

幼儿园教案碰碰船设计意图 幼儿园教学反思(精选6篇)

在经济发展迅速的今天，报告不再是罕见的东西，报告中提到的所有信息应该是准确无误的。通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

市场工作总结个人心得 市场调查报告格式篇一

广州自古以来就是国内服装产业的主要供应地，也是国外的主要服装加工基地，服装市场调查报告。随着服装产业的快速发展，广州产生了各种综合的、专业的批发市场。经过二十多年的发展变迁，广州已建成全世界最密集的批发市场群落之一，成为全国、乃至全世界最大的服装流通基地。目前，广州已形成以白马为龙头的流花板块及以沙东有利为龙头的沙河板块的服装批发市场。

流花板块主要有广州白马服装批发市场、黑马服装批发市场、流花服装批发市场、红棉步步高时装广场、天马大厦服装广场、广州市越秀区天龙服务总汇、广州服装汇展中心、茉莉阁时装批发商场、广州市越秀区新星服装批发商场。

沙河板块主要有沙东工业品商场、天河区沙东工业品市场、沙河第一成衣批发市场、沙东第二成衣批发市场、沙河第三成衣分场、长运商业广场小商品成衣批发市场、天宝成衣批发市场。

此外，还在其他地区有零星的服装批发市场存在。前几年，广州的服装批发市场基本处于异常红火的局面，但是这几年，却逐渐走下坡路。据调查，那些曾以款式新、价格廉而闻名全国的广州服装批发中心，已有五成处于亏损，于是服装批发市场纷纷开始寻找新的出路，他们将设计理念、流行文化、

品牌形象、经营理念当作商品来经营作为服装批发业市场发展的新方向，实现从销售低档的“大路货”向品牌经营过渡。各类市场为了在市场竞争激烈的环境下生存下去，纷纷寻找新的出路和经营方式，下面我们将对白马服装批发市场和沙东有利服装批发市场作深入的分析。

广州白马服装市场是广州地区规模最大、装修最好、配套最完善、管理最规范、交易量最大的中高档服装市场。在市场内经营的业户有20xx多户，既有珠江三角洲地区、浙江、福建乃至全国各地服装企业，也有香港、台湾的厂商。白马服装市场既是中、高档服装的现货批发、零售中心，也是服装品牌连锁加盟中心。批发零售、看样下单、专卖代理、连锁加盟等多种交易方式可供选择。女装、男装，套装、晚装、休闲装、唐装，衬衫、外套、大衣、内衣品种齐全。

服装市场自开业以来，市场辐射能力不断增强。客商遍布黑龙江、新疆、内蒙、西藏等地的全国30个省市、自治区。近年来辐射面更是越过国界漫向国际直达五大洲，日均客流量达数万人，年交易额均在20亿元以上，在广州地区超亿元市场评比中排名第一。

市场以“环境舒心、服务贴心、经营放心、不断创新”为服务质量方针，获得iso9001:20xx国际质量管理体系认证，连年荣获“全市文明市场”、“全省文明市场”、“全国文明市场”及“全省十佳文明市场”、“消费者满意市场”等称号，同时被广州市委、市政府评为“广州地区百家最佳服务单位”、“广州市文明单位”。

1、位置优越：

2、交通便利：火车站、省汽车站、流花车站、广州市汽车站近在咫尺；

8、经营档次较高：服装批发市场主要经营中高档服装；

9、公司资金实力雄厚：公司有着足够的资金能够为市场的不断发展注入资金。

2、服装经营成本在增加。由于现在服装制造成本在增加，导致服装进货价格提高，增加了批发市场经营户的经营成本。

市场工作总结个人心得 市场调查报告格式篇二

时光荏苒，转瞬间一学年的支教工作已接近尾声了。20__年__月22日，怀着激动、新奇的心情我开始了到杨泡满族乡中心小学支教的生活。这是我第一次真正走进农村小学的校园，接近农村的孩子，了解农村小学教育的现状，我认识到农村小学教育工作的困难与艰辛，体味到农村小学教师的酸甜苦辣。这一学年来，我工作着，感动着，收获着。

