

# 三位数减三位数不退位教案 估算三位数 加减三位数教学反思(优秀8篇)

总结是把一定阶段内的有关情况分析研究，做出有指导性的经验方法以及结论的书面材料，它可以使我们更有效率，不妨坐下来好好写写总结吧。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

## 采购月度工作总结篇一

1、从总体市场上存的压力分为几个方面：各品牌与品牌之间的劲争压力、店铺费用的不断提升所造成的费用压力、物价上涨所造成的通货压力等等的一些因素造成大多数的客户对投资信心下降，所我们对市场开发的压力随之增大。

2、随着市场的不断发展现今在市场上的店铺资原也满足不了现状，就好以这次我们出差的几个省下面比较好的地区的店铺资原都非常的有限。出现一店难求的情况。

3、有某些地区客户对我们的品牌的价位和产品之差的差距不太能接受，比如说他们会拿一些大众休闲品牌作对比，当然我们会对这方面的问题给客户作一个详细的分析，我们的品牌的优势在哪里，有什么好的政策从而引导他走进我们的品牌，用心去了解我们的品牌。

1、工作安排的合理性及有效性，就好以这次我们所开展的冬季订货招商会在山西站我们的工作就安排得很不到位导致招商会的效果远远达不到理想的目标，所以工作合理安排也是一个成功的关键。

2、工作计划与实行性不强，做好工作计划我们之后的工作就

是按照计划开展工作在要修正时对计划进行调整修正，但很多时候就会把计划省略掉。这样工作就没有了计划性和目的性，后期就很难把工作做好也难以得到理想的效果。

3、工作中团队之关的合理沟通，作为一个团队我们应该相互间进行有目的沟通，从沟通中相互吸收对方的优点从而提升自我的工作效率。我们团队在工作中就少了这种相互间沟通学习，我们有时分组在不同的市场工作会撞到不同的问题，我们在沟通中就可以相互了解不同市场的情况及学习不同的工作方式。

1、加强学习型组织的建立，做从好团队组织的假设。结合实际工作的经验，不断学习提高，充实完善自己，促进各业务人员素质的提高。和大家一道努力把业务部建成团结合作亲密无间、所向披靡的团队。

2、继续加大市场开发力度。进一步开拓市场，做细市场。消灭空白市场，构建一个立体市场销售网络。抓好大客户，抓好渠道建设，建好客户档案并随时跟踪回访。

在此感谢上级领导工作上给予关心及帮助。

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。

1、关于与客户的关系，公司与客户是健康的共赢合作关系，正常状况下没有谁牵制谁，但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。

2、关于业务，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。

a□xx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，但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下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，尽量在产品差开的状况下增加销量。

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，毕竟刚入行业，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状况以便进一步沟通，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。最后，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。

4、关于冬储与预付，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。预付只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。

5、关于近期的工作，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状况，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、尽快充实自我。

让我至今都记忆犹新的是第一站大唐云南墨江联珠风电场，从昆明下了飞机后，又倒大巴，终于到了墨江。若不是因出差的机会来到墨江，我都不知道有个地方叫双胞胎之城，更不知道墨江县在北回归线上。在墨江和贵州省区经理李哥（李新伟）会面后，我俩立即赶去墨江风电场。风电场一般都比较偏僻，就连跟随业主的顺风车都花了两三个小时。当踏入到了风电场，我第一次知道了现场是啥样。原来在公司培训时都只见过单装置或者单屏柜，到现在总算是了解各个屏柜的连接、组网方式。

墨江风电场调试遇到的第一个棘手的难题，现在回想都历历在目，为了把控现场进度，连夜调试csc1321远动装置的通讯，由于第二天就要和调度对点，李哥带着我排查问题，当时自己不会通讯调试，只能在旁边陪着，干点拧螺丝、拔插件、插网线、断电等之类的简单工作，一直到凌晨三点多终于调通了。当时那一刻，感觉世界都是美好的，困意也全无了。

第二天对点也一切顺利。从那次跟李哥学习中，我强烈的意识到，现场调试肩负这一份强大的责任！这个现场后来我自己又单独去过两次，还记得第三次去的时候，和运行的几个哥们儿在宿舍喝酒聊天聊到了十二点多，那一晚，也确实有点把酒言欢的感觉了。之后也去过有几个风电场，每个风电场的感觉就是海拔高，交通不便，温差较大。尤其记得大赖石山风电场，当时海拔3000多米，加上又是冬天，新站赶着投运，土建工作都还未完善就开始电气调试，当时真的是冻成狗了；不过留下了美好的回忆，每天下山，好几个公司的人

