

家电销售工作总结 终端工作总结(优质6篇)

围绕工作中的某一方面或某一问题进行的专门性总结，总结某一方面的成绩、经验。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

家电销售工作总结 终端工作总结篇一

四个月的时间里，在宋总和苏主管的指导下，开展了济南分销商xx区域市场启动和推广及市场网络的建设、所在区域批发商的的开发、部分终端客户的开发及维护工作。现将四个月来，终端销售工作所取得的成绩、所存在的问题作一简单的总结。

1. 狠抓终端店，加大本公司产品市场占有率，有效利用分销商资源开发批发商xx区域市场现有流通终端店350家左右（包括白象、今麦郎、所覆盖区域），销售运康产品店180家左右，通过深入实际的调查与沟通，按照这些商业渠道的规模实力、资金信誉、品种结构、经营方向，将这些商业渠道进行了a□b□c□特通分类管理，其中a类主要侧重于流通批发及规模店大于300平方的超市□b类为大于100平方的超市□c类为小型超市商店。特通ktv□网吧、学校等，在这些客户中，我们直接或间接与之建立了货、款业务关系的近160家，批发商2家，渠道客户掌控力为89%。

2. 多品牌发展，一致服务终端，利用资源实现共赢销售运康产品a类店xx区域大约45家，此45家店内基本实现了公司所代理产品品项的销售，每一个分销商都代理着除公司产品外其他的品牌，如此厂家便配业务员于分销商，经沟通□xx处今麦郎、白象业务再推销其产品的同时推销本公司所代理的产品，

故而在行销的过程中也推销他品，实现了合作共赢！

3. 控制经销商，明确区域划分，杜绝串区、砸价xx区域与张波区域交界，前期的工作中因交接问题出现分区不清晰，市场不稳定，再加段店市场同产品冲击，出现了一时的销量下降，然在宋总的安排下彻底杜绝了此现象的再度发生，同时合理做客情，利用分销商的信誉在所辖区域基本实现稳步发展，价格上实行货补的形式将前期遗留的市场价格不一统一下来，适当时机下停止货补，稳定价格，良性发展。

司的风度，行销人员必须是做到自信、认真、大方，穿着整齐，正式，礼貌，一眼就能看出是行销人员，诚信，做到快速反应，立即执行，说到做到。

5. 时刻学习，互帮互助，共同进步

学习是一件快乐的事情，学习随处可见，在店里看看其他产品的行销人员是如何来行销的，学习他们的沟通技巧，学习他们如何整理货架，学习他们在客情的维护中如何进行。

一个人的成长是缓慢的也是突飞猛进的，只要认真的去做一件事，努力了终会有结果，仅此献给我的成长！

家电销售工作总结 终端工作总结篇二

（一）找准换机客户，定位目标客户需求

1. 加强客户宣传，完成客户4g终端教育

二是优化实体渠道价签及台卡设计，强化自有营业网点和社会渠道宣传布路，在终端销售区/售卡区通过台卡及宣传单页突出活动卖点，引导客户快速选择适合手机，确保买对4g手机。

2. 增强渠道掌控，提升4g终端上柜占比

一是加强竞争对手核心渠道渗透:从关注签约率到关注签约质量的提升, 密切跟踪竞争对手渠道销售移动4g终端转化情况、套餐办理情况, 及时交互清单信息, 加强渠道渗透和营销跟进。

二是加强新入网带动4g终端客户提升: 重点推进新入网客户“4g套餐+4g手机”组合营销, 强化“买对4g手机”的客户感知, 带动提升新入网4g终端占比。

三是4g终端上柜率目标、考核落实到渠道经理和渠道网点, 加强渠道经理走访督导制, 督促渠道销售4g终端, 加快2/3g手机下架, 提升4g换机占比。

3. 联合促销到位

结合省公司三季度联合促销政策, 以中低端市场、乡镇市场为主打市场, 采用“资源共投”方式开展, 由我公司、厂商共同投入资源(我公司以酬金前路方式投入, 厂商资源以降低渠道供货价、营业厅铺货价的方式投入), 并透传给末梢客户, 推动零售价直降, 吸引客户购买4g手机, 提升4g换机占比。

4. 严格健康管控

在销售4g终端的同时, 健康度管控到位, 确保资源有效投入及4g客户正常发展: 主要围绕终端流失率、终端疑似虚增率、终端窜货率、终端拆包率四项指标制定终端健康度管控目标, 进行重点管控。

