# 2025年白酒年度工作总结(精选八篇)

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2025-07-27

*白酒年度工作总结一自去年以来，集团公司就针对金融危机采取了一系列措施，今年在稳固原有措施的基础上，注重练好内功，积极自救。努力提升管理模式，开源节流、增收减支，降低成本；重新审视并合理调整费用预算，削减不必要开支，维持充足的现金，确保资金周...*

**白酒年度工作总结一**

自去年以来，集团公司就针对金融危机采取了一系列措施，今年在稳固原有措施的基础上，注重练好内功，积极自救。努力提升管理模式，开源节流、增收减支，降低成本；重新审视并合理调整费用预算，削减不必要开支，维持充足的现金，确保资金周转顺畅；在企业创新管理上，学习感恩，进行组织流程再造，调整组织机构；不断完善规章制度，加大考核力度，使之更贴近生产与市场实际；积极采取合理的激励机制，重新筛选客户，维护好老客户，拓展新客户，利用这次金融危机积累优质客户。同时，我们的广大干部职工团结一致，立足本职，不断创新，齐心协力与企业共渡难关。避免了集团公司经济的大起大落，保障了企业经济的正常运行，极大降低了经济危机的影响。

白酒方面，今年公司加大了对业务员的监督考核力度，优胜劣汰，逐步培养起了业务人员沟通、协调、团结、奋进的良好工作习惯，促使业务人员的集体观念、团队意识、爱岗敬业等整体素质得到了不断提高，对外不断缔造厂商合作新模式，调整产品结构，打造强势品牌，巩固核心市场，拓展新市常紧跟市场消费需求的脚步，围绕市场求发展。在危机影响逐步显现时，我们紧紧把握市场需求的脉搏，主动抢占市场优势，积极开发适销对路、价格适中的新产品，迎合广大消费者的消费需求。

生化产品销售方面，两酸产品受金融危机影响比较大，特别是葡萄糖酸钠，今年的竞争异常激烈，越来越多的生产企业来抢夺这块市场，令市场价格处于混乱无序的杂乱状态，无疑为我们的销售工作雪上加霜。我们提前主动与客户沟通协商，一方面提高产品销售价格，依靠集团公司的良好信誉、一流的产品质量、稳定的供货能力，与几个大的国际客户建立了长期稳定的合作关系，签订了长期合作协议；另一方面，我们加大了新客户、新领域的开发力度，主动出击，联系一切可以利用的力量，完善市场销售渠道，争取更大的市场份额，将对衣康酸和葡萄糖酸钠的销售影响降到了最低。上半年实现了公司新产品汽车尾汽净化液的出口，保障了利润空间。

产品质量永远是我们琅琊台品牌最有力的营销武器。无论是白酒，还是生化产品以及其他产品，我们始终把产品质量摆在工作的首要位置，坚实琅琊台品牌的发展基矗人品决定酒品，酒品代表人品。白酒方面，我们从提高大曲质量、加强窖池保养、改善酒的口感与风味、改进包装质量等多个方面，不断提高琅琊台酒的质量，努力做到风格突出、质量上乘、样式新颖，从产品质量上提高琅琊台品牌的市场竞争力。同时，我们结合市场变化加强新产品的开发力度，开发价格适中、适合不同消费群体、不同消费需求的新产品，满足广大消费者的需求。另外，上半年各级质监部门、卫生部门多次对公司产品进行抽检，合格率保持100%，产品出厂后没有发生大的质量问题和较严重的客户投诉，这对我们的产品质量也是一种肯定。

面对严峻的经济形势，生化产品更要树立牢固的产品质量观。科一、科二公司通过改进优化两酸的生产工艺、筛选优良菌株、提高产酸率与提纯率，降低生产成本，提高产品质量。用过硬的产品质量来赢得客户的信赖，用诚信来稳固与客户的合作关系、开拓新市常瑞民公司上半年已经逐步展开肥料产品的推广以及后续新产品的开发工作，今后瑞民公司要使生物肥料系列化、细致化，产量不断扩大，力争把全部有机酸下脚料处理掉，加大销售力度，使生物肥成为集团经济发展的一个新增长点。

