# 挖掘机销售公司工作总结（精选4篇）

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2025-01-24

*小编为大家整理了挖掘机销售公司工作总结(精选4篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜上...*

小编为大家整理了挖掘机销售公司工作总结(精选4篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜上有名!!!

挖掘机销售公司工作总结(精选4篇)由整理。

第1篇：挖掘机销售工作总结

挖掘机售后服务年终总结 202\_年时间转瞬逝去了，在各位领导的带领下、在同事们的支持和帮助下，我坚持不断地学习理论知识、总结工作经验，加强自身思想修养，努力提高综合素质，严格遵守各项规章制度，从而完成了自己岗位的各项职责。在此，我要感谢大家。正是因为你们的这种支持和帮助，以及你们对我的严格要求，使我感觉到我已融入了凯斯售后服务部这个团队，感受到了来自凯斯的温暖。 在山东格瑞特售后服务部德州办事处我主要是从事挖掘机维修方面的工作。任现职以来，严格履行维修工程师的岗位职责，认真学习，努力工作，较好地完成了本职工作和领导交给的各项任务。现将一年来的工作情况总结如下：

一、我的工作主要是负责挖掘机的维修保养技术支持，负责检修作业检查和不良设备的维修，积极参与挖掘机各种故障的处理，按照客户要求，对出现问题的挖掘机进行检测维修;监管检修记录台帐，建立并完善设备履历档案管理;仓库管理，配件进货，出库记录等。

二、当公司的挖掘机卖出时，根据公司领导的需求，我需和挖掘机同往至交货地点，进行设备的交接，完成整个销售过程。并确认联系人和联系方式，签署售后合同，检查设备是否能正常运行，检查随车佩带工具及赠送配件是否齐全等。将设备完好无损的交给用户，给客户讲解车辆基础保养时间和日常保养事项，以及基本操作，使用户对设备足够的熟悉后，让对方签字验单。方便以后对客户进行回访时，询问设备使用情况以及对出现的问题给与及时的解答和回复。

三、配件销售方面，与去年相比有较大的进步。保内用户没有发现再使用副厂配件的，以及保外部分用户也在使用原厂配件，以油类配件最多，滤芯等相对比较少。关于这方面我与很多用户沟通过，保内用户使用是基于设备没有出保，使用副厂配件设备出现故障厂家不给予索赔和免费保养。保外用户不使用原厂配件基本是嫌配件太贵又不给予免费保养，又认为在一些大配件重要配件使用原厂的，小配件像滤芯等使用副厂的常保养下就无多大碍的误区。导致这样的现象主要还是由于我们在与客户沟通方面的问题，没有使用户认识到使用副厂配件对设备的损害。我还需改进和学习与用户沟通的方法与知识。

在过去202\_年的工作中，我基本达到所需完成工作的要求和领导交付的任务。通过这一年的锻炼，使我成长不少，但是，工作中还存在不少问题： 1.工作上善欠缺主观性与积极性。工作任务越来越繁重，工作压力也越来越大，但是在任务重、压力大的情况下，工作心态还比较懒散，态度不端正，一定程度上影响了工作效率。 2.独自作业时欠缺经验，应对及应变措施还达不到所需要求。对客户设备出现的复杂问题还是无法很快予以判断和解决。 3.平时工作中，还需加强沟通和团队协作。及时与老员工沟通，有问题及时向他们请教，与他们取长补短，共同完成工作任务。虚心接受领导在工作上的指导和意见建议，要及时与领导沟通，有问题及时向同事请教，积极的听取他们的意见和建议，不断努力学习提高自己。

崭新的202\_年来临了，在新的一年里，工作上，生活上，我们都站在了新的工作起点，要开始新的一轮工作，我再次感谢领导和各位同事的支持和帮助，我将在新的一年里继续努力，不断提高自己的业务水平，虚心向大家学习。 202\_年12月11日篇二：挖掘机售后年终总结

年终总结 202\_年对于个人来说是意义非同寻常的一年，抉择的一年。究其原因体现在两个方面，一是告别了熟悉而又充满感情的销售工作，难舍之情溢于言表 ; 二是来到了一个和谐团结的售后服务团队工作，这个更加充满激情与挑战的新工作岗位将成为我今后一段时间的工作平台。

一年来，觉得自己是非常幸运的。得到了这么多领导和同事的帮助，特别是领导能够很好的体谅我们现场的情况，切合实际的安排，减少我们不必要的压力，使得工作心情能够平稳舒畅。部门同事好比一家人，在工作上我们相互协作、相互配合、取长补短，目的很简单——就是为了技术得以提高，更好的服务客户，解决棘手的问题，维护公司的形象。 虽然202\_年有所收获，但是自身的不足之处也暴露无疑，回顾202\_年，本人将从以下几个方面呈现个人工作总结报告：

一、融入新环境，重新定位工作角色

新的工作岗位和角色，给予我了很多挑战，来到我司售后服务部工作，工作的对象、应对问题的方法与以前的工作相比大有不同。刚开始的那段时间的确不太适应，通过领导的帮助与引导，透过同事的关心与照顾，这种不适应的心理很快就消失了。但与心理上较快适应相比，工作方式和方法的适应相对慢一些。像以前的销售工作，在工作程序和方法上都比较简单，而现在要处理的是现场实际问题，很多时候不仅棘手而且多是和客户直接交流。处理问题的过程和方法是否得当、考虑问题是否全面，记录问题是否清晰准确等等，都会影响到客户的满意度。我们只有通过时间和现场经验的积累来提高自己处理问题的能力，在现场问题上和客户做充分有效的沟通，才能最大限度的减少不愉快的发生，并维护好客户关系。

二、不断学习进步，务求更好的胜任本职工作

在近一年的学习实践中，在领导的指导及自身的努力下，我逐渐熟悉了公司的运作程序，初步掌握了售后工作的基本操作，能够认真完成领导交给的任务，这将为今后的工作顺利进行打下一定的经验基础。

出于工作性质的需要，我认为养成良好的个人工作记录习惯是有必要的。每次现场处理完毕以后，把现场的调试过程及问题的处理过程记录下来，及时总结问题、发现问题，才能更快的提升自己的专业技术水平。干一行就要爱一行，我相信把复杂的事情做熟练，我就是专家。

三、展望未来，团队战斗力无坚不摧

聚沙成塔，握指成拳，积水成流, 团队的战斗力是无坚不摧的。关于培养团队意识可以充分利用部门会议和个别谈心的形式定期进行组织学习与内心交流。发现问题，及时沟通，增强互信，提高工作效率，树立良好的团体形象。每一个人的一举一动，一言一行都会影响到公司的形象。特别是我们的工作任务大多直接面对客户，在许多事情的处理上不仅需要个

人具有独挡一面的能力，更多的时候要依靠集体的力量、集体的智慧共同完成。因此，只有搞好团结，才能为公司创造更大的价值。

看到公司良好的发展势头，我为之自豪，迫切的希望能和公司共同成长，我会用更谦虚的态度和饱满的热情做好本职工作，为公司创造价值，希望公司能够给予定期组织学习，加强团队建设，提高业务素质的平台。

在过去的一年里，虽没有轰轰烈烈的战果，但也算经历了一段考验和磨砺，对于每一个追求进步的人来说，都免不了会在年终岁未对自己进行一番“盘点”与自我个人工作总结，也算是对自己的一种鞭策。篇三：挖机销售流程 如何做大客户

由于挖掘机不同于一般产品，一者购买者购买挖掘机的出发点是作为一种生产资料去赚钱的，因而能否赚到钱是其考虑的第一因素;二者挖掘机是高价值产品，因而在购买者在确定是否购买的时候要考虑很多其它方面的因素。所以，挖机客户尤其是大客户并不会象购买其它消费品或生活用品一种只需要作出简单判断之后即可做出决定，因为挖掘机是他们赚钱的工具，挖机的作业情况直接影响到赚钱情况。因而，对于一位挖掘机销售业务员来说，与大客户的交往接触与交往是非常重要的工作。大客户要放弃销售，做价值 ，价值需要尊重,价值需要传递值需要体验和渗透。

