

最新销售总监工作总结及计划(实用7篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

销售总监工作总结及计划篇一

销售总监是公司上级领导与销售职员和具体工作之间的纽带，销售总监与销售团队代表着公司的形象与品牌，对销售职员而言，销售总监代表着管理、指令、纪律、执行力和进步收进、提升职位的代言者。所以销售总监作为一位销售负责人，就必须对公司、对客户及销售职员尽职尽责。

承上启下的销售工作，除要忠实履行本岗位职责，更要有苏醒的市场意识、经营意识、创新意识、服务意识，要求自己要有掌控、驾驭、分析、解决题目的能力和强烈的使命感。

实在我个人以为，每位销售职员都会有自己的一套销售理念。一开始，我是不能够即时知道每位销售职员的特点在哪里，需等完全了解的时候，就应当充分发挥其潜伏的上风，假如某个别销售职员存在可发掘的潜力，我会对其进行相应的督导，我们相互学习，帮助完成公司下达的销售指标，从而来弥补其不足的地方。

作为销售负责人，需要做的工作很多：

1. 分析市场状态，正确作出市场销售猜测报批；
2. 拟订年度销售计划，分解目标，报批并督导实施；
3. 根据业务发展规划公道进行职员配备；

4. 汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议；
5. 洞察、猜测危机，及时提出改善意见报批；
6. 关注所辖职员的思想动态，及时沟通解决；
7. 根据销售预算进行进程控制，下降销售用度；
8. 参与重大销售谈判和签定合同；
9. 组织建立、健全客户档案；
10. 向直接下级授权，并布置工作；
11. 定期向直接上级述职；
12. 定期听取直接下级述职，并对其作出工作评定；
13. 负责参与制定销售部分的工作程序和规章制度，报批后实行；

负责催促销售职员的工作：

1. 销售部工作目标的完成；
2. 销售指标制定和分解的公道性；
3. 工作流程的正确执行；
4. 开发客户的数目；
5. 造访客户的数目；
6. 客户的跟进程度；

7. 独立的销售渠道；
8. 销售策略的应用；
9. 销售指标的完成；
10. 确保货款及时回笼；
11. 预算开支的公道支配；
12. 良好的市场拓展能力
13. 纪律行为、工作秩序、整体精神面貌；
14. 销售职员计划及总结；
15. 市场调查与新市场机会的发现；
16. 成熟项目的营销组织、调和和销售绩效管理；

进行销售业绩的制定：

销售业绩的制定要有一定的根据，不能凭空想象。要根据公司的现状，已及公司产品种类，细细划分。

随后要做的事情就是落实到每个销售职员的身上，乃至可以细分到每个销售职员月、半年、一年销售业绩是多少，从而很完善的完成公司下达的季销售业绩。终究完成每一年的销售指标。

制定一份很好的销售计划，一样也是相当重要的事情。有句话说的很好，没有理想就永久不可能达成。可见，销售计划的重要性。固然销售计划也是要根据实际情况而制定的。

定期的销售总结：

实在，销售总结工作是需要和销售计划相结合进行的。销售总结主要目的是让每位销售职员能很具体的回顾在过往销售的时间里面做了些甚么样的事情，然后又获得的甚么样的结果，终究总结出销售成功的法则。固然，我们可能也会碰上销售不成功的案例。倘若碰到这样的事情，我们也应当积极面对，看看自己在销售进程中间有甚么地方没有斟酌完善，甚么地方以后应当改进的。

定期的销售总结同时也是我与销售职员的交换沟通的好机会。我能知道销售团队里面的成员都在做一些甚么样的事情，碰到甚么样的题目。以便我和可以给予他们帮助，从而使整个销售进程顺利进行。

销售总结一样也能够得到一些相干产品的信息，知道竞争对手的一些动向。要知道，我们不打无预备之仗。知己知彼方可百战百胜。

销售团队的管理：

销售团队的管理可以说是一个学问，也是公共关系的一个重要方面。如今的销售模式不再是单纯的单唯一个销售职员的魅力了。很好的完成销售任务，起决定性左右的就应当是销售团队。

在所有销售团队里面的成员心齐、同一，目标明确为一个基本条件的基础上，充分发挥每成员的潜能上风，是其感觉这样的工作很合适自己的发展。感觉加进我们的销售团队就像加进了一个温馨的大家庭中间。我想，每个队员都会喜欢自己的工作，喜欢我们的环境的。

