

最新村为村民庆祝元旦节活动方案 庆祝元旦活动方案(模板10篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

销售部年终个人工作总结 销售部年终个人总结篇一

20xx年，注定是不平凡的一年。原材料成本增加，税率大调整，人民币不断升值在这样的大背景下，外贸在20xx年显得尤其艰难。忙忙碌碌的一年眼看又要过去了，又到了需要对自己的工作总结经验教训的时候了。

一、回忆过去

1、对新销售区域的拓展。

以越南市场为重点开拓市场，培养了3个新客户，到20xx年底止，总计销售金额为28万美金。从20xx年1月起，一共9个不同国家和地区的客户建立了商业合作关系。

2、注重品牌意识。

一个企业的发展壮大，品牌力量起着非常大的推动作用□20xx年成功把三锋品牌产品销售到斯里兰卡，就目前来说，销售情况良好。

3、对老客户的优质服务。

重点为乌克兰客户xx和意大利客户yy的跟踪和服务□xx在20xx年销售金额总计为32万美金，面对20xx年欧洲对eu2标准的实施，历时6个月□25cc汽油锯问题现也得到了解决。

二、总结现在

1、产品质量有待进一步的提高。

无论是公司的主打产品电链锯汽油锯还是小打小闹的冲钻角磨，质量投诉此起彼伏。这对销售工作的开展产生了极大的限制。再者，新产品的开发周期过长，就产生了老产品不成熟，新产品又不敢推荐的怪现象。

2、跟单工作的艰难。

按照公司以往的生产周期，一般为30—35天。以20xx年来衡量，远远超过这个周期。我们的推迟交货，直接影响到客户的销售计划，这对公司的信誉也会造成一定的影响。尤其是，每每到发货时，不是这种机器少一台就是那种机器少两台，不仅对工作带来了非常大的麻烦，客户那边更是不好交代。

三、展望未来

海外市场的开拓没有终点□20xx年对于20xx年来说只是起点。在摸索和经历中慢慢成长，而新的一年每一项拓展工作都需要领导的大力支持。市场是残酷的□20xx年必将是我更加兢兢业业工作的一年。生于忧患，死于安乐，如果20xx年注定是狂风骤雨，那么请让它来得更猛烈些吧。

我坚信，在拓展海外市场上，我们所做的每一步都是为了更好地销售我们的产品！

理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽

量使用自己的品牌；其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将某某品牌进入产品中；再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传；另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己某某品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光；最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题；如今我们在美国设立分公司，紧接着我们在伊朗成立分公司的想法，其一切都是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理；我们也不能忘记crm（客户关系管理）的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系炙手可热，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们！

销售部年终个人工作总结 销售部年终个人总结篇二

自从本人20_年加入_x珠宝以来也有1年的时间了。

在这一年的工作中，我不断的挑战自我，对工作兢兢业业，严格遵守商场的规章制度，在实践中磨练了工作能力，使我的业务水平有了较大的提高。

一、品德素质修养及职业道德

通过报纸，书籍，杂志的不断学习使自己爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，工作态度端正，认真负责，加强专业知识的学习，使自己不断的充电，这是销售珠宝信心的源泉。

二、工作质量成绩，效益和贡献

保质保量的完成工作，工作效率高，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，是自己的工作业绩有了长足的提高。

三、工作中的经验，销售是一门艺术

1. 认真的接待顾客做到3米问好，1米询问，微笑服务是关键，人为的制造一个轻松愉快的购物环境。

2. 充分展示珠宝饰品，由于多数顾客对珠宝知识缺乏了解，因此对珠宝首饰的展示十分重要，顾客对珠宝首饰的了解越多购买后的满足感越强烈，常言道：“满意”是顾客的广告。

3. 促进成交，由于珠宝首饰价值相对较高，因此，顾客在最后成交前压力重重，所以要营业员采取分心的方法减轻顾客的压力。

4. 熟悉珠宝的佩戴，保养，使用，产地，质量。

5. 售后服务，当顾客购买后营业员的工作并没有结束，应该详细介绍佩戴与保养知识，最后说一些祝福的话是顾客的心情愉悦。增进与顾客的感情，期待二次消费的发生。

6. 抓住每一次销售的机会，以的精神状态等待顾客的到来，注重自己的外表，衣着要干净得体，每天坚持化妆。

四、工作中的不足和努力方向

总结一年来的工作，尽管有不小的进步，但还是有很多改进

与不足的地方。比如，对珠宝首饰的了解还不够，还要加强学习，自己的销售技巧还应该提高，也需要学习这方面的知识，借鉴他人成功的经验很重要。有时候销售不好思想就消极，这是要不得地，消极思想是销售的敌人。对销售失败后的总结不够，每一次销售失败都有它的原因，比如对顾客推荐的珠宝是否符合顾客的需要，对顾客的态度是否生硬造成顾客的不满意。对顾客是否充分的展示了珠宝首饰?等等这些都需要想一想。作为一个柜长，就像一个带兵打仗的班长，冲在第一线影响，感染成员很重要，作为柜长首先要起到表率，模范带头作用，一个柜台就是一个集体，充分的团结才能释放能量。互相学习，互相进步。