一.大客户接触流程 1.客户信息收集

大客户信息的收集是与客户接触的前提，因而平时业务员最主要的工作之一就是收集客户信息。获取客户信息的途径一般有：自己走访、朋友介绍、挖掘机老用户介绍、挖掘机机手介绍、在挖掘机集中地采集、同行之间的交流以及通过展示会、联谊会、座谈会等形式采集。实践表明，客户信息无处不在，关键是业务员一定要做到亲身、亲历、亲为，并在具体实践中不断提高自己的交际能力及交际水平，不断扩大自己的社交范围。 除客户购机信息外，客户信息收集还包括如下内容：

①三一销售产品信息收集，包括各地保有量、市场占有率、设备使用状况、用户反应等;

②竞争对手产品信息收集：竞争对手产品特点、价格、成交条件、销售渠道、竞争策略、用户使用情况、社会保有情况、用户评价等;

③潜在客户信息收集：潜在客户相关资料;

④各地投资、建设情况及相关信息;

⑤竞争对手在目标地区的布点及销售力量分布情况等。 2.客户筛选

业务员要养成将自己所收集到的客户信息进行及时汇总、分析的习惯，根据客户特征对客户信息进行汇总、分析、筛选，并在此基础上制定自己的客户拜访、跟踪计划，能够有效地提高业务员的工作效率与工作效果。具体按什么特征去对客户进行分类可由业务员自己根据实际情况把握，既可以根据客户类型、购机意向的强烈程度、客户资金实力、信誉情况等分别整理，也可以将各种情况综合汇总以便于对客户进行有效分级、评等。 3.制定接触客户计划

提高工作效率最简单的办法就是制定工作计划，业务员要有计划地与客户进行各种形式的接触，如电话沟通、短信问候、登门拜访、雅室小聚、健身锻炼、体育活动等等，总之与客户的接触方式是多种多样的。业务员将自己所掌握的客户信息整理、分类、筛选后，根据每一个客户的具体情况确定接触的方式与流程，并将这些内容以月计划、周计划、日计划的形式体现出来，同时按计划实施自己的客户接触行动。 4.明确与客户接触的目的

业务员在制定客户接触计划的时候，首先要明确针对每一个客户的接触目的，一般情况下业务员与客户接触基本上基于以下几种目的：

①销售产品

销售产品是与客户接触的主要任务;

②市场维护

客户开发与市场开发是一个延续的过程，销售人员不仅要建立起与客户之间的关系，而且要处理好市场运作中存在的相关问题，解决客户之间的矛盾，理顺渠道间、客户间关系，确保市场的正常、稳定，因而业务员必须承担所负责区域的市场维护工作。

③建设客情

销售人员要在客户心中建立自己的品牌形象，这样才可能更好地赢得客户对你工作的配合与支持。

④信息收集

销售人员要随时了解市场情况，把握市场的最新动态，与客户接触是最好、最及时把握市场情况的方式。

⑤指导客户 业务人员分为两种类型，一种是只会向客户要订单的人;另一种是给客户出主意的人。两种业务人员的实际工作效果有很大差别，前者获得订单的道路漫长而遥远，后者则很容易赢得客户尊重。 5.确定接触方式

业务员要根据客户的实际情况及自己与其交往程度确定每一次接触的具体接触方式，并采取循序渐进逐渐深入的方式不断拉近与客户之间的距离。具体接触方式很多，可由客户自己根据实际情况把握。如：电话沟通、短信问候、书信往来、登门拜访、宴请、共同参与体育项目及娱乐活动、座谈会、展示会、联谊会、组织旅游等等，几乎社会上存在的所有交际方式都可作为业务员与客户接触的选用方式。业务员如果能切实把握实际情况，将这些交际工具使用好了，业务工作的开展可能做到游刃有余。 6.与客户接触前的准备

为了保证每一次与客户接触的效果，业务员在与客户接触前必须根据选定的接触方式做好相关的准备工作，包括所需的资料、知识、小礼品、记录工具、调节气氛的小道具、小故事等;如是登门拜访或其它见面性接触要根据见面方式及客户特点确定自己的衣着、仪表形式、交通工具、工作中需要的各种其它工具、表单等。 7.客户接触

让客户接受你从而接受你推荐的产品是业务员与客户接触的主要目的。接触效果如何，客户是否能够接受你在许多情况下是取决于业务员自己的。如何让客户在最短的时间内接受你及你所推荐的产品时需要很多技巧的，这些技巧涉及语言、仪表、表达方式、客户心理、营销手段等各个方面，有效地利用这些技巧可以使你与客户的接触取得事半功倍的效果。在这方面一个新的业务员是不可能做到很专业的，但最起码要做到以下几点：

①态度谦和，不亢不卑;

②口齿清楚，表达明白;

③善于聆听，尊重客户;

④着装得体，仪态大方;

⑤换位思考，以理服人;

⑥注重效率，一诺千金。 8.接触分析

业务员与客户进行各种形式、各种目的的接触，有的目的一次接触就可能达成，有的目的需要很多次不断深入的接触才可能达成。不管经过一次接触我们的目的有没有达到，我们都要对本次接触进行详细的分析，找出整个接触过程中我们掌握的比较好的地方以及明显或不明显的失误，通过对客户的言行及具体表现分析篇四：挖掘机销售技巧 挖掘机销售技巧

挖掘机不同于一般产品，一者购买者购买挖掘机的出发点是作为一种生产资料去赚钱的，因而能否赚到钱是其考虑的第一因素;二者挖掘机是高价值产品，因而在购买者在确定是否购买的时候要考虑很多其它方面的因素。所以，客户并不会象购买其它消费品或生活用品一种只需要作出简单判断之后即可作出决定。因而，对于一位挖掘机销售业务员来说，与客户的交往接触与交往是非常重要的工作。

挖掘机销售业务员如何才能做好客户接触及拜访方面的工作。

一.客户接触流程 1.客户信息收集

客户信息的收集是与客户接触的前提，因而平时业务员最主要的工作之一就是收集客户信息。获取客户信息的途径一般有：自己走访、朋友介绍、挖掘机老用户介绍、挖掘机机手介绍、在挖掘机集中地采集、同行之间的交流以及通过展示会、联谊会、座谈会等形式采集。实践表明，客户信息无处不在，关键是业务员一定要做到亲身、亲历、亲为，并在具体实践中不断提高自己的交际能力及交际水平，不断扩大自己的社交范围。 除客户购机信息外，客户信息收集还包括如下内容： ①本公司销售产品信息收集，包括各地保有量、市场占有率、设备使用状况、用户反应等;

②竞争对手产品信息收集：竞争对手产品特点、价格、成交条件、销售渠道、竞争策略、用户使用情况、社会保有情况、用户评价等;

③潜在客户信息收集：潜在客户相关资料;

④各地投资、建设情况及相关信息;

⑤竞争对手在目标地区的布点及销售力量分布情况等。 2.客户筛选

业务员要养成将自己所收集到的客户信息进行及时汇总、分析的习惯，根据客户特征对客户信息进行汇总、分析、筛选，并在此基础上制定自己的客户拜访、跟踪计划，能够有效地提高业务员的工作效率与工作效果。具体按什么特征去对客户进行分类可由业务员自己根据实际情况把握，既可以根据客户类型、购机意向的强烈程度、客户资金实力、信誉情况等分别整理，也可以将各种情况综合汇总以便于对客户进行有效分级、评等。 3.制定接触客户计划

提高工作效率最简单的办法就是制定工作计划，业务员要有计划地与客户进行各种形式的接触，如电话沟通、短信问候、登门拜访、雅室小聚、健身锻炼、体育活动等等，总之与客户的接触方式是多种多样的。业务员将自己所掌握的客户信息整理、分类、筛选后，根据每一个客户的具体情况确定接触的方式与流程，并将这些内容以月计划、周计划、日计划的形式体现出来，同时按计划实施自己的客户接触行动。 4.明确与客户接触的目的

业务员在制定客户接触计划的时候，首先要明确针对每一个客户的接触目的，一般情况下业务员与客户接触基本上基于以下几种目的：

①销售产品

销售产品是与客户接触的主要任务;

