了三个字，还可以。这对于我来讲就是一句表扬，一名鼓励，因为在这之前主任从未表扬过我，所以对于他我很敬畏。

我还是不敢松懈，有了这个鼓励，我更加勤奋于我的工作，接下来的两个月，成绩都有进步。但好景不长，两个月后的九月十月成绩又在大幅度的下降，于是生活又回到了从前，变得紧张起来，但是在11月份又发生了转折，量又返回来了，这又成为一次失败后的自我鼓励，就这样生活还在一如既往的发生变故，而唯一不能变的就是自己对工作的态度，不管怎么样，每个工作日都容不得半点偷懒半点松懈，因为竞争无处不在，竞争者只要看见有一个空子，就一定会手插进来扰乱你的平衡，当然没有竞争就没有动力，没有市场。

不管明天迎接的是什么，统统接招，积极应战。

**销售人员工作总结篇四**

作为一名联通营业员，工作了半年后，如何给自己忙碌的工作一回顾，如何总结自己的劳动成果及工作不足呢？以下是详细的联通营业员工作总结相关资料，请参考。

今年七月，我非常荣幸的加入xxx，来到了公众客户中心，至今已有半年，在此期间我的主要工作是在营业厅里学习业务和ibss系统的操作，并熟悉营业厅的运作流程，现对此半年的工作进行简单的回顾和总结。

在业务的学习方面，对各种优惠套餐进行了比较系统的学习，并规范了自己的解释口径。在这几个月中，流动咨询是我经常做的一项工作，这对我的业务熟练程度提出了较高的要求。在工作的前期有时会遇到无法解答顾客提问的情况，需要找其他同事帮忙。后来在同事的帮助下，已经可以较好的完成流动咨询员和业务导航员的工作。在前台办理业务时，也能够做到详细的向顾客解释业务，消除可能产生的误解。在学习业务的同时，服务规范也是我学习的一个重要内容，现在已经对此有了较深的了解。

ibss系统的学习是我这几个月来的一项重要工作。在我老师的悉心指导下，我已经可以比较熟练的进行操作，并在顾客较少时上位办理业务，但与其他营业员相比操作速度还是偏慢，这一点还需要我通过自己的努力进行改进。

对营业厅运作流程我也做了比较详细的了解。包括营业员的业务学习，顾客投诉处理，营业厅的布置，宣传品的摆放，不同岗位同事的分工和各自职责，四个能力的展现，排班，工单管理，营收款的处理，促销礼品和卡类的管理等，为我以后开展工作创造了比较好的条件。

在十一月的时候，我在营业厅陈主任的安排下来到东山分局大客户中心，协助两位营业员进行大客户的业务受理。由于大客户业务数量较大，而且通常在月底比较赶时间，这给受理工作带来了很大的压力。不过我还是在同事的鼓励和支持下，克服了时间紧任务重的困难，较好的完成了自己的任务。同时，也锻炼了自己在任务较多的情况下工作的能力。

在这几个月中，中山二路营业厅的各位领导同事过硬的业务水平和良好的敬业精神给了我很深的印象，也时时刻刻影响着我。作为新人，刚开始工作时也许在能力上存在着不足，这就需要自己用良好的工作态度去弥补，对于领导交给我的任务，我做到了尽心尽力的去完成。也感谢中山二路营业厅的领导和同事，他们给我起了很好的表率作用。在工作中我还和营业厅的领导和同事形成了较好的关系，为今后工作中的合作打下了好的基础。在取得一定成绩的同时，我也存在一些不足之处，主要有如下几点：

与其他营业员相比，我的学习速度确实偏慢。这其中虽然有客观上的困难，但更多的还是自己主观上的原因。在今后的工作中要学习的东西还有很多，应对自己高标准，严要求，尽快尽好的掌握新的知识和技能。

虽然在广州度过了自己四年的大学时光，但由于自己学习广州话的意识不够，加之舍友，同学多为讲普通话者，结果四年下来广州话虽然听懂已不成问题，可在与年长的顾客交流时由于自己不懂讲广州话，对方普通话听力又较差，给交流带来一些困难。在今后的工作中广州话也是一项比较重要的技能，应引起自己重视。

