# 出差人员年终工作总结精选(七篇)

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2025-01-09

*出差工作年终总结 出差人员年终工作总结一1、绩效不能单纯叫做绩效考核，而就应称之为绩效管理。绩效管理只能是一种沟通和跟进的管理工具，而非是用于衡量工作好坏、薪资领取多少的手段，而且它是一项全员参与的工程。2、绩效的实施需要与公司的战略目标紧...*

**出差工作年终总结 出差人员年终工作总结一**

1、绩效不能单纯叫做绩效考核，而就应称之为绩效管理。绩效管理只能是一种沟通和跟进的管理工具，而非是用于衡量工作好坏、薪资领取多少的手段，而且它是一项全员参与的工程。

2、绩效的实施需要与公司的战略目标紧紧相连的，它是以公司目标为总目标分解到部门当中，再由部门分解到员工个人。绩效计划的制定应是由全员参与共同设计共同签署的一项协议。

3、绩效管理应与培训同行，用培训的手段加强员工对它的了解度，再用物质激励的方式来刺激员工的理解度。

4、绩效管理的工具有两种：目标管理法、平衡积分卡；透过对这两种工具的学习，我认为目标管理法较适合我公司，但对公司有些部门能够将平衡积分卡的一些用途用在其中。

1、明年推进mba事宜：与清华紫光培训中心总监王玲沟通了关于明年推进mba培训一事，她对我公司推行提出两点方案：

（1）可先行在明年也做为介结客户的形式运作；待时机成熟后再思考注册公司专门从事。

（2）直接注册公司运作。

（3）关于课程的价位问题可根据当地实际状况进行调整。

2、清华紫光爱代购网：与清华紫光爱代购网销售经理曹阳沟通爱代网的一些业务往来。我向其介绍了明年我公司可能需要的几个方面

（1）财务系统

（2）推行培训教育

（3）公司对外网站的建立

（4）公司内部网络的建立。

1、宜春：于8月20日抵宜春，对宜春即将新开的两家店进行走访。步步高店及一中店，步步高店店面墙壁色彩不一。一中店排班安排已安排好并通知了邓海龙。

2、吉安：吉安阳明店后藏间设计不够理想，空间太小，不易存货。墙壁色彩与环城店色彩不一，空调位置管处理不当。

以上为此次出差总结。

**出差工作年终总结 出差人员年终工作总结二**

本次出差主要工作资料：新客户的开发，配合胡经理作洪雅活动的准备，和赵生健做广安活动的准备。

新客户的开发出差地方有：仁寿、井研、乐山、峨眉、夹江、雅安、新津、浦江、眉山。仁寿市场不错，人口130万人，但竞争也很大，全友，双虎，掌上明珠，南方，金虎，三叶，鼎高，金亿等专卖店，公司之前在那里也开过店此刻没有了。乐山市场很大，家具市场较为分散，公司在沙湾区有专卖店，但经营不是很好，之前在五通桥有店此刻没有了，眉山家具较为分散，公司也有店，但专卖店内杂乱空旷，听导购说老板对公司板式家具不感兴趣了，在等年会实木家具出来。

新客户开发：到一个卖场，应先观察；看导购精神状态，卖场装修，饰品摆放，产品系列，标价。再问：问导购卖场多大，老板在不在，生意好不好，对我厂了解程度，卖场做多久了，做了哪些品牌，是否打算更换品牌。介绍：介绍公司背景，品牌，产品系列，产品定位，卖点，价格。

洪雅专卖店重装开业，配合胡经理做开业准备。包括家具调配、饰品的摆放、灯光的调试，还有整个卖场的包装，场内吊旗装订、地贴、灯笼。带队发dm单，从乡镇到城市dm单的发放。

