

2023年培训机构校长岗位职责 校长竞聘 演讲稿(通用7篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

配送工作总结篇一

2、收集小票信息

2. 建档

利用统一的专业的管理软件分类建立客户档案；

3. 数据统计分析

分析，比较客户消费信息，及时反馈到相关部门，并附加初级建设性意见；

4. 客情维系

寻找、创造机会采取多种形式与不同类型的客户加强沟通，比如：顾客满意度调查、节日期间的互动，基本的色彩搭配建议，高级的私人形像顾问等等。及时掌握客户需求尽最大努力满足客户需求，为客户提供高附加值的服务，提高顾客满意度，发展提升与客户的关系。

5. 客诉处理

根据客户反馈投诉的信息，及时做出反映。以客户为中心，

改善处理流程、操作程序。

由于对服装业的客服工作是首次参与，在进入公司短短的5天时间中所做的工作并不是很多，但也发现了自己的很多不足，我会努力，争取把客服工作做得更好。

在工作中，我也遇到了一些问题和困难：

2. 人事方面也不是很清楚，这样会耽搁到部份同事的宝贵时间。

配送工作总结篇二

岗位名称： 行政部负责人(1人)

直接上级： 总裁

管理权限： 受总裁的委托，行使对公司行政后勤、总务工作的协调、监督、管理的权力，并承担执行公司各项规程、工作指令的义务。

主要职责：

3、代表公司负责来宾的接待事宜，做好公司的接待安排；

4、负责对公司人事工作的管理、监督、协调、培训、考核；

5、负责对公司财务工作的监管，办公，接待业务费用的审核；

6、负责公司发展规划、行政预算的编制；

9、统计员工考勤和处理各种请假，合理分配各部门公车的使用；

10、做好公司租金、水、电，员工宿舍的管理工作；

11、负责公司各项活动、节目的筹划、组织、安排。

配送工作总结篇三

至于这条线要怎么定？我的经验是定到“到”的地方。这样才能够最大程度的同时保障最大的签约率、运营期间和谐率以及最低的退款率。

一、确定上限

如果我们做的是个垂直品类，那么这个区域再多的9999+跟我们也毛关系都没有，因为我们很难从其他品类里面抢到流量，只能和自己同品类的商家手里抢流量。

从图中我们可以看出，我们是不大可能做到比茶百道这种品牌成熟，且在外卖投入资源巨大的商家要高的。心里有数就好，不要随便跟客户喊出上万单、上5000单之类给自己挖坑的口号。

二、定位对手

定位对手就考验你对客户店铺的评估能力了。一般来说，如果客户的产品竞争力比较差、产品定位不准，我们就可以定一个中等水平的竞对店铺作为对手。

如果客户的产品非常出色、复购率高，整体品牌形象设计成熟，那么我们就可以大胆对标头部品牌。

比如这个学员的甜品店，在其他热门区域已然做出了9999+的旗舰店了，那么在这个非热门区域就可以对标茶百道，来制定后续的一系列计划。

三、计算坑产

配送工作总结篇四

经营人：_____

地址：_____

联系方式：_____

乙方(承包方)：_____

身份证号：_____

地址：_____

联系方式：_____

甲乙双方在自愿平等的基础上，经充分协商，同意就甲方将其餐饮店内外卖订单交由乙方配送的事项，订立本合同，并共同遵守。

一、承包时间

本承包合同自_____年_____月_____日起至_____年_____月_____日止。

二、甲方责任和义务

1. 甲方自愿将其餐饮店内的外卖订单交由乙方配送，甲方按照乙方的配送数量按期及时结算配送费用。

2. 配送费用按照乙方配送的订单数量结算，具体为：_____元/单，甲方应以_____日为一个配送费用结算周期。

3. 合同期满后，甲方有权终止承包。乙方同等条件下，有优先续包权。

4. 乙方如需继续承包，应提前_____个月向甲方提出书面意向，经甲方同意后，双方另行协商各项事宜，重新签订承包合同。

三、乙方责任和义务

1. 乙方自主从事配送任务，承担配送过程中存在的一切风险、义务。如：_____乙方在配送过程中应当遵守交通规则，若乙方在配送过程中遭受交通事故或者其他意外伤害的，甲方不承担任何赔偿责任。

