

中国汽车保险业的发展论文 工业电气自动化现状及发展趋势的论文(实用8篇)

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

销售上半年度工作总结及下半年工作计划篇一

从我个人的角度来说，自己这半年的工作并不全面，也不很尽人意。下半年的工作目标我想是要用行动去实现的，而不是空谈，很难细化，但我还是要借此机会，确立自己的工作目标，给自己一个工作的方向，明确下半年该干什么？也便于对业务过程中出现的问题及时分析与调整，更可以监控工作的进度和成效。对此，我从以下3个方面来说明：

1.1负责区域(农大/桃海商业步行街/师大和平路的夜店)

金威占有:35kkl 燕京占有□25kl

我们在公司的支持及经理的指导下1.严格执行公司渠道分片的经销制度，提升现有一级渠道的服务能力，弱化二级渠道，以达到有效掌握终端。

2.将各促销政策落实到终端，根据终端情况不同灵活执行，降低终端对政策的依赖，控制产品销售价格。

3.分街道及重点区域进行布点，提高产品与消费者见面率，增加产品认知度。因此，区域覆盖率由去年的61%增长到65%，占有率由去年的52%增长到55%。

1.2促销员管理

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。

1.2.2 上点时间及模式的调整。原来促销员上点大致固定或临时调换，没有计划性，现在调整为每三店定员促销一名，每月上一个店，三个月一轮回。充分调动促销积极性，同时关注三点动向。

1.2.3给予全体办事处促销人员进行不定期的培训，在礼仪及促酒过程上进行实战的演习。

1.2.4 多次组织集体活动，丰富生活，凝聚团队。

1.3精制酒销售

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。

1.3.2产品置换。由于终端售消费群影响销售精制酒利润较低，造成部分终端放弃精制酒销售，在经理指导下我们在中小酒吧依据情况不同以雪花清爽或者雪花原汁麦置换雪花99销售。

1.4 行政工作

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。

2.1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。

2.1.2 做销售类文案工作很长时间了，但是对于数字还不是很敏感。

2.2 消费情感因素

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。

2.2.3 对于80%的消费者来说啤酒知识几乎空白，更不要说不同之处。只是觉得纸箱酒看着有面子，这是我们就只能够就销售的另一壁垒。

2.3 空白终端

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。

3.1 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。

3.1.2目前有一个主要的任务，协助新业务小孙适应公司

销售上半年度工作总结及下半年工作计划篇二

20年4月8日，我进入公司实习，鉴于我实习期间有很多不足之处，领导又让我实习一个月，很感谢领导多给我这一次机会。经过这四个月的实习，让我对我的岗位有了初步的了解，也对自己有了深刻的认识。

一、对公司的印象。

公司，领导：徐领导，赵领导。同事：小于，小郑。公司就像是一个家一样，给人家一样的温暖，多了一份人情味，少了一份世故和冷漠。

二、工作资料

1.工作伊始，对专业知识进行了解和学习。如铜的各国牌号，材质标准，技术标准。

2.前两个月，在网上寻找客户，如汽车散热器，开关弹片，led支架，冲压端子，插片，高频加热设备，互感器，五金机械，等等产品的生产商，然后摘录下来，登记成表。

3.打电话。寻找表中可能会用铜带的客户，给他们打电话，询问他们的状况。看用什么材质，什么型号，什么状态的铜带，有多少用量，记得留下他们的联系方式，如qq

4.后两个月，领导把一些客户交到我的手中。有骏业，万安达，正标，安卡，鹏得五金，广隆，灵龙。我负责这些客户的沟通。包括催货，发货(发货时检查一下)，确认货到没货，

客户的一些问题和领导反映。

5. 还有一些其他工作，如：记每一天铜价，网上宣传。

三、工作感想

1. 对自己的对自己的岗位有了初步的认识。我此刻的工作就是做好领导的筛子。给他挑选有潜力的客户。并且做好公司与客户之间的沟通。

2. 看到小于的工作状态，使我感触很多。觉得她做什么事都是一把好手。做任何事都很认真。也让我明白了，文员不是简单的往凳子上一坐，听听电话，发发文件就能够，需要的是眼活手快、会写能跑。因此，今后我要加强这方面的锻炼与学习。向小于看齐。

3. 以往自己有点懒，两耳不闻窗外事。经过同事和领导的帮忙，自己渐渐的适应了新的工作环境，也学到了学校书本上没有的知识——与同事相处的方法和用心地工作态度。也学会了主动与同事交流，听取同事对自己的批评和推荐。

四、个人收获。

这四个月的实习让我收获很多，主要可总结为以下几点：

1. 每次发过传真后，过三五分钟都要打电话跟本人确认她收到没有。随时跟进客户的货出来没有，什么时候发，货到了没有。这些教会了我做事，做人都要有职责心。对自己负责，对公司负责，对客户负责。这样别人才能更信任你。

2. 对于一些敏感客户，说话要注意措辞，语气。由于我此刻对公司状况不是个性清楚，加上也没有打电话的经验。说话记得要严谨。所以我学会了多听多学。听小于，领导是怎样和客户谈的。他们怎样谈交期，谈汇款。他们怎样处理客户

的问题。只有多听多学才能进步。

3. 有的时候我太过专注做自己的事，有时也不是太专注，是没有听别人讲电话的习惯。所以有时小于，领导他们打电话自己也不是很注意。所以会有这状况出现“我刚才打电话你没听见吗”。所以我又学会了，当办公室来电话时，我放下手里的工作，听听有什么事。这不是什么坏习惯，因为大家的工作都是息息相关的，都有联系。所以很有可能他们打电话的资料会涉及到自己的工作。

4. 刚开始时，接电话总是忘问对方是谁，以致于之后领导问，谁打来的，或是要回电话都不明白给谁回。所以接电话也是要学习的。谁打来的，打谁，有什么事，有什么联系方式都是要记录的。

