# 2024年销售半年工作总结前言(11篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2024-08-24

*总结是把一定阶段内的有关情况分析研究，做出有指导性的经验方法以及结论的书面材料，它可以使我们更有效率，不妨坐下来好好写写总结吧。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。销售半年工作总结前...*

总结是把一定阶段内的有关情况分析研究，做出有指导性的经验方法以及结论的书面材料，它可以使我们更有效率，不妨坐下来好好写写总结吧。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**销售半年工作总结前言篇一**

请允许我代表新气象全体员工，向支持我们搬迁工作的各级领导和同事表示深深的感谢，感谢你们的大力支持和帮助。一定不辜负领导的厚望，用自己的实际行动给公司提交一份满意的答案!

我将简要汇报一下我最近的工作

一、运营部上半年运营情况

在董事会的正确领导下，依靠员工的智慧和力量，坚持求真务实，努力工作，加强生产经营管理，发扬艰苦创业的精神，努力拓宽市场空间和市场份额。在市场需求低迷的情况下，上半年累计销售5250吨，同比增长9.6%。累计购买量为5305吨，同比增长9%。累计销售收入3382万元，但经济效益不好，与同期相比有所下降。石油行业整体发展形势严峻，整体市场需求疲软，前景不容乐观。竞争激烈，盈利能力下降。在这种情况下，我们应该促进精细化管理，降低运营成本，加强风险防范，以客户为导向，以加强和扩大市场份额为目标，努力在下半年实现新的突破，销售和利润稳步增长。

二、搬家情况简介

1、真实工作环境介绍

因为搬家急，时间紧，任务重。有些工作并不完美，是被动的。生产车间和办公楼正在建设中。散装油罐吊装后，中间包装无法正常生产，设备无处安装，地面泥泞，工作环境十分恶劣。为了不影响销售，把损失降到最低，员工都在户外工作。在三伏天气下，太阳如火，地球暴露在烈日下，地面温度高达40度以上。员工大汗淋漓，衣服被汗水浸湿，不肯停工。衣服阴干后会有一层白色的盐。皮肤被太阳晒焦了，有轻微的红肿和疼痛，皮肤晒黑了也没有抱怨。雨天就像沼泽，泥泞不堪，不小心就会滑倒。但员工们却开玩笑说，这是我们合益隆公司新时期的长征，走过的是灿烂的明天!

晴天出汗，雨天泥泞，这是我们工作环境的真实写照。面对恶劣的工作环境，我们的员工没有一个退缩或抱怨。而是积极投身工作，想方设法克服困难，解决问题，做好本职工作。和公司一起努力度过难关。充分发扬了主人翁精神和一个赫耶农员工应该具备的素质。在这里我对新天气的全体工作人员说：“你们辛苦了。”

2、新厂区介绍

为了提升公司形象，满足市场需求，适应市场发展，突破自身发展的瓶颈。将我们的车间建成专业化、规模化、基础设施完善的现代化车间。我们实地走访了多家企业，吸收了同行业的先进经验，采纳了设备厂家的建议，并结合自身实际情况。我设计了自己的多功能车间，集生产(中小包装、软包装、棕榈油包)、洗桶、仓库于一体。提高空间利用率，使工艺流程更加合理、科学、完善。同时也降低了投资成本。目前土建已经完工，彩钢封顶正在施工。集办公和住宿为一体的综合公共建筑主体工程已经完成。加快基础设施建设，提升度，赶上工期，争取尽快投产!

三、以优质服务促进品牌建设

在市场供需失衡的压力下，价格战此起彼伏。但价格竞争已无法拉开彼此的距离，服务已成为粮油行业脱颖而出的利器。卖产品是在卖品牌，而服务是铸就品牌信誉的基石。唯有强化服务意识，提高服务水准，倡导专业服务，周到服务。才能更好的得到市场的认可，得到客户的信赖。才能提高产品的美誉度，才能有利于品牌更好建设。

四、新气象经营部的发展规划

新车间落成之后;对我们每个人都是一次新的考验，面对新形势、新工艺，我们都需要去学习去适应。我们要培养自已的学习能力，打造学习团队，提高自身水平，以适应公司较快发展。我们从以下五个方面来促进门市发展。

1、以散装油为一个业务单元，主要客户对象为食品厂和二级批发商。

2、中包装全面升级，内在品质和外观形象都有新的提升，在原有客户基础上，发展大型食堂和高档酒店，以提升品牌形象。

3、灌装小包装，走进农贸市场和商超。完善自已的产品体系。

4、罐容扩建以后，争取为大厂商做中转业务，以增强自已的实力。

5、开发一些新品种，如一次中包装等，寻求新的利润增长点。做好产品的后继开发工作。

新门市落成之后，将为新气象经营部的发展注入新的活力。对新气象来说是一个转折点，也是一个新的起点。新气象将以新面貌、新形象屹立于石家庄市场。我们将一如既往的继承和发扬合益荣企业文化，以人为本，天道酬勤。我们将做新时代的开拓者，与时俱进、开拓创新、敢为人先、争创一流。用自已的实际行动为公司、为员工交上一份满意的答卷!

