

# 2023年水泥渠道工作总结 水泥厂工作总结 (实用6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。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 水泥渠道工作总结 水泥厂工作总结篇一

1、认真学习了公司《员工手册》、各种规章制度。对公司的发展和壮大充满了深深的敬意，立志誓死效忠企业，忠诚于企业，热爱自己的岗位。不迟到、不早退，严格遵守各种规章制度，作为一个老水泥人，深深懂得遵守职业道德和社会公德的重要性。“今天工作不努力，明天努力找工作”。

2、本人从事水泥工作xx年，水泥工艺科班出身，具有工程师专业技术职称，人力资源专业中级管理师管理能力，财会专业出身的成本管理能力和丰富的生产、安全、质量、现场管理经验，完全具有与岗位匹配的专业管理能力。

3、加强员工内部学习培训，提升员工的整体素质。质量管理工作与产、供、销紧密相连，产品质量的稳定与提升，生产过程的控制与化验室员工的技能、素质水平密切相关，提高员工的质量管理专业知识和技能，对员工进行专业知识和技能的培训是质量管理的必须手段，几个月来对员工进行专业知识和技能的培训x次，学习会议x次。通过培训学习，让员工提高了思想意识、工作技能和综合素质。

4、加强了样品的质量管理工作

加强了对样品的管理，对样品的取样、检测流程作了更详细

的规定，规范了样品的管理，特别是煤和出厂水泥，对样品的检测状态(已检、待检、留样)进行了区域划分，对不同状态的样品进行分类存放，有效避免了因样品的混淆而造成的错检、漏检或样品不具有代表性。

#### 5、完善了检测方法，提升了工作技能，确保了检测结果的准确性

对检测方法进行了完善，减少测试过程的不必要误差。在原有操作规程基础上，更进一步完善了检测方法。如煤的检测，从取样方法、取样数量、制样方法、分样方法、留样等进行了完善，并对员工进行了专项培训，检测结果准确性大大提高，进厂煤热量与煤磨煤粉热量误差在xx大卡以内。出厂水泥xx散装，存在误差大，样品没有代表性，安装了自动取样器，对每班的取样留样进行确认，并与物检相互确认、相互监督，解决了几年来的老大难问题，保证了出厂水泥的'稳定。

#### 4、加强试验研究工作，节能降耗增效益

积极进行试验探索，通过查阅大量的历史数据和技术资料，对水泥配方进行工艺技术优化，根据熟料质量情况灵活机动的采取跟踪措施，优化工艺参数□xx月xx水泥熟料掺量xx%□xx水泥熟料掺量xx%□在同行中也是说的起话的，也是我厂几年来的最好水平□xx月对混合材进行优化搭配□xx水泥灰石掺量由x%提高到x%□每吨水泥可降低成本xx元以上，每年增加利润xx万元以上。

7、在熟料质量管理方面从源头抓起，对各种原燃材料进厂质量进行每天监管，与生产工艺技术部和质控部密切配合，共同研究，讨论配料方案，优化窑、磨工艺技术参数，使本厂窑磨达到优质、高产、低消耗的良性状态。

8、在出厂水泥售后服务方面，水泥销售难免有这样或那样的

不符合用户的要求，偶尔也会出现一些质量上的纠纷，又往往是用户的操作不当，当然用户是上帝，我们必须耐心地给用户作技术上的指导和解释，使用户用的放心，心中满意，达到长期合作的目的。

## 9、加强仪器、设备的管理

对化验室的仪器、设备进行了系统的维护和管理，仪器、设备责任到人，做好仪器、设备标识(责任人、仪器设备编号、仪器设备名称、状态)，并由责任人定期进行检查维护，加强仪器设备的管理意识，减少消耗品的消耗量，提高仪器设备使用率，对煤质分析仪、热量仪、定硫仪、荧光仪等仪器设备进行期间核查、校正，减少由设备引起的误差。

在总经理和公司各位领导的关怀重视下，在全体同仁的支持配合努力下，工作取得了一定的成绩，但还有一定的差距。准备在明年从完善质量管理的细节入手，做好仪器设备、化学试剂的各类数据的各类工作，做好质量信息统计管理工作，加强内部培训，提升全员素质，打造出专业素质过关，技术素质过硬，业务素质超强的分析检验团队。为保证原燃材料、生产过程、产品质量，严格要求，严谨工作，严把质量关，为公司的发展壮大做出自己更大的贡献，为实现中国梦、企业梦而努力奋斗。