5. 学会了做付款通知，材质报告，小于也在不厌其烦的给我检查，纠正。也都会了我如果做合同，销合用。学会了看sgs报告。

6. 学会了沟通，我的客户如果联系方式或地址有变动要及时与小郑沟通。客户有订货，催催货，等和小于沟通。客户有什么问题或需要和领导沟通。

7. 对每个客户的联系人，付款方式，订的什么货，交期什么时候，货路上需要多少天都要有印象。

8. 学会了对事情要有统筹安排。哪天做什么事，都要有规划。

9. 和同事相处的都很开心，最大的收获就是得到了同事的帮忙，和同事相处融洽，收获了好朋友。

五、认识自己的不足。

经过四个月的实习，收获良多，同时也认识到自己的不足。

在工作上，有时比较粗心大意，不够细心，有时干事谨慎有余，以至于缩手缩脚。

1) 一次换标签，我把批号都写成了1-1. 究其原因就是大意。因为大意，没把标签的批号看得重要，只注意别把型号，规格写错，就忽略了批号。没用动脑子。

2) 还有就是做事慌。尤其是自己负责，怕做不好，怕让大家着急，结果就自己急了，结果反而做不好了。就像灵龙发货换标签那次，小霍和付师傅等着打包，还有领导看着，心里就慌了，加上是第一次自己做，就慌了。做事慌是因为没有经验，所以没有自信。所以容易出错，而且都是低级错误。我认为这些在后期是能够透过锻炼改正的。

3) 有时出错多了，就过分留意了，一点小事也不敢做了，怕出错。所以有时会事事问，不免有时会让人觉得烦。我觉得这是一个很不好的现象。也是自己的一个弱点。怕挨骂，怕担职责。但是以后我会改善的。没有错误怎样会有改善，不犯错误又怎样明白什么是对的。不挨骂就更不明白自己错在哪，更不会对自己有全面的认识。

4) 打电话不用心。虽然每一天都有打电话的规划，但是每次要打时总是要先盯着电话几分钟。感觉很难。有时办公室里太安静，大家都在忙自己的事，这时我就不想破坏这种气氛。也不好意思打。有时办公室里大家都在说话，也不想打了。小于总是很忙，不少时候，总是有电话打进来。而且小于的座机对电话干扰挺大的，她那一通电话，这个电话上就听不清对方说什么了。所以我总是想“下一分钟再打吧”。

这心里很明白这是个极差的事情。我的工作资料就是这两大块。客户这边我不担心，给客户打电话，确认传真什么的我从来没有这种感觉。就是打陌生电话时，我觉得还是心里没底。说白了就是不明白电话通了以后会怎样。但是当打几个电话后，或是有时问出有效信息后，反而有时有一种上瘾

的感觉，想再打一个。就是每一天打第一个电话时很难。

5)做事缺乏主动性。领导说一句就做一句。这天提散热器，就找散热的生产厂商，记录，做表，打电话。别的，以前的就不管了。明天提变压器，这几天就一向忙变压器，就不管散热器了。这也是一个不好的习惯。以后改，必须改。

六、今后努力的方向。

1、加强相关业务知识的学习，打电话技巧，与客户沟通技巧，处理问题的方法等。

2.学习会计。艺多不压身，各个行业都是相关的。对自己的工作也会有所帮忙。

3、爱岗敬业。向小于学习，把公司的事当成自己的事，做事细心，用心。

4.做事细心，谨慎，踏实。避免低级错误的发生。

5.提高工作主动性。对工作投入。

透过四个月的实习，我有付出也有收获，在领导和同事们的指导帮忙下，我已适应了公司的工作环境。我清楚的感觉到自己在成长、在成熟。但同时，也深深的体会到众多的不足，如由于工作时间不长，对待自己的工作并不是很得心应手及由于自己年龄轻，在开展工作时有时缺乏魄力等种种问题。在今后的工作中，我会继续持续良好的心态，摆正学习者的位置，努力学习工作，勤于思考，找出不足，进一步熟悉分公司业务，针对性深化理论学习，并加强锻炼独立解决事务的潜力，争取实现“质”的飞跃，为企业的发展做出自己的贡献。

销售上半年度工作总结及下半年工作计划篇三

今年上半年，在王社平董事长“全力挺进世界五百强”宏伟目标激励下，在董传彤董事长“发展、创新、做实”工作方针指引下，煤炭销售分公司以开展“夺三杯”主题竞赛活动、“解放思想”大讨论和“挺进世界五百强”主题教育活动为契机，围绕张矿集团上半年工作目标，不断完善措施，加大工作力度，公司各项工作开展的如火如荼，通过不断解放思想、创新管理、顽强拼搏、攻坚克难，务实高效，圆满地完成了上半年的工作目标，提前实现“双过半”。

主要经营指标预计完成情况：

一、今年以来，通过采取灵活多变的营销策略，一手开拓市场、一手挖掘煤源，依托大集团的社会影响力和公司产品品牌优势，积极开拓、创新思路、敢于突破，使公司上半年的各项工作呈现出蓬勃向上、飞速发展的喜人景象，成绩喜人，亮点突出：

销量：1—5月完成137万吨，超集团公司目标20.5万吨，同比增长0.08%；

——解放思想，转变经济增长方式，煤炭及非煤物流实现快速发展，上半年其他物流贸易收入预计实现9.6亿元，创历史新纪录，为集团公司战略目标的实现做出突出贡献。

二、今年上半年，由于北京铁路局为保山西铁路排空，造成张家口地区批配车异常困难，特别是由于宣化钢厂排空车较少，异型车占据了主要位置，给下游用户接车带来了异常困难，也给我们的请批车带来前所未有的困难，为扭转发运的不利局面，我们及时调整调运策略，安排公司主管领导负责，责成主管部门加大与北京路局及宣化和下花园车站沟通力度，同时及时与下游用户协商沟通，克服重重困难，力争下游客户多接车，从而保证了上半年铁路路运目标的顺利实

