

# 经销商的年度总结与规划

工作学习中一定要善始善终，只有总结才标志工作阶段性完成或者彻底的终止。通过总结对工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

## 经销商的年度总结与规划篇一

乙方：\_\_\_\_\_

一、甲方授权乙方限在\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_市(县、区)区域内作为甲方产品的经销商，甲方不再向另家供货，从而保证乙方销售权。

二、业务办理方式：现款现货，货到先付款后提货。运输交货方式：代运制交货(只限长途)乙方提货额达\_\_\_\_\_元。甲方负责组织货源。

三、甲方按各不同品种瓶、盒上明确标明的产品执行标准保证产品质量。

四、乙方对销售困难的任何\_\_\_\_\_白酒品种在保持产品原样的情况下，享受调换、退货、退款的选择权，从而维护乙方经济利益不受损失。退货调换品种时运费由乙方承担。

五、乙方在所在区域内经销\_\_\_\_\_白酒发生的一切经营费用(专卖、税务、工商、技术监督、卫生防疫等)和经营风险都由乙方自己承担。

六、乙方必须严格按约定区域、价格销售，不准跨域降价销售，第一次按当地经销商收回的冲货数量为依据给予冲货方

应得提成的3倍罚款，从提成奖励中扣除；第二次甲方取消乙方该品种的经销资格；第三次甲方有权单方终止协议并扣除乙方所有提成奖励。

七、乙方自协议签定之日起3个月内如月平均销售额达不到( )元，甲方有权自行终止本协议。

八、本协议自双方签字第一批货物交付后生效，有效期应甲方委托乙方代理：申请专利一事，经双方协商，自愿订立下列条款，共同遵照履行。

1、乙方接受甲方的委托，指派为甲方办理上列项目。

2、乙方必须尽职尽责维护甲方的合法权益，在接到甲方全部资料和费用之后及时地办理委托事项；如果按甲方提供的联系方式乙方无法及时与甲方联系，甲方将承担由此带来的全部后果。

3、甲方必须真实地提供有关技术资料(或实物)，乙方对甲方的技术(或实物)负有保密义务；乙方在接受委托后发现甲方有捏造事实、弄虚作假的行为时，有权中止代理，依约所收费用不予退还。

4、如果乙方无故中止履行合同，需将代理费全部退还甲方；在乙方已启动代理后，甲方提出终止履行合同时，依约所收费用不予退还。

5、甲方委托乙方代理权限是：全权代办上述事宜，乙方在贰周内完成，并交甲方；时间为费用到帐日起。

6、甲方向乙方缴纳代理费元、工本费元，代理绘图费元，代缴申请费元，共计人民币元(大写)7、乙方代甲方办理提交申请文件及代缴费用后，十个工作日之内将有关文件、收据邮寄给甲方或者通知甲方自取。

8、本合同有效期是自签字之日起至本项代理事宜办理结束止，所委托事宜的结论以国家有关部门的决定为准。

9、未尽事宜经双方协商可以给予补充。

10、本合同共十款，一式两份，甲、乙双方各持一份。

甲方： 乙方：

联系电话： 联系电话：

年月日年月日

## 经销商的年度总结与规划篇二

尊敬的各位领导，各位来宾，女士们、先生们：

你们好！

很荣幸能够作为将军企业长安瓷砖的一级经销商代表在这里发言，首先感谢将军企业给我的机会，这是对xx经销商三年工作的肯定，对我个人来说也是一种荣誉。

同将军企业长安瓷砖合作的三年，我亲眼见证了一个品牌从小到大，从弱到强的发展历程，长安瓷砖产品由单一瓷片系列到仿古砖，抛光砖系列的扩充，以及品牌形象不断完善，由专卖区到专卖店的终端建设等诸多方面，可以说，长安瓷砖的进步速度是惊人的，到目前为止，营销体系的完善，质量、技术、服务、宣传的提高，已使它具备了挑战名牌的实力。销售长安瓷砖过程，也是我个人心理转变的过程，一开始接触长安瓷砖，除了看到其花色比较领先，企业口碑在行业比较好之外，其它的如质量，售后服务都不了解，一度我的家人还持反对态度，但我看好柳总的思路，看好将军企业