**销售半年工作总结前言篇二**

今年已经过去一大半了，在上个月底我们公司也开了上半年的销售会议，公司领导在会议上也对上半年的销售工作进行了分析，让我们更深刻的了解半年来的工作情况，为了更好的认识自己和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展下半年的工作，现对上半年销售工作进行以下总结。

一、塌实做事，认真履行本职工作

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。像这样的客户就可以列入主要客户群体里。他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

二、主动积极，力求按时按量完成任务

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的最好机会。即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关;其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力;再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

我要给自己定一个明确的目标，同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在下半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

**销售半年工作总结前言篇三**

销售部自20xx年初以来，认真贯彻集团公司关于认真抓好制冷机组市场销售的指示精神，在公司领导的正确指导和管理下，销售部下大力充实了销售一线业务人员队伍并组织进行了培训，注重抓好了各重点渔港的代理制销售网络的建设和目标客户群体的 巩固，全国各大渔港的代理制销售网络现已陆续建立，业务员与代理商之间的沟通、协调能力也在逐步增强，我们在对制冷机组进行市场开发的过程中，不断探索代理销售的新方法、新思路，从目前的销售情况看，我们的销售工作正承现出良好的发展势头。现将销售部上半年销售工作情况及所存在的问题作一简单的总结，并对销售部下一步工作的开展提几点看法。

目前，销售部共有业务人员9人，他们进公司的时间最短的也有3个月，经过公司多次系统地培训后，他们已基本熟悉了制冷机组的技术性能、构造以及代理制销售业务运作的相关流程。对这9名业务人员，我们按业务对象和重点进行了任务区分，在业务人员比较少的情况下，使每名业务员既当终端客户的业务员又当代理商主管，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞。与此同时，销售部长在统抓全面销售的情况下，不定时的对各个分点进行实地检查督导，与代理商当面沟通，探讨分季节段的制冷机组销售工作，使销售部的工作稳步发展。

我们在总结去年工作的基础上，再加上近半年来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于代理商销售队伍及业务开展的管理办法，各项办法正在试运行之中。首先制定了“管人”的《销售部业务人员考核办法》，对业务人员的考勤办法及每天的工作重点和建立的客户对象作出了明确的规范;对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求。其次，出台了“管事”的《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部进行定位的基础上，进一步地对接到发货通知后的发货准备、发货流程、机组安装及机组安装后的运行情况等业务开展的基本思路作出了细化，做到了“事事有要求，事事有标准。”

第三制定并规范了代理销售合同。在原有代理销售合同的基础上，我们又请集团法律顾问对代理销售合同进行了再规范，在与代理商签定合同时基本没出现因合同制定而发生的迟签和不签现象。第四形成了“总结问题，提高自己”的业务办公会制度。业务人员每次出差回来后首先到销售部集中报到，由销售部长主持如开业务办公会，及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重业务人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

从销售部成立之初，我们便站在以寻找战略伙伴的角度，和公司一道谋求制冷机组快速推进市场的方法。坚持短期效益和长远计划相结合的方向，一方面尽快寻找具有良好影响力和推广力的代理商，一方面大量的作基础性工作，深入渔港，了解掌握各地渔业的基本情况和渔民的观念、效益和保鲜需求，扩大渔民对产品的认知度，为以后全面推进市场作好铺垫。并试图以现有的价格体系磨合市场，保证公司的利益，由始至今我们一直坚持，对产品充满信心，并不计成本地努力。

工作中我们以指导代理商销售帮助代理商尽快建立起自己的销售网络为主。在建立代理制销售网络之初，我们加大了对代理商的考查力度，接待各地前来公司考察的代理商有30余人次，最终我们从实力较强的8人中选定为代理商重点考察培养对象，现已签定代理合同的有5家，其中一家为澳大利亚、新西兰总代理;另4家分别是x公司的特约代理商王珙;x市得志贸易有限公司的福建省总代理商史志伟;广东省总代理商邵家儒;海南省总代理商、。在工作中我们给代理商定任务、定期限、压担子，在业务员对其实时的督导，内勤人员不定时的电话督促下，代理商的责任心增强了，业务人员的协调能力提高了，营销艺术也得到了很好的锻炼。从近期代理商反馈的市场信息来看，各地的代理商在销售部的统一指导下，逐步建立起了各自的销售网络，对我公司的制冷机组销售前景更树立了信心。

目前，由于全国渔业受到国际原油价格上涨的严重影响，以及渔业资源的减少、捕渔成本高、风险大，多数渔船主选择近海作业，有少数渔船主甚至停船作业，只有少数渔船主将作业区域外移，这样直接给我们公司的产品销售造成一定的影响，同时，由于少数渔船主的作业区域外移，给我们的产品推广提供了平台，另一方面，停港靠岸的渔船因出海次数少，致使用冰量少，降低了渔船主的投资欲望，但从总体来看，随着产品推广的进一步深入，渔船尾气制冷机组的市场前景非常广阔。

(一)在重点渔港的现场演示工作取得良好效果

三月份，在渔船上坞前期，我们为使渔民能对制冷机组由一个全面的了解，在公司王总的带队下，我们组织技术骨干，业务人员到福建、两广、海南、浙江等南方几个大的渔市进行现场交流和机组的制冷效果演示，取得了较好的效果，基本达到了使渔民对我公司产品有全新的认识的目的，排除了之前在渔民心中对这种新产品技术上的疑惑，船老大们对我们的制冷方式和经济效益分析基本赞同，由于

没有亲身使用过该产品，没有对产品提出过多的问题，许多想购买的船长邀请我们对他们的渔船进行了测量。同时，我们也同福建船检部门和个别渔业公司建立了合作意向，同福建代理商签定了两台机组的购买合同，使代理商代理我公司产品的信心更加巩固。

(二)电视广告的大力宣传确保了产品占领市场的时机

我们在派业务人员深入各渔港对终端客户进行产品推销的过程中，对代理商进行电视广告支持。确保了产品迅速占领市场的有利时机，真正地在代理商与渔民之间形成了天(广告)地(公司)人(业务)三网的有机结合，满足了代理商的广告支持的要求。

(三)积极走上层路线，进一步巩固产品的市场地位

在针对销售速度缓慢的情况下，我们认真分析导致这种局面的原因，及时召开业务人员市场形势分析会，最终我们决定走上层路线，于是积极同省科技局、船检部门、渔业公司建立起合作关系，通过我们的协调和深入的做工作，取得了在x公司安装4台机组的成绩，这样一方面可以彻底的检验机组性能，另一方面奠定了x市场的地位，最主要的是打消了部分渔民的顾虑，为使机组在今年6月份的休渔期进行整体销售打下了基础。

