# 如何写销售上半年工作总结合集通用(7篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2025-06-07

*如何写销售上半年工作总结合集通用一现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：一、塌实做事，认真履行本职工作。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，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常...*

**如何写销售上半年工作总结合集通用一**

现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

一、塌实做事，认真履行本职工作。

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，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。像这样的客户就可以列入主要客户群体里。他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

二、主动积极，力求按时按量完成任务。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的最好机会。即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关;其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力;再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

六、后半年的计划

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自己的销售量，争取赶上他们。

我要给自己定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在后半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

**如何写销售上半年工作总结合集通用二**

2月份对于汽车销售行业来说，是一个淡季，客户上门的几率相对较小，汽车销售的数量同比其他月份少，针对这种情况，在公司销售经理王经理“山不过来，我们过去”的销售策略下，开始实施“主动出击，开发市潮的战略方针，作为一名销售顾问，我们在做好顾问式的销售方式的同时，进一步做到上门服务、宣传两不误，作为分管日照市东港区的销售顾问，现将汽车销售二月份工作总结如下：

1、 目标：经过月初分析总结，锁定森林人的目标客户为中小企业主、有实力的个体户、国家公务员、大型企业高层管理人员等，因此，2月份第一次宣传针对有实力的个体户展开了攻势，通过上门访谈、发放宣传资料、邀请意向客户试乘试驾等，第一范文网范文之工作总结：汽车销售月工作总结

2、 经过：个体户里面曾经的光辉人物们建材市场个体户，20xx年日照的房地产飞速发展，因此带动并且引爆当地的建材市场，相当一部分人，理所当然地暴富了，有了钱需要改善原有的生活，原来不懂消费，不会消费，这就需要我们引导消费，宣传我们的汽车，给准客户的生活带来了一丝色彩，不至于使他们天天面对自己的“上帝们”也让自己当一回“上帝”，宣传有一定的效果，但是在我沟通的过程中，也清楚地认识到，-xx年底带来的世界金融危机，一样未曾幸免的波及到了日照房地产行业，顺势波及到建材市场，这个时候的建材市场如同我们2月份的展厅一样冷清，现在更多的个体老板选择持币待购，静观其变。

3、 总结：虽然建材市场一时陷入了困难时期，并不代表其将一蹶不振，等到经济好转的时候，我的努力也就不会白白的付出了，无论是楼市，还是车市，总有经济复苏的一天，现在只需要做好我们该做的，让在日照家喻户晓，经济好转的时候，总会有人来买车! 综上所述：我个人认为3月份的工作计划还是以主动出击为主，守株待兔为辅，尽快地扩大宣传范围，通过各种不同的宣传渠道，让更多的人了解，喜欢，购买拥有!xx年已过，在此实习期间，我通过努力的工作，也有了一点的收获，借此对自己的工作做一下总结，目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把今后的工作做到更好.

春去冬来，转瞬之间，历史即将掀开新的一页。在过去的一年里，厅的全体人员在的领导下，公司各部门的大力支持下，通过全体人员的共同努力，克服困难，努力进取，圆满完成了下达的销售任务。在新春即将来临之际将的情况做如下汇报总结如下：

一、销售情况

销售891台，各车型销量分别为xx331台;xx161台;xx3台;xx2台;xx394台。其中销售xx351台。销量xx497台，较增长45(私家车销售342台)。

二、营销

为提高公司的知名度，树立良好的企业形象，在我们和客户搭建一个相互交流、沟通、联谊平台的同时，把更多的客户吸引到展厅来，搜集更多的销售线索。本部门举行大小规模车展和试乘试驾活动17次，刊登报纸硬广告34篇、软文4篇、报花56次、电台广播1400多次并组织销售人员对已经购车用户进行积极的回访，通过回访让客户感觉到我们的关怀。公司并在9月正式提升任命同志为厅营销经理。期间同志每日按时报送营销表格，尽职尽责，为公司的营销做出贡献。

三、信息报表

报表是一项周而复始重复循环的，岗位重要，关系到公司日后对本公司的审计和的验收，为能很好的完成此项，5月任命同志为信息报表员，进行对公司的报表，在期间同志任劳任怨按时准确的完成了公司交付的各项报表，每日核对库存情况，对车辆销售作出了贡献。

四、档案管理

为完善档案管理，特安排同志为档案管理员，主要有收集购车用户档案、车辆进销登记、合格证的收发以及用户档案汇总上报公司等，期间同志按照公司规定，圆满完成了公司交代的任务。

