

出差工作总结汇报材料 出差工作总结(优秀8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。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

出差工作总结汇报材料 出差工作总结篇一

出差天数□20xx年1月20日——20xx年2月2日(x天)

出差目的：经过旺季出差蹲点，协助分公司旺季市场工作的开展，熟悉各个品牌所有品类的基本情景(品牌、铺货、产品结构、价格、促销活动等)，各渠道产品结构，业务操作方式及流程等方面，以便更好开展以后的产品管理工作。以及了解速冻水产市场情景，搜集相关信息。

※1月21号上午协助业务员杨翠对大润发和平店外仓进行补货，午时与业务一道处理了一齐客诉，然后在大润发和平店协助长促销售。

※1月22号协助大润发系统业务员杨翠对大润发皇姑店进行补货，并对一月26日-2月3日大润发档期活动产品进行补货的梳理及预约工作，协助业务与大润发课长协调档期价格调整，对大润发沈城店进行物料的配送。

※1月23号协助沈阳家乐福系统业务员对家乐福塔湾店进行补货及档期补仓预约工作，与家乐福塔湾店课长协调增加陈列面的工作，为金牌虾铺货做准备，处理门店团购订单。

※1月24日协助沈阳家乐福系统业务员对家乐福文化店促销物料补充，门店产品库存盘点，补货预约。

※1月25日协助沈阳家乐福系统业务员例行家乐福周一订单日的相关工作，对沈阳家乐福所有门店的订单明细与长促及门店课长助理确认，与第三方物流确认配送时间等信息，协助处理家乐福8月份遗留的客诉。

※1月26日协助家乐福业务对家乐福北站店门店账目进行梳理核对。午时开始协助沃尔玛业务员沃尔玛浑南店进行促销物料的配送，并协助250箱产品的入库工作。

※1月27日协助永辉业务员向永辉重街店配送促销物料，因沈阳永辉系统1月28日门店大促，速冻产品6折起，协助业务员对门店产品进行盘点，与课长洽谈陈列排面调整事宜。

※1月28日上午协助华润业务员向华润万家文化店配送促销物料，协助业务员对门店产品进行盘点。午时在大润发和平店协助长促进行销售，排面的整理等。

沈阳流通小店价格签※1月29日上午协助华润万家南塔街店长促进行产品的销售，排面的整理。华润档期促销为5_灌汤水饺，8.9元，及4_简装汤圆，4.8元。午时了解沈阳当地的小超市及佐客便利连锁系统。

※1月30日沈阳上午拜访沈阳鑫升级便利连锁系统，了解我司产品及竞品信息。午时协助大润发和平店长促进行产品销售，排面整理工作。。

※1月31日拜访沈阳批发市场，沈阳水产市场

佐客便利我司主要陈列产品如图：沈阳水产市场

发现的问题：

1、终端形象建设

春节旺季是快速消费品市场历来都会拼力竞争的一个时期，不管是价格促销，绑赠，五花八门的终端形象建设等等，各个厂家各施本领，去争夺春节旺季这个“蛋糕”。从我司在沈阳几个比较大的ka系统，相比较于三全来看，我司在终端形象的建设表现较差。

三全及湾仔码头大润发和平店的店中店以东三省最好的门店沈阳大润发和平店为例，三全早早的就将店中店建设到位，在沈阳市占表现一般的湾仔码头也提前建设好了店中店，这样大润发和平店三条主干道的端头，两个被三全占据，一个被湾仔占据，我司在春节旺季的终端形象就表现的比较乏力。终端是消费者集中针对品牌体验的集中营，是以目标群体为核心，是品牌视觉识别系统以及品牌营销体系的集中表现，是品牌识别的主要表现特征。尤其是对速冻行业，受冰柜等制约较大，对卖场的依靠较大，所以，终端的视觉环境、空间环境、展示环境、陈列环境、听觉环境是构成消费者的心理感受、行为感受、视觉感受、听觉感受的主要呈现手段之一，经过消费者在终端的切身感受因而直接影响消费者对品牌的识别价值的认可，和消费者对品牌的认知，从而建立品牌在消费者心目中的独特形象，最终实现品牌识别和刺激消费者的购买行为。

