建材销售个人工作总结与建材销售季度工作总结汇编

建材销售个人工作总结

自\*\*年3月2日进入公司以来，面对一个陌生的企业和自己没有从事过真正的销 售工作，我用自己的方式、方法，在领导及同事的指导帮助下，在短时间内将业务所 需的基础专业知识掌握，并很好的融入到这个销售团队，应用到实际的工作中，并不 断的提高自己的技能。同时，广泛了解整个房地产开发市场的动态。根据自己掌握的 知识，在3月底开始寻找新项目。因为自己没有管材的销售经验，只能从零做起，一 边学习产品知识，一边摸索市场。遇到销售和产品方面的问题，及时的请教领导及同 事，一起寻找解决问题的办法和针对性的策略。到目前为止，我已经寻找新项目三十 余个。但在跟进的过程中，有近一半的项目一个接着一个的丢失，从而感到干好销售 工作真的不是一件容易的事情。比如对于管材市场了解的不够深入，对产品的技术问 题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释和推销我们的产品，对于一些大的问 题不能快速拿出一个很好的解决问题的办法，在与客户的沟通过程中，过分的依赖和 相信客户，以至于引起一些不良的反应。比如：客户答应把金牛品牌指定进去，疏忽 防范竞争对手的动作，本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个前期的销售上 面，对后期把握不牢固，客户内部客情工作做的不扎实，从而导致丢单。说起来也惭 愧，到现在在领导和同事的帮助下，只做成了 xx市文化活动中心地热施工、中宁恒 辰世纪财富广场、清苑丰景样板间、枕水幼儿园、盈北家园，共5个项目的地热管材 供货，总计回款额：XXX。但对于我的目标来说，还是相差甚远。就跟进的项目来 说，从失败中，我学到了很多东西，这些是我在平常的生活中根本无法掌握的。比如 说在营销中哪些知识是必须要掌握的？第一、本身所具有的知识结构，有关市场的、 有关人文的、有关社交的、有关沟通的技巧和学识必须要掌握。

第二、对自己产品的认识程度。

第三、专业的营销理论和技巧，所能够总结到的东西，而非书面化的东西。

第四、有没有一种坚强的理念来支撑你对这个职业的认可？这个坚强的理念就是 面对复杂的社会、面对复杂的人，所采取的一种对待方式与自己的价值观能否进行有 效的吻合、兼容和融合。

第五、有没有一种意志力来支撑你对困难和失败的看法。这是我感到每个做营销 职业的人必须具备的。当然，\*\*年是忙碌的一年，但不是丰收的一年，是我打好基础 的一年，为了 20\*\*年更好的发展。 \*\*年全体建二人紧紧围绕“差异化经营，提升

品牌内涵”的经营战略以及“打造企业执行力”的管理战略这两条主线开展工作，并 取得了突破性的进展。

一、 经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。实际销售完成年度考核计划的 130%,同比增长15%,所实现的纯利同比增长381%o确立了武商建二在\*\*区域市场的 领先市场地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道Ixx个，淘汰品牌123个，调整 率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增长26% 和13%。两个工程两手齐抓。“打造20个百万品牌"和“引进10个成熟品牌"的

“两手抓"工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%,占 全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推 出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域领先优势。

二、 服务体系不断完善，现场管理成效斐然\*\*年建二狠抓现场管理，全面推行 “亲情式服务"体系，在一线员工中开展“服务意识"的大讨论。对商场硬件设施进

行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。三、“执行”观念深入人心，人力资源 不断挖潜。以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了 900多 小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要 求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反 响。\*\*年，青山周边区域的商业竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待 业，后有青山百货的步步紧追，我们将从以下几个方面重点入手：

