

最新医疗设备销售总结(实用10篇)

总结，是对前一阶段工作的经验、教训的分析研究，借此上升到理论的高度，并从中提炼出有规律性的东西，从而提高认识，以正确的认识来把握客观事物，更好地指导今后的实际工作。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

医疗设备销售总结篇一

20xx年房地产市场售价急速上涨，政府出台诸多调控政策，房地产行业受到各方舆论的压力随之而来。在今年激烈的市场博弈中；在一次次部门沟通协调、思想碰撞中；在公司领导的正确指挥下；在全部门畅通沟通、积极配合下；我们进行了一次次市场调研、预测、目标客户的分析把握，以及制定出阶段性目标和相应的工作计划并严格执行。策划部同销售部一起克服种种困难，把握市场机遇，在今年的工作中完成公司销售任务，控制营销成本，有效提升品牌形象。

20xx返祖模式的学习培训及广告推广

在这期间，我们部门人员与宝资天项目组在河池进行了两次系统的沟通讨论，对此模式的产生、运作有了一定的了解。那时曾想计划于7月中旬，两部门人员与你就此方案进行沟通，因时间原因和工会项目的介入，不了了之。本部门按原定的cbd推广计划时间表，安排及准备cbd营销工作，同时要求宝资天项目组对其项目组相关工作人员进行了的cbd的返祖销售模式接待及销售培训，等待cbd的正式开盘。

我们于9月中旬开始了汉军·cbd的户外广告已出街，目的主要是：首先，抢先在河池上cbd的案名，防别人与我们争cbd的概念，有利于汉军·cbd先入为主，有利于市场形象深入人心；

其次，考虑到现阶段在住宅上无大手笔和cbd销售时间时机不成熟等因素的影响，我们暂不进行住宅的广告推广，而把这段时间空挡留给cbd的形象推广，在河池树立汉军·cbd第一高楼、地标建筑、商务中心的形象定位，引导市民关注其的建设、装修进度[]cbd的'物业管理，关注这些河池没有的新事物在河池的发展。

3、综合楼的酒店、办公区、一楼大厅的装修设计

对于综合楼的装修设计，我们只能对于色彩、轮廓、造型上说一些自己的认识与看法，在整个设计方案明确后，兰振主要从技术角度上跟进酒店、办公区、一楼大厅的设计图出图及装修工作，月底酒店和一楼大厅施工图已出，装修队伍未定，办公区样板区已有三家拿出设计，兰振手头留有两家的设计效果图，其余一家再做，时间未定。办公区样板的设计方案等你回来后再定。

4、工会项目期准备工作

由于该项目来得快，接触时间少，又加上是我公司第一次与政府部门以合作形式开发建设，经验不是很足，需要我们依据以前房地产开发经验，找出解决问题的办法。第一是要明确双方的合作框架协议；第二是要明确开发合作方式，明确我方的主导权；第三是资产的评估；第四是土地证的办理；第五是双方的现有资金及出资时间安排。

在公司领导下，我部门人员积极配合，做好各项准备工作。目前我公司已与市总工会完成了双方合作开发建设合同书的签署，双方在合同中明确了第一、二、三点的内容。为使该项目尽早开工，明确双方合作建设意向，我部门提前做好开工庆典方案，在规定的时间内，做好了开工庆典活动，取得了圆满成功，更重要的是，该活动的成功举办，更加提升了我公司的实力及形象，河池第一大开发商的美誉已逐渐形成，同时市工会与我公司合作开发已名声在外，项目中途变卦合

作者的可能性更加小了。谁终止合同谁就付出巨大的经济损失。

为保证上述计划及工作能顺利完成，在9月开工庆典活动结束后，我们销售部门与公司工程部积极配合，就对该项目的总平设计公司委托合同书、场地的地界定点与放线，场地地块周边的规划及项目开工建设情况、周边路网规划及坐标、标高情况，进行了全面的摸底与详细调查了解，能要的文字资料，尽可能通过市工会向相关本门索取。同时对项目的总平及建设规模大小及产品户型的设计，我们积极与宝资天进行沟通，他们在10月10日左右拿出对该项目的住宅、商业的设计建议。

5□xx月上旬，完成一次河池房地产市场的调查，了解房地产市场的发展、各开发商现状及项目建设在发展过程中遇到的困难及解决办法，对于我们明年开发市工会项目和汉军·龙江帝景项目进行借鉴与评估。

1、价格与销售策略

销售价格的制定与销售策略一直是我们工作的重中之重。面对国家调控□20xx年房地产价格的一路飙升、飞速上涨。在这样的市场机遇与压力之下，通过市场调研分析，我们在客观务实的基础上，制定出了f栋和a栋的开盘定价方案，并结合市场状况行之有效的完成了今年的销售任务。接下来对区域市场又做了大量的市场调研，金龙湾的开盘对我们的销售价格影响是很大的，并且起到了积极推进的作用。在开盘前期的排号卡发售中，我们最后一次探底客户心理价位，最终均价定为3100元每平方米，我们的定价在区域市场处在领先地位，基本与金龙湾价格持平，可以说是做到了利益的最大化。今年在楼层定价时，我们吸取先进高层的定价方案，将楼层差价分为三个线，低楼层、中间楼层和高楼层的差价分档，充分考虑客户的消费心理，做到科学理性。

