

# 最新奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结 总结(优秀10篇)

总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。什么样的总结才是有效的呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结篇一

xxxx纺织是一家以出口毛巾为主要业务的有限责任公司，其毛巾出口多达20个国家和地区，以日本和印度为主要出口国。销售经理接单分配给跟单员任务后，跟单员要及时的跟进，同生产车间沟通，安排机台的生产。样品生产出来之后，负责样品检测。由于生产一直在进行，所以有问题应及时的同生产主任沟通，保证生产出符合客户要求的产品。跟单员的另一项主要工作就是与外协加工厂的沟通，负责订购包装毛巾所需要的各种辅料，如纸箱、包装袋、卡头纸、腰封、不干胶等等。要求在生产车间将印染合格的毛巾运往整理车间之前将这些辅料送到仓库，以备及时的包装。确认产品的包装后，分配给整理车间包装职工任务，保证毛巾的按时装柜。

首先是工作一定要从打杂开始。两个多星期的跟单员实习生活与我想象中的工作有些差距，但是我已认识到，如果不能将车间的运作流程、了解产品的基本规格、了解纺织包装职工的工作情况有所了解，如果不能将车间的一些基本工作做得顺利完满，我其实没有资格做为正式的跟单员的。作为xxxx公司的一份子，我就应该努力为xxxx谋福利；作为经理放在车间的眼睛，我就要能够为经理提供真实准确的基层信息。我当前的职责就是了解产品，了解车间，了解职工。我需要去了解每种产品从毛线到最后的的产品装柜的过程，我需要去了解什么是保证整个公司顺利运转的关键，我需要去了解每个职工对于工作的真实想法。只有做好了这些，我才能

够为xxxx公司的发展提出自己的建议。工作从打杂开始做起，借用革命先辈们的一句话：基层工作尚未做好，年轻同志仍需磨练！

其次是工作无处不是沟通。跟单员的主要工作其实一句话可以概括：保证按时交货！这就需要跟单员不断的与产品流经的各个部门相沟通。从线纱到毛巾，从辅料到包装，跟单员需要接触多个部门，并需要亲自到车间考察了解产品的生产进度，及时的跟进产品。这就需要具备灵活的沟通能力。作为尚在整理车间的实习生，当前的工作对象还仅限于车间主任，车间包装职工及我的两位上司。对待上司要恭敬服从，对待车间主任要认真严肃，对待包装职工要勤快可亲。我不确定这样的准则是否可以让我的工作变得更加的轻松流畅，这需要时间的检验。当然没有什么绝对的真理，一切准则都随着时间环境的变化而改变，我会争取不断的进步。我已认识到沟通能力对于工作的重要性，希望自己可以在这方面一直提高吧！

实习两个多星期，或者说在整理车间的两个多星期，我最大的感受就是xxxx公司的企业凝聚力与xxxx公司规模的不相匹配，即职工对于xxxx公司的归属感还不足。没有归属感就不会有企业文化的认同，没有企业文化的认同就会导致企业结构的松散。对于车间的职工来说，她们只是xxxx公司的匆匆过客，可以随便的离开而没有留恋。我目前接触的仍只是整理车间的包装职工，尽管她们算不上严格意义上的技术工种，但我认为她们也是xxxx的一部分，她们也为xxxx的发展贡献自己的青春。但她们自己并不认为自己是在为xxxx公司工作，而是单纯的想着多挣钱。她们经常会抱怨功过时间过长，抱怨没有假期，抱怨没有任何的福利。坚持在xxxx工作是因为这比较自由，离开没有什么约束，她们也从不为xxxx的发展着想。也许对于xxxx来说，她们走了再找人就行了，反正工作简单。但是她们离开后会去做什么呢？肯定是选择其他的毛巾公司，投奔xxxx的竞争对手。资源永远都是有限的，人力

资源也是如此□xxxx公司还需在企业文化建设上另辟蹊径。

## 奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结篇二

### 1、销售工作

奶粉店的开门红是全国的，几乎每个月都能得到奖金。为了做好销售工作，我会充分的利用好每一次店会，做好营销工作计划，争取把工作做好。

首先，我给自己定下销售目标：

每一天每做一件事情，做到日日有计划，事事有落实。

其次，我要求自己在销售目标的执行过程中，认真贯彻黄金化妆品的各项政策制度，约束和鞭策自己执行销售中的每一个环节。

最后，认真学习知识，吸取同行业之间的信息和积累市场经验，自己的业务水平能力不断提高。

### 2、销售目标

### 3、加强自身学习，提高自身素质：

我深知一个优秀的销售人员应该具备以下的基本素质：

4) 敏锐的市场洞察力。

5) 清晰的市场预测力。

6) 灵活的说话能力。

### 7、工作态度

8、良好的语言表达能力和良好的人际关系。

9、有较强的自我开拓创新能力。

## 二、工作计划

在今后的xx年中，我会进一步严格要求自己，虚心向同事学习工作和管理方面的经验，我相信凭着自己高度的责任心和自信心，一定能够改正这些缺点，争取在各方面取得更大的进步。在此我提出转正申请，希望自己能成为公司的正式员工，恳请领导给我继续锻炼自己的机会。我会用谦虚的态度和饱满的热情做好我的本职工作，为公司创造价值，同公司一起展望美好的未来！

