

# 2023年车商渠道工作总结(优质8篇)

总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况加以总结和概括的书面材料，它可以明确下一步的工作方向，少走弯路，少犯错误，提高工作效益，因此，让我们写一份总结吧。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 车商渠道工作总结篇一

本人从2011年毕业于电信工作至今，已经过了5年的分水岭。从刚开始在客户网络维护岗位转岗到前端，至今一直在渠道客户经理岗位上，我虚心向同事请教，从熟悉人员、熟悉商户、熟悉业务知识做起，使自己逐渐被员工和商户接受并认可，从而很快进入角色，担负起自己的责任，配合中心做好经营工作。

我认为，电信运营是一种服务性很强的行业，其产品主要是提供服务，以高质量的服务和水平赢得客户、为客户创造服务价值、为企业带来效益。现就自己工作简单小结如下：

### 一、工作总结

#### （一）、执行公司政策。

随着竞争对手不断进攻，公司政策也是全面更新，时时调整。作为渠道经理，必须在最短的时间里学习，吃透各种政策。同时将政策全部正确地传达，落实，跟进，反馈。

面对更新较快的政策，首先要站在更高的角度理解，不要怀疑，不能迟疑，更不能被动接受。制定工作计划，按天或按周管控进度，实时调整，务必保持目标一致性。并及时检查工作，总结经验，弥补不足，使得下一次工作做得更好。

## （二）、做好代理商支撑。

代理商的工作就是直接面向客户且为客户提供服务，他掌握政策的多少，深浅，服务态度的好坏直接影响了公司的形象。所以，做好代理商支撑，就是间接做好服务工作。和代理商建立恰当的合作关系，及时必要的沟通与打气，充分发挥代理商积极性，主动性。

政策沟通要正确、清楚、及时的做好代理商顾问工作事宜，及时处理代理商疑问、申诉、反馈和各种其它需求，做到不让代理商心存疑虑，故而间接影响业务发展。

## （三）内部协调沟通

作为渠道经理，对上要对领导负责、对公司负责，对下要对代理商负责、对客户负责。加强自身内部沟通协调能力，可以减少工作摩擦，提升工作效率，事半功倍。具体来说就是向经验丰富的同事常请教；向上级领导多汇报；跨部门间常协作，多交流；对合作商多指导，常监督。

## 二、以后的工作计划

工作缺不了学习。不论职位高低，不论经验多寡，都需要不断地学习，不断提升专业知识和自我素养。在今后的工作中，要虚心学习，结合自身实际多学习、多钻研。加强专业知识的学习，使自己精通业务知识，成为行家里手、业务内行；同时还要学习先进的经营管理经验，提高自身的思想、组织能力、协调能力和判断力，力求能够理论结合实际，适应时代的要求，不断提高自身素质。

## 车商渠道工作总结篇二

-----三年之内赶超移动不是梦

对社会渠道进行扁平化管理，减少批发环节，实行精细化营销，全面提升社会渠道营销能力和对公司的贡献，促进公司业务全面发展、提高公司的总体收入。

重组以来，我公司大客户的强势发展效果发挥的是淋漓尽致，然而社会渠道作为公司发展业务的骨干单位却没有发挥其应有的作用。如果把大客户比作一把倚天剑，那么就应该把社会渠道锻造成一把屠龙刀。

目前，市区社会渠道总数已达240家之多，如此规模之渠道队伍，其贡献率却远远低于其存在之价值。社会渠道管理存在粗放经营、管理混乱之状态。如今管理不到位，渠道营销提升能力下降等一系列问题摆在我们面前，我总结了一下大致有以下几个问题：

二、佣金发放不及时。当月佣金一般第二月15号以后能发的，一般拖到第三个月发，这对渠道来说很占资金。

三、网格管理混乱□a网格的渠道经理下面所管理的渠道能遍及全市，这样的现象随处可见。不得不说，这种现状是由粗放管理引起的。

四、开卡量大的渠道数量集中。市区渠道开卡量大的渠道就那几家批发渠道。他们吃透了公司的政策和激励办法，自然而然不用公司催，自己就主动开卡，主动下去批发。开卡量大的渠道集中直接导致公司要支付更多的佣金成本。