2、本案产品分析与产品建议

为更好的促进销售，销售部协同策划完成项目区位分析及销售卖点提炼。今年为河池项目的规划做准备，策划部又销售部门进行了多次市场调研，对河池市场现有项目的外立、户型、小区规划、景观规划等多方面深入考查。

3、市场调研

了解市场信息并做出正确分析建议是编制销售策略计划的根据，一年来我们进行多次深入的市场调研，并编写了相关市场调研报告，及时为公司领导提供了第一手信息，并制定了行之有效的系列营销方案。面对国家调控，市场调研应做在营销工作之前，也是明年我们需要加重的工作任务。

4、开盘活动

开盘活动是全年工作中的重点[20xx年我们成功举行一次开盘活动。策划部从前期策划到活动的流程安排、设计品的设计制作、人员的分配、物料的选购、媒体的发布、活动公司的选用，再到活动当天的执行沟通做了大量的工作并投入了极大的工作热情。前期大量的工作，都是为活动当天的成功做准备。展示的是我们公司的形象，是河池项目的品牌。

在媒体资源整合上，我们今年使用的媒体共有：

(1) 大众媒体报媒，以河池日报、雄基信息报、广西南国广告为主。再充分考虑到消费者的阅读习惯和考察了各报媒影响力和投放量后，我们确定了这三家报刊。河池日报的专业性在市场上影响力很大、受众目标性强，客户素质统一；雄基信息报其广告的到达率是这些报刊内最好的；广西南国早报受众面也比较广。在具体实施过程中我们采取软硬结合，即给客户强势的视觉冲击，又注重引导消费。

(2) 户外媒体，今年对项目围挡的使用做到信息的及时更换，我部门做到即时更换户外信息，定期检查户外效果，力保户外发布即时有效，达到宣传企业文化，传达给广大顾客最新的销售信息，优惠政策等。

回顾20xx年全年工作，我们取得部分成绩的同时自己也提高不少。通过对以往工作总结，也发现很多缺点和不足□20xx年我们应从以下几点入手工作：

- 1、加强市场调研工作，特别是来电来访客户分析，正确把握目标客户群体的特征、喜好、开展有针对性的推广渠道、推广思路，和诉求点。
- 2、加强媒体效果评估工作，以此来指导我们20xx年营销费用在各媒体渠道投放比例，并随时指导调整我们的推广策略，做到营销费用效果最大化。
- 3、在推广节奏上，结合房市相关政策、本地消费习惯和我们相应节点进行节奏性推广，做到市场好或我们有重大节点时能强势推广，火爆销售。
- 4、在媒体渠道方面，争取发觉利用一些更直接针对目标客群的特殊媒体，一来可以节约营销费用，二来效果显著。
- 5、活动方面除要认真完成固定的几个大活动（如开盘）外，还应充分利用我公司老客户资源，针对老客做活动，提高品牌美誉度、忠诚度，充分发挥老客户口碑宣传效果。
- 6、在团队合作方面，加强与宝姿天策划公司和7604广告公司之间的沟通，做到销售与推广结合，相互配合，积极引导一种健康快乐的团队氛围。

20xx年是个崭新的开始，我们的团队在认真工作的同时不断成长，争取在20xx年工作中取得更好的成绩。

医疗设备销售总结篇二

- 1、售电量：售电量完成9045万kwh□比去年增长9.3个百分点。
- 2、线损率：配网综合线损完成4.3%，比年初中心下达的线损指标6%，下降1.7百分点。
- 3、售电均价：综合售电均价为525.25/千千瓦时，比年初中心下达的指标增长4.85百分点。
- 4、电费回收：当年电费回收率完成99.64%，旧欠电费回收率完成99.70%。

1、认真开展安全活动，加强职工安全思想教育。

为了提高组员对安全生产重要性的认识，一年来我班一直坚持每周一次的安全活动，从未间断过。每次安全活动不仅仅是及时学习安全事故通报，更重要的是分析事故发生的原因，从中吸取教训。使每位班员清楚的认识到事故的危害性，清楚的认识安全工作不容忽视。从思想上牢固的树立“安全第一”方针。

2、按时开展安全培训，不断提高职工安全思想意识

为了加强工作人员安全方面的知识，我们按照年度培训计划，适时对职工进行安全培训，在春季大检查前进行《电业安全工作规程》考试，十月底进行了新《电业安全工作规程》学习并经考试合格。同时在日常工作中，及时对工作人员进行安全教育，使工作人员不断提高安全自我保护意识。

