

最新快消品转正申请书 快消品销售人员 转正工作总结(模板5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

快消品转正申请书篇一

快速消费品，是指那些使用寿命较短，消费速度较快的消费品。今天本站小编给大家带来了快消品销售人员转正工作总结，供大家阅读和参考，希望对大家有所帮助，谢谢大家对小编的支持。

工作总结时间过得很快，一个月的试用期转眼就过去了，在公司的这一个月，我过得很充实，收获良多。一个月前，我怀着一颗无比向往的心来到公司应聘。很幸运，我有机会被公司录用，并且进入西安办事处工作，工作职务是西安办事处助理，这是一份各方面都很让我满意的工作。由于对快消品行业运作的认识几乎是零，所以始初入公司，我调整好心态，积极投入到本职工作当中。在这个月当中，我首先积极了解公司的整体情况，熟悉我要工作的大环境。休息时间，积极与办事处各位同事沟通，希望能够尽快的互相认识，为以后的工作开展打好基础。同时，作为办事处助理，我积极的了解办事处的销售渠道以及市场覆盖、客户信息等情况，为办事处的销售工作提供辅助。

在这一个月中，我认真的完成了办事处需提交总部的所有资料；辅助销售经理对市场销售情况进行跟踪，做好市场销售跟踪资料以及客户的回款情况统计给西安办的两位销售经理，并对订单缺货或延迟发货等情况及时跟客户进行沟通，尽可

能的在第一时间作出调整;再一个就是客户费用的核销及时提报总部并对缺漏的资料及时跟踪补充;认真准确的对mt□tt的月会内容进行记录,并及时的整理会议资料提报经理。作为西安办助理,除了为销售经理提供销售跟踪等资料,完成总部需要的资料提报外,我相信未来更多的工作我会保质保量的完成,不断学习充实,总结经验,提高工作能力,协助好西安办事处的市场开拓做好各项工作,可以在西北这个大市场的开拓中出一份力。试用期中,我一直严格要求自己,认真对待每项工作,做好各项工作情况的反馈,及时解决各种问题,协调安排好工作进程。在此当中,遇到不明白的问题主动请教,主动学习,不断充实提高自己,希望自己能够尽快的熟悉本职工作。

经过一个月的学习,我学到了很多,受到了很大的启发。看到公司的良性发展,工作氛围的朝气蓬勃,我感到很开心,也使我更加迫切地想要成为一名正式的xxx员工,实现自己的人生价值,能够与公司一起成长。在此我提出转正申请,恳请公司领导给我继续锻炼学习的机会。我会继续以饱满的工作热情和踏实求真的工作态度做好本职工作,不断学习进步,为公司贡献一份自己的力量。

光阴似箭,岁月如梭.转眼我已经进入贵公司三个月了,通过这三个月的学习和锻炼,让我进一步了解到“一分耕耘一分收获”这句话的含义,也让我坚信百分百的成功是百分之一的天分加百分之九十九的汗水.每当我走在市场里,我都感到无比自豪,因为市场已经接受了劲霸.认可了劲霸.相信了劲霸.这就是我作为嘉豪公司一员至高无上的荣誉,嘉豪公司那种坚贞不虞,团结奋进的精神已溶入了我的思想,给了我前进的动力,使我激情奋发,斗志昂扬去迎接更多的挑战,战胜一切竞争对手,获得更多的客源!

在工作中,我以热情为起点,一勤劳为手段,用真诚的态度去站在经销商的立场为他们解除后顾之忧,让他们对嘉豪食品放心,对我放心!彻底赢得他们的信任.对于我们的竞争对手我特别

关注,如:他们的促销活动,或分销方案,了解本质,知己知彼,百战不殆,然后做出我们自己的风格,打好防御战,抵制其它产品的入侵,对于我们本公司的让利活动,我更应该宣传到位,让每一家商户都了解其详情,同时还要配合终端业务员的工作,让商户感觉我们有完美的售后服务和强大的推销力度;在市场中,我应该做到今天去宣传,明天去回访的工作态度!

还有作为一名业务员,要经常总结工作经验,学习他人的工作方法,来完善自己,充实自己,真正做到认真.用心,去做好一名业务员,一名嘉豪食品有限公司合格的业务员.

穿上这个,她们比一丝不挂还要美!

所以,我自愿申请转正为贵公司正式员工,继续为公司的发展添砖加瓦,恳请领导审查认可.转正以后我要更加努力学习,对公司服从领导安排,对同事同心协力,互相配合,努力提高自己的综合素质,尽我所能为嘉豪公司贡献自己最大的力量,做好公司优秀员工.公司以我为重,我为公司为荣!