## 奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结篇三

20\_\_年即将过去，这一年给予我很多的收获，同时给予我更多的思考。这一年，我将从工作成果、工作收获，思考，未来工作计划做总结。

### 一、工作成果

(1)工作内容，首先从引流方面找突破口，线上添加一些潜在的客户，添加她们的微信。其次是发优质的朋友圈，发圈的好处，影响你的潜在客户，休眠客户，还有增加客户的黏性，让客户了解的最新动态。因为内容可以带给她们价值感，所以你没有被屏蔽。第三写文章引流，写一些客户们很关心的文章，与她们同屏共振，才能获得对方的信任与认可。逛论坛，顶帖吧，玩抖音活跃z在不同的自媒体平台；线下引流就是参加展会，获取一些新的人脉信息，与老客户见面再一次增加彼此之间的信任感，默契感。

(2)客户管理信息汇总，甄别客户质量，与增加客户的黏性，及时记录好客户的需求；唤醒沉睡客户，比挖掘新客户要节省

时间，节省成本；累计客户的名单的同时，删除一些一般客户信息。

(3)成交客户后，准备客户需求的记录，反馈给总部，跟踪货物何时发货，把第一信息反馈给客户。做好跟踪货物的笔记，货物到达后，第一时间把信息反馈给客户。

(4)做好售后服务，增加客户对你的信任度，目的是让客户介绍她的朋友给我们，形成一个正循环。不要轻易去得罪一个客户，否则你将会失去她背后的那一群人。\_国著名的推销员\_\_说过：“你只要赶走一个客户，就等于赶走了潜在的\_\_个顾客。”所以在任何情况下都不要得罪哪怕是一个客户。

(5)培训工作，一个是配合电商培训学校培训电商知识，一个是培训我的客户分享一些专业性的知识,例如沙棘方面、销售心得、消费心理学方面等。让客户复制黏贴后，增加销售量。

## (二)工作价值

首先谈一下业务价值，20\_\_年销售业绩占的比重比较大的就原料油，其次是200ml籽油□50ml籽油□50ml籽油贴牌客户贴了10000瓶(此处做表格呈现)，这一年，我将工作重点放在原料油上，其他规格的产品相对来说比较弱一些，应该是所有产品齐头并进；第二是服务价值，让客户倍增的不二法则就是扶持客户，让客户增加黏性。大到知识共享，小到心得共享，这就必须输出倒逼输入，经常提供一些有价值的知识，让客户得心应手的应用。第三改进价值，因为支持的客户有限，没有形成团队，目前需要建立一个团队。

## 二、工作收获和思考

收获：

(1)收获了心声，客户经常邮寄一些家乡特产，及孩子的食物、衣物、礼物给我，而且还帮我转发自媒体上写做的文章，同时帮助我宣传沙棘对人体的益处。

(2)收获了业绩，与20\_\_年相比，业绩翻了好几番，让我更有勇气去与一些高人交谈。

(3)收获了自信力，让我知道，做任何事情都有一种敢于接受的心里，这就是一份自信力。

(4)启发，做销售与做其它事情是一个道理，首先销售方面在与时俱进的同时，还得结合现在社会气息，用反向思维来做好销售。还要懂得利用工具思维，比如读书笔记、工作总结，一定要学会利用思维导图这要比较方便；深度思维，要透过现象，抓住原因的能力；有机思维，世间万物都有千丝万缕的联系，一个貌似不合理的安排，背后总会有一个合理的解释；通用思维，就是结合自己的经验，把不同专业的知识，变得为我所用。还有懂的人脉的重要性，结实好人脉，也是成就事业最佳方法之一。

思考：

(1)增加有效的活数据支撑，一定要数据活化，做到心中有数。利用有效的活化数据，做好记录，给生活和工作带来了便利，最终重要的就是节省了时间成本。

(2)继续找好销售业绩中的“头羊”，让头羊帮助后我们销售和介绍客户，形成有序的循环。

(3)嫁接团队，携手共进□a企业平台，结合企业提供的平台，结实好一些人脉，才可以扩张人脉，更好的促进销售□b产品规模，10个凝胶糖果，1健字号，九款植物油等□c利用好已有的圈子，去销售自己，再去销售产品。

### 三、未来的工作计划

(1) 开拓新品渠道，结合产品的特性与老客户联系的同时，还要与时俱进，进行渠道拓宽。

(2) 进一步的引流，数据活化，及时跟踪客户，与客户对接。最主要的是建立一个健全的数据库，做好备忘录，做好客情描述，以及客户分类。根据客户分类，选择沟通日期等。目的就是为销售做好细节工作。

(3) 建设自己的销售队伍。前期一定要学习辅助销售的书籍，这就需要自己下功夫了，经常性的与自己的客户进行分析，输出倒逼输入是最有效的方式；多与高人学习，建立自己的高人磁场，做一名有知识涵养的新时代销售；建立与时俱进的思维模式，多学习，多思考工作中，生活中的得与失。

以上三点就是我20\_\_年的工作总结，希望每一次的总结，对自己多一份促进。感恩领导给予我们这个平台，感恩朝夕相伴的同事们，感恩基地的每一位辛勤付出的同仁们，感恩生命中所有人的遇见！