一、抓春节市场，确保开门红，誓夺年度目标以春节营销工作为先导，全面实施 旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、准确把握市场定位，实施差异化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销 品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营 的格局。三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度通过组织架构的健全， 为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到 区域百货经典的经营格局。四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源做强 做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为\*\*年的首要任务， 进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。五、狠抓百万品牌，全面发挥二 八效应要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功 率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。六、狠抓渠道优化，减小因供应商实 力弱对经营造成的制约销售人员半年总结半年以来，XX的营销工作取得了一定的成 绩，基本上完成了两家公司的既定目标，但也存在不少的问题，为了更好的完成项目 的营销工作、实现双赢，双方结成真正意义上的战略合作伙伴关系，特对阶段性的工 作进行总结。针对以前的工作，从四个方面进行总结：

一、 XX公司XX项目的成员组成：XX营销部销售人员比较年青，工作上虽然充满 干劲、有激情和一定的亲和力，但在经验上存在不足，尤其在处理突发事件和一些新 问题上存在着较大的欠缺。通过前期的项目运作，销售人员从能力和对项目的理解上 都有了很大的提高，今后会通过对销售人员的培训和内部的人员的调整来解决这一问 题。由于对甲方在企业品牌和楼盘品牌的运作思路上存在磨合，导致营销部的资源配 置未能充分到位，通过前段工作紧锣密鼓的开展和双方不断的沟通和交流，这一问题 已得到了解决。

二、 营销部的工作协调和责权明确由于协调不畅，营销部的很多工作都存在着拖 沓、扯皮的现象，这一方面作为XX公司的领导，我有很大的责任。协调不畅或沟通 不畅都会存在工作方向上大小不一致，久而久之双方会在思路和工作目标上产生很大 的分歧，颇有些积重难返的感觉，好在知道了问题的严重性，我们正在积极着手这方 面的工作，力求目标一致、简洁高效。但在营销部工作的责、权方面仍存在着不明确 的问题，我认为营销部的工作要有一定的权限，只履行销售程序，问题无论大小都要 请示甲方，势必会造成效率低，对一些问题的把控上也会对销售带来负面影响，这样 营销部工作就会很被动，建立一种责权明确、工作程序清晰的制度，是我们下一步工 作的重中之重。

三、 关于会议会议是一项很重要的工作环节和内容，但是无论我们公司内部的会 议还是与开发公司的会议效果都不是很理想，这与我们公司在会议内容和会议的形式 以及参加人员的安排上不明确是有关系的。现在我们想通过专题会议、领导层会议和 大会议等不同的组织形式，有针对性的解决这一问题，另外可以不在会上提议的问 题，我们会积极与开发公司在下面沟通好，这样会更有利于问题的解决。

四、 营销部的管理前一阶段由于工作集中、紧迫，营销部在管理上也是就事论 事，太多靠大家的自觉性来完成的，没有过多的靠规定制度来进行管理，这潜伏了很 大的危机，有些人在思想上和行动上都存在了问题。以后我们会通过加强内部管理、 完善管理制度和思想上多交流，了解真实想法来避免不利于双方合作和项目运作的事 情发生。以上只是粗略的工作总结，由于时间仓促会有很多不是之处，希望贵公司能 给于指正，我们会予以极大的重视，并会及时解决，最后祝双方合作愉快、项目圆满 成功。

建材销售季度工作总结

一、 工作重心要点：

1、 市场部成立及团队的组建；

2、 招聘人员计划；

3、 针对招聘人员一系列培训计划及其统一下基层实战训练（认识公司产品、了解 公司文化背景及公司走向、熟悉同行产品）；

4、 招商以拓展重庆区县空白市场为主及维护原有市场老客户为辅；

5、 根据市场部人员的区域下线划分制定相关的年度销量、季度销量、月销量、 周销量并落实了解每天销售人员的市场战斗概况并进行细分计划；

6、 市场部人员的管理及其相关在平时市场走访情况进行不断交流，针对区域性 处理相应问题；

7、 拟定市场人员每月的工作实况及其逐一追踪解决市场战斗问题；

8、 市场人员的工作计划及总结反馈。

二、 工作具体规划事项：

1、团队的组建：a市场部人员工作经验要求：（最低标准一年以上相关经验，以 筛选形式作为招聘;要求业务人员实干肯吃苦耐劳，寻求长期发展共同与公司合作一 起成长为最佳招聘方式）b市场人员的培训：

