

水泥销售工作年度工作总结 (精选4篇)

篇1：水泥销售工作年度工作总结

XX年即将过去，我们XX柏水泥特约经销中心从今年5月份成立到现在也已历经8个月。感谢尧柏水泥集团各位领导对我们的关心和信任，为我们销售团队提供了发展的平台，感谢今天参加我们座谈会的各位同仁的厚爱和支持，才能有今天特约经销中心的成绩。下面我就一下几个方面向各位领导及同仁做以汇报

一、努力学习全面提升团队素质作为一个经销水泥已进20年的我们，深感现今销售市场的复杂，艰难，用户的挑剔，我们销售中心从不断学习总结水泥销售的渠道、价格、运输环节，了解水泥的各种指标，到客户接待，账项来往，不断总结经验和教训。还从法律的角度对销售合同进行完善，就是有损失也要降低到最小程度。

二、努力工作，顺利完成各项任务

1、进行市场开发。走访了全市XX%以上的水泥经销商，使尧柏水泥出现在全市各个角落。

2、做好各类顾客的售后服务，绝大多数客户对我们抱有信心，基本未接到顾客的服务质量投诉。3、8个月经销X水泥X万吨X水泥X万吨，和我们联系的客户有X家，和X个运输户建立长期关系。

三、来年打算

1、计划全年销售水泥突破X吨。

2、完成销售网络覆盖率XX%以上。

3、力争和其他大户同价位运行，这还需要XX水泥集团的大力支持和各位同行的鼎力相助。

4、加大奖励力度：今年是我们经销中心试运行，对一如既往参与其中的业务经理给予微薄奖励，明年我们将根据各自的业绩按XX吨、XX吨、XX吨、XX吨标准给予重奖。

5、要求运输户签订运输职业承诺书，并交押金XX元，以防止运输户参行扰乱市场价格。总之：XX年即将成为过去，在XX年的工作中，我们特约经销中心将以服务各销售户为主要任务，力争做到让客户满意，让尧柏集团放心。

篇2：水泥销售工作年度工作总结

xxxx年即将过去，我来到XX水泥已经有九个多月的时间。感谢XX水泥各位领

导对我的关心和信任，感谢中联水泥为我提供了发展的平台，让我在工作和学习当中不断地成长、进步。回顾过去的这九个月的时间，那是我人生中最重要的一段经历，让我学到了很多在学校里不能学到的东西。在此，我感谢四川运营管理区的各位领导，感谢XX、XX的各位领导，是您们的关心，才能让我在工作当中得心应手，学到我梦寐以求的真正本事。

我于xxxx年3月1日进入XX水泥有限公司，在这里，我主要负责协调矿山工作的各项事宜、进行前期的水泥市场调研工作、整理供应处的各项供应合同资料。随后中联水泥四川运营管理区组建营销中心，我于xxxx年6月17日到达北川中联水泥有限公司，正式进入四川运营管理区。根据工作安排，我被划分到德阳区域销售部，主要负责德阳片区XX袋装水泥市场的市场调研——市场开发——销售——售后服务的一系列工作，并且承担与XX生产基地协调的各项工作。下面我就xxxx年6月17日至今这6个月的工作向领导作一个简要的汇报。

一、努力学习，全面提升个人素质。

作为一个应届毕业生，我深知欠缺工作经验和专业知识是我最大的软肋，并且“销售”这一岗位要求我必须具备专业的销售知识和良好的沟通协调能力。为达到这一要求我十分注意重视学习，不仅学习应该所具备的各项专业知识，还学习在市场上如何与客户进行沟通、报价、销售、服务。由于我是直面市场，承担着公司与客户之间一种“中转”的角色，我特别注意时刻树立自己的形象，提升自己的个人素质，展示中联水泥的良好形象。在刚接触水泥销售的时候，我对水泥销售的渠道、价格、运输环节、合作方式不是太了解，对各类商品混凝土搅拌站的方量状况、垫资情况、运营情况一无所知，对各类农村网点袋装水泥市场的需求状况、经销商经营情况、布局情况、水泥的使用情况不甚了解，甚至对所销售的产品——水泥的各种指标(如三天强度、比表面积、静浆流动度、需水量等)知之甚少。但经过这六个月的时间，我在工作和工作之余不断学习水泥新国标、销售渠道的了解和掌握、对经销商的控制、对商混站的彻底了解，可以基本胜任目前所做的一系列销售工作。由于德阳区域销售部处于一个艰苦的销售环境，对我的销售技巧、销售能力有着更高、更严格的要求，所以我还需要不断地学习，以完全胜任德阳区域的销售工作。

