

渠道专员年度个人总结精选3篇

作者：落花人独立 来源：ECMS帝国之家 zhann.cn

本文原地址：<https://xiaorob.com/fanwen/shuxin/242665.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

工作总结（JobSummary/WorkSummary），以年终总结、半年总结和季度总结最为常见和多用。就其内容而言，工作总结就是把一个时间段的工作进行一次全面系统的总检查、总评价、总分析、总研究，并分析成绩的不足，从而得出引以为戒的经验。下面是小编精心整理的渠道专员年度个人总结精选三篇，仅供参考，大家一起来看看吧。

【篇一】渠道专员年度个人总结

很庆幸自己能够有机会加入北京***，在这样一支充满活力，充满自信，充满浓厚感性文化的大家庭里，让自己拥有良好平台来展现自己；发挥自己的长处，弥补自己的缺失；不断的积累自己的业务经验与做人道理，为北京***添砖加瓦！至此，心里充满无限感激与期盼！

自20xx年6月xx日加入***至今已有半年之久，值此年度结束之时，对自己半年来的工作总结如下几个方面：

一、系统产品知识积累：

由于自己刚刚加入建材销售这个行业，对于公司产品项的认识与了解有一个基本过程，从管材管件，到水暖挂件，以及地暖的发展趋势，更到沃菲尔德卫浴产品项的拓展，都在不断的说明一个问题：公司的良性发展与发展壮大！

二、业务渠道的摸索与建设：

我所负责的销售区域为：迁安，古冶，开平三个区域，从开始的初次进店拜访，到二次进货渠道店，共累计有效客户27家，其中a类店面8家，其余为b类客户。a类店面里有一家为大客户，总共半年进货额为十万余元，以温控阀单项为主，计划年底或明年初做水暖系列。27家客户的客情建设相对稳定，更会在明年的产品销售中增加产品项。

三、品牌的建设尤其重要：

***的系列产品中，“我们只做高品质”的产品定位无论是对客户的承诺还是对产品质量的保证，都充分说明公司在向前看向远看，对此，客户也给予了较高的评价，每一款地漏，每一条软管，每一个角阀，每一米管材都体现了公司从生产到销售再到售后服务每一个环节的自我监督与对

客户的保障。当然品牌不是朝夕就能建立的，靠的是执行，靠的是口碑，靠的是我们***团队的拼搏与努力！

四、客户永远是上帝！

在保证公司利益的前题条件下，每一个客户所提出来的每一个问题我们都待为金子，弥足珍贵！无论是产品改进，还是市场推广，客户都会帮助我们提供宝贵意见，因此，在遇到问题的时候我都会站在客户的角度去试想一下问题的解决办法，当然客户会感激，同时也更增加了与客户之间的客情关系，自然进货是必然的。

五、销售数据统计：

截止到20xx年12月25日，我所负责的区域累计销售回款余万元，同时所销售产品在当地区域也得到了了一定的市场份额，得到了经销商的满意。

综上所述为我本人近半年来对公司的认识，对市场的了解，对客户的开发等方面的工作总结。诚然，自己在工作当中有着很多的不足之处，在公司企业文化的积极影响之下，在同事们的帮助中使得自己都有所改进，不断的将自己更好的融入到北京***大家庭中，成为一位合格的家庭成员。

。

【篇二】渠道专员年度个人总结

20xx年已经过去了，在上个月底我们公司也开了年终销售会议，公司领导在会议上也做了一年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司一年来的工作情况，还总结了一些经验供我们分享。所以在这会议之后，领导要求我们也来给自己一年的工作做个人总结，希望通过总结我们能够更好的认识自己和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展下半年的工作。

现在我对我这一年来的工作心得和感受总结如下：

一、塌实做事，认真履行本职工作

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

二、做好客户联系工作

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。像这样的

客户就可以列入主要客户群体里。他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的机会。即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关其次是学习沟通技巧来提高自己的业务能力再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

【篇三】渠道专员年度个人总结

xx月已经过去，在这一段时间中我通过努力的工作，也有了一定的收获，并且作此总结。目的在于吸取教训，提高自己，以便把工作做的更好，自己有信心也有决心把下月的工作做的更好。下面我对前月的工作进行简要的总结。

一、负责区域及任务

我个人任务主要涉及xx区域售点销售过程中的宣传活动支持及渠道市场维护，涉及的主要区域有

xxxxxx等区。

二、十月目标及完成情况

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的还不到位，客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

- 1、临时促销人员培训过于仓促，没有达到预期的辅助销售效果。有些重要卖点甚至没有专促！
- 2、沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度。
- 3、工作没有一个明确的目标和详细的计划。业务人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。
- 4、新业务的开拓不够，业务增长小。

三、市场分析

现在xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在上月销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对这样的小型客户，他们对产品的价位是非常敏感的。在以后的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在xx区域，手机销售竞争也呈现出非常激烈的局面。所以把的市场向乡镇扩展，增加销售面，会增加销量。那里的市场竞争相对来说要比大区域小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的会比原来做的更好。

四、改善措施

- 1、在确保产品在终端“买得到”的同时，也要确保“卖得动”。应重视向售点派驻自己的营业员（可兼职）。不能只保证渠道中有水，还要创造让水流出去的“出口”。
- 2、调整产品结构。

产品是终端市场运作的依托，宜精而不宜杂多。寻求利润空间大的产品，好卖的产品，可操作性强的产品，形成产品组合，投入既有经费保障又有利益回报的产品，这样终端销售才有积极性。

- 3、货款分离，变被动为主动。

业务人员主动向客户索要订货计划，以客户需求为导向，按需供货。货由专人专车分送；款由对应业务人员收回，这样可以改变“一天只给一家客户送一个品种”的现状，提高工作效率。

更多书信范文 请访问 <https://xiaorob.com/fanwen/shuxin/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发