

# 最新开门红营销总结(汇总9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。相信许多人会觉得总结很难写？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。

## 开门红营销总结篇一

尊敬的各位同仁、各位商界朋友：

很荣幸、大家下午好！很高兴能有这样的机会，和大家一起分享一年来公司所经历的点点滴滴；刚才陈列总经理已经给我们很生动、很深刻的总结了这一年来公司的成败和得失，我非常荣幸、非常骄傲公司有这样英明的领导者，我来公司时间不长，但是我却时时刻刻、真真切切的感受到在陈宰臣董事长和陈列总经理的指示和关怀下，公司发生的巨大变化和进步！我在这里代表销售部向他们和公司的用心良苦表示感谢！

下面我做为营销总监和大家一起分享下有关营销的方方面面，关于营销这块，在在座的各位的鼎力支持下，我们可以说，今年打了个非常漂亮的战役！大家都知道，今年4月份，我们现在的工厂才有雏形，真可以说是百废待兴、百业待举。短短的几个月，我们不光在销售业绩上给公司交个满意的成绩单，而且在销售模式和公司未来的营销方向上做了重大的变动和明确，为公司未来的发展做了很好的规划和铺垫，下面我就以下三个方面和大家分享下：

1)销售构成：目前公司的销售主要有四大块：半成品(箱体、玻璃、外壳等)、国际贸易(燃气热水器、烤炉等)□oem(电压力锅等)、国内销售。其中半成品占20%、出口占10%□oem占10%、国内销售占50%；2)营销模式：由于我们的销售产品比

较多元化，营销模式也是比较多样性，为了大家便于理解，那么在这里我重点阐述下国内销售的营销模式，国内销售也分为两大块：以批发为主的营销二部和以凯信品牌为品牌推广的营销一部，很显然，营销二部主要是以批发为主，追求的是量的变化，从而达到质的变化；也就是说二部追求的是客户的数量和出货的数量，从而提高利润的数量，用六个字简言之，也就是“深挖洞、广积粮”，没有粮食人会饿死，在现阶段，没有大量利润的保证，公司就会出现饥荒和危机。但是，一味的“深挖洞、广积粮”不是我们的最终目标，我们的目的是为了称王，成就一番霸业；我们通过什么来实现我们的霸业，总的有个媒介，我们的媒介就是凯信品牌，所以我们成立了营销一部，一部的营销模式三个字“品牌化”或者说“图霸业”。

在这里，我借陈宰臣董事长的一句话“销售是一个企业的龙头，龙头如果不能发挥它该承担的责任，就会牵一发而动全身，让整个工厂失去活力、战斗力、以及生存的本钱”；在这一年里，公司的所有销售人员都克己敬业、始终把公司的利益放在第一位，我们的半成品销售比去年提高了50%；我们的oem客户在去年的基础上又增加20%；而我们的出口更是朝气蓬勃、大放异彩，不但在业绩上取得辉煌成就，而且成功的和国际上的一些大经销商实现完美对接；我们的国内销售也是百尺竿头、更进一步，我们的网络已经遍及全国各地，其中我们的电压力锅产品销售从每月的几百台到现在每月2万台，这是一个什么速度，这离不开销售人员的努力，当然也离不开在座各位的支持和关怀；我们自己的品牌也实现了零的突破，目前网络有10多家，我们取得了一些成绩，同时也存在很多不如意和困难，但是公司品牌化路程已经迈出了坚实的第一步，虽然比较艰辛，但已经有了很好的开端。如果说今年是我们向品牌化进军吹响的第一声号角，那么明年就是进入冲刺和真正的战争时代，都说商场如战场，一点不假，我们就是在进行一场没有硝烟的战争！

我们取得这些业绩，虽然谈不上骄傲，但是我们却在脚踏实

地的在走，不积跬步，无以成千里。今天的一小步也就是以后的一大步！在这里，请允许我，允许我代表全体销售人员对在座的各位、以及公司的领导、各位商业朋友，对你们的支持和配合表示感谢！

