

小学校园安全论文内容(汇总6篇)

总结的内容必须要完全忠于自身的客观实践，其材料必须以客观事实为依据，不允许东拼西凑，要真实、客观地分析情况、总结经验。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

区域总结工作汇报篇一

一、2022年的工作情况：

- 1、生产一部轻重污油改造项目（pc项目）技术管理工作；
- 4、9月份以后，进入仓储运输部负责区域维修保运工作；
- 5、配合经营部门进行蜡油改造项目的结算及索赔工作。

二、项目运行建议

- 1、组织专题培训，提高员工的责任心，包括本体员工与外用员工；
- 3、在施工的同时，严格要求资料同步，杜绝资料拖沓情况；
- 5、做好施工过程中的签证、影响等相关资料，为以后的竣工结算及索赔提供依据。

三、结束语

回顾过去一年的工作，总体感觉就是忙碌，但工作中还存在许多不足之处，在今后的工作中要专心致志，注重团队协作，不断提高自己工作能力。

区域总结工作汇报篇二

20xx年通过市场营销部全体同事的共同努力，产品调配部的有效工作及公司其他业务部门和行政部门的有力协助，截止20xx年12月，销售额创历史新高，已达*****万元，比20xx年全年提升30%。新开发专卖店***家。纵观全年的工作过程，有喜有忧，有甜有苦，有欢有痛。

第一部分20xx年工作总结

市场营销部承担着公司管理模型和市场模型的建立任务，而公司下一步规划的前提就建立在一支过硬的销售队伍和市场网络上，目前的实际情况是销售队伍不硬，市场网络不稳。我们只有集中大家的优势，发挥团队的力量，群策群力，充分的尊重市场和事实，才能够取得成功。

1、关于态度

我相信在许多员工的述职报告反映出了工作中很多的困难和问题，比如提货折扣问题、领导能力问题、加盟商的合作问题、支持力度等……，问题和困难自然不可避免，但我觉得，导致这些问题和困难不能解决的主要原因还是态度问题。态度决定一切。公司要建设好队伍，并达成目标，就需要运用管理工具对员工进行管理，并且也有权利管理到大家的每一个工作日。

市场竞争日趋激烈，市场机制会愈趋规范，每个公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在面前，以一种什么样的态度去对待它，你就会得到一种什么样的结果。

2、关于目标

一是要将个人目标与公司目标统一起来。每个人都会有压力、有需求，但怎样使之与公司的长期和短期发展目标有机统一，

使得在实现公司发展目标的同时，实现自己的个人目标。这就需要将自己的个人职业生涯规划融入到公司的发展当中，公司会不断的发展，要上新产品、要建自己的工厂、要上市……，只有上下统一起来，步调一致，才能往前走。这就需要加强相互沟通，达到构建一支优秀的团队和网络的目标。

二是实现目标要有一种正确的观念、方法，并将目标切实分解落实。只有可分解的、能实现的目标，才是可行的目标。今年初市场营销部通过将销售指标分解到每个人，每个加盟店，围绕目标紧密跟踪，穷追不舍，从而保证了全年销售任务的完成。另外，保持一种好的心态将会帮助员工渡过很多困难。

3、关于学习

相互学习，是市场营销部一年来始终灌输的一项行为习惯。有一位经济学家讲过这样一句话“不学习是一种罪恶，学习是有经济性的，用经济的方法去学习，用学习来创造经济。”我们应该从理论上、实践中和相互的交流中学习，不仅要注意学习的方法，更要有正确的学习态度。大家或多或少都有一种批判的吸收心态，也就是说在接受别人的观点或意见之前，带着一种质疑的态度，这是我们应该改正的。我们要以吸收的批判的态度来对待他人的观点和意见，即先以一种宽容、包容的心态听取别人的观点，然后经过自己的深思熟虑，对其观点加以批判性的接收。