**白酒年度工作总结二**

加入ｘｘ商贸公司一年时间了，回想起来时间过得还挺快的，自从公司对产品调整了销售方式及销售知识的培训与操作，让我融入到了这种工作环境与工作模式，虽然付出的劳动没有得到结果，很多次对我的打击也不小，但我相信付出总有回报，努力了就会有希望，不努力就一定不会有希望，成功是给有准备的人。

在各位领导及各位同事的支持帮助下，我不断加强工作能力，本着对工作精益求精的态度认真地完成了自己所承担的各项的工作任务，现将我的一些销售心得工作总结如下：

1、不要轻易反驳客户，先聆听客户的需求，就算有意见与自己不和也要委婉的反驳，对客户予以肯定态度，学会赞美客户。

2、向客户请教，要做到不耻下问，不要不懂装懂虚心听取客户的要求。

3、实事求是，针对不同的客户才能实事求是。

4、知己知彼，扬长避短。

做为一名合格的销售人员首先要对自己所销售的产品非常熟悉了解，了解自己的产品优点与缺点，适合哪些客户群体，当然对竞争对手也不要忽略，要有针对性的了解对于产品的优势与劣势，才能对症下药，用我们优势战胜客户的劣势。

5、勤奋与自信，与客户交流时声音要宏亮，注意语气、语速，想客户之所想，急客户之所急。

7、取得客户信任，要从朋友做起，情感沟通，关心客户学会感情投资。

8、应变能力要强，反映要敏捷，为了兴趣做事。

9、相互信任，销售产品就是销售自己，认同产品，先人品后产品。

10、注意仪表、仪态，礼貌待人，文明用语。

11、心态平衡，不要急于求成，熟语说：“心如波澜，而如湖水。”

12、认客户先“痛”后“痒”。

13、不要在客户面前诋毁同行，揭同行的短。

14、学会“进退战略”。

一、认真学习，努力提高。

我必须要大量学习行业的相关知识，及销售人员的相关知识，才能在时代的不断发展变化中不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代变化而变化，要适应工作需要唯一的方式就是加强学习。

二、脚踏实地努力工作。

作为一名白酒销售员，不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重考虑，做到能独当一面。有一定的承受压力能力，勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题，认真对待本职工作和领导交办的每一件事。认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不敷衍。

三、存在的问题

主要是：

1、针对客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。

2、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

总之，在工作中，我通过努力学习和不断摸索，收获非常大，我坚信工作只要用心努力去做，就一定能够做好。

回首xxx，展望xxx!祝公司在新的一年里生意兴隆，财源滚滚!也祝自己在新的一年里业绩飙升!

**白酒年度工作总结三**

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的xx年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。 xx年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然xx年的全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动，紧接着又是全国性的严打酒驾和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨-----

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

(一)、业绩回顾

1、年度总现金回款110万，超额完成公司规定的任务;

2、成功开发了四个新客户;

3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作;

(二)、业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有

a 、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了!

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小);

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心;

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于xx年11月份决定以金乡为核心运作xx市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了;

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了;

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了;

4、对整体市场认识的高度有待提升;

5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒――沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护----)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3、xx市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点

(1)、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖;

(2)、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充;

4、整个xx年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源!

分页阅读第1页：白酒销售年度工作总结第2页：部分老市场的工作开展和问题处理

四、xx年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致xx年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

1、滕州：虽然公司有费用但必须再回款，以多发部分比例的货的形式解决的，双方都能接受和理解;

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售;

3、泗水：同滕州

4、峄城：尚未解决

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。四、“办事处加经销商”运作模式运作区域市场

根据公司实际情况和近年来的市场状况，我们一直都在摸索着一条运作市场的捷径，真正体现“办事处加经销商”运作的功效，但必须符合以下条件

1、市场环境要好，即使不是太好但也不能太差，比如地方保护过于严重、地方就太强等;

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等;

办事处运作的具体事宜

1、管理办事处化，人员本土化;

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群;

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户;

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用;

五、对公司的几点建议

1、加强产品方面的硬件投入，产品的第一印象要给人一种“物有所值、物超所值”的感觉;

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性;

3、集中优势资源聚焦样板市场;

4、注重品牌形象的塑造。

总之xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的xx年，站在xx年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累!

