

最新车位销售工作汇报(通用5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

车位销售工作汇报篇一

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右,但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段,品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及xx年度的产品线,公司xx年度销售目标完全有可能实现.20xx年中国空调品牌约有400个,到20xx年下降到140个左右,年均淘汰率32%.

到20xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下,中国空调市场活跃的品牌不足50个,淘汰率达60%[]20xx年度lg受到美国指责倾销;科龙遇到财务问题,市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响,市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响,市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但xx市场基础比较薄弱,团队还比较年轻,品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

根据以上情况在xx年度计划主抓六项工作:

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务,月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店,完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上,提高销售业绩。主要手段是:提高团队素质,加强团队管理,开展各种促销活动,制

定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况定期进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年至xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

根据公司的06年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。(特殊情况再适时调整)

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在06年04月—8月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

车位销售工作汇报篇二

- 1、年初拟定《年度销售总体计划》；
- 2、年终拟定《年度销售总结》；
- 3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》；
- 4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》；

1、技术交流：

(2) 参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会；

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务、挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩！

车位销售工作汇报篇三

- 1、客户维护：回访不及时，沟通方法太单调，软性口碑无动力不能及客户所需。
- 2、客户开发：一贯打价格牌，没能体现出公司的综合优势。

3、市场动向：信息搜集不够，影响与客户的沟通。

4、竞争对手：根据各自的优势和资源都在调整市场策略紧跟我们。

5、客户类别分析：学会抓大放小用好二八法则，一切从细节抓起。

1、五月份起“粤强酒业有限公司”将正式启用，我公司所有对外文件或单据都将印有“粤强酒业有限公司”各部门的相对印章。

2、进出库商品要有详细的明细台帐和管理制度，特殊产品设立最低库存量。

3、细化出货流程，确保商品的出货质量。

4、建立客户花名册，以月份为单位设立客户的销售曲线示意图等。

本月回款比前期有不良现象出现，如：金鸿商行和宏州酒业，一定要杜绝此现象再次发生，以现款合作为主，特殊客户确定好时间应及时收款，每月底外欠款不得高于五万元。

1、市场开发：(1)展示与我公司合作的优势。(2)阐述公司的经营理念。(3)解读公司的发展战略。

2、维护客户：(1)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。(2)在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道获得更多客户信息和市场行业信息。

3、加强学习，提高自己的管理水平端正自己的被管理意识。

(1)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，把做业务与交流技能相结合。

4、红酒略。

1、每月要增加两个新客户，还要有三个潜在客户。

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。

车位销售工作汇报篇四

1、年销售目标

1)：作业本年销售目标300万元/年。以每年10%-20%的销售额递增。

2、销售方向

1、本地市场，以延安市为根基，向周边县级市场拓展业务

1)：延安市区各批发市场发展经销商，每个批发市场必须发展一名以上经销商(长青路批发市场除外)其他市场尽量全面发展客户。

2)：延安市区及郊区的文化用品零售店展开地毯式拓展。公司许配合零售文具店配货和配送。

3)：延安市区及郊区各学校以及学校内商店也需大力发展，潜力较大。

4)：延安地区每个县城的批发门市须努力开发，若县城批发门市无法做到客户资源意向可开发零售商，必须达到每个县城都多少有蓝辉印务有限公司的产品，或了解蓝辉印务有限公司的产品。

2、外地市场

1): 陕西省周围各省一级批发市场全力以赴发展代理商或经销商, 暂时包括以下地区: 西安、郑州、洛阳、太原、呼和浩特、银川、兰州、西宁、成都、重庆。

2): 每个省一级批发市场至少发展一名代理商或2-3名经销商, 暂且根据市场客户的实力、信誉, 对本产品的认识积极性等以及一些客观性情况而定。

3): 如果各省的一级批发市场, 暂时很难做到市场的投入或投入后效果不明显, 可以在其省内二级(地市级)批发市场发展经销商, 使二级市场成熟之后包围一级市场, 但二级市场至少做2-3家经销商, 从而达到我们的销售目的, 完成销售目标。