### 奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结篇四

20xx年在省卫生厅的正确领导下，全所职工脚踏实地、务实求真、开拓进取，以^v^严格执法，热情服务^v^为宗旨，以食品卫生和职业卫生监督为龙头，以医疗市场监督等社会关注的热点问题为突破口，全面开展了各项卫生监督工作，较好地完成了全年工作任务，被^v^授予^v^全国卫生监督工作先进群众^v^□

(一) 认真学习党的^v^精神，全面贯彻^v^三个代表^v^重要思想□20xx年，所领导班子把学习^v^三个代表^v^重要思想作为政治理论学习的重点工作来抓。按照厅党组的要求，

定期组织中心学习组成员及各党支部，举办了多期学习“三个代表”重要思想的专题讲座。透过学习，提高了广大职工贯彻执行党的各项路线、方针、政策的自觉性，加深了对“三个代表”重要思想的理解。党的“十六大”召开后，按照省委、省卫生厅党组学习宣传贯彻“十六大”精神的要求，结合卫生监督工作实际就认真学习、宣传、贯彻“十六大”精神做出具体安排部署，并购买了《“十六大”报告辅导讲座》教材，发给全所职工人手一册，要求全体党员干部把学习贯彻“十六大”同志的报告作为学习的重点，准确把握、深刻领会报告的精神实质。所党委中心组在集中学习时牢牢抓住“十六大”报告的主线、主题、灵魂、精髓，进行重点学习、重点理解、重点宣传，用“十六大”精神指导开展各项卫生监督工作。透过学习，使广大党员干部充分认识到贯彻“三个代表”重要思想，关键在坚持与时俱进，核心在坚持党的先进性，本质在坚持执政为民。在卫生监督工作中要充分体现全心全意为人民服务的宗旨，把群众满意不满意作为我们工作的第一标准，把解决群众关心，政府关注的社会热点问题作为我们工作的方向。在今年召开的《全省卫生系统政治思想研究会》第十次年会上，我所选送了4篇论文，其中1篇获一等奖，1篇获二等奖。

(二)做好思想政治工作，增强职工凝聚力。发挥党委的核心作用，注重培养监督员的职业道德。在严格执法的同时，各党支部和工会、团委用心组织全所职工开展了多种形式的思想政治工作，增强职工的凝聚力和群众荣誉感。在建所一周年之际，举办了“十六大”我爱监督所，我爱卫生监督工作“十六大”演讲会，很多老同志带头上台抒发了对监督所的热爱之情。组织团员青年祭扫烈士墓、无偿献血等活动。目前，全所职工爱岗、敬业、团结、奉献之情蔚然成风。“十六大”一切从工作出发，一切以工作为重“十六大”已成为全所职工的共识和处理问题的准则。全所有9名同志向党组递交了入党申请书。“十六大”七、一“十六大”前夕，2名同志光荣加入了中国“十六大”3名预备党员按期转为正式党员。



(三)开展权力观教育，端正行业作风。根据省委决定和省卫生厅《开展牢固树立正确的权力观教育活动的安排意见》的通知精神□20xx年7至8月，在全所科以上干部中开展了牢固树立正确的权力观教育活动。8月下旬，进行了^v^牢固树立正确的权力观^v^答题测试，测试成绩平均达90分以上。9月初，所党委向各党支部、各科室下发了征求意见表，向全所职工征求对领导班子及成员的意见和推荐，并召开专题民主生活会，对提出的意见和推荐进行了认真研究，制定了解决的措施。透过权力观教育，使行业作风有了进一步好转，在厅纪检组组织的行风评议中得到好评。

(一)建立健全民主集中制。为了落实党内民主集中制，所党委成员认真学习了省卫生厅党组制定下发的党委议事规则及其它相关文件、规定。并结合本所工作实际在处理重大问题时，按照群众领导、民主集中、个别酝酿、会议决定的原则，完善了党委内部的议事和决策机制。较好的完成了办公楼维修，办公家具采购，人才录用等工作。

(二)建立健全各类规章制度和制约机制，规范监督员行为。所领导班子充分认识到建立健全各类规章制度是完成各项卫生监督工作有效保证，经过反复讨论修改，制定了包括工作任务、岗位职责、科室职责等资料的各项管理制度共6章82项。根据工作需要，起草了《卫生许可办证程序》、《卫生行政处罚合议制度》《卫生行政执法责任制》《行政执法过错追究制》《行政处罚案件呈报审核制度》等，从制度上要求监督员严格按程序办事。

(三)组建卫生监督综合执法大队。为使各类公共卫生突发事件能够得到及时、有效的处理，加大对大案要案查处力度，我所组建成立了所内卫生监督综合执法大队，由所领导担任队长。

## 奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结篇五

佳贝艾特[kabrita]是海普诺凯集团公司旗下羊奶产品高端专业品牌，畅销欧亚各个国家，是欧洲著名的羊奶产品品牌。

佳贝艾特品牌下的“佳母羊乳”婴幼儿配方羊奶粉是由荷兰拥有百年生产工艺的海普诺凯集团公司制造，以荷兰优质的莎能羊所产的新鲜乳汁为主要原料，经过特有的加工工艺加工而成。生产商一贯坚持以高品质新鲜的羊乳为原料，拥有大而专业的羊奶农场，奶农遵循“kwaliteit”的质量标准，生产工厂临近农场，缩短运输时间，最大限度保证了奶粉的纯净、新鲜和低膻味。

