# 2024年卫浴销售工作总结(优质9篇)

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2025-01-16

*总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文...*

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

**卫浴销售工作总结篇一**

我于xxx年xxx月份任职于xx公司，在任职期间，我非常感谢公司领导及各位同事支持与帮助。在公司领导和各位同事支持与帮助下，我很快融入了我们这个集体当中，成为这大家庭一员，在工作模式和工作方式上有了重大突破和改变，在任职期间，我严格要求自己，做好自己本职工作。现将这一年工作总结如下：

作为公司销售内勤，我深知岗位重工性，也能增强我个人交际能力。销售部内勤是一个承上启下、沟通内外、协调左右、联系八方重要枢纽，把握市场最新购机用户资料收集，为销售部业务人员做好保障。在一些文件整理、分期买卖合同签署、用户逾期欠款额、销售数量等等都是一些有益决策文件，面对这些繁琐日常事务，要有头有尾，自我增强协调工作意识，这些基本上做到了事事有着落。

作为公司销售内勤，我负责用户回款额及逾期欠款额工作，主要内容是针对逾期欠款用户，用户还款进度是否及时，关系到公司资金周转以及公司经济效益，我们要及时了解购机用户工程进度，从而加大催款力度，以免给公司造成不必要损失，在提报《客户到期应收账款明细表》是，要做到及时、准确，让公司领导根据此表针对不同客户做出相应对策，这样才能控制风险。

入职到现在，本人爱岗敬业、创造性地开展工作，虽然取得了成绩，但也存在一些问题和不足。主要是表现在：第一，用户回款额这方面有些不协调，也许是刚刚接触这方面业务；第二，加强自身学习，拓展知识面，努力学习工程机械专业知识，对于同行业发展以及统筹规划做到心中有数；第三，要做到实事求是，上情下达、下情上达，做好领导好助手！

在以后工作当中，我会扬长避短，做一名称职销售内勤，与企业共成长。

**卫浴销售工作总结篇二**

1：要有丰富的专业知识。

2：要站在顾客的立场上看问题。

3：要让顾客想象自己使用产品时的美好情景。

4：要对自己的产品有充分信心。

需要了解的

1：顾客的消费能力。

2：设计平面图最好有。

3：家庭装修风格。

4：相关生活习惯，比如有人喜欢泡澡，有人不喜欢

而作为销售人员，你必须对你所要销售的产品有足够的了解，并且你还要明确你的产品所面对的消费人群，再者你还要学会分析你的产品在同类产品中的优势和劣势以及产品在市场上的供求情况，从而制定你的销售策略和计划，使自己更好的完成销售任务。

同时还要具备的一些素质，衣着整洁、大方自信，面带微笑，能言善辩这是基本，积极好学，察言观色，随机应变这是附带，圆滑交际，守时守信这是必备!

在专卖店调研时经常发现一个现象：顾客进门时我们的导购人员基本能及时上去迎客，并能熟练的说出“你好，欢迎光临xx专卖店”这一问候用语，如果这个顾客性格比较开朗或没有什么戒备心沟通倒也不是什么困难，最起码能围绕产品介绍下去，可一旦顾客戒备心比较强或性格较内向或不擅长沟通问题就出来了，经常是表情麻木且不知道如何下嘴，东介绍一句西介绍一句，屁股后面跟着顾客走，偶尔也会问一问顾客家的装修情况和基本信息，可顾客基本上是一语盖过或闭口不答，最终导致的结果就是顾客进来转一圈就出去了。

沟通是人与人之间的润滑剂，可到底什么是沟通?从字面意思理解来看就是两个人之间不存在障碍(沟)，能够放开心扉去交谈。对于导购员来讲沟通必须要积极主动，并学会套近乎，无论面对什么样的顾客都要尽量去撬开顾客的嘴巴，除了运用各种技巧之外最有利的武器就是利用自己的热情去感染顾客。日常生活中我们看到有些人是典型的“自来熟”，无论遇到什么人都有讲不完的话，就跟老朋友一样，同样也能迅速的让对方接受自己，她们为什么会这样?最根本的一条就是：会笑，会主动交谈消除隔阂并引导顾客说话的方向。所以要想成为一名合格的强势导购，必须要学会沟，否则一切无从谈起。

出现上面问题的原因就在于导购员把自己当成了旅游景点的导游而非行业专家和顾问。由于行业的特殊性建材产品并没有得到消费者的普遍关注，大部分是应急的学了点知识就来选产品忙装修，即使从各品牌导购口中得到一些具体信息基本上也是“王婆卖瓜之词”——可信度不是很高，尤其面对装修知识欠缺的顾客做顾问就更重要了。这时就需要导购员提示顾客一些重要注意点，甚至帮助顾客选择适合他的一款或两款产品推荐给他。要想达到这个层次就必须具备以下几个条件：