现，1—5月份发运450列（含新保安站），同比增加1.2885万车，同比增量82.3万吨，再创铁路发运历史新纪录。

三、上半年，为消除国家为控制通胀预期所采取的紧缩银根政策的影响，我们在认真落实“西引东联、南上北下、强强联合”营销战略的同时，及时根据市场瞬息变化，采取灵活多变的营销策略，开拓市场、挖掘煤源齐头并进。在认真抓好重点客户和重点合同的落实的同时，加大煤源组织和市场及用户的开发力度，充分发挥铁路运力优势和大集团国有企业的品牌优势，积极加大和河北钢铁集团密切沟通联系，进一步强化合作力度。采取有效措施，千方百计抓住一切有利时机，确保冶金煤和动力煤的发运。与此同时，继续加大对山西、河南、内蒙、秦皇岛、京唐港等集散地的开发力度，加强和兄弟单位的合作力度，努力开发能够增加经营利润的物流贸易品种，实现非煤产品实物贸易的稳步增长，不断寻求新的经济增长点，确保上半年销售目标的顺利实现。

四、采取有效措施，加大对货款回收的清欠力度，在强化对公司主管领导、销售业务人员的目标责任考核的同时，继续加强货款回收目标任务考核兑现，鞭策和激励了销售业务人员的货款清欠积极性；对重点用户明确公司业务主管领导加大沟通和清欠力度，继续对非重点用户采取及时结算，不得拖欠、重点用户设置警戒线的制度，确保应收帐款在受控状态下的稳健运营，有效降低和规避资金运营风险，确保经营资金的运营安全，加速资金周转。

五、严格落实《安全健康管控体系实施办法》，牢固树立“预防为主、安全第一”思想，加大安全隐患排查力度，坚持“三级隐患”的排查和落实，常抓不懈。认真抓好周五安全日活动，不断强化职工的安全意识。上半年公司安全工作小组对两个装运区及煤质科共组织隐患排查8次，共查处一般安全隐患29项，各单位要求均按时组织了整改验收，及时消除了安全隐患，保证了上半年安全目标的顺利实现。

- 1、销量：140万吨，全年预计实现300万吨；
- 2、销售收人：15亿元，全年预计实现35亿元；
- 3、利润：480万元，全年预计实现1000万元；

党政工团将进一步紧密配合，围绕下半年工作目标和任务，广泛利用各种宣传媒体和手段，进一步加大宣传、发动力度，进一步彰显解放思想、不畏艰难、勇于创新、顽强拼搏、永争第一的豪迈精神，全面提振广大干部职工完成全年工作目标的信心和斗志，明确重点，制定和落实措施、目标层层分解，指标层层落实，细化分解，责任到人，聚精会神谋发展，力争全面实现全年工作目标。

继续认真贯彻落实董传彤董事长在集团公司转变经济发展方式推进会的重要讲话精神，积极探索开发多品种经营，扩大经营品种的途径，进一步加大物流贸易的品种和用户开发力度，增加物流实物贸易量，是我们下半年物流贸易发展工作的重点，也是我们实现全年销售收入目标的重要环节，更是我们今后抵御市场风险、实现企业跨越式发展、增强市场竞争能力的必由之路。我们将认真总结和借鉴兄弟单位经验，完善物流贸易流程，规范物流贸易考核体系，强化目标责任考核，在巩固现有市场和资源的同时，积极培育和开发好新的外部市场和外部资源，逐步加大和扩大实物贸易合作力度，特别是要积极探索非煤产品实物贸易增长和突破地域空间局限的途径和办法，通过加快租赁煤场、租赁货位、宣运货位改造的实施，为公司增收、增效寻找出新的增长点，确保公司全年销售收入和利润目标的顺利实现，为集团公司实现物流大发展、落实新目标、实现新跨越打下基础。要解放思想，转变观念，实现经营创新，整合、优化社会资源配置，努力实现由物流运营商向物流集成商的发展，做大、做强、做实物流产业，实现物流贸易大发展，实现公司发展新跨越。

由于国内经济恢复速度的持续放缓，再加上国家对房地产打

压政策效力的逐渐显现，使钢铁行业出口和国内需求持续出现疲态，进而严重影响了钢铁行业的整体复苏，给冶金煤销售市场带来不利影响，特别是由于通货膨胀的预期这些都给我们下半年销售工作带来了许多不确定性。围绕全年的工作目标，我们要进一步加大市场和煤源的开发力度。继续落实“西引东联、南上北下，强强联合”的工作思路和措施，稳步实施两条线发展、两条腿走路的经营战略，加强煤质煤量管理，实施精煤发展战略，敏锐捕捉市场信息，根据市场变化，及时调整产品销售结构，做好主焦、1/3焦和动力煤等品种销售的衔接转换，做好煤源和请批车及煤量的适量库存等组织环节控制，规避市场风险，抓住市场有利时机，实现增量、增效目标。一手开发新市场，一手开发新货源。做到超前谋划，先人一步，抢先占领市场制高点，不断探寻新的经济增长点。要采取积极的、灵活的销售策略，适时调整产品销售结构，在保证重点用户的基础上，积极开发量大、信誉好、价格高、社会关系广、相对稳定的客户，确保全年280万吨销量目标的顺利实现。

我们将继续贯彻“以路运保销量”的指导思想，在加大煤源组织力度的同时，继续加强和北京路局的沟通和联系，特别是密切和宣化、下花园车站领导和相关人员的沟通，加强信息反馈，及时根据变化，调整调运策略，重点抓好和宣化站的发运，力争减少异型车的发运。通过明确值班人员责任，进一步强化货源、周转、运输、场地堆放、存放时间、装车质量和效率等各个细节组织管理，及时了解和掌握铁路路况信息，继续强化效益优先、重点客户优先的报请批车原则落实，优化铁路报批客户，组织协调好报请批车顺序，提高车皮报批兑现率，确保全年路运目标的圆满实现。