员聚在一起，点顿大餐，也是很欢乐的。

相比于风电场的干净与安静，火电厂给人的感觉就是道路黑。在快进入火电厂时，就经常能看到运煤车，道路也开始变得黑不溜秋的了。去的第一个火电厂是中电投贵州纳雍电厂，这也是人生中第一次去贵州。由于贵州多半是喀斯特地貌，山和云南以及湖南的山都不一样，基本都是石头山，路面比较难走，经常绕来绕去。那次是早上五点多到从云南到的六盘水，然后又坐面包车去的纳雍。

也是在那第一次亲眼见到了火电厂具体是个什么样，高耸的冷凝塔，庞大的发电机，当然机器运转时嘈杂的声音让我们说话都需要加大分贝。由于李哥和纳雍电厂的工作人员已经混得很熟，在那调试时，闲暇之际经常会与电厂人员开开玩笑，每天的调试结束后去澍哥宿舍蹭个饭，晚上也就住他们电厂宿舍，日子依旧挺开心的。

服务的第一个公共项目是昆明神农汇丰化肥厂，一进入那个站，一股特别刺鼻的化肥味扑鼻而来，能让整个大脑、每根神经都异常兴奋。庆幸的是我们在那调试半天就结束了。在那之后，我开始单独行动了，我和李哥在昆明分别，说实话，当时还是有点紧张的，怕自己一个人在现场搞不定，但是后来一想，迟早都要单独行动了，就鼓起勇气踏上了再次去往墨江风电场的旅途，开始了我的独行调试生涯。

我也由原来的电气部西南区的一员变成了工程二部贵州省区的一员，开始了贵州省区项目的差旅生活。四川重庆当时也属于西南区，可是却一直没去过，李哥当时还给我安排了成都一个项目，结果还没开始公司就调整了。唉，看来以后也只能是旅游时才能去四川或者重庆看看了。由于公司的整合，之前一直未曾接触的电网项目也开始参与了。去的第一个电网项目是铜仁局松溪变，当时去那个站是进行事故分析处理，因为前一天晚上下大暴雨，结果保护装置发生了越级动作，于是在变电站做实验，分析原因，最终通过量电压，发现是

由于年限太长了，继电器出口电压偏差较大，从而导致保护装置拒动。

其实这都是小case[]最让人无奈的是写事故分析报告，很明显是由于板子年限严重超期了，但是那个主任又不想让上层知道是他们大意疏忽，忘记检修整改了，所以就让我改报告，我只能坚持事实，实在是没法编原因，通过最终协商，终于达成了一致意见，采用之前写的那份报告。也就为了写报告这点事，在松桃局从下午五六点一直呆到晚上八九点才回宾馆。

出差一年，总共去过40个变电站，6个火电厂，5个风电场，3个公共项目以及1个光伏站。这一年的出差生活，有时候感觉确实是挺辛苦的，但是当问题得到解决时，那一刻的成就感、喜悦感也冲刷掉了一切。而且我也一直认为这样的工作总是伴随着新鲜好奇感，因为永远不知道接下来会是一段什么样的经历。

出差一年，我个人是有所成长的，当然我的成长离不开老员工们的帮助和教育，首先得感谢他们愿意带我这新人，并且在遇到困难的时候愿意去帮我分析解决问题的根源所在。进入社会之后，觉得自己渐渐褪掉了学生时代的浮躁，不再像过去只看高处，现在懂得关注自己的脚走的踏实不踏实。也许最终达不到什么高度，但是一步一个脚印的走过来，这也是一种经历，一种成就。当然自己也还是有一些缺点的，希望接下来能逐渐改正，曾经也办过一些错事，不论是技术上还是沟通协调上，也希望往后能少犯错，更好的解决现场的一切事情。

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。

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，要根据卖场实际状况摆放，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、时光。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，发单的目的只有一个吸引更多的客户来店面。

一场活动是否成功，销量能否超多提高，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。

## 采购月度工作总结篇二

出差是工作人员临时被派遣外出办理公事，那么如何写好出差的工作总结;下面是有业务员出差工作总结，欢迎参阅。

受销售公司的重托，我代表销售公司向本次职代会报告20xx年的销售工作情况及下半年的工作计划安排，请予以审议。同时诚挚地请各位代表以高度的责任感，对销售工作给以支持、帮助、指导和批评。