### 第二名：瑞典semper奶粉

semper配方奶粉都含有gos,这是一种具有天然属性的功能性低聚糖，是一类水溶性膳食纤维，能够在肠道存活并作为乳酸菌（乳酸杆菌和双歧杆菌）的培养基，当乳酸菌在分解gos时会形成一种短链脂肪酸，从而能使大便的ph值较低，和母乳喂养婴儿的粪便一样。它能够维持肠道健康，让重要营养素更好吸收，并优化免疫系统的发育。在自然界中，动物的乳汁中存在微量的gos，而人母乳中含量较多，婴儿体内的双歧杆菌菌群的建立很大程度上依赖母乳中的gos成分。

谷物奶粉起源于瑞典semper，有70多年的历史，产品畅销于北欧以及波罗的海国家和俄罗斯，其他欧美国家也有不少家庭热爱瑞典的谷物奶粉。谷物奶粉从宝宝6个月开始各个阶段都有不同的配额，其中还有6个月以上适用的安睡谷物奶粉。

谷物奶粉顾名思义，也就是添加了各种谷类的奶粉，一种混合粗粮的奶粉。有燕麦，黑麦，小麦，大米，玉米，是介于配方奶与米糊之间的一种辅食。易冲泡，和配方奶一样，用奶瓶喝。谷物奶粉的另一特点就是不加任何糖，所有的糖

分和甜味都是来自于天然糖（牛奶，水果中的自然甜味）。

### 第三名：雀巢婴儿奶粉

提起雀巢，人们都会想到他的咖啡。但事实上，雀巢的起步却是从婴儿奶粉开始的，19世纪中叶，瑞士的一个学者型食品技术人员亨利·内斯特尔[henri nestlè]发明了一种育儿用乳制品，即把果糖和营养剂加入奶粉中，是当时很优秀的育儿食品，但产量很少，内斯特尔仍主要从事科学研究工作。

### 第四名：美素

省，因广袤的草地湖泊和优质的牛群而闻名于世，坎皮纳则是荷兰南部著名的草场和森林的名字。公司最早发源于1870年代的荷兰，当时没有冰箱，牛奶在腐败之前必须运出去，于是荷兰的奶农们参加了遍布于荷兰的奶厂合作组织，保证了牛奶的销售，并在市场上获得更多的权利。后来，当地的许多中小型乳品企业陆续加入其中，于是渐渐发展成了全球最大的合作型乳品公司，在欧洲拥有15,000多名会员农场主。2004年，公司被荷兰皇室授予“皇家”荣誉称号，公司所生产的牛奶、配方奶、奶酪、黄油等乳制品遍布全球一百多个国家。

### 第五名：雅培奶粉

雅培奶粉的生产商雅培公司是一家专业的生产医药及营养品的公司，由雅培医生于1888年在芝加哥创建。自1927年首次研制并推出市场的“心美力”婴儿奶粉来，历经半个多世纪的发展，其婴幼儿营养产品不断趋向完善和先进，1998年推出的“喜康宝”婴儿奶粉率先添加72毫克/升tpan核甘酸，开创了婴幼儿营养的新时代。

现在雅培公司的所有营养品：孕妇奶粉喜康素，初生婴儿奶粉喜康宝，1到3岁奶粉喜康力等已经进入美州市场，并在各

大超市有售。雅培的医疗保健产品及服务主要包括医药、营养产品、医院用品及诊断用品。该公司共有五万位雇员，分布全球四十四个国家，分别从事生产、分销及联营业务。雅培产品在为世界一百三十个国家的患者服务。

## 第六名：惠氏

大名鼎鼎的美国惠氏药厂出品制造，奶源全部进口，其品质和雅培一样，排在第二名的主要原因是奶粉配方设计主要针对欧美人种，热量大，国内的宝宝吃了之后体质是不错，但常常发生便秘，这已经是总所周知的。不过妈妈不同太担心，多给宝宝喝水以及喝清火宝，没什么大问题。其主要产品添加了纯净植物来源的dha（二十二碳六烯酸，又名脑黄金（aa（氨基酸）、足量的锌、亚油酸和亚麻酸，为宝宝的大脑发育和免疫发展提供了很好的保障。

## 第七名：因美

由中国贝因美工贸股份有限公司出品制造。贝因美奶粉的成分大都与同类进口奶粉相当，同时又针对中国人的体质加以修正，显得更为妥贴。

## 第八名：伊利

伊利奶粉牌子国产奶粉的第一位，这是理所当然的。伊利在婴儿奶粉行业算得上是后起之秀，短短五六年市场上的占有量越来越高，这个伊利奶粉作为民族品牌，而且信誉又不错。

## 第九名：karicare

karicare是新西兰最大的奶粉配方开发商，一些亚洲的名牌奶粉也向他们购买奶粉配方。因为他们的产品是在高质量原材料的基础上加上一些天然的营养成份。

第十名：飞鹤

## 奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结篇六

婴幼儿用品市场总概 《\*人口统计年鉴》中相关数据表明：\*0—3岁的婴幼儿共有7000万人，其中城市0—3岁的婴幼儿数量为1090万人，月收入在1500元的家庭其孩子月消费额为532元（不含医疗及其它特殊消费）。另根据国家^v^公布的《2002年经济和社会发展统计公报》中公布的人口年出生率为。\*大陆0~3岁的婴幼儿约7000万，其中城市0~3岁的婴幼儿数量超过1200万。从人口普查市场资料分析得知我国城市新生儿用品家庭月\*均消费达900元多元。

