

饲料销售月度总结(实用5篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。相信许多人会觉得总结很难写？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

饲料销售月度总结篇一

大家上午好！众所周知，销售部对于任何一家饲料企业来说，都是核心部门，公司其他的部门的工作都是围绕销售部来展开，因此，作为一名销售经理，责任重于泰山。下面，我就自20xx年4月8日至今，我出任某某饲料公司销售经理以来的工作开始述职。

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. 货款回收管理。

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。

以下是一组数据

销量增长率：3:4104.7%

4:534.81%

5:67%

新客户增长率：3: 4125%

4□566.7%

5□640%

这两组数据表明：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，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、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。

执行力，是销售部各项政策和规章制度能顺利执行的保障。

销售部已经出台的销售部管理制度，是检验销售人员平时工作的天平，是衡量销售人员平时工作的标准。在这个基础上，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。

二、“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、制度此文来源于是文秘家园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，同业风气的阻碍，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。

三、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，一定会和家多沟通，但是，和家沟通后，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。

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！

谢谢。

饲料销售月度总结篇二

在公司工作了很多年了，从一个小小的业务员走到现在公司

销售经理的位置，付出了多少努力和汗水，也许只有我自己知道了。不过我可以这样说，我付出的努力是常人的几倍，我才在自己的工作岗位上取得了一定的成功。

这一年走过来，酸甜中夹杂着汗水，努力和付出就会有回报，对我来说，在过去的一年取得的成绩还是很不错的，我觉得自己的还是很好的。

自己20__年开始销售工作，在公司经营工作领导x总的带领和帮助下，加之全组成员的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，截止2020年__月__日，2020年完成销售额__x元，起额完成全年销售任务的60%，货款回笼率为80%，销售单价比去年下降了10%，销售额和货款回笼率比去年同期下降了12%和16%。现将全年来从事销售工作的心得和感受总结如下：

一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作

作为一名销售经理，自己的岗位职责是：

- 1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；
- 2、努力完成销售管理办法中的各项要求；
- 3、负责严格执行产品的出库手续；
- 4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；

总之，通过实践证明作为销售经理技能和业绩至关重要，是检验销售经理工作得失的标准。今年由于举办__x四个月限产的影响，加之自己对市场的瞬息万变应对办法不多而导致业绩欠佳。

二、明确客户需求，主动积极，力求保质保量按时供货

工作中自己时刻明白销售经理必须有明确的目的地，一方面积极了解客户的意图及需要达到的标准、要求，力争及早准备，在客户要求的期限内供货，另一方面要积极和客户沟通及时了解客户还款能力，考虑并补充完善。

三、正确对待客户投诉并及时、妥善解决

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以销售经理应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照公讣制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真好客户投诉记录并口头出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

饲料销售月度总结篇三

硕果累累辞旧岁，济济一堂话发展。1月19日（农历腊月二十四），河南牧原20xx年终总结大会在马坪会议中心隆重召开。牧原公司董事长秦英林出席了会议并作重要讲话，公司中高层领导、后备干部参加了大会。大家欢聚一堂，共同回顾过去的成就，畅谈美好的未来。

在大会上，秦英林董事长指出□20xx年是牧原公司快速发展的里程碑，实现了企业经济效益、员工工资福利、社会公益事业三丰收。在企业经营上，达到年出栏生猪50万头规模，年产值、年销售收入、利润、全年员工工资福利均达到历史最高水平。在社会公益事业方面，实施定向援助，积极开展光彩事业，在支援贫困地区小学建设、帮扶贫困大学生、困难家庭、大病救助、修建道路、地震捐助及其他捐助一共捐助250万元。