1）首先熟悉公司文化背景2） 了解公司每个系列产品的特点3）深入了解产品的同 时并掌握熟悉对同行产品的优势及劣势4）下基层实战演练并进行工作总结5）不断互 相模拟拜访各种客户的交流方式，加强业务员下线的根底及对公司产品的认识和底气 6）让业务员了解走访客户的最佳时间及相关专业术语进行综合得到更好的收益，同时 更快地走上轨道2、招聘人员的计划：a前期招聘人员主要以筛选为主：（预计招聘人 数范围15-20个，实际招聘用人3-5个）以大浪淘沙模式，留下的就是比较有实干型 的3、市场拓展定位走向a目前市场区域情况：为重庆区域范围1）长江下游（城口、 巫溪、巫山、奉节、云阳、\*\*县、万州、梁平、\*\*县、垫江、丰都、石柱、长寿、涪 陵、武隆、彭水、黔江、酉阳、秀山）备注：以上具体已有市场合作伙伴应了解公司 的实际情况之后再做相关交接工作调整;2）长江上游（合川、北暗、永川、铜梁、潼 南、大足、双桥、荣昌、江津、棊江、万盛、南川、璧山、巴南）备注以上具体已有 市场合作伙伴应了解公司实际情况之后再做相关交接工作调整;b进入市场前期的做战 方式：

1）以长江上游市场作为开端市场，并以周边市场如（合川）现已合作，而且在分销 中相对来说做得比较有影响力作为预热，就以潼南或者大足作为市场的开发端点;2） 前期走访区域市场的餐饮店并了解当地餐饮具体情况，同时了解同行在当地的市场占 有率的方式并进行相关性了解之后，然后人员走访路线的划分再进行逐一踩点，之后 并开始逐一横扫市场;3）釆取恰当的方式作为拉大销量为目的（以买多少件送什么赠品 的方式，十件送++20件送+++50件送++++100件送+++++）4）前期走访时记录备注相应 的意向客户及马上成交的客户作为详记，后期意向客户加速跟进达成合作意识;5）走 访农贸市场了解相关市场干货的走货状况并衔接几个干货店作为意向分销再做筛选;6） 把前期的市场铺网做好铺垫后，利用公司优惠政策及其现有客户资源作为合作洽谈的 最佳工具;7）后期对所有的市场客户资源作为系统管理并对分销作为重点帮扶同时扩 大产品销量、扩大产品的使用率及覆盖率，做好后期的一切客情关系及转介绍关系；

4、预计市场人员销量设定a市场部人员开发客户数量标准（每人应开发3-8个新 客户）；b市场部人员应设定每一周的预计开发客户数量作为标准;c在周的开发客户数 量统计后，市场部人员应设定当月的开发客户数量作为标准;d在月的开发客户数量统 计后，市场部人员应设定当月的开发客户数量作为标准;e在月的开发客户数量统计 后，市场部人员应设定当季度的开发客户数量作为标准;f在季度的开发客户数量统计 后，市场部人员应设定本年的开发客户数量作为标准;备注：以上市场人员应做好实 际的开发客户数量作为实际的拟定开发客户标准。

5、 市场部人员管理培训交流：a市场部人员应在每天的走访客户过程中所遇到 的问题应进行备注，便于交流处理拜访客户的问题;b市场部人员应每天做好日计划及 日总结c要求市场部人员应习惯写周计划及周总结、月计划、年计划，并养成良好的 工作记录习惯;d市场部人员自身的要求及问题的及时反馈，并尽快处理相对出现问题 开展工作，让市场部人员更加附有激情动力开发市场;e营造组织一个附有兄弟姐妹亲 情关系更更加团结的团队，加深大家彼此的工作及生活圈子了解，更能融入到工作中 去;f市场部人员工作的汇报（做好详细的工作记录汇报）；备注：此举主要加强团队的 作战意识，凝聚团队作风有组织、有良好的习惯、有善于学习的一个健强的团队。

