

## 白酒业务员的总结 ( 31 篇 )

白酒业务员的总结 ( 31 篇 )

白酒业务员的总结 篇 1 转眼间又是一年。这一年，我继续负责酒 XX 地区市场的拓展，从默默无闻，到家喻户晓，我跟我的销售团队历经辛苦。这一年来，销售额达八百多万元，得到公司的称赞，合作伙伴关系也进一步巩固。

本年度的工作情况

一、开展市场调研，拓展市场空间。

目前，酒类市场竞争激烈，我们代理的品牌在当地名不见经传。如何开拓市场，对于竞争，我们采取了提高服务质量的办法，大做销售广告，在当地多家媒体做广告，收到了明显的效果。结果使地老百姓对酒类家喻户晓，人人皆知。同时我们大力在农村促销酒类。在促销中，采取赠品与奖励办法，对农民具有强大的吸引力。如针对部分农民急需农机却缺少资金的情况，在开盖有奖活动中，把一等奖设为农用三轮车，而不是彩电、冰箱、空调之类的高档电器，并对获奖者进行大力宣传，使农民们怀着获得一辆三轮车的梦想，在消费时认准了这一品牌；针对许多农民与亲朋好友在一起，酒后喜欢打扑克的特点，把赠品定为设计精美、市场上买不到的特制广告扑克，非常受农民朋友欢迎，从而销量随之大增。

二、人性化服务。

自酒类承诺“零风险”以来，我对消费者零风险服务进行了认真调查研究，认为要通过酒类零缺陷产品、精巧细腻的市场细分服务消费者，消费者购买的每一瓶酒类，都印有 800 全国免费服务电话，通过沟通，拉近了消费者和青啤之间的距离，进一步强化了啤零缺陷的品质。我通过专业化的服务，及时帮助加速走货，从商品陈列到货柜展示，再到无处不在的 POP 招贴提示，业务代表一路跟踪，使得每个终端成为完美终端，个个作成为样板工程，啤卖的不仅是商品，更重要的是专业化服务，并带来的丰厚回报。据统计，年内销售额达到了\*\*元。

存在的问题

虽然在这一年，我们取得了比较不错的成绩，但仍然存在一些问题，如果不加以纠正改善，将会影响产品的销售。包括业务员的管理，后勤的配合。

一、业务员的管理比较松散，并没有有效的形成一个营销系统，有时甚至是各自为战。在以后的销售管理过程中，要根据实际情况建立有效的管理制度，带动业务员的积极性，提高工作效率。

二、后勤配合有些迟缓，往往出现单已开，货迟迟发不了去的情况，使客户信任度降低。

在即将来临的一年，要注意上一年度出现的问题，并继续发扬我们的优势，争取在明年酒的销售中取得更好的成绩。

白酒业务员的总结 篇2 20xx年，注定是不平凡的一年。原材料成本增加，税率大调整，人民币不断升值……在这样的大背景下，外贸在x年显得尤其艰难。忙忙碌碌的一年眼看又要过去了，又到了需要对自己的工作总结经验教训的时候了。

### 一、回忆过去

#### 1. 对新销售区域的拓展。

以x市场为重点开拓市场，培养了3个新客户，到x年底止，总计销售金额为28万美金。从x年1月起，一共9个不同国家和地区的客户建立了商业合作关系。

#### 2. 注重品牌意识。

一个企业的发展壮大，品牌力量起着非常大的推动作用。\_\_年成功把\_\_品牌产品销售到\_\_，就目前来说，销售情况良好。

#### 3. 对老客户的优质服务。

重点为x客户x和x客户的跟踪和服务。x在x年销售金额总计为32万美金，面对x年x对EU2标准的实施，历时6个月，25CC汽油锯问题现也得到了解决。

### 二、总结现在

#### 1. 产品质量有待进一步的提高。

无论是公司的主打产品电链锯汽油锯还是小打小闹的冲钻角磨，质量投诉此起彼伏。这对销售工作的开展产生了极大的限制。再者，新产品的开发周期过长，就产生了老产品不成熟，新产品又不敢推荐的怪现象。

## 2. 跟单工作的艰难。

按照公司以往的生产周期，一般为 30-35 天。以\_\_年来衡量，远远超过这个周期。我们的推迟交货，直接影响到客户的销售计划，这对公司的信誉也会造成一定的影响。尤其是，每每到发货时，不是这种机器少一台就是那种机器少两台，不仅对工作带来了非常大的麻烦，客户那边更是不好交代。

## 三、展望未来

海外市场的开拓没有终点，x 年对于 x 年来说只是起点。在摸索和经历中慢慢成长，而新的一年每一项拓展工作都需要领导的大力支持。市场是残酷的，x 年必将是我更加兢兢业业工作的一年。生于忧患，死于安乐，如果 x 年注定是狂风骤雨，那么请让它来得更猛烈些吧。

我坚信，在拓展海外市场上，我们所做的每一步都是为了更好地销售我们的产品！

白酒业务员的总结 篇 3 自从 XX 年 6 月 6 日至今，一转眼已经在公司工作了将近 6 个多月了，在这新年来临之际，回想自己半年所走过的路，所经历的事情，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，只是多了一份镇定，从容的心态。

在公司的这半年多时间里，我从一个对产品知识一无所知的新人转变成了一个能够独立操作业务的员工。不过话说回来，我不知道在写这份年终总结时是以一名翻译员的身份或者说是业务员的身份来进行阐述。以下是对自己在这半年多的时间里所做的事情的总结。

进入一个新的行业，任何一个人都应该熟悉该行业的知识。就比如说对于音响的制作过程：模具车间（1 楼）——注塑车间（1 楼）——喷漆车间（3 楼）——金音成品车间（3 楼），音响的构成：音响壳体 喇叭 高音头（功放） 吸音棉 铁网等。这些还是有所了解了，但是对于音响的具体内部参数至今还是不太清楚。应该在今后的日子里不断的学习，积累，与时俱进。

在工作中，我可以说，我并没有虚度，过分浪费上班的时间（曾有一段时间在上班期间聊 msn，之后在得到提醒后有做自我检讨）。在经过时间的洗礼之后，我相信自己会做得更好，因为有俗话说：只有经历才能够成长。在这个世界上完美的事情少之又少，每个人都有自己的优缺点。只有在时间的流逝中将自己的缺点慢慢的纠正过来，不断的进行总结与改进，提高自身素质。

自我剖析：从目前的状况来看，我还不是属于一名成熟的业务员，或者说我只是一个刚刚入门的业务员，本身谈吐，口才还不行，表达能力不够突出。根源：没有突破自身的缺点，脸皮不够厚（因为作为一名业务员，大家普遍认为就是要学会对于自己的新老客户紧追不舍），心理素质还不是很过关，还远远没有发掘出自身的潜能，个性中的一个飞跃。

在我的内心中，我一直都希望自己能够成为一名优秀的业务员，因为不管怎么说我也是学习了 4 年的外贸知识，掌握了一定的理论基础，而且，我，喜欢这份职业，这股动力，这份信念一直都在我的心底，我渴望成为一名成功的业务员。

在这段日子中，感谢公司对我的培养，非常感谢在此期间对我的悉心指导，让我知道了自己的不足，慢慢地提高了自身的处事能力，我一定会以积极主动，自信，充满激情的心态去工作。

挥别旧岁，迎接新年，满怀希望！

白酒业务员的总结 篇 4 非常有幸能够成为中技金牌销售团队的一员，在这样一个蓬勃向上、优秀傲人的团队中，更需要业务员不断的总结、反思，追求进步、见贤思齐，为总结经验，发扬成绩，克服不足，现对第三季度的工作总结如下。