比如唱收唱付，微笑待客等，虽然看似只是一些细节问题，但实际上关系着营业厅的服务质量和企业形象。有时这些服务规范我并没有完全做到，在领导和同事的帮助下。我也认识到了这些规范的重要性，并进行了改进。

在有时顾客比较多的情况下，我容易出现手忙脚乱的现象，影响了我的服务质量。在今后的工作中，应当学会对工作进行合理的安排。

这些不足之处应当引起我的重视，及时吸取教训，在今后的工作中加以避免。

在营业厅的工作已经结束了，回顾几个月来的工作，可以说成绩与不足并存。在今后的工作中我会改正不足，尽最大努力搞好自己的工作。我的总结就到这里，请各位领导予以指正。

**销售人员工作总结篇五**

我于xx年进市场部，并于x被任命市场部主管，和公司一起度过了两年的岁月，现在我将这期间的工作做个汇报，恳请大家对我的工作多提宝贵的意见和建议，市场部销售优秀主管工作总结。

我市场部主要是以电话业务为主、网络为辅助开展工作。前期就是通过我们打出往的每一个电话，来寻找意向客户。为建立信任的关系，与每个客户进行交流、沟通。让其从心底感觉到我们无论何时都是在为他们服务，是以帮助他们为主，本着\"我们能做到的就一定往做，我们能协调的尽量往做\"的原则来开展工作。这样，在业务工作基本完成的情况下，不仅满足他们的需求，得到我们应得的利益。而且通过我们的产品，我们的服务赢得他们的信任。取得下次合作的机会。就像春节前后，我部分员工将工作衔接的非常好，丝尽不受外界因素的干扰，就能做到处在某个特殊阶段就能做好这一阶段的事情，不管是客户追踪还是服务，依然能够坚持专心、用品质往做。20xx年的工作及任务已经确定。所有的计划都已经落实，严格按照计划之内的事情往做这是必然的。相信即便是在以后的过程中碰到题目，我们也会选择用最快的速度和最好的方式来解决。

20xx年，在懵懂中走过来。我自己也是深感压力重重，无所适从。但是我碰到了好的领导和一个属于我的团队。他们的帮助和包容是我个人现阶段长大的重要因素。也是我在参加工作的这段时间里对于做人和做事的理解中收获最多的一年，过往的已经过往。每一年都是一个新的出发点，一个新的开始。

在今年的工作中，以\"勤于业务，专于专业\"为中心，我和我组成员要做到充分利用业余时间，无论是在专业知识方面，还是在营销策略方面，采取多样化形式，多找书籍，多看，多学。开拓视野，丰富知识。让大家把学到的理论与客户交流相结合，多用在实践上，用不同的方式方法，让每个人找到适合自己的工作方式，然后相辅相成，让团队的气力在业绩的体现中发挥最大作用。为团队的合作和发展补充新鲜的血液和能量。同时在必须要进步自己的能力、素质、业绩的过程中。以\"带出优秀的团队\"为己任，要站在前年、往年所取得的经验基础之上。创今年业绩的同时，让每个人的能力、素质都有提升，都要锻炼出自己独立、较强的业务工作能力。将来无论是做什么，都能做到让领导放心、满足。

走进这个竞争激烈的社会，我们每个人都要学会如何生存?不论做什么。拥有健康、乐观、积极向上的工作态度最主要。学做人，学做事。学会用自己的头脑往做事，学会用自己的聪明往解决题目。既然选择了这个职业，这份工作，那就要尽心尽力地做好。这也是对自己的一个责任。

通过这两年的工作，我感同身受。我看到了公司所发生的变化。也感觉到了公司必然要向前发展的一种决心。我相信：\"公司的战略是清楚的，定位是正确的，决策是正确的\"因此，在今后的工作中，我会带领市场一部全体员工随着公司的发展适时的调整自己，及时正确的找到自己的角色和位置。为公司在蓬勃发展的过程中尽我们个人的微薄之力。

回首过往，我们热情洋溢;展看未来，我们意气风发。新的一年，新的祝福，新的期待：今天，市场一部由于在此工作而骄傲;明天，市场一部会让公司由于我们的工作而自豪!