就像我们组织开会和培训，公司花费金钱，同时让大家在繁忙的工作中挤出时间聚到一起交流和总结，如果不以一种学习的心态、以一种空杯的心态来对待，肯定学不进去。每个人都有优点，都值得大家相互学习，如果你无法改变自己的心态，也就不会进步。

我也经常对大家说，只有不断地学习、思考、总结，我们才能不断地提高和把事做好。

这个过程就像下围棋一样，起初从零开始，水平都差不多，慢慢知道了布局，有了进展之后，对水平低的不屑一顾，自以为是，进入一个平台期；然后慢慢也就有了对更高水平的向往，如果继续学习和总结，就逐渐有了大局观，也知道了何以舍小保大，就这样在不断的学习当中进步，其实，工作中也是一样，你需要不断地学习、充实，销售部要尽力塑造一种学习的氛围，来培养一支优秀的团队。

4、关于团队

要把那些江湖作风、老爷作风带到队伍中来，要让自己的队伍有安全感，能获得收益，能够不断成长；要努力培养下属，将自己的知识和技能毫无保留的传给他们，要抱着一种水涨船高而不是水落石出的心态来对待它；要切实加强团队意识，加强培训，建设一支真正优秀的属于公司的团队。

随着公司的发展，会有更多的岗位和机会摆在每个人的面前，在团队建设的过程中，面临着一个信任与控制的问题，我们要运用各种表格加强过程管理。

5、关于管理

在公司里，我们每个人都处在一种角色的转换中，在下级面前是管理者，在上级面前是被管理者。而从另外一个角度，大家都是社会人、企业人，管理具有科学性和艺术性，要真正达到有效管理，在队伍出现问题的时候，沟通是一种非常重要且有效的途径。所以有的管理学家甚至说，管理就是沟通。其重要性不容置疑。

没有规矩不成方圆。管理是一种投入，我们要向管理要效益，不断完善各种管理制度和方法，并真正贯彻到行动中去。

1、财务意识有待加强

需要强调的是，一定要严格按比例控制整个营运成本，同时，市场开发及销售费用属于个人借支，涉及到推销问题，需要绷住弦，树立财务控制的态度。

首先要学会算帐，加强财务分析。各区域经理通过算帐、分析，对不同费用间的相互关系加强分析，做到有效的财务管理。既要算好市场的帐，要考虑怎样去进行推销，又要算好投资的帐，把工作看成是自己的事，从自己的角度出发，什么事情该做，什么事情不该做。

所有的结果最终都落在财务指标上，要抛打紧用，先紧后松，加强费用分析与市场策略的结合。特别是区域经理，要尽量以各种简明扼要的形式如柱状图、饼状图、曲线图等加强分析，帮助本区域做好财务控制。

2、严格规范、有效管理

我们公司管理的大前提是预算制管理，对于年度计划，要将目标计划分解到每个季度、每个月、每一天、每个主管、每个加盟店、每区域、每个部门，每个经理。并认真思考要通过哪些通路、方法来达到目标。目标分解了就成了任务，任务是必须要完成的。

要加强目标管理和时间管理，同时经理们要严格要求对自己的管理，要以身作则，才能带好团队。比如，如果经理自己懒惰，有怎能要求员工勤奋工作？管理是要付出成本的，是成本就一定要出效益。下一步我们需要考虑上erp系统，来简化管理的程序和提高管理的效率和质量。

3、人力臃肿，资源浪费

首先有一个用人标准的事情，我们一直倡导合适的就是的，不一定秀的就是的，在选人用人上，还要注重员工的忠诚度和专业性。

其次在形式表现上，员工的工作能力如沟通能力，工作效率和工作饱和度也是需要着重考虑的方面。最后要通过培训，采取不同策略，把销售主管个人资源与公司资源进行有效组合，达到整合资源，发挥团队优势的目的。