#### 一、业务上取得的成绩

作为一名业务，一切都应以业绩说话，业绩是考量业务员工作能力的一项铁的指标，也是业务员辛勤付出的回报和鼓励。截止第三季度 x 月 x 日，已签订合同约 20 万米，本月待签合同约 5 万米，出图量约 20 万米，信息量约 50 万米。无锡办是新的，无锡的市场也是新的，但是我们是季度轻的，有热情、有魄力，渴望用我们的汗水去开拓无锡空心方桩市场的一篇蓝海。在领导的有效

管理和办事处同事的相互帮助下，较第三季度同期，我取得一定的进步，虽然深知这还远远不够，但是仍然激励自己愈战愈勇，勇创 20xx 的辉煌！

## 二、营销技巧和工作方法上的进步

兵欲善其事，必先利其器。在工作中积累的经验：营销技巧、售后服务技巧、客户沟通技巧就是销售人员工作中的利器！

作销售部门的员工，深深地感到肩负重任，作为公司的窗口，自己的一言一行也同时代表了公司的形象，所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己，加强自己的专业知识和技能。要提高自身的素质，高标准的要求自己，加强自己的专业知识和技能。

在第三季度中，积极发掘客户资源，与客户沟通，通过设计院、客户的朋友、政府部门等一切可以利用的渠道，发挥自己的营销技巧，与多少新客户建立了较好的客户关系，营造了中技良好的公共形象。处理紧急售后事件十余起，尽量去牺牲小我，维护公司的利益。

### 三、汗水中让我充实和成长

在过去的第三季度，工作与客户占据了我生活的绝大多数精力和时间，数不清有多少个周末实在忙碌中度过，风里来雨里去，冬练三九，夏练三伏，披星戴月这些成语虽然只是是我们激励自己的玩笑话，但是也无不是我这一季度工作状态的真实写照。在中技的良好氛围中，我感到充实和踏实。对销售人员而言，你的付出永远和收获成正比。感谢领导和中技给我这样一个平台，挥洒汗水，收获成长和事业的归属感。

### 四、愿做一颗石子，筑起中技的大楼

对于销售人员而言，团队协作是更好开展工作的基础，也是中技人精神的精髓。自己也是从新业务员一路走来，成长的路上，得到过很多领导和同事的帮助。在做好自己本职工作的同时，我也以中技为家，以办事处为家，积极配合其他同事做好各项工作。用一句广告词：大家好，才是真的好！没有整个团队的整体进步和成功，也不会有个人的成绩。在公司组织的野外拓展中、在一次次工作中苦难的化解中、在一次次公司会议中，我们思考着团队与个人的关系，也无时无刻不在践行着这一点。

白酒业务员的总结 篇5

领导以及各位老师大家上午好，下面由我来做一个个人年终总结。刚刚听过领导以及老师的汇报，我觉得自己的总结甚是肤浅，考虑问题的角度以及深度还远远不够，下面的汇报若有什么不妥之处，会后还希望领导和老师们多多批评指正。

首先第一项是我的工作内容，

那么对于经代后援来说，它的任务也是非常繁重的，但是就我个人而言，由于年龄的问题，还欠缺很多的经验，所以我的工作任务相对来说还比较简单，主要有下面几项内容：

1、投保单的初审、登记、交单

2、保单的领取，发放登记

3、报表，包括各家代理公司本月截止到当天的数据报表、各渠道(各片区经理)本月截止到当天的数据报表、每周各推展内勤截止到当天的数据报表、每日数据汇总报表，次月做上月的月度汇总报表

4、库存管理，主要是产品单证它的一个入库和领取的登记

第二部分，是个人成果和不足的总结

首先说一下个人成果：第一个方面就是初审工作，经过对投保单的认真仔细的审查之后，确保无误再交到运营进行扫描录入，减少后续问题的发生，(减少问题件)以便提高承保速度。第二个方面是报表，每天对总公司下发的报表做进一步的处理，统计，以便于各家代理公司及时的了解自己的业务量，对于各位老师来说就是能够及时的了解自己的任务进度，做到心里有数，通过对数据的分析，为后续工作制定更好的计划。就我个人而言，我觉得工作成果对我来说就是工作收获，那最大的收获就是学到了很多的知识，积累了一定的经验。

下面是工作不足：对于初审工作，说实话开始的时候我觉得它就是个small case, so easy。但是经过一段时间的工作之后，出现的一些问题，比如证件号、银行卡号填写错误，邮编错误等等，让我深刻的意识到，这不是一项简单的工作，因为往往越是觉得容易的工作就越容易马虎，而初审这项工作恰恰是需要认真、仔细。单子多的时候，我就用以着急，也就容易马虎，所以这一点是需要改正的。另外一点就是还欠缺业务知识，业务水平还有待提高。

第三部分是未来明年的一个工作计划

首先，继续做好先前的工作，听从领导的安排



第二，努力做好自己的本职工作，做好后援服务，和各位老师为国华为经代搭建一个更好的平台

第三，继续努力学习业务知识，提高自己的业务水平，那我希望有机会的话能够去听一听

老师们的课程，因为很多东西自己去看和通过老师讲解，在理解上是有一定的差距的。

下面是个人感受(个人收获)

1 保险方面的理论和知识以及保险行业的现状，使我对保险有了一个更客观、全面的认识。说实话在之前没有接触保险行业前，我对保险的认识就是，保险都是骗人的，对保险这门行业的认识非常的狭隘和片面，在真正的了解之后发现，那么对于现在的社会，太多的事故问题的发生，保险就显得越加重要。

2、对职场有了初步、真实、贴切的认识，明确了努力和改善方向，通过与领导和老师们接触，学到了珍贵的人际交往技巧和处世经验。作为一名刚毕业的学生，能够有机会来到国华工作学习，我感到非常的荣幸。做学生的时候希望尽早的参加工作，但是根本不了解职场，工作之后才有了一个清晰的认识，每一个人职场都有它特定的一个运作流程

3、电脑办公的实用知识与软件应用技巧，以及处理问题的能力和经验，强化了我对扩展知识和提高能力的学习欲望。虽然我大学学习的是电脑，但是它设计的方面也很广，我学习的是计算机网络。学习的侧重点不同，所以之前对办公的应用也不是很精通，而且我之前是很烦恼 excel 表格，但是通过在工作中的学习，发现它并没有想象中那么难，世上无难事，只怕有心人，在认真面前，困难就是个纸老虎。我不怕自己犯错，需要在错误中总结经验，不能一错再错。也希望在我犯错误的同时，领导积极地批评指正，因为在以往的.工作中，领导从没有严厉的批评过我，总是给予鼓励，这让我想到了某位名人说过的一句话就是“好孩子是夸出来的”我觉得是有一定的根据的，鼓励和夸赞也是一种动力。

4、培养了我勤奋、踏实、认真、负责任的工作态度



虽然初审不需要什么技术含量，但是它是一个需要你去认真仔细对待的工作，可能就是写错一个数字，可能就是一项内容空缺，等等，就会带来很多的问题。处在什么样的岗位上就该以身作则，做什么事都要担起自己的责任。

下面是个人的一个祝愿，愿景

首先，我希望咱们国华明年能够顺利的上市，之后也算是一个新的开始，希望能够有一个更好的发展

X年在总公司营销管理部、分公司总经理室的正确领导下，在公司同事的关心指导下，认真贯彻了总、分公司年初制定的经营目标，较好的完成了本部门全年工作计划，下面从三个方面汇报X年的个人工作情况和X年的工作计划。

一、X年工作完成情况全年工作围绕：市场变化和公司业务发展需求，在依法合规的前提下，坚持 效益导向、科学发展 的指导思想，全面实施预算管理。进一步调整业务结构，加大业务推动力度；不断加强基础制度建设，切实抓好服务体系建设；继续深化各项改革，狠抓队伍建设；全面提升管理水平，提高经营效益，扩大市场占比。

