

# 2023年车险销售部门总结 销售部门总结(优秀5篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

## 车险销售部门总结篇一

在职期间，公司的每一项新指标、新政策的出台，我都是大力的支持并完成的。我努力推进定房服务，将定房的服务流程都跟客人说得尽量清楚，正因为我的努力，月累计票量三月以来我连续小组第一，为此，我曾得到大会表扬，还获得过定房奖励，而且，我的保险的单量也不在下风。当然，这些并不是我一个人努力的结果，而是全组共同努力的结果。作为以余淑君组长为带头人的组员，我觉得非常荣幸，在今后的工作中也一定会团结组员更好的服务于大众。另外，我个人的职业道德操守也是本着一切为客户着想的理念出发的，对于上级交代的任务我都尽力的完成，如：易经理要求我们以书面的形式写明常见错误，为的就是避免类似错误再犯，这样不仅进一步巩固自己的业务知识，还能有效的帮助其他的同事，使错误率大幅度降低。在工作中，有不懂的地方，我都积极向资历老的员工请教，互相讨论，对于新来的实习生我能帮的都尽量帮忙，我深知，一个人永远和集体离不开，好的团队精神才能创出好的成绩。

在此期间，我也深刻的熟悉到自己很多的不足之处，其中在提交定单上我的错误尤其明显，经常收到单位的白条警告，对于航空公司的政策熟悉还不够到位，情绪的控制也不能做得让客户满足。对于这些问题，我会在长期的循序渐进中调

整好自己的心态，用温柔的语调，专业的服务尽量让客人满足，叫好，让我们武大民航呼叫中心的前台工作者能成为同行的典范！

针对自己的不足之处，我先初步拟订了如下计划：

1. 认真总结提交时的注重事项，如改价格、算返点、确认机建燃油的正确。
2. 要谨记送保险不参加积分等等。
3. 做到新进客户要维护资料，生疏客户要主动给他办卡，说明办卡的好处以及我公司推出的优惠活动，在保证公司利益的前提下，切实的给客户最大的方便。
4. 注重送票地点，减轻楼下派票同事的工作压力。
5. 注重特价不能刷卡，每次退票的时候要仔细审核，仔细提原始记录看状态等等。

为了提醒自己，我打算将此计划贴在电脑桌前以供时时参考，时时警醒！

经过分析，我发现我的问题主要就是不认真，马虎大意，缺乏谨慎态度，对此光有熟悉还不够，在将来的工作中我会努力的做给大家看，尽量做到少错，不错，请大家给予监督！

## 车险销售部门总结篇二

20\_\_年很快又过去了，作为推销员，在公司又要写一些总结性东西，推销员工作总结怎么写？我把收集来的一些有关业务员、推销员年终工作总结、工作总结整理出来，供大家参考，感谢大家的信任与支持，开拓市场，对内狠抓生产管理、保证质量，以市场为导向，面对今年全球性金融危机的挑战，

抢抓机遇，推销部全体人员团结拼搏，齐心协力完成了本年度的推销工作任务，现将本年度工作总结如下：

## 一、20\_\_年推销情况

20\_\_年我们公司在北京、上海等展览会和惠聪、发现资源等专业杂志推广后，我公司的\_\_牌产品已有一定的知名度，国内外的客户对我们的产品都有了一定的认识和了解。20\_\_年度老板给推销部定下\_\_万元的推销额，我们推销部完成了全年累计推销总额\_\_万元，产销率95%，货款回收率98%。

## 二、加强业务培训，提高综合素质。

产品推销部肩负的是公司全部产品的推销，责任之重大、任务之艰巨，可想而知。建立一支能征善战的高素质的推销队伍对完成公司年度推销任务至关重要。“工欲善其事，必先利其器”，本着提高推销人员综合业务素质这一目标，推销部全体人员必须开展职业技能培训，使推销业务知识得以进一步提高。今年公司添用了网络版速达3000财务管理软件，推销和财务管理可以清晰的及时性反映出来。我们推销人员是在\_\_市\_\_\_\_科技有限公司的培训下学习成长的，所学习的专业知识和公司内部信息都是保密的，大家必须持有职业道德，老板是率领推销部的最高领导者，希望加强对我们员工的监督、批评和专业指导，让我们推销人员学习更多的专业知识，提升技术职能和自我增值。20\_\_年我学习了iso内部审核培训和会计专业知识培训，并获得了国家认可的证书。这一年来我们利用学习到的管理知识、方法在我们公司生产管理中充分实践，其显示效果是满意的。