(二) 资源整合投放, 激发客户换机热情

1. 联合厂商推进末梢渠道拓展

充分借助终端厂商优势资源拓宽销售面；根据省公司统一部署，联合oppo,步步高厂家开展末梢渠道终端合作销售渗透工作。截止10月，全市乡镇移动渠道（不含农村服务站，代办员）累计414家，其中近3个月均终端销售超5台渠道212家，新增与厂家签约合作41家，末梢渠道签约到达184家，拓展目标清单212家渠道签约率到达83%。通过厂家资源对投，结合移动终端促销方案，9、10月全市oppo□vivo,金立厂家机型末梢渠道累计销量环比上季度提升112%，终端销售渠道数提升4.5pp□

2. 借助b2b平台互投促销资源，开展渠道线下认领工作 一是推广b2b平台，整合资源促进销售。全面推广b2b订货平台，增强对渠道的服务支撑能力、提高终端销售健康度，引导平台加大4g终端资源投放，开展市县终端推荐会或订购会。截止10月，月均b2b渠道订货量占平台机销售量45.5%，渠道b2b注册率100%，渠道订货活跃率为27%，排名全省靠前。

3. 优化“以旧换新”活动厂家资源投入方式

结合省公司指导思路，采用资源对投的形式，充分借助厂家平台优势资源共同拓展渠道4g终端销售能力，扩大4g终端辐射面，达到提升终端销量的效果。优化前期仅我司单方提供电子券资源的模式，采取：我司提供积分/购机款优惠，同时厂家/平台按每台10-xx元力度采购我司产品（流量卡）的模式，资源对投，共同拓展4g终端客户群，提升销量。

（三□ 4g终端库存保障机制

阶段的终端营销活动。

2. 强化资金平台考评，加快平台结算周期。

一是针对平台终端供货及时率、准确性，销售推广配合度，

售后保障等维度进行客观公正考评，建立厂家的压力传递机制，督促保障其终端货源。

二是加快平台结算周期，提高平台资金回转效率，降低其资金垫付压力。自8月份起，物流资金平台的终端铺货结算，实现半个月结算一次，较之前月结缩短一半时间，有效提振平台铺货，做好销售支撑。

三是合理统筹资源，执行精细高效库存管理。

根据历史销售量和终端活动开展进度由市公司按县进行终端库存的初级分配，并实时根据实际消化进行调剂，满足终端销售。另由市县终端管理，库管人员分别按要求做好库存管理，按县，机构，厅三级进行各品牌机型库存周转天数控制，高效做好终端流通，确保满足终端销售。

一、持续提升4g换机占比

一是依托订货会提高渠道销售4g终端占比。依托省公司相关政策结合本地厂家、平台资源投放开展县级4g终端订货会，提升4g换机占比。

二是加强对手渠道渗透，抢夺第一营销触点。通过加强对手渠道的渗透，扩大营销触点，提升4g换机占比。

三是筛选目标客户，精确营销。针对换机阈值大且流量需求高的客户进行外呼并宣传匹配的终端政策，引导客户买对手机。

四是充分做好4g优势宣传，扩大4g辐射面。换机前针对换机阈值高的目标换机客户，通过短信提醒、营业厅宣传等方式前路4g优势服务提醒；换机时认准td-lte标识并传递4g终端购机优惠。

二、持续加强资源整合投放

联合平台厂家持续做好b2b平台线上订货的推广工作，整合双方资源，进一步扩大4g终端的价值让渡空间，降低购机门槛，促进4g终端销售。另一方面，由渠道经理搭建厂家与末梢渠道的合作桥梁，协同厂家进一步做好末梢社会渠道渗透，通过差异化优惠广告资源投入和终端批销政策，拓宽终端销售渠道，压缩功能机销售占比，推动整体销售势能。

三、加强健康度管控

为构建完善的终端健康度管理体系，推动4g终端销售质量的提升，省公司专项下发《中国移动福建公司4g终端销售健康度管理实施细则》，要求省市县设路终端健康度负责人，专门负责终端健康度跟踪与分析。下阶段将从以下几个方面进行健康度管控。

（一）通过酬金杠杆提升健康度

二是终端酬金管控到串号级：应根据客户与终端串号的匹配使用来判断dou等，以此为基础来决定酬金发放的档次，并禁止一个终端串号享受多次终端酬金补贴。

家电销售工作总结 终端工作总结篇三

四个月的时间里，在宋总和苏主管的指导下，开展了济南分销商xx区域市场启动和推广及市场网络的建设、所在区域批发商的的开发、部分终端客户的开发及维护工作。现将四个月来，终端销售工作所取得的成绩、所存在的问题作一简单的总结。

有效利用分销商资源开发批发商xx区域市场现有流通终端店350家左右（包括白象、今麦郎、所覆盖区域），销售运康产品店180家左右，通过深入实际的调查与沟通，按照这些商业渠道的规模实力、资金信誉、品种结构、经营方向，将这

