

# 保健品业务员工作总结(优秀6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？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。

## 保健品业务员工作总结篇一

时光转瞬即逝，不知不觉地到了下半年。但是我依然清晰的记得，当\_\_产品刚刚打入\_\_市场，要让\_\_在\_\_扎根落脚，经历了多么艰辛的过程。压力空前的大，要克服很多问题，需要付出比以往更多的劳动。公司安排我在\_\_最大的\_\_超市，面对激烈的挑战，我有些彷徨，自己是否有能力挑起这幅重担？看到\_\_产品包装新颖，品种齐全等特点，心想既来之则安之。放下包袱，一心投入工作中，尽自己所能完成公司所交给的任务。就这样拼搏完成了一个月，又接着挑战新的一个月。半年后，看到越来越多的顾客认可了\_\_，使我特别开心。让我看到了\_\_会有很好的发展前景，使我对未来有了更大的目标。

化妆品，一般女性使用的比较多，所以从整体来说更多的要考虑的是女性的心理。比如说祛斑的、祛痘的、去妊娠纹的、去皱的，还有祛疤痕的。当然还有一些美白的、精致毛孔的等等。所以我只要找准了客户的产品需求，这个销售就是真正的开始了。首先，我一直学着说话要温和、委婉一些。因为女性比较细腻，所以从语言上要亲切些，切不可生硬，如果不够温和的话很容易产生傲慢等感觉。在这个互联网信息技术普及的时代，我还通过网上来寻找目标客户，很多的客户是通过相关的关键词来的，比如祛斑用什么好、妊娠纹怎么去除等等。通过这些关键词就能大概猜到客户的一些信息，比如年龄以及购买意向，妊娠纹都是生育过的人才有的，年

龄也是大概可以猜到了。其次是购买意向，通过妊娠纹和妊娠纹怎么去除这两个关键词的话，我想后者购买的意向较大些。

在与客户交流的过程中我一直很主动的引导客户，因为客户来看我的产品，首先是不了解的，当然我也是不了解客户的相关信息的，只有主动的去问，才能够拉近关系，比如询问客户的年龄多大呢？用化妆品多长时间了？之前有没有使用其他品牌的产品呢等等，尽可用些语气词。化妆品销售工作总结然后根据客户的信息分析，为什么使用其他的产品无效或者效果不大等等。然后开始介绍自己的产品有哪些优势。效果怎么样等等。在与客户交流到现在销售已经进行了一半了。很多客户是不会立马就订购的，都会考虑一下。这个时候不能放松，因为说明还是有强大的购买意向的，不然的话客户聊到这个时候肯定就关聊天框走人了。这个时候要进行的是心理攻势。说说使用产品之后的效果和—些客户的评价，再者说说自己的产品的售后服务。售后服务是很多人关注的。

每天要和顾客、商场人员、其他品牌的人打交道，如果没有—定的表演天份，想卖好产品是会有些难度。表演能力、交际能力强的人总能左右逢源，使困难迎刃而解。人都喜欢和积极主动热情大方的人打交道，你的热情和积极总能感染着周围的人群或顾客，得到意想不到的收获。

要推销出自己产品首先要懂得自己的产品，以及竞争品牌的产品，产品的优劣势，产品的技术含量，产品生产流程，产品的独特卖点，懂得越多，越容易使顾客信服。

要把郁闷的推介工作变成—种乐趣，变成发自内心的一—种快乐的销售行为怀着感恩、愉快的心情去经营你的顾客。我们不要因为顾客的责难，而迁怒顾客，对顾客不礼貌，影响品牌的形象。要时刻记住：好心好意好心情也是促销力。

