

# 销售半年度总结报告(优质5篇)

在当下这个社会，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 销售半年度总结报告篇一

xx年市区上半年新开发经销商17家：新一新超市、河滨酒水、家运超市、十里配送、杨记酒水、仁和惠利、林荣酒业、银佳超市、恒大酒业、新双立配送、天长欣酒业、东鑫商贸、百酒堂、正成酒业、万禹商贸、宏吉酒水、国豪酒水。

### 二、分销商、二批

xx年上半年新开发平行分销商10家：鹏飞、丰越、惠民超市、盛堂酒水、李姐酒水、小屋商贸、步实商贸、创鑫商贸、平捷商贸、小康批发。

### 三、终端开发

协助经销商开发销售老酒坊系列产品的网点2100余家。

市区经销商和分销商布局图

上半年销售完成情况

东门数据

a□终端店购买丰谷老酒坊兰花瓷3瓶+丰谷老酒坊红花瓷3瓶，赠送终端店4瓶丰谷老酒坊红花瓷活动。

b□品鉴会，重点对市区经销商新一新超市和新双立配送

开商家品鉴会，公司承担800元/桌的餐费+2瓶丰谷老酒坊经典，超出费用由经销商承担。

c□终端店进货红花瓷兰花瓷各1件，进货当日赠送花瓷1件。(要求：陈列产品单品不低于两个面)。第二个月送红花瓷陈列3瓶；第三个月送红花瓷陈列3瓶；第四个月送兰花、红花各1瓶。

(备注：该陈列经销商承担3瓶红花,超出费用由经销商自己承担)

品鉴会现场1

品鉴会现场2

二季度活动方案

陈列照片一

陈列照片二

效果分析：

a□通过上半年的活动东门总共建立了1000余家销售网点。

b□上半年的买赠陈列活动，吸引了大量的经销商和分销商的加入。

c□通过此次活动打破了经典无商家进货的僵局。

d□通过本次活动完成了公司的销售目标。

上半年老酒坊销售占比

上半年进销存

市场问题

解决方案：

a□加强对空白区域白酒、啤酒、饮料小食品商家的拜访。

b□着重培养区域中重点、优质、具有发展潜力的商家。

4、老酒坊系列产品知名度不高，需要重点打造品牌宣传。

解决方案：勤拜访客户，提高产品陈列面，多做消费者促销活动，针对好的场所投放老酒坊的物料、广告等。

团队考核

下季度工作计划

(要求：陈列产品单品不低于两个面)。

第二个月送红花瓷3瓶；第三个月送红花瓷3瓶。

备注：该陈列经销商承担4瓶红花，超出费用由经销商自己承担。

都江堰城区

方案一：空白网点做买赠陈列活动，终端店进经典2瓶，兰花瓷红花瓷各1件。(要求：陈列产品单品不低于两个面)

第一个月送红花瓷1件；第二个月送红花瓷1件，或者一次性送老三星1件。

方案二：终端进兰花瓷红花瓷各1件，第一个月送终端陈列红花瓷3瓶，第二个月送红花瓷3瓶，或者直接送老三星3瓶。

方案三：经典买赠及拉动活动

终端店进老酒坊经典2瓶，送老三星2瓶。凡是团购1件以上，客户凭送货单到经销商处领取推荐费15元/瓶的奖励。

## 销售半年度总结报告篇二

针对今年公司总部下达的经营指标，和公司总经理在20xx年商务大会上的指示精神，公司将半年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们没有一味地走入“价格战”的误区。“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢？我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标管理

对策二：细分市场，建立差异化营销细致的市场分析

我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据20xx年的销售形势，我们确定了油罐车、化工车、洒水车、散装水泥车等车型的集团用户、瞄准政府采购市场、零散用户等市场。对于这些市场我们采取了相应的营销策略。对相关专用车市场，我们加大了投入力度，专门成立了大宗用户组，销售公司采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。在市场上树立了良好的品牌形象，从而带动了我xx公司的专用汽车销售量。

对策三：注重信息收集做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。和这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做出反应。