再加上广大农村城镇地区婴幼儿消费，\*大陆的婴幼儿用品市场每年将超过1000亿元的市场规模[]20xx年11月15日，十八届三中全会讨论并发布了《\*中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，其中正式提出“启动实施一方是独生子女的夫妇可生育两个孩子的政策”。一时间，“单独二孩”政策到各界关注。“启动实施一方是独生子女的夫妇可生育两个孩子的政策”之后，我国每年将很可能会增加200万新生儿，这些新生儿将为我国婴幼儿产业打造一片新“蓝海”。

联合国有关组织亦发表报告称，婴幼儿用品产业是21世纪的朝阳产业。

2003年，\*人均国内生产总值超过1000美元，居民生活水平\*显著提高，对婴幼儿产品的支出能力和水\*不断增长。

加上城镇大多数家庭现在只有一个孩子，婴儿食品，婴儿玩具，婴儿服装，婴儿护肤品，婴儿药品和保健品，婴儿教育，每一类都是一个巨大的市场。

这不仅为中高档婴幼儿用品消费奠定了物质基础。这也正是近年来包括衣、食、住、行、智力开发等婴幼儿用品市场逐

步增长的内在动因。

一、调查地点贵州省贵阳市云岩区文昌南路46号金牛店（亨特国际对面）。

二、具体面积459\*方米。

三、本店经营婴儿服装、婴儿洗涤用品、婴儿哺乳用品、婴儿礼品、玩具、童车、1—4岁童装、童鞋等。

四、经营特点中高档产品。

## **奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结篇七**

所谓促销,是指厂家为了扩大产品的名声、扩大或巩固产品的市场占有率,在零售店处张贴广告或悬挂广告横幅,以刺激消费者购买产品的营销活动,下面为大家分享奶粉店促销的活动方案,欢迎参考!

对于奶粉类产品来说,其市场的基本特点是消费成熟、品牌意识强、消费层次多样。随着相关部门对食品安全的关注,消费者对食品安全的意识进一步提高,大部分消费者在食品(特别是婴、幼类产品)消费方面都比较谨慎,因而,产品的品牌和一些有信誉的卖场及专业店成为他们选购产品的要点;且该市场婴、幼类产品的深度分销运作比较成熟和到位,通路价格透明、经销商及终端利润较薄、行业风险及资金压力较大、进入市场的门槛高,因而经销商及终端对接受和推销新品的积极性受到严重影响。基于这种现状,拟定策划推出以“营养送好礼、健康又惊喜!”为主题的现场促销活动,以期通过这次的活动进一步提高产品的知名度和经销商及终端的积极性,全面推进旺季市场上量。

3、活动地点：区域内各大终端卖场及专卖店。

二等奖赠xxx□三等奖赠xxx”□买的越多，机会越多。

兑奖方法：一等奖获得者，须凭兑奖礼单和本人身份证原件到当地xx经销处登记，再到指定地点领取。二、三等奖获得者，凭兑奖礼单直接在各促销现场或终端领取。

兑奖时间：从即日起至xxxx年xx月xx日止，逾期不予兑现。

咨询电话：（略）

xxx元。 2、宣传海报、小折页等宣传用品xxx张。xxx元。 3、产品试用包xxx份。

5、促销人员费用：\*\*人\*\*天\*\*元/天共计\*\*元 6、费用总计□xxxx元。

2 / 3

3 / 3

## 奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结篇八

去年奶粉事件后，市场进入一种疯狂的境况之中，好像一切都可以不按常理出牌。作为负责一个地级市场的基层管理者，我时常承受着工作上的巨大压力。我刚到xx区的心境就是：迷茫——恐慌——不知所措。但同时我也明白一个道理，纷繁复杂的表现下面，规律性的东西一定是以一种很简单的方式存在着。我要想完成公司780万的任务，要想超越市场的强者，要想压制市场的弱者，在思维方式上：我还得跳出我这个层面来思考，甚至跳出销售层面来思考；在行动方式上：按销售规律办事，抓住现阶段主要问题办事。作这个工作总结，为的是完成公司领导布置的任务，同时真希望通过这次工作

