# 2024年销售团队工作总结(9篇)

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2024-07-30

*总结不仅仅是总结成绩，更重要的是为了研究经验，发现做好工作的规律，也可以找出工作失误的教训。这些经验教训是非常宝贵的，对工作有很好的借鉴与指导作用，在今后工作中可以改进提高，趋利避害，避免失误。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里给大家分...*

总结不仅仅是总结成绩，更重要的是为了研究经验，发现做好工作的规律，也可以找出工作失误的教训。这些经验教训是非常宝贵的，对工作有很好的借鉴与指导作用，在今后工作中可以改进提高，趋利避害，避免失误。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

**销售团队工作总结篇一**

xx是一家方便面企业的销售经理，自他担任该职务3年以来，每年的销售工作计划便成为了他的\"必修课\"，他的销售计划不仅文笔生动，描述具体，而且还往往理论联系实际，策略与实战并举，数字与表格齐下，很好地指导了他的营销团队，使其按照年度计划有条不紊地开展市场推广工作，在不断修订和检核的过程中，取得了较好的引领效果，那么，李经理的年度销售计划是如何制定的呢?它又包括哪几个方面的内容?

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的\"精神\"纲领，是营销工作的方向和\"灵魂\"，也是销售部需要经常灌输和贯彻的营销操作理念。针对这一点，李经理制定了具体的营销思路，其中涵盖了如下几方面的内容：

1、树立全员营销观念，真正体现\"营销生活化，生活营销化\"。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现\"两高一差\"，即要坚持\"运作差异化，高价位、高促销\"的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，因此，科学、合理的销售目标制定也是年度销售计划的最重要和最核心的部分。那么，李经理是如何制定销售目标的呢?

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。

比如，李经理根据企业方便面产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)：b(平价、微利上量产品)：c(低价：战略性炮灰产品)=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有力保障。李经理根据方便面行业的运作形势，结合自己多年的市场运做经验，制定了如下的营销策略：

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行\"一套价格体系，两种返利模式\"，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源。

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划。

比如，20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

2、团队管理，明确提出打造\"铁鹰\"团队的口号，并根据这个目标，采取了如下几项措施：

一、健全和完善规章制度，从企业的\"典章\"、条例这些\"母法\"，到营销管理制度这些\"子法\"，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员\"三个一\"日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

二、强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

三、严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的\"铁血团队\"。

李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源\"好钢用在刀刃上\"，以求企业的资金利用率达到最大化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了\"铁鹰\"团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了\"铁鹰\"打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

**销售团队工作总结篇二**

团队，即是介于组织与团体之间目前最流行的一种合作方式。其精髓是沟通、分工、合作、共同进步，以形成一个目标明确、有战斗力的团队。由于中国市场各个行业的不断整合，行业前列的集团公司在全国各地都建立销售分公司和营销中心，这驻外销售队伍的建设和管理成了大家都关注的问题。

目前，由于营销工作的特殊性和驻外销售队伍的团队建设没有很好地执行，区域市场内的业务工作，还是停留在“单打独斗”的层面上，团队合作失去了意义，甚至出现的1+12、团队文化是对公司的企业文化和发展战略认同的前提下，形成一种积极、易沟通、学习的精神状态。团队文化的外在表现是团队有共同的工作目标、集体活动开展情况以及学习制度的执行情况。共同的工作目标是指团队全体成员愿意把自己的才能奉献给团队，以争取取得良好的业绩。

而集体活动的开展可能让许多的销售经理忘记了，这是可以理解的，总部给你高薪是有高要求的。但这集体活动是团队文化建设的重要内容，我们不可偏废。其实这集体活动的开展并不是很难，在每次例会后举行一场足球赛、篮球赛并不是过分的要求。或者一次ok、一次晨跑也是好的。但很多的团队领导宁愿跟商家喝到胃出血都不会组织一次集体活动。学习也是团队文化建设的重要内容，共同学习，共同进步。学习公司的销售政策、学习新品知识、学习彼此优势等。只有学习型的团队才能取得好的业绩。，因为学习的态度反映团队的精神面貌，是团队工作技能的保证，是沟通的需要。

不想做将军的士兵不是好士兵。做销售的人都是生意人，不可否认加薪或者升职是工作的动力之一。一个优秀的团队，应给队员提供个人的发展平台。合理的人员流动，是非常必要的。从另一个方面看，业务工作有强烈的态度需求，在一个地方工作久了，换一个工作区域未尝不是一个让激情再次燃烧的方法。假如，在你的团队有优秀的人才，团队就应给他激励的考核。在这个时候，团队的领导

就应该向公司推荐人才，并给予培训指导。一个优秀的团队应是个人与团队共同进步，个人在团队工作中，应把自己的职业规划跟团队业绩相结合。

综上所述，营销团队的建设需要一个既有业务能力，又有团队建设意识的领导。团队负责人的工作风格将决定团队的发展。在这里，我主要强调的是团队的工作沟通水平和团队文化的建设。无论从事什么工作，工作中的乐趣是最重要的，它可以让人最大可能地发挥潜能，这是公司与个人双赢的结果。

