

# 中秋月饼销售总结

## 篇1：中秋月饼销售总结

### 一、月饼销售总结：

1、散饼销售：广式月饼今年新增了新的品种，这个品种的上市突破了以往传统的缺乏，那就是无糖月饼。无糖月饼的上市让客人有了更多的选择，丰富了月饼的品种。上市以来它的销售量也是得到了确定，但更多的老顾客还是最钟情于九度缘的伍仁月饼，它的销售量始终是名列前茅。冰皮月饼如今也是广阔消费者的最爱，今年的冰皮月饼也新添了一个品种——脆脆苹果冰皮月，但相对于其他口味的冰皮月饼，它的销售量不是很好，由于是与平常传统口味的不同，顾客并不是很简单接受，但是总体来说今年中秋散饼的销售量还是不错的，以祥宾为首，其次国贸、桂春、新竹。

2、精致礼盒销售：与去年礼盒不同的是今年更换了两个礼盒，分别是星语星月 and 花之韵。代替了以往的尊秋华彩与和福，今年礼盒的团购量很少，大多都是顾客到店面直接进行购置。今年南宁的月饼市场很大，大街上销售摊点许多，同行之间的竞争很大，所以相对与往年，今年礼盒的销售量并不是很乐观，今年礼盒售卖量最好的是星语星月，由于它盒子的设计颜色搭配丰富，图案美丽且看起来送礼适中又不失大气，所以它是顾客购置的首选，花之韵就是盒子太大了，所以购置它的客人就少了些，不过今年的大饼销售量很差，五斤大饼比三斤大饼销售量要好，今年销售量最差的是缘聚锦秋，只有新竹店买了两盒，其他店有客人询问但却没有人购置，再来的话就是秋风印象，后期是卖得比较好的。

3、中秋礼饼销售：中秋期间有一项优待活动，两盒礼饼捆绑式销售，前期的时候就黑芝麻和五谷好卖一些，但后期由于月饼的间断上市，它的销售量就没有在持续上升，期中每个店的退货率很高，在下单方面也有在掌握，顾客在礼饼的品种上还是比较喜爱绿豆，优待活动没有得到顾客的留意，购置单盒的较多。

4、中秋月缘蛋糕销售：今年推出的中秋蛋糕款式较多，款式也很好看，不过最突出的是荷塘月色、花好月缘、吉兔金秋，在中秋期间订蛋糕的时候也会推举我们的中秋款式，可能是顾客的消费观还不是很成熟，所以许多顾客都是以观赏的看法来看，在期间订购率较多的是吉兔金秋、荷塘月色、丰收，中秋节当天也只是现卖了一个花好月缘，来年我们尽推。

### 二、人员状况总结：

1、今年中秋期间我们销售整体表现还是不错的，大家都很主动准时的协作公司的进度进行推举销售，今年中秋购置月饼的气氛总体来说不比往年那么喧闹，顾客消费都会比较理性。接近中秋节那几天客流量明显较多，伙伴在订蛋糕的时候有时还要顾及礼盒区的顾客，今年人手不比去年，但是每个人都能尽自己的职责，在伙伴需要帮助的时候都能很准时的协作帮助，合理分工，做好防盗工作，大家都处在一种开心的团队合作气氛里。宣扬方面在中秋期间，大家都很主动，外场努力推举，收银员也会进行二次推举。在听闻各店售卖量的时候，各店的人

员很是焦急，仿佛有股力气爆发，即时主动推举，盼望抓紧赶上超越其它店。2、中秋期间店与店间的合作默契还有所欠缺。当店面库存削减时未能准时协调新竹店关心她们销售，但是在冰皮礼盒新竹准时的赐予我们关心，我们得到如今的成果也是由于有她们的协作。生产部与出货也赐予我们很大关心，在后期月饼销售大卖，库存空缺时，她们也能准时并精确的发货，按时送到店面保证正常销售。在卖场销售人手紧急时，裱花人员也很主动的关心卖场，帮订蛋糕或者帮拿产品。所以也很感谢裱花部门的高度协作。