五、小渠道、死渠道、半死不活的渠道数量太多。这些渠道或者是只缴费不开卡，所卖的卡品也尽是从批发商手里拿。而当初我建议公司将中小渠道收编的的初衷是为了使我们的渠道遍地开花。没有想到为了渠道数量，却忽视了质量的提高。我们不仅要招来渠道，更重要的是要渠道发挥其应有的作用。

六、支撑部门人手太，少办公地点太多、太分散。市区240家渠道，只有饮马口三楼一个人收营业款，一个人负责领卡，而开卡分号处理投诉却在平原路分局后面平房，渠道中心却一个在二十二所小白象旁的社区服务站楼上，一个在平原路分局后面平房，还有一个在步行街卖场。分散管理直接导致服务质量严重下降。

七、对渠道的管理停留在忽左忽右的成面上。要么就是渠道销售能力提高了就以渠道为中心，一切为了渠道，任何事不经过大脑，渠道说什么就是什么；要么就是任务来了就找渠道去了，没有任务了就不理渠道了。

八、校园渠道处于半瘫痪状态。校园营销中心成立后就划给了集团客户部，把渠道托管给了销售部。目前校园渠道只有一名渠道经理，试想：那么多的渠道让一个人去管理，而一个人的精力是有限的，用有限的时间和精力来管理相对较大的市场，任何一个人都会心有余而力不足！针对此现象，我建议将校园及其周边渠道划转给集团客户部校园中心，校园中心增派渠道经理人手。

九、社区服务站的功能没有完全发挥。社区服务站作为各大分局的营业窗口在受理固话、宽带业务、后台支撑方面发挥了积极作用。如果把全区的社区服务站搞活了，那么其宣传效果和发展效果不可小觑。但是由于人员少，工作量大，再加上工作人员忽视对移网卡品的宣传，社区服务站的功能没有完全发挥，在此我建议公司从营业厅抽调人员增援社区服务站。

十、营业厅作为培养业务知识基地的功能没有发挥好。营业厅是公司对外的门面、招牌，营业员业务知识业务技能，以及对客户服务等综合素质都很高，可以把营业厅作为培养业务知识和业务技能的基地来使用，建议公司招聘一批毕业生先入营业厅培训，然后派往各个服务站和渠道管理岗位上，这样不仅可以为国家分担当前的大学生就业难问题，还可以

为公司培养一批后备人才。

王祖益总经理此次督办成立渠道管理中心时，他大概也看到了这些。对于社会渠道方面的问题，我重点提以下建议：

1、对市区渠道进行全面排查，重新确定网格经理内的渠道，做到渠道在其网格，每一个渠道对应一个网格，每一个网格对应一个渠道经理，渠道经理服务支撑到位，对应网格之渠道发展能力全面提升。

2、红旗、卫滨、卖场、校园各成立后台支撑中心，并且各中心管理部门和支撑中心要在同一个地方办公。增加渠道经理人数，将红旗、卫滨各划分为7个网格，每个网格配备3名渠道经理，卖场配备6名渠道经理，校园配备12名渠道经理。将各网格的发展、收入、增长等各项指标进行比较，渠道经理在竞争中发展，真正实现人尽其才、物尽其用，按劳分配、能者多劳、多劳者多得，提高渠道管理人员的素质的同时提高其收入。

3、对于社会渠道，尽量减少中间批卡环节。公司对准渠道实行一对一服务支撑，将公司政策、佣金、激励等对渠道逐一培训，将每个月的佣金明细告知渠道并对其挣钱来源深入分析，我们不仅要教会渠道怎么样卖卡、怎么样挣钱，全面提升其单店零售能力。对于渠道做到：跟联通合作保证让你能挣到钱，但是一切行动听公司指挥。鼓励所有中性渠道开自己的卡，而且多开卡。货卖堆山的道理务必使渠道老板人尽皆知，而必须让渠道老板明白：卖联通比卖移动挣钱，尽量做到主推联通，提高联通销量也就降低移动卡销量。要尽量避免渠道做批发，还要经常性地对渠道进行营销培训，整体提高渠道素质，形成联通渠道遍地开花、到处发芽的大好局面。