**销售人员工作总结篇六**

2024年是\*\*公司重要的战略转折期。国内专用车市场的日益激烈的竞争、价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给\*\*公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下，\*\*专用汽车公司取得了历史性的突破，年销售额、利润等多项指标创历史新高。现将2024年上半年工作总结如下：

一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分用户群体实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标，结合公司总经理在2024年商务大会上的指示精神，公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们没有一味地走入价格战的误区。价格是一把双刃剑，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的`价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢?我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标管理

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做出反应。同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性;在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把公司产品市场的占有率作为销售部门主要考核目标，顺利完成总部下达的全年销售目标。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作;建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度。

二、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部管理，作到请进来、走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的专用汽车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的管理提出全新的方案和建议;组织综合部和相关业务部门，利用业余时间学习。

三、注重团队建设

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，做好销售工作计划，做好个人工作总结报告，提升团队的凝聚力和专业素质。通过聘请专业的企业管理人才对员工进行了团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

**销售人员工作总结篇七**

我想我应当为自我过去的工作感到幸运，其实这一年来在工作很多方面，都是比较顺利的，各方面的工作积累，使我此刻越来越强大了起来，对于销售这份工作我也越来越熟悉了，这真的是让我受益匪浅啊，想一想这一年工作当做出来的成绩我就觉得这些都应当是我继续坚持的东西，在生活上头继续做好这些基本的`职责，我想没有什么事情不能够积累经验让后蓄力而发，这一年的电话销售，让我明白了很多道理，在同事们指导，领导的关心中更加是加倍的努力，我不期望自我会拖累整体工作看，我也总结这一年的工作：

我是没有受过专业的学习，跟培训，在接手这份工作时候我很担心自我能不能做好这几点，销售这个词还是对我而言比较陌生的，我是没有想过这会给我带来一些什么负面的工作情绪，我也不想因为自我的原因让这些事情做的这么不满意，我总是觉得这些都是能够改变的，我十分清楚在工作当中要做到哪些，一年来我进取的学校一些电话销售的技巧，虽然在工作上头没有什么捷径可走，可是我们能够让自我工作本事得到提高，我愿意花时间去让自我很做好这些，学习工作比实践工作，做出业绩要容易很多，一年来我在销售的时候还是有所提升，第一第二季度工作成绩不是很明显，那个时候自我来到xx那里不是很久，处在一个工作的初级阶段，在这一方面我想自我还有很多需要学习，第三第四季度，我有了足够的经验，在这一方面做好了相关的准备工作，让自我实现了很多价值，我会继续加油努力的。

一点电话销售，我一共拨打了xxxx个电话，其中有效客户xxx，对于这些我是没有什么概念的，我这种业绩我想不是十分的出众，可是对我来讲就是一种鼓励，这是来之不易的，在生活当中很多时候接触到这些十分的不简单，我只想让自我坚持下去，在可持续的提高，一年来业绩方面，对我来讲还是做的不够，我认为在今后做到全年度前三才是我的目标，这对于我来讲好像是有点初出茅庐不怕虎，可是这也是我哦内心最真实的想法。

我想在工作上头积累足够的经验，让自我提高了才好，我在这一年来有时候也不够细心，经常性的忘记一些事情，自我的业务水平还是要加强，我不认为这些乐意搪塞过去，业务水平的提高是直接让我提高的标准。

**销售人员工作总结篇八**

回顾20xxx年的总体销售情况，摸着自己囊中羞涩，自感惭愧！这不是只有我主观原因，同时客观原因也导致整体销售上不去的一个因素，在此我总结了一些存在的问题。

1、现时药价不断下降、下调，没有多在利润，空间越来越小、客户难以操作。

2、即使有的产品中标了，但在中标当地的种种原因阻滞了产品的销售，如某某省属某某药品中标，价格为：某某元，没有大的客源，只是一些小的，而且有些医院因不是医疗保障、公费医疗产品，没销量，客户不愿操作，其它医院有几家不进新药也停了下来，也许再加上可能找不对真正能操作这类品种的客户，所以一拖就拖到现在。相比在别的省、市，这个品种也中标，而且价钱比省属的少，虽说情况差不多，但却可以进几家医院，每月也有销量，究其原因，我觉得要找就找一个网络全，这样的供货平台更有利于产品的销售和推广。