## 水泥渠道工作总结 水泥厂工作总结篇二

水泥有限公司在市委、市政府的亲切关怀下，在董事会及上级有关部门的正确领导，全厂职工同心同德、团结一致、创造性的开展工作，在一线的生产取得了丰硕成果的同时，克服人员少、时间紧、任务重等困难，奋勇拼搏，顺利实现了二线的安装调试：本年度累计生产熟料55.3万吨，实现销售收入7831.5万元，各项工作都取得不错的业绩。

一、加强政治思想学习，精神文明建设有所提高。

首先，我们继续学习贯彻江“三个代表”的重要思想，对广大党员、干部开展保持共产党员先进性教育，先进性的要求与我们的实际工作结合起来，不断推进我们的各项活动。切实加强党组织建设，提高职工的政治、思想素质。

## 二、提高职工队伍素质，加强职工队伍建设。

职工队伍素质的高低直接关系到社会效益和经济效益，公司支部从加强学习、提高职工文化素质和业务技能入手，开办了职业道德讲座和法制讲座和法制教育讲座培训班，通过业务知识的学习和实际运用，职工思想素质和业务素质有了很大的提高，服务意识、主人责任感得到了增强。针对职工业务素质低的现状，采取走出去，请进来的方式，聘请高校教师为职工培训。提高了职工的业务技能水平。

## 三、顺利完成二线建设

一是倒排工期，进行量化考核，要求施工单位将每天、每周的计划和工程进展情况报于甲方，由我们会同相关人员综合考核。二是给施工方签订工期合同书，根据倒排工期。三是专门成立了二线建设工作组，工作组每周定期、不定期的召开两次以上的进展调度会，并且每天早晨8：00在施工现场组织安装、土建、监理以及公司有关处室主要负责人对前一天的工程进展情况、当天的工作计划以及现场需要解决的问题进行现场调度、检查、安排。四是为保证设备进厂不影响安装时间，我们专门抽调人员到厂方进行验货、催货。由于采取了以上各种有效措施，二线建设在10月30日顺利点火成功。

## 四、生产管理得到进一步跳高

一是对原、燃材料进行了“比价采购”，如煤、铁矿石、砂岩，在原来的基础上都有了很大的降价，其中煤连续两次降价，平均每月节约60万元。二是严格生产过程中的管理，对于一切影响生产和质量的重大故事，一律采取一事一分析，

对责任单位和责任人不放过，三是对销售环节加强管理，针对销售人员的“散”、“乱”现象，公司采取了每周定时、不定时的销售调度会，听取销售人员对销售进展情况的汇报和销售意见，了解销售动态，采取了切实有效的措施：如公司领导亲自带队对客户进行回访，要求销售队伍进行人员优化组合，分片外出跑市场协调客户。

在六、七月份，市场非常低潮的情况下，我们避免了因销售不畅而造成积停产压现象。四是为进一步抓好成本控制，我们将对煤耗、电耗进一步采取措施，对全厂的成本控制正在研究制定“劳动定额”，将工人的收入与成品、质量、产量、安全、成本等进行分析，最终将以制度规范约束提高，抓好成本的制度。

## 五、认真解决职工关心的热难点问题

一是在职工队伍中下发了“征求职工意见和建议”书，对大家反映的问题逐一研究落实，及时给予答复；对于大家反映的热、难点问题，进行重点解决，先后对食堂进行了多次改造，并对质量、价格进行了规范。二是整顿职工宿舍，安排专人管理，就室内供电进行了整改，并安装了风扇、纱窗。三是就用水问题，先后在厂内打了四眼临时水井，在现有条件允许的情况下安装了太阳能。四是对于产品出入进行了多次现场突查，制定了相关的制度，如“采物管理规定”、“关于原材料、水泥熟料进出厂的管理规定”等。由于采取了以上措施，领导班子的工作逐步得到了职工的理解和支持，在全厂范围内形成了干部、员工人心思干、团结向上的氛围。

