

2023年销售工作及时总结工作经验 医药 销售工作经验总结(大全5篇)

总结，是对前一阶段工作的经验、教训的分析研究，借此上升到理论的高度，并从中提炼出有规律性的东西，从而提高认识，以正确的认识来把握客观事物，更好地指导今后的实际工作。什么样的总结才是有效的呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

销售工作及时总结工作经验篇一

xx年已经过去了，我将借用这次机会给个人过去一年的工作来做总结和新的一年计划。首先我非常感谢几位领导对我们工作的支持与帮助。

新旧交替的这一段，是一年的尾声、还是新一年的序曲？是结束，还是开始？这不重要。重要的是：旧的一年，我经历了那么多，失去过、遗憾过；收获过、充实过……而对于新的一年，我的心中仍然有梦。

我举个例子，像我在做业务的时候到一家医院里是很热的夏天我以前每次去都会给他们带一个西瓜什么的水果之类的后来时间长了，他们说小陶你下次来不要这么客气了，但我在看见他们吃西瓜的时候啊就要到处找刀，以前我每次也就只知道吃，反正我拿来了你们弄好了我就吃点，我想我每次都买西瓜为什么不给他们带把刀去了，后来我去就帮他们带去，其实也不是很贵的东西，但他给我带了什么？从此以后我就成了他们那里的常客了，也不用每次买吃的了，自己到还有的吃。一举两得啊，虽然只是小事情但对他们来说却是件大事啊！，第四嘴勤就是想到了看到了，就要说最后就要做，人吗总喜欢听好听的话，你多说几句也没什么，但他心理感觉舒服啊，在这里我又要罗嗦了，比如我们经常到外地去了，就买买当地的特产带回去给重要的客户，那至于怎么说我想

我不说大家也知道了。

记的我每次到一家医院的药剂科去我每次都不会空手去的，哪怕一瓶饮料我都要带去的，因为那采购啊很喜欢这些小东西了，我基本上是一个星期去一次，但每次了那个主任在，她都不要，也没有给我什么好听的话。虽然嘴上说不要但最后还是收上了。前几天我又去，想来想去不知道买什么东西了，听一个朋友说宁波有一家买黄岩的橘子很好的，我就跑过去买了两箱过去，那主任也在我就进去了他看见我又拿东西了，他就说你再这样，下次你不要来了，我接过来来说主任这是我一点的心意我到台州去了一趟给你们带了点黄岩的橘子很好的，你带回去赏赏，她当时看了下我就说你不要每次都这么客气了，你的药最近销的还好，你只要有正常的销量没什么事的。不用经常来，有事我会给你打电话，或者你给我打电话来。

这话不管是他说的是真心话但我心理也塌实了好多，我下次就敢大胆的和 he 沟通了，上次从萧山回去又给她带了两盒萝卜干回去。有时候啊这些谎言啊也是善意的谎言。没办法啊，为工作！在就是手勤，平时没事的时候就多给客户发发信息，有些话用语言表达不出来的，用文字表达会更好些，什么节日啊问候下，信息一毛钱也许也会起到你所意想不到的结果，在圣诞节我给所有的客户都发出了一条信息，虽然只有百分之三十的客户给我回信息，但我已经很满足了。最后了五快了也就是前面的五勤了，想了就要去做，成功了我们再接再厉，失败了并不可怕，我记得我看了一个成功人士的一句话；坚强，用心的力量来为自己打气；人的一生不可能是一帆风顺的，所以打从你有自我意识的那一刻开始，你就要有一个明确的认识，那就是人的一辈子必定有风有浪，绝对不可能日日是好日，年年是好年，所以当我们在遇到挫折时，不要觉得惊讶和沮丧，反而应该试为当然，然后冷静的看待它解决它。