其二、只有了解顾客一定的信息后才能有针对性的推荐某款或某两款产品。这也涉及到了前面的沟通，通过沟通至少要知道顾客楼盘地址、装修进度、装修风格、色彩基调、个人喜好、家中成员等，没有这些事实信息作依据是谈不上推荐的。其三、要帮助顾客选择一款或两款最适合他的产品并积极推荐，逐步缩小顾客的选择范围。当然这种选择是根据顾客家的实际情况和当时的喜好来决定的，只有利用自己所掌握的知识推荐了顾客的落眼点才有重点，才能集中精力来挑选和了解我们的产品。值得注意的是推荐的数量不能超过三款，太多了顾客仍然不能迅速做出决定，太少了顾客就缺少选择的余地，通常用二选一的方法最有效。

到底该怎么介绍产品?

其一、形成自己品牌和竞争品牌的对比，强调差异化而不是光介绍行业知识。

其二、在对比的基础上让顾客知道自己的产品如何不同于竞争对手的产品，如何好于竞争对手的产品。

其三、在介绍的同时要吸引顾客的注意力并提升顾客的兴趣和购买欲望。

**卫浴销售工作总结篇三**

不知不觉中，20\_\_已接近尾声，加入\_\_房地产发展有限公司公司已大半年时间，这短短的大半年学习工作中，我懂得了很多知识和经验。20\_\_是房地产不平凡的一年，越是在这样艰难的市场环境下，越是能锻炼我们的业务能力，更让自己的人生经历了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的是增加了一份人生的阅历。可以说从一个对房地产“一无所知”的门外人来说，这半年的时间里，收获额多，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现将今年工作做以下几方面总结。

一、学习方面;

学习，永无止境，这是我的人生中的第一份正式工作，以前学生时代做过一些兼职销售工作，以为看似和房地产有关，其实我对房产方面的知识不是很了解，甚至可以说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，通过努力的学习明白了置业顾问的真正内涵以及职责，并且深深的喜欢上了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

二、心态方面：

刚进公司的时候，我们开始了半个月的系统培训，开始觉得有点无聊甚至枯燥。但一段时间之后，回头再来看这些内容真的有不一样的感触。感觉我们的真的是收获颇丰。心境也越来越平静，更加趋于成熟。在公司领导的耐心指导和帮助下，我渐渐懂得了心态决定一切的道理。想想工作在销售一线，感触最深的就是，保持一颗良好的心态很重要，因为我们每天面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对工作和生活。

三、专业知识和技巧;

在培训专业知识和销售技巧的那段时间，由于初次接触这类知识，如建筑知识，所以觉的非常乏味，每天都会不停的背诵，相互演练，由于面对考核，我可是下足了功夫。终于功夫不负有心人，我从接电话接客户的措手不及到现在的得心应手，都充分证明了这些是何等的重要性。当时确实感觉到苦过累过，现在回过头来想一下，进步要克服最大的困难就是自己，虽然当时苦累，我们不照样坚持下来了吗?当然这份成长与公司领导的帮助关心是息息相关的，这样的工作氛围也是我进步的重要原因。在工作之余我还会去学习一些实时房地产专业知识和技巧，这样才能与时俱进，才不会被时代所淘汰。

四、细节决定成败：

从接客户的第一个电话起，所有的称呼，电话礼仪都要做到位。来访客户，从一不起眼的动作到最基本的礼貌，无处不透露出公司的形象，都在于细节。看似简单的工作，其实更需要细心和耐心，在整个工作当中，不管是主管强调还是提供各类资料，总之让我们从生疏到熟练。在平时的工作当中，两位专案也给了我很多建议和帮助，及时的化解了一个个问题，从一切的措手不及到得心应手，都是一个一个脚印走出来的，这些进步的前提涵盖了我们的努力与心酸。

有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

**卫浴销售工作总结篇四**

卫浴销售月工作总结

本文从网络收集而来，上传到平台为了帮到更多的人，如果您需要使用本文档，请点击下载按钮下载本文档（有偿下载），另外祝您生活愉快，工作顺利，万事如意！

范文1 箭牌卫浴南区 四 片

2024年9月工作总结及10月工作计划 一、月度销售任务分解及完成情况

长沙 常德 衡阳 益阳 娄底 岳阳 浏阳 邵阳 怀化 吉首 永州 张家界 郴州

--------总计 209 104 90 50 49 90 32 18 16 30 41 6 29 763 本月任务600万，实际完成万,完成率%。去年同期回款万，较去年同期完成增长%.本月回款数据还算比较理想，主要是岳阳、衡阳工地都已经开始供货。二、网点开发情况：

