

白酒销售个人工作总结 (精选6篇)

篇1：白酒销售个人工作总结

白酒销售总结与计划

一、上半年达成的工作

1、销售指标的达成情况

上半年在企业各级领导的和蔼关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，*
*市场达成销售额 157万元，达成年计划 300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%;低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点;中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点;高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

2、市场管理、市场维护

根据企业规定的销售地区和市场批发价，对经销商的发货地区和发货价格进行管控和监察，敦促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的沟通和引导，并结合企业的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格切合企业指导价。按照企业对商超、酒店及零售产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台洁净齐整、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

3、市场开发情况

上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模的**购物广场，所上产品为52°系列的全部产品;2家酒店是分别是**大酒店和**大酒店，其中**大酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，**大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集合在中低档产品区，并大多数是42°系列产品。

4、品牌宣传、推广

为了提高消费者对“**酒”的认知度，树立品牌形象，进一步成立消费者的品牌忠诚度，根据企业规定的统一宣传标示，在客流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告企业制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

5、销售数据管理

根据企业年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，成立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并实时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对2008年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总剖析，使得的每月的要货计划更加客观、正确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品构造等几个方面进行汇总剖析，以便于更加正确客观地反应市场情况，指导以后的销售工作。

二、下半年工作打算

只管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。基于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面下手，赶快提高自己业务能力，做好各项工作，保证300万元销售任务的达成，并向万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水平

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向企业领导、各地区业务以及市场上其他各行业营销人员请教、沟通和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

市场的销售渠道比较单调，大多数产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和探索，详尽记录各种数据，完善各种档案数据，让一些剖析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来填补经验和感官认识的不足。认识和掌握企业产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应付各种市场情况，并实时调整营销策略。

4、与经销商亲密配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充足拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商生气的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想生气，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，方才的火不应该发，让他心里感觉愧疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

篇2：白酒销售个人工作总结

白酒销售总结和计划书

一、铺货：实行地毯式铺货方式

对于终端零售店非常多的日用品、食品店等，在新产品、新品种上市时，实行地毯式铺货方式是一种很有效的营销策略。在产品入市阶段，企业协同经销商主动出击，将货物送达终端，通过实行地毯式铺货的方式迅速提升终端的铺货率。

(一)地毯式铺货方式白酒营销计划方案的特点：

1、集中营销计划。集中人力、物力、财力实行地毯式营销计划铺货，其气势宏大，对每一片区域的短期影响力很强，容易让终端客户和消费者记住所推广的品牌。

2、快速营销计划。实行地毯式铺货，铺货时间非常集中，高效快速地在目标区域开拓批发商、零售商，一个目标区域市场完成80%的铺货一般不超过30天。

3、密集营销计划。采用地毯式铺货方式白酒营销，在目标区域市场密集开拓食杂店、夫妻店、中小型超市、连锁店等零售店和酒店、餐饮店、即一个门店挨一个门店，铺货不留空缺，从空间上达到密集覆盖。

4、系统营销计划。实行地毯式铺货期间，工作系统而细致，且要求一步到位。

(二)实施地毯式铺货成功的白酒营销计划方案关键：

地毯式铺货只能成功，不许失败。如果铺货失败，将会打击业务员和经销商推广产品的积极性，增加后续工作的难度。要使地毯式铺货能成功，必须做好以下几点：

1、认真挑选经销商

要在短期内迅速将产品铺到零售终端，必须有经销商的协作，以经销商为主，同时厂方配合经销商主动出击，充分发挥经销商的网络优势。

经销商要有吃苦耐劳的实干精神，要有学习愿望及销售经验丰富的业务员。

挑选经销商时，要选择有终端经营意识，有发展愿望的成长型经销商。营销策划不能选择坐等顾客上门的“坐”商。

2、制定明确的铺货目标和计划

在“铺货”之前，应由业务员进行踩点调查，掌握目标

区域批发市场和零售市场的特征，包括产品批零差价，货款支付方式，同类产品的促销方法，消费趋势及其共性等，掌握铺货对象的分布状况。

根据调查结果，制定详细的铺货目标与计划，让业务员有章可循。具体明确如下项目：

- A、要在哪一块区域铺货;
- B、要花多少时间;
- C、要铺多少个点;
- D、铺货率要达到多少;
- E、终端店的宣传要达到什么标准;
- F、给各级客户的供货价格和铺货优惠方式是什么;
- G、预估铺货产品的数量;
- H、制定出具体的广告和促销计划。

