

内衣销售工作总结(汇总10篇)

总结的内容必须要完全忠于自身的客观实践，其材料必须以客观事实为依据，不允许东拼西凑，要真实、客观地分析情况、总结经验。什么样的总结才是有效的呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

内衣销售工作总结篇一

谈起内衣店导购员(也称为促销员或者店内顾问等)，所有的销售人员都不陌生，因为绝大部分企业/厂家/公司在销售终端都安置有相应的导购员，尤其是在ka卖场/超市更能体现出来，一个ka卖场/超市的导购员的数量远远超过该卖场/超市的正式员工，很多卖场的理货工作基本上就是各个厂家的导购员来完成的，而作为厂家的导购员，是厂家终端销售的一线销售人员，是直接代表厂家的，各厂家对导购员的培训也是很重视，导购员的重要性就不言而喻了，做销售的人员人人皆知。而就是这样一个目前比较庞大的且很重要的导购员队伍，她们/他们的工作现状让人担心让人忧。

一、大部分为女性，女性的特征导致了导购员工作的不稳定性

现在的导购员大部分都是女性，结过婚的可能相对会好一些，而更多没有结婚的女性，在其工作的过程中，难免要结婚，生子，而一旦她们结婚，就会很容易辞退工作，跟着老公回其老公的家乡工作或者生活；而有些结婚后很快就要生小孩子，这样的情况下，导购员就会辞退工作，这些女性生理上的特征导致了导购员这个群体工作的不稳定性，所以很多公司也很无奈，不得不面临这样的状况。

二、大部分为低学历，低学历的特点导致了导购员工作的局限性

大部分导购员的学历只有高中学历，相当一部分只有初中甚至小学学历，这种情况，只能靠自己更多的体力来获取薪酬，当然了，这里讲的都是相对的，不是绝对的，也不是说低学历的导购员就没有前途，只是机会很小，且只有很少一部分人。这里谈的都是相对来讲的多数。

这部分导购员的特点就是学习能力差，公司对其培训的效果会大大折扣，这些人基本上对工作方面的文字总结能力较差，相当一部分人都不会对工作进行文字总结，这样就限制了其自身的发展。当然了若是能靠自己后天的努力勤奋刻苦的学习，善于总结，善于思考，还是很有机会的，但是这样的导购员少之又少。基于以上现状，导购员的薪酬一般都会偏低，拿不到好的薪酬，工作自然没有激情，没有激情就会陷入消极的工作状态，这样就导致了其工作的局限性。

有一个厂家的促销员学历低，但是也在公司工作了3年多了，自己也没有什么追求，反正每个月都拿这样的工资，自己就慢慢的学会了耍“油条”，没事的时候就找很多理由向公司请假，甚至有时候欺骗公司(自己根本没有到卖场上班，而等公司打电话或者到卖场走店时问其他促销员时，其他人都会说该导购员去洗手间了等等诸如此类的借口)，而该厂家的销售人员又很少到该门店去巡查，所以该导购员到现在还是这样情况，经常不来上班，欺骗公司。

三、非正式员工，工作无发展前途，导致导购员不思进取

大部分公司对优秀导购员最多也是给予适当的物质奖励或者精神奖励，但是很少给予导购员一个发展或者提升的机会，这就会造成了导购员在一定程度上不思进取，做一天和尚撞一天钟-得过且过。导购员说的好听些是企业/公司在终端一线的销售人员，但是很多企业/公司根本就没有把导购员当成是自己公司的正式在职员工，基本上都是委托第三方进行管理和考核的，这一点就注定了导购员的职业发展没有太大的机会，而作为导购员，其实她们也很清楚公司都没有把她们

当成是公司的正式员工，或者至少和负责她们的公司销售人员的隶属性质一样(都属于公司的正式员工)，所以她们从一进入该公司就没有考虑过自己的长远发展规划，而是能做就做，毕竟自己的学历，自己的家庭出身(相当一部分来自农村，都是出来短暂打工的)也注定了公司不会给自己太多的机会和发展空间。

无三金保障(养老/医疗/失业)，大部分企业/公司都是委托第三方或者自己的经销商进行导购员考核和管理，根本不会给导购员缴纳相应的'三金(社保等)，这样对于导购员来讲就没有相应的保障。

无用的培训。说这句话的时候我也是讲的相对，而不是绝对，因为大部分导购员对于公司各种各样的形式的培训不感兴趣，即使有一部分导购员培训时挺感兴趣的，过后也起不到相应的作用，非常简单，自己再怎么努力，再怎么进取，自己在公司没有发展前途，很少听说哪个公司给促销员设定了一个职业发展规划(如:导购员-理货员-销售代表-城市主管-城市经理-区域经理-大区经理-营销总监，至少作为笔者来讲，很少听说，讲的悲观一点，就从没有真正见到哪个公司有这样对导购员的职业发展规划。在这种情况下，导购员也都有自知自明，你公司再对我们进行培训，其目的也无非就是想让我们工作进取一些，销售多提升一些，即使有些培训对其人生态度/生活的启发进行专题培训，其实结合到她们自己现实的实际生活和工作，意义也不大，因为她们的很多自身因素和社会因素注定了她们不可能如培训师想象中的那样。

为什么这样说，因为笔者四年前也是这样认为:只要对导购员进行一系列的，系统的专业/专题培训(工作技能/产品知识/人生哲理/为人处世/生活态度等等)，导购员一定会发挥巨大的效应，而经过近1年的无数次的，各种各样的培训，其效果还是不大，老的导购员按部就班，该怎样还怎样，新促销员可能会相对好一点，但是时间一长也和老的导购员一样。唯一的办法，就是让各企业/公司对导购员从本质上重视起来，

给予其一个发展机会和合理的发展空间，再加上各种培训，可能才会有一定的效果。

当然了，也不是任何培训一点用途也没有，只是没有公司/培训师们想象中的那么好而已。对于导购员的考核和管理更多的也需要一个合理的制度来完善。

四、工作强度过大，导致导购员频频跳槽

很多新上岗的促销员，往往工作不到3天就因无法忍受巨大的工作压力而提出离职，这也是导致其频频跳槽的主要原因之一。

工作强度过大，因为自己的学历低等客观原因，自己也愿意忍受，可是有些导购员就是无法忍受商场那些正式员工对她们的那种态度，在很多商场里面，商场的正式员工往往不把导购员当人看，把导购员换来唤去的，稍不顺从就破口大骂，甚至有些会被投诉到厂家，或者要求你离职……在这种情况下导购员也会选择从事其他行业。而这样一来就造成了现在导购员频频跳槽，工作极其不稳定的现状。