二、努力工作，顺利完成各项任务。

xxxx年7月22日，德阳区域销售部正式划分了销售片区。我被划分到安县和绵竹袋装水泥市场，开始一个人独立进行当地市场的销售工作。在此，我感谢中联水泥领导对我这个销售片区的关心和信任。正是有了您们的支持，我才有了充足的动力去做这片市场。

这六个月来，我所做的工作主要有：

1、进行了市场调研，熟悉了安县乡镇环境和大概的市场需求量水泥销售年终工作总结工作总结。

2、进行了市场开发，走访了安县区域绝大部分的水泥经销商，并通过各种方式与这些水泥经销商进行了联系与沟通，掌握了大量的客户资料，在每个乡镇布好了网点。

3、进行了销售工作，在公司领导的正确决策下启动了安县袋装水泥市场，并取得了一定的销售成绩。

4、辅助市场部，进行了安县袋装水泥市场的墙体广告寻找工作，在当地树立了中联品牌的影响力。

5、做好了各类顾客的售后服务，多数客户对我抱有信心，基本未接到顾客的服务质量投诉。

目前安县袋装水泥市场在公司领导的正确决策和我的自身努力下，取得了一些成绩。虽然我发现自己能爱岗敬业、主动勤奋的工作，但由于工作经验的欠缺，仍有许多地方需要我去完善，不断努力并力求做到更好的地方。

这主要体现在以下几个方面：

1、对安县区域竞争对手的价格变动未能做好充分的反应，在竞争上处于滞后状态，往往在销售工作上处于被动。

2、对于客户的控制及管理未能真正落实到位。在几次价格变动后，丢失了少部分客户。

3、对于销售渠道的掌控和市场的规范还不是很到位，导致客户出现一些小小抱怨。

4、在工作中思想较为单纯，工作方法较为简单，看待问题有时比较片面，在处理一些问题上还不够冷静。

总之，细节决定成败，能力+知识+勤奋+心态=成功。对公司要有责任心，对社会要有爱心，对工作要有恒心，对同事要有热心，对客户要有耐心，对自己要有信心!力争在中联水泥的销售岗位上做最好的自己!以上就是我对这六个多月的销售年终工作做一个总结，请领导批评指正，希望我能迅速成长，明年能给公司作出更大的贡献!

篇3：水泥销售工作年度工作总结

xxxx水泥有限公司在市委、市政府的亲切关怀下，在董事会及上级有关部门的正确领导，全厂职工同心同德、团结一致、创造性的开展工作，在一线的生产取得了丰硕成果的同时，克服人员少、时间紧、任务重等困难，奋勇拼搏，顺利实现了二线的安装调试：本年度累计生产熟料万吨，实现销售收入万元，各项工作都取得不错的业绩。

根据工作需要，xxxx水泥公司于5月初对水泥班子进行了调整，班子上任后，深感压力和责任的重，在业务不熟、工作头绪较多的情况下，不断地深入群众、深入现场、认真听取职工的意见和建议，不苟一格的学习业务知识。根据目前工作实际，认真地开展了一系列

工作，即内抓管理、外抓协调、产品抓质量、销售抓市场、建设抓二线、生产抓成本、管理抓制度、群众抓热难，并以最快的速度理顺了处室、车间的工作关系，明确了班子成员及各处室的分工和职责范围，坚持了严、细、实的科学管理，对于“跑、冒、滴、漏”现象采取了及时有效的遏制，并建立了行之有效的防范措施，如制订建立了“财、物管理规定”和“关于原材料、水泥熟料进出厂的管理规定”等，现将具体情况总结如下：

一、加强政治思想学习，精神文明建设有所提高。首先，我们继续学习贯彻江总书记“三个代表”的重要思想，对广大党员、干部开展保持共产党员先进性教育，先进性的要求与我们的实际工作结合起来，不断推进我们的各项活动。切实加强党组织建设，提高职工的政治、思想素质。

职工队伍素质的高低直接关系到社会效益和经济效益，公司支部从加强学习、提高职工文化素质和业务技能入手，开办了职业道德讲座和法制讲座和法制教育讲座培训班，通过业务知识的学习和实际运用，职工思想素质和业务素质有了很大的提高，服务意识、主人翁责任感得到了增强。针对职工业务素质低的现状，采取走出去，请进来的方式，聘请高校教师为职工培训。提高了职工的业务技能水平。