些商业渠道进行了a□b□c□特通分类管理，其中a类主要侧重于流通批发及规模店大于300平方的超市□b类为大于100平方的超市□c类为小型超市商店。特通ktv□网吧、学校等，在这些客户中，我们直接或间接与之建立了货、款业务关系的近160家，批发商2家，渠道客户掌控力为89%。

利用资源实现共赢销售运康产品a类店xx区域大约45家，此45家店内基本实现了公司所代理产品品项的销售，每一个分销商都代理着除公司产品外其他的品牌，如此厂家便配业务员于分销商，经沟通□xx处今麦郎、白象业务再推销其产品的同时推销本公司所代理的产品，故而我在行销的过程中也推销他品，实现了合作共赢！

前期的工作中因交接问题出现分区不清晰，市场不稳定，再加段店市场同产品冲击，出现了一时的销量下降，然在宋总的安排下彻底杜绝了此现象的再度发生，同时合理做客情，利用分销商的信誉在所辖区域基本实现稳步发展，价格上实行货补的形式将前期遗留的市场价格不一统一下来，适当时机下停止货补，稳定价格，良性发展。

服务代表企业形象一个企业只有好的产品没有好的行销人员也是一种失败，好的服务代表着企业形象，代表着公司的风度，行销人员必须是做到自信、认真、大方，穿着整齐，正式，礼貌，一眼就能看出是行销人员，诚信，做到快速反应，立即执行，说到做到。

学习是一件快乐的事情，学习随处可见，在店里看看其他产品的行销人员是如何来行销的，学习他们的沟通技巧，学习他们如何整理货架，学习他们在客情的维护中如何进行。

家电销售工作总结 终端工作总结篇四

xx年，xx医药零售市场处于一个“大躁动”和“大整合”时

代：一方面，各路资本涌入医药零售市场，一批药店特别是平价药房和超市在竞争激烈的市场的风口浪尖不平静地开张营业。另一方面，随着gsp认证工作在零售行业中紧锣密鼓地开展和大型的初具规模的连锁药店的稳中求进，又一大批的单体小药店在一夜之间关门倒闭或转向经营。

- 1、打破了部门前期所遗留下来的混乱且薄弱的财务基础的“坚冰”，理顺了部门的财务管理。
- 2、回收了大量的具有安全隐患的应收账款，压缩了部门的整体应收款。
- 3、整体地提高了员工的工资福利待遇。稳定了员工的思想，增强了员工的营销战斗力。
- 4、新药销售回款xx万，实现了部门盈利（毛利xx万，纯利xx万），扭转了xx年度部门亏损xx万元的“负债局面”。
- 5、新开发普药配送客户xx家，为公司新增普药回款xx万。

首先，注重部门的基础管理工作，实行“每天每周每月”三级跳的管理模式，每天晨会、每天小结。每周例会、每周讨论。每月总结、每月清算，及时发现、分析并解决业务问题，确保了部门日常工作紧张而有序地进行。

其次，注重调整部门的人员结构及岗位安排。做到了人人有事做，事事有人管。规范了业务操作流程，实现了工作上的“计划——执行——监管”回路闭合。

第三，注重精简部门的操作品种□xx月初，部门原有大小各类品种共xx余个，通过筛选、转移，最后确定xx个品规为部门常规供货品种，基本做到了“做一个，起效一个”，以适销对路的品种赢得了客户的青睐。

第四，注重完善零售终端客户网络。部门现有终端客户户头xx个，其中连锁店xx家，单店xx家，门店累计xx多家，终端网络拥有率达xx%以上。

第五，注重应收账款的缩减，特别是降低了现款结算品种的应收款，没有以高额应收款作为高额回款的代价。

第六，范文写作注重从“上品规”中寻找“上量”的突破口，把品规尽量做齐全，不只是捡好卖的成熟品种来“送货”。

第七，注重促销手段和营销方式的更新，真正做好新品种的推广宣传工作，做真正的业务员，不做简单的送货员。

第八，注重减少送货数量增加送货批次，努力提高产品的流通和周转速度，一方面保证客户货源充足，另一方面避免了积压，和货款安全隐患。

第九，注重适时完善业务考核体系，使分配制度更合理、公平、透明，提高了员工的工作激情和积极性。

第十，注重营造“务实、扎实、老实。少说空话、多做实事”的办事作风，杜绝了年轻人散慢、浮躁，小事不愿做、大事做不来的不端正的心态。

xx年，终端部从发展战略上，依旧以“巩固和维护xx医药零售终端网络。推广新品种，配送广普药”为部门主职。因为网络是通路资源，新药是利润源泉，普药是合作桥梁。

家电销售工作总结 终端工作总结篇五

xx年，武汉医药零售市场处于一个“大躁动”和“大整合”时代：一方面，各路资本涌入医药零售市场，一批药店特别是平价药房和超市在竞争激烈的市场的风口浪尖不平静地开张营业；另一方面，随着gsp认证工作在零售行业中紧锣密鼓

