

最新瘦身行业的发展前景 银行业工作总结 (实用10篇)

写总结最重要的一点就是要把每一个要点写清楚，写明白，实事求是。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

瘦身行业的发展前景 银行业工作总结篇一

为确保本次“消费者权益保护宣传服务月”宣传活动顺利开展，上海银行由法律合规部负责牵头全行，对宣传活动进行统一部署、组织和协调，下发《关于开展消费者权益保护宣传服务月专项宣传活动的通知》，要求各相关单位法律合规人员实施具体活动方案，负责对集中宣传日及整体活动情况进行推进、跟踪及总结工作。

(一)参与情况

6月，全行各地区分支机构均积极响应、全员动员，认真组织并开展了本次活动。据统计，全行共200余家网点参与了本次活动，累计开展不同形式及规模的活动超过200次，发放各种宣传资料十万余份，参与员工数约1000余人，受众客户群达到十万人次。当月活动主要分为6月1日集中宣传日和服务月期间宣传活动，活动形式主要包括集中宣传日核心地段设摊、本行网点宣传、进社区宣传、利用多媒体渠道开展金融知识宣传、总分行联动、行内普法活动等。

集中宣传日上午9:30-下午16:30，全行共30余家网点参与了集中宣传日活动，其中：上海地区各经营单位原则上在辖属行政区域内至少各选定一个位于主要核心地段、人流密集区域的网点或网点户外区域设立宣传台，进行设摊宣传活动，确保活动覆盖面和宣传效果，宣传点不仅覆盖了市区繁华的人民广场、

南京西路静安寺商圈、徐家汇商圈、四川北路等,而且覆盖了崇明、金山、奉贤、青浦等郊区区域;各地分行参与网点则至少覆盖分行所在市域。

活动当天共接待客户6000余人,发放各类资料5000多份,涉及的宣传内容包括消费者权益保护、宣传我行各类投诉渠道和处理流程、介绍银行服务收费价格标准等,得到客户的肯定。

(二)核心地段设摊宣传

20xx年6月6日,黄埔支行辖属建中支行于大境路菜市场开展了关于消费者权益保护宣传月专项活动,支行员工于菜市场门口摆放摊位,向来往的顾客发放消费者保护宣传资料。在宣传过程中,有顾客询问关于短信收费服务的内容,经过了解,才发现这位顾客曾收到关于娱乐短信预定服务的短消息,因没有当场及时取消服务导致事后每月需要扣收一定费用。支行员工向客户解释消费者权益保护法第八条和第九条规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受服务的真实情况的权利及自主选择商品或者服务的权利。该顾客享有对娱乐短信预订服务如何征订的知悉权,同时还有权选择是否接受和拒绝该项服务,由此可见该公司侵犯了顾客的知情权和自主选择权。顾客对支行员工的专业素养表示称赞。

成都分行清江路支行根据总分行活动要求,于6月1日集中宣传日活动当天组织人员(8人)到石人南路广场,开展“消费者权益保护”集中宣传活动,通过设置宣传咨询台,向客户宣传我行投诉渠道和处理流程,规范公示银行服务收费价格标准,同时结合“金融知识万里行”活动要求,向社区群众非法集资等相关金融知识,切实提升金融消费者自我保护意识。杭州本级在市中心下城区武林街道及有关单位的大力支持下,根据重点宣传人群择定宣传时间和宣传地点,按照预约时间在下城区孩儿巷98号陆游纪念馆门口设立了宣传点。余杭支行在人流密集的临平中山菜市场门口设立宣传台,同时进行设摊宣传活动。市中管理总部辖属淮海支行6月1日8时30分起在爱美高大厦一

楼大堂人流密集区域设立宣传台,由两名员工进行设摊宣传“普及金融知识万里行之消费者权益保护宣传服务月”活动。

(三) 网点宣传

各单位在网点门口设置宣传咨询台,向客户发放“普及金融万里行”宣传册,主要涉及宣传我行投诉各种渠道和处理流程、销售过程中充分向客户提示产品特性、注意事项及风险点、规范公示银行服务收费价格标准等方面。

1、宣传我行的投诉渠道。不少经营单位在与广大客户的交流中发现,很多消费者尤其是老人,多多少少都遇到过金融消费权受侵害并且投诉无门的案例。他们要么与银行工作人员大吵大闹,要么直接打电话给媒体曝光,或者打电话给12315,除此之外几乎没有其他权利救济办法。各经营单位工作人员通过梳理,向广大客户介绍了维权的几种途径:一是向金融机构进行投诉,寻求解决;二是向消费者保护委员会或工商管理部门进行投诉;三是向银监、保监、证监等监管部门投诉;四是在人民银行试点金融消费者权益保护工作的地区,也可向当地人民银行设立的金融消费者权益保护机构进行投诉;五是向法院起诉或根据合同约定提起仲裁。除此之外,工作人员还介绍了我行处理投诉的工作流程。并提示客户,无论哪种途径解决纠纷,相关证据凭证都对于合法权益的维护具有重要的作用,因此在交易时就应当注意保存相关单证。

