# 快消品品牌工作总结(汇总10篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2024-10-16

*快消品品牌工作总结1>一、 销售理念我比较认同可口可乐的3a和3p理念:在1995年以前可口可乐一直遵循3a的市场原则，“买得起、买得到、兴奋愿意买”，这个策略符合了当时中国的实际情况，建立笼盖全国的网络，建厂压缩本钱，降低产品价格，进步产...*

**快消品品牌工作总结1**

>一、 销售理念

我比较认同可口可乐的3a和3p理念:

在1995年以前可口可乐一直遵循3a的市场原则，“买得起、买得到、兴奋愿意买”，这个策略符合了当时中国的实际情况，建立笼盖全国的网络，建厂压缩本钱，降低产品价格，进步产品的美誉度。跟着糊口水平的进步和可口可乐在中国的发展，可口可乐在市场营销上创建了新的3p原则即：pervasive(无处不在)——使可口可乐产品随手可得。price relative to value(物有所值)——可口可乐产品必需物有所值。preferred(情有独钟)——使可口可乐产品成为消费者的心中首选。3p策略的意义，在于使更多的消费者产生更多地购买可口可乐产品的冲动，是可口可乐的重要分销策略。从3a到3p，我们可以看到可口可乐分销价值理念

的晋升。例如，“买得到”是诉求可口可乐产品能够被买得到，而“无处不在”则着重夸大了可口可乐产品在哪里都能够被“买得到”的程度；“买得起”夸大的是保证品质的条件下让产品更便宜，而“物超所值”就更多地倾向于在价格不变的情况下提供更好的产品；

“乐得买”是指在保证品质的条件下让消费者愿意购买可口可乐产品，但消费者仍是有可能选择其他品牌饮料的可能，而“情有独钟”就更多地倾向于成为消费者心中的首选饮料品牌。所以从3a到3p，在某种程度上表现出一个领先品牌的战略理念——追求消费者的“品牌忠诚”。可口可乐基于3p营销原则的策划以“3p”为指导，值得关注的是该公司在“3p”框架内采取的8种不同市场策划：

1. 广泛分销。他们将市场按重要性分为超市、食物店、车站、批发商、学校等，分别制订了分销目标，迅速将产品分往各零售渠道，使消费者可以在最利便的地方买到他们的产品。

2. 有效的生动化。他们实施了有效的货架治理，将新产品放在主要竞争对手旁边，放在消费者伸手可得的最佳位置———肩与臀之间。同时，保证充足的库存及陈列，每个单品都有品名及价格牌。他们发现，这样会使消费者及时正确了解产品信息，购买爱好更浓。

3. 大量运用售点广告品。在各零售点选用海报、挂旗、价格牌、陈列架等店内广告，配合强盛的媒体广告，形成强劲的市场推广攻势，将新产品迅速有效传递给消费者。

4. 巨型陈列。选择有代表性的零售点，建立不少于50箱的落地陈列，使其产品在店内有领导品牌的形象，凸起显眼，使消费者目即成诵。

5. 令人难忘的模范店。选择有代表性的零售点，建立一定数目有凸起上风及领导形象的商店，以加强产品的著名度，引起消费者的留意。

6. 连续的试饮流动。招聘一定数目的促销员，选择主要渠道，在周末、节假日进行大型试饮流动。

7. 积极的促销流动。配合试饮开展多种形式的让消费者难以拒绝的促销流动，如降价、赠予别致小礼品、鼓励大量购买等，以进步消费者对新产品的喜爱程度。

8. 准确的价格。让各种渠道都有公道的利润，有经营其产品的积极性，让消费者愿意购买。可以说，可口可乐恰是挟“3p”之理念，方能高屋建瓴地制订和施行一整套营销策略，从而杀出重围，攻城掠地，站稳市场。

有言道：肥牛大家抢，吃相各不同。“3p”哲理只是“吃相”的一种；假如企业经营者能从中获得灵感，受到启发，或许会左右逢源。最后的忠告是：营销不该天天花腔翻新，认准一个经营理念才是获胜之宝。

>二、渠道

1、流通（真正赚钱的渠道）

2、大卖场、直营旗舰店（产品大形象、搞活动宣传的渠道，赚钱的商家并不多） 3、

>三、 进口食品商标

对国外进口的食品有无中国注册的商标，在法律上没有硬性的要求。只要符合质量检验部门的要求，办理好相关的手续都是可以进口的，但是中文标签是必须有的。我的建议，你要想把这个蜂蜜做成品牌，可以注册商标。