公司为大家创造了很好的企业文化，同时也给大家提供和搭建了很好的销售平台，所以，销售职员应当感觉到满足，并胸怀感恩的心，我希看能让每位销售职员学到相应的东西。

绩效考核的评定：

绩效考核的评定固然比较繁琐，但是势在必行。对很好的完成销售指标，绩效考核是一个比较直接的数据。

1. 本来计划的销售指标
2. 实际完成销量
3. 现有客户的造访数目
4. 月合同量
5. 销售职员的行为纪律
6. 工作计划、汇报完成率
7. 需求资源客户的回复工作情况

上下级的沟通：

销售总监也起着穿针引线的作用。根据公司上级领导布置的任务，具体的落实到每位销售职员的身上。在接受任务的同时，也能够反应基层职员所碰到的实际困难。

销售职员的培训：

1. 提升公司整体形象
2. 提升销售职员的销售水平
3. 顺利构成合同达成

以上说的这些都是我觉得销售计划中比较重要的。所以我简单的罗列出来了。实在作为销售负责还有很多的事情要做。

比如：配合财务部分帐款的收取，销售职员的定位题目，市场评估等等，在这里我也不逐一说明了，但是这些事情都是为了整个销售部分能很好很快的完成销售任务。

销售部分就是冲锋陷阵的兵士，公司的战略目的很明确，既然要设立一个销售部，我就要让销售部活起来，让我们的业绩明显的体现出来。

销售总监工作计划范文

销售总监工作总结及计划篇二

销售总监岗位职责是负责整个销售部门的。其工作主要是：

- 1，督促销售人员的工作；
- 2，销售计划的制定；
- 3，定期的销售总结；
- 4，销售团队的管理；
- 5，每月每位销售人员的绩效考核的评定：
 - a,开发客户的数量；
 - b,拜访客户的数量；
 - c,客户的跟进；
 - d,销售指标的完成；
- 6，销售人员的计划及总结；

- 7, 上下级的沟通、
- 8, 制定不定期的沙龙活动、
- 7, 销售人员的素质和专业培训。
- 8, 销售策略的运用;
- 9, 对于反对意见的处理;
- 10, 潜在客户以及现有客户的管理与维护等.

销售总监的工作计划:

第一. 督促销售人员的工作:

每位销售人员都会有自己的一套销售理念, 我们一开始, 是不知道每位销售人员的特色在哪里。等完全了解的时候, 我们就应该充分发挥其潜在的优势, 从而来弥补其不足之处。

如果销售人员实在没有什么潜力可以发掘, 可以进行相对的帮助, 来帮助每一位销售人员顺利的完成公司下达的销售指标。

销售总监需要督促的方面有:

1. 参与制定公司的销售战略、具体销售计划和进行销售预测。
2. 组织与管理销售团队, 完成公司销售目标。
3. 控制销售预算、销售费用、销售范围与销售目标的平衡发展。
4. 招募、培训、激励、考核下属员工, 以及协助下属员工完成下达的任务指标。

5. 收集各种市场信息，并及时反馈给上级与其他有关部门。
6. 参与制定和改进销售政策、规范、制度，使其不断适应市场的发展。
7. 发展与协同企业和合作伙伴关系，如与渠道商的关系。
8. 协助上级做好市场危机公关处理。
9. 协助制定公司项目和公司品牌推广方案，并监督执行
10. 妥当处理客户投诉事件，以及接待客户的来访。

第二. 销售业绩的制定：

销售业绩的制定要有一定的依据，不能凭空想象。要根据公司的现状，以及公司课程种类划分。当然不能缺少的是销售淡、旺季的考虑。我应该以公司为一个基准进行实际的预估。

随后要做的事情就是落实到每一个销售人员的身上，甚至可以细分到每一个销售人员日销售业绩应该是多少，周销售业绩是多少，从而完成公司下达的月销售业绩。最终完成每年的销售指标。

第三. 销售计划的制定：

制定一份很好的销售计划，同样也是至关重要的事情。当然销售计划也是要根据实际情况而制定的。销售计划的依据其实就是以销售业绩为一个基准，进行不同策略的跟进。现在，销售计划可以分下面这几个方面进行：

1. 分区域进行
2. 销售活动的制定

3. 大客户的开发以及维护
4. 潜在客户的开发工作
5. 应收帐款的回收问题
6. 问题处理意见等。

第四. 定期的销售总结:

销售总结工作是需要和销售计划相结合进行的。销售总结主要目的是让每一位销售人员能很具体的回顾在过去销售的时间里面做了些什么样的事情，然后又取得的什么样的结果，最终总结出销售成功的法则。当然，我们可能也会碰上销售不成功的案例。倘若遇到这样的事情，我们也应该积极面对，看看自己在销售过程中有什么地方没有考虑完善，什么地方以后应该改进的。

定期的销售总结同时也是销售总监与销售人员的交流沟通的好机会。能知道销售团队里面的成员都在做一些什么样的事情，碰到什么样的问题。以便可以给予他们帮助，从而使整个销售过程顺利进行。

销售总结同样也可以得到一些相关项目的信息。我们不打无准备之仗。知己知彼方可百战百胜。

第五. 销售团队的管理:

销售团队的管理可以说是一个学问，也是公共关系的一个重要方面。如今的销售模式不再是单纯的单独一个销售人员的魅力了。很好的完成销售任务，起决定性左右的就是销售团队。

在所有销售团队里面的成员心齐、统一，目标明确为一个基

本前提的基础上，充分发挥每一成员的潜能优势，是其感觉这样的工作很适合自己的发展。感觉加入我们的销售团队就像加入了一个温馨的大家庭中间，我们共同创造一个很好的企业文化。每一个人员都会喜欢自己的工作。

第六. 绩效考核的评定：

绩效考核的评定虽然比较繁琐，但是势在必行。对于很好的完成销售指标，绩效考核是一个比较直接的数据。绩效考核表大致的内容包括：

1. 原本计划的销售指标
2. 实际完成销量
3. 开发新客户数量
4. 现有客户的拜访数量
5. 电话销售拜访数量
6. 周定单数量
7. 增长率
8. 新增开发客户数量
9. 丢失客户数量
10. 销售人员的行为纪律
11. 工作计划、汇报完成率
12. 需求资源客户的回复工作情况

第七. 上下级的沟通:

销售总监也起着穿针引线的作用。根据公司上级领导布置的任务，详细的落实到每一位销售人员的身上。在接受任务的同时，也可以反应一下销售人员所遇到的实际困难。

2、组织研究、拟定市场营销、市场开发等方面的发展规划;

3、组织编制年度营销计划及营销费用、内部利润指标等计划;

4、制订营销实施方案，通过各种市场推广手段完成公司的营销目标;

6、组织编制并按时向总经理汇报营销合同签订、履行情况及指标完成情况;

7、组织对营销业务员业绩档案的建立，定期组织对营销人员业绩考核和专业培训;

8、组织搜集和汇报市场销售信息、用户的反馈信息、市场发展趋势信息等;

第八. 销售专员的培训:

销售专员培训的主要作用在于:

1. 提升公司整体形象

2. 提升销售人员的销售水平

3. 便于销售总监的监督管理

4. 顺利完成销售。

销售总监工作总结及计划篇三

两年的房地产销售经历让我体会到不一样的人生，特别是在万科的案场，严格、严谨的管理下的洗礼也造就了我稳重踏实的工作作风。回首过去一步步的脚印，我总结的销售心得有以下几点：

一、“坚持到底就是胜利”

坚持不懈，不轻易放弃就能一步步走向成功，虽然不知道几时能成功，但能肯定的是我们正离目标越来越近。有了顽强的精神，于是事半功倍。持续的工作，难免会令人疲倦，放松一下是人之常情，在最困难的时候，再坚持一下也就过去了；同样在销售中客人提出各种各样的异议，放弃对客户解释的机会，客户就流失了；而再坚持一下、说服一下也就成交了。往往希望就在于多打一个电话，多一次沟通。同时坚持不懈的学习房地产专业相关知识，让自己过硬的专业素养从心地打动客户。

二、学会聆听，把握时机。

我认为一个好的销售人员应该是个好听众，通过聆听来了解客户的各方面信息，不能以貌取人，不应当轻易以自己的经验来判断客户“一看客户感觉这客户不会买房”“这客户太刁，没诚意”，导致一些客户流失，应该通过客户的言行举止来判断他们潜在的想法，从而掌握客户真实信息，把握买房者的心理，在适当时机，一针见血的，点中要害，直至成交。