在对公司员工的培训上，主要从三个方面来进行，一是培养大家一个良好的工作习惯，通过经理的榜样作用，加强管理；二是通过召开会议如周会、系统的培训会议来全面对员工进行知识和技能的培训；三是通过市场运营过程中的传帮带，带好团队，优胜劣汰。我们现在是“优不胜，劣不汰”。只有让所有员工的长期目标和短期目标与公司的目标统一起来，涉及到现实的收益、成长的空间、实际能力的提高等诸多方面，只有在过程中不断地兑现和满足大家，才能团结稳定队伍并不断地吸引更多的人才加盟我们的事业。

4、市场策略需融入准确科学的市场调查

各区域经理对市场都有不同的感觉，经验固然重要，但它并不是成功的必然。只有将感性和理性结合起来，理论与实践相统一，在市场直觉的基础上，加上科学的分析和研究，这样得到的成功才是一种必然。不妨看一则关于肯德基的故事：在准备进入中国市场的时候，肯德基针对北京王府井的情况先后派了两位职员进行开店前的调研，第一位职员在到达王府井后，看见熙熙攘攘的人流，凭直觉马上判断值得在王府井开店，于是回去后告诉公司说可以在王府井开店；另一位职员到达王府井后，在主要的路口开始计时统计通过的人流情况，按层次、按年龄加以分类，同时还对北京周围的鸡的来源以及养鸡的饲料等环境进行综合调查，最终通过数据分析，得出可以在王府井开店的结论。事实证明最终开店的结果是成功的，但两位职员得出结论的方法和过程并不一样，其差别我们可以很容易看到，所以第一位职员回去之后就被降职了。如果我们在市场操作的过程当中，能够把丰富的市场经验和准确科学的市场调查结合起来，则成功将会属于我们。

要学会分析市场，分清主要矛盾与次要矛盾，主要矛盾的主要方面与次要方面，抓住重点，才能有效地开展工作。比如山西市场，由于渠道很熟，开发一般的专卖网点可能相对比较容易，单已不符合小店潮流，但开小店相对比较困难，所以，下一步山西市场的重点就要适当向开小店倾斜，包括赠送营业道具等；而山东市场相对来说，市场开发力量较弱，所以在人员聘用的时候，必须考虑到开发能力和维护能力都很强的人。不同的市场，不同的环境，需要采取不同的策略。

在市场推广方面一定要抓住一个中心，结合主要与次要矛盾，有效避免东一榔头，西一棒槌的事情发生。

铺货销售是目前服装市场上，尤其是东北市场普遍应用的主要手段，但绝对不是的手段。从服装行业发展的趋势来看，只有能为加盟商全方位提供店铺解决方案，专业化、系统化才是未来的方向。我们只有综合运用这些手段，抢占先机，才能走在别人的前面。所以，现阶段首先必须从意识上上升到一种高度，体现出我们裤业连锁专卖的专业化、规范化的形象，有效整合各种资源和方法，有系统、有计划地去做市场推广，通过正确的市场策略的运用，来达到我们建设队伍、营建网络的目的。

各区域在进行目标分解的过程中，既不要保守，也不要画饼充饥，要本着实事求是、务实的态度，用经验值和科学相结合的方法，确定每个区域合理的、可实现的目标。

在目标确定之后，分解到人，到加盟店，到每季度、每月、每天。在这里，我要强调贯彻“事事落实，事事督导”这八个字，事事落实就是要既事事落实到人，也要事事落实到时间；事事督导就是要实行财务督导、层层督导和相互督导。通过加强过程的管理和监控，来确保目标的达成。

