# 【精华】销售述职报告三篇

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-10-01

*【精华】销售述职报告三篇在学习、工作生活中，报告有着举足轻重的地位，我们在写报告的时候要避免篇幅过长。相信很多朋友都对写报告感到非常苦恼吧，以下是小编收集整理的销售述职报告3篇，欢迎大家分享。近期业绩明显下滑，现虽然处于销售淡季但同行采取价...*

【精华】销售述职报告三篇

在学习、工作生活中，报告有着举足轻重的地位，我们在写报告的时候要避免篇幅过长。相信很多朋友都对写报告感到非常苦恼吧，以下是小编收集整理的销售述职报告3篇，欢迎大家分享。

近期业绩明显下滑，现虽然处于销售淡季但同行采取价格或依靠其自身的知名度及具竟争优势;所处商圈选对店铺的选址，对于门店能否盈利至关重要，专卖的品牌经营店在众多的服装品牌销售中最具亲和力，以其新颖的款式、统一的门户设计、赏心悦目的购物环境赢得了现代人的认可。通过这种模式的经营，既扩大了品牌的影响力又提高了销售额。但目前多种形式的经营模式的存在在价格具有优势有甚者以稍高批发价的价格出售，现对该区域的情况总结如下：

金峰基本情况：辖区面积29.88平方公里，常住人口7.2万人。XX年晋升为福州市超一流经济强镇，XX全镇工业总产值近59亿元，上缴税收近9000万元。 草根工业”发源地，福州市超一流经济强镇。XX年完成工业总产值55.86亿元;农业总产值13265万元，财政收入7523万元;农民人均纯收入7500元。商贸业发达，现有各类商业网点3500多家，消费人群近30万人，日客流量5万人，社会消费品日销售额达700万元。主要有化纤、棉纺、纬编、经编、机织、染整等6大项。目前，正全力打造空港工业区金峰园区，正大力进行旧城改造和市政新区建设，旧城改造总规划面积700亩，首期42亩已进入建设阶段。

所在商圈分析：同行男装销售分布区域集中，由于旧观念和收入水平的限制形成当地的消费习惯倾向节俭;在商圈辐射的外缘居住现有的群体主要以妇老幼为主以及消费需求偏向低消费，同样的服装或其他产品宁愿付出较低的价格获取同样的效用，当然，年轻的消费群体更倾向新鲜的别出心裁的事物，我店铺趋向于边缘;吸收一些闲散或品牌依赖较高的顾客。 消费特征及市场需求分析：将0-19岁和50岁以上人群定义为储蓄人口，20-50岁人群定义为消费人口，并借鉴统计局公布的人口年龄结构数据和城镇、农村居民衣着消费数据， 25-29岁、35-45岁人群具备最强的衣着消费需求，由于农村和城市的生活环境、社会保障制度以及消费环境存在较大差异，农村居民在衣着方面的消费需求显著低于城镇居民。即使是农村中的高收入人群，其收入绝对值与城镇中等收入人群相当，但在衣着上的支出也明显小于城镇中等收入人群;“越有钱的人在服装方面的消费会越多”的观念与实际情况并不相符，反而是收入少的居民衣着支出占收入的比重相对较高、收入高的居民相对较低，而且这一比值不会无限地缩小或者扩大，证明了服装的一般消费品属性。对于收入水平较低的人群来说，服装更接近于非必需品;对于收入水平较高的人群来说，服装则更接近于必需品。纺织服装行业发展进程，大致都会经历：制造企业大规模生产→生产外移、制造业萎缩、零售商居主导→零售商以服务和快速反应参与市场竞争的过程。现已处于第二阶段，服装行业即将进入下一个黄金十年。那么，服装市场需求的大小、居民消费的特征也对建立竞争优势有一定的参考价值。虽然服装市场潜力巨大还有增长空间，目前夏装渐趋饱和许多商家纷纷采取屡见不鲜的价格促销活动;造成一定程度的冲击。