(一)加强学习,扩宽思路, 不断提高履职能力和水平

加强管理能力和政治理论方面的学习。坚持把管理能力的学习放在首位，不断提高思想政治站位。结合营销管理部工作实际，认真学习领会总公司X年上半年工作会议精神，学习分公司办公会中加强和改进管理工作，提高工作认识的思想 and 论断。通过学习增强了事业心，提升了工作的管理能力。拓宽工作思路，综合各个业务环节全方面考虑问题，目前看来合理的工作方法，并不是最好的方法，在工作中不断总结好的经验，不能被经验所束缚，抱有质疑的心态，增强创新精神。在不断的学习中，工作能力得到了提升，明确了努力工作的方向，增强了做好工作的责任感和使命感。

(二)进一步加强工作机制改革创新进一步规范完善工作管理制度和流程的同时，管理模式创新逐步增强。管控方式从公司内部转移到合作机构和个人，切实落实管理考核机制，充分调动一切可以利用的资源，围绕着公司目标开展工作。在自己工作职责范围内，充分发挥积极性、主动性和创造性，提高预见性、超前性和计划性，在管理成本相同的前提下，创造出了更多的经济价值。



(三)完善管理制度，依法合规经营公司开业初期，根据湖北市场和公司经营情况制定了《营销团队及营销序列人员基本管理办法(试行)》、《渠道业务管理办法》、《个人代理人管理办法》、《直销业务管理办法》、《业务交叉管理办法》等管理制度，在制度上保证业务协调有序发展。在合规经营方面，要求发展要建立在依法合规的基础上，严格按公司内控制度和监管部门的要求处理业务，定期进行自查工作，对于出现的问题及时汇报、总结，不是藏着掖着，把问题放在桌面上，在依法合规的前提下，共同讨论解决方法。在中介业务合规方面，不仅只要求自己清楚，同时也要求部门员工、中介机构能共同学习，深刻领会合规工作的重要性。年内组织了多次渠道业务管理培训，引导中介机构的业务经营方式的转变，把 效益导向、科学发展 的经营思路带到业务一线。

#### (四)抓好基础工作，推动业务有序发展

公司在年初进入市场的时机比较好、起点高，在业务高速发展的.同时，个人管理能力也在不断得到加强。在制度制定工作得到不断完善的同时，严格按照相关制度的要求安排工作，把工作分解到各个环节，责任到人，确保工作按质按量完成。工作的高效完成，有力得推动了业务的发展。加强管理推动业务发展的同时，在三季度把巩固车险业务，推动非车险跨越式发展作为工作重点；四季度把车险结构调整作为工作方向；围绕 以利润为中心 的思路，每个季度都有不同的业务发展重点。在抓业务数量的同时，提高业务质量，坚决的屏弃屡保屡亏的 垃圾 业务，利用赔付率、折扣率、费用率三率联动的杠杆作用引导业务发展方向，确保业务的可持续性发展。

(五)定期分析总结，发现问题及时跟进解决定期对公司经营情况进行总结、分析，及时发现工作中的问题，把问题消灭在萌芽状态。

业务分析可通过各项经营数据的对比，发现问题出现的原因和预计可能的结果，为公司经营决策提供依据。业务经营分析能够比较客观的反映公司经营情况，为营销、承保、理赔、等各个业务环节提供数据支持。四季度在车险经营中，通过分析转变了车险经营思路，调整了营业货车和私家车的承保条件，为车险实现精细化经营奠定了基础。

(六)以点带面，强化培训，全面提高部门综合素质营销管理部在公司组织构架中处在一个核心地位，涉及职能部门的沟通，营业部门的协调，业务政策的制定，销售考核等等工作，几乎涵盖了保险公司所有的业务内容。因此，对于我们这个团队来说，要求高是必须的，有责任心、精通业务、执行力强、善于解码工作这是对我们的要求。部门工作压力大、进度快，对新人进行系统化培训是不现实的。我们采用的方式是工作中学习，首先是将工作安排到每个人，由工作责任人先向上级主管汇报此项工作怎样去完成，需要多长时间，需要怎样的支持。再由主管对不足或错误的地方给予意见，锻炼他们对工作的解码能力和处理能力。在工作过程中由上级主管不定时督导，避免偏差的出现，逐步增加工作的难度，使其能力在工作中得到不断提升，员工的工作能力相对初期有了长足进步。

## 二、工作中存在的问题和不足

在取得上述成绩的同时，由于工作经验和领导能力的不足，在工作中也存在着很多问题：（一）工作前瞻性不足

主要表现在：工作存在被动接受的局面，对工作发展趋势的把控能力不足。虽然领导安排的工作能够及时完成，但主动工作的意识还比较欠缺，宏观分析能力和开拓新市场的能力还不能满足要求，距离公司的要求有一定差距。业务政策的制定，考核制度的执行，市场变化的预计均需要非常敏锐的观察和执行力。在下一步工作中，我应该从具体的事务性工作中脱离出来，腾出更多时间和空间来考虑公司的经营发展方向，如何用更有效的管理手段来刺激业务的发展，把控营销的主动权，把拓展新的业务渠道作为工作重点内容之一。

## （二）工作解码能力不足

部门员工工作经验欠缺是我们的弱项，直接导致工作方式简单，工作结果和预期存在差距，加强部门员工的工作责任心和自学能力是提高工作能力的有效手段。从部门员工的工作能力来讲，目前的工作状况虽然和公司要求有差距，但相对半年前还是有长足的进步的。我们这个团队在工作中具有比较好的协同性，能够毫无怨言配合其他同事完成工作任务，且能在工作中不断提高自己，熟悉业务技能，相信在不久的将来会有好的表现。



(三)制度执行力有待提高新公司、新团队、新员工，一切从零开始。人的理解能力是不一样的，部门员工对公司的制度理解在没有统一认识的情况下，有各自不同的理解方式，具体到执行也就不可避免的存在偏差，有的甚至没有执行。今后的工作中，我要定期组织制度和 workflows 的培训，把执行贯彻到业务一线，让部门员工做培训教案，加深对工作制度、流程的理解，提高工作的解码能力，最终体现到工作结果上。不断的学习、思考、总结，推动工作向目标靠拢。

### 三、X 年工作的主要思路和措施

总体指导思想是：深入贯彻落实总、分公司经营策略，继续坚持 效益导向、科学发展 的经营指导思想，抓管理、占市场，推动业务发展，提高经济效益，确保保持公司长期、稳定、可持续性发展。以员工队伍建设为基础，拓宽展业渠道，促进业务发展。

#### (一)员工管理方面

加强员工培训和传帮带工作，不断提高部门员工综合素质。不同的工作内容，不同的工作环境，用不同的人会得到不同的结果。善于发现员工的优缺点，利用有限的人力资源发挥其最大的作用。让部门员工的短期目标和长期目标和公司的经营目标统一起来，发挥员工的工作能动性，而非被动接受，是我在明年的重点工作。

#### (二)个人代理人和渠道管理

在结合市场实际需求和公司相关管理制度，落实《X 年营销员管理改革方案》，推动个人代理人的管理，把保险营销员的管理从单纯的业务量考核，转变为更接近客户经理的考核方式；最终让营销员和公司形成和谐发展关系，促进公司业务的健康发展。

为更好的贯彻公司经营思路，使渠道能和公司的经营情况实现联动，X 年渠道业务在继续实行以业务费用奖励费用政策的基础上，参照机构考核方案对渠道进行管理。结合 X 年各中介机构的经营情况和《-X 年渠道业务管理方案》制定经营目标，并对中介机构实行业务规模、险种结构、满期赔付率、变动费用率等指标的考核。积极引导各代理渠道关注各项经营指标，避免业务盲目发