的发展后劲，于是说服我的家人，加入了长安经销商团队，我的第一批产品卖出后，我发现它是零投诉，从客户那里反馈过来的使用情况及对产品花色的评价也相当高，令人惊喜的是，常出现一个地区的分销商推荐其他地区的分销商来专门洽谈经销长安瓷砖，这让我大大增加了对长安瓷砖的信心，意识到将军企业没有夸大长安瓷砖的质量优势和花色优势。于是我开始有意识的'加强长安瓷砖的推广力度，在xx陶瓷市场二期做了两幅大型广告，做了两个四百平米以上的专卖店，同时也加大了对分销商的广告支持，这些措施取得了良好的经济效益。三年迈了三大步！

之所以愿意经销长安瓷砖，除了它质量好，花色新颖以外，还因为它有很规范的市场政策。我觉得将军企业对市场的控制能力是非常出色的，对其产品的市场定位也非常恰当，价格合理并且具有相当高的稳定性，这对我们经销商的销售工作是一个巨大的支持。我们不愿为厂家政策的朝令夕改而疲于奔命，不原为市场的混乱无序而付出无获，我们的任务只是需要向消费者推荐一个质优价廉的产品，和一个值得信赖的品牌，这极大降低了我们销售工作的难度和压力，经销长安瓷砖，我们觉得很放心。

我与柳总认识很多年了，但是要做他的产品经销，还是有过疑虑，有过彷徨，事实证明了，长安瓷砖的确是好品牌。将军企业的柳总想经销商之所想，急经销商之所急，制定所有的营销政策都是以达到双赢为出发点；企业营销总经理陈总，长安品牌赵总为人坦诚，办事干练，热心周到，区域经理和跟单业务熟练，工作认真，配合默契，我们经销长安瓷砖觉得很舒心。在这里，我特别感谢将军企业打造出这么出色的品牌和营销团队。我们与将军企业长安瓷砖携手共进的三年，也是xxxx(经销商的企业)飞跃发展的三年，我们的合作是愉快而富有人情味儿的，我们的联盟是稳固而富有战斗力的，今天将军企业抛光砖的上市，更加坚定了我们一级经销商的信心，从近期的新展厅的落成，不透水瓷片的转产和今天的大会上，我们也感受到了将军企业长安品牌从未有过的力量，

我坚信国内所有的经销商与贵公司的合作前景将会更加美好，来年的市场将会留下我们浓重的一笔。

谢谢大家！

## 经销商的年度总结与规划篇三

大家好！我是利仁公司\*\*地区区域经理\*\*，今天有幸借助\*\*这块风水宝地跟各位经销商朋友在此欢聚一堂，首先感谢\*\*给我一个和大家见面的机会，再次，感谢大家百忙之中抽出宝贵的时间准时参加我们\*\*地区\*\*电器春季新品推介会，在此，我代表\*\*公司的全体同仁，对光临本次会议的各位嘉宾们表示衷心的感谢！感谢一路有你！本次新品推介会的召开，标志着\*\*电器即将展开新的飞跃。同时也关系到各位经销商全年能否挣到钱，挣大钱的关键一季。

第一，我公司将调整加价率的政策，降低加价率，这是一方面。另一方面也需要各经销商同步公司的加价率政策，加强产品管理，稳定终端价格，切实保障经销商与消费者的利益。只有这样，我们才能将市场所带来的冲击最小化，大家才能赢得共同的市场。

第二，进一步丰富产品线，今年公司也会推出空气炸锅、电烤箱、多士炉、和面机、电饭煲等一系列新品增强产品线，而这些新品类也会很快成为我们新的盈利增长点。同时也会提高\*\*品牌的市场综合竞争能力。