以上是对各项做了简要。

最近一段时间公司安排下我在进行了长时间的咨询学习，俗话说的好三人行必有我师，在学习后本人结合以往经验，取长补短，现对于的做如下安排：

1、详细了解学习公司的商务政策，并合理运用，为车辆的销售在价格方面创造有利条件。

2、协调与公司各部门的，争取优惠政策，加强我们的市场竞争力。

3、每日召开晨会，了解车辆销售情况，安排日常，接受销售人员的不同见解，相互学习。

4、销售人员的培训，每月定期4个课时的培训学习，以提高销售人员的销售技能、服务技能、团对意识、礼仪等。

5、增设和发展二级销售网点，制定完整的二级网点销售政策，并派驻本公司销售人员，实现行销的突破发展，使我们的销售更上一层楼。

6、合理运用资金，建立优质库存，争取资金运用最大化。

7、根据公司制定的销售任务，对现有的销售人员分配销售任务。

8、重新划定卫生区域，制定卫生值日表。

9、一日模式，俗话说的好，好一日不算好，日日好才是好。

**如何写销售上半年工作总结合集通用三**

在这一年里，我在公司领导和同事帮助下，工作的各方面有一定的进步，同时我深深的感到销售工作总结能总结我们工作中的特点和不足之处，为我们带来新的工作思路和方向：

我于20\_\_年\_月份到公司，20\_\_年下半年按照领导的指示负责\_\_公司的业务发展部的工作，任部门经理。六个月以来，在领导的帮助和同仁的支持下，工作上取的了一定的成绩。在此将20\_\_年上半年主要的工作情况述职如下：

一、计划完成情况

\_\_全年计划完成销售额\_\_元;实际完成\_\_元，未完成全年销售计划。

二、加强自身的业务素质和管理能力，在不断的学习、实践中做好一个部门经理的基本知道和技巧

上半年，我在日常工作中逐渐的掌握了各种活动的组织、操作流程及现场布置，以及活动所能涉及的每一个细节，提高了在活动方面专业知识和有效经验，也真正的体会到“为客户创造价值”的分量，但是，作为业务发展部的经理，所需要掌握的知识面和操作经验既广且杂，这是我自身存在的不足，需要继续强化学习力和积累管理工作经验。

三、坚持“为客户创造价值”的理念，不断更新服务手段;巩固老客户，吸纳新客源

广告公司在烟台是一竞争激烈而且不成熟的行业，存在操作透明度高、价格竞争的初级市场状况，对于我司的业务产生了较大影响。

20\_\_年，业务发展部在拓宽外协单位的同时，不断提升自己的专业水平及对客户服务的产品质量，并建立并执行“提醒式”服务系统，在一定的程度上，有效的遏制价格竞争的趋势。但是，在广告业业务和操作透明度越来越高的前提下，公司多次出现活动方案被“套”的现象和丢单的现场，由此我加强学习关于印刷及活动的相关知识，尽可能的了解这个领域的所有问题，完善自身的素质，在专业知识上领先于其他的广告公司，为公司树立良好的企业形象。

四、形成“总结问题，提高自己”的内部沟通机制。以市场需求为导向，提高工作效率

广告公司的工作比较复杂，特别是活动方面，需要协调、联系的工作比较多，在这些工作中我注重与设计、各个外协单位的建立融洽的关系，以便于开展工作。加强自身的执行力，提高工作效率。作为业务发展部经理，由于对外合作的工作较多，接触的事务比较复杂，要顺利完成工作，提高工作效率，就必须坚守工作流程和公司的各项规定，违反制度的事情坚持不做，只要做到这一点，才能称得上是为公司负责、为部门负责，更是为自己负责。

五、存在的问题及下步工作打算

回顾这半年的工作中自己发现还有很多的不足与缺憾：首先，在工作中由于经验不足，工作方法过于简单，在处理一些问题上不够冷静、沉着。其次，在业务理论水平和管理能力上还有待于进一步提高。再次，广告专业知识方面，需要大量的学习的充实完善自己的知识库。这些不足，有待于下步的工作中加以改进和学习。在上半年的工作中，我决心做到：首先，我要加强学习专业知识，学习工作和管理经验，不断提高业务素质和管理水平，使自己的全面素质上升一个新的层次。其次，加强责任与危机意识，提高完成工作的标准。为公司的新年度的工作再上新台阶，更上一层楼贡献自己的力量。再次，广告公司的业务发展的主流方向，一直悬而未决，成为业务发展的一个桎梏，解决广告公司发展方向是20\_\_年工作的重中之中。这也将是完成公司全年计划利润指标的完成的大前提，寻找自有媒体，以创意指导制作，有效地与其他兄弟公司进行整合，将是我努力的方向。。

我们已经历了足够的市场磨练，坚信通过我们共同的奋斗，找一个“支点”去撬动市场，打造“势能以便放大行销惯性，进行整合形成“拳头”能量!我们就一定能在疲软、透明度、市场混乱的广告行业里建功立业!

