# 销售部经理转正工作总结

来源：网络 作者：夜色温柔 更新时间：2024-08-18

*销售经理通过确定销售领域、配额、目标来协调销售工作,并为销售代表制定培训项目。分析销售数据,确定销售潜力并监控客户的偏好。下面是本站为大家整理的销售部经理转正工作总结，供大家参考选择。　　销售部经理转正工作总结　　工作和学习，现对于目前公司...*

销售经理通过确定销售领域、配额、目标来协调销售工作,并为销售代表制定培训项目。分析销售数据,确定销售潜力并监控客户的偏好。下面是本站为大家整理的销售部经理转正工作总结，供大家参考选择。[\_TAG\_h2]　　销售部经理转正工作总结

　　工作和学习，现对于目前公司所面临的市场形势和我所展开的销售工作做一些总结和分析。如有不妥之处，敬请谅解指正。

　　自从x月份以来，我这段时间详细的研究了公司的销售报表和销售产品，发现：

　　1)公司的销售额从x月份的100万左右到x月份的170万左右到x月份的近300万左右，从销售额上来看，销售业绩是有了一部分的增长，但从销售单价和销售利润来看，却处于下滑的势态;

　　2)从经销商数量来看，xx范围之内的经销商公司亦都有过业务往来，xx比较有实力的如xx、xxx、xx，也有业务往来，但综合经销商分析来看，以上经销商尤其是比较大的经销商，从我司的拿货一般局限于xx铬酐(黑桶)和inco的硫酸镍和氯化镍之类的产品，其余的几乎很少拿货，而以上产品几乎可以说是保本或亏损销售，毫无多少利润可言;

　　★从以上三点问题综合分析来看，我们公司所面临着以下经营问题：

　　第一、销售额和利润的问题

　　我们公司在x月份的销售量的增加和市场占有率提高的情况下，利润并没有提高或得到改善;其实这种销量和市场占有率的提升，并没有实际太大的意义，甚至可以说是极为危险的现象。我们可以想象：一家销售额很高但利润率很低的公司，利润率一旦降下来，会不会产生巨额亏损?

　　从公司目前的形式来看，我们公司目前内部在管理上可供压低的成本已经很少，而外部的市场压力会越来越大，我们的销售额一旦做起来，首先会引起竞争同行的注视，没有任何人愿意把碗里的饭无偿的分给别人，在这种情况下，竞争同行肯定会调整销售策略和产品价格，来抢占客户资源。其次，销售人员和公司，亦会迫于销售额和市场的压力，拼命的降低售价或付出更大的销售成本来争取客户，本身来说，公司的产品售价已经没有任何可以再压缩的空间，一旦迫于市场和销售额的压力再次压低价格和提高销售成本的话，那么销售额越高，利润就越低，也可以说是亏损越来越大。

　　第二、有关客户的管理和控制的问题

　　一流企业做规则，二流企业做品牌，三流企业做市场。对于xx市场，包括(xx、xx)除xx和xx之外的电镀材料企业来说，目前还都在为做市场而努力，尤其是在xx、xx两地，对那些不入流的小经销而言，为了在做市场而生存，他们的目的就是为了追逐利益的最大化。因此，没有任何忠诚信任可言。但是以目前的市场形势来看，他们又是我们公司的主要针对客户，因此，我们公司没有办法完全笼络和控制这些小经销商，以我们公司目前的客户\"xx\"举例来说：在x月份的销售量中，\"xx\"的进货额，将近占我们公司总销售额的三分之一，而\"xx\"的主要进货量是以哈萨克斯坦铬酸和inco系列产品为主，而这些产品价格远低于xx和xx的同时，\"xx\"几乎都要求开具增值税发票，而我们自信认为有一定优势的xx铬酐(黑桶)，\"xx\"却不以为然，并多次告诉我们公司说，以上产品的拿货远低于我们公司(当时我们公司的售货价为含税价16.3元/kg)，而xx调整为含税价为16.00元/kg，xx的价格对于这些需求量比较大的又想做正规(发票)的小经销商而言，是绝对具有诱惑力的，更不要谈xx给予这些开具发票的客户一个月期数。因此，这些以\"xx\"为主的，比如：xx、xx在xx、xx具有一定实力的客户，在大批量进货时，尤其是需要发票的情况下，仍然会以xx为主，不仅是xx给予他们一个月的期数，更重要的是价格亦有一定的优势，而对其它的小型散户经销商认为我们公司比较具有诱惑力的是：①、1吨半吨都会送货上门;②、部分产品的不开票价格低于市场。但是，目前的这些小散户对于我们公司来说，在扣除人工及各方面销售成本，都可以说是在亏损经营。