在实际生活中，—个优秀的销售是综合运用这些“卖点”的，

抓住顾客心理看中的需要,再重点突出在某方面的介绍。好的销售不仅自己为自己建立了品牌,而且更为企业的品牌和形象宣传扩大了影响。

我们要有一个明细的帐目,让商场知道你销售的东西不仅没亏,而总利润还增加了。作为一个销售要清楚产品的销售额,为卖场创造的利润,促销活动的投资额、利润点、效果,以及别的品牌具体销售状况、利润,活动成本,来分析我品牌在该商场的优劣状况,帮助业务员做好在该商场的销售、回款、谈判工作。

销售是卖场工作的第一责任人,直接和卖场管理者、顾客、竞品打交道,是信息来源切入口。我们在日常工作中所收集的市场信息,是企业掌握市场发展变化的最佳资料。

要想到人总是对事物或他人的第一印象比较深刻,所以你的展位、产品形象要设法摆设得让顾客一见钟情,过目不忘。我们在日常终端维护工作中最好能用5s管理方法要求自己。

在上半年的工作中我发现自己也有不少缺点,如耐心不够,在以后的工作中,不断学习,取长补短,做出更好的成绩。

## **保健品业务员工作总结篇二**

卖化妆品六年多了,学习别人经验精髓的同时,自己也在不断总结经验,改进不足。我觉得只要用心的做好了每天必做的工作,我们就不愁没生意的。那么每天必须做的工作是什么呢?我大概的总结了以下几点。

要让它每天给顾客干净整洁得体吸引的感觉,从它的前面路过就不想错过的感觉;具体的工作是、开门的第一件事是先站在店铺的外面仔细观察一下整体的感觉和卫生,包括门两侧和门玻璃,自己如果看着舒服了,顾客才会舒服。

展示品和货柜决不能有灰尘，地板要光洁。具体的工作就是每天坚持仔细搞好清洁卫生，让顾客从哪个角度看展示品都有舒心的感觉。擦好地面，给顾客整体的整洁感。

这样会不知觉的提高了产品的档次，还会让顾客一目了然。具体的工作是每天调换产品间的位置和颜色的搭配，品系的搭配。

因为好的形象妆容销售的过程中更有说服力。尤其是漂亮的彩妆更能助彩妆品的销售。具体的工作是大家精致妆容，相互检查仪表妆容。

没有什么人会拒绝你的热情的，即使她们今天不买，因为你很热情，很专业，相信有一天她还再来。具体的工作是微笑服务每一位顾客，用最专业的知识去讲解销售，给顾客宾至如归的感觉。

坚持每天都办新会员，每天都回店老顾客。具体工作是、每天的新顾客都要仔细记录联系电话，年龄肤质和工作行业以便搞大型活动时准确通知，准确再次销售。每天联系几位老顾客，约她们回店派发新品试用装以便再次销售。

那样有助于我们更好的完善店面。具体工作是、每天顾客的意见和建议要分类记录清楚，那是我们最宝贵的改进方案，而且还会给顾客很重视她的感觉。

具体的工作是、向更多的顾客去销售产品，和向每个顾客销售更多的产品，积少成多。这点是提高销售的两种方法，如果你细心耐心的做了，顾客会感觉得到很细心周到的服务了。

具体的工作是、清点账目上一天的销售品系，销售区所缺的就能及时补全，以方便第二天的销售工作正常顺利。

暂时就总结这些一天应做的正常工作，觉得还有很多不足，

等待学习进步在更进。用心去做每件事，去工作，就会成功的。

## 保健品业务员工作总结篇三

在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，\_市场完成销售额157万元，完成年计划300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%；低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点；中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点；高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

### 2、市场管理、市场维护

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

### 3、市场开发情况

上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的\_购物广场，所上产品为52°系列的全部产品；2家酒店是分别是\_酒店和\_酒店，其中\_酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，\_酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

#### 4、品牌宣传、推广

为了提高消费者对“\_酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

#### 5、销售数据管理

根据公司年初的'统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对20\_年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。