3、在各地的投标报价中，由于医药经验上不足，导致落标的情况时常发生，在这点上，我需做深刻的检讨，以后多学一些医药知识，投标报价时会尽量做足工课，提高自已的报价水平，来确保顺利完成。

4、在电话医药销售方面，一些谈判技巧也需着重加强，只要我们用心去观察和发掘，话题的切入点是很容易找到，争取每个电话医药销售过程都能够流畅顺利，必竟在没有中标的情况下，电话医药销售是主要的销售模式，公司的形象也是在电话中被客户所了解，所以在这方面也要提高，给客户一个好的印象。

随着中国医药市场的大力整顿治理逐渐加强，医药医药销售面对国家药品监管力度逐渐增强，药品医院配送模式及药品价格管理的进一步控制，许多限制性药品销售的政策落实到位，报价xx元，xxxx报价xx元，有的客户拿货在当地销售，但销量不大，据了解，在某某省的某某市，大部份医院入药时首先会考虑是否是今年又中标的产品，加上今年当地的政策是，凡属挂网限价品种，只要所报的价在所限价钱之内都可入围，这样一来，大部份的市场已被之前做开的产品所占据，再加上每家医院，每个品种只能进两个规格（一品两规），所以目前能操作的市场也不是很大，可以操作的空间是小之又小。

省内，我所负责的xx地区中标产品的销售情况也不尽人意，真正客户能操作的品种不多，分析主要原因有几点：

1、当地的市场需求决定产品的总体销量。

2、药品的利润空间不够，导致客户在销售上没有了极积性。

3、有需求的代理商不能及时找到，代理商对产品更加慬慎。

4、货物发出去好几天，但没能及时到达医药代理的手里。让客户急不可耐，这种情况应避免。

5、现在代理商年底结帐，顾不上新新货，而且年底不想压库底。

6、代理商需求减少，大部分找到适合的产品，已有好的渠道。

我觉得在明年，应该有针对性的到当地医药公司进行详细走访，了解客户的需求，制订计划，分品种给某些有销售专长的客户操作，不能像今年一样，配送公司点了一大堆，但真正能做的品种没几个，而且这样也不会导致不同配送商之间争产品的冲突。

在此，提出对明年的销售建议：

1、应避免服务不周到，例如：找到客房只把货发出去了，业务跟踪了，但是产品宣传需要公司给录制一些音像品，这样更有利于宣传。

2、避免发货不及时的问题，通常先打款的拖着，货到付款的就紧着发。

3、价格并不统一，应该有省、市、县的梯度价。

4、税票不及时。

5、哪个区分给了谁就应该让这个经理跟踪，不断了解市场，操作市场。

在销售方面，建议公司考虑在原有的营销基础上再大力度的加大网络营销模式，毕竟现在计算机的普及网络这个销售平台覆盖面越来越大，这是我们电话医药销售方法所不及的，现在的药商寻找药品经营不再是单独靠以前参加各地的药交会寻找产品了，（就这次成都会上所见到的已没有前几年多，现在的人越来越少），加上经济危机，前景不太景气，而且现在的人渐渐转变了他们的想法，慢慢向网络靠拢，因为网络给他们带来方便，快捷，而且成本低。在网上代理医药的话，只要客户现正寻找某一类型的药品，都能在网上找到。因此锁定好的厂家，好的品牌比较准确。在通过电话的交流，成功率是显而易见的。现在是一个信息时代，网络也成为人们不可忽视的宣传平台，它有着丰富的代理商资料可供查询，对产品的市场开发及销售都有很大的帮助。

**销售人员工作总结篇九**

据销售员以往经验，年后三、四月份是\_、\_车的销售淡季，询问一下\_经理，从四月一日到四月十二日，买了十几辆车；从四月七日-四月十二日\_部买了十七辆车。

\_部近来销售车少一些，所以网点提车少；\_部网点提车多一些，从四月七日-四月十二日网点提车九辆，保险一般不在\_城入；另外四辆车分别是\_队与\_局购卖。他们的保险一般单位联系，自入保险。

