

# 最新幼儿园中班音乐苹果丰收教案反思

## 五年级苹果丰收教学反思(模板5篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看看吧。

### 大卖场工作总结篇一

20世纪90年代连锁经营模式（具体形式即我们平常所说的大卖场）如春笋般的崛起，正在逐步改变着市场运营规律，众多商业、企业为了实现扩张，采取了资本积聚、合并、并购、加盟等不同形式在实现着作大作强的梦想。众观现阶段的销售模式——大型百货商场、区域性的连锁体系型综合或专业卖场、各品牌的专卖店、零散的销售集中型市场、最后到最原始的单店均在以不同方式吸引着各自的消费群体，其中连锁经营体系的迅速崛起，是无可争议的现实。前一段期传的沸沸扬扬的国内知名空调厂家vs国内知名大卖场到底谁是胜者，其实正真引起大家关注的是各自背后代表着厂家和连锁体系的较量，胜出的究竟是那一方？不管是那种势力胜出，作为企业本身日后将怎么应对、如何突破是关注的焦点？目前各厂家都在研究怎么和这些实现销售的“巨鳄平台”打好交道，作为一名销售人员，我是这样认为的。

#### 一、“知己知彼、方能百战不殆”

再和这些大卖场合作之前，首先要了解当地大卖场的详细信息。如资金势力、人员状况、经营范围、经营模式等。在了解了对方的详细信息后，仔细分析其优劣势、结合企业本身该如何应对，如何再和合作方谈判时占据上风，必须有一系

列详细的应对措施。如果是新开的大卖场就更因该提早接触，因为提早接触，有以下几条优点：1、新的卖场会受到原有的经营体系的遏制，我们提早接触会博得对方对我们的好感，取得合作优先权。而且往往能够轻意想不到的结果，比如免费的广告位、开业庆典对我们品牌的支持等。2、为日后合作打好基础、引导对方以我们品牌为主推产品。3、争取到位置较好的专区专柜位置等。

## 二、坚持原则、不卑不亢

再和大卖场合作的过程中，大卖场肯定会利用厂家都是“冤家”的事实，制造出适合自己发展的环境。哄抬促销活动场地费、赞助费、进场费等。在合作之前利用品牌自身的知名度及影响力、和供货模式来牵制大卖场。立下规矩，签订品牌《区域代理协议》和适合我们权益的协议。也就是说在合作之前就应该占上风。如果在合作过程中，大卖场出现了违规现象，坚决要根据违规情节予以打击，并且在区域范围内进行通报。做到杀一儆百。否则大卖场会变本加厉的损害我们品牌的利益。在处罚了大卖场后，应立即与其接触，适当给予支持，以维持良好的合作关系。

## 三、加强沟通，创造环境

在和大卖场的合作过程中，首先要取得主管领导的支持，将我们品牌定为主推产品。在取得了主管领导的支持后，就要开始主攻下面的工作人员。具体的人员有进货主管、财务人员、店面经理、营业员等。取得这些人员的支持，也就意味着我们的产品才能得到主推。这也就是我们前面提到的必须了解大卖场的人员状况，了解人员状况的作用，只有了解了各岗位人员的职能，我们才能对症下药。

1. 主管领导作用：确定厂家产品的命运，是作为主推产品还是附带产品。这就需要我们的主管领导亲自和其沟通，并且在适合的时间多沟通，争取大卖场对我们品牌的额外支持。

适合的时间指其它厂家没有接触前、我们的产品畅销时和有销售下滑迹象前、以及定期的拜访等。

3. 店面经理:负责大卖场日常工作的管理者。和店面经理建立良好的业务关系可以为公司省去好多日常费用。比如在显眼处免费悬挂、张贴我们品牌的宣传物料;一起参与促销活动的方案制定,迫使大卖场作促销活动时以我们经营的品牌为主;由其安排营业员开展销售自有经营品牌竞赛活动、为我们品牌挖掘好的销售人才、创建良好的销售环节等。

4. 营业员:营业员是厂家促销员的帮手,争取营业员对我们品牌的主推是关键。不定期的安排营业员到公司进行经营品牌企业文化和产品知识培训,对营业员进行,贯穿主推我们品牌的意识。