建立、健全各项规章制度。

新班子调整后深感水泥企业的规章制度的缺乏，靠得是制度规范人，用政策激励人，因此，我们将建章立制作为企业管理的核心构成，先后制定了“会议制度”、“领导班子职责划分”、“相关处室职责划分”、“劳动纪律管理规

定”、“质量管理规定”和“技术创新管理规定”等规范。

## 狠抓安全不放松

一是经营管理水平有待于进一步提高：由于受到各种主、客观条件的制约，水泥公司在经营管理上，有待于进一步提高，各种管理制度有待于进一步完善，企业内部定岗定员有待于进一步完善，各种经济分析不规范，在分析的深度和细化程度不全面。

二是企业的经营管理有待于进一步规范：在经营管理方面，公司制体制还不健全，企业的经营管理还存在不足，在合同管理，原材料的采购，产品的销售的环节，还存在漏洞，公司的各种管理制度还有待于进一步完善。依法经营的理念还没有完全建立，公司的各种证件还不具备。

一是进一步完善内部承包制度，全面执行倒逼成本工资考核办法，将企业利润同个人收入有机结合起来，提高内部挖潜、全员节约的能力。建立原燃料的技术标准，货比三家，优化进货渠道，签定购销合同，实行计划管理和招邀标制度。提高产、质量，减少跑、冒、滴、漏。加强财务管理，精打细算，实行倒推成本管理。。

二是定期开展经济分析活动，及时分析公司面临的形式和问题，发现公司存在的问题和不足，提出措施，改进工作方法，为公司的决策提供依据。

三是不断开拓外部市场，提高市场占有率，加大对周边市场的开发力度，重点围绕南水北调工程、高速公路建设工地、经济开发区建设等项目，充实完善榴园本地销售网络。

四是严格各项费用开支和成本控制，优化进货渠道，制定物资储备定额，保证合理库存，适时调整营销策略，细分市场，建立收入与经营指标挂钩的制度，确保完成全年销售收入和

利润任务。

五是进一步更新观念，创新制度，提高公司管理水平和竞争力，建立“管理 提效”的发展战略，增强企业凝聚力和抗风险能力。

## 水泥渠道工作总结 水泥厂工作总结篇三

-----三年之内赶超移动不是梦

对社会渠道进行扁平化管理，减少批发环节，实行精细化营销，全面提升社会渠道营销能力和对公司的贡献，促进公司业务全面发展、提高公司的总体收入。

重组以来，我公司大客户的强势发展效果发挥的是淋漓尽致，然而社会渠道作为公司发展业务的骨干单位却没有发挥其应有的作用。如果把大客户比作一把倚天剑，那么就应该把社会渠道锻造成一把屠龙刀。

二、佣金发放不及时。当月佣金一般第二月15号以后能发的，一般拖到第三个月发，这对渠道来说很占资金。

三、网格管理混乱□a网格的渠道经理下面所管理的渠道能遍及全市，这样的现象随处可见。不得不说，这种现状是由粗放管理引起的。

四、开卡量大的渠道数量集中。市区渠道开卡量大的渠道就那几家批发渠道。他们吃透了公司的政策和激励办法，自然而然不用公司催，自己就主动开卡，主动下去批发。开卡量大的渠道集中直接导致公司要支付更多的佣金成本。

五、小渠道、死渠道、半死不活的渠道数量太多。这些渠道或者是只缴费不开卡，所卖的卡品也尽是从批发商手里拿。而当初我建议公司将中小渠道收编的的初衷是为了使我们的

渠道遍地开花。没有想到为了渠道数量，却忽视了质量的提高。我们不仅要招来渠道，更重要的是要渠道发挥其应有的作用。

六、支撑部门人手太，少办公地点太多、太分散。市区240家渠道，只有饮马口三楼一个人收营业款，一个人负责领卡，而开卡分号处理投诉却在平原路分局后面平房，渠道中心却一个在二十二所小白象旁的社区服务站楼上，一个在平原路分局后面平房，还有一个在步行街卖场。分散管理直接导致服务质量严重下降。

七、对渠道的管理停留在忽左忽右的成面上。要么就是渠道销售能力提高了就以渠道为中心，一切为了渠道，任何事不经过大脑，渠道说什么就是什么；要么就是任务来了就找渠道去了，没有任务了就不理渠道了。