内衣销售工作总结篇二

视觉营销的目的在于通过视觉设计，传达和展示服装品牌内涵、服装产品的个性和企业的'经营理念，以达到展示，感动和吸引消费者。视觉营销的内容从广义的角度看，包括企业的ci的全部内容，从实际操作的角度看，视觉营销的内容概括如下：

(1) 店铺导购人员除了店铺，顾客接触的就是人员所以店员的综合素质、仪表、举止等需要严格培训和管理，所以很多服装企业和商店非常注重现场导购人员的遴选、岗前培训、上岗后的管理和再培训。店员是最直接和消费者沟通的人员，他们的举手投足、形象代表企业和品牌。

(2) 店铺店面的地理位置和装修顾客第一印象是店面，包括店面在商场的位置、面积、店面设计的风格以及要表达的想法等。

(3) 店铺商品陈列视觉营销要求对产品进行三次设计：第一次是原始的设计，第二次是卖场的陈列，第三次即再设计、搭配。陈列师要在原有的基础上再设计。

(4) 店铺服务顾客通过体验感受品牌所倡导的时尚生活，感受产品本身所能带给顾客的核心价值，此外，服装店里装饰的鲜花，备有咖啡、点心、糖果、杂志的休息角烘托着温馨的氛围，则是品牌文化和品牌个性点滴细节的流露。

(5) 店铺环境消费者一进店，看到的不光是满堆的货，而是建筑艺术、装潢艺术、视听艺术、嗅觉艺术等元素综合运用所设计营造的一种环境，让消费者感到这个店面的文化和品位。

(6) 品牌产品是视觉营销的核心，产品不行其他做得再好也没用，毕竟消费者最终选择的是产品。丹蓓姿内衣这方面就做的很好。

(7) 内衣展示会内衣产品特有的色彩、款式、质感、风格要素通过展示会能淋漓尽致地表达出来。店铺视觉营销是以用户需求和店铺产品特色为依据的一种促销形式，促销形式上分为产品促销和形象促销，因此视觉营销一定是建立在店铺和产品二大基础之上。以上来自丹蓓姿内衣。

内衣销售工作总结篇三

0x年已经结束，新的一年工作开始了，作为一个服装导购员，现将过去一年的工作经历以下总结，以便于更好地面对新年的工作：

总的来讲，服装导购员在整个服装销售过程中具有不可替代

的作用，导购员不仅代表了企业的外部形象，而且还起到加快销售的作用，具备良好素质的服装导购员，除了熟悉商品之外，也应该具有足够的耐心，并且能够掌握一些好的服装销售技巧。

第一，服装导购员除了能够将服装很好地展现给客户，并且还有向客户适当推荐其他服装的工作，以吸引顾客购买其感兴趣的更多服装。针对这一点工作，我总结如下：

- 1，推荐服装时候要有信心，大方、坦诚地向顾客推荐服装，导购员就应该具备十足的耐心、细心，让客户对自己产生信任感。
- 2，为顾客推荐适合于顾客体型、品味的服饰，为客户在挑选服装时候出谋划策，提示相关细节，帮助客户选择。
- 3，结合不同款式服装，向顾客讲解每款服饰适合穿着的场合。
- 4，配合服饰特点进行推荐。每种类型的服装具有不同的特征，如功能，设计，质量和其他方面，都应该适当向顾客说。
- 5，谈话中注意技巧。向顾客推荐服装时候，语气应该有礼貌、在充分听取顾客意见的基础上，再向顾客推荐。
- 6，观察、分析不同顾客喜好追求，结合实际向顾客推荐服装。

第二，必须注意把工作重点放在销售技巧上。销售是有针对性的营销，关键在于销售技巧的掌握。服装销售涉及方方面面知识，要对服装的功能，质量，价格，时令，面料等其他因素都做充分了解，顾客特点，运用销售技巧完成销售。主要侧重于以下几个环节：

- 1、注重思考。了解顾客购买服装的穿着场合，购买服装的目的与想法，帮助顾客挑选相应服饰，促进销售成功。

2、言辞简洁，字句达意。与顾客交流当中，言辞要简单易懂。不能说太过专业性的行内话，应该试图以通俗语言向顾客讲解。

3、具体表现。要根据实际情况，随机应变地推荐服装，必要情况下，不去打扰顾客，让顾客自行挑选，当顾客咨询时候耐心倾听、细心讲解。

内衣销售工作总结篇四

谈起内衣店导购员（也称为促销员或者店内顾问等），所有的销售人员都不陌生，因为绝大部分企业/厂家/公司在销售终端都安置有相应的导购员，尤其是在ka卖场/超市更能体现出来，一个ka卖场/超市的导购员的数量远远超过该卖场/超市的正式员工，很多卖场的理货工作基本上就是各个厂家的导购员来完成的，而作为厂家的导购员，是厂家终端销售的一线销售人员，是直接代表厂家的，各厂家对导购员的培训也是很重视，导购员的重要性就不言而喻了，做销售的人员人人皆知。而就是这样一个目前比较庞大的且很重要的导购员队伍，她们/他们的工作现状让人担心让人忧。

现在的导购员大部分都是女性，结过婚的可能相对会好一些，而更多没有结婚的女性，在其工作的过程中，难免要结婚，生子，而一旦她们结婚，就会很容易辞退工作，跟着老公回其老公的家乡工作或者生活；而有些结婚后很快就要生小孩子，这样的情况下，导购员就会辞退工作，这些女性生理上的特征导致了导购员这个群体工作的不稳定型，所以很多公司也很无奈，不得不面临这样的状况。

大部分导购员的学历只有高中学历，相当一部分只有初中甚至小学学历，这种情况，只能靠自己更多的体力来获取薪酬，当然了，这里讲的都是相对的，不是绝对的，也不是说低学历的导购员就没有前途，只是机会很小，且只有很少一部分人。这里谈的都是相对来讲的多数。

这部分导购员的特点就是学习能力差，公司对其培训的效果会大大折扣，这些人基本上对工作方面的文字总结能力较差，相当一部分人都不会对工作进行文字总结，这样就限制了其自身的发展。当然了若是能靠自己后天的努力勤奋刻苦的学习，善于总结，善于思考，还是很有机会的，但是这样的导购员少之又少。基于以上现状，导购员的薪酬一般都会偏低，拿不到好的薪酬，工作自然没有激情，没有激情就会陷入消极的工作状态，这样就导致了其工作的局限性。有一个厂家的促销员学历低，但是也在公司工作了3年多了，自己也没有什么追求，反正每个月都拿这样的工资，自己就慢慢的学会了耍“油条”，没事的时候就找很多理由向公司请假，甚至有时候欺骗公司（自己根本没有到卖场上班，而等公司打电话或者到卖场走店时问其他促销员时，其他人都会说该导购员去洗手间了等等诸如此类的借口），而该厂家的销售人员又很少到该门店去巡查，所以该导购员到现在还是这样情况，经常不来上班，欺骗公司。