第二部分20xx年工作计划与展望

- 1、确定重点工作方向：巩固根据地(河北)，丰满两翼(山东、山西)，解决后患(河南)。上述四省新建店35家。
 - 2、暂停江苏、安徽的市场开发工作。
 - 3、研究确定适合东北市场的经营模式，向沈阳办事处派驻长住代表(周期轮换)，辽宁新建店20家。
 - 4、成立专门作战团队，集中有效兵力进军陕西市场，开辟新店15家。
- 1、在员工沟通能力与语言运用上下猛药。不间断培训电话沟通技巧、商务语言运用与客户心理分析。
 - 2、将各种业务指标落实到每人、每店、每天□20xx年销售额突破5000万大关。
 - 3、将各项工作目标视觉化，建立健全每日工作跟进制度。
 - 4、业务人员进行月度考核，实行末尾淘汰制。
 - 5、在营销主管中逐渐融入男性员工。
 - 6、完善各种营销工具的规范建设与资源共享。
 - 7、加盟店与公司数据联网率达到90%。
 - 8、市场部与营销部配合，实现移动办公。

区域总结工作汇报篇三

大区市场成长发展阶段一般有如下状态：所管辖区域的经销商部分或大部分已开始合作，市场处于继续分销、并且开始树样板市场、样板店阶段，下属人数增加，开始有城市经理、

促销主管/促销员（指有终端渠道运作的品牌）。

复制多个“自己”是重中之重的大事。

前面提到，大区经理选择好区域经理之后，不能放任自流，而且更要在市场启动阶段观察和测试区域经理的区域管理能力、人品作风、敬业态度，然后手把手去教、去指正，因为人无完人。在区域市场进入成长发展阶段，区域经理不再只管好自己就行了，同时面临着下属各层级人员的招聘、选、用、留问题，而且这时的市场通过前三个月推动，到底怎么样了，经销商的耐性已经到了极点，所以还会面对经销商热情下降、抱怨牢骚满度等问题；也许连区域经理本人在市场压力和公司压力之下，也坐不住了，或者干脆在混日子了，市场问题非常多。

这时，大区经理要有意识地根据市场特点和区域经理特点，开始复制自己的思想、理念、工作作风到他们身上。重点引导他们做职业发展规划，帮他们看清当时的市场局面，关键要解决的问题，以及他们身上的优缺点，尤其是树立全局观念和管理观念，提供人员管理的技能和方法，帮助他们树立信心，指导或示范解决经销商问题等。比如怎么选人、怎么用人、怎么安排日常工作、怎么检查工作、怎么解决突发事件等。

当然，也有不少大区经理不愿过多帮助下属，因为他认为下属一旦业绩好了，能力上来了，自己就得“丢饭碗了”，这种事情发生有三种情形：一是他业绩好了，而你的整体业绩并不好，他取代了你；二是他业绩好了，你的业绩也不赖，公司要求单列他的市场，或者调到其它市场。三是他业绩好了，你的业绩也好，结果你升他也升了。稍微仔细想想，就能清楚，这时大区经理的眼界决定了他的前途！

复制市场操作成功思路。

人的心态、理念、管理方法在改进了，而货也铺了，形象也在做了，这时最不能忽视的是区域市场如何突破销量，提升品牌知名度问题。

其实，市场操作本无定论，而且中国的市场差异性太大，个性化强，无法套用任何成熟或其它市场成功的方案。这时，大区经理要善于发现a区域的.阶段性操作的闪光点，善于分析当时当地区域特点，理出一些成功案例的共性点，嫁接到b或c区域中，以点带面，形成突破口，这样下属区域经理就不会在运作中迷失方向，而且容易树立他们自己的信心和经销商信心，起码经销商知道了“我这市场没做好，而a市场做好了，原来是我这里的方法不对，而不是这个牌子/产品不行”。

系统管理流程开始完善和健全。

管理重在持续改进。所以在公司管理系统的基础上，引导和指导区域经理健全和完善细则，显得非常重要；毕竟适用的流程和制度能让区域工作有序开展，离预定目标会越走越近。引导和指导区域经理去做，既能赢得他们认同，便于执行，也能提高他们的管理水平；当然，如果区域经理的本身管理能力较弱，风格较板，是亲自配合他去宣贯培训下属人员，有利于工作推进。