八、校园渠道处于半瘫痪状态。校园营销中心成立后就划给了集团客户部，把渠道托管给了销售部。目前校园渠道只有一名渠道经理，试想：那么多的渠道让一个人去管理，而一个人的精力是有限的，用有限的时间和精力来管理相对较大的市场，任何一个人都会心有余而力不足！针对此现象，我建议将校园及其周边渠道划转给集团客户部校园中心，校园中心增派渠道经理人手。

九、社区服务站的功能没有完全发挥。社区服务站作为各大分局的营业窗口在受理固话、宽带业务、后台支撑方面发挥了积极作用。如果把全区的社区服务站搞活了，那么其宣传效果和发展效果不可小觑。但是由于人员少，工作量大，再加上工作人员忽视对移网卡品的宣传，社区服务站的功能没有完全发挥，在此我建议公司从营业厅抽调人员增援社区服务站。

十、营业厅作为培养业务知识基地的功能没有发挥好。营业厅是公司对外的门面、招牌，营业员业务知识业务技能，以



及对客户服务等综合素质都很高，可以把营业厅作为培养业务知识和业务技能的基地来使用，建议公司招聘一批毕业生先入营业厅培训，然后派往各个服务站和渠道管理岗位上，这样不仅可以为国家分担当前的大学生就业难问题，还可以为公司培养一批后备人才。

1、对市区渠道进行全面排查，重新确定网格经理内的渠道，做到渠道在其网格，每一个渠道对应一个网格，每一个网格对应一个渠道经理，渠道经理服务支撑到位，对应网格之渠道发展能力全面提升。

2、红旗、卫滨、卖场、校园各成立后台支撑中心，并且各中心管理部门和支撑中心要在同一个地方办公。增加渠道经理人数，将红旗、卫滨各划分为7个网格，每个网格配备3名渠道经理，卖场配备6名渠道经理，校园配备12名渠道经理。将各网格的发展、收入、增长等各项指标进行比较，渠道经理在竞争中发展，真正实现人尽其才、物尽其用，按劳分配、能者多劳、多劳者多得，提高渠道管理人员的素质的同时提高其收入。

3、对于社会渠道，尽量减少中间批卡环节。公司对准渠道实行一对一服务支撑，将公司政策、佣金、激励等对渠道逐一培训，将每个月的佣金明细告知渠道并对其挣钱来源深入分析，我们不仅要教会渠道怎么样卖卡、怎么样挣钱，全面提升其单店零售能力。对于渠道做到：跟联通合作保证让你能挣到钱，但是一切行动听公司指挥。鼓励所有中性渠道开自己的卡，而且多开卡。货卖堆山的道理务必使渠道老板人尽皆知，而必须让渠道老板明白：卖联通比卖移动挣钱，尽量做到主推联通，提高联通销量也就降低移动卡销量。要尽量避免渠道做批发，还要经常性地对渠道进行营销培训，整体提高渠道素质，形成联通渠道遍地开花、到处发芽的大好局面。

在公司领导的正确领导下，在全体联通人的共同努力下，借

助倚天剑和屠龙刀，三年之内赶超移动绝对不是梦！时间仓促、不足之处太多恳请各位领导各位同行批评指正。

提案人：赵春秋

## 水泥渠道工作总结 水泥厂工作总结篇四

20xx年即将过去，我来到xx水泥已经有九个多月的时间。感谢xx水泥各位领导对我的关心和信任，感谢xx水泥为我提供了发展的平台，让我在工作和学习当中不断地成长、进步。回顾过去的这九个月的时间，那是我人生中最重要的一段，让我学到了很多在学校里不能学到的东西。在此，我感谢xx运营管理区的各位领导，感谢xx[]xx的各位领导，是您们的关心，才能让我在工作当中得心应手，学到我梦寐以求的真正本事。

我于20xx年x月x日进入xx县xx水泥有限公司，在这里，我主要负责协调矿山工作的各项事宜、进行前期的水泥市场调研工作、整理供应处的各项供应合同资料。随后xx水泥xx运营管理区组建营销中心，我于20xx年6月x日到达xxxx水泥有限公司，正式进入xx运营管理区。根据工作安排，我被划分到xx区域销售部，主要负责xx片区xx县袋装水泥市场的市场调研——市场开发——销售——售后服务的一系列工作，并且承担与xx县xx生产基地协调的各项工作。下面我就20xx年x月x日至今这6个月的工作向领导作一个简要的汇报。