大部分公司对优秀导购员最多也是给予适当的物质奖励或者精神奖励，但是很少给予导购员一个发展或者提升的机会，这就会造成了导购员在一定程度上不思进取，做一天和尚撞一天钟一得过且过。导购员说的好听些是企业/公司在终端一线的销售人员，但是很多企业/公司根本就没有把导购员当成是自己公司的正式在职员工，基本上都是委托第三方进行管理和考核的，这一点就注定了导购员的职业发展没有太大的机会，而作为导购员，其实她们也很清楚公司都没有把她们当成是公司的正式员工，或者至少和负责她们的公司销售人员的隶属性质一样（都属于公司的正式员工），所以她们从一进入该公司就没有考虑过自己的长远发展规划，而是能做就做，毕竟自己的学历，自己的家庭出身（相当一部分来自农村，都是出来短暂打工的）也注定了公司不会给自己太多的机会和发展空间。

无三金保障（养老/医疗/失业），大部分企业/公司都是委托第三方或者自己的经销商进行导购员考核和管理，根本不会

给导购员缴纳相应的三金（社保等），这样对于导购员来讲就没有相应的保障。无用的培训。说这句话的时候我也是讲的相对，而不是绝对，因为大部分导购员对于公司各种各样的形式的培训不感兴趣，即使有一部分导购员培训时挺感兴趣的，过后也起不到相应的作用，非常简单，自己再怎么努力，再怎么进取，自己在公司没有发展前途，很少听说哪个公司给促销员设定了一个职业发展规划（如：导购员—理货员—销售代表—城市主管—城市经理—区域经理—大区经理—营销总监，至少作为笔者来讲，很少听说，讲的悲观一点，就从没有真正见到哪个公司有这样对导购员的职业发展规划。在这种情况下，导购员也都有自知自明，你公司再对我们进行培训，其目的也无非就是想让我们工作进取一些，销售多提升一些，即使有些培训对其人生态度/生活的启发进行专题培训，其实结合到她们自己现实的实际生活和工作，意义也不大，因为她们的很多自身因素和社会因素注定了她们不可能如培训师想象中的那样。

为什么这样说，因为笔者四年前也是这样认为：只要对导购员进行一系列的，系统的专业/专题培训（工作技能/产品知识/人生哲理/为人处世/生活态度等等），导购员一定会发挥巨大的效应，而经过近1年的无数次的，各种各样的培训，其效果还是不大，老的导购员按部就班，该怎样还怎样，新促销员可能会相对好一点，但是时间一长也和老的导购员一样。唯一的办法，就是让各企业/公司对导购员从本质上重视起来，给予其一个发展机会和合理的发展空间，再加上各种培训，可能才会有一定的效果。

当然了，也不是任何培训一点用途也没有，只是没有公司/培训师们想象中的那么好而已。对于导购员的考核和管理更多的也需要一个合理的制度来完善。

很多新上岗的促销员，往往工作不到3天就因无法忍受巨大的工作压力而提出离职，这也是导致其频频跳槽的主要原因之一。

工作强度过大，因为自己的学历低等客观原因，自己也愿意忍受，可是有些导购员就是无法忍受商场那些正式员工对她们的那种态度，在很多商场里面，商场的正式员工往往不把导购员当人看，把导购员唤来唤去的，稍不顺从就破口大骂，甚至有些会被投诉到厂家，或者要求你离职……在这种情况下导购员也会选择从事其他行业。而这样一来就造成了现在导购员频频跳槽，工作极其不稳定的现状。

内衣销售工作总结篇五

这次销售活动主要面对我们学校的老师和同学，在全校展开销售工作。通过xxx保暖内衣的销售，让广大师生体验到xxx保暖内衣的高质量品质，使这个冬季不再寒冷。

1、用心重视

既然做就要认真对待，就得用心重视，多思、多想、多实践。时刻渗透，任何时候、任何场所、任何机会都要想着把自己的产品宣传出去，包括同学聚会，与同学聊天等，都可以有意无意的提及，引导。而且收效很不错。

2、利益引导

不管是消费者还是渠道伙伴，与我们销售方都有利益的对立，消费者永远坚持：花最少的钱，买最好的产品！因此我们要抓住这一点，对消费者进行利益引导。

3、做好宣传工作

在销售前及销售过程中，要大肆进行宣传，发放优惠券等，让老师和同学了解“xxx”这个品牌，并且对其感兴趣。货品的清查及管理为了保证货物的安全，每天都要对货物进行仔细的清查、记录。并对货物进行合理的分类管理。

这次销售活动，我们营销协会联合工商管理系营销班、会展班，在系领导的支持下，经过组织部的层层选拔，选出一部分优秀的销售人员。销售人员满怀热情，充满激情，斗志昂扬。在购买力普遍不高的学生中销售价格档次较高的xxx保暖内衣，这确实是一个挑战。但我们的销售人员不怕吃苦，敢于迎接挑战，使次销售实战取得了较为理想的成绩。

本次销售活动，一方面在于宣传xxx保暖内衣的品牌，扩大营销协会的影响力。另一方面在于丰富校园文化生活，提高协会成员的销售能力，让协会成员获得更多的销售实战经验。

这次活动，虽然历时不长，但协会成员积极参与其中，共同努力，对全校进行地毯式的销售。不仅面向同学销售，还面向老师进行销售，。采取向老师发放优惠券等策略，取得了很好的销售成绩。

“功夫不负有心人”，在会长张阳的带领下，经过几天的努力与奋斗，销售“xxx”保暖内衣的活动取得了可喜的成绩。在短短几天中，我们销售了将近一百套保暖内衣。在校园这个消费能力普遍不高的小市场中，我们能取得这样的销售成绩，确实不易。这其中包含了太多人的付出与努力。忘不了协会成员们在凛冽的寒风中推销、宣传时的热情；忘不了协会成员们在搬运货品时那额头冒出的汗珠；也忘不了大家在卖出商品时脸上那欣慰的笑容。付出总会得到回报，我们曾为此努力过，为此付出过，为此奋斗过，所以我们取得了这样好的销售成绩，所以我们是成功的！

这次销售xxx保暖内衣活动，不仅宣“xxx”的品牌，也为这个寒冷的冬天增添了一抹暖色。同时让更多的老师和同学知道并了解了营销协会，扩大了营销协会在学校的影响力。这虽然只是一次小型的销售活动，但我们营销协会却在慢慢地成长，也向成功迈出了坚实的一步。这只是一个开始，我相信我们营销协会一定会走的更长、更远！