总结把自己的思路理一理，让自己作一个深刻的反思，也让公司领导给以指教。

1. 一季度实际汇款 124.3 万，完成比例 112%，

2. 新建网点 24 个，3 月底网点总数 128 个；

3. 一季度对xx和xx市区业务进行了调整；

4. 开展场外自助活动 56 场；

5. 申请广告喷绘 19 家共 308 平方米。

4. 市场缺少明星店，形象店，没有一个网点月销量达到 2 万以上；

5. 销售专员整体素质偏低，缺少真正意义上的优秀销售专员；

市区乡镇市场调整明显不到位，对整体市场销量造成明显影响；

7. 一，二月自助活动安排太少；

市场业务员迟迟不能到位，严重影响市场维持和开发；

1. 市场竞争激励，各个品牌都象疯了一样投入费用和搞买赠活动。公司今年的任务定的很高，那么 我作为一个区域负责人，我该怎么做？与竞品去血战？不管公司的任务指标，得过且过地混日子？苦闷——还真是我的真实写照。

8. 总之问题太多，最根本的问题就是，怎么完成公司下达的全年任务。

5. 促销：



a.每月区域内小型自助活动不低于 30 场；

d.在城区大卖场，特别是新开的卖场，加大免费小听奶粉的派送；

g.严格监控经销商的赠品采购数量和质量，确保公司资源投入的有效性。

3. 公司的喷绘流程规范本是好事，但规范过度了就缺少灵活性，显现出来的就是喷绘效率太低，从申请到喷绘发到市场，一般是 20 天以上，这样就失去了很多市场机会；希望公司在喷绘上能加大当地制作的比例；总之，一季度的工作完成的还是比较理想的，但人无远虑，必有近忧，一季度只是开头，压力都在下半年，市场的关键却在上半年。6 月之前，必须把渠道调整好，各种基础工作做扎实，全年的任务才有保障。作为区域负责人，着眼点必须是整个区域，必须是全年任务。着手之处，必须是每一个网点，每一次活动，每一名销售专员。

我坚信，只要我们坚持，只要我们执着，市场就无小事，每一张广告画都要一丝不苟地去张贴，每一个玻璃杯都要及时地配送到网点，配送到销售专员手中；市场就无大事，每一次竞品的挑衅，都会有应对之策，每一次山穷水复，都会迎来柳暗花明。

## 奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结篇九

不知不觉进入公司已经一个月有余了，在这一个月中，有苦也有甜！总体来说，我对自己并不满意，但是这期间学到的东西，取得的进步，让我也感到些许的欣慰。下面我将分以下几点对我过去的工作进行总结。

### 一、工作状况概述

在公司一个月有余，其中两个星期多我是用来建立代办点的，建立了近50个，而且每个代办点都进行维护，详细的讲解我们的提成和利润，作为已经做过陌生拜访之类的销售工作的我，对于见客户有点不自然的问题已经没有了，而且我也有公司上层工作人员指导我，我更有信心将业务做好，在前期，我主要以积累客户资源，因为只有雄厚的客户资源，才能发现更多的销售机会，才能保证销售额。

开发代办点是一个比较漫长且困难的任务，大部分的代办点都有一段时期的信任期，有些代办点必须要尝到甜头，才会增加更多介绍客户的主动性，特别是一些不懂但又想赚着钱的代办点，你要给他详细的介绍我们是怎么的一个业务，这种就是考验我们的耐心的时候了。作为负责沙坪坝区的业务员的我，在平时就查询了该地区的哪些地方适合我们的业务开展，所以我基本上都是找一些比较适合我们的业务发展的地方。建立50个代办点，说实话，给我代办的，只有那么两三个，所以之后这几天，我都在维护，不停地去详细的给他们讲解我们的业务流程，和他们的提成点，加上高额的利润，还是有些效果，我发现谈代办点必须找一些有意向的代办点，当然那种意向强烈的更好，特别是他已经在代办或者代收一些费用的，那更是我们必须抓住的代办点。

## 二、工作中的问题和困难

2. 说起发资料，我总是觉得我们这个资料比较复杂，我们做资料要简单明了，一目了然，还有在价格上，我们也要有吸引客户的眼球，客户要的不是便宜，客户要的是感觉占了便宜。

3. 和同事沟通得不够。有些问题，资深的同事很容易解决的，但由于和同事沟通得不够，导致没能及时解决，错过了最佳的机会。

4. 对工作的积极性很高，也很投入，但乏销售方面的技巧和

心态，拜访客户时对于洽谈价格上的技巧，还不是很有经验。

5. 虽然有专业背景，对产品还不够熟悉，所以有时候客户问起产品的一些问题都没办法答清楚，特别是价格方面，有时不能及时解答客户问题，客户会不够信任。

### 三、工作中的成绩和缺点

5. 有时候介绍产品的逻辑、思路不够好，导致客户反感

### 四、工作中的经验和教训

1. 谈代办点和客户都要有自然的谈吐和幽默风趣的话语，适当时拉拉家常，摆摆龙门阵。

2. 要对业务的流程清晰，逻辑思维明了，怎么样才能吸引客户，将客户带入你的思维中去，让他对你的谈话的关键点感兴趣。

3. 销售不跟踪，最终一场空，时不时的拜访或者电话跟踪都将是留住客户的一种必要的销售手段。

4. 建立信赖感，不管是客户还是代办点，都要使其信赖你，认为你这人很值得信赖，他就会和你建立关系，做销售就是要先把自己给推销出去，然后才是产品的介绍。

5. 关心竞争者的业务动向，时刻掌握着竞争对手的业务流程和价格，好从中掌握自己产品的优势。

6. 解除忧虑，帮助客户下决心，找到问题，一步一步的追问，想办法解决诸多问题。

7. 成交这个是关键。成交阶段，一定要用催促性、限制性的提问，这是铁定的规律，否则的话，你的流程要从头来一遍。

8. 做好售后服务。真正的售后服务是人们购买了商品或服务之后，我们对他的延续服务。也就是我们在客户的使用过程中，为客户提供的咨询服务，成为客户的顾问，解决客户在使用中的问题。这样才能建立一个真正的稳定客户。