2. 乙方应甲方要求接到订单应当及时配送，因配送不及时或者配送过程中包装洒漏、损坏导致用户给予差评的，乙方应当承担甲方损失。

3. 合同期内，乙方不得将所承包配送任务部分或全部转租给他人，否则甲方有权终止承包，一切后果由乙方承担。

四、注意事项

1. 双方均认可，签订本协议内容是自己的真实意思表示，并已向律师咨询了解过中国法律有关规定，也明确签订本协议的法律后果；双方也认可，在签订本协议时身体健康，神智清楚，具备完全民事行为能力。

2. 签订本协议后，若有未尽事宜，双方可另行协商，签订补充协议。

3. 合同在履行过程中，如有一方认为需要修改，需向另外一方提出修改建议和理由，双方协商同意后方可修改，并形成本合同的附件。如未达成新的修改意见，则原合同继续有效。

4. 若本协议部分条款被认定为无效，不影响其他部分的效力。
5. 本合同一式二份，合同各方各执一份。各份合同文本具有同等法律效力，本合同经各方签署后生效。

甲方(签字)： _____

乙方(签字)： _____

配送工作总结篇五

骑手们从哪里来？又往哪里去？

广西籍外出骑手几乎全部在广东；的安徽籍外出骑手都在长三角；近8成的河北籍外出骑手流向了京津地区；超过一半的江苏籍外出骑手去了上海市。

“到时候记得照顾我生意啊，我卖的东西，质量你们放心，毕竟你们能找我真人pk”电话那头的声音带着点笑意，我几乎能想象出他眯着眼睛的样子。

在美团研究院的调研中，近40%的离职骑手认为目前工作与骑手工作有联系。他们认为，骑手从业经历增加了对服务业的了解、磨练了性格以及积累了职业技能。

但光明之下，也有阴影。

的骑手希望聚焦职业本身，学习更多外卖配送技能；的骑手仍怀有一颗创业的心，希望工作之余可以学习“创业、开店技能”；的骑手希望“能有机构认定骑手专业度”；的骑手期望能进一步“明确成为站长的方式和要求”。

企业应该如何满足这种需求？

近日，美团外卖公布“同舟计划”新进展，持续关注骑手职业发展、体验优化和相关生态建设。为了拓宽骑手职业发展空间，美团外卖持续建立健全骑手晋升和转岗机制，进一步开放配送站站长、合作商管理岗、客服、培训师等岗位。

配送工作总结篇六

- 1、通过点对面，一对多。
- 2、挖掘高端潜在客户，加强与顾客之间的互动性，微信账号收到的消息后实时互动，更加人性化。
- 3、做好微信推送内容，让顾客真诚的感受到内容的实用，受惠。
- 4、提高品牌的知名度，增加品牌的营销力。

订阅号：每天都可以群发一条群发信息。群发的信息直接出现在订阅号文件夹中。订阅号群发信息时候，手机微信用户将不会收到像短信那样的消息提醒。

服务号：服务号，顾名思义，主要是给客户提供服务的。一般银行和企业做客户服务用的比较多。服务号一个月只能群发一条信息。服务号群发信息的时候，用户手机会像收到短信一样接收到信息，显示在用户的聊天列表当中。

主要区别：

- 1、服务号可以申请自定义菜单，而订阅号不能。
- 2、服务号每月只能群发一条信息，订阅号可以每天群发一条消息。
- 3、服务好群发的消息有消息提醒，订阅号群发的消息没有，

并直接放入订阅号文件夹当中。

这个问题其实可以直观的理解为——公众号需不需要每天进行微信群发？

1、订阅号的优缺点：大家必须接受的一点事实，就是微信对订阅号消息的折叠的优点是降低了用户的打扰，缺点是降低了订阅号群发消息被阅读的可能。不过，不需要发那么多信息或发出去的消息粉丝根本就没有阅读，又有什么意义？

（注：这里所指账号一般为企业类公众账号）

2、服务号的用途：相对而言，一般餐饮行业、快销行业、数码电子企业、酒店、汽车等等行业的微信账号需要群发的消息无非为促销优惠活动、新品上市等信息，一月一次的频率通常已经可以满足需求了，真的需要每天群发一条的频率吗？你必须在信息发送频率与用户体验之间做出*衡。

1、传统营销模式，往往由于客户资料更新慢，损失了大把的优质客户资源。微信营销进行企业宣传，真正做到不漏掉任何一个潜在客户。

2、针对性强，以往的短信、电话轰炸往往目标分散或者不能概括所有潜在客户群。微信营销，定位搜索针对不同潜在客户群运用不同的营销宣传模式，多管齐下，让企业宣传不再又冷又硬，达到更好地宣传效果。