2、销售过程中充分向客户提示产品特性、注意事项及风险点。

各宣传网点充分利用此次集中宣传日的机会,在推销我行各类产品时,更注重对产品特性、注意事项及风险的揭示,尤其是销售我行理财产品时,工作人员详细介绍了理财产品的风险及收益,明确告知我行对此类风险的防控手段,并通过对客户的风险评估,根据不同客户的风险承受能力,推荐最合适的产品给客户。在销售网银产品时,充分告知客户网银使用方法,

安全注意事项, 由其是对u盾使用、密码保护等作了充分提示。

3、明确我行的服务收费标准。在宣传活动中, 各经营单位在营业网点主要区域, 展示了我行最新的收费标准。在接受客户咨询的过程中, 充分向客户披露了我行收费实行依法合规、统一定价、分类管理、质价相符、公开透明、减费让利的原则。我行服务收费管理必须要符合价格主管部门、银行业监督管理机构及中国人民银行的法律、法规及制度规定。由我行统一制定服务收费价格及价目名录, 各分支机构无权自行制定和调整收费项目名称等各要素。我行各项收费业务均“明码标价”, 以保护金融消费者对服务的知情权、自主选择权、公平交易权和监督权, 使客户明确了解服务内容、方式、功能、效果, 以及对应的收费标准, 确保客户充分了解充分信息, 自主选择。另外, 还对特定对象实行服务优惠和减费让利, 明确界定小微企业、弱势群体、社会公益等领域相关服务的优惠对象范围, 公布优惠政策、优惠方式和具体优惠额度, 切实体现扶小助弱的商业道德。

(四) 进社区宣传

6月26日, 天上下着小雨, 但这雨水并没有阻挡龙茗路支行进社区宣传的脚步。在小区物业会议室内, 支行工作人员召集了部分居民代表进行了宣传活动。将典型案例、金融消费者权益保护条例打印在彩色宣传纸上, 会同总行下发的其他宣传单页一起发给客户, 并进行了宣讲。

春申路支行来到春申锦城博士娃广场组织开展“爱护人民币、反假人民币”主题活动, 从反假的角度来增强消费者自我保护意识。活动使更多的群众掌握了识别真假人民币的知识, 帮助人民群众了解反假币的基本常识、认识假币的危害性, 增强了群众的自我保护能力和假币辨别能力, 提高了群众的反假币能力, 并得到了广大群众的热烈反响和一致好评, 从而提升了我支行的社会形象, 取得了良好的宣传效果。

青浦支行在辖内各个社区设立宣传台宣传金融知识,期间,有一位居民反映,由于退休在家开始学习使用电脑,并在儿女的指导下了解网上银行快捷方便的优点,想要自己开通网上银行进行网购。对此,我行宣传人员重点介绍我行电子银行业务,不仅可以网上购物,还提供短信服务、账务查询、贷款查询、转账汇款等功能。并发放“上海银行20xx普及金融知识万里行”宣传册以便居民更详细了解银行金融服务。有一位社区居民王老伯抱怨我网点周日不营业,临时用钱还要去支行营业部,行动不便。工作人员告知王老伯可使用自助设备在网点不营业时间取款,并且约好在工作日可至城西网点找任意员工,帮助其使用自助存取款。

浦东分行安排分行营业部及川沙支行于6月期间进社区开展消费者权益保护宣传活动,同时临港支行及浦三路支行也积极响应号召,分别于6月22日、6月27日进社区开展宣传活动。主要宣传内容为:落实本月的宣传主题,推广消费者权益知识,告知群众防范电信诈骗、非法集资、反假等金融知识,并向客户普及银行卡、信用卡、理财服务、网上银行及电子银行服务、自助渠道、95594新客服电话等银行业务知识,以及针对我行特色理财产品进行深入宣传讲解,并实时解答居民提出的疑问,受到了社区居民的一致好评。

长乐路支行在6月初由网点负责人、客户经理和高柜员工组队,以消费者保护宣传为主题,宣传金融知识,提高消费者维权意识,树立强化从业人员的消费者保护意识,减少金融纠纷为主题,把优质服务带进社区。这次活动设摊安排在静安公园内部,并与静安区消保委联合,与区内的电力、煤气、公安、技防等多部门共同设摊,为往来的社区居民宣传保护知识。长乐路支行准备了充足的宣传资料,普及金融知识万里行的相关资料等,其中包含防范电信诈骗、及银行产品诸如电子银行、信用卡、养老金业务、理财产品的宣传单页等。

奉贤环城东路支行在南桥镇奉浦九华苑居委会开设了专题讲座,不仅增强了金融消费者的维权意识,提升了我行员工的服

务质量,也提高了我行知名度。

(五)利用多媒体宣传渠道开展金融知识宣传

全行200余家网点、300多块户外电子显示屏滚动显示本次活动标语:“上海银行‘普及金融知识万里行’活动火热开展中!”,形成一道亮丽的风景线。

(六)总分行联动

6月1日活动当天,总行法律合规部指派六名员工分别赴上海地区市北管理总部、市中管理总部、市南管理总部、总行营业部、浦东分行辖属的五家网点作了专门指导。为此,总行法律合规部专门制作了“金融消费者权益”释义及相关法律法规合集、金融消费者权益保护普法问答、金融消费者权益保护典型案例、“金融消费者权益保护标语”等宣传材料,并由派驻人员从专业角度进行现场普法教育,获得了客户良好的反响。