一、政治思想方面：

在来杨泡小学之前我已经在心理上做好了充分的准备，支教对我来说，是一次磨练，毕竟它打破了原有的生活规律，要求我要具备吃苦耐劳的精神。我下定决心不管遇到多大困难，一定要坚持下来。我知道这里情况不清楚，来这里工作，必须靠自己成熟的政治素质，过硬的业务水平和高尚的道德风范，才能赢得当地领导教师的信任，工作才能做好。这需要我不断地努力学习、工作，进一步提高自己的各方面的素质，才能创造性的完成支教工作。

我首先服从领导的工作安排，担任了六年级语文教学的兼课工作，全心全意搞好教学，言传身教，教书育人。教学思想端正，工作态度良好。同时积极参加学校组织的各项活动，团结支教学校老师，与群众打成一片，做到爱支教学校和自己的学校一样。工作中，我时刻牢记自己是一名党员。用较高的标准严格要求自己，服从领导的各项安排，绝不搞特殊化，不因为支教就有了“光环”，而是以高度负责的主人翁精神，在每一个平凡的支教日子里辛勤付出。严格遵守学校

的各项规章制度和纪律要求，做到按时到校，不迟到不旷课，一学年以来从未因个人事情请过一次假，坚持集体办公，按时完成领导交给的各项工作任务。生活上从不向学校领导提出过多的要求，平时与老师交谈中，从没有居高临下的优越感，一律按学校的要求去办事。平时我也能主动的与老师沟通交流，虚心向他们学习，向他们索取宝贵的经验。

二、教学工作方面：

1、所教班级的教学工作：

我这学年担任六年级的语文教学工作，虽然只有12名学生，但是我在他们身上，倾注了全部的爱。开学的前一天，我就从班主任老师那里详细地了解到每个学生的特点，熟记每一个学生的姓名，在最短的时间里拉近与学生的距离，使他们尽快地适应并喜欢我这个新老师。课前，我钻研教材，认真备课，课堂上我再现教师的风采，精彩的讲述，循循的诱导，积极地鼓励，尽力吸引着每一个学生。课后，我认真批改作业，总是让每一个学生都理解消化了才肯罢休。在课堂教学中我最愉悦、最入情，我尽量要每个学生都完善自己，都在某种程度上有不同的提高。在教学过程中我逐步发现学生知识体系方面的漏洞和学习能力方面的欠缺，我采取各种办法弥补，我首先从学生的学习习惯学习态度开始抓起，从学生的书写开始。越细小的地方，越是我们容易忽略的地方，越是务虚的地方，越容易成为我们教育的盲点。但这些地方恰恰是教育的核心和关键，我就从最细小的地方开始，从最务虚的地方开始的，一个汉字，一个拼音，一个句子我都不放过，逐一纠正学生的错误。每节课，都有计划地训练学生的朗读能力，口语表达能力，阅读思考的方法……工作中，发挥吃苦耐劳的工作作风，兢兢业业地教学精神，毫不松懈的努力工作着。

2、指导教学工作：

支教工作的真正的目的和意义是在于提高农村教育教学质量，要在提高学校教育教学软实力上下功夫，因此在这学年我要把工作的重心放在听课、评课、指导备课、说课等教学业务指导上。到杨泡小学的第一周就通过听课、谈话等方式对杨泡学校教育教学进行全面了解和研究，探寻提高教学质量的突破点，以便扎实有效地开展支教工作。

我做好六年级语文教学工作的同时，我先后和校领导一起听课20多节，针对教师授课情况都及时给予评课。在评课时我尽量做到客观准确全面地评价教师的授课，既点评教师课堂上的精彩之处，也明确地指出课堂上存在的不足。为使被评课的教师乐于接受，我讲究语言的艺术，采取和教师交流、讨论，甚至求教的方式与授课教师研究。由于我委婉的语言，诚恳的态度，使评课活动变成了融洽的教学研究活动，授课教师乐于接受，对他们的教学有很大帮助。