　　第三、有关产品线和优势产品的问题

　　纵观我们公司从开业以来的产品销售情况，可以看出，我们公司的产品主导销售一直是以xx铬酐、nico系列产品为主，其它只是小量销售，即使以上主导产品也是主要以小量销售为主，同时，以x月份到x月上旬的销售情况来看，我们公司在产品经营存在：

　　1、货源配合不及时的问题：小的经销商由于资金的限制，一般都不愿意做比较大的库存，因此，他们需要上游的供货商具备比较大的仓储能力，对他们来说可以起到一个仓储的作用，要货的话可以随叫随到，但从x月20号以来，我们公司在主导产品(xx铬酐、硫酸镍)一直缺货，做代理或贸易关键的一环就是产品供应的稳定性和持续性。由于我们公司反复缺货，会在一定程度给经销商一种投机、实力不够的不良印象;

　　2、产品价格的不稳定性：化工类产品的的市场价格在一定程度上，一般不会像金属那样波动。我们公司自从x月份以来产品的价格一直都变化，比如：以哈萨克斯坦铬酸为例，x月份到x月15号前不含税售价为14.8元/kg，x月15号到x月底不含税售价为15.3元/kg，x月1号至今增长至15.7元/kg。在价格的波动上，我们公司留给经销商一个做好了、好销了就涨价的印象。

　　3、产品的问题：记得我刚来公司的时候，x总说过一句话：做贸易，关键是拿到什么样的货。没错!这句话是做贸易公司的基本道理，但是，反过来看，公司目前的现状，优势产品在哪里?我们究竟拿到了什么样的关键产品?我们目前认为好销的优势的，其实销售出去都是亏损的。而且，目前有些产品《片碱》的价格一压再压，可以说远低于进货价格，销售依然无人问津，这些又说明了什么呢?

　　★综合以上几个方面，我个人认为，公司目前处于一个关键的时期，首先对内来说，公司没有明确的发展计划和阶段性的经营目标。同时在前期的发展过程中公司没有逐渐形成自己核心竞争力的趋势。对外来说，目前的市场是步履维艰，困难重重。此两种现象如果不能解决，我们公司下一步的发展会存在着极大的困扰。明确的发展计划和阶段性的经营目标不是说今天挣多少钱明天挣多少钱的问题，而是企业如何生存，怎样生存的更好的问题。

　　所谓的核心竞争力是企业应对于市场和竞争对手的优势所在，我们公司目前的优势在哪里呢?贸易公司的本质决定了我们在竞争中应该抓住最基本的东西---产品和市场。目前我们所销售的产品也是在xx市场上比较有一定知名度的，比如xx铬酸，inko产品等。而这些产品几乎都是xx和xx经过一定的时间逐渐做出来的知名度，前期的市场推广期，别人付出了很大的代价，现在的收获期，肯定是不会让我们公司来获取他们的市场果实。可以说目前在xx市场上好销售的产品，他们都不会让我们公司来染指并获取利润。因为这些都是他们的劳动成果。不管是目前还是将来我们针对客户，用目前好销售的产品作为主打的话，我们都不会有什么优势。而且由于目前的产品不存在营销技巧和市场推广的问题，因为几乎所有的品牌都得到客户的一定认同，只不过是谁价格高低的问题。但是在价格上我们也没有什么优势，举例来说：xx铬酸，我们的进货价是x元/kg。而已xx的目前市场报价是x元/kg。

　　更可担忧的是，我们尽管目前没有赢利产品售出去并在亏损，但是还是要做。一方面是我们不停的从上游厂家拿不能赢利的产品，另一方面我们又对于下游客户不停的销售，再加上需要付的销售费用和中间的人工成本，可以说我们是自己贴钱帮上下游厂家打工，因此亏损的雪团也会越滚越大。我记得我第一次去总公司的时候，董事长说：办公司不是拿来亏的。这句话我现在还记忆犹新。