展，不考虑经营结果的现象发生，最终实现公司、渠道共赢的局面。

### (三)大项目管理和公司业务管理

配合大项目部对原有大项目的渠道业务进行跟进，专人专岗，专项考核，改变 X 年工作无人跟进，业务资源浪费的现象。新业务、新渠道的拓展是 X 年公司业务发展的重点工作，我们部门会在业务指导、销售政策等各个方面给予公司业务部支持，逐步提高部门服务一线能力，提高工作前瞻性和营销规划能力，促进公司业务在新的一年里实现跨越式增长。

新的一年即将到来，保险市场的竞争将更加激烈，要想继续保持较好的发展态势，必须进一步解放思想，更新观念，突破自我，提升自身的管理能力。在下一年的工作中，我将进一步强化学习意识，坚持学以致用，用以促学的原则，不断提升自身管理能力，以更好的适应岗位的要求。严于律己、克己奉公，用自身的带头作用，在思想上提高职工的认识，在行动上用严格的制度规范。以饱满的激情、以百倍的信心，迎接未来的挑战，用自身的带头作用，使本部门工作再上新台阶。

白酒业务员的总结 篇 6 转眼半年的时间又过去了，业务员半年总结又开始要思考了。一份半年的工作总结，即是对自己的总结，也是对公司的交代，更是为下半年的工作做一个铺垫。

#### 1. 主要完成的工作：

1)、完成了经一路供水管道改造工程的 pe 管的投标工作，该工程中标价为 986.24 万元，目前合同正在履行中。因为经一路地处市区，在开挖和与驻地单位协调配合上比较困难，所以工程进度缓慢，可能会影响我们的结算。

2)、完成了东部新城国道供水管道的 pe 管的投标工作，该工程是济南市第一次大批量使用 pe 管的工程，影响力巨大。经过两个月的努力，该工程已基本竣工，并得到监理和甲方的认可，为伟星 pe 管道在济南市场推广打下了坚实的基础。

3)、完成了资产评估物业公司的仓库清点工作。

4)、完成了山大新校供水管道 pe 管的投标工作，工程中标价 82 万元，已履约 62 万元，该工程地处南外环，是市里的重点工程，目前已经打压实验，验收合格，只差一点后来增进的收尾工程。

#### 2. 工作中出现的问题及解决办法：

1)、不能正确的处理市场信息，具体表现在。

①缺乏把握市场信息的能力，在信息高度发达的现代社会，信息一纵而过，有很多有效的信息在我们身边流过，但是我们却没有抓住。

②缺少处理市场信息的能力，有效的信息是靠把握、分析、处理、提交的，按时掌握了信息，我们又常常缺乏如何判断信息的正确性。

③缺乏信息交流，使很多有效信息白白流失。在今后的工作中，应采取有效措施，发挥信息的作用，加强处理信息的能力，加强沟通交流，能够正确判断  
1 信息的准确性。

2)、在年初工作中，因为自身业务水平较低、经验不足，在刚开始的招投标工作中摸不到头绪，屡次失败。问题究竟出在哪里面对多次失败的教训，我们查找自身原因、分析工程标书、对比竞争对手，找出了自己的不足。在今后的工作中我们要不断加强业务学习，提升自身能力，增强企业市场竞争力，在今后的招投标工作中使公司处于不败之地。

3)、缺乏计划，缺少保障措施。具体表现在山大新校工程中，因为对工程进度缺乏了解，没有分清轻重缓急，在安置生产上对计划的先后没有做好正确的排序，导致供货缓慢。在设备维护方面又没有保障措施，机器坏了没有配件，影响正常施工，造成不良影响。在今后的工作中，应该加强与业主的沟通，帮助业主分析图纸，了解工程进度，提前做出规划，在管件上做出余量计划。对焊接设备加强维护保养，发现问题及时处理，不留隐患。对于经常损坏的配件，提前做好储备，要在第一时间维护设备。

3. 今后的工作打算：

1)、分析竞争对手，加强与竞争对手的沟通，实施合作竞争。

目前，我们大的竞争对手是‘四川森普管业’，该公司的销售网络覆盖整个山东市场，有着庞大的人际关系网络，在济南的销售业绩仅次于我们。现在，我们两家为了争夺市场份额，都采取了降低价格这一策略，这样下去只会损失双方更多的利润，两败俱伤。在下半年的工作中，应加强双方的联系，互相完善、互相补充、互相利用、共同促进、联合竞争、利益循环、共享市场。

2)、做好售后服务方面的工作，非常是抢修工作。

现在市场竞争最激烈的还是服务方面的竞争，一个好的产品的推广不光是良好的质量，还要有全面的售后服务。很多新兴的管材，刚开始打入市场时轰轰烈烈，但是为什么没过多久就消声隐迹了呢就是因为保障措施不到位，服务水平达不到。我们要在维修方面下功夫，对人员进行系统的培训，购买抢修专用工具，备齐维修管件，真正做到使客户无后顾之忧。

### 3)、加强部门间的沟通合作。

作为经营部门，应该多向兄弟部门学习，加强联系，共同合作，做好服务工作。为了物业公司共同的目标，各部门应该紧密合作，减少内耗，充分发挥团2队精神，利用集体的力量提升物业公司整体作战能力。

白酒业务员的总结 篇7 转眼间，20\_\_年已成为历史，但我们仍然记得去年激烈的竞争。天气虽不是特别的严寒，但大街上四处飘飘的招聘条幅足以让人体会到20\_\_年阀门行业将会又是一个大较场，竞争将更加白热化。市场总监、销售经理、区域经理，大大小小上百家企业都在抢人才，抢市场，大家已经真的地感受到市场的残酷，坐以只能待毙。总结是为了来年扬长避短，对自己有个全面的认识。

#### 一、任务完成情况

今年实际完成销售量为5000万，其中一车间球阀20\_\_年初既定目标。

球阀常规产品比去年有所下降，偏心半球增长较快，锻钢球阀相比去年有少量增长；但蝶阀销售不够理想（计划是在1500万左右），大口径蝶阀（DN1000以上）销售量很少，软密封蝶阀有少量增幅。

总的说来是销售量正常，OEM增长较快，但公司自身产品增长不够理想，“双达”品牌增长也不理想。

#### 二、客户反映较多的情况

对于我们生产销售型企业来说，质量和服务就是我们的生命，如果这两方面做不好，企业的发展壮大就是纸上谈兵。

1、质量状况：质量不稳定，退、换货情况较多。如\_\_客户的球阀，\_\_客户的蝶阀等，发生的质量问题接二连三，客户怨声载道。

2、

细节注意不够：如大块焊疤、表面不光洁，油漆颜色出错，发货时手轮落下等等。虽然是小问题却影响了整个产品的质量，并给客户造成很坏的印象。

3、 交货不及时：生产周期计划不准，生产调度不当常造成货期拖延，也有发货人员人为因素造成的交期延迟。

4、 运费问题：关于运费问题客户投诉较多，尤其是老客户，如\_\_\_、\_\_\_、\_\_\_等人都说比别人的要贵，而且同样的货，同样的运输工具，今天和昨天不一样的价。

5、 技术支持问题：客户的问题不回答或者含糊其词，造成客户对公司抱怨和误解，\_\_\_、\_\_\_等人均有提到这类问题。问题不大，但与公司“客户至上”“客户就是上帝”的宗旨不和谐。

6、 报价问题：因公司内部价格体系不完整，所以不同的客户等级无法体现，老客户、大客户体会不到公司的照顾与优惠。

### 三、销售中的问题

经过近两年的磨合，销售部已经融合成一支精干、团结、上进的队伍。团队有分工，有合作，人员之间沟通顺利，相处融洽；销售人员已掌握了一定的销售技巧，并增强了为客户服务的思想；业务比较熟练，都能独当一面，而且工作中的问题善于总结、归纳，找到合理的解决方法，\_\_\_在这方面做得尤其突出。各相关部门的配合也日趋顺利，能相互理解和支持。好的方面需要再接再厉，发扬光大，但问题方面也不少。