**销售团队工作总结篇三**

根据《xx集团团队建设年指引》、《xx建设年活动实施计划》文件要求，以及公司集团总部正处在资源整合与组织管理梳理关键时期的大背景下，结合销售五部实际情况，营销队伍的团队建设工作势在必行。企业基于先进文化理念打造企业团队，有助于凝聚尽职尽责的人才。从当前销售五部营销团队建设的现况来看，团队建设属于起步阶段，但已经在实施强化管理。为了建设一支特别能战斗的营销队伍，把员工的思想统一到适应整个公司营销政策、财务政策、人事政策等上面来，以信任、了解、亲情为纽带，凝聚人气。应从以下几个方面入手：

1、加强营销团队领导力建设。

组建一支全新的、具有全面组织能力的领导班子，积极开展标杆企业和销售标兵学习交流活动，做好周例会、月总结大会部署工作，做好医院部、商务部及综合办公室全员绩效计划、宣传和推动工作。

2、建立统一规范的企业文化体系，加强团队文化建设

团队目标与团队文化建设是团队建设的两大基石。优秀的团队文化是成功的基础。利用报纸、例会等宣传途径对营销人员宣贯企业发展、整合机制要求、解读华润文化，推行职位体系建设理念。

3、加强区域团队建设

区域营销团队的建设和管理是最基础的业务工作，是决定区域市场营销成效好坏的关键因素。因此，区域营销主管要善于整合人力资源，能够知人善任，重视并强化团队的系统化建设与管理，用训练有素的理念和方式来培养员工持续创业的敬业精神，加强系统化的区域团队建设，创造性

地开展组建队伍、系统培训、人员配置、制定规则、建立共识等工作。加强营销团队内部规章制度、工作流程建设，引导团队成员彼此协作，更高效地做好营销各个环节工作，从而保证高效的团队执行力。把建立共识放在团队建设阶段的首要地位，建设共同的理念、信念、精神和目标，这是营销团队的魂魄，激发区域营销团队成员的使命感、责任感，增强营销团队的凝聚力和感召力。

4、加强团队日常管理

为稳定区域营销团队，区域营销主管应该对团队成员日常工作表现进行公平、合理的评估，严格执行目标管理、费用管理、报表管理、例会管理、汇报管理等，建立包括直接下级、同级甚至客户的评估意见在内的、客观公正的、可量化的绩效考核指标体系。根据考评结果，及时对团队成员进行奖励与惩处，营造奖惩分明、优胜劣汰的团队组织氛围，确保营销团队旺盛的战斗力。

销售五部此次团队计划通过加强营销团队建设与管理，从资源配置上、制度上、企业文化上以及团队领导艺术和目标管理层面上来制定有效的措施，保持良好的工作状态，从而达到管理得人心，管理鼓士气，管理出业绩。

**销售团队工作总结篇四**

广州市华瀚自动化设备有限公司

建 设 方 案 书

彭迪波13318851730

公司企业文化

经营理念：始终秉承“安全，现代，可靠，稳定”的开发原则，为客户提供专业，科学的运输系统和非标设备.

目 的： 最大程度满足客户和员工的物质、精神享受、实现卓越的经济效益 、环境效益和社会效益

愿 望：成为生产经营全国运输系统的知名企业，确保一流的设备，一流的行业经验，一流的售后服务，一流的运营团队。

发展方向：主要制造模块化柔性连板运输系统，烘培行业的成型运输系统，自动进出炉，螺转冷却塔，垂直升降冷却塔，饼干闪动运输系统，装配流水线，智能分拣运输机，皮带运输机，辊筒运输机，式，往复式提升机，包装友垛设备，是集研究，设计，开发制造，销售，安装，维修于一体的专业型工程公司。

核心价值：安全，现代，可靠，稳定。

使 命：做珠三角地区的输送设备的龙头企业，带动生产潮流，优化生产工艺，提供生产效率，为客户创造新价值，为员工实现理想，共同创造企业美好的明天。

企业精神：客户所需,我们所想!

营运销售团队策划

(一) 销售团队建设宗旨：

团队建设的核心是参与。团队的参与特征体现在团队的会议上，团队中每一个成员都能敞开心扉，没有任何顾忌的发表自己的意见，在一种和谐的氛围中，共同研究解决问题的方案。有效销售团队的一个基本特点是创新，应把创新视作销售团队的灵魂。销售团队的创新主要是在思想上创新，行为上创新。使行动成为思想，使思想成为行动，创造出更多的行动型思想。

(二) 销售团队定位与总体目标

销售团队必须有一个一致期望实现的愿景。在团队讨论中，你越努力使整个团队朝共同的方向前进，而不是专挑那些个别成员之间的不同意见，你的团队就越团结，越有活力。在实施愿景中，就会越努力奋斗。

(三) 团队建设规划

1、建立团队文化的四点要素

(1)成就的认同。

(2)任务圆满完成时大方的赞美。 (3)给应得的人真正的升迁机会。 (4)目标达成时的金钱奖励。

2、建立共同目标观念

(1)每个团队的成员必须相信，当公司获利时，他们也会得利。他们必须相信，当区域的运作顺利时，他们也是赢家。

(2)安排有赢家的善意竞争，但如果达成目标的话，就不要有牺牲者。 (3)内部竞争是健康的，不是特别指明某个业务员对抗另一个业务员。 (4)鼓励团队中的成员一起努力。要他们彼此帮忙，平衡优缺点。 (5)花时间在一起工作确是建立同胞爱的 最好方法。 (6)销售团队中任何人的杰出表现都要让公司本部知道。