　　★经过这么长时间在公司的工作，针对目前的现状，我有几点不成熟的建议现提出来供公司参考：

　　1、确立公司的经营目标和市场定位。

　　公司的目标和定位决定了公司后期的发展，公司的领导者可能对于公司的后期发展有了一定的目标和定位，但是目标能否实现的关键是整个公司从上到下，都理解和执行。公司目前的状况是整个团队的大多数人对于目标的不了解，所以谈不上执行。同时我相信公司的目标肯定不是今天挣多少钱和明天挣多少钱的问题，而是公司在未来怎么长期持续稳定地发展的问题。比如说：在经营目标上是以xx或xx作为可超越或追赶的对手，还是撇开以上两者不谈，力争几年内把自己发展成预想中的目的。在市场定位上，我们是以小经销商或直接厂家为主，还是以销售为主导或技术为主导。

　　2、培育公司下一步的核心竞争力。

　　建议公司对xx和xx目前的产品目录进行详细的研究，找出该公司的优势产品《总代理和总经销的》，看看哪些是没有被其拿下的产品，同时比较一下我们公司是否有机会拿下代理和经销权。对于被xx和xx拿下的产品，我们公司组织人员对国内外市场进行考察，寻找一些同类型的，品牌在xx没有知名度，或者还没进入xx市场的产品，但是在质量和价格具有一定优势的，我们进行谈判拿下起代理和经销。一旦拿下代理或经销后，利用销售人员的销售技巧和销售能力进行推广。在这个方面xx和xx的确做的比较好，无论是从下面经销商的反映还是我去他们总部的了解，都可以看出他们在经营的产品和策略上的侧重点都不相同，比如说;在鉻酸上，xx是以国内的产品为主，xx是以国外的产品为主，经营的方式都是总代理为主。而在客户的选择上xx致力于下游经销商和价格战，而xx致力于直接高端厂家，努力打造自己的品牌，避开价格战，走高端线路。因此在培育我们公司的核心竞争力的时候，我们可以借鉴以上两者的经营策略。

　　3、加强公司的技术力量。

　　目前在xx市场上，无论是xx，还是xx或者其他xx

　　我个人认为，以公司目前的现状;

　　1、做市场，不能获得发展。因为目前的局面，董事长应该深有了解，xx公司在这种市场状况下不可能打破现有的市场局面，一方面是我们在短期内做不到xx和xx的销售量，所以在上游供货商那里，不会拿到更有利的价格和产品数量。另一方面是xx和xx凭借在销售量和市场的优势不会给我们公司成长的时间和环境。我们公司一旦在市场上真正的威胁到他们的时候，他们肯定会联合起来向上游供货商家施压，上游商家一旦受到他们两者的压力后，迫于压力会对于我们公司有所行动，到那种情况下，不仅xx公司难做，同样会因为xx公司而损坏我们其他公司和上游供货商家的关系。

　　2、做品牌，也不可能。因为品牌来源于市场，市场做不起来品牌自然无从谈起。一流公司做规则、二流公司做品牌、三流公司做市场。所以我建议公司，在目前的状况下，抛开市场和品牌，直接做规则，在工业产品行业里，规则就是技术。

　　4、加强公司的财务风险控制能力

　　公司在发展和成长的过程中，都会具有一定的财务风险。有的是来源于外部环境的，有的是来源于内部的，建议公司在财务的处理上，针对xx公司目前发展和市场的现状，制定出切实可行的财务监督和管理制度。让管事的人和管钱的人各司其责，避免事与物的混乱，而出现漏洞。

　　以上是本人一些不成熟的建议，如有不妥之处，敬请谅解，我始终认为xx公司的发展，不仅是xx公司的问题，更关系到整个公司下一步发展问题，同时也关系到整个公司下一步和上游供货商家的问题。整个公司在下一步的经营调整中，能不能突破旧有的发展模式，而获得新的经济增长点，从一定意义上来说xx公司的发展成功与否，都将会对未来整个公司的发展产生深远的影响。

**销售部经理转正工作总结**

　　“人与人之间没有太多区别，只有积极的心态与消极的心态这一细微的区别，但正是这一点点区别决定了二十年后两个人生活的巨大差异。”因为你没有网络，所以你要比别人更勤奋，才可能赶超别人。经常有人会这样说——“如果当初我怎样怎样，那么现在我肯定会……”，人们常常只停留在这样的说上，而不真正付诸行动，怎么会有好结果?