本月网点计划开发 3 个，实际完成 3 个。网点明细：

序号

--------性质 名称 地址 负责人 联系电话 面积 备注

1 分销 澧县专卖 常德澧县 易总

200 装修中

2 自营 旺德府

长沙旺德府建材市场 秦传波

200--------已开业

3 自营 红星美凯龙 长沙红心美凯龙 秦传波

250 已开业

--------

三、

各地市场情况：

1、销售情况：长沙本月任务250万，实际完成209万。本月长沙回款不是特别理想，主要是长沙上月工程冲账下来几十万，之前账上余额几十万。长沙9月份发货280万，发货还是比较理想的。长沙本月有促销活动：1、长沙旺得府超市新店9月3号开业销售达到50万，开业当天市场火爆，其他品牌基本上都是没有生意。整个市场里面全部是箭牌的广告物料，华冠公司对于市场广告资源的整合还是非常的到位。2、9月24号红心美凯龙新店开业，当天销售达到40万。效果也还可以，由于国庆很多品牌已经开始搞促销活动，拦截了我们一部分客户，还有很多客户都在持观望的态度。3、国庆促销活动从9月24号正式开始，24号、25号两天销售达到了200万。预计整个国庆促销可能会达到500万以上。

市场情况：法恩莎卫浴国庆促销活动没有大型的促销，基本上就是店里搞几款特价产品，没有做什么广告宣传，市场里面的临促也特别少。效果不是特别理想，--------这跟法恩莎在长沙的操作有关系，法恩莎一直是明码标价，老板对促销活动不是特别的重视。帝王现在的经销商老板比较有实力，现在在长沙各市场也在开始装修店面，旺德府店面装修效果比较好，档次较高。除了展示差异化的产品之外，浴室柜、淋浴房展示的也比较多，而我们长沙箭牌的店面基本上是不展示淋浴房的。恒洁活动比较频繁，现在活动物料布置基本上是抄袭长沙华冠的。但是恒洁现在比较重视品牌的宣传，在长沙市中心做形象广告，做公交广告。永州：自去年10月份大店装修起来后，箭牌在永州树立起了形象。1、人员配置：目前永州箭牌总共20人，其中门店导购人员有12个。比较年轻化，比较有冲劲。2、渠道销售：基本上靠小区和零售，目前正加紧和家装公司合作，已经慢慢的见效果了。3、品牌宣传：在市中心投入了几个形象广告，加大在永州的品牌影响力。4、分销：永州是湖南14个地级市经济排名靠后的城市，下面县城经济水平相当的落后，消费水平低。分销最好的是零陵，一年从永州提货20万。娄底：现在店面形象比较差，但是箭牌在娄底的口碑是最好的，这跟经销商的操作思路是有关了，经销商售后服务做的比较到位。目前娄底传统的418建材市场在建一个室内卖场，市场已经封顶了，经销商已经--------在里面选好了一个店面位置，预计在明年初就可以装修新店面了。娄底下面总共有4个分销商，其中3个分销商还可以，一年大概可以从娄底提货200万左右。双峰县是娄底下面分销最差的一个，一年就做3万块钱，我和刘总沟通了，准备把双峰县的分销商换掉。市场情况：法恩莎之前是长沙的分销商，今年被长沙法恩莎收回自营了。店面重新装修升级之后，效果比较好，销售有所增长。惠达零售不是特别好，各渠道也做的很差，但是工程竞争比较激烈，基本上做不下什么工程，但是一旦有工程就会去参与竞争，把价格压的很低。

郴州：自今年新店开业以来，销售有明显的增长。但是郴州目前还是处于坐销状态，家装、小区渠道做的比较差。基本上现在没有和家装公司合作，由于业务人员的短缺，小区业务做的也很差。经过和经销商的思想沟通，经销商意识到了目前自己的处境。接下来会加大小区和家装渠道的建设。

市场状况：尚高活动比较频繁，店面位置比较好，老板操作思路比较好。国庆促销活动力度比较大，价格放的比较低。恒洁店面位置比较好，刚好搞厂家的巡回促销，效果也还可以。但恒洁基本也是靠零售，其他各渠道也比较差，店面样品凌乱。

