

2023年装修销售年中总结及下半年工作计划 销售公司年中工作总结及下半年工作计划(通用5篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

装修销售年中总结及下半年工作计划篇一

以下的范文是小编为大家收集整理好销售公司年中工作总结及下半年工作计划范文，供大家参考！

教师个人工作总结	工作总结格式
班主任工作总结	员工年终总结
个人年度工作总结	医院年终总结
工作总结怎么写	护理年终总结
党支部工作总结	班组年终总结
部队年终工作总结	酒店年终总结
安全生产工作总结	公司年终总结
小学班主任工作总结	年终总结开头
团支部工作总结	保安年终总结
试用期个人工作总结	年终总结报告
年终总结模板ppt	公务员年终总结
银行年终总结范文	检验员年终总结范文

煤炭销售分公司 上半年工作总结及下半年工作安排今年上半

年，在黄祥苗董事长“全力挺进世界五百强”宏伟目标激励下，在副总经理李国栋“发展、创新、做实”工作方针指引下，“解放思想”大讨论和“挺进世界五百强”主题教育活动为契机，围绕晋祥能源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”。

上半年工作总结

主要经营指标预计完成情况

1—5 月份实现 438.5 万元，超集团公司目标 21.8 万元，同比增长 60 倍，1—5 月份实现利润，超出去年全年利润 185 万元；——周密计划、精心组织，克服车皮批复难、异型车多等困难，路运量迭创新高，1—5 月完成 144 万吨，完成年度路运互保协议 49.66%，同比增量 82 万吨，同比增幅 232%，在元月份、二月份创出 77 列、79 列发运的公司历史新纪录的基础上，4、5 月份又分别创出 106 列、112 列的路运历史新纪录；在冀中营销分公司 1—5 月份增量总份额中占 80%，路运量增量、增幅在各子公司排名第一；——创新思维、转变观念，继路运、地销后，经过艰苦努力，成功开拓秦皇岛港口市场，实现水路销售，上半年成功实现水路发运 23 万吨，为公司开发出新的经济增长点，拓宽了公司物流发展空间；——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。

下半年工作安排 一、主要经营指标安排 1、2、3、销量：140 万吨，全年预计实现 300 万吨；销售收人：15 亿元，全年预计实现 35 亿元；利润：480 万元，全年预计实现 1000 万元；二、下半年，是我们实现全年的工作目标和任务的关键期。

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。

三、进一步解放思想，创新管理，加快经济发展方式的转变步伐，全面促进物流贸易工作的快速发展。

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

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。

四、继续认真实施两条腿走路、两条线发展的营销战略，着重抓好重点用户和重点合同的落实。

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。

五、继续强化铁路调运，以路运促销量，确保全年销量目标的实 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。

六、加快公司资金周转，保持合理的周转速度，是保证公司持续 稳定正常运营的必要条件。

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，贷款的及时回收将成为我们今年经营工作的重中之重。

我们要继续强化贷款回收责任管理，加大贷款清欠力度，通过不断完善贷款回收制度，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，有效缓解因贷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《贷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。

七、继续认真落实“安全第一”方针，强化安全“三级隐患”的排查力度。

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。

建议 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；2、由集团公司统一协调，将张矿集团内 部所有煤炭生产单位的 销售业务由我公司集中统一结算，各 生产单位出让一定的价差，来弥 补我公司因做钢材业务，而 导致税负降低的现象；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。

20xx年 8 月 14 日

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：上半年的工作回顾与总结

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: 存在的问题与不足之处

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. 下半年主要工作目标及改进措施

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，尽早提升业务。

我会耐心解答工作中遇到的困难，并给予适当的指导，协助他早日适应公司销售业务，突出业绩。

3.2 继续提升精制酒销量及利润

3.2.1 在部分消费能力较好的主要以雪花冰勇以上产品为销售主打的区域终端通过产品生动化，利润分析等方式将中高档以上产品做好，做强。

3.2.2 在消费能力一般的主要以雪花沙勇为主要销售的终端一促销刺激消费以及进行啤酒知识宣传使之尽量消费中高档产品，并使中档啤酒做大，持续提升。

3.2.3 基于精制酒消费意识差，对于精制酒不

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，由始至终我们一直坚持，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琪；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、捕渔成本高、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