相对在此区域具有较高的知名度，有相对稳定的顾客群体近期也是处于比较萧条状态，服装的款式较少简单同样缺少需求较多的七分裤，装修布局宽敞整洁;价格区间：[299-399]u[399-459]在价格上不具备竞争优势。

美特斯邦威：所处位置位于商业街繁华地段客流集中地段，陈列紧凑能够适时推出适应大众化需求，推出同类牛仔裤较薄相比之下略有不足之处，同类及市场需求之间划出空白区;部分折扣5折-7折不等、两件8.8折，折扣价格有较大的吸引力，价格较实惠，质量一般也有保证，则既有品牌优势、又有批发市场的优惠价格，价格区间：[49-79]u[89-119]

1.周边没有明显标志建筑物，广告牌不是很清楚;广告指示因周围环境条件限制很难重复的刺激消费者对该品牌印象的清晰，像麦当劳的标识在一百米外依然清晰可见引导刺激作用。

2.牛仔裤系列的面料厚度和当地的需求和习惯相悖，对销量构成严峻的态势;适应这一季度产品生命周期的款式数量并不多。

3.销售人员态度消极缺乏热情，亟待改进。

4.缺少相应的活动，相对而言cabben也面临同样的形势;但其已具备相对品牌信任的顾客群。

千方百计完成区域销售任务;努力完成销售中的各项要求;积极广泛收集市场信息并及时整理上报;严格遵守各项规章制度;对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感;完成其它工作。

积极了解达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善

由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，认真考察并综合市场行情的信息反馈，激发销售热情。同时计划认真学习知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质。

今年以来，随着国家宏观经济的调控，经济下行压力增大，需求增长趋缓，钢铁、煤炭、焦化等相关行业都受到了巨大的冲击，国内煤炭市场整体一片跌势，由于下游需求疲软，而外煤进口又急剧增加，港口煤炭库存持续攀升，导致国内煤炭供需矛盾日益恶化。我公司的煤炭销售也经历了前所未有的压力和挑战，下面我将我公司上半年销售工作总结以及下一部计划汇报如下：

一、煤炭销售逆势求进。

我公司重点用户主要集中在铜冶地区的焦化厂、洗煤厂，由于市场低迷，洗煤厂都处于停产放假状态，而焦化厂则处于限产、保炉、库存大、资金回笼慢、后续资金不足等现状。

二、把握市场效益为先。

面对瞬息万变的煤炭市场，充分掌握用户和周边竞争对手的生产、销售、库存、价格等各项指标信息情况，更显得尤为重要，我部采取“走出去”的调研方式，做到了知己知彼，并科学合理地把握了价格调整的时间差，实现了我公司的效益最大化。

三、煤质管理精益求精。

质量是企业生存的命脉，尤其是现在煤炭购销由卖方市场转向买方市场，那种“萝卜快了不洗泥”的时代已经过去，如果质量都无法保证，那我们企业的前途和命运也无法保证。近期原煤中含矸率高且煤质较湿、杂物多。销售部结合煤质科，组织销售全体员工和两辆铲车参与拣矸，紧密配合、分批筛拣、分步实施，保证了原煤质量，本着对用户负责任的原则，坚持“以诚立业，以信铸魂”的管理理念，不掺杂，不使假，不急功，不近利，用优质的煤炭赢得了市场和用户的认可。