②市场维护

客户开发与市场开发是一个延续的过程，销售人员不仅要建立起与客户之间的关系，而且要处理好市场运作中存在的相关问题，解决客户之间的矛盾，理顺渠道间、客户间关系，确保市场的正常、稳定，因而业务员必须承担所负责区域的市场维护工作。

③建设客情

销售人员要在客户心中建立自己的品牌形象，这样才可能更好地赢得客户对你工作的配合与支持。

④信息收集

销售人员要随时了解市场情况，把握市场的最新动态，与客户接触是最好、最及时把握市场情况的方式。

⑤指导客户

业务人员分为两种类型，一种是只会向客户要订单的人;另一种是给客户出主意的人。两种业务人员的实际工作效果有很大差别，前者获得订单的道路漫长而遥远，后者则很容易赢得客户尊重。 5.确定接触方式

业务员要根据客户的实际情况及自己与其交往程度确定每一次接触的具体接触方式，并采取循序渐进逐渐深入的方式不断拉近与客户之间的距离。具体接触方式很多，可由客户自己根据实际情况把握。如：电话沟通、短信问候、书信往来、登门拜访、宴请、共同参与体育项目及娱乐活动、座谈会、展示会、联谊会、组织旅游等等，几乎社会上存在的所有交际方式都可作为业务员与客户接触的选用方式。业务员如果能切实把握实际情况，将这些交际工具使用好了，业务工作的开展可能做到游刃有余。 6.与客户接触前的准备

为了保证每一次与客户接触的效果，业务员在与客户接触前必须根据选定的接触方式做好相关的准备工作，包括所需的资料、知识、小礼品、记录工具、调节气氛的小道具、小故事等;如是登门拜访或其它见面性接触要根据见面方式及客户特点确定自己的衣着、仪表形式、交通工具、工作中需要的各种其它工具、表单等。 7.客户接触

让客户接受你从而接受你推荐的产品是业务员与客户接触的主要目的。接触效果如何，客户是否能够接受你在许多情况下是取决于业务员自己的。如何让客户在最短的时间内接受你及你所推荐的产品时需要很多技巧的，这些技巧涉及语言、仪表、表达方式、客户心理、营销手段等各个方面，有效地利用这些技巧可以使你与客户的接触取得事半功倍的效果。在这方面一个新的业务员是不可能做到很专业的，但最起码要做到以下几点：

①态度谦和，不亢不卑;

②口齿清楚，表达明白;

③善于聆听，尊重客户;

④着装得体，仪态大方;

⑤换位思考，以理服人;

⑥注重效率，一诺千金。 8.接触分析

业务员与客户进行各种形式、各种目的的接触，有的目的一次接触就可能达成，有的目的需要很多次不断深入的接触才可能达成。不管经过一次接触我们的目的有没有达到，我们都要对本次接触进行详细的分析，找出整个接触过程中我们掌握的比较好的地方以及明显或不明显的失误，通过对客户的言行及具体表现分析

客户心理，为制定下一次接触计划提供依据。同时使我们在不断总结经验的基础上逐步提高自己的相关水平。 9.跟进接触

在对上一次接触进行分析、总结的基础上，对下一次接触做出计划。当然计划仍然包括目的、方式、环境、地点、实施时间等内容，并根据计划跟进、落实。 10.接触分析

对跟进接触的效果进行分析、总结，以便进一步跟进。 11.再跟进

不断跟进，不断分析总结，不断深化接触，直至达成最终目的。 12.跟踪服务

一个接触目的达成后，随之会产生新的接触目的，在此接触目的基础上，业务员要与客户继续接触。

二.销售拜访流程

销售拜访是业务员以销售产品为目的对客户所作的拜访，目的明确、动机鲜明、毫不掩饰。一般业务员对客户的销售拜访按以下程序执行： 1.寻找客户

寻找客户是销售拜访的基础，客户是销售拜访的目标，达成销售时销售拜访的目的。业务员销售产品必须从寻找客户开始，如果连客户在哪里都不知道，销售时无从谈起的。在前面的内容里，我们曾经讲过我们的客户群体，其中说明了挖掘机使用和停放最集中的地方，同时介绍业务员该到什么地方去寻找客户。只要用心，其实客户是不难找到的。为了把生意做得更好，客户也在随时随地宣传着自己，他们不可能把自己藏起来让我们使劲找。 2.客户分析

寻找客户的过程是从大众人群内寻找对挖掘机感兴趣的人们的过程，客户分析的过程则是将对挖掘机感兴趣的人群进行分解的过程。

对挖掘机感兴趣的人群中除了业内人士之外，我们都可以把他们看作基础客户群体。我们的客户分析就是从分析基础客户群体开始的：

①首先我们按购买意向的强烈程度将客户分成若干等级;

②然后按资金实力再将客户分成若干等级;

③还可按客户信誉的好坏将客户分成若干等级;

④按是否拥有工程将客户分成若干等级;

⑤其它分级、分等原则。

购买意向与资金实力是我们进行客户分析的最关键因素，我们在具体分析过程中可以使用如下分析坐标：

如上图所示，“1”为购买意向强烈且资金实力雄厚的客户，这是需要我们首先要争取的客户，这部分客户如经考察信誉良好，我们可放心按规定与其操作业务;“2”为购买意向强烈，但资金实力相对较弱客户，对于这部分客户，如果经考察这其中信誉良好且有工程合同的客户，我们可以主张以银行按揭、分期付款或融资租赁的方式与其操作业务;“3”为购买意向不够强烈，但资金实力雄厚的客户，如经考察其信誉良好，我们可积极争取，以促成销售。“4”为购买意向不强，且没有资金实力用户，我们可暂先放松对其的跟踪，但放松不是放弃。

在具体实施分析过程中，我们可以把每一项考核原则分成更多的等级，针对不同等级的不同组合，我们可以采取各自不同的应对策略。 3.制定拜访计划

在拜访实施前，业务员要根据客户分析结果制定客户拜访计划，计划包括拜访目的、时间、准备材料及资料、地点、行程、应对策略、小礼品等内容。 4.访前准备

客户拜访前准备内容如下：

①资料：样本、单页、宣传画册及其它宣传材料;

②演示资料：宣传品、模型

③市场资料、价格资料以及竞争对手资料，以便全方位向客户介绍产品;

④工具、用具：记录本、笔、计算器等;

⑤熟悉产品知识，包括所销售产品及竞争对手产品;

⑥根据客户情况，准备既大方又得体的衣着;篇五：近十年国内挖机市场分析 202\_-202\_年国内工程机械---挖掘机市场分析

在中国工程机械的是多个行业中，挖掘机可能是最受人关注的了，作为世界最大的挖掘机生产基地、销售市场，中国已成国内以及世界各大品牌挖掘机生产制造商势在必夺的目标市场，故此处仅以挖掘机为例，通过挖掘机的销量、进出口情况透视国内工程机械整体行业的发展态势，由于202\_年的统计暂不明确，所以仅仅分析过去十年，也是工程机械飞速发展的十年。

一：销量情况

整体上来讲，过去十年挖掘机市场还是飞速发展的，尽管过程中国家的宏观调控、金融危机等使得市场销量增速不定，但总能维持一个稳定上升的态势的，仅仅在04和05年存在略微的下滑，不过并没有影响整体的发展步伐。通过这张表我们看到了挖机最近十年的发展，更看到了我们工程机械行业的飞速发展和我们伟大祖国在过去十年经济的飞速发展，我们应该自信，也有理由相信我国工程机械行业会有一个美好的未来。 第一个快速发展

从表中可知，02---04年，挖机销量迅速上升，这是近十年第一快速发展期。02年，挖机总销量达到19710台，同比增长59.0%，这是辉煌的一年。究其原因，首先，这是国家积极地财政政策的体现，西部大开发战略的贯彻实施，“十大工程”迈出实质性的步伐，西气东输，西电东送全面启动，南水北调的东路工程陆续开工，还有国家加快了基础设施建设、城市化建设的步伐等等，这一系列措施使得国内的工程机械需求量大幅增加，不管是国内产量还是进口量都迅速增长。其次，企业的策略也发生了变化，出现了产品按揭贷款销售、中间代理销售和商家持续的价格战等一系列促进销量的现象，使挖机更加贴近市场贴近用户。再有就是人工方式发生的巨大变化，随着劳动力成本的不断增高，企业的机械化水平也越来越高。当然这期间也诞生了新的用户群，随着个体、民营经济的迅速发展，他们的购买力也在逐步增强。