在公司领导的正确领导下，在全体联通人的共同努力下，借助倚天剑和屠龙刀，三年之内赶超移动绝对不是梦！时间仓

促、不足之处太多恳请各位领导各位同行批评指正。

提案人：赵春秋

## 车商渠道工作总结篇三

公众客户部

随着国内3g时代的发展，营销渠道越来越成为电信运营商的核心竞争力。早期的2g的营销渠道已经不能适应3g时代的要求，原有的营销模式无法适应当前市场的要求；为此 社会代理商是一个不可缺少，但有时候又让运营商感到头疼的渠道，因为进入全业务运营时代，越来越多的用户通过社会渠道接触电信业务和服务，可是良莠不齐的社会渠道往往给用户带来不好的感知和体验。对于电信运营商来说，如何在加大社会代理商比例的同时，又能确保其营销服务质是一个很重要的问题。

渠道生存

在初期的社会渠道拓展建设上，分三个阶段对社会渠道逐级建设。先扩大收费网点覆盖范围，解决用户缴费问题；再扩大移动用户规模，为社会渠道的发展奠定基础；最后通过创新渠道拓展模式，结合多种举措有效扶持，引入各级社会代理商。在以自有营业厅为主的城区发展核心区，利用中心营业厅的场地资源优势，通过佣金奖励制度及各类优惠政策，鼓励代理商辐射点级代理，实现代理商规模化入驻。在农村市场，一方面，引导城区有实力的代理商选择跨区域销售模式，入驻农村营业厅铺货销售；另一方面，充分发挥乡镇营业厅作用，将部分具备一定能力和营销经验的代理点转换为核心代理商，此外，与农村信用合作社（超市）联合发展，农村合作社可收缴话费、代办业务，分公司按照代理商佣金规则，给予奖励，结合短信告知余额活动，实现双赢。

## 终端引领

### 消费者购机入网过程

在2g时代，手机与运营商的卡号并未太大关联，我买的手机与我要办理的手机号是否匹配，也就是说并没有考虑网络制式的问题。但在3g时代，这种对应关系不得不作出改变。你必须同时考虑手机制式与运营商两个问题。模式为cdma手机---中国电信卡。

也就是说，在2g时代，用户买什么手机与运营商关系并不大；而在3g时代，则几乎成了一一对应关系。这对运营商来说，为了获得更多的用户，必须促使更多的用户购买符合我的网络制式的手机。于是，手机的重要性大大提高。

由于消费者购机入网的过程未发生多大的变化，而手机与卡号的对应关系发生了变化，使得运营商面对用户时的营销重心也将发生变化。

### 智能机的销售环节

在智能机未出现之前3g手机与2g手机对用户来说俨然没什么差别。但智能手机的出现，使得其特性昭然注目，独树一帜。由于应用才是智能机的核心，而面对数十万款应用，因为消费者对智能机的陌生，使得用户不知道该选择什么应用。

这就是说，一方面，杀手级的应用对于用户具有极强的吸引力，另一方面，用户喜欢应用软件却不知道哪些软件好玩，这就需要人来引导。成功的模式是运营商与手机零售渠道合作，在每个渠道增派一名销售人员，在用户购买手机后负责向用户推荐并安装好玩的应用。销售重心从销售套餐到销售手机有五种原因导致运营商不得不将销售重心从套餐转变到手机上来。

一是手机的差异性越来越明显，个性化程度和重要性却越来越大；二是消费者的购买决策过程决定了消费者先选择手机再选择运营商；三是手机制式与运营商的一一对应性；四是运营商套餐资费的差异性逐渐缩小，通信的价格越来越低；五是消费者对价格的敏感度越来越低。

## 合作重心转向与手机厂商的深度定制

至少有三种原因将促使运营商加强与手机厂商的深度定制。一是手机制式与运营商关联；二是运营商逐渐形成自己的增值业务，电信的天翼live、189邮箱、爱音乐等；三是行业应用的发展，使得具备行业特殊功能的手机也会成为细分市场。