谈到营销也许每个人都明白是怎么回事，但是营销其实是个非常复杂的系统工程，包括市场、销售、财务、售后、运营平台、物流、产品等诸多大板块组成，任何一个板块运作不畅都会带来致命的伤害，其中最重要就是销售和市场，市场就是经营品牌、销售就是销售产品，两者的结合就是营销这个名词的来源，简单的说营销就是经营品牌和销售产品。刚才陈列总经理也明确了，公司未来的发展方向是品牌化，品牌化不是口头上说说的，我们首先要了解市场。谁都知道厨房电器是块大蛋糕，而且随着中国经济的发展，农村的城市化，需求量会越来越大，这是好的一面；但是我们有没有深思和调查？目前国内传统的厨房电器知名品牌（方太、老板、帅康、樱花、华帝、万和、万家乐、樱雪、欧意、万喜、美的等）和二线品牌差不多20家；我们可以撇开这些传统品牌不说，就是今年就有长虹、新飞、格兰士等向厨卫电器进军，而且投入和市场推广的力度也相当的大，长虹、格兰士光一个营销团队都接近50人，投入资金都是成百万的去运作，以上这些能说明什么呢？给我们的只有深思：厨卫的品牌还有没有的做？我们怎么去做？我在这里想说明几点：一、肯定有的做，没的做的话大家不可能都往这方面想，而且非常值得去做！因为市场的需求是非常巨大的，市场对品牌的要求也是分高、中低的，每年都会有品牌的升和落，这就给我们留了足够的空间；其二、我们并不一定非要采取其他品牌运作的模式，但是可以借鉴，适合自己的模式才是最重要；其三、市场也同时给我们敲响了警钟，给我们的时间不多了，在未来3年内，如果我们品牌化还不成功，形势将是极其严重的，我们的生存空间在哪里？幸运的是，通过前期的试运行，我们找到了一条属于自己的路。

刚才陈总已经说了公司的战略规划，我在这里重点说说未来

凯信品牌品牌化的营销思路：公司走品牌化之路，实现由公司规模大到实力强的一个转变，争取在3年内达到厨房电器行业品牌知名度和市场占有率前15名的战略目标，把凯信的“用爱创造生活”的设立理念变为现实，让凯信的“爱”理念走进千家万户，最终实现公司的终极目标：走向上市和国内厨房电器的驰名商标、以及厨房行业的前三甲。当然，我们的营销中心还是不健全的，我们的营销团队的实力还是比较薄弱的，在明年，我们将会增加专业的售后和市场部、以及我们的销售人员，来增强营销中心的实力。不知道大家留意没有？现在全世界都在发生石油危机，中国在未来5年内将建近20座核电站，这意味着什么？未来带电的产品将是中国的销售主销产品，也就意味着我们必须对我们的产品组合和产品线做出调整，只有定位准确了，我们才可能迎头赶上，才会抓住机遇谋发展！明年我们首先是巩固我们目前的优势产品：燃气热水器，首先在外观和功能上更加完善和自主化；其次，在电热水器和电压力锅上，我们将在款式、功能等方面作出全面的调整；另一方面，在烟机和灶具上面，我们会加强大品牌的市场调研工作，保持能够跟上市场的节奏，并适当的自主化。简单的说就是三个一工程：一巩固、一重点、一保持。

我的发言完毕，谢谢大家！

## 开门红营销总结篇二

首先我感谢所有黑马摄影的客户，他们有政府官员，有民主人士，有国外的，有国内的，有重庆的，有其他省份的，有城市的，有农村的，他们也许不是最富有的，也许不是最宽容的，但是他们选择我们就是相信我们。他们也许是相信我们黑马这个品牌，也许是相信我们的技术，也许是相信我们的销售人员。也许是相信他们的朋友……不管怎样我们都要感谢他们，没有他们就没有黑马的今天。

我要感谢我们的供货商，如果没有好的信用，没有持续

经营的精神，没有良好的服务，没有他们的支持，我们就没有好的保障，他们也许不是最便宜的。他们也许不是最有实力的，但是对黑马绝对是最耐心的。在此，我感谢他们。

我最应该感谢的是黑马团队的每一个伙伴，今天早上看到你们忙着排练的可爱的样子，我内心深处突然升腾一阵阵热浪，此刻的你们是快乐的，黑马的2017年是成功的，可以让我们的团队的每位伙伴如此幸福，我想你们的演出不仅仅是为了奖金，我想更多的是想证明一下自己和自己的团队，就这点，在上次的秀展就已经淋漓尽致的展示了，黑马是很具有竞争力的一个团队。2017年年会致辞2017年年会致辞。我期待你们精彩的演出，请大家给予他们最热烈的掌声。

## 开门红营销总结篇三

尊敬的各位领导同事们：

大家好！！

作为xx集团营销中心的一名新员工，我很荣幸的站在这个领奖台上，在这里，首先感谢在这一年中领导和同事们对我工作的帮助，和对我工作成绩的认可！谢谢大家！

来到公司工作已经一年，回想过去的一年中我收获颇丰，集团公司管理的规范化，让我在塑料贸易行业中打下了坚实的基础，领导同事们的比学赶帮超氛围，让我在这个大家庭中快速的成长，全球经济危机的到来，让我知道了要走在时间的前面。其实在我的面前不乏有工作比我努力，业绩比我突出的人员，他们就是我的动力和目标。还记得在刚进入营销中心做业务时，自己专业知识的不足，让我举步维艰，客户所说的牌号、溶质、产地很多都不了解，于是我决定从单一牌号做起，慢慢往外延伸，在这个过程中集团公司组织的培训，领导同事的指导帮扶，不仅弥补了我专业知识的不足，