在指导教师备课、说课之前，我对教学内容都进行了深入的学习和研究，对教材，对教学目标烂熟于心，为了确定更好的教学方法，我通过上网、查阅资料等阅读了大量的教学设计，针对杨泡小学的学生实际学情和教师们一起探讨适合本班学生的最佳教学方案。

应教师们的要求，我上了四节示范课，都是精读课文，每节课上，我都尽力体现现代教育理念，规范自己的语言，避免出现小的差错，而且教学设计力求简约而不简单，符合学生学情，能最大限度的提高学生的水平，既让听课的教师有所得，也让上课的学生有收获。《穷人》一课中拓展语言的训练，让教师们感受到，通过教师精心设计，有效地指导，才会碰撞出学生思维的火花，农村学生的语言表达能力是能够通过有效训练得到显著提高的。《只有一个地球》一课是说明文，我在这一课的教学中，根据新课标精神，使语文教学与媒体运用形成新的整合模式：利用网络资源，创设情景；利用文字信息，质疑探究；利用协作学习，升华情感；利用学科整合，拓展思维。最终致力于学生的语文素质的形成与发

展。课堂上书声琅琅，议论纷纷，情意浓浓。让学生的语文学习与生活紧密相连，从情感深处激发学生热爱学习，热爱生活的生命激情，让课堂短短的四十分钟，成为师生共度的一段生命时光。《伯牙绝弦》我选这节课作示范课是想向听课的教师传递一些古文的教法。如先把古文读熟，借助文下注释理解意思，想象画面等。在学习古文的同时，不断地总结学习方法，授之以鱼，也授之以渔，培养了学生良好的学习习惯。

在讲座交流过程中，很多老师与我进行了交流，并向我提出了问题，我都给他们进行了解答，提出了我个人的看法，令我感动的是，很多老师在讲座结束之后，依然有不少老师到我的办公室里与我进行教育教学方面的探讨。在探讨的过程中，我明显感到我自身的思考更加有深度了，我的思考也更加周密了。

三、其他方面

在日常工作中，我细心观察，随时发现问题便及时和校领导沟通，如有效利用午休时间；开展有意义的课间活动；定期召开班队会；增加阅读课；合理使用多功能教室；建设校园文化；开展竞赛活动为学生搭建展示平台等有关教育教学、学校管理方面近30条合理化建议。杨泡校领导根据本校的实际情况采纳部分建议，并实施，部分建议为下一步工作提供了思路。我的建议对学校的建设和发展起到了积极的作用，我也十分高兴。

来杨泡小学支教，我深深知道，光靠一个人的力量提高一个学校教学管理工作和教学质量是很困难的事情，于是我积极创造条件，为搭建两校交流的平台，架起教育交流之桥而努力着。11月两校领导老师进行了学校管理、课堂教学、班主任管理面对面的交流，活动结束后，都觉得此行收获很大，回去以后准备努力改进自己的工作。要加强交流，资源共享，达到共同提高目的。

本学年的支教工作虽已接近尾声，支教生活是清苦的，寂寞的，单调的，可是，在那些艰苦的日子里，自己的阅历也丰富了不少，能力提高了许多，对教育事业的赤诚更浓了。在一学年的支教工作中，面对杨泡小学领导的殷切希望，我只能用满腔的热情和踏实的工作给予回报。当然由于本人能力有限，工作中还存在许多不足之处，比如说对青年教师教科教研工作指导和培养的力度不够，对教师课堂教学的指导不够全面深入等等。这些都将激励我在以后的教育教学工作中，不断地加强学习，不断地自我完善，我会以我最大的工作热情投入到以后的工作中。

市场工作总结个人心得 市场调查报告格式篇三

(一)酒类产品的消费情况

1、白酒比红酒消费量大。分析其原因，一是白酒除了顾客自己消费以外，用于送礼的较多，而红酒主要用于自己消费；二是商家做广告也多数是白酒广告，红酒的广告很少。这直接导致白酒的市场大于红酒的市场。

2、白酒消费多元化。

(2)购买因素比较鲜明，调查资料显示，消费者关注的因素依次为价格、品牌、质量、包装、广告、酒精度，这样就可以得出结论，生产厂商的合理定价是十分重要的，创名牌、求质量、巧包装、做好广告也很重要。

