

# 中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况(优秀10篇)

保险工作总结是对一段时间内在保险领域的工作表现进行总结和评价的一种书面形式。以下是本次活动的总结范文，供大家参考和学习。

## 中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况篇一

一、计划销售任务：

100万

二、销售指标分解（不包含送礼部分）：

市场销售部：2000盒

餐饮部：3000盒

客房部：800盒

三、广告制作：

1、制作宣传布条，悬挂大厅人流量较大的显眼位置；主题是“花好月圆人团圆，唐人街与您共渡中秋、国庆佳节”。感受秋天带来的收获与成熟的风韵。

2、设计并印制5000份宣传广告单，用于销售人员外出洽谈业务时提供给顾客并用于住店、用餐客人的宣传。

3、在大厅布置月饼展厅。

四、完成各项任务的时间：

1、广告制作在9月6日前完成；

2、月饼销售数量于8月25日与供应商确定并签定合同，月饼于9月5日到位；

3、9月16日开始领取月饼；

4、10月7日停止月饼领取。

五、月饼的种类、数量及包装由餐饮部结合去年情况8月24日前定出。

吸取去年教训，在所有内外包装及手提袋上均要印有酒店标志，凸显度假村风格。注重实惠，避免华而不实，可以多推出月饼套装，除了包装内有月饼没那外，可以包装上红酒、巧克力等，以增加卖点！

销售部建议销售品种及定价、提成：

月饼种类进价（每盒/元） 售价（每盒/元） 提成（每盒/元）

中秋伴月65965

港台精品月11815810

富贵中秋月14318815

精品礼品月20325815

月之味46695

团圆月69985

小锦月10614810

祥月11515810

银皇尊御礼12316810

大皇尊御礼13118815

#### 六、月饼销售的优惠政策：

- 1、方式一即“月月升”的销售模式，逐月上升的折扣：即8月定购8.8折、9月定购9.5折、10月不打折；（备注：此方案与团购优惠不同时使用）
- 2、酒店月饼按各部门销售任务完成后，对需要出具发票的单位，一律不打折，按原价出售，酒店按月饼售价的100%回收。
- 3、月饼销售工作完成后，各签单经手人配合收回销售款项交财务部，根据款项收回速度11月中旬完成核算工作。

#### 七、销售协议的签定：

销售人员根据顾客需要的月饼种类与顾客签定月饼预订单，同时要求顾客支付30%的预付订金；各部门签定的订货协议书，应在当日将订单上交财务部，以便及时统计和下单订购月饼及包装。

## 中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况篇二

一年一度的月饼销售季度虽然是结束了，相对于去年21202盒的’销售量，今年10718盒的销售量让我对今年的销售业绩感到并不满意，为此特进行了如下总结：

- 1、前期工作及销售背景：今年社会经济并不景气，而月饼市场的竞争又日趋激烈，在这样的背景下，公司的月饼产品资料及销售政策却都确定的相对较晚，从而业务员前期的准备

工作就有缺口，没有充足的资料去发展客户，而一些有特殊采购要求的大客户一般会提前两个月左右就开始咨询相关的事项，这样的情况下，政策信息确定较晚往往会造成一部分客户的流失。对业务员而言，前期准备工作的不足，往往会影响到中后期工作的进展，给业务员的销售业绩造成了一定的影响。

2、公司营销政策定位及市场实际需求：因原材料和人工等方面的原因，今年月饼价格普遍上涨，我们公司价格也相应的做出了调整，对此情况，大部分的客户都认为涨价的金额是合理的。但是在销售折扣相对于去年来说，普遍都反映出折扣过高，甚至许多客户明确表示折扣高出了公司的采购预算。（比如有几个客人理邦采购金额100元以内的传统月饼大约1000盒左右。在这个价格上客人还要求有相于客人预留5元一盒的差价。但是照这样的条件我们的产品达不到客人的要求。客人也不会考虑我们公司的。我有些不明白这个事例。你自己改下。同时，随着月饼市场的不断发展和日渐成熟，客户的品牌意识也在提高，许多客户不会再单一的接受销售方的报价，而会主动的询问和比较多家品牌的价格与折扣，同时，大品牌的竞争优势也很明显，在深圳，月饼的品牌多多少少有近百个，很多关外的客户并不了解我们公司，在这种对我们品牌不够了解的前提下，对公司的折扣就表示了质疑，普遍认为价格过高。现在购买200-500盒的一些企业都会觉得他们是很大的团购客户，会选定几家的产品做比较试吃。

在试吃方面我们传统的月饼都很有优势，但在价格上面的话劣势就很明显。按公司的前期折扣政策只能给到7.5折左右，这样的高折扣让很多客户往往都更愿意选择安琪，富锦这些传统的品牌。在品牌上我们没有优势但是在价格和折扣上又没有很大的吸引力。这样流失了很多中上的企业客户。