因为所学专业与工作不对口,工作初期遇到一些困难,但这不是理由,我必须要大量学习行业的相关知识,及销售人员的相关知识,才能在时代的不断发展变化中,不被淘汰,而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化,要适应工作需要,唯一的方式就是加强学习。

二、脚踏实地，努力工作

我深知网络销售是一个工作非常繁杂、任务比较重的工作。作为电子商务员，不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重考虑，做到能独挡一面，所有这些都是电子商务不可推卸的职责。要做一名合格的网络营销员，首先要熟悉业务知识，进入角色。有一定的承受压力能力，勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题。其次是认真对待本职工作和领导交办的每一件事。认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不

敷衍。

三、存在问题

通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

总之，在工作中，我通过不断学习和不断摸索，收获非常大，我坚信工作只要用心努力去做，就一定能够做好。

快消品转正申请书篇二

今天分享和交流的内容有6点，一是销售系统；二是“望远镜”与“显微镜”；三是快消品的分销模式；四是销售团队的领导；五是销售团队培训；六是建立“根据地”和“堡垒”。前面三点主要是对一个区域市场的销售系统的思考，后面三点是销售团队领导和销售人员培训的经验分享。

销售系统

做销售时间越长，我对销售系统有更多的兴趣和思考，越来越发现销售系统对一个区域市场的销售活动、销售过程和销售结果的影响。我有工厂部门工作的经历，也有在亚太酿酒和可口可乐销售工作的经历，引发了我对销售系统的思考。

在一个工厂里，昨天、今天和明天生产出来的啤酒是一样的。在美国工厂、欧洲工厂和中国工厂生产出来的啤酒是一样的。为什么？因为工厂的要求就是要生产同样标准的产品，所以工厂有统一的标准的生产cao作流程和标准。所以在生产线上，每个岗位的cao作都是有规范和标准的。用一句话来讲，就

是“说我做的，做我所说”。所有的生产过程和caoz作都是有书面描述的。

我们来看销售，从消费者和客户的角度来看，在不同的市场，客户和消费者的购买和消费行为是否是一致的？以啤酒为例，消费者的消费需求是一样的，大多的啤酒需求是社交、娱乐、庆祝宴会、消遣和解渴等。在什么时间饮用啤酒呢？中餐、晚餐、夜间娱乐和在家看电视等时饮用啤酒。在哪里喝酒呢？现饮渠道，即现场饮用的，有饭店、排档、酒吧、夜总会等。非现饮渠道，即购买回家饮用的，有批零店、杂货店、超市、连锁店、大卖场等。在不同市场，消费者的消费行为是一致的。

从厂家和商家的角度来看，在一个市场，昨天、今天和明天销售啤酒是否是一样的？在不同的市场，在美国、欧洲和中国销售啤酒是否是一样的？应该说也是一样的。

既然在不同的市场消费者的消费行为和销售人员销售活动是一致的，销售是否学习工厂？制定一个统一的和标准的销售系统呢？这个销售系统指引不同的市场的销售人员开展当地市场的销售活动，服务好当地的客户和消费者。

一些快消品的市场领导者，如可口可乐、百事可乐和康师傅，这些企业的销售系统是比较完善的。

如何将一个市场划分为片区、划分为路线，每个岗位的销售人的工作职责和kpis是什么，每个销售代表负责多少个售点，如何拜访售点，在每个售点执行什么标准，销售代表每天销售活动的结果和报告是什么，都有清晰的描述和指引。在可口可乐和百事可乐都设有销售系统的部门。举一个例子，百事可乐有sis部门，这个部门有三大职责：一是安装销售系统与工具；二是持续销售系统与工具；三是建立销售人员能力。

“望远镜”和“显微镜”

每年我们都参加公司的年度商务会议。在会议上，中国区域总裁讲全国战略和长期战略，公司总经理讲公司战略和年度运营目标。在会议中，参加会议人员被所描述的美好蓝图和美丽的激昂词句所感染，陶醉在其中。

但是每年的商务年会只讲销售战略，没有讲销售系统。好像只有“望远镜”，可以看到远处目标和方向，但是没有“显微镜”，看看每个市场的销售是如何运作的。在一个市场上，售点数量有什么变化？销售渠道有什么新的变化？分销模式和分销网络是否有效？销售人员的数量是否足够？销售的组织架构是否有效？销售人员的能力如何？销售人员的工作职责、工作流程、工作标准是否清晰？销售目标和kpis分解到什么程度？销售管理、控制和报告系统是否清晰？这些一系列的销售系统问题没有被回顾，销售系统和销售运作没有被重视和进行优化，十年前和十年后的销售模式和销售系统一模一样，没有变化。