## 渠道重心从营业厅转向社会渠道

目前的运营商渠道分成三种：自有营业厅、社会渠道、电子渠道，其中社会渠道又分为大卖场、连锁店、代理店、便利性渠道（报刊亭等）。三家运营商在渠道的结构上有所不同。移动的社会渠道最庞大，所以其终端销售能力、卡号销售能力最强。电信的社会渠道最弱，所以一逢节假日，业务受理量直线下降。

由于手机销售的重要性越来越高，使得社会渠道的重要性也随之提高。各大运营商都将拉拢大卖场与全国性连锁店，从而控制更多的销售能力。

## 营业厅的重心从业务受理到手机销售

目前运营商的营业厅主要以业务受理、客户服务、品牌宣传等为主，手机销售是其中一小部分内容。并且营业厅的装修风格以柜台式为主，缺少互动性。

重的扶持负担与培植精力，应注意三个方面的问题：一是在城区内先行扶持好一家的基础上，实现手机终端集中供应，



保障卖场的分销利润；二是以市场为导向，通过适度的营销政策扶持，维持卖场的市场热度和零售销量；设立手机终端售后服务专区，拓宽卖场的增收途径。针对社会渠道运营初期营销能力不足、生存压力较大的实际，电信企业应加大政策扶持力度，实行终端采购社会化降低进货成本、将终端零售利润让给社会渠道、对其销售终端给予话费补贴、佣金政策向品牌客户与中高端客户和3g无线宽带发展倾斜、设立定期到达一定业务量梯级奖励标准等办法，提高社会渠道的获利能力和幅度。

望领导给予审批

陈海东

2011年12月16日

## 车商渠道工作总结篇四

尊敬的公司领导、各位同仁：

大家好！

今天在台上向各位作10年的工作总结和09年的工作计划，第一次向各位做述职报告，十分激动！

总觉得还没来得及细细揣摩自己在这一年中的所获得的千般感受，09年的钟声已经敲响。当我坐在电脑前回想这一年走过的道路，总能让自己陷于不可自拔的回忆和感叹中。08年是我人生旅程中转折的一年，我在这一年中迎接了新的工作和新的挑战，适应了新的工作环境，结识了新的工作伙伴。08年是在东方中原公司的第一个年头，也是人生历练的另一个开始。

踏入公司已经有七个月的时间了，过去的七个月对我的人生

来说亦是一次新的开始，空闲之余我常常在思考着要以何种心情来诠释刚刚过去的七个月。坦白的讲，过去的那些工作的日子里，充满了激情，也饱含着泪光，甚至也有过挣扎，在一次次推动自己前进的路上，我面对着从来没有面临过的境遇，在领导的指引下和同事的帮助下，学会了如何做好本职的那些工作，懂得了应该品味的人生滋味。回顾xxxx年工作的种种经历，让我百感交集。

刚刚进入公司，我的工作渠道经营，我的工作目标是发展新客户，然后巩固老的客户群体。因此，常常我得去走访合作经营者，与他们协商，发展成为中原的新的合作伙伴。我深知，我这个工作虽然是公司业务的一部分，但是关系到公司的“源头”，因此我决不能懈怠，失败了继续努力，成功了继续发展。经过一个阶段的拜访与沟通之后，发展了一部分有价值的合作者，但是，也不像自己想像的那样一帆风顺的就能出单，对于合作伙伴来讲，也需要一个考验自己工作的阶段，这样在反反复复的交谈拜访之中，自己的工作便出了成绩。在和渠道客户的合作当中，我深刻的理解到，合作者之间一定要体现“合作与共赢”，合作者选用公司的产品会充分考虑自己的利润空间以及售后服务。所以我常常利用中原公司的优势来和客户沟通，去给客户渗透共赢的思想。接下来的工作重点转向了终端客户——学校，对于学校来讲，在工作上和渠道客户的是不太一样的，在学校的拜访当中，主要渗透的是公司产品的功能优势和完整的售后体系，把服务与产品的优势灌输给对方。