### 三、货源管理总结：

1、货源调整状况总结状况：在月饼的预货前期还是比较合理的，都能保证月饼都能供应上，满意顾客的需求，但是后期月饼预货就没有那么合理了，厂房有交充分的库存量，也是由于接近后期了，所以没能得到很好掌握，货源的调整也没有很是准时，各店的库存互动很少，所以这是今年的一项大的失误。2、预货工作的总结：在月饼销售期间常温的产品受到很大的影响，也是由于我们把精力都放在了销售月饼上，所以对常温产品的销售没有得到很好的销售与合理预货，也是刚好处在高温的天气，导致各店大量的退货，而在后面也在渐渐的掌握。

3、退货率状况以及预防退货的举措总结：中秋期间退货率较高，每次经过出货部，看到那么多退货的产品都积累在一起成了一座小山，心里很是难过，特殊是愧对于加班加点的生产人员，但在那么大的一个退货量后，各店都有在预货上掌握了预货量，也有在卖场尽量推举。

### 四、中秋期间客诉大事及顾客对中秋产品的看法收集

1、在开例会时我们都会汇报月饼的销售工作，今年月饼的客诉较少，但还是有的，祥宾店有个客人购置了一个板栗蛋黄月，对半切却没观察有蛋黄，后来拿到店面，给其更换了一个，后来拿到办公室给邱副总检查，其实这个月饼并不是没有蛋黄，而是它偏在一边了，后来也有反馈到生产部，得到了改善。2、今年顾客会觉得冰皮月饼没有往年的好吃，皮太厚了，蛋黄的口感不突出，太甜。

### 五、销售人员对中秋嘉奖项目的竞争气氛总结

今年的中秋嘉奖项目很优厚，所以大家在中秋销售工作的合作默契上表现较

好，面对每一位进店的顾客都能主动推举我们的月饼及礼饼，每个人都盼望自己能拿第一；收银员的二次推举做得也很到位。对中秋的嘉奖项目大伙儿的激情更上一层楼，盼望来年能连续保持下去。

### 六、提出你(或团队)对今年中秋销售工作的缺乏或更好的建议

1、各店的互动还是要频繁，要了解各店库存的状况，也要了解各店个别产品的销售优势，这样会比较好调货。

2、增添各店的合作意识，要学会关心各店滞销产品帮其销售，而不是一味的怕退货率增高而不敢接手。

3、不管在中秋期间工作再忙，我们都要做好新人的培训工作。

## 篇2：中秋月饼销售总结

公司自8月初起进入急迫的中秋大战状态。作为公司的一员，时间切记自己的责任，仔细实行自己的职责，以良好的姿势、百倍的精神和激扬的斗志全力投入到大战中。经过40多天的努力工作，全面理解了公司中秋工作流程，熟悉了中秋业务，获得了磨炼，学到了东西，也基本完成了公司交给的各项任务，为公司交了一份及格的答卷。

### 一、建立坚定的意志观，以良好的心态投入到大战中

农夫盼秋收，妞妞盼中秋。中秋对妞妞来说至关重要。中秋对每个员工来说既是一场硬仗，又是一个挑战;既考验人的才干，又磨炼人的意志。

八月初，我从三个方面提高自己。一是运用中秋节动员会坚定决心。公司中秋动员会后，本人就下了决心：要建立坚定的意志，把这场硬仗打好，要在中秋大战中有所体现，要为公司做点奉献。二是从老员工身上学习经验，询问有关事项，提高信念。三是不断鼓舞自己，做好充足的思想预备，坚定信念。

### 二、建立坚定的参战观，以务实的工作做好每件事情

中秋大战时候长，劳动强度大，没有坚定的参战观是不行的。因此，自己坚持做到三个保证。

一是保证时候，做到中秋节不请假，不早退;二是保证做好后勤保障。但凡门店需要的，不讲条件满足要求;但凡一线需要的，送货上门，保证供应;三是保证完成工作任务。但凡领导交的任务，无条件完成。先后对中秋加班人员进行考勤记录、拟订了襄樊市科技攻关计划项目申请书、组织人员将发电机从围墙边推到食堂后边，落实了宣传墙内容;组织了湖北省名牌产品评比投票和楚天都市报月饼质量评比投票;组织发放了员工中秋福利，展开了月饼销售宣传和销售。

