

区域经理年终个人工作总结模板

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zongjie/gongzuozongjie/17099.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

区域经理年终个人工作总结范文5篇

工作总结是做好各项工作的重要环节。通过工作总结，可以明确下一步工作的方向，少走弯路，少犯错误，提高工作效益。下面就让小编带你去看看区域经理个人工作总结范文5篇，希望能帮助到大家!

20__年终快到了，作为区域销售经理应该拿出一份比较像样的总结报告，怎样的总结才能既让公司领导满意，又对来年的工作具有指导作用呢?笔者认为虽然漂亮的各种格式化总结报告很多，但是万变不离其中，关键是要抓住二个要点：总结要客观、既有成绩也有问题，要用数据和事实说话，要分析存在问题的本质性原因;总结中还要有计划，既要计划任务分解落实，还要有可行的方法解决存在的问题，并且找到其中的增长点。

一、当年市场工作总结

1、情况概述客观地表述任务完成情况，取得的成绩，要用数据说话。比如：今年公司下达的销售任务指标是多少，实际完成了销售任务多少，超额完成任务或离任务的差距是多少，达到人均消费者多少，与去年相比增长率是多少，各项经用开支多少，完成利润多少。市场占有率多少，与去年相比增长了多少，产品见货率多少，是提高还是降低了。经销商网络情况如何，a类、b类、c类各有几家，销售队伍情况如何等等。只报大账和特别需要说明的数据，不需报细账，否则成了数据分析报表。

2、简要分析针对上述的事实(数据)，简要分析其原因，是行业形势、竞品原因、公司政策、还是其它原因所致。

3、特别说明若是成功的经验，对公司其它市场有指导意义的，需要简洁、生动的表述成功的典型案例或经验，可让公司宣传鼓舞士气或在其它市场推广。若是区域市场运作上存在明显的不足或严重的问题，需要对不足之处和问题进行深刻的剖析，如网络构建问题、销售队伍问题、新产品开发问题、消费者沟通和启动问题等，要找出问题的根本性原因，分析清楚问题出在那一个环节段上，如广告促销火候不到，差几成。

二、明年工作计划

1、要全面将总体的目标任务分解成各个阶段、各个区域的子目标。将任务落实到人(经销商和对

应的销售人员),对各种资源进行合理的配置。最好用表格、数据说明,力求仔细、认真、全面、准确。或者可以用附件的形式详细说明,但是年终总结一定是少不了明年的打算,如果公司的习惯是单独行文的,那么在报告里只要把简要的打算、主要的思路表现出来就可以了。

2、要到位目标需要有措施的支持,通过什么措施、配置什么资源,达成什么目标。先落实有把握的目标,期望达到的目标要另行说明,不能混为一谈,否则就会让领导感到不踏实、不到位、不放心的感觉,自己也容易搞糊涂,误将理想当现实。

3、要有突破和亮点突破,一般可以从今年存在的主要问题着手,今年的主要问题已经在总结中分析清楚了,公司领导也早已看在眼里,要集中精力抓一个问题,虽然一个市场问题可能是成千上万,但是只要解决了一个主要矛盾其它矛盾就会迎刃而解。通过正确的方法、严密思维、准确有效的措施努力在突破中创造出新的销售增长点和亮点。市场、销量、品牌还需要厚积薄发,一年解决一个主要问题,上一个台阶,而且是说到做到了,第二年你再写这样的报告,领导就相信你,就能得到应有的支持。这样的市场年终总结报告是领导最愿意看到的报告,也是最具实效性的报告。

区域经理个人工作总结2

时光荏苒,冬去春来,寒冷的冬天已不知不觉的就要过去了。随着时间的推移,我正式加入美的销售公司已有3个月了,此刻回忆起当时兴奋又紧张的日子,真是思绪万千,忙碌了整整3个月,虽耗费了许多精力和时间,但却未近人意;希望在20__年能有机会重新开始,不管成功还是失败都将成为我工作的基石。我很荣幸加入美的集团销售公司的团队里,美的的企业文化渲染着我,领导、同事鼓励着我,支持着我,让我很快进入了状态。从起初的我跟着美的公司总经理拜访拜访客户,走走门店,跟采购沟通促销方案,到我一个人来完成一些工作,对于近3个月的工作我做了如下总结:

一、工作总结:

1、关于产品知识:

对于产品知识不是非常的熟悉,对于竞品的信息也没能做到随时掌握,了解同一线品牌在市场上的动态。这点我在今年做的就比较差,对产品的不了解,对于价格不熟悉,在销售过程中会因此而变的很被动,所以在新的年里产品知识是我要突破的重点之一。