作为一个应届毕业生，我深知欠缺工作经验和专业知识是我最大的软肋，并且“销售”这一岗位要求我必须具备专业的销售知识和良好的沟通协调能力。为达到这一要求我十分注意重视学习，不仅学习应该所具备的各项专业知识，还学习在市场上如何与客户进行沟通、报价、销售、服务。由于我是直面市场，承担着公司与客户之间一种“中转”的角色，我特别注意时刻树立自己的形象，提升自己的个人素质，展

示xx水泥的良好形象。在刚接触水泥销售的时候，我对水泥销售的渠道、价格、运输环节、合作方式不是太了解，对各类商品混凝土搅拌站的方量状况、垫资情况、运营情况一无所知，对各类农村网点袋装水泥市场的需求状况、经销商经营情况、布局情况、水泥的使用情况不甚了解，甚至对所销售的产品——水泥的各种指标（如三天强度、比表面积、静浆流动度、需水量等）知之甚少。但经过这六个月的时间，我在工作和工作之余不断学习水泥新国标、销售渠道的了解和掌握、对经销商的控制、对商混站的彻底了解，可以基本胜任目前所做的一系列销售工作。由于xx区域销售部处于一个艰苦的销售环境，对我的销售技巧、销售能力有着更高、更严格的要求，所以我还需要不断地学习，以完全胜任xx区域的销售工作。

- 1、进行了市场调研，熟悉了xx县乡镇环境和大概的市场需求量。
  - 2、进行了市场开发，走访了xx县区域绝大部分的水泥经销商，并通过各种方式与这些水泥经销商进行了联系与沟通，掌握了大量的客户资料，在每个乡镇布好了网点。
  - 3、进行了销售工作，在公司领导的正确决策下启动了xx县袋装水泥市场，并取得了一定的销售成绩。
  - 4、辅助市场部，进行了xx县袋装水泥市场的墙体广告寻找工作，在当地树立了xx品牌的影响力。
  - 5、做好了各类顾客的售后服务，多数客户对我抱有信心，基本未接到顾客的服务质量投诉。
- 
- 1、对xx县区域竞争对手的价格变动未能做好充分的反应，在竞争上处于滞后状态，往往在销售工作上处于被动。

2、对于客户的控制及管理未能真正落实到位。在几次价格变动后，丢失了少部分客户。

3、对于销售渠道的掌控和市场的规范还不是很到位，导致客户出现一些小小抱怨。

4、在工作中思想较为单纯，工作方法较为简单，看待问题有时比较片面，在处理一些问题上还不够冷静。

总之，细节决定成败，能力+知识+勤奋+心态=成功。对公司要有责任心，对社会要有爱心，对工作要有恒心，对同事要有热心，对客户要有耐心，对自己要有信心！力争在xx水泥的销售岗位上做最好的自己！以上就是我对这六个多月的销售年终工作做一个总结，请领导批评指正，希望我能迅速成长，明年能给公司作出更大的贡献！

## 水泥渠道工作总结 水泥厂工作总结篇五

从九月份到现在，我调动到北京营销工作已近3个月多月了，在这不算很长的时间里作为个人来说我是十分充实和宝贵的一段经历，加上我在我武汉的实习工作和在总部的培训加入st集团已经有一年多的工作时间了。如果把我的工作认识分成三个阶段，我现在已处第三个阶段。同时我也是按照公司对我们的要求和个人制定的学习计划循序渐进开展工作和锻炼自己。

以下我将从市场层面，渠道层面，和操作层面的门店管理以及财务核对谈谈我个人对我们帅康产品在渠道市场和销售的想法。

建材超市作为电器销售的新兴渠道，市场规模和潜力巨大；从建材渠道来说就分：百安居，乐华美兰，东方家园，好美家，天津家居等子系统，从经营方式来说属于超市类型；而目前还有商铺租赁+部分超市如居然之家，红星美凯龙，武汉