(四) 销售中心组织结构

1、 设立 销售总监 1名 【由彭担任】

2、 配备 技术支持1名，销售员3名，电话营销2名，文秘1名【可以由行政人员兼任】

3、 财务结算，统一由行政财务部负责。

4、 营销计划书、广告作品及相关推广方案，报开发公司审批。

5、 销售总监定期与客户沟通联系

(五) 责岗位职责：

1、销售总监：

总体负责项目的营销推广，撰写营销计划书。

负责与客户技术沟通。 保证各项计划的顺利实施。 负责各期营销方案的审阅并报公司批准实施 负责有关销售部各项工作的指导与监督工作 负责销售合同的签订、保管工作 建立执行各项规章管理制度。 总结销售技巧，培训销售人员。

总结分析项目销售情况，提交销售任务计划书。 主持召开销售会议。

1·负责传达公司各期整体工作与重大决策。 2、技术支持

1. 对公司日常公关项目的策划及实施督导 ; 2. 配合销售团队提案及客户竞标 ;

3. 配合公司销售工程师完成相关项目的订单。负责所有的售前技术支持工作，包括与用户的技术交流、技术方案编写、技术方案宣讲等;

4. 配合公司销售工程师完成相应项目的投标。标书的技术应答、系统软硬件配置/公开 报价、讲标答标等工作;

5. 配合公司销售工程师完成用户产品、方案测试工作，做好用户沟通、需求反馈等; 6.完成相关产品/方案宣传资料的撰写、产品/系统演示等工作; 7. 配合公司采购人员做好与合作伙伴、上游厂商等的技术交流工作; 8.指导并协助销销售工程师，以对公司销售业务发展方向提供咨询;

9. 对行业、市场、用户需求、竞争对手等方面定期提出分析报告，为销售总监的市场方向、 机械研发和电气开发等提供建议;

3、文秘【可以由行政人员兼任】

(1) 接听客户咨询电话，电话邀约客户 (2) 及时整理归纳客户来电来访信息。 (3) 保持前台及展场的清洁和整齐

(4) 同销售代表及时沟通，整理每日销售控制表。 (5) 提交销售业绩汇总，及销售人员业绩表。

4、销售工程师和电话销售工程师

1，定期进行人员的培训;培训的内容要多种多化(提升团队凝聚力、营销技巧培训、产品知识培训), 2,销售工程师：

1) 协助主管收集和分析所涉领域整体市场信息数据，为销售决策提供参考意见 。

2) 根据市场发展和公司战略规划，制定客户开发计划并落实执行。

3) 利用各种有效资源落实市场/客户开发计划，制定针对性开发方案，收集客户信息并建立客户档案，对

客户信用进行鉴别。

4) 联系潜在客户，争取合作机会。

5) 合同条款的拟定、谈判、签约 接收订单，将项目资料交付技术部。

6) 对签约项目进行协调跟进，有问题及时与客户沟通，做好工程师与客户的沟通桥梁 合同期间，及时向

客户催款。

7) 建立良好的客户关系，对长期客户进行跟踪和维护，做好市场/客户的信息收集工作 协调货品退还与

核查，及时反馈并处理客户投诉意见。

8) 完成执行主管交办的其他工作任.

3， 电话营销。

1、负责搜集新客户的资料并进行沟通，开发新客户;

2、通过电话与客户进行有效沟通了解客户需求, 寻找销售机会并完成销售业绩;

3、维护老客户的业务，挖掘客户的最大潜力;

4、定期与合作客户进行沟通，建立良好的长期合作关系

(六) 团队建设

团队的建设对于销售提供最基础的保障。团队名称：广州华瀚自动化设备设备有限公司—销售中心 部门职责：主要负责各项目的管理、策划、执行，还负销售之间的沟通、销售与技术部之间的沟通，电话人员与销售与技术部的沟通、技术人员内部沟通。

沟通要形成一种制度化、规范化。 在公司内部要有一个沟通的规范，也就是说用什么样的方式，什么样的格式，什么样的语言要有一个规范一个统一，这样就不会产生因不同的沟通方式之间产生信息差别。其中合理化建议就需要形成一种制度，让其成为一种制度化、规范化的公司内部沟通渠道，使广大员工能够直接参与管理，下情上达，与管理者保持实质性的沟通，使公司内部的各种意见能够以公开、正面、肯定的形式表达或宣泄出来，从而提高公司内部信息沟通的管理水平。员工对公司有任何的建议还可通过写信和拨打电话来反馈。公司管理层把合理化建议进行规范，继而形成了一种制度，有利于本公司的企业文化建设。组织结构图：

**销售团队工作总结篇五**

20xx年6月以来，在人保财险阜阳分公司颍东支公司的正确领导下，作为营销业务四部一名销售团队经理，我立足自身岗位实际，带领全体销售人员，认真努力工作，积极服务客户，完成了工作任务，取得良好的成绩，获得上级领导和客户的满意。有关个人工作情况总结如下：