2、客情维护

发和平店外仓补货的过程中，因我司春节客情费没有到位，大润发的课长以各种理由对我司补货进行干扰。

出差工作总结汇报材料 出差工作总结篇二

经过半个月的出差，走访陕西省、甘肃省、宁夏省三个省份的省会城市为主，这些年来，国家一向支持和发展西部，陕甘宁地区各行各业得到了迅速的发展，建材、洁具、卫浴等

等逐步构成了必须的规模，与发达的省缩短了差距，异常是西安和银川的规模和西南地区市场不相伯仲，下面就个人对各个地区市场进行简单的分析。

1、市场特点和范围。

西安的建材市场分布在西安的东南西北，可是最有名最集中的在未央区，从北2、5环到北三环这个区域范围内，大大小小的市场不少于15个。北2、5环是早几年的建材批发市场，此刻剩下了3个大型的市场，走中高档的品牌零售为主，北二环大明宫、大明宫建材批发商贸城，大品牌有汉斯格雅、高仪、科勒、安华等等高档卫浴，太华北路至北三环沿路有贝雷、红旗、太华路装饰市场等建材市场，这些市场都是零售为主，批发为辅。几乎都从北三环大明宫建材市场出货或者调货。北三环大明宫建材市场是整个西安最大的市场，辐射范围陕西省各个地级市，前几年西宁、甘肃、宁夏大部分经销商从北三环大明宫进货，市场的容量大，窜货范围广。

2、西安北三环大明宫建材市场经销商分类。

北三环大明宫建材市场主要集中在潮州人、河北人、福建南安人在操作，挂件类潮州人比较成功，潮安聚源、维佳、卡贝、凯乐、浙江、温州等区域挂件市场占有率很高，广东挂件相对占有份额比较少，洁具配件在西安第一类：长江水暖配件中心、三鱼洁具，今年目标销售总额破亿，据三鱼洁具销售主管透露，去年销售额8000多万，主打帝富龙品牌，出奇展翔套装花洒，出奇展翔一年保守统计一年60万，三鱼洁具是市场配送车最多的，目前10多辆车配送，计划明年达20多辆。第二类，普新洁具(过江龙总代理、悍将、四维、在做雨希套装花洒)、安得巧洁具、丽驰(欧雷仕)在做福建套装花洒、金家园、朝阳卫浴老板王友强代理银龙花洒，其中安得巧和普新有好几台车在配送，销售总额达4000-5000万。整个市场的广告投放最多的是三鱼、安得巧、普新这几家大型水暖配件中心。

2、产品优势和劣势。

挂件类，喷砂工艺，西安市场喜爱率不高，哑光和亮光工艺市场占有份额十分高，浴巾架的设计风格 and 款式与西北地区有点格格不入，潮州曾老板谈话中得知，玻璃的挂件市场上还是很热门，我们挂件可能就两款凑合着能走，9255和9256，预计一年最多10万左右，他做挂件一年销售额达1000万左右。升价架套装在市场没能寻到踪迹，普新洁具店有两款哑光的四维品牌的升价架，也很难走得动，有一家浙江经销商在成都市场上看到升价架走得很好，以往从四川亲戚调货试走，最终没有走起来。套装花洒，市场上也存着萎缩趋势，市场上要么是走单喷头，要么是淋浴大花洒。即使是做得十分大的经销商，也很少做出印象来。贝驰卫浴的产品，凭借着过硬质量优势，经销商是十分肯定的，款式和厦门有点差距，电镀和保养还得加强。

3、应对措施。

西安建材市场，对于贝驰卫浴是一个机遇和挑战，市场上套装花洒没有一家经销商做出形象和推广，对于贝驰是一个十分好的机遇，当然前期的路可能有点难走，鉴于自身优势，已经和安得巧配件中心达成试销承诺，西安地区的套装花洒由安得巧独家试销，利用安得巧的广阔的销售网络，在西安几个大市场做出贝驰套装花洒的形象。