网络电商（赚钱，但是对价格比较敏感）

**快消品品牌工作总结2**

光阴似箭，岁月如梭。转眼我已经进入贵公司三个月了，通过这三个月的学习和锻炼，让我进一步了解到“一分耕耘一分收获”这句话的含义，也让我坚信百分百的成功是百分之一的天分加百分之九十九的汗水。每当我走在市场里，我都感到无比自豪，因为市场已经接受了劲霸。认可了劲霸。相信了劲霸。这就是我作为嘉豪公司一员至高无上的荣誉，嘉豪公司那种坚贞不虞，团结奋进的精神已溶入了我的思想，给了我前进的动力，使我激情奋发，斗志昂扬去迎接更多的挑战，战胜一切竞争对手，获得更多的客源！

在工作中，我以热情为起点，一勤劳为手段，用真诚的态度去站在经销商的立场为他们解除后顾之忧，让他们对嘉豪食品放心，对我放心！彻底赢得他们的信任。对于我们的竞争对手我特别关注，如：他们的促销活动，或分销方案，了解本质，知己知彼，百战不殆，然后做出我们自己的风格，打好防御战，抵制其它产品的入侵，对于我们本公司的让利活动，我更应该宣传到位，让每一家商户都了解其详情，同时还要配合终端业务员的工作，让商户感觉我们有完美的售后服务和强大的推销力度；在市场中，我应该做到今天去宣传，明天去回访的工作态度！

还有作为一名业务员，要经常总结工作经验，学习他人的工作方法，来完善自己，充实自己，真正做到认真。用心，去做好一名业务员，一名嘉豪食品有限公司合格的业务员。

穿上这个，她们比一丝不挂还要美！

所以，我自愿申请转正为贵公司正式员工，继续为公司的发展添砖加瓦，恳请领导审查认可。转正以后我要更加努力学习，对公司服从领导安排，对同事同心协力，互相配合，努力提高自己的综合素质，尽我所能为嘉豪公司贡献自己最大的力量，做好公司优秀员工。公司以我为重，我为公司为荣！

**快消品品牌工作总结3**

一份完整的快速消费品年终总结包括三部分，一是过去一年取得的成绩，二是对上一年工作进行分析总结，三是对新一年的计划或是展望。

>一、过去的一年取得的成绩

回忆过去的一年里，主要的工作成绩，要把对公司整体市场发展有利的放到前面，由大到小，由重到轻的顺序，有选择性的列出来，但不要太多，容易变得冗余。

>二、对上一年工作进行分析总结

首先，就本年度市场的整体环境现状进行总结，诸如行业市场容量变化、品牌集中度及竞争态势、竞品市场份额排名变化、渠道模式变化及特点、终端型态变化及特点、消费者需求变化、区域市场特征等等，目的在于了解整体市场环境的现状与发展趋势，把握市场大环境的脉。

其次，深刻分析市场上主要竞品在产品系列、价格体系、渠道模式、终端形象、推广、广告宣传、、营销团队、战略合作伙伴等等方面表现，做到知彼知己，百战不殆。目的在于寻找标杆企业的优秀营销模式，挖掘自身与标杆企业的差距和不足。

最后，就是自身营销工作的总结分析，分别就数据、目标市场占有率、产品组合、价格体系、渠道建设、销售促进、品牌推广、营销组织建设、营销管理体系、薪酬与激励等方面进行剖析。有必要就关键项目进行SWOT分析，力求全面系统，目的在于提炼出存在的关键性问题并进行初步原因分析，然后才可能有针对性拟制出相应的解决思路。

>三、新一年度营销工作规划

快速消费品年终总结第三部分，其实就是要系统全面地为企业新年度整体营销工作进行策略性规划部署。但是我们还要明白年终总结并不是行销计划，只是基于年度分析总结而撰写的策略性工作思路，具体详细的行销计划还需要分解到季度或月度来制定，只有这样才具有现实意义。