3、严格规章制度，杜绝习惯性违章

为了保证安全生产，我们要求每位工作人员必须严格规章制度和规程规定执行，坚持杜绝习惯性违章作业，对工作不认

真者，严格按照经济考核的规定进行处罚。加强对车辆的管理，补充完善了车辆管理规定，严格了出车纪律，杜绝了交通事故的发生。

4、加强客户的安全用电管理，确保电网安全运行

客户的安全用电直接关系到客户的经济效益，也影响着电网的安全运行。今年，因客户责任引发了电网越级跳闸事故，给客户和我公司造成了一定程度的损失，所以加强客户安全用电管理是一项非常重要的工作。为此，我们依据相关安全管理规定，要求10kv专线客户加强设备线路的巡检工作、采取有效防止小动物入室的措施，并定期对这些用户进行检查及时有效的处理缺陷，做到客户的安全管理可控、在控。协助和督促10kv客户建立健全内部安全管理制度及资料，使客户的安全管理工作有章可循、有据可依。通过大量的工作，使客户的安全用电水平有了较大的提高。

1、采用合理的管理模式，有效降低线损

通过采用组包线，人包变的`管理模式，把线损指标任务分配到人，线损指标完成情况直接与工资挂钩，有奖有罚，有效提高组员的积极性，降低了线损。

2、加大用电电检查力度，更换不合格表计

从年初开始加大用电检查工作力度，杜绝了“三电”情况的发生，并禁止“跑、冒、漏、滴”情况，一年来共查出窃电户7户，追回损失4.98万元。查出表计烧坏90户，及时更换到期表计359块，其中包括高压用户表计70多组。

3、维护档案，保证营销系统统计数据的准确性

用户档案准确与否关系到线损统计的准确程度，年初我班发现客户档案和营销系统中客户参数的混乱，致使统计数据误

差是造成各条配网线路损率不稳定的主要因素，在中心领导的支持下，我班协同其它各班组对所有的客户档案进行了核对、维护，并针对过去相邻线路用户档案混乱这一情况，到现场对这部分用户进行了逐一核对，保证了统计数据的准确性。

4、采用摸底排查法，有效降低线损

过每个客户的月度电量的增减幅度，对问题的出现有一个较为准确的判断，从而进一步深入细致地对客户进行摸底排查，同时也能查出许多隐蔽较深的问题。

通过采取有效降低线损的措施，和全班人员一年来的辛苦努力，我们较好的完成了线损指标，从指标完成情况不难看出综合线损比中心下达的指标降低了1.7个百分点。

医疗设备销售总结篇三

今年以来，根据总经理室分工，我分管办公室、车辆保险部和销售管理部、法律部/合规部、出单管理中心五个部门，以平定支公司、冠山营销服务部为蹲点包片单位。在工作上，我坚持以“后台支撑前台，内务服务业务，分工不分先后”作为分管工作的立足点和出发点，与部门经理、基层负责人一道，积极制定工作计划，认真梳理工作重点，准确把握工作节奏，稳步推进工作进程，为党委、总经理室的科学决策，为业务部门的工作实践，为基层公司的业务发展，提供了充分的支撑和保证。

办公室对于确保政令上传下达，保证工作协调落地，提高机关效率效能，具有与业务工作同等重要的作用和意义。因此，我要求办公室要在协调组织能力和综合服务水平上有新提高和新突破。

一年来，办公室成功组织了“首季过亿庆功大会暨二季度超

亿启动仪式”、“年中超2亿引领发展全员唱红歌感怀党恩”年中总结大会暨歌咏比赛□“20xx年工作总结表彰暨职工文艺汇演”等大型会议，协助理赔中心成功举办了“携手中国人保共享世博亚运”客户节，以及配合各兄弟部门进行会议接待和后勤服务，均取得了良好成效，受到了党委、总经理室的高度赞扬。

一年来，办公室积极打造创新、高效、勤俭、务实的服务型办公室，为系统上下提供更为满意的综合保障服务。*完成了上级公司各位领导莅临阳泉的接待工作。单证和档案管理工作得到了省公司单证档案管理检查组的高度评价。

车辆保险部是业务发展前沿端口，直接指导公司主要业务发展方向，为此，我多次在会上强调，在转型发展的进程里，车险一定要坚持一个中心，把握两个重点，实现三大目标，提高四项能力。要坚持发展优质业务，将传统业务新兴化，积极探索车险部改革，充分发挥部门的职能作用。给基层公司铺路搭桥，协调工作，全力做好业务拓展工作，积极主动规范市场，认真落实保监会70号文件，开展规范市场秩序自查自纠。

在销售管理部的管理上，我一再强调“渠道制胜”的思想，结合我市的实际情况，开拓业务渠道，加强与人保寿的合作、互动，加强人员队伍培育，在培训上狠下功夫，推动公司的不断发展。

20xx年x月，法律部/合规部正式成立，作为一个新兴部门，能够严格遵循总、省公司的各项管理规定和制度，建立完善各项合规管理制度，通过全面的合规性督导检查 and 法制宣传诉讼维权，使全辖法律合规理念得以树立，各项规章制度得以有效落实，法律合规工作水平明显提升。全年通过法律诉讼，挽回经济损失489.75万元。

在出单中心管理工作上，一是要求加强数据管理，严格数据

录入，防止数据从源头污染。二是要求积极配合产品线部门，对基层业务质量进行全面检查，保证出单业务质量的规范性和有序性。三是要求强化出单人员管理，开展业务和操作培训，不断提高人员业务素质。四是要求加强客户实名制管理，完善客户关系管理系统数据。