3、产品的创新及包装的改革：虽然传统口味的月饼依然占据着市场的主导地位，但为了迎合个性市场的需求，适应不同的人群，各商家纷纷推出了反传统的新式月饼。而我们公司

今年并未开发出新的产品，在购买了我们公司几年月饼的客户群里，有许多客户认为我们公司的月饼没有新意，同时口味也没有改良。比如我们的桃山礼盒，许多客户都觉得月饼外型很好看，但是口感过甜，认为不是很喜欢吃。(迈瑞)在包装上，比起去年的包装有了一定的改变，可是许多客户也表示我们的包装少了一些创新。作为公司的销售人员，我认为公司月饼的包装应该更多的体现出月饼所承载的中华文化以及公司的文化底蕴，把中秋团圆文化和富有特色的地域文化更多的融入到包装设计中来。

4、其他销售渠道的影响：随着网络销售方式的普及，许多小卖家通过不同的渠道销售我们的产品。一些客户在询价的过程中，看到了我们公司产品在网络上的零售价格明显低于公司批量销售价格，因此许多客户会认为我们公司应该给出更低的销售价格和折扣来，这样销售价格的不统一，冲击了我们传统的销售市场，给销售工作带来了更大的难度。

5、销售政策及公司奖惩制度：在公司制定的销售政策里，真正有利于做大单的政策很少，许多大客户认为我们的销售政策没有让他们感觉到身为大客户的优惠。同时，公司的奖惩制度力度不大，没有调动业务员的销售积极性，希望公司也能加大此方面的力度，多制定一些奖励激进的措施，让我们销售人员能积极响应，实现销售业绩的直线上升。

通过今年的月饼销售工作，我也深刻感到了自身工作的不足，为了在20xx年能创造好的业绩，我将不断完善自身的工作，一方面加强与新客户的联系，另一方面进一步稳定老客户群体，加大推销的力度，最大可能的实现公司利益与自身利益双赢的局面。

## 中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况篇三

2、市场规划为前提，没有健全的市场规划，做任何事情也无法到达终点。早在今年三、四月份，销售部就着手开始月饼

外卖的前期准备工作。首先征集了月饼包装设计方案，从图案设计、品种、规格、价位到技术要求等等都一一做了详尽的规划；五月份马不停蹄地奔赴各地挑选、确定月饼包装样品；六月份，开展了月饼馅料的招标工作，分别确定了不同产品供货商；七月份，确定了《月饼销售方案》，统一安排，明确任务；八月、九月上旬，集中供货，集中销售；十月份，要求统一收回货款。一环扣一环，紧密相连，周密部署，为月饼的销售提供了保障。

3、新颖包装带动销售，随着市场的快速发展，月饼市场需求即将饱和，品牌化竞争更加激烈，产品差异化是趋势。月饼的包装设计也是越来越多样、新颖。市场证明，越是精美的包装，越能吸引消费者的眼球和购买的欲望。产品包装体现在包装的大小、新颖的纸张、全新的装帧等等。公司的月饼设计充分迎合消费者的购买喜好，在设计包装方面大方、典雅，采用温馨的黄色系，给人以温暖和家的感觉给消费者留下深刻的第一印象，这样一来，给人面目全新的感觉，也使产品品牌形象深入人心，为提高销售发挥了不可忽视的作用。在口味方面，也得到了购买者的一致称赞和好评，再加上灵活多样的销售模式等方面创新手段，给月饼销售带来了奇效作用。

4、合力成业绩，销售部全体同仁形成合力，完成销售业绩。月饼销售是一个完整链条，环环相扣，哪个环节出了问题都会影响到整个销售。在集团公司的大力协助下，月饼销售从预订、库管、搬运、送货、售后等环节严密控制，确保质量，彰显了天湖酒店超强的凝聚力，雄厚的团队力量打赢了今年月饼销售战役的胜利。

## 二、销售中的不足

1、对市场分析和把控不足，定价偏高；

知己知彼，方能百战百胜，残酷的市场竞争，使们不得不对

产品的周边市场进行分析和定位，掌握购买群体的消费习惯，消费心理和消费观念，对月饼产品的销售价格都要了如指掌，并对目前的市场环境进行分析判断，找出产品差异，进行准确定位，并在最快的时间里进行决策，着手准备月饼的销路问题。由于在工作中执行力的疏忽，对市场了解不够透彻，分析不足，导致定价偏高，直接影响了月饼的销售成绩。

## 2、营销计划未做到群策群力；

产品营销是一个系统的过程，不管是前期的调研、分析、定位、决策和执行，并非某一个人的责任，整个团队齐心协力，分工明细，各尽期职，群策群力，将市场研究透彻，做出科学、有市场依据及有可执行性的月饼营销计划，从前期的定位到后期的销售环节都要做到严谨，具有一定的市场导向性。本次月饼的销售在群策群力方面有待加强和改进，争取在以后的销售计划上，集思广义，充分调动各位同仁的参与积极性，使公司的销售业绩发展再创佳绩。

## 3、盲目最求品牌效应，疏忽市场需求；

月饼的品牌包装越来越受到消费者的青睐，不管是走亲访友，还是领导送礼，精美的礼盒包装越能吸引他们的眼球，激发他们购买的欲望。公司恰恰看重这这部份消费人群的心理，重点打造月饼的品牌效应，从外包装到设计再到产品的口味严格把关，做好产品质量，让中高层群体吃到放心月饼，买到称心如意的美味月饼。由于决策的失误，疏忽了市场的真正需求，如中低端的客户他们不仅注重月饼的口味，在价格上也要得到实惠经济，才能激发他们的购买欲望。由于产品定位问题，没有抓住这部分人群的消费习惯，给产品的销售业绩带来一定阻力，再加上对市场的把控不足，使生产计划大于销售计划，影响了月饼的销售总业绩。