首先，做好上快速消费品月销售业绩的回顾及分析。

>一、业绩回顾

1、开拓了新合作客户近十个（具体数据见相关部门统计）。

2、市场遗留问题基本解决。市场肌体已逐渐恢复健康，有了进一步拓展和提升的基础。

>二、业绩分析

促成业绩的正面因素：

①调整营销思路，对市场费用进行承包，降低新客户的合作资金门槛。虽然曾一度被人背后讥笑，但“有效就是硬道理”！我公司的思路是促成业绩的重要因素之一。

②加强了工作的过程管理，工作实效有所提升。

③用提高提成比例和开发新客户给予额外奖励的“经济激励”手法，形成了“重奖之下必有勇夫”的积极心态，也是促成业绩的重要因素之一。

④对于市场遗留问题的解决，依据“轻重缓急”程序，采用“坚持公司利益原则，以有效依据处理”的指导思路，从而使问题的解决未成触份公司的利益。

其次，总结一下过去一年里存在的问题。

1、客户选择公司产品时更多考虑的是折扣低价，所以很多未将铺底铺入终端卖场，甚至根本无终端意识，直接将公司的终端品牌变成毫无优势的流通产品。

2、大多数代理商的“等”“靠”“要”观念存在，但公司的产品价格降到底价，已无更多利润支持市场。

3、公司的品牌定位终端，但包装缺乏视觉优势，宣传赠品不够新颖丰富，对产品的宣传、销售的拉动力不大。

4、暂时缺乏品牌入市的拉动策略，不能促成品牌的热销。

5、销售人员不能切实推行公司指导思路，至今未建立起典范式的品牌样板市场。

6、销售人员缺乏统一的营销培训，观念、思路、方法和工作执行力无统一和协调，往往擅长市场开拓而不擅长市场维护和提升。

最后，对下月工作进行一下展望，定出明年的销售目标和工作计划。

时光转瞬即逝，不知不觉地度过了20xx年。但是我依然清晰的记得，当初思娇产品刚刚打入海南市场，要让思娇在海南扎根落脚，经历了多么艰辛的过程。压力空前的大，要克服很多问题，需要付出比以往更多的劳动。公司安排我在海口最大的xx超市，面对激烈的挑战，我有些彷徨，自已是否有能力挑起这幅重担？看到思娇产品包装新颖，品种齐全等特点，心想既来之则安之。放下包袱，一心投入工作中，尽自已所能完成公司所交给的任务。就这样拼搏完成了一个月，又接着挑战新的一年。半年后，看到越来越多的顾客认可了思娇，使我特别开心。让我看到了思娇会有很好的发展前景，使我对未来有了更大的目标。

这一年来，经过坚持不懈地努力工作，成绩突出有两个月，在一月和十月份分别完成了一万元销量。除五月份外，其它月份销量均在xxx元之间。要做好促销工作，我体会深刻有三点：

>第一、始终保持良好的心态

比如说，工作中会碰到顾客流量少或者一连向几个顾客介绍产品均没有成功，我们很容易泄气，情绪不好，老想着今天太倒霉等等。这样注意力会不集中，再看到顾客也会反映慢，信心不足，影响销售。反过来，稍微想一下为什么一连推荐失败，即刻调整心态，如去超市外边呼吸几口新鲜空气等，再继续努力。

>第二、察言观色，因人而异，对不同顾客使用不同促销技巧

例如，学生类顾客比较喜欢潮流的广告性强的名牌产品。所以让其很快接受我们所推荐的产品较为困难，我们则需要有耐心。可先简单介绍一下产品，然后可对她讲学生为什么容易长痘痘和黑头，需要注意些什么问题等。讲这些使她觉得你比较专业。再着询问她学什么专业等，可增强她对你的信任度。最后快速针对其推荐产品，如此成功率较高。

>第三、抓到顾客后，切记不要一味的说产品

现在品牌多，促销员更多，促销语言大同小异。所以介绍产品时一味说产品如何好，容易让顾客觉得我们就想着单单推销产品出去，使自己不能很快被顾客信任。事实上，顾客只有信任了你，接受了你这个人，才会接受你所介绍的产品。如果简单扼要针对性介绍完产品，在顾客考虑时可将产品话题引入人的话题，比如赞美顾客两句或问问顾客平时是怎样护理的。

在工作中我发现自己也有不少缺点，如耐心不够，销售技巧和美容知识欠佳等。在以后的工作中，不断学习，取长补短，做出更好的成绩。

20xx年让我有点依依不舍，曾流过辛勤的汗水，也流过激动的泪水，正因为经历了这点点滴滴的酸与甜，才让我不断成长着，进步着。所以，我热爱这份工作，希望自己今后能快乐着工作，同时也能在工作中找到更多的快乐！