1、 人员工作热情不高，自主性不强。上班聊天、看电影，打游戏等现象时有发生。究其原因，一是制度监管不力，二则销售人员待遇较低，感觉事情做得不少，但和其他部门相比工资却偏低，导致心理不平衡。

2、 组织纪律意识淡薄，上班迟到、早退现象时有发生。这种情况存在公司各个部门，公司应该有适当的考勤制度，有不良现象发生时不应该仅有部门领导管理，而且公司领导要出面制止。

3、发货人员的观念问题：发货人员仅仅把发货当做一件单纯任务，以为货物出厂就行，少了为客户服务的理念。其实细节上的用心更让客户感觉到公司的服务和真诚，比如货物的包装、清晰的标记，及时告知客户货物的重量，到货时间，为客户尽量把运输费用降低等等。

4、统计工作不到位，没有成品或半成品统计报表，每一次销售部都需要向车间询问货物库存状况，这样一来可能造成销售机会丢失，造成劳动浪费，而且客户也怀疑公司的办事效率。成品仓库和半成品仓库应定时提供报表，告知库存状况以便及时准备货品和告知客户具体生产周期。

5、销售、生产、采购等流程衔接不顺，常有造成交期延误事件且推脱责任，互相指责。

6、技术支持不顺，标书图纸、销售用图纸短缺。

7、部门责任不清，本末倒置，导致销售部人员没有时间主动争取客户。

以上问题只是诸多问题中的一小部分，也是销售过程中时有发生的问题，虽不致于影响公司的根本，但不加以重视，最终可能给公司的未来发展带来重大的损失。

#### 四、关于公司管理的想法

我们双达公司经过这两年的发展，已拥有先进的硬件设施，完善的组织结构，生产管理也进步明显，在温州乃至阀门行业都小有名气。应该说，只要我们战略得当，战术得当，用人得当，前景将是非常美好的。

“管理出效益”，这个准则大家都知道，但要管理好企业却不是件容易的事。我感觉公司比较注重感情管理，制度化管理不够。严格说来公司应该以制度化管理为基础，兼顾情感管理，这样才能取得管理成果的最大化。就拿考勤来说，卡天天打，可是迟到、早退的没有处罚，加班的也没有奖励，那么打不打卡有什么区别不如不打。又如员工工作怠慢没人批评指正，即使有人提起最后也是不了了只，这是姑息、纵容，长此以往，公司利益必然受损。

过程决定结果，细节决定成败

。公司的目标或者一个计划之所以最后出现偏差，往往是在执行的过程中，某些细节执行的不到位所造成。老板们有很多好的想法、方案，有很宏伟的计划，为什么到了最后都没有带来明显的效果比如说公司年初订的仓库报表，成本核算等，开会时一遍又一遍的说，可就是没有结果，为什么这就是政令不通，执行力度不够啊。这就是为什么国内企业最近几年都很关注“执行力”的一个重要原因，执行力从哪里来过程控制就是一个关键!完整的过程控制分以下四个方面：

1) 工作报告 相关人员和部门定期或不定期向总经理或相关负责人汇报工作，报告进展状况，领导也抽出时间主动了解进展状况，给予工作上指导

2) 例会定期的例会可以了解各部门协作情况，可以共同献计献策，并相互沟通。公司的例会太少，尤其是纵向的沟通太少，员工不了解老总们对工作的计划，对自己工作的看法，而老板们也不了解员工的想法，不了解员工的需要

3) 定期检查 计划或方案执行一段时期后，公司定期检查其执行情况，是否偏离计划，要否调整，并布置下一段时期的工作任务

4) 公平激励建立一只和谐的团队，调动员工的积极性、主动性都需要有一个公平的激励机制。否则会造成员工之间产生矛盾，工作之间不配合，上班没有积极性。就我的个人看法，我认为销售部的工资偏低，大环境比较行业内各个阀门厂销售人员的待遇，小环境比较公司内各部门的待遇。虽然销售部各员工做得都很敬业，实际上大家内心都有一些意见。如果公司认为销售部是一个重要的部门，认可销售部员工的辛苦，希望能留住那些能给公司带来利润的销售人员，那么我建议工资还是要有相应调整，毕竟失去一位员工的损失太大了。

另外一个方面就是公司管理结构和用人问题。由于公司自身结构的特殊性，人事管理上容易出现越级管理、多头管理和过度管理等现象。越级管理容易造成部门经理威信丧失，积极性丧失，最后是部门内领导与员工不融洽，遇事没人担当责任;多头管理则容易让员工工作无法适从，担心工作失误;过度管理可能造成员工失去创造性，员工对自己不自信，难以培养出独当一面的人才。

以上只是个人之见，不一定都对，但我是真心实意想着公司未来的发展，一心一意想把销售部搞好，为公司也为自己争些体面，请各位老总们斟酌。

20\_\_年销售的初步设想

销售目标：



初步设想 20\_\_年在上一年的基础上增长 40%左右，其中一车间蝶阀为 1700 万左右，球阀 2800 万左右，其他 2500 万左右。这一具体目标的制定希望公司老板能结合实际，综合各方面条件和意见制定，并在销售人员中大张旗鼓的提出。为什么要明确的提出销售任务呢因为明确的销售目标既是公司的阶段性奋斗目标方向，且又能给销售人员增加压力产生动力。

销售策略：

思路决定出路，思想决定行动，正确的销售策略指导下才能产生正确的销售手段，完成既定目标。销售策略不是一成不变的，在执行一定时间后，可以检查是否达到了预期目的，方向是否正确，可以做阶段性的调整，

1、办事处为重点，大客户为中心，在保持合理增幅前提下，重点推广“双达”品牌。长远看来，我们最后依靠的对象是在“双达”品牌上投入较多的办事处和部分大客户，那些只以价格为衡量尺度的福建客户无法信任。鉴于此，20\_\_年要有一个合理的价格体系，办事处、大客户、散户、直接用户等要有一个价格梯度，如办事处 100，小客户 105，直接用户 20\_\_年销售部的初步设想，不够完整，也不够成熟，最终方案还请各位老总们考虑、定夺。

白酒业务员的总结 篇 8 时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的 x 年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。20xx 年对于白酒界来讲是个多事之秋，在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于，但由于 xx 市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了 xx 市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了，已近年底了！

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)；

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心；

2、新客户开放面，虽然落实了 4 个新客户，但离我本人制定的 6 个的目标还差两个，且这 4 个客户中有 3 个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本

人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说 选择比努力重要 ，经销商的 实力、网络、配送能力、配合度、投入意识 等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到

重点抓、抓重点，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于 20xx 年 11 月份决定以为核心运作 xx 市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基矗。

## 二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，20xx 年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

- 1、心态的自我调整能力增强了；
- 2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；
- 3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；
- 4、对整体市场认识的高度有待提升；
- 5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

## 三、工作中的失误和不足

1、xx 市场虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、xx 市场虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3、市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

- (1)没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖；
- (2)没有适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个 20xx 年我走访的新客户中，有 10 多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

#### 四、20xx 年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致 20xx 年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以 和谐发展 为原则，采取 一地一策 的方针，针对不同市场各个解决。

1、虽然公司有费用但必须再回款，以多发部分比例的货的形式解决的，双方都能接受和理解；

2、自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

3、同；

4、尚未解决。

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。根据公司实际情况和近年来的市场状况，我们一直都在摸索着一条运作市场的捷径，真正体现办事处加经销商 运作的功效，但必须符合以下条件：

1、市场环境要好，即使不是太好但也不能太差，比如地方保护过于严重、地方就太强等；

2、经销商的质量一定要好，比如 实力、网络、配送、配合度 办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，人员本土化；

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群；

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户；

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用；

#### 五、对公司的几点建议

1、加强产品方面的硬件投入，产品的第一印象要给人一种 物有所值、物超所值 的感觉；

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性；

3、集中优势资源聚焦样板市场；

#### 4、注重品牌形象的塑造。

总之，20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，站在20xx年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累！