康家等。而我们目前所面对的主要是以百安居和东方家园为代表的建材超市。从渠道管理上，建材超市相对国美，苏宁，大中，永乐等电器连锁，扣点较低，开单手续规范，超市相关商品关联性强，家居购物一体化；购物环境好等便利；同时销售容易受季节性影响，消费者认知度和接受度相对电器连锁来说不高，尚处于消费者市场成长期。据调查目前消费者在连锁渠道和在建材超市购买电器的比例为8：2，是机会！挑战！

从当前国家宏观经济发展，尤其是以房地产行业为上游产业发展来说建材渠道将会充满机会和挑战。以xx市场百安居xx年“五一期间七天满买厨卫电器xx送xx”活动案例来看，就具有相当的代表性。

分析如下：

- 1、此券仅限于在百安居内购买任何品牌橱柜和橱柜的配件，且不可兑换现金。
- 2、此券在使用时必须在购买橱柜每满六千元仅能使用两千元抵用券。
- 3、此券有效期从5月1日—5月15日。

从券的这几点要求来看我认为，首先百安居抓住了大多数的顾客在选购烟机的同时需要订做橱柜，但由于百安居内部的几个品牌的橱柜一般比市面上的橱柜档次要高一点，价格也要高一点，平时有很多顾客是在百安居购买烟机但不在百安居订购橱柜，所以百安居流失了大量的橱柜顾客。此次的返券活动将烟机于橱柜互动起来，用烟机的销售带动橱柜，形成联动式销售，提高了烟机于橱柜的销售。

其次，关于返券的费用，百安居利用它作为建材超市的整体资源优势，用其他商品的利润来弥补电器返券所流失的利润。

对于百安居的利润来源，我有这么几点认识。第一，提高销售自然可以弥补部分的利润，第二，由于橱柜的返点高于电器的返点，平均点位在25个点以上，水槽、拉篮等用券可以购买的商品的点位更高，水槽能达到33个点以上。第三，也是最重要一点，一般顾客在购买橱柜的消费层次在4000元左右，高档的顾客消费也不过在7500左右，达不到用券的要求，因此如果顾客想用券就必须提高橱柜的消费层次，选择价格更好的水槽或者提高橱柜单位延米的价格，进而加大了百安居的整体利润空间。

$$xx*20\%+4000*25\%+xx*35\%=2100$$

扣去返券金额百安居依然有利润支持店面的运做，而事实上顾客的消费往往要远高于以上的最低值。

纵上分析，在该按例中，百安居虽然损失了部分利润，但并不会出现亏损，再加上板材，油漆等其他商品的整体销售，百安居依然有利润。与此同时，它还加大了在建材行业里的霸主地位。

借鉴百安居五一的活动，假设在相对成熟或销售空间增长较大的市场，如果能结合st牌水槽或橱柜同时推进，销售规模和利润不是没有可能有较大的增长！就目前我们烟灶套餐搭配的形式，在某一中促销活动中如果我们的整体资源有限，无法像百安居做出如此大的促销规模，但我们可以烟机做平台，损失烟机的利润，用灶具来弥补烟机的利润，进而达到整体利润保障。

不同的市场渠道间的竞争存在不同的程度：渠道间的并购和牵制，用实力说话，大鱼吃小鱼是发展趋，总的来说家电连锁还是占据着很大的优势属于强势渠道，建材渠道目前属于开发成长型，而我们处于家电食物链的下游！而公司有效资源往往往优势渠道倾斜。在北京这段时间，我重视良好的学习习惯，培养自身对市场节奏的感觉和在理解握渠道间的平

衡的意义。

在北京大中作为优势渠道，和国美，苏宁，建材超市等渠道共同上演着“三国演义”，“车，马，炮各有各的着”共同瓜分市场。“螳螂吃虫，黄雀在后”。另一方面在我建材渠道内部如同一个小的市场同时存在：百安居，东方家园，天津家居，好美家和家福特，乐华梅兰以及永乐系统等子系统！

“既要面对人民外部矛盾也处理人民内部矛盾”作为渠道销售助理，要解决各种问题，作为公司销售渠道之一，应该要有大局观点，要配合公司政策来制定本部门工作计划，任务分配，店面管理，落实到各门店主管，协调好本渠道的工作。

以xx市场建材活动为案例分析：时间11.21.到11.27.