(一)产品在推广过程中出现销售缓慢现象的问题

1、代理商的推广速度缓慢受价位影响大。从近期与代理商的电话沟通以及业务员与代理商的合作上来看，代理商本身对产品不是很熟悉，他们之所以代理产品主要是看到该产品市场前景广阔，符合当今的国家政策。有些代理商为了尽快打开市场，主要在价格上与我们反复商量，他们认为价格太高减慢了市场开发的进度。

2、现阶段的市场推广仅仅停留在概念性推广阶段，渔船主也仅仅是概念性的接受我们的产品，但对产品带来的经济价值缺乏直观、全面的认识，致使市场推广具有一定难度。

3、渔民持观望态度的多。由于我们的产品在渔船上安装的少，渔民当前还没有看到制冷机带来的经济效益，渔民多停留在观望状态。

4、公司具有针对性促销活动少，致使产品信息、性能、用途不能更加深入地传达给终端客户。由于渔民多年形成的带冰作业方式，阻碍了渔民接受新事物的程度。如果身边的人使用了该产品并达到了使用效果，产品的价格是可以接受的，关键是现在还没有身边的用户现身说法。

5、市场推广过程中渔船主普遍反映价位偏高。目前，市场上出现的同类型的压缩机制冷机组无论是在价位上还是功能上比我们的产品有优势。据渔民普遍反映，今年的渔业资源较往年比是船多鱼少，况且随着原油价格的上涨，大多渔民选择的是近海作业，打经济鱼类少，认为安制冷机组作用不大，且设备的一次性投资大，由于没有亲身使用过该产品，所以一次性拿十几万购买还是有点担心。

(二)几点建议

1、进一步优化产品的结构和质量。为使概念性销售转变为样板式销售，建议公司在几个大的渔港建立样板船，组织渔船主现场观摩，用身边渔船使用制冷机组后所带来的经济价值及其影响力，给渔民一个直观的、理性的认识，对产品性能及用途有更加深入的了解，从而刺激渔船主的购买欲望，打开产品销售缓慢的僵局。

2、针对个别区域代理商销售缓慢的情况，建议公司重新寻找资金雄厚、与渔船主有一定人际关系，影响力大的代理商，使销售网络的建立更加快捷，在代理之间有一种无形的竞争压力，同时也为下一步的代理培养后备力量。

3、在休渔期前或休渔时公司多组织策划几次现场演示活动，尽可能的有设备上船作业，以此打消渔民对制冷机组的性能问题的顾虑，进一步提高制冷机组在渔民心目中的美誉度，刺激渔船主的购买欲望，以此带动休渔期间渔民的大批量安装。

4、打破单一依靠代理销售的格局。休渔期前不要不精力全部放在代理商的销售上，因为时间不允许，我们可以找几个大的渔业公司，依靠政府部门的帮助，投放几台产品上船作业，以此带动强劲客户。

(三)下半年工作重点

1、在广泛听取业务员和代理商意见的基础上，加大对代理商的监管力度，有重点的培养一些诸如渔业公司、船厂、水产公司等国营企业单位的终端客户。

2、下大力抓好已发出去设备及已安装上船设备的技术跟进和每天的机组运行情况登记反馈。

3、有目标的培养一部分潜在想代理公司产品的人员。我们可以对以前打电话咨询代理事宜的人员进行再次跟进，必要时可以发展为公司潜在代理人员，以备后事之需。

**销售半年工作总结前言篇四**

上半年悄悄离我们远去，在上半年我们公司也开了上半年的销售会议，公司领导在会议上也做了半年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司半年来的工作情况，还总结了一些经验供我们分享。所以在这会议之后，领导要求我们也来给自己半年的工作做个总结，希望通过总结我们能够更好的认识自己和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展下半年的工作。

现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

一、塌实做事，认真履行本职工作

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。像这样的客户就可以列入主要客户群体里。他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

二、主动积极，力求按时按量完成任务

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的机会。即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关;其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力;再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

六、后半年的计划

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事\_的数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自己的销售量，争取赶上他们。我要给自己定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在后半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

**销售半年工作总结前言篇五**

在这半年以来，\_\_\_的营销工作在一定程度上取得了一定的成绩，基本上完成了公司年前的既定目标，但也存在不少的小问题，为了更好的完成项目的相关营销工作、实现双赢的最终目标，双方结成了真正意义上的战略合作伙伴关系，特对半年阶段性的工作进行一下总结。

一、\_\_公司\_\_项目的成员组成：

\_\_营销部销售人员比较年青，工作上虽然充满干劲、有激情和一定的亲和力，但在经验上存在不足，尤其在处理突发事件和一些新问题上存在着较大的欠缺。通过前期的项目运作，销售人员从能力和对项目的理解上都有了很大的提高，今后会通过对销售人员的培训和内部的人员的调整来解决这一问题。

由于对甲方在企业品牌和楼盘品牌的运作思路上存在磨合，导致营销部的资源配置未能充分到位，通过前段工作紧锣密鼓的开展和双方不断的沟通和交流，这一问题已得到了解决。

二、营销部的工作协调和责权明确

由于协调不畅，营销部的很多工作都存在着拖沓、扯皮的现象，这一方面作为\_\_公司的领导，我有很大的责任。协调不畅或沟通不畅都会存在工作方向上大小不一致，久而久之双方会在思路和工作目标上产生很大的分歧，颇有些积重难返的感觉，好在知道了问题的严重性，我们正在积极着手这方面的工作，力求目标一致、简洁高效。

但在营销部工作的责、权方面仍存在着不明确的问题，我认为营销部的工作要有一定的权限，只履行销售程序，问题无论大小都要请示甲方，势必会造成效率低，对一些问题的把控上也会对销售带来负面影响，这样营销部工作就会很被动，建立一种责权明确、工作程序清晰的制度，是我们下一步工作的重中之重。