#### 白酒业务员的总结 篇9 一、2月份任务总结

2月份年初设定任务120单，本月完成49单。2月份设定开店2家经销商签约，已完成2家经销合作签约。2月9日开始在河北出差，拜访经销商60余家，目前重点跟进的经销商15家，跟进中的经销商数量33家，直接战败的客户7家，5家没有见到任何联系人。

#### 二、经销商拜访情况

目前重点跟进的经销商15家，河北永创汽车销售服务有限公司，邯郸市东盛汽车销售服务有限公司；邯郸金太阳汽车销售服务有限公司；邯郸市辉驰汽车销售有限公司；邯郸市林东哪吒小店；邯郸市盛福汽车销售服务有限公司；邯郸冀富捷汽车销售服务有限公司（2家捷图）；邯郸是广瑞传祺店（广合集团）；邢台大丰汽车有限公司；邢台欣迪丰汽车贸易；邢台恒骏汽车贸易（3个长安店）；目前正常跟进的经销商数量33家，直接战败的客户7家：邯郸东君汽车销售服务有限公司；邯郸金聚利汽车销售服务有限公司；邯郸市誉丰汽车销售服务有限公司；邯郸市骏驰汽车贸易有限公司；邯郸环东丰田汽车销售服务有限公司；邯郸广和汽车销售服务有限公司，邯郸市世盛汽车销售服务有限公司。5家没有见到任何联系人：邯郸市广智汽车销售服务有限公司；邢台市新潮流贸易；邢台天佑达汽车；河北三行汽车贸易；天和汽车邯郸市和誉汽车。

#### 三、未完成业务量分析

目前合作的经销商15家，其中出单的经销商只有松原吉刚贸易有限公司，梅河口盛世金城，绥化融展兴邦，牡丹江博辰，廊坊庞大一众，吉林省佰亿汽车，其余的9家经销商都没有正常出单。

1、牡丹江中信集团大众店目前由于厂家政策停止出单，已经跟店面沟通很多次，衍生产品目前肯定是无法添加，只能看厂家在第二季度考核情况。GPS 设备也跟店端了解，目前销量在 20 台，必须通过集团精品部，在由老板亲自拍板才可以，店端的意思是不建议沟通。

2、四平天宁传祺店，合作 3 个月只出了 3 单，基本上每个月都会跟店端跟进几次，但效果不是很好，店总也愿意配合，主要情况是店端的主要销量来源都是下面的二网经销商，商险是二网负责收取，店端没办法强制客户收取衍生业务费用。

3、松原子余汽车，2 月份开始就一直跟金融经理在沟通此事，由于店端人员配合度问题导致客户频频投诉，设备没有办法销售。跟王总沟通过，建议店端更换增值产品，完善销售政策，目前王总还在考虑此事。

4、松原鑫华晟；大庆鑫华晟，合作到现在一直没有出单，跟老板沟通过很多次，但都没有取得好的成效，自己的公司还没办法给与个人返利。

5、绥化融展兴盛店，每个月都会跟店总沟通，李经理反馈目前合作没有问题，只是销量一直都不大，2 月份到现在卖了 10 台车还都是全款车。

6、大庆赛路丰吉利店，在去年的 10 月份开始赛路丰集团开始管控该业务，店端不可以在卖附加类产品，只能走厂家集采的 GPS 产品，通过经融经理了解该集团也没有对外开集采业务，金融经理也跟其它的店端询问了一些情况，告知情况与该店情况一致。

7、松原程成汽车销售服务有限公司，合作一直没有出单，该店在年底更换了名头，已新店的名义重新签约合作，跟进几次要求发送店端的帐号，名头等信息，但店端一直没有发送，联系未果。

8、白城众邦汽车销售服务有限公司，合作一直未出单，该店是来公司的第一个合同，一直在跟店端沟通业务，由于上汽大众本身对于店端保险就有考核要求，加上该店月销量在 30 台左右，基本上没有余地开展业务，一直保持良好沟通。

#### 四、市场情况

1、海南金鹏，轮胎险价格 0-500，进店价格 100 元，1000-1500，进店价格

150 元，遇到的合作都在邯郸市，已知的合作经销商有 5 家。

2、石家庄三方公司，全损换新产品，1 年业务 160 元，返利 30%，轮胎险，不分轮胎价格，100 元/年。



3、青岛中瑞，轮胎险，按照发票价格 10 万以内进店几个 100 元，10 万以上进店价格 180 元。

### 3 月份工作计划

#### 一、3 月份目标

3 月份目标单量 205 单，本月预计新增店面 5 家，目前已经完成 1 家。

#### 二、3 月份的整体计划

1、目前由于疫情原因出差行程会改变，本月主要工作集中在 2 月份的拜访店面上，针对重点跟进的客户进行沟通，完成最少 5 家经销商合作签约。

2、成都出差，利用本次出差的行程，主动跟领导对接成都资源，看是否可以通过资源取得一部分业务量。再次通过以前的同事，在当地寻找一些客户资源。

3、针对已经合作的店面进行多次沟通，了解各店的实际情况，进行需求分析，出单少或者不出单的原因到底是什么，需要更换产品或者更改销售政策的，全部进行调整，从而保障业务出单量。

4、针对自己的业务能力进行提升，利用其余时间跟程总、张东华进行沟通，针对于找不到人、谈判技巧等方面进行提升。继续充实自己的产品知识，多去了解汽车经销商信息，保障自己跟经销商见面有较多的谈资。

白酒业务员的总结 篇 10 一、运用《客户销售登记卡》，对客户销售状况进行监控，并根据销量实行月返，季返制度。好处：

1、可以随时对客户销售周期，销售比例进行统计分析，对客户级别进行分类，确定那些客户三星以上卖得快，那些客户只要一、二星酒，这样公司在有相应产品活动政策后，可以有秩序的，提高销售活动效果。

2、可以提高价格弹性，很好城应对外来冲货，比如 cx 市场上市时一星 78 元/件，记卡销售，月返实行十搭一，折价 63.6 元/件。中秋节期间外地冲货增加，到岸价：55-56 元/件，这时，我们利用供货政害行，五搭一，扔价：58.3 元/件，再加上订货会上抽奖政，大大优惠于外地冲货，客户订货十分踊跃，取得十分满意的效果，有力地打击了窜货，现场订货拾叁万多元多。有在的问题：在市场切八时，记卡销售兑现月返，季返中，对月返季返额度和兑现时间，宣传不到位，，兑现不及时，也是造成冲货的得要原因。

二、把铺市陈列作为一项长期的基础工作来抓 cx 市场 20xx 年 2 月份正式启动市场，主攻零售店的铺市陈列，以 2 月 20 号到 2 月 25 号，对城区进行地毯式密集铺市，并抢占显眼货架，进行店外陈列，起到轰动效果，陈列一个月后，兑现金世纪双礼盒壹盒，20xx 年端午期间和中秋节之后，又分别进行两次集中补货铺市。经验：

(1)时间要短，控制在一星期左右，如果不顺利，可以赊货，但要可控，毕竟我们上市期的铺是为了作品牌宣传和扩大。

(2)宣传要到位，毕竟是新产品，无论是零售客户还是消费者对其都比较陌生，建议铺市配合 POP 张贴，铺市政讲解等内容，。存在的问题：

(3)首次与铺市金额过大，品种过多，我们一贯讲究一到五星集中陈列，而一般客户对现金观货和购货金额较敏感，所以铺市过程中有在进展不顺利，铺市政扭曲等问题，我建议公司在今后铺市工作针对不同品种，不同渠道进行单独或交叉进行铺市，并且单次要控制在 500 元以内。，

(4)奖吕兑现不及时，cx 市场就有在此问题，由于是新市场，零售店主对浏阳河的信誉存在疑问，这就很必要明确奖品兑现时间而引项内容在铺市协议中是没有再加上经销商库存没有金双礼。以改兑现进间拖延，造成负面影响，建议在今后的铺市中，要明确奖品兑现时间

白酒业务员的总结 篇 11 可以讲任何一种手段，都可以导致一种结果，但这个结果是不是最佳的结果，恐怕就很难说了。成大事者总是选择最佳的手段，达到最完善的结果，这就是非一般人所能做到的。因此在成功之路上，你要想成大事，首先要解决的问题就是：你的手段对你推动成功的计划是否立竿见

影!