(七)行内普法培训

各经营单位根据总行法律合规部的部署,借此机会开展了多项行内普法培训活动,如杭州分行在以往开展培训工作的同时,更加强调本月对打击非法集资及消费者权益保护宣传材料的培训,分行通过电子文档系统、电子邮件、日常月度工作培训学习等多种方式,集中加强本月消费者权益保护等有关资料的培训学习。

案例1:

20xx年6月3日晚7点30分,宝安支行员工捧着两大锅装得满满的糖水,送到了露天观影广场。行员在向群众分发糖水的同时,向客户普及金融消费者权益保护相关法律法规,以及银行卡、理财服务等银行业务知识,重点结合我行“易精灵”“金桔贷”展开宣传,并认真解答消费者的咨询。通过“送糖水”活

动,不但增强了群众对金融消费者权益保护知识的认知,同时增进了支行与四周群众的感情,宣传了上海银行的各项服务,为今后服务老客户、拓展新客户打下了基础。

案例2:

郑先生在君汇支行现金柜台办理开通手机银行的业务,在等待办理业务的同时,对柜面上的消费者权益保护的资料进行阅读,大堂经理与其进行了深入的沟通。通过讲解和交流,郑先生对宣传资料上的“监督权”一项有了更加深入的了解和认识,此次的柜面宣传起到了较好的作用。

案例3:

客户刘先生,路过科技园支行大门时特意前来了解有关慧通卡相关优惠以及近期黄金走势,支行员工主动耐心地为其提供解释和服务,同时也介绍了我行黄金(t+d)业务,并提示刘先生黄金业务在近期投资需注意的风险点,切忌盲目投资,跟风买卖,要咨询专业人员,了解市场动态后才可慎重投资。此外,刘先生还咨询了信用卡业务及使用卡时的注意事项,后续我行将继续跟踪客户,做好服务工作。

案例4:

通过集中宣传日活动,进一步加强了我行与客户的沟通与信任,市北管理总部、市南管理总部、南京分行等经营单位辖属网点还借助本次活动,将消费者权益保护与产品营销相结合,以“营销讲合规,合规促营销”的理念,积极挖掘潜在客户,推荐我行金融产品。

瘦身行业的发展前景 银行业工作总结篇二

为保证专项工作的顺利开展,我局召开了工作会议进行安排,确立了“以维护广大人民群众健康权益为目标,切实履行药

品监管职责，全面规范药品经营秩序，使药品企业增强企业是承担药品质量安全“第一责任人”的责任意识，自觉依法从事药品生产经营活动，严防 gsp 认证后反弹，确保新修订 gsp 有效运行，确保药品安全隐患得到全面排查，突出问题得到有效治理，有效杜绝假劣药品流入合法渠道，确保辖区内药品经营企业不发生药品安全重大事故，切实保障人民群众用药安全有效。”的指导思想，确定了工作目标明确了整治的对象和重点内容及工作方法及步骤，成立了以局长张先学为组长，副局长李正国、副局长曾三、纪检组长李朝兰、稽查队长鄂桂松为副组长，办公室、稽查队、药化科、各片区所为成员的药品流通领域集中整治领导小组，四个副组长分别带队分片区对我辖区进行监督检查。

宣传发动和自查自纠阶段，我局灵活机动地在网络平台对药品经营企业进行了信息发布，动员各企业提高企业对开展本次专项检查的重要性的认识，切实增强企业的法治意识、责任意识和诚信意识，自觉规范经营行为。各药品零售企业按照我局整治方案要求，围绕药品gsp有关规定和本次整治的重点内容积极进行了自查自纠，并于9月30日前向我局上交了自查报告和《药品生产流通领域经营企业承诺书》。

(一)本次专项整治行动，我局结合实际情况，综合药品和医疗器械日常检查工作□gsp认证和跟踪检查、安全生产大检查、节假日专项检查等工作一并进行，以城乡结合部、农村集贸市场、车站、旅游景点的药品零售企业为重点检查对象，重点打击非法回收药品、非法渠道购进药品、制售假药、劣药、违反gsp规范的行为以及过期医疗器械使用等违法违规经营行为。分组包片，纵向到底，横向到边，不留死角，确保圆满完成本次专项检查任务。

(二)开展专项整治以来，我局共出动执法人员70人次，车辆23台次，监督检查药品经营企业103家次，发送监督检查意见书50余份。

(三)强化企业责任意识，加强门店与公司粘滞度。专项期间，我局邀请惠康、时济堂、好仁堂等连锁公司企业负责人，采取不预先告知的形式对上述公司在我辖区的连锁门店进行了随机抽查。此种形式一是发现了gsp认证时不能发现的真实存在的问题，二是让企业管理层认识到所属门店的真实情况，切实加强企业是“第一责任人”的意识，三是在一定程度上推进了门店和公司共同面对并改进存在的困难，增强零售门店与公司的“粘滞度”，造成相互依存，共同发展的良性局面。此次活动收到了一定的成效。