三、对工作保持长久的热情和积极性。

辛勤的工作造就优秀的员工，我深信着这一点。因此自从我进入易居公司的那一刻起，我就一直保持着认真的工作态度和积极向上的进取心，无论做任何细小的事情都努力做到最

好，推销自己的产品首先必须要先充分的熟悉自己的产品，喜爱自己的产品，保持热情，热诚的对待客户；脚踏实地的跟进客户，使不可能变成可能、使可能变成现实，点点滴滴的积累造就了我优秀的业绩。同时维护好所积累的老客户的关系，他们都对我认真的工作和热情的态度都抱以充分的肯定，又为我带来了更多的潜在客户，致使我的工作成绩能更上一层楼。这是我在销售工作中获得的最大的收获和财富，也是我最值得骄傲的。

四、保持良好的心态。

每个人都有过状态不好的时候，积极、乐观的销售员会将此归结为个人能力、经验的不完善，把此时作为必经的磨练的过程，他们乐意不断向好的方向改进和发展，而消极、悲观的销售员则怪罪于机遇和时运，总是抱怨、等待与放弃！

龟兔赛跑的寓言，不断地出现在现实生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的结局一样，不断积累核心竞争力的人，最终会赢过追逐机会的人。人生有时候像爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径；一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果领先靠的是机会，运气总有用尽的一天。

一直以来我坚持着做好自己能做好的事，一步一个脚印踏踏实实的坚定的向着我的目标前行。

销售总监工作总结及计划篇四

我只是一个销售，一个想做superslaes的业务员，喜欢刺激和残酷。

这一年我和我的团队就像严冬里裸露在外的手和脸。承担大部分户外作业和外联类作业，零距离直面来自网友和客户的考验。这张脸是否面色红润，这双手是否温暖而有力，如果面色腊黄，双手冰凉，只能传递一个信息，这个人身体孱弱，健康不佳。这不是给脸美白和给手带手套就能解决的问题，洞其缘由，是不是身体的营养供给有问题，是否贫血。扪心自问□20xx年我和我们管理团队和产品本身是否能提供给新注入的销售力量以强健的体魄和健康而自信的形象。不畏不惧地跟狭路相逢的对手过招，跟业界精英比美，太难了。我真不想让我的团队人员像多年前的自己一样去走那样的路，去一次次面对客户的冷脸，拒绝和讥讽。可我却没有捷径，很庆幸他们跟我一路走过，不抛弃，不放弃。

这一年太过繁忙，进医院的次数比过去的25年都多，近几个月身体总在抗拒大脑的指令，会忘记带手机，会崩盘，会死机。活动扎堆，小姑娘们很辛苦，我从头到尾除落了两场活动外都到场，为的是给他们鼓励，让她们看到起码还有我。

我是个不善人际管理的人，不懂手腕和管理艺术，我知道我要什么便会讲什么，而不懂应该先讲我不要a□c不太好□d也不行，所以呢你要……。我坚持销售和客户类团队只有两种人能领导□superslaes和专业尖子。我以我只能按自己的能力先照着这两样做，保证自己业绩，专业，市场最精。

销售团队不像客服团队如此稳定，今年折腾得比较厉害，虽然我爱折腾，可却不喜欢这类活动。我的原因，公司原因，调整很大，分分合合去去留留，制度定了改改了定，我逃不了干系，只能人动我不动，人闹我干活。今年浪费了太多的时间在很多无谓的事情，错过了重要优质客户的签约时机，损失巨大，无法弥补，这是我今年最悔恨的事情，我应该更强势的以简单直接的办法达成目标，起码我不会面对年终数字的时候望零兴叹。

销售人员一年的辛酸辛苦，只能靠最后的几个数字来慰藉，

其它的一切都无法弥补它所带来的经济和精神损失[20xx]应该更纯粹，更简单，目标感更强，不择手段，不顾后果，只有这样才可能成就企业，慰藉自己。

年初胆怯的拿着公司资料去找原本很相熟的客户洽谈却仍然心里没谱，忧心忡忡的日子还历历在目。我还记得年初我咬牙闭眼向多年的朋友乞讨3500块广告支持时，心中的窘迫，我暗自发下的誓言，我一定会以全新的姿态回来在合约后加两个0。我相信这一定不只是誓言。