**如何写销售上半年工作总结合集通用四**

20xx年来，我在上级领导的正确指导和销售部同事们的支持下，按照年初总体工作部署和目标任务要求，认真执行公司的销售工作计划和方针政策，在自己分管工作中认真履行职责，较好地完成了上级下达的工作任务，取得了一定的成绩。下面，我就这一年的工作情况总结如下：

一、20xx年销售工作取得的成绩

20xx年，我按照公司的战略部署和工作安排，为了拓宽销售渠道，挖掘市场潜力，扩大销售业务，树立公司品牌，挤占车辆销售市场，我和我分管的奥迪4s店的全体销售人员团结一致，齐心协力，共同努力，取得了较好的工作成绩，完成公司下达销售任务的%。总销售辆车，总销售额万元，回笼资金总计万元。

二、认真努力，积极做好销售各项工作

销售工作是公司工作的重中之重，特别是在当前市场竞争激烈的情况下尤其如此。我做公司的一名销售经理，要把公司对我的信任和重托具体实施到工作中，为此，我以认真、细致、负责的态度去对待它，务必把各项工作做好，推动整体销售工作又好又快发展。这里面，我主要做了以下几个方面工作：

(一)抓好自身建设，全面提高素质

作为销售经理，我深知自己责任重大。我努力按照政治强、业务精、善管理的复合型高素质的要求对待自己，加强业务知识学习，特别是学习公司的销售政策法规与销售工作纪律，把它学深学透，领会在心里，运用到具体实际工作中，以此全面提高自己的政治、业务和管理素质。同时，我做到公平公正、清正廉洁，爱岗敬业、履行职责，吃苦在前，享乐在后，全力实践“团结、务实、严谨、拼搏、奉献”的时代精神。

(二)抓好展厅管理，树立品牌形象

展厅是反映和展示公司实力和形象的场所，更是与客户进行有效交流的窗口。为了确保展示厅基本功能和样品的安全，保证展示厅的整洁、有序，我积极抓好展示厅的管理工作：

1.带领销售人员积极配合保洁人员做好展示厅的日常清洁管理工作;2.时刻关注展厅内的水、急救药品等生活常需物品是否齐备，以方便为客户提供更加精细的服务，树立公司的窗口形象;3.客户来店时，值班销售人员迎至展厅门外，主动微笑招呼客户，帮助客户打(拉)开展厅大门;4.销售人员随身携带名片夹，适当时机介绍自己，并递上名片，请教客户称谓。

(三)抓好队伍建设，全力做好工作

要搞好车辆销售工作，队伍建设是根本。首先，我切实担负好管理销售员的责任，牢固确立“以人为本”的管理理念，认真听取销售员的意见与建议，与销售员同呼吸，共命运，加快销售工作发展。其次，我以自己的率先垂范、辛勤努力、廉洁清正和勤俭朴素，充分调动每个销售员的工作积极性，提高销售员的综合素质，使大家团结一致，齐心协力，把各项工作搞好。

(四)树立信心，排除万难

20xx年汽车销售市场竞争异常激烈，为争取完成公司下达的全年销售目标任务，我经常跑给每个销售员作思想教育工作，要求每个销售员以公司利益为重，抛弃个人私心杂念，要树立信心，坚决执行公司的各项工作决定与工作措施，要想方设法，排除万难，争取完成全年目标任务，以优异的销售业绩向公司汇报。

(五)制订考核办法，激励先进

为了鼓励销售员积极工作，扩大销售业务量，为公司创造良好经济效益，我根据不断发展的销售新形势，结合实际情况，制订相应的考核办法，激励先进。考核办法充分体现销售员多劳多得的原则，坚决杜绝干多干少、干好干坏一个样的弊病，激励销售员充满干劲、认真努力工作，勇争先进，在车辆销售工作上做出新成绩，取得新成效。

(六)提高客户认知度，扩大产品消费群体，增强品牌影响力

我要求每个销售员要树立优良服务意识，认真细致为客户做好全方位服务，首先态度要热情大方，服务细致周到，让客户感到温馨愉悦。同时积极向客户车辆相关知识以及特点，并向客户发放公司宣传册，使越来越多的客户了解公司的产品，通过公司品牌的良好信誉，以及产品独有的吸引力和优质的售后服务，为我公司带来更多的客源和业务量，获取良好经济效益。同时积极收集客户留档率，试驾率，控制密采流程，客户满意度，以便能够更好的为客户提供服务。

(七)抓好售后服务，提高服务质量

我高度重视产品销售售后服务环节，将售后服务当成整车销售的后盾和保障。

一是抓客户，增加客户对专营店的依赖感和归属感

我努力将服务做细、做精，提高客户满意度，减少客户流失特别是忠诚客户的流失作为工作的重点。1.确定重点维护对象。建立客户资料库，利用自身资源优势向客户传递市场信息。根据客户次数、客户的品质作为客户的忠诚度的评价指标，找出我们的忠诚客户，作为我们的重点维护对象。2.进一步加强客户关系维护工作。通过对流失客户回访及分析，找出客户流失的内在原因，制定改进措施，加强对重点客户的维护。3.维护与客户的良好关系。节日期间访问大客户，对特定客户进行巡回访问并赠送礼物，经常与客户沟通并举办假日活动，或举行与客户的联谊晚会，并为客户提供更加全面细致的服务。对于我们的忠诚客户在公司举办的各种活动时优先通知，让客户受到特殊待遇，增加客户对专营店的依赖感和归属感。

