# 销售公司工作总结

来源：网络 作者：暖阳如梦 更新时间：2025-01-29

*销售公司工作总结五篇总结是事后对某一时期、某一项目或某些工作进行回顾和分析，从而做出带有规律性的结论，它可以使我们更有效率，不如立即行动起来写一份总结吧。你想知道总结怎么写吗?下面是小编为大家整理的销售公司工作总结，仅供参考，欢迎大家阅读。...*

销售公司工作总结五篇

总结是事后对某一时期、某一项目或某些工作进行回顾和分析，从而做出带有规律性的结论，它可以使我们更有效率，不如立即行动起来写一份总结吧。你想知道总结怎么写吗?下面是小编为大家整理的销售公司工作总结，仅供参考，欢迎大家阅读。

**销售公司工作总结 篇1**

不知不觉，进入\_\_快5个月了，回首这5个月的学习和工作，有最初在车间实习的艰辛与汗水，有最初跟单时的困难与挫折，也有圆满完成任务的高兴和满足，很高兴能进入到\_\_和大家一起学习、共同成长、共同进步。现就20\_\_年下半年个人工作情况总结如下：

一、年度工作情况：

1、熟悉了解公司的各个方面：我于20\_\_年8月底进入公司，在这里要感谢公司让我在公司的生产一线锻炼了一个月，让我能在第一时间亲自了解公司的产品生产工艺流程及规格尺寸，为以后的跟单工作打下了坚实的基础。在实习结束回到办公室后也开始加紧对公司的各项规章制度进行全面了解，熟悉公司的企业文化。

通过了解和熟悉，我为能进入公司这个团队感到自豪，同时也感到自身的压力。在以后的工作中，我将以公司的各项规章制度为准则，严格要求自己，在坚持原则的情况下敢于尝试，更快更好地完成工作任务。

2、熟悉跟单业务流程：作为一名跟单新手，必须尽快让自己了解跟单这项工作以及清晰的跟单流程及相关的外贸术语。不得不承认，最初的我，对于跟单，没有太多的具体概念，所幸，在部门领导人的培养、支持和领导之下，慢慢地开始熟悉跟单的具体操作流程。

在工作中我学习到，跟单工作是一项需要细心，还需要稳重的工作。而要做到这些，一是要从基本功上多下工夫，对业务熟练掌握;二是要主动培养自己严谨细致的习惯，无论面对什么样的事情，先要做到平心静气，不急不躁;三是要主动的与销售经理，与各个部门的同事沟通，做到不耻下问，不懂就问，有疑问就问。

四是要有锲而不舍的精神，跟单在一开始可能是一件新奇的工作，时间长了可能会产生厌烦的情绪，这是需要避免的，无论从事什么性质的工作，都是在发挥自己的作用，只有坚持不懈才能不断进步。我想只有这样，才能把跟单这份工作做好，才能不断的提高自己的能力，从而为更进一步的发展打下良好的基础。

二、工作中不足和需要改进的地方：

1、工作主动性发挥的还不是很好，对工作的预见性和创造性不够，离领导的要求还有一定的距离;

2、业务知识方面掌握的还不够扎实，在今后的工作中，我一定会严格要求自己，虚心学习，我相信凭着自己高度的责任心和自信心，一定能够改进这些缺点和不足，争取在各个方面取得更大的进步。

3、要更加细心认真地完成工作，尤其在做资料的时候。跟单是一份很细致的工作，所以我们在跟单的时候必须要做到认真、细致、仔细。

4、要学会全面考虑问题。每一次出货的同时也伴随着下一次出货的到来，包括出货的时候需要考虑到客人是否有足够的库存，某种产品的规格是客人现在急缺的，要先出货;我们目前所生产的能不能满足客人的订单等等一系列问题。

5、要及时有效地和各个相关部门沟通。每次出货前，都需要和计划沟通，确定大概的出货时间;多去车间看看生产情况，产量等;每天与计划及仓库确认产品生产进度和每日入库情况，以便更好地做好出货前的准备。