--------。

2、市场暗点和亮点分析：

市场亮点：1、促销活动：长沙9月3号旺德府新店开业，当天销售达到50万。红星美凯龙9月24号开业，当天销售达到40万。国庆促销活动24号、25号两天销售就达到了200万，2、工程：衡阳已签下华天大酒店改造工程。

--------五金建材 2 1 1 0 0 永州 舜德店 3 1 0 0 0 湘发店 5 2 0 0 0 浏阳 嘉年华 4--------6 0 0 0 郴州 燕泉店 3 2 0 0 0 六、寄生品牌清除情况：

本区域内存在寄生品牌的经销商及店面统计：

经销商名称 店面名称

寄生品牌名称及产品品类 清除期限 浏阳 生活馆 杂牌挂件 已清除

--------永州 舜德店

心海伽蓝 已清除

七、总经销商产品及售后质量问题收集：

1、景德镇和德州马桶包装纸箱硬度不够。

2、邵阳紫鑫大酒店ap446b-1盆子全部分裂。 10月工作计划

一、10月销售任务分解

长沙 常德 衡阳 益阳 娄底 岳阳 浏阳 邵阳

二、各经销商促销活动主题、目标销售额等情况：

9月24号-10月7号

三、本月本区域网点开发计划： 本月网点开发计划2个。

四、清除寄生品牌

经销商名称

--------店面名称

寄生品牌名称及产品品类 清除期限 邵阳 生活馆 杂牌龙头 9月底

六、9月其他主要销售工作要项计划： 1、邵阳、浏阳店面装修跟踪。2、衡阳店员产品知识培训会。

3、对经销商店面有寄生品牌的进行清除。 4、分销走访，鼓舞他们提高自信心。

5、市场调研，了解其他品牌的动态以及新产品。 6、保证回款，坚决完成任务。

--------范文2

2024年8月份整个云南市场的销售情况十分的不理想，要想完成下半年的销售任务，9月份是一个极其重要的时间点，九月份既是下半年的中间月份，也是决定十销售工作总结一促销效果好与否的重要时间段，所以九月份的工作是是极其重要的。以下是我的9月份工作总结：

从9月5号开始进行促销宣传，截止9月30号，云南省分销商客户进货在5万以上的分销商有：楚雄、罗平、新平、开远；进货在2-5万的分销商有：蒙自、昆明宏盛达、普洱、景谷、泸西、丽江、保山、建水、石屏、昌宁等客户。在2万以下的分销商有15个。分--------销商销售数据呈现出上头少，底部多的特点。优质客户的进货数并不是很大，没有十万以上的单个进货客户。特别是昆明、曲靖、玉溪三个大市场都没有大客户出现，严重影响了销量。中间部分的客户，进货数量普遍在2-3万之间，在这几个客户当中，只有昆明宏盛达、丽江、保山三个客户比较有可能在整个十一促销结束时候进货数量能够达到5万。进货数量在2万以下的客户，普遍都是今年生意一直都比较淡的和一些比较没有实力，没有用心在经营产品的客户，这些客户有的占据着比较好的市场，但并没有形成呈正比的销售数据，在接下来的工作中要做好对这些客户的扶持和跟踪工作，对于那些没有实力，却占据着好的市场以及不用心经营的客户将要进行渠道的优化，使市场和销售呈正比。

通过与分销商的交流，对于今年十一促销销售数据不是很理想的原因主要有以下几个：1、客户的库存压力。比如丽江和新平的分销商库存目前都有12万左右，较大的库存使得客户在今年的十一进货比较谨慎。2、大件产品销售数量不佳。目前地下分销商的浴室柜和北京马桶卖的不是很多，单店销售更多还是在买五金件为主，这些状况对于量的提升起到了较大的阻力。3、对市场前景比较不乐观。由于上半年的市场相对惨淡，--------使得较多的客户不看好今年的十一市场，所以更多的是采用观望的心态，先看下国庆几天的生意怎么样再来决定十一促销的最终进货量。除去以上几个原因，还有个别的经销商因为与总代理的合作不是很愉快，所以在促销进货上，不是很积极，对产品是一个能卖就卖，不能卖也不心急的心态。如何做好底下分销商的销售积极性也是个重要的工作。三、个人工作总结：