**白酒年度工作总结四**

转眼20xx年上半年已经结束，为了更好的开展下半年的工作，我就上半年的工作做一个全面而详实的总结，目的在于吸取教训、提高自己，以至于把下半年的工作做的更好，完成公司下达的销售任务

和各项工作。

1、销售指标的完成情况

上半年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。

根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交流和引导，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。按照公司对商超、酒店及零店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。在店面和柜台干净整齐、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。

上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的\*\*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。

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，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司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。

根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，并及时报送销售周报表、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20xx年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

尽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。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

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。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，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。

\*\*市场的销售渠道比较单一，大部分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。

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司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，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，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，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。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。

最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予更多的批评指正、指导和支持。

**白酒年度工作总结五**

转眼间，20xx年已将过去，我现在已是河套酒业的正式员工。

回首近一年来的工作，我已逐渐融入到这个大集体之中。现根椐近一年来的工作实践、经验和教训，秉承实事求是的原则，回顾这段时间的工作历程：

首先要感谢办事处领导对我个人工作能力的信任，在总厂分配销售人员去往各大办事处时将我留在呼办继续担任业务工作，并分配到旗县部担任驻武川业务员，这使我对在呼办实习期间的工作表现给予充分的肯定，让我在日后的整个工作过程中深感欣慰、倍受鼓舞，更让我充满更多的工作热情和工作动力。

我将铭记这份知遇之情，并将融入我的工作历程之中，我更会努力奋斗以更好的业务成绩来回报办事处领导的信任。再次是感谢旗县部经理在工作上对我的教导，以及在生活上的照顾。

在工作上遇到困难的时候，经理会主动与我进行良好恰当的沟通，纠正我的工作思路和工作想法，以使我的业务工作能更顺利的\'开展。

1、工作敬业表现、素质修养逐渐提高第一次接触什么是爱岗敬业，什么是要有强烈的责任感和事业心，怎样积极主动认真的学习专业知识，工作态度要端正，要认真负责。

我作为旗县部的业务员，深深地感到肩负的重任，作为河套酒业以及呼市办事处在武川的窗口，自己的一言一行也同时代表了公司的形象。热爱本职工作，能够正确认真的对待每一项工作，认真遵守劳动纪律，保证按时出勤，坚守岗位都是必须做到的！所以提高自身的素质就变的尤为重要，必须高标准、高规格的要求自己，加强自己的业务技能。

2、销售知识、工作能力和业务水平的锻炼我今年4月份来到办事处实习，系分到餐饮部担任部门基本业务工作，协助部门经理做好一些琐碎工作。为了更好的完成基本工作，我不断向领导请教、向同事学习，并从中自己摸索实践，尽量在短的时间内理清部门工作，熟悉了业务流程，明确工作的程序、方向，在具体的工作中形成了一个清晰的工作思路。

在8月份正式来办事处工作后，我本着超越自我，追求完美。这一高目标，开拓创新意识，积极圆满的完成领导分配的各项工作，并在余限的时间里，通过武川客户引荐和部分政府、各企事业单位的领导、职工接触洽谈，为下一步工作打好基础。

由于心里对酒量的抵触，在招待时总不能游刃有余，随每次酒桌上都不断的学习酒中的文化和学问，并强制自己练酒量，在酒桌上向同事、向经理学习说话办事的方法与技巧！这也是我今后的必修课，一定要在这方面加强锻炼！

3、认真、按时、高效率地完成办事处领导分配的其它工作为了办事处工作更全面更顺利的进行，以及部门之间的工作协调关系，除了做好本职工作之外，还积极配合其他同事做好工作。工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成。

另一方面也积极考虑尽力将工作做的更加完善。并在开展工作之前做好个人工作计划，有主次的先后及时的完成各项工作，并达到预期的效果，保质保量的完成业务工作，同时在工作中学习各个方面的知识，努力锻炼自己，经过不懈的努力，使工作水平有了较长足的进步。