宝鸡，建材市场有新建路建材市场、国艺、自然之家、大有联盟、冠森建材市场等等，这些市场几乎都零售为主，宝鸡离西安不到200公里，几乎很多西安配送下来，进货渠道西安。批发十分少，宝鸡仓库配送的批发有7、8家，其中最大的是河北人孙柱-柱子洁具，有4辆货车每一天配送县、镇，孙柱与西安普新是老乡，过江龙也是从西安进货，一年销售额达20xx多万，孙老板对于贝驰套装花洒形象和质量比较认可，合作问题还在沟通中。

驰形象与推广达成协议，前期试销期间4个市场都进驻贝驰品牌，满怀信心把贝驰品牌在兰州做稳做大。兰州爱迪雅套装花洒名气比较大。

□

洒的没有做出形象，出奇一样没有形象，接触贝驰后，对贝驰的形象和包装十分满意，鉴于几个方案，李文灿在价格和贝驰质量还是不太满意，后续我继续跟进和沟通，把贝驰卫浴在银川市场快速打开。

以上是我陕甘宁的一下见解，不足之处，请原谅。

出差工作总结汇报材料 出差工作总结篇三

5月30日，董事长充满激情的8个小时的精彩讲解和培训，把经过十四年的积淀、沉蕴的企业文化，提炼了出来，展现在大家面前，让人耳目一新、为之一振、欢欣鼓舞，我深深地感到，新的企业文化体系的建立和推广，必将为企业的发展注入新的血液和活力，当前企业发展的瓶颈一定会由此而突破，企业一定会由此而进入一个新的发展阶段，企业的基业长青得到了切实保障！

整个企业文化体系处处体现着以人为本的基调，充满着人文关怀的精神，蕴含着深深的人生哲理，让人感到温暖、温馨、尊重、自豪、激情。企业的使命由原来的大而空、遥远不可触摸演变为现在的“员工幸福，顾客满意”，更加现实、贴近大众心理；企业愿景由原来模糊、不明确，变得更具体、清晰：“员工实现梦想，企业健康长寿”；核心价值观：诚实守信、用心服务、敢于担当、感恩回馈，不仅体现着做人的道理，更体现着立身于社会之道和生存法则；家文化的营造：爱心、信任、责任、宽容、和谐五大元素的融入，会把大家庭中的每个成员熏陶得完美、完善、和谐、荣辱与共。“卖放心商品，做良心企业”的企业宗旨，彰显着企业生存的底线和社会良知

的责任感。“诚信、务实、拼搏、创新”的企业精神，是企业永恒发展不变的精、气、神。

企业文化体系中的五大应用理念：人力资源理念、经营理念、管理理念、服务理念、营销理念。是企业各个环节的实操行为规范，每一部分都包含有宗旨、目标、措施、策略，这些行为规范，不仅是企业价值的心灵取向、外在表现，更是企业要达到目标的理性选择，具有明确、清晰、健康、向上、实操性强的特点。

可以说新的企业文化体系的建立在企业的发展史上应该是划时代的标志，它的推广必将成为企业动力之源、治理之本、凝聚力之魂，是企业取得成功、不断发展壮大的关键。

企业文化体系的确立后，如何推广宣传、落地生根，应该是下一步工作中的重中之重。（心得体会）以后我们应持续不断地将企业文化理念渗透到每个员工心中，渗透到大家的服务工作和管理工作中；贯穿于每个工作流程、工作标准、工作考核中，把企业文化理念作为我们的行动指南，让所有员工都能够共有企业文化所体现的思维方式和行为习惯，如此，企业内部、各部门之间的沟通和协调才能轻易实现，企业内部的凝聚力才能真正增强。只有当员工深刻的意识到自己的行为是符合企业文化要求的，处处以企业文化来严格要求自己，那么企业文化才能真正的发挥其终极的效果。

我相信，在新的企业文化的指引、熏陶下，大家一定会在万果园大家庭里充分发挥个人的潜力，心情舒畅地得到发展、得以创新，不断完善自身素质、素养，不断提升自身的价值、含金量，齐心合力将企业规模做大、实力做强、形象做优！愿每一个万果园人在万果园大家庭里都能实现自己的梦想，愿万果园企业健康发展基业长青。。

