

# 广告销售总监述职报告(优质8篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 广告销售总监述职报告篇一

1、销售部细分部门有：

a□市场销售部：主要承担酒店年度经营指标，又细分为商务市场、政府市场和旅行社市场。

b□预订部：承担客房预订工作，并正确输入客人预订信息。

c□公关部：承担对外宣传酒店形象的工作。宾客的满意度决定了对酒店的评价和影响力。

2□20xx年酒店客房总收入预算为xxx万元。

a□实现目标的方法和措施□20xx年市场竞争是激烈的，酒店是新酒店，会场较多，饭店以低价格抢团队市场，但我们会抓住上海世博会期间有很多参观者的这一机遇，因为海外市场的客人会借参观世博会而深入中国内地，因此我们可以争取得到很多客人。另外，政府招商引资的力度加大，也必然为我们带来更多的客源。

b□销售方式：1) 我们将针对今年的市场情况，划分不同的客户群和不同的销售方式以争取客源；2) 以分销和促销的形式扩展地州市场；3) 积极开发省外和海外市场；4) 进行公关策划，树立酒店的对外形象；5) 与高尔夫球场，各大航空公司联合推广飞行，打球和住宿的包价政策，以此来拓展新的`

客户群。

c□营销策略的实施与控制：1) 将经营指标分到销售人员个人；2) 实行酒店全员销售；3) 调整绩效考核方案；4) 每月定期召开销售分析会；5) 培训销售技巧。

3、需要相关部门配合的事宜：1) 客人看房或看会场时，需要请相关部门提供干净、整洁的客房或会场介绍，无论有多晚，也需要为客人提供服务；2) 会议接待的收入占酒店收入的40%-50%，销售人员签订了会议协议后，会下接待通知、开协调会、需要相关部门配合做好接待工作、结账。

4、案例分析：

1□20xx年6月，有旅游局客人暗访酒店，对酒店的第一印象很好，但感觉到客房服务员不懂英语，而餐厅服务员勉强能听懂。客人8月再次到访酒店，在前台时要求见销售人员，但前台服务员要其自行上楼，客人觉得没有得到应有的重视。旅交会前夕，客人第三次入住酒店，因为为其安排了懂英语的较好员工，因此客人在比较了昆明市场几家5星级酒店后，最终决定将旅交会期间的活动安排在酒店。

因此，希望各个部门紧密配合，减少因管理疏漏和服务质量带来的投诉率，增加客人满意度。

## 广告销售总监述职报告篇二

20xx年马年行大运，在马年里金蛇辞旧，马年呈祥，崭新的20xx正盛装启航。

20xx年2月17至21日，公司销售中心在昆明科技创新园会议室召开了本年度销售工作会议，各省区及办事处经理与商务部、市场部全体职员参加了会议，本次会议由销售总监杜小龙主持。

会前，公司总经理马志伟做了大会致辞，他表示xxxx年大家虽然遇到了重重困难，但仍坚持不懈地进行市场开发与销售，对大家的努力给予了较高肯定，同时激励大家20xx年在更加严峻和激烈的市场竞争中，要抢抓机遇、攻坚克难、顽强拼搏，以高度的责任感和强劲的执行力再创佳绩。

会议期间，销售总监杜小龙分别从产品销售、商业情况及现有问题等方面，对xxxx年销售工作进行了全面、客观的回顾与分析。在他的主持下，各办事处经理深入分析各自的'市场现状，通过对关键问题的讨论明确了今年的销售方案。同时，公司总经理马志伟在会上做了重要讲话，他强调20xx年将以利润指标作为考核标准，做差异化管理，奖励有贡献的员工，能者多得，多劳多得；进一步强化市场基础等，并期望销售中心全体员工齐心协力共同完成今年的销售目标。