二是抓服务，提高客户的满意度

健全售后服务体系，让消费者感受到专营店富有亲和力的一面，增加专营店的信任度。从自身做起，积极主动地为消费者建立切实有效的监督保障体系，并把监督权力交到了用户手中。“呵护由心开始，服务无微不至。”牢固树立以客户为中心的核心理念，促进服务产值的不断提升。同时，加强后勤服务，合理利用设备，科学节约办公耗材，让员工放心无后顾之忧。为员工提供人性化的后勤保证，确保专营店业务流畅的开展。

三是抓培训，提高员工的整体战斗力

加大培训工作的频次。分为定期和不定期的培训考核，营造学习氛围，提升员工服务理念及个人技能;进行职业道德、服务理念、主人翁意识培训，调整员工工作状态，增强中心全体人员的工作热情和团结力、凝聚力;塑造员工服务的工作态度，注重细节问题的发掘，促使员工主动提高自身素质。每周安排进行个小时的岗位专业知识培训，不定期考试，并将考试成绩纳入月底绩效考核当中;针对日常工作中出现的问题、漏洞等进行总结，形成备忘录;每月分批组织人员到其他专营店参观学习，相互交流，共同提高;利用周一的晨会，全体人员共同学习总公司的各项管理制度、经营理念、计划方针，进一步明确岗位职责，进一步提高工作效率;每天安排员工进行各自岗位技能展示，并由部门经理当场点评，激发广大业务员的工作热情，达到共同学习、提高的目的。

三、工作中的不足

回顾一年的工作，工作中的风风雨雨时时在眼前隐现，我不仅能在工作时埋下头去忘我地工作，吃苦耐劳，富有团队合作精神，具有一定的组织、协调和交际能力，且面对困难从不气馁，能够冷静、果断和全面的去处理，有着强烈的上进心和永不服输的干劲。虽然在工作上取得了一定成绩，但同时，我也清醒地认识到自己的不足，主要是综合分析危机的能力离上级的要求还是有一定的差距。

四、今后努力方向

今后，我要继续加强学习，掌握做好销售工作必备的知识与技能，以科学发展观的要求对照自己，衡量自己，以求真务实的工作作风，以创新发展的工作思路，奋发努力，攻坚破难，把各项工作提高到一个新的水平，为企业的发展，做出我应有的贡献。

(一)加强自身业务学习。今后，我要继续加强学习，掌握做好工作的知识和技能，提高自身工作本领，努力按照政治强、业务精的复合型高素质的要求对待自己，做到爱岗敬业、履行职责、公正公平、廉洁自律。

(二)加强销售人员管理。贯彻“以人为本”的管理思想，做好人的工作，制定合理的学习教育规划和切实可行的措施，在不影响正常业务工作的前提下，积极开展从业人员的思想政治工作和学习教育活动，整顿思想，增强工作责任心，学习有关规章制度和业务知识，提高业务技能和综合素质。

**如何写销售上半年工作总结合集通用五**

20xx上半年即将结束，在公司x总和x总的领导下xx公司有了一个新的突破，在我刚进入公司的时候，连项目围墙都没有修，发展到今天一期项目交房，可以说公司有了一个质的改观，在过去的半年时间里跟随着公司的发展脚步，在公司领导及个部门同仁的支持配合下，使自己学到了很多的东西，能力和知识面上都有了很大的提高，在这里非常感谢xx公司能给我这样一个学习和进步的机会。现将本人上半年来的工作总结如下：

20xx上半年x月在公司领导的支持和提拔下，因为客户量的增加以及一些繁杂的客户服务解释工作，任客服部主管一职，当时对于我的工作职责范围没有一个准确的定性方向，一开始自己也是因为个人能力有限，初期工作干的不是特别顺畅，在此非常感谢x总在我的工作上给予了很大的支持和肯定，使我自己能够尽快的进入工作状态。

20xx年2月主要工作重点是一期客户合同备案前的更换工作及一期户型变更后给客户的解释确认工作。

20xx年3月主要负责了商铺户型面积价格的确定，以及商铺销售工作的开展。

20xx年4月主要工作重点是二期合同的更换及附带商铺的销售工作。

20xx年5月做了一些交房前的准备工作及房屋内部工程摸底的工作。

20xx年6月主要就是一期客户的交房工作。

以上是本人参与处理过的一部分阶段性的工作，除了以上工作外本人主要负责的日常工作还有：

1、在销售过程中，销售部与工程部之间的相互协调及沟通工作，在该项工作方面也得到了工程部施总工和x部长的积极配合与支持，在此也表示对他们的感谢。

2、本人负责的另一项日常工作就是退房客户的接待以及退款手续的办理工作，至目前为止已办理退房客户45位。

3、完成x总临时安排的一些工作。

回想在过去半年的工作当中，是做了一定的工作但是没有那项工作做的完整理想，工作当中需要自己改进和不断学习的地方还是有很多，下面将工作当中存在的不足：

1、在工作上普遍做的都不够细致，虽然领导经常强调要做好细节，但是往往有些工作做的还是不到位，不够细致，给以后的工作带来很多的不便及产生很多重复性的工作，严重的影响了工作效率，这个问题小到我自己个人，大到整个公司都存在这样的问题，今后在工作过程当中，一定要注意做好每一个细节。