## 三、构建营销网络，培育推销典型。

麦克风线材推销是我公司产品推销部工作的重点，推销形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。一年来，产品推销部坚持巩固老市场、培育新市场、发展市场空间、挖掘潜在

市场，利用我公司的品牌著名度带动产品推销，建成了以\_\_本地为主体，辐射全省乃之全国的推销网络格局。

#### 四、关注行业动态，把握市场信息。

随着电子产品行业之间日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场营销过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益。推销部密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。产品推销部通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立了稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集；要根据市场情况积极派驻业务人员对国内各推销市场动态跟踪把握。

#### 五、再接再厉，迎接新的挑战。

回首一年来，我们推销部全体业务人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作取得了良好的推销业绩。成绩属于过去，展望未来，摆在推销部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们推销部全体业务人员一致表示，一定要在20\_\_年发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自己的岗位职责，全力以赴做好20\_\_年度的推销工作，要深入了解电子行业动态，要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的推销业绩。

福\_迎春，祝我们\_\_\_科技有限公司在20\_\_年的推销业绩更上一层楼，走在电子行业的尖端，向我们的理想靠拢。

### 车险销售部门总结篇三

1、7月份北大销售部共实现销售4台，其中xx2台。xx1台、xxx1台。远远没有完成公司制定的销售任务。

2、进行了多次市场走访工作，尤其针对延吉市内进行了不间

断的市场走访工作，收到的效果良好。经过不间断的走访成交了江淮和悦1台。

3、本月实施了多次xx市内的小型车展活动，在金达莱广场、彩虹桥广场、阿里郎美食广场等多个地点进行了小型车展活动。特别是在xxx的美食节车展上成交了xxx1台。取得了明显的效果。

4、本月由于xx会的举行，公司的客户进店数量又出现了下降，导致xx汽车的销量不断下滑。不过由于xx高速铁路开工建设，本月的卡车咨询数量明显提高，但是长春等地的一级经销商互相争抢客户，价格都让到低价，基本没有什么利润可言，使公司的解放销量也遇到明显阻力。

5、分析销量低迷的主要原因，我认为还是出在xx店面的形象问题上。很多客户还是不知道我公司经营xx汽车品牌，我们已经上报的公司外部形象的设计样稿，希望公司领导如果觉得可行，请尽快批复。如此进行下去，时间不等人，我们会损失很多客户的。

6、本月公司商品车资源等资源严重不足，始终没有到货，尤其是xx车型，时间跨度太长。迟迟不到车，会严重影响销量。另外公司的调车流程混乱，库存控制力下降也影响着销量。

7、公司目前的活动太少，屈指算来，跟去年同期相比，公司本年度的车展活动、巡展活动、市内展示等等活动基本没有，客户来电数量又不断下降，分解的销售部缺乏团结和向心力，这些都是目前急需解决的问题。长此以往，势必使公司受到损失。

## 车险销售部门总结篇四

繁忙的工作中不知不觉迎来了新的一年，回顾这一年的工作

历程虽然很艰辛但是一直心存感激!在这不到一年的工作中学到了很多，也发现了自身很多不足之处为此，做出以下总结：

我来到万嘉酒店是5月份转眼间8个月了，曾经做过房地产销售但是对于酒店销售是第一次接触，来到万嘉，师傅一直都细心的带我，让我很快了解了酒店市场，付总也一直对我的工作很支持和关注，每次我对自己喊累想退缩的时候，首先想到一直支持我、栽培我的人，就鼓起勇气为自己加油打气“要坚强、毅力、持之以恒”。

记得刚来的第一个月集团总经理来牡丹江视察工作，我的任务是控制电梯当时紧张的手心出汗，各个部门经理都精心的准备都那么干练，接待整个过程都条而有序让我大开眼界，原来每个细节都这么重要，虽然领导用心的安排，我们站的也很辛苦但是反射出来的是万嘉的团队的精神。

作为一名销售人员深深感到自己身肩重任。作为企业的门面企业的窗口，自己的一言一行代表了企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准要求自己。在提高自己的同时还要不断的发展新的客户资源，及时广泛的了解酒店市场、旅游动向，根据不同节日不同季节及时做出宣传方案，与各个部门有效的沟通和协调，成为一名合格的销售人员，并且做好自己的本职工作。

1、淡季旅行社的忽略，十月十一月酒店的散客及团队入住率平均达到百分之八十以上忽略了与旅行社的来往12月份入住率直线下降才开始于旅行社更多的联系出去给旅行社送旅行社淡季优惠协议，同时请教雪乡游玩团队入住牡丹江酒店情况。总结工作没有做在前面，想的不够周到。