应收账款的及时回收不仅关系到公司经营风险的控制和管理，更关系到我们公司的今后发展速度。随着公司物流业务做强做大，货款的及时回收将成为我们今年经营工作的重中之重。我们要继续强化货款回收责任管理，加大货款清欠力度，通过不断完善货款回收制度，进一步规范销售人员经营行为，

增强销售人员的责任意识和风险意识，有效缓解因货款不能及时回收周转给我们带来的经营困难和压力。要继续认真落实公司《货款回收暂行考核管理办法》，继续强化对公司主管领导、销售业务人员的目标责任管理考核，切实落实奖惩制度。严格明确对非重点用户和重点用户的划分，采取对非重点用户不得拖欠，重点用户设置警戒线的办法，严格加以控制，确保应收货款在受控状态下的正常稳健运营控制，保证经营资金的运营安全，有效降低和规避市场资金运营风险，加速资金周转的速度，提高资金的使用效率，为公司实现跨越式发展创造充分必要条件。

通过规范运行“安全健康管控体系”的落实，全面贯彻落实“安全第一”方针。认真做好“雨季三防”，在两个装运区认真组织好安全生产无事故活动，进一步加强日常安全隐患排查力度，杜绝“三违”行为发生，充分利用班前班后会，加强职工安全教育，落实好周五安全活动日活动。公司安全工作小组加大对各生产单位的安全隐患排查检查力度和频次，有效消除安全隐患，确保全年安全目标的顺利实现。

由于做非煤业务，导致正常税负偏低，现已引起张家口市、宣化县税务部门关注。为了顺利完成张矿集团20xx年的销售收入指标，我们建议：

- 1、由集团公司出面协调市、县两级税务部门，使非煤贸易业务顺利运作下去；
- 3、由集团公司注入资金，解决我公司因无资金，导致煤炭经销业务利差低的问题；
- 4、为避免税务部门关注，请集团公司将下半年的非煤业务从我公司转由物贸公司运作。

销售上半年度工作总结及下半年工作计划篇四

总结过去，是为了肯定成绩，找出不足，也是为了以后进一步的提高。转眼半年已经过去，销售人员会对于上半年的总结以及下半年的计划会怎么写呢?以下有三篇范文可供参考：

1

今年，销售部全体人员在公司的领导下，围绕××年年初设定的目标任务展开一系列工作，为了更好地掌握一年来的工作经验与不足，便于下年度销售工作的开展，特总结如下。

一、总体目标完成情况

本年度主要销售指标完成情况如下表所示。

主要销售指标完成情况表

指标名称 计划数 完成数 同比增长率

销售额 ××万元 ××万元 ××%

回笼资金 ××万元 ××万元 ××%

二、影响销售指标的因素

在过去一年中各项销售指标虽达成年初预定水平，但仍较同行业偏低，制约销售指标的因素包括以下几种。

1. 南方区业务下滑比较严重。××年该区域完成销售额××万元，占公司总销售额的百分比为××%，而今年由于新领导、新政策的影响，今年南方区又对其经销商进行大力整顿和调整，特别是杭州、上海等几大区域经销商的更换，致使销售额缩水严重。

2. 西北区尾款损失严重。我公司去年平均销售回款率为××%，但西北区仅为××%，比平均水平低×个百分点。西北区虽然在年初也制定了一系列的销售回款措施，但由于销售人员更迭频繁，致使回款措施执行不力，同时也存在扯皮推诿事情的发生。

3. 受产品质量与交货时间影响较大。今年前半年，由于市场需求量较大，我公司的协议加工企业为了赶进度，忽视质量的事件时有发生，因此，导致客户抱怨数量上升，影响了销售量。

4. 在资金回笼方面，迫于主要竞争对手的压力，客户多采取后付款，而一些大客户又要求延期支付，造成资金回笼计划不准时，影响了公司的整体运作。

三、主要工作回顾和职业道德素质。

针对个别业务员组织纪律性差及工作效率低等不良现象，在销售淡季进行了两次大规模的集中培训，同时，我们加大对制度的落实、执行和监督力度。完善了工作汇报制度，使业务员的精神面貌有了明显改善，工作效率提高了。

2. 加强对经销商库存量的管理，限度减少库存，降低企业风险。

今年，我们加大了对经销商库存量控制的管理，使销售部随时能够掌握经销商的库存量数据，在保证产品供应的前提下，限度地减少了库存，降低了企业风险。

3. 通过培训提高业务员的服务质量和业务能力，同时，在平时的日常工工作中，我们也要求业务员必须做到以下几点：

(1) 加强与客户的沟通联系，先做朋友，后做生意；

(2) 及时了解客户的生产运作情况和竞争对手的情况，发现问题及时处理；

(4) 集中精力做好售前、售中、售后服务，把业务巩固下来，且越做越大；

(5) 积极参加与新业务的开拓。

(6) 加大资金回笼的力度，回避企业风险。

四、存在问题

1. 通过对本年度销售指标的分析，反映出部门的日常管理工作需要进一步加强。

2. 整体的资金回笼不理想，未达到预期要求。

3. 个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

4. 新业务的开拓不够，业务增长少。

2

销售部自**年初以来，认真贯彻集团公司关于认真抓好制冷机组市场销售的指示精神，在公司领导的正确指导和管理下，销售部下大力充实了销售一线业务人员队伍并组织进行了培训，注重抓好了各重点渔港的代理制销售网络的建设和目标客户群体的巩固，全国各大渔港的代理制销售网络现已陆续建立，业务员与代理商之间的沟通、协调能力也在逐步增强，我们在对制冷机组进行市场开发的过程中，不断探索代理销售的新方法、新思路，从目前的销售情况看，我们的销售工作正承现出良好的发展势头。现将销售部上半年销售工作情况及所存在的问题作一简单的总结，并对销售部下一步工作