团队培训坚持不懈。

当直接下属有3个人或整个团队有7、8号人马时，就得重视培训工作了，这时可分层面对下属培训，而且要杜绝纯理论的培训，结合熟悉的人和事指导性培训，如区域经理主要是人员招/用/考核/过程跟进/奖罚激励等、经销商本人及其团队积极性的引导、异议处理、配合重点分销商或门店树立样板等等、自己的时间管理、个人学习成长等。一线员工的敬业精神、具体工作思路方法、个人工作时间安排、终端推广具体执行方法等。

前期工作再忙，大区经理都不能忽视下属培训，各层级人员有2x3次/月的机会；当然，大区经理本人更要坚持学习成长，否则整个团队的成长也会受到制约。

树立样板，重奖重罚。

一个团队中，大家一团和气，不求进取，就会出问题。所以必须要有竞争，有竞争的环境。而这个环境可以由大区经理创造的。样板树立包括样板区域市场（阶段性业绩）、样板店（形象和业绩）、样板人物（经销商、分销商、区域经理、城市经理、促销员等）、样本操作个案（如某一次成功的终端促销活动，社区活动等）。

一旦启动样板，事先要有清晰思路和计划，根据企业管理特性申请总部尽快签批，让总部明白目的、操作可行性、预期效果、所需费用、执行细则等关键内容。一旦签批后，即对下属做好充分宣传，引导大家积极参与，适时跟踪过程，不要让人感觉有头没尾，尤其第一次活动时，一定要注意定期评比，准时奖励，以树立威信，达成管理目的。

个人工作时间安排注意事项。（分区域分阶段确定重点）

这阶段的工作量非常大，尤其是中小型企业，无法配置太多的资源和人力，而随着市场的深耕，工作往往没日没夜，这时最忌讳的是大区经理“越忙越乱、越乱越忙”、眉毛胡子一把抓，所以周密的思考，有重点地安排自己的工作时间显得急为迫切。而且针对不同成熟度的市场和不同个性、能力的区域经理投入的时间要有所侧重。

善于管理上司，借力打力。

聪明的大区经理总是会协调好上司的关系，这既是为自己提供一个“护身符”，更重要的是借力打力，通过一系列的操作成功案例和思路去赢得上司的认同，从而争取资源、争取

时间，更重要的是争取通过上司的“嘴”去赢得下属的认可和尊重。但现实中，往往很多大区经理怕销售部经理、营销总经理接触下面人员，为什么？也许怕下属“告状”，也许是怕下属说出市场的“不足”，影响到他本人在上司心目中的形象。任何清醒的上司都知道，人无完人，谁都有缺点，关键是看这人缺点大还是优点大，更何况一个有绩效的大区经理，如果有自知之明，能坦然承认自己的不足，不是更让上司认为这又是你的优点？哪怕直接上司不明理，上头总有明理的人吧？！

区域总结工作汇报篇四

20xx年通过市场营销部全体同事的共同努力，产品调配部的有效工作及公司其他业务部门和行政部门的有力协助，截止20xx年12月，销售额创历史新高，已达*万元，比20xx年全年提升30%。新开发专卖店家。纵观全年的工作过程，有喜有忧，有甜有苦，有欢有痛。

第一部分20xx年工作总结

市场营销部承担着公司管理模型和市场模型的建立任务，而公司下一步规划的前提就建立在一支过硬的销售队伍和市场网络上，目前的实际情况是销售队伍不硬，市场网络不稳。我们只有集中大家的优势，发挥团队的力量，群策群力，充分的尊重市场和事实，才能够取得成功。

一、统一思想，端正态度

1、关于态度

我相信在许多员工的述职报告反映出了工作中很多的困难和问题，比如提货折扣问题、领导能力问题、加盟商的合作问题、支持力度等……，问题和困难自然不可避免，但我觉得，导致这些问题和困难不能解决的主要原因还是态度问题。