## 4、销售团队人员少，销售网点未全面铺开.

由于营销团队人员数量有限，使整个月饼营销在销售终端环节显于有些薄弱。未把销售网点全面铺开，销售渠道有限，再加上月饼提货晚，错过了前期的市场预热期，消费者接受程度不高，再加上其他月饼品牌的冲击，使月饼的销售成绩下滑。

以上就是天湖酒店对中秋节月饼销售过程的总结，在整个营销过程中，需要注意的地方还很多，相信通过我们的不断总结经验和教训，不断的反思，定会在以后的营销过程中不断地提高销售业绩，不辜负领导的信任和重托。

## 中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况篇四

1、成绩的取得，是全体天湖酒店为之昂扬奋进的结果。行销酒店客户终端网络，远销省内外，的企事业单位中秋节送礼随处可见“金旺角”系列月饼，得到了社会各界人士的充分认可，为金秋的节日市场增添了一道靓丽风景线。

2、市场规划为前提，没有健全的市场规划，做任何事情也无法到达终点。早在今年三、四月份，销售部就着手开始月饼外卖的前期准备工作。首先征集了月饼包装设计方案，从图案设计、品种、规格、价位到技术要求等等都一一做了详尽的规划；五月份马不停蹄地奔赴各地挑选、确定月饼包装样品；六月份，开展了月饼馅料的招标工作，分别确定了不同产品供货商；七月份，确定了《月饼销售方案》，统一安排，明确任务；八月、九月上旬，集中供货，集中销售；十月份，要求统一收回货款。一环扣一环，紧密相连，周密部署，为月饼的销售提供了保障。

3、新颖包装带动销售，随着市场的快速发展，月饼市场需求即将饱和，品牌化竞争更加激烈，产品差异化是趋势。月饼的包装设计也是越来越多样、新颖。市场证明，越是精美的包装，越能吸引消费者的眼球和购买的欲望。产品包装体现在包装的大小、新颖的纸张、全新的装帧等等。公司的月饼



设计充分迎合消费者的购买喜好，在设计包装方面大方、典雅，采用温馨的黄色系，给人以温暖和家的感觉给消费者留下深刻的第一印象，这样一来，给人面目全新的感觉，也使产品品牌形象深入人心，为提高销售发挥了不可忽视的作用。在口味方面，也得到了购买者的一致称赞和好评，再加上灵活多样的销售模式等方面创新手段，给月饼销售带来了奇效作用。

4、合力成业绩，销售部全体同仁形成合力，完成销售业绩。月饼销售是一个完整链条，环环相扣，哪个环节出了问题都会影响到整个销售。在集团公司的大力协助下，月饼销售从预订、库管、搬运、送货、售后等环节严密控制，确保质量，彰显了天湖酒店超强的凝聚力，雄厚的团队力量打赢了今年月饼销售战役的胜利。

## 二、销售中的不足

### 1、对市场分析和把控不足，定价偏高；

知己知彼，方能百战百胜，残酷的市场竞争，使们不得不对产品的周边市场进行分析和定位，掌握购买群体的消费习惯，消费心理和消费观念，对月饼产品的销售价格都要了如指掌，并对目前的市场环境进行分析判断，找出产品差异，进行准确定位，并在最快的时间里进行决策，着手准备月饼的销路问题。由于在工作中执行力的疏忽，对市场了解不够透彻，分析不足，导致定价偏高，直接影响了月饼的销售成绩。

### 2、营销计划未做到群策群力；

产品营销是一个系统的过程，不管是前期的调研、分析、定位、决策和执行，并非某一个人的责任，整个团队齐心协力，分工明细，各尽期职，群策群力，将市场研究透彻，做出科学、有市场依据及有可执行性的月饼营销计划，从前期的定位到后期的销售环节都要做到严谨，具有一定的市场导向性。

本次月饼的销售在群策群力方面有待加强和改进，争取在以后的销售计划上，集思广义，充分调动各位同仁的参与积极性，使公司的销售业绩发展再创佳绩。

### 3、盲目最求品牌效应，疏忽市场需求；

月饼的品牌包装越来越受到消费者的青睐，不管是走亲访友，还是领导送礼，精美的礼盒包装越能吸引他们的眼球，激发他们购买的欲望。公司恰恰看重这这部份消费人群的心理，重点打造月饼的品牌效应，从外包装到设计再到产品的口味严格把关，做好产品质量，让中高层群体吃到放心月饼，买到称心如意的美味月饼。由于决策的失误，疏忽了市场的真正需求，如中低端的客户他们不仅注重月饼的口味，在价格上也要得到实惠经济，才能激发他们的购买欲望。由于产品定位问题，没有抓住这部分人群的消费习惯，给产品的销售业绩带来一定阻力，再加上对市场的把控不足，使生产计划大于销售计划，影响了月饼的销售总业绩。