**快消品品牌工作总结4**

因为所学专业与工作不对口，工作初期遇到一些困难，但这不是理由，我必须要大量学习行业的相关知识，及销售人员的相关知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化，要适应工作需要，唯一的方式就是加强学习。

>一、脚踏实地，努力工作

我深知网络销售是一个工作非常繁杂、任务比较重的工作。作为电子商务员，不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重考虑，做到能独挡一面，所有这些都是电子商务不可推卸的职责。要做一名合格的网络营销员，首先要熟悉业务知识，进入角色。有一定的承受压力能力，勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题。其次是认真对待本职工作和领导交办的每一件事。认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不敷衍。

>二、存在问题

通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

总之，在工作中，我通过努力学习和不断摸索，收获非常大，我坚信工作只要用心努力去做，就一定能够做好。

**快消品品牌工作总结5**

在工作期间我看到了很多问题、矛盾与困难，当然这些都是不可避免的，但是我觉得导致这些问题和困难不能解决的主要原因还是态度问题，态度决定一切。

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？

白酒的竞争日趋激烈，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。所以怨天尤人是没有意义的，积极地工作才是我们最应该做的。

**快消品品牌工作总结6**

我于20xx年4月14日入职，至今半个月时间，时间虽短，但对于我来说，却是受益匪浅。在此期间，通过对公司制度、文化理念、产品知识等的培训，使我逐步对公司有了全新的认识与了解，并且通过近期“千店百店”的普查工作，使我熟悉了产品、货号、及价格，更重要的是熟悉了地理环境和店主，为以后的拜访工作打好了基础。以下对近期工作进行小小的总结。

>一. 业绩回顾

1. 通过近10天的普查，走访了西郊的三桥村、和平村、车辆厂、王寺

村及丰禾路的各类店面，共计276家。

2. 普查期间开出订单4000余元。

>二．业绩分析

（一）促成业绩的正面因素：

1.领导的正确决策和同事的热心帮助加上自己的努力和摸索总结。通过对店面的走访熟悉了所辖区域的地形，再通过对所辖区域进行线路的划分，提高了走访效率。

2.不断摸索快速消费品的客户沟通方式，让客户不仅能更多的了解产品，更重要的是肯定业务员本身。

3.利用公司各种产品的促销活动，提高产品的知名度、美誉度，对各种单品的销售起到市场推动作用。

(二) 阻碍销售的负面因素：

1.由于初来公司，时间较短，业务不精，无法对产品、供应商、经销商及客户进行良好的定位及估量。

2.由于业务人员离职、调换等原因致使交接延误，甚至无交接状况，导致客户流失，甚至客户对我司的业务产生不信任及厌恶感。

3.经销商之间的价格及销售区域的竞争致使市场有点混乱。

4.有时发货不及时，特别是对于中小客户的订单拖延甚至不发货，造成客户抱怨，致使我司销售人员失信于客户。

5.由于经销商掌握发货权，对于促销单品或买赠产品不予发放时，致使有些活动无法开展。 在前一阶段的工作学习当中，我能够遵守公司的各种规章制度，认真做好自己的本职工作，对领导安排的工作能够按时完成，但是在工作当中我也发现了自己的不足之处，在某些细节问题上有不够仔细的地方，因此，我要时时刻刻提醒自己努力改正自身缺点，在今后的工作中，加强业务学习，努力提高自身素质，胜任本职工作，提高工作效率。我有信心把工作做好，为公司的发展做出更大的成绩！

汇报人：xxx

**快消品品牌工作总结7**

首先，任何公司都有公司发展的目标，每一个员工也都有自己的个人发展目标，在这个问题上，我认为作为公司的一名员工就应将个人目标与公司目标统一起来。每个人都会有压力，但是在实现公司发展目标的同时，也是在实现自己的个人目标。

其次就是我刚才提到的实现目标要有正确的态度与方法，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。

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。 在工作中也是一样，我们需要不断地学习、充实，争取做到学以致用，相得益彰。

作为一名刚毕业的大学生，虽然没有工作经验，我们有这无比的事业心和上进心，有着远大的理想和抱负，因为我们年轻，所以我们有资本，有信念，有毅力去开创一个属于自己的地方。