九月份工作主要分为二大部分：促销前期的广告投放准备和专卖店的装修指导。促销前期的广告准备：

通过最近几个月对底下分销商的了解以及对云南市场的整个状况的结合，在十一促销前期，利用有限的时间主要对红河州的客户以及部分大客户进行拜访，与客户商讨十一促销的广告投放事宜，主要走访了新平、建水、石屏、蒙自、个旧、开远、弥勒、文山、罗平、保山、丽江、大理、楚雄几个客户。红河州的销量对整个昆明总代理任务量的完成具有举足轻重的作用，整个红河州目前有9家专卖店,3个拿货点。通过对建水、石屏、个旧、蒙自、开远、弥勒的走访，了解各个经销商对十一促销的操作想法，并与之沟通目前公司的广告支持力度与产品组合政策。目前云南省客户--------投放广告的积极性并不是很强烈，特别是一些福建客户，更多的是想依靠总代理在区域上进行广告投放，而没能看到投放广告所产生的短期和长期的经济效益。其实目前在云南省投放广告比较多的县域城市，其广告投放都与销售量起到了正比的关系，所以加强分销商的广告投入意识是相当重要与必须的。今年，昆明总代理因为自身的广告投放比较少，所以在十一的广告支持力度上，相比公司的支持力度在加十个百分点，目前基本确定进行广告投放的客户有新平、石屏、开远、罗平楚雄、蒙自。文山分销商因为今年的生意与去年相比确实是下降的相当厉害，客户目前不愿意进行广告投放，担心广告的回收问题。丽江分销商在今年6月份对其的拜访中，对其专卖店的形象问题提出了整改要求。在这次的拜访中，发现其并未按照当时的整改方案进行重新装修，所以对其提出的广告投放方案，目前不给予支持，只要是考虑到目前的店面形象一直都跟不上，如果一下子进行大量的广告的投放，一旦消费者来到店里面，与之预想的差距太大，将对品牌的长期推广产生较大的负面影响，所以要求其在整改专卖店的形象之后在进行广告的大规模投放。例外，由于丽江分销商目前又新开设了蒙拉丽莎瓷砖专卖店，所以其目前的精力在辉煌的投入上有--------限，所以也要求其增加管理和销售团队，以便更好的进行市场开拓。其他没有走访的客户主要是通过电话上与之沟通交流，由于目前的较多客户在做广告上经验比较欠缺，对于广告制作的流程和产生效应的认识不足，所以在做广告上一直都是以拘谨的态度来对待广告的投放。

目前云南省在装修的专卖店有曲江、凤庆、武定、南华、罗平、师宗、呈贡。曲江与呈贡专卖店是比较早完成装修的。但后面去检查的时候也发现了较大的问题。曲江专卖店的面积比较小，而且专卖店没有形成--------一个整体的空间，形象起不来，目前已经要求其对该店进行整改，把后面的墙体补实，以便形成一个整体的空间感。呈贡专卖店装修的比较精致，但在一些细节方面也也出现了一定的问题，象门头的hhsn的n字贴反了，辉煌水暖洁具的洁具二个字字体与前面4个字不一致，另外门头的字体太多，使得整个专卖店的门头看起来比较凌乱，也让其对专卖店进行一些整改。罗平专卖店因为面积比较大，所以在装修上也比较注意，多次到罗平与客户沟通专卖店的设计方案，力求把罗平专卖店作成云南省的旗舰店。凤庆与武定的专卖店装修，因为客户之前并不是主要从事这个行业的，所以在装修的一开始要经常下去对其施工的过程进行监管和指导，防止其装修出现问题，对后面的工作产生不良的影响。南华客户因为和楚雄的客户比较近，而且二个人的关系也比较好，所以对其可以稍微的少花点精力去指导。师宗目前刚刚处于动工阶段，主要是确定了施工图。

9月份惨淡的销售销量给接下来几个月的工作增加了极大的压力，如果想顺利的完成公司对云南省的销售任务，在接下来的工作中要把所有的精力都投放要市场当中去，针对九月的市场情况，对10月的的工作做出如下的计划。

一、做好各个分销商的十一促销的销售和囤货工作。实时与分销商进行联系，了解整个促销的销售情况，对于底下各个区域的竞争对手的促销情况进行汇总，做好十一促销结束前的分销商进货工作。十一促销作为公司的四大促销节日来说，公司的让利力度是相当大的，所以对于有实力的分销商要让其多下订单，只有把分销商的库存填满了，才能给客户造成一定压力，才能更快的让产品在通路上流通。

二、做好几个专卖店的装修指导工作。目前云南还有几个专卖店正在装修中，必须做好施工过程中的风格与公司的要求一致。确保装修的店面在形象、档次上达到公司的要求，使得分销商在未来的竞争具有优势。

--------三、利用有限的时间进行有针对性的市场开发。目前云南省的销售量一起起不来，离合同的截止日也只有2个半月了，要想快速的做起量来，开发专卖店是个较快的捷径。重点开发区域是：云县、元谋、眸定、昆明、曲靖等区域。这些地方都是有一定的摸底基础的，有一些意向客户，所以开发的可塑性比较高。九月份的销售量是失败的，与自己预期的差距太多了，自己要对这次失败承担一定的责任，主要是专卖店没能实现在国庆之前开业，活动促销没有执行到位以及没能说服代理商及时的的进行库存的补充等方面的问题。在职场上自己要学习的东西还太多。

以上是我2024年9月份的工作总结，以及10月份的工作计划。还望领导对我工作的指点!