在两个蹲点单位上，我利用一切可能的时间，深入两家单位调查研究，一道破解发展难题，在观念上我都强调一个“早”字。要求本着“抓早赶前，争取主动，赢得时间”的原则，扎扎实实开展各项工作。两个公司都能结合自身实际，采取适宜的方法，不断发展，冠山营销服务部提前93天、平定支公司提前44天完成年初保费计划任务。

这一年里，在看到取得成绩的同时，我也深刻地认识到自己存在的不足。一是思想信念有待于进一步提高；二是思想观念有待于进一步解放；三是自身学习有待于进一步提升；四是廉洁自律有待于进一步细化。

医疗设备销售总结篇四

20xx年公司业绩突飞猛进飞速发展，与部门的进步同步，我通过不断向领导、同事和客户学习，以及在实际工作中不断的总结摸索，在工作和学习上都取得了较明显的进步，在新的工作阶段就要开始的时候，有很多事情需要坐下来认真的思考一下，需要很好的进行总结和回顾。总结过去一年工作中的经验教训，为下一阶段工作更好的展开做好充分的心理准备。

责任心和奉献精神。这是我们xx公司中很重要的一点，可以说是精髓之一。每个人的经历和知识水平都不相同，这决定了每个人在做事情的能力上也会存在差别，但很多时候，工作能否做好，起决定作用的并不是能力。在实际工作中，有相当大的一部份工作不是靠能力来完成来做好的，而是靠公司对部门对自己的一种强烈的责任心来完成来做好的。奉

献源自责任，一个没有责任心的人，就不可能是一个有奉献精神的人。可以说，强烈的责任感和责任心是做好跟单工作的第一要求，也是业务跟单员应该具备的最基本素质。

跟单工作是一件很琐碎和繁琐的工作，特别是外贸跟单工作，辅件多，工序烦，稍微偷懒就可能给错误的出现留下隐患。一个订单往往是由很多部门来共同完成，一个人的力量在整个工作中显得非常渺小，只有大家团结互助精心合作才能保证订单的顺利完成。

我觉得作为我们业务跟单员只有从内心深处清醒的认识到：任何人都可能犯错误，但只要你认真工作，对每批产品都有明确的质量要求，出厂前都经过各个环节的测试，及时发现和减少错误的发生。少犯错误就是降低成本，生产上和业务上来说道理都是一样。做跟单员一定要有吃苦精神，对于我们跟单员来说有时要让生产部的员工做出好质量的产品，有时还要下去生产车间里亲自监工，根据客户要求和自己的经验指导员工生产出完美的产品，并从中学习经验，了解生产过程，便于自己工作更好的开展。

学会做人，处理好关系，做好事情。没有永久的朋友和敌人，只有永久的利益。从本质上来讲，跟客户和外部协作单位的关系也是如此。正是由于合作能够跟双方带来各自需要的利益，才会产生双方的合作关系。作为商人，追求的最直接的东西就是利益，没有钱可以赚的话，你对他再好也没有用。如果有钱赚的话，其他方面要求可以适当降低。认清了这一点，在处理与相关主体的时候，就可以以拿捏好分寸，嬉笑怒骂，收放自如。

针对营销部的工作职能，我们制订了市场营销部20xx年工作计划，现在向大家作一个汇报：

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，

详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，定期拜访新老客户，维护好客户关系。

营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，注意服务形象和仪表，热情周到。制作宾客意见反馈调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，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。

与酒店其他部门接好业务合工作，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，创造效益。

市场营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，制订营销方案起起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。在新的一年里，希望各部门在工作中合作愉快，携手为酒店创造佳绩。

在酒店工作的每个员工都要直接面对客人，所以我们员工的工作态度和服务质量就反映出这个酒店的服务水平和治理水平。而收银又是这个酒店核心的部分，我深知自己的责任重大，自己的一个疏忽就会给酒店带来经济上的亏损。所以在工作中，我认真负责的做好每一项工作，积极主动的向其他同事学习更多的专业知识，以加强自己的业务水平。只有这

样才能让自己在业务知识和服务技能上有进一步的进步，才能更好的为客人提供优质的'服务，让客人喜出望外。

有句话说的非常好！淘汰，实在不是你没有能力，而是你是否在乎你的工作。是的，实在不是你能力胜任这份工作，而是你不喜欢这份工作，所以做不好，实在每个人对自己的现状都是不满足，但是为什么这种不起眼的工作岗位上有的能取得成功，而有的却一天不如一天最后的结果就是被淘汰，实在很简单，那就是对工作的态度不一样。

在与客人沟通过程中，要讲究礼节礼貌，与客人交谈时，低头和老直盯着客人都是不礼貌的，应保持与客人有时间间隔地交流目光。要多倾听客人的意见，不打断客人讲话，倾听中要不断点头示意，以示对客人的尊重。面对客人要微笑，特别当客人对我们提出批评时，我们一定要保持笑脸，客人火气再大，我们的笑脸也会给客人“灭火”，很多问题也就会迎刃而解。只要我们保持微笑，就会收到意想不到的效果。我以为，只有注重细节，从小事做起，从点滴做起，才会使我们的工作更为出色。