第三，目前的市场展示道具很不规范。公司也从最初的大饼、包子、锅贴的展示物料也增加了韭菜盒子、羊肉串、大虾等展示物料来提升我们的品牌终端形象。

第四，作为品牌战略发展计划的一部分，也是为了迎合各经销商的共同心愿，公司收购了广东一个厂子，专门研发一些

新、奇、特的亮点产品来补充增强我们的产品线。

在市场竞争激烈的今天，想要单方面去赢得市场，靠自身的力量是远远不够的。做好市场，首先要把产品风格提升上去，提高产品出样率，以多样化的产品线和新、奇、特的时尚化品类产品，来满足当前的市场需求，更好的把握市场的销售卖点，才能赢得更广阔的空间。随着利仁公司的壮大和产品线的完整化，我相信，在各位经销商朋友的努力下，\*\*电器将是大家事业走入辉煌的起点！最后预祝本次新品推介会取得圆满成功！

谢谢大家！

下面有请看大屏幕，请允许我为大家做20xx年的新品介绍。

## 经销商的年度总结与规划篇四

尊敬的各位领导、各位经销商朋友、各位同仁：

大家上午好！

今天，我们在这里隆重举行……开业盛典暨经销商高峰论坛，我谨代表……公司全体员工向远道而来出席盛会的各位领导、各位嘉宾表示热烈的欢迎和诚挚的感谢！特别感谢……先生，……先生…对本次盛会的支持和莅临。

同时，我在这里对支援……公司建设的集团总部各位同仁，对在场馆筹备工作期间给予我们帮助的社会各界朋友，对奋斗在市场第一线的经销商伙伴和销售人员，对为场馆和公司建设奉献心血和汗水的所有员工，表示最衷心的感谢。

正是有你们的一路支持、爱护和努力，公司才有了今天的辉煌，对此我再次表示深深地感谢。

在场馆开业之际，我们也迎来了本年度经销商高峰论坛，今天，来自各地的经销商伙伴在这里汇聚一堂。

……公司所有成绩的取得，与各位经销商的长期合作是分不开的，你们的信任和支持是我们持续发展的重要动力。

在多年的合作中，你们为公司的市场开拓和业绩达成贡献了巨大力量，我们深深感谢和……公司风雨同舟的经销商朋友。

本着诚信至上、和谐共赢的原则，在未来的合作中，我们仍将坚持以市场为导向，以消费者为中心，在广阔的营销渠道中建立更多、更持久的利益共同体。

我真诚的希望通过这次经销商大会，聆听你们的建议，改善我们的不足，加深我们相互的了解，增强我们的合作感情。

座而言，不如起而行；事虽难，做则必成。

有了你们一如既往的支持，我们有理由相信在未来的征程中，……公司将走的更远，走的更稳，走的更好！我们将以更加卓越的成绩，不断取得新的突破来回报大家的厚爱。

最后，再次感谢各位领导和嘉宾的光临，祝在座各位身体健康，工作顺利！并预祝本次大会取得圆满成功，预祝各位有个愉快的合肥之行！谢谢大家！

荣佗新世纪，展卷数春秋！蓦然回首□XXXX有限公司已走过了整整20个年头。

回顾历史，我们以感恩之情，致谢宾朋；展望未来，我们以感悟之心，励志憧憬。

起步，因梦想而探索。

公司成立之初，面对中国债券市场发展缓慢，评级业务较少的现状，及时调整业务，抓住我国股票市场起步的时机，积极为企业的股份改制和公司上市提供咨询策划，取得了良好的社会和经济效益，为新世纪的发展奠定了人才、技术和财力基础。

坚守，因信仰而执着。

二十世纪九十年代后期，公司发展面临巨大挑战。

面对困难，新世纪以坚韧与执着的精神，恪守信仰与追求，通过积极的业务结构调整，走出了一条全新发展道路，为后来的快速发展夯实了基础。

发展，因收获而自信。

20xx年，新世纪迎来了快速发展的春天。

信用债券市场规模逐年大幅增加，新世纪评级业务快速发展。

公司也由此成为我国信用评级行业第一家取得包括中国人民银行、证监会、发改委、保监会等全部评级资质的评级机构。

同时，公司先后加入了亚洲资信评级协会，与国际评级机构标准普尔技术合作和建立全面战略合作关系。

新世纪能走到今天，源于时代给予的千载良机，源于主管部门的扶持关心，源于公司股东的支持宽容，源于合作伙伴与客户的信赖帮助，源于社会各界的关爱呵护，源于全体员工的同舟共济及其家人的付出理解。