一年一个新目标，一年一个新跨越。此次会议明确了20xx年的销售任务，相信良方制药的销售精英们带着新的期望，站在新的起点上，将继续谱写更加辉煌的篇章！

## 广告销售总监述职报告篇三

xx是一家汽车销售服务公司，完美的营销是公司制胜的关键之一。作为公司的'营销总监，在这一年以来主要完成了如下工作：

一、参加公司有关会议，全面主持营销部工作，将工作落实到位并定期及时向总经理进行汇报。

二、在公司成立之处，组织强有力的宣传广告，从而大大提高公司的知名度，为公司的xx打下坚实的基础。

三、针对厂商一年来的新产品，多次组织部门小组成员开展客户需求调查，并共同研究制定营销战略，拟定营销计划方

案，适时进行督促，长期进行跟踪，监督营销任务完成情况。

四、有力实践jdpowar流程，加强营销队伍的建设和管理，提高营销团队的服务水平。

五、对团队成员完成的标准业务合同进行审批。

六、每次任务后及时进行营销统计和考核，客户档案的汇总和管理。

七、反馈客户意见，与其它部门进行工作沟通。

八、总结营销经验，多次召开会议，促进成员间的业务交流。

存在的不足；

二、宣传力度还不够，公司知名度还有进一步提升的可能；

三、团队比较稚嫩，需要更长时间的有效指导与磨合。

以上是我一年来的工作总结。望各位同仁予以监督。

此致

敬礼！

述职人□xxx

20xx年x月x日

## 广告销售总监述职报告篇四

尊敬的公司领导及各位同仁：

你们好！

近一个时期以来，销售中心在总公司的指导下，开展了全国区域市场启动和推广、市场网络的建设、各省区经销商的开发、部分终端客户的维护等工作。现将\*个月来，销售中心阶段工作所取得的成绩、所存在的问题，作一简单的总结，并对销售中心下一步工作的开展提几点看法。

一言以蔽之，三句话：成绩是客观的，问题是存在的，总体上销售中心是在向前稳定发展的。

## 1. 启动、建设并巩固了一张全面行销所必需的分级销售网络体系

全国区域市场现有医药流通参与商（商业公司或个体经营者）超过\*\*家，通过深入实际的调查与沟通，我们按照这些商业渠道的规模实力、资金信誉、品种结构、经营方向，将这些商业渠道进行了a□b□c分类管理，其中a类主要侧重于大流通批发□b类为二批和临床纯销户□c类为终端开发者。

在这些客户中，我们直接或间接与之建立了货、款业务关系的近\*\*家；渠道客户掌控力为80%。我们所拥有的这些渠道资源，为提高产品的市场普及率、占有率、迅速占领全国区域市场，提供了扎实的销售网络保证，这一点正是竞品企业所看重的。

## 2. 培养并建立了一支熟悉业务运作流程而且相对稳定的行销团队。

目前，销售中心在销售总监的总体规划下，共有业务人员x人，管理人员x人，后勤人员x人。各人员述职时间、行销经历参差不同，经过部门多次系统地培训和实际工作的历练后，各人员已完全熟悉了本岗位甚至相关岗位的业务运作的相关流程。

对业务人员，销售中心按业务对象和业务层次进行了层级划分，共分为终端业务员、区域主管和片区经理三个层级，各层级之间分工协作，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞，体现勤协作和互补的初衷。

这支销售队伍，工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为销售中心尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。你们是全国区域市场运作的生力军，是能够顺利启动全国区域市场并进行深度分销的人力资源保证。

我们起步虽晚，但我们要跑在前面！

### 3. 建立了一套系统的业务管理制度和办法。

在总结上半年工作的基础上，再加上这两个月来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于行销队伍及业务规划的管理办法，各项办法正在试运行之中。

首先，销售中心将出台针对“人力资源”的《销售中心业务人员考核办法》，对不同级别的业务人员的工作重点和对象作出明确的规范；对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。

其次，销售中心将出台针对“市场资源”的《销售中心业务管理办法》，该办法在对销售中心进行定位的基础上，进一步对商务、订购、配货、促销、赠品发放以及业务开展的基本思路等作出细化标准，做到了“事事有标准，事事有保障。”

第三，形成了“总结问题，提高自己”的内部沟通机制。及时找出工作中存在的问题，并调整销售策略，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。

### 4. 确保了一系列品种在全国区域终端市场上的占有率。

目前，销售中心操作的品种有\*个品种，\*个品规。对这些品种，我们依照其利润空白和总部支持力度的大小，制定了相应的销售政策；如现款、促销、人员重点促销等。

通过销售人员尽职尽责的工作，这些品种在地区级市场的普及率达到70--90%之间，在县级市场的普及率达到50--80%，之间确保了产品消耗者能在一般的终端即可购买到我们的产品，杜绝了因终端无货而影响了产品销售时机的现象，增加了纯销量提升的可能性，为下一步的终端开发夯实了物质和人文基础。

5. 实现了一笔为部门的正常运作提供经费保证的销售额和利润。

自开展工作以来，销售中心通过对本公司产品的市场开拓，相关竞品品种的大流通调拨，共实现了销售额 万元；毛利润额 万元，为整个销售中心和三个周边办事处的正常运转提供了及时的、足额的经费保证。

