

最新啤酒销售工作工作总结 雪花啤酒销售工作总结(模板5篇)

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。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

啤酒销售工作工作总结篇一

甲方：（雪花啤酒经销商）（以下简称甲方） 乙方：（雪花啤酒分销商）（以下简称乙方）

甲、乙双方本着互惠互利、共同发展、积极合作的原则，经双方友好协商，就乙方经销甲方“雪花啤酒”系列产品事项，一致达成以下协议：

一、产品的名称及数量：

1、产品名称：雪花啤酒（以甲方提供的产品价格表中的名称为准）。

2、要货数量：乙方在协议期间，每次要货必须按照甲方提供的订货单，经乙方确认填报的要货数量为准。

二、产品数量：

1、甲方保证向乙方提供合格产品，根据乙方的要求，甲方可以提供有关证件的复印件。

2、如因产品质量原因造成的退货，乙方应书明提出，经甲方

书面签章或负责人签名确认后。给予退货或调货。

3、如因乙方经营管理不善原因，出现的质量问题，由乙方自行负责。

三、交货地点及交货期限：

甲方在确认乙方货款到账后三天内负责将货物送到甲、乙双方确认指定的乙方仓库。

四、结算方式：现款现货。

五、其他约定：

1、销售区域：甲方委托乙方作为甲方在干冲 区域的分销商，乙方在该区域内负责甲方产品的销售，不得跨区域或者低于甲方指导价（详见报价报）销售。如果乙方跨区域销售或者低于甲方指导价销售，经甲方认定后，可视为恶意冲货，甲方有权终止本协议的履行。并按雪花厂方串货管理条例进行处罚（罚款50元/箱）。

2、退换货：甲方承诺所有离保质期不低于两个月的甲方产品，均可根据乙方要求给予乙方退货或换货。

六、违约责任：

1、本协议自签订之日起，将具有法律效力，任何一方不得违约，否则将依

照《中华人民共和国合同法》承担违约责任。

2、甲、乙双方如发生经济纠纷，其诉讼管辖权归属甲方当地法院。

七、协议有效期限：自 2012 年 4 月 5 日至 2014 年 4 月

5 日止。

八、未尽事宜，另行商定：本协议一式两份，双方各执一份，经法人代表或

委托代理人签字后便可生效。

九、销售奖励：乙方如每月销售1500箱以上。甲方可给予奖励赞

助，每件奖励1元。如每月销售1500箱以下，甲方可给予奖励赞助，每件奖励0.5元。如每月销售700箱以下，无任何奖励赞助。

甲方：乙方：。（雪花啤酒经销商）（雪花啤酒分销商）地址：地址：

法定代表人：法定代表人：

委托代理人：委托代理人：

电话：电话：

工行账号：传真：

签约地址：签约日期：

啤酒销售工作工作总结篇二

1.1负责区域（农大/桃海商业步行街/师大和平路的夜店）

1.2.1月销量任务制定上的调整。以前促销员的任务制定只局限在上班时间范围内，目前调整为整店整月的销量都与该促销员息息相关，促使促销利用空余时间搞好店内一切客情，

宣传企业文化，提升销量。

1.3.1 产品结构调整。对终端的精制酒价格体系进行可控管理，根据安宁区域的消费水平不同，突出适合该区域消费力的精制酒产品，满足消费者需求。

1.4.1 在经理的指导下对销售业务类文案的汇总分析，上报。以及销售业务的跟进协调工作。1.4.2 对销售信息的收集，汇总，跟进，然后及时上报经理沟通分析。2：存在的问题与不足之处 2.1 个人因素。

2.1.1 作为办事处主管以来经理多次给我机会锻炼，但是目前为止我的理论知识与实践还是不能很融洽的结合，尤其理论知识还很欠缺。

2.2.1 区域为高校学生区，消费承受力有限对于精制酒的消费大多基于情感消费，不能有意识的消费，这是我们下一步要突破的。

2.2.2 在啤酒品牌品项众多的情况下突出让消费者值得信赖的质量好的产品是我们的又一障碍。

虽然经常在回访终端，很多老板也很熟悉了但是一直以来也没有找到很好的突破口是雪花啤酒进入销售。

3. 下半年主要工作目标及改进措施 3.1 区域市场

3.1.1 原区域市场的雪花覆盖率提升为：70% 占有率提升至：60% 将通过以下几点达到提升：

3.1.1.1 空白终端：继续加大终端回访次数，做好客情关系，分析利润，争取先以单品进店销售。

3.1.1.2 现有终端：通过丰富灵活的促销活动拉动销售，使

之巩固持续发展。

3.2.1在部分消费能力较好的主要以雪花冰勇以上产品为销售主打的区域终端通过产品生动化，利润分析等方式将中高档以上产品做好，做强。3.2.2 在消费能力一般的主要以雪花沙勇为主要销售的终端一促销刺激消费以及进行啤酒知识宣传使之尽量消费中高档产品，并使中档啤酒做大，持续提升。