### 一、\*\*年销售工作回顾

\*\*年是销售公司注册独立法人的第一年，也是全面贯彻实施矩阵式销售的第二年，总部领导及各分厂领导乃至集团全体职工都对销售工作给以了极大的支持和关注，政策调整及后勤保障都在向销售工作倾斜。的工作，我们概括地说：“喜忧参半，压力与信心同在”，喜的是我们顶住了5月份原材料、外协外购件价格持续上涨，市场无序竞争所带来的压力;产品销售及货款回收比去年同期明显大幅度增长，至6月21日，共完成销售手扶拖拉机93727台，同比增长16.74%，柴油机104159台，同比增长24.84%，压路机336台，同比增长-13.81%，肥料26500吨，同比增长140.01%，装载机262台，挖掘机7台，电动自行车1046辆，旋耕机3237台，同比增长141.03%，收割机20xx台同比增长23.17%，共完成销售回款3.64亿元，同比增长84.77%同时处理多年积压不良资产1784.22万元。市场逐步规范，销售人员素质及销售管理水平显著提高;忧的是时间已近过半，产品销售、货款回收比年初我们的目标要求差距很大，这也是我们的压力，但是我们已经充分意识到，总部在后勤保障、销售政策上都给了我们最大的优惠和照顾，各区域通过的摸索和经验积累，市场已逐

步成熟并规范，这都为下半年的工作奠定了坚实的基础，这就是我们的信心。

纵观销售情况，没能全面达到总部要求及销售公司的预定目标，辜负了总部领导的期望，也有愧于各厂的大力支持，敬请各位领导及代表予以诚挚的谅解，并继续给以支持和帮助。

分析任务完成原因，有我们内部管理的因素，也有市场客观变化的影响。在内部管理方面，一是我们销售公司的总体管理水平不高，管理手段和管理理念短时间内没能有质的提高，驾驭市场和统揽全局的能力相对较低，在我们要求全面发挥矩阵式销售优势的过程中，针对市场出现的新情况、新问题，应对措施被动，不能创造性地开展工作，导致在竞争中没能显示出明显的优势。二是区域人员应变市场能力差，面对激烈而多变的市场竞争，不是想方设法说服我们的代理商或是寻找并突出我们的产品卖点，而是一味地等靠总部或销售公司政策的放松。年初江西市场出现了问题，总部及总公司对市场的规范使得各区域人员陷入迷茫，原有的销售模式从心底被打乱，更多的人缩手缩脚，不能放开去操作、去应对市场；三是产品质量问题再次成为制约销售的重要因素。20xx年，装载机仓促形成批量，连续不断的质量问题使得业务员倾力打开的市场近乎整个丧失，尤其小型装载机，可以说是卖一台退一台，经销商及客户不同程度地失去了信心，相对成熟的压路机产品，大问题不多，小毛病层出不穷，有的一台机器短时间内连续更换零部件达七次之多；就连我们的农机产品也并未按设想的一样，具有明显高出其它厂家产品档次的优势，反而是气孔、砂眼等质量问题较往年上升，许多经销商反映，今年我们的农机产品价格高出许多，而质量却同比明显下降。在外部因素方面，一是春节过后的原材料、外协外购件价格的持续惊人上涨，我们没有作好充分的思想准备，生产组织跟不上，旺季缺货，生产与销售局部脱节，保守地说，因为缺货造成的销售损失不会低于1个亿；二是农机产品短时间内的连续价格上调，使经销商利润减少，积极性下降，更重要的是助长了一些小厂家的竞争水平，不同程度地瓜分

了我们的部分市场。

## 1、销售制度逐步健全，绩效考核体系稳步完善而合理。

\*\*年是销售政策全面大幅度调整的一年，农业机械、工程机械、肥料等执行不同的销售政策、并根据不同的回款方式执行不同的价格和销售提成，根据总部的销售管理制度，销售公司以办公室为主，及时对费用及提成系数进行了测算，先后制定出台了《业务员薪给加级管理办法》、《费用报销审批制度》、《工程服务人员、三包司机、业务司机薪金费用管理办法》等十余项适合20xx年销售实际的配套管理制度。

考核改变了过去的单一任务考核形式，实行以效益为中心，即以产品销售和货款回收为主，兼顾资金管理、市场开发等七项指标在内的绩效考核，通过对业绩的考核累加，使业务员分级分等，按级按等加薪，形成一种相对永久性的激励。