2、关于终端:

2.1 带着掌控终端的理念去工作,去执行领导交代的任务,但是在实际和经销商博亦过程中并没有真正做到掌控,也没能随时关注销售以及竞品的动态,导致和经销商谈判的过程中很多时候被经销商说服,而不是真正做到去说服经销商,去让经销商跟着公司的脚步一步一步的走下去,从某种程度上说这也严重影响了公司的政策的良性发展。

2.2 关于代理商的合作,由于九鼎宏业也是今年刚加入美的空调代理商队伍,对美的的模式和政策不是很理解,同时由于我自己也是刚进入公司的新人,也没能做做到代理商的真正掌控,而且由于代理商之前做的是奥克斯,日立代理,因为这两个品牌的渠道操作很弱,所以对代理商的掌控更是无从谈起,这也更增长了该代理商的个人感觉良好的心态,由于我又是一个新人,所以和他谈判过程中总是处于劣势,这对我下面分销商的工作开展也具有很多困难,主要表现在样机和

赠品以及物料的及时配送方面，货物的配送方面尤为突出，还有政策的及时传达，执行都做的不到位。

2.3

如果在以上的工作做到之后就是掌控市场平衡，最能体现的就是控价，那么控价的根源有两个：

1.是终端客户自身控价。

2.是按公司的政策对客户进行强制执行，可以以负激励的形式来做到，只要能控制根源，就能掌控市场平衡降低负毛利的产生。

3、关于产品的推广：

在公司广告宣传的影响下，店面做好布置原则：如店外做品牌、店内做产品、展区做武器，同时在促销活动之前做好促销准备，及时将促销方案与客户、店面沟通，将信息传递给每个客户，赠品物料及时送到位，相信在产品推广的拉力下，销售做到更好。

4、关于理货：

在理货方面，应及时掌握客户的库存结构，根据客户当前自身的库存数量、机型，去年同期的销售，今年的增长比率，做到让经销商及时备货，把口袋里所有的流动资金压在美的空调上面，而无余钱去囤积其他品牌空调，以保证客户尽最大努力的经营我司产品。

5、关于促销

一个好的区域经理，一个优秀的大品牌业务代表，他的促销一定也是做的最好的，包括户外广告宣传，节假日以及专卖店的开业的等活动的宣传组织，积极的宣传促销一定会对产品的销售形成很大的帮助，在这方面我个人更是需要得到提高。

6、关于渠道的开发

虽然在一开始接手房山的时候，张总和秦姐就告诉我要大力去开发新的客户，但是在实际操作过程中并没有实际多大的进展，这几个月也就是把原来没有签约的客户改为签约经销商了，真正开发的也就只有宇康兴业和风帆顺，客户开发和专卖店的开拓应该是来年的重点工作。

以上总结是我在美的3个月对工作的认识，也是我要突破的重点，我非常感谢美的公司的总经理对我工作的指导以及生活上的帮助，我保证我会尽心尽力的跟着领导学习，不辜负领导对我的期望。下面是我新一年的工作规划，做到积极的配合公司政策和跟着领导的脚步完成新一年里的销售任务，不辜负公司对我的信任与培养!

二、20__年的工作计划

春节结束我们回到公司上班的时候也是空调销售旺季来临的时候，优化库存以及合理的促销方案至关重要，对于我来年的工作重点有以下几点计划;

1、部分客户的调整 乡镇客户不在多而要精，坚决推行一镇一点，把最合适公司发展的客户作为

最核心的客户加以支持和扶持跟着公司一起成长，把不能适应公司发展的客户慢慢的要请出美的价值连中，争取把最好的资源给到最好的客户，保证资源投放的回报。

2、新的客户开发 保证一镇一点，做到所有的乡镇都有美的空调销售门店，不留空白，对竞品的核心经销商做到定期拜访，并宣灌美的政策的优势，争取拉拢并瓦解竞品的核心经销商，让自身的经销商数量和质量做到最大的突破。

3、专卖店的开发 专卖店是建立渠道壁垒的主要力量，只要做了专卖店的客户就很难在去经营竞品的产品，使其经营最大化，专卖店的开发更是自身产品的品牌形象的最好宣传，争取在3月之前完成5家专卖店的开发，6月之前完成10家专卖店的开发。

4、终端布展的调整 样机摆放主次分明、各客户销售门店挂牌价统一、通过爆炸签或者其他方式突显主销机型，做到有的放矢。

5、梳理客户库存 计划多次数少批量入库，将主推机型可大量给客户保证各型号在10套以上;高端机可依号2或3套备货，库存掌握在套200套左右，并根据客户库存做到随时调整促销方向。

