

2023年三八妇女节银行活动简报(优质5篇)

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

陶瓷销售工作报告篇一

1、由于公司网络平台还没有测试搭建好，这个月的重点工作仍是利用其他推广方式对公司进行宣传推广。主要的方式：论坛、博客、微博、微信。

2、深入了解机票行业，对公司流程更加熟悉，以便后面对公司更好的推广。

1、测试思考能够快速推广公司形象的方法，现在的思路是以服务打开销路。结合线上线下便民服务，行业咨询带动提升公司形象，以促进销路。

2、论坛推广：在流量大的论坛发帖跟帖。目前的论坛有：新浪、搜狐、天涯、网易。不能纯粹只发广告，这样很可能被版主删帖，而以用资讯服务发的帖子网民更能接受，浏览量大。

3、博客与微博推广：增加博客与微博人气，关注度，发表公司动态、服务、广告等文章。

4、微信群：在群里与其他人建立友好关系，不能纯粹发只发商业广告，不然很容易被群主tj建立友好关系，让别人了解你的工作，有需求时就会找到你。群发邮件，发表一些服务咨询的文章，吸引大家目光，并留下公司电话、网址。朋友

圈，发表公司

陶瓷销售工作报告篇二

有了工作计划，我们不需要再等主管或领导的吩咐，只是在某些需要决策的事情上请示主管或领导就可以了。我们可以做到整体的统筹安排，个人的工作效率自然也就提高了。通过工作计划变个人驱动的为系统驱动的管理模式，这是销售成长的必经之路。以下是本站小编为大家整理的关于销售员2017年工作计划，给大家作为参考，欢迎阅读！

1、扩大销售队伍，加强业务培训。

人才的引进和培养是最根本的，也是最核心的，人才是第一生产力。企业无人则止，加大人才的引进大量补充公司的新鲜血液。铁打的营盘流水的兵，所以在留着合理的人才上下功夫。在选好人，用好人，用对人。加强和公司办公室人沟通，多选拔和引进优秀销售人员，利用自己的关系，整合一部分业务人员，利用业务员转介绍的策略，多争取业务人员，加大招聘工作的力度，前期完善公司的人员配置和销售队伍的建立。另外市场上去招一些成熟的技术和业务人员。自己计划将工作重点放在榜样的树立和新榜样的培养上，一是主要做好几个榜样树立典型。因为榜样的力量是无穷的。

人是有可塑性的，并且人是有惰性的。对销售队伍的知识培训，专业知识、销售知识的培训始终不能放松。培训对业务队伍的建立和巩固是很重要的一种手段。定期开展培训，对业务员的心态塑造是很大的好处。并且根据业务人员的发展，选拔引进培养大区经理。业务人员的积极性才会更高。

2、销售渠道完善，销售渠道下沉。

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。合理有效的分解目标。

XXXXXX三省，市场是公司的核心竞争区，在这三省要完善销售队伍和销售渠道。一方面的人员的配置，另一方面是客户资源的整合，客户员工化的重点区域。要在这里树立公司的榜样，并且建立样板市场。加以克隆复杂。

其他省市以一部现有业务人员为主，重点寻找合作伙伴和一些大的代理商。走批发路线的公司在销售政策上适当放宽。

如果业务人员自己开拓市场，公司前期从业务上去扶持，时间上一个月重点培养，后期以技术上扶持利用三个月的时间进行维护。

3、 产品调整，产品更新。

产品是企业的生命线，不是我们想买什么，而是客户想买什么。我们买的客户想买的。找到客户的需求，才是根本。所以产品调整要与市场很好的结合起来。另外，要考虑产品的利润，无利润的产品，它就无生存空间。对客户来讲，也是一样。客户不是买产品，而是买利润，是买的产品得来的利润。追求产品最大利润的合理分配原则，是唯一不变的法则。企业不是福利院，所以为企业创造价值最大化，就是管理的最基本要求。从发展才是硬道理到赚钱才是硬道理的转变。

一个产品的寿命是有限的，不断的补充新产品，一方面显示出公司的实力，一方面显示出公司的活力。淘汰无利润和不适应市场的产品。结合公司业务人员专业素质，产品要往三个有利于方面调整：有利于公司的发展、有利于业务人员的销售、有利于客户的需求。

在2017年刚接触这个行业时,在选择客户的问题上走过不少弯

路, 那是因为对这个行业还不太熟悉, 总是选择一些食品行业, 但这些企业往往对标签的价格是非常注重的. 所以今年不要在选择一些只看价格, 对质量没要求的客户. 没有要求的客户不是好客户。