2、工作不找方法。我们做的是销售工作，平时我们应该灵活的运用，同样在工作当中也应该多去找一些方法。

3、工作不够严谨。回想过去的工作，有好多事情本来是一个人可以解决的，偏偏要经过几个人的手，有些问题本来应该是一次性解决的，偏偏去做一些重复性的工作，在今后的工作当中一定要把问题多想一想，多找方法提高自己的工作能力。

4、提高工作效率。我们是做客服工作的，不管是从公司还是个人来说，做事必须讲究效率，要言必行，行必究，在过去的工作当中我们面对一些比较棘手的工作往往拖着不办，结果给后面的工作就带来了很大的难度和很多的工作量。所以作为下半年的工作我们应该抱着有一个客户咱们就处理一个客户，一个问题咱们就解决一个问题，改变过去的拖拖拉拉的工作习惯。把每一个工作都实实在在的落实到位。

20xx上半年的结束对于我们来说并不代表着工作的结束，而是一个新起点的开始。因为我们的工作在来年面临着更严峻的考验，充满着挑战。上半年公司的销售可以说是很不错，基本上完成了公司上半年制定的销售任务，但是在最后的工作当中，因为时间的紧迫以及工程滞后的原因导致一期的交房工作进行的并不是十分的顺利，在此同时对公司的形象、美誉度造成很大的影响，将之前我们花费了很大的精力打造的品牌形象破坏。

这将对以后3期住宅及商铺的销售带来一定的影响，同时再伴随着因受全球金融危机影响，房地产市场持续低迷这样的一个状况，客户目前大多抱着持币观望的状态，投资者也变的更为谨慎，再加上普遍风传的降价风潮都给我们20xx上半年的销售工作带来了很大的困难。所以在这个时候我们我们更应该强硬自身，提高自己的思想认识，增强全局意识，加强服务理念，从我个人角度出发，服从公司的安排，严格要求自己。

**如何写销售上半年工作总结合集通用六**

在公司工作了很多年了，从一个小小的业务员走到现在公司销售经理的位置，付出了多少努力和汗水，也许只有我自己知道了。不过我可以说，我付出的努力是常人的几倍，我才在自己的工作岗位上取得了一定的成功。

这半年走过来，酸甜中夹杂着汗水，努力和付出就会有回报，对我来说，在过去的一年取得的成绩还是很不错的，我觉得自己做的还是很好的。

自己\*\*年销售工作，在公司经营工作领导魏总的带领和帮助下，加之全组成员的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，截止\*\*年12月24日，年完成销售额1300000元，起额完成全年销售任务的60%，货款回笼率为80%，销售单价比去年下降了xx%，销售额和货款回笼率比去年同期下降了12%和16%。现将全年来从事销售工作的心得和感受总结如下：

一、 切实落实岗位职责，认真履行本职工作。

作为一名销售经理，自己的岗位职责是：

1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；

2、努力完成销售管理办法中的各项要求；

3、负责严格执行产品的出库手续；

4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；

5、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度；

6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；

7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量销售经理工作好坏的标准，自己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，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，其次自己经常同其它销售经理勤沟通、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，自己能积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过实践证明作为销售经理技能和业绩至关重要，是检验销售经理工作得失的标准。今年由于举办奥运会四个月限产的影响，加之自己对市场的瞬息万变应对办法不多而导致业绩欠佳。

**如何写销售上半年工作总结合集通用七**

务实求进的恒安销售同仁在刚刚奋战“上半场”中留下不少足痕：直面市场、积极思考、冷静分析、迅速行动、沉着应战，取得许多可喜的成绩。也存在不少的问题，为了在下半年市场竞争的进攻与防守中把握主动权。我们要认真总结上半年得与失，备战下半年，让我们能够在20\_\_年“下半场”再多进“球”，再创销售佳绩。

一、上半年市场形势分析

20\_\_年国家继续实行积极的财政政策和稳健的货币政策，投资继续保持较快增长，整个宏观经济形势良好，国内消费继续保持较高水平的稳定增长，1-5月份累计社会消费品零售总额16289.6亿，比上年同期增长8.6%。城镇居民需求新一轮消费热点初步显现。

经济的持续增长，致使对消费品的需求亦有强劲增长，对高品质产品的需求亦有增加。但同时快速消费品市场竞争在20\_\_年尤为激烈，表现在：

1、卫生巾市场进入成熟期，生产能力迅速增长，需求相对不足，价格竞争白热化。品质提升、技术创新、降低成本成为竞争的焦点。中、高档产品市场份额扩大，从ac尼尔森近期数据显示：20\_\_年中、高档卫生巾产品零售市场份额比同期增长2%。特别是在城镇市场消费基本饱和，消费量增长放慢，消费档次提高，护翼卫生巾逐渐取代直条型卫生巾;而中高档卫生巾市场从护翼型卫生巾向超薄型、功能型、概念型产品发展。

