

# 最新销售区域经理试用期工作总结(优质5篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

## 销售区域经理试用期工作总结篇一

尊敬的各位领导、各位同事：

大家好！

20xx年对于我来讲是成长的一年、奋斗的一年、学习的一年、是感恩的一年；首先要感谢循循教导的领导，感谢团结上进的同事帮助鼓励，感谢在我沮丧时鼓励我给我打气相信我的同事，感谢那些给我微笑，接纳我和xx产品的合作者，因为他们的帮助、认可、信任、鼓励才能使我更加乐于我的工作，更加热爱我的工作。

一年来，我认真贯彻执行公司销售目标和销售政策，积极配合销售经理做好本职工作，并和其他销售员一道努力拼搏、积极开拓市场，较好地完成了年度销售目标。根据公司管理人员考核办法的通知精神，按照年终述职的有关要求和内容，现将一年来的个人工作述职如下：

1□xx市场全年任务完成情况。

20xx年，我负责xx地区的销售工作，该地区全年销售xx万元，完成全年指标xx%□比去年同期增加了xx万元增长率为xx%□与去年相比原老经销商的销量都有所增长，开发的新客户销售也基本稳定□20xx年新客户销售额有望有较大突破。

## 2、重新捋顺销售网络。

在原有的销售网络的基础上，精耕细作。以各经销商为中心，从一个一个市场入手，同经销商编织五洲产品的销售网络，通过我们的努力，和每个经销商细致沟通，耐心做工作，明确各家经销商经销区域范围，做到不重复，不恶意串货，逐一解决售后服务等各项问题，终于让经销商重拾了销售五洲产品的信心。

## 3、开发空白市场。

xx地区20xx年底只有6家经销商，能够正常发货的只有4家，空白县市过多，能正常销售的太少[]20xx年年初我对空白区域进行重新调研，结合区域生活用纸消费习惯，制定了详细的市场开发方案，寻找合适目标客户，有针对性宣传销售产品。经过一年的努力，全年共开发新客户6家，终端连锁超市1家。

## 4、组织今年的销售工作。

积极宣传公司各项售政策及淡储旺销政策[]xx区域今年销售量比20xx年增加了800万以上。淡储旺销政策是我们公司产品率先把经销商的库房占满，使其不能再储备其他公司的产品，旺季到来，经销商优先销售的都是我们公司的产品，大大提升了公司的销量，甚至一些品种出现断货。如果发货及时的话，今年销量还能提高一块。

## 5、做好xx区域各月市场销售分析工作。

落实回款进度并向公司领导汇报各月完成情况，对当月的销售工作进行总结分析并根据当月的销售情况及结合全年销售任务做好下月销售计划。

## 6、将有价值的观点反馈给领导

每月至少一次与本区域重点客户一起分析市场销售过程中存在的问题，对这些问题及时给予解决，并与客户分析竞争对手，商讨提高市场占有率的办法，将有价值的观点和方法及时反馈给上级领导。

7、虽然xx市场销售工作无论是在销量还是在销售管理方面都取得了突破性的进展，但仍存在一些问题：

（1）我们销售工作做得不细、对市场的了解分析不到位，面对市场的激烈竞争反映不够迅速，使我们失去一部分市场。

（2）市场串货监管不到位。由于今年销售政策的改变，各家经销商的销售压力比较大，较去年相比个别区域出现串货情况。虽然今年我们对串货问题组织讨论过，但工作还没有做到位，串货问题继续存在，这样对我们产品经销负面影响都很大，对经销商的信心打击比较大。我们销售人员在信息收集、反馈方面做得也不够全面，有的区域能提供信息协助防止串货，而有的区域搜集不到。这说明我们业务人员的业务能力还需更快更好的提高。

□3□xx市场网络规划不好，二三级市场进货渠道比较乱，市场规范不到位，随意销售现象比较严重。

8、开展20xx的销售工作：

（1）加强市场推广、宣传力度。在巩固现有的市场份额基础上，加强市场渗透，运用各种有效促销方式或商务手段，确保市场的占有率；制定市场宣传策略，监督广告投放，实施多媒体传播计划，制定并实施销售活动方案。

（2）健全营销网络。完善客户资料的建立、保存和分类管理，负责客户情况收集、调查□20xx年消灭xx省空白县市。

（3）做好业务人员培训、交流工作，进一步完善销售管理工

作□20xx年我们要对任务进行落实，做到目标明确、责任到人，保证预期目标的实现，同时会加大销售人员的引进及整合，对新进的人员进行全面的培训，使更多的优秀年轻人加入到我们这个销售团队中来。