也学会了如何跟客户沟通，有了这些我不仅知道要了解客户的采购渠道、生产用量还要了解客户所能用到的牌号及石化公司的生产状况和价格，从而做到知客户所需，想客户所想。与很多老业务员相比我还欠缺很多，但我会不断的去努力，去学习，从2015年的月销售500吨提升到700吨，直至12年的月销售1500的'计划量，虽压力很大，但我坚信，我会用我的信念、执着去完成2015年新的挑战。有了2015年的磨练，在即将到来的2015年也将会不乏精彩。

伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了任务繁重、琐果累累的2015年，满怀热情的迎来充满希望的2015年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，去寻求更多的客户，争取更多的订单，完善个人的不足，为道恩这个大家庭出力添彩。

最后祝愿大家在新的一年里身体健康，万事如意！

## 开门红营销总结篇四

各位同事，大家好！

欢迎各位回到公司，参加本次会议，我代表公司感谢大家为能者事业立下的汗马功劳！

能者公司已有五十年的历史，最早是收音机的，专供广东地区收香港电视用。二十年前，推出了随身听，多年来，由于品质稳定，款式多，加上电视广告的精准投放，十年来，一直领导着随身听的发展。直到今日，在广东地区，以及香港迪士尼、香港的所有公立医院、大型购物中心，都毫不例外地使用着随身听。品牌发展故事，已成为电工界传颂的经典。

十年前，我们又投身于环保节能照明事业的发展，相继推出节能灯、LED等一系

经验，所以能之宝从一开始的定位，到后期的市场操作，都朝着优质产品的方向走，虽然，推动一个品牌并不容易，但我们坚信一个理念，就是要经过五到八年努力，名牌一定会产生！在能源紧缺的今天，人类必须向新能源，节能新方案目标走。所以太阳能，风能发电，也在初级发展阶段。在中国，中央政府要求各级管理于5年内降耗20%，否则，会被拉下台。在明年5月份，节能形势会很严峻。照明行业也正加快led的发展步伐，但目前led还没办法广泛用于照明应用，仅限于装饰。节能光源仍然是主流产品，今年，节能灯的发展速度为25%左右，金卤灯为38-45%，我们要利用好政府提倡节能的机会，大力推广节能光源。

目前，能者公司掌握了无线遥控、电光源、单片机智能控制、智能感应、智能识别、无线数据传输、工业设计等多门技术，通过技术的不断整合，能研发许多极具生命力的产品，如金卤灯电子镇流器、汽车hid灯、遥控插座等，发挥“能者”的竞争优势！

明、家居电子、汽车电子配件。照明产业沿着现有产品和利用金卤灯电子镇流器推动金卤灯灯具发展，从而切入商业照明，家居电子，借力能者门铃强势品牌优势，以门铃为龙头，推动家用无线遥控产品：如遥控灯头、遥控插座、遥控开关、小型防盗器、智能感应开关等等。

说到汽车电子配件，大家应该有很多疑问，为什么这个行业与我们有缘？前一个月，我走访了广州汽车配件2条街，发现这行业不得了，十几幢的批发大楼，很难找停车位的批发街，人气非常旺，而且，据我与几个经销商闲聊时，发现这个行业每年发展速度超过50%，相当惊人。如汽车hid灯是现时很热门的产品，如产品质量做得好，市场无限，现有几个质量较过硬的厂家，月销量都在5-10万只，而且是供不应求的。经销商中有一个在小榄工作过，知道能者是个品牌，对我们计划做汽车hid灯期待值很大，都希望我们尽快做出来，我可

以告诉大家，汽车hid灯我们已做了3个多月的行动，这几天在做样。估计下月会有小批量出来，先试装在公司的车和朋友的车上，做实地测试，再经改良，相信十月份可上市。紧跟着的汽车配件有手提电脑汽车充电器、汽车防盗信号增强器、汽车彩铃，最理想的是可推出gps卫星导航系统，到这时，除铁将军外，又有第二个汽车配件名牌在中山产生。

这三个产业的回报是差别很大的。节能灯□r5等光源产品的毛利率为20-30%，家居电子产品的毛利率为35-50%，而汽车电子配件的毛利率为35-80%不等，加上汽车业的高速发展，这正是我们要投身汽车电子配件业的原因，正好充分发挥我们的技术、地域等资源的优势!而谈到这三大块的营销整合，我想，要等待今年年底，才研究汽车配件的渠道、品牌建设，现时只是对该行业的试探性运作!