1、业务员和客户聊天的时候哪些话题不需要聊太多关于技术和理论的话题，需要的是今天的新闻呀、天气呀等话题。因此，业务员在日常的时候必须多读些有关经济、销售方面的书籍、杂志，尤其必须每天阅读报纸，了解国家、社会消息、新闻大事，这往往是最好的话题，这样我们在拜访客户时才不会被客户看成孤陋寡闻、见识浅薄。

2、关于业务员晚上的四个小时。一个业务员的成就很大程度上取决于他晚上那四个小时是怎样过的。最差的业务员晚上就抱着个电视看，或者在抱怨，出去玩等。这样的业务员没出息。一般的业务员去找客户应酬，喝酒聊天。这样的业务员会有单，但我个人认为难有很高的成就。好一点的业务员晚上整理资料，分析客户，做好计划等。这样的业务是一个好业务，应该有前途。最好的业务员我认为是在做完好业务员的工作后还坚持看一个小时的书。我觉得这样的业务很有出息，以后有机会可以做老板。

3、关于业务员本身。很多人觉得，业务员最好身材高大，英俊潇洒。业务员一定要口才好，能说会道，嘴里能吐出油来才叫口才好。业务员一定要会抽烟，身上随时带着烟，逢人就派。业务员一定要会喝酒，白酒，啤酒千杯不倒。其实我感觉这些都不是重要的。就我个人而言，我身高不到 160MM，刚开始跑业务时心里很自卑，说话都不流畅，更别说口才好了。我是从来不抽烟的，喝酒我最多一瓶啤酒，多点就醉了。可是勤能补拙，我刚跑业务时，在惠州，刚开始三个月，我拿几件衣服就到东莞的弟弟厂里一跑就是几天。一个工业区，一个工业区的跑。就这样，我走了三个月，客户也跑下了几个，可是皮鞋也烂了一双，人黑的像黑碳头一样。我现在自己开工厂了，我经常对业务员，头三个月过的是不是人的日子，熬过后就可以了。所以业务的办公室在厂外面

#### 关于找客户

做业务刚进公司的头三个月是考验业务员能否成功的最关键的三个月，这三个月可以说是影响了业务员以后的业务工作的。这之中第一个面对的就是如何找到客户的问题，关于怎样寻找目标客户。一般来说新业务员进到一个新公司后，在熟悉到 1 个星期左右的产品知识就要自己找客户去拜访了。如果开始没有业务经理或者老板提供客户资源的话，可以通过以下方法去找客户。

白酒业务员的总结 篇 12 20xx 年很快就过去了，回顾 20xx，想总结的很多。俗话说：“活到老，学到老”，本人一直在各方面严格要求自己，努力地提高自己，以便使自己更快地适应社会发展的形势。通过阅读大量的道德修养书籍，勇于解剖自己，分析自己，正视自己，提高自身素质。

## 一、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作

公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成 x 件诉讼业务，代理费用达 x 万元以上（每件 x 万元）。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

2、在第二季度的时候，以商标、专利业务为主。通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。以至于达到 xx 万元以上代理费（每月不低于 xx 万元代理费）。在大力开拓市场的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，给下半年带来一个良好的开端。并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高，对规模较大的企业符合了《中国驰名商标》或者《xx 省商标》条件的客户，做一次有针对性的开发，有意向合作的客户可以安排业务经理见面洽谈，争取签订一件《xx 省商标》，承办费用达 xx 万元以上。做驰名商标与商标业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等交办业务的进展情况。

4、第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源，找出有漏洞的地方，有针对性的做可行性建议，力争为客户公司的知识产权保护做到面，代理费用每月至少达 x 万元以上。

## 二、制订学习计划

学习，对于业务人员来说至关重要，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。专业知识、综合能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给与我支持。

### 三、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

以上，是我对 20xx 年工作的总结，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望 20xx 年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求更多的客户，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接新的挑战。

白酒业务员的总结 篇 13 开拓市场，对内狠抓生产管理、保证质量，以市场为导向，面对今年全球性金融危机的挑战，抢抓机遇，销售部全体人员团结拼搏，齐心协力完成了本年度的销售工作任务，现将本年度工作总结如下：

#### 一、20\_\_年销售情况

2108 年我们公司在、等展览会和、等专业杂志推广后，我公司的 xx 牌产品已有一定的知名度，国内外的客户对我们的产品都有了一定的认识和了解。20\_\_年度老板给销售部定下 x 万元的销售额，我们销售部完成了全年累计销售总额 x 万元，产销率%，货款回收率%。

#### 二、加强业务培训，提高综合素质

产品销售部肩负的是公司全部产品的销售，责任之重大、任务之艰巨，可想而知。建立一支能征善战的高素质的销售队伍对完成公司年度销售任务至关重要。“工欲善其事，必先利其器”，本着提高销售人员综合业务素质这一目标，销售部全体人员必须开展职业技能培训，使销售业务知识得以进一步提高。

今年公司添用了软件，销售和财务管理可以清晰的及时性反映出来。我们销售人员是在 xx 市 x 科技有限公司的培训下学习成长的，所学习的专业知识和公司内部信息都是保密的，大家必须持有职业道德。老板是率领销售部的最高领导者，希望加强对我们员工的监督、批评和专业指导，让我们销售人员学习的

专业知识，提升技术职能和自我增值。

### 三、构建营销网络，培育销售典型

材料销售是我公司产品销售部工作的重点，销售形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。一年来，产品销售部坚持巩固老市场培育新市场发展空间、挖掘潜在市场，利用我公司的品牌著名度带动产品销售，建成了以本地为主体，辐射全省乃至全国的销售网络格局。

### 四、关注行业动态，把握市场信息

随着电子产品行业之间日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场营销过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益。销售部密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。

产品销售部通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立了稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集；要根据市场情况积极派驻业务人员对国内各销售市场动态跟踪把握。

### 五、再接再厉，迎接新的挑战

回首一年来，我们销售部全体业务人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作取得了良好的销售业绩。成绩属于过去，展望未来，摆在销售部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们销售部全体业务人员一致表示，一定要在 20\_\_ 年发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自己的岗位职责，全力以赴做好 20\_\_ 年度的销售工作，要深入了解电子行业动态，要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的销售业绩。

祝我们 xx 科技有限公司在 20\_\_ 年的销售业绩更上一层楼，走在电子行业的尖端，向我们的理想靠拢。

白酒业务员的总结 篇 14 公司上半年工作总结 20xx 年上半年，团险部在认真贯彻落实公司各项方针政策，大力发展各项业务的过程中，在公司经理室的正确领导下，在公司各部门的支持配合下，全体团险人员团结拼搏不懈进取，努力完成团险的各项业务指标，队伍建设，业务发展，组织管理等方面取得了一定的成绩。现总结如下：



## 一、 业务发展总体情况

年初，根据公司下达的 20xx 年团险业务发展计划，全 体人员统一思想，达成共识：排除困难，争取完成目标。思想上高度重视，行动上做到明确目标到人，责任到人，考核到人。截至 6 月 30 日，共实现寿险新单保费 30.15 万元，完成年计划的 8.38% ，实现短险保费 84.07 万元，实现年计划的 31.14% 。其中意外险保费 57.02 万元，累计赔款 19.76 万元，赔付率 35%。健康险保费 27.05 万元，累计赔款 25.87 万元，赔付率 96%。 各项业务较去年同期均为负增长，短 险赔付率较高。造成业务负增长的主要原因，一方面，金融危机导致企业的不景气，甚至部分续保单位停产、关闭；另一方面，人员流失，内部业务渠道分流部分短险业务。由于