总结：

1、床头尽量靠墙壁放，衣柜和状台统一放在床的一边，衣柜靠近床头方向放，状台靠近床尾，斗柜从高到底依次靠墙边放。

2、家具摆放要整齐有序，高低搭配协调，要根据卖场实际情景摆放，卖场不能太空，也不能太挤，一般进门口要相对宽松。

1、饰品整体讲究：美观、协调、大方的原则、对家具摆放中留下的空隙，进行填补、美化，突出家具卖点。

2、床头柜摆放的饰品不要高过床头，颜色也要和家具颜色协调、不冲突，饰品组合摆放要高低方圆搭配，一般按左高右低摆放，同一局部颜色最好不要超过三种色。

1、饰品有：吊旗、气球、地贴、标语牌、灯笼、展架、标价签、特价签等摆放整齐。

dm单必须要发到人手上、街上；停放的自行车、摩托车、汽车都要夹放，行人、商铺都要发；行人中不要发小孩，商铺发放到老板手上，并作解释，若商铺中无人，则要放到商店里面的收营台上，不要放到门口柜台上。小区：每家每户挨着发，家里有人则敲门发到人手上，无人则夹在门把手上，并要放规整。楼盘：若在装修应发到装修工或业主手上，并询问客户信息，收集电话，予以装修工以小利进行帮忙介绍，若无人在装修则夹在把手上。

在行人发放中，必须要介绍活动主题、地点、时间。在所有发单过程中，若有人询问要耐心讲解，吸引客户来电，并对意向客户留电话，发单的目的仅有一个吸引更多的客户来店面。

一场活动是否成功，销量能否很多提高，我们能决定的有三个因素：

1、宣传是否到位：包括活动主题；资料；特价产品

2、卖场氛围、卖场外围的包装、场内家具的饰品、灯光的调试

3、导购：心态、信心、活动了解、专业知识、综合素质等。

广安活动做准备，这次就我和赵生健，整个卖场场内、场外的包装。场内氛围的营造，导购的培训，与商场老总沟通进行广告的制作，缺货的补充。

这次出差了解开业活动，促销活动的流程应准备的物品。一场活动应注重三个环节：

1、活动的宣传

2、卖场氛围

3、导购培训，每个环节的工作都要做到位，活动才能成功。

总结：

广安卖场是一个综合卖场，卖场共三层楼，欧尔雅专卖在第三层大约500平米。

这次活动主题是“消防升级，全场裸卖。”宣传方法：

1、秧歌队

2、dm单

3、老客户信息。dm单6万份兼职人员发放，早上9:00到中午11:30，午时14:00到17:00无人带队，定点发放，资料未发放完。

卖场装修是两年前的与所摆产品风格色系不搭配，各区域家具高低、大小搭配不合理，不协调，部分区域太空、缺货，而把其它厂家产品进行填补，风格不统一，饰品摆放混乱，扑满灰尘。我们对整个卖场先做清洁打扫，然后和商场工作人员一齐作展场家具的调整，饰品的打扫与调配。灯光的调配，其它厂家的产品的清理，缺货的叫商场发货。卖场标签的规范，吊旗装订，从一楼到三楼贴了地贴，在卖场的前后门挂了灯笼。导购是卖了欧尔雅两年的，中间离开近几天刚回来，对我厂产品卖点并不了解，心态过于急躁，导购技巧缺乏。花了半天时间对导购进行了导购技巧培训，产品卖点的培训，重新树立了产品信心。

活动时间两天，第一天上午停电，销量一万多，大部份客户停在一楼二楼。第二天有电了销量二万多，两天共销3万多。这次活动是相当失败的。我应作深刻的检讨，原因有：

1、没有独立操作过活动没有经验，

2、外围包装不到位，没有吸引更多的客户到三楼卖场

3、场内家具，饰品没有调到位，卖场氛围不够好

4、导购培训不到位，丢失此刻客户。

在以后的工作中应对以上几方面进行认真、深入的学习弥补自我的不足。

**出差工作年终总结 出差人员年终工作总结三**

在酒店总经理正确领导下，营销部用心跑市场，为酒店完成全年经济任务做不懈努力。现将工作汇报如下：

会议接待市场。首先在酒店领导重点开发承揽中小型会议市场，注重内部公司会议接待好的精神指导下，加强与关系单位的联系，了解收集会议信息，经常沟通，定期走访，对会议的各项要求进行逐步落实，认真接待好每一次会议。精心细致得做好每次的会议要求，加大会议宣传力度。