说到营销战略，今年，我们的主题是“全员拓展业务，优化品种推广”，我们要打好产品优势和借力营销这两张牌，从而推动品牌、渠道的扩充。要成为市场区域性优秀品牌，必须要找到优质代理商，我们分析做得好，要么是代理商渠道好，要么是产品牛;所以我们在找客户的同时，要做好产品的优化推广，把有特色的产品推广好，以点带面。

## 开门红营销总结篇五

1、以下是对公司店铺运营管理现状的简单素描：（用幻灯片投放店铺不规范现象的照片）

1) 服务：基本接待不规范，细节服务空白

2) 陈列：卖场不够整齐、有序，陈列不生动

3) 展示：橱窗/模特/正挂/流水台/pop/dm等应用较差)

4) 推广：促销手段单一，打折严重，缺少品牌价值和文化的



展现

5) 形象：灯光、货架等店铺整体风格缺少系统规划

6) 店员：工作积极性不高，销售欲望不强

7) 技能：缺少专业知识和导购基本技能

8) 管理：店长控店能力、流程执行、制度落实差

9) 架构：没有专职的零售督导指导跟进店铺经营

10) 培训：直接有效的店铺员工培训基本空白

还有很多其它方面，这里就不一一列举了……

这样的状况，等于只发挥了店铺的商品传递的功能，在很大程度上只能算是服装超市。

在日益讲究购物环境、服务品质和引导性消费的服装零售业、在大部份竞争对手都在进行精细化管理和优质服务的今天，这样的店铺管理状况，将很难在行业里继续立足下去。（用幻灯片投放规范的店铺照片作对比，显示差距，引发思考）

所以，09年将是一个严峻的终端营运管理年！

2、以下是店铺员工专业素质的情况：（幻灯片投放）

——绝大部分店员不懂商品的fab对产品卖点不能顺畅解说；

——很多人缺少对顾客分析研判的概念；

——商品管理也几乎停留在卖什么补什么的层次；

——淡场时大都傻站着，最多理理货做做账，不懂销售演练

或开展销售游戏；

——几乎所有的终端都没有建立店铺自用的详细的顾客管理档案；

——很少召开店铺例会，也不懂开展实效的店铺会议；

——大部分店铺缺少目标管理和正确的激励机制；

——没有店铺日志或正式交接本，更没有实现传达的书面化；

——没有实用的销售分析报表，商品管理跟着感觉走……

以这样的情况来看，大部分店铺相对于行业内的品牌终端来说，只能算是处在自然销售状态，缺少专业的管理，缺少经营意识，缺少品牌应有的优质服务。

“导购不导”、“管而不理”，使“品牌无品”！究其原因，主要还是因为终端人员的专业素质不够。

所以，09年也是一个紧迫的终端人才强化培训年！

3、以下是公司直营渠道08年截止到11月的业绩情况：（幻灯片投放）

核算到12月底，在天气帮忙的有利形势下，08年全年的平均单店月销售仅有5.6万，否则还不到4.5万。

而类似等级或价位的品牌，其直营店平均单店月销售一般要达到9—13万以上的水平。

可以不用讳言地讲，公司直营店整体上应该还有50%—100%的巨大提升空间，最低也应再提升30%以上。

所以，09年更是一个终端业绩提升年！

4、以下是公司的渠道结构和效益概况：（幻灯片投放）

从上表可以看出：

1、月销量10万以上的有63个店（绿色字体部分），仅占总店数的8.8%，但销量却占总业绩的29%。

2、月销量5万以下的有452个店（红色字体部分），占总店数的63.5%，但销量却也是总业绩的29%。

3、452个低端商铺的销售业绩，仅相当于63个10万等级的店铺销量。

也就是说7.2个差店才抵得上1个正常店的业绩，但它们却占用了公司大部份的铺店货品、装修费用和管理成本等资源。

4、这些占了大多数，而且大都在亏损的店铺，大幅降低了公司的经营效益和效率，造成库存积压和决策失误，拖累了企业的营利和发展。

5、那么多店一月一月地在那里亏着，让人何其痛心！那么巨大的资源一年一年的在浪费，又多么令人惋惜！

任何企业，其经营的最终目的必定是为了效益。

从市场经营的角度来讲，企业开展直营除了建立模式外，其目的还包括：

首先是为了树立品牌；

其次是为了获取较高利润；

其三是为了稳定销售渠道和市场。

类似于威鹏这样中等定位的品牌，最容易达到投入产出的效

益最大化的渠道结构，应该是直营和加盟的比例在3：7左右。

而目前的状况是公司投入了巨大的资源做直营，而且比例高达70%，却根本无法得到应有的利润回报。

若要改变现状，必先改变思想：

无论是小店、大店、样板店，每一家店铺都必须以效益为核心、以实现营利为目标！

没有营利，何来样板？何来品牌？何来市场？

不营利的店要坚决地、分阶段分批次地尽快转、停、关。

所以，09年更应该是一个终端效益单店考评年！是渠道结构调整年！

5、其它方面的分析（幻灯片投放）

终端形象、终端文化、人才培养、市场分布、渠道结构、盈亏核算、服务体系、管理机制、培训机制、活动推广等。

因时间和篇幅关系在这里不多赘述。

## 开门红营销总结篇六

尊敬的各位领导、各位同事，大家晚上好。

我叫xxx，现年38岁，现在xx分理处工作，四级柜员。我竞聘的岗位是大堂经理。我是一名勤勤恳恳一直在一线工作的员工，近几年来，深切感受到农行改革的步伐不断加快，新业务，新技术，新设备层出不穷，同业竞争日趋激烈，农行客户数量庞大，柜面压力前所未有的。面对诸多挑战，我们每一位员工应不断提高对自己的要求，竞聘对我来说既是一次机