### 三、建立坚定的任务观，以“太棒了”的精神攻克道道难关

中秋节中，安排的任务都是超负荷的。要完成任务，没有太棒了的精神是基本不行的。我在工作中，一是确定目标任务，做到心中有数。今年，公司安排完成销售任务4万元，开头心里没底，但既然安排了就应当接受，不该当讲价格，因此自己二话没说毫不犹豫接受;二是想方设法完成任务，充足发挥个人主观能动性。宣传销售中，我先后走访了60多个企事业单位，有的虽然没谈成，但使他们加深了对妞妞的印象，提高了妞妞的口碑;三是坚持不达目标不罢休，建立坚定的任务观。经过努力，完成销售一万多元。其中3542厂等比较熟的单位让给了销售部

的人员。如果去争的话，我也会赢的。但都是为公司，我主动退让了。

中秋从前了，虽然获得了一些成就。但还存在一些问题，如参加集体劳动少，加班少，发挥的作用少。日后在工作中要加以改良。

### 篇3：中秋月饼销售总结

一年一度的月饼销售季度虽然是结束了，相对于去年21202盒的销售量，今年10718盒的销售量让我对今年的销售业绩感到并不满意，为此特开展了如下总结：

1、前期工作及销售背景：今年社会经济并不景气，而月饼市场的竞争又日趋激烈，在这样的背景下，公司的月饼产品资料及销售政策却都确定的相对较晚，从而业务员前期的准备工作就有缺口，没有充足的资料去发展客户，而一些有特殊采购要求的大客户一般会提前两个月左右就开始咨询相关的事项，这样的情况下，政策信息确定较晚往往会造成一部分客户的流失。对业务员而言，前期准备工作的缺陷，往往会影响到中后期工作的进展，给业务员的销售业绩造成了一定的影响。

2、公司营销政策定位及市场实际需求：因原材料和人工等方面的原因，今年月饼价格普遍上涨，我们公司价格也相应的做出了调整，对此情况，大部分的客户都认为涨价的金额是合理的。但是在销售折扣相对于去年来说，普遍都反映出折扣过高，甚至许多客户明确表示折扣高出了公司的采购预算。同时，随着月饼市场的不断发展和日渐成熟，客户的品牌意识也在提高，许多客户不会再单一的承受销售方的报价，而会主动的询问和比较多家品牌的价格与折扣，同时，大品牌的竞争优势也很明显，在\*\*\*，月饼的品牌多多少少有近百个，很多关外的客户并不了解我们公司，在这种对我们品牌不够了解的前提下，对公司的折扣就表示了质疑，普遍认为价格过高。现在购买200-500盒的一些企业都会觉得他们是很大的团购客户，会选定几家的产品做比较试吃。

在试吃方面我们传统的月饼都很有优势，但在价格上面的话劣势就很明显。按公司的前期折扣政策只能给到7.5折左右，这样的高折扣让很多客户往往都更愿意选择安琪，\*\*\*这些传统的品牌。在品牌上我们没有优势但是在价格和折扣上又没有很大的吸引力。这样流失了很多中上的企业客户。

3、产品的创新及包装的改革：虽然传统口味的月饼依然占据着市场的主导地位，但为了迎合个性市场的需求，适应不同的人群，各商家纷纷推出了反传统的新式月饼。而我们公司今年并未开发出新的产品，在购买了我们公司几年月饼的客户群里，有许多客户认为我们公司的月饼没有新意，同时口味也没有改进。比方我们的桃山礼盒，许多客户都觉得月饼外型很好看，但是口感过甜，认为不是很喜欢吃。（迈瑞）在包装上，比起去年的包装有了一定的改变，可是许多客户也表示我们的包装少了一些创新。作为公司的销售人员，我认为公司月饼的包装应该更多的表达出月饼所承载的中华传统文化以及公司的文化底蕴，把中秋团圆文化和富有特色的地域文化更多的融入到包装设计中来。