酒店就像一个大家庭，在工作中难免会发生些不愉快的小事，所以在日常的工作生活中，我时刻留意自己的一言一行，主动和各位同事处理好关系，尊重别人的同时也为自己赢得了尊重。家和万事兴，只有这样我们的酒店才能取得长足的发展。

在这些日子里，我成长了不少，学到了很多，但不足之处我也深刻地意识和体会到：

- 1、在服务上缺乏灵活性和主动性，由于害怕做错而不敢大胆去做。
- 2、碰到突发事件，缺乏良好的心理素质，不能冷静处理事情。

新的一年即将开始，我将在酒店领导的带领下，脚踏实地，认认真真做事。积极主动配合领班，主管以及各位领导完成各项工作，努力进步自身的综合素质，进步服务质量，改正那些不足之处，争取在团体这个优秀的平台上取得更好的发展，为酒店的繁荣昌盛奉献自己的绵薄之力。

医疗设备销售总结篇五

深秋初冬以来，气温骤降，校门外的地摊迅速转向。围巾、加厚棉袜手套、保暖内衣、暖水袋等各色暖冬产品纷纷上市，而且生意特别红火。这时我们作实训的队友才恍然：我们为什么不也卖冬季保暖类产品。

然而通过对校内同学的问答调查，我们发现降温已有些阵子，学生们——特别是女生们该备的保暖设备已经购好，所以心里很后悔没早一点注意天气转变而得来的机遇。这也算是一次教训：由于地摊投资小，流动性大，灵活性也就随之增大。完全可以随季节气变化而迅速改变销售方向。

最后我们把销售商品锁定为塑料包装花生。理由是进价不高，2元/包；有四五种口味，不至于单一化。而且花生瓜子一直以来是人们茶余饭后咀嚼之物，老少皆宜，估计销路不差。如果实在卖不出去就自己吃，这样也算降低投资成本。

问好批发商，进价是2元/包，起底进贷数在一件以上，50包/件。此种零食在学校丹桂园超市卖3块5一包。我们开始时以3元/包叫卖，但很多人不以为然。所以为了突出产品底廉实惠，我们再次降价，以5元两包的价格卖出，但顾客必须一次性买两包。这样一来，买的人就多了。

第一天我们从下午6点摆摊到8点钟，收摊后清点数目算出卖了近30包。然而第二天却反没有第一天卖的多，只卖了不到20包。第三天依旧。我们心里急了，想不出为什么生意一天不如一天。最后想到，也许是品种单一的原故。因为就价

格而言，我们已经比零售店低出很多了。所以，我们决定休息几天再摆。这也是在一个卖“阿胶枣”的商贩那里学来的。这个商贩从来只卖一种商品——“阿胶枣”，但并不是天天在校门口卖，而是隔两三天再来摆一次。因为校门口摆摊，面向的只是校内学生，销路并不宽。所以要保证所卖商品的新鲜感，不能让顾客吃腻了。

隔了四五天我们又出学校摆摊，生意明显有好转。两天之后我们的花生全卖出去了。

通过这次实训我们认识到以下几个问题：

第一：要对自己有一个很好的定位。心态要摆“弱”一点，不要以为一做生意就能赚多少多少。我作为这次实训小组队长，一开始就对队友们说：不要想到赚，只要能做到不亏本就是胜利。因为我们从来没做过买卖，无论是进贷还是卖贷都没有一点经验。这就导致我们必然会出现这样或那样的错误。更何况做生意本身就是带有风险的活动，就是在商场上混了几十年的老手也还有翻船的时候，更不要说我们这些初出茅庐的学生！尽管我们这次实训并没有亏，然而“守弱”是我们无时无刻都必须记住的。

第二：我们通过这此摆地摊认识到，挣钱真的是不容易！从小到现在都是用父母的钱，尽管嘴巴上也口口声声地说挣钱不容易，然而真正认识到生存之坚的，还是这次微不足到的实训。我们订来100包花生，最后固然全部卖出，然而以每包5角钱的利润来算，所得利润也微乎其微。这也可以理解，因为你是地摊嘛，就算是与超市同样质最的商品，地摊也只有杀价来为系生存发展！

第三：随时注意天气以及社会各方面的变化，不能死守某种产品。这一点在文章最开始时已经说过了，试相如果我们早一点注意到天气的变化，早一点行动起来。那么这次的实训可能就是只是训练训练写总结了，我们就可能多赚很多钱。

因为围巾手套之类刚上市时，确实太好卖了！

第四：食品类产品在中国确实很难饱和。尽管小吃街这么多家店，加上学校这么多零食铺，然而我们花生依然很好卖。起初我们曾无比担心：这么多的小吃店，我们恐怕只有自己吃了！然而事实上我们全部卖完了！

医疗设备销售总结篇六

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，**xx**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：

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。

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。

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。

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。

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。

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。

医疗设备销售总结篇七

不知不觉中20xx已接近尾声，加入_房地产发展有限公司公司已大半年时间，这短短的大半年学习工作中，我懂得了很多知识和经验。_是房地产不平凡的一年，越是在这样艰难的市场环境下，越是能锻炼我们的业务能力，更让自己的人生经历了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的是增加了一份人生的阅历。可以说从一个对房地产“一无所知”的门外人来说，这半年的时间里，收获颇多，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现将今年工作做以下几方面总结。