小结;在取得了各环节的支持后,要充分利用让其相互牵制。因主管领导一般不直接参与经营,会听从相关人员的意见,只要各环节都不出差错,何愁销量不上升。

#### 四、内练基本功

在取得了良好的外部环境后,销售的成败就要看我们的销售人员如何把握。将最好的促销员放在出机最好的大卖场。首先明确大卖场的促销员不同于零散市场和单店的促销员。他(她)们的表现更能直接反映厂家的形象。确定促销员的职责,不断学习,总结经验将销售工作做到最好。

大卖场促销员的角色:营业员、联络员、信息反馈员、售后缓冲平台。

营业员角色:练好基本功,熟练掌握我们品牌和竞品的各项功能,做好顾客的向导;

联络员角色:连接厂家和卖场的枢纽,做好信息传递工作;

信息反馈员角色：卖场的销售动向、竞品的促销信息、我们品牌的销售情况反馈等；

售后缓冲平台角色：大卖场一般比较注重售后服务，促销员作为部分顾客寻找售后的第一站。如果将部分没有质量问题的顾客直接推倒客服中心，势必会影响顾客的时间、心情，有时还会造成不必要的损失。所以促销员更应该在当场就把能够解决指操作有误的顾客的售后问题解决掉。

确定销售目标，主要是给自己树立斗志和企业核算投入产出比的依据。没有达到目标时要仔细分析原因，是因为自身有问题、还是卖场的主推方向有所改变、竞品的促销活动的影 响等一一排查，力争自有品牌销量占其卖场整体销量的15%——20%以上。

## 五、大卖场的激励分为全年激励和阶段激励

全年激励主要激励大卖场对销售我们品牌的积极性。总部规定的月度、季度、和年度激励从一定意义上促进了大卖场的积极性。但我觉得更因该，在不同时间对大卖场进行销售奖励。主要针对的机型有促销活动时期的重点促销机型、部分滞销机型等需要上量和清零的机型。比如某段销售淡季，市场较为疲软，这时公司可以通过销售奖励对大卖场进行激励，以实现公司需要达到的预期目标。这时的销售奖励只有我们品牌一家，大卖场的重视程度肯定和平时不一样。在大卖场享受激励的同时，最主要的是将大卖场给予我们品牌的优惠政策落实到位。利用销量赢取更多的优惠政策。

## 大卖场工作总结篇二

自从我xx年加入xx公司以来也有一年的时间了。在这一年的工作中，我不断的挑战自我，对工作兢兢业业，严格遵守商场的规章制度，在实践中磨练了工作能力，使我的业务水平有了较大的提高。我深知工作中的进步与大家的帮助是分布

开的，而且得到了商场领导的高度认可，在xx年的x月让我担任柜长一职，这是对我工作的肯定。回首自己一年爱经历的风雨路程，我做出如下工作总结：

通过报纸，书籍，杂志的不断学习使自己爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，工作态度端正，认真负责，加强专业知识的学习，使自己不断的充电，这是销售珠宝信心的源泉。

保质保量的完成工作，工作效率高，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，是自己的工作业绩有了长足的提高。

销售是一门艺术，作为珠宝销售员，要讲求语言的技巧，让顾客买到满意的珠宝应该时刻考虑的几个方面：

- 1、认真的接待顾客做到3米问好，1米询问，微笑服务是关键，人为的制造一个轻松愉快的购物环境。
- 2、充分展示珠宝饰品，由于多数顾客对珠宝知识缺乏了解，因此对珠宝首饰的展示十分重要，顾客对珠宝首饰的了解越多购买后的满足感越强烈，常言道：“满意”是顾客的广告。
- 3、促进成交，由于珠宝首饰价值相对较高，因此，顾客在最后成交前压力重重，所以要营业员采取分心的方法减轻顾客的压力。
- 4、熟悉珠宝的佩戴，保养，使用，产地，质量。
- 5、售后服务，当顾客购买后营业员的工作并没有结束，应该详细介绍佩戴与保养知识，最后说一些祝福的话是顾客的心情愉悦。增进与顾客的感情，期待二次消费的发生。6抓住每一次销售的机会，以的精神状态等待顾客的到来，注重自己的外表，衣着要干净得体，每天坚持化妆。

总结一年来的工作，尽管有不小的进步，但还是有很多改进与不足的地方。比如，对珠宝首饰的了解还不够，还要加强学习，自己的销售技巧还应该提高，也需要学习这方面的知识，借鉴他人成功的经验很重要。有时候销售不好思想就消极，这是要不得地，消极思想是销售的敌人。对销售失败后的总结不够，每一次销售失败都有它的原因，比如对顾客推荐的珠宝是否符合顾客的需要，对顾客的态度是否生硬造成顾客的不满意。对顾客是否充分的展示了珠宝首饰？等等这些都需要想一想。