3.3.1 增强终端销售信心

3.3.1.1 丰富我们的知识面及啤酒知识，对公司文化及啤酒文化的学习了解再复制到终端，让终端有十足的信心介绍雪花产品给消费者。

首先对于商户，其次对于终端，再次对于消费者，承诺了的就一定快速的去兑现。别人相信雪花的前提是相信公司的人。

2、全国统一品牌销量增长迅速，占全年总销量达到14%；

4、在办事处***经理的帮助下建立了一支有凝聚力、战斗力的乡镇业务团队；

（三）经验与教训

1、上半年对乡镇经销商执行公司通路政策的检查力度不够，部分乡镇经销商存在“吃通路”现象。（为纠正此现象，今年年底渠道调整时会涉及到部分经销商）

2、对经销商批量锁店的报销流程未做详细了解，造成经销商2011年批量锁店报销至今没有到账，给部分经销商资金周转造成压力。

三、支持主要领导方面

3、按时保质保量完成领导交办的其他各项工作。

四、所在团队的情况

**乡镇团队现有9人，其中终端管理员2人，县区业代6人，经理助理一人（本人），团队成员之间相互关系融洽，本人与团队成员间相互信任，合作紧密。

五、2012年度工作规划和指标完成的期限

1、完成全年销量计划：乡镇及工地完成1.53万千升

2、提升产品线，加大主流高产品占比，至2012年年底主流高占乡镇总销量15%；

3、至2012年年底**乡镇至少5个乡镇时点份额达到70%。

2008年11月1日至今，我进燕京啤酒有限公司已有两年多了，时间虽短，但对于我来说，却是受益匪浅的。这期间，在单位领导的培养和同事们的关心支持下，我逐步对公司有了全新的认识与了解。我在单位担任销售大厅开票的工作，刚开始我认为开票工作比较简单，不过是填填单据等事务性工作，但是通过前一阶段的学习，才知道自己对开票工作的认识和了解太肤浅了，开票工作不仅责任重大，而且有不少的学问和技术性问题，需要反复练习，理解性学习才能掌握。我的理论和实践有还有一定的差距，缺乏工作经验，还好在指导老师的帮助下，我学会了如何开票以及填写票据，保证自己经手的票据的安全与完整，学会了使用开票软件，理解了这项业务的程序及来龙去脉。通过三个月的学习与实践，知道了要做好开票工作绝不可以用“轻松”来形容，工作中一定要谨慎，要认真对待每一张票据。

销售开票是销售工作不可缺少的一部分，它要求我们开票人员要有精湛的业务水平，熟练的业务技能，严谨细致的工作作风，作为一个合格的开票人员必须要具备以下的基本要求
(一)学习、了解和掌握政策法规和公司制度，不断提高自己

的业务水平。销售开票工作需要很强的操作技巧。作为专职的开票人员，不但要具备处理一般会计事务的财务会计专业基本知识，还要具备较高专业知识和较强的数字运用能力。

(二)做好销售开票工作要有严谨细致的工作作风和职业道德，要有较强的安全意识，各种票据，既要有内部的保管分工，各负其责，并相互牵制；也要有对外的保密措施，维护个人安全和公司的利益不受到损失。

(三)开票人员必须具备良好的职业道德修养，要热爱本职工作，精业、敬业，要竭力为单位的总体利益服务。目前，我厂刚刚投产运营，作为销售开票人员的工作量并不大，在前一阶段的工作学习当中，我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，主要是销售开票以及财务方面的学习，学习如何分析企业的经营状况，为今后新业务的开展和经营范围的拓展，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！

