

最新销售员月度总结报告(模板5篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

销售员月度总结报告篇一

xx月份的工作未见实际成效，让我十分沮丧，在同事和王经理的帮忙下使我化悲痛为力量，增强了自己的信心。认识到这个月业绩差的原因，以及在下个月的工作中更加注意调整自己的心态以及学习同业优秀置业顾问的销售技巧。现就xx月份工作中的薄弱之处总结如下：

- 1、没能很好的调整自己的销售心态，总是太急功近利，急于求成，太注重个人以及公司的销售业绩，销售心理战术方面做得不够好。
- 2、没能很好的抓住客户的购房心理以及吸引客户的亮点，对客户没有针对性的讲解，导致没能很好的了解客户的购房心理等等。
- 3、对楼盘讲解过多，没有进行系统条理的分析客户的需求而导致客户听后当耳边风，甚至很多资料客户不易记住。
- 4、对于专业知识以及楼盘的综合知识方面，在领导的培训下基本已经很熟练的掌握，但在销售技巧和技能方面不能很好的运用到实践中。

以上各条是在我冷静的思考和同事们的分析下得出的总结、在下个月的工作中必须时刻铭记各条，应对每一位客户都持续良好的心态；在铭记和纠正以上各条错误的同时多学习心

理学方面的知识，所谓知己知彼百战百胜。我相信如果能决定出客户的购房需求再进行正对性的楼盘解说后必须能有优异的成绩。

销售员月度总结报告篇二

一个月前，带着一丝失落和期待走进湖南湘瑶；现在，我可以满怀信心地工作，用心开始新的人生规划。在对理想的追求中，更多的是勇气和坚定。

虽然起点比以前低了很多，但我坚信，以我过硬的能力，踏实稳重，积极乐观的工作态度，丰富的工作经验，一定会在一段时间后有很大的进步和突破。昨日的辉煌已成历史，明天的美好在于遥远的未来。只有坚持到今天才是最明智的选择。全心全意，脚踏实地的努力，从零开始，是我通往罗马的路。

在此期间，我非常感谢公司领导和同事的支持和帮助。在大家的帮助和引导下，我很快融入了我们的集体，成为这个大家庭的一员，在工作方式和工作方法上有了很大的突破和改进。在任职期间，我严格要求自己，把工作做好。现在我将把我的工作总结如下：

这种报告对我来说很容易。但是，在填写数据和内容的时候，我始终坚持谨慎。我们都知道，这份报告是省级销售经理向领导证明自己业务水平的有力依据。一旦数据和内容有误，会给省级销售经理带来负面影响，给公司带来不必要的麻烦。所以一定要及时准确，让公司领导根据这张表针对不同地区制定相应的对策，控制风险。

作为湖南制药公司的销售后台，我知道我的职位的重要性，我可以在工作的同时增强我的个人沟通能力。销售后台是承上启下，内外沟通，左右协调，联系各个方向，掌握最新市场变化数据的收集，为业务经理提供一切后方保障的重要枢

纽。在处理第一营资料、代理协议、宣传彩页、样品等繁琐的日常事务时。必须全程监控，同时增强自我协调工作的意识。在过去的一个月里，我基本上完成了一切，我有了答案。并且学会了制定工作计划。有条理，有力，有效。

在过去的一个月里，我们本着热爱我们的岗位和奉献精神创造性地开展了工作。虽然取得了进展，但仍存在一些问题和不足。如果标签在上次会议中没有及时完成，可能是因为与其他环节的协调不完善；未来，我会吸取教训，朝以下三个方向努力：