（4）服从大局，团结协作。在日常工作中，做好销售经理助理的本职工作，努力完成公司领导布置的各项工作，积极为其他同事的工作创造良好的氛围和环境，互相尊重、互相配合。同时，勇于开展批评和自我批评，对其他同事的缺点和错误及时地指出，并督促改正；对自己在工作上的失误也能努力纠正、主动承担责任□20xx年我仍会和所有销售人员一道努力拼搏，力争20xx年公司销量增长xx%□为实现公司生活用纸销售总额为xx亿元的目标而奋斗。

## 销售区域经理试用期工作总结篇二

工作总结对于我们的的工作有很大帮助，能让我们发现错误，有效避免错误，争取更大销售额。今天本站小编给大家为您整理了销售区域经理工作总结，希望对大家有所帮助。

作为销售部经理，首先要明确职责，以下是我对销售部经理这个职务的理解：

职责阐述：

1. 依据公司管理制度，制订销售部管理细则，全面计划和安排本部门工作。
2. 管辖本部门内与其他部门之间的合作关系。
3. 主持制定销售策略及政策，协助业务执行人员顺利拓展客户并进行客户管理。
4. 主持制定完善的销售管理制度，严格奖惩措施。

5. 评定部门内工作人员的资信及业绩表现，并负责内部人员调配。
6. 贷款回收管理。
7. 促销计划执行管理。
8. 审定并组建销售分部。
9. 制定销售费用预算，并进行费用使用管理。
10. 制定部门员工培训计划、培养销售管理人员，为公司储备人才。
11. 对部门工作过程、效率及业绩进行支持、服务、监控、评估、激励，并不断改进和提升。

近段时期，销售部在经历了一个人员小波动后，在宋总的正确指导下，撤某某区，某某区，集中人员，有针对性对某某市场开展了市场网络建设、优势产品推广、活动拉动市场等一系列工作，取得了可喜的成绩。现将三个月来，我对销售部阶段工作所取得的成绩、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。

销售数据表明：成绩是客观，问题是肯定存在的，总体上，销售部是朝预定目标稳步前进的。

那么，以下对这几个个月的工作做一个小结。

一. 培养并建立了一支熟悉市场运作流程而且相对稳定的行销团队。

目前，销售部员工共112人，其中销售人员96人，管理人员4人，后勤人员12人。各人员初到公司时，行销经历参差不同，经过部门多次系统地培训和实际工作的历练后，各人员已完

全熟悉了本岗位甚至相关岗位的运作的相关流程。

对销售人员，销售部按业务对象和业务层次进行了层级划分，共分为销售代表和地区经理两个层级，各层级之间分工协作，相互监督，既突出了工作的重点，又能及时防止市场随时出现的问题，体现出协作和互补的初衷。

这支营销队伍，工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为公司尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。你们是饲料行业市场精细化运作的生力军，是能够顺利启动市场并进行深度分销的人力资源保证，是能让公司逐步走向强的资本。

我们起步虽晚，但我们要跑在前面！

我代表公司感谢你们！

## 二、团队凝聚力的增强，团队作战能力的提高

1、新员工的逐步增加，随着公司市场活动和拉练的开展，使我们由陌生变为熟悉，熟悉之间转换为亲密无隙的战友，紧密协作，同甘共苦，伴随着公司的发展共同发展成长。

2、局部市场销售小团队的组建，使销售人员与主管之间在生活上彼此照应，工作中相互协作，配合默契，利用小团队的优势，有针对性的扶植新老客户，不断的开拓为公司开疆拓土。

3、由于大家来自五湖四海，初到公司的那种小思想，小意识还是存在的，但是随着逐步的溶入团队，小思想，小意识也在逐渐消退，大家只有一个目标：尽我所能，让公司强起来！

三：敢于摸索，胆尝试，不断改进新的营销模式，并且程序化。

1、大家来自于不同的企业，固有的营销理念在个人的脑海中根深蒂固，行情疲软，做市场只体现了一个字：难！在这样的情况下，销售部在宋总的力支持下，营销模式尝试改革，通过几次市场活动的拉动，总结出宝贵的经验，摸索出了一套集开发新客户，维护老客户，市场造势于一体的全新拓展思路，取得了另整个销售部甚至整个公司振奋的骄人战绩。