第一季度，接待了中山区教委会议，国风药业会议，大连信达怡学术报告会议，接待公司会议2次（xx楼会议室）802，711会议5次，每次会议接待都顺利完成任务。

每年第一季度需要跑市场，揽客源。从去年开始客源市场十分不好，受金融风暴影响，酒店行业经营惨淡。要想生存就要开展开发新客源，跑市场。第一季度，首先要跑市场，从正月十五后，先后对老客户进行走访，如中山区政府各处事，区卫生局、城建局、执法局、经贸局、人事局、电车公司、衡器厂、进修校园、中山区教委、中山国税局、中铁一局大连办事处等进行拜访，了解今年客源状况。重点拜访了三家网络订房中心：大连在线网。旅程网，青岛万维网。对周边老客户定期走访，电话联系，一方面加强沟通，另一方面了解当前市场信息。

网络订房现如今已经成为各类宾客出差，旅游，商务活动的选取方式，为网络中心订房实现资源共享。20xx年第一季度与辽宁118114订房中心签订协议，与大连在线网，旅程网，宜人网，青岛万维网须签协议，与其他已签订的老客户持续着密切关系，每个季度定期按时透过传真方式相互联系。

①定期发放代金卷。发放对象如：石葵社区，葵英社区，智仁社区，向阳社区。

②更换20xx年一楼大厅特价菜牌。

③为公司租大客车到庄河慰问演出。

④接待一个小型婚宴（7桌）。

⑤受酒店委托与工商银行商谈租赁事宜。

⑥把酒店4月份房价制定好后，透过传真通知各家订房网路中心。

为了拓宽销售渠道，利用电话，手机等通讯设备定期加强与客户沟通；春节利用手机给客户拜年等等。

**出差工作年终总结 出差人员年终工作总结四**

从20xx年x月x日到20xx年x月x日，在xx完成了为期xx天的出差工作，整体较为顺利。

1、较为顺利的完成了既定的计划工作，完成了每个子公司仓库的盘查工作，同时90%以上的仓库进行了拍照指导。可是搞笑前期的协调做的不够，使得工作进展较计划有所拖延。

2、同时很好地解决了出差中遇到的一些突发事件。并做了记录。

3、工作不足之处是由于状况紧急等实际原因，计划不是很完善和全面，导致工作不流畅和差旅费开支较大等问题

1、前期协调不够，需要加强前期的协调力度和深度，便于以后工作的开展

2、与不一样职能工作人员的合作，自我仍然需要提高与他们的合作潜力，以及工作中的一些务必的应酬等等

3、自我工作计划不周等，以后的工作中需要对路线，经费准备等计划周全，以防万一

总之，透过这次紧张而忙碌的出差工作，学习了别人，锻炼了自我，认识了自我很多的不足和有待提高的地方，认真反省和提高自我，以便更好的开展后续工作。

**出差工作年终总结 出差人员年终工作总结五**

经过三天对湖南长沙、衡阳、邵阳市场的开发，我们的产品也经历了一次考验，在我走访的长沙、衡阳、邵阳这三个城市里生根发芽，在这期间里，开发了三家意向客户，如下：

第一家是长沙的公司首次同意上我司的全系列led灯具产品，此客户主要是以家装及工程为主，并且在长沙市场也有必须的知名度，同时也有自己的销售团队，对我司的产品也比较认同；

第二家是衡阳的公司，此客户是家较有实力的客户，有自己的销售团队，老板对led灯具市场也是十分看好，此客户对产品的质量及厂家支持也比较看重，由于此客户没有做过led灯具，正在了解市场行情和品牌比较，与此客户约定近期将到我司参观考察，本人对此客户的看法是，抓住此客户就等于占领了整个衡阳led灯具市场

第三家是邵阳的总代理，此客户的店面从装修风格及产品结构在邵阳建材城可排行前三，此客户的经营理念，只做质量有保障的产品，价格不是很看重，目前此客户销售的led产品有长方、富迪，但此客户对他们的产品质量不是很满意，所以前期此客户同意拿我们的天花灯、球泡灯样品，以和他们现销售的led产品做比较，如我们的产品质量过硬，后期此客户会把led灯具的所有系列全上，包括吸顶灯、平板灯、等等。