(3)顾客忠诚度调查表明，经常换品牌的消费者占样本总数的32.95%，偶尔换的占43.75%，对新品牌的酒持喜欢态度的占样本总数的32.39%，持无所谓态度的占52.27%，明确表示不喜欢的占3.4%。可以看出，一旦某个品牌在消费者心目中形成，是很难改变的，因此，厂商应在树立企业形象、争创名牌上狠下功夫，这对企业的发展十分重要。

(4)动因分析。主要在于消费者自己的选择，其次是广告宣传，然后是亲友介绍，最后才是营业员推荐。不难发现，怎样吸引消费者的注意力，对于企业来说是关键，怎样做好广告宣传，消费者的口碑如何建立，将直接影响酒类市场的规模。而对于商家来说，营业员的素质也应重视，因为其对酒类产品的销售有着一定的影响作用。

(二) 饮食类产品的消费情况

2、消费者大多选择在自己工作或住所的周围，有一定的区域性。虽然在酒店的选择上有很大的随机性，但也并非绝对如此，例如，长城酒楼、淮扬酒楼，也有一定的远距离消费者惠顾。

3、消费者追求时尚消费，如对手抓龙虾、糖醋排骨、糖醋里脊、宫爆鸡丁的消费比较多，特别是手抓龙虾，在调查样本总数中约占26.14%，以绝对优势占领餐饮类市场。

4、近年来，海鲜与火锅成为市民饮食市场的两个亮点，市场潜力很大，目前的消费量也很大。调查显示，表示喜欢海鲜的占样本总数的60.8%，喜欢火锅的约占51.14%，在对季节的调查中，喜欢在夏季吃火锅的约有81.83%，在冬天的约为36.93%，火锅不但在冬季有很大的市场，在夏季也有较大的市场潜力。目前，本市的火锅店和海鲜馆遍布街头，形成居民消费的一大景观和特色。

1、本市的居民消费水平还不算太高，属于中等消费水平，平均收入在1000元左右，相当一部分居民还没有达到小康水平。

2、居民在酒类产品消费上主要是用于自己消费，并且以白酒居多，红酒的消费比较少，用于个人消费的酒品，无论是白酒还是红酒，其品牌以家乡酒为主。

3、消费者在买酒时多注重酒的价格、质量、包装和宣传，也

有相当一部分消费者持无所谓的态度。对新牌子的酒认知度较高。

4、对酒店的消费，主要集中在中档消费水平上，火锅和海鲜的消费潜力较大，并且已经有相当大的消费市场。

市场工作总结个人心得 市场调查报告格式篇四

据调查，国内以电暖器为主要产品的生产企业为数不多，大约30多家□xx年，这些企业电暖器总产量约240.19万台。其中年产量超过10万台的主要有广东美的家电厂、宁波天工实业公司……八家企业。这八家企业电暖器总产量约209.53万台，占国内电暖器总产量的87.24%。具体数字见表一(略)

以上情况表明：虽然电暖器行业目前处于起步阶段，但生产集中程度都非常高。特别是产量排行第一的广东美的家电厂，其产量超过国内总产量的四分之一，在本行业中处于明显的垄断地位。

据对北京、大连、沈阳、济南、杭州、武汉六个城市的27家大商场的调查□xx年总销量约为71000台。其中，销量超过5000台的有大连商场、大连百货大楼……五家商场，年销售总量约44447台，占27家销售总量的62.2%。具体数字见表二(略)

以上情况表明：与电暖器生产的高度集中类似，电暖器销售的集中程度也非常高。这种现象一方面反映了电暖器市场正处于开发阶段，大部分商场都把电暖器作为试销商品经营，把电暖器作为主要商品经营的为数甚少；另一方面，虽然经销电暖器获得成功的商场数量不多，但这些成功者的事实至少说明，电暖器极具市场潜力，具有良好的发展前景。

产品与建筑面积、供热面积的分析，产品生产和销售情况的

分析(略)