**快消品品牌工作总结8**

快销品工作总结范文对于从事快速消费品行业的人员来说，也是工作的重要的一环节。快销品工作总结也分为很多种，有周总结，月总结，季度总结和年度总结。那么如何做好一份完整的快销品工作总结呢

现在我们以快销品月工作总结为例，看一下快速消费品工作总结如何来写。

>首先，做好上快速消费品月销售业绩的回顾及分析。

（一）业绩回顾：

1、开拓了新合作客户近十个（具体数据见相关部门统计）。

2、市场遗留问题基本解决。市场肌体已逐渐恢复健康，有了进一步拓展和提升的基础。

（二）业绩分析：

促成业绩的正面因素：

①调整营销思路，对市场费用进行承包，降低新客户的合作资金门槛。虽然曾一度被人背后讥笑，但“有效就是硬道理”！我公司的思路是促成业绩的重要因素之一。

②加强了工作的过程管理，工作实效有所提升。

③用提高提成比例和开发新客户给予额外奖励的“经济激励”手法，形成了“重奖之下必有勇夫”的积极心态，也是促成业绩的重要因素之一。

④对于市场遗留问题的解决，依据“轻重缓急”程序，采用“坚持公司利益原则，以有效依据处理”的指导思路，从而使问题的解决未成触份公司的利益。

>其次，总结一下过去一月里存在的问题。

1。客户选择公司产品时更多考虑的是折扣低价，所以很多未将铺底铺入终端卖场，甚至根本无终端意识，直接将公司的终端品牌变成毫无优势的流通产品。

2。大多数代理商的“等”“靠”“要”观念存在，但公司的产品价格降到底价，已无更多利润支持市场。

3。公司的品牌定位终端，但包装缺乏视觉优势，宣传赠品不够新颖丰富，对产品的宣传、销售的拉动力不大。

4。暂时缺乏品牌入市的拉动策略，不能促成品牌的热销。

5。销售人员不能切实推行公司指导思路，至今未建立起典范式的品牌样板市场。

6。销售人员缺乏统一的营销培训，观念、思路、方法和工作执行力无统一和协调，往往擅长市场开拓而不擅长市场维护和提升。

>最后，对下月工作进行一下展望，定出下月的销售目标和工作计划。

通过上面的总结框架，一份新鲜的工作总结很快就出炉了，希望能对大家有所帮助。

**快消品品牌工作总结9**

进入xx酒业公司以来，从培训到市场上岗，做好每一项具体的工作，严格按照公司的有关指示和文件精神做好自己的本职工作，对工作认真负责。下面是本人对20xx年的工作做一下总结：

工作上，本人主要市场工作是xx县。进入市场以后，先是对地区的市场情况作了一个详细的了解和调查，针对具体的情况做了具体的分析，把招商宣传资料发到当地一些资金实力比较雄厚的店面，例如各个品牌的经销商，大型商超，名言名酒店，副食品批发店，酒店宾馆和一些当地比较有实力的商家，以及对当地一些机关工作人员，其中市场共得资料150份，发出资料138份

有意向的客户4家，经过交流好额联系选出一家比较适合代理我们产品的经销商，目前正在谈判中。市场共得资料100份，发出资料90份有意向客户2家目前正在联系和沟通中。

在这里工作的这段时间里让我学到了很多，接下来我将从三个方面向大家介绍一下我感悟到的一些观点，与大家共同交流和探讨。

**快消品品牌工作总结10**

20xx年的工作即将成为历史，一年的忙碌就要在此告一段落了。今年的10月份，我走进了xx，截至到在，已经在公司沉淀4个月了，对于彩妆的专业知识已大部分掌握，化妆技术也得到了很好的提升，回顾这4个月的工作，有太多的感慨、太多的感触在里面。让我颇有心得，做出了如下总结：

我进入公司后，在公司内部接受到了彩妆的专业知识培训，在公司的直营店亲身体验到了优良的销售氛围。在经过一个多月的培训后，我对产品的卖点已基本掌握了，根据代理商的需求，公司决定让我去和代理商接触，我也就开始了我的出差生活。

此次出差的目的地是贵州，出差的主要任务有两项：前期的工作是协助代理商开展年终答谢会，后期的工作主要是市场服务。

初到贵州，我的心情期待而忐忑。我到达时，代理商已经开始了年终答谢会的会前准备工作，我也迅速地投身其中。在几天的努力下，代理商公司于11月30开展了20xx年度的年终答谢会。会议邀请了新老客户约60人，会上请到人人换购网的创始人之一到场讲解零障碍营销模式，下午由教授讲解了人体排毒，在听了不同讲师讲课后，感受到了不同的讲课风格，对于我的讲课水平有很大的帮助。晚上请到了专业的演出团队，为新老客户带来了精彩的表演，我荣欣的