我叫xx，男，1992年6月2日出生，20xx年x月毕业于xx专修学院国际经济与贸易专业，大学本科文化。20xx年6月参加工作，先后在x财险xx分公司颍东支公司综合部综合岗、渠道业务一部中介展业岗工作，后来担任营销业务二部和营销业务四部个代营销团队经理岗、销售团队经理。

自参加x财险工作以来，我意识到保险业不断发展和业务创新对保险员工提出了更高的要求，必须认真学习，提高自己的业务水平和工作技能，才能适应工作的需要。为此，我积极参加上级组织的相关业务培训，认真学习保险业务操作流程、相关制度、资本市场知识、保险产品知识以及如何与客户沟通交流的技巧等等，做到在与客户的沟通中，当客户问起保险产品和其他有关问题时，能够快速、正确地答复客户的提问，给客户提供建议和处理方法，用自己的专业知识构架起与客户沟通的桥梁，促进保险业务发展，为单位创造良好经济效益。

我现在主要负责安徽省阜阳市开发区“长城、菲亚特、帝豪、全球鹰、奔腾、江淮和钰龙名车行”等6家4s店的保险业务。我带领全体销售人员认真工作，努力服务好客户，促进保险业务发展，提高单位经济效益。一是始终坚持以客户为中心，严格履行“公开承诺”、“首问负责”、“微笑服务”，增强服务意识，创新服务方式，改进服务作风，满足客户多元化需求，提高客户的满意度。二是彻底更新观念，自觉规范行为，认真落实支公司各项服务措施，苦练基本功，加快业务办理的速度，避免失误，把握质量，维护好客户关系。三是针对不同客户的特点，细致入微，努力做好服务工作，要赢得客户由衷的赞许，为支公司争取更多的`忠诚客户，持续推进保险业务发展。

我不怕困难，辛勤工作，为支公司创造良好经营业绩，其中20xx.06-20xx.06为110万元，20xx年06到20xx年06为110万元，20xx年07至今每个月实现业务收入xx万元，以实际行动为支公司的发展作出了自己应有的努力和贡献。

在过去的几年中，我虽然完成了任务，取得良好成绩，但不能以此为满足。今后，我要更加努力学习，提高自己的领导能力和业务能力，创新工作方法与服务形式，争取创造优良业绩，促进支公司健康持续发展。

**销售团队工作总结篇六**

公司总经办按照年初集团经济工作会议提出的“质量、效率、转型、团队”工作思路和公司xx年经营总体运作要求，认真贯彻执行总经理工作指令，各项工作向精细化、优质化、高效化迈进，现将上半年主要工作总结如下：

(一)人力资源工作

1、人员结构：截至xx年6月末，公司现有在册人数502人，其中：生产人员384人、研发人员12人，品质管理人员11人，机修人员30人，采购销售人员32人，行政管理人员26人，后勤人员6人。按学历分：硕士及以上1人，本科16人，大专78人，中专及高中213人，初中及以下194人。按性别分：男286人，女226人。按年龄分：30岁以下(含30)117人，30-40岁(含40)177人，40-50岁(含50)164人，50岁以上44人。按工龄分：≤3个月 47人，3个月~1年37人，1-3年83人，3-5年75人，5-10年57人，10年以上203人。

2、招聘与离职：总经办根据公司各部门用工需求，截止6月底共新招员工67人，减少74人，员工流失率居高不下，其中多品种车间和质检部离职员工41人，离职原因主要有：工作环境、薪酬、人际关系、个人原因等方面。改进方案：针对员工流失率高，主要着手开展了以下工作：调整部分工序定额、推行多能工培养、员工技能等级评定、柔性小连线等工作。可望在下半年有所见效。

3、社保办理情况：1-6月份共办理工伤1起、生育6起、职工医疗互助保障7起，病退2人，内退1人，退休7人。共计人参保。

4、培训工作：年初提出了××年举全体之力，努力推进精益生产的思想，通过提升管理水平，降低制造成本，向管理要效益。要实现这一目标，首先要解决人的思想，尤其是各级管理人员，为此，由牵头开展了共读一本书活动《a3思维》、《学习观察》，并亲自授课，学习讲解a3报告的制作，5s现场管理，精益生产导入等，收到了良好的效果。

(二) 安全生产工作和职业健康

1、全面落实安全生产责任制：年初公司和8个部室、7个生产车间509位员工签订了安全生产和社会综合治理目标管理责任书，全面落实安全生产年度责任目标，积极做好安全生产、三级安全教育等基础工作，上半年以来公司无重伤、死亡或其它重大生产安全事故和职业病的发生情况，生产安全事故和职业病均为零，安全生产运行稳定。

2、安全检查和专项活动：今年1-6月份共组织各类安全检查13次，参加检查人数62人次，发现问题24次，现场整改13次，口头警告3次，限期整改8次。

**销售团队工作总结篇七**

销售团队我认为就像一支部队，能作出高业绩的团队就是一支特种部队。所以在销售团队的管理中作为一个管理着来说第一个难题就是你如何获得团队的信任。团队的所有人信任你，你就会很容易的向团队下达目标，团队的管理就会很顺畅。