近来，\_路整修，行车不便，客户减少，或是一天不销车，\_部便派两个销售员出外做宣传，\_部也派一个销售员出外做宣传。展厅不来客户，保险业务更是无人问津。

在销售员销车过程中，\_一直在旁跟随学习整个销售过程，直到最后，客户交款定车，其中，销售员在售车过程中，随带向客户介绍询问入保险具多，一般与车挂牌为由劝其入\_保险：

1、客户有的入，\_向客户介绍保险种类与计算保额后，很快入保；

4、有的客户要挂\_地方的牌子，只为省钱，所以不入\_城保险；

6、有些客户也有目前不挂牌子的，保险这一块更是拖延不办。连介绍都无法进行。

7、有些客户购完车后，说是暂时不用s公司去服务，等一段时间，再谈挂牌等事宜，保险这一块众人之争的业务，s想这也是一去不回头，再回s公司保险可能性就小了。

销售员销售车一多，保险是一项可有可无的业务。当\_去与客户直接做业务时，遇到了客户非常反感保险业务这一块，有一次，竟然把\_当成保险公司拉保险的了，态度非常不好。无法沟通。非常尴尬。

根据以上原因种。种，\_提出对我的要求和一点见意：

一、保险业务能力要继续提高，多向\_学习，不懂就问，多与销售员沟通，多与客户正面交流。多向亲戚朋友推荐向s公司来购车，以增大保险客源。

二、做一下客户回访工作，看一下保险客户的客源多不多，如何去开发新的\'保险客源，\_看到销售上只要有一个客户看车，销售员就写一下客户信息，事后，就向其客户购车事宜，保险客户是否也能留一下客户信息，打电话询问客户是否能在我公司保险。

以上，是\_近期保险工作的总结，不足之处，请\_经理指正批评。有望更好的开展\_部的保险业务。

网络销售工作总结

客户关注的几个问题如沟通不好，决无下文。如产品的规格、技术参数、所达标准，价位，打算订购的数量，做什么品牌，该品牌在当地是否有影响力，和哪些企业有过生意往来，及做外贸时间长久等。

3、你的商贸语言及技巧如何（是否会产生误解或含糊不清，业务人员的素质如何）对客户的任何信息要及时响应并回复；对客户的回复不能简单的一问一答，要尽可能全面、周到，但切不可啰嗦。邮件中语言尽显专业性与针对性，否则失去继续交谈的机会。

4、想客人落单，需先交朋友和交换有价值的信息和意见。决大多数客户都有自己较稳定的供应商，要想做出订单，不能超之过急，超稳步跟进，功到自然成。

一般来讲，从以下几个方面入手来赢得客户：

1、做好质量营销。

2、树立“客户至上”服务意识。

3、强化与客户的沟通。

4、增加客户的经营价值。这就要求企业一方面通过改进产品、服务、人员和形象，提高产品的总价值；另一方面通过改善服务和促销网络系统，减少客户购买产品的时间、体力和精力的消耗，以降低货币和非货币成本。从而来影响客户的满意度和双方深入合作的可能性。

5、建立良好的客情关系。

6、做好创新。

找客户的渠道，生意的产生是多样化的。

客户关注的几个问题如沟通不好，决无下文。如产品的规格、技术参数、所达标准，价位，打算订购的数量，做什么品牌，该品牌在当地是否有影响力，和哪些企业有过生意往来，及做外贸时间长久等。

3、你的商贸语言及技巧如何（是否会产生误解或含糊不清，业务人员的素质如何）？对客户的任何信息要及时响应并回复；对客户的回复不能简单的一问一答，要尽可能全面、周到，但切不可啰嗦。邮件中语言尽显专业性与针对性，否则失去继续交谈的机会。

4、想客人落单，需先交朋友和交换有价值的信息和意见。决大多数客户都有自己较稳定的供应商，要想做出订单，不能超之过急，超稳步跟进，功到自然成。

一般来讲，从以下几个方面入手来赢得客户：

1、做好质量营销。

2、树立“客户至上”服务意识。

3、强化与客户的沟通。

4、增加客户的经营价值。这就要求企业一方面通过改进产品、服务、人员和形象，提高产品的总价值；另一方面通过改善服务和促销网络系统，减少客户购买产品的时间、体力和精力的消耗，以降低货币和非货币成本。从而来影响客户的满意度和双方深入合作的可能性。