本文从网络收集而来，上传到平台为了帮到更多的人，如果您需要使用本文档，请点击下载按钮下载本文档（有偿下载），另外祝您生活愉快，工作顺利，万事如意！

**卫浴销售工作总结篇五**

客观地表述任务完成情况，取得成绩，要用数据说话。

比如：今年公司下达销售任务指标是多少，实际完成了销售任务多少，超额完成任务或离任务差距是多少，达到人均消费者多少，与去年相比增长率是多少，各项经用开支多少，完成利润多少。市场占有率多少，与去年相比增长了多少，产品见货率多少，是提高还是降低了。经销商网络情况如何，a类、b类、c类各有几家，销售队伍情况如何等等。只报大账和特别需要说明数据，不需报细账，否则成了数据分析报表。

针对上述事实（数据），简要分析其原因，是行业形势、竞品原因、公司政策、还是其它原因所致。

若是成功经验，对公司其它市场有指导意义，需要简洁、生动表述成功典型案例或经验，可让公司宣传鼓舞士气或在其它市场推广。若是区域市场运作上存在明显不足或严重问题，需要对不足之处和问题进行深刻剖析，如网络构建问题、销售队伍问题、新产品开发问题、消费者沟通和启动问题等，要找出问题根本性原因，分析清楚问题出在那一个环节段上，如广告促销火候不到，差几成。

**卫浴销售工作总结篇六**

刚刚落下帷幕的“国美之争”，黄陈二人激战56天，剧情跌宕起伏、惊心动魄。倘若追溯到他们两人从合作到反目，再链接起从交锋到票选的整个过程，它无疑可以称作当前国内在公平透明的市场较量中最真实、最有价值、最具有标志性意义的现代商战。然而，它看似遥不可及，却又仿佛近在咫尺，国美品牌毕竟距离我们的生活太近了。

资本的危险

本次的国美之争，我们无需过多的在个人情感上指责某一方的薄情寡义，而是应该虚心领教在公平透明的市场较量中“资本的力量”!去加强认识诸如贝恩、大摩、小摩、高盛等国际资本大鳄们运用国际资本的手段和实力!

我国的资本市场，从20世纪70年代末期实施改革开放政策之后方才萌生和发展起来。之后，历经《证券法》的实施及《证券法》和《公司法》的修订，中国资本市场的法制化建设才得以确立。随着20底，中国加入世界贸易组织后有关证券市场对外开放的承诺的全部履行，中国经济走向全面开放，金融和资本市场更加市场化和国际化。未来的商业格局，资本必将会在作为配置资源的基础手段的市场中占着越来越越举足轻重的作用。

作为卫浴企业的资本战争其实早已经开始，从西班牙乐家收购鹰卫浴，再到其收购吉事多卫浴;从台湾和成与申鹭达的合资，到成霖高宝和中宇的陆续上市，卫浴行业并不缺乏国际资本的身影。

资本是个双刃剑，但是，未来市场经济必须要借助资本的力量进一步实现并促成资源配置达到“帕累托最优”。特别在仍旧处于起步阶段的国内资本市场，我们巨大的融资需求在依靠国际资本来满足的同时，必然也会面临着国际资本大鳄们对国内优势品牌和企业的“集体围猎”。

品牌的危险

前段时间被媒体解读为“宝洁联合家乐福扑杀本土日化品牌”的新闻事件，应该值得我们当前的卫浴企业更深层的深思。今年8月份，好迪、拉芳、霸王等本土日化企业被家乐福告知要想继续上架，就要缴纳8%～15%的额外费用。这部分加价足以抵消其卖场利润，甚至被迫退出卖场，而宝洁和联合利华却没有面临这样的问题。尽管这些本土日化企业在品牌传播上是那么的主动犀利和贴近人心，但是这些对“家乐福”来说仍旧不足以给其品牌实力增加筹码。

我们的大部分卫浴企业虽然没有经历好迪、拉芳、霸王等本土日化企业面临的如此境遇，但是，对于我们品牌培育和巩固尚需时日的卫浴企业来说，品牌的危险却跟他们是一致的!甚至是更甚一步!