03年，这种势头有过之而无不及，03年挖机同比增长72.4%，达到33982台，创历史新高，其中大型挖机主要引来进口，小型挖机国内的市场需求继续旺盛，国内挖机市场，同时也是工程机械市场出现了前所未见的大繁荣景象，但这也似乎预示着潜在的危机。04年，国内各家企业纷纷上调销售计划，行业投资过热的呼声越来越高，因此202\_年4月，政府出台了一系列宏观调控政策，抑制投资过热，经济开始软着陆，从4月份开始，挖机销量连续三个月下滑，这同样也是也近几年工程机械行业出现的首次大幅下滑。此种显现一直延续

到202\_年，至此，近十年工程机械第一个快速发展期结束。

第二个快速发展期

从05-08年上半年是工程机械的第二春，05年，国内挖机市场逐渐回暖，较04年基本持平。06年是十一五计划的第一年，随着各种大型项目的开工，06年挖机销量同比增长46.6%，达到49625台，实现高速发展，而07年继续以迅猛的速度飞跃发展，销量突破七万台，再创历史新高，特别是小型和大型挖掘机发展较快，但是在中型挖机上则开始性对萎缩。 第三个快速发展期

从08年下半年---11年，这年是工程机械行业的第三个快速发展期。其实笔者本身不愿意把第二第三个发展期分开，至少从统计数据上看不出有太大的中断点，只是同比增长率略低，不过因为08年的国际金融危机对整个国际经济影响甚大，再加上08年的4万亿，都是对我国经济市场的重大事件，所以分开来谈也谈得更清楚。 08年，国际金融危机爆发，我国虽然所受影响小于西方国家，但是工程机械行业仍然承受力巨大的打击，国内销量迅速下滑，就在此时，政府迅速投资四万亿拉动内需的应对政策，使得国内挖机需求量不降反升。四万亿中，占比重最大的是铁路、公路、机场、电力网公共基础设施建设(约占45%)，08年地震灾区的重建(约占25%)，还有农村民生工程建设和农村基础设施建设(约占9.25%)，这些以基础建设为主的项目都是与工程机械相关的，中国政府拉动内需的政策在08年11月上海宝马展上可初见成效。 09年，挖机市场继续快速发展，同比增长22.4%，销量更是突破了10万大关，这其中四万亿的拉动功不可没，另外09年我国商务部出台了新规定，规范了二手挖掘机的进口，明文规定5年以上旧挖掘机不得进口。该项政策对二手中挖影响很大， 09年全国进口二手挖掘机共计16000台，与往年相比减少了15000台左右。这从另一方面促进了挖机销量的大增长。10年继续猛增，总销量甚至突破17万台，同比增长76.5%，可以说是挖机发展史上最为繁荣的一年。

然而笔者在这里最想说的就是202\_年，202\_年是动荡的一年，是变幻莫测的一年，是中国十二五规划的开元之年，也是中国经济承上启下的一年。然而在经过金融危机的洗礼后，后危机时代下的中国挖掘机械行业却遇到了前所未有的难题。市场同比环比都出现了不同程度的降幅。数据统计，虽然202\_年一季度共销售挖掘机74576台，实现了同比59.80%的大幅增长。然而进入二季度，整个市场共销售51254台，与去年同期基本持平，仅仅增长了3.05%，

5、6两月的销量较去年同期都有不同程度的下降。更为冷淡的是，进入202\_年下半年，国内挖掘机市场一蹶不振，持续走低，202\_年第三季度共销售24 101台，较去年同期下滑17.53%，市场甚为冷清。随着一些工程赶在年内开工，第四季度较第三季度销量略有上升，共销售26204台，但并未像往年一样年底出现一次销量上升的小高潮，较去年同期仍下降了34.77%。受信贷紧缩、投资放缓、房地产产业宏观调控力度加强以及国内外大宗商品价格不断上涨等不利因素的影响，挖掘机销量下滑状况比较严重。

回顾202\_年的中国挖掘机械市场，“促销”这个词不得不提。在零首付、低首付、大奖的诱惑下，202\_ 年的销量或多或少透支了将来的需求。在地产和基建两个关键下游投资增速放缓的背景下，202\_ 年的中国挖掘机械市场将困难重重，突破重围的难度将任重而道远。

二、进出口情况 总体上讲，进口量远大于出口量的现象依旧十分明显，不得不承认，国内工程机械在核心技术以及关键部件仍然与国外产品具有一定的差距，特别是液压件和发动机上仍有很大的发展空间。

第2篇：挖掘机销售工作总结

挖掘机售后服务年终总结 202\_年时间转瞬逝去了，在各位领导的带领下、在同事们的支持和帮助下，我坚持不断地学习理论知识、总结工作经验，加强自身思想修养，努力提高综合素质，严格遵守各项规章制度，从而完成了自己岗位的各项职责。在此，我要感谢大家。正是因为你们的这种支持和帮助，以及你们对我的严格要求，使我感觉到我已融入了凯斯售后服务部这个团队，感受到了来自凯斯的温暖。 在山东格瑞特售后服务部德州办事处我主要是从事挖掘机维修方面的工作。任现职以来，严格履行维修工程师的岗位职责，认真学习，努力工作，较好地完成了本职工作和领导交给的各项任务。现将一年来的工作情况总结如下：

一、我的工作主要是负责挖掘机的维修保养技术支持，负责检修作业检查和不良设备的维修，积极参与挖掘机各种故障的处理，按照客户要求，对出现问题的挖掘机进行检测维修;监管检修记录台帐，建立并完善设备履历档案管理;仓库管理，配件进货，出库记录等。

二、当公司的挖掘机卖出时，根据公司领导的需求，我需和挖掘机同往至交货地点，进行设备的交接，完成整个销售过程。并确认联系人和联系方式，签署售后合同，检查设备是否能正常运行，检查随车佩带工具及赠送配件是否齐全等。将设备完好无损的交给用户，给客户讲解车辆基础保养时间和日常保养事项，以及基本操作，使用户对设备足够的熟悉后，让对方签字验单。方便以后对客户进行回访时，询问设备使用情况以及对出现的问题给与及时的解答和回复。

三、配件销售方面，与去年相比有较大的进步。保内用户没有发现再使用副厂配件的，以及保外部分用户也在使用原厂配件，以油类配件最多，滤芯等相对比较少。关于这方面我与很多用户沟通过，保内用户使用是基于设备没有出保，使用副厂配件设备出现故障厂家不给予索赔和免费保养。保外用户不使用原厂配件基本是嫌配件太贵又不给予免费保养，又认为在一些大配件重要配件使用原厂的，小配件像滤芯等使用副厂的常保养下就无多大碍的误区。导致这样的现象主要还是由于我们在与客户沟通方面的问题，没有使用户认识到使用副厂配件对设备的损害。我还需改进和学习与用户沟通的方法与知识。

在过去202\_年的工作中，我基本达到所需完成工作的要求和领导交付的任务。通过这一年的锻炼，使我成长不少，但是，工作中还存在不少问题： 1.工作上善欠缺主观性与积极性。工作任务越来越繁重，工作压力也越来越大，但是在任务重、压力大的情况下，工作心态还比较懒散，态度不端正，一定程度上影响了工作效率。 2.独自作业时欠缺经验，应对及应变措施还达不到所需要求。对客户设备出现的复杂问题还是无法很快予以判断和解决。 3.平时工作中，还需加强沟通和团队协作。及时与老员工沟通，有问题及时向他们请教，与他们取长补短，共同完成工作任务。虚心接受领导在工作上的指导和意见建议，要及时与领导沟通，有问题及时向同事请教，积极的听取他们的意见和建议，不断努力学习提高自己。