内衣销售工作总结篇六

品牌内衣的陈列分为橱窗陈列和货场陈列，其中橱窗换季陈列的目的是传递单向信息，而货场陈列的规划则主要是顾客购买。店铺换季陈列的任务如果分配到橱窗和货场两个部分，两者有不同的功能。

季节改变看橱窗

以季节为时间信号的时尚消费品市场，季节信号也意味着竞争的信号。以潮流为导向的商家，往往可以比自然时间更快地传递季节信息。季节变化对于人类基本社会行为的影响已经越来越小，但是季节对于服装内衣零售的时间因素性影响依然显著。

橱窗换季看植物

可以选择对季节变化最敏感的植物。最常见的是花卉和树木，其中由于花卉体积小，易于做设计处理，所以更适合在橱窗换季时使用。而大型乔木必须变化形式才能解决体积问题。需要注意的是，并不是所有的植物都可以在有限的橱窗中呈现。对于体积较小、方便购买的植物可以使用真实的道具；而对于体积较大、购买困难的植物，可通过艺术化的模拟转换来演绎橱窗换季。

货场换季看组合

如果说橱窗的换季主题充满浪漫主义色彩，那么出于商业理性，货场陈列必须以现实主义为中心——突出新季节主推的商品主题系列。店铺的引导区和通透橱窗背景区的女性内衣商品必须以同主题同系列的原则与橱窗主题相组合。

让商家头疼的问题是时尚内衣商品换季时新旧货品的更替。往往是过季货品舍不得放弃主销位置，新季产品上市之前举

步踌躇。胸罩内衣商品的促销功能之一就是通过对商品组合出样的周转变化的，提高店铺整盘货品的存转率，在不同的时间推销不同的主力商品系列，让所有在销售计划中的商品角色都要有当主角的机会。

在换季陈列时，应该将新品有计划地在不同时间内出样，伴随时间发展逐渐取代所有过季产品。过季产品在设计研发时一般也会考虑季节的产品过渡问题，这时过季产品也不要急于退出销售舞台，首先在橱窗换季主题更换的时候让出引导区和橱窗组合区，将店铺剧情的导演权移交给新季产品，有计划有批次地退出货区。

商品换季看主角

换季陈列的橱窗主题设计和货区组合的设计的最终目的是达成销售。如何将所有的努力归结到文胸内衣产品上？关键是从橱窗换季主题设计到货区组合最后到商品主推的视觉逻辑指向性要清晰明确。如果能够将同系列同主题的货品与相应视觉主题区域紧密的组合起来，就可将顾客的注意力集中到这个主题上。

家居内衣的季节属性表现为不同的季节有不同的款型和色彩，而款型和色彩特点是实战陈列手法的基础。简单易记的原则是：每次舞台上只出现1—2个被观众全神贯注盯住的角色，货场的每个有效购买视野里只出现1—2个被顾客全神贯注盯住的商品主角。大视野（货架组台或面墙）看色彩，小视野（面墙或货架局部）看款式。

内衣销售工作总结篇七

1. 微笑(微笑能传达真诚，迷人的微笑是长期苦练出来的)
2. 赞美顾客(一句赞美的话可能留住一位顾客，可能会促成一笔销售，也可能改变顾客的坏心情)

3. 注重礼仪(礼仪是对顾客的尊重，顾客选择那些能令他们喜欢的导购员)

4. 注重形象(导购员以专业的形象出现在顾客面前，不但可以改进工作气氛，更可以获得顾客信赖。所谓专业形象是指导购员的服饰、举止姿态、精神状态、个人卫生等外观表现，能给顾客带来良好的感觉)

5. 倾听顾客说话(认真倾听顾客意见，是导购员同顾客建立信任关系的最重要方法之一，同样顾客也很尊重那些能够认真听取自己意见的导购员)

以上是对导购员来讲十分重要也是最基本的. 注意事项，是必须做到的。

1，熟悉自己店内的货品，能清醒的知道哪件衣服适合什么样的顾客，估到每件衣服都能记在心里，做到客人进厅能推荐对衣服，吃的准衣服类型风格。

2，掌握顾客心理，这一点是最难的，通过顾客进店时的穿着和进店后的浏览，判断出顾客想要什么样的衣服，从而有助于自己的推荐。

3，专业度的撑握，做到专业的建议和搭配，让顾客选到不仅自己满意，包括周围朋友都要满意的服装。我们不仅要做他的生意，还要做他身边朋友的生意，不仅做他今天的生意，还要做他永久的生意，如果抱着这种心态去服务，那样我们的品牌只会越做越好。

4，增加自己的知识面，多掌握与自己工作有关或与顾群相对有关的知识，和顾客聊天的时候能找到共同话题，顾客有形形色色，想和他们能融入到一起，聊到一起，因此这方面也是相当的重要，否则对于和他们之间的沟通就有了阻碍，从而也影响了销售。

5, 建立顾客档案, 留下顾客的资料, 最好能记住顾客的姓名, 记得他买过的衣服, 也体现了我们这个品牌对他的重视, 这样子他也感到很有面子很开心, 他有了面子, 我们就有了票子, 票子的来源是顾客, 因此在我们心中每位顾客都是美丽的天使, 即便有时天使也有不开心无理取闹, 也许是我们的服务没有到位, 也许是我们的沟通出现了问题, 总之多从自身方面找原因, 多问自己几个为什么, 我相信世界上每个天使的心灵原本都是美丽的。

我们遐逸品牌衣服款式相当多, 颜色也相当丰富, 目前库存有约3000件, 虽然货品让我们眼花缭乱, 但是我们都要求自己尽量记得衣服的货号、色号和价格, 在客人指向一款衣服的时候, 我们以最快的速度从仓库拿出他所需要穿的号码, 并引领到试衣间试穿, 这也涉及到导购员的三厚之一, “脚皮厚”, 不厌其烦的很客人试穿, 当顾客定下几件要购买的衣服时, 要以最快的速度把票开好, 而不是将客人穿在身上的衣服吊牌从里面拉出来, 这样对客人也很不礼貌, 因此熟悉货品是非常重要的。

现在的生意真的都很难做, 相对以前, 现在的款式越来越多, 品牌也越来越多, 竞争十分的激烈, 因此抓住每一位客人是相当重要的。顾客形形色色, 有的客人性格比较开朗, 也很容易接近, 这些客人每个导购员都很喜欢做他们的生意, 但是一旦遇到比较“闷”的客人, 主动招呼后看没什么反应就自动放弃或者是干脆直接放弃沟通的, 有很多很多, 这又涉及到另外三个字“脸皮厚”。