在制定铺货目标和计划时，白酒营销计划方案要遵循以下法则：

(1)、明确。“铺货目标”不能笼统，必须具体明确。如：超市铺货 家，酒店 家，二批 家，县级网点 家，公关直销单位 个等等。

(2)、可达成。根据人力、物力、财力作出合理分配，使目标可以实现。

(3)、目标向导。以铺货目标来确定奖励标准。在第一次“铺货”时，着重点是“铺货面”而不是销量，考核的主要标准是成交数量(客户数量)。以此对业务员的奖惩制度，提高其工作的积极性。

(4)、时间表。确定各类客户“铺货”完成的具体时间期限。

3、铺货人员的选拔、训练

铺货人员应具有丰富经验，有强烈冲劲、具备熟练的推销技能、良好的口头表达能力。

在铺货前，对铺货人员进行正规的训练，避免铺货中发生问题及铺货发生负作用，仔细研究分析铺货过程中可能遇到的各种困难，制定相应的应对措施。可采取人员讨论和情景演习两种方式进行训练。

篇3：白酒销售个人工作总结

20**~20**年度白酒销售总结

今年以来，我负责白酒销售工作。一年中，我认真履行职责，切实做好销售工作，取得了可喜的成绩。下面，就一年来工作小结如下：

一、我通过专业化的服务，及时帮助加速走货，从商品陈列到货柜展示，再到无处不在的画报招贴提示，业务代表一路跟踪，使得每个终端成为完美终端，个个成为样板工程，白酒卖的不仅是商品，更重要的是专业化服务，并带来的丰厚回报。据统计，年内销售额达到了x元。

二、拓宽了市场在年初以前，市场上白酒占市场达x%以上。而竞品白酒较我们的白酒先进许多，对于竞争对手，我们采取了提高服务质量和大做销售广告的办法，比如在盱眙龙虾节期间，开展我公司白酒节活动，收到了明显的效果，结果使当地的老百姓对我公司的白酒家喻户晓，人人皆知。同时我们大力在农村促销白酒。在促销中，采取赠品与奖励办法，对农民具有强大的吸引力，消费时认准了这一品牌；

三、我提出一点看法，就是针对许多农民与亲朋好友在一起，酒后喜欢打扑克的特点，把???品定为设计精美、市场上买不到的特制广告扑克，应该能受到农民朋友欢迎，从而销量随之大增。

总之，上一年在领导正确指导下，在我不断努力下，取得很不错的成绩，但是在好成绩下也有一定的不足，我相信在下一年工作中兢兢业业，售量会更上一层楼！

篇4：白酒销售个人工作总结

1、运用《客户销售登记卡》，对客户销售状况进行监控，并根据销量实行月返，季返制度。

好处：

(1) 可以随时对客户销售周期，销售星级比例进行统计分析，对客户级别进行分类，确定那些客户三星以上卖得快，那些客户只要一、二星酒，这样公司在有相应产品活动后，可以有秩序的，提高销售活动效果。

(2、) 可以提高价格弹性，很好城应对外来冲货，比如cx市场上市时一星78元/件，记卡销售，月返实行十搭一，折价63.6元/件。中秋节期间外地冲货增加，到岸价：55—56元/件，这时，我们利用供货政害行，五搭一，扔价：58.3元/件，再加上订货会上抽奖政，大大优惠于外地冲货，客户订货十分踊跃，取得十分满意的效果，有力地打击了窜货，现场订货拾叁万元多。

有在的问题：在市场切八时，记卡销售兑现月返，季返中，对月返季返额度和兑现时间，宣传不到位，，兑现不及时，也是造成冲货的得要原因。

2、把铺市陈列作为一项长期的基础工作来抓

cx市场20xx年2月份正式启动市场，主攻零售店的铺市陈列，以2月20号到2月25号，对城区进行地毯式密集铺市，并抢占显眼货架，进行店外陈列，起到轰动效果，陈列一个月后，兑现金世纪双礼盒壹盒，20xx年端午期间和中秋节之后，又分别进行两次集中补货铺市。