### 保健品业务员工作总结篇四

经过大家的共同努力后，咱们店面在20\_\_年的销售业绩算是得到了不小的增长，相比上一年的营业额，20\_\_年可谓是爆发的一年，所以这值得大家好好地庆祝一番，我们之所以能取得这么大的进步除了我们自身的努力外，和领导们的正确带领也有着诸多的关系，因为我们在年初的时候就已经确立好了今年的销售目标，也制定了一系列的计划。现在我就对这一年的销售工作进行一个简短的总结。

销售工作其实是越来越难做了，因为现在店里的客流量其实并不多，平日里基本上看不到批量的客人来支持我们的工作，唯有在节假日里面才会稍微好一点，所以即便我们想要提高自己的业绩，也不是一件容易的事情，既然现在的实际情况就是这样，我们也没有太多的办法去改变消费者们的习惯，毕竟不少的人都已经习惯了在网上购物，这给我们的销售工作带来了十分大的冲击，所以我要做的事情就是抓紧目前的

机会，抓牢每一个在店里面推销的机会。这一年，咱们店为了能多吸引一些顾客，举办了不少的促销活动，例如满多少多少钱减多少啊，这些方法有效的提升了店里的客流量，所以我也没有浪费这些机会，我把自己的状态调整到了较好的水平，然后争取让每一位我接待的顾客感受到我的热情，然后我再通过细致的讲解以及为客人们亲自试妆，这样的方法有效的提升了我的销售业绩。

回首一年的工作，我发现自己虽然在业绩这方面有了提升，但是我依然觉得自己在很多方面做得还不够到位，例如自己还不够耐心，口才这方面也不算优秀，所以很多时候我都没能促成最后的一步，这也令我一直都在反思自己到底该怎样做才能取得长久的进步呢。后来，我发现虚心学习销售知识才能让我的个人能力得到快速的提升，别看我已经工作了几年了，但是我对销售工作的知识还是比较匮乏的，毕竟想当好一名销售实在是需要太多的技巧了，无论是心理上还是行为上都需要长久的磨练才能达到收放自如的水平。

最后，我要先祝大家在20\_\_年里能取得更多的成就，我也会多多了解和化妆品有关的知识，争取为更多的顾客提供更好的服务，并早日成为一名优秀的销售人员！

## 保健品业务员工作总结篇五

即将过去，在这一年的时间中在公司和部门领导的带领下，在同事们的帮助和支持下，同时通过自己努力的工作，也有了一些收获，临近年终，有必要对自己的工作做一个总结，目的在于总结经验，提高自己，以至于进一步做好来年的各项工作。

中国烟草是一个实行专卖制度和“统一领导，垂直管理，专卖专营”体制的特殊行业，多年来为国家做出了突出的贡献，但目前的形势也不容乐观，一是国内买方市场全面形成，消费者对产品的选择居于主要地位，所要解决的矛盾主要是有

效需求的问题；二是在入世以后，国内市场国际化日趋显现，中国的市场将逐步对外开放，烟草行业将最终要面临跨国企业的竞争；三是控烟运动在不断推进，烟草的发展将受到进一步的制约等问题。我们在看到行业蓬勃发展的同时，也要居安思危。

从营销的角度来讲，烟草行业由传统商业向现代流通的转变主要体现在行业自身定位的转变，即由“坐商”向“行商”的转变。卷烟产品是一个特殊的产品，感觉和文化色彩高于理性的辨识，产品本身就是对消费者的服务，这就需要把服务意识贯穿于市场营销的全过程，把服务作为产品本身的重要内容，把服务营销和客户关系管理作为产品增值的重要手段。

### （一）对烟草营销工作的感悟

一要不断创新工作方法。管理大师德鲁克在《管理：任务、责任和实践》一书中指出，企业的两项基本职能就是：市场销售和创新。创新意识虽然是贯穿企业的各个环节和各个部门，但在营销体系中更显得直观重要。创新是企业繁荣与振兴的致胜法宝。