啤酒销售工作总结篇三

今年以来，我负责啤酒销售工作。一年中，我认真履行职责，切实做好销售工作，取得了可喜的成绩。下面，就一年来工作小结如下：

一、我通过专业化的服务，及时帮助加速走货，从商品陈列到货柜展示，再到无处不在的画报招贴提示，业务代表一路跟踪，使得每个终端成为完美终端，个个成为样板工程，啤酒卖的不仅是商品，更重要的是专业化服务，并带来的丰厚回报。据统计，年内销售额达到了x元。

三、我提出一点看法，就是针对许多农民与亲朋好友在一起，酒后喜欢打扑克的特点，把赠品定为设计精美、市场上买不到的特制广告扑克，应该能受到农民朋友欢迎，从而销量随之大增。

总之，上一年在领导正确指导下，在我不断努力下，取得很不错的成绩，但是在好成绩下也有一定的不足，我相信在下一年工作中兢兢业业，售量会更上一层楼！

啤酒销售工作工作总结篇四

从影响啤酒销售的因素入手，分析啤酒销量的月季分布特点及气象因子与啤酒销量的关系，进而建立适合本地区的啤酒销售特种气象服务指数，今天本站小编给大家整理了啤酒销售部工作总结，谢谢大家对小编的支持。

今年，对于酒业来说，是一个特别的年度。在全国经济全面回升的影响下，我国的酒类市场也渐趋兴旺。酒业在产量增长的同时，经济效益均有较大幅度的下滑。酒类市场得到进一步的调整和优化，产品品质也在不断提高。面临这么严峻的挑战，市场供大于求将使竞争更加严酷。品牌效应、规模经济、资本运作都会有新的表现形态。青岛桶装啤酒只有在竞争中运用新的营销理念和技巧，才能在激烈的啤酒行业竞争中取得一席之地。

目前，中国啤酒行业的整体格局是：整体滑坡的同时，名优酒份额继续扩大，啤酒行业行业处于内部调整和升级阶段；地区性品牌与全国性品牌抗衡，割据一方；大型啤酒集团从产品经营走向品牌和资本经营，努力寻找新的经济增长点。

西安市啤酒市场的现状为：消费者比较认可哪种品牌，多大包装，什么包装的就卖的好。

二、“桶装”酒营销策划方案主旨

1、提升品牌形象，增强产品美誉度。

在消费者心中形成好感，留下深刻印象，从而达到长期占领市场的目的。

2、提高市场占有率。

通过本营销方案的具体贯彻施行，争取利用自身优势在西安及周边获得可观的市场占有率。

三、市场分析

总体来说，现代人对酒的消费及观念较为明智和成熟。目前大众对啤酒的消费正朝着优质、口感、营养的方向转变发展。在当代城市中传统豪饮者的基础上，享受者也日渐增多。“喝酒”与“休闲”共享，成为现代人消费新观念。

1、消费者购买酒类的地点，正从以往的食品店、杂货店、小货摊转向超市、平价店和专卖店。但不同城市因经济水平的差异，购买地也有所差别。

2、“桶装”啤酒产品分析。

市场优势：巨大的空白市场广阔的利润空间

外观形象：（现有产品简介）

品牌定位：中高档市场，面向大众消费群体

3、竞争对手分析

“桶装”啤酒在西安的主要竞争对手是百威啤酒、燕京啤酒等系列品牌。从市场分析来看，这些品牌已经得到消费者的

认可，知名度较高，因而取得了很好的市场份额。

4、消费心理研究。

根据消费心理学的研究，顾客的购买行为可以分为“注意、兴趣、欲望、购买动机、购买行为、消费行为、满足评价”七个阶段。大规模的广告宣传能够短时间引起顾客的注意，引起顾客的兴趣、购买欲望，激发起购买动机。

(1)、消费者购买动机

a□经常饮用，自己品尝(生活习惯)

b□会客、待客饮用

c□送礼

d□喜庆事饮用需要

e□节假日购买饮用。

f□开心时、烦恼时饮用

(2)、消费者性格分析

a□炫耀心：地位、财富、名誉、爱情方面，都希望胜人一筹。

b□平常心：认定的一种品牌一般不会改变。

c□比较理性，注重营养和健康而有所选择。

(3)、消费习惯

a□生活习惯(比较固定)