## 2、严格规范市场运作，严谨销售作风，强化业务员忠诚度教育，着手培育的销售铁军已现雏形。

针对20xx年个别市场出现的不规范现象，销售公司主动并配合总部出台了系列规范措施。在费用控制上采取定向区域包干、权力下放、总公司调控；在风险防范上继续推行风险金保障制度和区域分片联保、业务员互保制度；对不规范合同、潜在风险合同，加大审批把关力度；配合纪委成立了市场核查清理领导小组，定期对区域的自查自纠进行督促和检查。

\*\*年销售公司重点强化全体业务员的忠诚度教育，培育销售队伍成为懂经营、善管理、求实效、讲奉献、作风严谨、团结一致的**销售铁军**，从业务员的日常行为开始到业务运作、市场谈判都严格按制度按规定要求及考核。我们在不同场合以不同形式，深入贯彻学习《棋行天下》中著名人物董明珠的销售理念及对企业的忠诚，强化培训业务人员的销售技巧、业务能力及提高对企业的忠诚度。6月1日，首期46名销售骨

干人员封闭式脱产强化培训班已开始按计划军训及学习，将为销售铁军的培育起到先锋模范作用。

3、初步确立了以办公室为核心的销售信息中心，销售工作的灵活性和针对性大幅度增强。根据矩阵式销售模式的特点，销售公司确立了以销售办公室为核心的信息中心，辐射各市场区域及后勤处室，从计划提报、生产组织、业务发货到市场销售、服务反馈，办公室积极协调各部门进行，通过办公室及时收集市场反馈的销售信息、产品质量、同行业产品市场状况以及售后服务等各种情况，汇总后报有关领导及部门，为领导决策调整及工作改进提供客观真实的参考，同时把集团生产情况及产品改进或总部决策等信息反馈到市场，便于市场灵活调整销售策略。信息中心的确立，使市场信息及总部决策在第一时间内汇融，销售的灵活性和针对性大幅度增强。

4、严抓内勤管理，严格区域考核，军事化管理与人性化管理相结合。

面对错综复杂的市场变化，面对纷繁交错的市场业务，销售公司通过严抓内勤管理及严格区域考核来弥补我们产品质量、价格、品牌无明显优势的不足。后勤处室严格按目标卡中的关键绩效考核指标考核，各区域按市场七项指标考核。5月份报请总部同意，对连续三个月销售业绩完成较差的区域，已有12位经理9位副经理被降级降职使用。

5、较成功地推行了目前国内较先进的厂、商、银联合经销模式。

一、出差前必须做好客户分析工作：

1、客户的经营状况：

了解客户的目前的经营现状：网络状况、代理品牌状况、资

金实力、仓储状况、配送状况等。

## 2、客户经营竞品的状况：

a□竞品的品牌、品类，月度销量和年度销量详细情况；

b□竞品的零售价、销售量排名前三位的款型和供货价；

c□竞品给其的供货折扣，利润空间；

d□竞品的售后和服务状况；

e□竞品给其的支持和促销方案

## 3、客户经营本公司产品的现状：

a□本公司产品的库存、销售额、网点分销；

b□本公司产品的零售价、销量的排名情况；

c□本公司产品给其的供货折扣，利润空间；

d□本公司处理客诉、服务的状况，客户的满意度情况；

e□本公司给其的支持和促销力度；

## 4、客户的客诉状况：

把客户的所有客诉单做个整理分类，给客户做个分析，根据客户的经营现状，向公司申请给该客户相关经常出现客诉的解决方案。

## 5、客户的需求和本公司的配合情况

6、客户应收款及明细

7、客户应该增添的品类及品项

二、出差前必须携带：

1、公司的三证、帐号资料；

2、报价单□ppt资料、目录；

3、洽谈记录表、合同范本

4、自己的名片，需要拜访客户的名片资料

三、出差过程中必须做的工作：

1、客户终端的走访，了解竞品和我公司产品的详细情况，掌握好第一手资料，向客户的销售、采购和总经理做分析。并给客户做好产品的规划，并做新品的推介工作。

2、走访客户的竞争对手，并了解具体情况。并可以拜访其负责人，做个交流。

3、了解客户的分销状况，和其把规划做好。要求客户按时间、区域去完成既定的目标，本公司可以把当地市场的客户资料给客户，并帮助其完成该项工作。

4、和客户一起制订好当地的分销和零售价格体系，可以把本公司其他客户的成功案例结合当地市场的实际情况给客户做分析。

5、根据客户的销售和库存明细做个整理，并和客户的负责人做个分析。

6、根据合同的全年目标和其负责人拿出具体的完成方案。

#### 四、出差后的总结：

- 1、把本次出差的情况做个整理，把问题找出来，并拿出自己的解决方案。
- 2、把需要本公司其他部门配合的明细列出来，并和其他部门的一起研究好，拿出具体的方案出来。
- 3、出差后的跟进和执行。