3、更直观，更全面，微信营销系统不仅可以发送文字、图片更能即时传送音频视频，多角度的对企业进行宣传推广，实现精准消息推送。

1、一对一的消息推送

2、内容与互动

专注于内容建设通过与微信粉丝内容互动，加深粉丝对该店微信账号的记忆度，增加粉丝对我们的好感度，从而激发粉丝持续关注微信账号。

3、做一个不被粉丝遗忘的服务号

第一步要思考的是：服务号怎样才不被粉丝遗忘？对于安卓用户，要感谢微信给予将公众号添加到桌面的功能，给了公众号“育才家园”，用户每天都可以再桌面看到你的图标自然不易被遗忘。对于苹果用户，可以通过比“亲子幼教营”还好玩的小东东让粉丝记得你。这里，第三方*台提供了一个不错的解决办法，例如微库*台上的小游戏。这些小游戏不仅提供一种娱乐，且游戏*台给予了每一个使用微库的账号一套独立的积分系统，每一局游戏都将获得相应的积分并能累积，累积的积分可以用于在其积分商城兑换礼品，这才是吸引粉丝的关键所在。

同时，此类游戏中的一些规则、元素或道具可以调整，企业可以替换成自己的商品或商标。例如，微库的游戏*台已经开放了一款对对碰的游戏：游戏可以设置粉丝每天进来玩多少次、游戏的得分机制以及游戏得分与积分的兑换比例等。最重要的一个特点是游戏中的六种水果元素也可以自定义，比如上传自己的六款产品图片作为游戏元素，相信这样玩起来变得更有自己的品牌特色，增加粉丝对自身的记忆度。

4、做一个一目了然的服务号

第二步要做的是：时刻向粉丝展示自己的“最特色”才是正事，而且一定要在最显眼的位置。这时候微信为服务号开放的自定义菜单给了我们最好的选择。粉丝每次进入服务号都能在最显眼的位置看到每个服务号的特色功能导航，我们再也不用担心粉丝不知道如何获取相应服务[soeasy]

自定义菜单的优势不仅在于可以在最显眼的地方最直接的展

示特色功能，而且还可以让粉丝无论过多久才回到服务号来仍然知道要如何与服务号进行有效互动。如果没有自定义菜单，运营的公众账号不注重互动的逻辑引导，一旦关注了很久之后再与公众号互动时，关注时自动回复的功能引导消息早已被其他消息覆盖，粉丝也早已忘记了相应的规则，这时自定义菜单的重要性就显现出来了。

配送工作总结篇七

来到xxxx公司营运部工作已有三个多月。现将工作情况作如下简要汇报。

三个月以来，在领导和同事们的悉心关怀和指导下，使我很快了解并熟悉了自己负责的业务。

上半年我主要负责xx报刊亭沙坪坝区域饮料水的配送和管理工作。在和经营户直接接触的过程中能把经营户所想的问题和需求迅速和准确的解决和汇报，工作中点点滴滴的积累，也为我今后更好地为客户服务奠定了良好的基础。饮料水的销量在原有的基础上有一定的上升。成功说服2-032亭从新在公司的物流中心进货，解决了2-002亭老账未结清的问题。

上半年有个别的经营户不摆放饮料的陈列，不打开pos机进行销售，送货不及时，货品不全，库存不足等问题。所以在今后的工作中耐心跟经营户沟通和讲解，在提高饮料水销量的同时，也把陈列和开启pos机销售的任务完成好。和物流中心也要多沟通，在有新品种货源和缺货情况下，马上通过电话和qq群通知营运部同事，从而减少工作中的失误，降低对公司和经营户的损失。

在下半年的工作中加强对报亭和自身的管理，在服务态度上要有所加强，遇事要有换位思考的能力，使经营户对公司有充分的认识和接受度，更好的搞好销售。

今后需要各部门多多沟通和支持，达到及时要货及时到货的原则，各部门要耐心的给经营户解决可以解决的问题，希望公司达到人性化管理，夏季对经营户和公司员工发点预防中暑之类的药品。