5、建立良好的客情关系。

6、做好创新。

找客户的渠道，生意的产生是多样化的。

**销售人员工作总结篇十**

20xx年对于我来说是个丰收的一年，来到公司已经近4年的时间，都是在技术部设计研发设备，而今年下半年，领导把我调到了销售部，我接触到了工作以来没有接触的领域，又给了我学习前进的机会，现我就将16年的工作总结如下：

20xx年，我不断的更新自己的知识储备，在工作岗位上希望能够更好的应用自己的专业知识，改进设备性能，降低生产成本，而在今年8月份，我被调到销售部，对于从来没有接触过销售工作的我来说，这是一个未知的领域，同样也是一个新的挑战，我尽快的熟悉销售部的工作，投标的流程，报价单如何做，开票申请等等，在领导和同事的指导下，对于销售部的主要工作我也熟悉的很多，慢慢的也开始全身心的投入到工作当中。

我主要是负责吹灰器的销售工作，但是我发现对于吹灰器的\'报价，销售部并没有一个明确的标准，所以，我询问技术部和采购部，在其他部门同事的协助下，我自己制定了一个吹灰器报价的标准，做成excel表，以后吹灰器的相关报价都可以通过这个表格来完成。大大提高了工作效率。

客户方面积极的联系沟通，下半年也参与了很多的投标，包括：无锡华光锅炉的7个项目，北控环保工程技术有限公司的项目，山东玉皇盛世化工股份有限公司的项目，虽然最终结果不是很理想，但这些客户也是前期刚接触，相信在以后会有合作的机会。

以前吹灰器没有回来的尾款，包括：中海石油舟山石化，山西天柱山化工有限公司，西安秦都，目前都是在积极的接洽中，山西天柱山化工有限公司我已到山西起诉，法院受理了，但是山西天柱山化工有限公司已经申请破产，案件终止。剩下的还有中海石油舟山石化，西安秦都两家公司，尽力在今年上半年完成收尾工作。

不足：对于销售的工作目前也只是初步的了解，与客户的沟通方式方法还不是很成熟，在20xx年，自己会加强学习，找到快捷有效的方式，积极与客户沟通。

目标：主要的目标是积极的与华光锅炉接洽，20xx年在华光锅炉至少拿到两个项目。

**销售人员工作总结篇十一**

尊敬的领导：

您好!

在鞋柜工作差不多快一个多月了，在这将近两个月里我从中学会了很多的东西。以前我对鞋店没有什么了解的，连鞋子的型体都不了解。在这一个月中我学会了很多很多的东西，虽然开始我们的业绩不是很理想还经常出错浪费了很多时间和精力，我们只能在错误中成长不段的学习，不段的培养自己在各方面的知识和技能尽快的让我们的销售提升上去，我虽然不是最好的但一定会做得更好，相信通过我们大家共同的努力一定会做到。

在鞋柜工作让我感受大家庭的温暖，同事之间的团结，店与店之间的互助。同时也让明白买鞋子也是那样的有意义，让我从中学到了销售的方法。了解顾客心理所需求的从而来销售鞋子，销售鞋子首先从鞋的优点说起，这款鞋的优点不同于其它鞋的优点。用我们鞋子所在的优点来吸引顾客，在工作中我学会了管理，一个门店要注意的问题，比如说，店面的.清洁卫生，员工的仪容仪表，卖场和仓库的陈列，还有销售的口语。

在这上班作为一名新的成员，我还要努力的学习，积累工作经验。这段时间的工作虽然可以看到有一点进步但是还不能达到一个专业销售人员的程度，从中让我明白了这样的一个道理;对于一个销售好的零店来说是要有一个专业的管理者，要有良好的管理制度，用心去观察用心去与顾客交流。