三、关于会议

会议是一项很重要的工作环节和内容，但是无论我们公司内部的会议还是与开发公司的会议效果都不是很理想，这与我们公司在会议内容和会议的形式以及参加人员的安排上不明确是有关系的。现在我们想通过专题会议、领导层会议和大会议等不同的组织形式，有针对性的解决这一问题，另外可以不在会上提议的问题，我们会积极与开发公司在下面沟通好，这样会更有利于问题的解决。

四、营销部的管理

前一阶段由于工作集中、紧迫，营销部在管理上也是就事论事，太多靠大家的自觉性来完成的，没有过多的靠规定制度来进行管理，这潜伏了很大的危机，有些人在思想上和行动上都存在了问题。以后我们会通过加强内部管理、完善管理制度和思想上多交流，做好个人工作计划，了解真实想法来避免不利于双方合作和项目运作的事情发生。

**销售半年工作总结前言篇六**

为了确保20\_\_年全年经营任务的顺利完成，销售部现对上半年工作进行总结和分析。从中找出部门存在的问题和不足，并在下半年的工作中全面贯彻落实。

一、 经营情况分析

20\_\_年上半年，我部门共完成销售收入252.96万元，同比去年增长11.33万元。其中客房收入131.48万元，同比增长16.76万元;餐饮收入121.48万元，同比减少5.43万元。上半年共接待团队会议144个，同比增长17个，团队会议用房总间夜数为4289间/夜。其中，消费伍万元以上的会议共9个，消费总金额76.53万元，用房数为1448间/夜，占上半年销售收入的30%。

以上数据显示，上半年销售部工作整体态势稳中有升，但会议客人的餐饮消费金额有所下降，这一点值得我们关注和思考，计划部门下半年的工作在保证客房出租率的同时，将偏重于会议餐饮销售工作，确保全年任务顺利完成。

二、 客源结构分析

1、会议：

上半年我部门共接待石化系统会议57个，占接待总量的40%;接待安科院会议19个，占接待总量的13%;接待外宾团4个，占接待总量的2.7%;其它客户占接待总量的44.3%。根据分析可见，石化系统和安科院的会议在上半年占了一半以上的比例。

2、散客：

上半年我部门共签订协议合同181份，其中新签协议合同103份，协议合同散客用房数为2368间/夜。

三、 调整销售思路，扩大酒店影响

1、突出工作重点，发展重要客户

由上半年数据分析，客户占据了半壁江山，但随着20\_\_年x月总部的搬迁，势必在明后年对大厦会议销售产生不利影响。我部门将从今年下半年开始，利用会召开之前有利的市场大环境，加大对周边其它客户单位的销售力度，重点放在中国xx科学研究院、xx部科学研究院、xx部科学研究院、中国研究院、中国xx集团这几家大的单位，力争到20\_\_年上半年逐步扩大市场份额，把搬迁造成的不利影响降到最低。

2、加强与旅行社的联系

为了迎接20\_\_年会的到来，丰富酒店客源结构，销售部下半年开始陆续增加与旅行社的业务联系。工作重点将放在外宾团队接待上，努力提高外籍客人入住率，进一步提升酒店自身的形象和档次，最终实现销售工作多元化。

3、逐步开展与订房公司的合作

长期以来酒店客房使用率一直在高位运转，但酒店与订房公司之间基本没有合作关系。考虑酒店的长期发展态势，逐步选择与知名订房公司开展合作。不仅可以利用网络订房的优势，还可以提升酒店的

知名度。这样在取得良好的社会效益的同时，也可以成为酒店新的经济增长点。

四、 找差距，抓管理，保任务

20\_\_上半年酒店客房总体出租率为80.63%，但我们也清醒的看到其中存在的问题，例如：会议餐饮消费收入下降、周六和周日酒店上门散客相对较少等等。上述情况说明我们销售部工作还有做的不到位的地方，对市场形势分析还不够透彻。这对我们下半年的工作提出了新的要求：

1、加强客源信息分析，掌握周边市场动态;

2、积极协助餐饮营业部的工作，对酒店在住的会议客人用餐提出合理化的建议;

3、保持与周边酒店销售部的横向联系，做到知己知彼，更深层次地占有市场;

4、加强部门的内部管理，戒骄戒躁，踏实工作，提高销售人员的服务水平。

时间过半，销售部全体员工下半年将紧密围绕经营任务这个主题，在总结上半年工作和存在问题的基础上，团结一致，齐心协力，与各相关部门紧密沟通，抓住时机，确保今年各项经营指标的完成，以优异的成绩回报各级领导的信任和厚爱。

**销售半年工作总结前言篇七**

半年的时间很快就过去了，在20\_\_年开年之初我就对自己立下目标，在年中已经完成一半了，让我对之后的工作有了更高的期许，也让我对自己在房地产销售这个职业充满了信心。我来到公司的时间不是特别长，在这半年的时间是我实践自己所学的半年，也是奋斗和加紧学习的半年，为了将下半年的任务完成的更加突出，现将上半年的工作总结如下：

一、上半年个人成绩总结

在这半年多的时间里，我通过努力工作得到了一些收获。今年，我一边学习产品知识，一边摸索市场，通过不断地收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对市场有了较深刻的认识和了解，能条理清晰、快速地应对和处理客户提出的各种问题，较准确地把握客户的需要，良好地与客户沟通，取得了多数客户的信任。经过半年多的努力，获得了一些成功案例，一些优质潜在客户也逐渐积累到了一定程度。在此过程中，我的业务能力比以前又有所提升，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，对于一项业务可以全程的操作下来。今年上半年主要完成了以下业绩......