总之，在这一年里我工作并快乐着!自从走出学校这座象牙塔，犹如温室里的花朵般的我便在选会上义无反顾的选中了现下我所在的公司：_珠宝。从x月份报道加入这个行业到现在，不知不觉中一年光景一晃而过。本来是被看好做茶叶销售的我，在我的坚持下最终被分配到珠宝销售部门并开始了人生当中全新的完全与专业无关的“历程”。

认真回顾这一年的时光，从一无所知到现在的游刃有余，无不载满了我的酸甜苦辣，不过，深深感谢正是因为这一切的历练才指引着我一步步慢慢走向成熟和稳重。

销售部年终个人工作总结 销售部年终个人总结篇三

还记得当同事已经打了好多通电话之后，我才敢打自己的第一通电话，当时拿电话的手都是颤抖的，心里竟然还在祈祷不要有人接电话。可是并不如我所愿，那边接起了电话，我一时之间竟不知道自己要说什么了：开始想好的那些话语都烟消云散了，后来就把话术都记在本子上慢慢年习惯了也就好了。到现在想想，那时真的是很傻的。

作为销售人员我感觉背负着挺大的工作压力。当面对背井离

乡孤军奋战时的寂寞时，当面对完不成销售任务的沮丧时，当面对部分蛮不讲理的客户时，一旦丢失了坚强的意志，那么就只能逃离营销这个职业或者浑浑噩噩过日子。尤其是做电话销售，热门思想汇报我们每天至少打五十个电话，每个月如果有十六个工作日，那每个月我们就要800个电话。可见我们要经受多少次的拒绝，我们听得最多的声音就是“拒绝”，如果不能激励自己，不能互相激励，那我们可能每天都会愁云罩面，每天都不想打电话，甚至看到电话头就痛，因为没有一个人会喜欢被拒绝的感觉。

在追求成功的时候，必然会碰到各种各样的困难、曲折、打击、不如意。可能这个世界上会有极少数的人，他的一生一路顺风，但是大部分的人，他都曾经遭遇过失败或正在遭遇失败，包括很多成功人士也是一样。除了要对自己当初确立的目标要有坚定的信心外，必须要不时回过头去，检验自己一路走来的足迹有没有偏离了轨道，有没有多走了弯路，如果走偏了就赶紧回来，赶紧修正，不时地总结和回顾，才能保证方向永远是正确的。正如常言道：“一个人不追求进步的同时就是在原地踏步”！

此时回头一想，我本人在工作中还是存在不少的缺点和不足之处，尤其最明显的一点就是马虎大意，在发传真的时候忘记该称呼有几次，甚至有次去开会竟然还把鞋子忘记了带，最后还是满天去借，此等性质的问题细节在生活中也是经常发生；打电话的时候还是不能够独立面对问题，在客户遇到问题的时候自己容易惊慌失措，不能镇定的稳住阵脚，就把电话直接塞给师傅或者其他同事了，这点来说，现在做的非常不好，包括打回访自己都不会去打，现在刚来了不到一个月的新人都可以自己面对这些问题，我这点就做的不够成功了，以后一定要努力改掉这个习惯，不能什么时候都依靠别人，要靠自己解决！

还有一点是平时工作和生活两者不能区分开来，有时工作中的烦恼会带到生活中，而生活中不愉快的心情也有时导致一

天的心情，当然这样是肯定不好的，因为一天没有好心情就直接决定能否有回执来报答一天的劳效!所以平时工作以及生活中，在自己给自己调解的同时要坚信：郁闷的人找郁闷的人，会更加郁闷。一定要找比自己成功的人，比自己愉快的人，他的愉快会感染会传染，就会找到力量和信心。

为今后做个打算，不能和以前一样从来不做总结，从来不设定目标，那样就像是一个无头苍蝇乱碰一天天的混日子了，没有目标性，一天不知道要有什么样的结果，在此一定明确了：至少一场会保持两个客户，不然一个月下来就八场会的话，自己来那么几个客户还不能保证是不是质量客户，那样签单的几率就太小了，至少在自己的努力中能够充实自己，给自己的同学一个榜样，给家里一个交待，能让所有关心自己的人放心，会认为我过的很好就ok了!

