# 最新销售业务员工作总结 业务员工作总结及计划(四篇)

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-06-09

*销售业务员工作总结 业务员工作总结及计划一20\_\_年刚刚过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，\_\_年初，我感觉有必要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明年的工...*

**销售业务员工作总结 业务员工作总结及计划一**

20\_\_年刚刚过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，\_\_年初，我感觉有必要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明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年五月份到公司工作的，六月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有网站及相关产品销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏互联网行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教郑总和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对徐州互联网市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：对于互联网市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

二。本年度部门工作总结

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的知名度在徐州市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司20\_\_年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在徐州市场上，网络公司众多，产品五花八门，网站价格混乱，网络产品参差不齐、交叉严重，服务水平整体欠佳，这对于我们开展市场造成很大的压力。客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

1)电话销售的力度不够，销售工作最基本的客户访问量太少。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的\'什么程度。

3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4)新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

三。市场分析

现在徐州市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司主推的百度推广属于较能得到客户认可的产品。在06年销售过程中，牵涉问题最多的就是价格。在07年的销售工作中，我认为产品的价格做一下适当的调整或者推出一系列较有力的价格套餐和打包服务，这样可以促进销售人员去销售。

徐州是一个竞争比较激烈的市场。鉴于我们公司进入市场比较晚，公司的知名度与产品价格优势，在徐州市区开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在六县上，那里的市场竞争相对的来说要比市内小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的——在徐州市场可以用这一句话来概括。在技术发展飞快地今天，07年是大有作为的一年，假如在今年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

四。20\_\_年工作计划

在07年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1)建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2)完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3)培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4)在六县建立销售，服务网点。根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5)销售目标今年的销售目标最基本的是做到每人每月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

**销售业务员工作总结 业务员工作总结及计划二**

八月份过去了，夏天已经成为过去时，但是还在施展着自己的余威。多么盼望秋天赶紧到来啊。想想我来公司刚好一年有余吧。现在办公室呆了将近半年，对公司对设备有了基本的了解后，过年时开始在外边跑客户，来开始进一步的开发自己，但现在半年过过去了自己却一点业绩耶拿不出来，我这是什么情况？

刚开始时是什么都不懂客户一问还三不知，渐渐地饿自己从这种状态下走出，走向成熟稳重，跟客户交谈时也算得上游刃有余吧，就这样我在实践中不断的成长，也建立起自己的自信，感觉自己的人生中有添加了许多精彩的画面。虽然这半年以来得到过许多信息，但不知为什么成功的几率总是上不去，甚至可以说是几乎为零。难道的我的能力真的就这么差劲吗？同样的平台为什么别人可以做好而我不能呢？我在不断的反问自己，这样才能想到其中的一些关键。

人跟人之间的差距有多大呢？不错，每个人都有着不同的能力，有着自己不同的见解，但只要你不是那种传说中的天才，我们这些大众化的人只要在同样的条件同样的平台下，自己的能力的却是个关键，但我感觉更重要的是自己做人做事的方法准则，以及自己的信念与勤奋程度。我承认我个人的能力不是那么的突出，但我的也绝不是一个平庸无能的人，但眼下的我确实有种一无是处的感觉，现在这种状态，对我自己对以后的生活也确实带来不小的压力。人犯错可以，但知错不该那就不对了，经过长时间的自我反省，我也认识的自己的弊端，找到一些成功率低的原因。

首先，考虑的是做业务要有一颗坚韧的心，对于现在的工作我一点都不反感，当你对一个事物从不会到会再到懂，那种亲身经历的感觉是非常美妙的，但要让我坚持不渝的全身心投入就有点难了，这个开始就是靠的勤奋与坚持，做好一件事容易，但让我坚持的.做好每一件事，可以说就怂了。我承认我的自控能力有点差，对客户的拜访量还是少，还经常想事情是一回事，但当做起来却就成另一回事了，说到这我又想起了那句话:一个人最大的敌人不是别人，正是自己！感觉这也就是主要原因了。

其次，自己的方向有点不明确，公司现在机床类设备的营业额可以说相当好，而且人数多，范围广，而且在北京这片业务员就我的资历低，可以说谁都别我懂得多一些，正是因为这样，还有开始自己缺乏一些果断导致丢失了几笔生意。但焊接切割钣金类确是公司的一弱项，而且自己又是学的焊接专业，也算是有一些优势吧，自己为何不把主攻的方向放到这个层面呢？重要的是如何发去掘客户，去开创新客户！这个是问题的关键！以前自己跑的大多都是一些中小型企业，现在是否该重新筛选一下了！