二、存在的缺点

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。自我感觉业务能力和应变能力尚且存在较大提升空间。

三、下半年工作措施

1、对于老客户、重点客户和潜在客户，定期保持联系和沟通，稳定与客户关系，以取得更好的销售成绩。

2、在拥有老客户的同时还要不断发掘更多高质量的新客户，使我们的产品销售得更为广泛。

3、加强多方面知识学习，开拓视野、增长见识，采取多种途径提高业务水平，把销售工作与交流技能结合。

四、下半年销售目标

下半年的销售目标zui基本的是做到下达的\'任务量。根据销售任务，把任务根据具体情况分解到每月、每周、每日。将销售目标分解到各个潜在客户身上，完成各个时间段对自己下达的销售任务，并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

以上是我对今年上半年销售工作的总结，以及对今后工作的一些不成熟的建议和看法，恳请领导斧正。

上半年对于汽车销售行业来说，是一个淡季，客户上门的几率相对较小，汽车销售的数量同比其他月份少，针对这种情况，在公司销售经理王经理“山不过来，我们过去”的销售策略下，开始实施“主动出击，开发市潮的战略方针，作为一名销售顾问，我们在做好顾问式的销售方式的同时，进一步做到上门服务、宣传两不误，作为分管\_\_市\_\_区的销售经理，现将汽车销售上半年工作总结如下：

一、目标

经过月初分析总结，锁定\_的目标客户为中小企业主、有实力的个体户、国家公务员、大型企业高层管理人员等，因此，2月份第一次宣传针对有实力的个体户展开了攻势，通过上门访谈、发放宣传资料、邀请意向客户试乘试驾等。

二、经过

个体户里面曾经的光辉人物们——汽车市场个体户，今年\_的房地产飞速发展，因此带动并且引爆当地的建材市场，相当一部分人，理所当然地暴富了，有了钱需要改善原有的生活，原来不懂消费，不会消费，这就需要我们引导消费，宣传我们的汽车，给准客户的生活带来了一丝色彩，不至于使他们天天面对自己的“上帝们”也让自己当一回“上帝”，宣传有一定的效果，但是在我沟通的过程中，也清楚地认识到\_年底带来的世界金融危机，一样未曾幸免的波及到了\_汽车产行业，顺势波及到汽车市场，这个时候的建材市场如同我们上半年的汽车展厅一样冷清，现在更多的个体老板选择持币待购，静观其变。

三、总结

虽然汽车市场一时陷入了困难时期，并不代表其将一蹶不振，等到经济好转的时候，我的努力也就不会白白的付出了，无论是楼市，还是车市，总有经济复苏的一天，现在只需要做好我们该做的，让斯巴鲁在\_家喻户晓，经济好转的时候，总会有人来买车!

四、计划

我个人认为下半年的工作计划还是以主动出击为主，守株待兔为辅，尽快地扩大宣传范围，通过各种不同的宣传渠道，让更多的人了解斯我们公司!上半年已过，在此期间，我通过努力的工作，也有了一点的收获，借此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今后的工作做到更好。

通过不断的学习专业知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在我对市场有了一个大概的了解，逐渐的可以清晰。流利的应对客户所提到的各种问题，对市场的认识也有了一定的掌握。

在不断的学习专业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。

随着市场竞争的日益激烈，摆在销售人员面前的是—平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，拥有一个积极向上的心态是非常重要的。

**销售半年工作总结前言篇八**

销售部自\_年初以来，认真贯彻集团公司关于认真抓好制冷机组市场销售的指示精神，在公司领导的正确指导和管理下，销售部下大力充实了销售一线业务人员队伍并组织进行了培训，注重抓好了各重点渔港的代理制销售网络的建设和目标客户群体的巩固，全国各大渔港的代理制销售网络现已陆续建立，业务员与代理商之间的沟通、协调能力也在逐步增强，我们在对制冷机组进行市场开发的过程中，不断探索代理销售的新方法、新思路，从目前的销售情况看，我们的销售工作正承现出良好的发展势头。现将销售部上半年销售工作情况及所存在的问题作一简单的总结，并对销售部下一步工作的开展提几点看法。

一、销售部成员组成

目前，销售部共有业务人员9人，他们进公司的时间最短的也有3个月，经过公司多次系统地培训后，他们已基本熟悉了制冷机组的技术性能、构造以及代理制销售业务运作的相关流程。对这9名业务人员，我们按业务对象和重点进行了任务区分，在业务人员比较少的情况下，使每名业务员既当终端客户的业务员又当代理商主管，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞。与此同时，销售部长在统抓全面销售的情况下，不定时的对各个分点进行实地检查督导，与代理商当面沟通，探讨分季节段的制冷机组销售工作，使销售部的工作稳步发展。

二、建立了一套系统的业务管理制度和办法

我们在总结去年工作的基础上，再加上近半年来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于代理商销售队伍及业务开展的管理办法，各项办法正在试运行之中。首先制定了“管人”的《销售部业务人员考核办法》，对业务人员的考勤办法及每天的工作重点和建立的客户对象作出了明确的规范;对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求。其次，出台了“管事”的《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部进行定位的基础上，进一步地对接到发货通知后的发货准备、发货流程、机组安装及机组安装后的运行情况等业务开展的基本思路作出了细化，做到了“事事有要求，事事有标准。”

第三制定并规范了代理销售合同。在原有代理销售合同的基础上，我们又请集团法律顾问对代理销售合同进行了再规范，在与代理商签定合同时基本没出现因合同制定而发生的迟签和不签现象。第四形成了“总结问题，提高自己”的业务办公会制度。业务人员每次出差回来后首先到销售部集中报到，由销售部长主持如开业务办公会，及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重业务人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