第二，各方面都要实事求是，做好领导的助手。

第三，细心，耐心，豁达。

在未来的工作中，我会扬长避短，成为一名专业的销售办公室，与企业共同成长。

销售员月度总结报告篇三

成为员工后，被分到了公司的总部所在地——佛山，负责100家终端和4家医药公司。之前负责这个市场的人由于做得太差了，已经离职了。那么等待着我的是什么呢？以下是我的swot分析（把自己当作产品了，呵呵）：

w[劣势]：无工作经验，专业是药学，无市场营销知识。

t[威胁]：这个区域的市场供货渠道乱，价格不稳定，为终端工作带来更大的困难。

成绩：铺货工作基本完成了，铺货率为全公司前三。由下月开始进行上量工作。

成绩：主打产品基本保住了第一，但其它产品由于费用兑付

不及时等原因销量普遍下滑。

新一季度的任务指标又下来了，而且这次的还明显不合理，按上季度的销量来分，做得好的做多点，差的做少点，但奖金却和完成率挂钩。我的指标再次上升。经理却还放出话来，由于主打产品离年度任务还差挺远的，现在可以有促销活动，但所有人的任务都要100%完成，就算压货也得完成。没办法，还得干。既然经理都把话说死了，那就没有任何借口了，只有去执行咯。反正我也已经有了压货的经验，这点儿量我还是有办法的。

成绩：成功完成了本月任务，同时也为逐步确定了年度销售冠军的位置。

由于上个月主打产品货都压得很死了，所以这个月把重点转为终端建设和其他产品的销售。

由于我负责的地区销量做得好，公司愿意拨出一笔钱给我做卖场的陈列。于是，我抓住了这个机会。让公司对我感到满意，期间我运用了grow思考模式：

g（目的）：公司要求为两个指定产品做好端架陈列，为公司增加品牌知名度。

r（现在有什么）：主打产品由于我一直工作做得不差，已经陈列得非常好，其他产品由于有otc产品但还没有otc标志，以及保健品没有上促销员等原因，一直陈列得不太好。

o（有什么选择）：

1、可以按照公司的要求，买一个端架，专门陈列指定的两个产品。但对我的销量没什么帮助，而且一个端架有四层，只做两个产品太浪费了。

2、利用这笔费用同时做好原先陈列得不好的产品，但由于有otc和保健品，内服药和外用药，无法陈列在同一个端架上，不过可以分开陈列，每个产品占一层端架，只是对建立品牌的效果没集中陈列那么大，但对各产品的销量增长都有帮助。

w□要做什么)：经过思考，认为第二个选择能获得最大效果，并尽量争取更多的利益。

最后，我除了按照第二个选择，一共做了5个产品，每个产品都争取到最好的位置外，还为我们的主打产品争取到了一个堆头陈列。

成绩：主打产品销量下滑，但达到公司要求的最低完成标准。其他产品普遍少量增长。陈列和堆头虽然与公司原意不同，但却获得众领导的一致好评。

又接到了一个新的任务：由于我们的某一个新产品在某连锁销量一直不理想，面临着退场的尴尬。这个连锁在广州，以平价卖场为主，因为我的卖场都做得不错，经理要求我做出一个样板店来，避免退场。我这只有一家门店。之前由于他们的配送一直不稳定，老是无原因断货，我一直没有把它当作重点来做。这家连锁是出了名的不合作，广州同事做不好的原因也无非就是因为费用分配不合理，要么全给了采购，货都压在门店买不出去，要么全给了店员，却因为老是断货而影响了销量。既然接到了任务，那我也没有任何借口，我把费用合理地安排了一下，以2：3的比例分给了采购和店员，既保证了我的药品不断货，又让店员有了帮我推荐的动力。然后我再额外申请了促销活动（经理既然让我做样板店来避免退场，自然也要答应），这样，三管齐下的情况下，我这家难缠的店也被我摆平了。

成绩：该卖场该产品的销量增加了100%，连带着其它产品的销量也有所增加。总体成绩还没做最后的统计。

总结：入行的第一年，以学习和积累经验为主，有幸跟在一个好主管和好经理下面学习，主管很无私地把他懂的都教我，而经理也很信任我，有很多事情都愿意放手让我去干。所以也取得了较为可喜的成绩：如果没什么意外将会是公司年度销售冠军。