2、在与各个部门沟通与协调也一直在不断努力，与好还差很多，尤其跟前厅部的配合过后经常因为小小的差错大家都不愉快，在这里自我检讨，总在自己喊口号“问题出了想办

法解决，别一味的推卸责任”。光这样是不够的，我应该去想更多的是怎么样去避免出现这样的问题的方式。我们是一个整体，唱的是同一首歌，走的是同一条路，奔的是同一个目标。

3、会场的布置需要更新颖，一直以来对会场的布置都以简单明了没有做到精心，这回桌布椅套也快到位了，销售部今后对会场桌型根据人数和主题给予定单位做出合理的建议，让所有客户更满意！

4、对新客户的挖掘不够精，不但要保证数量还应该保证质量，有些协议客户签完之后一年也没来两次，对于这种客户应该有计划的定期回访，长时间没来的原因，是没有接待还是我们哪里做的不足。

5、对酒店的宣传力度不够，有几次早晨上班时不赶趟了打车到单位，一上出租车跟司机说到万嘉酒店，出租司机竟然不知道在哪，这个体现出酒店销售宣传力度不够大，虽然出租车提成单发了200份，没有做到定期去发，刚发完效果是很好平均每天都有出租代客，两个月以后就几乎没有了，出租宣传单用完了没有及时去报印。

新的一年马上开始了，在这辞旧迎新的日子里，总结着过去的展望着未来的，吸取过去这一年里的经验把新一年的工作做的更好。要吸收新知识，不断提高自己的业务水平，在工作中学习，在学习中工作。俗话说“点点滴滴，造就不凡”在以后的工作中，不管工作是枯燥的还是多姿多彩的，要与各位同时一起共同努力，为了单位的发展做出最大的贡献。

## 车险销售部门总结篇五

王经理在晨会上又发了一顿火，自己也记不清是第几次发火了，员工们似乎也司空见惯了，熬过晨会这十几分钟，依然我行我素，仍然是有工作无效率的老样子。

王经理开始陷入深深的反思，产品是响当当的名牌产品，促销力度也大于竞品，人员配置也很合理，各项费用也很充足，为什么终端就存在这么多问题呢？一定是执行力出了问题，没有执行力，再好的策略也是空谈！

怎样提高人员的执行力，改变终端长期以往的现状呢？

王经理开始调整管理思路。

## 一、人员没有执行力，先找管理者原因

王经理倍感惭愧，基础工作不扎实，哪来的工作效率呢？每天都是围着销量转，销量围着促销转，有工作无效率，忙到最后，基础不扎实，哪来的增量空间？到了年底，还是向公司哭诉市场的艰难，任务的艰巨，需要公司的大力支持。

要求员工有执行力，就必须先把自身的执行力树立起来，凡事就怕认真二字，只要自身比员工更认真的去对待每一件事情，员工就不敢不认真的去做事。

## 二、将合适的人用到合适的位置上

怎样去改变现状，加强执行力呢？王经理再三考虑之后，决定先从人员下手！

经过仔细的人员分析之后，王经理将业务人员分为类：一类善于攻，一类善于守，一类善于混。有的业务员善于谈客户，与客户打交道如鱼得水，不善于按拜访路线天天铺小店，那就让他去开发特通和团购，管理分销商和二批商，发挥他的长处；有的业务员就善于按着既定的路线拜访拿订单，走店比较仔细，那就让他去巩固开发的结果，每天进行门店的维护工作；有的业务人员成了老油条，没有什么突出的光点，大错误不犯，小错误不断，每天混日子，市场和业务都很熟，就是没有主动性，淘汰掉有点可惜，毕竟培养了很长时间，成



为业务人员中的“鸡肋”！

善于攻的业务员打头阵，开发弱势渠道的新客户，挖掘特通和团购的潜力，善于守的业务员巩固开发结果，加强维护，提高服务，善于混的业务人员在充分激励的情况下，仍然没有动力，就适时进行淘汰。

一个新的业务组织架构图呈现在王经理脑海里，在新的竞争形式下，将合适的人用到合适的位置上显得尤为重要，只要人员的布局合理，执行力的要求才能达到事半功半的效果。

### 三、注重教给员工思路而不是方法

人员的重新布局完成了，王经理又想到了一个问题：为什么每天都那么累呢？总有解决不完的事情，有些事情很简单，稍动脑筋就能想出解决的办法，而业务人员却不愿意去多想，总是想到有事找领导。