2、卫生护垫市场处于成长期和成熟期之间，消费量和市场渗透率提高较快。但是更多新的制造商的加入，产量迅速增长，促销价格战层出不穷，利润率下降。ac尼尔森近期数据表明：护垫零售市场份额比同期增长40%，而零售价格小于0.20元/片占卫生护垫总体零售市场份额的48%。

3、婴儿纸尿裤市场发展较快，但因今年二、三月份天气早热，而且随着外资的进入和国内原有企业扩大再生产以及新的制造商加入，新上生产线较多，在部分地区出现供大于求的局面，市场竞争十分激烈。特别是价格较高的高档产品市场销售不畅，相关制造商采取的营销策略是降低售价，推出各种经济型尿裤，简易包装和大包装，比较前一年降价的幅度大约10%。

在整个快速消费品市场竞争环境中，新型业态发展进一步加快，终端销售在不久将来成为日用消费品的决胜地，在这种新的市场形势、新的竞争态势下，我们要提高快速的市场反应能力，提升核心竞争力，加快应变速度，迎接新一轮的市场竞争┉┉

二、上半年销售业绩

面对日益激烈的市场环境，面对你争我抢、品牌战、概念战、价格战、促销战的综合竞争行为，在销售部、市场部与各附属公司(经营部)紧密配合，共同努力下，恒安20\_\_年上半年取得不俗的销售业绩：集团上市产品的销售整体因品类不一，有升有降，非上市产品则继续保持上扬势头。1-6月份，上市产品销58182.20万元，比去年同期63106.8万元下降7.8%，心相印销售27697.19万元，比去年同期220\_\_.64万元增长25.82%。

其中：

安乐销售11668.53万元，比去年同期14617.95万元下降20.18 %;

安乐护翼销售2897.14万元，比去年同期1960.27万元增长47.79%;

安尔乐销售20783.03万元，比去年同期21823.28万元下降4.77%;

安尔乐护垫销售7339.53 万元，比去年同期7216.98万元增长1.7 %;

安儿乐纸尿裤销售8131.13万元，比去年同期9366.4万元下降13.19 %;

安儿乐纸尿片销售3107.08万元，比去年同期3158.31万元下降1.62%;

安而康销售579.3 万元，比去年同期439.37万元增长31.85 %。

二、20\_\_年上半年销售工作回顾

实力是胜利的保证，要想取得成功，必须迅速打造新的竞争优势，因为真正的竞争优势是不断创造新的竞争优势。根据集团20\_\_年工作会议精神，集团销售部在各附属公司、闽粤分部、北京、上海、昆明经营部的紧密配合下，为实现打造销售竞争优势与提升销售业绩并重开展如下工作：

1、加强培训、片区整合、强化武装，提升销售队伍自身管理与建设水平

“工欲善其事、必先利其器”，现代市场竞争讲究的不再仅仅是人海战术的销售网络，更需装备精良的复合人才及最佳的资源配置。

(1)为了打造新竞争优势，集团销售部联合人事部于20\_\_年12月底-20\_\_年1月底举办全国经营部经理、办事处主任培训，于5月19日~21日举办全国销售经理零售重点客户管理培训，并取得非常好的效果。此期培训使大家更新了销售经营理念、掌握新的销售管理技能，提升零售终端的经营能力，为销售骨干武装充电的同时也为公司的可持续发展打下坚固的基石。

(2)为储备及培育人才，与华侨大学联办的恒安集团营销班第二期41名学员已完成学业并奔赴销售第一线，为恒安全国销售网络注入新鲜血液。

(3)片区整合，优化资源，提升销售。1+12的能量来自于资源整合的威力，根据集团公司的要求，按市场特点、地理因素、团队管理等因素，年初对山西、呼和浩特、包头、海南、茂名等片区进行整合优化了公司的销售网络，现已初显效果。

2、改进b&c类市场的铺货与分销

根据“变革与进攻”的销售思路，以及swot战略分析，结合销售与分销cft销售排障程序，销售部确定：改进b、c类市场铺货分销，提高b、c类市场出样率、布点率和占有率。并相应制定《改进b&c类市场铺货分销运作方案》，于三月十九日至三月二十六日分别完成对湖南、广西、四川、孝感、江西、安徽、河南、天津、抚顺、陕西、潍纺、浙江附属公司b&c类市场铺货分销的部署。抵制跨国品牌及区域品牌进一步向b&c类市场渗透，大部分销售片区积极响应，确定了基础状况，因地制宜地制定投入与产出运作方案，确定目标状况，分阶段实施、落实责任人，层层推进。尤其是孝感、天津、湖南附属公司，通过制定详细的运作方案，使得b&c类市场铺货分销初见成效，孝感附属公司五月销售比四月份销售增长44% ，天津附属公司1-6月份销售比同期增长37.13%。