这几个月每个区域走访下来，感觉二级城市和三级县城的销售模式和经销商的思维方式等和以前相比有着很大的变化。尤其是二级市场，目前销售方法越来越多，可往往都是花费很多，却依然没有太大的进展。这是现在好多区域都面临的问题。

#### 1□a市

a市经销商今年签约100万。1月签的合同，2月中旬开始装修，3月15日试营业。从装修开始我一直跟着。该经销商因为刚开始做建材行业，很多方面都不是很熟悉，但积极性很高，虽然在合作中偶尔会有小矛盾，但通过沟通都一一化解，目前合作相对来说还是不错的。

由于a市的店面在新建的商贸城内，该商贸城今年刚建好，人气还不是很high；市场内大多商户陆续装修营业，所以店面基本没什么人，加之当地区域小，交房小区少，所以销售量还是上不去。根据当地情况，目前让经销商主要以人脉和小型工程为主。把服务在当地做起来，通过人脉传播品牌。

遵从这个思路开展的工作，已有一些效果。从3月15日开业到现在两个月的时间，该经销商通过人脉关系接到一些订单并拿下两个小工程，提货额近30万。下半年有3个小区要交房，到时会同经销商提前做好这些小区的推广工作，争取把量

做起来，进一步提升经销商的信心。

## 2□b市

从这几个月的工作来看□b市今年的业绩稳步上升，今年店面新增加了4名员工。

从b市目前的情况来看，我觉得店面和小区相结合做的不错。以前他们只是在店面守株待兔，没有多少客户，加上不知道在外面如何开展工作，就不愿多出去，只守在店里。鉴于这种情况，经过和经销商沟通，我近期在b市带动店里的员工走出去，走访小区，同时寻找一些小型工程信息，并要求每位员工把每天的信息汇总及建议写出来发邮件给老板并抄送给我，以此来了解我们这样做的效果，以便及时发现问题，调整策略，改进方法。

通过近两个月的结果来看，目前经销商的员工渐渐地找到了工作方法，有了不小的进步和收获。通过和经销商沟通并调整激励政策，大大地提高了他们的积极性，他们从被动变主动，已经开始从不愿进小区变主动进小区，从原来只发传单到现在主动找主家、家装公司或“游击队”工头等宣传洽谈。店里这段时间来看的顾客好多都是我们去小区拜访过的客户，这说明我们的工作做到位还是有成效的。

从1月到现在b市进货28万，到6月底争取再进货15万，累计前半年做到45万左右。在做店面、小区工作的同时，我安排人员开始对周边小型工程进行信息收集工作。只是目前大多数经销商普遍认为小型工程跟起来繁琐，又没什么利润，大多不愿去做。目前说服他们还有一定难度。

## 3□c市

c市前半年参加了三场建材团购，赞助了一场市体委组织的机关乒乓球赛，效果不错。更重要的是，通过团购和乒乓球赛



及前期公司在当地市场上投放的广告牌，对品牌的提升起了很大的作用，并直接带来了一部分高端客户。

但c市目前还存在一些问题：

1、我们在家居卖场店面很强势，订单稳定，但老市场没有店。从c市人群选购建材的习惯来看，他们还是喜欢去转传统的老市场。我已和经销商沟通，他准备在老市场寻找合适店面。

2、没有库房。团购的订单目前没到集中安装时间，所以暂时没发货。这样零星下单提货，经销商会很被动，而且没有库房经销商就没有压力，没压力就缺乏动力。这几天我考虑一下，准备和他进一步沟通，转化他的思想。

3、人员方面c市店里目前虽然有店员4人，但是店员的工作配合还不是很到位。下一步我会就这个问题和经销商进一步沟通，加强培训，并考虑适时抽调他们的店员到省会店面学习。