9. 在成交，要求客户再多介绍别的客户，前面的好服务都是为后面的在成交做铺垫，一旦客户确实认可了产品和服务，客户是很愿意分享的。

10. 在拜访陌生客户时，千万不要冒冒失失的闯入别人家里，应该先敲门或者询问是否有人在家，说话的语气要慢和委婉，不要急性子。

## 五、下月工作目标和计划

目标：争取开单20家，销售额达到二级，帮助合作伙伴完成他的目标

计划：

2. 维护旧的且好的代办点，争取增加代办点积极性

小学数学教师校本研修计划范文 校本研修，是指立足于本校工作实际，根据教师自身专业发展需要，开展自主、合作、探究性学习和锻炼，提高教师专业修养水平，促进教师专业化的一种教师继续教育形式。为了提高自己的工作能力和业务水平，更好地为教学工作服务，根据学校的工作实际，自身的发展要求，特制定校本研修个人工作计划。

一、指导思想：

以《教师法》和《数学新课程标准》为个人研修指导方针，以“求真、求实、求效”为个人研修理念，以提高课堂教学的效率为个人研修目标，以提高教师综合素质为前提，坚持科

学育人，扎实有序地开展数学教学研究工作的，为促进学生的全面发展，提高学生综合素质，促进新时期教育事业的发展而努力。

## 二、研修要求：

1、提高自身政治和职业道德素养。敬业爱岗，任劳任怨，淡泊名利，不求索取，把自身修养作为第一研修内容，从小事做起不断进取，超越自我。

2、加强专业理论学习。通过参加集体学习及自学等方式认真学习新理念，学习数学学科新知识，及时把握教学课改的前沿信息，并努力运用于课堂教学实践中。

3、立足常规教学。潜心钻研本学段教材，上好每一节课为前提，不断总结和反思自己的课堂教学，逐步突显出个人的教学风格和教学特色。

4、注重理论总结。积极撰写教学反思、案例和论文，将教学过程中的点滴感悟记录下来。

## 三、研修内容：

按照个人工作特点，制订一年的发展研修计划。在自己日常的教育教学工作，理论联系实际，做到在学习中实践，在实践中学习，在工作中思考，在思考中实践，在反思中改进，在改进中提升，把研修、工作、发展同步推进。

1、研读课标。研读《数学课程标准》，交流课标研读体会，以便准确把握各学段目标要求。

2、专修内容。《高效课堂导学案的编写与策略》。

3、数学专业理论学习和教材教法学习。研读数学专业高级教

材及教材教法，提高自身专业文化素质和教育教学理论，拓宽自己知识视野，丰富自己各方面知识。

## 奶粉推广活动总结 奶粉业务员工作总结篇十

20xx年，我县为部级水稻育插秧机械化技术推广示范县，在省、市主管部门的指导、支持下，在县委、县政府的坚强领导下，在相关单位的密切配合下，立足前几年打下的坚实基础，攻坚克难，奋力爬坡，做到服务多样化、运转市场化、技术多元化，水稻育插秧机械化技术推广工作实现跨越式发展。截止10月30日，全县新增插秧机104台（其中高速机8台），育秧流水线8套，育秧硬盘12.3万张，完成机插秧作业面积19.5万亩，圆满完成了市政府、县政府下达的工作指标。

为了做好今年的水稻育插秧机械化技术推广工作，县政府一如既往高度重视，准备充分，部署有力。以全政[20xx]34号文件形式，安排落实了今年的水稻育插秧机械化工作任务，要求各镇各部门高度重视，增强责任感，切实把水稻育插秧机械化技术推广工作落实到议事日程，做到“认识不减、力度不减、扶持不减”，“确保人员到位、措施到位、责任到位”，每个镇必须建立3个面积在500亩以上的示范片，要落实到田头、机头、人头。今年，县政府再次把水稻育插秧工作列入农村工作综合考评中，并设立水稻育插秧推广工作单项奖。提出四点要求：1. 抢抓机遇，把水稻育插秧机械化推广工作打造成各级组织的社会事业和参与者的人生事业；2. 狠抓关键，不断创造、培植、支持水稻育插秧工作的载体、平台和着力点，推动此项工作又快又好地发展；3. 健全机制，促进工作常态发展，成就“三农”伟业；4. 加强领导、强化管理，为做好水稻育插秧机械化技术推广工作提供有力保障。