2、实证的出台——目标经销商的力拜访——市场造势——邀请目标经销商参加活动——活动开展——开发出了目标经销商、维护了老客户、市场知名度提高、市场占有率提高、周边影响加。

3、一系列的成功，离不开销售部全体员工的努力，不断改进新的营销模式，使竞争对手无法模仿，让我们在市场上所向披靡！

众人捧柴火焰高！

#### 四、有法可依、有法必依、执法必严、违法必究

随着工作进程的不断深入，我们已经初步地建立了一套适合于公司行销队伍及销售规划的管理办法，各项办法正在试运行之中，我们会不断更新，逐步完善。

首先，销售部将出台《销售人员考核办法》，对不同级别的销售人员的工作重点和对象作出明确的规范；对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。

其次，销售部将出台《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，进一步对订购、配货、促销、赠品发放以及业务开展的基本思路等作出细化标准。奖惩分明，销售部还将将出台《销售部奖惩条例》，争取在以后的工作中，做到“事事有标准，事事有保障。”

第三，形成了“总结问题，提高自己”的内部沟通机制。及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重销售人员的意见，以市场需求为导向，地提高了工作效率。

制度是标准，执行力是保障！

力德船已经起航，为了它的安全，力德人行动起来！

虽然以上看似不错，但所存在的问题也不得摆在桌面上，这是也是我的严重失职。

## 五、“3个无”的问题有待解决

问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒。

### 1. 无透明的过程

虽然销售部已运行了一套系统的管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是，销售人员没有形成按时汇报的习惯，仅仅是局部人员口头汇报、间接转述，销售部不能进行全面、及时的统计、规划和协调，从而导致部分区域的工作、计划、制度的执行和结果打折扣。

### 2. 无互动的沟通

销售部是作为一个整体进行规划和核算的，一线工作人员、后勤人员、主管领导的三向互动沟通是内在的要求和发展的保障。销售部需要及时、全面、顺畅地了解每个区域的一线状况，以便随时调整策略，任何知情不报、片面汇报的行为都是不利于整体发展的。

### 3. 无开放的心态

同舟共济，人人有责！市场供需失衡的压力，同业风气的阻障，

客观环境的不便，均对我们的行销工作产生了负动力。如果我们不能以开放豁达的心态、宽容理解的风格、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就不能更好地前进。我们知道，其他厂家内部滋生并蔓延着相互拆台、推委责任、牵制消耗、煽风点火的不良风气，我们要警惕我们的队伍建设和自身进步，不要被不需在意的的人和事影响了我们的进步。

两军相遇勇者胜，智者相遇，人格胜。

#### 4. 无规划的开发

市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，并不是所有的区域都能够根据总体发展，需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要及时开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体的某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访行为，都有可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

### 六、6条建议仅供参考

#### 1. 重塑销售部的角色职能定位。

在做网络的同时，做销量，创造利润和区域品牌。通过完善终端网络来提升产品销量和团队美誉度。

#### 2. 坚定不移的用我们自己的方式来做市场

在确保产品在终端“买得到”的同时，也要确保“卖得动”，有计划、多层次地开展“面向客户型”推广，门店销售，赶集宣传，会议营销正在逐步形成我们营销中的固有模式。不能只保证渠道中有水，还要创造让水流出去的“出口”。

### 3. 原则不能动，销售人员不能充当送货员

销售人员主动出击，培养客户订货计划，以客户需求为导向，按需供货。但是由于销售人员与客户沟通不够，或者沟通不到位，经常对新老客户采取货到付款，往往第二天只能等货，送货，收款，甚至还充当搬运，为提高工作效率；降低货款风险；希望大家在以后的工作中，在适当的时候坚持原则。

### 4、经销商产品流量流向的控制

很多销售人员往往注意的是经销商的买卖情况，究竟产品卖到哪去了，为什么卖不动不去追踪，不去思考，所以，今后的工作中，销售部会出相对的表格，来协助销售人员加强对经销商产品流量流向的控制，从而保障我们销售计划的准确度。

### 5、开发新客户意识一定要上一个台阶

某些市场，随着老客户越来越多，销售人员明显感觉维护不过来，根本就没有开新客户想法，一个市场，想到达到一个预期销量，网络的建立是重中之重，只要该市场网络还没理想化布局，就一定要有建立健全网络的思想，不断的开发新客户。