学习，永无止境，这是我人生中的第一份正式工作，以前学生时代做过一些兼职销售工作，以为看似和房地产有关，其实我对房产方面的知识不是很了解，甚至可以说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，通过努力的学习明白了置业顾问的真正内涵以及职责，并且深深的喜欢上了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

刚进公司的时候，我们开始了半个月的系统培训，开始觉得有点无聊甚至枯燥。但一段时间之后，回头再来看这些内容真的有不-一样的感触。感觉我们的真的是收获颇丰。心境也越来越平静，更加趋于成熟。在公司领导的耐心指导和帮助下，我渐渐懂得了心态决定一切的道理。想想工作在销售一线，感触最深的就是，保持一颗良好的心态很重要，因为我们每天面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对工作和生活。

在培训专业知识和销售技巧的那段时间，由于初次接触这类

知识，如建筑知识，所以觉的非常乏味，每天都会不停的背诵，相互演练，由于面对考核，我可是下足了功夫。终于功夫不负有心人，我从接电话接客户的措手不及到现在的得心应手，都充分证明了这些是何等的重要性。当时确实感觉到苦过累过，现在回过头来想一下，进步要克服最大的困难就是自己，虽然当时苦累，我们不照样坚持下来了吗？当然这份成长与公司领导的帮助关心是息息相关的，这样的工作氛围也是我进步的重要原因。在工作之余我还会去学习一些实时房地产专业知识和技巧，这样才能与时俱进，才不会被时代所淘汰。

从接客户的第一个电话起，所有的称呼，电话礼仪都要做到位。来访客户，从一不起眼的动作到最基本的礼貌，无处不透露出公司的形象，都在于细节。看似简单的工作，其实更需要细心和耐心，在整个工作当中，不管是主管强调还是提供各类资料，总之让我们从生疏到熟练。在平时的工作当中，两位专案也给了我很多建议和帮助，及时的化解了一个个问题，从一切的措手不及到得心应手，都是一个一个脚印走出来的，这些进步的前提涵盖了我们的努力与心酸。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。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。

20xx这一年是最有意义最有价值最有收获的一年，但不管有多精彩，他已是昨天它即将成为历史。未来在以后的日子中，我会在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能，此外还要广泛的了解整个房地产市场的动态，走在市场的最

前沿，。俗话说“客户是上帝”，接好来访和来电的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立良好的公司形象，这里的工作环境令我十分满意，领导的关爱以及工作条件的不断改善给了我工作的动力。同事之间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。所以我也会全力以赴的做好本职工作，让自己有更多收获的同时也使自己变的更加强壮。总之，在这短短半年工作时间里，我虽然取得了一点成绩与进步，但离领导的要求尚有一定的差距。

总结一年来的工作，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[]20xx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）、依据20xx年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在中重点类客户群。

（二）、针对购买力不足的客户群中，寻找有实力客户，以扩大销售渠道。

（三）、为积极配合其他销售人员和工作人员，做好销售的宣传的造势。

（四）、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

（五）、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

（六）制订学习计划。做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进

的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆（在这方面还希望公司给与我们业务人员支持）。

（七）、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。今后我将进一步加强学习、踏实工作，充分发挥个人所长，扬长补短，做一名合格的销售人员，能够在日益激烈的市场竞争中占有一席之地，为公司再创佳绩做出应有的贡献！

医疗设备销售总结篇八

20xx年已经过去，回首过去□20xxx是坚持的一年，所有的一切都已经过去，唯有坚持的心不曾动摇、没有改变，坚持行业、坚持营销、坚持团队……坚持一切需要坚持的。

一直以来，证券营销都是我所坚持在做的，记得年初所有人都已经搬到xxx路营业部了，唯有我们团队还在青春坊奋斗，经过一个寒冷的冬天，那时的环境虽然非常刻苦，但是没有任何借口，我们都在一起努力，打陌生的电话收集潜在客户、跟踪客户到约见客户，我们计划的做到我们该做的，虽然天气寒冷，但是我们的心很火热，新人进来也是和我们一样证券营销，确实在艰苦的条件下，坚持下来的都很了不起，注定能够得到自己想要的，实现心中的目标，随着3月份我们搬进庆春路8楼，不会冷了，环境也好很多，那时经历着证券营销部门的设立，我从此有了更多的时间，那时证券营销我放下了，新组建的证券营销部门经历着半年多的磨合，虽然成绩不尽如人意，但是确实规模大了，团队的两名成员成为证券营销部门的小组长，也得到了了一定的锻炼。