的开展提几点看法。

一、销售部成员组成

目前，销售部共有业务人员9人，他们进公司的时间最短的也有3个月，经过公司多次系统地培训后，他们已基本熟悉了制冷机组的技术性能、构造以及代理制销售业务运作的相关流程。对这9名业务人员，我们按业务对象和重点进行了任务区分，在业务人员比较少的情况下，使每名业务员既当终端客户的业务员又当代理商主管，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞。与此同时，销售部长在统抓全面销售的情况下，不定时的对各个分点进行实地检查督导，与代理商当面沟通，探讨分季节段的制冷机组销售工作，使销售部的工作稳步发展。

二、建立了一套系统的业务管理制度和办法

我们在总结去年工作的基础上，再加上近半年来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于代理商销售队伍及业务开展的管理办法，各项办法正在试运行之中。首先制定了“管人”的《销售部业务人员考核办法》，对业务人员的考勤办法及每天的工作重点和建立的客户对象作出了明确的规范；对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求。其次，出台了“管事”的《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部进行定位的基础上，进一步地对接到发货通知后的发货准备、发货流程、机组安装及机组安装后的运行情况等业务开展的基本思路作出了细化，做到了“事事有要求，事事有标准。”

第三制定并规范了代理销售合同。在原有代理销售合同的基础上，我们又请集团法律顾问对代理销售合同进行了再规范，在与代理商签定合同时基本没出现因合同制定而发生的迟签和不签现象。第四形成了“总结问题，提高自己”的业务办公会制度。业务人员每次出差回来后首先到销售部集中报到，

由销售部长主持如开业务办公会，及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，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。

三、统一思想，端正态度

从销售部成立之初，我们便站在以寻找战略伙伴的角度，和公司一道谋求制冷机组快速推进市场的方法。坚持短期效益和长远计划相结合的方向，一方面尽快寻找具有良好影响力和推广力的代理商，一方面大量的作基础性工作，深入渔港，了解掌握各地渔业的基本情况和渔民的观念、效益和保鲜需求，扩大渔民对产品的认知度，为以后全面推进市场作好铺垫。并试图以现有的价格体系磨合市场，保证公司的利益，由始至今我们一直坚持，对产品充满信心，并不计成本地努力。

四、建设并巩固了一张代理制销售的终端营销网络

工作中我们以指导代理商销售帮助代理商尽快建立起自己的销售网络为主。在建立代理制销售网络之初，我们加大了对代理商的考查力度，接待各地前来公司考察的代理商有30余人次，最终我们从实力较强的8人中选定为代理商重点考察培养对象，现已签定代理合同的有5家，其中一家为澳大利亚、新西兰总代理；另4家分别是浙江省舟山定海捷宇有限公司的特约代理商王珙；福建省厦门市得志贸易有限公司的福建省总代理商史志伟；广东省总代理商邵家儒；海南省总代理商张德峰、时丽敏。

在工作中我们给代理商定任务、定期限、压担子，在业务员对其实时的督导，内勤人员不定时的电话督促下，代理商的责任心增强了，业务人员的协调能力提高了，营销艺术也得到了很好的锻炼。从近期代理商反馈的市场信息来看，各地的代理商在销售部的统一指导下，逐步建立起了各自的销售网络，对我公司的制冷机组销售前景更树立了信心。

五、工作中不断总结并大力推广产品销售中好的作法和经验

目前，由于全国渔业受到国际原油价格上涨的严重影响，以及渔业资源的减少、捕捞成本高、风险大，多数渔船主选择近海作业，有少数渔船主甚至停船作业，只有少数渔船主将作业区域外移，这样直接给我们公司的产品销售造成一定的影响，同时，由于少数渔船主的作业区域外移，给我们的产品推广提供了平台，另一方面，停港靠岸的渔船因出海次数少，致使用冰量少，降低了渔船主的投资欲望，但从总体来看，随着产品推广的进一步深入，渔船尾气制冷机组的市场前景非常广阔。

(一) 在重点渔港的现场演示工作取得良好效果

没有亲身使用过该产品，没有对产品提出过多的问题，许多想购买的船长邀请我们对他们的渔船进行了测量。同时，我们也同福建船检部门和个别渔业公司建立了合作意向，同福建代理商签定了两台机组的购买合同，使代理商代理我公司产品的信心更加巩固。

(二) 电视广告的大力宣传确保了产品占领市场的时机

我们在派业务人员深入各渔港对终端客户进行产品推销的过程中，对代理商进行电视广告支持。确保了产品迅速占领市场的有利时机，真正地在代理商与渔民之间形成了天(广告)地(公司)人(业务)三网的有机结合，满足了代理商的广告支持的要求。

(三) 积极走上层路线，进一步巩固产品的市场地位

在针对销售速度缓慢的情况下，我们认真分析导致这种局面的原因，及时召开业务人员市场形势分析会，最终我们决定走上层路线，于是积极同省科技局、船检部门、渔业公司、本站建立起合作关系，通过我们的协调和深入的做工作，取

得了在山东石岛俚岛水产公司安装4台机组的成绩，这样一方面可以彻底的检验机组性能，另一方面奠定了山东市场的地位，最主要的是打消了部分渔民的顾虑，为使机组在今年6月份的休渔期进行整体销售打下了基础。

六、销售工作中存在的问题及下半年工作计划

(一)产品在推广过程中出现销售缓慢现象的问题

1、代理商的推广速度缓慢受价位影响大。从近期与代理商的电话沟通以及业务员与代理商的合作上来看，代理商本身对产品不是很熟悉，他们之所以代理产品主要是看到该产品市场前景广阔，符合当今的国家政策。有些代理商为了尽快打开市场，主要在价格上与我们反复商量，他们认为价格太高减慢了市场开发的进度。