药品管理总体向好，管理相对人法律意识和业务能力明显增强，检查至今未发现有销售(使用)假药的违法行为，购进渠道较为规范，未发现有违法违规销售国家有特殊管理要求的药品的案例。基础设施总体改善。所有药店均已配备了空调进行温湿度控制，多数药店已配备了计算机进行药品销售管理。截止目前，我区已有超过80%的药店已经通过了药品gsp认证，但是通过前期检查，各个连锁公司的加盟店和“直营店”均在一定程度上出现了“回潮”。各药店计算机管理水平有所提高，多数药店能够完成正常的购销存操作。但仍有相当数量药店尚不能使用计算机按照要求进行完整的质量控制管理。这与我区部分药品从业人员文化素质水平低下有关。部分药店仍心存侥幸，以为gsp认证过了即万事大吉，进货渠道混乱，计算机管理系统形同虚设，不能完整的进行药品质量控制和销售管理，药品安全存在一定风险。此外，部分连锁公司的计算机药品管理系统存在操作不便、不支持中药饮片配方下账等缺陷，给零售门店造成一定程度上的使用困难。

五、下一步工作打算针对存在的问题，我们将增添措施、加大力度，切实做好药械监管工作，探索药品流通领域监管长效机制，确保人民群众用药安全。

(一)强化药品、医疗器械市场监管。在总结经验的基础上加大市场监管力度，严厉打击制售假冒伪劣药品、医疗器械行为。加强特殊药品的监管。加强医疗器械经营和使用环节的

管理。做好药品抽验快检工作。大力整顿和规范药品、医疗器械广告。

(二)加大联合执法力度。围绕关系群众切身利益和社会反映强烈的药品安全突出问题，进一步加大药品安全重点薄弱环节的联合执法力度，严厉打击制售假劣药品的违法行为。

(三)强化宣传教育，倡导全民参与监管。加强法律法规政策、用药安全知识的宣传教育，提高经营企业和涉药单位的安全意识、质量意识和诚信意识及全民用药安全意识，优化市场环境。

(四)深化监管队伍建设。整合各种资源加强培训，有效提升监管队伍在药品流通监管、医疗器械监管、稽查办案、法制工作、信息化及行政管理、等方面的能力。

(五)继续强化连锁公司与零售门店关系，确保加盟店和“直营店”的药品安全风险可控。

商品流通的一般渠道可分为两个环节，一是批发环节，二是零售环节。药品市场的流通渠道，也是由生产商通过批发商销售给零售商（包括医院药房）。但由于医药不分业，中国药品流通领域有三个环节：药品批发环节、药品零售企业和医院门诊药房。其中，医院门诊药房作为特殊的、具有垄断地位的零售环节，占据了80%以上的药品零售市场份额。这一状况极大地影响了药品流通渠道的发展。新医改试点改革启动以来，不少地区开始使用“药房托管”模式，医院门诊药房的重要性略有下降。

瘦身行业的发展前景 银行业工作总结篇三

20xx年即将过去，在这一年的时间中销售部通过努力的工作，也取得了一点收获，临近年终，对销售部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高销量，以至于把工作做的更好，以

至于有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年来的工作进行简要的总结。

本阶段客服督导部的职能工作主要有两大块，一是继续做好服务台的工作，二是初步接手和学习并执行督导工作，作为客服督导部成员的我，工作也主要以这两块为重点。

1、服务台的工作

服务台的工作流程性和技能型较多，原则性相对较强，在本阶段的工作中，我学习了服务台各种系统的操作和问题的处理流程，现在能够独立执行服务台的所有工作，并对服务台的工作做了细致的思考和研究，认为服务台的工作应该再细化，再拓展，结合我商厦竞争力打造步伐，进一步开拓服务领域和服务职能，具体内容将在20xx年工作计划中详述。

2、学习商场工作内容阶段

x月初公司安排我去开元考察督导工作的基本事宜，用了两天时间，我对开元的督导做了细致的观察，基本了解了他们的工作内容和工作方法及工作范畴。于xx日开始着手准备督导部门筹建资料，这个任务对初入商场，对商场认知一片空白的我来说是有很大大压力的，在郑经理的鼓励和支持下，我借助网络和卖场各位同事的帮忙，于x月x日完成了成立督导部的策划方案，在此过程中，我学到了很多知识，视野得到了很大的拓展。

x月x日，客服督导部成立了，我带着期望和愿景在x经理的带领下开始了公司交给我的任务和工作，和服务台的其他四位同事并肩作战。在此期间，我和大家围绕卖场劳动纪律和员工基本行为的纠正开展工作，在繁忙的店庆和国庆结束后，策划和组织了《xx商厦服务整顿月》活动，在公司领导的协调下，最后将整顿月变更为整顿活动，执行期限随整顿情况即时调整，本次活动加大了对竞争力打造阶段的要求和承诺的

维护以及执行，并对卖场不良风气和习惯性行为做了严查处理，针对检查和整改情况，每周我都写出整顿总结，每个阶段都会界定出新的整顿目标。

瘦身行业的发展前景 银行业工作总结篇四

20xx年是“”收官之年。一年来，全县交通运输系统克服重重困难，积极适应“新常态”，主动担当敢作为，全县交通运输工作全面推进、亮点纷呈，为“”交通运输发展划了一个圆满的句号，为“十三五”发展进一步奠定了良好的基础。先后被市委表彰为“十佳片区帮扶先进单位”，被县委县政府表彰为机关绩效管理综合先进单位和重大项目、策应扶持、信访稳定、文化建设、依法治县等5个单项先进。