内衣销售工作总结篇八

这里引用牛根生的一句话“企业80%的矛盾和误会都来自于沟通不畅”。一家企业的发展20%靠战略, 80%靠执行, 执行的80%在于充分的沟通, 而企业80%的矛盾和误会也基本都来自于沟通不畅。那么怎样做才能达到一个充分的沟通效果?xx内衣加盟xx店的店长林x被她的员工和她身边的朋友们称

作“史上最会沟通的店长”，她会想很多方法来增加沟通的渠道和效果，减少上下级之间的隔阂，使信息能在最快的时间内被大家共享。

林x在让员工去执行一项比较重要的工作之前，都会写工作派遣单，讲工作的内容清楚的写在上面，在什么时间，要完成到什么程度，而不是口头的给员工交代一下。工作派遣单一式两份，林x和员工各留一份。有了书面的派遣单，就可以确保信息的正确和有效，将工作中因信息传递失误造成的执行错误降低到最小。

短信沟通方便快捷，老板出差或不在店面的时候，林x每天晚上都会把店面的经营情况以固定格式的短信给老板发过去，同样，她本人和员工出差的时候，林x也会要求每晚以短信形式互通工作进展。

每个月林x都会抽出一天时间，安排员工进行无距离无障碍的沟通。这一天林x和老板什么都不做，就是听员工说，等着解决所有员工的问题。开展沟通日能使企业的透明度不断提高，大家敞开心扉把一些事情说开，就便于管理，是一个良性循环。

通过辩论赛、讲故事、生日晚会、年会等活动，达到公司与员工之间，员工与员工之间信息的传递。

除了企业内部刊物外，林x还订了很多专业类的报刊杂志，每星期都会组织员工开阅读会，亲自给员工念文章，并让大家写文章读后感。通过企业内刊能充分了解公司高层的思想和企业的目标方向，通过行业刊物则能了解行业的发展和最新动向。

总之：内衣店店长要做的事情，不外乎做好产品和文化、做好员工培训和管理、做好顾客的服务和营销、增加营业额和

成本控制。但店长不是一个颐指气使的管理者，而是身先士卒的领头人，所以真正要把店长做好并不容易。通过文中这些店长的故事，我们也许能找到成为优秀店长的秘密。

内衣销售工作总结篇九

总结写作不能混为一谈，否则就会让领导感到不踏实、不到位、不放心的感觉，自己也容易搞糊涂，误将理想当现实。怎样写销售工作总结?下面小编给大家带来,销售工作总结,仅供参考,希望大家喜欢!

回首__年的我的销售历程，经历许多没有接触的事物和事情；见识了很多从未见识过新鲜事。似乎从一开始，在__年希望带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。总体观察，20__年对我取得长足进步；不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。下面是我对公司的品牌推广提出一些个人见解：

理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌；其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将品牌进入产品中；再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的是什麼牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传；另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光；最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题；如今我们在美国设立分公司，紧接着我们有在伊朗成立分公司的想法，其一切都是为了赢取的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理；我们也不能忘记crm(客户关系管理)的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系炙手可热，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们！

对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市场、利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失。

本人进公司已有两个多月的时间，亦经过这么多时间的工作和学习，现对于目前公司所面临的市场形势和我所展开的销售工作做一些总结和分析。如有不妥之处，敬请谅解指正。

自从__月份以来，我这段时间详细的研究了公司的销售报表和销售产品，发现：

3、从产品销售分析来看，公司前几个月主要是以铬酐和inco系列为主，__月份到__月份有很大的增长，主要是当时以__为主的__的比较有实力的客户贪图公司的__和__系列产品远低于市场价格而很多进货，而造成短期增长的虚假市场泡沫现象。

从以上三点问题综合分析来看，我们公司所面临着以下经营问题：

第一、销售额和利润的问题

从公司目前的形式来看，我们公司目前内部在管理上可供压低的成本已经很少，而外部的市场压力会越来越大，我们的

销售额一旦做起来，首先会引起竞争同行的注视，没有任何人愿意把碗里的饭无偿的分给别人，在这种情景下，竞争同行肯定会调整销售策略和产品价格，来抢占客户资源。其次，销售人员和公司，亦会迫于销售额和市场的压力，拼命的降低售价或付出更大的销售成本来争取客户，本身来说，公司的产品售价已经没有任何能够再压缩的空间，一旦迫于市场和销售额的压力再次压低价格和提高销售成本的话，那么销售额越高，利润就越低，也能够说是亏损越来越大。

第二、有关客户的管理和控制的问题

一流企业做规则，二流企业做品牌，三流企业做市场。对于__市场，包括(__)除__和__之外的电镀材料企业来说，目前还都在为做市场而努力，尤其是在__、__两地，对那些不入流的小经销商而言，为了在做市场而生存，他们的目的就是追逐利益的最大化。所以，没有任何忠诚信任可言。可是以目前的市场形势来看，他们又是我们公司的主要针对客户，所以，我们公司没有办法完全笼络和控制这些小经销商。可是，目前的这些小散户对于我们公司来说，在扣除人工及各方面销售成本，都能够说是在亏损经营。

此刻站在年末往回看，自我这一年间，从一名基本没有经验的新手，不断的学习，成长，在培训和实战中累积经验，最终有了这样的提高。尽管和其他的同事相比差距还是十分的明显，可是努力过后所得到的收获，依旧是值得庆祝的。此刻工作了一年，我的经验也增长了一年，为了能在下一年努力的提升自我，让自我有跟多的收获，我将这一年来的工作情景总结如下：

一、工作的情景

作为一名家电销售，我最重要的职责，就是负责将公司的产品卖出去!在工作中，我善于先做好准备，同时对潜在的客户做好确定，进取主动的去推销我们的产品。

在工作的准备中，我会努力的去学习我们的产品，从产品的规格到耗能，大小的信息无一不去了解。对于产品的效果和其他实用性情景，我也从亲身的体验和多方客户的反馈中进行的收集信息。这样充分的准备，让我在推销产品的时候，能更有自信，在应对客户的质疑的时候，也更有充足的底气和证据证明，我们的产品可靠且值得信赖。

在对客户方面，经过了一段时间，自我也有了一些客户群体。虽然还很小，可是自我也再慢慢的扩大。经过对客户的维护，以及对产品的讨论，自我对买家群体的也有了不错的认识，这大大的增加了在工作中存在的推销机会。