在庆祝新世纪20岁生日之际，我们向所有关心、支持新世纪发展的领导、同仁和朋友们，致以崇高敬意和衷心感谢！



今天，在新的起点上，我们将坚持“以本土机构为平台，由本土人员为主体，为本土国际化市场和投资者服务”的“三本”发展战略；将一如既往弘扬稳健经营、诚信待人、质量为本、求真务实的企业文化，提高职业素养、坚守企业责任，为打造具有国际化水准、中国特色的品牌评级机构而继续努力拼搏、再创辉煌！

各位来宾、各位老总、朋友们：

今天，我们相约聚首蓉城，共商发展大计。

我谨代表丰谷酒业的经营班子、全体员工向到会的各位来宾、各位老总、朋友们表示热烈的欢迎和最诚挚的问候！

2xx-x年是丰谷十二五规划的开局之年，也是转制后第二个十年腾飞的开始之年。

年初，我们根据市场销售情况，科学的提出了“一切工作围绕销售转，销售围绕市场转”的经营理念。

上半年，通过聚焦市场，聚焦创新，聚焦产品，以优先发展高端产品为手段；以立体化品牌诉求，拉伸品牌张力，实现省外重点市场过十亿为重点关注目标；继续完善市场建设，推行酒王定制团队标准化、规范化建设等有效措施，顺利实现销售收入10.11亿元，完成全年23亿元的43.96%，较去年同期增长21.48%。

其中，高端产品实现销售收入3.68亿元，完成全年8亿元的'46.06%，较去年同期增长34.12%。

这其中，酒王实现2.14亿元，占高端产品的58.15%。

在酒王战略的拉动下，以青花瓷为代表的中端产品市场也保持了较高的增长份额。

这一切成绩的取得，都离不开在座各位老总和你们团队的共同努力。

在此，我要向一直以来与丰谷酒业诚信合作的经销商朋友们，表示最衷心的感谢和最崇高的敬意！

成功的市场离不开强劲的后勤支持。

上半年，我们加大了低醉酒度科研、成果应用的深入推广，在关注人们短期健康饮酒的科研基础上，开始涉及人类长期健康饮酒的科研探索，并将已经形成的低醉酒度标准化生产，以劳动竞赛的方式正向生产班组纵向延伸，不断生产更加低醉的产品以供市常与此同时，丰谷也正逐步向低醉酒度产品生产标准、质量控制标准的制定者迈进。

目前，低醉酒度产品的生产和质量控制标准已基本成型，有关权威机关正在严密的审定中，这也将是低醉酒度科研成果荣获四川省科技进步奖后，在业界的又一重大创举。

回顾过去，必然展望未来。

从“枪林弹雨”中走来的丰谷，并不会因此停下铿锵的脚步。

统一思想，重新布局下半年，还市场给各位老总，将是丰谷在变革中寻求新突破的又一重要举措。

下半年，我们将继续聚焦产品，重新规划产品线。

我们确立了核心产品、主导产品线和其他产品营销政策。

在聚焦酒王(壹号□xx年、15年、30年)核心战略产品系列，特曲年份(8年、特曲、12年)主导产品系列，老窖(青花瓷、1950)产品系列下，要求区域市场对以上主力产品系列至少三选一，条件成熟区域也可三个系列产品全选，对于其他