主观看法：我们的产品在市场上的前景是十分好的，我本人对这个市场，对产品都很看好，我们的产品质量好，将作为打开市场的一个重要砝码。

对市场而言，我们的价格比同类的产品要略高，但产品价格并不是我们

的销售瓶颈，很多客户认为他们要合作首先思考的就是你的产品质量；再就是厂家的实力，因为客户认为只有与有实力的厂家合作，他们的生意才会有保障，才会走的更远，产品价格其次；再之后就是厂家的销售支持力度；所以我们的.产品质量要给客户足够的信心及加上我们的产品给客户能够带来丰厚的利润空间的同时做好市场保护工作，减小其销售难度，这样一来，绝大部分客户都愿意了解我们的全部产品。

对于这次个人的成绩来说，对部分地级市场都有了详细的走访和了解，

了解到了客户的需求，在区域市场中开发出部分意向客户。我觉得这个成绩不是我预期想要到达的一个效果，分析原因主要有前期准备工作十分不到位，最起码的产品宣传画册都没能带，等等问题；

对于我走访过的客户，他们目前都期望此刻能有一款价格合理，质量满意的产品进入市场，对于部分小厂家品牌的价格便宜、市场管控差、价格透明，这几个点来说，我们的产品竞争优势很大，透过这几天对内地市场的走访，个人认为，此刻是进入内地抢占市场最好时机，很多led厂家都在争抢内地led灯具市场，反之，很多客户也正在用心寻找好的厂家、好的品牌赚取led的第一桶金；我们的市场切入点就在于我们给予客户质量好的产品、利润空间、市场支持等等，这样会充分调动经销商和批发商的用心性。

1、价位方面：市场上总体来讲，对于一个新品牌，要想打入这个市场，抢占市场份额，按目前的价格来看，只能说是具有必须的竞争优势，有一部分客户是用一种完全不接纳新品牌的目光看我们的产品，还有部分客户是无法理解品牌的价格，只拿我们和一些擦边球品牌的价格相比较；一客户跟我说，产品本身是能够的，但是作为一家新牌子，这个价格在销售过程中会增加一部分难度，但我认为这是一个比较保守的客户，哪个公司没有一个新开始呢，价格永久没有可比性。

2、产品定位：针对目前市场上参差不齐的产品、参差不一的低价位，

因此有很多客户会用这些品牌的质量、价格盲目的去决定其他品牌，那么我期望，既然客户用这种方法来选取合作的品牌，那我们的产品就就应保留其现有的长处，产品的定位就要以高品质为基准线，做到新的产品系列及时跟进。

3、产品包装：包装要色彩亮丽，做到眼球效应，我个人感觉产品外包装不要给人老气横秋的感觉，既然产品做到高品质，那么包装更要突显我们的产品的高品质！

在那里我要提出一点推荐，目前我们的产品开发力度跟不上，很多客户如果要合作就会所有的led灯系列全部都上，产品画册一拖在拖，目前内地市场是开发最好时机，而我们的销售团队组建也不到位，这些问题将严重制约市场开发进度及丢失内地有质量的客户。

4、销售策略：目前，我司销售支持政策几乎没有，我觉得一个新品牌想占领市场，无论透过任何形式，任何方法，都就应勇于尝试，想尽一切办法去进入到经销商的门店。如果没有政策支持这一策略，那我想我这次出差的意向的客户都会慢慢被其他品牌抢占。

5、渠道方面：个人认为目前我们的品牌只是一个孩子，市场刚刚起步，

认识我们品牌的渠道客户不够，市场认可度十分低，，我觉得就应投入一些宣传到重点城市，能够有选取性的去挑一些优质客户，培养起来，会很容易引发邻省市的连锁反映，等到客户稳定，地级市场精耕细作之后，再从这些客户资源中挑一家能够控制的省级代理商。

下一步的计划，我个人认为开发内地市场迫在眉睫，内地市场如此刻不加

大力度去开发将来我们所面临的市场开发难度将更大。内地客户，个性是有实力的客户正在考察寻找有实力的led厂家合作，这些客户对led灯具的前景也十分有信心，此刻我们要加大力度把内地城市逐个击破，巩固客户资源，多了解经营状况，先得到经销商及终端客户的认可，然后才开发适合我们的省市级代理商，现阶段，想找一家代理商十分有难度，并且这次出差遇到阻碍我们成功最大并且最普遍的问题就是我们的前期准备十分不到位，给代理商心理上不敢轻意下决定。

