

最新金色的鱼钩的教学反思不足(汇总6篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。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，我们一起来看一看吧。

销售会议内容篇一

20__年12月11日上午8:3—12:2分，在合肥中原糖酒公司办公室一楼会议室，营销经理赵戈主持召开了合肥市场销售商“春节大战“动员会，东区销售总监张总和安徽省办刘经理出席了本次会议。张总就目前存在的问题及下一步的运作思路与在座各位销售商进行了交流。现将会议内容纪要如下：

一、目前安徽在全国市场所处的位置及合肥市场在安徽省所处的位置

1、安徽目前在全国销售排名：从20__年6月26日至20__年12月1日的销售回款来看，目前安徽市场完成回款.29亿，在全国排名第十位，远远低于我们周边的江西、江苏、湖北、河南等市场。从同期增幅来看，同比增长24.54%，在全国排名31位，与增长第一的贵州新市场相差甚远，且位居全国成长型市场倒数第一名。

2、合肥在安徽省的位置：淮北市场目前同比增长65%，增幅位居全省第一名；巢湖市场同比增长44.6%，增幅位居全省第二名；安庆市场同比增长4.2%，增幅位居全省第三名；而作为全省龙头的省会合肥市场同比只增幅16%，增幅位居全省第七名，低于全省24.54%的平均增幅，更低于全国47.76%的平均增幅，合肥市场对全省保健酒的发展不仅没有作出贡献，反

而影响了发展的步伐。

3、我们的空间有多大：安徽目前gdp在全国排15位，略低于湖北、湖南市场，而安徽的人口均超过了湖北、湖南、江西市场，虽然人均gdp排在上述市场之后，但是销售额远远在周边市场之后，湖南的年度销售目标是安徽的两倍，湖北的销售目标是安徽的四倍，甚至gdp人口均不如安徽的江西市场的销售目标也达到了1个亿，而安徽市场只有.83亿，安徽市场的与周边市场的差距还很大，发展的空间也很大。

4、劲牌的地位：6年果露酒行业销售额是52.79亿，劲牌6年度销售额14.8亿，椰岛4.3亿，宁夏红1.1个亿，其他保健酒基本没有过亿的，劲牌目前在保健酒行业中是领导品牌。根据目前的销售态势，7经营年度达到18个亿的销售目标应该是没有问题的。

5、同级市场比较：大冶本年度销售目标是2277万，浙江本年度过1万的县级市场有七个，过8万的县级市场有十个，全省本年度将消灭1万县级分销市场，而合肥的分销市场到目前为止还下滑21%。

二、调整心态

根据赵经理的分析数据，除了四个分销市场以外，其余八大分销市场均处于下滑状态，与全国平均增幅47.76%差距甚远。没有对比就不知道差距，不能正视差距就不能缩小差距，有差距并不可怕，只要我们能调整心态、制订措施、默契配合、没有我们解决不了的问题。

心态调整方面要从五个方面实行转变：

1、从急功近利的投机心态向品牌运作的投资心态转变 急功近利心态体现在只求销量不求过程，只求压货不求动销，只重视批发市场不重视终端市场，即使重视了零售渠道又轻视

了餐饮终端;而品牌运作体现在循序渐进、持之以恒、小火慢炖、不急不燥，坚持到底、必定成功。

2、从临渊羡鱼到退而结网

我们的部分销售商是骑着马在找驴，是拿着金饭碗在讨米，总在羡慕隔壁经销商接了某某品牌赚了不少钱，而不珍惜劲牌为大家带来的发展机会，在此我们提出，只有珍惜机会，才能把握机会;只有认识劲牌，才能做好劲酒。

3、从出现问题后相互指责到互相反省转变

在要求对方之前先要求自己，出现问题后扪心自问先找自己的原因才是解决问题的根本。

4、从先得后舍到先舍后得转变

销售商的利润问题不是单件的利润太少，而是销售规模有限，导致销售商总认为经营劲酒利润很低，在酒类行业来讲，劲酒的单件利润是非常可观的，美中不足的是劲酒在合肥市场依然属于导入期，销售量还很低，导致客户的经营利润不高，客户得到的利润越是不高，反而导致客户不愿意把精力及资源放在劲酒上，越是客户的注意力不放在劲酒上，越发导致恶性循环，只要大家把劲牌当作是有发展希望的品牌，应该多花精力及金钱培育劲酒，这样劲酒的销量才会越来越大，客户的利润才会越来越高，市场才能良性循环。