健康险续期保费绝大部分在三季度进帐导致健康险赔付率 较高。

上半年业务发展主要特点：

（一）积极应对市场变化，拓展新法人业务。上半年积累拜访新客户达 300 余户，成功转化新客户 36 户，新增业务占总保费近 30%。

（二）大力发展意外险，确保意外险的市场份额。尽管意外险市场受工伤保险的影响较大，但我们加强客户服务， 维护并巩固老客户阵地，老客户续保得到保证。

（三）学平险专项业务维护与开拓，取得较好成效。学平 险是我司短险业务的支柱，针对学平险业务的开展，经 理室高度重视，成立专门的学平险攻关组，根据市场的 变化，适时制订可行的方案，维护市场的同时大胆尝试 学平险单独启动，6 月底小湖、黑埠、新安等乡镇学校取得了保费 10 万余元，成功的开辟了乡镇学平险的业务创新发展。在学生生数较去年有较大幅度减少的情况下， 我们通过加大宣传提高了承保面，保证了业务不降。

## 二、 团队建设方面

（一）团结协作，共谋发展，队伍建设健康发展。多年以 来形成的团险部人员老化、良莠不齐，加之同业的竞争，年初团险外勤仅有 4 人，面对人员少，业务重的局面，团险部加强团队建设，积极增员发展队伍，至 6 月底，团队外勤已发展到 8 人。 一个团结向上， 和谐发展的团队正在壮大。

(二) 开拓创新，大力推进协保员队伍的发展。面对团险乡镇协保员队伍的老化，团险部在巩固和拓展业务的同时，注重团险协保员队伍的发展，一方面规范了乡镇协保员队伍，另一方面发展了计生等口子业务协保员。为全年的业务发展奠定了基础。

(三) 加强活动管理是业务发展的基础。做好拜访活动管理是业务人员的基本功，年初团险人员积极做好拜访客户积累，自订拜访量，填写拜访记录表。排查客户，集体拜访，结队拜访，正是有了坚实的拜访量才有新客户拓展的业绩。

(四) 加强团险专业化培训是业务持续发展的保证在竞争日趋激烈的团险市场中，须有能够整合销售资源、客户资源的高素质团险销售人员，而这样的队伍只有在加强专业化的培训中去营造。我们不仅注重每日的早会学习，同时积极参与团险员工福利规划师资格认证考试并取得较好成绩。制定了计生协保员定期培训制度及新人员辅导计划等。

### 三、客户拓展方面

(一) 一方面积极做好大客户和老客户的维护，另一方面加强新客户的拓展。创新销售模式，开辟新渠道，

拓展新市场。借助客户回访的有利时机走进部分学校进行职场营销，将学生保险与教师意外险同步宣传启动。利用计生协保员渠道积极做好一体化营销，不仅在短险业务上取得一定的进展，而且个险保费收入4万余元。

(二) 积极维护渠道业务，努力拓展新口子业务。经过半年的努力，建工险业务的扎口管理有了很大的突破。另外发行的业务代理、粮食的业务扎口、计生渠道的业务挖潜都有一定的进展。

四、依法合规经营，坚持科学健康发展遵纪守法，坚持信守团险从业人员职业道德，不断学习，积极参与公司组织并要求的各项合规教育，并能够应用到业务工作中。

尽管在上半年的各项工作中团险部取得了较好的发展和进步，但是在管理上、队伍建设等方面还存在较大差距和不足，主要反映在以下几点：

(一) 寿险新单业务差距太大；

(二) 大客户、企业年金、小额贷款等业务开拓进展不大;

(三) 乡镇协保员管理不够, 人员产能偏低;

(四) 创新能力、市场敏感度需进一步提高;

(五) 依法合规经营意识需进一步加强。 在下半年的工作中应着力做好以下工作: 一是面对宏观经济状况、保险市场状况、同业竞争状况 等外因影响, 我们首要树立必胜的信心, 必达的决心, 从思想上要重视, 确保全年任务完成。 二是继续做好外勤队伍和协保员队伍的建设。一方面借助公司大增员时机扩增外勤队伍, 另一方面抓好乡镇协保员、计生协保员同时做好扎口业务协保员的选用。 三是确保学平险业务的顺利开展, 守住市场的垄断地位。 四是明确目标, 制定专人做好计生、发行、信用社的渠道业务。 总之, 下半年市场未来更具挑战, 我们惟有加强业务学习, 提高业务素质, 继续加大活

动拜访量, 在摸索与实践中不断总结才能坚实做好团险各项工作, 为公司的做大做强科学发展做出贡献。

白酒业务员的总结 篇 15 尊敬的各位领导、各位同事:

大家上午好!

我是负责 xx 市场的业务员。

为期两个月的春节销售攻坚战已接近尾声, 各礼品店、二类店出货量也逐渐回落并趋于平稳。现在, 我就春节期间 xx 市区礼品店渠道市场的操作情况做一下汇报。

根据最近几日对各个礼品店回访的情况看, 总起来讲今年春节礼品店渠道的销售要好于往年同期, 最集中的体现在:

第一, 铺货覆盖率相对较大。现在 xx 市区范围内已完成铺货 31 家, 其中绝大部分为节前开发的, 重点开发那些通过多途径调查和侧面了解, 筛选出的有意向合作并能够切实产生销量的客户, 作为准客户进行重点开发和不间断沟通。所开发的店面分布均匀, 而且大都在各机关企事业单位附近, 有效辐射范围比较广, 基本上做到了让客户都能看到、购买到。

第二，回款率较之往年有所提高。由于所开礼品店为精心筛选，可有效保证货款及时回收。据统计只是春节期间礼品店渠道累计铺出产品金额达 7 万余元，能够实现销售即能够切实产生回款的金额预计会达到 3 万元以上，预计 3 月份能回全款，截止目前已有 2 家礼品店实现回款，回款金额已近万元。而另外剩余的产品有理由相信在这个黄金销售节点的余温下也能有较好的销售。

第三，春节期间规范了礼品店供货价格及零售价格，有效防止了先前因为价格混乱而导致的出货难问题，切实维护了渠道零售商的利益，改善了客情关系，提高了产品的知名度和美誉度。

第四，创造了融洽的客情关系，并做到了及时维护。春节期间所开礼品店平均每家店至少每两天去一次，有些重点维护的店面甚至一天去两次，保证做到有事必到、有求必应，供货及时，树立了良好的公司形象。

第五，在保证礼品渠道正常运作的前提下，协助开发团购和商超渠道。

第六，完成公司领导和部门领导交办的其他工作。

20xx 年工作计划：

第一，维护现有的礼品渠道，继续开发新的礼品渠道，保证统一的供货价，稳定价格体系，以便继续维护良好的客情关系，加强树立公司形象。

第二，盘活原有礼品渠道和商超渠道，鉴于原有礼品店多为 a 类店，所以此项工作将作为今年工作的一个重点。

第三，继续协助团购工作，并开发新的市场渠道，形成新的销售增长点，完善 xx 市场渠道营销构架，提高产品的市场占有率。

第四，对 20xx 年公司即将上市的新产品配合公司做好前期调研和市场铺垫工作。

以上就是我的一个工作小结，有很多不足的地方，请领导多多指正。在今后的工作中我将继续努力，发扬不怕苦不怕累的精神争取更大的成绩，为公司的进步和发展做出应有的贡献。

白酒业务员的总结 篇 16 逝去的光阴总是让人如此的留恋。20xx 年的脚步就要远去了。一缕缕新年的光辉即将璀璨的欢迎着我们。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/896043130223011004>