产品调查是市场调查的主要内容之一。产品市场调查报告的行业性、专业技术性很强。其内容一般包括：产品的品牌、质量、款式、功能、价格、技术、服务、消费，及对产品的评价、意见、要求、产品的市场销售、市场展望等。上述市场调查报告范文侧重于对产品的生产、销售、品牌等情况的介绍，运用数字分析、对比、排位等方法分析，尤其是第四部分对影响产品销售的建筑面积、供热面积等深层背景进行分析，并进行预测，使文章更有力度，在此基础上所提出的对策和建议，必然显得理据充实，说服力强。

结尾是市场调查报告的重要组成部分，要写得简明扼要，短小有力。一般是对全文内容进行总括，以突出观点，强调意义；或是展望未来，以充满希望的笔调作结。视实际情况，有时也可省略这部分，以使行文更趋简炼。

在市场经济中，参与市场经营的主体，其成败的关键就在于经营决策是否科学，而科学的决策又必须以科学的市场调查方法为基础。因此，要善于运用询问法、观察法、资料查阅法、实验法以及问卷调查等方法，适时捕捉瞬息万变的市场变化情况，以获取真实、可靠、典型、富有说服力的商情材料。在此基础上所撰写出来的市场调查报告，就必然具有科学性和针对性。

由于市场调查报告是对市场的供求关系、购销状况以及消费情况等所进行的调查行为的书面反映，因此它往往离不开各种各样的数据材料。这些数据材料是定性定量的依据，在撰写时要善于运用统计数据来说明问题，以增强市场调查报告的说服力。关于这点，我们从上述市场调查报告范文中也可略见一斑。

撰写市场调查报告，必须以大量的事实材料作基础，包括动态的、静态的，表象的、本质的，历史的、现实的等等，可

以说错综复杂，丰富充实，但写进市场调查报告中的内容决不是这些事实材料的简单罗列和堆积，而必须运用科学的方法对其进行充分有力地分析归纳，只有这样，市场调查报告所作的市场预测及所提出的对策与建议才会获得坚实的支撑。

市场工作总结个人心得 市场调查报告格式篇五

水资源的状况，或者说水资源对环境的承载力可以用两个方面的指标来反映。一是水量状况，二是水质状况。通过调查了解，我区的水资源状况是这样的：水资源总量、水质状况总体均呈下降趋势。

1、水资源总量年均趋少

降雨量偏少，水资源总量逐年减少，这是近半个世纪来全球气候演变的趋势，我区亦然。水资源量趋少可以通过两项指标来大概反映：一是河道径流量和可利用水资源量。水资源总量减少首先表现在河道径流量的变少。我区河流几乎都是澧水水系的源头，因而无过境水量。本行政区域内所产生的降水量，除去蒸发量和流出水资源量外，即为我区水资源总量。我区多年平均水资源总量约为2、0亿立方米，现状水平年约为1、6亿立方米，下降了18、7%。经调查，索溪河多年平均流量为 $2\ 88\text{m}^3/\text{s}$ 而现在每到枯水季节，索溪水库一旦不放水，索溪河基本上是干河一条。黄龙洞断面最枯流量仅为 $0\ 19\text{m}^3/\text{s}$ 其次，可用水资源量不足，尤其是环境生态用水量严重不足。物体与环境两者相结合作为一个有机联系综合体的总体系统中，为防治水污染，改善水质、美化环境，促进具环境属性水资源的保护及可持续利用，促进国家水安全、生态安全及生态保障体系的建立，并为不断满足广大人类物质和文化生活水平提高的需要和社会化高福利公共用水而协调自然生态平衡与发展所需用水，称为“环境生态用水”。不容置疑，其中部分用水与农业用水、城市用水、特种用水是相互交叉利用的。在我国长期供用水制度中，形成