自从证券营销团队管理抽出以来，也面临着自己的重新定位，那时对我来说，也是充满模糊，通过和领导的沟通，我开始

筹划更多的事情：银行合作、社区合作、杭图活动、团队内部管理等等，当开始考虑团队的未来发展的时刻，银行一直是我们的弱项，因为这三年，银行渠道基本上都没有争取过，放弃的更多，在4月份我们团队近15人的团队仅仅有两个银行网点，说出去和其他营业部的区域经理分享的时候，他们怎么也不敢相信这样的团队会有什么成绩，从此我开始重视银行渠道，第一个开始重视的是农行秋涛路支行，这个网点合作时间最久，关系处理，但是过去的三年对他们的贡献基本上没有，第一次拜访钱行长的时候，我没有提任何要求，首先满足他们的三方任务要求，那一次合作以后，银行对我们才开始重视，关系更深一步。此后我们不断去开发新的渠道，最终开发出农行上泗支行和农行浣沙支行的银行渠道，另外民生银行和深发展银行也开始接触，沟通合作的事情，曾经给自己下了一个任务：平均两个人至少要有有一个银行渠道，年终必须完成。离这个目标最后还是没有完成，但是在年末的基金销售过程中，银行一直以来都是我们的弱项，但是通过银行完成的任务确是不错的，通过这次资源的互换合作，让团队的大多数人重新认识了渠道合作的意义，更多的人选择了走出去，进行联合营销，和农行上泗支行在转塘地区的第一次合作举办交流会，达到了我们的期望目标，虽然结果并不是很好，但是打开了局面，对于后期的合作大家都充满希望和期待，无论是银行领导还是高尔夫的领导都看到了多方合作的前景，以后或许可以做更多的尝试，目前团队可以驻点关系也不错的银行总共有四家：农行秋涛路支行、农行浣沙支行、农行上泗支行和工行凤起路支行。

从团队的内部管理来说，年初我们一直坚持的早早会持续了下来，并经过改革创新之后得到了所有人的认可，参与积极性大幅提高，早会内容包括消息解读、大盘分析、业绩速递、经验分享和口号，通过消息解读，新人能够更多、更快的掌握消息解读的技巧和能力，提高自我表达的能力，通过不断的强化，出去就能够和客户进行沟通，当天气冷下来了，经常有人迟到，通过一定的惩罚，主要是通过罚一本书的方式，告诉这是不对的，故意经常迟到的现象得到控制，一大批人

能够做到准时到，养成了好的习惯；另外团队原来会议较多，经过改革以后，团队仅留下了周例会，平时小组不开会，一周碰头一次，让每个人了解团队所有成员的情况，并且了解自己在团队中扮演的角色，周例会结束后会安排一个人分享自己的经验，对新人的启发较大，对演讲者更是一种学习提升的机会，因为周例会都是安排在团队长会议结束后，经常一开就到晚上六七点钟，因为事先沟通过，周一的例会是没有限制时间的，所有的事情结束后就结束，周而复始的坚持，每个人都知道了周一要开会，甚至有时候我们开会到5点，看到大家都还在等，这种状态真的很好；除了周例会以外，每个月也会安排一次月度例会，对团队表现卓越的进行奖励，虽然这种奖励并没有多少钱，但是这份荣誉必须给到，这是团队的一种认可，种种规矩定下来后，自己也不会太累，乃至到今年8月份我们团队一下扩展到二十多人，都能够控制。通过每天、每周的接触，大家天天都能够碰到一起，关系也慢慢熟悉起来，感情也逐步变深，这也许就是团队的凝聚力。

在团队的活动方面，一个有战斗力的团队一定要经常的集体活动，这一点要感谢罗总教给了我，团队每个月至少要有有一次集体活动，像往常一样唱歌、吃饭、看电影和旅游等等，紧张的工作确实给我们很大的压力，再忙也要懂得适当的调整和休息，因为4月份我们取得了突出的成绩，在6月份我们安排了和安吉营业部集体漂流，那是一次非常愉快的经历，虽然花了不少银子，这样的活动大家集体参加，感觉非常好，美好的东西总是让人怀念，以后每年也需要这样一两次的户外活动。

在人员引进方面，年初团队自身做了一次招聘，总共当时有8个人参加培训，最终签约的有5个，留存率还是比较高的，当时团队签约的有十多个，实习的有四五个，一起将近20人，从4月以后，团队基本上暂停了招聘，主要是学校的毕业生为主，一直持续到11月，行情一直低迷，团队出现人员流失，当然我一直坚信，离开都是有理由的，但是作为把大家带进来的，没有让大家赚到钱，我是有责任的，团队最多人数达

到22人，在八月份，那是考验的时候，那时基本上停掉了新人的引进，从开始有人提出离职的时候，我想作为一个团队没有招聘长期的生存会成为问题，有进有出，这才是一个健康的营销团队□20xx年对团队的要求势必更加严格。

较好的客户联络较多，大量的客户已经基本上忘记了联系，客户关系也没用以往那么用心，因为对客户没有以往那么关心，转介绍的数量大大减少，坚持该坚持的，这也许是今年的不足。

如果说20xx年还有什么遗憾，应该就是和我一样坚持在财通、在证券行业的兄弟姐妹们，辛辛苦苦的一整年，没有赚到钱，没有过上有品质的生活，年底了，回家甚至囊中羞涩，但是我坚信我们的付出会有回报，所有的遗憾，只要还在坚持，我们的20xxx□不要像去年这样狼狈，一定要实现我们的财务自由。