6、走好跟单流程每一步。20\_\_年，跟单流程混乱，没有一个统一的流程，正所谓“没有规矩不成方圆“\_\_年将严格按照跟单及出口规范流程执行。

三、对20\_\_年的展望：

来到\_\_工作，我最大的收获莫过于在敬业精神、思想境界、业务素质和工作能力上都得到了很大的进步与提高，也激励我在工作中不断前进与完善。随着公司不断的发展壮大，可以预料我们的工作将更加繁重，要求也更高，需掌握的知识更高更广。为此，我将更加勤奋的工作，努力的学习和提高文化素质和各种工作技能，为公司做出应有的贡献。我明白企业的美好明天要靠大家的努力去创造，相信在全体员工的共同努力下，企业的美好明天更辉煌。

**销售公司工作总结 篇2**

20\_\_年对于我来说，是及其难忘的一年，在这一年中，我接触到了比以前更多的人和物，扩大了自己的视野，开拓了眼界，但同时我也知道，自己还有很多的不足之处，需要在以后的工作中不断的历练与成长，总体观察，这一年对我取得长足进步;不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。

理想中我的品牌战略：

首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌;

其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将\_\_品牌进入产品中;

再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传;

另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己\_\_品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光;

最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题;如今我们在美国设立分公司，紧接着我们有在伊朗成立分公司的想法，其一切都是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理;我们也不能忘记crm(客户关系管理)的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系炙手可热，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们!

1、东欧地区：

目前俄罗斯市场仍是空白，由于国家政策以及关税、运费等问题，对于我们来说，如何进一步努力的降低产品成本来提高价格竞争力是进军俄国市场的首要问题;出现一点危机的市场是立陶宛，由于价格问题，我们在和一个大客户出货时候产生了分歧，若能在\_\_年顺利解决价格问题，销售份额将有保持或者提升;东欧市场较好的是波兰市场，目前虽然只有两个客户，但是\_\_年的销售额有望达到18万美元(卡玛斯外协为主);东欧市场另一福田是土耳其市场，虽然\_\_年跟我司贸易的客户不如以往那么多，但是市场前景较好，尤其是大客户的锁定以及小客户的推动，有望我司产品在该地区取得更大发展;

2、西欧地区：

意大利和德国市场在\_\_年发展稳定，希望通过新厂房的规模和展会、拜访等品牌推广，赢取更多的客户和更大的市场份额;英国市场目前只有一个客户，但是由于助力器和硅油离合器水泵问题，今年贸易额不仅一般而且助力器的退货给我造成较大损失;此外经过\_\_年对西欧市场的了解，发现该市场要求质量高，价格要适中，在西班牙、法国新车较多，即使开发新产品，市场的持续能力也不高;基于此，我个人认为西欧地区市场策略，如何锁定关键大客户成了首要任务，比如说意大利的lpr，如果我们的产品能够达到他们的性能要求，就应当全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先占领市场份额，然后推动价格的提升;

3、现行和客户的联系过程是：

前期谈判工作(邮件交流、核对询价单和报价、价格的确认和所寄样品的确认、产品标识、付款方式的商定、订单的生产)下单前的待办工作(包装内盒、外箱唛头、内盒不干胶内容)生产中的联络(交货期的反馈、与生产部的协调工作)发货前的联络(船公司的联络与船期的安排、物流的管理)发货后的联络(货款的回笼问题、单据的邮寄或者银行交单)再次联络(新订单的谈判);

4、非洲片区：

单分开南非市场，我们非洲市场仍不理想;目前销售区域仍是集中在埃及和突尼斯，建立贸易关系的有3家，\_\_年有销售来往的只有两家，其中一家埃及大客户因为付款方式无法达成一致而取消大约30万美元的订单;但是埃及另一客户的贸易额由去年的一万多美金增大到近7万美金;突尼斯客户的贸易额也由去年的六千多增到一万美金;随着我司产品在市场的布局成熟与质量的提高，坚信能在北非市场有更大份额;

5、南非片区：

目前南非市场客户共计5家，由代理\_\_\_公司负责管理销售区域，我司监督;目前主要区域在约翰内斯堡，然后在德班和开普敦各有一客户;现行主导销售产品是制动分泵;销售额由去年的不到8万美金，增加到今年的18万余美金;初步预计\_\_年销售额达到28万美金，并向30万发出挑战;

6、中东市场：

\_\_年有贸易来往的中东客户(阿联酋、伊朗、以色列)共计11个客户;\_\_年公司产品销售额5万余美元，外协产品销售额12万余美元，在业绩上都高于去年的产值;随着伊朗市场的不断拓展，我司起亚pride总泵和分泵将以主打产品进入该市场，同时争取通过明年的展会或者拜访，扩充日本车系列产品在中东迪拜以及周边国家的市场份额;