(一)交通基础设施建设快速推进□20xx年交通运输局承担全县重点工程11项，为民办实事1项(农村公路提档升级)，年度总投资9.47亿元。其中，330省道泗洪段投资5200万元，完成年度计划100%;121省道宿迁双沟至靳桥段投资2亿元，完成年度计划的166.67%，在建的重岗至双沟段已具备通行条件;窑河大桥及接线工程，新建桥梁主体结构已完成，具备通行条件;省道245在建a标6.4公里，已具备通行条件;省道245与宁宿徐高速互通工程于20xx年9月9日正式投入运营;县道桥梁改造工程年庄桥、芦沟河桥、康庄北桥，已全部通车运行;古徐大桥全面建成，并于20xx年12月28日正式通车。新建宁宿徐互通至上塘镇垫湖村连接线完成投资6000万元，为年度计划的100%;330省道跨溧河洼特大桥及接线工程于20xx年12月10日正式开工建设。

(二)招商引资工作成绩明显□20xx年，我局继续将招商引资工作放在突出的位置加以推动和落实，通过提高外出频率，保证系统内每周都有人员外出招商，及时捕捉招商信息，此举被县招商引资领导小组给予通报表扬□20xx年，我局成功引进工业项目2个，分别为投资600万元的泗洪永得利电厂和总投

资5000万元的泗洪奥踏鞋业有限公司。

(三)交通行业管理有力有序。运管部门：以运输市场管理为抓手，加大对无证经营行为的打击，强化客运站和危险品运输企业的监管，进一步规范运输企业经营行为，不断提高运输行业服务水平，确保长途班线，城市、城乡、镇村公交，出租汽车等企业规范运营；全力做好创建国家卫生县城及省级文明城市复检涉及交通运输管理各项工作，被县委、县政府表彰为“创建国家卫生县城优秀组织单位”。公路部门：围绕“”干线公路迎国检工作，努力保障公路通行环境，全年公路巡查总里程41832.8公里，清除非标93块、摊点87个、违法堆积物1849.5立方米；处理路产案件32件，收取路产赔(补)偿费23.62万元；加大科技治超投入，建成245省道朱湖工区车辆动态称重检测管理系统，全年查处超限车辆812台，卸驳载20701.1吨，收取罚没款189.32万元。海事部门：认真落实“四项监管措施”，全年共出动海巡艇590航次，巡航时间2360小时，巡航里程22600公里，全年监督客船、渡船进出港550艘次，安全护送旅客68000余人；成功救助遇险船舶28艘，救助遇险人员70人，为船民挽回直接经济损失150多万元；对全县5家航运公司分别进行安全监督检查4次，查检率为100%；认真开展船舶生活污水防污改造活动□20xx年9月底前对全县符合条件的25艘船舶全部改造到位。航政部门：以宣贯《航道法》为契机，认真实施宣传标牌工程，在徐洪河、顾勒河入湖口、洪泽湖西线航道濉河节制闸上下等处设置宣传牌7块；积极做好洪泽湖西南线和北线航道建设环境保护工作，努力推进湖区工程涉及养殖户的围网拆除工作；投入12万元购置智能一体化航标灯器，对湖区20座老化分体式航标灯器予以更新。运政稽查：全力维护运输市场秩序，全年共查处各类违章车辆1089辆次，其中查处旅游车、“串线车”擅自组客从事班线经营156辆次，无危险品运输资质11辆次，擅自改装、不按批准的客运站点停靠、不按规定的线路行驶、砂石运输车辆抛撒滴漏等违章行为147辆次，共处罚款200.53万元。维修行业管理：加快“江苏快修”“绿色汽修”业发展，创建省级企业2家；认真完成全县中高考接送车辆的安全检测把关

任务;整合驾校资源,推进实施驾培行业“联合经营”模式;教练车在全市率先全部安装使用“gps”监控系统,并首先实施教练车“油改气”工程,同时对驾校破旧的28辆教练车及时进行清理和更新,全面提高教练车档次。质监站:克服人少、事多等实际困难,全年对在建2个交通重点工程(窑河大桥、古徐大桥)、54个农村公路提档升级项目开展7次质量督查检查;对已完工项目开展6次交工前工程质量鉴定,取得了良好的效果。20xx年,我局还充分利用“互联网+”等现代化科技手段,不断强化对关键节点的监管,进一步完善对营运车辆卫星监控设备使用管理,加强相关部门的信息共享,严格执行“三关一监督”督促汽车客运站严格执行“三不进站六不出站”的规定。对全县所有“两客一危”企业、公交企业建立了动态监管平台。针对交通水上安全,加大对乡镇重点渡口的实时监控,分别在四河乡杨台渡口、双沟镇双沟渡口、天岗湖乡张咀渡口和朱湖镇杨厂渡口安装了视频监控,建立了手段科学、信息流畅的现代化行业管理模式。

20xx年,洪汽公司、路畅公司、工程处、港务处等经营单位攻坚克难,均较好地完成了既定的目标任务。

(四)全系统安全形势平稳可控。全局上下能够严格按照安全生产“党政同责、一岗双责、齐抓共管、一票否决”和“管行业必须管安全、管业务必须管安全、管生产经营必须管安全”的总体要求,层层落实安全生产目标责任制。全年集中组织安全检查116次,检查企业473家/次,关闭取缔4家存在重大安全隐患企业;全年共排查安全隐患1170起,已整改到位1164起。