作为一个柜长，就像一个带兵打仗的班长，冲在第一线影响，感染成员很重要，作为柜长首先要起到表率，模范带头作用，一个柜台就是一个集体，充分的团结才能释放能量。互相学习，互相进步。

总之，在这一年里我工作并快乐着。

## 大卖场工作总结篇三

20xx年即将悄然离去□20xx年走进了我们的视野，回顾20xx年工作历程。整体来说有酸甜苦辣。回忆起我xx年6月24日进的公司一向到此刻，已经工作有了1年多。今年整个的工作状态步入进了正轨，并且对于我所从事的这个行业有了更加全面的了解，成功合作的客户也是日积月累，同时每次成功合作一个客户都是对我工作上的认可，并且体现了我在职位上的工作价值。但是整体来说我自我还是有很多需要改善。以下是我今年总结工作不足之处：

每一天接触不一样客户而我跟他们沟通的时候说话不够简洁，说话比较繁琐。语言组织表达潜力是需要加强改善。

看着自我成功客户量慢慢多起来，虽然大的客户少之又少，但是自我还是在尽心尽力的维护每一位意向比较好的客户，并且到达从意向客户到真正客户为目的。客户虽然已经签下

来了，之前感觉万事大吉了，其实这种想法是十分的不成熟，之后经过几个月的工作，再加上戴总和胡经理都有跟我们开会中重点讲到老客户的维护好与坏的问题。确实感觉到一个新客户开拓比较难，但是对于已经成功合作的客户其实是比较简单的，比如我有20个老客户，只要很好的维护好了的话，在以后的翻单过程当中肯定会第一时光想到通赢防伪的小周。那么这样不仅仅继续给公司创造利润，也是对自我一个工作上的认可。因此这点我得把目光放长远。

对于我们这个行业来说有旺季和淡季，对于淡季或者临近放假的时候问候客户这些就应做一个很好的报表归纳，而我这方面做的不够好。确实报表就是每一天辛苦劳作的种子，日积月累，需要自我用心的去经营，否则怎样结出胜利的果实呢。领导只有透过明了的报表才能够明白我这天的工作状况和收获如何，然后有针对性的加以指正和引导。而我自我也每一天做好完整而又详细的报表也能够每一天给自我订一个清晰而又有指导性的工作总结以及来日的工作计划，这样工作起来更加有针对性和目的性。那么也更加如鱼得水。

今年我合作成功的客户主要是透过电话销售和网络客服等渠道找到客户，而自我真正找的客户很少，这点值得自我好好的深思一下，有一些大部分原因是为了不错过任何一个主动联系我司的意向强烈客户，因此大部分的时光花在了联系电话销售客户上，而忽略了自我联系上的意向客户。而自我今年开拓的新客户量不多，这点在明年要很好的改善，并且明年订好一个计划，让自我的时光分配的合理。到达两不误的效果。

综合以上几点是我在今年的工作中不足之处表现，我会在今后的工作当中加以改善，有句话说的话：聪明的人不会在同一个地方摔倒两次。当然谁都愿意做一个聪明的人，所以同样的错误我不会再犯，并且争取做到更好。望公司领导和同事共同监督我。一个人有错误不怕，怕的是不明白改正，而我就要做一个知错就改，并且从中把缺点变成自我的优点。

今年整整的一年变化不大，主要工作职责是电话销售，顾名思义就是透过电话达成交易的销售。而我在这一年里也主要是在公司透过网络、电话来获得跟客户的沟通，工作上听上去每一天坐在办公室里，打几个电话或者qq客服等联系到客户，这样很简单，但是实际上工作量还是有的，每一天要跟不一样的客户打交道，并且第一时光透过自身的语言来留给客户一个十分好的印象。为了让客户对我们公司的产品质量更加信赖，除了公司的报价外，更重要的是一个服务。要让客户感觉到通赢防伪公司是一个大企业有很好的服务团队，并且就好比是在享受的过程一样，把谈生意的氛围转化为一种朋友之间的友好交流沟通。并且让意向强烈的客户第一时光能够想到，想到跟通赢防伪公司合作等等这些都是与自我付出辛苦的努力是息息相关，并且作为销售人员来说第一时光要有十分敏锐的嗅觉感觉到客户的需求。对于意向强烈的客户而言除了很好的电话问候、信息问候qq问候外还需要有一份工作的热情感染到客户，让客户从自我的行为中感觉到我的真诚。那么相信客户量也会慢慢积累起来。