任何一个企业，没有不断的永续创新，企业就不能发展和生存，甚至走向倒闭的危险境地。所以，一个优秀的烟草企业营销工作者，必须具备的是极具活力的创新精神，热爱自己企业如生命的神圣责任感，在实际工作中脚踏实地，一步一个脚印的开拓烟草营销工作，创新性地去研究营销方法，只有自己研究出的方法才能铭刻于心，才能使自己对烟草营销工作有更深入的认识，才能为企业占领市场和提高经济效益作出更大的贡献。

二要善于剖析与总结。在实际工作中，烟草营销人员常年活跃在访销一线，面对千差万别，形形色色的广大业户和广大消费者，由于烟草行业的营销人员的素质高低不同，工作效



果各有千秋，难免出现这样或那样的偏差，所以，一名优秀的烟草营销人员，必须善于剖析与总结，吸取成功的经验与教训，坚定信心，认清形势，科学判断，不断总结，不断提高，使自己成为烟草行业的市场营销行家里手。

三要善于观察和汲取经验。一个人的知识和水平是有限的，光靠自己是不够的，要想真正搞好烟草营销工作，烟草营销人员就应该用一定的时间专心研究各类营销高手的创新性工作方法，详细观察业界动态，竭力打造学习型烟草营销人员。古为今用，洋为中用这句话至今仍然具有极大的真理性，尤其是对烟草营销人员来讲，要善于汲取经验，提高自己的理性思维，不断把烟草营销工作推向新的台阶。

烟草营销人员是烟草行业光荣的一员，时代赋予了其神圣的责任，忠诚是每一个烟草人所不可或缺的必备素质，忠诚地为企业服务是其第一行为准则，所以，必须全力以赴地、限度地维护国家利益、广大业户和消费者利益，践行“两个利益至上”的原则，限度地发挥烟草营销人员的积极性。

## （二）当前国内卷烟营销现状及趋势分析

中国烟草行业卷烟营销，已经经历了20多年的发展。经营模式从早期的大量坐销批发、少量门市批发到访销配送、访送分离，再到电话订货、电子结算等。经过历次变迁，中国卷烟营销模式已逐步向科学、有效、合理、可控的方向发展和完善，并正在由以“我”为中心向以客户为中心转变。

1994年，全国开始农村卷烟零售网络的建设，1997年，全国城市卷烟零售网络建设拉开帷幕。到目前为止，全国的卷烟流通，已形成以省级烟草专卖局（公司）为管理主体，州市级烟草专卖局（公司）为经营主体的格局。全国各地市级烟草公司已基本完成了470多万个卷烟零售户的网络建设。电话订货、电子结算的经营方式，已涵盖所有的城市卷烟零售户，以及农村部分卷烟零售户。

随着经营模式的转变，对卷烟经营客户的定位也随之转变。在此前，无论是工业企业，还是商业企业，都仅仅是把客户当作销售的对象，随后又上升为服务的对象。随着行业形势的变化，客户作为工商企业赖以生存和发展的资源，受到重视的程度越来越高。从国家局连续出台的几项政策中，可以看出对营销终端的重视。

如：“两个利益至上”的原则，由于烟草行业的特殊性，国家烟草专卖局提出国家利益和消费者利益是烟草工作的出发点和归宿点，国家利益最终要通过消费者利益的满足才能实现，离开了消费者的利益，国家利益不可能变成现实；“三个满意”，工业企业在经营运行中，要以消费者为中心，以烟草公司、卷烟零售户为纽带。烟草公司、卷烟零售户和消费者满意是卷烟销售工作的目标和方向。

工商职责划分全国烟草实施了又一次重大改革：工商分离，工业主要负责卷烟的生产，商业负责卷烟的流通。这为中国烟草大企业、大品牌、大市场的形成奠定了基础。建立以州市级烟草公司为经营主体的卷烟流通模式。