家园系统满xx返1000券店面承担，特价除外

家居系统全场单机8折，特价除外

好美家系统指定小区按9.2折，其他均不参加

百安居全场满5000返500电器指定用券

尽管都是店面承担折扣费用，但实际中我们还是得性得参加了东方家园的活动，和百安居活动而没有参加另外系统活动或控制其他门店活动在一定程度以内，尽管有来自采购店面经理的压力但，但我们必须这样对待。合理利用系统竞争，通过政策倾斜配合公司其他渠道的销售，减少乱价发生的可能，同时在渠道内部有的放矢，把没有参加活动的系统失去的销量在其他门店抬起来。

在实际工作中，我将协助管理的门店按销售标准重新划分，每周统计出单店销量第一，门店销售增长率第一，最落后地第一，欧式烟机，热水器和竞品占比等资料。有针对性的开展门店管理，发现问题，找出原因，最后解决问题对优势门

店要继续保持，对有增长潜力的店要关注。尤其是在“金九银十”黄金周的备战工作尤其重要。

十一过后我将店面工作重点放在了门店调整和中小门店销量提高上，挖掘其销量增长来源。如东方家园西三旗店，来广营店，百安居马连道店。其中以西三旗店为例：该店由于前期各中原因销量落差很大。针对该店实际情况，接手前期没有完成样机处理工作，更替驻店促销员提高促销员信心，切实解决遗留的出样比例，陈旧，品种结构单一问题，终端生动化。改善店面关系，重塑店面对我st形象；在尽可能的情况下以最少的投入换得店面资源的支持。在接受任务后两个星期内在大家共同努力下，由周不到5000提高到周近2xx□月近1xx0销量有了很大的增长。另外一方面对于促销员管理我总的原则可以概括为：将心彼心，恩威相济；利情法相结合，建立一种信任感。

总之，水无常型，只要对具体的卖场有所认识后，摸清脉络，分主分次，才能在门店管理上学到更多的知识，提高对一线终端，核心门店的掌控能力。及时处理各种突发事件，做好销售，不断积累自己的经验。

## 水泥渠道工作总结 水泥厂工作总结篇六

一季度，水泥公司认真贯彻两级职代会精神，紧紧围绕20xx年任务目标，严抓基础管理，创新管理方法，扎实开展工作。密切关注市场变化，及时调整销售策略，努力提高产品价格，确保企业利润最大化。各项工作稳步推进，为全年生产经营目标任务的完成奠定了坚实的基础。

一季度生产经营情况：预计生产熟料 吨，完成220 万吨年度计划任务的 %；销售熟料 吨，完成125万吨年度计划任务的 %；磨制水泥 吨，完成150万吨年度计划任务的 %；销售水泥 吨，完成150万吨年度计划任务的 %；余热发电量 万kwh□完



成7000万kwh年度计划的 %;实现净利润 万元，完成4600万元全年任务的 %，开创了水泥公司历史之先河，创造了一季度水泥生产经营历史新记录。

具体工作总结如下：

“不积跬步无以至千里”，基础管理工作是企业各项管理的根基。年初伊始，我们深刻查找自身存在的管理漏洞和薄弱环节，倡导“第一次把事情做对”的理念，关注细节、关注每一个动作，彻底解决管理标准不高、易反复的问题，提高精细化管理水平。

“先立章程，后以制度治厂”。对公司 个单项考核办

法进行梳理完善，并纳入体系文件，有效防止了“两张皮”现象。

推进流程管理。面向全体管理人员开展了流程管理知识培训，对车间骨干开展了巡检操作流程知识培训，面向全员开展了质量培训。通过多角度，多层次培训，使流程管理规范化、制度化，确保达到“每人每天干好每一件事”，从而提升基础管理水平。

根据现场管理推进计划每天下午召开标准量化管理工作会议，总结当日工作情况并对次日的工作进行布置安排，明确工作进度，严格落实考核。

进一步优化操作，加大指标对标，旋窑运转率、熟料标准煤耗等关键经济技术指标分别达到 %□ kg/t熟料，旋窑运转率同比提高 个百分点，熟料标准煤耗同比降低 %。

按照公司《关于进一步降低和控制公司可控费用支出的通知》要求，将全年预算进行分解落实到各单位，并将各车间、科室预算指标纳入绩效考核当中，提高各单位预算意识。强化

预算执行的严肃性，通过预算管理来降低和减少企业成本。将预算管理渗透至人、财、物及购、销的各个层面与环节，健全相关制度，加强对预算执行情况的实时监控和有效监督，提高预算管理的科学性和准确性，发挥预算管理的硬约束作用。