虽然在过去的一年里我工作上没有取得很大成功，，但这就

是我总结了出一些技巧，也是我在领导的带领下所学习到的。在新的一年里，我想利用我目前所掌握的一点技巧，希望在各位领导支持下，和各位同仁的帮助下，我给自己指定了一个计划，在完成目前我们主大产品的销量同时来开发出一些新的产品，目前我做的医院有可弗的有可由的我会保持一定的销量，尽量的再提高点销量，在所属于我所做的医院里没有开发出来的，我会尽量尽快的开发，在就是新品种的. 开发，具体的计划我会像我的直属上司领导汇报的。

希望在新的一年里领导的支持下让我们更上一层楼，为了个人，为了公司我们一起努力吧，各位奋战在医药一线的同任朋友们，不要为了目前所面临的困难所感到茫然失措，相信自己的努力，创造出一个辉煌的明天，今天小才露尖尖角，明天定是荷花香气飞满塘！

一年的工作已经结束了，在即将迎来的一年中，我们会继续不断的努力的，这是一直无法拒绝的问题，这是一直以来我们在年终时候的总结。每一年都有自己的进步，每一年都会有自己的成长！相信大家到来年中一定会取得最圆满的成功。

销售工作及时总结工作经验篇二

1:多和相关行业建立关系

解:在实际销售中很多人喜欢单刀直入打电话说自己做什么什么的产品,有需要吗等. 结果很多客户您一提到做什么的别人就怕了. 说不要或什么. 这个现象在销售中很多, 往往是没有什效果, 那么怎么理解和运用我说的这个话呢比方说我做碗面封口机的, 我就跟做碗的和做面调料的建立关系, 他们是前到供应商, 提供的信息肯定准确, 其他行业我想是一样的.

2:多发信息和资料

解:这个可以通过网络和寄资料方式来完成, 但是前提是一定

要找对负责人, 负责人你可以从很多途径来打听, 第一说法就可以利用.

3: 对自己的产品和相关产品要精通

4: 给人的印象要好, 要稳重. 可信

解: 给人的印象要好, 要稳重. 可信说白了就是对自己的言行负责, 不要轻率. 世界上的人都喜欢和这样的人打交道. 做生意, 你也不例外的.

5: 谈的过程, 要少说多听解: 走到这一步可以说你已经有成功的希望, 谈的过程, 要少说多听这个很重要, 这个运用的好你可以知道你客户的需求. 经济实力. 以及他对这产品的了解和对这产品需求程度, 这就是你谈的本钱, 你不了解客户情况你往往把客户丢了, 所以很多人说, 我报过价什么的之后客户就没有消息了, 原因就在这里.

6: 价格浮动不要太大

7: 该坚持的原则要坚持

解: 该坚持的原则要坚持就是说: 价格. 付款方式. 交货时间等等, 做为销售人员这要坚持的原则, 很多客户一开始会叫你让让, 这时候你不能轻易退步, 不然给他的感觉就是不实在, 不放心, 即使你是亏本卖他也觉得还是太贵, 这在很多销售人员中出现过.

8: 多了解本行业的行情, 才能取胜

9: 不要急于求成

10: 没有定单时, 千万不要乱了分寸

销售工作及时总结工作经验篇三

在过去的20__年，我所专注的酒水行业，因为受到国家宏观环境的影响，结束了连续十年的高成长，进入产业下行的周期，同时受到科技创新的影响，传统的电商和移动互联业态20__年在酒水行业也有多姿多彩的表现，让人从学理深处来思考、感悟企业成长背后的深层法则。作为一名行业专家，经历了行业周期起伏的波动以及新业态的冲击体验，我获得了丰富的第一手素材和更加有力的视角来看待和理解一个产业变迁背后的逻辑，同时从历史唯物主义和未来理想主义之间找到了企业持续成长的本质规律和动力之源。现作分享如下：