2、现阶段的市场推广仅仅停留在概念性推广阶段，渔船主也仅仅是概念性的接受我们的产品，但对产品带来的经济价值缺乏直观、全面的认识，致使市场推广具有一定难度。

3、渔民持观望态度的多。由于我们的产品在海船上安装的少，渔民当前还没有看到制冷机带来的经济效益，渔民多停留在观望状态。

4、公司具有针对性促销活动少，致使产品信息、性能、用途不能更加深入地传达给终端客户。由于渔民多年形成的带冰作业方式，阻碍了渔民接受新事物的程度。如果身边的人使用了该产品并达到了使用效果，产品的价格是可以接受的，关键是现在还没有身边的用户现身说法。

5、市场推广过程中渔船主普遍反映价位偏高。目前，市场上出现的同类型的压缩机制冷机组无论是在价位上还是功能上比我们的产品有优势。据渔民普遍反映，今年的渔业资源较往年比是船多鱼少，况且随着原油价格的上涨，大多渔民选

择的是近海作业，打经济鱼类少，认为安制冷机组作用不大，且设备的一次性投资大，由于没有亲身使用过该产品，所以一次性拿十几万购买还是有点担心。

(二) 几点建议

1、进一步优化产品的结构和质量。为使概念性销售转变为样板式销售，建议公司在几个大的渔港建立样板船，组织渔船主现场观摩，用身边渔船使用制冷机组后所带来的经济价值及其影响力，给渔民一个直观的、理性的认识，对产品性能及用途有更加深入的了解，从而刺激渔船主的购买欲望，打开产品销售缓慢的僵局。

2、针对个别区域代理商销售缓慢的情况，建议公司重新寻找资金雄厚、与渔船主有一定人际关系，影响力大的代理商，使销售网络的建立更加快捷，在代理之间有一种无形的竞争压力，同时也为下一步的代理培养后备力量。

3、在休渔期前或休渔时公司多组织策划几次现场演示活动，尽可能的有设备上船作业，以此打消渔民对制冷机组的性能问题的顾虑，进一步提高制冷机组在渔民心目中的美誉度，刺激渔船主的购买欲望，以此带动休渔期间渔民的大批量安装。

4、打破单一依靠代理销售的格局。休渔期前不要不精力全部放在代理商的销售上，因为时间不允许，我们可以找几个大的渔业公司，依靠政府部门的帮助，投放几台产品上船作业，以此带动强劲客户。

3

在将近2个的时间中，经过我们团队的共同的努力，使我们公司的产品知名度在湘潭市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得

了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。特对个人销售工作计划分析如下：

下面是我们新聘团队近2个月的销售情况：

从近2个月的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在湘潭市场上分红险产品品牌众多，中国人寿.平安.由于比较早的进入湘潭市场，分红险产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在

- 1) 销售工作最基本的客户访问量太少。新聘团队是今年5月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有200个，加上没有记录的概括为270个，总体计算销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。
- 2) 沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度。
- 3) 工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。
- 4) 新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

三. 市场分析

现在湘潭市场分红险很多，但主要也就是人寿. 平安. 新华等公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。

市场是良好的，形势是严峻的。在湘潭九华市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，下半年是大有作为的半年，假如在下半年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做九华这个市场。

四. 下半年工作计划

在下半年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1) 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在下半年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2) 完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出去拜访，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3) 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4) 销售目标

我认为公司下半年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

以上是我对xx年下半年销售工作计划的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

销售上半年度工作总结及下半年工作计划篇五

销售部自xx年初以来，认真贯彻集团公司关于认真抓好制冷机组市场销售的指示精神，在公司领导的正确指导和管理下，销售部下大力充实了销售一线业务人员队伍并组织进行了培训，注重抓好了各重点渔港的代理制销售网络建设和目标客户群体的巩固，全国各大渔港的代理制销售网络现已陆续建立，业务员与代理商之间的沟通、协调能力也在逐步增强，我们在对制冷机组进行市场开发的过程中，不断探索代理销售的新方法、新思路，从目前的销售情况看，我们的销售工作正承现出良好的发展势头。现将销售部上半年销售工作情况及所存在的问题作一简单的总结，并对销售部下一步工作的开展提几点看法。

目前，销售部共有业务人员x人，他们进公司的时间最短的也有x个月，经过公司多次系统地培训后，他们已基本熟悉了制冷机组的技术性能、构造以及代理制销售业务运作的相关流程。对这x名业务人员，我们按业务对象和重点进行了任务区分，在业务人员比较少的情况下，使每名业务员既当终端客户的业务员又当代理商主管，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞。与此同时，销售部长在统抓全面销售的情况下，不定时的对各个分点进行实地检查督导，与代理商当面沟通，探讨分季节段的制冷机组销售工作，使

销售部的工作稳步发展。

我们在总结去年工作的基础上，再加上近半年来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于代理商销售队伍及业务开展的管理办法，各项办法正在试运行之中。首先制定了“管人”的《销售部业务人员考核办法》，对业务人员的考勤办法及每天的工作重点和建立的客户对象作出了明确的规范；对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求。其次，出台了“管事”的《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部进行定位的基础上，进一步地对接到发货通知后的发货准备、发货流程、机组安装及机组安装后的运行情况等业务开展的基本思路作出了细化，做到了“事事有要求，事事有标准。”第三制定并规范了代理销售合同。在原有代理销售合同的基础上，我们又请集团法律顾问对代理销售合同进行了再规范，在与代理商签定合同时基本没出现因合同制定而发生的迟签和不签现象。第四形成了“总结问题，提高自己”的业务办公会制度。业务人员每次出差回来后首先到销售部集中报到，由销售部长主持如开业务办公会，及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，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。

销售上半年度工作总结及下半年工作计划篇六

20_年成为尘封的一页已被翻过去了。在过去的一年里，销售部在集团公司的正确战略部署下，通过全体人员的共同努力，克服困难，努力进取，与各公司各部门团结协作圆满完成了全年下达的销售任务。