(五)从严治党,发挥党委政治核心作用。认真贯彻党的路线方针政策,深入学习贯彻系列讲话精神,围绕全县经济社会发展大局,结合交通工作实际,从严从实抓好党的建设。年初,局党委单独印发了《关于加强基层党组织建设的通知》,通过加强支部建设、规范党小组设置、完善党员信息管理,加快推进基层党建工作目标化、序时化落实。在“书记项

目”“党员先锋示范岗”“党员组织关系排查”等方面均取得了显著成效。切实加强党风廉政建设，全年共组织纪检和重点工作督查42次，查处违规违纪人员21人。其中责令违纪人员写出书面检讨16份，完成纪律审查案件5起，给予党内警告人员3人，开除党籍2人。

(六)超前做好“十三五”交通综合运输体系规划工作。以“心向大海、接轨上海、融入沿海、联江通海”四海战略为核心，积极融入“长江经济带”“一带一路”和“淮河经济带”，立足泗洪实际，挖掘发展潜力和资源优势，巩固公路成果，实施县道三年改造提升项目、农村公路提档升级工程；科学谋划铁路；做足、做优、做透水运。

瘦身行业的发展前景 银行业工作总结篇五

回顾20xx这一年，有太多的惊喜和收获，在我们销售部各位同事的共同努力下，我部门取得了很好的业绩，希望大家再接再厉。

下面是我对公司的品牌推广提出一些个人见解：

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xx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xx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，紧接着我们有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！

对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市场、利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失。

瘦身行业的发展前景 银行业工作总结篇六

20xx年初岗位调整现在的我由一个普通员工成为一名主管会计，现在已经一年了。压力也相应的增加了！羡慕的眼神、支持和赞许的话也听了不少！而我到觉得没什么，心里比较平静，心中似乎也没有什么可喜悦的！可能是因为上学就当过班干部，工作后也有从事过管理的岗位。又是一个新的起点新的开始，确实是个锻炼人的机会！

何谓价值最大化，是指企业通过合理经营，采用最优的经营策略，充分考虑资金的时间价值和风险与报酬的关系，在保证企业长期稳定发展的基础上使企业总价值最大。通俗的讲，是把企业视同一项资产组合拿到“市场”去卖得到的价值最大化。“价值最大化”克服和避免了“规模最大化”、“质量最大化”目标的狭隘；“价值最大化”也不同于利润最大化，它不仅反映以即期效益为核心的现实财务状况，也考虑了企业未来价值增长的发展潜力，它不仅计量了现实经营损失和

风险成本，也综合考虑了资本收益的要求，是银行经营安全性、流动性、效益性和成长性的高度统一。作为现代商业银行，必须树立价值最大化的经营理念，深刻认识和领会价值最大化理念的精髓，并探讨实现价值最大化的有效途径。我们银行将成为最具价值创造力的银行”确定为发展的远景。其实质就是要求我们银行能持续保持优异的经营业绩，在国际通行的财务指标上达到领先水平；在市场价值的增长上达到同业领先水平；树立全面的价值观，能够为股东、客户、员工和社会等利益相关者提供优厚的价值回报。

□

拓展式训练不同于竞技比赛、军事训练。它是一种培训，是一种通过每一个人的亲身参与、挑战自身的心里障碍从而获得提升的一种体验式培训。它以“先行后知”而区别与其他培训，精华就在于参与后的交流和领悟。通过拓展训练给我感悟最深的是一个人的力量是有限的，团队的力量是无限的，“1+12!”。一个人不可能完美，但团队可以；每个角色都是优点缺点相伴相生，合作能弥补能力不足。发展的道路并不平坦，困难和挑战无处不在，有些是我们难以想象的，有些是我们不敢逾越的，但是团队可以完成只身一人不敢完成的任务，团队可以完成只身一人不能完成的任务。

模拟银行演练

在激烈的市场竞争环境下，商业银行经营要成功，必须具有比竞争对手学习得更快的能力，这才是唯一持久的竞争优势。通过四天的“商业银行经营管理实战演练，使我们近距离地亲身感受和了解了西方股份制商业银行的运作模式及先进的经营理念，找到了商业银行经营管理理论与实践的结合点。从战略目标和实施策略的制定，到根据业务战略在存贷款业务、人力资源管理、市场营销、证券投资、财务管理等方面进行决策，再到每一个战略步骤的具体实施；使我们真正体验了如何在市场竞争的环境下规避和控制风险，如何优化业务、

量化培训、抢占市场、争得先机，努力实现银行价值最大化和股东价值最大化。

“模拟银行”演练收获颇多，感触最深的主要有以下三个方面。

1、更加深刻的理解了银行价值最大化的经营理念。

模拟演练的最终结果反映在各家模拟银行在资本市场的股价(即各家银行的市场价值)上。在四天的模拟演练中，我们切身体验了如何在市场竞争环境中去权衡“规模扩张”、“追求利润”、“资本对风险资产的约束”以及“资金流动性”的关系；体验了他们之间相互矛盾又相互依存的运动过程，理解了要实现“价值最大化”目标必须以“博弈”的方法去寻求“价值最大”的“平衡点”。更加深刻的领悟了“价值最大化”是银行经营安全性、流动性、效益性以及成长性的高度统一；价值最大化不仅是衡量业绩的指标，更是生存发展的基础，进而将其贯穿于全行经营管理的始终；而“以经济资本为核心的风险和效益约束机制”、“以经济增加值为核心的绩效评价和激励机制”是价值创造的两个核心机制。