第一、拓展无限辽阔的视野，跳出产业看产业，找到产业兴衰背后的逻辑主线。

白酒产业过往的高增长吸引了众多的社会资源涌进，从外行业的经销商到业外资本再到联想、中信、哇哈哈等深具实力的产业投资者，这些涌进者都是受到白酒产业高增长的影响，受到茅台、五粮液持续涨价带来产业好周期的诱惑，而时至20__年，白酒产业似乎进入了艰难的产业调整期，行业前景被看衰之声笼罩。我们为企业提供咨询服务时往往会告诉企业“要进入战略实施状态，而战略是利用未来的趋势去赢”，这个告知向我们自己提出一个严肃的命题，即咨询师如何提升对外部趋势研判的能力？是研究产业的前世今生并依此预知未来还是另辟蹊径、跳出产业看产业？这不仅事关我们的思维能力和表达能力，更往往是在不知不就间引领一个企业走向辉煌抑或是毁灭。下面以白酒产业为例，来展示如何以辽阔的视野对产业趋势进行更加精准的判断。

20__年开始的新一轮国家经济转型，是从国退民进转向向国进民退的结构翻新，于是，白酒行业进入了这样的“黄金十年”：20__年白酒的产量311万吨，销售收入不足500亿，而八年后的20__年白酒产量是1153万吨，接近产量的4倍，销售

收入超过4400亿。如果将时间段回切到朱镕基任总理的一__年期间，会发现：白酒产量从98年的700多万吨降到__年的300多万吨，飞天茅台的价格从98年的320元/瓶降到200元/瓶，经过艰难回升到了__年上升到300元/瓶。国进民退期间飞天茅台的价格从的310元/瓶上升到的1000多元/瓶，__年年底甚至突破了元/瓶。

上述国家宏观经济政策与白酒产业的兴衰对照是为了展示影响产业兴衰的一条暗线是“特色的经济发展模式”。当我们用人均gdp[]社会零售总额来衡量白酒行业消费购买力并依此解释行业黄金大势的时候，行业的兴衰走势已经远远背离了这个价值判断的坐标轨迹，如果我们能够观察到、认识到中国白酒甚至众多奢侈品的消费并不是民间富有后水到渠成的消费结果，而是中国“政商二元、体制内外”两个海平面导致寻租经济下的消费必然，我们就会发现每每政府权力集中、资源向央企和国企集中的经济政策时，“体制内国有”和“体制外民营”的位势差就会拉大，寻租空间就会放大，寻租交易和权贵消费就会兴起，高端奢侈品就会旺销，因为这种消费的特征是“购消分离”——购买者和消费者不是一个人，所以市场对交易中商品的价格并不敏感；反过来当政府放权、资源配置从权利审批导向转变为市场规律导向的时候，体制内外的位势差就会减少，寻租空间就会降低，奢侈品的消费就会受到抑制。中国高端奢侈品消费的逻辑就在国进民退和国退民进的周期中往复摇摆。以至于有经验的茅台、五粮液经销商都知道“要用十年的周期来赚钱”。中国奢侈品和白酒的消费将会迎来较长消费下行周期。我做出判断的依据是国家经济结构调整的逻辑和方向。

上述对白酒产业规律的描述，揭示了白酒产业演变趋势需要从产业之外的经济、政治的角度来表达，前者是果，后者是因，沿着这条分析线条我们会继续追问：中国经济未来能否健康增长？中国政改将走向何方？政经改革背后的影响因素是什么……在这里“政经”变“果”，“因”又需要持续拓展视野来寻找。吴晓波在的新作《中国经济历代改革得失》

一书中写道：

公元前2到3世纪，东方大汉与西方罗马并列双峰，公元184年，随着罗马帝国的分崩瓦解，东西方历史突然开始大分流：公元589年以后，东方就没有再长期分裂过，而欧洲就没再也没有统一过。魏斐德说“统一是中国的一种文化，大一统国家的成功崛起最终终结了乱世，亲身经历了这一过程的一代人对于大一统国家自然是无比向往、感激涕零”。然而任何选择都有代价，统一也不例外。统一背后有产生三个怪物：集权、独裁、专制。