展望：接下来将以带新人为主了，因为又有一批我们的师弟进来公司实习了，他们也将是接下来的培养对象。另外我的岗位也将发生调整，将调回广州专门负责平价大卖场，我将向重点客户管理的方向努力了！

销售员月度总结报告篇四

随着工作的深入，我接触到了许多新的事物，也遇到了许多新的问题，而这些新的经历对于我来说都是一段新的磨练历程。回顾整个十一月，我学会了很多：在遇见困难时，我学会了从容不迫地去面对；在遇到挫折的时候，我学会了去坚强地抬头；在重复而又单调的工作背后，我学会了思考和总结；在公司形象受到破坏的时候，我学会了如何去维护；在被客户误解的时候，我学会了如何去沟通与交流。以上是我在工作方面取得略微突破的地方，但这种突破并不意味着我就能够做好工作，在接下来的工作中我会继续完善自己，在失败中不断总结经验和吸取教训；在和同事配合工作过程中学习他们先进的工作方法和理念；在沟通和交流过程中学会谅解他人。

现将七月份工作总结作如下汇报：

一、工作方面：

- 1、做好基本资料的整理，及时向工厂反映客户的情况、向工厂反映客户的信息；
- 4、维护老客户，保持经常与老客户联系，了解客户对产品需

求的最新动向。另外要向客户推出公司最新产品，确定客户是否有需要。

二、工作中存在的问题

1、货期协调能力不够强，一些货期比较急的货经常不能很好地满足客户的需求，货期一退再推，有些产品甚至要二十多天才能完成。这种情况导致了部分客户的抱怨。工作的条理性不够，在工作中经常会出现一些错误；对时间的分配和利用不够合理，使工作的效率大大地降低；不能很好地区分工作内容的主次性，从而影响了工作的整体进程。

2、由于自身产品知识的缺乏和业务水平的局限，在与客户的沟通交流过程中不能很好地说服客户。这一方面我还需要继续学习去完善自身的产品知识和提高业务水平。

3、产品质量问题在大货生产中是很难避免的，但是所有人都希望降低产品质量问题的发生率。据统计，上个月客户投诉我司产品存在质量问题的案例达十几起。举两个案例：邦威（盛丰）h0710136单撞钉，因为底钉在实际大货生产过程中不够锋利、穿透力不够强，导致客户在装钉过程中出现大量底钉打歪、打断、变形情况。这给客户带来了一定的损失，经过协调，客户要求我司尽快补回损耗的底钉1000粒；邦威（圣隆）h***单的工字扣，客户投诉我公司产品存在严重的质量问题，一个工字扣同时出现几种质量问题：掉漆、钮面变形、颜色不统一。这使我们和客户的沟通出现空前的尴尬场面。客户对我们的产品质量表示怀疑，也对我们的态度表示怀疑。他们觉得我们没有一点诚意。后来我们工厂采取了相应的措施解决了此次质量问题。但是之前糟糕的质量问题给客户带去了非常不好的影象对我们的信任度和满意度都大幅度降低。

对于产品质量问题我觉得它是客观存在的，如果要求工厂生产的大货不发生质量问题，那时不现实的也是一种幼稚的想法。容忍一定限度的质量问题是每个业务员所必须做到的，

如果一味地去埋怨工厂，只会让事情变得更加糟糕。如果说有什么可以弥补质量问题，那就是我们的态度。一旦发生质量问题我们就应该及时有效地去挽回损失和客户对我们的信任，拿出我们的诚意寻找并承认自己的过失之处，这才是首先要做的事情。

三、自我剖析

在心态方面，我存在两个问题：一是急躁心理、二是责任分散。我还需要进一步去调整 and 改变。

在紧张的工作中会经常产生急躁的心理状态，我曾尝试着去缓解这种状态，但是效果并不好。心理学解释导致急躁的心理有许多因素：工作环境、自身素质、生活习惯、工作方法等等，而我认为调整急躁的心理状态还需要从自己的生活习惯和工作方法做起，因为工作环境是客观的，而提高自身素质特别是心理方面的素质更不是一朝一夕的事情，现在我能把握的就是调整自己的工作方法和自己的生活习惯。