系列产品将请条件成熟的各位老总以包销或买断的方式进行市场推广，这是变革之一。

变革之二是我们将继续实施酒王战略，细分酒王市场根据一年多的酒王市场运作，酒王市场成长迅速，低醉酒度影响深远。

我们将酒王市场细分为a类成熟市场b类成长市场c类导入市场t类特殊市场四个类型，并有针对性的给予市场支持。

在以酒王为主的诉求上，继续走高端引导路线，以体验营销、形象店等品牌落地方式，加大消费氛围营造。

变革之三是我们将逐步把市场如数归还给各位老总。

虽然在前几年，我们的终端协销对市场推广起到抛砖引玉的作用，但这一模式对各位老总的市场积极性影响较大，我们必须把本属于各位老总们的市场还给你们。

各位老总的销售积极性才是市场业绩增长的“第一生产力”，只有老总们的积极性提高了，丰谷的市场才会得到不断的拓展，才会赢得更多的机会和市场占有份额。

## 经销商的年度总结与规划篇五

大家下午好！我是荣耀家族首席区域管理区域的第二位延伸经销商，我的名字叫。

今天能站到这个荣耀的舞台上。首先，我要感谢xx公司的创始人，是因为她的大爱和智慧给全世界有想法和想要改变的女性创办了这么一家有文化有梦想有生命力的公司，让我一个平凡普通的女孩也能来到这里实现我的`人生梦想和我想要的生活。接下来我要感谢的是我事业的领路人，我的资深

经销商高永平，她和我同岁。一路上是她乐此不疲的给我分享她的人生经历鼓励我前进，这一路上她用了比我们同龄人更大的心胸包容我相信我，和不知期限的等待和爱心温暖这我，还有我要感谢我生命中的第二个老师我的乐施领养经销商刘晓奇，她用和对她美容顾问一样的用心，关爱着我；包容这我；等待着我，期盼着我。还要感谢我们的区域领头雁锦花督导用榜样和远见引领着我，还要感谢我的爸爸妈妈在背后一直默默的支持着我，让我一路畅行。还要感谢我们一路走来相伴相随的其他姐妹顾问和经销商给予我的帮助，亲爱的谢谢你们！最后我要感谢我自己，感谢自己的一路坚持与不放弃和愿意改变自己的决心和勇气。

在我走进之前是一名刚毕业，只有多半年会计工作经验的会计人员，每天过着重复两点一线没有一丝乐趣的平淡生活，从此知道了世界上还有这么一家有文化和有爱的化妆品公司，起初走进是因为想便宜用用产品改善一下形象，重要的是可以免费培训学习销售能力。因为在当时自己的思维意识里，销售可以全方面的提高一个人的综合素质能力。要在这个社会上很好的生存，能力是最靠谱的。再说退一万步讲产品用在我脸上皮肤保养了，能力学到了，说不定也可以像她们一样优秀和成功，是个机会就一定要抓住，不然错过会后悔的。这些其实，就是我当时的心态，大不了就块钱，我这么年轻还不了块钱。所以就这样不顾身边所有人的反对，借钱加入了。当深入了解后再和外边的工作比对过后，就决定留在发展并且为自己人生的第一个选择是对的而庆幸。

谢谢大家的支持！

## 经销商的年度总结与规划篇六

大家好！

很荣幸能够代表公司来参加这次会议。

首先我要感谢主办方、黄总、杨总为这次经销商会议的不辞奔波。邀请来这么多五湖四海的成功人士，给我及在座的各位经销商朋友搭建了这么好的一个相识、互惠互流的机会。

在市场竞争日渐激烈的阶段，这次会议对我们来说尤显重要。水蒸发制冷空调，这个新时代科技的环保产物，走入到我们生活中其实并不久，但因其本身卓越的通风制冷效果及节能降耗功效很快的将这股环保之风吹向大江南北，但同时因为行业准入门槛较低，一些地区杂、乱、小型厂家也已超乎想象的速度在落地生花、其产品也在大量的进入并冲击市场，使竞争更为激烈。另外，与南方城市相比，北方地区接受新型产品的积极性不是很高，这也是无法全面打开市场的原因之一。不过，从整体上看xx年整个市场的销售情况还是比较顺利的，这其中也受到了经济危机这个大环境的影响，各个行业受到的冲击都是比较大的，国家收紧银根，市场投资锐减同样会或多或少的影响到我们行业的销售，但是，我公司今年在山西北部地区的销售还是比较喜人的，同比增长翻了5番，如期完成了公司今年在年初订下的销售目标，不过，目前的销售行业局限性比较大，比如说网吧行业几乎占到了我们全年销售的85%以上，所以，我们对未来销售的渠道上的探索还是任重而道远的，不过可喜的是，在今年我们已经成功的完成了几个比较重大的跨行业项目。比如，印度独资的山西阿拉宾度药业有限公司、大齿集团及大同的华林百货及凯歌酒楼的冷气机设计安装项目，为公司今后开拓其他的行业领域，打下了坚实的基础以及积累了相当宝贵的经验，当然，这些成就与公司领导的正确方针和广大同事的辛勤努力是不可分割的，在此，我想感谢同事们，这么久对我及经销商朋友们的默默支持，借助这个机会向工作在每一个岗位上的“兢辉人”道一声“你们辛苦了”！