1、自身心态的不成熟性情很不够稳重。不管有点什么小事情、小状况，都把当时的反应都表现在脸上，当工作比较顺利、达到个人短时间内的预期目标的时候，我的心态就会有点跳，不够稳重，有点忘乎所以。

也许是刚毕业自身阅历的欠缺，做起事情来总是有点慌张，不够稳，但刚毕业绝对不是理由，在日后的工作中我会努力克服自己的弱点，让自己更适合干这份工作！心态的耐性还不够。作为旗县业务员相对而言比较孤单，环境、工作流程都显的有点单调和循规蹈矩，有些时候就座不住了，总想回呼市转转，整个人也显得有点颓废，不够精神，然而经过一段时间的磨练和调整，我现完全可以应对现有的工作任务和工作环境。

将自己的年少轻狂抛掉，平淡的对待事情的发展，将眼光放得更长远一些，将目标定得更高一些，这样才能在工作中给自己带来更大的挑战，才能在工作中给自己到来更大的工作刺激，只有这样才能在工作中给自己带来更大的工作兴趣。

2、工作能力的欠缺把握客户心态不够准确。

**白酒年度工作总结六**

20xx年上半，我们第一经营部在领导的正确领导下，在全体同仁的共同努力下取得了一些成绩，为了更好的开展下年的销售工作，总结经验、吸取教训，现将20xx年的工作总结如下：

酒20xx年实现销售收入924.79万元，较去年同期下降9.95%。其中酒六年完成销售额120.91万元，占总销售额的14.56%，福酒完成销售额374.65万元，占总销售额的45.39%，完成销售额11.97万元，占总销售额的1.45%，完成销售额103.23万元，占总销售额的12.50%，完成销售额159.39万元，占总销售额的19.30%，完成销售额34.96万元，占总销售额的6.90%。

从以上指标可以看出来，低挡酒的销售比例占多半，中档酒的销售比例太小，销售层次、比例不协调，地区发展不均衡。

1、在20xx年的销售工作中，对内加大了对业务人员的监督考核力度，优胜劣汰，逐步培养起了业务人员沟通、协调能力，对外不断寻求厂商合作新模式，调整产品结构，巩固核心市场，拓展新市场，紧跟市场消费需求的脚步，围绕市场需求发展。在白酒销售势态不明朗的情况下，积极开发适销对路、价格适中的新产品，迎合广大消费者的消费需求。

2、白酒的销售方面，工作方法灵活机动，一个市场一个策略，甚至一店一策，将成熟市场做精做细，在差异化、具体化上做足功夫。上半年的销售工作不拘一格，就个别市场进行了会议营销，取得了不错的销量，同时在配备新颖独特的箱外礼品基础上进行了大面积的铺市、压货，提高了市场占有率，稳定了市场。

3、销售工作走精耕路线，重点做好核心市场，以xx地区为骨干龙头，兼顾其他二三级市场。具体操作中将经销商、业务人员、市场任务结合起来形成利益共同体，与客户真诚沟通、紧密联系、同呼吸共命运，打造一批畅销市场、基础市场。同时致力发展外围市场逐步恢复产品的区域布局，使销售区域达到平衡。

4、经过半年多的努力，酒现已经成功上市，目前还处于招商阶段。

20xx年的工作中也存在不足的地方，外围的二三线市场比较低迷，开发力度不够，销售人员的基础工作不是很扎实，对核心分销客户的掌控明显不力，核心市场还有待于进一步的深挖。

1、低档酒的零售会受到一定的影响，我们的工作重心应放在核心分销客户上，一定要做好城区、乡镇的卖酒大户的客情工作，同时要广泛联系落实学宴用酒，在一定程度上销量的提升取决于宴会用酒的多少，在这一点上一定要做好。

2、加强白酒的招商工作，招商成功后，公司给予重奖，提成按直提计算。

3、目前是新品入市的最佳时期，也是御赐佳酿招商的最佳时机，因此，要全面进行招商工作，对于招商成功的市场业务员、区域经理进行重奖。奖励标准：首单提货500件的市场，业务员(区域经理)奖励500元，首单提货1000件的市场，业务员(区域经理)奖励1000元。另外，提成按直提计算，不计销量，业务员每件提1.5元，区域经理每件1元。