出差工作总结汇报材料 出差工作总结篇四

出差天数□20xx年xx月xx日——20xx年xx月xx日（3天）

出差目的：拜访意向客户新型项目，了解他们的项目销售情况和市场定位及对操作我们产品的认识和态度，为以后业务发展铺下更好的道路。

出差日程：4、27上午虎门—郑州东。

4、27下午到郑州后赶去焦作市县住宿。

4、28上午拜访新型项目张工和卢总经理。

4、28下午赶到郑州火车站买票以及住宿。

4、29中午郑州东——虎门。

走访情况：4月xx日拜访新型项目采购张工、卢总经理和他们老板，该项目由博爱县清化镇村村民委员会拟投资7.3亿元建设村新型社区。项目地址位于博爱县城玉祥路以北、葵城路以东。项目规划占地面积181206□67m2□规划总建筑面积373095□04m2□预计建设期共计36个月。项目为房地产开发经营，属核准制项目，项目用地为商业、住宅用地，项目属旧城改造项目。我们的垃圾处理器产品拿过去也当场试验给他们看后总体表示满意，也想了解我们的卫生间垃圾处理器。我们产品的包装好，觉得价格过高，他们在网络上找了好多家公司有金钢侠，厨卫宝等公司都给他们报过价有100多元/台，不过没有哪家公司给他们送样以及试验给他们看，我们是第一家，要求我们放样给他们考虑和对比，我们双方要签署协议后再寄样过去给他们，放样时间暂定一个月，如达成战略合作后样品须放到工程结束后归还。

本次出差的感想及发现的一些问题，不足之处及今后的做法：

1、我们平时先熟练产品后才能在客户面前侃侃而谈，不论讲演我们占主导地位。

2、出差前要多做出差工作前准备工作，公交线路以及周边住宿。

出差工作总结汇报材料 出差工作总结篇五

本次所考察学习的张桥路小学，学校环境和文化建设独树一帜。尽管学校占地面积不大，但利用十分合理。教学楼每层墙壁上都有特色，包括世界名人录、名人名言、德育走廊等。最吸引人的是每个中队门前都有属于自我的板块，其设计别具一格，凸现了本班特色。反思我们目前的学校现状，虽有文化，可是零碎的、不系统的，教师团队缺少共同的价值观，学校许多倡导与决策教师很难及时认同，学习氛围不够，我想这都是我们没能抓住文化建设这个纲。

学校是一个培育文化的地方，而今我们书山题海，教室上大课，办公室开小灶，这些都恰恰缺失了文化，我们的一些评价制度，又诱导教师们不得不搞书山题海和加班加点，实在是一种悲哀。我想，对于我们学校，今后必须要精心打造好学校文化，要用健康、激励人的学校文化统领学校各项事务，作为学校发展的导向和真谛。文化建设虽不可一蹴而就，需要慢慢积淀与生成，但千里之行、始于足下，我们应当从此刻做起，从自身做起，加强校内群众性文化团体的建设。

与所参观的学校相比，我们此刻的教育教学常规管理的各项制度还不够健全和完善，某些具体操作要求上还不够细化。今后一段时间内，我们应当在结合我校具体学情的基础上，充分发扬民主，重新审查各项制度及要求，如课程结构设置优化、课时分配制度等。

引进激励机制，优化教师队伍，倡导“质量求生存、求发展、求效率，向团结、人心、信心要质量，办事民主、制度管人”

的办学理念。张桥路小学的小班教学给我留下了很深的印象，在那样的环境之下，教师才有充足的时间进行教科研活动，所以，我校也能够率先尝试小班教学模式，真正做到资源的合理配置。

就我们所参观的学校而言，在上海市算不上名校，但学校的课题研究却颇具特色。听着教导主任滔滔不绝讲述自我学校的课题研究，看着他们训练有素的教师队伍，我不禁为之震撼！目前，我校在课题研究方面尚是空白，教研工作也无从下手。班容量大，师资不均衡，加上各种活动，教师无力从事课题研究。