b□广告影响

c□听说

(4)、消费者分类

a□大众温饱型，是低价位产品的消费群。

b□中档价位流行型

c□礼仪型，与价位没有绝对关系，这部分消费者不太固定。

消费者选择啤酒普遍受品牌、价格、广告、口味等因素影响较大，酒类广告宣传效果比较明显，是影响人们选购啤酒的重要因素。

5、当前市场上主要品牌产品的心理定位：

雪花——新潮冰爽、夏日冬凉

燕京——千年古都厚重历史

青岛——浪漫的海滨气息

四、销售工作计划

1、目标的确定

主要目标就是在今年迅速提高知名度及引起购买兴趣

制订销售目标主要依据三个要素：

首先，企业目前和以往的销售资料。目前的销售量、上升或下降幅度(据此确定企业市场存量的自然增长量)。

其次，对市场走势的预测(据此确定市场总存量的自然增长量，并根据企业的市场占有率确定企业可能取得的份额)。

最后，企业业借助专业营销公司新开发的市场，市场有多大，覆盖范围，预计的销售量。

a□我们销售要完成目标

a□基础目标：10万元(今年度销售总额)

b□增长目标：销售额目标：20万元人民币(明年增加10%)

b□销售通路：

a□夜场15万元

b□团购(可借力超市渠道)5万元

2：如何完成我们所设的目标。

基本方针：负责辖区内经销商、分销商的开发和管理；

1、做好现有客户的维护、进一步搞好关系、在超市中为公司产品争取好的排面和陈列位置，争取加上堆头促销。。

2、做好负责辖区内的市场调查与督导工作，每周或隔周做一次访问，借访问的机会督导、奖励销售，进行调查、服务及销售指导、技术指导等，借此促进销售。

3、上促销员，或夜场为我促销员，每月加发200元底薪，并根据销量及其效果奖励。

4、奖金激励对策：夜场贵族负责人每进货本公司商品达到桶时，即赠奖金给本人以激励其销售意识。

5、完善我公司与客户合作约定，保证回款，最大程度降低经营风险，彼此遵守责任与义务。

6、改善处理手续(步骤)，设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表(传单、日报)来提高效率。

负责辖区内产品质量投诉及相关部门的公关协调。发货要准确、及时、安全。

7、联络客户要主动，解决问题要耐心。

8、每月做好通路建设计划、终端建设计划、促销计划、销售费用计划市场气氛营造计划，并协助执行管理执行、严格管理、协助执行。

9、做好公司相关政策的上传下达，抓好落实

(1)、本公司实行发货动态监控制度，从源头减少货流风险。

(2)、对有恶意冲货行为的客户采取取消年底奖励的政策。

(3)、加强对各区域销售店市场行为(投入、渠道等)的监督检查，并建立相应的约束机制。

10、购货量要求，同等条件下，网络能力强、首批购货量多的有优先权。公司对所有经销夜场执行款到发货方式。入市三个月后，考核经销店的信誉和资金运作能力，可适当给予信用额度、信用期限支持。

11、做好本区域销售费用的使用和控制。

12、进货时要设立交款促进制度，并按下列条件来进行计算；对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

(1) 进货数量；

(2) 交货日期及交货数量；

(3) 交货迟缓程度及数量。

13、为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货店商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