### 6、目标达成率的提高

这几个月，没有一个月能完成预定销售目标，首先是我的失职，以后在制定销售目标的时候，一定会和大家多沟通，但是，和大家沟通后，所定的销售目标一定要完成，否则，从销售代表到地区经理到销售经理，连带罚款。

## 七、总结

“市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，

竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。

同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验”。

我们已经经历了足够的市场磨练，我坚信通过我们共同的奋斗，架好“支点”撬动市场，打造“势能”以便放营销惯性，进行整合形成“拳头”能量，希望有一天，销售部的努力定能成为吸引更多的经销商来经营我们的产品、更多的养殖户来使用我们的产品！我们一定能在目前疲软的行业里建功立业！

我们现在的确困难，但我们决不贫穷，因为我们有可以预见的未来！

我于进入市场部，并于被任命市场部主管，和公司一起度过了两年的岁月，现在我将这期间的工作做个汇报，恳请大家对我的工作多提宝贵的意见和建议。

我市场部主要是以电话业务为主、网络为辅助开展工作。前期就是通过我们打出去的每一个电话，来寻找意向客户。

为建立信任的关系，与每个客户进行交流、沟通。让其从心底感觉到我们无论何时都是在为他们服务，是以帮助他们为主，本着“我们能做到的就一定去做，我们能协调的尽量去做”的原则来开展工作。

这样，在业务工作基本完成的情况下，不仅满足他们的需求，得到我们应得的利益。而且通过我们的产品，我们的服务赢得他们的信任。取得下次合作的机会。

就像春节前后，我部门员工将工作衔接的非常好，丝毫不受

外界因素的干扰，就能做到处在某个特殊阶段就能做好这一阶段的事情，不管是客户追踪还是服务，依然能够坚持用心、用品质去做。20xx年的工作及任务已经确定。所有的计划都已经落实，严格按照计划之内的事情去做这是必然的。相信即便是在以后的过程中遇到问题，我们也会选择用最快的速度 and 最好的方式来解决。

20xx年，在懵懂中走过来。我自己也是深感压力重重，无所适从。但是我遇到了好的领导和一个属于我的团队。他们的帮助和包容是我个人现阶段成长的重要因素。也是我在参加工作的这段时间里对于做人和做事的理解中收获最多的一年。

过去的已经过去。每一年都是一个新的起点，一个新的开始。

在今年的工作中，以“勤于业务，专于专业”为中心，我和我组成员要做到充分利用业余时间，无论是在专业知识方面，还是在营销策略方面，采取多样化形式，多找书籍，多看，多学。开拓视野，丰富知识。让大家把学到的理论与客户交流相结合，多用在实践上，用不同的方式方法，让每个人找到适合自己的工作方式，然后相辅相成，让团队的力量在业绩的体现中发挥最大作用。为团队的合作和发展补充新鲜的血液和能量。同时在必须要提高自己的能力、素质、业绩的过程中。

以“带出优秀的团队”为己任，要站在前年、去年所取得的经验基础之上。创今年业绩的同时，让每个人的能力、素质都有提升，都要锻炼出自己独立、较强的业务工作能力。将来无论是做什么，都能做到让领导放心、满意。

走进这个竞争激烈的社会，我们每个人都要学会如何生存？不论做什么。拥有健康、乐观、积极向上的工作态度最主要。学做人，学做事。学会用自己的头脑去做事，学会用自己的智慧去解决问题。既然选择了这个职业，这份工作，那就要尽心尽力地做好。这也是对自己的一个责任。

通过这两年的工作，我感同身受。我看到了公司所发生的变化。也感觉到了公司必然要向前发展的一种决心。我相信：“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”因此，在今后的工作中，我会带领市场一部全体员工随着公司的发展适时的调整自己，及时正确的找到自己的角色和位置。为公司在蓬勃发展的过程中尽我们个人的微薄之力。

回首过去，我们热情洋溢；展望未来，我们斗志昂扬。新的一年，新的祝福，新的期待：今天，市场一部因为在此工作而骄傲；明天，市场一部会让公司因为我们的工作而自豪！

作为销售部门的管理人员销售主管，在按照公司规定的岗位职责工作后，在回顾一段时间的工作时，有哪些收获，哪些不足呢？以下一起来看销售主管工作总结：

南京办事处在全体人员的努力下，区域业务开展工作基本顺利，全年回款额25.7万元，基中第四季度完成回款额14.5万元，占全年的56.4%，成功开发了分销商31家，终端酒店53家，回款情况如下：