2017年的工作计划

一;对于老客户, 和固定客户, 要经常保持联系, 在有时间有条件的情况下, 送一些小礼物或宴请客户, 好稳定与客户关系。

二;在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得客户信息。

三;要有好业绩就得加强业务学习, 开拓视野, 丰富知识, 采取多样化形式, 把学业务与交流技能向结合。

四;今年对自己有以下要求

1: 每周要增加个以上的新客户, 还要有到17x个潜在客户。

2: 一周一小结, 每月一大结, 看看有哪些工作上的失误, 及时改正下次不要再犯。

3: 见客户之前要多了解客户的状态和需求, 再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4: 对客户不能有隐瞒和欺骗, 这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5: 要不断加强业务方面的学习, 多看书, 上网查阅相关资料, 与同行们交流, 向他们学习更好的方式方法。

6: 对所有客户的工作态度都要一样, 但不能太低三下气。给客户一好印象, 为公司树立更好的形象。

7: 客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8: 自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9: 和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10: 为了今年的销售任务每月我要努力完成达到1717万元的任务额，为公司创造利润。

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来

源。2012年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量；要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。2012年要实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理；每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑到对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部

要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三) 加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四) 抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养xx部门人才

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五) 强化流程管理，提高风险控制水平

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间

业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

陶瓷销售工作报告篇三

为了加强同学们的爱国之情，4月29号在我班入党积极分子的号召，班级的组织下我们参观了__博物馆---一座具有历史纪念意义的展馆。

从一楼到三楼分别是河姆渡遗址、良渚文化，春秋战国时期^v^时期和土地革命，在这里蕴藏着人类的精神文化，是人类的精神支柱。

一楼的河姆渡遗址和良渚文化让我们重温了原始人类的生活，望着那些原始的文化，富有价值的展品，所有的人不禁一振，因为这一切就是我们幸福生活得前身，它让很多人明白了历史的意义，明白了远古的生活和经历，这是很多当代很多大学生所无法想象和体会的，这一切能让我们明白很多知道很多。

伴随着时代的前进，我们来到了第二楼，这里的文化更具有价值，那一件件精致的雕塑，一幅幅精美的壁画，那乐器，那铁器，铜器无不向我们讲述着他们的历史，他们伟大的功勋，它要让我们永远记住这一历史，记住伴随我们进步的文化。我们的祖先是伟大是他们让我们的脚步变的如此的矫捷。

随着沉重的脚步，三楼的气氛也变的更加的凝重，因为这里的展品是血的教训，让人铭记于心的历史。这里正是^v^土地革命时期的缩影。那一个个橱窗里向我们述说着它们的历程，它们的所见所闻。那一幅幅感人的^v^画卷，一具具逼真而让人热血的战士模型，这一切都在向我们表明为保卫国

土而战，他们不辱他们的使命，用一切向祖国和人民证明着他们的赤胆忠心。

站在窗边，吹来的是来自__的凉风和美景。但此刻无人去欣赏这一切，大家的眼神都是凝重而又久远。我们知道以后我们的责任和使命，以后我们的路会很长，我们要做的还有很多。

俯看坐落在__边的博物馆，渺小的一点，但又突然变的那么的耀眼。因为这正向世人展示着那些被世人所遗忘的历史。它要让我们所有的人都牢记这一历史阶段。

陶瓷销售工作报告篇四

一、买卖双方根据《中华人民共和国合同法》《消费者权益保护法》等有关法律法规之规定，在平等、自愿的原则下，协商一致签订本销售合同。

二、本次支付：全款() 定金() 订货时交付_____元，余款_____元。

三、双方约定送货日期为：_____年_____月_____日。

四、双方约定送货地点为：

_____。

五、买方中途解除合同，定金不予退还；卖方中途解除合同，定金双倍返还。

六、合同中已标明的瑕疵处理品、一次性处理品、玻璃制品、易碎品不在三包范围。

七、本合同签订日期为：_____年_____月_____日。

买方签字： 卖方签字：

陶瓷销售工作报告篇五

首先要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货；勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理；内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。其次也是最重要的部分——培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率；员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。

销售部利润主要来源有：计算机销售；电脑耗材；打印机耗材；打字复印；计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。能够完成的利润指标，***万元，纯利润***万元。其中：打字复印***万元，网校***万元，计算机***万元，电脑耗材及配件***万元，其他：***万元，人员工资***万元。