经销商喜欢的是厂家有实力，产品系列全、利润空间大，便于市场控制，

质量过得去的产品。目前，要做的就是要想着怎样样让我们的产品去适应这个市场，而不是让用户适应我们。

**出差工作年终总结 出差人员年终工作总结六**

此次广东出差已将近一个月，首先感谢领导对我的器重和信任，能把这么重要且光荣的工作交给我。本人在荣幸的同时也深感职责重大，必须不能辜负公司对我的期望。

此次来广东出差的前段时间工作中不尽如人意，这就让自己背负了很大的压力，使得自己寝食难安，有那种如履薄冰的感觉，生怕辜负了公司以及领导对我的期望和信任。夜不能寐的时候自己也在深刻反省和总结，反省公司花这么多钱来让我出差如果不把工作做好能对得起公司和领导嘛？总结如何做好自己的工作，亡羊补牢争取在接下来的工作中能有较大的进步。

透过反省和自我批评，发此刻广东的前几天没有抓住工作的重点，也没有把握重点客户，更没有按照出差前领导批准的出差计划去执行，这就使得自己的工作很盲目，拜访的客户都不是重点的客户，收到的回款也比较少。透过及时的反省和总结，才使得自己重新回到了正轨，回款也在不断的增加，此次出差的工作重点也逐步的攻克。

以下是我在本次出差总结的拙见，那里总结出来期望能对日后工作有所帮忙，把状况汇报给公司期望能对领导做决策时有所帮忙：

一、在广州的前几天主要拜访广州宏济医药有限公司，目的是想把其攻克，把关系打好。他是公司物流品种在广州的客户，不仅仅让其做物流，更要其把招商的产品也一齐做，透过几天的努力，最后和其建立了良好的关系，最终客户下了两万多元的招商产品的订单，物流同时也在做，而且专门为公司的产品做了彩页来进行推广，把公司的产品列为会员产品加重点推广。最后客户表示合作几次之后也想让招商品种给他个月结的政策，其保证每个月销量不下5万元，每月5号之前把款打到公司，因为个人没这个权限，所以没有答应他，只能说向领导请示。

二、在广州同时拜访了双钾代理商周爱民，目的是对双钾在广东基药招标的工作解决一下，客户表示中标没有问题，价格也不会低于18元。另外一个目的是中标之后双钾来如何操作，我提的推荐是招区域代理，因为客户的临床网络不好，只要找区域代理才能更大面积的覆盖率和更大的销量。客户也没有否决我的推荐，但是表示要等中标结果出来看一些中标价格以及广东基药招标的政策才能做最后的决定。

三、拜访羧甲司坦口服溶液代理商，但是没有见到老板本人，只和其采购部经理谈了一下羧甲司坦口服液的中标问题，目前羧甲司坦口服液中标面临很大的困难，主要竞争对手有广州白云山总厂、华南药业和北京嘉士大恒，最后只能选两家技术标得分较高的进入最后的商务标角逐，所以羧甲司坦口服液面临的困难很大，与其采购部经理沟通的就是如何进入商务标，他表示公司此刻一向在做工作，肯定会尽最大的努力来争取中标。

四、拜访了广州的几个客户，解决了之前没解决的问题，解释了公司的状况和实力。表达了对客户的重视和对客户的诚意，都收到了必须的效果，回款也在逐步的增加，同时也增加了客户销售公司产品的热情和对公司的忠诚度。在广州的工作就暂时告一段落了，总之是自己的心理压力很大，工作中做的也不太完美。但是最后收到了一个比较好的结果。本次出差的重点就是做东莞朝阳药业的工作，以下重点汇报朝阳药业的状况：对朝阳药业的工作，面临了前所未有的困难。主要包括以下几点：

一、以前建立起良好关系的那个采购员不在采购部了，花了几个月的时间建立起的关系突然就没了，一切都要从零开始，让自己很失望。像这种公司没有关系就举步维艰。

二、而且以前负责采购的女孩交接工作时没有和此刻的这个采购员交接清楚，非要把年初退的那十件货抵成货款。而且之前谈得xx53家会员店进店铺货的状况只能暂时搁浅，耽误了销售的进程。也把工作的计划给打乱了，本来重点是来和朝阳的销售员建立关系，此刻却只能重新来和采购员来建立关系。等于是把以前的工作重新再做一遍。

三、新换的这个采购员很不好说话，而且对公司的印象不太好，总是说公司工作不到位，不负职责，说公司不开出库单，说最厌恶这天到一件明天到两件，很麻烦。我也只能慢慢的与其沟通详细的解释公司的几个厂的状况。并且邀请其一齐坐一坐沟通沟通感情。

四、朝阳药业的采购部经理前段时间刚好又在贵州和四川出差，很多工作都不能与其直接进行沟通交谈。这也带来了很多的困难。

虽然在东莞朝阳药业工作中存在困难，但是皇天不负有心人，付出就有收获。透过不断的努力最后有了不错的进展。新换的业务员虽然说话难听又经常吵我，但是他也有爱好，爱好足球，同样我也喜欢，见面就先谈一会儿最近的足球比赛，把谈话的气氛调节好，然后谈工作，中间也吃过几次饭。关系逐步的缓和了。而且下了个3万元的订单，但是打款的时候还是由于工作没交接清楚，说我公司账上还有其7000多元，由于包括我没接手时候的帐，所以很难弄清楚，他只能先让把退到我公司的货先发过去几件，先补暂时的缺货状况。这件事我回去还得好好的查一下，妥善的处理一下。才能保证朝阳那里的政策运转。

另外xx53家会员店铺货的状况又有了进展，重新走上了不错的轨道，这几天正在做市场的反馈，看看进店的品种和数量，确定第一次铺多少货。这个到下个月会有所动作。采购部经理宋刚鹏回来谈了几次，表示对我公司的产品还是要一如既往的支持，重点销售。把下一步的工作安排计划安排下去。

以上是此次广东出差的工作总结，本月出差个人认为收获还是很大，回款7万元，同时攻克了几个客户，朝阳药业的工作也有了个不错的开端，基本上完成了本次出差的计划。同时也对下一步的市场操作有了一个新的方案，特向领导汇报。

下一步市场操作计划：

透过这次出差发现广东市场很不规范，客户管理上很混乱，我准备将广东市场整合一下，规范一下市场，把广东分4块，分别为广州、深圳、东莞、揭阳。广州先由广州宏济药业来操作，东莞交给朝阳药业、深圳交给中源药业、揭阳由康佳乐来操作。这样刚好把广东全省覆盖完毕，而且不会产生串货和价格不一等不利于产品销售的状况，同样也能刺激客户销售的用心性，更便于管理和规范市场。个人推荐，还请领导批评指正。

本次出差的工作基本上都已完成。所以最后特向领导申请回公司，出差一个月，工作上的很多事情都务必要回公司才能处理，身上带的钱也花完了。个人也有点私事，家里买了个房，最近要选房，父母觉得房子以后要我住，还是让我自己回去选一下更妥善一点，所以家里一向催我赶快回来。亲戚介绍了一个对象，那女孩在北京工作，清明回家住几天，让我回去看一看。

与公与私，我觉得还是回去一趟比较好，等下一步工作开展了有必要的话我就在出差来帮忙客户操作一下。特向领导请示。期望领导能够批准。

**出差工作年终总结 出差人员年终工作总结七**

经过九天对区域市场的开发，我们的产品也经历了一次考验，在我走访的九江、南昌、吉安、赣州这四个城市里生根发芽，在这期间里，开发了2家意向客户，第一家是南昌的首批打款在15万元左右，代理商需要公司带给更大的支持，但我认为公司无法做到，正在协商其它操作方法；第二家是赣州的首批打款在xx万元左右，由于代理商没有做过厨卫，正在了解市场行情和品牌比较。

主观看法：我们的产品在市场上的前景是十分好的，我本人对这个市场，对产品都很看好，我们的产品质量好，包装精美，品种齐全，售后服务好。

对市场而言，我们的价格比同类同品牌的产品要略低，但产品外观似乎

是我们的瓶颈，无法和同类同品牌相拟比；但我们给了客户足够的利润空间的同时又给了他广泛的区域市场，减小其销售难度，这样一来，绝大部分客户都愿意了解我们的全部产品。

对于我个人的成绩来说，对部分地级市场都有了详细的走访和了解，了

解到了客户的需求，在区域市场中开发出部分意向客户。我觉得这个成绩不是我预期想要到达的一个效果，任务虽然没有完成，但我还在努力也还有许多方面没有做到，对于地区市场做的过于急躁，在市场开发中做的不够细致，粗枝大叶没有给客户更好的引导。