遇又是一场挑战，农行要生存要发展，靠的是我们每一位农行员工的不怕挑战，奋勇拼搏的精神。因此，我决定来参加此次竞聘，展示自己。

我的竞聘理由如下：

### 1、有良好的道德品质。

自参加工作以来，我就秉承真诚待人的信念，尊敬领导，团结同志，做到与每一位同事和睦相处，大事讲原则，小事讲风格，识大体，顾大局。工作上任劳任怨，从不计较个人得失。

### 2、有丰富的前台工作经验和娴熟的业务技能。

从业来，一直从事前台工作，有着较强工作责任心和进取心。对待工作认真负责，做到干一行爱一行，精通各项前台业务，营销能力强，仅一季度，我就营销保险55万元。并获得县级先进个人。

### 3、具有大堂经理资格证书。我于09年考取了大堂经理资格证书，同年10月参加了省行组织的大堂经理岗位培训，学习了各种工作方法，掌握了一定的工作技巧，为能够胜任大堂经理工作积累了一定的理论和工作经验。

此次如能竞聘成功，我将从以下方面开展工作。

一首先要依靠团队的力量，发挥集体作战的效果。一个人的力量是有限的，集体的力量才是无穷的。只有依靠整个团队的力量，发挥集体作战的作用才能取得良好的效果。，因此在以后的工作中，我要进一步加深与同事们的感情，发扬团队精神。

### 二、立足岗位，积极营销。

大堂经理的职责归根结底就是服务客户，促进营销。为此我将充分利用与客户近距离接触的机会，与广大客户交朋友，识别推荐优质客户，讲解我行的新业务，积极宣传和营销我行的各项金融产品。创造良好的营销氛围，带动整个单位的营销气氛，以达到好的营销效果。

### 三、加强客户关系的维护

维护好客户关系，是提高客户满意度和忠诚度的重要手段和工作方法，是做好营销工作的前提，我要用优质服务稳住vip客户，挖掘潜在的优质客户。只有这样才能保证营销持续健康发展。

### 四、妥善处理纠纷，及时化解矛盾

在处理纠纷时始终坚持维护农行形象，认真聆听客户诉求，安抚客户情绪，保护柜员利益的原则。做到纠纷不出门。

凭着我对工作的无比热情，不断开拓创新的激情，和对农行业事业的无限忠诚，我相信自己一定能够胜任未来的工作。不管此次竞聘成功与否，我仍将一如既往，认真工作，为农行的发展贡献自己的光和热，谢谢大家。

## 开门红营销总结篇七

优秀作文推荐！各位领导、同事们：

大家好！

首先，感谢各位领导给我这次发言的机会。新华书店犹如一颗百年的参天大树，至今仍然是枝繁叶茂。看此状况我很高兴无比荣耀，作为新华书店的一名员工，就如大树上的一片树叶，我一直都在新华书店文教柜组工作，可以说对教材教辅的书籍版本十分了解。下面就教材教辅这两大类图书的工

作浅谈：

首先我把本单位的销售图书情况与大家一起探讨，希望大家可以给与指点和好的建议

第一：就宣城新华书店的经营状况而言，教辅类最畅销的书籍：小学至初中的各科《教材全解》、《课时作业》、《现代汉语字典》，这类的图书比较畅销。

第二：有些书也很畅销可是货源得不到及时的补充从而耽误了销售的好时机，就考试类的书来说吧，安徽省公务员考试类的书需求量大现在国家的政策给一部分大学生就业的一条道路，可是图书供不应求市场达不到饱和状态，我们去征订图书可是得不到及时补充。医学类考试书籍资料也是如此。建筑类的考试资料也是很紧缺，我是热锅上的蚂蚁团团转，干着急，可是蚂蚁用啊。

第三：现在高中生面临的是高考，家长学生都很重视，高考对他们而言是一个转折他们会下大投入，其资料是一大部分，这个对我们图书来说是一个买点，可是我们的货源短缺《高考说明》根本没有。