## 1. 技术

相信我说到这一点，各位经销商朋友们都应深有感触。其实，在做冷气机之前呢我们各位涉及的行业可能五花八门，向我

来说就是完全的门外汉，也因此走过不少弯路，简单的安装还好，涉及到复杂的管道等工程就显得有些力不从心，如何能使我们每个经销商更专业更自信的从事我们的事业，我觉的公司应该建立一套完整的专业化培训机制，从机器结构、设计安装等各方面对各个经销店进行深入的培训或提供相关学习材料，让我们能够更专业更从容的面对每一个客户。

## 2. 扶持

一个有责任的企业，一个有作为的企业家要具有长远发展目光和超前经营意识，只有这样才能做大做强，才能培育出自己的声誉与品牌。在与经销商的关系上，供应商要真正树立“共存共赢”的观念，要想办法让经销商赚到钱，有利润，只有这样，经销商和公司之间的合作才是健康的良性的，所以，我认为公司应分阶段的逐步将重要经销商纳入到厂家的经销体系，各项政策给予有利支持，能针对性的开展宣传、广告等扶持业务。共同走向创富之路。

## 3. 互动

信息时代，互通互享。如果公司能够搭建一个共享的信息平台、建立一套集成的采购模式，比如小到一个水阀大到一套管道等设备安装附件；新、奇、特的材料或周边配套设施；甚至一套好的安装方案或好的安装经验等等。。对经销商来说都如获珍宝、受益匪浅。所以说，如果这个平台发挥的好，就能够让很多在迷茫当中的经销商看到希望，让很多走了弯路的经销商重拾捷径，让兢辉这个大家庭更美好，更团圆。

## 售前、售中、售后

售前：也就是我们产品本身的质量，企业的品牌和影响力，能够真诚的传递给客户让客户愿意接受我们，乐于和我们合作，这是第一步。

其次是售中：想客户所想急客户之急，能够以客户的角度设计好每一套即经济又实用方案并能够保质按期交工。形成良好的合作态势。

最后的可能也是最难做到的

售后：我初略算过一笔账，今年我投入在非销售安装环节上的费用是全年销售利润的20%，我们现在已经建立了一整套的售后保障体系，除厂家正常的承保范围外我们另增设了如：市区3小时、郊区6小时的接报故障并到达客户现场、免费提供机器清洗剂、免费检修电路水路、免费上门提供换季保养业务等并于今年初成立了一支专业化的清洗队伍，虽然此项业务并无盈利甚至还要在此投入，但通过反馈，我知道市场和客户认可了我们，认可了兢辉的品牌，春夏秋冬我们坚持了下来，一路走来有辛酸也有收获，有付出也有回报，但我始终坚持认为做品牌就是做售后，做信誉。很多客户都是冲着我们这股兢兢业业的劲头最后从生意伙伴成为了生活中的知友并带来了生意。19世纪末意大利著名的经济学家帕累托提出的8020法则它的大意是：在任何特定群体里，重要因子通常只占少数，因此只要能控制具有重要性的少数因子既能控制全局。在我理解售后便是整个销售环节里的关键，售后做好了，生意自然就会好。

其实，对每个企业的发展来说的根本都是两个“质量”，也就是说核心问题不解决或解决的不好，那我们必定走不长、走不远。其次，是产品的研发能力，水制冷行业还是个新兴行业，朝阳产业，所以每天都会有新的创新和构想赋予到产品上，所以，没有符合市场需要的新产品；老旧产品不进步，不改进，必然会被市场所淘汰，被对手所击败。不过，和兢辉的合作的这些日子里让我看到了一个积极的、奋进的年轻企业，和这样的企业合作我们经销商都感到很踏实。

最后，我想用一句俗语结束我今天的发言：鱼离不开水，瓜离不开秧，我们离不开兢辉这么好的供应商。