4、销售方面。现在销售量只是靠团购和店面，小型工程等方面也是和大多数经销商思想一样，觉得没有利润，不太想做，我下一步将重点和经销商沟通。

#### 4 d市

d市的销售比较稳定。因为前段时间经销商身体不太好，我看望了几次，但一直没有太多的时间和他详细沟通，以后我要注意这些。

从3月到现在d市去得最多的是去解决售后。因为冬季采暖期过了，地板出现一些问题，大约有三四家问题客户。经过对这些客户的拜访，发现d市的基本问题是安装时没有严格按照要求去做，即没有给客户讲解地板在地暖使用时的注意事项，导致大多数顾客没有注意地板的正确使用方法和保养。加上

安装工人去解决问题时沟通不到位，客户有些意见。

我去了几次，真诚地向客户表明是公司直接派我来的，顾客也觉得自己的问题公司很重视，态度就有所缓和，于是基本都比较配合，该维修的，该调整的，都当场一一解决。同时，我也帮经销商跟工厂售后部门协调，等月底所有的维修完毕，将一起走售后流程。

最近，我准备就售后安装问题跟经销商进行沟通，建议他们从省会售后安装部门请专门的人给当地的安装队进行指导，以减少售后出现的问题。

### 采购月度工作总结篇三

3月6日，3月7日，是我进公司的第一次出差，跟随人社局去南京财经大学和镇江的江苏大学进行校园招聘，第一次出差对我而言还是比较有新鲜感的，也比较激动。

这次一共去校园招聘的公司大概有90多家。这次的出差和平日里去的人才市场招聘有共同点，但也有区别。

1，为公司引进人才；2，出去招聘始终是代表公司形象；3，为公司做一定的宣传。

1，不仅需要和面试人员进行沟通，也要和其他公司人员进行沟通，了解其他公司的一些状况；2，了解并学习其他公司招聘时的优点，取长补短；3，了解其他公司的薪酬福利和他们的招聘状况。

### 采购月度工作总结篇四

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。

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，要根据卖场实际情况摆放，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、时光。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，发单的目的只有一个吸引更多的客户来店面。

一场活动是否成功，销量能否超多提高，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。

## 采购月度工作总结篇五

首先感谢领导对我的信任，将我调到采购部这个如此重要的位置，给我个学习的机会，让我从对采购一无所知熟悉更多的人与事，接触更多新鲜事物，学到了一些新知识，增长了更多见识!在刘经理的工作指导之下，经过一个月的采购，也积累了一些工作经验，同时也明白，还有很多事要继续学习的，继续往完善的，继续往进步的，在这一年里，我没有做出大张旗鼓的事，但对每一件事我都会专心去想，用头脑往思考，用行动往做事。我《留下》天天按采购计划基本完成了所负责的剂型，值此辞旧迎新的时节对一年来的工作做一个总结，更多地便于自己以后的工作中总结今年的经验教训，提升综合素质，找到更好的方式方法往迎接3月的到来。

1. 认真做好采购计划，货比多家，做好内勤工作，多多与各部分的职员沟通，每次计划做好的反馈表与涨价表，做到及时通知开票处与销售部门，并分析调查市场价格是否适合客户需求!
2. 报计划时要细心、多多了解各品种的信息变更、变更的信息要及时反馈给质管部、开票处、销售部、当有新品种引进时，要搜集好信息，及时与销售部门、开票处沟通，并快速备货，还要多多了解供货商与厂家在各个时间段的优惠政策等。
3. 采购不同品种，要灵活运用不同的方法询价、讲价、议价以达到降低本钱的终极目的。
4. 对已范文之学生压力调查报告知涨价的畅销品种，要尽快的调查原因，根据市场，和部分领导商讨应该涨到什么价，对于销售部反馈如是客户已订品种，销售部要提供大概价格，采购部根据各公司销售的价格来做价格调整。
5. 对于业务员提供的新品种，要留意看月销量，畅销品种要经常查看库存是否断货，要保证库存不缺货，如因天气原因或流行病因要结合现实分析，针对不同品种做好备货预备。
6. 对于采购了的品种要及时跟踪货是否到库，在第二天早上查看是否进完库，查清楚原因，

以免做重复计划。

自从进进采购部以来，让我更明白总本钱的优先原则，和灵活运用各种采购技巧的重要性。，在这里，感谢领导这几个月来对我的工作指导，今后的我还需领导的支持与培养，请领导放心，我会继续努力学习、努力工作的，昨日的成绩已成过往，现在重要的是在新的一年里好好珍惜时间，珍惜机会发扬优点，改正缺点，改进工作的方式方法，全面进步综合素质，更完美地完成新一年的采购工作。