__年已成为过去，勇敢来挑战__年的成功，成功肯定会眷顾那些努力的人!绝对真理!

销售部年终个人工作总结 销售部年终个人总结篇四

xx年的一整年已经过去，新的挑战又在眼前。在一整年里，有压力也有挑战。年初的时候，房地产市场还没有完全复苏，那时的压力其实挺大的。客户有着重重顾虑，媒体有各种不利宣传，我却坚信xx地产的稳定性和升值潜力，在稍后的几个月里，房市回升，我和同事们抓紧时机，达到了公司指标，创造了不错了业绩。

在实践工作中，我又对销售有了新的体验，在此我总结几点与大家分享：

(一) 不做作，以诚相待，客户分辨的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之，你所说的一切，都将起到反效果。

（二）了解客户需求。第一时间了解客户所需要的，做针对性讲解，否则，所说的一切都是白费时间。

（三）推荐房源要有把握，了解所有的房子，包括它的优劣势，做到对客户的所有问题都有合理解释，但对于明显硬伤，则不要强词夺理，任何东西没有完美的，要使客户了解，如果你看到了完美的，那必定存在谎言。

（四）保持客户关系，每个客户都有各种人脉，只要保证他们对项目的喜爱，他们会将喜爱传递，资源无穷无尽。

（五）确定自己的身份，我们不是在卖房子，而是顾问，以我们的专业来帮助客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其它楼盘，都可以增加客户的信任度。

（六）团结、协作，好的团队所必需的。

自己也还存在一些需要改进之处：

一、有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。

二、对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

现今我已来工作半年多了，在一整年的工作中，本人的销售套数为69套，总销额为6千万。在今后的工作中，我要更加完

善自己，提升自己，增加各方面的知识和对xx各个地区的了解，不但要做好这个项目，更要跟着公司一起转战南北，开拓新的战场。

在此，我非常感谢领导给我的这次锻炼机会，我也会更加努力的去工作，去学习，交出自己满意的成绩单。

销售部年终个人工作总结 销售部年终个人总结篇五

20_年已经过去一大半了，在上个月底我们公司也开了半年的销售会议，公司领导在会议上也做了半年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司半年来的工作情景，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半年的工作做个总结，期望经过总结我们能够更好的认识自我和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展下半年的工作。

此刻我对我这半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。

首先自我能从产品知识入手，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，其次自我经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情景、存在问题及应对方案，以求共同提高。

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，从而到达销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自我的客户群。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，可是成功率比较高，价格也能够做得高些。像这样的客户就能够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。

二、主动进取，力求按时按量完成任务。

每一天主动进取的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情景，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，并且因为人与人都是有感情的，仅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最好机会。即使当时没有能立刻成交，可是他们会一向记得你的功劳的，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，是构成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们那里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情景，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，然后再承诺必须能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的办法。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，可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提高。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身的业务本事；再有时间还能够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，了解此刻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。仅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确定，遇到问题才能随机应变。

六、后半年的计划

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事_的数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我仅有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。虽然她比我早一段时间进公司，可是大家应对的同一个市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距仅有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自我的销售量，争取赶上他们。

我要给自我定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。这样才能每一天都明确的明白自我的任务，才能明确自我拜访客户的目的，提高拜访的质量。由于我上半年工作计划做

得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是异常熟悉，以至销量比较少，所有在下半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最终我要感激我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮忙，期望往后经过大家一齐努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

销售部年终个人工作总结 销售部年终个人总结篇六

近一个时期以来，营销中心在公司的指导下，开展了华中区域市场启动和推广、市场网络的建设、各区级批发单位的开发、部分终端客户的维护等工作。现将*个月来，营销中心阶段工作所取得的成绩、所存在的问题，作一简单的总结，并对营销中心下一步工作的开展提几点看法。

一言以蔽之，三句话：成绩是客观的，问题是存在的，总体上营销中心是在向前稳定发展的。

一、“5个一”的成绩客观存在1.启动、建设并巩固了一张全面行销所必需的分级营销网络体系华中区域市场现有医药流通参与商(商业公司或个体经营者)超过家，通过深入实际的调查与沟通，我们按照这些商业渠道的规模实力、资金信誉、品种结构、经营方向，将这些商业渠道进行了a□b□c分类管理，其中a类主要侧重于大流通批发;b类为二批和临床纯销户;c类为终端开发者。在这些客户中，我们直接或间接与之建立了货、款业务关系的近家;渠道客户掌控力为80%。

我们所拥有的这些渠道资源，为提高产品的市场普及率、占有率、迅速占领华中区域这一重点市场，提供了扎实的营销网络保证，这一点正是竞品企业所看重的。

2.培养并建立了一支熟悉业务运作流程而且相对稳定的行销

团队。

目前，营销中心在营销总监的总体规划下，共有业务人员@人，管理人员@人，后勤人员@人。各人员述职时间、行销经历参差不同，经过部门多次系统地培训和实际工作的历练后，各人员已完全熟悉了本岗位甚至相关岗位的业务运作的相关流程。