10年总体来说是积累客户，维护客户的关键年，对于09年来说是非常关键的一年，是考验10年奋斗成果的一年，09年具体规划如下：分为主导销售和辅助销售。

1、天津xxx视听设备工程有限公司：主要服务于政府机关，企事业单位，常用流明在3000流明左右的投影机，偶尔会用到高流明工程机，对于松下的投影机很认可，对于松下的音频设备不太认可。09年初定销售量为，低流明教育机n台，工

程机n台。

2、天津市xx商贸有限公司：主要服务于政府机关单位，主要用高流明的工程机，对松下的投影机渐渐认可，10年用明基，巴可，科视较多，09年初定销售量为，工程机n台。

3、天津市xx系统工程有限公司：主要服务于政府机关单位，主要用低流明教育机，用投影机肯定会用松下，高流明工程机偶尔会出。09年初定销售量为，教育机n台，工程机n台。

4、天津市xx奥特智能部：主要服务于建筑行业，高低流明的投影机都会用到，出的量会少，初定销售量：工程机+教育机n台。

5、天津xx高德公司，主要服务于银行客户，政府机关单位，需要加大力度跟进，09年初定销售量，教育机+工程机n台。

6、天津志捷科技有限公司：主要服务于企事业单位客户，09年初定销售量，教育机+工程机n台。

7、天津市xx商贸有限公司：主要服务于学校客户和企事业客户，在学校的底子很深，教育用电脑出的很多，09年初定销售量为，教育机n台。

8、天津市xx智能科技有限公司：主要服务于学校客户，是工程商，机关单位也服务，09年初定的销售量为，教育机n台，工程机n台。

9、天津市xx网络科技：主要服务职业教育客户，对于网络投影需求量会大一些，09年初定销售量为，教育机n台。

10、天津xxxx安防工程公司：主要服务音乐学院及几个军事院校，再者就是ktv客户，他们在客户当中用东芝的投影机较

多，但在学校客户上面用松下的机型偏高，主要出量在教育机和无线扩音上，09年初定销售量为，教育机n台。

11、天津市xx投影公司：主要服务于企事业和学校，他们用三洋的投影机比较多，但据了解负责人是我们老乡，很谈的来，如果在服务及价格上能做到位的话，松下的机子很容易进入，09年初定的销售量为n台。

12、其他渠道商暂定销售量为n台。

1、天津xx大学xx学院：10年共采购投影机16台，主要是爱普生投影，主要是爱德和电艺佳做的。他们喜欢找这个行业做的比较专业的代理商合作，价格也是很重要的因素。经过接触，09年的项目都会有参与权，但能否中标主要看怎么样去做，暂定的需求量为n台左右。

2、天津xxxx职业学院：去年没有采购，今年肯定会采购投影机，并且是走协议供货，具体选型的话应该是松下的可能性大，因为其他教室的投影机都装的是松下的x88□并且让我看了装的情况，在关系上做好的话，采松下的面大，暂定的需求量为n台左右。

3、天津市xx管理职业技术学院：在西青校区的话，年初会采购x台投影机，在西青校区09年还会建楼，他们主要是天津燃气集团投资的，北辰校区没有去过，暂定的需求量为n台。

4、天津xx成人中专：开春或五六月份会采购四至七台投影机，其主任是西青区的评委老师和西青政采关系较好，对于西青普教的采购应该会有帮助，西青的采购是比较正规的，谁的机会都有，可以做一下文章，其暂定的需求量为n台。

5、天津xx未来教学部：其在09年会采购十台左右的投影机，应该主要关心的是价格，可以用x500做一下试试，暂定的需

求量是n台左右。

6、天津市xx职业技术学院，有四五个校区，在北辰的主校区现在正在建楼，大概在09年11月份会建好，他们哪里爱普生做的关系很深，应该是瑞邦数码在做，设备处处长还没有搞定，还需要加大力度去搞。

7、天津市xx学院，天津xx集团投资建设的，09年春节来后搞清投影机的使用情况，初步掌握是教导处的张伟来负责投影机的采购，看一下是不是好搞，如果难搞的话和武清的一个代理商楚天网络公司一起去做，楚天和xx关系很好。