最后预祝大家在20xx的销售工作中再接再厉，取得更好的成绩。

**白酒年度工作总结七**

白酒一直传承久远，逢年过节，还是日常生活都离不开酒，就也成为了重要的生活用品，对于我们来说我们公司打的是送礼的酒，高档次高规格符合客户送礼要求的酒。同样行业内竞争也非常激烈，想要闯出一席之地，就要有自己的体色，让更多的客户了解和熟知，这才是我们的目的。

为了广开销路，扩展渠道，铺开市场，迎合新时代的需要，我们公司也成立了线上店铺，线上销售，线下的实体酒店同样也是必不可少的，很多人对于就很认可，但是也担心我们的酒的品质，就会留意我们的白酒具体效果，线下的酒店，就成为了客户参观和体验的一个实体店铺，让客户可以真实的感受到酒的醇香，感受到酒的真是，让我们美酒传播更广。

由于线下的酒店商铺辐射的范围有限，最多也就只能辐射到周边地区，虽然酒是必须品但是同样也会饱和，我以前是在线下销售，线下购买的人虽然会分季节分时间段买，但想要做的更大就还需要我们打开更大的局面，做出更好的就，我自从负责线上销售之后，明显我们酒业销售额逐年提升，认识到我们的人月月来越多，承认我们的人也越来越多我们也有了耕读的客户，更多的认可。

在销售的时候我们公司力求七天无理由退货，这是对客户的一个认同，当然这也让我们线上店铺销售而受到了很大的打击，应为在这过程中因为客户的不了解不清楚让我们损失很多，但之后我们调整了方针政策，做好了新的规划，在销售的时候把酒的所有信息都明确做好明确摆正，诚实的对待客户从而也得到了客户的真诚，不夸大我们酒的效果，经得起检验也可以承受的住大家的考验这也让我们有了更多的渠道和销售，从而让我们收获更多，接受更多。

销售不能不了解酒，销售不能不懂酒，作为一个合格的销售人员对就的基本信息都清楚，明白，当客户询问的时候才能够让客户知道我们并不是一个不懂酒的人，因为懂得所以才能够得到尊重，因为做到才能够令人信服。这是销售的学问，同样需要经过多年的工作熏陶，经过多年的工作考验才能让我们有更好的工作环境，有更好的销售额。

所以在销售的时候对客户多一分敬畏，多一分真诚，这才能得到客户的认可，才能得到客户的青睐，既然有了好酒就要把这些就给需要的人，就要让客户信赖我们，从而承认我们，线上店铺通过大家一致的努力有了现在的规模有了现在的客户数量，一个靠酒品质好，一个靠销售靠谱，在今后工作中我一定会把更多的酒买个更多的人。

**白酒年度工作总结八**

酒水食品随着人们生活水平的提高，人们在饮食方面更加注重营养和科学，更加讲究品位和个性。以下是小编整理提供了高端白酒销售技巧，欢迎参考。

高端白酒的终端体现在许多方面，按传统的思路去分析主要有酒店、卖场、酒吧、超市和百货店，如果是拓展思路，实施嫁接营销，其终端可以延伸到婚纱影楼、烟草专卖店、户外等等，营销和抢占终端，一是要对终端细分，分为abc，进行分类管理;二是需要在策略方面进行促销，如系列化、生动化的产品排列、如针对不同对象的促销、如捆绑销售等等;三是要在终端利用人员进行推销，在户外进行推销，既要吸引顾客走进来，又要主动走出去。得终端者得的天下。