　　市场竞争日趋激烈，市场机制会愈趋规范，每个公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在你面前，你以一种什么样的态度去对待它，你就会得到一种什么样的结果。

　　1、关于目标任何公司都有公司发展的目标，每一个在公司工作的员工也有自己的个人发展目标，在这个问题上，我认为有两点值得大家思考：

　　一是要将个人目标与公司目标统一起来。每个人都会有压力、有需求，但怎样使之与公司的长期和短期发展目标有机统一，使得在实现公司发展目标的同时，实现自己的个人目标。这就需要将自己的个人职业生涯规划融入到公司的发展当中，公司会不断的发展，要上新产品、要购并药厂、要上市……，只有上下统一起来，步调一致，才能往前走。这就需要大家加强相互沟通，达到构建一支优秀的团队和网络的目标。

　　二是实现目标要有一种正确的观念、方法，并将目标切实分解落实。只有可分解的、能实现的目标，才是可行的目标。毛泽东说过，政策和策略是党的生命，其重要性不言而喻。在目标确定和实现的过程中，不能仅依靠经验值，要与科学的方法相结合。另外，保持一种好的心态将会帮助你渡过很多困难。

　　2、关于学习有一位经济学家讲过这样一句话“不学习是一种罪恶，学习是有经济性的，用经济的方法去学习，用学习来创造经济。”我们应该从理论上、实践中和相互的交流中学习，不仅要注意学习的方法，更要有正确的学习态度。大家或多或少都有一种批判的吸收心态，也就是说在接受别人的观点或意见之前，带着一种质疑的态度，这是我们应该改正的。我们要以吸收的批判的态度来对待他人的观点和意见，即先以一种宽容、包容的心态听取别人的观点，然后经过自己的深思熟虑，对其观点加以批判性的接收。

　　就像我们组织开会和培训，公司花费金钱，同时让大家在繁忙的工作中挤出时间聚到一起交流和总结，如果不以一种学习的心态、以一种空杯的心态来对待，肯定学不进去。每个人都有优点，都值得大家相互学习，如果你无法改变自己的心态，也就不会进步。

　　我也经常对大家说，只有不断地学习、思考、总结，我们才能不断地提高和把事做好。

　　这个过程就像下围棋一样，起初从零开始，水平都差不多，慢慢知道了布局，有了进展之后，对水平低的就不屑一顾，自以为是，进入一个平台期;然后慢慢也就有了对更高水平的向往，如果继续学习和总结，就逐渐有了大局观，也知道了何以舍小保大，就这样在不断的学习当中进步，其实，工作中也是一样，你需要不断地学习、充实，销售部要尽力塑造一种学习的氛围，来培养一支优秀的团队，但也不要形成教条主义和经验主义，要切记与实践相结合，学以致用，相得益彰。

　　3、关于团队每个企业都要做大做强，但江山不是一个人打出来的，而要依靠群体的力量。大家来自不同的企业，不同的企业有不同的文化、习惯和管理模式，要把原来企业中好的东西融入到公司来，不好的东西要摒弃掉。

　　每一个销售部经理在面对销售部员工时，首先是长者，有义务有责任让下属开心的工作，要理解人性;不要把那些江湖作风、老爷作风带到队伍中来，要让自己的队伍有安全感，能获得收益，能够不断成长;要努力培养下属，将自己的知识和技能毫无保留的传给他们，要抱着一种水涨船高而不是水落石出的心态来对待它;要切实加强团队意识，加强培训，建设一支真正优秀的属于公司的团队。

　　有句话说得好，“不参加培训的人不能当经理，不会培训人的人当不了大经理。”

　　随着公司的发展，会有更多的岗位和机会摆在每个人的面前，在团队建设的过程中，面临着一个信任与控制的问题，我们现在运用各种表格加强过程管理，其实只是管理的手段之一，大家不要有一种排斥、对抗的心理，任何事物都有一个不断完善和发展的过程，最终的目的都是一样的。