崭新的202\_年来临了，在新的一年里，工作上，生活上，我们都站在了新的工作起点，要开始新的一轮工作，我再次感谢领导和各位同事的支持和帮助，我将在新的一年里继续努力，不断提高自己的业务水平，虚心向大家学习。 202\_年12月11日篇2：挖掘机售后年终总结

年终总结 202\_年对于个人来说是意义非同寻常的一年，抉择的一年。究其原因体现在两个方面，一是告别了熟悉而又充满感情的销售工作，难舍之情溢于言表 ; 二是来到了一个和谐团结的售后服务团队工作，这个更加充满激情与挑战的新工作岗位将成为我今后一段时间的工作平台。

一年来，觉得自己是非常幸运的。得到了这么多领导和同事的帮助，特别是领导能够很好的体谅我们现场的情况，切合实际的安排，减少我们不必要的压力，使得工作心情能够平稳舒畅。部门同事好比一家人，在工作上我们相互协作、相互配合、取长补短，目的很简单——就是为了技术得以提高，更好的服务客户，解决棘手的问题，维护公司的形象。 虽然202\_年有所收获，但是自身的不足之处也暴露无疑，回顾202\_年，本人将从以下几个方面呈现个人工作总结报告：

一、融入新环境，重新定位工作角色

新的工作岗位和角色，给予我了很多挑战，来到我司售后服务部工作，工作的对象、应对问题的方法与以前的工作相比大有不同。刚开始的那段时间的确不太适应，通过领导的帮助与引导，透过同事的关心与照顾，这种不适应的心理很快就消失了。但与心理上较快适应相比，工作方式和方法的适应相对慢一些。像以前的销售工作，在工作程序和方法上都比较简单，而现在要处理的是现场实际问题，很多时候不仅棘手而且多是和客户直接交流。处理问题的过程和方法是否得当、考虑问题是否全面，记录问题是否清晰准确等等，都会影响到客户的满意度。我们只有通过时间和现场经验的积累来提高自己处理问题的能力，在现场问题上和客户做充分有效的沟通，才能最大限度的减少不愉快的发生，并维护好客户关系。

二、不断学习进步，务求更好的胜任本职工作

在近一年的学习实践中，在领导的指导及自身的努力下，我逐渐熟悉了公司的运作程序，初步掌握了售后工作的基本操作，能够认真完成领导交给的任务，这将为今后的工作顺利进行打下一定的经验基础。

出于工作性质的需要，我认为养成良好的个人工作记录习惯是有必要的。每次现场处理完毕以后，把现场的调试过程及问题的处理过程记录下来，及时总结问题、发现问题，才能更快的提升自己的专业技术水平。干一行就要爱一行，我相信把复杂的事情做熟练，我就是专家。

三、展望未来，团队战斗力无坚不摧

聚沙成塔，握指成拳，积水成流, 团队的战斗力是无坚不摧的。关于培养团队意识可以充分利用部门会议和个别谈心的形式定期进行组织学习与内心交流。发现问题，及时沟通，增强互信，提高工作效率，树立良好的团体形象。每一个人的一举一动，一言一行都会影响到公司的形象。特别是我们的工作任务大多直接面对客户，在许多事情的处理上不仅需要个

人具有独挡一面的能力，更多的时候要依靠集体的力量、集体的智慧共同完成。因此，只有搞好团结，才能为公司创造更大的价值。

看到公司良好的发展势头，我为之自豪，迫切的希望能和公司共同成长，我会用更谦虚的态度和饱满的热情做好本职工作，为公司创造价值，希望公司能够给予定期组织学习，加强团队建设，提高业务素质的平台。

在过去的一年里，虽没有轰轰烈烈的战果，但也算经历了一段考验和磨砺，对于每一个追求进步的人来说，都免不了会在年终岁未对自己进行一番“盘点”与自我个人工作总结，也算是对自己的一种鞭策。篇3：挖机销售流程 如何做大客户

由于挖掘机不同于一般产品，一者购买者购买挖掘机的出发点是作为一种生产资料去赚钱的，因而能否赚到钱是其考虑的第一因素;二者挖掘机是高价值产品，因而在购买者在确定是否购买的时候要考虑很多其它方面的因素。所以，挖机客户尤其是大客户并不会象购买其它消费品或生活用品一种只需要作出简单判断之后即可做出决定，因为挖掘机是他们赚钱的工具，挖机的作业情况直接影响到赚钱情况。因而，对于一位挖掘机销售业务员来说，与大客户的交往接触与交往是非常重要的工作。大客户要放弃销售，做价值 ，价值需要尊重,价值需要传递值需要体验和渗透。

一.大客户接触流程 1.客户信息收集

大客户信息的收集是与客户接触的前提，因而平时业务员最主要的工作之一就是收集客户信息。获取客户信息的途径一般有：自己走访、朋友介绍、挖掘机老用户介绍、挖掘机机手介绍、在挖掘机集中地采集、同行之间的交流以及通过展示会、联谊会、座谈会等形式采集。实践表明，客户信息无处不在，关键是业务员一定要做到亲身、亲历、亲为，并在具体实践中不断提高自己的交际能力及交际水平，不断扩大自己的社交范围。 除客户购机信息外，客户信息收集还包括如下内容：

①三一销售产品信息收集，包括各地保有量、市场占有率、设备使用状况、用户反应等;

②竞争对手产品信息收集：竞争对手产品特点、价格、成交条件、销售渠道、竞争策略、用户使用情况、社会保有情况、用户评价等;

③潜在客户信息收集：潜在客户相关资料;

④各地投资、建设情况及相关信息;

⑤竞争对手在目标地区的布点及销售力量分布情况等。 2.客户筛选

业务员要养成将自己所收集到的客户信息进行及时汇总、分析的习惯，根据客户特征对客户信息进行汇总、分析、筛选，并在此基础上制定自己的客户拜访、跟踪计划，能够有效地提高业务员的工作效率与工作效果。具体按什么特征去对客户进行分类可由业务员自己根据实际情况把握，既可以根据客户类型、购机意向的强烈程度、客户资金实力、信誉情况等分别整理，也可以将各种情况综合汇总以便于对客户进行有效分级、评等。 3.制定接触客户计划

提高工作效率最简单的办法就是制定工作计划，业务员要有计划地与客户进行各种形式的接触，如电话沟通、短信问候、登门拜访、雅室小聚、健身锻炼、体育活动等等，总之与客户的接触方式是多种多样的。业务员将自己所掌握的客户信息整理、分类、筛选后，根据每一个客户的具体情况确定接触的方式与流程，并将这些内容以月计划、周计划、日计划的形式体现出来，同时按计划实施自己的客户接触行动。 4.明确与客户接触的目的

业务员在制定客户接触计划的时候，首先要明确针对每一个客户的接触目的，一般情况下业务员与客户接触基本上基于以下几种目的：

①销售产品

销售产品是与客户接触的主要任务;

②市场维护

客户开发与市场开发是一个延续的过程，销售人员不仅要建立起与客户之间的关系，而且要处理好市场运作中存在的相关问题，解决客户之间的矛盾，理顺渠道间、客户间关系，确保市场的正常、稳定，因而业务员必须承担所负责区域的市场维护工作。

③建设客情

销售人员要在客户心中建立自己的品牌形象，这样才可能更好地赢得客户对你工作的配合与支持。

④信息收集

销售人员要随时了解市场情况，把握市场的最新动态，与客户接触是最好、最及时把握市场情况的方式。

⑤指导客户 业务人员分为两种类型，一种是只会向客户要订单的人;另一种是给客户出主意的人。两种业务人员的实际工作效果有很大差别，前者获得订单的道路漫长而遥远，后者则很容易赢得客户尊重。 5.确定接触方式

业务员要根据客户的实际情况及自己与其交往程度确定每一次接触的具体接触方式，并采取循序渐进逐渐深入的方式不断拉近与客户之间的距离。具体接触方式很多，可由客户自己根据实际情况把握。如：电话沟通、短信问候、书信往来、登门拜访、宴请、共同参与体育项目及娱乐活动、座谈会、展示会、联谊会、组织旅游等等，几乎社会上存在的所有交际方式都可作为业务员与客户接触的选用方式。业务员如果能切实把握实际情况，将这些交际工具使用好了，业务工作的开展可能做到游刃有余。 6.与客户接触前的准备