如何获得团队的信任看的是一个管理着的职业素质，信念，团队的集体荣誉感。俗话说的好兵熊熊一个，将熊熊一窝。作为一个销售的管理着来说第一点是要有精、气、神一个没有精神的主管带出来的团队绝对是一支没有活力的队伍。

学会对你的团队里所有的人传达\"爱\"表示\"关怀\"。要用优势的目光去看每个人，看人看优点，不要看他们的缺点。在我们的语言中要经常的表露

最重要的八个字是：你的心情我能体会

最重要的七个字是：我相信你没问题

最重要的六个字是：我们一起努力

最重要的五个字是：你是最棒的

最重要的四个字是：学会思考

最重要的三个字是：你真棒

最重要的两个字是：加油

最终要得一个字是：家

在哑铃型经济管理理论中，销售启着至关重要的作用。一个企业要想发展的很好，销售的作用极其重要。销售团队的好坏直接关系到企业的业绩和利润。如何管理好一支销售团队前面我们讲到了文化的重要性。如果说团队的文化是团队的灵魂，那么沟通是团队的命脉。沟通是无处不在的，良好的沟通可以让团队更团结，更有凝聚力。什么是正面沟通？就是站在事情的积极面或者站在大众的一面进行一对一或一对多的沟通。

在带销售团队工作中保持团队的稳定是很难的，团队安逸了就没有战斗力，有压力就会造成人员的波动。特别是团队中相对比较重要的人员流失，会给团队带来一些牵连性的波动。团队的管理者要善于发现团队人员的思想情况，及时的做好沟通。能留的就尽力留，天要下雨娘要嫁人，有些人真的要走那就随他，但在团队中要讲清楚。团队管理严禁躲躲藏藏，要把事情拿到面前来讲。正面沟通低调处理是解决人员流动的最好的方法。

1. 评估你的这个团队里的每个人员，他们各自的优缺点分别是什么，能力分布情况。（要做到对你的团队里的每个人心里有数，只有很好的了解一个人，才能高效的发挥每个人的潜力） 市场主管要想带好销售的团队，首先要了解他们，并在了解他们的同时给他们了解自己的机会。.

◎第一层次

首先要了解他们的背景、简历、知识结构、经验、工作能力、兴趣爱好以及性格等等，掌握.基本情况。通过努力跟他们打成一片,尽量能够了解到其内心世界.

◎第二层次

根据对他们的了解预测他可能的行动，进行及时地指导和帮助，或者在其困难时给予适时的支持。

◎第三层次

真正做到知人善用，发挥其工作上最大的潜力。市场主管应该做到对每一个下属都心中有数.

◎第四层次

用人不疑,疑人不用,对战斗中的伙伴表示绝对的信任.鼓励他们尝试自己以前没做过的事情.在后边给予绝对的支持.

2. 定期针对薄弱环节，有针对性的做些技术培训,或是一些经验分享的座谈.

如杉德巍康卡特约商户的签约,以前大家都再谈银行卡,谈了几个月了,都得心应手了,对巍康卡相对陌生,切入的时候还是倾向于银行卡,我这边的主要原因是,底气不足,不是特透彻的了解,通过近期的几次实践活动,掌握的基本可以了.希望听到一些成功案例的解决方案.大家都有渴望进步的心,希望能接触到一些大的case.从中汲取一些经验,再通过实践转化为自己的东西

3. 积级营造出团队的团结能力，积级向上及活跃能力。（这里主要侧重与团队成员的沟通） 当团队的成员,都成为你的朋友的时候,团结的力量任何人都不能小视了,你对别人好,别人也会对你的好的,将心比心.

4. 关注公司的业绩统计表，让团队里的每个人,都了解公司业绩的近况。（起到激励团队的作用）

业绩是关系到工资的问题,大家都比较关心,做为主管要尤为关心,给组员分析业绩情况,提醒掉队的组员加快步伐,鼓励优秀的员工更上一层楼,给予大家尽量多的肯定.

5. 要做好和上面领导的沟通工作，这样才能有效的为自己的团队争取相应的利益。（起到上下衔接作用）

保护好自己组员的利益,为自己的团队,自己的组争取尽量多的荣誉,培养大家对团队的集体荣誉感,

鼓励大家多为团队做点事情,像一个大家庭一样.

6. 以身作责。

如果组长自己做不到,便没有资格要求自己的组员做到.大家其实都在观察,在了解,组长首先应该是一个合格的组员.