5、从居功自傲到居安思危转变

骄傲使人退步，谦虚使人进步，忧愁患难才能激发我们前进的斗志，贪图享受将至人死亡，只有居安思危才能持续发展。

三、针对合肥市场现状的五点措施

1、渠道要系统运做

目前我们在餐饮的整体覆盖率只有64%，这是危险的信号，餐饮的动销功能是不可替代的，只有做好餐饮网络才能维护和巩固忠诚消费者，同时还能开发新的消费群体，反之我们的消费市场将会萎缩；不同的渠道具备不同的功能，只有系统运作才能发展整体效益。

2、各品种要组合操作

不同的产品在不同的渠道服务于不同的消费群体，各品种之间是弥补关系不是替代关系，低价位产品做市场渗透、中价产品做利润积累、高价产品做产品形象，目前大瓶中国劲酒的市场覆盖率只占3%，也是危险的信号，主导产品要突出，但不能过分突出。产品策略上要打组合拳，不能只靠一种产品单打独斗。

3、得乡镇市场者得天下

县级分销市场销售额要提升，最直接有效的办法就是开发乡镇市场，乡镇市场不仅有九亿的消费群体，且进入门槛低，不要进场费，也不要促销管理费，只要为终端客户提供服务就行，销售商要珍惜发展机会，要具备用时间换取生存权空间的危机意识，只有得乡镇终端者才能得天下。

4、价格是产品的生命线

目前合肥的价格达标率只有37.8%，零售终端的利润是没有保障的，且目前合肥还不具备足够的消费群体，价格的规范管理工作是非常重要的，众所周知一个没有人卖、且没有人买的品牌将离死不远了。在此要求大家将价格规范工作作为常规重点工作来对待。

5、高度重视“春节大战”营销活动的执行。

目前离春节只有57天的时间，在57天的时间里，日常销售与春节促销备货额占全年任务的4%，时间的紧迫不言而喻，要求各销售商与销售代表认真对待“春节大战”承诺书，各自履行职责、明确目标、措施到位、全力执行，确保“春节大战”取得圆满成功。

四、厂家与销售商的关系

厂家与销售商是合中有分、分中有合、分工不分家的关系。

分在：厂家侧重品牌建设；商家侧重网络建设。厂家侧重消费引导；商家侧重渠道推力。厂家侧重终端过程服务；商家侧重终端配送服务。

合在：为终端及消费者提供优质的产品和服务；共同开发与维护市场，不仅将销售量做大，更要将市场做持久；从分散资源到整合资源。

五、要从保姆制向辅销制转变

保姆制是过分依赖、互相推诿、单打独斗的行为。而辅销制是商家为主，厂家为辅，协助客户建立大而全的销售网络；协助客户培养一支具备战斗力的团队；共同摸索一套适合于当地市场的销售策略；协助商家从权力管理向目标管理转变，从人治向法治转变；协助销售商培育国内最具有竞争力的劲牌保健酒品牌。确保销量逐步提高，客户得到的利益相应提升，劲牌在销售商心目中的地位越来越高。

张总希望，只要我们从今天开始，珍惜发展机会，重视劲牌地位，正视相互差距，打开思维空间，保持居安思危，制订有效措施，确保行重于言，定能走出困境，实现持续发展。

销售会议内容篇二

4月6日下午，货运部在__大厦七楼召开了一季度销售工作例会。部领导、各单元主要负责人参加会议。会议由王主持。

首先，马总经理宣布了部分单元经理岗位的调整，并对货运部一季度的销售、运行工作进行了分析讲评。

一季度，在公司运力情况同比增长46.8%的情况下，货运收入并未明显提升，预计有大约16%的运力没有得到消化，任务完成情况不是很理想。其中山东区1-2月份任务完成率为86.88%，但销售指数明显高于外航。根据历史规律，2-4月份是山东市场最为低迷时期，5月份随着季节货的上涨，任务完成情况将会相对较好。

运行方面，一季度我们发生差错的的数量与去年同期基本相同，发生问题的原因主要集中反映在人员松懈，没有按照规章制度办事。今后部里将持续加强对全员的思想教育和作风整顿。