担任主持人，很好的锻炼了我上台讲话的胆量以及主持能力。会议结束过后，取得了较理想的成绩，所有的品牌共签单约200万，由于不是以碧恩彩妆品牌为主打，所以彩妆品牌签单的都是老顾客，约有30万。会后客户也能很迅速的的汇款，比其他的品牌回款的速度高出很多。

我在贵州市场一共出差了一个多月，服务了5个店家，3家日化店，2家美容院。店内彩妆品牌大多都有两个，以价格来区分，碧恩彩妆相对来说都是高价位的。我的工作安排以协助市场销售和培训店员为主，培训工作成果较理想，能够很好的鼓励店员的学习积极性，帮助掌握碧恩彩妆的专业知识以及娴熟的化妆技巧，促进店员专业带动销售，服务产生业绩。因年关和天气寒冷等原因，销售成绩不是很理想，但基本还是可以保持每个店家3000元以上的销售业绩。贵州出差对于我个人来说，总体效益还是不错的，又上了一个新的台阶。

在xx这份工作，并不是我踏入社会大学的第一份工作，我换过好几份工作。能走进公司，天生就是缘份，我和公司是有缘的。不过更重要的是公司的氛围、公司里的每个人、包括公司的领导给我留下了不一样的感觉。在和大家的相处中，我感觉很受益。和公司的xxx沟通也一直很愉快，让我对公司和我自己充满信心。这是一个温馨的大家庭，这里的人都很好相处，没有尔虞我诈，没有人际斗争。这里的\_氛围我很喜欢！

在过去的这四个月里，我学到了很多新的人生经验，销售是一门永远也学不完的课程，这4个月里，我学会了慢慢的去剖析顾客的心理，为其选择适合的产品。碧恩的彩妆形象丰富，在和顾客交谈的过程中，学会了去了解顾客的消费能力，从而为其选择适当价格的产品。慢慢的认识到了要提高自身xxx力，才能够做好循环销售和离开店家后的店家持续销售。在贵州出差的期间，协助了年终答谢会的开展，从而了解到了终端会议的筹备和开展，为以后我自己筹备终端会议打下了扎实的基础。从公司完善的会员制度中，我也清楚地明白了会员对于店家的重要性。这些都将成为我实现梦想的垫脚石，让我的人生更加丰富。这4个月时间里，有太多的事情让我不能忘记，有太多的感动让我铭记……

新的一年对我们来说是充满挑战、机遇、希望的。新的一年，我一定要努力打开一个工作新局面。为了提高工作效率，我制定了以下的新年计划：

一、在销售方面，要努力加强自己对产品的专业度，提高自己的销售水平，为明年出差赢得更高的人气，为店家，代理商，公司和自己赢得更高的利益。努力做好和代理商的沟通，学习和了解回款政策，做好公司和代理商之间的桥梁，代理商和店家之间的桥梁。

二、在讲课方面，要提高个人自身影响力，鼓励店员学习，带动店销。把产品剖析的更透彻，并努力开创出自己独特的讲课风格。

以上就是本人20xx年度的年终总结以及新年计划。工作计划写出来了，目的就是要执行。在明年的工作中，我一定会努力配合、虚心求教、善于发现并积极面对所遇到的问题与困难，迅速成长起来，不让关心我的领导与同事们失望。请大家拭目以待。