6、促销方案合理化 可根据去年同期的销售分析确定主推的产品线、了解经销商及公司的'库存、针对竞品的活动最终确定20__年各阶段自身区域促销工作。

以上是我对20__年3个月工作的总结以及20__年工作的计划，前面所有的准备只为提高销售、减少负毛利的产生，我对未来有很大的信心，希望公司多支持我的工作，我会尽全力努力做到更好。

律回春晖渐，万象始更新律。我们在告别成绩斐然的20__之际，迎来了充满希望的20__。过去的一年里，作为区域经理，我在上级领导的正确领导下以及广大同事的大力支持下，突出重点、狠抓落实，较好地完成了本职工作。现将本年度的工作情况向大家作如下汇报，请大家评议，多提宝贵意见。

一、加强学习，把握市场动向

我深知区域经理肩负着重大的职责。要成为一名合格的区域经理，我必须具备较高的从业素质。因此，在工作之余，我常常学习业务知识，了解市场动态，以提高对市场动向的敏锐度。同时，认真分析各个站点的运营情况，及时改进运营管理中的不足，确保十四个站点均能高效、稳定地运转。另外，我们尝试了投币充电的相关业务，但由于前期准备不足和其它方面的影响，导致7个站点在这方面的业务较差，为避免对其它主业的影响，最终决定取消该业务。

二、爱岗敬业，认真完成各项工作

工作以来，我始终坚持“精益求精、一丝不苟”的工作态度，事无巨细，都以高度的责任感去对待。除了做好各站点的运营工作外，还重点做好下列工作：

1、做好对亭内外的卫生检查工作，保持亭四周的环境卫生、整洁，为大家营造一个舒适的工作环境。

2、检查车辆数目，并认真登记车辆损坏数量。

3、每周不定期在中午或晚上对管理员在岗与脱岗情况进行督查，进一步提高管理人员的责任意识与在岗意识。

4、根据客户要求，努力跑广告，但由于市场形势严峻，个人经验缺乏，未能完成这项任务。

三、强调服务品质，巩固客户群体

20__年以来，__行业的竞争形势日益严峻。为确保公司各项业务的顺利发展，我在分析行业现状及市场动向的基础上，结合分管站点的营销情况，提出了合理化建议。其中，特别强调服务质量，优化服务手段，在巩固老客户的同时，吸纳更多新客户，收到了不错的效果。

四、存在的不足

虽然通过大家的共同努力，获得了不错的区域销售业绩。但面对竞争日益激烈的市场，我觉得我们的工作仍存在一些不足：

一是销售团队业务水平有待进一步提升。

二是由于同行竞争激烈，销售队伍稳定性较差。

三是销售渠道比较单一，不够稳定。

就我个人来说，业务水平有待进一步提高，办事缺乏创新意识，有时不够冷静。因此，导致广告业务这块工作做得还不够好。

五、工作计划

针对上述问题，我打算围绕以下几点开展20__年的工作：

(一)带头抓学习，不断提高整体业务水平

在工作中，我要带头学习，学习相关业务知识，销售技巧，公司的规章制度，进一步提高整体的业务水平。同时，在工作中要关心同事，了解他们的诉求，更好地为他们解决实际问题，增强团队凝聚力。

(二)明确工作目标，制定工作计划

根据20__年公司下达的工作指标，结合市场情况，确定具体的工作目标，并出台相应的工作计划。围绕工作计划，合理部署、科学安排，力争圆满完成各项任务。尤其是商务广告业务这块，我要加倍努力，多借鉴他人的好经验、好做法，创新思路，大胆进取，积极协调，力争顺利完成月任务、年度任务。

(三)增强创新意识，积极开拓更多市场

为抢占更多的市场份额，我必须不断增强创新意识，用发展的眼光，创新的理念，进一步稳定现有销售渠道，开辟新的销售渠道，使销售方式更加多元化，带领大家共同开辟更多的市场。目前，我打算在长江北路经营一个小卖部，以此为切入点，逐步推入公司产品。

最后，借此机会，我衷心地向在工作中给予我关心、帮助、支持的各位领导、各位同事，说一声“谢谢！”并值此新春来临之际，向大家拜个早年，祝大家“马年行大运，马到功成！”

华南市场(广东、广西、福建)在公司的支持下，迅速扩展销售渠道，并于年中重新开发被一度放弃的海南市场。完成销售任务，回款同期增长26.68%，现就一年来的工作总结如下：