3确实的广告计划：

1、广告渠道：

(1) 在新销售方式体制确立之前，暂时先以人员的访问活动为主，把广告宣传活动作为未来所进行的活动。

(2) 针对广告媒体，再次进行检查，务必使广告计划达到以最小的费用创造出最大的成果的目标。

(3) 为达成前述两项目标，应针对广告、宣传技术作充分的研究。

2、广告及促销支持

a□厂方公司应负责市台和县台电视广告投放

b□厂方公司负责市报的广告投放

c□厂方公司提供pop宣传用品

d□公司提供终端、条幅等宣传用品

e□公司负责指导当地促销活动的展开宣传

f□公司提供经销商年底返扣

g□公司提供专业化销售队员、营销专家帮助经销店更好地控制市场，开发新的销售渠道。

4、促销

a□依据市场调查分析特别是消费心理分析，大规模的促销活动能够引起消费者的兴趣，并促使其参与进来，引发销售热潮。

a□推出一系列文化趣味有奖问答，体现“青岛啤”酒对文化的重视。

b□设立惊喜大奖，凡经常关注“青岛啤酒节”的消费者都有可能获奖。引导消费者了解“青岛啤”酒，强化品牌形象，深化企业文化内涵。

c□礼品包装强调文化品位，通过活动，给消费者留下“青岛啤”酒是礼品的最佳选择，档次高，文化品位高，从深层次上让消费者认同企业产品。

5、售后服务

a□公司建立无风险经销制，即在公司规定时间内100%退换。

b□公司提供有关产品的一切合法文件。

c□因公司产品质量造成退货，公司应负全部责任。

d□公司定期对经销店人员进行培训。

e□公司提供双方认可的可行的sp活动。

凡恶意流货或扰乱价格者，将取消其销售资格。

注：规范招商能够有利于限制销售商追求高额利润从而致使操作空间小的弊端，有利于我公司销售业务的长远发展。

五、总结

销售计划的执行过程中会受到国家政策、消费者的意识改变速度、消费行为习惯的改变速度等众多不确定因素的影响。通过以上销售措施的执行，相信今年的市场运作一定会取得较好的成绩，从而实现既定的业绩目标。

补充：

促销方式：

2、买赠。买一箱赠一件促销品，买一瓶赠一个钥匙环，还可以搞抽奖活动，奖品设5档：1等奖，赠彩电。二等奖赠洗衣机，三等奖赠u盘，四等奖赠一箱酒，五等奖赠一桶酒，所谓还一桶还有一桶，最后有纪念奖，发要是环。

3、与夜场搞好关系，做好团购工作。扩大特殊通路的销量。对夜场实行奖励原则，每有一个大客户返利多少，或者提供多少支持，如做带有青岛桶装啤酒标志的价签送给夜场，提供青岛桶装啤酒的雨伞，这要讲究学问，注意观察总结，送礼要送到点子上，缺什么就送什么，没有白送的。

4、可与当地移动、联通公司谈判搞活动，话费积到多少分，送一件酒，或一瓶青岛啤酒，或提供青岛啤酒的包装袋，做好广告宣传。

5、中秋节、教师节可以搞些主题活动。

6、对产品陈列的排面要注意创新，不断借鉴移用其他行业产

品的优秀陈列方法，以达到吸引眼球，提高销量的效果。

7、注意观察卖啤酒的客户一般都搭配着还买别的什么产品，可以与相关厂家搞联合促销。

8、向需要社会关注的不同的集体人群赠送印有青岛标志的夏日体恤，让他们做自己的活广告，比如：困难家庭、失学儿童、民工群体，分档次的做好赠品，不能搞一刀切，这样满足不同层次人的消费心理需求。

**年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要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明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年*月份到啤酒公司工作的，*月份开始组建业务部，在没有负责业务部工作以前，我是没有业务员经验的，仅凭对业务员工作的热情，而缺乏行业业务员经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到啤酒公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索业务，遇到业务员和产品方面的难点和问题，我经常请教经理和北京总啤酒公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累业务经验，现在对业务有了一个大体的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对业务的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品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大体幅度的提高，针对业务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。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于业务了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。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。本职工作做得不好，感觉自己还停留在一个业务员人员的位置上，对业务业务员人员的培训，指导力度不够，影响业务部的业务员业绩。

通过一个星期的对销售一部四、五、六处所负责区域终端店的走访，并通过跟销售一部的领导与同事的沟通和交流，我对市区该部分区域市场作出如下总结：

公司提出的“干、记、查、罚”制度，该部分区域的同事基本都在认真贯彻执行，各部门的执行能力较以前都有显著的提高，业务人员拜访终端的频率也有明显的提高。

在该部分区域内，公司所规划的市场政策，基本都在认真执行，95%的终端店都在做销量累计，大部分终端店所签活动的陈列赠酒基本都按照协议的要求兑现，有一小部分特别是处于特殊地带的终端店政策使用比较灵活，并不是完全按照所签协议的要求执行的。因为今年的市场政策提高了合作经销商以及终端店的利润空间，现在经销商以及好多终端店都在卖力的推销嘉禾啤酒。好多竞品专营店也都开始纷纷倒戈卖嘉禾啤酒。这一些区域里边，嘉禾啤酒市场形成了热烈的销售氛围，并流行这么一句话：“今年卖嘉禾比卖崂山赚钱。”嘉禾9°销售势头以及前景一片大好，消费者也开始逐渐接受嘉禾9°我们嘉禾的市场占有率也明显有所提高。

管辖该部分区域的经销商们，物流能力相当可以，有一部分

经销商由于自身某些方面的条件限制，物流能力相对来说比较薄弱。在价格体系控制方面，个别经销商价格控制做得不是很到位，个别区域出现有低于出厂价格发货的，尤其是在外环城乡结合部的这种特殊地带，由于受到郊县地区的价格冲击，这种现象比较明显。