二、学习的情景

作为一名家电销售的新人，自我在这一年的时间中大多的情景还是在培训和学习。过去我曾很天真的以为销售可是是学会那几样固定的套路，慢慢的在实践中改善自我就好了。可是事实证明我错了，在销售的过程当中，各种情景的变化都是可能的，做好万全的准备，充分的累积好经验，才能真正的做好这份工作。

在开始的时候，我跟在同事后面，边培训，边帮着做一些简单的工作，看着他熟练的工作，我也渐渐的明白了自我的工作是怎样的。

在之后的工作中，我开始作为一名销售从实践中学习，不断地推销，不断的受挫，可是我也不不断的在改善自我的方法，找到适合自我的道路。最终，在领导和同事们的帮忙下，我渐渐的掌握了推销的工作节奏，不断的更新自我，让自我能不断地适应产品和客户，成为了一名称得上是合格的销售员。

三、总结

自我的成就，如今确实让我感到骄傲，可是作为一名家电销

售，就想我们家电产品在不断的更新变化一样，我们也要适应市场，不断的对自己做出改善。期望在下一年的工作中，自我能有更多，更好的转变！

坦白的说，自从“__班”在我们学校成立以来，我作为首批入班的学员，我，从来没有想过离开和放弃！从刚开始进公司车间进行实习的29人，在经过短短的两个半月，现在只剩下13人。离开的人，选择了另谋出路，或许真的是“树挪死，人挪活”，也许离开了这里，他们会有更好的发展！

在上海的这段时间，有挫折，有欣喜，真的很有感触，收获很大。刚开始出去见客户时，在面对一次又一次的拒绝的时候，那时心理上所承受的压力远远大于身体上的疲惫。其实在去之前，这些挫折与困难我都预想到了，但是没想到的是，在现实中，它却是那么的真切！

时间，真的是一味很好的“良药”。随着时间的推移，我慢慢的习惯了那些所谓的“拒绝”，也慢慢的学会在每次的失败之后，应如何调整自己的心态和吸取此次失败的原因，从而更好的去拜访下一个客户。

在这个团队生活一段时间，能够很好的听从领导的安排，与同事之间也能和睦，融洽的相处，一个集体最重要的就是“团结”。对于我们每天晚上的例会制度，我个人认为，这个制度安排的真的很好，不仅可以锻炼，提升自己的语言表达能力，还可以促进与同事之间的交流。在例会上，我们可以“畅所欲言”，可以提出对方的不足之处，以便我们及时的纠正，从而提升个人能力！在此我有个小小的建议，我希望领导们能够适时的给予我们每个成员一次单独交流的机会。人是一种很奇怪的生物，有些时候，心中的想法与感受只想与一个人分享。这样的交谈不仅仅可以拉近彼此之间的距离，同时可以很全面、深入的了解一个人的内心世界，能够更好的方便部长对于我们每个人工作的安排和更好的激励我们的斗志，从而更好的为公司工作！

每个人都渴望成功，我也不例外，我很渴望成功。在去vip销售中心的时候没有人看好我，有人说我做作、孤傲、太自我等等。这些，我都记在了心里，这并没有阻碍我前进的步伐，然而这却成为我前进的动力!对于被人的质疑，不是你与他争吵就能解决的，要用事实说话。所以，只有我的坚持与成功，才是击碎这些话语，才能真正的改变他们的看法!

希望在以后的工作中部长、同事能多多提出我的缺点和不足，我会真诚的接受并改正!不求做一个完美的人，但求做一个完美边上的人。

咱网销售工作感想作为一个准大一学生，之前的一段时间还在浸没游戏当中，但是内心的那颗热血之心却命令我改变自己，的确，改变自己是一件疼苦的事情，由原来的晚睡晚起，到现在跑去兼职，销售，初涉销售工作，令我感慨，茫茫社会大海，你不过是一个一滴水，甚至连一个波浪也不是，只不过是一滴水，一个水分子，以一人之力为大事，不是不可能，而是很难，所以你必须倚靠集体的力量，将自己的一份努力投入到对集体的工作中，不断奋斗，慢慢向上攀爬。进入咱网，开始为公司做事之后，深感销售是门学问，唯有不断打滚，不断碰壁，才能够不断进步，总的来说，我的推销群体是学生(熟人)和商家(淘宝拍拍)，一般来说，问同学开不开网店，一开始别人还是很有兴趣的，然后，我就要开始慢慢介绍了，由于商城铺位是个比较抽象的东西，所以要慢慢形象化解释，要将公司的b2c2c的模式阐释清楚，所以这是第一个工作难点，要让客户理解这个产品。而后就是费用的问题，由于现在还没得到正式的内部批准，我还是一个半兼职人员，对于外界大都是360人民币一年的说法，于是呼前面一打串的解释，引导出收费问题之后，同学的开店热情马上被浇灭，毕竟金钱的东西一说明了，感觉就是特别敏感，尽管我一直都说这个价格是非常的优惠的了，而后收入55分成，部分客户也提出了质疑，认为应收入大部分归入她们，之后就要纠结，所以有一定的难度。可能对360zan没有一个

完全彻底的认识和培训，于是一些进一步的手续步骤显得生疏，难以迅速的接下对方的问题，从而导致客户的不耐烦，进而难以继续交流。还有一类客户就是商家之类的，这一类客户是异常的难搞，全部咨询的人，发送了15个人以上，大都表现出不感兴趣和不耐烦，要不草草的应付敷衍了事，要不直接的怒言相对，对于这种情形，之后我做出了思考和分析：

1、易于被归为骗子。由于现在网络平台的虚拟性，而且大多销售骗局的出现，我相信对于这类客户，被推销产品的话，我绝对不是第一个人，他们肯定也是被缠过很多词，每个人无可避免的都有谨慎和厌恶之情，在这个网络背景下，是一个不利的因素。

内衣销售工作总结篇十

总结写作要集中精力抓一个问题，虽然一个市场问题可能是成千上万，怎样写销售工作总结?下面小编给大家带来,销售工作总结,仅供参考,希望大家喜欢!