1、指引

一个组织或团队的领导人，一定要给他的组织指引方向，让所有的人有方向、有目标、有目的、有梦想。就象歌里唱的一样：“你是灯塔，照亮了黎明前的海洋，你是舵手，指引着前进的航向。”历史上所有的领导人都是这样做的。没有目标，没有向往，没有辉煌的明天，人们跟你去干什么？只是简单的户外休闲，时间长了人们就会感到乏味，就会逐步松散，甚至会分崩离析。目前，几乎所有的团队都有自己想达到的目标特色，这就是指引。这种指引要目标非常明确，并不断丰富，从而去影响他人，把一些志同道合的人、有思想内涵的人联合起来，从而去影响跟多的人。也许有人会说有必要把事做的那么大吗？不妨我这样告诉大家，人们为什么要打扮自己，一些人为什么喜欢搞排场，有些人已经拥有这辈子花不完的钱了，为什么还在干？明明是同样的东西，有些人喜欢到大商厦买贵的，有的人喜欢炫耀自己，人的欲望为什么总也填不平？就是人们不断的想得到更大的范围的认同和尊重。道不压魔，魔就要压道。从而才刺激这个世界不断的向前发展，因为有野兽，才促使食草动物优胜劣汰，更加强壮。当领导人缺乏远大理想时，他的队伍就会越来越小。所以，好的领导人就要不停的给自己和团队指引方向和制造梦想。 2、激励

人的潜力是很大的，再伟大的人，一生都不会用完自身潜力的10%，有一个妇女当他看到自己的孩子从楼上坠落时，从几十米外冲过去，居然抱住了孩子，后来人们计算了一下，她比世界短跑运动员快多了，说明人有多大的潜力。人的这一辈子，都需要自己或别人不停的激励，才会不停的发展，相信自己、相信别人，什么事都可以做到。当领导人用真挚的切身体会去用满腔的激情激励别人时，懦夫会变的勇敢，蠢瓜会变的聪明，在死亡线上挣扎的人

会重新燃起生命的火焰，颓废的人都会变的自信，人们才会活的有意义。人活的没有激情了，也就是在等死了，也就是离行尸走肉差的不远了。可见激励有多么大的作用，人们是多么企盼着激励。

3、品格的力量

人们之所以会一辈子跟随一个人，是因为这个人终身都让他佩服的五体投地，就是他有人格的魅力，有无限品格的力量，这个人一定是关心他人一定超过关心自己。一个伟大的人，他一定是一个积善行德的人，是个知恩图报的人，是个尽忠尽孝的人，所有的付出都从不求回报，他就能得到世人的认同和忠心的拥护，其实，越是什么都不想得到，却得到的越多。品格的力量可以使你如日中天。怎样才能做到？就是永远都不要对别人恶意批评、指责和抱怨，永远都给别人希望、光明和激励。每个人肯定都会有缺点，这就需要领导人一定要学会包容别人的缺点，因为你的大度，别人就会感激你一辈子，尊重你一辈子，你还不划算吗？ 任何一个人，只要你有了远大的理想，你就一定能克服和改变自己，从而去影响他人，当你成为榜样时，你就不得不约束自己，去做一个高尚的人、一个脱离了低级趣味的人、一个有利于人民的人！让我们共同努力吧！