1—3月 4—6月 7—9月 10—12月

58304元 35120元 19000元 144961元

销售回顾：公司产品的结构多层次，系列组合，依托自身商誉优势，在产品定位与市场策略上，近亲繁殖、扩张道路。从4个品牌，8类产品，由20xx年11月初在流通领域中常见的辣根王，果汁，寿司酱油，鸡汁，直至后期逐步登陆市场的寿司醋，辣椒油、芥末油等，均在消费界取得部分认可。产品销售过程是通过引导最终消费者，从而带动产品流通的策略，我们同时为销售商和消费者提供优质产品，至上的服务，直接有效的供求资源和网络信息，整个工作是在消费以及流通两个领域同步开展，使销售队伍销售商消费者之间进行整合。

经营分析：

1、经销商的定位，南京现有的两个经销商□a(李军)与b(黄丽春)□a现有的销售网络集中在市内酒店宾馆，主营高档干货，餐料配送业务□b的客户群面向流通市场，同时也兼营终端业务□a和b的销售网络存在一定的互补性，同时也缺乏一定的成长性，他们因其客观因素限制，业务拓展能力不强，短期未能在原有的网络基础上进行业务延伸。

2、产品消化周期差异化，产品消化周期完全取决于消费者的使用量，这与各地区的饮食文化密切相关。公司的芥辣、寿司醋，芥末油消化周期较慢，同比之下，鸡汁、果汁、正处于市场成熟增长阶段，我们在为公司带来增量产品的选择上，需要准确定位。

业绩来源：销售商理念是考虑自利行为和风险因素，我们的终端销售队伍在消费界的推广效果，打消了销售商对风险因素的顾虑，从而选择了我们产品作为利润微薄的名牌产品的替代品，鸡汁产品在争夺劲霸的产品份额，果汁替代新的品牌，芥辣则抢占爱思必局部市场，而寿司酱 油和醋更多的倾向于引导销售。此外，公司产品在消费界的客户根据不同层次性质区分为：大型餐饮公司或星级宾馆，中档酒楼，专业粤菜馆，咖啡馆等，产品分类全年销售比例如下：

存在问题：

### 1. 经销商违规(冲货、窜货)

南京地区前任经销商与公司战略方向和销售策略的意见上产生分歧，公司因故终止该经销商的产品经销权。然而该经销商竟以此为耻，并拉开了导火索，与南京办销售队伍为敌，浓浓得火药味将鸡汁、芥辣产品价格一降再降。甚至，不惜重金，余近求远，从别的区域采调公司产品低价冲击南京市场，使我们销售队伍在客户眼前的信誉和产品推广带来恶劣

的影响。

## 2. 空白市场尚未开发

前期工作重心在南京，时间原因，未能及时将江苏中部、北部及安徽部分市场开拓，这些区域市场的工业产业密集度低，在消费水平和餐饮业的发展也较逊色，相对产品品牌竞争的程度上也明显的低，从战略的角度上，这些区域宜早开发，作为待机市场，先入为主。

经验总结，于20xx年12月18日，南京办在双门楼宾馆天之味产品“厨艺大观”活动，收益匪浅，利用到场嘉宾的人脉资源，不仅提高了产品在厨艺界的知名度，同时也收集了很多业内人士资料和动态信息，以便后期的沟通与合作。

餐饮业宏观分析□20xx下半年禽流感带来餐饮风波，南京市餐饮业全年零售额78.69亿元，下半年零售额仅35.75亿元，同比下降27.9%，大中型餐饮上客就餐率同比减少22.3%，禽流感已成为导致今年下半年餐饮业萧条的主要因素。

微观分析：消费者要求在预算的约束下将效用最大化，根据消费者的偏好。而生产者在技术约束下，将利润最大化，在双方自利行为的交互作用下，以达到市场均衡，从现有两者均衡比例来看，以下是消费者的选择购买行为比例：

现代营销趋势更多的体现出上朔到生产领域，下伸至消费领域，而不是仅仅局限于流通领域。

## 销售区域经理试用期工作总结篇三

20xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的销售经理工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的销售经理工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自

己，以至于把销售经理工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的销售经理工作做的更好。下面我对一年的销售经理工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司销售经理工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有xx销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏xx行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教xx经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