我觉得，学校应给教师一个简便的环境氛围，然后确定大课题，再分组或分段进行与之有关的小课题研究。全体上下都协调一致，工作落实到人头，有布署有总结，分阶段进行，稳步开展教科研活动。

在张桥路小学听了两节课，他们先进的教学设备让教学得心应手。而我们学校□xx年下半年，在上级教育主管部门的支持下，已建成了一个计算机教室和一个多媒体教室，这就为提高教师运用现代化教学手段供给了基础设施。但由于能联网的机子较少，教师要想查找到自我所需的教学资源困难，本来使用多媒体能让学生很好地理解课文资料，但因为条件有限，也只好作罢。

所以，教学不能得心应手。学校应当尽快为教师人手配备一台电脑，教室也要有相应设施，并且联网，这样，教师就会充分利用网络平台来进行教学，节省很多时间，更利于教学质量的提高。

教师办公条件是保证办学质量的重要保障，而根据美国管理学家、心理学家的管理“二因素”理论，在做好教师激励工作的同时，做好教师的保健工作，不断改善教师的办公条件，为教师供给良好的工作环境，是提高教师进取性的一个重大

举措。目前，由于学校规模不大，地方太小，十几位教师挤在一个办公室里，人多嘴杂，往往给教师备课、批改作业带来很多不便。

学校教导处虽然为教师供给了喝水的方便，但不能满足四五十位教师的需要，所以，有的办公室只好自我从家里拿热水器等来使用，存在很多安全隐患。同时，办公室里连教师洗手、擦手的用品也不具备，一切都得靠自我。我们学校一共六个年级，每个年级有两个或三个平行班。教师所带班级的人数有多有少，工作量很不均衡。所以，学校应尽快改善教师目前的状况，为顺利开展教学工作供给便利条件。

我认为，学校能够从扩大教学规模入手，尽快加盖楼层，实行真正的四轨制、小班教学模式。至于办公条件，能够研究同年级一齐办公，也能够分学科、分低中高段办公，这样有利于教师的共同探讨，更好地促进教学质量的提高。

感激领导给了我这次考察与学习的机会，使我真切地了解到了其它学校的教育现状，有机会解读了先进的教育、教学理念，获得了许多教育改革的信息，触发了我许多教育灵感。相信在我今后的工作中必将产生巨大而深远的影响。它必将成为我人生的一段重要历程，给我留下难以磨灭的记忆！

出差工作总结汇报材料 出差工作总结篇六

本次出差主要工作资料：新客户的开发，配合胡经理作洪雅活动的准备，和赵生健做广安活动的准备。

新客户的开发出差地方有：仁寿、井研、乐山、峨眉、夹江、雅安、新津、浦江、眉山。仁寿市场不错，人口130万人，但竞争也很大，全友，双虎，掌上明珠，南方，金虎，三叶，鼎高，金亿等专卖店，公司之前在那里也开过店此刻没有了。乐山市场很大，家具市场较为分散，公司在沙湾区有专卖店，但经营不是很好，之前在五通桥有店此刻没有了，眉山家具

较为分散，公司也有店，但专卖店内杂乱空旷，听导购说老板对公司板式家具不感兴趣了，在等年会实木家具出来。

新客户开发：到一个卖场，应先观察；看导购精神状态，卖场装修，饰品摆放，产品系列，标价。再问：问导购卖场多大，老板在不在，生意好不好，对我厂了解程度，卖场做多久了，做了哪些品牌，是否打算更换品牌。介绍：介绍公司背景，品牌，产品系列，产品定位，卖点，价格。

洪雅专卖店重装开业，配合胡经理做开业准备。包括家具调配、饰品的摆放、灯光的调试，还有整个卖场的包装，场内吊旗装订、地贴、灯笼。带队发dm单，从乡镇到城市dm单的发放。