6、 工作业绩问题的探讨及反省总结a探讨工作中存在的问题，以便进一步改善 潜在问题的类似出现;b每人都相应在现场模拟训练（千万不要怕含羞）这至少是做销售 的最低标准;c业务员提出-问题并做相应的解答，并针对性去解决所存在问题，一起 协助并加大力度开发客户的实际效益；三、工作预期销量指标1、市场部实际人员如以 4人计算，预期销量每天每人平均以开发客户为5个客户计算，每天实际出货量就是 20件，平均预算月销量为800-20\*\*件为标准；开发客户数量预计在80-120个左右；

2、 市场部季度销量得出大概销售数据在2400-6000件左右；

3、 市场部年销量得出大概销售数据在9600-24000件左右;备注：以上数据作为 前期市场部的预期销量计划，并以此作为工作开展数据的指标，同时加大力度完成所 预期设定的销售数量，并在实际的过程当中真正体现出惊人的作战风格，飞速地发展 新客户及推广产品从而扩展产品销量及知名度，维护产品在当地市场的美誉度。 年即将过去，在这一年的时间中销售部通过努力的工作，也取得了一点收获，临近年 终，对销售部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高销量，以至于把工作做的 更好，以至于有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年来的工作进行简 要的总结。在\*\*年当中，坚决贯彻xx厂家的政策。学习、制定销售各环节话术，公 司产品的核心竞争优势，和市场部共同策划宣传公司的形象、品牌的形象，在各媒体 广告里如；广播电台、报刊杂志、、、、等，使我们公司的知名度在xx市场上渐渐 被客户所认识。部门全体员工累计发短信三万余条，团队建设方面；制定了详细的销 售人员考核标准、销售部运行制度、工作流程、团队文化等。这是我认为我们做的比 较好的方面，但在其他方面工作中我们做的还有很大的差距。从销量上看，我们的工 作做的是不好的，销售业绩的确很不理想。客观上的一些因素虽然存在，在工作中其 他的一些做法也有很大的问题，目前发现销售部有待解决有主要问题有以下几点：

1. 销售人员工作的积极性不高，缺乏主动性，懒散，也就是常说的要性不强。
2. 对客户关系维护很差。销售顾问最基本的客户留资率、基盘客户、回访量太 少。一个月的时间里，总共八个销售顾问一天拜访的客户量20余个，手中的意向客 户平均只有七八个。从数字上看销售顾问的基盘客户是非常少的，每次搞活动邀约客 户、很不理想。导致有些活动无法进行。
3. 沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况 十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的一些问题和要求 不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分 了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。
4. 工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个工作总结和计 划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱 等各种不良的后果。
5. 销售人员的素质形象、业务知识不高。个别业务员的自身素质低下、顽固不化 恶习很多、工作责任心和工作计划性不强，业务能力和形象、素质还有待提高。

（长久下去会影响公司的形象、和声誉）一.市场分析市场是良好的，形势是严 峻的。通过今年自主品牌汽车的销量下滑，厂家一定会调整应对的策略。明年是大有 作为的一年，我们一定要内强素质，外塑形象。用铁的纪律，打造铁的团队，打一场 漂亮的伏击战。假如在明年一年内没有把销售做好，我们很可能会失去这个发展的机 会。

二.20\*\*年工作计划在明年的工作计划中下面的几项工作作为主要的工作来做:

1）建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团队。人才是企业最宝贵的 资源，一切的销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，战斗 力、高素质的销售团队是企业的根本。只有通过高素质高效率的销售人员不但能提高 车的销量，而且能把保险、上户、装潢等附加值上一个新的台阶。在明年的工作中组 建一支和谐，高效率的销售团队作为一项主要的工作来抓。