### （三）控烟公约生效对烟草营销产生重大影响

随着消费者健康意识不断提高，反吸烟浪潮逐渐高涨，西方发达国家吸烟人口呈下降之势。随着《烟草控制框架公约》的生效和中国批准加入《公约》，卷烟的广告宣传等将受到严格的法律限制。《公约》中明确要求烟盒包装上扩大健康警语面积，卷烟包装需要进行新的设计，以符合《公约》规定。其次，《公约》对烟草广告和促销进行了严格的限制。烟草广告和促销途径越来越少，推广产品的途径受到限制。

当前，我们要认清形势，努力做到以客户为中心，以市场为导向，在烟草专卖专营的体制之下，积极探索卓有成效的市场营销道路。通过深入细致的市场调查和研究分析进行市场细分，一方面结合自身的优势；另一方面加强与零售商的合

作，科学而合理地利用专卖专营，保证商业渠道的通畅及其功能的发挥。大力加强营销培训，改变我们的思想观念，丰富我们的营销知识，提高我们的营销技能，使我们能更加清醒地认识到当前卷烟销售的形势和市场营销工作的重要性。

#### （四）加强对零售终端的控制与培训

零售终端直接接触消费者，零售户在卷烟的销售中具有举足轻重的作用。大型消费品厂家几乎无一例外地将竞争触角延伸到了零售终端。尽管烟草销售渠道的性制约了卷烟企业对零售终端的直接影响力，但是所有大的卷烟企业都在积极服务零售终端，影响零售终端，利用零售终端。所以，通过一定形式和渠道，对零售终端进行培训，在帮助他们认识企业，认知品牌的同时，使其掌握的商业零售知识，以建立长期互信的伙伴关系。

在烟草营销领域，深度营销指的就是关注终端，让消费者从零售终端接触产品，认知；并接受品牌。所以，零售终端是传递品牌文化的主阵地。对终端进行一定形式的培训和交流，是当前卷烟营销的重要内容。

市场的稳定和发展必须有高质量、高效率的营销体系的支持。营销体系中最核心的三大功能是跟踪调控、品牌推广和交流服务。对内培训应始终贯穿于这三大功能之中。

培训就是要调动员工的积极性、挖掘出员工的潜力。有两个因素使员工能够做好工作：技巧和态度。通过培训，员工得到技巧，通过激励，员工可以建立他去做好工作的意愿。营销人员的基本目标是推销产品，建立商誉和良好的客户关系，维持高效率的工作。

市场营销是一项复杂的系统工程。它涉及到的因素和内容很多。如何让我们的营销队伍和人员更加全面系统地掌握营销理论知识，丰富他们的营销技巧，有利于更好地开展工作。

团队精神的构建是市场营销活动的重要内容，要取得更大的市场和广泛的品牌传播，需要互相帮助、互相支持、互相关心、团结、向上，加强群体意识和协作能力。可以说营销活动中的每一件事都必须认真对待，并加以贯彻、落实。

市场营销活动很复杂，受环境因素的影响很大。环境一旦发生变化，就必须及时调整和改变营销策略，甚至重新制定营销战略。故而，必须对国家的经济政策、行业政策和行业发展趋势作系统的了解。关注终端、抓住终端、谁能与终端形成良好、互信的合作关系，谁就能通过终端，把握复杂的动态市场。对外培训，就是为了直接向终端传递品牌的优势和价值理念，有利于消费市场的培育及消费文化的普及。

## 保健品业务员工作总结篇六

截止到x年12月31日，店专柜实现销售额，于x年同期相比，上升(下降)x%□本柜台共计促销次，完成促销任务达%。

### (一)新会员拓展

截止到x年12月31日，本专柜新发展会员人。与x年相比，递增了x%□

### (二)老会员和散客的维护

本专柜严格执行公司会员制度，耐心、细心、热诚的和会员交流，更加增强了老会员对品牌的忠实度和的情感。老会员的返店率达到%。在散客方面，本柜台柜员同样是本着热忱服务、顾客至上的宗旨，以可能提高回头率。