盛世规律下，历朝历代的经济治理还有“先开放、后闭关”的规律，往往一开放就搞活，一搞活就失衡，一失衡就内乱，一内乱就闭关，一闭关就落后，一落后就开放，朝代更迭，轴心不变，循环往复，无休无止。我们至今并没有发现伟大的中华民族找到一条持续走向未来的明确道路，我们只是在历史的闭环中往复循环。

上述的观点也许是吴晓波的一家之言，但是他向我们展示了“政经演变”背后的“前前因”——中国文化，在“中国统一的为政理念文化”牵引下，中国历代经济政策都反复纠缠在“集权、放权”之间，很多历史上的悲喜剧和伟大人物围绕这样的主线登场、退场，那么中国文化背后的形成逻辑和影响层级又在哪里？我想应该是“天文地理”，北大王恩涌教授从地理学的角度为我们展示过世界四大文明中三大文明被灭亡而唯独华夏文明被保留的深层原因，按照这样的推演，我们可以勾画出“企业—产业—经济—政治—历史—文化—地理—天文”这样的一条因果逻辑的主线，沿着这条逻辑主线我们在繁乱的商业世界会变得更加有穿透力。

但是需要警惕的是，我们的知识和学习能力是有限的，面向未来的判断永远是一种可能错误的假设，正如《战争与和平》所言：人类有好奇的本性和寻求一切问题源头的偏好，一旦发现一些看似端倪的归因，就忍不住大叫“源头在这里”，

其实，人的局限性是很难发现“所有问题之源”的。作为咨询师，应该持续拓展视野，以更加辽阔的视角识判未来的产业趋势和商业机会，方能为客户提升卓越的服务价值，并在此过程中熏染客户的思维方式和学习方向，从而让客户因为与我们的合作会长久受益。

第二、以人本和社会责任为纲，找到企业创新之源，突破企业成长瓶颈，建立永续经营之道。

我们先看小米的案例。20__年销售收入超过300亿的小米广受关注原因的并不是炫目的财务成绩单，而是央视年度cctv年度经济人物现场的“雷董10亿之赌”，事后__被批没有弄明白“小米是什么”。白刚先生撰文说“雷军在瞒天过海，小米做得不是手机、不是移动互联网，甚至不是消费者的参与感，而是消费者社区化的自组织……依靠这种社区化的自组织，小米可以走向更为辽阔的市场空间”。

我们回望商业史，会发现百年企业秘而不宣的事实是，它们不是产品的生产者或者产业链中的生产者，它们是“产业链中关键资源的有效组织者”，这种组织关系是指彼此之间的依存和互动关系，而非简单的交易关系，这是白酒行业20__年之前孔府家、秦池“招大商模式”下“一年喝倒一个品牌”以及20__年之后酒企“渠道下沉、人海战术”日渐式微的根源。在互联网出现之前，成功企业面向市场的组织范畴往往在“商业客户、零售客户和消费用户”之间进行，但是借助移动智能终端，小米将组织的对象直接进入消费用户身上，并形成强大的粘性和生生不息的社区组织。

在喧嚣取利的商业竞争中，只有一小部分企业能够脱颖而出，成为行业翘楚，但当外部环境变迁时，这些“成功”的企业往往又不可避免地会走向衰亡，成功的企业最后也只是“时代的企业”，只有那些堪称卓越的企业在其自身深厚的理念指引下穿越时代变迁的泥潭，走向下一阶段的辉煌。由此，我们可以得出：唯有那些在特定学理指引下成长的企业，方

能够获得永续经营的能力，规避“成功的时代企业之陷阱”，创造持续的辉煌。

上述针对企业在产业链中“组织能力”之发育的理念、模式、路径、方法等早已在人类历史长河中熠熠生辉的思想家、管理学家的著作中流传于世，科斯、德鲁克、哈耶克、西蒙等伟大学者的理论中都在论述这些堪称本源的东西，中国被称为“最后一位儒家”的梁漱溟一生在致力于研究两个命题“中国往何处去？”“人为什么要活着？”