总结：

1、床头尽量靠墙壁放，衣柜和状台统一放在床的一边，衣柜靠近床头方向放，状台靠近床尾，斗柜从高到底依次靠墙边放。

2、家具摆放要整齐有序，高低搭配协调，要根据卖场实际情景摆放，卖场不能太空，也不能太挤，一般进门口要相对宽松。

1、饰品整体讲究：美观、协调、大方的原则、对家具摆放中留下的空隙，进行填补、美化，突出家具卖点。

2、床头柜摆放的饰品不要高过床头，颜色也要和家具颜色协调、不冲突，饰品组合摆放要高低方圆搭配，一般按左高右低摆放，同一局部颜色最好不要超过三种色。

1、饰品有：吊旗、气球、地贴、标语牌、灯笼、展架、标价签、特价签等摆放整齐。

dm单必须要发到人手上、街上；停放的自行车、摩托车、汽车都要夹放，行人、商铺都要发；行人中不要发小孩，商铺发放到老板手上，并作解释，若商铺中无人，则要放到商店里面的收营台上，不要放到门口柜台上。小区：每家每户挨着发，家里有人则敲门发到人手上，无人则夹在门把手上，并要放规整。楼盘：若在装修应发到装修工或业主手上，并询问客户信息，收集电话，予以装修工以小利进行帮忙介绍，若无人在装修则夹在把手上。

在行人发放中，必须要介绍活动主题、地点、时间。在所有发单过程中，若有人询问要耐心讲解，吸引客户来电，并对意向客户留电话，发单的目的仅有一个吸引更多的客户来店面。

一场活动是否成功，销量能否很多提高，我们能决定的有三个因素：

- 1、宣传是否到位：包括活动主题；资料；特价产品
- 2、卖场氛围、卖场外围的包装、场内家具的饰品、灯光的调试
- 3、导购：心态、信心、活动了解、专业知识、综合素质等。

广安活动做准备，这次就我和赵生健，整个卖场场内、场外的包装。场内氛围的营造，导购的培训，与商场老总沟通进行广告的制作，缺货的补充。

- 1、活动的宣传
- 2、卖场氛围
- 3、导购培训，每个环节的工作都要做到位，活动才能成功。

总结：

广安卖场是一个综合卖场，卖场共三层楼，欧尔雅专卖在第三层大约500平米。

这次活动主题是“消防升级，全场裸卖。”宣传方法：

1、秧歌队

2、dm单

3、老客户信息dm单6万份兼职人员发放，早上9:00到中午11:30，午时14:00到17:00无人带队，定点发放，资料未发放完。

卖场装修是两年前的与所摆产品风格色系不搭配，各区域家具高低、大小搭配不合理，不协调，部分区域太空、缺货，而把其它厂家产品进行填补，风格不统一，饰品摆放混乱，扑满灰尘。我们对整个卖场先做清洁打扫，然后和商场工作人员一齐作展场家具的调整，饰品的打扫与调配。灯光的调配，其它厂家的产品的清理，缺货的叫商场发货。卖场标签的规范，吊旗装订，从一楼到三楼贴了地贴，在卖场的前后门挂了灯笼。导购是卖了欧尔雅两年的，中间离开近几天刚回来，对我厂产品卖点并不了解，心态过于急躁，导购技巧缺乏。花了半天时间对导购进行了导购技巧培训，产品卖点的培训，重新树立了产品信心。

1、没有独立操作过活动没有经验，

2、外围包装不到位，没有吸引更多的客户到三楼卖场

3、场内家具，饰品没有调到位，卖场氛围不够好

4、导购培训不到位，丢失此刻客户。

在以后的工作中应对以上几方面进行认真、深入的学习弥补自我的不足。

出差工作总结汇报材料 出差工作总结篇七

本次为期12天的出差最主要的任务就是细化东海和赣榆市场，目前东海和赣榆的总签约客户为12家(包括这次签约的两家)有6家集中在东海的北部，且店面分布比较集中，赣榆的4家也在一条线上方，整体看来连云港11家店的“质量”比较好，对于下半年的跑量还是比较有信心的。

这次出差最大的意外收获就应是：灌云和灌南的7家客户基本上已经确定下来，东海那里也传来“喜讯”，所以，今年下半年连云港市场不出意外的话会突破20家，前景就应是“一片光明”。