在20xx年，河南牧原新增投资项目较多。包括年产30万吨的

饲料厂已建成投产；在灌涨镇新建了年出栏商品猪13.6万头的李营猪场和年出栏商品猪8万头的杨洼猪场，使公司生产规模达到年出栏50万头；和山东龙大集团合资建设的肉食品屠宰加工项目主体工程已经封顶，预计09年7月将投入生产。届时将形成饲料加工、养猪、屠宰加工一体化的猪肉产业链。这些成绩的取得，离不开公司所有员工的辛勤付出，公司的发展壮大，依靠的是每一位员工积极的心态、坚持不懈的努力，同时要求员工加强专业技术学习和企业文化学习，适应快速扩大的企业需要。

董事长秦英林着重指出，牧原公司倡导“利他”主义，走共同发展道路，建设厚重的牧原文化。通过企业文化建设在员工之间建立兄弟姐妹关系，相互关心、相互关爱，共同打造牧原乐园；牧原公司关注员工的成长，规划员工的未来：在经济上提高薪水，开展培训学习提高专业技能，规划员工职业生涯；开展母子工程，帮助孩子们从小学会感恩、分享、互助，形成母子共同学习、共同进步的局面。

董事长秦英林还强调：“今后，牧原公司要用高科技推进养猪生产，采用新技术实现养猪的全部机械化、自动化，让牧原公司养猪生产提高劳动效率的同时，让我们的员工享受到高收入。只有牧原公司员工们的福利增长了，生活安置好了，我个人也就成功了”。

浓情满银鼠金牛谱华章。秦英林董事长还对牧原公司下一阶段的工作，提出了整体的规划和展望。在20xx年，我们已经为应付金融危机，准备了充足的现金储备，我们还要化危为机，继续扩大生产，使公司的年生产能力达到100万头的规模；同时，积极创造条件谋划建设第二个、第三个百万头养猪体系；并且准备好公司的上市工作。他指出，我们下一步大发展要做好以下几个方面：

- 1、做好新型零排放猪舍设计，

- 2、营养、兽医、业务、生产、基建等技术人才的储备、培养，
- 3、要有充足的资金准备。

在新的一年里，董事长秦英林希望全体员工能以牧原文化为准则，精诚团结，勇于创新，再铸辉煌！让我们大家一起努力，牛年展鸿图，用我们的辛勤和智慧把牧原公司建设得更加美好，为大家创设一个更大的施展才华的平台。

饲料销售月度总结篇四

合同编号：

甲方（供方）： 乙方（需方）：

根据《中华人民共和国合同法》及相关法律法规规定，本着合作共赢、互惠互利的原则，双方经协商一致，达成如下合同条款：

第一条合作范围

为全面规范地服务终端客户，根据甲方企业的市场拓展规划，甲方根据乙方的申请和对乙方的需求量的审核，同意按照甲方的直销价格专属性供应品牌系列产品给乙方，并视甲方的能力进一步为乙方提供相关的技术支持和技术服务。