1、销售目标完成情况：

公司在这一年中经历了高层领导人员小波动后，在公司领导层的正确指导下，有针对性的对市场开展了促销活动，人员建设等一系列工作，取得了可喜的成绩。车辆总计销售1690台、精品销售额496.4万、保险销售额484.5万、车贷手续费

及返利43.1万、临时牌销售19.85万。

2、目前存在的问题：

经过大半年的磨合，销售部已经融合成一支精干，团结，上进的队伍。团队有分工，有合作。销售人员掌握一定的销售技巧，并增强了为客户服务的思想，相关部门的协作也能相互理解和支持。目前总体来看，销售部目前还存在较多问题，也是要迫切需要改进的。

1)销售人员工作的积极性不高，缺乏主动性，懒散，自觉性不强。

2)对客户关系维护很差。销售顾问最基本的客户留资率、基盘客户、回访量太少。手中的意向客户平均只有40个。从数字上看销售顾问的基盘客户是非常少的，每次搞活动邀约客户、很不理想。导致有些活动销售不佳。

3)销售流程执行不彻底监督不到位，销售组长的管理职能没能化的发挥，服务意识没能更好的提升，导致部分销售顾问形成固化模式。销售部目前组员，内勤，主管的互动沟通不及时，不能保证及时，全面了解状况，以便随时调整策略。

4)销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的一些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

5)内部还是存在个别人滋生并蔓延相互诋毁，推诿责任，煽风点火的不良风气，所以从就要提倡豁达的心态，宽容理解的风格，积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就能更好的前进，两军相遇，智者胜，智者相遇，人格胜。

销售上半年度工作总结及下半年工作计划篇七

20__上半年，酒店营销部在全体员工共同努力，大家心往一处想，劲往一处使，积极拓展业务，宣传走访，公关营销闯出了一方新天地，酒店生意越做越红火，各项经济指标均超同期，实现时间过半，任务过半，为圆满完成全年营销目标打下坚实的基础。现将上半年工作情况作如下总结：

一、首先在经营收入方面

上半年共完成营收xx元，其中客房完成营收x元，占计划的x%□平均出租率x%□平均房价x元；另外，餐饮完成营业收入xx元，占计划的x%；x月份客房任务超额完成，与去年同期相比，有所提高；但是较四月份的营收下降幅度也是比较大的；另外，在x月份餐饮收入也超额完成计划目标，主要是体现在宴会包桌收入的提高方面，占据了当月餐饮营收的很大比例；从以上经营收入汇总来年，与去年相比，今年同期都有所提高，尤其是客房收入方面，虽然较去年相比提高不大，但是在客源结构方面，散客所占的比重得到了很大的提高，也是符合酒店的市场定位的；另外，餐饮方面，此月份在营收方面虽然超额完成任务，但是在内部客源方面散客消费是呈下降趋势的，如何提高此类客源的消费应是下期工作的重点。

二、在部门工作方面

三、公关营销方面

销售上半年度工作总结及下半年工作计划篇八

1、整个市场的销售情况不理想没有达到预期的目标，跟自身业务能力有莫大的关系。下半年将加强自身各方面知识的学习，整理工作的套路，总结以前的各种经验并分析希望能够得出一套适合自己适合品牌的工作方法。

2、工作中很多细节没有把握好，导致很多工作都做了无用功。争取以后把每个细节落到实处，不好高骛远，不急不躁，一步一个脚印地把每一个小事做好。

3、在工作过程当中没有把工作当着是自己的一份事业来经营，导致在工作过程中有些思想方面的停滞以及行动方面的懒惰。下半年调整好心态，理好思路，按照公司的指导思路去调整。将以一个积极主动的心态去面对工作，去迎接接下来的挑战。

4、随着工作时间的推移我学到了很多的东西，也体会了很多东西。但是还远远不够，各方面的能力还很欠缺，对市场的把握还不够，对人情的关系建立还不到位。多了解行业相关的一些信息，了解市场的动向，竞品的相关信息，以及人与人怎么处理关系的方法。

1、第三季度：主要是做好市场网点的开发以及现有商场销售的推动，为其能够持续的销售打好基础。

(1)、加强乡镇市场的开发力度，增加跑市场的时间，尽量少待在公司，提升市场开发的成功率。

(2)、蒲江、仁寿前期以我们带动销售为主，就以摆展做活动的形式。就是金堂前期一样，一有机会我们就过去摆展做活动，让其促销员认识我们，认同我们，喜欢我们。让其能够正常的销售。

(3)、金堂、资阳应做好相应的服务(售前、中、后)与联系，保持高密度的联系与沟通。并把感情进一步加深，时不时做些奖励政策或者一些客情关系。

(4)、在九月初就定好中秋与国庆(中秋为9月30号与国庆很近)的活动方案。所有现有商家做一次统一的活动，达到整个市场一盘棋，以点带面的效果，借机宣传我们的品牌以及产品。

2、第四季度：为销售旺季，在第三季度的销售情况下提升百分之50的销量。并做好市场的强势推广以及各项服务的跟进。

(1)、借助我们现有商场在当地的影响力与号召力，加大对其周边地区以及乡镇市场的辐射。达到以点带面，面面相连的效果。

(2)、分析第三季度各个地区的销售情况，针对不同的情况作出相应的调整方案，为旺季的销售打好基础，达到压货最大化的目的。

(3)、与商场和工厂一起做好市场的推广和服务，加强商场终端形象的建设为旺季的销售打好基础。

(4)、各种相关流程的完善，建立公司与商场良好的进销通路。

3、紧跟公司的发展战略步伐，以公司目标为最终工作目标。并加强自身业务能力的提升，以期跟上公司的发展所需。

4、积极开动思想，创造性思维把工作的每一个细节每一环节都争取都做好。以期把工作做好做细做活。并和公司以及商场建立良好的沟通，充分体现自我价值。

在这近半年多的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，我是去年11月份到公司工作的，初来公司我是一个没有工程机械行业销售经验和行业知识的菜鸟，仅凭对销售工作的热情，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场。通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对市场有了一个大致的认识和了解。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。所以经过半年多的努力，也取得了一个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度。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