4、其他销售渠道的影响：随着网络销售方式的普及，许多小卖家通过不同的渠道销售我们的产品。一些客户在询价的过程中，看到了我们公司产品在网络上的零售价格明显低于公司批量销售价格，因此许多客户会认为我们公司应该给出更低的销售价格和折扣来，这样销售价格的不统一，冲击了我们传统的销售市场，给销售工作带来了更大的难度。

5、销售政策及公司奖惩制度：在公司制定的销售政策里，真正有利于做大单的政策很少，许多大客户认为我们的销售政策没有让他们感觉到身为大客户的优惠。同时，公司的奖惩制度力度不大，没有调动业务员的销售积极性，希望公司也能加大此方面的力度，多制定一些奖励激进的措施，让我们销售人员能积极响应，实现销售业绩的直线上升。

通过今年的月饼销售工作，我也深刻感到了自身工作的缺陷，为了在20xx年能创造好的业绩，我将不断完善自身的工作，一方面加强与新客户的联系，另一方面进一步稳定老客户群体，加大推销的力度，最大可能的实现公司利益与自身利益双赢的局面。

## 篇4：中秋月饼销售总结

今年的月饼销售工作已经结束，在公司领导班子的正确领导下，在各科室的积极配合下，在整个营销团队的不懈努力下，20xx的销售工作虽然取得了一定的成绩，但我们深知离领导的要求还相差甚远，为寻找差距，总结缺陷，积累经验，给明年的工作打下根底，业务部特做如下总结：

### 一、关于包装：

今年的内包装虽然做了专门设计，比去年前进了一步，但与顾客的要求仍有差距，消费者反映我们的内包装透明度与亮度不够，他们的比照对象是尚康与佳嘉友。还有饼块，虽然我们的单块重量多于竞品，但在感观上却小于竞品，原因是竞品的饼薄而大，咱们的是厚而小。明年我们应改换模具，做出合适的饼块来，以有利于市场竞争。今年，客户普遍反映我们的外包装产品单调，不成系列，缺少卖相，零售在100元左右的礼品盒缺少，影响了在商超的销售。中国红与喜悦秋色两款，虽有南街村商标，但市场上相似包装礼盒比比皆是，与竞品不能形成差异。明年，我们要提前着手设计南街村专版，把南街村的企业文化与鲜明特色附着在产品包装上，与竞品形成鲜明比照，争取上市后让顾客感觉耳目一新、物有所值。

### 二、关于口味及其它

目前，我们的口味偏少，品种单一，明年，我们应按市场需求，在水果、杂粮、无糖等口味上下功夫创制新品，使之形成系列，以满足顾客的需要。还有保质期，现在的消费者越来越注重生产日期和保质期，我们希望在生产和技术部门的配合下，把我们的保质期增加到100天左右。因为今年的生产比较集中，9月中旬，我们销售的散饼还基本上是8月份的生产日期，对此，消费者提了不少意见，希望明年能够改变这一现象。

### 三、关于价位

根据市场反应的情况，现在大众消费的散饼多在2至4元之间，我们也应据此制定出相应的价格体系，以迎合大众的消费心理。目前，以我们现有的包装，经销商那儿的利润偏少，这与其它品牌的经销商所得利润形成了巨大反差，如果不依赖客户对我们的忠诚与让他们感觉满意的售后服务，他们极易动摇。所以，我们应着眼将来，制定出合理的利润分配点，争取让他们每年都有钱可赚，提增信心，忠于品牌。

#### 四、品牌定位

南街村月饼虽然在市场上销售了两年，但我们应该对自己在河南省所处的位置有个清醒的认识，除在\*\*、\*\*的月饼市场上属于领导型品牌外，我们在其它市场上的表现还远远不够，在家门口的\*\*市，虽然经过了连续两年的市场运作，但我们现在却属于挑战型品牌，在\*\*、\*\*、\*\*等地市场我们连追随型品牌都算不上，只能沦为补缺型品牌，在省会\*\*，虽然今年尝式着进入了流通领域，但表现平平，无所建树。所以，我们的任务非常艰巨，可以说任重而道远。