严格遵守公司的规章制度，做事首先从公司的利益出发，及时将公司的信息传达给每一位员工。随时保持着一个良好的心态，不能把情绪带到工作中来，团结好店内员工，充分调动和发挥自己和大家的积极性，发挥特长，搞好团结发挥出强大的团体力量，了解同行的销售信息，了解顾客购物的心里，做到细而快，使工作具有针对性从而增加我们的销售，销售靠周到细致的服务去吸引顾客，主动，热情，耐心，周到。

店面每天的清洁卫生很重要，能为顾客营造一个良好的购物环境。积极主动的为顾客服务;尽可能的满足顾客的需求，并发自内心的微笑和礼貌用语。让顾客满意的离开本店。欢迎下次再光临。

我在工作中许多不足之处会加强改善，努力学习各方面的专业知识，与店面的团结协作创造一个良好的工作环境，抛开不愉快的发挥最大的工作热情，让我们成为一个最优秀的团队。

**销售人员工作总结篇十二**

本人从事工业控制器产品销售,主要提供为机械设备之配套服务,在销售过程中,个人感觉是在销售过程中最大的问题就是客户进程(agenda)的问题,即,签一个配套总会花费较长的周期,这里存在的问题也是多方面的,通过一次与公司的中国台湾方面高层经理拜访,以及与多年从事销售的前辈讨论,加之一些实践,总结以为共享,并愿意更多朋友来发现其中问题,能够予以讨论.

分析客户进程比较慢的原因在于以下几点:

1.供应商更换动力不足:由于原有的供应商的稳定合作,即便产品有一些小问题,但是,尚不足以让客户积极的推动更换供应商的行为,即,在客户端缺乏动力.

2.信任的建立:更换新的配套设备将会有一个信任度建立的过程,任何新品即便是再好的产品,客户都会需要一个过程去适应,然后才能讲有欲望去实现这个销售行为.

3.风险的存在,使用任何新品去配套都会有一个中间的不适应期,这个将会带给客户一些潜在的风险,因此,客户的积极性不是很高.

4.自上而下的推动力不足:客户方的自上而下的推动,即,在寻找合格客户的过程中对决策者的推动力不足.

结合这些问题,我们提出销售解决策略案

从以下几个方面入手

1:工业品促销

试用,由客户自行试用来评测系统的稳定性与可靠性,对功能与性能的评价来自客户.

此效果相对比较明显,即,由于,我们的产品在性能的稳定性上具有一定的优势(当然,客观的讲,我们不能讲就一定比siemens的产品更有优势,但是,每个产品的定位会有所不同,我们会以价格,贴标,代开发这几种方式来弥补品牌的缺陷)

2:高阶行销

由于高层经理会有较大的权限和知识面,并且能够快速的与客户端高层建立对等的外交关系,赢得客户的重视等等,这些都是高阶行销的便利,公司的高层经理就曾经跟本人讲,你不要认为我是你的上司,你应该认为我是你的销售员,你告诉我,那个客户需要我去和他来谈,那么,你就告诉我,我来协助你做一部分工作.

3:客户特殊收益

客户的特殊收益,就是要去挖掘产品除了本身作为一个控制器而言的技术功能,还要去挖掘其产品技术以外的收益,而这些都是围绕客户端的不同人员来展开.

一般来说,客户端的决策者情况分布为:

总经理:

在较小的公司,总经理会有较大的决策权限,一般,我们讲从企业的组织结构来讲,在小型的公司的组织结构都会比较倾向于直线制,这样高层经理拥有较大的决策权,而一般公司都会比较集权,毕竟分权的情况在公司里就会比较少一些,因此,为什么在管理学的组织结构讨论中只会讨论集权的弊端而不讨论分权的弊端呢?正是这个原因.

技术经理:

在中型或者较大的公司,技术经理会拥有较大的权限,或者,尽管,他们没有较大的权限,但是,他们的建议基本上属于那种会比较权威的.

工程师

对工业品而言,很多时候,工程师由于在其专业领域的权威性,特别是企业的技术骨干工程师,他们具有对产品的深厚专业功底,因此,他们来决定产品的使用,例如,有些公司的高层经理和技术经理都非电气专业出身,因此,电气专业出身的资深工程师就会有较大的决策权或者高度的建议采纳度.

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn