

# 滴滴出行大数据分析报告(大全7篇)

报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。报告的格式和要求是什么样的呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

## 滴滴出行大数据分析报告篇一

回顾，这是不平静的一年，酒店旅游行业发生了众多事情。酒店之间收购之战，当酒店产品被迫下架；当ota控制酒店低价竞争；当酒店支付高佣金低报价；当酒店被ota逼着选边站队；受伤的总是酒店和客户？新的一年该怎么办？做强直销渠道才是硬道理，无论这个世界怎么变换□ota怎么折腾，酒店都能在大浪中站稳。

1月，新的一年新的开始，米订商学院继续为酒店运营者们倾情奉献中国酒店业移动互联网(典型)运营数据分析，为您剖析酒店互联网微营销的问题；为您分析移动互联网时代酒店的发展思维和营销方向以让更多酒店了解最新移动互联网营销产生的效果和作用，掌握行业发展动态。

## 二、中国酒店移动互联网1月份(典型)运营数据分析

(一)201月米订mss酒店运营数据排名top15(按照当月订单量排序)

分析：

1、数据显示□top15中月订单都超过了300单。订单排名方面；海门东恒盛以1546单位居第一；湖北星球国际大酒店以1147单位列第二；好逸smart酒店(春熙店)以835单获得第三名。

2、排名榜中酒店类型有高星级酒店也有中档酒店、经济型酒店，说明移动端营销适合各类型酒店。

3、从总订单量及会员重购率来看，排行榜中有60%的酒店会员重购率超过10%，说明移动端用户会员消费习惯培养成熟后，更容易提升会员重购率，培养忠诚客户。

## (二)酒店新秀分析

速8酒店上海松江车墩影视城店和7天酒店临平店为米订mss新合作酒店，mss月订单量分别为346单和310单，重购率分别达到了25.64%和10.87%。经过调查分析，原因在于以下几点：

2、酒店管理层重视，团队执行力强；

3、设置有效的管理措施和激励机制，激励全员参与配合。

## (三)会员分析

数据显示：年1月份会员新增量排名情况是，张家港沙洲湖酒店以671人获得第一名；南昌瑞颐大酒店和合肥辰茂和平酒店分别以380人、226人分获第二名、第三名。数据显示前五名的会员增长人数超过100人。其中速8酒店上海松江车墩影视城店以162人位列第四名，作为一家经济连锁酒店，有与其他大牌星级酒店相比，有后来者居上的潜力和趋势。

通过对系统访问量和会员增加量两个维度进行相关数据分析，总体来看系统访问量与会员增加量关联性较强，而且是呈正相关。移动端的关键是系统访问量的转化，访问量越大，会员转化率也越大。

## (四)会员重购率分析

注：重购率=消费酒店项目2次及2次以上的会员数/总会员数。

数据显示：会员重购率排名中排名前三位的是云顶之星上海店、海门东恒盛国际大酒店、湖北星球国际大酒店，重购率分别是40.00%、26.45%、26.30%。排名前五位的重购率都超过了25%。

通过以上可以得知：发展会员，做好会员营销，是酒店移动互联网直销的核心点，同时也说明仅仅有会员数量不够，如何提升会员重购率才是根本，也是酒店提高订单量和收益的重要保障。

### (五)酒店类型分析

从酒店类型来看，top15中星级酒店在占比60%，经济连锁酒店和精品连锁酒店各占20%。虽然星级酒店所占比例仍然较高，但是经济连锁酒店作为后起之秀，发挥自身优势，利用移动互联网正在奋起直追。这也说明了无论哪一类型酒店，只要积极拥抱移动互联网，利用移动营销工具做好运营，就能获得较高收益。

### 三、米订观点

在移动互联网时代，利用移动互联网工具，发展会员，提高会员重购率才是移动互联网营销的核心。无论是星级酒店还是经济连锁酒店，工具都是公平公正的；酒店移动互联网营销关键在于运营，只有高层重视，全员参与，运营人员懂方法，会操作，才能落地转化为结果。

## 滴滴出行大数据分析报告篇二

项目数据分析报告是“项目数据分析师”以客观的态度和谨慎的作风，通过科学的市场调研，运用科学的分析方法，秉承公正的原则，对项目的可行性进行全方位的分析及评估，为投资方的决策提供科学、严谨的依据，降低项目投资的风险，主要服务对象为中小型企业、国内外银行、投融资公司、组织

等机构。

## (2) 项目数据分析报告内容：

项目数据分析报告的主要内容包括：项目提出的背景、项目基本情况(建设内容、建设规模、投资总额、市场前景、经济效益、社会效益、地理位置、交通条件、气候环境、人文环境、优惠政策等)、项目存在的问题、项目的战略分析、项目的管理架构分析、项目预测分析(市场、收入、成本)、财务分析(获利能力、偿债能力、发展能力)、不确定\*分析、风险分析、结论和建议等。

## (3) 项目数据分析报告案例：

某企业项目数据分析报告案例样本

### 第一章项目概述

此章包括项目介绍、项目背景介绍、主要技术经济指标、项目存在问题及建议等。

### 第二章项目市场研究分析

此章包括项目外部环境分析、市场特征分析及市场竞争结构分析。

### 第三章项目数据的采集分析

此章包括数据采集的内容、程序等。

### 第四章项目数据分析采用的方法

此章包括定\*分析方法和定量分析方法。

### 第五章资产结构分析

此章包括固定资产和流动资产构成的基本情况、资产增减变化及原因分析、资产负债结构的合理\*评价。

## 第六章 负债及所有者权益结构分析

此章包括项目负债及所有者权益结构的分析：短期借款的构成情况、长期负债的构成情况、负债增减变化原因、权益增减变化分析和权益变化原因。

## 第七章 利润结构预测分析

此章包括利润总额及营业利润的分析、经营业务的盈利能力分析、利润的真实判断\*分析。

## 第八章 成本费用结构预测分析

此章包括总成本的构成和变化情况、经营业务成本控制情况、营业费用、管理费用和财务费用的构成和评价分析。

## 第九章 偿债能力分析

此章包括支付能力分析、流动及速动比率分析、短期偿还能力变化和付息能力分析。

## 第十章 公司运作能力分析

此章包括存货、流动资产、总资产、固定资产、应收账款及应付账款的周转天数及变化原因分析，现金周期、营业周期分析等。

## 第十一章 盈利能力分析

此章包括净资产收益率及变化情况分析，资产报酬率、成本费用利润率等变化情况及原因分析。

## 第十二章发展能力分析

此章包括销售收入及净利润增长率分析、资本增长\*分析及发展潜力情况分析。

## 第十三章投资数据分析

此章包括经济效益和经济评价指标分析等。

## 第十四章财务与敏感\*分析

此章包括生产成本和销售收入估算、财务评价、财务不确定\*与风险分析、社会效益和社会影响分析等。

## 第十五章现金流量估算分析

此章包括全投资现金流量的分析和编制。

第十六章经营风险分析此章包括经营过程中可能出现的各种风险分析。

## 第十七章项目数据分析结论与建议

## 第\*章财务报表

## 第十九章附件

# 滴滴出行大数据分析报告篇三

原理与思路：

市场研究与市场推广是市场营销的两个步骤，二者相互关联，不可或缺。前者通过详尽的市场调查，采集相关市场数据，并运用科学的方法加以分析，从而准确把握宏观市场及区域市场的供需状况，深入了解国家政治经济政策对房地产市场

的影响，科学的预测市场走向、竞争对手及竞争形式，最终确定准确合理的市场定位；而后者则根据前者的研究成果——市场定位——解决市场推广中的具体措施，如价格策略，销售策略，广告宣传策略，促销手段的组合策略等。简言之，前者是基础，后者为前者逻辑结论。体系与方法：

市场调研报告将从宏观和微观两个层面展开，宏观方面包括：宏观经济形势，产业政策向导，房地产项目开发、销售情况，产品自身与市场营销的所处阶段与具体特征；微观方面包括：项目所在区域的自然、经济及人文状况，区域市场的供应及需求分析。

## 第一部分宏观区域分析

### 1、区域概况（网上资料或统计局）

□1□□2□□3□□4□

地理位置（位置、所辖区域、面积、市区面积）

城市性质及地位（城市的历史、文化、所占的重要地位）城市规模（城市用地规模、人口规模）

城市总体布局（城市格局、所含区、规划方向、突出特色）

### 2、区域经济发展概况（数据来源统计局）

列柱状图

（2）人均可支配收入及增长，消费性支出及增长、平均工资

### 1、项目区域位置与自然概况

（1）项目所在区域概况（项目所在区域是大区域的什么地带、

占有什么地位、起到

什么作用) 附: 项目地块位置图

(2) 区域位置(项目具体位置、占地及位置优势) (3) 区域景观条件(项目所在区域景观)

## 2、项目与城市主要商业区及就业区的联系分析

(1) 项目所在区域的交通情况(项目周边的快速路、主干路、次干路、支路; 项目

周边的公交线路; 项目到达市中心的乘车路线及时间)

(2) 主要商业区、就业区的分布及与项目的关系

## 3、城市规划对项目开发的影响

(1) 区域整体规划概况 (2) 项目周围规划概况 (3) 规划对项目的影响

1、经济发展、人均收入及支出消费 2、项目的区位优势 3、项目的交通优劣势

## 4、大规划与项目周边的小规划对项目的影响分析

## 第二部分区域房地产的市场分析

### 1. 区域住宅(商业)市场的发展回顾及概况

(1) 起步兴起期(时间、首批代表作、产品特征)

(2) 平稳发展期(时间、代表作、产品特征、需求状况)

(3) 整合提升期(时间、代表大盘、产品及战略理念、需求

状况)

## 2. 近年来区域住宅（商业）市场供求分析

开发办)

(3) 价格变化（各类房产项目的价格及涨幅：经济适用房、多层住宅、高层住宅、

别墅、高档公寓、写字楼、商业用房）（数据来源：统计局）

## 3. 区域住宅（商业）市场的发展特点

□1□

(2) (3) (4) 分析) (5)

政府对市场的管理调控力强（相关房地产政策及区域房产政策的出台及作用）市场体系逐步完善（主要包括出现多层次的供应房及二手房的发展）

## 4. 区域住宅（商业）市场格局（根据市场状况将城市划分为几个区域版快，再根据版快进行分析）

例：东部版快（发展背景：区域状况、交通、配套、规划；楼盘特点：该板块内的楼盘共性；销售情况：价格、交房、档次、销售率）

前面板块分析中应涉及到该部分内容，再将该区域目前销售的具体代表项目进行分析，为本项目提供依据。

## 1. 项目所在区域住宅（商业）项目概况

例：

## 2. 项目所在区域的产品特点分析

### (1) 开发规模及配套情况

项目所在区域代表性项目占地面积规模比较

(2) 规划设计及户型特点（本区域以什么建筑为主：多层、小高层、高层；建筑风

格以什么为主：欧式、现代；社区文化；环境；项目主力户型情况、分析以何种户型为主）

### (3) 装修标准及智能化系统

## 3. 项目所在区域的销售特点

(1) 营销推广特点（通过对济南目前在售楼盘在报纸、电视、路牌、杂志、工地现

场等不同媒介上所做宣传画面、诉求内容、表达形式等方面的分析，以及对楼盘销售人员、销售场所的包装调查）

## 4.

1. 调查问卷内容（附表）

2. 问卷调查说明及统计分析内容： 3. 问卷统计分析结论

## 滴滴出行大数据分析报告篇四

根据公司年度工作计划和部门分解计划，现将上半年工作情况汇报如下：

（一□oa部分；

- 1、协助完成oa版本升级；
- 2、开发完成10个工作流，修改15个工作流；
- 3、整理出有关oa使用的技巧或oa的亮点功能20项；
- 4、基于oa平台开发了技术文件借阅模块；
- 5、基于oa平台开发了任务管理模块；
- 6、全面掌握oa系统平台的使用及维护。

## （二）数据分析部分：

- 1、完成了质量分析类报表，其中包括10张图形类报表，5张列表类报表。
- 2、开发了试验中心检验看板系统；
- 3、开发了仓储中心出入库看板系统；

## （三）软件开发部分

- 1、协助开发并部署了展厅图片自动播放软件；
- 2、协助开发并部署了展厅视频可在九宫格内同时播放的软件。

## （一）oa部分

oa升级部分主要负责的是oa模块的测试，通过测试各个模块了解了系统中的各个功能，熟悉了新版oa的使用方法；通过熟悉oa的升级、工作流的制作来了解oa的业务逻辑，进而来掌握oa的所有事务和创建新的功能模块。由了解到熟悉，再到掌握和创新。

## （二）数据分析部分

此项目上半年主要是为质保部门开发的报表及看板，目前正在使用中。数据分析中数据的准确性最为重要，在开发过程中由于不清楚u8数据库中业务表的逻辑，所以在开发过程中遇到了很大的阻力，但经过不断的钻研和同事的帮助，终于渡过难关，完成了数据分析系统。

## （三）创新意识不足

姜主任在日常开会或谈话中经常强调苟日新、日日新这句话，意在说明创新的重要性，并且我负责的工作就是要不断创新、不断的探索，只有不断的创新才能体现自身价值。这和我以前的工作模式有很大的不同，以前就是循序渐进的跟着大家的步伐走，那是盲目的跟进，是为了工作而工作；所以就造成了创新上的严重不足，不论是创新意识还是创新方法，都有所欠缺。如在总结oa的使用技巧的时候，总感觉没有什么东西可写，但是经过不断的去思考、操作，就会发现很多可写的内容。

由此可见，一项工作或一件事情，只有不断的去接触、去做，才能掌握它、应用它。而且在做的过程中要有计划有目标，对待不熟悉并且繁琐的工作要沉着冷静，对待熟悉的工作也要细心认真，并且要高要求才会有更好的结果，要学会从熟悉的工作中不断发现、不断创新，只有不断的创新才能立于不败之地。

- 1、继续深入研究oa系统功能，在oa系统的基础上不断发现新功能，不断创新，加大oa的应用开发。如系统中的报表部分、应用中心部分等，争取oa报表与数据分析相结合。

- 2、继续推进数据分析系统的应用。下半年主要对生产部的生产计划数据进行分析统计并制作成报表，先对生产部进行需求调研，整理出他们需要的是什么，什么样的展示能给他们

带来便利；仓储中心的分析报表也在下半年的计划中。在推进项目的同时做好下一步规划，争取跟随时间的齿轮不断前进。

经常听到领导说到“凡事欲则立，不预则废”，一开始虽然知道什么意思，但是没什么感觉。但通过半年的工作和学习，深有体会。一件事情如果没有计划，那么会忘的一干二净，有了计划并且一定要记录到常见的地方，用以提醒自己尽快执行；另一个感受较深的是凡事要勇于承担，勇往直前，切不可唯唯诺诺、拖拖拉拉，不然事情就会搁浅在那里，永远没有结果。

## 滴滴出行大数据分析报告篇五

### 第一章项目概述

此章包括项目介绍、项目背景介绍、主要技术经济指标、项目存在问题及推荐等。

### 第二章项目市场研究分析

此章包括项目外部环境分析、市场特征分析及市场竞争结构分析。

### 第三章项目数据的采集分析

此章包括数据采集的资料、程序等。第四章项目数据分析采用的方法

此章包括定性分析方法和定量分析方法。

### 第五章资产结构分析

此章包括固定资产和流动资产构成的基本状况、资产增减变

化及原因分析、自西汉结构的合理性评价。

## 第六章负债及所有者权益结构分析

此章包括项目负债及所有者权益结构的分析：短期借款的构成状况、长期负债的构成状况、负债增减变化原因、权益增减变化分析和权益变化原因。

## 第七章利润结构预测分析

此章包括利润总额及营业利润的分析、经营业务的盈利潜力分析、利润的真实决定性分析。

## 第八章成本费用结构预测分析

此章包括总成本的构成和变化状况、经营业务成本控制状况、营业费用、管理费用和财务费用的构成和评价分析。

第九章偿债潜力分析此章包括支付潜力分析、流动及速动比率分析、短期偿还潜力变化和付息潜力分析。第十章公司运作潜力分析此章包括存货、流动资产、总资产、固定资产、应收账款及应付账款的周转天数及变化原因分析，现金周期、营业周期分析等。

## 第十一章盈利潜力分析

此章包括净资产收益率及变化状况分析，资产报酬率、成本费用利润率等变化状况及原因分析。

## 第十二章发展潜力分析

此章包括经济效益和经济评价指标分析等。

## 第十四章财务与敏感性分析

此章包括生产成本和销售收入估算、财务评价、财务不确定性与风险分析、社会效益和社会影响分析等。

## 第十五章现金流量估算分析

此章包括全投资现金流量的分析和编制。

## 第十六章经营风险分析

此章包括经营过程中可能出现的各种风险分析。

## 第十七章项目数据分析结论与推荐

## 第十八章财务报表

## 第十九章附件

大致包括这些资料，能够根据实际要求增减

### 【相关阅读】

怎样写好一份数据分析报告？

分析报告的输出是是你整个分析过程的成果，是评定一个产品、一个运营事件的定性结论，很可能是产品决策的参考依据，既然这么重要那当然要写好它了。

## 滴滴出行大数据分析报告篇六

南京融捷项目数据分析事务所简介了某企业的例子

(1)项目数据分析报告简介：

项目数据分析报告是“项目数据分析师”以客观的态度和谨慎的作风，通过科学的市场调研，运用专业的分析方法，秉

承公正的原则，对项目的可行性进行全方位的分析及评估，为投资方的决策提供科学、严谨的依据，降低项目投资的风险，主要服务对象为中小型企业、国内外银行、投融资公司、政府组织等机构。

## (2) 项目数据分析报告内容：

项目数据分析报告的主要内容包括：项目提出的背景、项目基本情况（建设内容、建设规模、投资总额、市场前景、经济效益、社会效益、地理位置、交通条件、气候环境、人文环境、优惠政策等）、项目存在的问题、项目的战略分析、项目的管理架构分析、项目预测分析（市场、收入、成本）、财务分析（获利能力、偿债能力、发展能力）、不确定性分析、风险分析、结论和建议等。

## (3) 项目数据分析报告案例：

某企业项目数据分析报告案例样本

### 目录

#### 第一章项目概述

此章包括项目介绍、项目背景介绍、主要技术经济指标、项目存在问题及建议等。

#### 第二章项目市场研究分析

此章包括项目外部环境分析、市场特征分析及市场竞争结构分析。

#### 第三章项目数据的采集分析

此章包括数据采集的内容、程序等。

## 第四章项目数据分析采用的方法

此章包括定性分析方法和定量分析方法。

## 第五章资产结构分析

此章包括固定资产和流动资产构成的基本情况、资产增减变化及原因分析、资产负债结构的合理性评价。

## 第六章负债及所有者权益结构分析

此章包括项目负债及所有者权益结构的分析：短期借款的构成情况、长期负债的构成情况、负债增减变化原因、权益增减变化分析和权益变化原因。

## 第七章利润结构预测分析

此章包括利润总额及营业利润的分析、经营业务的盈利能力分析、利润的真实判断性分析。

## 第八章成本费用结构预测分析

此章包括总成本的构成和变化情况、经营业务成本控制情况、营业费用、管理费用和财务费用的构成和评价分析。

## 第九章偿债能力分析

此章包括支付能力分析、流动及速动比率分析、短期偿还能力变化和付息能力分析。

## 第十章公司运作能力分析

此章包括存货、流动资产、总资产、固定资产、应收账款及应付账款的周转天数及变化原因分析，现金周期、营业周期分析等。

## 第十一章盈利能力分析

此章包括销售收入及净利润增长率分析、资本增长性分析及发展潜力情况分析。

## 第十三章投资数据分析

此章包括经济效益和经济评价指标分析等。

## 第十四章财务与敏感性分析

此章包括全投资现金流量的分析和编制。

第十六章经营风险分析此章包括经营过程中可能出现的各种风险分析。

## 第十七章项目数据分析结论与建议

## 第十八章财务报表

## 第十九章附件

# 滴滴出行大数据分析报告篇七

受销售公司的重托，我代表销售公司向本次职代会报告2006年上半年的销售工作报告情况及下半年的工作计划安排，请予以审议。同时诚挚地请各位代表以高度的责任感，对销售工作报告给以支持、帮助、指导和批评。

xx年是销售公司注册独立法人的第一年，也是全面贯彻实施矩阵式销售的第二年，总部领导及各分厂领导乃至集团全体职工都对销售工作给以了极大的支持和关注，政策调整及后勤保障都在向销售工作倾斜。上半年的工作，我们概括地说：“喜忧参半，压力与信心同在”，喜的是我们顶住了5月份原

材料、外协外购件价格持续上涨，市场无序竞争所带来的压力；产品销售及货款回收比去年同期明显大幅度增长，至6月21日，共完成销售手扶拖拉机93727台，同比增长16.74%，柴油机104159台，同比增长24.84%，压路机336台，同比增长-13.81%，肥料26500吨，同比增长140.01%，装载机262台，挖掘机7台，电动自行车1046辆，旋耕机3237台，同比增长141.03%，收割机xxxx台同比增长23.17%，共完成销售回款3.64亿元，同比增长84.77%；同时处理多年积压不良资产1784.22万元。市场逐步规范，销售人员素质及销售管理水平显着提高；忧的是时间已近过半，产品销售、货款回收比年初我们的目标要求差距很大，这也是我们的压力，但是我们已充分意识到，总部在后勤保障、销售政策上都给了我们最大的优惠和照顾，各区域通过上半年的摸索和经验积累，市场已逐步成熟并规范，这都为下半年的销售工作报告奠定了坚实的基础，这就是我们的信心。

纵观上半年销售工作报告情况，没能全面达到总部要求及销售公司的预定目标，辜负了总部领导的期望，也有愧于各厂的大力支持，敬请各位领导及代表予以诚挚的谅解，并继续给以支持和帮助。

分析上半年任务完成原因，有我们内部管理的因素，也有市场客观变化的影响。在内部管理方面，一是我们销售公司的总体管理水平不高，管理手段和管理理念短时间内没能有质的提高，驾驭市场和统揽全局的能力相对较低，在我们要求全面发挥矩阵式销售优势的过程中，针对市场出现的新情况、新问题，应对措施被动，不能创造性地开展销售工作，导致在竞争中没能显示出明显的优势。二是区域人员应变市场能力差，面对激烈而多变的市场竞争，不是想方设法说服我们的代理商或是寻找并突出我们的产品卖点，而是一味地等靠总部或销售公司政策的放松。年初江西市场出现了问题，总部及总公司对市场的规范使得各区域人员陷入迷茫，原有的销售模式从心底被打乱，更多的人缩手缩脚，不能放开去操作、去应对市场；三是产品质量问题再次成为制约销售的重

要因素。06年上半年，装载机仓促形成批量，连续不断的质量问题使得业务员倾力打开的市场近乎整个丧失，尤其小型装载机，可以说是卖一台退一台，经销商及客户不同程度地失去了信心，相对成熟的压路机产品，大问题不多，小毛病层出不穷，有的一台机器短时间内连续更换零部件达七次之多；就连我们的农机产品也并未按设想的一样，具有明显高出其它厂家产品档次的优势，反而是气孔、砂眼等质量问题较往年上升，许多经销商反映，今年我们的农机产品价格高出许多，而质量却同比明显下降。在外部因素方面，一是春节过后的原材料、外协外购件价格的持续惊人上涨，我们没有作好充分的思想准备，生产组织跟不上，旺季缺货，生产与销售局部脱节，保守地说，因为缺货造成的销售损失不会低于1个亿；二是农机产品短时间内的连续价格上调，使经销商利润减少，积极性下降，更重要的是助长了一些小厂家的竞争水平，不同程度地瓜分了我的部分市场；三是工程机械销售在四月底以来，国家一系列金融政策和行政干预手段出台来抑制固定资产投资过热，形成“急刹车、硬着陆”的局面，客户购买力下降，加上我们集团推行的分期、承兑加价较高，使代理商及客户一时反应不过来，造成了工程机械销售进展缓慢。

总之，上半年的销售工作报告可以说是历尽艰辛，喜忧参半，重要的是我们得以吸取教训和总结经验。回顾上半年的销售，我们主要做了以下几方面工作：

销售工作报告制度逐步健全，绩效考核体系稳步完善而合理。

xx年是销售政策全面大幅度调整的一年，农业机械、工程机械、肥料等执行不同的销售政策、并根据不同的回款方式执行不同的价格和销售提成，根据总部的销售管理制度，销售公司以办公室为主，及时对费用及提成系数进行了测算，先后制定出台了《业务员薪给加级管理办法》、《费用报销审批制度》、《工程服务人员、三包司机、业务司机薪金费用管理办法》等十余项适合2006年销售实际的配套管理制度。

考核改变了过去的单一任务考核形式，实行以效益为中心，即以产品销售和货款回收为主，兼顾资金管理、市场开发等七项指标在内的绩效考核，通过对业绩的考核累加，使业务员分级分等，按级按等加薪，形成一种相对永久性的激励。

2、严格规范市场运作，严谨销售工作报告作风，强化业务员忠诚度教育，着手培育的销售铁军已现雏形。

针对05年个别市场出现的不规范现象，销售公司主动并配合总部出台了系列规范措施。在费用控制上采取定向区域包干、权力下放、总公司调控；在风险防范上继续推行风险金保障制度和区域分片联保、业务员互保制度；对不规范合同、潜在风险合同，加大审批把关力度；配合纪委成立了市场核查清理领导小组，定期对区域的自查自纠进行督促和检查。

xx年销售公司重点强化全体业务员的忠诚度教育，培育销售队伍成为懂经营、善管理、求实效、讲奉献、作风严谨、团结一致的**销售铁军**，从业务员的日常行为开始到业务运作、市场谈判都严格按制度按规定要求及考核。我们在不同场合以不同形式，深入贯彻学习《棋行天下》中著名人物董明珠的销售理念及对企业的忠诚，强化培训业务人员的销售技巧、业务能力及提高对企业的忠诚度。6月1日，首期46名销售骨干人员封闭式脱产强化培训班已开始按计划军训及学习，将为**销售铁军**的培育起到先锋模范作用。

3、初步确立了以办公室为核心的销售信息中心，销售工作报告的灵活性和针对性大幅度增强。

根据矩阵式销售模式的特点，销售公司确立了以销售办公室为核心的信息中心，辐射各市场区域及后勤处室，从计划提报、生产组织、业务发货到市场销售、服务反馈，办公室积极协调各部门进行，通过办公室及时收集市场反馈的销售信息、产品质量、同行业产品市场状况以及售后服务等各种情况，汇总后报有关领导及部门，为领导决策调整及销售工作

报告改进提供客观真实的参考，同时把集团生产情况及产品改进或总部决策等信息反馈到市场，便于市场灵活调整销售策略。信息中心的确立，使市场信息及总部决策在第一时间内汇融，销售的灵活性和针对性大幅度增强。

4、销售工作报告中严抓内勤管理，严格区域考核，军事化管理与人性化管理相结合。

面对错综复杂的市场变化，面对纷繁交错的市场业务，销售公司通过严抓内勤管理及严格区域考核来弥补我们产品质量、价格、品牌无明显优势的不足。后勤处室严格按目标卡中的关键绩效考核指标考核，各区域按市场七项指标考核。5月份报请总部同意，对连续三个月销售业绩完成较差的区域，已有12位经理9位副经理被降级降职使用。在实行严格管理的同时，销售公司内部也大力推行人性化管理，结合总部对销售的优惠和照顾，我们自五月份开始推行集体出差迎往接送制；对\*\*年孩子高考的销售业务员，我们召开了慰问座谈会，每个考生发送了纪念品。

5、销售工作报告较成功地推行了目前国内较先进的厂、商、银联合经销模式。

在工程机械销售全国性银行按揭停止，工程机械销售受阻的情况下，我们与武汉道远公司、广东发展银行湖北分行经过探讨论证，三方相互多次的深入考察，成功地推行了厂、商、银联合销售模式。此销售模式弱化了三方风险，提高了生产厂的生产组织能力，有利于减少库存，实现订单式生产，更能促进产品销售，在局部地区提高产品市场占有率乃至垄断该市场。

6、销售工作报告成功地举办了第一阶段的产品巡展暨用户座谈会，战略意义巨大而深远。

上半年，销售公司较成功地在山东、河北、山西、河南、湖

北、安徽、上海七个地区组织召开了产品巡展及用户座谈会，会议效果显著，各生产厂主要领导及技术质量人员参加了会议，对我们的产品改进、质量提高起到了督促作用，通过展会，企业形象及产品知名度得到很大提高，厂商关系得以深化和稳固。

xx年的下半年将是决定我们能否全面完成年初预定目标的关键半年，综合来看，自5月下旬以后，钢铁煤炭等原材料价格回落，通过集团质量月活动的实施与全员参与质量改进，各种产品质量稳步提高；装载机、挖掘机的生产工艺也渐趋成熟，产品质量及货源供应有了一定保证；各区域市场逐步成熟并规范，业务员素质和技能显着提高，销售队伍纯洁净化，战斗力增强。这些都为我们全面完成下半年的销售工作报告奠定了坚实的基础。外部因素方面，国家将从宏观政策上保证国民经济不低于7.9%的增长率，上半年因各种原因关闭或暂停的工程将陆续启动，国家“三农”政策也步入实质性阶段，从这些角度上说，全面完成年初制定的9个亿的销售目标，我们是充满信心的！

为了确保下半年的销售工作报告计划落到实处，我们将重点开展如下几方面工作：

1、强化领导干部职能，全面发挥矩阵式销售工作报告优势。

下半年，我们将通过上半年的业绩考核，选拔推荐有能力、威望高、懂经营、善管理的年轻人员充实到领导岗位，充分发挥他们的领导才能，强化团队意识，使其管辖的区域各种产品销售均衡增长；我们将根据销售实际情况及优势互补的原则，适当调整分管副总的分管范围，突出区域销售特点，加大销售与生产协调力度，切实体现桥梁纽带作用，使矩阵式销售优势得以充分发挥。

2、在销售工作报告中适时调整销售策略，实施灵活多样、适应市场变化的销售模式。

销售的命脉在于市场，而市场的命脉是变化。把握市场命脉，就是能有应对市场变化的策略和措施，固守一成不变的销售政策，只有坐以待毙。我们将在总部的支持下，适时根据市场变化调整销售策略，个别市场个别对待，个别情况个别对待，只要有利润，只要有利于市场或是企业利益，不论大小，坚决运作，尽全力使业务员的努力化为有效的订单。