3、加快零售重点客户运作，提升经营绩效

“在未来的3至5年内，中国零售业60%的零售市场将由3至5家世界级零售巨头控制，30%的市场将由国家级零售巨头控制，剩下不到10%的市场零头则掌握在区域性零售商场手中。”这是著名的咨询公司麦肯锡在广州扔给中国零售业的一番盛世危言。不管这是醒世名言、还是有点言之过早，零售重点客户重要性已不可忽视。为此集团销售部及销售cft在上半年重点收集20家零售重点客户基础数据和档案;确定《零售重点客户运作方案》;初选终端管理专员;对全国业务经理及零售终端管理专员进行培训;要求各销售片区建立相应的当地重点客户管理;并全面接触零售重点客户谈判工作。目前零售重点客户中签订全国合同的有家乐福、大润发及北京华联。而上海华联、上海世纪联华、麦德龙、欧尚、沃尔玛(南区)也在商谈之中。相信通过对零售重点客户的专业化管理，将大幅度提升我司在该市场的经营绩效，打造出新的渠道竞争优势。

4、加快外贸市场拓展

随着中国加入wto及欧美和东南亚经济的逐步恢复，出口环境有所改善。据统计，今年1-5月我国外贸进出口同比增长12.10%。其中，出口1159.9亿美元，增长13.2%。

恒安系列产品在出口销售取得较大进步，20\_\_年上半年完成出口业务额761390.80美元，比去年同期329397.62美元增长131%。主要强化内部管理机制，建立外贸管理小组。在上半年业务持续发展的基础上积极拓展新业务。目前在洽谈的客户包括韩国、澳大利亚、尼日利亚、德国等新市场的客户。改变单一产品销售格局，从纸尿裤业务拓展到纸巾、卫生巾系列的出口工作也在洽谈之中。希望能将系列产品带入出口业务。这些新的举措，使我司外贸市场拓展迈向新的台阶。

5、协同市场部贯彻、落实产品研发、整合、推广实施进程

因应市场变化，真正将公司打造“以市场、消费者为导向”的企业，把握消费者消费需求，销售部协同市场部在产品进行整合、推广、实施方面做了如下工作：

(1)根据市场变化及安尔乐卫生巾销售表现，3月份以来对安尔乐卫生巾产品、价格进行整合，删除a99110、a99210、e9105、e9205等品种;整合a8、a9系列卫生巾，将a8、a9系列卫生巾“十送二”中包袋改换成十片中包袋，并调整了价格;调整安尔乐护垫系列产品的价格，推广大包装，针对竞争对手在终端促销情况，及时进行跟进。为了提升安尔乐护垫品牌形象及满足个性化需求，适时推出定位为高端纯棉护垫，认真贯彻执行市场部推广方案，整体提高安尔乐品牌的核心竞争力。

(2)大力推广卫生巾中低端产品，丰满及延长安乐系列产品，提升安乐品牌的品质。陆续推出安乐护翼标准干爽型及超薄型，部分销售区域已初见成绩。如：山东、广西附属公司于四月份推出安乐护翼标准干爽型卫生巾，现平均每月销售分别为20\_\_箱和10000箱;四川附属公司于四月份推出安乐护翼超薄，平均每月销售10000箱。该产品的推广，有利于b、c类市场铺货，提高安乐系列产品向农村市场渗透及出样率;有利抑制安乐产品销售下滑的局面，从而提升市场份额。

(3)随着越来越多新的纸尿裤制造商加入，纸尿裤市场竞争进一步加剧，出现纸尿裤销售增长乏力，部分片区出现被动局面，高端产品销售不畅，新品推广不力。面对这种现状，集团销售部与市场部及时做出市场与销售策略调整决定，调整安儿乐系列产品的价格。对纸尿裤发展方向进行再定位，加快真正高品质产品研发，改善产品质量，加强和提升安儿乐品牌核心竞争力。

(4)加强零售终端销售促进，打击竞争品牌：以安尔乐柔爽超薄、七度空间卫生巾、护垫、安儿乐纸尿裤为主导，结合各销售区域的主打品项，抓住元旦、春节、三八、五一等节日销售有利时机，在全国范围内以大卖场、商场、连锁超市为主、士多店、食杂店为辅，因地制宜地开展各种促销活动。特别是推出适应卖场需要安尔乐组合装及安儿乐“买二送一”等促销活动有利地打击了其它竞争品牌。如：1-6月份共调拨3a8105(5+1)+a8210+b8020计23020实际箱。

6、加强改进履行客户订单合格率

根据年初工作会议精神指示：加强物流管理。销售与分销cft及销售部共同制定改进履行客户订单合格率低排障方案，初步制定产成品的安全库存，完善仓库管理员的管理制度，加强货物的管理，落实责任人。实行运价动态管理，降低物流成本，坚持先联运(水陆联运)后铁运，再汽运的原则。运价按市场价格，制定基本运价，具体价格随行就市。今年集团1-6月份的运费比同期下降25 %。

7、在销售管理中贯彻、学习tct管理方法

没有一成不变的事物，同样也没有一成不变的管理。通过将tct行之有效的管理方法内部化，提高销售管理水平。在集团销售部内部实行“80/20原则及aip管理”的工作方法，并将aip管理原则转化为适合于各销售区域对销售团队进行管理的一种管理方法，编制了并统一印制《销售跟踪报告手册》，用于指导销售人员做到每周工作计划、客户走访报告、每周小结，运用时间管理、计划管理来检查销售工作完成情况，并及时发现问题、解决问题。