8、主要和xxx积极配合，吸取成功经验，把中高职这一块做起来。

总体来讲，10年天津公司在各位同事的共同努力下取得了明显的成绩，我在各位同事的帮助下学到了很多，愿09年和各位同事共同进步，百尺竿头更进一步。在此感谢在座各位。

## 车商渠道工作总结篇五

很感谢邓经理在最初应聘的时候，相信并选择我作为xx篷房外贸业务人员当中的一员，同时尽心地安排小组组长小平一直以来监督和教导我的外贸之路。同样也很感谢在取得成绩时的点播，在没有成绩时的鼓励。

很感谢我的小组组长小平和其他同事，不论是在生活当中还是在工作当中，都给与我很多实实在在的指导和帮助。让我能一步一步积累更多的经验，增长自己的见识。

同时也很感谢自己在20xx年最初的时候，有勇气去换一个行业，勇敢地选择了篷房行业，并坚持了下来。那时候对公司

的了解并不多，对行业未来的前景也没有清晰的认识，但感谢自己愿意尝试并且没有半途而废。

回顾自己来xx的日子，不长不短居然快一年了，在xx的日子很有意义，是我重新开始一个行业的孕育地。

来到xx的时候，我对现在所在的行业完全没有认识。甚至当初来应聘的时候，都没仔细看过公司到底是做什么的。我当时想的是，以最低的姿态，在一个值得学习和投入的工作环境，历练自己。

选择xx给了我很多学习机会，几乎所有的东西都是重新开始学习的。包括基本的表格制作，再到图像处理，邮件处理，电话沟通以及面对面接待客人。

在我内心深处，一直相信“有志者，事竟成”，“天道酬勤”，虽然我的起步晚了点，但因为年轻，应该是可以追上前辈们的。但也因为年轻，言行显得很稳重。

## 车商渠道工作总结篇六

回顾20xx工作的种种经历，让我百感交集。在过去的一年中，我的成长和成绩是建立在与广大同仁的团结、努力、奋斗的基础上的，因此20xx年是与大家一起团结、努力、奋斗的一年！

自李总发表《共建诚信，共铸和谐》的讲话以后，烟台分公司全体同仁发扬李总讲话精神，积极贯彻落实讲话内容，公司全体上下一心，齐力共进，决心在“大干四个月，争创销售佳绩”的最后冲刺中取得优异成绩。与此同时，涌现出不少的能手标兵，他们兢兢业业奋战在公司经营的最前沿，走在诚信经营的最前列，堪称“共建诚信，共创和谐”的典范。在这大好气氛的感染下，我深感自己肩上的重担和压力，我知道我要更高地要求自己。

自20xx年8月加入联通公司，已有整整4个年头了。在这四年中，我深爱这个集体，深爱这个岗位，与广大同仁共事的每一天都是我学习的时刻，在此感谢在座各位。在这四年中，从未满足，我不断努力，我知道我不是秀的，但是我强烈愿望我是秀的，在公司领导的指点下，我发现了自己的不足，不断向前辈请教，这才有我今天微薄的成绩。我的工作是渠道经营，我的工作目标是巩固既有客户，发展新客户。因此，常常我得去走访合作经营者，与他们协商，发展成为联通的新客户。我深知，我这个工作虽然是公司业务的一部分，但是关系到公司的“源头”，因此我决不能懈怠，失败了继续努力，成功了继续发展。渠道外勤工作，的确不是一件轻松的工作，虽然不敢说艰苦，但是在拜访的阶段还是会遇到预想不到的挫败感。对于自己本职的工作，即使再累再苦，当然都应该义无反顾前进，不能有半点抱怨。

我负责的区域，很多是市区的大卖场、合作厅、骨干专营店，这些重要的代理商时常给工作带来很大的压力，我知道只有代理商完全理解我们的政策，我们的工作才能顺利进行，因此我十分注重和代理商及时沟通公司政策，公司许多新政策，新规定，我都尽量第一时间传达到每一个代理商，如果哪个代理商对政策不明确，我可以上门进行讲解。我这个工作，沟通非常重要，尤其和代理商的沟通更要耐心和细心。