很多成熟的学理早已揭示：成功的企业，一定是解决了一个社会的问题。无论小米的用户社区化组织还是淘宝的“个人创业平台”抑或是腾讯的“社交平台”无不在推动社会的进步和人类文明的发展。世事艰难的环境下，企业的创新如果不能找到“社会问题解决的方式”和“人本关怀”的主线，往往都是伪创新或短命创新。劲酒20__年开始提出“成为酒水行业网络渠道第一品牌”的变革之后，历经近五年的发展，销量超过60亿，增速不减，其背后更大的价值和意义是它没有延续20__年之前“厂家下沉、人海战术、渠道扁平化”的路子，而是通过“重构厂商一体化的价值链”，帮助其商业客户发育渠道运营能力，在降低自身运营成本的同时，成就了中国社会一批优秀商业的兴起，为产业的成熟和进步奠定了基础。商业史上任何伟大的成功，都源自一个内在张扬的动机，这种动机的张扬在于“致力于解决一个社会的问题”。

近两年，海底捞、德胜洋楼、胖东来等本土规模并不很大的企业群体能够成为中国商界备受推崇的学习榜样，是因为他们走进了人性温暖光辉的现场，以“我相信”为起点构建了一个“人人安居、人人为主人”的工作社区，在信仰缺失、道德沦丧的中国当下，这犹如“春天的旋律”吹进政商寻租、伦理失序的商业世界，这些中国化的“人本关怀”成为中国商业进程中的最强音。

我们要在中国商业原生态与企业家心灵接火的咨询现场，构建

“社会责任”、“人本关怀”的理念与商业现实相结合的话语体系和思维逻辑，超越大词泛滥、理念绑架的苍白，以丰富鲜活的现场指引企业家突破自我瓶颈，打破“封顶理论”，帮助企业持续走向成功。

第三、持续丰富理论学养，在实践中内生专业能力和是非判断能力，为客户成长提供“极点价值”。

中国经济从三十年前“摸着石头过河”，是在不断试错、不断总结和不断自我斗争的过程中腾挪摇摆、螺旋式上升发展的，同样，一家企业在成长过程中，也往往是在“限制性条件下”不断找到成长突破端口，以阵痛式改革实现自我超越的。企业具有自身内在的成长逻辑、成长惯性和成长节奏，功力不够的咨询师，在咨询现场的指手画脚往往成为“一帮不务正业的人”打扰了“一群正在干正事的人”，中医说“大德方可大医”，是说一个心怀慈悲的医生能够以“患者疼痛为己疼、患者喜为己喜”的立场来行医，最终方能成为高明的大医。如果将企业咨询师比作企业的医生的话，那么咨询师的成长也需要明悉“大德大医”之理念，一切思考和行为都要发端于“为客户创造价值”的原则，面对客户问题的解决要“如履薄冰、寝食难安，”要知道“昨日错可能是今日对，今日对易成明日错”的因果循环以及内心深处的深层敬畏。

在古往今来的商业实践中，我们会发现所有的商业成功最终都无可避免地会走向灭亡，我们站在多姿多彩的商业原生态咨询现场，应该心存敬畏，不放过任何亲临一线近距离观察现场的机会，也不要放弃持续增加理论学养的阅读学习习惯，更不要轻视向身边实践者、先行者学习的契机，要日夜兼程，从创造了丰富物质文明的劳动现场上升到凝结规律和穿越心灵的精神文明锤炼的喜悦，并尝试将精神文明来指引物质文明的前进方向，正所谓从“具体到抽象、从抽象到具体”的往复循环，在这样的过程中，内生我们的专业能力和判断能力，从而成为一名备受企业家尊重的优秀咨询师。