销售回顾

华南市场由于中小品牌众多，迪彩、亮庄、蒂花之秀这类新品牌又切入终端卖场抢占份额，20__年和20__年都处于销售下滑态势。今年能止跌，并实现23.48%的增长，主要居于两个方面的原因：一是收回沃尔玛的经营权。沃尔玛之前一直由经销商供货、结款，我们提供促销人员和促销活动支持，经销商享受利润。由于经销经营资金有限，沃尔玛新店逐渐增加，经销商从前年底开始就经常不能满足沃尔玛订单需求；同时，经销商对利润要求高，对店方基本上没有销售支持，造成沃尔玛对我们品牌不够重视，给予的陈列或堆码支持都较少。这些原因直接影响到销售的增长，去年底开始与经销商协商，于今年初成功收回沃尔玛的经营权。沃尔玛转为公司直营后，没有再出现断货情况，加大对店方的促销支持，沃尔玛全年直接增加销售920万元。

另一方面，重新开发海南市场。海南市场前年因为经销商原因被公司放弃，今年6月份寻找新的经销商合作，重新启动运作，半年时间直接增加销售372万元。(分析增长的主要原因，销售是有来源的，没有平白无故的增长或下滑。你的区域增长，公司管理层首先投来的不一定是肯定的目光，也许是质疑：是不是窜货？是下面省办经理自己表现好吧，大区经理对增长有没起到决定作用？管理层所站的角度不一样，思考问题的方式也有差异，不能主观的认为管理层什么都知道，很多误会常常因为不沟通而发生。增长，是因为什么？下滑，是什么原因？客观的写出来，既可以减少误会，更可以体现自己一直在市场一线，市场的发展是和自己的规划与运作分不开的，作为大区经理，自己并不是“甩手掌柜”。当然，销售下滑，自己也首当其冲的承担责任。)

经营分析

按年初预算，华南大区销售费用点数为27%，利润指标为10%。由于我们是以终端销售为主，需要配置大量的促销人员，销售代表和内勤人员也相对较多，所以人员工资一直居高不下，在14.5%左右徘徊，占销售费用很大比重。华南市场因为费用高居不下，已经连续两年没有完成利润指标。

为降低销售费用，提高经营利润，华南主要做两个方面的调整：一是优化人员。省办经理带头兼省办所在区域经理、区域经理兼部分卖场管理工作，整个华南市场直接减少销售代表15名；核定每个省办含仓管、文员、出纳内勤人数为3名，不能随意增加。另一方面，改变卖场的投入方式。之前由于多年终端销售习惯，只要是上货，销售达到3000元的卖场，都会配置1名促销人员，人均产出极不合理。今年作调整，撤掉单店产出在4500元以下的驻店促销人员。同时加大家乐福、百佳、好又多、沃尔玛、吉之岛、华联(广西)、柳州佳用连锁(已被联华兼并)等重点零售卖场的投入，通过提高单产来降低销售费用。通过这两项工作，人均单产从20__年9.5万/人提高至12.4万/人，直接降低销售费用。(在一年销售工作中，一些事件或决策直接影响到经营结果。分析

经营状况，重点在于分析这些对经营结果产生重大影响的销售事件或决策。一个方面是展现自己的经营能力，体现整个销售团队的工作业绩；另一方面，是为管理层提供一些新的工作方法和工作思路，有利于将优秀的工作方法在全国推广，以提升整个公司的销售业绩，而不是自己“偷着乐”。)

存在问题

华南市场虽然销售增长，但仍存在较大问题，尤其表现为销售队伍不稳定和销售渠道不够下沉两个方面。

销售队伍不稳定，由于广东市场大小日化品牌众多，整个华南市场对日化类销售人才需求过剩。一些中小品牌为吸引有经验的销售人员和取得经销商资料，往往以高薪引诱，导致成熟品牌的销售人员流失。今年年初从兄弟市场调到广东市场8名资深区域经理，有4名跳槽至同类中小品牌，1名辞职，直接影响到广东市场工作。

销售渠道不够下沉，以目前重点投入大型卖场，保护经销商利润的销售模式，使得我们的产品停留在一二级市场销售，三四级县级市场和工业区外来工聚居地很难见到我们的产品销售。这主要由于产品销售多年，价格已经透明，三四级县级市场分销商销售利润空间小，失去销售我们产品的积极性。而我们把精力和销售支持集中于一二级市场大型零售卖场，对三四级县级分销商无投入和支持，很多中小品牌却趁着这个时机，在三四级县级市场和工业区外来工聚居地加速市场开发速度和加大销售投入，树立稳固的销售地位。(客观汇报市场上所存在的问题，不是叫苦。而是分析问题所在，以便自己找到解决问题的办法，把今年的问题变成明年市场工作的机会。让公司管理层真实的解这些问题，也为下一步你自己争取销售政策支持打下基础。不要担心谈问题，销售的过程本来就是解决问题的过程，如果有完美的市场，就没有营销人存在的理由。大部分公司管理层都明白这个道理。)