在管理中存在这样的情况，有的领导什么都不会告诉你，只会要结果，有的领导却告诉的太多了，搞的下属凡事不敢私下结论，对领导的依赖性过强。王经理反思了一下，确实如此，每天晨会，只要有一个业务人员带头，其它业务就会随声附和，鸡毛蒜皮的小事也要提出来，让领导给予解决，如果能把领导当场问住，业务人员就会暗自窃喜，如果领导把所有的问题都给出答案，业务人员就养成了惰性，工作整天围着领导转，凡事都找领导解决，自己也不用动脑了，真正成了领导的千里眼、顺风耳。

怎么办呢？王经理思考了半天，有了思路。

凡事不要急于给出答案，而是反问员工应该怎么办？对路的解决办法，充分肯定并授权执行，鼓励员工积极思考，不对路的解决办法，引导员工的思考方式，从思路上去纠正员工，一定要在最后一刻给予员工解决办法，既充分调动员工的潜

能，又将事态尽在掌控中。

#### 四、结果和过程同样重要

以前只注重结果了，没有重视过程，不重视过程也不会引起好的结果，王经理仔细想了想，确实如此，举两个简单的例子：

月底急销量。一到月底，就要为销量的达成而着急了，销量达成关系到每个员工的薪资，这时候就是拼命的压客户，压终端，客户压货多了就形成了窜货和砸价行为，门店压货多了要半个月的时间才能消耗尽，由此形成恶性循环。如果平时密切关注客户库存和网点开发情况，关注单店的生动化陈列和卖力情况，关注不同渠道的增长率情况而合理调配资源，关注业务的贡献率情况及日常工作表现，结果也不会那么糟糕！

应付公司报表管理工具。许多业务人员最烦的就是各种各样的报表，只要能把销量达成，什么都是次要的，有些报表甚至千篇一律，做个模版大家用，几笔改完就交差了，而管理者也没有认真的来看，完全成了走形式，很好的管理工具没有利用起来，也没有为市场工作做一些指导，反而成了累赘。如果认真的对待报表，通过月度不同的对比，还是有规律可循的，也能指导我们日常的工作，比如客户卡就能挖掘单店的订货规律，指导业务人员突破习惯性拜访，而改为重点拜访，重点客户重点服务，运用二八法则，20%的门店挖掘销量，80%的门店抓生动化陈列，渗透销量等等。

是呀，细节决定成败，基层的营销单位抓的就是细节和执行力，一个个细节的忽略导致了市场一片混乱的局面，大家都在忙，都没忙出什么结果。王经理决定专门成立一个督查小组，针对过程的各个细节进行全面的监督和考核，纳入月底薪资的奖罚当中，督查小组直接对经理负责，保证市场信息的随时沟通。

## 五、营造竞争气氛，激发员工斗志

要激发员工的斗志，必须打造一种内部竞争机制。

王经理充分利用了激励工具，打造出了内部竞争的气氛，制定了员工月度业绩记录卡，记录卡从销售达成、网点开发、品项达成、客情关系、月度增长率、销量同期比、渠道贡献率等综合指标，对员工进行客观评估，并按月进行评比，作为员工提升依据；会议室内设立员工业绩板，对员工进行月度销售排名，进行末位淘汰，设立销量达成警戒板，按日提醒员工的达成情况，设立月度销量状元、市场开拓状元，选拔优秀的员工并进行张榜，设立渠道主管岗位，连续三个月业绩排名第一的员工，评选为该渠道的主管，负责整个渠道的协调和管理，培养其小组领导能力，设立渠道之间的销售竞赛，设立小组奖励，调动渠道小组之间的竞争热情等等，通过一系列的内部竞争机制，调动全员参与热情，激发团队的活力，一改往日整个团队乏味和沉闷的气氛。

## 六、经常培训和总结

保持团队整体前进的步伐，就要经常性进行培训和工作总结，实现整个团队的思想统一，步调一致。

每个周六，王经理就把所有的业务人员组织到一起，进行培训和经验总结，培训采取互动的方式，一方面将搜集的各种培训资料进行共享，一方面将一周工作得失进行广泛发言，各抒己见，看着热火朝天的讨论场面，王经理喜上心头，从争论中，不但梳理出市场思路，也发现了一些有潜质的人员，成功的个案给了所有人员启发，失败的例子也增长了业务经验，同时，根据每周的培训经验总结，王经理也适时调整各项工作流程，与市场现状相匹配，以发挥出每个人员最大的主观能动性。

按照以上的思路实施了一段时间后，王经理发现整个团队的

精神面貌一天天的好转起来，许多业务人员下班后仍奋斗在一线终端，大家都暗暗较劲，比业绩、比客情、比荣誉，销量也较以前有了大幅度的增长，门店的生动化陈列越来越规范，王经理的心情也一天天好转起来，要想将区域的业绩持续有效的做起来，就要将执行力进行到底！