**销售团队工作总结篇八**

销售部架构及岗位

1、架构，销售经理，销售主管，dcc/销售顾问。

2、预计建设8人销售团队，销售经理/1人销售主管/1人，dcc / 2人销售顾问/4人。

销售经理

1、在总经理领导下和其他部门密切配合完成工作，严格遵守公司各项规章制度。

2、协助总经理制定年度/季度/月销售计划，确定销售政策。

3、负责销售人员的招聘选择，培训，调配。

4、市场情况及时汇总，汇报并提出合理建议。

5、根据销售计划参与制定和调整销售方案，政策，提成，并负责具体方案实施。

销售主管

1、在销售经理的领导下负责具体销售工作，根据公司销售目标参与制定销售计划及销售顾问销售任务，每日/定期汇报销售数据。

2、主持每日晨会，每周周会，组织销售培训

3、协助监督销售顾问完成销售任务。

idcc电销

1、对每月电话呼入总量及邀约量负责。

2、整合分析关联数据，外展数据，及公司内部资源展开直复营销互动。

3、确保电话接听及时，专业热情耐心接听每一通来电确保90%留资率（1姓名性别2、来电渠道3、意向车型4、预计采购时间5、电话6。区域）并及时录入。

4、对邀约到店客户进行首次接待，并同时引荐销售顾问接待，对客户进行定期回访跟踪。

5、负责和主流网络渠道数据汇总及分析，负责与合作网站移动互联平台其它销售平台的联络沟通，第一时间掌握媒介投放信息活动信息，认真编辑邀约话术。

销售顾问

1、全力执行和完成公司下达的销售目标，负责客户接待，回访及后续销售工作。

2、搜集和开发潜在客户，及老用户的维护工作制定自己的销售计划。

3、熟悉产品专业知识，准备无误的向客户解答产品信息，体现专业的品牌形象。

4、学习并掌握有效的销售技巧，完成领导安排的其它工作。

客户信息管理制度

1、新客户资料必须接待完毕后建立，下班后统一登记电脑/根据情况使用三表卡，电销客户资源每日下班后由销售经理分配至销售顾问。

2、新客户首次回访日为2—3天，2次回访为一周内，直至成交/战败，对于战败或作废客户信息由销售主管确认，及战败原因。

3、出现客户信息重复或撞单情况，销售顾问不得当客户面在展厅发生争执，造成不良后果，双方均予罚款或辞退，因没有及时回访造成撞单，或流失客户，应处以罚款。

4、朋友介绍客户归属以最终落实是否有直接关系为准，特殊情况由销售主管和销售经理协调处理。

5、当日接电或接待客户，必须在当天以短信形式进行首次回访，一次未回罚款20。

6、前台接待术语：您好陕汽通家新能源汽车帮诺4s店，我是销售顾问xx\_，很高兴为您服务。

7、已定车辆必须必须按照订单管理制度进行登记，在客户提车前应准备好交付车辆，核对相关车辆信息防止出现错误，如因此造成的损失由销售顾问承担一切后果。

8、已售车辆客户信息必须完整，（待完善）。

9、所有销售数据必须每日下班后上报销售主管或销售经理，违者罚款。

10、每月依据集盘总量数据总结一次邀约率，成交率，试乘试驾率，和销售业绩完成情况向总经理汇报。

销售流程和交车流程

1、自然进店或邀约到店，销售顾问应在接待区域接待客户。

2、示意问好，介绍自己，判断客户购买需求。

3、引导客户进入展车区域或跟随客户进入。

4、依托品牌形象，以专业术语向客户介绍“陕汽通家新能源汽车”

5、介绍完毕后，引导客户到洽谈区域，邀请客户是否试乘试驾。

6、如需试驾，必须按照试乘试驾规定，填写试乘试驾表格，并附上试驾者驾照（必须在有效期内）驾龄两年以上，身份证复印件，让客户确认相关条款，如无异议签字确认，才能由试驾专员带客户按规定路线试驾。

7、试驾结束后，进一步与客户洽谈订车或当日购车细节。

8、销售生成后，销售顾问应准备好交付车辆让客户确认无误，放置轿车区域，填写客户信息表格，车辆信息表，装潢单，由销售经理或销售主管签字确认，方可带客户去交款。

9、所有已售车辆必须（全车款）到账以后才允许客户提车及核算业绩，任何人不得违反此规定。如因此给公司造成损失，由经办人自行承担一切损失。

10、到账后准备好发票三联报税表使用说明书，保养手册，随车工具，带客户区交车区域并与客户合影留念。

11、以上完成后嘱咐客户注意事项和安全提醒，24小时内对客户进行回访，一周后再次回访询问车辆使用情况，三次回访后转入售后，与遇到特殊情况销售顾问应配售后积极解决突发问题。

大客户及巡展制度

1、大客户外出拜访客户，需填写出行表格，若需申请礼品，填写情况说明，经理签字方可有效，如发现礼品未到客户手中，或虚假情况，按礼品价值10倍罚款。

2、大客户专员必须按时外出开拓新客户，并且每天给与xx元的补助，如需请客户喝茶，邮费等，实报实销（需真实发票）如发现数据不准确或虚构情况，将罚款100元，第二次停职反省或辞退。

3、每天回来必须填写拜访情况，并记录拜访结果及下次拜访时间。

4、根据市场情况，由市场专员联系巡展地点，公司支持场地费用，如需费用或礼品经市场经理上报总经理，同意后方可进行巡展，巡展期间拍摄现场照片交市场部保存。

5、巡展期间销售顾问应登记有意向客户信息，回来报销售主管或销售经理。

**销售团队工作总结篇九**

每一个销售人员的实践中都隐藏着很多经验教训，但让他们在日常业务工作中整理、加工和传递自己的经验，是不太容易的。这个过程不会自然发生，需要有效的管理。

任何组织都存在一个经验的自然传播过程，上下级之间的工作指导，师傅与徒弟的传帮带，年终或季度总结会上的回顾，同事之间平时的聊天，同一个项目组在工作配合时的互相学习等，都会把好的经验传播开。

但是，按照整体目标复制销售团队经验，必须对“经验发现和经验提炼”过程进 行管理。这就包含两个过程：

实际上，在每一个团队中，每一个销售人员的实践中都隐藏着很多经验教训，但通常是分散的，不成系统。让他们在日常业务工作中整理、加工和传递自己的经验，是不太容易的。这个过程不会自然发生，需要有效的管理，要赋予每个团队和每个人员以承担这项责任的意愿和能力。

具体方法就是对日常的销售会议制度和日报制度进行改造。

通过销售会议弄清楚：

哪些经验对销售人员最有价值?

业绩好的团队与差的团队，其行为和能力差 异何在?

销售人员当天处理的最大问题是什么?

他们在业务工作中感觉最吃力的是什么?

他们在工作中最欠缺的能力是什么?

从自身和团队的角度，业绩提高的障碍 是什么?

让销售人员接受这样一个基本理念：要使上司的决策有助于销售业务的展开和业绩提升，他必须向上司贡献自己掌握的信息、知识、经验、对策和信念。他必须时时问自己：应该报告一些什么，才能让上司做出正确的决策。

同时，依靠制度性规范约束销售人员，按照规定的要求做出报告：

事情的背景是什么?发生了什么?涉及哪些关键方面?事情的进展遇到哪些问题?针对问题采取了什么对策?取得了什么效果?有何改进?有何风险或机会?有何具体的对策?