　　4、关于管理在公司里，我们每个人都处在一种角色的转换中，在下级面前是管理者，在上级面前是被管理者。而从另外一个角度，大家都是社会人、企业人，管理具有科学性和艺术性，要真正达到有效管理，在队伍出现问题的时候，在医院开发的临床跟进上，沟通是一种非常重要且有效的途径。所以有的管理学家甚至说，管理就是沟通。其重要性不容置疑。

　　我们许多经理常常过份依靠自己的经验值，而不注重市场调研和来自市场一线的材料，这是一种错误的观念，必须改正。有没有管理一支团队的意识，在下属遇到困难的时候，有没有与他们一道进行协同拜访和辅导性拜访?

　　没有规矩不成方圆。管理是一种投入，我们要向管理要效益，不断完善各种管理制度和方法，并真正贯彻到行动中去。

**销售部经理转正工作总结**

　　光阴似箭，转眼间，加入这个大家庭已经差不多快有三个月了，和各位家人相处的这段时间里，发现自己努力了很多，也进步了不少，在这个团队里，让我学到了很多以前没有过的东西，在这不仅是工作，更重要的是这个大家庭给了我一个学习和锻练的机会，为我提供了一个让我施展的快乐舞台。从这段时间来看，发现自己和客户沟通起来越来越轻松，而且时间也越来起长，考虑的问题也越来越全，我想这就是经验。在此衷心的感谢汇瑞的家人们对我的关照和帮助。

　　现将这三个月的具体工作情况总结：

　　在此，我深刻的体会到了xx这个团队从老板到同事踏实认真的工作态度，共同以一颗积极向上的心态来迎接每一天的挑战，也正是这个时刻提醒着我自己，要把每一天的工作做好。其实，每一个公司的制度和规定大体方向和宗旨都相同，只是在细节上稍有区别而以，所以，我自然也很快适应了公司的工作环境以及工作流程，尽量配合大家的工作，其间虽然也有一些不当之处，但在大家的帮助下，我也积极的改正，避免再犯，所以，我就融入了xx这个大家庭里，并且认真的做自己的本职工作。我很喜欢这里，并且也很愿意把这里当作锻练自己的平台，和公司共同发展，把工作当事业对待，做出自己最大的贡献。其实，不论在哪里，在哪个公司，我们都必须以饱满的热情，认真的态度，诚恳的为人，积极的融入工作中，这也是作为一个员工基本的原则。团队精神是每个公司都倡导的美德，我认为，公司要发展，彼此的合作协调是很重要的。没有各个部门和各们同事的相互配合，公司的工作进程必然要受到阻碍，工作效率也要大打折扣，公司效益也自然会受损，这样对公司和个人都无益处。

　　在xx，目前我的工作主要就是负责销售部的业务基本工作，每天必做的工作是点击关键词，更新b2b网站信息，熟悉相关产品信息。与此同时也在完善每个网站上我们的供应信息，添加一些新的产品信息进去，让网站产品信息丰富起来，这样被关注的机会也就增多。同时也在协助师傅这边的销售寄样寄货快递安排，自己这边也在不断的开发新客户，并且负责跟进和维护。

　　两个多月以来，我更能体会到，工作时，用心，专心，细心，耐心四者同时具备是多么重要。就拿每次接到客户电话来说吧，我要用心的倾听任何一位客户的需求，专心的为每一位客户推荐我们最适合客户需求的产品，细心的为客户讲解产品的使用方法以及注意事项，耐心的跟进和维护好所有客户。

　　在工作中，我深深感到加强学习，提高自身素质的紧迫性，一是向咱们的资料学习，坚持每天挤出时间看产品知识，以做到更专业。二是向我们的同事学习，工作中始终要保持谦虚谨慎、虚心求教的态度，学习他们任劳任怨、求真务实的工作作风和处理问题的方法。三是向实践学习，把所学的知识运用到实际工作中，要实践中检查自己不足的地方，更好的提高自己。

　　要做好一份工作，我认为最重要的是要有责任心，有了一份责任在身上，就会努力去完成它，并完成好，只有这样爱你的工作，工作才会喜欢你。如果失败了也不要气馁，总结失败教训，争取下次成功，不论怎样，在工作和生活中要始终保持积极乐观的态度，才能工作的更好，生活的更精彩。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找