同时，马总在会上宣布下发了货运部20__年重点项目，确定了“货运载运率提升”等6个项目作为货运部20__年重点项目。为推进项目的实施，对该6个项目分别指定了项目组长及部门分管领导。

最后，王及各部门副总经理分别就各自分管的工作进行了小结，并对下一季度的工作作了详细的实施计划。

销售会议内容篇三

会议纪要记载和传达会议情况及其议定事项的书面材料，那么，下面是本站小编给大家整理收集的销售会议纪要模板，供大家阅读参考。

时 间□x年xx月xx日

地 点□x办公室

参加人员：全体销售部人员

主持人员：（销售副总）

会议记录：

本次销售会议由(销售副总)主持，会议用时共计约1个小时，现将会议讨论内容及主要事项整理如下：

一、为与公司财务、人事等部门工作更好的接轨，也为销售部日后工作分工更加规范合理，张总首先提出了对销售部人员档案归档整理与完善的要求。

二、由开始，各销售人员就xx月份工作内容一一做了详细总结，对于上月所参与的几次投标工作，分析了未中标原因，指出其中存在的问题，提出以下几点改进措施：1、关系要跟进 2、产品要熟知 3、信息要广泛 4、思想要灵活 5□xx月份开始要加大市场开发力度，利用公司新的资质获得销售大单子。6、加大和水泵厂合作力度。

在此基础上，各销售人员都制定了xx月份各自的详细工作计划，以期在xx月份的工作中有更好的提升。

四、制订部门内部召开早会制度。会上x总提议，网络营销部和工程营销部每天召开内部会议，时间控制在半小时以内，主要总结一下昨天工作、分析当天主要事务并制订明日工作计划，网络营销部与工程营销部每周召开两次碰头会，交流探讨工作进展，及时反馈市场信息与客户需求。销售部是一个整体团队，只是分工不同，大家应抱团合作，做到精心、精艺与精神。

为更好的促进与财务报审单据工作的配合，会上张总要求大家要及时、规范的填写单据、及时汇总提供给财务部门审核。

目前存在大问题：会上大家一致认为对公司自身产品知识了解缺乏，希望公司能做一次系统培训，使大家熟知公司产品，更好地促进与客户的沟通交流。

xx年销售工作会议纪要

i 背景

经过拓展市场，盛科公司生产规模扩大、产品质量提高、品牌产品逐步形成，公司知名度进一步得到提高，已经进入规模企业行列。在大好形势下，应进一步加强和提升销售工作。

ii 时间、地点、主持人

会议时间□xx年3月17日上午9时

会议地点：公司小会议室

主持人：莫加球

iii 与会者

iv 会议内容、要求

莫董事长在说明召开销售工作会议的重要性和必要性后，强调了四个方面的问题。

一、开拓市场必须主动出击

关于柳机产品市场份额，我们的思路是占全部产品的30%，但从目前的份额构成看，柳机占到50%，说明我们在市场开拓方

面仍需努力。

只依靠柳机是不行的，必须有自己的产品、自己的市场。目前许多同行停产，而我们没有停，还有许多新的产品在充实生产，说明我们已经意识到开拓市场的重要性，但从发展的角度看，市场开拓还要加强主动出击的积极性。

二、开拓市场的原则和方向

我们目前具有规模且较为稳定的市场是柳机和内特两家，这很不够，必须争取到8—10家才行。市场调查对公司发展很重要，必须做到吃着碗里，看着锅里，瞄着市场，这样才能保持长胜不衰。

今后努力的方向：

- 1、产品说明书市场还要拓展，除柳机以外，还要拓展柳汽等大企业。
- 2、恭城、柳城、融安的水果箱市场。
- 3、三江、罗城和市内的的食品包装市场。

三、切实抓好产品质量和服务质量

最近，机顶盒包装盒出了一点小问题，我们已经采取措施解决了，我们还要继续努力保证产品质量不出问题。在售后服务方面，要在抓好服务质量的同时还要消除过于保守的思想，要让客户知道我们的销售措施，要多渠道的采集信息，抓住市场机遇。