再次，就是语言交际能力与各种设备的专用知识，这方面是永远都学不完的，这也是自己必不可缺的一项，当你懂了你才有资格跟客户交谈，才能得到最初的信任！往往正是因为别人懂得比你多讲的比你够专业才导致你的失败，这方面的例子可以说很多！

当自己静下心来把这一切都想明白之后，忽然心情晴朗了许多，只要找到问题的根源，就能想办法解决！

这个月我们公司又改变了一些规章制度，使其更合理更人性化。唯一不变的是在改变，使我们变得更有活力更有钱途。

**销售业务员工作总结 业务员工作总结及计划三**

在这二十多天的实习中，我的感觉是既充实，也兴奋。我喜欢快节奏的工作状态，也喜欢快节奏的广州。我享受工作中的激情，与不断挑战自我的那份活力。不知不觉时间就过去啦。

在这一段时间里，让我深深的体会到，市场竞争的激烈。想要融入市场，就要付出比他人更多的时间与精力。想要在市场中有一席立足之地，就要认知市场动态。为自己的工作做好计划，细分市场变化，从容面对。想要让自己拥有不败之地，那就是要付出辛勤的努力。需要执着拼搏，永不言败的精神。不断挑战自我，挖掘自己的潜力，向市场的终点一步步迈进。做到心中有数，心中有目标。向着目标的前方不断前进，这就是我们做市场人所要具备的条件，也是我们工作的目的。我一直坚持挑战自我的精神，我一直也坚持一个信念。挑战自我一直以来都是我的追求。

在工作中，我喜欢与顾客交流与沟通，询问客户的需求。喜欢向顾客介绍产品的情景，很投入、也好荣幸。从与顾客的交流中，可以体会到现在的消费于不同往日，好多区域基本已经饱和。好多时候顾客过来商场，只是了解一下，又或者是以旧换新的状态。购买力跟以往已经下降，在这种时候，我们应该做的，首先是服务意识，和良好的服务态度。正所谓细节将决定成败，良好的服务意识就是业绩。

我一直坚持、一直觉得，与人沟通和交流，就是自己对工作、对生活的态度。拥有积极的心态工作，就会觉得开心，就会快乐。所以我享受销售中的那份执着，享受把产品销售出去的那种快感，与兴奋的心情。我享受销售的过程。我追求那种状态，有激情、有活力。以上就是我对工作的心得，下面说说我们工作的情况，还有没做到的，不足的地方，与优劣势。

我们是x月22号从江门回广州的，然后23号主要是与李总的沟通，和工作的安排事宜，24—25号因为国美新市店开业，所以过去帮手。从销售数据看，销量只是一般般。

接下来两天半的时间主要是巡场，熟悉所有的苏宁卖场地址和路线，从巡场的情况看，很多专卖柜也存在一些问题，现场的`茶杯乱摆乱放现象，报价花残损没有更换，还继续贴在样机上的情况。希望重视卖场的形象与品牌形象。

我站卖场的时间，是从x月30号开始的。主要负责中华广场国美的卖场金羚与candy专柜的销售，首先我们来分析一下他上个月销售的数据。它7月份销售。金羚41台candy是3台。同时我也根据上月数据，做了8月份的计划。按照增加一个人，那么就必须增加一个人的份额，那么计划金羚8月份是要做82台最少。candy是10台的计划。