我曾一度怀疑自己是否有人格分裂的征状，我对自己的生活甚至一切都可以凑和，无度的随意，而面对客户的要求我会变得无比苛刻，没有人比我知道，我有多渴望客户给一个认可，我有多渴望那合约上的一枚红章。签约的兴奋，像毒品一样，让我愿意在不出卖肉体 and 人格的底线下，不惜一切代价，甚至牺牲健康，家人，时间，同事和朋友，我没有选择，也我根本没有愿赌服输的气魄，我决不允许自己在市场上输掉，在同行里输掉。

我的偏执导致我在内部沟通会存在一些不必要的障碍，这是我以前所不必考虑的事情。这给我带来了许多困难和麻烦，八前年我像安妮海瑟薇一样懵懂空白的进入销售行业，我的直接领导从店长，经理，总监，变为总经理，老板，有趣的是他们都是女性，每个阶段的我，都觉得他们都是穿prada有女魔头，可时过境迁，当我逐渐成长，却也在每个职业阶段都希望自己像他们一样成功。我习惯了女性管理的感性细致，沟通方法，也耳濡目染了些工作方法和职业习惯。然而企业风格就是老板风格这的确没错。就之于管理者风格一样大气，不拘小节，不拘一格，重义气，讲感情，更重语气和表达方式，重创意，轻利益，重nb轻实效。我在努力改变我过去8年受过的教育，去习惯和适应这种气氛。这一年成效有一些但不够显著。我会愿意承认错误了，很轻愿意，但其实我很享受在经历矛盾和争执的过程里产生的快感，甚至上瘾的喜欢自己的偏执和强势，这种快感给我力量和鼓励，能够快速

而高效刺激我达成目标，很明显，对一个销售来讲再没有什么比目标重要了。

任何一个没有成功坚持从事过销售工作的人，根本无法理解做销售的艰难，和市场的残酷。更无从知道客户体验和市场需求。销售人员独自在外面对客户在刁难有多么孤独和无助，怎样能让他对面坐的客户都能感受到在他背后有一个强大而专业的团队，他不是一个人不是笑话。业务员之于企业和客户的关系不应该像男人之于正妻和情妇，在纠缠中生存，苦不堪言，却又情非得已缺一不可。利益共同体的达成要靠健康的体系，强有力的支持，利益的捆绑。

最近几周我最常被业内问到的是你们今年多少营业额，没有人问企业的管理细节，人力资源，流量谷峰。年终对决时，化繁为简，数字说话。

20xx究于本性，我是堕落的，放弃兴趣，放弃旅行，放弃自由和自我，化妆品和新衣服。

究于数字，25场活动，5场房展会，13个签约客户，年终签约近60万，还勉强能抬起起点头找些尊严，因为在这个时间空间里如果没有这个数字，我便一无所有。

究于成长，被成熟，被进步而以。虽然步伐缓慢，但仍离不开团队的力量和领导的关怀。

关于20xx的期待

- 1、要有更多的客户来公司造访洽谈，我希望映入眼帘的，应该是一尘不染的办公室，我不愿再尴尬的引领客户进门后很不好意思的解释，对不起刚搬公司太乱了。公司和家不一样，我和大家一样享受家里的原生态氛围，但公司应该有个样子。无序混乱尘土满布的陈列，也同样证明了管理的无序和混乱和粗枝大叶。第一印象的机会只有一次，我们都不愿给来面

试的人，洽谈的客户，甚至送水工不恰当判断公司的实力、品质和管理。

3、公司是不是可以一起把产品的品质要求和赢利要求一样，以类似同样的比例和速度提升和进步。以满足市场和客户的需求，让销售人员的市场生存环境稍有改善。

4、销售和客服人员不应该只是食物链的末梢组织，领导不能只管来要业绩来要结果便罢，销售而更应该是公司生产的风向标和指挥官，甚至价值衡量。

5、公司是不是可以把每个月的管理改进成绩公布给大家看，让大家知道管理层在做什么，让员工清楚管理者对他们的关心，也让大家更好的理解和配合。

6、打开部门隔阂，全体员工每个人的本职就是服务于客户，市场，也就是服务公司的盈利，只是分工不同罢了，并不是服务销售，这种认识太狭隘了，公司管理者应正确引导，以方便开展工作，提升业绩。