当然，和代理商沟通，光有耐心和细心是不够的，我们还得坚守自己的原则。有，我发现一家代理商在经营联通业务的同时还兼营其他通信运营商的产品。这种情况，公司规定是坚决不允许的。我知道这个问题不能马虎，在与代理商交涉时，他的态度非常不配合，咄咄逼人，百般刁难，还说：“我也不是光明正大的卖，你就假装没看见不就行了么？不都是为了多赚点钱么，都是好兄弟咱以后来日方长，多多关照嘛！”。我知道讲道理他肯定是听不进去的，对于他们来说，目标就是为了盈利，只要让他们感觉到利益所在，工作才能更好的做下去。因此向代理商讲解公司规定的同时，保证把他的合作厅纳入自己的重点维护用户中，在不违反公

司规定的前提下尽可能多的为其提供便利条件。经过一下午的说服工作，最后这位代理商终于保证今后不再经营联通以外的业务了。在以后的走访中，我为其服务解决了一些问题，逐渐的建立起了良好的关系。

在20xx年中，在各位的同仁支持下，我发展了6家卖场，3家合作厅和12家专营店，其中移动密集的重点区域有青年路世界风手机卖场、中星合作厅、海港路合作厅、西大街光发专营店。我希望在20xx年通过我的努力，取得更大的成绩。

如果说我的种种努力得到了肯定，那肯定离不开公司的这个大家庭氛围，更离不开领导耐心的指导，以及广大同仁朋友的无私支持和帮助，如果没有这些，我将一事无成，我取得的成绩也是空中楼阁。因此，我觉得我拼搏努力的20xx年，也是公司不断腾飞的一年，我们深信，通过大家互助协作，新的一年，我们会取得更辉煌的成绩。愿烟台xxxx公司更加兴旺！谢谢！

## 车商渠道工作总结篇七

### （一）、业绩回顾

- 1、整年度总现金回款11多万，超额完成公司规定的任务；
- 2、成功开发了四个新客户；
- 3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作；

### （二）、业绩分析

- 1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的2万的目标，相差甚远。主要原因有：



a□上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性（地方保护）和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又无奈放弃。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了！

b□新客户拓展速度太慢，且客户质量差（大都小是客户、实力小）；

c□公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心；

2、新客户开发面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很差。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于9年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

在公司领导和各位同事关心和支持下，9年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了一定程度的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调节能力增强了；

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；

4、对整体市场认识的高度有待提升；

5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

### 1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

### 2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的（无地方强势品牌，无地方保护）且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

### 3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

（1）没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖；

（2）没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个9年我走访的新客户中，有1多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致1年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

3、泗水：同滕州

4、峰峰城：尚未解决

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。四、“办事处加经销商”运作模式运作区域市场。

根据公司实际情况和近年来的市场状况，我们一直都在摸索着一条适合自己的路子，真正把我们一开始就倡导的“办事处加经销商”合作方式运用好，但必须符合以下条件：

1、市场环境要好，即使不是太好但也不能太差，比如地方保护过于严重、地方酒太强等；

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等；

办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，业务人员本土化；

- 2、产品大众化，主要定位为中档消费人群；
- 3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户；
- 4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用；
- 2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性；
- 3、集中优势资源聚焦样板市场，真正做到“重点抓、抓重点”；
- 4、注重品牌形象的塑造。

总之20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，站在xx年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累！

## 车商渠道工作总结篇八

1. 通过电话、微信等多种形式进行运营商客户维系；
2. 通过电话外呼推广运营商相关业务，开发新客户，并挖掘老客户潜力；
3. 有针对性的向其介绍产品优势、准确推荐符合的产品需求，最终达到成交目的；
5. 根据公司发展规划，持续完成每月销售指标。

### 任职资格

1. 致力于长期在销售行业发展，对销售行业有很大的热情；

2. 有良好的沟通能力，亲和力强、服务意识强；
3. 积极正向，有超强的企图心和极高的自我管理能力；
4. 有运营商，手机号卡、保险行业电销经验优先；
5. 具备较强的抗压能力，高付出高收入。