态度决定一切。公司要建设好队伍，并达成目标，就需要运用管理工具对员工进行管理，并且也有权利管理到大家的每一个工作日。

市场竞争日趋激烈，市场机制会愈趋规范，每个公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在面前，以一种什么样的态度去对待它，你就会得到一种什么样的结果。

2、关于目标

一是要将个人目标与公司目标统一起来。每个人都会有压力、有需求，但怎样使之与公司的长期和短期发展目标有机统一，使得在实现公司发展目标的同时，实现自己的个人目标。这就需要将自己的个人职业生涯规划融入到公司的发展当中，公司会不断的发展，要上新产品、要建自己的工厂、要上市……，只有上下统一起来，步调一致，才能往前走。这就需要加强相互沟通，达到构建一支优秀的团队和网络的目标。

二是实现目标要有一种正确的观念、方法，并将目标切实分解落实。只有可分解的、能实现的目标，才是可行的目标。今年初市场营销部通过将销售指标分解到每个人，每个加盟店，围绕目标紧密跟踪，穷追不舍，从而保证了全年销售任务的完成。另外，保持一种好的心态将会帮助员工渡过很多困难。

3、关于学习

相互学习，是市场营销部一年来始终灌输的一项行为习惯。有一位经济学家讲过这样一句话“不学习是一种罪恶，学习是有经济性的，用经济的方法去学习，用学习来创造经济。”我们应该从理论上、实践中和相互的交流中学习，不仅要注意学习的方法，更要有正确的学习态度。大家或多或少都有一种批判的吸收心态，也就是说在接受别人的观点或意见之前，带着一种质疑的态度，这是我们应该改正的。我

们要以吸收的批判的态度来对待他人的观点和意见，即先以一种宽容、包容的心态听取别人的观点，然后经过自己的深思熟虑，对其观点加以批判性的接收。

就像我们组织开会和培训，公司花费金钱，同时让大家在繁忙的工作中挤出时间聚到一起交流和总结，如果不以一种学习的心态、以一种空杯的心态来对待，肯定学不进去。每个人都有优点，都值得大家相互学习，如果你无法改变自己的心态，也就不会进步。

我也经常对大家说，只有不断地学习、思考、总结，我们才能不断地提高和把事做好。

这个过程就像下围棋一样，起初从零开始，水平都差不多，慢慢知道了布局，有了进展之后，对水平低的就不屑一顾，自以为是，进入一个平台期；然后慢慢也就有了对更高水平的向往，如果继续学习和总结，就逐渐有了大局观，也知道了何以舍小保大，就这样在不断的学习当中进步，其实，工作中也是一样，你需要不断地学习、充实，销售部要尽力塑造一种学习的氛围，来培养一支优秀的团队。

4、关于团队

要把那些江湖作风、老爷作风带到队伍中来，要让自己的队伍有安全感，能获得收益，能够不断成长；要努力培养下属，将自己的知识和技能毫无保留的传给他们，要抱着一种水涨船高而不是水落石出的心态来对待它；要切实加强团队意识，加强培训，建设一支真正优秀的属于公司的团队。

随着公司的发展，会有更多的岗位和机会摆在每个人的面前，在团队建设的过程中，面临着一个信任与控制的问题，我们要运用各种表格加强过程管理。

5、关于管理

在公司里，我们每个人都处在一种角色的转换中，在下级面前是管理者，在上级面前是被管理者。而从另外一个角度，大家都是社会人、企业人，管理具有科学性和艺术性，要真正达到有效管理，在队伍出现问题的时候，沟通是一种非常重要且有效的途径。所以有的管理学家甚至说，管理就是沟通。其重要性不容置疑。

没有规矩不成方圆。管理是一种投入，我们要向管理要效益，不断完善各种管理制度和方法，并真正贯彻到行动中去。

二、总结教训，推广经验

1、财务意识有待加强

需要强调的是，一定要严格按比例控制整个营运成本，同时，市场开发及销售费用属于个人借支，涉及到摊销问题，需要绷住弦，树立财务控制的态度。

首先要学会算帐，加强财务分析。各区域经理通过算帐、分析，对不同费用间的相互关系加强分析，做到有效的财务管理。既要算好市场的帐，要考虑怎样去进行摊销，又要算好投资的帐，把工作看成是自己的事，从自己的角度出发，什么事情该做，什么事情不该做。