销售总监工作总结及计划篇五

尊敬的老板，亲爱的同仁：大家好！

20__年对于我和我所负责的公司营销部门，是一个重要的发展里程碑。经过全体同仁的共同努力，取得了大踏步的提高，但是其中也明显暴露出我们部门和我个人的很多不足之处。一年过去了，回首充满激情、欢笑、泪水的往事，总结如下：

1、目标没有达成。04年度在本人初步了解市场后，要求在去年的实际基础上为公司翻一倍，但是公司确立销售到款指标为03年的320%，虽经我和我打造的团队兄弟们拼命挣扎还是仅完成去年的260%。以至于影响了公司的整体计划，这是的错误！我个人应该承担因此而造成的一切后果，请别责任到我

优秀的每一个同仁！

2、人员更换频繁。在年初整改以后，我大刀阔斧的整合了许多关系户组合的管理队伍，大胆使用新人。并倡导：允许犯错，只要你不是重复犯错。然此举违背了公司某些领导高层。在销售刚有起色的时候，因为犯了小错或者说莫须有的罪名新人纷纷下马。各办事处管理人员和销售员都出现了很大的变动，人力资源的匮乏严重影响了公司健康良性的长远发展！

3、管理漏洞百出。尽管挖空心思，屡次组织会议和培训，引导：“脑袋比口袋更重要”的学习工作方法，提出团队的基层管理者学习：的管理就是学会自我管理。于是出现了诸多人员深夜还在工作，第二天却没有起来，违反了公司管理部门制定的营销制度。相对个人在授权与控权环节中所掌握的技巧欠缺有很大的原因。

4、团队执行欠缺。公司要求下来的事情，由于销售人员和办事处山高皇帝远，与总部其他职能部门“研究”沟通欠缺，形成了团队执行力低下。虽然每月一次亲自到终端的检查，并不足以弥补在运作中的执行偏差。例如公司硬性要求的几个滞销产品推广，为不影响主打产品的销售，我主动承担了相应的惩罚，责令很多办事处按照我的意思，导致定性为不积极配合公司完成任务。

5、费用压缩不够。饮水要思源，赚钱靠大家。我的理念一直是：不该花的钱我一分也不多花，该花的钱你们一分也别给我少花。在费用环节中，没有经过申请我就擅自同意给员工提供晚餐。幸亏各部门大力协助我控制成本，不予报销的悉数退回，终于在后期严格执行了操作程序。但还是没能合理进行压缩，最终部门核算亏损，没能帮助公司最终限度的完成盈利目标！

6、忽略形象建设。__年的vi推行一年后04年公司重新换商标，新vi的推广不力。在其他公司都推行形象柜的时候，我考虑

商标的大同小异，在品牌不边的情况下还是节省费用去搞tg□在ka主要客流通渠道做促销活动，没能够按照公司要求把人力和物力投入到相应的制作和形象建设跟上去。结果造成主要客户群知道我们的品牌，却还不知道公司商标已经把圆圈拿掉了这样的笑话。

7、招商拓展太少。年初预计的经销商拓展计划没有能够良好达成，尽管在各办事处开展了礼品和代理商的运作，实际销售数量很小。因为很多代理商执行了我们的价格政策后没赚钱，撤消了合作。致使市场范围缩小，没能在一定代理商范围内打响知名度。特别是招商范围比较狭窄，英语不够流利，和老外交流只会说□ican'tspeakenglish□pleasesaychinese□外贸计划没有成功。

8、单品启动不全。销售的产品除了oem系列在终端有了80%以上较高的占有率，对于相对公司自己生产部研发出品的系列，却没有良性启动并突破销售。特别是相对区域竞争较大的单品，采用了迂回作战，避强就轻的品项分类定位路线，没有去打价格战，而导致该产品销售占有率降低。尽管五大系列销售数字均有所提高，但是总体不理想，影响业绩和利润的最终核算。

9、收款不够及时。发货给终端以后，由于财务部发票错误和实际结算因素，初涉营销的新人财务概念薄弱，未能及时重视数据对营销的重要性。有的客户没有能够及时付款，影响了公司采购和生产资金运作。导致公司压力过大，出现了畅销产品长期缺货时，却没有调整策略去把滞销积压商品快速处理。

10、售后未见成效。因为众所周知的飞利浦、松下等国际品牌作出两年保修的服务，针对市场提出了“一年正常使用包换，终身免人工费维修”。结果出现残次品过多积压，没有及时让公司苦心组织培训了一个星期的办事处维修员拼补后销售。在售后服务的监督力度以及和公司相关职能部门的衔