## 大卖场工作总结篇四

四月底商场进行经营结构大调整，五月购物中心在新商场经营的第一个月。一个月来，在公司董事会和总经理室的正确领导下，在中心全体干部员工的共同努力下，创新破难，搞活经营，夺得了社会效益和经济效益的双丰收。全年商品销售总量猛增，年销售达到xxx亿元;新商场在消费者中的认知度、信誉度迅速提高，品牌效应得到更大辐射。

公司对各门店进行经营结构的战略性调整以后，购物中心在新的经营环境下呈现了新的变化也碰到了新的问题：

一是企业规模扩大。营业面积比原来扩大了xx%□人员增加了xx%□已经成为xx最大的百货商场。

二是业态特色明显。以百货为主要业态，加大服装经营比重，品牌名牌荟萃。

三是管理难度加大。企业规模迅速扩大，经营成本相应增加，管理难度加大。

四是行业竞争加剧□xx商城的开业□xx的调整，进一步加剧了商场间的经营竞争。

面对新的经营环境和市场竞争，为完成和超额完成今年公司下达的万元的商品销售指标，购物中心各部门从调整商品结构到搞好营销促销，从加强内部核算到保证经营安全，动了不少脑筋，想了许多办法，采取了一系列行之有效的措施，收到了良好的效果。回顾2011年的工作主要抓了以下几个方面：

1、抓好营销促销,缩短市场磨合。新开商场从开业到商品适销到消费者认可有一个过程，为尽量缩短这个磨合期，购物中心在营销促销上做文章。

2、端午节节日旺季过后，购物中心及时调整思路，把工作的重点从旺季保供应转移到淡季促销售上来。坚持“有节借节，无节造节”，特别是做好“无节造节”的文章。

3、针对商场客流晚上好于白天、双休日好于工作日、节日好于平时的特点，积极争取厂方支持，整合各类营销资源，统一策划营销方案，统分结合地把握好营销活动推出的时间、形式、规模和力度，放大营销资源的促销功能。

同时，根据顾客把逛商场、购物作为一种休闲方式的特点，增加促销活动的娱乐性、参与性，努力使商业促销活动具有更多的文化含量。像黄金珠宝部的助学助残助困镶嵌珠宝、翡翠慈善义卖”活动，妇女儿部“六一”期间推出的一系列喜闻乐见的娱乐赛事，不仅吸引了大批消费者的积极参与，

而且取得了良好的社会效益和经济效益。另外，充分利用一楼中庭、五楼特卖场开展内衣秀、时装秀、健身舞等造势活动和文胸内衣、羊毛衫、箱包皮具、名牌服装、运动服饰等换季、断码商品的大特卖。

## 大卖场工作总结篇五

（10月8日至10月14日）

一、本周展位租金收取情况：爱依瑞斯和广东西琦餐桌已交清。

二、本周库房租金收取情况：卫立志已交清，安学太于10月13日退321库房。

三、本周无顾客投诉。关于上周双虎家私投诉事件，顾客没有提供有效发票，后经确认是人为原因造成损坏，本周一直没联系到顾客；西琦餐桌的投诉事件，本周已解决，让顾客很满意。

四、去联通营业厅办理集团彩铃，下周试听。

五、本周刷银联卡共计33700元。

六、有顾客咨询：一用户在紫荆花欲购买餐桌，已交定金300元，后发现在别处有相似餐桌，返回来想要退定金，后经耐心解释并分析，解决了此事让顾客不再有疑问。

七、我们帮助国庆节活动到期的商户把彩虹门和外围喷绘都已撤掉，并帮保洁组把商户做活动期间地板上粘贴的胶带清理干净。

八、协助安全员对商户导购员进行安全培训。

九、商户导报都已及时分发到各商户手中。

十、本周出货情况：欧瑞、斯曼克、双虎、创美、穗宝床垫、鑫泰王朝、新红阳、紫荆花、西琦餐桌、鑫松餐桌、纯真岁月、爱依瑞斯，还有部分商户从库房出货。

市场组

2011年10月15日