第一天主要是把所有的报价花更换过，因为字看的不是很清楚，还有赠品的补给情况，做现场的布置陈列工作，工作中就发现这样的问题。

1、candy专柜少了一个灯箱，而且所有的灯箱都没有电，其他品牌却有电，，后来我找主任，直到昨天才有电。

2、专柜的设计有问题，电插板全部悬空，电线到处都有，及其难看。希望在以后的专柜中，可否仿照其他品牌那样，设计好插电板呢，那样即整齐又好看

3、目前的candy位置不错，正好是在通道旁边。能否请个促销员呢。

4、客户投诉我们的售后，态度极差，顾客打电话过去他既然说，等他有空再做安排，搞到顾客到商场投诉，要退机，态度非常不好，很没服务意识。

5、看看竞争品牌的优劣势。

三星的7公斤，型号q855价格。1750元，送转页扇。

松下5。2公斤。款式漂亮，仅售1550，很受顾客欢迎。

lg6。5公斤，竞争强势，型号w2tt，1599元。

小天鹅4。5公斤，价格848元，有价格竞争优势。

以上是我对竞争品牌的优势，进行的分析。

6、脱水机，很多顾客问，金羚是否有脱水机。目前商场只有松下有，价格在350元。

7、维修师傅应该多提高自己修洗衣机的水平，顾客来商场反应，维修师傅也休也坏。

8、顾客反映我们的a22b包装既然发现黄色的，好像生锈的痕迹班，包装薄膜也脱起，很怀疑是质量问题，望车间部门加强这方面的管理。最好学习一下海尔的包装。

9、我们的洗衣机电脑版下面的板，很松动，顾客很怀疑是质量与设计的问问题，型号368g内桶与与顶部有明显的差距感，顾客总是说设计有问题，又浪费空间又浪费材料。

从目前的销售看8月已过去快一半时间，但是距离我的销售计划任务还有很大的距离，主要影响销售的是，本月\_\_在\_\_四楼新开业的店面，分走了客流与客源。在个就是国美的管理比较差，人员散漫，重视度不够等因数，当然我们做销售的人员也是有责任的。以上就是我对实习工作的总结与心得。

**销售业务员工作总结 业务员工作总结及计划四**

200x年，终端部从发展战略上，依旧以“巩固和维护武汉医药零售终端网络；推广新品种，配送广普药”为部门主职。因为网络是通路资源，新药是利润源泉，普药是合作桥梁。

一、指导思想

1、两手都要抓，两手都要硬。

两手抓：一手抓新药推广，一手抓普药配送

两手硬：新药推广：增加回款

压缩应收

确保毛利

打出拳头

普药配送：扩大区域

开发客户

提升比重

坚持原则

2、双重身份，双重考核

双重身份：既是新药推广人员，又是普药配送人员

双重考核：分新药指标和普药指标两块考核（新药指标为主要考核指标）

3、担子更重，激励更大

担子更重：新药推广回款任务：1200万元/年；普药配送回款任务：2400万元/月（含调拨）。同比增长18%

激励更大：奖优罚劣，多劳多得；工资定等级，奖金靠业绩；全年拿多少，只凭真本事。

二、奋斗目标

（一）、新药推广目标：

1、实现新药销售回款1500万，确保毛利220万，比200x年度增长50%；

2、形成2~3个畅销的、高利润的名优品种，以拳头产品来打下公司在武汉医药零售终端市场上的铁桶江山；

3、构建“零应付，小应收”的账款体系。争取在200x年上半年实现终端部与公司的现款交易，不欠公司货款，不占用公司资金。同时，通过加大产品流速，尽量压缩部门对客户的应收款。

（二）、普药配送目标：

抓大放小，与武汉医药市场上的26家医药零售连锁巨头建立合作关系，通过谈判、协议等方式，逐步扩大它们在我公司的普药采购的份额。

三、任务分解

（一）、新药推广回款任务量：

1、保底任务量：1016（200x年度实际回款基数）\_\_1.184（\_\_年平均每月增长率）=1200万元/年

2、目标任务量：1016\_\_1.714（公司整体目标增长率）=1740万元/年

3、任务分解：分任务到个人，确定基数，同比增长；“保底”考核，“目标”激励。详见《200x年终端部业务人员新药月度任务明细表》（略）

（二）、普药配送回款任务量：

1、目标任务量：2400万元/月（含调拨）。

2、任务分解：分区定人；任务细分、纵向到客户，横向到区域。详见《200x年终端部业务人员普药月度任务明细表》（略）

四、公司支持

将“终端部”从“营销部”中划出，单独成立一个与其他部门并列平级的终端部，由营销副总分管，改变以前那种：

部中有部；

组织关系不明细，指令无所适从；

部门有很多领导，实际却很少有人管；

公司通知发放不到、精神传达不到，otc人员无归属感；

等一系列影响工作情绪和工作效率的、低效的、不顺的局面。

（一）、新药推广方面：

1、让终端部参与到产品的选择中来，并且将对应产品的销售改革下放到终端部以便部门能放开手脚操作；

2、凡终端部操作的品种，公司在对武汉市场上的客户进行销售开票时，应与终端部执行统一的价格体系；或者完全不对武汉市场上的客户销售，统一由终端部对其供货。不要给客户留下“内外价格不一致”甚至“总经销商的供货价高于其它分销商的价”的印象。