三、统一思想，端正态度

从销售部成立之初，我们便站在以寻找战略伙伴的角度，和公司一道谋求制冷机组快速推进市场的方法。坚持短期效益和长远计划相结合的方向，一方面尽快寻找具有良好影响力和推广力的代理商，一方面大量的作基础性工作，深入渔港，了解掌握各地渔业的基本情况和渔民的观念、效益和保鲜需求，扩大渔民对产品的认知度，为以后全面推进市场作好铺垫。并试图以现有的价格体系磨合市场，保证公司的利益，由始至今我们一直坚持，对产品充满信心，并不计成本地努力。

**销售半年工作总结前言篇九**

20\_\_年上半年马上就要过去，回顾这半年来我在公司领导及各位同事的支持与帮助下，严格要求自己，按照公司的要求，尽职尽责完成自己的本职工作。在企业不断改革的推动下，我认识到不被淘汰就要不断学习，更新理念，提高自我的素质和业务技术水平，以适应新的形势的需要。现就个人半年来的工作情况做以下总结：

一、积极贯彻公司领导关于公司发展的一系列重要指示，忠于公司、诚实守信、爱岗敬业、团结进取，进一步转变观念，改革创新，面对竞争日趋激烈的房地产市场，强化核心竞争力，开展多元化经营经过努力和拼搏，使公司持续的发展。全面加强学习，努力提高自身业务素质水平。作为一名宣传销售人员肩负着上级领导和同事赋予的重要职责与使命，公司的销售计划及宣传方案需要我部门去制定并实施。因此，我十分注重房产销售理论的学习和管理能力的培养。经常在网上浏览和下载房地产的信息和去书店购买房地产方面的书籍学习相关知识，每天关注国内外各媒体的新闻和专题节目。注意用科学的方法指导自己的工作，规范自己的言行，树立强烈的责任感和事业心，不断提高自己的业务能力和管理能力

二、销售部在上半年的主要工作就是摸市场、搞调查、细分析、学经验，为咱们 “紫荆名苑”的销售工作做好铺

垫。

“紫荆名苑”东临名城市规划路，南临南环路西延段，西临机床厂技校校办工厂，北临“晨曦名园”。与我们项目相邻的在建工程“星河湾”一期从20\_\_年底开盘时均价2900元/m2直升至20\_\_年7月的3900元/m2，二期现均价3600元/m2。在规划路和\_\_路位置的商铺均价为8880元/m2，位于\_\_\_位置的均价为12000元/m2。最大面积约300m2最小为169m2，一二层送地下室。车库为8万—12万，面积最小为

3.4m\_4.2m最大3.6m\_5.7m。此项目我个人认为优点：楼盘大、户型多、价位低能满足大多数老百姓的需求，施工速度快今年7月下旬一期交钥匙。缺点：没有吸引知名企业入驻商业街，商铺在短时间内很难形成规模，小区内缺乏绿地景观，这将降低楼盘的档次很难吸引高端客户入住小区。

最近名城市正在热销的几个楼盘我也进行了走访其中有两个我认为不错的楼盘可做参考，第一个是“\_\_\_\_”，它位于名城市\_\_南街繁华的商业地段，现推出7栋27层高层，楼王是3、7#楼起价4500元/m2，其它5栋起价4300元/m2，均价4800元/m2，一房一价付全款3点优惠。商铺均价25000元/m2，最低价23000元/m2最高价30000元/m2，面积200-300m2，地下三层有车库和车位，价位未定。有一座商业大厦将由王府井百货、万达影院入驻其中很吸引人气。第二个是“\_\_\_\_”位于名城市\_\_\_街和\_\_\_西路交汇处是名城一

中的学区房，一期住宅销售1-3#楼，27层，起价4380元/m2，1-6层每层加价100元，7层以上一房一价，付全款2点优惠。一栋公寓楼共22层，面积为50.66m2，均价4800元/m2销售火爆。商铺18800-19800元/m2，面积为130-150m2，付全款无优惠。现以商业铺面和公寓楼为主要销售点，拉入家乐福，肯德基和一个影院入驻商厦。其它几个老楼盘如\_\_\_城、\_\_\_源、\_\_\_·府城、\_\_\_\_城均价都已进入4200元/m2-5000元/m2。它们都有个共同点就是吸引知名品牌入驻商厦打造声势，吸引高端客户入驻小区。“\_\_\_城”先已商业铺面和公寓楼为主打销售有别于以前的将商业铺面放置最后出售的销售方式这样资金回笼快，施工垫资压力降低，有可能销售时间也将缩短。

对于\_\_\_内部在销楼盘“\_\_\_”、“ \_\_\_\_”我进行分阶段的回访，对价格、销售情况和所有户型进行更新、整理，把最新的资料汇报公司，以协助公司领导对\_\_\_市场有个正确的定位。如，“\_\_\_\_”开盘价格未2680元/m2和2700元/m2七月份价格每平米各涨了150元，而“局\_\_\_\_旧房改造”开盘价2688元/m2七月份价格还和开盘时的价格相同预计楼房盖至7层时有可能涨价。

以上是我这半年来收集的名城市和\_\_\_局的一些主要对我们项目有帮助的楼盘的资料，并提出我个人的一点观点请领导审查。我决心认真提高业务、工作水平，为公司经济的

发展，贡献自己应该贡献的力量。

杨明洁

20\_\_-7-5

**销售半年工作总结前言篇十**

市邮政局市场部20xx年下半年工作总结及安排强管理 重营销 抓服务 促发展 20xx年下半年市场部在市局和\*局的领导下，在\*局各部室和班组、支局所的大力支持下，以“三个代表”为指针，认真贯彻执行市局“真、新、实、意”的工作方针和\*局“以发展为主题，经济效益为中心，现代管理模式为主线，热情服务为宗旨，立足富局兴邮想实招、办实事、求效益，实现速度、效益的同步增长”的工作思路，以拓展市场为动力，以效益增长为目标，积极发展各项邮政业务和新业务，通过全体员工的共同努力取得了较好的效果。