三月份，在渔船上坞前期，我们为使渔民能对制冷机组由一个全面的了解，在公司王总的带队下，我们组织技术骨干，业务人员到福建、两广、海南、浙江等南方几个大的渔市进行现场交流和机组的制冷效果演示，取得了较好的效果，基本达到了使渔民对我公司产品有全新的认识的目的，排除了之前在渔民心中对这种新产品技术上的疑惑，船老大们对我们的制冷方式和经济效益分析基本赞同，由于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xx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。

(三) 下半年工作重点

1、在广泛听取业务员和代理商意见的基础上，加大对代理商的监管力度，有重点的培养一些诸如渔业公司、船厂、水产公司等国营企业单位的终端客户。

2、下大力抓好已发出去设备及已安装上船设备的技术跟进和每天的机组运行情况登记反馈。

3、有目标的培养一部分潜在想代理公司产品的人员。

我们可以对以前打电话咨询代理事宜的人员进行再次跟进，必要时可以发展为公司潜在代理人员，以备后事之需。

装修销售年中总结及下半年工作计划篇二

销售助理是一个平凡而又重要的职务。说这个职位平凡,是因为一些企业在职位设计时,已经注定了这是一个从属地位的配角;说这个职位重要,是因为你工作质量的好坏,将直接影响企业整个营销系统运营的质量。今天本站小编给大家整理了销售助理年中工作总结,希望对大家有所帮助。

总结半年来的工作,自己的工作仍存在很多问题和不足,在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习[]xx年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短,重点做好以下几个方面的工作:

(一)确保完成全年销售任务,平时积极搜集信息并及时汇总;

(三)销售报表的精确度,仔细审核;

(四)借物还货的及时处理;

(五)客户关系的维系,并不断开发新的客户。

(六)努力做好每一件事情,坚持再坚持!

最后,想对销售过程中出现的问题归纳如下:

(一)仓库的库存量不够。虽然库存表上标注了每款产品最低库存量,但是实际却不相符,有许多产品甚至已经断货。在库存不多的情况下,建议仓库及时与生产联系下单,或者与销售联系提醒下单,飞单的情况大多于库存量不足有关。

(二)采购回货不及时。回货时间总会延迟,对于这种现象,采购人员的态度大多都是事不关己,很少会想着怎么去与供应商解决,而是希望销售人员与客户沟通延缓时间。这样会

让客户对我们的信誉度降低。（这种现象非常严重）

(三)质检与采购对供应商退货的处理。很多不合格的产品，由于时间拖延，最后在逼不得已的情况下一挑再挑，并当成合格产品销售，这样对我们“追求高品质”的信念是非常不吻合的。经常有拿出去的东西因为质量问题让销售人员非常难堪。

(四)财务应定期对销售却未回款的业务进行催款或者提醒。有许多已经回款的业务，财务在几个月之后才告诉销售人员，期间销售人员以为没回款一直都在催，给客户印象非常不好！

(五)各部门之间不协调。为了自己的工作方便，往往不会太关心他人，不会考虑给他人带来的麻烦。有时候因为一句话或者一点小事情就可以解决了，可是却让销售人员走了许多弯路。

(六)发货及派车问题。

(七)新产品开发速度太慢。

总之，今年我将更加努力做好自己份内的事情，并积极帮助他人。也希望公司存在的一些问题能够妥善解决。不断的开发新品，不断开发新的区域，相信公司一定会走得更远，市场占有率更高，楚天人都会洋溢着幸福的笑容。

在上半年里，有压力也有挑战。年初的时候，房地产市场还没有完全复苏，那时的压力其实挺大的。客户有着重重顾虑，媒体有各种不利宣传，我却坚信青岛地产的稳定性和升值潜力，在稍后的几个月里，房市回升，我和同事们抓紧时机，达到了公司指标，创造了不错了业绩。

在实践工作中，我又对销售有了新的体验，在此我总结几点与大家分享：

(一)不做作，以诚相待，客户分辩的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之，你所说的一切，都将起到反效果。