面对欧莱雅、雅诗兰黛、宝洁等对手，本柜台在注重本产品的优雅、高贵、经典的品牌形象的基础上，突出个性化、优质服务优势。使我们品牌在市场的竞争占有率大幅度提高。如面膜(占有情况)，洗面奶(占有情况)，由于本人不了解具

体市场，自己稍加分析即可。大概对比下咱们产品的优势和不足。

本专柜严格遵守公司柜台管理细则。在人员管理方面，本站严格注意公司形象，热诚、耐心的为顾客服务。在库存管理方面，严格短缺货登记、库存登记，认真做好盘点工作。货品的管理、注意干燥清洁、防火防潮，并做好货物的清洁。(可结合公司管理细则添加)。

在三个月前，我怀揣着对青春的追梦来到x公司，最先熟悉的是x姐，那时我还是一个督导。她为人随和体贴，就像我们工作和生活上的良师益友，工作不到一个月她没做了。接着熟悉了x总，一开始、我很怕和x总碰面交谈，可时间长了，感觉他很亲切，很有随和。他爱他的员工，爱他的事业，他愿意帮他的员工承担压力，是由于在我的概念中老总都是很严厉很自以了不起的人。可时间长了、他不是我以前上班的那些公司看到的很严厉自以了不起的领导。在他的强力重视中，我成为了一业务员，在他的领导下，我会学到很多的实战经验和快速完成公司分配工作的技巧，这些经验在以后的工作和生活中都很受用。在三个月里，我感谢这两位领导的支持和庇护。

记得四月份，我在x卖场做补水站活动。那时卖场只有一个促销员，当然x总也从公司安排了一个人过来帮忙。这是我进公司中第一次担任补水站活动，紧张中有点害怕。紧张是由于这是我进公司来第一次接到的重任，害怕是由于没做到的成绩回到公司怕被批评。在这几天紧张和害怕的日子中我感到了快乐，应为每当我给自己的产品推出往后感到特别的欣慰和自豪。由于我自以为那几天的销售还算是很满足的。

做完了x卖场的补水站活动又紧接着来到x店做活动，至于x店是个什么样销售的卖场我想领导自己心里是有底的。在x卖场做活动只有我和一名促销员主持，很欣慰的是几天的活动下

来在这样的卖场中销售能达到一万多。在我得知这个产品在这个卖场里还是第一次突破这个数字时，虽说在工作中的确是累不可言但我还是很兴奋。由于别人没做到的、我做到啦。

当然、有兴奋必有难过嘛。那是五一放长假，我也没被假期打乱方寸。我个人安排了在x店做起了店面小型活动，当然也只有一个促销员，我要求请了一个零促。零促只做三天接下来的两天里我和促销员两人主持，这个月来下来的销售虽说没有自以为这次会在会议上被领导表扬两句的，可让给我失忘了，这份工作让我懂得了很多平时我没有学到过的东西。我想说的是我在公司工作的日子里我学到了很多，明白了很多，也知道了自己的很多不足。但不管怎么样都已经过往了，我要在接下来的工作中完成公司的各项任务，让我与公司的间隙越来越小，默契越来越高，这是我首先应该做到的，其次我会紧跟公司领导的步伐一步一个脚印的、脚踏实地的工作，让工作失误争取为零。

而我本身又是公司的一员，在工作中也经历了很多，公司所有的同胞姐妹们都是非常棒的，他们每个人都是那么的优秀，每个人身上都有那么多的闪光点，每个人身上都有我需要学习的地方。他们将来一定是x公司的优秀，一定会创造了一个又一个的奇迹。做为他们的同事我很自豪，他们一直是让我布满了感动和学习的那群人。由于我们有着这么好的一个公司，有着这么好的一个和亲和蔼的领导，有着这么人性化的一个x总，我们公司一定会在未来的日子留下一个圆满的句号。

三个月的时光就这样匆匆而逝，在此我再次感谢公司里的领导和同事，感谢你们在这段时间的帮助，在今后的工作中，我将更加努力地工作，为公司尽自己的力！