### 4、销售团队人员少，销售网点未全面铺开.

由于营销团队人员数量有限，使整个月饼营销在销售终端环节显于有些薄弱。未把销售网点全面铺开，销售渠道有限，再加上月饼提货晚，错过了前期的市场预热期，消费者接受程度不高，再加上其他月饼品牌的冲击，使月饼的销售成绩下滑。

以上就是天湖酒店对中秋节月饼销售过程的总结，在整个营销过程中，需要注意的地方还很多，相信通过我们的不断总结经验和教训，不断的反思，定会在以后的营销过程中不断地提高销售业绩，不辜负领导的信任和重托。

## 中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况篇五

尊敬的集团领导：

是不平凡的一年，是xx酒店业绩显著的一年，经过上半年酒店各部门的积极努力和配合，营业额迅速增长。力争在本年度的最后几个月，使销售业绩再上一个台阶，超额完成年度指标。

作为酒店的副总经理，主要分管餐饮部管理和市场部的销售工作，九月份迎来了一年一度的中秋佳节，也是中国人倍受喜爱的节日，当然中秋月饼也是各家酒店争先推出的主打产品。随着行业竞争的愈加激烈，企业也正面临优胜劣汰的市场竞争原则，“惟有质量才是生存之道”。正因我们有了过硬的产品，再通过销售部各同仁的不懈努力，使月饼销售取得了可喜的业绩。总结下来，在工作中也有所忽视，未抓住不同消费群的消费心理，忽视了市场需求，给月饼的销售带来一定阻力。现将酒店月饼的销售成绩汇报如下：

## 一、取得的业绩

1、成绩的取得，是全体天湖酒店为之昂扬奋进的结果。行销酒店客户终端网络，远销省内外，的企事业单位中秋节送礼随处可见“金旺角”系列月饼，得到了社会各界人士的充分认可，为金秋的节日市场增添了一道靓丽风景线。

## 中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况篇六

一年一度的月饼销售季度虽然是结束了，相对于去年21202盒的销售量，今年10718盒的销售量让我对今年的销售业绩感到并不满意，为此特进行了如下总结：

1、前期工作及销售背景：今年社会经济并不景气，而月饼市场的竞争又日趋激烈，在这样的背景下，公司的月饼产品资料及销售政策却都确定的相对较晚，从而业务员前期的准备工作就有缺口，没有充足的资料去发展客户，而一些有特殊采购要求的大客户一般会提前两个月左右就开始咨询相关的事项，这样的情况下，政策信息确定较晚往往会造成一部分

客户的流失。对业务员而言，前期准备工作的不足，往往会影响到中后期工作的进展，给业务员的销售业绩造成了一定的影响。

2、公司营销政策定位及市场实际需求：因原材料和人工等方面的原因，今年月饼价格普遍上涨，我们公司价格也相应的做出了调整，对此情况，大部分的客户都认为涨价的金额是合理的。但是在销售折扣相对于去年来说，普遍都反映出折扣过高，甚至许多客户明确表示折扣高出了公司的采购预算。（比如有几个客人理邦采购金额100元以内的传统月饼大约1000盒左右。在这个价格上客人还要求有相于客人预留5元一盒的差价。但是照这样的条件我们的产品达不到客人的要求。客人也不会考虑我们公司的。我有些不明白这个事例。。你自己改下????）。同时，随着月饼市场的不断发展和日渐成熟，客户的品牌意识也在提高，许多客户不会再单一的接受销售方的报价，而会主动的询问和比较多家品牌的价格与折扣，同时，大品牌的竞争优势也很明显，在深圳，月饼的品牌多多少少有近百个，很多关外的客户并不了解我们公司，在这种对我们品牌不够了解的前提下，对公司的折扣就表示了质疑，普遍认为价格过高。现在购买200-500盒的一些企业都会觉得他们是很大的团购客户，会选定几家的产品做比较试吃。

在试吃方面我们传统的月饼都很有优势，但在价格上面的话劣势就很明显。按公司的前期折扣政策只能给到7.5折左右，这样的高折扣让很多客户往往都更愿意选择安琪，富锦这些传统的品牌。在品牌上我们没有优势但是在价格和折扣上又没有很大的吸引力。这样流失了很多中上的企业客户。

3、产品的创新及包装的改革：虽然传统口味的月饼依然占据着市场的主导地位，但为了迎合个性市场的需求，适应不同的人群，各商家纷纷推出了反传统的新式月饼。而我们公司今年并未开发出新的产品，在购买了我们公司几年月饼的客户群里，有许多客户认为我们公司的月饼没有新意，同时口

味也没有改良。比如我们的桃山礼盒，许多客户都觉得月饼外型很好看，但是口感过甜，认为不是很喜欢吃。(迈瑞)在包装上，比起去年的包装有了一定的改变，可是许多客户也表示我们的包装少了一些创新。作为公司的销售人员，我认为公司月饼的包装应该更多的体现出月饼所承载的中华传统文化以及公司的文化底蕴，把中秋团圆文化和富有特色的地域文化更多的融入到包装设计中来。

4、其他销售渠道的影响：随着网络销售方式的普及，许多小卖家通过不同的渠道销售我们的产品。一些客户在询价的过程中，看到了我们公司产品在网络上的零售价格明显低于公司批量销售价格，因此许多客户会认为我们公司应该给出更低的销售价格和折扣来，这样销售价格的不统一，冲击了我们传统的销售市场，给销售工作带来了更大的难度。