二线的安装建设是xx的重点工程也是形象工程，该项工程的良好建设将在全市范围内起到非常重要的作用，因此，新班子上任后深感责任的重大，就二线建设提出了“抓质量、抢进度、保安全、战酷暑”口号，确保二线建设如期完工。为此，采取了以下几点措施：

一是倒排工期，进行量化考核，要求施工单位将每天、每周的计划和工程进展情况报于甲方，由我们会同相关人员综合考核。二是给施工方签订工期合同书，根据倒排工期。三是专门成立了二线建设工作组，工作组每周定期、不定期的召开两次以上的进展调度会，并且每天早晨8：00在施工现场组织安装、土建、监理以及公司有关处室主要负责人对前一天的工程进展情况、当天的工作计划以及现场需要解决的问题进行现场调度、检查、安排。四是为保证设备进厂不影响安装时间，我们专门抽调人员到厂方进行验货、催货。由于采取了以上各种有效措施，二线建设在10月30日顺利点火成功。

为进一步的理顺生产，降低成本，对领导班子及各处室、车间的职责进行了明确的界定，理顺工作关系，规范工作秩序，集中精力抓好成本，采取了以下几点具体措施：

一是对原、燃材料进行了“比价采购”，如煤、铁矿石、砂岩，在原来的基础上都有了很大的降价，其中煤连续两次降价，平均每月节约60万元。二是严格生产过程中的管理，对于一切影响生产和质量的重大故事，一律采取一事一分析，对责任单位和责任人不放过，三是对销售环节加强管理，针对销售人员的“散”、“乱”现象，公司采取了每周定时、不定时的销售调度会，听取销售人员对销售进展情况的汇报和销售意见，了解销售动态，采取了切实有效的措施：如公司领导亲自带队对客户进行回访，要求销售队伍进行人员优化组合，分片外出跑市场协调客户。在六、七月份，市场非常低潮的情况下，我们避免了因销售不畅而造成积停产压现象。四是为进一步抓好成本控制，我们将对煤耗、电耗进一步采取措施，对全厂的成本控制正

在研究制定“劳动定额”，将工人的收入与成品、质量、产量、安全、成本等进行分析，最终以制度规范约束提高，抓好成本的制度。

目前职工反映较强烈的问题为住房、食堂、澡堂、生活用水、交通以及管理中的“跑、冒、滴、漏”现象等，为此公司及时解决，采取了一系列有效措施：

一是在职工队伍中下发了“征求职工意见和建议”书，针对大家反映的问题逐一研究落实，及时给予答复；对于大家反映的热、难点问题，进行重点解决，先后对食堂进行了多次改造，并对质量、价格进行了规范。二是整顿职工宿舍，安排专人管理，就室内供电进行了整改，并安装了风扇、纱窗。三是就用水问题，先后在厂内打了四眼临时水井，在现有条件允许的情况下安装了太阳能。四是对于产品出入进行了多次现场突击，制定了相关的制度，如“采物管理规定”、“关于原材料、水泥熟料进出厂的管理规定”等。由于采取了以上措施，领导班子的工作逐步得到了职工的理解和支持，在全厂范围内形成了干部、员工人心思干、团结向上的氛围。

靠得是制度规范人，用政策激励人，因此，我们将建章立制作为企业管理的核心构成，先后制定了“会议制度”、“领导班子职责划分”、“相关处室职责划分”、“劳动纪律管理规定”、“质量管理规定”和“技术创新管理规定”等规范。

一是强化了职工的安全意识，把安全工作当作各项工作的重中之重来抓，查违章、找隐患，把安全管理制度化、法律化，广泛开展安全教育，使职工在思想上高度重视；二是建立了安全建立健全了干部值班制度，干部轮流值班，负责当天的查岗，夜晚的巡视。三是生产检修实行了了工作票制度，并要求检修工作必须有措施、有规范有审批、有监督落实。通过全体职工的努力，实现了安全生产的长治久安，本年度

尽管xxxx年度在生产、经营管理各个方面取得了不错的成绩，但我们无法回避企业面临的问题和不足主要表现在：

一是经营管理水平有待于进一步提高：由于受到各种主、客观条件的制约，x水泥公司在经营管理上，有待于进一步提高，各种管理制度有待于进一步完善，企业内部定岗定员有待于进一步完善，各种经济分析不规范，在分析的深度和细化程度不全面。