了一个较大幅度的提高，针对市场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。对于一个业务可以全程的操作下来。

对于市场了解的还不够深入，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初级销售员的位置上，业务能力尚且不足。

个人要求：

2. 在拥有老客户的同时还要不断发掘更多高质量的新客户；
3. 发掘南岸区域目前还没有接触过的新客户，使我们的产品销售得更为广泛；
4. 加强多方面知识学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，以提高业务水平，把销售工作努力完成好！

销售上半年度工作总结及下半年工作计划篇九

促进酒店“安全、经营、服务”三大主题的半年，也是酒店全年营收及利润指标完成得较为理想的半年。值此辞旧迎新之际，有必要回顾总结过去一年的工作、成绩、经验及不足，以利于扬长避短，奋发进取，在下半年里努力再创佳绩。

一、科学决策，齐心协力，酒店年创四点业绩

酒店总经理班子根据中心的要求，年初制定了全年工作计划，提出了指导各项工作开展的总体工作思路，一是努力实现“三创目标”，二是齐心蓄积“三方优势”等。总体思路

决定着科学决策，指导着全年各项工作的开展。加之“三标一体”认证评审工作的促进，以及各项演出活动的实操，尤其下半年xx届四中全会强劲东风的激励，酒店总经理班子带领各部门经理及主管、领班，团结全体员工，上下一致，齐心协力，在创收、创利、创优、创稳定方面作出了一定的贡献，取得了颇为可观的业绩。

相关经营措施，增加了营业收入。酒店全年完成营收为xx万元，比去年超额xx万元，超幅为%;其中客房收入为x万元，写字间收入为xx万元，餐厅收入x万元，其它收入共x万元。全年客房平均出租率为%，年均房价x元/间夜。酒店客房出租率和平均房价，皆高于全市四星级酒店的平均值。

、管理创利。酒店通过狠抓管理，深挖潜力，节流节支，合理用工等，在人工成本、

能源费用、物料消耗、采购库管等方面，倡导节约，从严控制。酒店全年经营利润为x万元，经营利润率为x%□比去年分别增加x万元和x%□其中，人工成本为xx万元，能源费用为x万元，物料消耗为x万元，分别占酒店总收入的x%□%□%□比年初预定指标分别降低了%、%、%。

3、服务创优。酒店通过引进品牌管理，强化《员工待客基本行为准则》关于“仪表、微笑、问候”等20字内容的培训，加强管理人员的现场督导和质量检查，逐步完善前台待客部门及岗位的窗口形象，不断提高员工的优质服务水准。因而，今年5月份由市旅游局每年一次组织对星级饭店明查暗访的打分评比，我店仅扣2分，获得优质服务较高分值，在本地区同星级饭店中名列前茅。此外，在大型活动的接待服务中，我店销售、前厅、客房、物业、餐厅等部门或岗位，分别收到了来自活动组委的表扬信，信中皆赞扬道：“酒店员工热情周到的服务，给我们的日常生活提供了必要的后勤保障，使我们能够圆满地完成此次活动。”

4、安全创稳定。酒店通过制定“大型活动安保方案”等项安全预案，做到了日常的防火、防盗等“六防”，全年几乎未发生一件意外安全事故。在酒店总经理的关心指导下，店级领导每天召开部门经理反馈会，通报情况提出要求。保安部安排干部员工加岗加时，勤于巡逻，严密防控。在相关部门的配合下，群防群控，确保了各项活动万无一失和酒店忙而不乱的安全稳定。酒店保安部警卫班也因此而被评为先进班组。

二、与时俱进，提升发展，酒店突显改观

酒店总经理班子率先垂范，组织指导党员干部及全体员工，认真学习领会xx届四中全会精神。结合酒店经营、管理、服务等实际情况，与时俱进，提升素质，转变观念。在市场竞争的浪潮中求生存，使整个酒店范围下半年度突显了可喜的改观。主要表现在干部员工精神状态积极向上。酒店总经理大会、小会反复强调，干部员工要有紧迫感，应具上进心，培养“精气神”。酒店的管理服务不是高科技，没有什么深奥的学问。关键是人的主观能动性，是人的精神状态，是对酒店的忠诚度和敬业精神，是对管理与服务真谛的理解及其运用。店级领导还通过组织对部门经理、主管、领班及员工的各项培训交流，启发引导大家拓宽视野，学习进取，团结协作。在完成酒店经营指标、管理目标和接待任务的过程中实现自身价值，并感受人生乐趣。因而，部门经理之间相互推诿和讥贬的现象少了，则代之以互通信息、互为补台、互相尊重；酒店每月两次夜间例行安检和每周一次质量检查请假、缺席的人少了，则代之以主动关心参加、检查仔细认真等。在一些大型活动中，在店级领导的榜样作用下，部门经理带领着主管、领班及其员工，加班加点，任劳任怨，工作延长虽很疲惫却始终保持振作的精神状态，为酒店的窗口形象增添了光彩。

销售上半年度工作总结及下半年工作计划篇十

上半年的工作已经完成了，对于上半年的销售工作计划如下：

一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作

千方百计完成区域销售任务；努力完成销售中的各项要求；积极广泛收集市场信息并及时整理上报；严格遵守各项规章制度；对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；完成其它工作。

二、明确任务，主动积极

积极了解达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善。

三、努力经营和谐的员工关系

善待员工，稳定员工情绪规划好员工在店的职业生涯发展。由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，认真考察并综合市场行情的信息反馈，激发销售热情。同时计划认真学习知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质。