2、明确了银行管理的目标。

银行管理的目标是要确定如何实现股东价值最大化，成为持续高效的银行。而持续高效银行不会为了一时的高利润而接受较高的风险，而只在限定的“风险承受范围”内开展业务；不会为了更快的赚钱而频繁变动业务方向，而要保持目标和方向的稳定性；不会经常进行剧烈的变革，而是坚持循序渐进，注重长期治理。

瘦身行业的发展前景 银行业工作总结篇七

“您好！您是丁经理吗？”（明知故问）

“是啊，您是谁？”（惊讶，初步调动了客户的情绪）

“打扰您了，我是北京肥料厂家的，是北京为数不多的几家生产厂（我知道您接到的北京公司的电话很多，但我们跟他们不同，我们是厂家），我只需要您给我2分钟的时间，（您现在方便吧？）您做肥料生意吧？（或者您卖肥料吧？）”
（明知故问，告诉了客户你是做肥料的）

“哦，我们也去了，我们每年都参加全国植保会，不知道您看到我们公司没有，哎，参会公司也多，经销商和厂家都忙得不得了，可能您见过了也不记得了”（制造情景，初步建立公司形象）

“唉，现在您的肥料产品都定下来了吗？”“还没有？”
（一般都会这么说，了解需求）“唉，您那主要是什么作物？”“黄瓜（水稻）”（了解了种植结构）

“你们价格怎么这么高？”（处理客户的顾虑，真正的成交就是从解决一个个问题开始的，解决一个问题你的成功率就增加了10%）

“我们引进的国外的专利，用的都是进口的原料，效果好，加拿大xxx要多少多少一吨，我们效果跟他们的一样，但是价格要优于他们，这个产品您做，肯定可以给您带来人气和利润！”（解决客户的顾虑，不要争论价格，要谈价值）

“哦，你们有没有资料邮寄来一些，我先看看（你们有没有网址，我上网看看）”（有希望）

在估计邮件快收到后，再给其打个电话，看到画册之后，给他介绍产品，并不断强调产品的卖点（热点），这很重要，甚至让他自言自语的说：“真有那么好的效果吗？”。这时要多听，少说，二个耳朵一张嘴，这样的比例就可以了。最后结束的时候，千万不要说，“哦，您觉得怎么样？”（您觉

得还可以吧) ”因为这样会招来客户这样的回答：“我再仔细考虑一下”这实际在说“永别了”，所以最后的时候一定要大胆提出成交：“这个产品，很好，您一定做，先发10件20件试试，请您记下我们的账号或者我把账号给您用手机发过去”如果这时客户说：“再等等最近手头有点紧。”这是他还有顾虑，你可以反问他“我有什么地方没有跟您说清楚吗？”这是做最后的努力。如果客户说：再考虑一下或者表示真没钱，就不要强行成交了，要给客户考虑的时间，问清“什么时候用药”这时在本上都要做好记录。

根据用药时期选择合适的时间，间隔不要太长，再给他打过去，这时可以尝试多种成交方法！“丁经理差不多该备货了，快用药了”，或者说“快到用药季节里，先进个10件20件的试试”，大多数的销售都是在第5次电话谈话之后才进行成交的。如果客户决定购买，但数量太少，怎么办，你可以说：“您也知道肥料的运输成本太高，太少公司很难发，公司规定最少10件货”一般这时都会接受。

概括一下上面打电话的过程：打个电话；寄份资料；再打电话。

2与客户进行互动，调动客户情绪；

3 制造情景对话，发挥客户想象；

4 听说比例，两只耳朵一张嘴；

5 先了解客户的需求，再推荐产品；

6 推荐产品，强调价值，也就是给客户带来的好处；

7 解决一个问题，你的成功率就会提高10%；

8 有时不要被客户牵着走，善用提问掌握谈话的主动权；

9 提问要多能获得肯定的回答；

10 不要口无遮拦或漫无边际的乱谈；

2. 调整情绪，感染对方。

3. 如何处理价格高的问题：购买意愿没有形成之前，谈价格是没有意义的，没有购买欲望，就没有价格谈判的必要。

a 要用价格比较昂贵的产品来做比较，跟国外的产品比。

b 用折算的方法，强调价值：尤其是蔬菜大棚。可以给他算笔账，一个大棚收入多少，我们这个用药能够最少增产10%，也就是可以给您增加1000的收入，而他的成本也就是几根黄瓜的价钱。

c 谈感情，不要谈理性：我的一些客户，开始也认为价格高，但是都跟我合作了，开始他们只做了几件，用出效果之后，就都大量进货了，这个产品真的物有所值，然后一定要解释为什么物有所值。

4. 如何处理串货的问题？你就一直问他哪个产品串货了，直到他说不出来为止，然后你说：我们这个产品已经多年了，效果很好，老百姓愿意用，串货也是可以理解的吧？（不说话了，占了上风）您看我这还有其他的产品，您看看？（转移注意力，推荐产品）