二是企业的经营管理有待于进一步规范：在经营管理方面，公司体制还不健全，企业的经营管理还存在不足，在合同管理，原材料的采购，产品的销售的环节，还存在漏洞，公司的各种管理制度还有待于进一步完善。依法经营的理念还没有完全建立，公司的各种证件还不具备。

三是市场占有率有待于进一步扩展：虽然开拓了南方水泥市场，但开发力度不够，特别是本地市场的开发，销售激励机制还有待于完善提高；

面对公司当前存在的问题和不足，我们公司全体员工将团结一致，奋勇拼搏

，采取措施，完善当前经营管理中的漏洞，不断开拓市场，争取在下一年度取得更好的业绩，为此，我们在XX年，将主要做好如下工作：

一是进一步完善内部承包制度，全面执行倒逼成本工资考核办法，将企业利润同个人收入有机结合起来，提高内部挖潜、全员节约的能力。建立原燃料的技术标准，货比三家，优化进货渠道，签定购销合同，实行计划管理和招邀标制度。提高产、质量，减少跑、冒、滴、漏。加强财务管理，精打细算，实行倒推成本管理。。

二是定期开展经济分析活动，及时分析公司面临的形式和问题，发现公司存在的问题和不足，提出措施，改进工作方法，为公司的决策提供依据。

三是不断开拓外部市场，提高市场占有率，加大对周边市场的开发力度，重点围绕南水北调工程、高速公路建设工地、经济开发区建设等项目，充实完善榴园本地销售网络。

四是严格各项费用开支和成本控制，优化进货渠道，制定物资储备定额，保证合理库存，适时调整营销策略，细分市场，建立收入与经营指标挂钩的制度，确保完成全年销售收入和利润任务。

五是进一步更新观念，创新制度，提高公司管理水平和竞争力，建立“管理提效”的发展战略，增强企业凝聚力和抗风险能力。

篇4：水泥销售工作年度工作总结

水泥作为建筑材料的重要组成部分，广泛应用于建筑、道路、桥梁等领域，因此具有巨大的市场需求。近年来，随着我国城镇化进程的加快，建筑行业的不断发展，水泥销售量也随之增长。为了更好地了解水泥的销售情况，我们对近期的销售数据进行了总结和分析，希望通过这份总结报告，能够为相关部门提供参考和决策支持。

一、总体销售情况

根据我们公司的数据统计，今年上半年，水泥销售量较去年同期增长了X%，表现出了明显的增长趋势。城镇建筑领域对水泥的需求占据了销售总量的X%，乡村建设领域占据了X%，而公共基础设施建设领域占据了X%。从销售额来看，增长率也在X%左右，表现出了较好的销售情况。

二、销售地区分析

从销售地区来看，我国东部、中部、西部等地区都有一定的水泥销售需求。东部地区的需求最为旺盛，占据了总销售量的X%；中部地区占据了X%；而西部地区占据了X%。这与各地区的经济发展水平、建设规模等因素有着密切的联系。

在水泥销售渠道方面，主要有三种方式，分别是市场直销、代理商渠道和电商平台渠道。市场直销占据了总销售量的60%，代理商渠道占据了30%，电商平台渠道占据了10%。市场直销的方式成本低、效率高，因此占据了主要的销售份额。

四、市场竞争情况

目前，国内水泥市场竞争较为激烈，主要的竞争对手包括台资企业、外资企业以及国内龙头企业。在这种市场环境下，企业需要不断提升自身的产品质量和品牌形象，通过创新和技术升级来提高竞争力。企业需要加大市场营销力度，积极开拓新的销售渠道，提高产品的知名度。

五、未来发展趋势

随着我国经济的持续发展，建筑行业将会保持良好的增长态势，因此水泥的市场需求也将继续增长。随着科技的不断进步和创新，新型水泥材料也将逐渐取代传统材料，因此企业需要密切关注市场变化，不断调整产品结构和销售策略，以适应市场的新需求。

水泥作为重要的建筑材料，在市场上具有巨大的潜力和发展空间。通过对水泥销售情况的总结和分析，我们可以更好地了解市场需求，指导企业的销售策略和产品发展方向。我们也需要加大科研力度，不断提升产品质量和技术水平，以满足市场的需求，实现企业的可持续发展。