工业、农业、生活传统的供用水制度，唯独环境生态用水没有列入我国的用水制度。环境生态用水是保障人民生活与健康质量的不断提高，维护国家生态安全、水生态安全、环境安全和社会可持续发展的必备用水。武陵源区作为世界著名的风景名胜区，从理论角度来说，生态用水至少要达到占总用水量的20%，但我区生态用水占不到10%。就拿索溪河来说，河道用于维系水生态环境的必需水量都不能得到基本的满足，干旱少雨季节，河道断流可以说是常见现象，更谈不上河道景观用水，由此造成水生态环境的严重破坏，鱼虾等水生生物几乎绝迹。更有甚者，近几年来，上游的金鞭溪径流量也逐渐减少，几近断流，令人揪心。

2、饮用水源地单一，缺乏饮水安全保障

城区饮用水源主要靠索溪水库保障，这种单一的供水水源模式为饮水安全埋下隐患，一旦发生不可预见的水源安全事故，城区供水将完全中断，带来严重后果。因此，有必要考虑筹建后备水源建设问题。

3、水质状况总体呈下降趋势

根据已进行过的水质检测情况表明，我区水质状况总体呈下降趋势。水污染的来源主要是生活污染，不仅地表水如此，局部地区浅层地下水也是一样，如军地坪城区，通过水样分析，其大肠菌群数量至少要超过国家饮用水标准100倍以上。水体受到污染，直接影响到河道生命健康，破坏水生态环境。具体反应到索溪河，造成的是河床中的石头变黑，藻类等水生生物滋长，严重影响河道的容貌。

二、形成原因

（一）水资源总量减少缘由

1、降雨量减少

降雨量减少是造成水资源总量减少的主要原因。受全球气候变暖的影响，近几年来，我区也出现了少见的持续性干旱天气。经调查，我区多年平均降雨量为1507mm，但自2003年以来，降雨量分别为：2003年1924.9mm，2004年为1530.3mm，2005年为1264.3mm，2006年为1291.8mm，以2006年为例，只占到正常年份的86%。

2、城镇用水多元化，用水量急剧上升

除传统的农业用水外，城市公共用水（含绿化、街道清洗、消防、城乡居民用水）、农村人畜饮水等用水呈大幅增长之势，仅索溪峪城镇每年约需水量为420万吨。1995年以前，我区城市公共用水每年的需水量为70万吨左右，至2006年为370万吨，用水量年均递增16%。2006年按人均每日180升来计算，仅外来人口用水总量就达216万吨，当年的净增用水量为32.4万吨。

3、水环境的维护未完全到位，水资源无序开发，水资源浪费现象严重

由于我区建区较晚，城市供水基础设施未跟上，早期所建宾馆酒店基本上都是自辟水源，其中大部分是凿井取水。抽取地下水不仅取水方便（一般都在宾馆酒店院内），而且取水成本低廉，因而各大小宾馆竞相凿井取水，至2000年仅办过证的就达52家。肆意取水不仅造成供用水秩序混乱、用水安全得不到保障，也造成了水资源的大量浪费，直接导致了水资源的短缺。经调查，到2000年，部分水井因地下水超采已无法取到水。索溪河也因军地坪城区过量抽取地下水而径流量锐减。张家界森林公园的地下水超采，可以说也是造成金鞭溪上游生态用水不足的重要原因之一。2000年，地下取水引起了区委区政府高度重视，并于同年出台了《禁止擅自取用地表地下水的通知》，区水务局为此做了大量的工作，陆续封停了近40家取水单位。但受利益驱动，私采地下水屡禁不止，特别是2003年干旱以来，地下取水呈愈演愈烈之势。

仅森林公园就有16家单位无证取水，其中地下水9家，地表水7家，总取水量近30万m³/年。可以想见，如再不采取有效措施，有效保护水资源，核心景区特别是金鞭溪，一遇干旱性天气则无充足水源，则何以成景，以何赏景。