现的。看似庞大的陶卫品牌无不具有深深的“渠道”烙印。倘若渠道的既有的销售体系受到波动的话，对于品牌将会是致命的打击。这些明显的品牌和运作的漏洞，恰是新品牌招募新销售团队，并运用新政策挖某某品牌的经销商渠道的墙角而得以安身立命的机会。很多往昔曾经风光无限、辉煌一时的陶卫企业无不是在渠道的“集体叛逃”下黯然落幕。

资本与品牌结合的危机

毫无疑问，品牌的根基来自于大众消费者的心理认知度和忠诚度，而非是单靠流通渠道铺货，仅仅是方便了消费者购买来实现的。从这个方面来说，国外资本对国美电器的渗入，家乐福的举动，可以认为是“渠道危险”的信号。

随着国外资本的大规模进入，国内的渠道模式格局将会产生巨大的变化。当国外的卫浴竞争品牌熟悉了国内的市场状况后，必然会全力以赴的利用自己国际化的品牌背景、技术实力投入到中国市场的竞争中。并且，他们也将会借助国外联合资本和关系与我们的本土企业共同利用、争夺乃至整合并控制国内外的渠道资源，也许是红星美凯龙、居然之家、喜盈门等连锁家居建材超市、超级建材卖场，也许是国际建材大鳄中国折戟后，闭关修炼后再次发起进攻的建材卖场!

危险不可怕，可怕的是不能察觉危险，更可怕的是失去了抗击危险的动力。未来卫浴品牌必须要改变“渠道品牌”的状况，向“大众品牌”进行深度的整合营销，让品牌影响力渗透到消费者的心灵中去，不能单纯的依赖“肤浅的渠道手段”来实现品牌和销量的增值。这个速度要快!还要更快!要尽可能的比国际资本跑的快!

**卫浴销售工作总结篇七**

一、销售方面的情况

截止到\_年12月31日，店专柜实现销售额，于\_年同期相比，上升(下降)x%。本柜台共计促销次,完成促销任务达%。

二、会员拓展

(一)新会员拓展

截止到\_年12月31日，本专柜新发展会员人。与\_年相比，递增了x%。

(二)老会员和散客的维护

本专柜严格执行公司会员制度，耐心、细心、热诚的和会员交流，更加增强了老会员对品牌的忠实度和的情感。老会员的返店率达到\_%。在散客方面，本柜台柜员同样是本着热忱服务、顾客至上的宗旨，以可能提高回头率。

三、竞品分析

面对欧莱雅、雅诗兰黛、宝洁等对手，本柜台在注重本产品的优雅、高贵、经典的品牌形象的基础上，突出个性化、优质服务的优势。使我们品牌在市场的竞争占有率大幅度提高。如面膜(占有情况)，洗面奶(占有情况)，由于本人不了解具体市场，自己稍加分析即可。大概对比下咱们产品的优势和不足。

四、柜台日常工作情况

本专柜严格遵守公司柜台管理细则。在人员管理方面，严格注意公司形象，热诚、耐心的为顾客服务。在库存管理方面，严格短缺货登记、库存登记，认真做好盘点工作。货品的管理、注意干燥清洁、防火防潮，并做好货物的清洁。(可结合公司管理细则添加)。

五、\_年工作的展望和\_年工作如何开展

\_年即将过去，在未来的\_年工作中，本柜台力争在保证\_年的销售计划前提下，实现新的销售业绩突破。在会员方面，做到吸引新会员，然后抓住老会员，保正市场持续发展。在散客的方面一如既往的保持我们的优质服务，让消费者加入到我们资生堂的会员队伍中来。在柜台日常工作方面，要更加严格的遵守公司的管理细则，让消费者放心认购我们资生堂的优质产品。在\_年我们的重心是：认真做好顾客和产品的纽带工作，将资生堂的优质产品推向顾客，把顾客对产品的热爱之情带回企业。为实现资生堂“源于日本、亚洲的全球化企业”的战略目标的目标而努力。

**卫浴销售工作总结篇八**

谈谈你对产品的优势及产品带给顾客的好处的理解。

产品的特点和优点我们不难理解，但什么是产品的利益点呢?举个例子说明一下:

买钻头的人，他要买的是一个洞。

买面包的人，他要买的是肚子舒服。

买化妆品的女士，她要买的是美丽与希望。

买奔驰汽车的人，他要买的是身份和地位，一种让人尊重的感觉。

买卫浴的人呢?聪明的你可能猜出来了买卫浴的人，他其实要买的就是卫浴带给他的好处，也就是产品的利益点，一种生活方式，一种家庭氛围，一种自由与轻松，一种舒畅一种便利性。

卫浴导购销售真经

1、“价格分解”成交法

假设顾客看好一个标价为8000元的\_\_卫浴而他的预期价是5000元，这时你需要先算出价格差异是3000元，一旦确定了价格差，支付上的问题就不再是8000元了，而是3000元了。

导购员：先生，这套卫浴的使用寿命最少也有，对吧?