针对市场形式，销售工作主要是在夯实长期用户的基础上，努力提高产品销售价格，并加大利润率较高产品52.5水泥的市场开发力度，确保企业利润最大化。

一是限量保价。20xx年底水泥价格持续高位，为维护20xx年水泥价格的高位运行，在1、2月份水泥淡季时不销售冬储水泥，保持水泥销售价格的稳定，与去年同比，单价上升130元/吨左右，为全年水泥价格高位运行打好基础。

二是建立长期战略合作伙伴关系，稳定长期用户。对混凝土搅拌站、管桩企业等长期用户进一步建立战略合作伙伴关系，实行“独家供货、常年使用”策略，保证山铝水泥长期客户群的稳定及销售量的稳定，增强对市场变化处理的弹性。一季度已签订两家独家供货合同，年定销水泥30万吨。

三是以制度为导向，鼓励业务人员高价销售。实行以“品种提成单价和基础管理”为主的绩效提成考核办法，销售人员积极性进一步提高。在今年销售人员考核中加入价格系数考核，鼓励业务人员高价销售水泥，并对销售价格低于平均价格的销售人员进行相应考核，提高产品利润率。

四是加大重点工程开发力度。重点工程具有用量大，价格高、提升产品信誉等特点。20xx年是“”规划的开局年，各地重点工程相继开工，水泥公司统筹各项资源，全力做好每个工程的投标工作，提高市场占有率。

务部长，淘汰两名业务部长，内部双向选择组合3人。

扎实开展“党员攀登、全员创优”主题实践活动。按照上级党委要求，制定活动意见，把活动与生产经营实际紧密结合，促进淡季生产经营任务的完成。

积极开展学习型党组织创建。制订水泥公司20xx年学习型党组织创建实施方案，制订干部读书会年度计划，各支部认真开展活动，党委中心组学习，干部读书会学习按计划进行，提高了广大党员干部和管理人员的理论和技术素质。

大力开展形势任务教育。结合公司两会，加大形势任务教育，认清形势、统一思想，立足岗位、尽职尽责。更新宣传栏内容，营造宣传氛围，对班组政治学习进行检查督促。

加强党风和反腐倡廉建设。建立健全教育、制度、监督并重的惩治和预防腐败体系，加强廉洁从业教育，积极推进强基工程，效能监察立项，核查处处理信访问题，提高了管理效能。

群众组织工作丰富多彩。积极开展以争创“工人先锋号”、争当“优秀员工”，短距离劳动竞赛和职工技能竞赛为主要内容的“双争双赛”活动，开展了提高旋窑运转率、红旗机台等活动。

一季度工作中存在的问题和不足主要表现在：1. 现场管理、设备维护等基础管理工作有待于进一步加强。2. 市场预测及掌控能力仍有待于进一步提高。以上这些不足和问题，需要在二季度采取切实有效的措施加以解决。

## 二季度工作打算

二季度，是水泥销售传统旺季，也是全年生产经营工作的关键时期，我们充分认识到担负的责任，按照公司部署积极、扎实推进各项工作，为全年任务的完成打好基础。

一、继续深入推进基础管理工作，切实提高企业竞争力 一季

度基础管理工作虽然有了一定进展，但离公司要求还有一定距离，要认清规基础管理长期性和长效性的严峻形势，工作中戒骄戒躁，将抓常态，抓长效，始终作为一项重点工作来抓。坚持不懈地继续深入抓好基础管理工作，把基础管理作为生产经营工作的基础，常抓不懈，层层深入，步步推进，边巩固边提高，上台阶创水平。通过抓基础管理，确保主机设备运转率，确保全年各项生产经营目标的完成。狠抓基层建设、基础工作和基本功训练，实实在在地从最基本的管理工作做起，推动基层基础管理向规范化、程序化、科学化、人性化方向迈进。

结合体系文件，进一步深化细化流程管理工作，在工作中不断优化、完善、固化岗位工作流程，达到工作的螺旋式进步。