（二）水质变差缘由

索溪河是贯穿我区全境的母亲河，不仅担负着城区供水的重要任务，也是水域风景的重要资源，是城市建设与保护的重要组成部分。按照湖南省水功能区划的要求，索水最低应维持在二类水质水平。但索溪河水质总体维护在二类偏下，接近三类水质。造成水质变差的主要原因是人类的生活污染。索溪河生活污染不仅源头有，而且沿线都有。按照索溪河流域来区分，索溪河的污染源主要有五处：一是上游的森林公园管理处；二是水绕四门旅游服务区；三是袁家界旅游服务区；四是天子山索道及未拆迁的居民点；五是军地坪城区至河口村沿线。虽然在森林公园管理处和岩门村分别设置了两个污水处理厂，由于污水处理厂的处理能力有限（森林公园全园日产生生活污水约3000吨，锣鼓塔污水处理厂的日处理能力为3000吨；武陵源区日产生生活污水约2、2万吨，岩门污水处理厂日处理能力仅为4000吨，超负荷处理能力为6000吨，即超6000吨以上基本为直排；所以在雨季基本上直排），加上排污管网未能完全收集所产生的生活污水，向河道内排污便形成了河道污染的主要来源。生活污水中富含各种有机物、胶体和高分子物质等悬浮物和溶有氮、磷、氯、尿素的溶解质和其它有机物分解产物。这些物质直接造成水质的混浊和一定程度的富营养化，使水体滋生水生生物和细菌，从而导致水质变差。

市场工作总结个人心得 市场调查报告格式篇六

为期27天的出差结束了，此次出差能够说收获颇丰，同时也认识到自我还有好多东西要学。

公司与客户是健康的共赢合作关系，正常情景下没有谁牵制谁，可是在众多客户中肯定会有部分客户为了种种利益，难为公司，不好好配合。做为公司与客户的桥梁，我们业务人员，首先在保证双方利益的条件下，拉近与客户的关系，让客户对咱既有顾及但又不失情面。人际关系是一门艺术，这方面我想在未来的路上我要细心体会。

这次出差，主要是进行业务交接，对我来说还要熟悉地方的种植结构、用药水平、人情风俗，以及每个客户和背景性格等等，反正一切信息都是有效信息。再都就是，自我对产品的了解把握，目前来说起码要了解产品种类、规格、价格以及每个客户卖的产品，库存等。再进一步要掌握每种药在当地的习惯用法。当然这些我要好好学习，这是最基础的。我说我此刻只懂了业务的5%，因为前面的路还很长，没走过之前千万别说自我懂了。

axx年的成绩大家有目共睹，公司在下边的名声还是不错的，来了不少零售商都有一些跟公司合作的意向，可是零售商有零售的缺点——量少且容易把市场搞乱。反过来说咱也不能放弃作协一个有意向的客户，能够针对不对的客户，做一些适合的产品，尽量在产品差开的情景下增加销量。

b收到的名片该怎样处理在接下来的几天陆续与名片上的客户进行了一些交流，在此也做了一点小结，以备以后参考，必竟刚入行业，刚接触业务。首先，初次给客户打电话要正式一点，要清楚的说出自我是哪家公司的，要问客户对自我公司及产品的了解情景以便进一步沟通，要问对方以前都做哪家的产品、是否有空缺，这样给自我的产品找定位的时候能够参考以前做谁的，卖的啥多。其次，等了解差不多了再推荐咱公司的产品，要多说产品的卖点，或都直接说自我的产品有品牌、有市场。最终，要把客户对公司的影响，意向做一个评价，确定是直接定下产品，还是面谈或者再电话联系。跟他们交流过程中要尽量引导他们跟着自我走，不能光让他打听咱公司的价格政策，要注意不能透露其它客户及公司听

重要信息，等等。

与去年相比，今年咱我区域内有了大客户称没钱做咱的冬储，直接导致今年的冬储量骤降。目前各公司出价参差不齐，有些客户在观望，而有些客户确实没钱做。在这场战争中我还没看出谁胜谁败。因为明白的这几家客户定哪个公司的都有，我要做好的就是多跟客户交流把自我这片做好，多劝他快做咱冬储。预付仅有一个客户答应给打钱，说要等月底钱收的差不多了多打些。

要多询问潜在客户意向，尽早定下产品；发包装物的单子，把包装物这块清完；不定时的询问冬储预付情景，多点是点；熟悉产品，要做到了解产品规格、价格、使用范围、使用方法、每个老客户那以前放的货的种类。

做为新人，要做事严谨、凡事多想、多学多问、尽快充实自己。