顾客：差不多吧。

导购员：好。现在我们把3000除以10年，那么每一年您只需要多投资300元对吗?

顾客：是的。

顾客：是1块不到。

(记住这个答案最好让顾客自己说出来，因为到最后，你的顾客会觉得再为每天几毛钱跟你争执，已经很可笑了。)

2、“一分钱一分货”成交法

导购员：先生您有没有买过任何价格最便宜，而品质又最好的东西呢?

顾客：呵呵，当然没有。

导购员：先生您会不会觉得一分钱一分货很有道理。

顾客：是的，有道理。

(这是买卖之间最伟大的真理，顾客几乎必须同意你说得是正确的。)

导购员：先生，在这个市场上，我们的价格是公道的，我可能没办法给您最低的价格，而且您也不见得想要最低价格的产品，对吗?但是我可以给您目前市场上同类产品中最有价值的成交条件。

顾客：哦是吗?

3、“别家可能更便宜”成交法

顾客：当然。

顾客：是的。

4、假设成交法

“先生假如您今天订单的话，您希望我们什么时候交货?”

“先生您现在确定，我们仓库应该还有现货”

“先生为了您能尽快用到产品，我马上为您落实货源吧。”

5、选择成交法

“先生您是希望我们为您送货?还是您自己取货?”

“先生我现在为您开单还是等一会儿?”

“先生您是交定金还是付全款?”

“先生您计划确定这一款还是另外一款?”

6、机会成交法

“先生优惠期只剩下最后三天了，您现在就确认一下吧。”

“先生这款特价只剩最后两套了，我建议您现在定下来。”

“先生现在确定下来的话，可以获赠价值900元的赠品，赠品只剩最后几件，赠完为止就这么定了吧。”

7、大胆成交法

“先生您这么有眼光，当然就要选这种大品牌、高品质的产品对吗?不如现在就确定了吧。”

“先生这么优惠的价格买这么好的产品，机会难得，就确定下来吧。”

“先生这款卫浴现在正热销，这个月卖出去几十套了，我也建议您现在订这一款。”

8、三问成交法

导购员：先生您认为这套卫浴的花色和款式怎么样?

顾客：好啊。

导购员：您想不想拥有它呢?

顾客：可以考滤。

导购员：您打算什么时间开始使用这么好的产品呢?

9霸王成交法

顾客非常认同你的产品，在价格上也可以接受，但还是迟迟做不了决定，每当你要求成交时，他总会说“我要考虑考虑，过几天再说”此法在这种时候会很有用处。

在这位你已经非常熟悉的顾客到来之前，按他想要的产品先写好一份销售订单，当顾客来到店里再次看过产品，又和你谈了一阵子之后，请他坐下来然后把那份你事先填好的销售订单拿出来，直接把笔和订单一起递给他，并对他说：“您看这样有没有问题?请签个字吧。”

这时需要注意的是，你千万不要讲话，平静地看着顾客，当顾客看你的时候，你就向他点头头表示鼓励。通常情况下顾客会仔细地看你为他已经填好的销售单，然后会告诉你他真实的想法，或许，他会用你递给他的笔写上他的名字。就算万一不能成交你也不会得罪顾客，而且还可以捕捉到顾客的真实意图。

**卫浴销售工作总结篇九**

（一）存在不足方面：由于从事本行业工作时间较短，对一些产品的材质、功能、特点等知识了解深度不够，对产品的营销经验也不够丰富。

1、销售自信心不够，不能随机应变地应对一些刁难客户和困难；

2、与顾客的沟通尚不够深入，不能全面地把公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户真正的想法和意图。

（二）20xx年改善法：20xx年除了做好自己的本职工作外，要努力学习营销策略和技巧，做好与顾客的沟通，掌握客户的真正想法和需求，同时挤时间学习本行业相关知识，学习他人包括优秀员工的工作经验，以全面提升自己的业务水平。

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