各镇政府会后相继成立了机插秧工作领导小组，制定了《实施方案》，出台了奖惩措施，落实了示范片，工作开展有序。

在育插秧关键时间段，县委、县政府主要领导、分管领导曾

多次深入田间地头开展调研，组织召开各镇、各相关部门负责人协调会、调度会，实行每日汇报制：各镇将每天育插秧进度反馈到农机局，农机局汇总后上报县委、县政府主要领导及县农村工作组领导；技术人员对示范点做到一天一巡查、一天一总结、一天一汇报。期间由督查局牵头，农机、农艺等部门参与督查各镇育插秧进度。分管县长杨勇多次深入一线检查、指导机插秧工作，亲自解决在机插秧工作中遇到的困难。

为了激励农民购买插秧机、运用水稻育插秧机械化技术，鼓励农机服务合作社从事机插秧作业，县财政安排了70万元用于此项工作，各镇政府都相应安排了专项资金用于购置插秧机补贴、作业奖励等。

1. 县财政对规范化合作社□20xx年机插秧面积达3000亩以上的，给予每社20000元的资金扶持□20xx年机插秧面积达20xx亩以上的，给予每社10000元的资金扶持。
2. 对购置机械育秧硬盘农机专业合作社给予每张1.5元的资金支持。
3. 对农机合作社、农机大户和种粮大户购置插秧机继续实行优先支持、在同等条件下优先考虑、安排。
4. 各镇在中央、省财政补贴的基础上，对推广好的典型，根据作业面积进行奖励，有的镇对购置育秧流水线给予3000元/套补贴，有的镇对机插秧农户提供种子补贴（5—15元/斤）、育秧软盘补贴（10—20元/亩，有的无偿提供软盘）、作业补贴（机插秧10—20元/亩）等。

农民对水稻育插秧技术的使用，往往取决于他们的接受程度。为了加快我县水稻育插秧机械化技术的发展，让更多的农民了解、接受、实施这项新的水稻种植技术，我们充分利用农民赶庙会、上街下集等机会，支起桌子、摆上资料、竖起牌

子，向过往的群众宣传机插秧技术。并结合阳光工程培训和新型农民培训，举办水稻育插秧机械化技术培训班，详细讲解育秧技术、大田耕整技术、大田管理技术和机插秧操作技术。有时为了方便群众，总是利用下雨天、晚上，深入到农村，组织几个村民组的农民进行技术培训，播放宣传光碟、散发技术资料、讲解育插秧技术。今年全县共散发技术宣传资料2800份，举办培训班9期，培训农民420人。

水稻育插秧机械化技术需要农机农艺做到紧密结合，两者缺一不可。为了搞好这项工作，农委安排专门技术人员与农机局安排的农机技术人员组成水稻育插秧机械化技术指导小组，在农机部门对农民进行插秧机操作培训时，给农民上课，讲解水稻的有关知识、大田水肥管理、水稻病虫害防治等；和农机人员一起走到田间地头，帮助农民选种、指导农民育秧，并及时帮助解决机插户遇到的问题。农机、农艺的紧密结合，让农户感到有了技术保障，增强了他们运用技术的信心。

“市场运作”是水稻育插秧机械化的发展趋势，一家一户的小农作业，必将被专业化服务所替代。我们在推广服务过程中，不放弃一亩地、一台机的星星之火，同时将更多的时间、精力放在发展规模化作业上，通过政策倾斜、资金扶持，积极引导农机专业服务公司、合作社发展壮大。育秧流水线配套硬盘进行育秧作业，效率高、秧苗均匀、省工、省时。今年县政府在地方财政叠加补贴中，特别增加了硬盘补贴。目前全县已成立的22个农机专业服务组织，拥有插秧机135台（其中高速机14台），育秧流水线12套，硬盘180000张，成为机插秧作业的主力军和领头羊。同时我们积极帮助种粮大户和土地流转大户与机插秧公司、农机服务合作社对接，为大户找机械、为合作社找市场。今年农机服务组织与农户签订机插秧服务合同35000亩，作业收入达450多万元。

今年水稻机插秧工作我们顺应农村发展趋势，结合新农村建设和农村土地流转，坚持扶持农机服务组织抓大户、建大片、发展机械化流水线育秧，服务对象由过去的零散农户向承包



大户作业方向转移，今年全县建立500亩以上的作业片56个，比去年增加了11个。

（一）推广力量单薄。推广站只有4名工作人员，其中一人还要留守办公室，而镇农机管理员由于被镇政府其他工作束缚，难以全身心投入到农机工作上。另外，机插秧涉及很多农艺方面的知识，而农机人大多是外行，加强推广队伍的知识培训，更显必要。（二）发展不平衡。各镇由于自然条件，领导重视程度，农民的积极性存在差异等因素，机插秧发展水平参差不齐。（三）插秧机价格偏高。尽管农民在购置插秧机时已经享受了一半以上的政府补贴，但一台机械依然要拿出八、九千元，高速机几万元，居高不下的价格，直接影响着农民的购机积极性。（四）法律不完善。叠加补贴后的插秧机仍有流失现象。目前没有过硬的强制措施，应逐步完善相关法律，予以重拳出击整治。

## 20xx年工作打算

- 1、立足当前工作基础，摸索创新示范推广工作新模式；
- 2、宣传工作上增加手段，加大力度，使机插秧做到家喻户晓，人人皆知；
- 5、进一步加强技术培训，确保培训质量，提高机手素质；
- 6、做好镇村宣传发动工作，加速整村推进、成片发展。