四、要注意的几个方面

- 1、必须养成与客户签订销售产品合同的习惯，即使客户一时有想法，也要做好解释、说服工作。销售合同中要标明价格、

运费、付款方式和双方约定的事项等。在执行合同中因运输、破损造成的价格、数量差额，必须书面报告董事长，在董事长审批后由财务执行办理。

2、切实抓好资金回笼，公司迁建项目已经动工，需要资金投入，货款回笼不及时，会间接影响工程施工。

3、库房管理还要进一步提升，最近从柳机要了一些物资进出的单据回来，可参照学习别人的先进管理方法。

4、销售人员人手不足，其他管理人员可协助，共同做好工作，今后做大了，销售可逐步向承包制过渡。

与会人员在听了莫董事长的工作指示后，就如何进一步做好销售工作及相关的管理工作提出了许多建设性的意见和建议，并对今后的工作充满了信心。

7月10日，公司召开销售工作会议，总结6月份，谋划下半年，部署7月份销售工作。会议由公司副总周亚林主持。公司董事长、总经理、党委书记王锡炳，常务副总向文霖，销售副总王卫华、李蒙，各片区经理、业务骨干，供销内勤、综合、财务、饮片等部门、实体人员参加会议。

会议首先学习了公司简讯《浅析王总“宁肯多走一步 不可原地踏步”理念的创新内涵》；通报了6月各片区业务员销售业绩；公司副总周亚林站在宏观角度，简要总结了6月销售工作，肯定了成绩，指出了不足，提出了下步要求。

王总在引导大家敞开思路、畅所欲言时说，各位十多天来为突击任务在一线奔波，很辛苦！今年销售部在市场定位、队伍建设、客户开发、网点建立等方面下了大功夫，确保了老市场基本巩固，新市场开始突破，取得了可喜的成绩，整体形势较好。成绩的取得，是大家努力工作、勤奋，发扬团结拼搏、挣扎竞争的企业精神的结果；同时也体现了我们的产品

有市场和竞争力。对此，大家要看到主流，增强发展信心。当前，我们的企业正处于“内引外联”的关键阶段。内引即引人才、资金、项目、战略投资者；外联即对外联合，走兼并重组扩张之路。通过内引外联，巩固拓展现有平台和延伸产业链，调整产品结构，转变发展方式，转换经营机制，加快企业改制上市进程。

为发挥典型引路作用，王总特别点名要应邀参会的饮片经营承包人周冬生第一个发言。发言中，周冬生向大家介绍了自己接手饮片半年多来的工作情况和经营思路。特别是围绕年度650万元的承包任务，不断调整经营思路的想法：从“定位高中低——发展市场网络”到“定位高中端——保护重点客户，发展大宗药材”；从“州内医院、药店一把抓，大小大小几百家”到“州内发展10家重点客户，逐步向四省边区发展”；从“单纯送货上门”到“不关送货还送技术服务”；从“不涉足大宗药材经营”到“精选几种地道药材推向制药厂家”……等等，给大家很大的鼓励和启发。

在王总的引导下，华南片区李勇、陈峰，华中片区田丰，西北片区梁金红，东北片区杨华，西南片区田东，销售部副总王卫华、李蒙等先后发言，汇报各自工作情况，总结工作成绩和经验，提出工作中存在的困难和问题，以及下步工作思路、目标和措施。

大家发言过程中，王总不时插话点评，或开导，或启发，或总结，或升华。总结点评时，“捡死鱼儿理论”、“过来公司哄得多，督得少”、“战略定位”、“规模上量”、“什么都可以卖”、“思维打开，放开搞”“之尊”等字眼、词句频频出现。就是以这样的问答式和开导式的交流沟通方式，不断将会议主题深化，潜移默化中逐步形成会议决议。

销售会议内容篇四

尊敬的各位领导、各位同仁以及各位同事：

大家下午好！

今天我能获得这一荣誉，心情非常的激动，首先我要感谢公司给予我了这个展示自我、实现价值的平台，没有公司领导的看重与栽培，就没有我今天的成绩。同时，我要感谢领导、同事以及_x项目的所有同仁们，获得今天的成绩，除了我个人的努力外，团队的协作才是创造营销佳绩的关键，在这里，值得我骄傲的是，我们拥有一个优秀的团队，在这个团队里有富有经验、具有先进管理水准领导，有互帮互助、兢兢业业做事的同事，他们都当得起这份荣誉，他们都是我学习的榜样。