7、客户样品：

对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市场、利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失。

**销售公司工作总结 篇3**

回首20\_\_年的销售历程，我经历许多没有接触的事物和事情;见识了很多从未见识过新鲜;似乎从一开始，新年带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。总体观察，这一年对我取得长足进步;不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。

1、非洲片区：单分开南非市场，我们非洲市场仍不理想;目前销售区域仍是集中在埃及和突尼斯，建立贸易关系的有3家，20\_\_年有销售来往的只有两家，其中一家埃及大客户因为付款方式无法达成一致而取消大约30万美元的订单;但是埃及另一客户的贸易额由去年的一万多美金增大到近7万美金;突尼斯客户的贸易额也由去年的六千多增到一万美金;随着我司产品在市场的布局成熟与质量的提高，坚信能在北非市场有更大份额;

2、南非片区：目前南非市场客户共计5家，由代理\_\_\_公司负责管理销售区域，我司监督;目前主要区域在约翰内斯堡，然后在德班和开普敦各有一客户;现行主导销售产品是制动分泵;销售额由去年的不到8万美金，增加到今年的18万余美金;初步预计20\_\_年销售额达到28万美金，并向30万发出挑战;

3、中东市场：20\_\_年有贸易来往的中东客户(阿联酋、伊朗、以色列)共计11个客户;20\_\_年公司产品销售额5万余美元，外协产品销售额12万余美元，在业绩上都高于去年的产值;随着伊朗市场的不断拓展，我司起亚PRIDE总泵和分泵将以主打产品进入该市场，同时争取通过明年的展会或者拜访，扩充日本车系列产品在中东迪拜以及周边国家的市场份额;

4、东欧地区：目前俄罗斯市场仍是空白，由于国家政策以及关税、运费等问题，对于我们来说，如何进一步努力的降低产品成本来提高价格竞争力是进军俄国市场的首要问题;出现一点危机的市场是立陶宛，由于价格问题，我们在和一个大客户出货时候产生了分歧，若能在20\_\_年顺利解决价格问题，销售份额将有保持或者提升;东欧市场较好的是波兰市场，目前虽然只有两个客户，但是20\_\_年的销售额有望达到18万美元(卡玛斯外协为主);东欧市场另一福田是土耳其市场，虽然20\_\_年跟我司贸易的客户不如以往那么多，但是市场前景较好，尤其是大客户的锁定以及小客户的推动，有望我司产品在该地区取得更大发展;

5、西欧地区：意大利和德国市场在20\_\_年发展稳定，希望通过新厂房的规模和展会、拜访等品牌推广，赢取更多的客户和更大的市场份额;英国市场目前只有一个客户，但是由于助力器和硅油离合器水泵问题，今年贸易额不仅一般而且助力器的退货给我造成较大损失;此外经过20\_\_年对西欧市场的了解，发现该市场要求质量高，价格要适中，在西班牙、法国新车较多，即使开发新产品，市场的持续能力也不高;基于此，我个人认为西欧地区市场策略，如何锁定关键大客户成了首要任务，比如说意大利的LPR，如果我们的产品能够达到他们的性能要求，就应当全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先占领市场份额，然后推动价格的提升;

6、现行和客户的联系过程是：前期谈判工作(邮件交流、核对询价单和报价、价格的确认和所寄样品的确认、产品标识、付款方式的商定、订单的生产)下单前的待办工作(包装内盒、外箱唛头、内盒不干胶内容)生产中的联络(交货期的反馈、与生产部的协调工作)发货前的联络(船公司的联络与船期的安排、物流的管理)发货后的联络(货款的回笼问题、单据的邮寄或者银行交单)再次联络(新订单的谈判);

7、对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市场、利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失;

8、20\_\_年的关注使我对公司的品牌推广提出一些个人见解;理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌;其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将\_\_品牌进入产品中;再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传;另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己\_\_品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光;最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。随着公司规模的不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题;如今我们在美国设立分公司，紧接着我们有在伊朗成立分公司的想法，其一切都是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理;我们也不能忘记CRM(客户关系管理)的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系炙手可热，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们!