5、销售政策及公司奖惩制度：在公司制定的销售政策里，真正有利于做大单的政策很少，许多大客户认为我们的销售政策没有让他们感觉到身为大客户的优惠。同时，公司的奖惩制度力度不大，没有调动业务员的销售积极性，希望公司也能加大此方面的力度，多制定一些奖励激进的措施，让我们销售人员能积极响应，实现销售业绩的直线上升。

通过今年的月饼销售工作，我也深刻感到了自身工作的不足，为了在20\_年能创造好的业绩，我将不断完善自身的工作，一方面加强与新客户的联系，另一方面进一步稳定老客户群体，加大推销的力度，最大可能的实现公司利益与自身利益双赢的局面。

## **中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况篇七**

为弘扬中华民族传统文化、建设炎黄子孙共有精神家园，按照区文明办关于开展“我们的节日”中秋主题活动的通知要求，现对我委“我们的节日”中秋主题活动，中秋节期间我委认真组织机关工党员干部开展了“我们的节日。中秋”主题

文化宣传活动。引导全体党员干部进一步地了解传统节日、传承节日文化。

我委将开展好中秋节主题文化活动作为贯彻落实“十八大”精神这个主题，推进社会主义核心价值体系建设的重要抓手；作为丰富群众精神文化生活的重要形式，作为精神文明建设的一件大事，摆上重要位置。召开专题会议对本次活动作出部署、加强组织领导，落实任务，并制定了专门的活动方案。

我委对此次活动进行了大力宣传，切实加强对民族传统节日的舆论宣传，积极营造

尊重民族传统节日、热爱民族传统节日、参与民族传统节日的浓厚氛围。在单位内部以“我们的节日”为主题通过制作宣传条幅的形式，营造了节日气氛，扩大了传统节日的社会影响，使“我们的节日”更加深入人心。

一是根据中秋祭月的传统习俗，发动党员干部在网上模拟制作“爱心月饼”，并在饼上留言祈福，向亲朋好友、道德模范、身边好人等送饼祝福。二是积极引导党员干部看望慰问困难职工，为他们送去水果、月饼等节日慰问品。与他们一起吃月饼、话家常活动，让他们感受到社会主义大家庭的温暖。三是组织收看中央电视台中秋特别节目。通过看节目，让党员干部感受到祖国悠久的历史文化和时尚现代的城市风貌、和谐美丽的人居环境。

## 中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况篇八

今年的月饼销售工作在各位领导的带领下以及各部门的积极配合下圆满结束了。但是我做为今年的月饼专线小组的一员，认为我们公司在月饼专线小组这块工作方面不是很完善。在工作中多多少少会有一些问题出现，甚至严重了会无法解决，导致很多客人不满和投诉，给我们公司带来很多的负面影响。我现在总结出今年客人投诉频率较多的问题如下：

1. 需要快递的月饼数量太多，接听月饼专线人员太少。导致月饼专线一直是占线中。

2. 没有专门的电脑系统，全部资料都是手写的。资料容易丢失，客人需要查询订单时需要

很长的时间。

3. 没有专门负责的领导人。需要解决客人投诉电话或需要申请什么事情时抓不到人。

4. 月饼卷上只有“可送货”字样，在没有其它的说明。很多客人都理解成当日打电话当日

就能送到。

5. 有的客人拿着“可送货”的饼卷亲自取饼，造成档口的卷号和专线小组卷号总是对不上。以上5点就是今年接到投诉最多的。所以根据这5点我提出几点意见，1. 我们可以在明年的月饼档时建立一个专门的月饼专线小组可以叫做“月饼售后服务部”这样就可以解决以上1、2、3的问题，另外公司还可以为“售后服务部”专门配备一名司机，以备不时之需，还可以把“可送货”的月饼数量全部统计出来，放到售后部里，有他们自己分配货物，这样就解决了上面5的问题，最后我们还要拟定一个“可送货”的说明与可送货的月饼卷一起发给客人，就可以避免客人的盲目投诉了。

这些就是本人总结的问题和意见，希望各位领导采纳

谢谢！

## 中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况篇九

中秋节是我国传统节日，吃月饼更是我们的传统习俗，月饼象征着团圆。中秋节正是月饼销售旺季，大家的月饼销售情况怎样呢?今天本站小编给大家为您整理了中秋节月饼销售工作总结，希望对大家有所帮助。

### 一、月饼销售总结：

1、散饼销售：广式月饼今年新增了新的品种，这个品种的上市突破了以往传统的不足，那就是无糖月饼。无糖月饼的上市让客人有了更多的选择，丰富了月饼的品种。上市以来它的销售量也是得到了肯定，但更多的老顾客还是最钟情于九度缘的伍仁月饼，它的销售量一直是名列前茅。冰皮月饼现在也是广大消费者的最爱，今年的冰皮月饼也新添了一个品种——脆脆苹果冰皮月，但相对于其他口味的冰皮月饼，它的销售量不是很好，由于是与平常传统口味的不同，顾客并不是很容易接受，但是总体来说今年中秋本站散饼的销售量还是不错的，以祥宾为首，其次国贸、桂春、新竹。