经验；

(1) 时间要短，控制在一星期左右，如果不顺利，可以赊货，但要可控，毕竟我们上市期的铺是为了作品牌宣传和扩大。

(2) 宣传要到位，毕竟是新产品，无论是零售客户还是消费者对其都比较陌生，建议铺市配合POP张贴，铺市政讲解等内容，。

存在的问题：

(1) 首次与铺市金额过大，品种过多，我们一贯讲究一到五星集中陈列，而一般客户对现金观货和购货金额较敏感，所以铺市过程中有在进展不顺利，铺市政扭曲等问题，我建议公司在今后铺市工作针对不同品种，不同渠道进行单独或交叉进行铺市，并且单次要控制在500元以内。

(2) 奖吕兑现不及时，cx市场就有在此问题，由于是新市场，零售店主对浏阳河的信誉存在疑问，这就很必要明确奖品兑现时间而引项内容在铺市协议中是没有再加上经销商库存没有金双礼。以改兑现进间拖延，造成负面影响，建议在今后的铺市中，要明确奖品兑现时间销售月工作总结，是对销售工作的一个阶段性的小总结，是为了更好的审视自身的工作问题，总结并在下一阶段过程中改善发扬，为以后的工作做一个指导。

篇5：白酒销售个人工作总结

白酒销售工作总结

一、销售指标的完成状况

在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，**市场完成销售额157万元，完成年方案300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%；低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点；中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点；高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

二、市场管理、市场维护

依据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的沟通和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。根据公司对商超、酒店及零店产品陈设的要求进行产品陈设，并动员和帮助店方使产品保持洁净干净。在店面和柜台洁净整齐、陈设产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣扬的目的。

三、市场开发状况

开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模的**购物广场，所上产品为52°系列的全部产品；2家酒店是分别是**大酒店和**大酒店，其中**大酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，**大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

四、品牌宣扬、推广

为了提高消费者对“**酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，依据公司规定的统一宣扬标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并帮助广告公司制作各式广告宣扬牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

五、销售数据管理

依据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并准时报送销售周报表、销售月报表和每月要货方案，各类销售数据档案都采纳纸质和电子版两种形式保存。对销售状况根据经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货方案更加客观、精确。在每月月底对本月及累计的销售状况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加精确客观地反映市场状况，指导以后的销售工作。

篇6：白酒销售个人工作总结

白酒销售人员工作总结

作为一个销售人员，工作业绩是最重要的。另外销售队伍的团结合作、互相帮助、共同进退、群策群力的合作精神也很重要。

我作为一个销售人员，不仅是要销售产品，而更是要维护和开拓潜在客户。对公司、团队和产品充满信心和忠诚，并且将此信心和忠诚感染和灌输给每一位同事，强化自身的工作纪律和风气，时刻将公司的利益放在首位，努力建立优质品牌的良好口碑，全力配合公司

的政策方针与。

一、竞品的信息收集和分析

目前市场上有四特酒、酒中酒霸、枝江大曲、白云边、丹凤、衡水老白干等白酒。其中四特酒在整个市场销售量排名第一，其次是酒中酒霸。

竞品现在极力在推荐谢师宴的套餐以及散客消费的活动。

- 1、谢师宴套餐：白酒按商场零售价格另加送红酒、雪碧、鲜橙多各一瓶。
- 2、散客消费：喝指定的白酒赠送相应的礼品。

四特酒的酒席套餐给与酒店少部分的利润，而酒中酒霸暂时却没有这样的方案。

二、市场销售情况

目前我们的产品刚进入市场，相对于竞品，我们的产品是出于消极状态。但消费者对我们古井贡酒的认知度和信任度还是蛮高的。有一部分消费者会尝试我们的古井贡酒，也有某些单位领导是我们古井贡酒的忠实消费者。

三、问题与建议

我们古井贡酒虽然是老八大名酒，但江西市场上还是算新品。一个新的'品牌进入市场，想让消费者接受，这需要一个过程。在这过程中，不仅是需要产品的质量，口感；而更是需要更多的促销力度，宣传广告和不断改变的营销模式和销售技巧。

四、今后的工作思路和目标

继续自我增值、不断扩充知识面，尤其是产品知识。努力开拓新的网点，维护好已存在的客户。根据市场的行情，思考相应的促销方案。极力做好公司领导交办的每一件事。把这份工作当成自己的事业来做，努力，在努力。流汗怕什么，太阳晒又有什么关系呢？关键是在不久的将来我相信付出总会有回报的，我也相信我会做的很好，我更相信古井贡酒终有一天会在这个市场做老大的。