为了保证每一次与客户接触的效果，业务员在与客户接触前必须根据选定的接触方式做好相关的准备工作，包括所需的资料、知识、小礼品、记录工具、调节气氛的小道具、小故事等;如是登门拜访或其它见面性接触要根据见面方式及客户特点确定自己的衣着、仪表形式、交通工具、工作中需要的各种其它工具、表单等。 7.客户接触

让客户接受你从而接受你推荐的产品是业务员与客户接触的主要目的。接触效果如何，客户是否能够接受你在许多情况下是取决于业务员自己的。如何让客户在最短的时间内接受你及你所推荐的产品时需要很多技巧的，这些技巧涉及语言、仪表、表达方式、客户心理、营销手段等各个方面，有效地利用这些技巧可以使你与客户的接触取得事半功倍的效果。在这方面一个新的业务员是不可能做到很专业的，但最起码要做到以下几点：

①态度谦和，不亢不卑;

②口齿清楚，表达明白;

③善于聆听，尊重客户;

④着装得体，仪态大方;

⑤换位思考，以理服人;

⑥注重效率，一诺千金。 8.接触分析

业务员与客户进行各种形式、各种目的的接触，有的目的一次接触就可能达成，有的目的需要很多次不断深入的接触才可能达成。不管经过一次接触我们的目的有没有达到，我们都要对本次接触进行详细的分析，找出整个接触过程中我们掌握的比较好的地方以及明显或不明显的失误，通过对客户的言行及具体表现分析篇4：挖掘机销售技巧 挖掘机销售技巧

挖掘机不同于一般产品，一者购买者购买挖掘机的出发点是作为一种生产资料去赚钱的，因而能否赚到钱是其考虑的第一因素;二者挖掘机是高价值产品，因而在购买者在确定是否购买的时候要考虑很多其它方面的因素。所以，客户并不会象购买其它消费品或生活用品一种只需要作出简单判断之后即可作出决定。因而，对于一位挖掘机销售业务员来说，与客户的交往接触与交往是非常重要的工作。

挖掘机销售业务员如何才能做好客户接触及拜访方面的工作。

一.客户接触流程 1.客户信息收集

客户信息的收集是与客户接触的前提，因而平时业务员最主要的工作之一就是收集客户信息。获取客户信息的途径一般有：自己走访、朋友介绍、挖掘机老用户介绍、挖掘机机手介绍、在挖掘机集中地采集、同行之间的交流以及通过展示会、联谊会、座谈会等形式采集。实践表明，客户信息无处不在，关键是业务员一定要做到亲身、亲历、亲为，并在具体实践中不断提高自己的交际能力及交际水平，不断扩大自己的社交范围。 除客户购机信息外，客户信息收集还包括如下内容： ①本公司销售产品信息收集，包括各地保有量、市场占有率、设备使用状况、用户反应等;

②竞争对手产品信息收集：竞争对手产品特点、价格、成交条件、销售渠道、竞争策略、用户使用情况、社会保有情况、用户评价等;

③潜在客户信息收集：潜在客户相关资料;

④各地投资、建设情况及相关信息;

⑤竞争对手在目标地区的布点及销售力量分布情况等。 2.客户筛选

业务员要养成将自己所收集到的客户信息进行及时汇总、分析的习惯，根据客户特征对客户信息进行汇总、分析、筛选，并在此基础上制定自己的客户拜访、跟踪计划，能够有效地提高业务员的工作效率与工作效果。具体按什么特征去对客户进行分类可由业务员自己根据实际情况把握，既可以根据客户类型、购机意向的强烈程度、客户资金实力、信誉情况等分别整理，也可以将各种情况综合汇总以便于对客户进行有效分级、评等。 3.制定接触客户计划

提高工作效率最简单的办法就是制定工作计划，业务员要有计划地与客户进行各种形式的接触，如电话沟通、短信问候、登门拜访、雅室小聚、健身锻炼、体育活动等等，总之与客户的接触方式是多种多样的。业务员将自己所掌握的客户信息整理、分类、筛选后，根据每一个客户的具体情况确定接触的方式与流程，并将这些内容以月计划、周计划、日计划的形式体现出来，同时按计划实施自己的客户接触行动。 4.明确与客户接触的目的

业务员在制定客户接触计划的时候，首先要明确针对每一个客户的接触目的，一般情况下业务员与客户接触基本上基于以下几种目的：

①销售产品

销售产品是与客户接触的主要任务;

②市场维护

客户开发与市场开发是一个延续的过程，销售人员不仅要建立起与客户之间的关系，而且要处理好市场运作中存在的相关问题，解决客户之间的矛盾，理顺渠道间、客户间关系，确保市场的正常、稳定，因而业务员必须承担所负责区域的市场维护工作。

③建设客情

销售人员要在客户心中建立自己的品牌形象，这样才可能更好地赢得客户对你工作的配合与支持。

④信息收集

销售人员要随时了解市场情况，把握市场的最新动态，与客户接触是最好、最及时把握市场情况的方式。

⑤指导客户

业务人员分为两种类型，一种是只会向客户要订单的人;另一种是给客户出主意的人。两种业务人员的实际工作效果有很大差别，前者获得订单的道路漫长而遥远，后者则很容易赢得客户尊重。 5.确定接触方式

业务员要根据客户的实际情况及自己与其交往程度确定每一次接触的具体接触方式，并采取循序渐进逐渐深入的方式不断拉近与客户之间的距离。具体接触方式很多，可由客户自己根据实际情况把握。如：电话沟通、短信问候、书信往来、登门拜访、宴请、共同参与体育项目及娱乐活动、座谈会、展示会、联谊会、组织旅游等等，几乎社会上存在的所有交际方式都可作为业务员与客户接触的选用方式。业务员如果能切实把握实际情况，将这些交际工具使用好了，业务工作的开展可能做到游刃有余。 6.与客户接触前的准备

为了保证每一次与客户接触的效果，业务员在与客户接触前必须根据选定的接触方式做好相关的准备工作，包括所需的资料、知识、小礼品、记录工具、调节气氛的小道具、小故事等;如是登门拜访或其它见面性接触要根据见面方式及客户特点确定自己的衣着、仪表形式、交通工具、工作中需要的各种其它工具、表单等。 7.客户接触

让客户接受你从而接受你推荐的产品是业务员与客户接触的主要目的。接触效果如何，客户是否能够接受你在许多情况下是取决于业务员自己的。如何让客户在最短的时间内接受你及你所推荐的产品时需要很多技巧的，这些技巧涉及语言、仪表、表达方式、客户心理、营销手段等各个方面，有效地利用这些技巧可以使你与客户的接触取得事半功倍的效果。在这方面一个新的业务员是不可能做到很专业的，但最起码要做到以下几点：

①态度谦和，不亢不卑;

②口齿清楚，表达明白;

③善于聆听，尊重客户;

④着装得体，仪态大方;

⑤换位思考，以理服人;

⑥注重效率，一诺千金。 8.接触分析

业务员与客户进行各种形式、各种目的的接触，有的目的一次接触就可能达成，有的目的需要很多次不断深入的接触才可能达成。不管经过一次接触我们的目的有没有达到，我们都要对本次接触进行详细的分析，找出整个接触过程中我们掌握的比较好的地方以及明显或不明显的失误，通过对客户的言行及具体表现分析

客户心理，为制定下一次接触计划提供依据。同时使我们在不断总结经验的基础上逐步提高自己的相关水平。 9.跟进接触

在对上一次接触进行分析、总结的基础上，对下一次接触做出计划。当然计划仍然包括目的、方式、环境、地点、实施时间等内容，并根据计划跟进、落实。 10.接触分析

对跟进接触的效果进行分析、总结，以便进一步跟进。 11.再跟进

不断跟进，不断分析总结，不断深化接触，直至达成最终目的。 12.跟踪服务

一个接触目的达成后，随之会产生新的接触目的，在此接触目的基础上，业务员要与客户继续接触。

二.销售拜访流程

销售拜访是业务员以销售产品为目的对客户所作的拜访，目的明确、动机鲜明、毫不掩饰。一般业务员对客户的销售拜访按以下程序执行： 1.寻找客户

寻找客户是销售拜访的基础，客户是销售拜访的目标，达成销售时销售拜访的目的。业务员销售产品必须从寻找客户开始，如果连客户在哪里都不知道，销售时无从谈起的。在前面的内容里，我们曾经讲过我们的客户群体，其中说明了挖掘机使用和停放最集中的地方，同时介绍业务员该到什么地方去寻找客户。只要用心，其实客户是不难找到的。为了把生意做得更好，客户也在随时随地宣传着自己，他们不可能把自己藏起来让我们使劲找。 2.客户分析