医疗设备销售总结篇九

1. 销售是一门需要研究的艺术。

如果我问，如果你只知道一个企业需要你的产品，你对这个企业不熟悉，甚至负责人的名字也不清楚，你可以肯定只有一部手机才能做成生意，恐怕很少有人相信这是可以理解的。但是，如果我告诉你，一个企业的销售人员的平均成功率可以达到80%，你不会相信，但这是真的！他们不出售像复印纸这样的低价值的通用产品，但他们的设备价值几万元甚至几十万元，这对他们来说几乎是不可能做到的。这样，他们就可以在10年内从一家由几个人组成的小公司成长为一家大公司。作为业内知名的商业集团，该公司的老板已经从一无所有变成了亿万富翁。他们成功的武器是一种独特的电话销售技术。

当然，还有一些关于电话营销的知识。为了培训销售人员的电话销售技能，所有进入公司的新销售人员必须了解三个月

的强化培训才能正式就业。在三个月内，他们系统地培训销售人员的电话销售技能。例如，如何询问领导的办公室和家庭电话，如何让对方有耐心听你几分钟，如何提高声音的语调，如何在没有对方关心的情况下谈论回扣等问题，是相当细致和精确的。当然，电话交谈基本结束后，某某将不得不在门上签合同，包括整个过程中的技能培训，从敲门、握手、送产品画册到送回扣和签约。为了提高实战的效果，他们经常以实战的方式锻炼推销员，并立即纠正发现的问题。在培训考试结束时，雇主亲自代理客户，对推销员的整个业务进行战斗评估，不合格的人将被开除。这就是他们的电话营销之所以获得如此高的成功率的根本原因。

2. 送礼物总比送感情好。做生意是第一要务。

如果你认为卖是为了吃，喝，多给一点好处，只能说你还远！一个朋友给我讲了他的故事：一旦他准备把货物送到一家医院。在出发前，他听说医院在当天开设了门诊部并开业。于是他去了花店，一起点了4盆花。当他到达时，他直接去了新的门诊部。门口有许多花篮，但在田里只有四个。总统非常感动，他被允许在中午一起吃饭。吃饭时，医生走过来告诉总统设备坏了。在正常情况下，医院无法理解设备，当然，钱也付不起，这使他感到恐慌。但很惊讶，院长安慰他说：“没关系。设备停了下来，钱在中午付。你可以在几天内给我换个零钱。”这就是感觉的力量。他觉得你是值得信赖的，你的关心和真诚。买一个花篮只花了几百美元，但如果订单搞砸了，损失就是数万美元。

这位朋友的销售业绩总是在公司里名列前茅。事实上，你看他的样子并不令人惊讶。他没有控制住人群。他的舌头很钝，也不懂专业知识。他有什么厉害的？当然，有些人会问：这些人没有从中受益吗？当然不是。问题是，利益将被传递给每一个人。没有什么不寻常的，但只有那些能够同时传递“感觉”的人才能成为杰出的。

医疗设备销售总结篇十

来到皇家7号工作已有两个多月。在这两个月的时间中，领导给予了我很大的支持和帮助，使我很快了解并熟悉了自己负责的业务，同时更感受到了领导们“海纳百川”的胸襟和对员工无微不至关怀的温暖，感受到了领导“不经历风雨，怎能见彩虹”的豪气，也体会到了我们这个集体的艰辛和坚定。更为我有机会成为皇家7号的一分子而荣幸和高兴。两个月以来，在领导和同事们的悉心关怀和指导下，各方面均取得了一定的进步，现将我的工作情况作如下简要汇报。

由于岗位的职责目前我的工作重点：是在于服务与营销，直接面对客户，深深的觉得自己身肩重任。作为皇家7号的门面，代表的是皇家7号的形象。这就要求我们在与客户直接接触的过程中都应态度热情、和蔼、耐心，处理情况更应迅速、准确。过去的工作中，真正体会到什么才是客户最需要的服务，工作中点点滴滴的积累，为我今后更好地为客户服务奠定了良好的基础。在工作中除了每天要做好的维护客户的相关工作及后勤工作的一些工作外，时刻监控市场动态，为维护市场和客户管理提供相关建议等。在领导和同事的指导协助下，基本按时完成了领导安排的各项工作。

通过完成上述工作，使我认识到一个优秀营销部员工应当具有优秀的能力，不断强化的服务意识，遇事经常换位思考的能力，良好的协调、沟通能力，及时发现、解决问题的能力，准确分析、判断、预测市场的能力，如何保证领导信息及时、对称的能力，良好的语言表达能力、较强的创新能力。以提高办事效率和工作质量为标准，这样才能不断增强自身工作的号召力、凝聚力和战斗力。

在部门领导的正确指导和同事们的帮助下，通过自己的努力，我按照岗位职责的要求，做好个人销售工作计划，克服对市场的不熟悉、客户的不了解等困难，较好的完成了工作任务。

短短两个多月时间，虽然自己做了一些力所能及的工作，但是与一个优秀的员工标准相比，还有一定的差距。表现在：

2、由于多种原因，有时对于工作中相关问题的处理，协调难度大。