对于我最近走访过的客户，他们目前都期望此刻能有一款价格合理，质量满意的产品进入市场，对于方太、老板、帅康、樱雪、樱花、华帝、美的等几大品牌的价格贵、市场管控严格、价格透明，这几个点来说，我们的产品竞争优势很大，但是，这些品牌的牌子大，名气响，在老百姓心里已经根深蒂固，不利于我们的产品进入市场。个人认为，我们的市场切入点就在于我们给予客户的厂家支持、利润空间、足够大的区域市场，这样会充分调动经销商和批发商的用心性。

1、价位方面：市场上总体来讲，对于一个新品牌，要想打入这个市场，抢占市场份额，按目前的价格来看，只能说是具有必须的竞争优势，有一部分客户是用一种完全不接纳新品牌的目光看我们的产品，还有部分客户是无法理解品牌的价格，只拿我们和一些擦边球品牌的价格相比较；记得南昌的一家客户跟我说，产品本身是能够的，但是作为一家新牌子，这个价格在销售过程中会增加一部分难度，但我认为这是一个比较保守的客户，哪个公司没有一个新开始呢，价格永久没有可比性。

2、产品定位：我觉得上述几大品牌在终端用户心里已经有了很深刻的印象，那么这样的一些品牌也就成了本行业的标杆，因此有很多终端用户会用这些品牌的产品外观、品质盲目的去决定其他品牌，那么我期望，既然老百姓选取这样一种方法作为衡量好坏的根据，那我们的产品就就应保留其现有的长处，或者说是生产方面也以这些大牌子做标杆，做到老百姓喜欢什么样的，我们就生产什么样的！总而言之，产品的定位就要以大品牌为基准线，做到新的款式及时跟进。

3、产品包装：：大多数客户都很喜欢我们小家电系列，还有一少部分也会选取厨卫系列，但有客户反应我们厨卫系列的包装有点老气横秋的感觉，色彩不亮丽，没有眼球效应，我个人感觉此系列产品包装还算不错，但部分客户觉得既然小家电系列的能做如此漂亮和特色，为何厨卫做不出来这种效应呢？

在那里我要提出一点推荐，此刻无论是哪家大品牌的产品，都是厨卫产品列占所有品类的主导地位，很多客户反应我们的厨卫系列产品不够新颖。而且终端用户也认为小家电产品和包装会比厨卫的高档一些。

4、销售策略：目前，我司销售支持政策十分大，能够以前期不赚钱形式去抢占市场份额，给我们销售人员在工作中带来很多协商的空间，我觉得一个新品牌想占领市场，无论透过任何形式，任何方法，都就应勇于尝试，想尽一切办法去进入到经销商的门店。如果没有政策支持大这一策略，那我想我这次出差连意向的客户都不会有了。

5、渠道方面：个人认为目前我们的品牌只是一个孩子，市场刚刚起步，

认识我们品牌的渠道客户不够，市场认可度十分低，，我觉得就应投入一些宣传到重点城市，能够有选取性的去挑一些优质客户，培养起来，会很容易引发邻省市的连锁反映，等到客户稳定，地级市场精耕细作之后，有老百姓拿着我们的vip防伪卡去找经销商买东西的时候，我会拿着我所有的发货单子和客户资源去找一家能够控制江西的省级代理商。

下一步的计划，我个人还是要把区域市场内没有到过的城市，未开发出来

的城市逐个击破，巩固现有的客户资源，多了解经营状况，先得到终端用户的认可，然后才开发适合我们的省市级代理商，现阶段，想找一家代理商十分有难度，并且这次出差遇到阻碍我们成功最大并且最普遍的问题就是诸多批发商2和3月份展会已经选好了品牌及市场反映惨淡，给代理商心理上不敢轻意下决定。

总之，老百姓喜欢的是包装色彩靓丽，价格合理，但看起来高档的产品，经销商喜欢的是没有竞争对手，利润空间大，便于市场控制，质量过得去的产品。目前，要做的就是要想着怎样样让我们的产品去适应这个市场，而不是让用户适应我们，我们要做的就是老百姓喜欢什么样的，我们就做什么。

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！