经验总结

今年最值得一提的销售成果，是准确的把握到护发类产品销售的上升趋势，加大护发类产品的推广力度，使得护发类产品销售直接增长120%，尤其是150ml护发素在沃尔玛、家乐福、百佳、柳州佳用连锁的销售排名，从5月到11月一直保持护发类第一，销售瓶数比蜂花护发素还多。

对于护发产品的推广，主要是围绕销售终端做如下几个方面的工作：

- 1、制作大量的店内灯箱。年初一开始，就要求营业面积在5000平方米以上的零售卖场必须制作不小于1.5平方米的店内广告灯箱一个。如在南宁民族宫华联店内就发布一个3平方米的护发素广告灯箱；
- 2、大量店内试用装免费派发。今年3月至5月，整个华南市场在零售卖场门前或店内免费派发护发素试用装共120万份。后期，经常有终端促销员反映很多顾客是因为试用后感觉好来终端购买。
- 3、重点促销。每月，家乐福、百佳、好又多、沃尔玛、吉之岛、华联(广西)、柳州佳用连锁这类重点卖场都安排至少一期dm促销或店内端架促销，直接提升销售。
- 4、培训。对促销员分4期进行护发知识和护发素销售知识培训，强化促销员的专业能力，为向

消费者推荐护发产品提供理论基础。(亮点, 工作的亮点。在读你的总结之前, 可能已经读其它大区经理的总结, 或是读完你的还要读别人的, 中间也许还有文员进来签字打权;如果是集体开会作汇报, 走神的更多。如何让管理层不仅记住你的销售增长, 还能记住你为实现销售的增长, 想不少办法, 做大量的工作, 工作亮点的汇报就显得尤其重要。销售做到今天, 奇招可能不会太多, 但是通过大量的信息收集对市场作出准确的判断, 改变陈旧的销售办法以实现销售的突破, 这样例子是很多的。重点在于你是否做?做是否总结汇报?或者是你管辖的某个区域做, 你是否及时的总结提升并在各个区域推广?工作亮点的汇报并不是单纯的表功, 更是与公司管理层的互动沟通, 让公司管理层看到你在用心工作, 努力进取, 而不是“坐吃山空”。

到郑州已经两天了, 昨天早上由于下雨火车晚点了将近一个小时, 快7点才到郑州, 安排好住宿, 洗漱完就和这边的经理吴灵敏定好10点在北京华联店见面, 区域经理工作总结。由于各店相距不是很远, 很快又转了其他几个店, 发现大上海这个店客流量很大, 当时建议在这个店摆台搞活动, 吴灵敏及时找到店内沟通, 大概中午12点左右我们的促销台就摆好了, 由于当时还没有接到赠品, 我们决定暂时利用店内现有的赠品, 由于是周末短促也在, 店里的长短促两个人给我感觉都挺好的, 又积极又踏实, 当天销售比平时有明显增长, 一周总业绩也有了很大的提升。

首先, 是订货问题, 促销员反映公司规定只能每周三订货, 每次大概需要4天时间, 总是赶在周日或周一, 比如本周三定的茉莉眼胶直到今天也没收到, 可是店里从昨天就断货了, 这样挺耽误销售的, 能否协调一下可以随时订货。

再有, 这两天有几个老顾客拿着空瓶过来的, 要求减10元(因为她们知道沃尔玛店和曼哈顿店都可以, 这两个店属直营店, 尤其沃尔玛店离我们步行不到10分钟), 知道我们不允许时就都走了, 店员也反映最近有这种情况, 挺影响销售的。还有就是宣传单页问题, 这边几乎没有, 只有一本台历, 没有办法派发, 另外我觉得象大上海这种店通过这两天的促销还是挺有潜力的能否考虑上两个促销员。

工作计划: 接下来我和吴灵敏商量了一下, 想利用周二客流较少的日子统一给大家培训一下产品知识和销售技巧。再有听说过两天直营那边也要在这边有一场大型培训会, 建议是否可以考虑让这边促销员也能参加一下。

更多工作总结 请访问 <https://xiaorob.com/zongjie/gongzuozongjie/>

文章生成PDF付费下载功能, 由[ECMS帝国之家](#)开发