其次，在这次出差的时候墩尚的客户反应：顾客来买了一条单品床单又退了回来原因：大面积的跳纱，对于产品质检这一块，推荐生产部这块还需加强一些，毕竟此刻我们在苏北那里才刚刚起步，正在打品牌的时候，质量这块必须得把握好，必须得在下半年把绣阳的品牌打出去。

下月5号东海有两家客户搞促销活动，关于宣传的事宜在电视台打广告的事情由于费用太高暂搁一边，我已经和客户解释过原因，他们也表示理解。等九月份促销活动开始的时候，一些意向客户就会陆陆续续联系到老客户店里参观，到9月底之前要把能拿下的意向客户基本拿下，重点放在东海和赣榆具体的实施在9月5号开始，在这之前我已经着手联系这些意向客户了。

总之，期望我们在外面开发市场，家里的货品尤其是质量这一块必须得把关好，我们很有信心把苏北市场做大做强，期望公司能做我们的坚强后盾！

出差工作总结汇报材料 出差工作总结篇八

湖南省常德市武陵区、鼎城区、德山经开区。

XX年XX月XX日

调查了解常德市场政府环卫设备采购权重关系，了解市场现状及市场机会；调查拜访下级贸易商。

XX年XX月XX日，06与武陵区向磊向总（电话670669220）了解了常德市场的相关信息，并达成了初步合作意向。表示有相关业务就会与我联系，优先选择我们产品。与武陵区玉菡清洁服务有限公司的苏总（电话973608236）见面磋商。苏总把前段时间市区所有垃圾桶和垃圾箱的项目顺利接下来。该人对我公司的产品十分感兴趣，并透漏明年常德武陵区共27个垃圾中转站，其中新修的8个，具备垃圾压缩功能。其他个不具备垃圾压缩功能的老垃圾中转站将要进行重建。目前全市环卫工人众多，由于目前配给的手拖垃圾车效率低下，所以只能每100米配给一个环卫工人，基本上拖运几车垃圾就差不多一整天过去了。所以据了解环卫局（夏玉梅0736—77858）有想过要配备电动垃圾车。在环卫局了解市场情景常德今年垃圾桶及垃圾转运费用共4800万，目前全市市区配给垃圾桶垃圾箱在上半年已经结束。全市区垃圾都是经收集转运至德山垃圾发电站焚烧，每吨垃圾价格1.63元。

焚烧发电厂日处理垃圾可达900吨，可是每一天从各地区运来的垃圾一般仅有670吨上下，经常是一天工作一天休息，运营商中联环保电力有限公司每一天都在亏，所以政府给予该环保公司补贴，具体数额没问出来。常德市区所有乡镇存储垃圾都是用的铁质活动垃圾中转箱，然后用垃圾中转车将垃圾倒入车内。每个镇上有垃圾车一台，小镇每日一次来回；大的镇子一日两次，春节加一趟车。目前了解的情景来看，除了市区有几个可压缩垃圾中转站外，其他地方都没配备。据环卫处的朋友介绍，目前市区市政垃圾桶垃圾箱项目刚结束，

已经有人在做环卫局的工作，想要拿下市区所有的可压缩垃圾中转站项目，规模有预估是1.5亿左右。拜访常德凯迪环保有限公司陈总（378068999），陈总拿下了步行街垃圾箱的项目，基本上是10几家拜访两个垃圾箱。

本次出差发现市场容量很大，并且很多人都对固废处理现状不满意，经过交流对我公司的一些理念十分期待。目前在市场上发现跟客户打交道时间比较短，能摸到和了解的情景都是比较表面的东西。并且有些下游公司老板经常是一个人注册几个公司，想找这些公司却也没资料可查。

下一步工作计划把重点放在着重摸清梳理政府机构环卫设备采购权重关系，找准关键人，了解更准确的项目机会及投资运营结款方式。加大业务渠道的开展，针对物业进行智能化物业运营做好工作。最终是开发好当地下游贸易商，经过传统渠道来扩充及扩大市场占有率及品牌知名度。