第四：初中类的资料有也是很紧缺，还有的是资料不对口，教学版本不一样需求也是不一样，这样一来就麻烦了客人要吃面条我们只有米饭啊。

第五：还有一部分图书基本上很难在市场上走动，客户根本不要，就书法字帖，黄山书社主发一批又一批根本买不动斗做了退货。

第六：英语是现在学生学习的主课，也是很学生学习难点，家长与老师以及学生本人都很重视，我们是母语的汉语，不像他们外国英语比较流行。英语既然是考试的必备那学生一定会学习啊，家长老师也会担心重视的，此时的资料呢？资

料也是同样紧缺，也会出现不对口，有的差不多是个残废，有的是有资料无磁带，有的呢是有磁带无资料，这个学生很难接受啊。

我在一次工作听到这么一句话我来把原话说给大家听，“新华书店是好啊，书架摆的好看可是没有我要的书。”

对啊一颗大树枝繁叶茂是好啊。可是营养跟不上久而久之会怎么样呢？

以上是我与大家一起探讨浅谈的问题希望大家给与指点和好的建议谢谢！

## 开门红营销总结篇八

（一）总销量同比增长。全市完成销量33425箱，同比31713箱增长1712箱，增幅5.4%，增幅位居全省第四位。

长汀同比增长20.23%，连城增长16.83%，上杭增长8.84%，武平增长14.74%，漳平同比下降0.79%，永定同比下降1.7%，新罗同比下降2.03%。

（二）低档烟销量同比下降。

全市低档烟销量8290箱，同比8393箱减少103箱，降幅1.23%。

（三）销售结构快速提升，一、二类烟合计占比为24.67%，同比提高2.3个百分点。

全市一类烟销量4376箱，同比3514箱增长862箱，增幅24.53%，占总销量比重为13.09%，同比增长2.01个百分点；二类烟销量3870箱，同比3580箱增长290箱，增幅8.1%，占总销量比重为11.58%，同比增长0.29个百分点；三类烟销量13672箱，同比11201箱增长2471箱，增幅22.06%，占总销量比重为40.9%，



同比提高5.58个百分点；四类烟销量3216箱，同比5025箱减少1809箱，降幅36%，占总销量比重为9.62%，同比下降6.22个百分点；五类烟销量8290箱，同比8393箱减少103箱，降幅1.23%，占总销量比重为24.8%，同比下降1.66个百分点。

（四）省产烟同比增长。全市完成销量27266箱，同比26491箱增长775箱，增幅2.93%，增幅位居全省第二位，占总销量比重为81.57%，同比下降1.96个百分点。

其中省产一类烟销量3524箱，同比2837箱增长687箱，增幅24.22%；省产二类烟销量3617箱，同比3323箱增长294箱，增幅8.85%；省产三类烟销量12542箱，同比10051箱增长2491箱，增幅24.78%；省产四类烟销量538箱，同比2808箱减少2270箱，降幅80.84%；省产五类烟销量7045箱，同比7473箱减少428箱，降幅5.73%。

（五）七匹狼品牌市场份额逾六成。

七匹狼系列销量xx4箱，同比17503箱增长2611箱（增长绝对值位居全省第一），增幅14.92%，增幅位居全省第一位，占总销量比重为60.18%（全省最高），同比提高4.98个百分点。

一、二类七匹狼销量7131箱，占一、二类烟销量8246箱的86.48%；一类七匹狼销量3524箱，占一类烟销量4376箱的80.53%；二类七匹狼销量3607箱，占二类烟销量3870箱的93.21%，三类七匹狼销量12542箱，占三类烟销量13672箱的91.73%。

一类七匹狼销量3524箱，同比增长687箱，其中，软红狼销量1029箱，同比增长87箱；软灰狼销量2423箱，同比增长721箱；纯典狼销量33.4箱，同比下降46.6箱；雅典狼销量33.9箱；圣典狼销量3.9箱，同比下降7.9箱。

二类七匹狼销量3607箱，同比增长294箱，其中，红狼销

量3110箱，同比增长437箱；枣红狼销量301箱，同比下降187箱；豪迈狼销量96.3箱；豪运狼销量100.1箱。

三类七匹狼销量12542箱，同比增长2490箱，其中，白狼销量6293箱，同比增长1485箱；古田狼销量5588箱，同比增长1242箱；蓝狼销量222箱，同比增长89箱；金狼销量439箱，同比减少326箱。

四类七匹狼即豪情狼销量441箱，同比减少860箱。

（六）省外烟销量同比增长。全市完成6034箱，同比5130箱增长904箱，增幅17.62%，增幅位居全省第四位，占总销量比重为18.05%，同比提高1.88个百分点。

其中省外一类烟销量811箱，同比621箱增加190箱，增幅30.6%；省外二类烟销量229箱，同比242箱减少13箱，降幅5.37%；省外三类烟销量1071箱，同比1130箱减少59箱，降幅5.22%；省外四类烟销量2678箱，同比2217箱增加461箱，增幅20.79%；省外五类烟销量1246箱，同比920箱增长326箱，增幅35.43%。