地开展和大型的初具规模的连锁药店的稳中求进，又一大批的单体小药店在一夜之间关门倒闭或转向经营。

2、回收了大量的具有安全隐患的应收账款，压缩了部门的整体应收款；

5、新开发普药配送客户4xxxx□为公司新增普药回款86xxxx

首先，注重部门的基础管理工作，实行“每天每周每月”三级跳的管理模式，每天晨会、每天小结；每周例会、每周讨论；每月总结、每月清算，及时发现、分析并解决业务问题，确保了部门日常工作紧张而有序地进行。

其次，注重调整部门的人员结构及岗位安排。做到了人人有事做，事事有人管。规范了业务操作流程，实现了工作上的“计划---执行---监管”回路闭合。

第三，注重精简部门的操作品种。3月初，部门原有大小各类品种共5xxxx个，通过筛选、转移，最后确定1xxxx品规为部门常规供货品种，基本做到了“做一个，起效一个”，以适销对路的品种赢得了客户的青睐。

第四，注重完善零售终端客户网络。部门现有终端客户户头33xxxx□其中连锁店2xxxx□单店30xxxx□门店累计70xxxx家，终端网络拥有率达7xxxx以上。

第五，注重应收账款的缩减，特别是降低了现款结算品种的应收款，没有以高额应收款作为高额回款的代价。

第六，注重从“上品规”中寻找“上量”的突破口，把品规尽量做齐全，不只是捡好卖的成熟品种来“送货”。

第七，注重促销手段和营销方式的更新，真正做好新品种的推广宣传工作，做真正的业务员，不做简单的送货员。

第八，注重减少送货数量增加送货批次，努力提高产品的流通和周转速度，一方面保证客户货源充足，另一方面避免了积压，和货款安全隐患。

第九，注重适时完善业务考核体系，使分配制度更合理、公平、透明，提高了员工的工作激情和积极性。

第十，注重营造“务实、扎实、老实；少说空话、多做实事”的办事作风，杜绝了年轻人散慢、浮躁，小事不愿做、大事做不来的不端正的心态。

家电销售工作总结 终端工作总结篇六

四个月的时间里，在宋总和苏主管的指导下，开展了济南分销商xx区域市场启动和推广及市场网络的建设、所在区域批发商的的开发、部分终端客户的开发及维护工作。现将四个月来，终端销售工作所取得的成绩、所存在的问题作一简单的工作总结。

1、狠抓终端店，加大本公司产品市场占有率，有效利用分销商资源开发批发商xx区域市场现有流通终端店350家左右（包括白象、今麦郎、所覆盖区域），销售运康产品店180家左右，通过深入实际的调查与沟通，按照这些商业渠道的规模实力、资金信誉、品种结构、经营方向，将这些商业渠道进行了a□b□c□特通分类管理，其中a类主要侧重于流通批发及规模店大于300平方的超市□b类为大于100平方的超市□c类为小型超市商店。特通ktv□网吧、学校等，在这些客户中，我们直接或间接与之建立了货、款业务关系的近160家，批发商2家，渠道客户掌控力为89%。

2、多品牌发展，一致服务终端，利用资源实现共赢销售运康产品a类店xx区域大约45家，此45家店内基本实现了公司所代理产品品项的销售，每一个分销商都代理着除公司产品外其

他的品牌，如此厂家便配业务员于分销商，经沟通□xx处今麦郎、白象业务再推销其产品的同时推销本公司所代理的产品，故而我在行销的过程中也推销他品，实现了合作共赢！

3、控制经销商，明确区域划分，杜绝串区、砸价xx区域与张波区域交界，前期的工作中因交接问题出现分区不清晰，市场不稳定，再加段店市场同产品冲击，出现了一时的销量下降，然在宋总的安排下彻底杜绝了此现象的再度发生，同时合理做客情，利用分销商的信誉在所辖区域基本实现稳步发展，价格上实行货补的形式将前期遗留的市场价格不一统一下来，适当时机下停止货补，稳定价格，良性发展。

4、主抓服务，产品代表着公司的实力，服务代表公司形象一个企业只有好的产品没有好的行销人员也是一种失败，好的服务代表着公司形象，代表着公司的风度，行销人员必须是做到自信、认真、大方，穿着整齐，正式，礼貌，一眼就能看出是行销人员，诚信，做到快速反应，立即执行，说到做到。

5、时刻学习，互帮互助，共同进步

学习是一件快乐的事情，学习随处可见，在店里看看其他产品的行销人员是如何来行销的，学习他们的沟通技巧，学习他们如何整理货架，学习他们在客情的维护中如何进行。

一个人的成长是缓慢的也是突飞猛进的，只要认真的去做一件事，努力了终会有结果，仅此献给我的成长！