对业务人员，营销中心按业务对象和业务层次进行了层级划分，共分为终端业务员、区域主管和片区经理三个层级，各层级之间分工协作，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞，体现勤协作和互补的初衷。

这支营销队伍，工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为营销中心尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。你们是华中区域市场运作的生力军，是能够顺利启动华中区域市场并进行深度分销的人力资源保证。

我们起步虽晚，但我们要跑在前面！

3. 建立了一套系统的业务管理制度和办法。

在总结上半年工作的基础上，再加上这两个月来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于行销队伍及业务规划的管理办法，各项办法正在试运行之中。

首先，营销中心将出台针对“人力资源”的《营销中心业务人员考核办法》，对不同级别的业务人员的工作重点和对象作出明确的规范；对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。

第三，形成了“总结问题，提高自己”的内部沟通机制。及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重业务人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

4. 确保了一系列品种在华中区域终端市场上的占有率。
5. 实现了一笔为部门的正常运作提供经费保证的销售额和利润。

自开展工作以来，营销中心通过对本公司产品的市场开拓，相关竞品品种的大流通调拨，共实现了销售额万元；毛利润额万元，为整个营销中心和三个周边办事处的正常运转提供了及时的、足额的经费保证。

营销中心主管领导在建设并掌握营销网络的同时，通过各种途径为行销工作的顺利开展谋取利润，因此，营销中心整体可持续性发展的物质保障是不需担心的。

二、“3个无”的问题亟待解决问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒。

1. 无透明的过程虽然营销中心已运行了一套系统的管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是，没有形成按时汇报的机制和习惯，仅仅是局部人员口头汇报、间接转述，营销中心不能进行全面、及时的统计、规划和协调，从而导致部分区域的工作、计划、制度的执行和结果大打折扣。

2. 无互动的沟通营销中心是作为一个整体进行规划和核算的，一线工作人员、后勤人员、主管领导的三向互动沟通是内在的要求和发展的保障。营销中心需要及时、全面、顺畅地了解每个区域的一线状况，以便随时调整策略，任何知情不报、片面汇报的行为都是不利于整体发展的。

3. 无开放的心态同舟共济，人人有责！市场供需失衡的压力，同业风气的阻障，客观环境的不便，均对我们的行销工作产生了负动力。如果我们不能以开放豁达的心态、宽容理解的风格、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就不能更好地前进。我们知道，其他厂家内部滋生并蔓延着相互拆台、推

委责任、牵制消耗、煽风点火的不良风气，我们要警惕我们的队伍建设和自身进步，不要被不需在意的的人和事影响了我们的进步。

两军相遇勇者胜，智者相遇，人格胜。

4. 无规划的开发市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，并不是所有的区域都能够根据总体发展需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要线开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体的某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访和无信誉的行为，都有可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

三、5条建议仅供参考1. 重塑营销中心的角色职能定位。

在做网络的同时，做销量，创造利润和区域品牌。通过完善终端网络来提升产品销量和团队美誉度。

2. 建立金字塔式的营销结构，推行低重心营销策略。

在确保产品在终端“买得到”的同时，也要确保“卖得动”，有计划、多层次地开展“面向客户型”推广。不能只保证渠道中有水，还要创造让水流出去的“出口”。

3. 调整产品结构。

单渠道、多品类地“多量少批”产品购买是将来渠道客户向上采购的趋势。产品是终端市场运作的依托，宜精少而不宜杂多。营销中心将努力寻求个利润空间大、可操作性强、投入既有利益保障又有声誉回报的产品，这样终端销售会更有

积极性，客情关系会更加紧密。

4. 货款分离，变被动为主动。

业务人员主动出击，培养客户订货计划，以客户需求为导向，按需供货。货由专人(专车)发送;款由对应业务人员收回，一来可以改变“一天只能给一家客户送一个品种”的现状，提高工作效率;二来可以降低货款风险;三来可以促使出货渠道流畅。

5. 改变待遇分配机制。

工资：在完成基数任务的前提下，实行“隐性保密工资”，下不保底，上不封顶，由营销中心主管领导根据个人实际工作状况进行“模糊分配”。

奖励(提成)：经营销中心核算后将在年底统一分配。

既给压力，又给激励。大胆地拉开差距，奖罚并施，制造“贫富悬殊”，真正做到能者多劳，劳者多得。

总结：

“市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。

同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验”。

我们已经经历了足够的市场磨练，我坚信通过我们共同的奋斗，架好“支点”撬动市场，打造“势能”以便放大营销惯性，进行整合形成“拳头”能量，希望有一天，营销中心定

能成为吸引商业渠道、有选择地进行商品分销的最有份量的谈判筹码!我们一定能在疲软的经济里建功立业!

我们现在的确困难，单我们决不贫穷，因为我们有可以预见的未来!