（七）条均价上升显著。1-3月全市卷烟销售条均批发价70.36元，同比65.79元，增长4.57元，同比增长6.95%，增幅位居全省第四位。在各个县（市、区）中，新罗区条均价最高（82.29元）且条均价同比增幅最大（10.32%）。

1-3月份全市省产卷烟销售条均批发价69.82元，比去年同期64.02元增加5.80元，增幅9.06%。

1-3月份全市省外卷烟销售条均批发价72.52元，比去年同期74.33元减少1.81元，降幅2.44%。

（八）百牌号烟覆盖市场

3月份在我市销售的百牌号卷烟30个。1-3月份百牌号销量32319箱，同比30802箱增加1517箱，增幅4.93%，占总销量比重为96.69%，同比下降0.44个百分点。

### （九）超进度完成xx年省产一二类烟实现数

我市省产一、二类烟占该类别的比重较高。1-3月，省产一类烟3524箱，占一类烟销量4376箱的80.53%；省产二类烟3617箱，占二类烟销量3870箱的93.46%。

1-3月份，省产一类烟3524箱，完成省公司要求的省产一类烟实现数9450箱的37.29%，超进度12.29个百分点。3月份，省产一类烟销量664箱，同比增长60箱，增幅9.93%，符合省公司要求（3-12月份省产一类烟要实现10%的增长）。

1-3月份，省产二类烟3617箱，完成省公司要求的省产二类烟实现数11240箱的32.18%，超进度7.18个百分点。

## 二、库存情况

3月末库存为3518箱，低于控库指标（3600箱）82箱，其中省产烟库存1468箱，存销比为0.25（约8天）；省外烟库存1980箱，存销比为1.28（约38天）。一、二、三、四、五类烟库存分别为455箱、353箱、1016箱、1000箱、695箱。

## 三、下步工作计划

### （一）以网建现场会为契机，全面提升营销网络管理水平。

在去年实施四大课题攻关的基础上，今年将以深化终端建设、完善需求预测体系、打造服务品牌、加强基层客户服务部团队建设和强化物流基础管理等五个课题创新实践活动为载体，紧密结合建标贯标工作，突出标准化、系统化、信息化、高效化，全面开展网建现场会筹备工作，建成具有“科学合理、

简单高效”鲜明特色的卷烟营销网络，初步实现经营效益型网建向管理效益型网建转变。

## 1. 突破终端

今年的首要任务是“终端突破”，力争通过强化终端建设形成客户服务体系化、差异化和品牌化，具体要做到“三个更加”（即客户服务更加有效、营销管理更加到位、服务窗口更加文明）和“三个更有”（即营销指导更有意义、终端延伸更有实效、客户关怀更有特色）。

## 2. 系统集成

今年要在网上订货□e化管理的基础上，与中软海晟公司加强合作，结合“三个更加、三个更有”终端突破活动，把握整合、共享和协同三个关键点，以统筹规划、分步实施、逐级集成为原则，打造“电子商务、网上管理、物流管理”三个信息平台。

## 3. 建标贯标

今年将按照市局建标贯标工作要求，以化繁为简、突出实效为原则，注重对接，把握关键，突出治本，扎实推进建标贯标工作。

## 4. 形成体系

今年将以终端突破为基础，以三个平台为依托，结合建标贯标工作，全面开展五个体系建设。一是实施“菜单式”客户服务模式，打造客户服务体系；二是试行“接触点营销”模式，构建工商协同品牌培育体系；三是健全专销协同客户管理模式，完善控制市场体系；四是推行网上管理模式，探索建设科学合理管理体系新途径；五是着力打造专业化物流运作管理体系。

## （二）科学把握卷烟投放节奏，提高卷烟经营水平

我们要根据市场需求投放货源，继续本着“稍紧平衡”的原则，注重把握投放节奏，加强对市场需求的分析、研究，重点监控存销比、价格的变动情况，避免因货源投放过多而导致社会库存的增加和卷烟价格的波动，确保卷烟市场的平稳发展。

（三）以“农村抓销量、城市抓结构”为中心，实现“保增长、提结构、稳价格”目标。

今年我市卷烟营销目标是：一是实现总销量10万箱，比增1941箱，同比增幅1.98%；二是实现省产一二类烟销量20690箱，比增1470箱，同比增幅8%；三是实现条均价70元，比增4.3元，同比增幅6.5%；四是实现卷烟毛利增长3000万元以上。

要完成销量目标，就必须大力开拓农村市场，向农村市场要销量。一要抓好边远行政村市场占有，充分倾斜低档烟货源；二要依托农村服务工作站，进一步完善工作站设施，创造良好的工作、生活环境，让农村工作站的客户经理能够安心做好客户服务工作；三要服务与监管并重，加强专销结合，有效覆盖农村市场。