责任分散是为了提高工作效率的一种重要手段，但是工作分散心理却有着它消极的一面，当一件事情的责任被多个人分担后，没有人认为这件事是自己的事情，久而久之便没有人会去刻意关注这件事，在我身边我能感受到它是存在的。我想克服这种心理的最佳方法就是培养和加强自身的团队合作精神。时刻都要把自己摆在一个团体的位置里，因为这里没有我只有我们。

四、八月份工作计划

1、维护老客户：主要是订单跟踪，确保森马巴拉的大货能够准时出厂。做好森马巴拉秋季打样工作。

2、做好货款回笼，上个月我在这一方面做地不好，被人敷衍的感受实在不好受，从现在开始要多长一个心眼，俗话说：

口说无凭，什么事情都要确认才行。

3、对于新客户，一定要完全按照合同上的规范行事。尽快地获得新客户对我们的信任和支持。

4、坚持学习产品知识和提高自身的业务水平，事物都是在时刻变化的，我需要不断补充新的知识来充实自己。坚持多出去走走，保持经常与客户的有效沟通和交流，真正了解客户需要什么产品。

销售员月度总结报告篇五

贸易公司，主要是以代理各类厂家产品，通过自身拥有的销售对象资源优势和对当地市场的了解程度，赚取代理商品中间差价利润。从组成结构方面，一般分为：销售部，财务部，物流部，总经办等。而销售部又根据销售对象上的区别，分为商用部、ka部，bc部，流通部等。而财务部根据职能的区别分为，财务报表统计人员，销售内勤人员，出纳，单据管理人员，税务登报人员等。通过销售部的业务开展和市场反馈，物流部门的产品配送，财务部的资金流管理，总经办的全局策划，市场分析和流程管理控制，从而实现销售的整体环节高效率完成和良性循环。

2，产品

在代理产品方面，根据产品的知名度和地域影响力，一般分为一线品牌，二线品牌，补充品牌等。比如我们代理的生活用纸，维达，洁柔为市场影响力比较大的名牌产品，也就是一线产品，而同时代理的贝柔，银洲湖系列，根据它的地域影响力和厂家规模，为二线品牌。

一线品牌的优势在于，知名度高，市场影响力大，而二线品牌的优势在于，产品结构灵活，价格适中，在市场需求方面，能有效补充一线品牌不足的地方，比如价格优势。

3, 销售对象

根据不同的销售方式，我们贸易公司的销售对象主要分为：商超，分销商，直销用户。商超又根据它的卖场规模大小和组成结构上，分为ka连锁□bc场，便利店，分销商□ka连锁的优势在于，顾客群体大，有品牌影响力，地理优势和卖场规模较大，有较强的竞争优势，产品的量上面有保证□bc场的优势在于，弥补ka场无法遍地开花的数量优势，虽然产品销量上面不如ka场，但卖场数量巨大和操作模式简单，是它的优势。

在实际的业务操作流程方面，又分为内部流程和对外流程。

1, 内部流程

销售经理通过对市场的分析和反馈，制定具体的操作方案，比如产品分类，报价，每月促销，注意事项及当月重点事宜，下发给销售各部门，由销售的各部分去执行。销售部根据上级文件和方案，在自己所管辖的区域卖场中执行当月销售方案。拿回的商超订单，交由对单人员核对产品价格。业务员根据不同的卖场结算类型，制定不同的结算方式。比如现采现结，购销月结，税票，支票，转账，收据结算等等。对单人员核对完订单，无异常的情况下，及时知会物流部安排送货，物流部拿回销售清单和验收单据后，及时交给回单管理人员。如送货当中出现货物数量不中，单品缺少，因各类意外无法按时完成送货任务的，要及时知会业务人员，业务人员及时跟卖场协商沟通，妥善解决，尽量不影响到合作关系。销售部每月执行的促销计划，及时交给促销管理人员，由其备份，统计，找厂家申报费用，促销管理人员知会业务人员申报结果，协助业务人员及时拿回各类核销资料，核销各类促销费用。业务人员根据每月各卖场的对账结款日期，找回单管理人员领取需要对账结款的单据，按时对账结账，同时反馈给回单管理人员，回款进程。业务人员收回的现金，支票，转帐通知单，各类扣除的费用单据，及时交到出纳人员