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站；打印机维修；计算机维修；电脑会员制□20xx年我们被授权为七喜电脑授权维修站；

实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。能够完成的利润指标，利润***万元。

工程部利润主要来源：计算机网络工程；无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来更多的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点-----无线网，和一部分的上网费预计利润在***万元；单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润***万元；多功能电子教室、多媒体会议室***万元；其余网络工程部分***万元；新业务部分***万元；电脑部分***万元，人员工资***—***万元，能够完成的利润指标，利润***万元。在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

2、尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办*变成我们长期客户。

3、对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

4、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

不断为员工提供或创造学习和培训的机会，内部互相学习，互相提高，努力把***公司建成平谷地*计算机的权威机构。职工培训工作是人力资源开发、干部队伍建设与企业文化建设的重要内容，通过培训，可以统一目标、统一认识、统一步调，提高企业的凝聚力、向心力和战斗力。树立学习风气，不懂得要问，不会的要学。

：回顾历史、展望未来，了解企业的光荣传统与奋斗目标，增强使命感与责任感，培养主人翁意识。

：学习公司制度、员工纪律，明确岗位职责、行为规范。

：学习从业技能、工作流程及在岗成才的方法。 培训方式：1、公司内部定期不定期安排员工培训。2、积极参与中心或公司组织的管理人员、技术员和全体员工的培训活动。3、走鏊 彳 ?渭优嘌禱蚤喂劬涣骰瞳??br& 培训目标：为员工在岗成才创造条件，为企业提供员工积累。 我们是一个团结的集体，具有团队精神的集体，变成一支能够打硬仗的队伍。每个部门、每位员工，岗位明确，责任到人，个人奖金与部门效益直接挂钩。这样一来我们应该既有压力又要有信心，没有信心就不会成功，没有压力就不会使人在各个层面进步、提高。

同志们，时间是有限的、尤其是从事我们这个行业的，计算机技术的发展日新月异，一天不学习就会落后，因此现在我们在座的每位职工都应该要有树立时间意识、竞争意识，引用十六大精神里的一句话就是要“与时俱进”。

1、放下包袱，抛开手脚大干，力争当一名合格的副经理 其

工作职责就是开拓市场和***公司的业务，在工作之中一定要严格要求自己、树立自己正确的人生观和价值观、顾全大局，把公司的利益看得高于一切。绝不干有损于***形象的事情。

2、努力学习，提高素质，提高工作能力，和业务水平，为把***建成在平谷地区规模最大、品种最全、最具有权威性的it企业而努力。我会努力配合各个部门制定的利润指标，请各位领导和在座的每位员工进行监督。

陶瓷销售工作报告篇六

现在，随着经济的飞速发展，私家车的数量也越来越多，汽车轮胎也相应的在市场上占据了相当大的份额，针对这一情况，我部门要积极树立以公司利益最大化为前提的目标，并且采取“针对性销售，扩大销售群体”的方针，坚持以“内抓管理，外树品牌”为重点，以目标管理的方式，认真扎实的落实各项工作。

本年度，我部门的总体销售目标金额为某万元，实现的总体利润为某万元。根据这个经济指标，我部门平均每月要完成某某万元的销售业绩。

1、加强内部管理，提高经济效益

本年度，我部门将在原有的制度上进行进一步的完善，比如完善销售管理制度，并且要求各个销售人员要完全按照制度做事，切实做到有章可循，有法可依。以此让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识，以此提升公司的经济效益。

2、实行考核制度，增加员工积极性

本年度，我部门会加大考核制度的实行，我们将会根据销售总目标，分别下指标，切实的做到责任明确，落实到人，绩

效挂钩。一是在具体过程中我们会将每个月的销售目标分配到各个销售人员，并且将各个销售人员的业绩做真实的记录。二是出勤考核，销售部是公司的对外窗口，它既是公司的对外形象又是内部的风标，所以今年我们将会加强出勤制度的考核力度。三是对服务质量和工作态度进行考核，我们会将请每位顾客填写销售人员的态度和服务质量，并用做评鉴。

3、加大培训力度，提升整体实力

本年度，我部门会根据实际情况对本部门人员进行系统的培训。一是积极培训销售人员的业务能力水平，比如我们会进行专业的销售技能培训、销售手段等，并将理论联系实际，从而使每一位员工在平时的每项具体工作和每个工作细节中不断的提高业务素质，以达到提高我部门整体销售实力的目的。二是我们将会对轮胎的品牌知识进行深入学习。我公司主要经营的是马牌，邓禄普，米其林，固铂，固特异等轮胎，因为所涉及的品牌较多，各个品牌的轮胎也有别不同，所以在具体的工作中，我们要求每个工作人员必须对我公司所经营的各个轮胎品牌知识了若指掌，做到心中有数。