（二）普药配送方面：

1、品种：购进一些适合于走零售终端药店这一条渠道的产品；满足零售药店采购的品牌及品规需求。我们可以通过综合这十几家连锁药店的经营品种目录，得出在零售药店中销量排在前500—1000位的品种，并将其采购到位。

2、价格：在销售政策允许的情况下，一步到位地将价格下放到同行最低，形成绝对的价格优势。

3、服务：完善进货计划收集、开票报价、配送运输、货物退换等全程服务系统，形成“对应人做对应事，专业人做专业事”的.规范流程，提高服务质量。

4、考核：每月，公司以终端部普药配送实际回款金额的0。2%作为终端部普药配送的费用开支补贴，由终端部依据内部考核指标统一支配。

五、内部调整

整体来说，部门从三大方面作出了相应的调整：

1、部门更加强调“计划—执行—监控—考核”的回路闭合；

2、完善了后勤服务工作，部门一切围绕业务转；

3、工作更具挑战性，回报更具刺激性。

（一）、新药推广方面：

1、废除主管制，打破基本工资固定制，实行业务员级别制和基本工作浮动制。

a、级别及基本工资：

警戒级：700元

三级：900元

二级：1200元

一级：1500元

b、级别确定条件：

一级：实际回款在15万元/月以上，或任务完成率为170%；（以基数任务量为参照数）

二级：实际回款在8万元/月以上，或任务完成率为150%；

三级：实际回款超过1.5万元/月，或任务完成率超过118%；

警戒级：1、不符合以上三条任意一条者，均为警戒级；连续三个月处此级别的业务人员，调离岗位。

2、细分任务到每一个具体的业务员，

3、分客户到具体的业务员，将客户编号变为：“区域+姓名+数字”

4、实行“客户区域制”和“开发个人制”：客户只得由所在区域的业务人员去开发和维护，但具体由哪个业务员去开发和维护，按“第一次接触”原则决定；

5、调整考核指标及奖罚细则：（详见附表《200x年终端部新药考核指标及奖罚细则》）

b、回款金额：回款毛利

要求：在客户接受的条件下，尽量以较高的供货价格向客户供货

奖罚：以回款毛利的8%作为月奖金；另2%作年终奖

c、应收账款

要求：增加“账款周期不得超过6个月，有超过6个月者，按金额的5%罚款。”

6、调整费用开支明细及标准

手机费：警戒级：0元

三级：100元

二级：200元

一级：300元

运输费：提前申请，经同意，如实核销；

促销费：依据标准，凭缴款单和同等金额的有效发票核销；

招待费：不得超过当月回款金额的1‰，事前申请；

其他商务：如开业、答谢、贺礼等，事前申请凭正规发票及收据核销；

除此之外，无任何开支项目。

（二）普药配送方面：

1、扩大区域

向郊区辐射。开发江夏、蔡甸、新洲、黄陂、东西湖五郊区的客户。

武昌、洪山、青山、汉阳、江夏、蔡甸江南片

乔口、江汉、江岸、新洲、黄陂、东西湖江北片

2、锁定客户

a、客户分配原则：a、新药、普药结合的原则：新药谁做，普药就由谁做b、地理就近原则

b、客户开发原则：

千万百计巩固大客户，开发大客户潜力

（区级批发单位、大型连锁药店）

若即若离保留小客户（对单体药店，只要现款交易即可合作）

3、明确任务

分区定人；任务细分、纵向到客户，横向到区域。（详见《200x年终端部业务人员普药月度任务明细表》）

4、细化考核

原则：下滑惩罚、增长奖励；任务核算、按区统计

指标：回款金额、合作政策、应收账款、产出投入

业务员提成=（回款金额—任务基数）\_\_0.2%

5、操作原则：

养笼中之鸟————巩固已有客户，开发潜力

捕漏网之鱼————开发空白客户，转移渠道

6、实施方法：推拉结合、批零统吃

推拉结合。推：由业务员走出去，送货上门；拉：请客户到公司，自行提货。

批零统吃。除同级批发商的调拔业务之外，其他的所有批发单位、医药、零售连锁药店的普药业务都可以做。

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