6如何应对拒绝？

瘦身行业的发展前景 银行业工作总结篇八

回首这一年新兴的电器厂在集团领导下，在全体员工的团结努力下，顺利的完成了生产任务，总结这一年来的工作，展望明年电器厂如何做的更好。

20xx年电器厂磁电机生产总产量32467套、线束生产总产量29924套。在人员不齐情况下一人身兼数职，充分发挥基层班组人员的能动性，领导人员率先垂范，身先士卒。加强现场维护与考核力度，指定专人负责生产现场的清理与维护工作，对生产过程中的不符合项进行及时的完善与整改。

电器厂开始没有质检员，只是进行样品确认，来料不检验，有问题只能在生产线上发现，耽误了生产。5月份月开始从生产线挑选3名人员由雷家杨带头成立质检部，从样品到来料按百分比抽检、生产首样确认、生产过程循检、成品检验。现在不断改进检验流程，不断提检验效率，灌输品质意识。以确保生产产品出厂的质量。

成本是企业的命脉，对于生产成本进行多方面控制，

2、技术改进降下成本，从磁电机引出线每米下降元线到自己开模做定子；

3、采购原料成本控制，由于生产量不是很大与供应商降价很困难，甚至有的材料采购价比较贵，下一步准备换磁钢供应商来下降磁钢的单价。

电器厂处处本着以人为本的管理理念，确保安全生产、确保完成生产任务。在今年的6月份电器厂出了一次规模辞工事件，一班长鼓动自己介绍的老乡辞工，这事情也提醒我们以后招人用人注意防止类似事情发生。此后电器厂健全相应的管理制度和规章制度，从人员出勤，规范操作，劳动效率上着手，细化责任，量化考核，达到制度管理人，用制度约束人的目的。同时搞好各类培训，提高员工素质，提高员工的大局观念，培养岗位操作技能，增强员工的稳定性。在全厂职工中营造良好的企业文化氛围，向员工宣传灌输企业文化理念和精神，提高员工的责任感，使命感和主人翁意识，多组织有利于集体理念的活动，全力打造出一支技术娴熟，勇于拼搏的员工队伍。

4月份开始电器厂参加集团增程电动车的研发工作，电器厂负责研发控制系统，研发中心负责研发动力，车业负责整车研发。电器厂负责开发了整车控制器，点火器，磁电机以及上位机软件。10月份车业路试，11月份开始小批量试产100台。

总结20xx电器厂还有很多地方做的不够到位的，如：人员管理的不足，基层技术人员部训不够，员工素质特别是质量素质与安全素质需要加强和提高。为此[]20xx我厂将努力总结以前的不足，克难攻坚，加强自身的素质修养，整合资源，齐抓共管，共同推动电器厂在新的一年里取得新的突破。

瘦身行业的发展前景 银行业工作总结篇九

20__年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有__销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏__行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教__经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对__市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识

也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于__市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司20__年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。__产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有__个，加上没有记录的概括为__个，八个月__天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户

量__个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

现在__市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。在__区域，我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在__开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对来说要比__小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4、在地区市建立销售，服务网点。(建议试行)

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5、销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

瘦身行业的发展前景 银行业工作总结篇十

1现时药价不断下降、下调，没有多在利润，空间越来越小、客户难以操作。

2即使有的产品中标了，但在中标当地的种种原因阻滞了产品的销售，如某某省属某某药品中标，价格为：某某元，没有大的客源，只是一些小的，而且有些医院因不是医保、公费医疗产品，没销量，客户不愿操作，其它医院有几家不进新药也停了下来，也许再加上可能找不对真正能操作这类品种的客户，所以一拖就拖到现在。相比在别的省、市，这个品种也中标，而且价钱比省属的少，虽说情况差不多，但却可以进几家医院，每月也有销量，究其原因，我觉得要找就找一个网络全，这样的供货平台更有利于产品的销售和推广。

3、在各地的投标报价中，由于医药经验上不足，导致落标的情况时常发生，在这点上，我需做深刻的检讨，以后多学一些医药知识，投标报价时会尽量做足工课，提高自己的报价水平，来确保顺利完成。

4、在电话招商方面，一些谈判技巧也需着重加强，只要我们用心去观察和发掘，话题的切入点是很容易找到，争取每个电话招商过程都能够流畅顺利，必竟在没有中标的情况下，电话招商是主要的销售模式，公司的形象也是在电话中被客户所了解，所以在这方面也要提高，给客户一个好的印象。

二、所负责相关省份的总体情况：

随着中国医药市场的大力整顿逐渐加强，医药招商面对国家药品监管力度逐渐增强，药品医院配送模式及药品价格管理的进一步控制，许多限制性药品销售的政策落实到位，（本文由免费提供，请注明）报价**元，报价**元，有的客户拿货在当地销售，但销量不大，据了解，在某某省的某某市，大部份医院入药时首先会考虑是否是今年又中标的产品，加上今年当地的政策是，凡属挂网限价品种，只要所报的价在所限价钱之内都可入围，这样一来，大部份的市场已被之前做开的产品所占据，再加上每家医院，每个品种只能进两个规格（一品两规），所以目前能操作的市场也不是很大，可以操作的空间是小之又小。

- 1、当地的市场需求决定产品的总体销量。
- 2、药品的利润空间不够，导致客户在销售上没有了积极性。
- 3、公司中标品种不是该客户的销售专长（找不对人）。