销售中心主管领导在建设并掌握销售网络的同时，通过各种途径为行销工作的顺利开展谋取利润，因此，销售中心整体可持续性发展的物质保障是不需担心的。

问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒。

## 1. 无透明的过程

虽然销售中心已运行了一套系统的管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，

但是，没有形成按时汇报的机制和习惯，仅仅是局部人员口头汇报、间接转述，销售中心不能进行全面、及时的统计、规划和协调，从而导致部分区域的工作、计划、制度的执行

和结果大打折扣。

## 2. 无互动的沟通

销售中心是作为一个整体进行规划和核算的，一线工作人员、后勤人员、主管领导的三向互动沟通是内在的要求和发展的保障。销售中心需要及时、全面、顺畅地了解每个区域的一线状况，以便随时调整策略，任何知情不报、片面汇报的行为都是不利于整体发展的。

## 3. 无开放的心态

同舟共济，人人有责！市场供需失衡的压力，同业风气的阻碍，客观环境的不便，均对我们的行销工作产生了负动力。如果我们不能以开放豁达的心态、宽容理解的风格、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就不能更好地前进。

我们知道，其他厂家内部滋生并蔓延着相互拆台、推委责任、牵制消耗、煽风点火的不良风气，我们要警惕我们的队伍建设和自身进步，不要被不需在意的人和事影响了我们的进步。

两军相遇勇者胜，智者相遇，人格胜。

## 4. 无规划的开发

市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，并不是所有的区域都能够根据总体发展需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要线开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体的某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访和无信誉的行为，都有可能

导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

### 1. 重塑销售中心的角色职能定位。

在做网络的同时，做销量，创造利润和区域品牌。通过完善终端网络来提升产品销量和团队美誉度。

### 2. 建立金字塔式的销售结构，推行低重心销售策略。

在确保产品在终端“买得到”的同时，也要确保“卖得动”，有计划、多层次地开展“面向客户型”推广。不能只保证渠道中有水，还要创造让水流出去的“出口”。

### 3. 调整产品结构。

单渠道、多品类地“多量少批”产品购买是将来渠道客户向上采购的趋势。产品是终端市场运作的依托，宜精少而不宜杂多。销售中心将努力寻求一个利润空间大、可操作性强、投入既有利益保障又有声誉回报的产品，这样终端销售会更有积极性，客情关系会更加紧密。

### 4. 货款分离，变被动为主动。

业务人员主动出击，培养客户订货计划，以客户需求为导向，按需供货。货由专人（专车）发送；款由对应业务人员收回，一来可以改变“一天只能给一家客户送一个品种”的现状，提高工作效率；二来可以降低货款风险；三来可以促使出货渠道流畅。

### 5. 改变待遇分配机制。

工资：在完成基数任务的前提下，实行“隐性保密工资”，下不保底，上不封顶，由销售中心主管领导根据个人实际工作状况进行“模糊分配”。

奖励（提成）：经销售中心核算后将在年底统一分配。

既给压力，又给激励。大胆地拉开差距，奖罚并施，制造“贫富悬殊”，真正做到能者多劳，劳者多得。

“市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。

同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验“。

我们已经经历了足够的市场磨练，我坚信通过我们共同的奋斗，架好“支点”撬动市场，打造“势能”以便放大营销惯性，进行整合形成“拳头”能量，希望有一天，销售中心定能成为吸引商业渠道、有选择地进行商品分销的最有份量的谈判筹码！我们一定能在疲软的经济里建功立业！

我们现在的确困难，但我们决不贫穷，因为我们有可以预见的未来。

## 广告销售总监述职报告篇五

刚才听了各位省级经理的述职报告，很高兴在大家的一致努力下，各销售部的工作都取得了很大的进展，但同时也暴露了不少问题。在我谈问题之前，我想首先强调的是，我们第一批销售部承担着公司管理模型和市场模型的建立任务，而公司下一步规划的前提就建立在一支过硬的销售队伍和市场网络上，目前的实际情况是大家都各有优势和劣势，我们只有集中大家的优势，发挥团队的力量，群策群力，充分的尊重市场和事实，才能够取得成功。因此，希望大家重视这次学习和交流的机会，毫无保留地、开诚布公地来相互学习和总结。下面，我将从三个方面谈一点自己的看法，与大家共