一、业务量收完成情况

下半年业务收入完成1202.51万元，全年业务收入完成2360.13万元，为年计划100.01%，全年业务总量完成2595.2万元，比去年同期增加23.8万元，完成年计划103.81%。

二、金融类业务完成较好

下半年实现邮储收入711.52万元;邮储余额实际净增6424万元，全年邮储收入完成1388.6万元，完成年计划102.86%，;余额实际净增9213万元，为年计划113%。下半年共办理邮政汇兑新业务1053笔，实现收入7746万元，其中收汇“加急汇款”281笔，收入1405元;“特急汇款”575笔，收入5750元;回执业务197笔，收入591元。全年汇票收入完成92万元，为年计划209.07%。全年共签邮储pos机安装协议17户,现已安装8台.9—12月pos业务共刷卡消费173笔，金额合计46527.92元，实现收入465.28元。下半年代收保费127万元，全年代收保费累计完成251万元,实现收入31750元。

三、其它邮政业务及新业务收入完成情况

下半年函件收入完成63.29万元，完成进度计划115%。全年累计完成110.87万元，完成计划100.79%,共揽收企业拜年卡6.2万枚，制作帐单3676件。下半年包件收入完成34万元，全年完成78.5万元，为年计划78.5%，下半年特快收入完成85.53万元，全年完成162.45万元，为年计划100.27%。下半年集邮收入完成48.47万元，全年累计完成85.74万元，为年计划46.35%。 下半年报刊收入实现174.80万元，全年累计完成286.80万元，为年计划102.43%。20xx年报刊大收订流转额完成542.6万元，完成预计计划的61%。 下半年物流收入实现10.9万元，全年累计完成33.03万元，完成年计划50.82万元。 下半年广告收入完成17.6万元，全年累计77.24万元，完成年计划96.55%。 下半年新业务收入完成27.5万元，全年累计完成34.61万元，为年计划75.24%。其中下半年代售体彩74.56万元;代售移动号卡4.94万元;代售充值卡46.86万元;代售火车票82笔，代售金额28476元;代收电话费439万元;代发工资61.76万元;代发养老金1507万元;代收税款22.38万元。

四、做好公关协调工作，顺利通过了人行对邮政储蓄的专项检查五、狠抓优质服务工作，强化服务意识，提高服务质量，全年无一例实现用户有理由申告

六、自7月1日市场部成立以来，各管理人员在新的工作岗位上，不断学习各项业务知识和管理技能，整体管理水平和管理素质得到了进一步提高。

20xx年下半年，我们主要做了以下工作：

一、深化改革，提高服务质量1、深化改革，优化组合，促进业务快速发展。

(1)在市、\*局的大力支持下，将原邮政营业组划分为6个独立的邮政营业所，将储蓄组、汇检组组合为储汇组和大东街邮政所，将精品组、物流组、报刊发行组合并为投递组。城内成立了7个独立经营运行的邮政所，\*局与7个所主任签订了《城区经营责任承包书》，通过责任承包，进一步调动了所主任和员工的积极性，激发潜在能力，发挥他们拓展业务的创造性和主动性。储汇组和投递组的成立，有利于统筹安排，便于用户办理查询，进一步提升了后台支撑能力，提高服务质量。为适应市场需求，提高营销效果，增设了营销中心，10—11月，营销中心共创收236798.41元。其中，收订报刊流转额完成20xx80.48元，发展储蓄存款10300元，发展传统业务实现收入2622.70元，揽收企业金卡6000枚，揽收企业形象年册730册。

(2)向社会公开招聘员工，提升邮政品牌效益。九月份，配合市局人力资源部一道，向社会公开招聘营销人员和投递员。人力资源部对应聘人员进行了岗前培训，通过理论和实际操作考试，采取择优录用的方式，聘用了成绩优秀的5名营销员和2名投递员。这次公开招聘，给邮政企业注入了新鲜血液。

(3)深化投递体制改革。为改善服务，做好“三进”工程，提高投递质量和服务质量，\*局成立了“\*市邮政局投递改革领导小组”，对投递体制进行改革。对投递段道进行了重新划分，由投递人员重新选段。各段道投递员实行“收投合一，划段包干”，既要负责该段道的投递频次和质量，还要负责该段道各项邮政业务的宣传与揽收。对揽收的业务制定了相应的奖励政策，以激发各投递员揽收业务的积极性和主动性。

(4)解放思想，更新观念，共谋发展 。做好员工观念转变工作，将观念教育和引导相结合，在日常管理工作中，使员工理解、支持企业的改革，增强凝聚力，激发潜力，树立“邮政靠我生存，我靠邮政发展”的理念，从而调动职工发展业务的积极性。

二、强化市场营销意识，努力拓展市场，注重信誉创品牌

1、抓好营销培训，做好营销工作，努力拓展市场。面对激烈的市场竞争，营销工作在企业经营中的作用十分重要，那种“酒好不怕巷子深”的经营方式已不适应现代市场的需要，增强营销意识，提高营销技巧，才能在现代市场竞争中巩固和拓展业务，达到持续发展、立于不败之地的目的。 8月份，我们请保险公司蓝经理一行对城内全体员工上了一堂生动的营销课，同时人教部对营销人员也进行了营销知识的培训。使员工对营销知识、方法、手段、技巧等有了一个新的认识，通过培训，使员工的营销意识进一步增强，营销技巧得到了提高，切实做好了邮政业务的营销工作，收到了明显的效果，通过员工的多方努力，上门营销，取得了各单位的大力支持，今年共揽收企业形象年册2380册，企业拜年卡6.2万枚。