所有的结果最终都落在财务指标上，要抛打紧用，先紧后松，加强费用分析与市场策略的结合。特别是区域经理，要尽量以各种简明扼要的形式如柱状图、饼状图、曲线图等加强分析，帮助本区域做好财务控制。

2、严格规范、有效管理

我们公司管理的大前提是预算制管理，对于年度计划，要将目标计划分解到每个季度、每个月、每一天、每个主管、每个加盟店、每区域、每个部门，每个经理。并认真思考要通

过哪些通路、方法来达到目标。目标分解了就成了任务，任务是必须要完成的。

要加强目标管理和时间管理，同时经理们要严格要求对自己的管理，要以身作则，才能带好团队。比如，如果经理自己懒惰，有怎能要求员工勤奋工作？管理是要付出成本的，是成本就一定要出效益。下一步我们需要考虑上erp系统，来简化管理的程序和提高管理的效率和质量。

3、人力臃肿，资源浪费

首先有一个用人标准的事情，我们一直倡导合适的就是的，不一定秀的就是的，在选人用人上，还要注重员工的忠诚度和专业性。

其次在形式表现上，员工的工作能力如沟通能力，工作效率和工作饱和度也是需要着重考虑的方面。最后要通过培训，采取不同策略，把销售主管个人资源与公司资源进行有效组合，达到整合资源，发挥团队优势的目的。

在对公司员工的培训上，主要从三个方面来进行，一是培养大家一个良好的工作习惯，通过经理的榜样作用，加强管理；二是通过召开会议如周会、系统的培训会议来全面对员工进行知识和技能的培训；三是通过市场运营过程中的传帮带，带好团队，优胜劣汰。我们现在是“优不胜，劣不汰”。只有让所有员工的长期目标和短期目标与公司的目标统一起来，涉及到现实的收益、成长的空间、实际能力的提高等诸多方面，只有在过程中不断地兑现和满足大家，才能团结稳定队伍并不断地吸引更多的人才加盟我们的事业。

4、市场策略需融入准确科学的市场调查

各区域经理对市场都有不同的感觉，经验固然重要，但它并不是成功的必然。只有将感性和理性结合起来，理论与实践

相统一，在市场直觉的基础上，加上科学的分析和研究，这样得到的成功才是一种必然。不妨看一则关于肯德基的故事：在准备进入中国市场的时候，肯德基针对北京王府井的情况先后派了两位职员进行开店前的调研，第一位职员在到达王府井后，看见熙熙攘攘的人流，凭直觉马上判断值得在王府井开店，于是回去后告诉公司说可以在王府井开店；另一位职员到达王府井后，在主要的路口开始计时统计通过的人流情况，按层次、按年龄加以分类，同时还对北京周围的鸡的来源以及养鸡的饲料等环境进行综合调查，最终通过数据分析，得出可以在王府井开店的结论。事实证明最终开店的结果是成功的，但两位职员得出结论的方法和过程并不一样，其差别我们可以很容易看到，所以第一位职员回去之后就被降职了。如果我们在市场操作的过程当中，能够把丰富的市场经验和准确科学的市场调查结合起来，则成功将会属于我们。

要学会分析市场，分清主要矛盾与次要矛盾，主要矛盾的主要方面与次要方面，抓住重点，才能有效地开展工作。比如山西市场，由于渠道很熟，开发一般的专卖网点可能相对比较容易，单已不符合大店潮流，但开大店相对比较困难，所以，下一步山西市场的重点就要适当向开大店倾斜，包括赠送营业道具等；而山东市场相对来说，市场开发力量较弱，所以在人员聘用的时候，必须考虑到开发能力和维护能力都很强的人。不同的市场，不同的环境，需要采取不同的策略。