**销售公司工作总结 篇4**

牛去虎来辞旧岁，激情澎湃迎新春。难忘的20\_\_年已经成为历史，新的一年开始了，今天我们回顾与总结过去一年的工作，展望新的一年宏伟蓝图。

20\_\_年是\_\_\_\_销售分公司成长的第三个年头，也是公司全体员工最难忘的一年。08年金融风暴似寒潮还未完全退去，公司又喜迁新址;新店工作尚未完全步入正轨，就面临门口的马路施工，路面封闭，店面受堵。但在大家的共同努力下，我们克服种种困难，超额完成了总公司给我们制定的经营目标。全年完成整车销售\_\_\_台，创造了新的历史记录，比20\_\_年增长20%。下面我们从以下几个方面来总结过去一年的工作情况。

一、打好基础，创造环境

对于一个营销公司，汽车销售工作是重中之重，其它所有的工作是为之而展开的，首先，我们创造一个良好、舒适的购车环境，让客户到了公司有一种宾至如归的感觉。其次，加强员工自身的专业知识和素养;公司定期展开学习和互相学习来充实自己，提高销售技巧。(20\_\_年客户现场成交\_\_台，占全年总销量的20%)

二、把集客与积客运用到实际中来

当今汽车品牌不断增加，市场竞争越来越激烈，要扩大市场份额，就必须用更加有效的方式和手段来吸引客户。我们经过实践，发现主动集客和积客是一种最行之有效的方式，通过主动集客，我们得到许多客户信息，并通过适时的跟踪，我们根据客户的使用途径及购买能力，推荐客户最适合使用的车型，让客户觉得自己的选择是对的。通过适时的跟进客户回头成交率占全年总销量的30%。通过积客体现对老客户的关心，让老客户介绍新客户，扩大市场占有率和品牌知名度。(老客户介绍新客户在20\_\_年成交\_\_台，占总销售量的35%)

三、20\_\_年工作目标

1、发挥每一个人的优点，运用集体的力量提高企业凝聚力。公司每一位员工都有自己的优点和优势，但同时也会存在相应的不足，我们充分利用每一位员工的优势，拉近与客户的距离，提高成交率。

2、加大广告的宣传力度，提高品牌知名度。在\_\_年的销售中，客户通过广告来公司的不足15%，证明我们的广告力度还不够。知名度还不足，在这一方面我们应加大力度。

雄关漫漫真如铁，而今迈步从头越，今天的成绩将成为明天的起点，让我们大家团结一心，共同努力，用智慧和汗水去战胜前进道路上的种种因难，创造更加美好灿烂的明天。

\_\_\_\_销售分公司

20\_\_年1月12日

**销售公司工作总结 篇5**

时光荏苒，今年上半年即将过去，下半年将要到来。回首过去的上半年，内心不禁感慨万千。没有轰轰烈烈的战果，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。以下是我公司上半年的销售工作总结。

一、主要工作回顾

人才是营销的核心资源，本部门组建以来，积极发挥团队的推动器作用，注重销售骨干的培养。刚进入本部门时，销售人员大部分从零开始，对销售，特别是本行业的技术、产品和目标市场一无所知。经过包括客户查找定位、谈判、跟进、促单、合同签订等一系列言传身教式培训及实战历炼之后，他们已经成为能够独挡一面的销售骨干，并正为公司创造着越来越多的市场价值。

初步形成根据营销工作的具体内容和工作流程，我们建立了详尽而明晰的客户档案，将包括客户基本信息、客户重要度分级、客户联系过程、报价、合同销售情况、客户关系维护、后续服务等在内的一系列的信息都记录在案，形成了丰富的客户字典，以备销售人员随时调阅。根据以上信息，对市场及客户进行多种分析，以掌握营销活动的一般规律，进行举一反三，持续完善业务流程。

二、存在的问题及解决思路

问题总是和工作形影不分，成绩微不足道，但问题需要认真总结、反思和探讨，问题解决的过程，将是我们不断发展和持续前行的过程，并且，这些问题的有效解决，也正是我们下半年努力目标之所在。

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。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。

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。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较低、不良习惯很多、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。

三、下半年工作计划

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才能提高产品的销量，才能提升企业形象和产品的影响力。在下半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。

以实用为原则，完善监督考核措施，创造轻松、规范、快乐的销售环境。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。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。

在下半年里，我们将继续围绕公司中心工作，克服缺点，改进方法;深入学习，掌握技巧;加强管理，改进服务;大胆探索新思路、新方法，促使工作再上一个新台阶，为集团公司的健康快速发展作出更大的贡献!

**销售公司工作总结**

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！