首先，做好上快速消费品月销售业绩的回顾及分析。

1、开拓了新合作客户近十个（具体数据见相关部门统计）。

2、市场遗留问题基本解决。市场肌体已逐渐恢复健康，有了进一步拓展和提升的基础。

促成业绩的正面因素：

①调整营销思路，对市场费用进行承包，降低新客户的合作资金门槛。虽然曾一度被人背后讥笑，但“有效就是硬道理”！我公司的思路是促成业绩的重要因素之一。

②加强了工作的过程管理，工作实效有所提升。

③用提高提成比例和开发新客户给予额外奖励的“经济激励”手法，形成了“重奖之下必有勇夫”的积极心态，也是促成业绩的重要因素之一。

④对于市场遗留问题的解决，依据“轻重缓急”程序，采用“坚持公司利益原则，以有效依据处理”的指导思路，从而使问题的解决未成触份公司的利益。

其次，总结一下过去一月里存在的问题。

1、客户选择公司产品时更多考虑的是折扣低价，所以很多未将铺底铺入终端卖场，甚至根本无终端意识，直接将公司的终端品牌变成毫无优势的流通产品。

2、大多数代理商的“等”“靠”“要”观念存在，但公司的产品价格降到底价，已无更多利润支持市场。

3、公司的品牌定位终端，但包装缺乏视觉优势，宣传赠品不够新颖丰富，对产品的宣传、销售的拉动力不大。

4、暂时缺乏品牌入市的拉动策略，不能促成品牌的热销。

5、销售人员不能切实推行公司指导思路，至今未建立起典范式的品牌样板市场。

6、销售人员缺乏统一的营销培训，观念、思路、方法和工作执行力无统一和协调，往往擅长市场开拓而不擅长市场维护和提升。

最后，对下月工作进行一下展望，定出下月的销售目标和工作计划。

时光转瞬即逝，不知不觉地度过了20xx年。但是我依然清晰的记得，当初思娇产品刚刚打入海南市场，要让思娇在海南扎根落脚，经历了多么艰辛的过程。压力空前的大，要克服很多问题，需要付出比以往更多的劳动。公司安排我在海口最大的xx超市，面对激烈的挑战，我有些彷徨，自已是否有能力挑起这幅重担？看到思娇产品包装新颖，品种齐全等特点，心想既来之则安之。放下包袱，一心投入工作中，尽自已所能完成公司所交给的任务。就这样拼搏完成了一个月，又接着挑战新的一个月。半年后，看到越来越多的顾客认可了思娇，使我特别开心。让我看到了思娇会有很好的发展前景，使我对未来有了更大的目标。

这一年来，经过坚持不懈地努力工作，成绩突出有两个月，在一月和十月份分别完成了一万元销量。除五月份外，其它月份销量均在4500~8500元之间。要做好促销工作，我体会深刻有三点：

比如说，工作中会碰到顾客流量少或者一连向几个顾客介绍产品均没有成功，我们很容易泄气，情绪不好，老想着今天太倒霉等等。这样注意力会不集中，再看到顾客也会反映慢，信心不足，影响销售。反过来，稍微想一下为什么一连推荐失败，即刻调整心态，如去超市外边呼吸几口新鲜空气等，再继续努力。

例如，学生类顾客比较喜欢潮流的广告性强的名牌产品。所以让其很快接受我们所推荐的产品较为困难，我们则需要有耐心。可先简单介绍一下产品，然后可对她讲学生为什么容易长痘痘和黑头，需要注意些什么问题等。讲这些使她觉得你比较专业。再着询问她学什么专业等，可增强她对你的信任度。最后快速针对其推荐产品，如此成功率较高。

现在品牌多，促销员更多，促销语言大同小异。所以介绍产品时一味说产品如何好，容易让顾客觉得我们就想着单单推销产品出去，使自己不能很快被顾客信任。事实上，顾客只有信任了你，接受了你这个人，才会接受你所介绍的产品。如果简单扼要针对性介绍完产品，在顾客考虑时可将产品话题引入人的话题，比如赞美顾客两句或问问顾客平时是怎样护理的。

在工作中我发现自己也有不少缺点，如耐心不够，销售技巧和美容知识欠佳等。在以后的工作中，不断学习，取长补短，做出更好的成绩。

20xx年让我有点依依不舍，曾流过辛勤的汗水，也流过激动的泪水，正因为经历了这点点滴滴的酸与甜，才让我不断成长着，进步着。所以，我热爱这份工作，希望自己今后能快乐着工作，同时也能在工作中找到更多的快乐！

回忆过去的一年里，主要的工作成绩，要把对公司整体市场发展有利的放到前面，由大到小，由重到轻的顺序，有选择性的列出来，，但不要太多，容易变得冗余。

首先，就本年度市场的整体环境现状进行总结，诸如行业市场容量变化、品牌集中度及竞争态势、竞品市场份额排名变化、渠道模式变化及特点、终端型态变化及特点、消费者需求变化、区域市场特征等等，目的在于了解整体市场环境的现状与发展趋势，把握市场大环境的脉。

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