2、精美礼盒销售：与去年礼盒不同的是今年更换了两个礼盒，分别是星语星月和花之韵。代替了以往的尊秋华彩与和福，今年礼盒的团购量很少，大多都是顾客到店面直接进行购买。今年南宁的月饼市场很大，大街上销售摊点很多，同行之间的竞争很大，所以相对与往年，今年礼盒的销售量并不是很乐观，今年礼盒售卖量最好的是星语星月，由于它盒子的设计色彩搭配丰富，图案优美且看起来送礼适中又不失大气，所以它是顾客购买的首选，花之韵就是盒子太大了，所以购买它的客人就少了些，不过今年的大饼销售量很差，五斤大饼比三斤大饼销售量要好，今年销售量最差的是缘聚锦秋，只有新竹店买了两盒，其他店有客人询问但却没有人购买，再来的话就是秋风印象，后期是卖得比较好的。



3、中秋礼饼销售：中秋期间有一项优惠活动，两盒礼饼捆绑式销售，前期的时候就黑芝麻和五谷好卖一些，但后期由于月饼的陆续上市，它的销售量就没有在持续上升，期中每个店的退货率很高，在下单方面也有在控制，顾客在礼饼的品种上还是比较喜欢绿豆，优惠活动没有得到顾客的注意，购买单盒的较多。

4、中秋月缘蛋糕销售：今年推出的中秋蛋糕款式较多，款式也很好看，不过最突出的是荷塘月色、花好月缘、吉兔金秋，在中秋期间订蛋糕的时候也会推荐我们的中秋款式，可能是顾客的消费观还不是很成熟，所以很多顾客都是以欣赏的态度来看，在期间订购率较多的是吉兔金秋、荷塘月色、丰收，中秋节当天也只是现卖了一个花好月缘，来年我们尽推。

## 二、人员情况总结：

1、今年中秋期间我们销售整体表现还是不错的，大家都很积极及时的配合公司的进度进行推荐销售，今年中秋购买月饼的气氛总体来说不比往年那么热闹，顾客消费都会比较理性。临近中秋节那几天客流量明显较多，伙伴在订蛋糕的时候有时还要顾及礼盒区的顾客，今年人手不比去年，但是每个人都能尽自己的职责，在伙伴需要帮忙的时候都能很及时的配合协助，合理分工，做好防盗工作，大家都处在一种愉快的团队合作氛围里。宣传方面在中秋期间，大家都很积极，外场努力推荐，收银员也会进行二次推荐。在听闻各店售卖量的时候，各店的人员很是着急，仿佛有股力量爆发，即时积极推荐，希望赶紧赶上超越其它店。

2、中秋期间店与店间的合作默契还有所欠缺。当店面库存减少时未能及时协调新竹店帮助她们销售，但是在冰皮礼盒新竹及时的给予我们帮助，我们得到现在的业绩也是因为有了她们的配合。生产部与出货也给予我们很大帮助，在后期月饼销售大卖，库存空缺时，她们也能及时并准确的发货，按时送到店面保证正常销售。在卖场销售人手紧张时，裱花人员

也很主动的帮助卖场，帮订蛋糕或者帮拿产品。所以也很感谢裱花部门的高度配合。

### 三、 货源管理总结：

没能得到很好控制，货源的调整也没有很及时，各店的库存互动很少，所以这是今年的一项大的失误。

2、预货工作的总结：在月饼销售期间常温的产品受到很大的影响，也是由于我们把精力都放在了销售月饼上，所以对常温产品的销售没有得到很好的销售与合理预货，也是刚好处在高温的天气，导致各店大量的退货，而在后面也在慢慢的控制。

3、退货率情况以及预防退货的举措总结：中秋期间退货率较高，每次经过出货部，看到那么多退货的产品都堆积在一起成了一座小山，心里很是难受，特别是愧对于加班加点的生产人员，但在那么大的一个退货量后，各店都有在预货上控制了预货量，也有在卖场尽量推荐。

### 四、中秋期间客诉事件及顾客对中秋产品的意见收集

1、在开例会时我们都会汇报月饼的销售工作，今年月饼的客诉较少，但还是有的，祥宾店有个客人购买了一个板栗蛋黄月，对半切却没看见有蛋黄，后来拿到店面，给其更换了一个，后来拿到办公室给邱副总检查，其实这个月饼并不是没有蛋黄，而是它偏在一边了，后来也有反馈到生产部，得到了改善。

2、今年顾客会觉得冰皮月饼没有往年的好吃，皮太厚了，蛋黄的口感不突出，太甜。

### 五、销售人员对中秋奖励项目的竞争气氛总结

饼，每个人都希望自己能拿第一；收银员的二次推荐做得也很到位。对中秋的奖励项目大伙儿的激情更上一层楼，希望来年能继续保持下去。

总体来说，我们收银部很好的完成了酒店交给我们的任务和职责，认真落实了我们工作中的每一个问题，坚持认真对待每一个细节，努力工作，坚持不懈，从而取得了非常好的业绩。虽然有成绩，但工作中也存在着一些不足和需要改进的地方，现做如下分析：