寻找客户的过程是从大众人群内寻找对挖掘机感兴趣的人们的过程，客户分析的过程则是将对挖掘机感兴趣的人群进行分解的过程。

对挖掘机感兴趣的人群中除了业内人士之外，我们都可以把他们看作基础客户群体。我们的客户分析就是从分析基础客户群体开始的：

①首先我们按购买意向的强烈程度将客户分成若干等级;

②然后按资金实力再将客户分成若干等级;

③还可按客户信誉的好坏将客户分成若干等级;

④按是否拥有工程将客户分成若干等级;

⑤其它分级、分等原则。

购买意向与资金实力是我们进行客户分析的最关键因素，我们在具体分析过程中可以使用如下分析坐标：

如上图所示，“1”为购买意向强烈且资金实力雄厚的客户，这是需要我们首先要争取的客户，这部分客户如经考察信誉良好，我们可放心按规定与其操作业务;“2”为购买意向强烈，但资金实力相对较弱客户，对于这部分客户，如果经考察这其中信誉良好且有工程合同的客户，我们可以主张以银行按揭、分期付款或融资租赁的方式与其操作业务;“3”为购买意向不够强烈，但资金实力雄厚的客户，如经考察其信誉良好，我们可积极争取，以促成销售。“4”为购买意向不强，且没有资金实力用户，我们可暂先放松对其的跟踪，但放松不是放弃。

在具体实施分析过程中，我们可以把每一项考核原则分成更多的等级，针对不同等级的不同组合，我们可以采取各自不同的应对策略。 3.制定拜访计划

在拜访实施前，业务员要根据客户分析结果制定客户拜访计划，计划包括拜访目的、时间、准备材料及资料、地点、行程、应对策略、小礼品等内容。 4.访前准备

客户拜访前准备内容如下：

①资料：样本、单页、宣传画册及其它宣传材料;

②演示资料：宣传品、模型

③市场资料、价格资料以及竞争对手资料，以便全方位向客户介绍产品;

④工具、用具：记录本、笔、计算器等;

⑤熟悉产品知识，包括所销售产品及竞争对手产品;

⑥根据客户情况，准备既大方又得体的衣着;篇5：近十年国内挖机市场分析 202\_-202\_年国内工程机械---挖掘机市场分析

在中国工程机械的是多个行业中，挖掘机可能是最受人关注的了，作为世界最大的挖掘机生产基地、销售市场，中国已成国内以及世界各大品牌挖掘机生产制造商势在必夺的目标市场，故此处仅以挖掘机为例，通过挖掘机的销量、进出口情况透视国内工程机械整体行业的发展态势，由于202\_年的统计暂不明确，所以仅仅分析过去十年，也是工程机械飞速发展的十年。

一：销量情况

整体上来讲，过去十年挖掘机市场还是飞速发展的，尽管过程中国家的宏观调控、金融危机等使得市场销量增速不定，但总能维持一个稳定上升的态势的，仅仅在04和05年存在略微的下滑，不过并没有影响整体的发展步伐。通过这张表我们看到了挖机最近十年的发展，更看到了我们工程机械行业的飞速发展和我们伟大祖国在过去十年经济的飞速发展，我们应该自信，也有理由相信我国工程机械行业会有一个美好的未来。 第一个快速发展

从表中可知，02---04年，挖机销量迅速上升，这是近十年第一快速发展期。02年，挖机总销量达到19710台，同比增长59.0%，这是辉煌的一年。究其原因，首先，这是国家积极地财政政策的体现，西部大开发战略的贯彻实施，“十大工程”迈出实质性的步伐，西气东输，西电东送全面启动，南水北调的东路工程陆续开工，还有国家加快了基础设施建设、城市化建设的步伐等等，这一系列措施使得国内的工程机械需求量大幅增加，不管是国内产量还是进口量都迅速增长。其次，企业的策略也发生了变化，出现了产品按揭贷款销售、中间代理销售和商家持续的价格战等一系列促进销量的现象，使挖机更加贴近市场贴近用户。再有就是人工方式发生的巨大变化，随着劳动力成本的不断增高，企业的机械化水平也越来越高。当然这期间也诞生了新的用户群，随着个体、民营经济的迅速发展，他们的购买力也在逐步增强。

03年，这种势头有过之而无不及，03年挖机同比增长72.4%，达到33982台，创历史新高，其中大型挖机主要引来进口，小型挖机国内的市场需求继续旺盛，国内挖机市场，同时也是工程机械市场出现了前所未见的大繁荣景象，但这也似乎预示着潜在的危机。04年，国内各家企业纷纷上调销售计划，行业投资过热的呼声越来越高，因此202\_年4月，政府出台了一系列宏观调控政策，抑制投资过热，经济开始软着陆，从4月份开始，挖机销量连续三个月下滑，这同样也是也近几年工程机械行业出现的首次大幅下滑。此种显现一直延续

到202\_年，至此，近十年工程机械第一个快速发展期结束。

第二个快速发展期

从05-08年上半年是工程机械的第二春，05年，国内挖机市场逐渐回暖，较04年基本持平。06年是十一五计划的第一年，随着各种大型项目的开工，06年挖机销量同比增长46.6%，达到49625台，实现高速发展，而07年继续以迅猛的速度飞跃发展，销量突破七万台，再创历史新高，特别是小型和大型挖掘机发展较快，但是在中型挖机上则开始性对萎缩。 第三个快速发展期

从08年下半年---11年，这年是工程机械行业的第三个快速发展期。其实笔者本身不愿意把第二第三个发展期分开，至少从统计数据上看不出有太大的中断点，只是同比增长率略低，不过因为08年的国际金融危机对整个国际经济影响甚大，再加上08年的4万亿，都是对我国经济市场的重大事件，所以分开来谈也谈得更清楚。 08年，国际金融危机爆发，我国虽然所受影响小于西方国家，但是工程机械行业仍然承受力巨大的打击，国内销量迅速下滑，就在此时，政府迅速投资四万亿拉动内需的应对政策，使得国内挖机需求量不降反升。四万亿中，占比重最大的是铁路、公路、机场、电力网公共基础设施建设(约占45%)，08年地震灾区的重建(约占25%)，还有农村民生工程建设和农村基础设施建设(约占9.25%)，这些以基础建设为主的项目都是与工程机械相关的，中国政府拉动内需的政策在08年11月上海宝马展上可初见成效。 09年，挖机市场继续快速发展，同比增长22.4%，销量更是突破了10万大关，这其中四万亿的拉动功不可没，另外09年我国商务部出台了新规定，规范了二手挖掘机的进口，明文规定5年以上旧挖掘机不得进口。该项政策对二手中挖影响很大， 09年全国进口二手挖掘机共计16000台，与往年相比减少了15000台左右。这从另一方面促进了挖机销量的大增长。10年继续猛增，总销量甚至突破17万台，同比增长76.5%，可以说是挖机发展史上最为繁荣的一年。

然而笔者在这里最想说的就是202\_年，202\_年是动荡的一年，是变幻莫测的一年，是中国十二五规划的开元之年，也是中国经济承上启下的一年。然而在经过金融危机的洗礼后，后危机时代下的中国挖掘机械行业却遇到了前所未有的难题。市场同比环比都出现了不同程度的降幅。数据统计，虽然202\_年一季度共销售挖掘机74576台，实现了同比59.80%的大幅增长。然而进入二季度，整个市场共销售51254台，与去年同期基本持平，仅仅增长了3.05%，5、6两月的销量较去年同期都有不同程度的下降。更为冷淡的是，进入202\_年下半年，国内挖掘机市场一蹶不振，持续走低，202\_年第三季度共销售24 101台，较去年同期下滑17.53%，市场甚为冷清。随着一些工程赶在年内开工，第四季度较第三季度销量略有上升，共销售26204台，但并未像往年一样年底出现一次销量上升的小高潮，较去年同期仍下降了34.77%。受信贷紧缩、投资放缓、房地产产业宏观调控力度加强以及国内外大宗商品价格不断上涨等不利因素的影响，挖掘机销量下滑状况比较严重。