1) 关系维护

为与客户加强信息交流, 增进感情, 对一级客户每两月拜访一次; 对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间。

2) 售后协调

目前情况下, 我公司应以: “卖产品不如卖服务”, 在下一步工作中, 我们要增强责任感, 不断强化优质服务。用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务, 从稳固市场、长远合作的角度, 我们务必强化为客户负责的意识, 把握每一次与客户接触的机会, 提供热情详细周到的售后服务, 给公司增加一个制胜的筹码。

1、定价原则

1): 拉大批零差价, 调动代理积极性;

- 2): 结合批量，鼓励大量多批；
- 3): 以成本为基础，以同类产品价格为参考，使价格具有竞争力；
- 4): 顺应市场变化，及时灵活调整。

2、目的

- 1): 树立蓝辉印务有限公司的产品标准形象，扩大其影响；
- 2): 作为奖励代理的一种方式，刺激代理商的积极性。

开拓市场，争取客源

销售部将配合公司整体新的销售体制，制定完善市场销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高销售代表的工资待遇，激发、调动销售人员的积极性。销售人员实行工作日记志。以月度销售任务完成情况及工作日记志综合考核销售人员。督促销售人员，通过各种方式争取团体和零散客户，稳定老客户，开展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

与公司其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与公司其他部门密切联系，互相配合，充分发挥公司的整体销售活力，创造最佳效益。加强有关宣传，充分利用多种广告形式推荐公司产品，宣传公司，努力提高公司知名度。

以上几点请各位领导多提建议与意见，为了公司的宏伟蓝图，齐心协力，共同进步，使公司走向辉煌的明天，挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩。

车位销售工作汇报篇五

作为一名服装销售我深感到责任的重大，多年来的工作经验，让我明白了这样一个道理：对于一个经济效益好的零售店来说，一是要有一个专业的管理者；二是要有良好的专业知识做后盾；三是要有一套良好的管理制度。用心去观察，用心去与顾客交流，你就可以做好。

具体归纳为以下几点：

- 1、认真贯彻公司的经营方针，同时将公司的经营策略正确并及时的传达给每个员工，起好承上启下的桥梁作用。
- 2、做好员工的思想工作，团结好店内员工，充分调动和发挥员工的积极性，了解每一位员工的优点所在，并发挥其特长，做到量才适用。增强本店的凝聚力，使之成为一个团结的集体。
- 3、通过各种渠道了解同业信息，了解顾客的购物心理，做到知己知彼，心中有数，有的放矢，使我们的工作更具针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。
- 4、以身作则，做员工的表帅。不断的向员工灌输企业文化，教育员工有全局意识，做事情要从公司整体利益出发。
- 5、靠周到而细致的服务去吸引顾客。发挥所有员工的主动性和创作性，使员工从被动的“让我干”到积极的“我要干”。为了给顾客创造一个良好的购物环境，为公司创作更多的销售业绩，带领员工在以下几方面做好本职工作。

首先，做好每天的清洁工作，为顾客营造一个舒心的购物环境；其次，积极主动的为顾客服务，尽可能的满足消费者需求；要不断强化服务意识，并以发自内心的微笑和礼貌的文明用语，使顾客满意的离开本店。

6、处理好部门间的合作、上下级之间的工作协作，少一些牢骚，多一些热情，客观的'去看待工作中的问题，并以积极的态度去解决。

现在，门店的管理正在逐步走向数据化、科学化，管理手段的提升，对店长提出了新的工作要求，熟练的业务将帮助我们实现各项营运指标。新的一年开始了，成绩只能代表过去。我将以更精湛熟练的业务治理好我们华东店。

1、加强日常管理，特别是抓好基础工作的管理；

2、对内加大员工的培训力度，全面提高员工的整体素质；

3、树立对公司高度忠诚，爱岗敬业，顾全大局，一切为公司着想，为公司全面提升经济效益增砖添瓦。

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。

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。

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。追求产品利润的合理分配原则，是不变的法则。企业不是福利院，所以为企业创造价值化，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。