销售工作及时总结工作经验篇四

近年来, 社会对高校毕业生综合素质的要求越来越高, 大学生在校期间的社会实践活动是锻炼其综合能力的重要途径; 下面是有销售工作实践经验总结, 欢迎参阅。

不知不觉实习期已经结束了, 经过这次的实习让我收获很多, 以下是我本次实习的实习报告□

一、毕业实习单位简介: 和日电讯科技有限公司于1993年成立, 主要从事程控交换机、综合布线、系统集成、监控数字系统、公共广播系统、代理销售、批发、安装调试、维护及工程设计的公司。和日电讯科技有限公司技术力量雄厚, 各技术精英不仅注重自身技术水平的提高, 相互间更能取长补短, 这是和日电讯能够迅速发展的重要原因, 近年来公司不断拓展新业务, 除已有的通讯业务外, 现已开展综合布线、移动网络优化等业务和工程目。经过十几年的艰苦创业, 和日电讯公司先后取得了日本nec□日本松下、德国西门子等电讯产品的代理权, 并以完善的设计方案、精湛的施工技术, 成功的为全国上千家企事业单位提供了先进的通讯设施, 取得了骄人的业绩, 得到社会各界的一致好评, 迅速成为中国地区最优秀的电讯服务公司之一。今日的和日电讯科技有限公司有200余名员工在市场开拓、产品销售、方案设计、工程施工、售后服务等多方面为客户提供着专业服务, 以集体的智慧努力为客户做到最好。经过10多年的努力, 和日电讯科技有限公司已在深圳、重庆、成都、海南、新疆、云南和广西南宁等地设立了分支机构, 向网络式经营迈出了可喜的一步。我所在部门为代理销售部南宁分部, 也是广西电信增值业务总代理。主要代理业务是17909电话ip业务和小灵通业务。广西电信17909业务营销中心是和日电讯科技有限公司在广西南宁市设立的一个分支机构, 是一个以无形通讯产品为销售主体的营销网点。广西电信与和日电讯科技有限公司联合推广, 业务代表上门授理, 在打国际长途的时候就可以直接

拨17909+国家代码+城市代码+对方电话号码，按拨号键完成呼叫。

二、实习时间□20xx年8月6日——20xx年11月7日

三、实习的主要内容：我所在部门为代理销售部南宁分部，也是广西电信增值业务总代理。主要代理业务是17909电话ip业务和小灵通业务。我的工作就是对电信17909电话ip业务和小灵通业务的宣传和销售。具体工作业务流程为：寻找潜在客户，维护好老客户，同时开发新市场，通过多次宣传和介绍，说服客户接受并使用我们的通讯产品或开通我们的ip电话业务。南宁琅东是个好地方，也是我们的一个主要的业务区域。哪里的单位、公司写字楼都很多，需求者当然也就多了，同时这也是我喜欢跑的地方，每次来都有不少的收获。我们的业务在南宁已经做了两年多了，总体业绩还是良好的。目前，公司还是在不断地开发新市场，寻找新客户。今年3月1日我和几个同事就被派到了贵港市出差作业，这是我工作以来第一次出差，当时是既兴奋又有点底气不足的感觉。毕竟是第一次到一个陌生地方跑业务，可能有点不习惯吧，不过想着还有4个老同事一起，也就觉得没什么可顾虑的了。贵港这个地方的人好说话，不排外，怪不得听同事说这是个好市场，当时就感觉到很幸运，发誓一定要好好工作，多赚点钱。我们到贵港就制定了作业方案，先从这里有影响力的政府单位开始“下手”，再向各个公司、写字楼发起“进攻”，最后是各大市场和学校医院。一条条的渠道宣传下来，效果果然明显。果然，出差的第一天就跑出了业绩，而且接下来几天都能跑出好业绩。这里也有我们的老客户，不过我们是以开发新客户为主。到9月11日，出差贵港结束，当天返回南宁。我是在20xx年8月6日进入了和日电讯科技有限公司销售部实习工作的。刚进公司的前两天是实习阶段，公司安排了一位师傅带我工作实习两天。因为我们业务员的工作比较简单，所以，两天时间的学习我就基本了解了我们公司、公司产品、工作业务流程和作业方法。作为公司的业务员，当然，