要确保销售结构的提升，就必须抓好城市零售客户服务工作。一要准确分析服务需求，提高响应速度。要认真了解城市客户最关心、最迫切需要解决的问题，切实帮助加以解决。以客户经营指导为载体，提高城市客户经营能力；二要做好70家“品牌形象店”建设工作，提升城市客户的终端形象，加强全国性骨干品牌的宣传力度，从而提高其培育高档名优烟的能力；三要积极开展工商协同工作，多开展一二类烟的促销活动。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 开门红营销总结篇九

亲爱的红xx员工们：

大家好！

首先，衷心的感谢大家一直以来为公司的辛勤付出！冬天已经来临，天气变得寒冷！请大家多注意气温变化，穿着适量的衣服，同时注意适当的锻炼身体，祝大家身体健康，家庭幸福。

我们除了不断的创造出新的业绩外，更加重要的是建立了一支优秀的企业团队，培养了众多的优秀员工和精英骨干！员工整体素质、综合能力获得了较大的提升！这为红xx公司将来更大的发展打下坚实的基础。在红xx公司经营理念中，员工永远是公司最大财富和最宝贵的资源！企业没有优秀的员工如同一支军队没有精兵良将一样，在激烈的市场竞争中将难以取胜！

目前，因受到国际金融危机的影响，国内市场需求不断下降，公司业务受到了极大的冲击，销售额急剧下滑！因此，我们不得不正视目前存在的各种问题和充分认识当前面临的严峻形势！为为了应对金融危机带来的冲击和负面影响，公司各级员

工特别是管理干部，必须从下面几方面做好工作！

公司当前面临着严峻的考验，稳定向前发展是我们当前主要任务。这离不开每一位员工积极、努力、负责的工作！因此，我们每时每刻都应有一种高度的危机感、紧迫感和责任感！无论在什么岗位上都要尽职尽责、赫赫业业地做好本职工作！每一工作个环节和每一工作个岗位都不可马虎和缺失。各级管理干部要以身作则，起到带头示范的作用！大家要明白一个道理，工厂不单独是老板的，还是我们大家的！我们共同的目的是要努力把它办好！俗语说水涨船高，只有公司效益好了，大家的工资、奖金回报才会高！每个人都应要努力钻研，积极创新，争当优秀！只要每人进步一小步，公司就会进步一大步！公司为大家都创造一个大的空间和平台，对工作努力，成绩优异，贡献突出的员工公司会给予大的奖励和工资待遇！对工作马虎，责任心不足，得过且过者予以淘汰！

市场经济时代企业竞争如逆水行舟，不进则退！市场规律会不断淘汰不思进取、得过且过的企业和个人！因此，我们要比竞争对手付出加倍的努力，在实际工作中不断完善，不断学习，不断创新，寻求突破！不断地提高工作成效和管理水平！所以，我们第一是要不断学习行业先进技术知识，不断得到外界的信息，使自己适应环境的变化和市场的要求；第二是要不断学习创新，不但要跟上行业的步伐，还要走在市场的前面，要做时代的弄潮儿，而非跟在别人后面随波逐流！要努力做到人无我有，人有我优！第三是不断学习先进的管理模式，通过实施绩效考核□iso质量管理体系□5s现场管理等先进管理模式武装企业，提高管理成效。

绩效考核是公司每一位员工工作表现做出一个合理、公平、公正的评价，是公司奖励优秀，鼓励学习创新，约束和处罚马虎消极人员，为大家提供获取各种奖励的一套有效的管理系统。绩效管理本身目的是引领公司和个人创造更多利润和价值。工资不是算出来的，而是干出来的，你的行动决定您的薪酬。绩效考核实施过程中必会有这样或那样的问题，

初期必会有种种不足之处，但我们不是去打击他、怀疑他，更不能成为不执行的理由，而是应该不断完善和不断的改进他！

公司下一步是要用3-5年的时间，将企业管理水平、科研水平、业务水平提高到世界级的前端！实现年销售额3个亿！这是我们发展经营的短期目标！在达成此短期目标的基础上，通过股份制改造来实现企业上市，最终实现团结一致，共同打造你们的，中国的，世界的红xx！建立百年企业的长远目标！商场上有一句名言：企业要上市，管理首先要上市，我们要通过建立独特的红xx企业文化，提高每一位红xx员工的主观能动性和创造性，通过加大企业的宣传力度，实施科学管理，不断的争取业绩、业务水平上一个新的台阶，实现创新科技引导市场。

外部环境已向我们提出了更高的要求，我们每一位员工作为公司整体的一分子，每人都应更自觉的要求自己！改变自己！首先从我做起，加强自律，严格执行公司各项制度和政策。只有这样，公司经营策略才能有效地贯彻实施，公司整体管理水平才会逐步提高！

各位员工，时不我待，让我们大家共同努力吧！