(一)酒店终端

酒店终端是高端白酒商家必争之地，对于酒店终端的促销，主要有三个群体：

一是主流酒店老板。

高端白酒销售，尤其是中高端，其消费主要集中在酒店终端。酒店老板在高端白酒销售环节上充当的角色至关重要。高端白酒要进入酒店，除了给予酒店一笔数额巨大的进场费外，还必须要针对酒店老板开展促销，只有这样，才能一方面通过酒店老板直接向消费者推销高端白酒产品，另一方面能够保证产品在酒店开展的活动能正常进行。在高端白酒终端给予酒店老板直接利益，激发酒店老板积极性推销高端白酒新产品，主要以铺货返利和销售返点两种常用方式，满足酒店老板的心理期望值，如对高端白酒销售达到一定量的酒店，定期组织酒店老板外出旅游，为参加企业准备酒店管理、员工管理等相关培训。

二是酒店促销员

高端白酒销售过程的最后一个环节，就是酒店促销员或服务员将产品成功推荐给消费者，真正的高端白酒销售主要就是在酒店。这是产品销售尤其是高端白酒产品实现销售工作的最重要的一个环节，也是最后的“临门一脚”。在酒店配备具有良好形象和促销技巧的专职促销员，可以在很大程度上支撑品牌的口碑宣传，提升产品品牌的消费形象度，有效拉近产品和消费者之间的距离。需要招聘仪表端庄、得体、形象佳、语言表达流利的年轻女性专职促销员，并为她们从整体设计简洁不失其秀气的统一服装，风格要与产品品牌风格相一致，让她们熟悉促销产品品质及品牌，尤其是产品包装所的酒文化，让她们在推荐产品的时候传播其内在的文化，同时，可以在酒店由专职促销员组织一些具有娱乐性的节目，比如在酒店设置卡拉ok卡座，凡是饮用这个品牌的消费者都可以挑选专职促销员唱歌，或为朋友现场点歌之类的，也可以在晚宴上参加幸运抽奖等活动。

三是酒店消费者。

终端销售的最终目的就是让消费者购买产品，在针对消费者的促销过程中，可以采取许多创新的促销策略，如上演玩“币”风暴，瓶内设置外币或人民币;如掀起有奖促销，采用刮刮卡和礼品赠送等形式，设立极具文化与收藏价值的不同奖项礼品，集卡有奖活动等等，如在每瓶酒内放置制作精美的箔金书签，也可以将产品包装设计成精美古典的收藏品，而礼品设置则要注意其文化性、价值性、品位性。这样有助于高端白酒销售。

(二)卖场和超市终端

卖场和超市是仅次于酒店的第二大高端白酒销售终端，在这个终端的促销过程中，一是在强化pop广告和卖场广告，如新产品上市宣传画、吊旗、展示牌、如利用电视展示企业形象或产品生产过程等等;二是产品实行堆码管理，即将产品堆成垛放置在醒目位置或提供专柜陈列;三是可以为超市与卖场制作带有产品宣传标记的携带用品，如塑料袋、提篮等;四是在产品的培育期内，可配合实物促销，也可以采用捆绑销售或促销的方式切入;五是终端导购的培育，在卖场和超市，导购的用途非常大，对消费者的选择有巨大的影响，如察言观色的能力、差异化的形象、销售技巧等等

(三)婚纱影楼

婚宴市场作为高端白酒主要的市场之一，要想真正拓展婚宴渠道，借助婚纱影楼这个终端是有效的途径，这个群体的目标消费者需要得到包含更多利益承诺(精神与物质两方面)的商品和服务，不仅要卖喜酒，而是要结合婚庆服务做好文章。采用双向合作、联合促销的方式介入，争夺眼球，做到先声夺人，促进间接销售。首先，要博取影楼的好感，在影楼的促销中，主动提出将该品牌的高端白酒作为赠品，送给每对拍照的新人;其次，说服影楼留出专门一角供高端白酒进行陈列布置，发放喜帖及促销信息，努力营造婚庆专用酒的气氛;方法选择上，如可将“南瓜酒+某某婚纱摄影”捆绑促销，并设置较大幅度的让利，同时赠送婚庆配套服务等，给目标消费者实在的利益承诺。可以针对婚庆服务公司开展;可以结合当地著名的喜糖分销点或经营部。如可以在年历，海报，产品展示台，产品宣传单张，圆型与心型气球，喜字贴，来宾签到簿，请柬，座位安排表等工具上都需印制该高端白酒品牌的“slogan”，将喜庆、高雅、醒目有效结合;如购买高端白酒作为婚庆酒提供花车服务;如购买高端白酒赠送相应的红酒、喜糖等等。高端白酒销售点点滴滴做起。