同交流和探讨。

1、关于态度在大家的述职和相互交流的过程中，反映出了工作中很多的困难和问题，比如市场网络、招标、药事会的召开时间……，问题和困难自然不可避免，但我觉得，导致这些问题和困难不能解决的主要原因还是态度问题。有这样一个故事：一个公司在招聘人员的过程中，经过重重面试最后还剩下三个人，该公司是生产梳子的，最后一道考试题便是谁能把梳子卖给和尚。半个月后，三个人都回来了，结果分别如下：甲：经过努力，最终卖出了一把梳子。（在跑了无数的寺院、推销了无数的和尚之后，碰到一个小和尚，因为头痒难耐，说服他把梳子当作一个挠痒的工具卖了出去。）

乙：卖出了十把梳子。（也跑了很多寺院，但都没有推销出去，正在绝望之时，忽然发现烧香的信徒中有个女客头发有点散乱，于是对寺院的主持说，这是一种对菩萨的不敬，终于说服了两家寺院每家买了五把梳子。）

丙：卖了1500把，并且可能会卖出更多。（在跑了几个寺院之后，没有卖出一把，感到很困难，便分析怎样才能卖出去？想到寺院一方面传道布经，但一方面也需要增加经济效益，前来烧香的信徒有的不远万里，应该有一种带回点什么的愿望。于是和寺院的主持商量，在梳子上刻上各种字，如虔诚梳、发财梳……，并且分成不同档次，在香客求签后分发。结果寺院在应用之后反响很好，越来越多的寺院要求购买此类梳子。）

态度决定一切。大家知道，在处方药的市场管理当中，常见的管理方式有预算制和承包制两种。我们公司采用预算制的形式，即由公司承担着整个市场的风险，以此为基点，公司要建设好队伍，并达成目标，就需要运用管理工具对大家进行管理，并且也有权利管理到大家的每一个工作日。

在前阶段的工作中，销售部或多或少地体现出一种等靠要的

心态，遇到难题就消极地等待，或是想靠朋友、靠公司来解决，或是千方百计向公司要政策、要钱。不错，我们在市场运作的初期有不少的问题，但如果什么问题都没有，还需要我们大家来干什么？如果作为一个省级经理，成天在自己的队伍和客户面前怨天尤人，怎能带领好队伍？大家的表现牵涉到每个人，不要因此耽误了公司、上级、下级以及自己将来的发展。

## 广告销售总监述职报告篇六

从我到xxx大酒店工作以来，是xxx大酒店培养了我，我和xxx大酒店在风雨中一路走来，感谢领导对我的信任和关怀，使我能在xxx大酒店营销部这个重要的岗位上工作。在营销部工作的这段时间，使我感受很多收获也很多，逐渐成长了起来，特别是xxx总找我谈话后，使我深刻体会到我还有很多不足之处。因为营销部掌握的是一个企业的经济命脉，他向领导者提供第一手资料，帮助决策者管理和经营企业。

以下是我对本酒店的市场作出的一些分析：

一、目标顾客定位不太标准，过于狭窄。总的看我们酒店的经营状况不是太好，没有自己的特色，定位偏高，消费者有点接受不了。我们一贯以高中档酒店定位于市场，对本区域的居民不构成消费吸引力。

二、宣传力度不够，未能在市场上引起较大的轰动。可以在平面媒体上制作一整套的广告宣传计划，它投资小，而且高效灵活。也可以充分利用多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取些公众单位对酒店工作的支持与合作。

三、服务细节要加强，在回访客人的同时，把征询到的客人的意见和建议及时与各部门领导沟通交流，逐步进行完善提高，根据营销目标，制定本年度的营销计划。

针对以上情况，我部将在20xx年进行以下的工作部署：

3、制定节假日个性化营销方案，特别是像中秋节，元旦和春节这样的传统节日；

4、加强储值卡客户的办理，增加现金流。

20xx年，营销部将在酒店领导的正确领导和我们的努力工作下，逐步解决上年存在的一些问题。根据顾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，相互配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益，开拓创新，团结拼搏，努力完成全年销售任务。创造营销部的新形象、新境界！迎来我们xxx大酒店真正的春天！