#### 五、关于市场宣传

明年，我们应该借鉴竞品的市场操作经验，印制带有自己商标的背靠背手提袋，不求华丽，但求实用，因为每年都得需要，可大批量印刷，以降低成本。也应考虑印制彩色吊旗、桌围、一拉宝展示架，以在商超悬挂、外卖展示，增加消费者对南街村月饼的认知度，还应考虑在局部市场做广告宣传，以提升品牌形象，增加产品的知名度。南街村商标在河南省拥有广泛的知名度，但具体到月饼，有的市场还鲜有人知，我们应该找到一个合理的切入点，制造点噱头出来，然后广泛宣传，到达在河南人所共知南街村月饼的目的。

#### 六、关于团购

现在，各个月饼生产厂家都在细分市场上做文章，因为我们进入市场较晚，只能边干边学，今年通过伟毫的努力，走了几单团购，算是在这方面做了些许尝试，明年，我们要在这方面提前准备，利用各个方面的人脉资源，重点攻关，力争在团购中有所成绩。

### 篇5：中秋月饼销售总结

中秋节月饼销售工作已完满结束，在公司领导的正确领导下，以及各部门的积极配合，通过整个销售团队的不懈努力，今年销售部的月饼销售工作超额完成。

现对月饼销售总结如下：

一、包装独特：今年月饼包装清新典雅，以“万里无云”的禅意为主题，与市场上以红色和金色为主的包装礼盒形成差异，更能表达酒店的企业文化，在销售产品时让顾客感觉耳目一新、物有所值。

二、产品价位合理、月饼品种搭配灵活：今年的月饼产品共有2款，价位从18

8元到468元不等，产品有实惠型也有豪华型，合理的价格体系，迎合了不同客户的消费需求。在月饼品种方面，将广式伍仁、蓝莓冰沙、白莲蛋黄及火腿白月饼根据客户需求做出个性化搭配。使销售人员可根据不同的顾客需求采取更灵活的销售策略，提高了月饼销售的成功率。

三、销售部全体员工不懈努力：进入下半年后销售部工作量增大，但销售部全体员工将月饼销售工作穿插在日常工作中，合理安排工作时间，做到日常工作与中秋任务两不误。月饼销售任务的超额完成离不开全体销售部员工的不懈努力。

五、其它各部门的大力配合：在月饼销售过程中，餐饮部提供及时的月饼库存信息、争分夺秒地装配月饼、配合做好下单配货工作，礼宾部不辞辛苦地协助装运和配送月饼，公关部提供大量的宣传资料、财务部精准的账务核算。今年销售部月饼销售任务的完成，离不开酒店各部门的大力配合，在此销售部衷心感谢酒店各部门的积极协助。

销售部将认真总结今年中秋节月饼销售任务的经验，在之后的工作中将进一步做好客户资源维护与开发，为打开更广阔的月饼销售渠道做好准备，力争明年取得更好的成绩。

## 篇6：中秋月饼销售总结

一年一度的中秋节结束了，我们A里以“中秋情浓意更浓为主，突出中秋节的“团结、和谐”的节日特征，使我们更进一步了解传统节日，了解传承民族文化，弘扬民族精神，激发爱国热情。

中秋销售工作在8月中旬进入了紧张的状态，在30天的销售工作中我们了解工作流程，月饼种类、价钱、克数、知识。在今年这个大气候中，企业单位订购到量很少，但是我们依旧给自己信心，本着完成任务。我们团结齐心、力足，我们制定了机制，每天由两人到周边各个企业、科技街、雁滩附近的各企业单位，宣传我们的月饼，并且送货上门。在忙碌的一个月中酸、甜、苦、辣都有。更多团结感动，圆满完成了任务。

散月饼销售比较好，今年散月饼新增几种品种、碳烧、蛋黄、法式它的得到了顾客的肯定，最后三天无货了，希望公司在明年订货量酌情再多点。

盒月499单盒和团购销售很好，中等价格，199和189销售的快到最后几天里199无货了。

渭源路店全体员工，整体态度端正积极，团结我们店虽然只有4个人，但是我们配合很默契，大家都尽自己的职责，合理分工，大家在一起有喜悦、感动、在此我感谢我的团队，真的很努力，没半途而弃。

希望我们再接再厉，在以后的工作中一样努力，一样精神饱满，为我们公司做更好销益。