4、加强团队建设，搞好人力资源管理

人才是每个企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，所以建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。本年度，我部门将以建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项重要的工作来抓，我们将采取活动的方式来加强每个销售人员的团队意识和合作精神的培养，同时反复强调销售人员的责任感，在让大家增进情感的同时清楚认识团队重要性，以形成一个团结积极，具有良性竞争意识的优秀销售团队。

5、根据实际情况，调整销售策略

本年度，我部门会积极的分析市场情况，并且及时根据市场

变化情况做出一些调整和改变。比如在销售淡季，部门将会进行一些促销活动的开展，以吸引更多新客户，扩大客源。

总之，在新的一年里，公司还有很多工作需努力开展，还有许多事项要切实去落实。为此我们要紧紧围绕公司工作要点，结合部门实际，在20xx年度中承担应负的责任，为公司的战略目标实现作出自己应有的贡献。

陶瓷销售工作报告篇七

1. 市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。
2. 适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。
3. 注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。
4. 目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。
5. 不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的. 优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。
6. 先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。
7. 对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8. 努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

1. 制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通拥堵，预约时最好选择客户在相同或接近的地点。

2. 见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办事项。

5. 填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少两周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8. 投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9. 投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要

求深化设计，帮工程商承担全部或部分设计工作，准备施工所需图纸(设备安装图及管线图)。

10. 争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11. 货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12. 提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

1. 定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。

客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2. 对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3. 利用下班时间和周末参加一些学习班，学习营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为公司做出自己最大的贡献。

陶瓷销售工作报告篇八

本工作计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结,日计划,等五部分。

本计划是,完成销售指标100万和达到小组增员10人。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

1. 全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如。
2. 根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息,搜集客户信息1000个。
3. 锁定有意向客户30家。
4. 力争完成销售指标

众所周知,现代房产销售的竞争,就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务,而我们房产销售也是一种“服务“,所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此,我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

1. 多渠道广泛地收集客户资料,并做初步分析后录入,在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识,使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会,做到在客户面前应用自如、对答如流。
2. 对有意向的客户尽可能多地提供服务(比如根据其需要及时通知房原和价格等信息),目的让客户了解房源和价格,在此基础上,与客户进行互动沟通。

其次给客户一种无形的压力,比如:房源紧张,价格要上涨等。

挑起其购买欲望。

3. 在用电话与客户交流的过程中,实时掌握其心理动态,并可根据这些将客户分类。

4. 在交流的过程中,锁定有意向的客户,并保持不间断的联系沟通,在客户对我们的“产品”感兴趣或希望进一步了解的情况下,可以安排面谈。

5. 在面谈之前要做好各种充分准备,做到对房源,面积,单价等了如指掌。

6. 对每次面谈后的结果进行总结分析,并向上级汇报,听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7. 在总结和摸索中前进。

在一个月后,要对该月的工作成果、计划执行情况做一次评估,总结得失,为下个月的工作开展做准备。

陶瓷销售工作报告篇九

顾客在什么时候最容易搞定?当然是顾客把你当成专家当成权威人士的时候最容易搞定,同样是拿药,在药店拿药顾客面对导购员的推荐可能会自己另做选择,而在医院面对医生的药方却不会提出丝毫的异议。为什么呢?原因就在于,药店的导购在顾客的心中只是一个推销员,而医院的医生则是一个专家一个解决问题的救星,换句话说,就是顾客会因为医生的权威性而对他产生更多的信任感和依赖感。同样,在陶瓷的销售过程中,顾客也会因为导购员专业权威形象的形成而发生信任转移。

决定顾客购买决策的信任因素主要来自于四个方面,即对品牌的信任、对产品的信任、对导购的信任和對销售环境的信

任，这四大信任中，品牌、产品、销售环境都是客观的有着既定认识的，唯有对的导购信任则是主观感受并具有一定变化性的，如果导购员能在形象、心态、礼仪、综合知识等方面给顾客留下良好的印象，特别是在综合知识方面能让顾客产生一种拜师请教的感觉时，销售也就成功了一大步。在一次培训会上，笔者曾问到会的学员：“为什么顾客要和你讨价还价呢？”因为你所表现出来的就是一副等着让人讨价还价的样子！塑造权威形象的好处由此可见一斑！