我的工作就是到处跑业务了。第一个星期还是跟着师傅跑，感觉很轻松，后来自己跑了，感觉压力来了。我们的工作从销售性质上，可以说是直销，可以在几分钟之内完成一笔交易。不过我还清楚地记得我的第一笔交易花了我一个多钟头的时间。师傅和我说，做直销业务，刚开始不要急于成交，关键是带着自信去多见客户，提高作业能力，拒绝是很正常的，多见一个客户就多一个成交机会。为了开发新市场，公司最近都派人往外跑。这我也喜欢，总感觉出差除了作业还可以锻炼自己在新市场工作的能力。9月30日，我又被派到了柳州出差，柳州可不像贵港那样好做，在这里完成一笔交易花的时间远比在贵港多地多。不过柳州可是个大市场，我们6个人在这里做了3个星期，虽然业绩一般，但市场潜力很大。在柳州出差的日子里，我第一次带上了徒弟，老总说我工作不错，就给个新人我带了，感觉很有成就感。毕竟得到了领导的肯定。

xx年已过,在此实习期间,我通过努力的工作,也有了一点的收获,借此对自己的工作做一下总结,目的在于吸取教训,提高自己,以至于把工作做的更好,自己有信心也有决心把今后的工作做到更好.

简要总结如下:

我是xx年9月19日来到贵公司工作的.作为一名新员工,我是没有汽车销售经验的,仅凭对销售工作的热情和喜爱,而缺乏对本行业销售经验和专业知识,为了迅速融入到这个行业中来,到公司之后,一切从零开始,一边学习专业知识,一边摸索市场,遇到销售和专业方面的难点和问题,我会及时请教部门经理和其他有经验的同事,一起寻求解决问题的方案,在此,我非常感谢部门经理和同事对我的帮助!

通过不断的学习专业知识,收取同行业之间的信息和积累市场经验,现在我对市场有了一个大概的了解,逐渐的可以清晰.流利的应对客户所提到的各种问题,对市场的认识也有了一定的

掌握.

在不断的学习专业知识和积累经验的同时,自己的能力,业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高.

现存的缺点

对于市场的了解还是不够深入,对专业知识掌握的还是不够充分,对一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法,在与客户的沟通过程中,缺乏经验.

市场分析

我所负责的区域为宁夏.西藏.青海.广西周边,在销售过程中,牵涉问题最多的就是价格,客户对价格非常敏感,怎样在第一时间获悉价格还需要我在今后的工作去学习和掌握.广西区域现在主要从广东要车,价格和天津港差不多,而且发车和接车时间要远比从天津短的多,所以客户就不回从天津直接拿车,还有最有利的是车到付款.广西的汽车的总经销商大多在南宁,一些周边的小城市都从南宁直接定单.现在广西政府招标要求250000以下,排气量在2.5以下,这样对于进口车来说无疑是个噩梦.

宁夏的经销商多港口的价格市场比较了解,几乎都是在银川要车,银川主要从天津,兰州要车,而且从兰州直接就能发银川.

国产车这方面主要是a4,a6.几乎是从天津港要车,但是价格没有绝对的优势.青海和西藏一般直接从天津自提,往往有时咱的价格是有优势的,但是天津去西藏的运费就要8000元,也就没什么优势了.

从xx年9月19日到xx年12月31日我的总销量是3台,越野车一台,轿车一台,跑车一台,总利润11500元,净利润10016元,平均每

台车利润是3339元. 新年到了我也给自己定了新的计划,20xx年的年销量达到80台, 利润达到160000, 开发新客户10家. 我会朝着这个目标去努力的. 我有信心!

随着市场竞争的日益激烈, 摆在销售人员面前的是-平稳与磨砺并存, 希望与机遇并存, 成功与失败并存的局面, 拥有一个积极向上的心态是非常重要的.