接配合中不能妥善处理，违反了公司保修三个月的政策，无形中浪费了很多资金、人力、物力资源。

以上是我对于在04年工作中存在的10大问题总结，在此向在座的各位领导和同仁进行深刻检讨！在__年的工作中，不管公司调整我在哪个位置，不再说理想谈计划开空头支票。我将严格执行公司的各项规定和要求，竭尽全力、鞠躬尽瘁以求创造新的辉煌！

销售总监工作总结及计划篇六

回首2007年，是播种希望的一年，也是收获硕果的一年，在上级领导的正确指导下，在公司各部门的通力配合下，在我们xxx全体同仁的共同努力下，取得了可观的成绩。

作为一名店长我深感到责任的重大，多年来的工作经验，让我明白了这样一个道理：对于一个经济效益好的零售店来说，一是要有一个专业的管理者；二是要有良好的专业知识做后盾；三是要有一套良好的管理制度。用心去观察，用心去与顾客交流，你就可以做好。

具体归纳为以下几点：

- 1、认真贯彻公司的经营方针，同时将公司的经营策略正确并及时的传达给每个员工，起好承上启下的桥梁作用。
- 2、做好员工的思想工作，团结好店内员工，充分调动和发挥员工的积极性，了解每一位员工的优点所在，并发挥其特长，做到量才适用。增强本店的凝聚力，使之成为一个团结的集体。
- 3、通过各种渠道了解同业信息，了解顾客的购物心理，做到知己知彼，心中有数，有的放矢，使我们的工作更具针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。

4、以身作则，做员工的表率。不断的向员工灌输企业文化，教育员工有全局意识，做事情要从公司整体利益出发。

5、靠周到而细致的服务去吸引顾客。发挥所有员工的主动性和创作性，使员工从被动的“让我干”到积极的“我要干”。为了给顾客创造一个良好的购物环境，为公司创作更多的销售业绩，带领员工在以下几方面做好本职工作。首先，做好每天的清洁工作，为顾客营造一个舒心的购物环境；其次，积极主动的为顾客服务，尽可能的满足消费者需求；要不断强化服务意识，并以发自内心的微笑和礼貌的文明用语，使顾客满意的离开本店。

6、处理好部门间的合作、上下级之间的工作协作，少一些牢骚，多一些热情，客观的去看待工作中的问题，并以积极的态度去解决。

现在，门店的管理正在逐步走向数据化、科学化，管理手段的提升，对店长提出了新的工作要求，熟练的业务将帮助我们实现各项营运指标。新的一年开始了，成绩只能代表过去。我将以更精湛熟练的业务治理好我们华东店。

面对明年的工作，我深感责任重大。要随时保持清醒的头脑，理清明年的工作思路，重点要在以下几个方面狠下功夫：

1. 加强日常管理，特别是抓好基础工作的管理；
2. 对内加大员工的培训力度，全面提高员工的整体素质；
3. 树立对公司高度忠诚，爱岗敬业，顾全大局，一切为公司着想，为公司全面提升经济效益增砖添瓦。
4. 加强和各部门、各兄弟公司的团结协作，创造最良好、无间的工作环境，去掉不和-谐的音符，发挥员工最大的工作热情，逐步成为一个最优秀的团队。

销售总监工作总结及计划篇七

__公司作为__集团的旗舰店，在这一年内得到了迅速的发展，为集团做出了应有的表率作用，带领集团其他公司大踏步向前进。__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。作为公司的销售总监，在这一年以来主要完成了如下工作：

一、具体工作

- 1、参加公司有关会议，全面主持销售部工作，将工作落实到位并定期及时向总经理进行汇报。
- 2、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，为公司的远航打下坚实的基础。
- 3、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。
- 4、有力实践__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。
- 5、对团队成员完成的标准业务合同进行审批。
- 6、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。
- 7、反馈客户意见，与其它部门进行工作沟通。
- 8、总结营销经验，多次召开会议，促进成员间的业务交流。

二、存在的不足

- 1、市场尚有很大的空间，应进一步积极把握消费者的消费需

求，及时与厂家进行沟通，更快地把握市场主动权。

2、宣传力度还不够，公司知名度还有进一步提升的可能。

3、团队比较稚嫩，需要更长时间的有效指导与磨合。