2、开辟新领域，拓展新市场

(1)7月,我局与卫生院签订了销售“新生婴儿宝宝纪念册”协议，开辟了区乡各大医院销售宝宝纪念册这片新市场，下半年共销售宝宝纪念册361册。

(2)11月与安都集团签订了邮购“显合高效促长剂”饲料的协议，通过前期试点，安都集团的猪饲料效果较好，试点用户纷纷要求购买，12月销售饲料241包。

(3)开展火车票代售工作。认真贯彻落实省局《四川省火车票特快配送业务》省市局“关于开办火车票特快配送业务的通知”文件精神，在全局范围内全面推开代售火车票业务，自8月开办以来，共代售火车票82张，创收778元。

(4)做好pos业务的推广和促销工作。开展持卡消费活动，倡导邮政员工及其家属养成持卡刷卡消费习惯，以此带动刷卡消费市场，提高绿卡银联卡的使用率和市场占有率，从而带动活期存款比例的提高。

(5)利用中秋节月饼销售旺季，狠抓月饼邮购工作。为充分利用中秋节月饼销售旺季，进一步拓展邮购业务领域，8月市场部向各邮政所、班组下发了“关于做好中秋月饼营销工作的通知”，在城内各邮政所、班组推出邮购月饼销售活动，通过这次月饼销售活动，共实现邮购收入6046.10元。

三、狠抓重点、努力创收

1、狠抓邮政储蓄业务发展不放松，努力做大邮储余额，形成规模效益，全年邮储余额净增8206万元。一是针对城内邮储余额发展不很理想的情况，于7月重新调整了各所的收入计划，从而带动了城内邮储余额的较快增长。二是三季度在全局范围内开展了邮储“金秋风暴”营销竞赛活动。充分发挥广大员工发展储蓄业务的主动性、积极性和创造性，竞赛期间，邮储余额净增5512万元，促进了邮储净增余额再创新高。三是加大宣传力度，做好绿卡银联卡的换发工作。在每个邮政营业窗口均张贴有“公告”，提请用户做好绿卡银联卡的换卡工作，同时，注重宣传邮政点多面广的网络优势和绿卡网点遍布城乡的资源优势，让外出打工人员知道使用绿卡更方便。全年累计发卡37392张，活期比例比去年末上升个百分点。

2、搞好20xx年报刊收订工作，一是及时召开党报党刊发行工作会，传达中央、省市发行工作会精神，在地方党委、政府、宣传部的领导、支持配合下将任务层层分解、落实，并指定专人负责加强与宣传部的联系，及时反馈，汇报情况，做好20xx年党报党刊征订工作。二是于9月召开了发行站员会，对报刊收订工作作了安排布置。三是组织报刊收订临时服务点，到各单位收订报刊。

3、特快业务得到快速发展。一是深入调研市场及时收集反馈信息，今年7月，我们发现锦华公司、沱牌集团、齐全饲料等部分大单位的特快比以前明显下降。于是认真分析原因，走访用户，发现另一家特快公司 “申通公司”以其低廉的价格到该厂揽收业务，知获这一信息后，我们及时到这几大公司上门宣传邮政的品牌优势、服务质量、邮件安全保险等优势，经过多次联系，这几大公司决定到邮局寄递，我们将丢失的用户从其它快递公司夺了回来。二是继续做好特快送汇业务，加强宣传解释，严格按规定的资费标准收取送汇费。三是注重窗口宣传，引导用户尽量使用，特快寄递邮件。

4、加大电子汇兑新业务的宣传力度，提高新业务在收汇业务量中的比重。从而实现汇兑收入的增长，下半年，新业务收入占汇票总收入的2.83%。5、抓好集邮业务。一是在抓企业形象年册、宝宝纪念册的基础上，注重个性化邮品开发，实现收入11.5万元。二是做好新邮预订的宣传收订等工作。新邮预订实现收入335210元，

四、找差距，强管理、优服务

1、重视管理人员，所主任的管理知识培训和指导工作。9月份，对所主任进行了管理知识培训，同时，重新拟定了市场部各岗位职责和所主任职责，使各员明确职责，认真履行好管理、服务、帮促等职责。在日常工作中，注重培养、锻炼他们的独立工作能力，切实做好经营、管理的组织、营销、帮促等工作，促进业务发展，提高整体管理水平。

2、市场部对业务发展差的网点，召开现场经营分析会，对帐单业务发展进展情况进行详细分析，找准差距，查出原因，帮助其出主意、想办法、添措施，促进业务持续增长。

3、认真贯彻落实《四川省邮政营业、投递规范化服务评定标准以》，将营业窗口和投递两个环节作为重点来抓，要求各员工规范服务用语，认真宣传业务，杜绝用户申告。同时，对德胜路和明月桥两个邮政所按规范化服务窗口的要求进行了重新安排布置，从设施和人员配备上尽量达到要求，给用户一个优美、舒适的用邮环境。

4、加强设备维护。现代化邮政越来越依靠科技设备，设备建设投入增多，树立向管理要效益的观念，管理不好就不会出效益。我们落实了预检预修制度，以保证前台设备网络的正常运行，从而推动各项业务的顺利发展。

半年来在\*局领导及各部门的支持下，市场部工作虽然取得了一定的成绩，但离市、\*局的要求还有一定的差距，收入计划未完成市局计划，基础管理仍较薄弱(主要是城内班组、所)，业务宣传、解释不够，还存在用户来信来访投诉等问题。但我们相信，20xx年市场部在市、\*局的正确领导下，将全面落实，深化改革，市场部与时俱进，以更饱满的热情去迎接新的挑战，再创新的辉煌。

**销售半年工作总结前言篇十一**

转眼今年上半年已经结束，为了更好的开展下半年的工作，我就上半年的工作做一个全面而详实的总结，目的在于吸取教训、提高自己，以便于把下半年的工作做的更好，完成公司下达的销售任务和各项工作。

一、上半年完成的工作

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的柜中柜营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对以往的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

二、下半年工作打算

抽时间通过各种渠道去学习营销方面的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他\_品牌产品的销售情况以及整个\_市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

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