### (一)中秋销售工作的不足和更好的建议

2、增强团队的合作意识，要学会帮助不太熟悉销售环境的员工。

3、不管在中秋期间工作再忙，我们都要做好新人的培训工作。  
(二)报表问题

1、我对所有的报表都进行了审核,对工作中发现的小问题也和相关人员进行了沟通建议,发现的一时难以解决的问题也在报告上对公司领导做了汇报,一定程度上防范了财务风险。

2、一直以来,做为一个财务工作者,对国家相关的财经、税收政策都很关注,对本行业出台的相关法规和准则也时常学习,努力提高自己的业务水平和专业素质,始终保持着为公司的利益负责对自己的职业生涯负责的态度,坚持原则,信守职责,积极工作,为保障公司实现经济效益的最大化,作出自己的贡献。

以上是我对自己中秋月饼销售的工作总结，敬请领导给予批评指正。

在今后的工作当中，我将一如既往的继续努力工作，不断总结工作经验;努力学习，不断提高自己的专业知识和业务能力，加强沟通，我相信在下一季度里，我们的工作将会完成的更

加出色！

一年一度的中秋节结束了，我们a里以“中秋情浓意更浓为主，突出中秋节的“团结、和谐”的节日特征，使我们更进一步了解传统节日，了解传承民族文化，弘扬民族精神，激发爱国热情。

中秋销售工作在8月中旬进入了紧张的状态，在30天的销售工作中我们了解工作流程，月饼种类、价钱、克数、知识。在今年这个大气候中，企业单位订购到量很少，但是我们依旧给自己信心，本着完成任务。我们团结齐心、力足，我们制定了机制，每天由两人到周边各个企业、科技街、雁滩附近的各企业单位，宣传我们的月饼，并且送货上门。在忙碌的一个月中酸、甜、苦、辣都有。更多团结感动，圆满完成了任务。

散月饼销售比较好，今年散月饼新增几种品种、碳烧、蛋黄、法式它的得到了顾客的肯定，最后三天无货了，希望公司在明年订货量酌情再多点。

盒月499单盒和团购销售很好，中等价格，199和189销售的快到最后几天里199无货了。

渭源路店全体员工，整体态度端正积极，团结我们店虽然只有4个人，但是我们配合很默契，大家都尽自己的职责，合理分工，大家在一起有喜悦、感动、在此我感谢我的团队，真的很努力，没半途而弃。

希望我们再接再厉，在以后的工作中一样努力，一样精神饱满，为我们公司做更好销益。

今年的月饼销售工作已经结束，在公司领导班子的正确领导下，在各科室的积极配合下，在整个营销团队的不懈努力下□20xx的销售工作虽然取得了一定的成绩，但我们深知离领

导的要求还相差甚远，为寻找差距，总结不足，积累经验，给明年的工作打下基础，业务部特做如下总结：

一、关于包装：今年的内包装虽然做了专门设计，比去年前进了一步，但与顾客的要求仍有差距，消费者反映我们的内包装透明度与亮度不够，他们的对比对象是尚康与佳嘉友。还有饼块，虽然我们的单块重量多于竞品，但在感观上却小于竞品，原因是竞品的饼薄而大，咱们的是厚而小。明年我们应改换模具，做出合适的饼块来，以有利于市场竞争。今年，客户普遍反映我们的外包装产品单调，不成系列，缺少卖相，零售在100元左右的礼品盒缺少，影响了在商超的销售。中国红与喜悦秋色两款，虽有南街村商标，但市场上相似包装礼盒比比皆是，与竞品不能形成差异。明年，我们要提前着手设计南街村专版，把南街村的企业文化与鲜明特色附着在产品包装上，与竞品形成鲜明对比，争取上市后让顾客感觉耳目一新、物有所值。

二、关于口味及其它，目前，我们的口味偏少，品种单一，明年，我们应按市场需求，在水果、杂粮、无糖等口味上下功夫创制新品，使之形成系列，以满足顾客的需要。还有保质期，现在的消费者越来越注重生产日期和保质期，我们希望在生产和技术部门的配合下，把我们的保质期增加到100天左右。因为今年的生产比较集中，9月中旬，我们销售的散饼还基本上是8月份的生产日期，对此，消费者提了不少意见，希望明年能够改变这一现象。

三、关于价位，根据市场反馈的情况，现在大众消费的散饼多在2至4元之间，我们也应据此制定出相应的价格体系，以迎合大众的消费心理。目前，以我们现有的包装，经销商那儿的利润偏少，这与其它品牌的经销商所得利润形成了巨大反差，如果不依赖客户对我们的忠诚与让他们感觉满意的售后服务，他们极易动摇。所以，我们应着眼将来，制定出合理的利润分配点，争取让他们每年都有钱可赚，提增信心，忠于品牌。

四、品牌定位，南街村月饼虽然在市场上销售了两年，但我们应该对自己在河南省所处的位置有个清醒的认识，除在漯河、南阳的月饼市场上属于领导型品牌外，我们在其它市场上的表现还远远不够，在家门口的许昌市，虽然经过了连续两年的市场运作，但我们现在却属于挑战型品牌，在驻马店、周口、信阳等地市场我们连追随型品牌都算不上，只能沦为补缺型品牌，在省会郑州，虽然今年尝式着进入了流通领域，但表现平平，无所建树。所以，我们的任务非常艰巨，可以说任重而道远。