面对当前日趋低迷的煤炭市场，以及竞争对手的各种优势，下一部计划为：

1、密切关注国内各省市的煤炭价格变化，掌握大背景下的煤炭市场走向，为我公司的煤炭价格在市场中准确定位，实现效益最大化提供决策依据。

2、积极收集客户信息，包括采购数量变化、采购渠道变化、煤炭库存变化、煤炭消耗情况等等。

3、坚持“以质取胜”，进一步加强煤质管理，对于客户提出的煤质要求要及时反馈解决，进行必要的二次加工，以优质的煤炭，增强我公司市场竞争力。

4、“走出去”开展市场调研，了解主要竞争对手及周边煤炭市场动态等，掌握他们的生产、销售、库存、价格等各项指标信息情况。

5、增强危机意识，着眼长远，积极巩固老用户，开辟拓展新用户或者潜在用户，做到未雨绸缪。

6、转变以往的工作方式、方法和作风，加强对销售员工业务素质的培训，打造一支素质过硬、作风顽强、敢打敢拼的销售队伍。

在今后的工作中，我们的任务还是十分艰巨的。所以，我们要切实增强责任感和使命感，凝心聚力，真抓实干，变压力为动力，化挑战为机遇，为圆满完成全年销售工作任务而努力!

尊敬的董事会及酒店领导：

从我工作以来，公司培养了我。我和公司在风雨中一路走来。感谢领导对我的信任与关怀，使我今天能够进入公司营销部这个重要的工作岗位，在营销部工作的这段时间，我感受很多；收获也很多。

逐渐成长起来，使我深刻的体会到营销部掌握的是一个企业的经济命脉，是决策者的参谋长。他向领导者提供第一手资料，帮助决策者经营和管理企业。

一个酒店必须要以营销为龙头，以餐饮和客房为支柱的服务质量为先决条件，才能得以生存。

为进一步搞好本部门的营销工作全面了解掌握我酒店以及本土酒店业的市场态势，我部对本酒店以及周边市场进行了一系列的.调查。目的是希望了解我酒店的经营状况以及周边市场情况，以便于为酒店的经营管理提供参考，也为我部更好的开展工作提供详细的的第一手资料。

酒店开业以来，营销部在进行客户友好拜访的同时也有选择性鉴定了一大批消费协议。结合目前的协议客户来我酒店消费情况我部进行了一系列的调查，在现有的协议客户中仅有大概一半的客户前来消费。

较前期有下降趋势，客源的流失使我感到营销力度的不足，在新增协议客户的同时忽视了老客户的回活力度。在工作范围上自我造成了一定的局限性。

因此我部决定将建立完善的客户档案资料，在稳定现有资源的同时，对已签协议后没来消费或者以前经常来现在很少来的客户加强联络，进行回访，建立起与客户之间的良好合作关系，进而和客户成为朋友以达到使其前来消费得目的。

在进行市场调查客户回访的同时我部也要征询和听取客户所反映的信息与意见。这些有助于我酒店进行自我完善。

酒店业务发展的迅猛的，业态结构呈梯对式。酒店业的发展形势也出现了一片繁荣的景象，但同时也出现了供大于求的局面。市场份额的不足也同时制约了酒店业的发展，纵观本土市场我们不可忽视在我酒店周边的中小型宾馆。虽然它们在硬件上有一定不足。

但他们拥有一大批忠诚的客户，并在价格上也占有相当大的优势。

市场竞争是残酷的，我们店的规模以及装饰风格以及形成一定的模式。目前的当务之急是如何稳定现有资源增加新的资源。

硬件对酒店的档次起着重要的作用。而软件的开发管理与利用和服务质量的好坏则是酒店赖以生存的支柱。

软件所指的及人才酒店业的完善就是人才的竞争。有竞争才会有发展。因此我酒店要占领市场更好的发展，首先就要注重人才的培养注重员工的培训，全面的提高员工的素质。服务技能技巧和服务意识。从而使我酒店真正达到星级水平。

给客人温馨舒适的感觉，留住客人的目的。从而达到经济效益与社会效益双丰收的经营目的。

综上所述目前的当务之急是提高员工的整体素质和服务意识，为客人提供特色服务。（餐饮特色和服务特色以及酒店特色）个性化服务针对性服务，以及亲情化服务。

始终坚持100—120的服务原则。通过优质服务来达到真正意义上的星级水平，从而达到赢的顾客占领市场开拓市场新的资源，打造最新的花源品牌形象和营造公司企业文化，占领市场的最终目的。

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