开好收据，找回单管理人员清销账目。

2，对外流程

开常为了更大的增加自己的业绩量，提高公司的市场占有率，业务人员需要在条件允许的情况下，和未接触的卖场建立良好的合作关系。前期需要了解卖场的实际销售情况，地理优势，卖场面积，是否为连锁，周边环境优势，同类品牌的销售和代理商情况等各类信息。找采购或负责人洽谈实际的合作项目，包括产品品牌品项，进场优势和意义，了解该场各类费用明细。根据实际了解的情况，制定新品进场计划表，交由公司销售经理审核批复。得到经理的明确回复后，找卖场负责人签定产品进场销售合同，要清楚合同较重要的条款，比如合同费用，新品进场费用，合作时间，季度性费用，结算周期和方式，费用扣除方式，返点返利以及卖场要求的一些特殊支持等等。

客情维护。在卖场的操作当中，客情维护是重中之重的。良好的客情可以争取到对自己最有利的卖场资源，最大化的提高产品销量。客情维护之前，一定要找准此卖场对自己销售最有影响的几个人。比如采购，连锁超市的主管，店长，纸品区理货和收货人员，货款结算人员。因为每个场的管理模式是不一样的，有些店是采购下单，有些是店长直接负责，有时候是连锁中单店主管负责下单和日常陈列管理。只有从下单，收货，产品陈列，货款结算方面，都没有大的阻碍的情况下，才能更高效的提高自己工作效率和工作时间上的安排。

促销。促销是提高产品销量，打击竞争对手，维护卖场客情的重要手段。一份合理的促销方案，不仅在提高卖场的市场影响力，在提高卖场对品牌的重视度，在提高自己的业绩量，都会有至关重要的影响。同样，促销是分为很多种的。首先你要了解该卖场的消费群体和整体产品结构及卖场当中自身的产品结构。比如工业区，卷纸和抽纸不分的地方，大力推

广低价位卷纸和方巾，是提高量的有效方式。高档社社区店，盒抽和高品质卷纸，一般都是主打。风景区，旅游区，各类手帕纸有很大的量的空间。同样，根据不同的活动档期，搭配不同的产品类型促销方案，也是非常重要的。促销还有一个要点，就是多重促销的覆盖。公司的促销方案，现采，为特殊卖场制定的特殊促销方案，都是很有必要的。比如新店开业，一次优质的场外活动，是很有必要的，提高卖场人气的同时，也提高了自身的产品知名度。

市场反馈定期的市场反馈，有利于公司制定更完善的销售方案，更好的调整自身的产品结构，更大的提高自身的市场占有率。比如敏感单品的市场价格调查，卖场间产品的价格对比，现采单品竞争对手的报价情况。优质卖场的产品销售的重点。同类单品的价格比对，促销情况。卖场的要求及最新的动态等。

结算流程。良性的结算流程，有助于公司抽出更多的资金流，投入到更大的市场竞争当中。一个公司的资金流，就是一个公司的血液，只有快速优质的新陈代谢，才能有更强大的活力，更旺盛的生命力。了解自己手里面每个卖场的结算流程，是我们平时业务工作当中的重中之重。什么时候对账，什么时候交税票，结算是转账，还是开支票，以及周期是多长的支票，或者现金结算，收据结算，合同扣款明细，做好一份详细的对账明细表，准时按期的去对账结款，有助于我们更好的开展工作。

做为一个bc场的业务，在操作以上所有的流程的当中，也有自己的一些体会和自认为操作当中的一些要点。