三、存在问题

同样建立高效的销售网络需全体销售人员长期不断的努力。奋斗无止境，成功的关键在于及时的发现问题和马上解决问题。以便于更上一层楼，20\_\_年上半年归纳起来主要存在如下问题：

1、销售人员观念、意识有待于进一步的提高：市场以前所未有的变化及速度发展着，面对这样的变化，一些片区销售人员还在“以经验谈经验”，没有意识到市场已发生了变化应相应调整自己，提升自己，转换思维。使自己思维方式能够适应市场变化速度，特别是能够推动改革的进程。

2、分销商的管理方面：面对传统渠道仍占公司一半多的销售份额，分销商管理就显得特别重要，但是我们这一方面不是加强而是削弱。分销商档案、销售历史数据等资料不全，对分销商引导、规范管理、发展方向没有系统指导策略，分销商管理水平有待进一步加强。

3、产品线缺损，应变慢：面对市场的变化和“安乐”卫生巾、a8、a9系列安尔乐卫生巾销售下降，我们反应能力太差，产品创新速度乏力。面对消费者新的消费行为，我们应对太慢。政府官员慢半拍尚可检讨，推托交学费，企业慢半拍--就要变被动，被动就会在竞争中挨打。

4、对终端建设不重视，产品表现力不佳：零售终端建设越来越重要，对于这一点，大家基本认同，但实际操作中差距太大：品种越来越少、陈列展示不好、实际运作老套、终端活动不搞，这就是有些片区的真实写照。一方面销售增长乏力，一方面终端拉动没有跟进。面对护舒宝、苏菲、娇爽终端环节上的超常进攻，我们的终端活动频率太低，导致中高档产品表现力不佳。

5、b、c类市场分销通路堵塞：相关资料显示，一批中小企业的产品在b、c类市场表现活跃，侵蚀我们的市场。恒安附属公司有些片区的分销网络不断萎缩，县级市场份额丢失不少。这里有产品策略、价格策略、渠道策略的问题，更有我们各级业务领导的认识问题。

6、新品推广方面：部分新品推广不力，缺乏明确的市场卖点及足够的市场支持，使得上市后销售业绩不佳。例如：安儿乐舒薄棉柔纸尿裤由于市场定位不清、卖点不明、市场支持不足，使得上市后劲不足、市场拉升不力，在相当程度上影响高端纸尿裤市场份额的提升。

“千里之行，始于足下”，明天的百年伟业得靠今日的日积月累。改革是振奋人心，因为改革给公司注入新的活力、带来了新的希望;同时改革又是任重道远，因为世上没有一个改革是一帆风顺的。20\_\_年底中国加入wto，中国在5年内将放宽对外资公司的种种限制，各大跨国公司在中国也将从尝试性投资转变成战略性投资，中国与全球一体化步伐已经来临。今年上半年竞争表明，中国快速消费品行业的竞争已开始重新洗盘，谁能在新的市场环境里拥有竞争优势，谁将主导整个市场。

面对难得的变革机遇及日新月异的市场竞争，为了提升恒安集团整体营销水平、不断的创造出新的竞争优势，集团领导要求各大片区、各部门之间转变思维、响应变革、抓住机遇、迎接挑战，树立整体作战观念，对传统通路与现代通路两手都要抓，两手都要硬。

总之，在下半年的时间里，销售部着重抓好：

(1)零售重点客户的经营绩效，确定20家零售重点客户目标状况，从分销组合、促销拉动两方面为主，从分销售区域零售终端管理及pcc的培训、完善零售重点客户组织架构作为支持来提升销售业绩;

(2)继续推进b&c类市场铺货分销改进，提升市场份额，细化投入与产出方案，将b&c类市场铺货分销作为一项长期工作来抓，强化分销商管理及培训;

(3)提升新品的销售业绩，下半年将陆续推出安乐超薄和护垫，安尔乐棉柔“七度空间”等新品，应加强新品上市准备工作，加强业务人员对新品感性认识及缩短产品与客户接触的周期时间，跟进新品销售情况，做好终端销售拉动;

(4)加强终端促销。首先，各级领导要提高认识，这是市场竞争的需要，促进销售的需要，提升品牌的需要;第二，针对消费者的终端活动必须开展，而且要长期进行，通过终端活动，提高恒安中、高档产品渗透力、表现力;第三，有重点、分步骤按“二八法则”进行;第四，严格投入产出，要有基础状况，要有目标状况，要有责任人;

(5)搭建外贸工作流程，拓展外贸客户群，充实外贸人员。加强与市场部沟通，提升核心竞争力及市场应变速度;将tct管理方法及销售与分销的工作成果内部化等。

各附属公司、闽粤分部、上海、北京、昆明经营部务必认真洞察、分析、总结市场发生的变化，在实战中群策群力、勇于拼搏、勇于变革，扎扎实实地落实集团战略、战术布置，出色地打好20\_\_年“下半场”，力争完成本年度的销售指标，共同创造恒安集团更辉煌的明天。

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