-xx年工作计划

1深入了解所负责区域的市场现状, 准确掌握市场动态

2与客户建立良好的合作关系

3不断的增强专业知识

4努力完成现定任务量

最后, 感谢公司给我一个展示自我能力的平台, 我会严格遵守职业操守, 朝着优秀员工的方向勇往直前。碰到困难不屈不挠, 取其精华, 去其糟粕, 和公司员工团结协作, 让团队精神战胜一切。我有信心在我的努力下, 让四辟就像我的名字一样迎春破晓, 霞光万丈。

一开始的手忙脚乱到现在的已逐渐适应了周围的生活与工作环境, 对销售支持这项工作也逐渐进入了状态。从自身来讲也有了进一步的提高, 现将这二个月的工作情况作以下总结:

业管方面:

1、在中信和交通银行的协议签定的过程中, 与分公司保持联系, 跟踪协议的会签过程, 并在协议签定后, 在系统中设置相关网点信息, 以保证保单的录入, 和单子的正常出单。

- 2、负责日常的收单、审单以及交单工作，并做好每日的业务记录和业务播报，若出现照会等问题单，做好跟踪并及时处理。
- 3、根据总监的要求，制定渠道经营计划并对费用进行预算管理。
- 4、负责制定银行与brc人员激励方案，并进行实施与跟踪，并在月末做好费用报销工作。
- 5、与财务和银行方面做好沟通，在每月月初核对做单情况，计算并及时支付银行手续费。
- 6、制定有关业务的培训方案，并对培训过程中产生的费用做好报销工作。
- 7、处理分公司下发的邮件，并完成其安排的任务。
- 8、做好银保单证的征订，并及时对库存资料做好清点和整理。
- 9、做好施总安排的各项工做，为我们的销售团队对好后勤支持和服务工作。

作为一个新人，一开始我做事总缺乏计划性，不能很好的分清工作的主次关系，由于自己的粗心，也出现过几次错误。但经过这两个月时间的锻炼，我认清到自己所存在的问题，坚持在开展工作之前做好个人工作计划，分清工作的主次顺序，一项项及时完成，达到预期的效果，保质保量的完成工作，提高工作效率，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，使工作水平较刚接手时有了长足的进步，开创了工作的新局面。在接下来的日子，我要保持良好的工作态势，加紧学习，更好地充实自己，以能够更好的去胜任这份工作。

销售工作及时总结工作经验篇五

工作学习，我总结的工作心得如下：

市场营销又名《跑业务》，跑业务本来就是一份比较辛苦的工作，就是在活动的过程中得到收获，你每天的活动量决定你的业绩。记得我刚进公司半个月没开单，我也为可以靠着公司在遂宁的实力和发出的一点点名片就能有收获，每天就悠闲的工作、耍着，结果半个月过去了，同事都拿回了业绩，我却连个意向客户都没有，中途想过放弃，放弃这份工作，但我不甘心，这是我回到遂宁的第一份工作，凭什么别人能拿回业绩，我却不能，因为我刚从外地回到这陌生的故乡，不熟悉道路，不熟悉行业，没有熟人，这是我不足于其他同事的地方，于是，我加大了每天的工作量，我比其他同事付出了更多的努力，现在还不算成功，但至少我到了自信，所以，成功离不开坚持，成功=付出。

- 1、对自己每天的工作必须有安排，机会是留给那些有准备的人的。
- 2、不能把个人情绪带到工作中来，以饱满的热情拜访每一位客户
- 3、学会聆听、分析客户的问题，有问题的客户才是我们真正的准客户，只有了解客户的心理，找到突破口才有助于我们拿下这个客户，也有助于我们的成长。
- 5、在谈价格时切记不能一口价少到最低，让客户有个还价的余地，同时也了解了客户对价格的承受度，所谓的心理战就是，哪方先还价哪方先死，没有讨价还价的买卖就不叫买卖，更何况是营销。
- 6、如果没有成功也没关系，想好一个新的突破口，约定下次见面的时间

以上是我真实的心得体会，在工作中还有很多不足的地方，还请公司和同事不吝赐教，多多指点，我相信我们的明天会更好。