五、关于市场宣传，明年，我们应该借鉴竞品的市场操作经验，印制带有自己商标的背靠背手提袋，不求华丽，但求实用，因为每年都得需要，可大批量印刷，以降低成本。也应考虑印制彩色吊旗、桌围、一拉宝展示架，以在商超悬挂、外卖展示，增加消费者对南街村月饼的认知度，还应考虑在局部市场做广告宣传，以提升品牌形象，增加产品的知名度。南街村商标在河南省拥有广泛的知名度，但具体到月饼，有的市场还鲜有人知，我们应该找到一个合理的切入点，制造点噱头出来，然后广泛宣传，达到在河南人所共知南街村月饼的目的。

六、关于团购，现在，各个月饼生产厂家都在细分市场上做文章，因为我们进入市场较晚，只能边干边学，今年通过伟毫的努力，走了几单团购，算是在这方面做了些许尝试，明年，我们要在这方面提前准备，利用各个方面的人脉资源，重点攻关，力争在团购中有所成绩。

七、关于队伍建设，明年要扩大市场，以现有的业务队伍，个别人在综合素质、个人能力上还有所欠缺，但在一个团队中，个人能力最低的那块短板往往决定着这个团队的综合实力。所以，提高个人能力和素质成了今后主要考虑的事情，从现在开始，我们就要着手业务队伍的建设工作，有能力的继续提高，无能力的加紧学习充电，实在不适合月饼销售工作的人员，要坚决调整工作岗位。

八、关于网络建设，除了继续对漯河、南阳市场进行巩固以外，明年，我们还将继续对驻马店、许昌等现有市场进行深入开发。在地深耕，永续经营。把市场做细，让南街村月饼在以上市场有所作为。除此之外，我们还将合理制定规划，开发新的市场，寻找合适的合作伙伴，今年，我们在周口市场获得了教训，原想跟着大客户当个学生，学点市场营销经验，现在看来，还得培养自己的客户，像漯河李喜刚，许昌杨超英，邓州段昭兵，能够充分理解我们的意图，积极配合我们的行动，厂商一家，合力行动，实现共赢。只有拥有了这样一支忠实的客户队伍，我们才算建立了自己稳定的月饼销售网络。

成绩属于过去，明年的工作光荣而艰巨，我们相信，在公司领导的正确领导下，在大家的共同努力下，我们有信心，有能力让南街村月饼在河南市场全面开花，全线飘红。为共产主义小社区建设继续做出我们应有的贡献。

## 中秋节月饼销售的工作总结中秋月饼销售情况篇十

9月xx日是我国重要的传统节日“中秋节”。为使广大师生更多地了解中华民族传统节日的文化内涵，广泛挖掘与诠释中华民族传统节日的文化内涵，使学生在活动中感受到中华民族的优良传统。珠溪镇玉滩中心小学开展了丰富多彩的弘扬优秀传统文化，唱响“我们的节日”——中秋主题活动。

为了欢庆我国这个古老的传统佳节，更为了借此机会对学生进行民族传统文化及感恩教育，在学校领导的组织安排下，各班成功开展了以“欢庆中秋”为主题的班会。在这个主题班会活动中，我们学校的每个班都布置了充满节日气氛的活动室，老师和同学们一起安排了丰富多彩的节目，同学们通过查阅资料，向大家介绍了中秋节的来历；古诗词诵读比赛；中秋经典故事；中秋歌舞表演；猜灯谜；说中秋佳节祝福语和吃月饼等多种形式，了解了中国节日，表达了对亲人的思

念之情，增强了我是中国人，说中国话，过中国节的爱国情感。主题班会给同学们留下美好深刻的回忆，这次庆中秋主题班会让我们今后更加紧密地团结在一起，更加友好快乐地相处，让同学们知道了中秋节的风俗习惯，感受到了传统节日所蕴含的深厚文化内涵，使中华优秀传统文化内涵得到更好的传承。学校也对这次庆中秋主题班会评出了一二三等奖各2名。

同时在中秋之前，学校就大力宣传中秋节的相关文化，让孩子们感受到了中秋节的美好氛围。学校广播站则播出了学生们精心准备的中秋特别节目——我们的节日——中秋节。播音内容有中秋的故事、说中秋的习俗、赏中秋的诗篇、送中秋的祝福等，让全校师生了解中秋节的相关文化，感受到了中秋节的美好氛围。

学校开展了关爱留守儿童的活动。在这团圆的日子里，留守儿童的爸爸妈妈在外地工作，孩子们不能和自己的父母团聚，所以领导还特意组织留守儿童过了一个愉快的`中秋节，组织了丰富多彩的节目，还品尝了香甜的月饼，让孩子感受到了集体大家庭的温暖和学校领导对他们的关爱。

总之，通过弘扬优秀传统文化，唱响“我们的节日”——中秋主题活动的开展，丰富了中华民族传统节日的内涵，同时也进一步激发了广大师生了解学习中华优秀传统文化的热情！增强了其民族自信心、自尊心和自豪感。