同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把公司产品市场的占有率作为销售部门主要考核目标，顺利完成总部下达的半年销售目标。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作；建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度。

## 销售半年度总结报告篇三

一、加强学习，不断提高思想业务素质。

“学海无涯，学无止境”，只有不断充电，才能维持业务发展。所以，一直以来我都积极学习。一年来公司组织了有关电脑的培训和医药知识理论及各类学习讲座，我都认真参加。通过学习知识让自己树立先进的工作理念，也明确了今后工作努力的方向。随着社会的发展，知识的更新，也催促着我不断学习。通过这些学习活动，不断充实了自己、丰富了自己的知识和见识、为自己更好的工作实践作好了预备。

二、求实创新，认真开展药品招商工作。

招商工作是招商部的首要任务工作。20\_年的招商工作虽无突飞猛进的发展，但我们还是在现实中谋得小小的创新。我们公司的代理商比较零散，大部分是做终端销售的客户，这样治理起来也很麻烦，价格也会很乱，影响到业务经理的销售，因此我们就将部分散户转给当地的业务经理来治理，相应的减少了很多浪费和不足；选择部分产品让业务经理在当地进行招商，业务经理对代理商的情况很了解，既可以招到满足的代理商，又可以更广泛的扩展招商工作，提高公司的总体销量。

### 三、任劳任怨，完成公司交给的工作。

本年度招商工作虽没有较大的起伏，但是其中之工作也是为烦琐，其中包括了客户资料的邮寄，客户售前售后的电话回访，代理商的调研，以及客户日常的琐事，如查货、传真资料、市场销售协调工作等等一系列的工作，都需要工作人员认真的完成。对于公司交待下来的每一项任务，我都以我的热情把它完成好，基本上能够做到“任劳任怨、优质高效”。

### 四、加强反思，及时总结工作得失。

1、对于药品招商工作的学习还不够深入，在招商的实践中思考得还不够多，不能及时将一些药品招商想法和问题记录下来，进行反思。

2、药品招商工作方面本年加大了招商工作学习的力度，认真研读了一些有关药品招商方面的理论书籍，但在工作实践中的应用还不到位，研究做得不够细和实，没达到自己心中的目标。

3、招商工作中没有自己的理念，今后还要努力找出一些药品招商的路子，为开创公司药品招商的新天地做出微薄之力。

4、工作观念陈旧，没有先进的工作思想，对工作的积极性不高，达不到百分百的投入，融入不到紧张无松弛的工作中。“转变观念”做的很不到位，工作拘泥习惯，平日的不良的工作习惯、作风难以改掉。在21世纪的今天，作为公司新的补充力量，“转变观念”对于我们来说也是重中之重。

## 销售半年度总结报告篇四

半年的时间很快就过去了，在20\_\_年开年之初我就对自己立下目标，在年中已经完成一半了，让我对之后的工作有了更高的期许，也让我对自己在房地产销售这个职业充满了信心、我来到公司的时间不是特别长，在这半年的时间是我实践自己所学的半年，也是奋斗和加紧学习的半年，为了将下半年的任务完成的更加突出，现将上半年的工作总结如下：

### 一、上半年个人成绩总结

### 二、存在的缺点

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、自我感觉业务能力和应变能力尚且存在较大提升空间。

### 三、下半年工作措施

1、对于老客户、重点客户和潜在客户，定期保持联系和沟通，稳定与客户关系，以取得更好的销售成绩。

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，使我们的产品销售得更为广泛。

3、加强多方面知识学习，开拓视野、增长见识，采取多种途径提高业务水平，把销售工作与交流技能结合。

# 销售半年度总结报告篇五

## 一、塌实做事，认真履行本职工作。

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。像这样的客户就可以列入主要客户群体里。他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

## 二、主动积极，力求按时按量完成任务。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推



我们产品给他们的最好机会。即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

### 三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

### 四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关；其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力；再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

### 五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的

判断，遇到问题才能随机应变。

## 六、后半年的计划

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个人市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自己的销售量，争取赶上他们。

我要给自己定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在后半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。