在市场推广方面一定要抓住一个中心，结合主要与次要矛盾，有效避免东一榔头，西一棒槌的事情发生。

铺货销售是目前服装市场上，尤其是东北市场普遍应用的主要手段，但绝对不是的手段。从服装行业发展的趋势来看，只有能为加盟商全方位提供店铺解决方案，专业化、系统化才是未来的方向。我们只有综合运用这些手段，抢占先机，才能走在别人的前面。所以，现阶段首先必须从意识上上升到一种高度，体现出我们裤业连锁专卖的专业化、规范化的形象，有效整合各种资源和方法，有系统、有计划地去做市

场推广，通过正确的市场策略的运用，来达到我们建设队伍、营建网络的目的。

三、明确目标，分解任务

各区域在进行目标分解的过程中，既不要保守，也不要画饼充饥，要本着实事求是、务实的态度，用经验值和科学相结合的方法，确定每个区域合理的、可实现的目标。

在目标确定之后，分解到人，到加盟店，到每季度、每月、每天。在这里，我要强调贯彻“事事落实，事事督导”这八个字，事事落实就是要既事事落实到人，也要事事落实到时间；事事督导就是要实行财务督导、层层督导和相互督导。通过加强过程的管理和监控，来确保目标的达成。

第二部分20xx年工作计划与展望

一、市场开发方面

- 1、确定重点工作方向：巩固根据地(河北)，丰满两翼(山东、山西)，解决后患(河南)。上述四省新建店35家。
- 2、暂停江苏、安徽的市场开发工作。
- 3、研究确定适合东北市场的经营模式，向沈阳办事处派驻长住代表(周期轮换)，辽宁新建店20家。
- 4、成立专门作战团队，集中有效兵力进军陕西市场，开辟新店15家。

二、营销管理方面

- 1、在员工沟通能力与语言运用上下猛药。不间断培训电话沟通技巧、商务语言运用与客户心理分析。

- 2、将各种业务指标落实到每人、每店、每天□20xx年销售额突破5000万大关。
- 3、将各项工作目标视觉化，建立健全每日工作跟进制度。
- 4、业务人员进行月度考核，实行末尾淘汰制。
- 5、在营销主管中逐渐融入男性员工。
- 6、完善各种营销工具的规范建设与资源共享。
- 7、加盟店与公司数据联网率达到90%。
- 8、市场部与营销部配合，实现移动办公。

区域总结工作汇报篇五

2019年度全域旅游工作总结-其他工作总结

一是加强组织保障。成立全域旅游示范区创建工作领导小组，由局长任组长，各分管领导任副组长，科室及局属单位负责人任成员。

二是大力支持推动残疾人发展旅游产业。今年以来，县xxx大力推进残疾人创业就业工作，通过微信公众号、信息报导、电视媒体等途径加大对残疾人旅游产业创业发展宣传力度，在资金、政策上对其进行扶持，对几个较成功的残疾人旅游创业项目给与2万元的创业补助，全力打造旅游品牌。

等10余类小吃的制作，使残疾人能够掌握一门技术，增强他们脱贫致富的能力。

区域总结工作汇报篇六

2019年度全域旅游工作总结-其他工作总结

范文

一是加强组织保障。成立全域旅游示范区创建工作领导小组，由局长任组长，各分管领导任副组长，科室及局属单位负责人任成员。

二是大力支持推动残疾人发展旅游产业。今年以来，县xxx大力推进残疾人创业就业工作，通过微信公众号、信息报导、电视媒体等途径加大对残疾人旅游产业创业发展宣传力度，在资金、政策上对其进行扶持，对几个较成功的残疾人旅游创业项目给与2万元的创业补助，全力打造旅游品牌。

等10余类小吃的制作，使残疾人能够掌握一门技术，增强他们脱贫致富的能力。