(四)户外

为了快速抢占终端，走出去也是一种有效的策略，在商超这一块，户外活动一般都是配合商超来开展，但对于农村市场的开拓，户外路演是一种非常好的营销策略。在农村市场的开拓过程中，由于品牌还没真正形成，找准农村消费者的口味，培养和引导全体农村消费者一种全新的思维习惯与消费模式是高端白酒品牌培养未来市场(即农村市场)的主要突破口。针对这个终端的促销，户外路演效果比较好，因为当前他们都在为节日准备，在购买年货。如果利用赶集的时间在乡镇、集市举办户外路演，配合相应的促销活动，既能够提升品牌在这个群体中的形象，又能够促进销售。当然，户外路演需要前期宣传造势到位，需要更多人了解、认知，甚至直接产生购买行动，自然要众多的人知道并参与这个活动，才能达到户外路演的宣传和销售目的。

“渠道为王”、“终端制胜”，要营销终端，需要推动与拉动有效结合，在传播方面整合，针对终端的sp，需要有新由头、新卖点、新活动形式，善于借势和造势;需要促销性、公益性、权威性、新闻时事性。如某品牌的高端白酒推出选美活动，但要求是先喝三两该品牌的高端白酒，“醉美人”成为了议论的焦点;如某品牌的高端白酒推出子母酒，赢得了眼球;如推出工业旅游和体验活动;如推出经销商和终端培训计划;如实施分众传播等等。在终端的销售上，加强推的力度，特别是节庆活动、宴请活动、聚会等等，加强团购和进行捆绑销售，深度分销，不断抢占终端市场。

当然，高端白酒的终端还有许多，如社区店、如酒吧等等。在竞争日趋激烈化的今天，高端白酒销售将会决战终端，这需要高端白酒企业加强对终端的控制与销售，赢取消费者的消费权与偏好，细分终端，针对不同的终端进行促销。创新促销策略，不仅赢得眼球，更要赢得市场;不仅抢占现有终端，而且要精耕细作，赢取更大的市场，高端白酒销售量才能月新月异。

第一步：寻求资源支持

每年5~8月，酷暑逼人，是白酒厂商最难熬的日子，此时厂商基本上“马放南山，刀枪入库”，人、财、物按下不动。由于受“终端为王”观念影响，一方面零售商“等靠看”思想浓厚，厂家不主动说要促销，零售商也不动，任凭“淡季”泛滥。但随着淡季营销观念日益深入，许多酒类厂家已把淡季营销列为一年营销计划之中重要推广部分，积极与零售商合作，共同推动白酒淡季在终端的推广。因此零售商大可借机而动，寻求资助。

第二步：利用地利巧做堆头

堆头、货架、招牌、标语和广播，其中最有利因素当是堆头。商超堆头形式分为产品外箱盒、大的形象外盒、货架产品堆头和专门设计的形象展示台以及货架端架等，主要堆排在大通道中、门店出入口和收银处等。最常用为货架产品堆头。偌大一个大卖场、超市，增加一两个堆头不大会影响什么。

据专家长期研究发现，一个即使不起眼的物品，经过十次以上的目视率，也会感染目击者，容易产生消费欲望;一百个人同样一个地点目击同一个物品，至少也有3人/次会产生消费欲望和行为。一个大卖场一个关键地段的堆头就是起到这样作用：销售推拉、品牌展示。

第三步：捆绑销售拉动淡市

大型商超一般经营利润微薄，主要靠收取各种进场费来维持生计。特别是在淡季做白酒推广，是件吃力不讨好的事。如果是单凭商超自身推广，那更是无利可图。因此商超做淡季白酒终端促销，一个根本想法就是能做“无本生意”，不花钱照样促销。这就要求商超即做主导者更要做中间人，起到“拉郎配”作用，善用捆绑销售、联合促销达到目的。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找