2） 完善销售制度，建立一套明确系统的管理办法。销售管理是企业的老大难问 题，销售人员的出勤、见客户时处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让 销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁 意识。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

3） 提高人员的素质、业务能力。培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提 高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业 务能力提高到一个新的档次。

4） 建立新的销售模式与渠道。把握好制定好保险与装潢的销售模式，做好完善 的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好店内销售与电话销售、邀 约销售、车展销售等之间的配合。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分 解到各个销售顾问身上，再分解到每月，每周，每日；并在完成销售任务的基础上提 高销售业绩。我们将带领销售部全体人员竭尽全力完成目标。

5） 顾全大局服从公司战略。今后，在做出每一项决定前，应先更多的考虑公司 领导的看法和决策，遵守领导对各项业务的处理决断。工作中出现分歧时，要静下心 来互相协商解决，只要能经常总结经验教训、发挥特长、改正缺点，自觉把自己置于 公司和客户的监督之下，勤奋工作，以身作则。我相信，就一定能有一个更高、更新 的发展，我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、厂 家的政策扶持、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支“亮剑"的 销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们销售部在20\*\*年有信心，有决 心为公司再创新的辉煌！ 回顾这一年来的工作，在公司领导及各位同事的支持与帮 助下，我严格要求自己，按照公司的要求较好的完成了自己的本职工作。现将一年来 的工作总结如下：

1、 在服装销售过程中：销售技巧及其重要，在销售过程中除了将服装展示给顾 客，并加以说明之外，还要向顾客推荐服装，以引起顾客的购买兴趣，让顾客达到消 费的享受，比如：有很多顾客一进店就说贵，我们就会给他说明原因，然顾客试穿我 们的衣服，试衣途中我们就会和顾客聊天，了解顾客的心理，也拉近我们之间的距 离，同时也给顾客连贯性的搭配，让顾客眼前一亮的感觉，让顾客觉得我们的衣服不 是贵而是高贵；

2、 其次要注意重点销售的技巧，重点销售就是指要有针对性，对于服装的设 计，功能，质量，价格等因素，要因人而宜，真正使顾客的心理由“比较"过度到

“信念”，最终销售成功。

（重点要简短，对顾客说明服装特性时，要做到语言简练而清楚，内容易懂，服 装商品的特点要首先说出，如有时间在逐成展开）；

3、 店里的员工在销售上也比较积极，大家都为同一个目标，但做得不足的地方 也还有很多，比如销售，陈列等等都还有待提高。20\*\*年是承上启下的一年，我将会 带领店员深刻总结，将我们这一年做的不好的地方及时改正，做得好的地方继续发 扬，为\*\*年的工作做铺垫。\*\*年计划新的一年掀开新的一页，\*\*年年度计划如下：

1：品牌形象：这是我们年年天天必不可少的工作，要把我们“声雨竹"服装推 广出去，首先自我和员工的形象，要让顾客对我信任，才能推其品牌；2：店铺形 象：要做到店铺的整洁，商品的陈列及摆放；3：服务：现在服装品牌越来越多，比 的不仅仅是服装的款式，还有服务方式，服务质量，服务态度，要在以后的工作中不 断的改变和提升；4：心态的提升：要经常和员工聊天，沟通，了解其想法，及时的 把事情解决好，随时给员工传递正能量；5：对新老vip的维护：这点是我们\*\*年中 重点的一个工作，争取把做得不到位的地方做得更好；6：加强自我和员工的销售能 力，加大对新员工的培训力度；7：人员管理：发现问题，解决问题，让团队更有凝 聚力；8：晨会的坚持：这不仅仅是一个简单的会议，更重要是激励员工的士气；在 \*\*年，我们将不断的学习，不断总结，增强各方面的专业知识，新的一年，新的希 望，新的起点，让我们把压力变成动力，争取在\*\*年中突破目标，再创业绩新高。