现在进入公司已经将近有3个月的时间，这一个月的学习过程对我来说是至关重要，在这段时间里我学到了很多新的东西，比如业务上的谈判，产品知识的实际运用以及新环境下同事之间的和睦相处等等，现就本周的一些心得与体会写一下。

一、总结：

x月份截至目前出了三单的成绩，完成了自己的初步任务目标，在这里我要感谢__，__的帮忙。没有她们的帮助这个单子是不会这么顺利拿下来的。

经过这不到一个月的电话营销，自己也总结了一下小小的心

得经验：

1. 首先确定产品的使用目标，在和客户沟通之前，要充分的了解客户，因为我自己认为不能为了打电话而打电话，是为了成单而打电话。针对不同的客户侧重讲不同的内容，正如每个人的心态不同，与我同年这一辈多是自傲的人，他们的虚荣心不允许他们在别人面前承认自己某方面缺陷，因此他们对保健品十分排斥，或者他们本身十分健康，根本不需要这些。此刻作为最大的消费人群，我们要换个角度，从父母下手，百善孝为先，可以以情动人。

的情况下会很热心的告诉你一些情况，如果在工作繁忙时会很暴，这时就不易过多的谈话，并表示出你的感谢马上挂电话。

3. 再者要有积极地心态和正确的话术。虽然平时会受到许多质疑甚至侮辱，但我明白，自己必须承受压力和调节好个人情绪的变化，每天工作时都要保持一个很热情很积极的心态，用你的热情去打动对方。

4. 对于意向客户。对于意向客户要时时及时的跟踪，坚持不懈的跟踪。目前我的客户中自己感觉有意向的，有30个。我认为自己目前所做的是了解这些人，获悉他们徘徊的缘由，从根本下手，争取一举拿下。

5. 但经过长期的训练，本人认为要做到取舍。对于钉子户，要敢于放弃，也许一个人的时间可以换来二个客户。同时不能气馁，心态摆正，卖不出，不一定永远卖不出。

二、计划

一，市场swot分析

(1)，优势：企业规模大资金雄厚，价格低，产品质量有保证。

(2)，劣势：产品正在导入期，各方面还不成熟，客户不稳定，条件有限(没有自己的物流配送)。

总之老品牌占山为王，市场，客户稳定。要想在这片成熟，竞争非常激烈的无烟战场上打出一片天地。我们必须比别人付出10倍的艰辛。

二，产品需求分析

1，童车制造业：主要是：儿童车儿童床类。

2，休闲用品公司：主要是：帐篷吊床吊椅休闲桌等。

3，家具产业：主要是：五金类家具。

4，体育健身业：主要是：单双杠脚踏车等。

5，金属制造业：主要是：栅栏、护栏，学生床等。

6，造船业等等。

不知不觉，新的一年又将来临了。回顾这一年的工作历程，作为__公司广告部的一名销售人员，我深深的感到公司的蓬勃发展的热情，__公司人为之拼搏的可贵精神。下头，我就将我20__年的个人工作情景进行如下总结：

一、20__年销售情景

我是__公司销售部的一名销售人员，主要负责跟进__区域广告代理公司媒介策划专员和购买专员的媒介排期与投放工作，推荐合作，以下单业绩为工作任务量。20__年，我进取与部门员工一齐在__地区推广我公司的业务，并以公司的战略目标为指导，与相关的合作客户就媒介排期与投放工作进行了良好的合作。__的销售是我公司广告销售部门工作的重点，销售形势的好坏很大程度上影响着公司的经济效益。这一年

来，我销售部门坚持巩固老市场、培育新市场、发展市场客户、挖掘潜在市场，利用我公司的__带动产品销售，并取得了较好的效果。

随着__产品在__地区日趋严酷的市场竞争局面，信息在销售过程中有着越来越重要的作用，信息就是效益。我部门时刻密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，经过不断的市场调研和信息收集、分析、整理，将其制度化、规范化、经常化。我销售部门经过市场调查、业务洽谈、计算机网络等方式和途径建立了比较稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势。与此同时，我们建立了客户档案，努力做好基础信息的收集，并根据__市场情景进取派驻业务员对销售市场的动态进行跟踪掌握。20__年度，我销售部门定下了__的销售目标，年底完成了全年累计销售总额__，产销率__%，货款回收率__%。20__年度工作任务完成__%，主要业绩完成__%。

二、个人本事评价

广告销售部肩负这公司产品的销售工作，职责重大、任务艰巨。一支本事出色的高素质销售队伍是完成公司的年度销售任务的重要保障。作为公司的员工，我时刻都感觉到自我身上的重任。我的言行代表了公司的形象。所以我时刻不断以严谨的工作精神要求自我，不断加强自身的本事修养，广泛的了解广告市场的动态，时刻做好自我的本职工作。对于公司的各项销售政策，我都认真贯彻执行，并在工作中发挥刻苦工作的精神，努力完成销售目标。在工作中，我努力做到与同事友好相处，应对工作任务，我们进取进行沟通协调，对于有利于完成销售目标的意见和提议，我认真分析研究，并虚心理解。

三、工作提议及努力方向

回顾这一年来，我与销售部全体业务人员发扬吃苦耐劳、敢

于进取拼搏的精神，团结写作取得了良好的业绩。可是，仍然没有百分之百完成任务，这是我应当认真反思的地方。不管怎样，成绩都是属于过去的。展望未来，摆在我面前的路还更长、困难还有很多，任务也很艰巨。可是，作为__公司的销售人员，我不应当畏惧困难，反而应当迎难而上。我必须会在20__年更加出色的发挥自我的工作进取性、主动性、创造性。履行好自我的岗位职责，全力以赴的做好20__年度的销售工作，要深入了解__的动态，要进一步开拓和巩固__市场，为公司创造更加高的销售业绩。

喜迎新春，祝我们__公司在20__年的销售业绩上更上一层楼，走在__行业的尖端，向我们的梦想靠拢。

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，作为x企业的每一名员工，我们深深感到x企业之蓬勃发展的热气□x人之拼搏的精神。

我是销售部门的一名普通员工，刚到房产时，该对房地产方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮忙下，我很快了解到公司的性质及其房地产市场。作为销售部中的一员，该深深觉到自我身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自我的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自我。在高素质的基础上更要加强自我的专业知识和专业技能。此外，还要广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，我已成为一名合格的销售人员，并且努力做好自我的本职工作。

房地产市场的起伏动荡，公司于__年与__公司进行合资，共同完成销售工作。在这段时间，我进取配合__公司的员工，以销售为目的，在公司领导的指导下，完成经营价格的制定，在春节前策划完成了广告宣传，为__月份的销售高潮奠定了基础。最终以__个月完成合同额__万元的好成绩而告终。经过这次企业的洗礼，我从中得到了不少专业知识，使自我各

方面都有所提高。

下旬公司与__公司合作，这又是公司的一次重大变革和质的飞跃。在此期间主要是针对房屋的销售。经过之前销售部对房屋执行内部认购等手段的铺垫制造出火爆场面。在销售部，我担任销售内业及会计两种职务。应对工作量的增加以及销售工作的系统化和正规化，工作显得繁重和其中。在开盘之际，该基本上每一天都要加班加点完成工作。经过一个多月时间的熟悉和了解，我立刻进入主角并且娴熟的完成了自我的本职工作。由于房款数额巨大，在收款的过程中该做到谨慎认真，现已收取了上千万的房款，每一笔帐目都相得益彰，无一差错。此外在此销售过程中每月的工作总结和每周例会，该不断总结自我的工作经验，及时找出弊端并及早改善。销售部在短短的三个月的时间将二期房屋全部清盘，并且一期余房也一并售罄，这其中与我和其他销售部成员的努力是分不开的。