一、立足本职强抓管理，出色完成配送任务

年，配送中心共有车辆3辆、人员8名，其中5名职工，3名司机。我们的超市共有18家店，其中市区10家，外县市8家。配送中心的主要工作任务就是负责外县市8家超市各类商品配送和市区18家店团购业务。与配送工作任务相比，人员和车辆相对较少，配送中心工作任务相对较重，员工工作压力也比较大。为了较好地地完成全年配送任务，在人员、车辆等资源有限的情况下，配送中心狠抓管理，向管理要质量，向管理要效益，不断整合各类资源，做到了人力资源和物力资源在完成配送任务工作中的最优化使用。

配送工作总结篇八

实习时间:xx年*月23日---*月1日

一：实习目的：

为了以后能更好的适应工作和学习，学校组织到**流配送中心进行为期30天的实习。主要是熟悉物流的作业流程，掌握物流的工作流程，以便对我国的物流业能有更深的了解。

二：实习要求：

了解物流特点，物流工作流程，工作设备，并针对这些实践依靠自己所学的理论提出自己的观点和看法。

三：实习感想：

随着世界经济一体化步伐的加快, 国际经济贸易发展日益活跃, 我国的物流行业得到迅速发展. 虽然这次实习时间很短, 却给我上了人生历程中不可或缺的一课. 对于物流, 我只是知道它是集: 运输、储存、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施的有机结合。但没有想到它的实际操作却没有这么的简单。通过十一点作为国人的物流人士有着切肤的体会。

四：实习结论及建议：

建议:加强各部门之间沟通和联系力度, 合理分配各部门之间的物流作业, 有效利用物流配送中心的作业区域, 利用空间、设备、人员和能源;最大限度地减少物料搬运;简化作业流程;缩短生产周期;力求投资最低;为职工提供方便、舒适、安全和卫生的工作环境。

五：实习总结：

通过这次实习, 我学会了许多书本上学不到的知识, 能够把书本上的理论运用到实际上, 实践是检验真理的唯一方法, 只有到实际中去, 才能真正认识理论其中的意义。非常感谢海星物流配送中心能给我这个难得的机会, 让我受益匪浅。也非常感谢学校给了我这个机会, 为我的工作积累了经验, 奠定了基础。

配送工作总结篇九

地址：_____

乙方：_____

地址：_____

第一条：_____约定事宜

乙方为甲方提供约定餐品，甲方为乙方提供送餐服务。

第二条：_____甲方义务

- 1) 甲方为乙方提供网络宣传平台，传统媒体宣传。
- 2) 甲方在消费群体中为乙方做推荐介绍，提升乙方的知名度。

第三条：_____乙方义务

- 1) 乙方为甲方开辟绿色通道

乙方在接到甲方的订单后，应优先处理甲方订单，保证甲方能将餐品及时送达用户。

- 2) 乙方为甲方提供优惠，具体优惠。

第四条：_____问题处理

甲方电话通知乙方下单后，如乙方因餐品售罄等原因，不能提供的，应立即电话通知甲方。

第五条：_____结算与付款

- 1) 双方按照约定的定餐标准结算。
- 2) 甲方送餐人员在和乙方核对餐品无误后，现场以现金方式结算。

第六条：_____违约责任

- 1) 如乙方提供的餐品不符合约定的质量、数量，甲方有权要求减少或拒绝支付相关款项。
- 2) 如乙方提供的餐品出现食品安全事故，由乙方承担责任，

甲方有权解除本协议。

3) 甲方应及时、安全地将乙方提供的餐品送达用户，并保证送餐过程中餐品的安全。

第七条：_____附则

1) 本协议自双方签字之日起生效，每期有效期30天。30天(含当天)到期后，乙方选择和甲方是否继续签订本协议，若继续签订该合同甲乙双方必须遵守该合同中双方规定的条款。若不签订，该合同失效，起效日期从甲乙双方签订该合同日算起(含当日)。

2) 未尽事宜，由双方另行商定解决，并签定补充协议。

3) 本协议一式两份，双方各执一份。

5) 乙方保证提供的所有信息(折扣、菜品信息与价格、电话等)与实际一致，并按外卖单公示的优惠信息予以执行。

6) 如外卖单有变动乙方可要求甲方更改，更改内容在下一期外卖单中公示，本(当)期不予更改，乙方在本期必须按外卖单所示内容执行，如若违反，乙方承担全部责任。

7) 甲方提供的宣传材料如存在侵权行为，由甲方承担全部责任。

日期：_____

日期：_____

乙方：_____