3、在销售工作报告中继续加强业务员培训，优胜劣汰，精减冗员，坚定信心培育销售队伍成为一支铁军。

我们已付印被誉为“最完美的企业员工培训读本”的《没有任何借口》一书，人手一册。利用销售淡季，继续第二轮、第三轮销售人员封闭式培训，强化业务人员执行力、服从性及忠诚度教育，引导员工凭着对企业的忠心，对工作负责的“红心”开展营销工作，时时事事把企业利益放在首位，在维护企业利益的大前提下，出于公心，踏实做事，在为企业创造利益的同时体现自己的人生价值。当今首先教育业务员学会做人，人格魅力是销售成功的重要因素，热忱、恒心、自信、勇气和积极的态度能感染客户；其次教育大家信赖自己的产品，并对产品知识了如指掌；第三要求业务员充分了解市场，善于去收集市场的点点滴滴，因为每一个细微的环节都可促成销售机会；第四要学会弄清客户购买的真正原因，并有针对性的交流；第五教会业务员推销产品前先要推销个人，用笑容去广结人缘；第六做一个咨询员，而不只是销售员，通过互相探讨，让客户自发产生购买动机；第七销售要以“双赢”做前提，不强迫别人购买，能尽量站在对方角度考虑；第八通过教育，对于一心多用，脚踏两只船，不能全心全意开展销售工作的人员坚决予以剔除销售队伍；对于有位却无为，或是狂妄自大、居功自傲、不知进取甚或扰乱市场、阻碍他人发展的区域干部坚决予以调换，必要时报请总部调离销售公司。

4、在销售工作报告中严格奖惩兑现，保障后勤供应，确保广大销售人员时刻以高昂的斗志迎战市场。

国家的宏观调控政策，使得工程机械这个行业可能在近期内难以恢复，我们得接受这个事实，现在做销售很难，市场需求是急剧下滑，回款更是个严重问题，这就需要我们赶快想办法，找到新的市场机会，培育新的市场，并帮助用户寻求施工机会。另外，还将努力争取做好厂商银联合销售这一模式，来扩大我们的市场份额，我相信社会是不会停止前进步伐的，只是像海潮有起有落，把握好市场发展的规律，制定出适应市场的销售政策，市场一定会给我们好的契机的。

我们将申请总部按20xx年销售政策兑现业务员应得奖励，在以后的工作中，只要是按政策按规定该给予奖励的，及时给予造发奖金；对于违犯销售规章制度、弄虚作假、图谋私利的进行严格处罚，情节严重的报人力资源部处理。奖罚严明的同时，对业务人员给以无微不至的后勤供应，在总部给予业务员家属内退和减少工作时间的的基础上，对于日常家庭或个人工作中确有困难的，公司将由办公室协调在第一时间内帮助解决，确保解除他们的后顾之忧，让他们全身心投入到销售工作中，时刻以高昂的斗志迎战市场。

5、加大外贸业务运作，扩大外贸出口份额，使其成为销售工作报告大的增长点。

下半年总公司将加大对集团青岛进出口有限公司的业务运作考核，扩大产品外贸出口份额。根据目前的情况，除去出口集团各种产品，外贸公司在其他产品方面的业务也在逐步发展：我们已经开始为中国重汽集团在菲律宾市场上代理出口特种车辆，为江苏雷华公司代理塑料加工设备，涉及日本、意大利、美国等多个国家，还与日本一家公司洽谈，拟代理进口日本产的各型号汽油机，力争使外贸出口成为今年销售工作报告的大的增长点。

6、在销售工作报告中提高产品质量，强化三包服务，增强产品市场竞争力。

产品质量是我们销售取胜的法宝，三包服务更是不可忽视的重要内容，三包服务的质量，将直接影响着销售，我们将再增设一部800三包服务热线电话，三部热线同时实行16小时值班；加强工程技术三包人员的培训及考核，培养他们成为集压路机、装载机、挖掘机维修为一体的多面手；健全各市场区域的维修服务站，做到有投诉，就有处理，有处理就有满意，真正实现以顾客为关注焦点，从而提高产品的市场竞争力。

各位代表，面对着宏伟而鼓舞人心的计划目标，销售公司全体人员充满了信心，充满了斗志，我们将在总部的英明决策和大力支持下，同舟共济、众志成城、群策群力、全力以赴夺取销售工作报告的全面胜利！

谢谢大家！