回顾202\_年的中国挖掘机械市场，“促销”这个词不得不提。在零首付、低首付、大奖的诱惑下，202\_ 年的销量或多或少透支了将来的需求。在地产和基建两个关键下游投资增速放缓的背景下，202\_ 年的中国挖掘机械市场将困难重重，突破重围的难度将任重而道远。 二、进出口情况 总体上讲，进口量远大于出口量的现象依旧十分明显，不得不承认，国内工程机械在核心技术以及关键部件仍然与国外产品具有一定的差距，特别是液压件和发动机上仍有很大的发展空间。

第3篇：挖掘机销售终总结

挖掘机销售年终总结

挖掘机销售年终总结该如何写?写一些什么内容呢?本文是精心的挖掘机销售年终总结范文，希望能帮助到你! 20XX年时间转瞬逝去了，在各位领导的带领下、在同事们的支持和帮助下，我坚持不断地学习理论知识、总结工作经验，加强自身思想修养，努力提高综合素质，严格遵守各项规章制度，从而完成了自己岗位的各项职责。在此，我要感谢大家。正是因为你们的这种支持和帮助，以及你们对我的严格要求，使我感觉到我已融入了凯斯售后服务部这个团队，感受到了凯斯的温暖。

在山东格瑞特售后服务部德州办事处我主要是从事挖掘机维修方面的工作。任现职以来，严格履行维修工程师的岗位职责，认真学习，努力工作，较好地完成了本职工作和领导交给的各项任务。现将一年来的工作情况总结如下：

一、我的工作主要是负责挖掘机的维修保养技术支持，负责检修作业检查和不良设备的维修，积极参与挖掘机各种故障的处理，按照客户要求，对出现问题的挖掘机进行检测维修;监管检修记录台帐，建立并完善设备履历档案管理;仓库管理，配件进货，出库记录等。

二、当公司的挖掘机卖出时，根据公司领导的需求，我需和挖掘机同往至交货地点，进行设备的交接，完成整个销售过程。并确认联系人和联系方式，签署售后合同，检查设备是否能正常运行，检查随车佩带工具及赠送配件是否齐全等。将设备完好无损的交给用户，给客户讲解车辆基础保养时间和日常保养事项，以及基本操作，使用户对设备足够的熟悉后，让对方签字验单。方便以后对客户进行回访时，询问设备使用情况以及对出现的问题给与及时的解答和回复。

三、配件销售方面，与去年相比有较大的进步。保内用户没有发现再使用副厂配件的，以及保外部分用户也在使用原厂配件，以油类配件最多，滤芯等相对比较少。关于这方面我与很多用户沟通过，保内用户使用是基于设备没有出保，使用副厂配件设备出现故障厂家不给予索赔和保养。保外用户不使用原厂配件基本是嫌配件太贵又不给予保养，又认为在一些大配件重要配件使用原厂的，小配件像滤芯等使用副厂的常保养下就无多大碍的误区。导致这样的现象主要还是由于我们在与客户沟通方面的问题，没有使用户认识到使用副厂配件对设备的损害。我还需改进和学习与用户沟通的方法与知识。

在过去20XX年的工作中，我基本达到所需完成工作的要求和领导交付的任务。通过这一年的锻炼，使我成长不少，但是，工作中还存在不少问题：

1.工作上善欠缺主观性与积极性。工作任务越来越繁重，工作压力也越来越大，但是在任务重、压力大的情况下，工作心态还比较懒散，态度不端正，一定程度上影响了工作效率。

2.独自作业时欠缺经验，应对及应变措施还达不到所需要求。对客户设备出现的复杂问题还是无法很快予以判断和解决。 3.平时工作中，还需加强沟通和团队协作。及时与老员工沟通，有问题及时向他们请教，与他们取长补短，共同完成工作任务。虚心接受领导在工作上的指导和意见建议，要及时与领导沟通，有问题及时向同事请教，积极的听取他们的意见和建议，不断努力学习提高自己。

崭新的20XX年来临了，在新的一年里，工作上，生活上，我们都站在了新的工作起点，要开始新的一轮工作，我再次感谢领导和各位同事的支持和帮助，我将在新的一年里继续努力，不断提高自己的业务水平，虚心向大家学习。

第4篇：挖掘机工作总结x

202\_年时间转瞬逝去了，在各位领导的带领下、在同事们的支持和帮助下，我坚持不断地学习理论知识、工作总结范文工作经验，加强自身思想修养，努力提高综合素质，严格遵守各项规章制度，从而完成了自己岗位的各项职责。在此，我要感谢大家。正是因为你们的这种支持和帮助，以及你们对我的严格要求，使我感觉到我已融入了凯斯售后服务部这个团队，感受到了来自凯斯的温暖。

在山东格瑞特售后服务部德州办事处我主要是从事挖掘机维修方面的工作。任现职以来，严格履行维修工程师的岗位职责，认真学习，努力工作，较好地完成了本职工作和领导交给的各项任务。现将一年来的工作情况总结如下：

一、我的工作主要是负责挖掘机的维修保养技术支持，负责检修作业检查和不良设备的维修，积极参与挖掘机各种故障的处理，按照客户要求，对出现问题的挖掘机进行检测维修;监管检修记录台帐，建立并完善设备履历档案管理;仓库管理，配件进货，出库记录等。

二、当公司的挖掘机卖出时，根据公司领导的需求，我需和挖掘机同往至交货地点，进行设备的交接，完成整个销售过程。并确认联系人和联系方式，签署售后合同，检查设备是否能正常运行，检查随车佩带工具及赠送配件是否齐全等。将设备完好无损的交给用户，给客户讲解车辆基础保养时间和日常保养事项，以及基本操作，使用户对设备足够的熟悉后，让对方签字验单。方便以后对客户进行回访时，询问设备使用情况以及对出现的问题给与及时的解答和回复。

三、配件销售方面，与去年相比有较大的进步。保内用户没有发现再使用副厂配件的，以及保外部分用户也在使用原厂配件，以油类配件最多，滤芯等相对比较少。关于这方面我与很多用户沟通过，保内用户使用是基于设备没有出保，使用副厂配件设备出现故障厂家不给予索赔和免费保养。保外用户不使用原厂配件基本是嫌配件太贵又不给予免费保养，又认为在一些大配件重要配件使用原厂的，小配件像滤芯等使用副厂的常保养下就无多大碍的误区。导致这样的现象主要还是由于我们在与客户沟通方面的问题，没有使用户认识到使用副厂配件对设备的损害。我还需改进和学习与用户沟通的方法与知识。

在过去202\_年的工作中，我基本达到所需完成工作的要求和领导交付的任务。通过这一年的锻炼，使我成长不少，但是，工作中还存在不少问题：

1.工作上善欠缺主观性与积极性。工作任务越来越繁重，工作压力也越来越大，但是在任务重、压力大的情况下，工作心态还比较懒散，态度不端正，一定程度上影响了工作效率。 2.独自作业时欠缺经验，应对及应变措施还达不到所需要求。对客户设备出现的复杂问题还是无法很快予以判断和解决。

3.平时工作中，还需加强沟通和团队协作。及时与老员工沟通，有问题及时向他们请教，与他们取长补短，共同完成工作任务。虚心接受领导在工作上的指导和意见建议，要及时与领导沟通，有问题及时向同事请教，积极的听取他们的意见和建议，不断努力学习提高自己。

崭新的202\_年来临了，在新的一年里，工作上，生活上，我们都站在了新的工作起点，要开始新的一轮工作，我再次感谢领导和各位同事的支持和帮助，我将在新的一年里继续努力，不断提高自己的业务水平，虚心向大家学习。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！