(二)了解客户需求。第一时间了解客户所需要的，做针对性讲解，否则，所说的一切都是白费时间。

(三)推荐房源要有把握，了解所有的房子，包括它的优劣势，做到对客户的所有问题都有合理解释，但对于明显硬伤，则不要强词夺理，任何东西没有完美的，要使客户了解，如果你看到了完美的，那必定存在谎言。

(四)保持客户关系，每个客户都有各种人脉，只要保证他们对项目的喜爱，他们会将喜爱传递，资源无穷无尽。

(五)确定自己的身份，我们不是在卖房子，而是顾问，以我们的专业来帮助客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其它楼盘，都可以增加客户的信任度。

(六)团结、协作，好的团队所必需的。

自己也还存在一些需要改进之处：

一、有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。

二、对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

现今我已来工作半年多了，在上半年的工作中，本人的销售套数为69套，总销额为6千万。在今后的工作中，我要更加完善自己，提升自己，增加各方面的知识和对青岛各个地区的了解，不但要做好这个项目，更要跟着公司一起转战南北，开拓新的战场。

在此，我非常感谢领导给我的这次锻炼机会，我也会更加努力的去工作，去学习，交出自己满意的成绩单。

初来北京时很迷茫，不知道自己合适做什么样的工作。很幸运进入的第一家公司，从前台做起，后来接触到了销售助理一职。从刚开始的手忙脚乱到顺心应手，渐渐的喜欢上了这份职业，也觉得自己很适合这份有挑战的工作。

做了多年的销售助理，从中学到了不少，也了解了很多，在不断的累积经验中，也从中悟出了一些做事的心得。

一、万事开头难。每种行业对销售助理的要求和工作性质是一样的。所以当接触到新工作的时候，一切都要重新来过。从熟悉环境到熟悉产品，工作程序都需要有个过程，不过这个过程不会给你太多的时间，这都要靠自己本身的努力了。

二、沟通很重要。这么多年的工作让我觉跟领导，同事，各个部门之间的沟通是必不可少的。沟通好了，会让大家的工作很顺利的进行，减少错误的发生。

三、做事的条理性。助理工作其实需要做很多繁琐的事，而且会遇到突发的事情，这就需要对所做的每件事作出合理安排。轻重缓急要分清，不能将重要的事情遗忘和耽误。我现在已经养成了一种习惯，每天睡觉前都要将今天或明天所要做的事都在脑子里过滤一遍。

四、时间观念要强。当领导和同事需要在规定的时间让你把事情做完的时候，一定要遵守这个时间概念，提前做好是最

好的，如不能按时做好，一定要跟别人沟通。

五、超前意识。就是要把有些事想到前面去做好，就比如当你决定明天要喝茶时，今天就提前把茶叶买好，这样做不会手忙脚乱。

六、与客户打交道。做销售助理有时是需要跟客户打交道的，这时候不能因为你的服务，使客户对公司的产品和形象不满意，让销售员的前期工作白做了，所以，对于处理与客户之间的关系是非常重要的。

七、尽量把事情做得详细一些，对后续的工作也能起到一定的帮助。助理的工作其实不是一成不变的，有时能遇到一些突发的事情，这就需要有应对能力和经验了。

可以说这对我营销学习和实践的一次很好总结，能够以优异的成绩通过考试，更是对我强有力的鼓舞和鞭策！

装修销售年中总结及下半年工作计划篇三

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

五、密切合作，主动协调

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公

众单位对酒店工作的支持和合作。

20xx年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

文档为doc格式

装修销售年中总结及下半年工作计划篇四

工作计划网发布销售助理年中工作总结及下半年工作计划书,更多销售助理年中工作总结及下半年工作计划书相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

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，然后再找出解决的方案。

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xx的数据差距很大，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—个市场，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。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

装修销售年中总结及下半年工作计划篇五

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。

对的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。

在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

二、下半年工作打算

尽管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。

鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水品

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。

其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

**市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。

下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。

在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。

了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。

凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。

等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。

遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予更多的批评指正、指导和支持。