这一年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。

一年以来，在同事们的帮助下，自己在电销方面学到了很多东西，下面将以前的工作总结如下：

还记得当同事已经打了好多通电话之后，我才敢打自己的第一通电话，当时拿电话的手都是颤抖的，心里竟然还在祈祷不要有人接电话。可是并不如我所愿，那边接起了电话，我一时之间竟不知道自己要说什么了：开始想好的那些话语都烟消云散了，后来就把话术都记在本子上慢慢年习惯了也就好了。到现在想想，那时真的是很傻的。

作为销售人员我感觉背负着挺大的工作压力。当面对背井离乡孤军奋战时的寂寞时，当面对完不成销售任务的沮丧时，当面对部分蛮不讲理的客户时，一旦丢失了坚强的意志，那

么就只能逃离营销这个职业或者浑浑噩噩过日子。尤其是做电话销售，我们每天至少打五十个电话，每个月如果有十六个工作日，那每个月我们就要__个电话。可见我们要经受多少次的拒绝，我们听得最多的声音就是“拒绝”，如果不能激励自己，不能互相激励，那我们可能每天都会愁云罩面，每天都不想打电话，甚至看到电话头就痛，因为没有一个人会喜欢被拒绝的感觉。

在追求成功的时候，必然会碰到各种各样的困难、曲折、打击、不如意。可能这个世界上会有极少数的人，他的一生一路顺风，但是大部分的人，他都曾经遭遇过失败或正在遭遇失败，包括很多成功人士也是一样。除了要对自己当初确立的目标要有坚定的信心外，必须要不时回过头去，检验自己一路走来的足迹有没有偏离了轨道，有没有多走了弯路，如果走偏了就赶紧回来，赶紧修正，不时地总结和回顾，才能保证方向永远是正确的。正如常言道：“一个人不追求进步的同时就是在原地踏步”！此时回头一想，我本人在工作中还是存在不少的缺点和不足之处，尤其最明显的一点就是马虎大意，在发传真的时候忘记该称呼有几次，甚至有次去开会竟然还把鞋子忘记了带，最后还是满天去借，此等性质的问题细节在生活中也是经常发生；打电话的时候还是不能够独立面对问题，在客户遇到问题的時候自己容易惊慌失措，不能镇定的稳住阵脚，就把电话直接塞给师傅或者其他同事了，这点来说，现在做的非常不好，包括打回访自己都不会去打，现在刚来了不到一个月的新人都可以自己面对这些问题，我这点就做的不够成功了，以后一定要努力改掉这个习惯，不能什么时候都依靠别人，要靠自己解决！还有一点是平时工作和生活两者不能区分开来，有时工作中的烦恼会带到生活中，而生活中不愉快的心情也有时导致一天的心情，当然这样是肯定不好的，因为一天没有好心情就直接决定能否有回执来报答一天的劳效！所以平时工作以及生活中，在自己给自己调解的同时要坚信：郁闷的人找郁闷的人，会更加郁闷。一定要找比自己成功的人，比自己愉快的人，他的愉快会感染会传染，就会找到力量和信心。

为今后做个打算，不能和以前一样从来不做总结，从来不设定目标，那样就像是一个无头苍蝇乱碰一天天的混日子了，没有目标性，一天不知道要有什么样的结果，在此一定明确了：至少一场会保持两个客户，不然一个月下来就八场会的话，自己来那么几个客户还不能保证是不是质量客户，那样签单的几率就太小了，至少在自己的努力中能够充实自己，给自己的同学一个榜样，给家里一个交待，能让所有关心自己的人放心，会认为我过的很好就ok了！一年已成为过去，勇敢来挑战明年的成功，成功肯定会眷顾那些努力的人！绝对真理！

时间就像流水，不知不觉又过去了一年。在这一年里，我在工作和生活中收获了很多，这不仅丰富了我的工作经验，也让我的生活更加精彩。回顾一整年的工作，我对汽车公司做了如下销售总结：

一、是跟踪对手动态，增强自身竞争实力。

站着不动，闭门造车，早已无法适应当下激烈的汽车市场竞争。对于内部管理，走出去，走进来。通过委托相关专业公司，我们对分公司的管理提出了全新的方案和建议；业余时间组织综合部和相关业务部门学习。

二、强化面对市场竞争，不依靠价格战，细分用户群体，实施差异化营销。

杀人。针对淡季汽车销售，我们探索了一套对策：

1、重视信息收集，科学预测。

如今的市场机会转瞬即逝，科学的市场预测成为制定阶段性销售目标的指导和依据。当市场旺季来临的时候，每一条销售信息都像一个宝藏。在某种程度上，需求信息就是销售的代名词。结合这个特点，每天上班前，通过销售反馈的数据

和信息，对过去同期销售情况做对比分析报告，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式方法的制定，有需求时立即响应，增加工作的计划性，避免工作的盲目性；在注重绝对销量的同时，也强化了市场份额。同时，与生产部门和其他相关部门保持密切沟通，确保高质量、高效率和及时生产。作为销售部的主要考核目标，成功实现了总部下达的年度销售目标。

2、细分市场，建立差异化营销。

我进一步细分了之前的重点市场，制定了不同的销售策略，形成了差异化营销；定期沟通反馈，密切关注市场动态。在市场上树立良好的品牌形象，从而带动我公司专用汽车的销量。

第三，团队建设。

公司是一个整体。只有充分发挥每个成员的积极性，公司才能发展好。我公司建立和完善了每周经理会议、每月业务分析会议等一系列例会。营销管理中的问题在例会上被广泛讨论，不仅统一了认识，而且明确了目标。在外部专业培训的帮助下，我也提高了自己的专业素质。公司还聘请了专业的企业管理人才对我们进行团队精神的培养，进一步强化了我们的服务意识和理念。

今年，经过全体员工的共同努力，各项业务指标均创历史新高，公司各项工作取得了全面胜利。在欣喜于成绩的同时，也清醒地看到，在市场开拓创新和卓越服务理念上，还有很大的潜力可以挖掘。同时，要提高快速应对市场变化的能力。因此，我将紧紧围绕“服务管理”这一主题，充分发挥团队合作精神，齐心协力，将“文化营销”“服务营销”“品牌营销”紧密结合，在新的一年里创造更大的成绩！