塑造权威形象只是销售的基础工作，成功销售的前提则是了解顾客的需求并找到销售的切入点，如果不了解顾客需求而盲目的去推销产品，就有可能会出现“对牛弹琴”的现象。同时，顾客到每家商店碰到的都是这种千篇一律的说法，你如果来点新鲜的招术，效果会怎样呢？因此，导购员在接待顾客的过程中最好不要用类似于“请随便看看”、“我们的产品质量很不错，便宜又实惠”等这类无法触动顾客需求门铃的无效话语，我们应该去设计一套问话术语，让顾客在回答的过程中渐渐透露出自已的需求。知道顾客想要什么了，下面的事情就好办多了。

第二步、影响思维引导消费

老板喜欢他的机灵就录用了他，先试用几天。

第二天老板来看他的表现问他说：“你今天做了几单买卖？”

“1单，”小伙子回答说。

“只有1单？”老板很生气：“你卖了多少钱？”

“3,000,000元，”年轻人回答道。

“你怎么卖到那么多钱的？”老板目瞪口呆。

你的周末算是毁了，干吗不去钓鱼呢？虽然这只是个故事，但从这个导购员对顾客的引导来看，他完全抓住了一个男人休闲的心理，从而让这个顾客产生去钓鱼的渴求并通过购买相关的工具而付诸实施。瓷砖销售也是一样，顾客的渴求并不是你的瓷砖，瓷砖只不过是实现渴求必须配套的工具，而一个舒适、美观、安全的家才是顾客真正想要的，至于这个实现渴求的工具是道格拉斯还是马可波罗又或者是新中源，那就看你导购员的影响力量了。

第三步、阐述利益提供证明

恩格斯曾经说过一句话：“人和人之间的关系是一种物质利益关系”，笔者认为，这句话只说对了一半，还有一半是精神情感方面的利益关系。在销售过程中，顾客最看重的是产品的功能性利益还是产品的感观性利益，是情感性利益还是消费者的自我表现型利益？面对经济物质利益与精神情感利益的交错，导购人员成单的关键就是能够将顾客的需求转换成顾客的利益。顾客类型很多，最关注的需求也不一样，有的看花色、有的看品牌、有的看吸水率，有的看综合效果，面对不同的顾客需求，导购员可以从核心产品、形式产品及延伸产品三方面进行阐述，然后重点攻破顾客最关注的利益。笔者在西安操作道格拉斯瓷砖时，将贵族文化延伸为宫廷文化、沙龙文化、骑士文化和绅士文化，并对应于不同的瓷砖深度演绎，通过卖文化的方式打动了很多进店观看的顾客——当文化成为一种品味象征成为一种精神情感利益的时候，价格也就不再那么重要了。

车皮装满货物的重量，这么重的压力压出来的能不耐磨吗？”，顾客点了点头表示认同，看了看最后还是走出了店门。按道理说，这个店主介绍也算不错了，但为什么顾客会走掉而且再也没有回来呢？原因就是店主销售说服的可信度不够——耳听为虚眼见为实，你说7800吨就7800吨，你说耐磨就耐磨啊。没有事实证明，顾客对你说的耐磨也就只好抱着半信半疑的想法再到其它店去比较比较了，但如果你在说完耐磨的

原因后自己用钢钉用钥匙在砖上划几下证明给他看，效果还会是这样吗？后来，当另一对夫妻上门的时候，店老板就用上了这一招“体验营销”的方法，很快就成交了一笔5800多的订单。说到不如做到，让顾客在体验的过程中对你的话语得到验证，他才会真正的相信你。

第四步、与客户互动

曾记得有人在分析王菲的演唱会为什么不如刘德华演唱会人气高的时候，就指出，王菲的气质有点像仙女，用来欣赏是最好不过的，所以适合远观，而刘德华则擅于煽情能够很好的与歌迷互动，因此到现场感受的人也就更多。

销售也是一样，导购员的独自表演也会让顾客只能远观而不敢深入交流，导购人员要做好销售工作，就得像刘德华一样，不但专业本领过硬，而且还得学会与顾客互动。

与顾客的互动与主包括四个方面，即语言、思维、表情、动作四个方面的互动。

语言方面的互动，主要通过自己的语气、语速、语调、表达内容等方面的要素在销售过程中传递出信心、肯定、认同、赞赏、鼓励、共鸣等信息。而思维的互动而是隐藏在语言的表述中进行的，即通过对方所表达出来的信息，抓住某个关键点深入交流，有来有往而让双方就这个问题上的思维在一条轨道上前进。