如果需要寻找系统思考问题和综合解决问题的经验典范，就要找到最优秀的团队和最优秀的销售人员，追踪业绩最好的团队，追踪最成功的案例。

因此，日常销售会议制度的重点是：关注优秀的市场和优秀的团队，关注成功的典型案例。日报制度的重点是：关注所有团队、全部销售人员，关注他们每天的具体业务工作。

销售团队的经验要能大规模、有组织地复制，必须经过系统化、知识化的总结提炼，一般分为两个方面：

一是提炼成完整的案例，展示一个团队对市场的系统思考以及综合解决问题的过程，比如进入一个空白市场的案例，主要表现为团队作业的整体经验;

二是提炼出解决“关键过程以及难点”的有效办法，主要表现为个人的独到经验。

要提炼完整案例，就需要在每项重要任务或者关键活动之后，进行回顾总结—无论成功还是失败。而且，必须以故事的方式进行总结，使之富有感染力，易于接受。

这些经验案例中包含着创新的方法、有效的谈判技巧、团队的良好合作、对市场的独到理解、思路复杂而操作简单的方案等，都需要演绎成故事，不仅要经常被讨论、学习和思考，而且要被口头传播给新员工。

演绎成故事并不需要夸张，而是把经验发生的前因后果交代清楚。在陈述事实之外，多去关注当事人的想法和思维过程，强调达成目标的阶段、困难和方法。像传诵英雄事迹一样去重视这些最佳实践，这样经验才更容易传播。销售人员也因为感觉被关注、被依靠、被认同，而更有成就感和归属感。

总结案例时，容易产生的误区是：当面交流起来很好的经验一旦变成纸上的，大部分信息就被遗漏，活生生的事例变成死板的文字。我们需要的经验，变成文字后往往只是一些信息。那些让人豁然开朗、激动人心的东西再也找不出来，经验复制就会变成形式主义，毫无价值。

要避免这个问题，重点案例一定要讲清楚来龙去脉，与其给团队员工提供10个简单故事，不如把一两个案例阐述透彻。真正产生价值、达到复制团队效果的经验案例不是普遍性的原则，而是具体的做法，是事情发生的过程，是经验教训。

这就需要企业安排专门的人员，比如人力资源部的培训部门，跟踪重点案例的采集，而不是让销售人员自己总结——他们往往没有精力，也没有专长去用文字阐述一个完整的过程。

有效的做法是：让有营销工作经验的培训部专门人员，按照一个完整的逻辑结构，采访每一个重要的当事人，详细记录每一个重要的细节。案例总结过程就是一个研究的过程。

总结日常业务工作的经验，是每个优秀业务员必须养成的良好习惯，这种制度在大多数企业都被使用过，但做得好的很少。大多数时候都会走样，变成应付上司的任务，或变成不认真填，或者确实不知道怎么填写;报表反馈的信息没有人去关注，提出的困难没有人去帮助——本来还有一部分人在认真填写，因为管理者不关注，逐渐地也丧失了积极性。

如何避免这种形式主义，让销售人员养成反思和总结的习惯，不是靠几张表格可以实现的，必须通过会议和讨论等方式，围绕他们日常工作流程上的要点和难点来总结，帮助他们深入剖析业务过程，关注那些花费他们大量精力、让他们头疼、又能让他们一讨论就兴奋的事，让他们体会到通过反思和讨论找到成长的兴奋感。

关键过程和难点上的经验，可以从每周总结“三点经验”和“三点教训”做起。

1.总结。

三点经验和三点教训的总结过程，不可能一蹴而就、一步到位，要循序渐进，尤其需要基层团队经理的重视和组织。具体做法可以如下：

把每个人的经验教训拿出来讨论，每次指定2～3人，不仅把三点经验和三点教训说出来，更要回顾事情发生的过程，回到事情的目的、计划和实际的进展上。

不管是经验还是教训，都要多问为什么。主管上级要指导帮助，提出具体改进建议，让当事人体会到反思和总结的价值，最终让其进入反思角色，养成反思习惯。

如果每周总结太频繁，也可以在完成一项工作后总结。尤其是团队协作的活动中，小而简单的事可以少花时间，比如一小时;大而复杂的活动结束后，就是花上半天或一天的时间来总结，也是值得的。

2.汇总。

三点经验和三点教训汇总起来，就是关键过程的操作指南，是难点问题的改进办法，是销售人员能力提升的经验点。

汇总要从基层团队开始，从5～8个人独立的行动团队开始，比如一个项目组，或一个地市业务团队。汇总时不需要掺杂个人意见，录入电脑并按照要求归类即可。

然后以分公司或业务部门为单位，进行第二次汇总，这时候就需要总结提炼而不仅仅是汇总。按照专题和重要顺序整理好，从中发现可以进一步挖掘总结的经验亮点，总部可以围绕这些亮点进一步编写专题性的案例。

所有的经验和教训到公司总部再进行第三次汇总，根据实际运作的成效，一般在第二天就可以下发到各分公司供学习参考。

基层团队和营销人员的经验能否转变为原始信息，取决于团队经理能不能让他们把有效的信 息表达出来。

为让基层重视，可以把经验总结作为基层团队经理和分公司经理的考核指标。基层团队经理由他的直接上级评价，分公司由总部的培训部门评价，评价的依据就是信息反馈的情况。

同时，为了鼓励这种行为，公司可以设定专项奖励基金，分季度或者年度评寻团队经验传播最佳实践奖”。

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