第二条合作期限

双方合作有效期自年月日至年月日。

除非本合同提前终止，双方可在协议有效期满前十天内单方面提出延长合同合作的请求，经另一方同意，可以续签本《饲料买卖合同》。

本合同到期后，双方均无异议，可自动延期一年。

第三条标的、数量、价款

以上价格如有变动，甲方须提前十天书面通知乙方。（以上表格行数不足时可另附表）

第四条交货方式及期限

甲方应在接到乙方以电话加短信（或传真）_____，运费由__甲方__方承担。

其他交货方式及期限

第五条验收

1. 验收方式

乙方在甲方交货时当场验收。

其他验收方式。

2. 验收内容

1) 饲料是否符合第一条约定。

2) 饲料产品包装贴有标签或者附具说明书。

3) 标签或者说明书上应当注明饲料名称、企业名称、产品批号和产品登记证号或者产品临时登记证号、产品生产许可证号或者产品生产批准文号。

4) 标签或者说明书上应当注明饲料的有效成份、含量、重量、产品性能、用途、使用技术、使用方法、生产日期、有效期和注意事项等。

5) 法律、法规另有规定的，标签或者说明书应当符合规定。

第六条付款方式及期限

甲方交货后，乙方应于当日支付价款应于第二次进货时一次性付清；乙方付款后，甲方应当开具销售凭证。

乙方应直接汇款入甲方指定的银行账户，非经甲方特别授权甲方销售人员不收取现金或者使用私人帐户。

第七条甲乙双方权利义务

1. 甲方权利义务。

1) 甲方应当出示营业执照、经营许可证。

2) 甲方不得出售国家、地区明令禁止使用的饲料以及添加非法添加剂。

3) 甲方应当向乙方说明饲料的用途、使用方法、用量、和注意事项；还应当提醒乙方注意饲料标签或者说明书已注明以外的其他使用、操作注意事项。

2. 乙方权利义务

1) 乙方应当查看甲方的营业执照、经营许可证。

2) 乙方应当仔细查看第三条第二款内容。

3) 乙方应当按照所买饲料标签或者说明书注明的事项以及甲方的说明、提醒事项正确使用饲料。

4) 非因产品质量问题乙方不得退换货。

第八条合同终止

在乙方违背本合同即违法经营、制假、侵犯甲方知识产权等严重侵害甲方合法权益等行为时，本合同视作立即终止。甲方有权采取对乙方的下列措施：

依法提请司法和执法机关追索乙方的赔偿责任和法律责任。与此同时乙方必须

i□结清与甲方的产品欠款；

ii□不得再进行销售甲方的商品；

iii□必须承担客户后续服务成本，包括退货、维修、索赔等。

第九条违约责任

1. 饲料经验收不符合第一条、第三条第二款约定的，乙方有权要求甲方补足、更换、退货。

2. 一方迟延交货或迟延支付价款的，应当每日按照迟延部分价款的0.5%向对方支付违约金。

3. 因饲料质量问题给乙方造成损失，乙方向甲方要求赔偿的，甲方应当予以赔偿。饲料质量争议由法定产品质量检验机构鉴定。

4. 当事人一方违约后，对方应当采取适当措施防止损失的扩大；没有采取适当措施致使损失扩大的，不得就扩大的损失要求赔偿。当事人因防止损失扩大而支出的合理费用，由违约方承担。

第十条争议解决

发生的争议，由双方协商解决；也可以请求调解；或选择提交省市仲裁委员会仲裁。

第十一条

合同经双方签字（盖章）之日起生效。本合同一式两份，双方各执一份。

经销方（乙方）_____

营业执照注册号_____

法定代表人_____

委托代理人_____

地址（住址）_____

开户银行_____

账号_____

联系电话_____

签订时间_____年_____月_____日

第十二条

供应方（甲方）营业执照注册号_____

法定代表人_____

委托代理人_____

地址_____

开户银行_____

账号_____

联系电话_____

签订时间_____年_____月_____日

签订地点_____

饲料销售月度总结篇五

转眼20__年即将过去，我们将满怀信心的迎接20__年的到来。在过去的半年里，我们有高兴也有辛酸，总体来说，我们是圆满完成了公司所定的销售任务，在__的三年时间里我们一直坚持真诚专业的态度对待每一位顾客，力求提供符合他们的款式经过努力的锻炼自己，基本能够掌握顾客的心理，利用顾客的心理抓住每一位有意购买的顾客，努力提高我们__的销售，进一步提升品牌的知名度。在__这个展示才华的大舞台中，也结识了许多新朋友，同时也感谢和我并肩奋斗的同事和领导。以下是我对__20__年的总结：

一、认真学习，努力提高

我们必须大量学习专业知识，以及销售人员行业的相关知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰。

二、脚踏实地，努力工作

作为一名合格的销售人员，必须熟悉专业知识，勤奋努力，一步一个脚印，对领导下达的任务，认真对待，及时办理。

三、存在的问题

通过这半年的工作，我也清醒的看到自己的不足之处，只要是针对有意购买的顾客没有到及时的跟踪回访，所以在以后

的工作中将好记录，定期回访，使他们都成为我们的老顾客，
总之，在工作中，我通过努力学习收获非常大，我坚信只要
用心去就一定能好。