表情方面的互动对于销售的效果也非常重要，肯定、欢迎、欣赏的表情能够让顾客得到鼓舞从而打开心灵的窗户说出更多的信息，而尴尬的、冷漠的、不带任何表情的表情会让人产生一种潜意识的抵触情绪，很多心里话也就不愿说出来了。同时从卖场人际交往的角度来说，谁不想处在一个相互尊重相互欣赏的生活环境中呢？很多时候，一个会心的微笑就能引发顾客的认同。

当然，互动还得要有动作，一个点头的动作、一个赞赏的手势总是能让顾客如沐春风，而一个场景描绘的肢体语言表现则能让顾客有一种身临其境的感觉。

因此，在销售的过程中，适时的让顾客看一看、听一听、摸一摸、掂一掂。并通过表情、语言、手势等动作来强化效果，顾客与你的相处将会变得更为融洽。

第五步、处理客户异议

在销售过程中很容易碰到类似的问题：

顾客：“像我们住在二楼的光线不是很好，要用颜色浅一点的砖”

导购：“是啊，浅色一点的砖用在较低的楼层是最合适不过的”

顾客：“但浅色的砖不耐脏，难搞卫生”

好端端的一个沟通，顾客却在无意中给我们挖了个坑，不是说这样那样的问题就是说你的价格太贵了，反正，每个顾客都有自己的异议。而能否将顾客的异议恰当的处理好，则关系到今天倒茶、搬砖、介绍等工作有没有白费。因此，一个优秀的导购员要学会做好销售台词，将平常遇到的问题记下来并针对不同的人群列出不同的答案，这样，经过一段时间的积累，当你熟背台词三百句的时候，就基本上可以做到兵来将挡，水来土掩了。

第六步、临门一脚达成交易

其实，这就和求婚一样，主动向你逼婚的女孩毕竟是少数，而很多谈得好好的女孩最后跟了别人不是她当时不想嫁给你，而是你当时没把握机会向她求婚，最后被别人趁虚而入。这

种情况就和导购员在最后关头还要问顾客：“您觉得可以吗？你感觉还有哪些不满意的地方？”一样，结果客人想了想最后来一句：我再看看转身出门不见了。

一个足球已经在脚下，对面的防守员正昏昏欲睡，只要临门一脚就可以大功告成，但你却还要问一下对方：“您觉得可以吗？”于是别人醒过来了开始思考可不可以。

因此，一个优秀的导购员一定要避免这种现象的发生，在感觉和顾客谈得差不多的时候，要主动要求成交，如“您看明天给您送货过去还是后天送过去方便呢？”、“这是订货单，您再核实一下”、“一共一万五，您是先交定金还是交全款呢？”，这样，在前面沟通的基础上，加上求婚式的临门一脚，出于前面的销售认同和顾全面子的心理，有很多谈得较好的顾客基本会达成交易。

陶瓷销售工作报告篇十

一、 积极学习产品知识，熟练掌握销售技巧，加强二网销售人员的培训和沟通。

二、 做好二网和总部各部门的协调工作，维系二网经销商与总部的关系，达到长期合作、互惠共赢的目的。

三、 根据厂家政策及公司政策调整，及时出台具有可操作性的相关政策，通知并监督各二级网点实施；定期对各二级网点巡回检查，检查其执行协议情况、执行销售政策情况及日常业务开展情况。

四、 帮助二级网点做好广告宣传工作，组织以乡镇为主的巡展，定展。

五、 积极开拓市场，走访政府采购单位及大型企事业单位。

经过分析，宝骏630车型和价位非常适合菏泽市的出租车运输行业□20xx年，应该列为重点攻关对象。设想一下，如果菏泽大街小巷行驶的出租车是宝骏汽车的话，对品牌影响力和市场竞争力将会是多么大的提升。这样也可以为公司节省一大部分广告宣传费用。

六、 为了扩大销售渠道，增强品牌店市场渗透力，拓展辐射区域，公司应该在空白县区内增开二级网点数量。寻找较有销售能力和具有一定经济实力的二级经销商作为合作伙伴。

我相信，在上汽通用五菱的品牌影响下，在公司领导的大力支持下，加上所有宝骏汽车菏泽正鑫4s店各部门员工的努力，宝骏汽车可以很快的打开菏泽市场。争取本年度二级网点的销售量达到总销售额的40%。