该部分区域内，竞品崂山相对来说，还是处于强势地位，雪花、燕京也在抢占一部分市场，但目前并没有太大的动作幅度。在个别崂山与嘉禾竞争比较厉害的区域，都有燕京与雪花的身影。甚至有些终端店还做到了燕京或雪花的专营，燕京给店里的陈列力度相当可以，比如月摆放20包返酒20包等，雪花也在暗中使劲儿，600包的包量就可以赠单门展柜，包量每包返利2元等诸多优惠政策。这两大巨头大有蚌鹤相争，渔翁得利之势。这种现象，尤其在学生消费群体比较集中的区域最为常见。由于我刚进入啤酒行业，能力有限，浅谈一下我个人对啤酒市场的见解，可能有些片面，望见谅。

首先，市场做得不理想，我们的业务应该多从主观上寻找原因，不能以目前竞品的种种优势来作为自己工作成绩不突出的借口，再强大得对手也会有致命的弱点，我们应该去学会寻找对手的弱点，并无限次的痛击对手的弱点，才能给对手以致命的打击。还有产品的品质一定要有保障，要稳定，在市场反馈回来的信息中，有不少都是反映我们嘉禾每批产品次品酒出现的频率要略高于竞品。工欲善其事，必先利其器，只有提高产品品质，培养业务人员过硬的业务素质，我们才能去构建稳固的品牌市场大厦。

其次，虽然石家庄市流动人口比重很大，但还是有相当大一部分是老石家庄人或是长期呆在石家庄的人口，这部分人都对我们嘉禾品牌的忠诚度不是特别高，更不要说外来人口了，甚至有个别消费者对我们嘉禾品牌没有任何认知概念，有些老石家庄人也都开始有倒向竞品的倾向。

我认为，在现今市场经济的大背景下，主导市场的群体越来越

越倾向于买方市场。一切以市场为中心，一切以消费者需求为中心，已经成为了许多优秀企业的经营宗旨。我们应把消费者的利益放在首要地位，加强对外公关及品牌宣传，只有尊重消费者的利益，才能赢得消费者对我们企业的尊重，从而我们便赢得越来越多的忠实的消费者群体，实现我们的营销目标，为企业谋求更大的利润。

再次，我认为盲目的不加选择的做市场是不可取的。在做市场之前，营销调研，市场细分，选择目标市场，市场定位这四项工作是必不可少的。不同的消费群体对产品具有不同的喜爱与偏好。比如说，高档次消费人群不会去消费低于10元的啤酒，年轻人消费群体偏好酒精度低，口味发甜得低度啤酒，中老年人喜欢喝酒精度高的啤酒等，这些都是需要我們进行市场细分的，然后根据不同的消费群体制定不同的产品策略，选择好目标市场，为不同的产品品项做好市场定位。这样才能更好的去实现我们的营销工作目标。

啤酒销售工作总结篇五

一年来，我们虽然取得了一定的成绩，但也从中发现了问题，找到自身的不足：一是由于销售经理的工作量大，加之我的经验不足，对工作流程的熟练程度还有待加强。二是掌握市场动态不够全面，造成锁定目标客户不明确。三是营销模式缺乏亮点，缺乏创新。针对上述问题，在以后的工作中，我会通过下面的措施努力改进：

目前，我们还是主要以上门推销为主，导致一些客户对我们啤酒了解不多，购买时存在顾虑。今后，我们可以加强与分销商的合作，多与他们搞些啤酒促销，有奖活动等。另外，在资金允许的范围内，通过张贴海报，利用电视、网络、报纸等媒介加以宣传，提高我们产品的知名度。

今后，我一定要进一步改进自己的工作作风。让大家觉得我

是他们中的一员，而不是领导，产生生疏感、距离感。这样，有利于我与整个销售团队的合作。

平时工作中注意向有经验的同事请教，结合自身认识，处理好难题。另外，加强熟悉整个销售环节的各个流程，多与分销商、销售人员交流，了解市场动态。多与本地大型餐饮场所进行沟通，实地考察，加快自身啤酒的推销速度。

以上就是我近一年来对自身工作的认识，虽然还存在不足，但我会在今后的工作中，以创新发展的工作思路，奋发努力，攻坚克难，把销售工作提高到一个新的水平，再创佳绩，为公司又快又好发展，做出我应有的贡献。