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xx市场有了一个大概的认识和了解。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。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。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。对于一个项目可以全程的操作下来。

对于xx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销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

部门工作总结在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南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。

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。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，在销售经理工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月xx天的时间，总体计算三个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。

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的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，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

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销售工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售经理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。

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。

市场分析现在xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。在xx区域，我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在xx开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比xx小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一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，永远没有机会在做这个市场。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

## 销售区域经理试用期工作总结篇四

尊敬的领导：

您好！

现在我对20\_年来的工作述职汇报如下：

### 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、明年年的计划

在年终销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事\_的数据差距很大，她的销售额是\_万多，回款是\_万多，而我只有\_万多的销售额，远远的落后了，所以我要在明年迎头赶上。虽然

她比我早一段时间进公司，但是大家面对的是同一个市场，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，在明年里争取做到\_万，即每个月要做\_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。由于我的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，所有在今后要改变办法，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一年来对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在明年再创佳绩。

此致

敬礼！

述职人：\_

20\_\_\_\_年\_月\_日

## **销售区域经理试用期工作总结篇五**

\*\*办事处在全体人员的努力下，区域业务开展工作基本顺利，全年回款额万元，基中第四季度完成回款额万元，占全年的，成功开发了分销商31家，终端酒店53家，回款情况如下：

1—3月58304元

4—6月35120元

7—9月19000元

10—12月144961元

经营分析：

2、产品消化周期差异化，产品消化周期完全取决于消费者的使用量，这与各地区的饮食文化密切相关。公司的芥辣、寿司醋，芥末油消化周期较慢，同比之下，鸡汁、果汁、正处于市场成熟增长阶段，我们在为公司带来增量产品的选择上，需要准确定位。

业绩来源：销售商理念是考虑自利行为和风险因素，我们的终端销售队伍在消费界的推广效果，打消了销售商对风险因素的顾虑，从而选择了我们产品作为利润微薄的产品的替代品，鸡汁产品在争夺劲霸的产品份额，果汁替代新的品牌，芥辣则抢占爱思必局部市场，而寿司酱油和醋更多的倾向于引导销售。此外，公司产品在消费界的客户根据不同层次性质区分为：大型餐饮公司或宾馆，中档酒楼，专业粤菜馆，咖啡馆等，产品分类全年销售比例如下：

存在问题：

### 1. 经销商违规(冲货、窜货)

南京地区前任经销商与公司战略方向和销售策略的意见上产生分歧，公司因故终止该经销商的产品经销权。然而该经销商竟以此为耻，并拉开了导火索，与南京办销售队伍为敌，浓浓得火药味将鸡汁、芥辣产品价格一降再降。甚至，不惜重金，余近求远，从别的区域采调公司产品低价冲击南京市场，使我们销售队伍在客户眼前的信誉和产品推广带来恶劣的影响。

## 2. 空白市场尚未开发

前期工作重心在南京，时间原因，未能及时将江苏中部、北部及安徽部分市场开拓，这些区域市场的工业产业密集度低，在消费水平和餐饮业的发展也较逊色，相对产品品牌竞争的程度上也明显的低，从战略的角度上，这些区域宜早开发，作为待机市场，先入为主经验总结，于20xx年12月18日，南京办在双门楼宾馆天之味产品“厨艺大观”活动，收益匪浅，利用到场嘉宾的人脉资源，不仅提高了产品在厨艺界的知名度，同时也收集了很多业内人士资料和动态信息，以便后期的沟通与合作。

餐饮业宏观分析□20xx下半年禽流感带来餐饮风波，南京市餐饮业全年零售额亿元，下半年零售额仅亿元，同比下降，大中型餐饮上客就餐率同比减少，禽流感已成为导致今年下半年餐饮业萧条的主要因素。

微观分析：消费者要求在预算的约束下将效用化，根据消费者的偏好。而生产者在技术约束下，将利润化，在双方自利行为的交互作用下，以达到市场均衡，从现有两者均衡比例来看，以下是消费者的选择购买行为比例：

现代营销趋势更多的体现出上朔到生产领域，下伸至消费领域，而不是仅仅局限于流通领域。

20xx年工作计划：

20xx年预计全年回款100万元以上，保持增长，预计第一季度完成15万元回款，第二季度25万元回款，第三季度回款30万元，第四季度30万元，南京市内终端用户预计扩增至150家，分销商增到70家。

工作方向：

## 1. 对经销商的管理