同时，有物业部、财务部、工程部等同事对我们的帮助，我们的营销工作才能如此顺利的开展，感谢你们。

作为营销人员个体，要做出优秀的业绩，我认为有五个方面的要素：

一、是心态，一名优秀的销售员首先必须保持长久的热情和积极性，要有“不待扬鞭自奋蹄”的精神。

二、是学习，要加强学习房地产相关知识及最新的市场动态，使自己更加专业化，在面对客户的时候就能游刃有余，及时的了解我们楼盘的动态，才能加强客户的购买信心。

三、是服从，其实公司领导已经把完善的销售流程都制定出来了，我们把营销动作的每一步都做好，工作就已经做的很好了，比如说，按流程接待客户、认真做好客户信息登记、及时进行回访等等。

四是服务、用一个热情的心是对待每一个客户，不管售前、售中还是售后，以真诚的服务赢得客户的信赖，特别是我们楼盘，有很多老客户，热情的接待他们，他们回馈给你的不仅是口碑这么多，相信很多同事都有同感。

五是配合，同事间的互相配合，营销出紧张的营销氛围，是造成火爆销售的关键；这五个方面，并不难，也容易做到，关键是持之以恒，相信我们所有同事都能做到。

20__年我重新踏入房地产营销行业，慎之又慎的选择了__x项目，在这里我做出了成绩，并得到了成长，在年末之际，我可以对自己说，我做了多么正确的选择，20__年我要做出更好的成绩，来回报公司！

20__年已经过去了，回首我们过去，脑袋里浮现的都是我们团队一起的经历——10月的长沙军训、11月的外出上门拜访拓客、以及最近的超级繁忙工作的日子，有累过、有笑过，也有人哭过，我们都做出了成绩，我们是一个家庭，20__年，相信我们会再创佳绩！

在此我真诚地祝愿大家新年快乐，身体健康，合家幸福！谢谢大家！

销售会议内容篇五

i 背景

经过拓展市场，盛科公司生产规模扩大、产品质量提高、品牌产品逐步形成，公司知名度进一步得到提高，已经进入规模企业行列。在大好形势下，应进一步加强和提升销售工作。

ii 时间、地点、主持人

会议时间□xx年3月17日上午9时

会议地点：公司小会议室

主持人：莫加球

iii 与会者

iv 会议内容、要求

莫董事长在说明召开销售工作会议的重要性和必要性后，强调了四个方面的问题。

一、开拓市场必须主动出击

关于柳机产品市场份额，我们的思路是占全部产品的30%，但从目前的份额构成看，柳机占到50%，说明我们在市场开拓方面仍需努力。

只依靠柳机是不行的，必须有自己的产品、自己的市场。目前许多同行停产，而我们没有停，还有许多新的产品在充实生产，说明我们已经意识到开拓市场的重要性，但从发展的角度看，市场开拓还要加强主动出击的积极性。

二、开拓市场的原则和方向

我们目前具有规模且较为稳定的市场是柳机和内特两家，这很不够，必须争取到8—10家才行。市场调查对公司发展很重要，必须做到吃着碗里，看着锅里，瞄着市场，这样才能保持长胜不衰。

今后努力的方向：

1、产品说明书市场还要拓展，除柳机以外，还要拓展柳汽等大企业。

2、恭城、柳城、融安的水果箱市场。

3、三江、罗城和市内的食品包装市场。

三、切实抓好产品质量和服务质量

最近，机顶盒包装盒出了一点小问题，我们已经采取措施解决了，我们还要继续努力保证产品质量不出问题。在售后服务方面，要在抓好服务质量的同时还要消除过于保守的思想，要让客户知道我们的销售措施，要多渠道的采集信息，抓住市场机遇。

四、要注意的几个方面

1、必须养成与客户签订销售产品合同的习惯，即使客户一时有想法，也要做好解释、说服工作。销售合同中要标明价格、运费、付款方式和双方约定的事项等。在执行合同中因运输、破损造成的价格、数量差额，必须书面报告董事长，在董事长审批后由财务执行办理。

2、切实抓好资金回笼，公司迁建项目已经动工，需要资金投入，货款回笼不及时，会间接影响工程施工。

3、库房管理还要进一步提升，最近从柳机要了一些物资进出的单据回来，可参照学习别人的先进管理方法。

4、销售人员人手不足，其他管理人员可协助，共同做好工作，今后做大了，销售可逐步向承包制过渡。

与会人员听了莫董事长的工作指示后，就如何进一步做好销售工作及相关的管理工作提出了许多建设性的意见和建议，并对今后的工作充满了信心。