最后祝愿各位家人在新的一年里工作顺利，心想事成！谢谢！

销售总监述职报告

销售总监述职报告内容

财务总监述职报告范文

运营总监述职报告

关于财务总监述职报告范文

安全总监述职报告

公司运营总监述职报告

财务总监述职报告

销售述职报告范文

# 广告销售总监述职报告篇七

尊敬的领导：

我是xx分销售总监，主要职责是抓好xx分的销售市场整顿，拓展分的销售市场。今年以来，在的正确领导下，在分班子成员和分管部门的鼎力支持下，我认真贯彻落实集团工作部署和规划，认真履行部门管理和领导职责，更新营销理念，加强合作协作，拓展销售市场，推进营销工作按计划有序有效执行。下面，简要汇报如下：

今年以来，我按照集团的`部署，加强和业务学习。特别是通过认真学习集团年度工作会议精神，认清了当前销售面临的新形势、新任务、新机遇和新挑战。作为一名销售战线的一名新兵，我通过学习和调研，深感集团的战略部署符合当前推动科学发展的要求，符合当前市场实际，只要牢固树立“两为”理念，创新工作机制，我们在激烈的市场竞争中就能抓住机遇，积极有为，创造不俗的工作业绩。

经过一段时间紧锣密鼓的调研、熟悉基本运营情况之后，我就着力落实上级工作部署。确立营销策略。根据本地的市场空间及运作情况，对市场进行有效全面的调查，全面掌握市场动态走向，根据上级下达的各类营销目标计划，结合各片区经营情况，做到对营销指标的科学分解，落实到各片区，确保了各项指标科学分解、落实到了实处。推进资源整合。我从新组建了三个部门，即商超部、商贸部、市场部，科学制定这些部门的工作职责，明确他们负责整个市场的售前售后售中服务。

根据工作的开展，对营销指标、营销效果进行及时科学评估，逐步完善营销手段，到达了改善营销绩效的效果。

□xxx

20xx年xx月xx日

## 广告销售总监述职报告篇八

xx年对于六安市场来说是一个新的发展机会，经过20xx年一年的努力和整顿，整个市场呈现欣欣向荣的发展态势，在各商场及各品牌的竞争下，机遇与挑战也同时存在，我们将在公司领导的指导下继续努力，争取在新的一年里让各店的销售再上一个新台阶，确保全年的销售目标顺利完成。

20xx年的主要任务还是抓销售，树立良好的品牌形象，提升我们品牌的美誉度，基于这一目标，我计划做好以下几方面工作：

鉴于20xx年在六安市场学到的经验教训，占市场份额大的.品牌都有其自己的会员制度，从普通会员卡到vip会员，不同的消费等级有其不同的优惠条件，鉴于对顾客心理的了解，即使用会员卡只便宜一元钱，对于顾客造成的印象却极其深远，会员卡会更容易让顾客成为我们的忠实顾客，如果拥有合理的会员制度，我相信今年必将会继续留住我们的老顾客，发展新顾客成为忠诚顾客。

鉴于20xx年出现的营业员事件，在新的一年里我要努力学习人力资源管理的相关课程，学会将书本上的知识与实践中的实践相结合，从各方面了解营业员的心理状态，及时发现问题，向上级反馈问题，将问题遏制在摇篮中。

在新的一年里，定期召开六安市场店长会议，与店长研究制定合理的专卖店规章制度，用制度约束人员，实行店长负责制，与店长一起发现我不能发现的问题，及时解决，防患于未然。

定期培训专卖店员工，这样的培训部需要采用听课的方式，

地点可以在专卖店内，在仓库或者在日常外出的时候，将销售技巧培训当成聊天生活的一部分，会加深店员对培训内容的认识并会应用到实际中。观察并找出骨干员工多加了解，针对其长处着重培养，这样就能做到不论我在与不在专卖店的销售不受影响，这就需要店长和店内骨干员工的共同努力才能做到。

服务业的售后服务一直都是是一大难题，要培养店内营业员处理售后服务的素质，不怕售后，敢于面对售后并能完美地完成每一次售后，这不仅需要店员的个人素质极高，还要店员在长期的工作中注意积累经验教训，并在店内多加练习，相信没一次成功都与平时微笑的努力密不可分。

各位领导，各位同事们，回首过去的一年感慨万千，有成功也有失败，但在这一次次的成功和失败中我们都收获了很多，展望未来，锦绣前程壮怀激烈，新的一年我们已经有了一个良好的开始，那么在接下来的时间里让我们一起共同努力，为意尔康的明天更加美好贡献自己的一份力量！

我的述职到此结束，最后祝意尔康事业蒸蒸日上，祝各位领导、同事万事如意，谢谢大家！