快消品的分销模式

哪些行业是快消品行业？饮料、酒类、包装食品、家庭洗涤用品、化妆品等等。

快消品行业的有哪些特点？举一个例子，您去逛街，口渴了，怎么办？买水，还是买饮料？为什么买饮料？您买什么品类什么品牌的饮料？假如这个店没有您要买的产品，怎么办？换为其他品牌？还是去别的店？你购买时间有多长？从做出购买决定，到选择品牌和产品，到购买交易结束，只有3-5分钟。从消费者的购买行为，我们看出快消品行业的特点：非生活必需品、冲动性、扩张性、便利性、易替代性、重复购买??。

快消品行业的特点决定了快消品的售点覆盖率很高，售点数量很多。如果有一个售点没有你的产品，你将失去销售的机会。所以快消品还有一个特点就是销售人员比较多，对每个市场精耕细作，服务好每个售点，终端制胜。

我们来看一个售点，左边的箭头是内，右边是外。我们可以理解为，卖进和卖出。但在这里，内是指企业内部，外部是指客户和消费者，内外的交接点就是售点。企业内部无论做什么，最终是提供一个产品和服务，并通过售点来实现销售。所以企业做各种努力，最终要体现在产品上和售点销售上，如果这个努力没有在终端售点上体现出来，实现更多的销售，那么这个努力作用不大。举一个例子，可口可乐有一个4a原则：买得到、买得起、乐得买和店内执行(生动化、成功图像)。

售点上体现出来，实现更多的销售，那么这个营销活动的作用不大。

所以快消品行业，要满足消费者的购买需求，就要服务好每个售点，要赢得竞争，就要精耕细作，采取深度分销的模式。将一个市场划分为片区，将片区再划分为路线，每个片区、路线由专职销售人员管理和服务，销售人员有计划地拜访售点，收取订单和做生动化等，售点的订单由公司直送，或者由公司指定的配送商负责配送。可口可乐、百事可乐、康师傅等一些市场领导者大多采取深度分销的模式。除了深度分销的模式，还有贸易模式和批发模式。贸易模式，是将产品交给一个代理商去代理和销售，没有公司销售人员服务，这种模式一般使用在一些非重点市场。批发模式，在代理商下面设立多个分销商，公司派少量销售人员服务这些分销商和部分重点客户。

快消品行业的特点决定了快消品的销售环节多，售点覆盖面广，售点多，销售人员多，要赢得竞争，就要精耕细作，服务好每个售点，这决定了快消品的销售系统比较复杂。我们在这里所探讨的销售系统是指深度分销模式的销售系统。

快消品转正申请书篇三

尊敬的公司领导：

我于二0xx年仲春十八日进进公司，根据公司的需要，目前担任文员一职，负责办公室内勤治理工作。

本人工作认真、细心且具有较强的责任心和进取心，勤勉不懈，极富工作热情；性格开朗，乐于与他人沟通，具有良好和熟练的沟通技巧，有很强的团队协作能力；责任感强，确实完成领导交付的工作，和公司同事之间能够通力合作，关系相处融洽而和睦，配合各部分负责人成功地完成各项工作；积极学习新知识、技能，注重自身发展和进步，平时利用放工时间通过培训学习，来进步自己的综合素质，目前正在电大就读专科，以期将来能学以致用，同公司共同发展、进步。

两个多月来，我在王总、公司领导和同事们的热心帮助及关爱下取得了一定的进步，综合看来，我觉得自己还有以下的缺点和不足：一、思想上个人主义较强，随意性较大，显得不虚心与散漫，没做到谦虚谨慎，尊重服从；二、有时候办事不够干练，言行举止没注重约束自己；三、工作主动性发挥的还是不够，对工作的预见性和创造性不够，离领导的要求还有一定的间隔；四、业务知识方面特别是相关法律法规把握的还不够扎实等等。

在今后的工作计划和学习计划中，我会进一步严格要求自己，虚心向其他领导、同事学习，我相信凭着自己高度的责任心和自信心，一定能够改正这些缺点，争取在各方面取得更大的进步。

根据公司规章制度，试用职员在试用期满两个月合格后，即可被录用成为公司正式员工。因此，我特向公司申请：希看能根据我的工作能力、态度及表现给出合格评价，使我定期转为正式员工，并根据公司的薪金福利情况，从20xx年5月起，转正工资调整为1800元/月。

来到这里工作，我最大的收获莫过于在敬业精神、思想境界，还是在业务素质、工作能力上都得到了很大的进步与进步，

也激励我在工作中不断前进与完善。我明白了企业的美好明天要靠大家的努力往创造，相信在全体员工的共同努力下，企业的美好明天更辉煌。在以后的工作中我将更加努力上进，希看上级领导批准转正。

此致

敬礼

申请人：

20xx年x月x日

快消品转正申请书篇四

11月公布的数据显示，11月份居民消费价格总水平同比上涨6.9%。其中，城市上涨6.6%，农村上涨7.6%；食品价格上涨18.2%，非食品价格上涨1.4%；而从八大类别看，食品类、烟酒及用品类和医疗保健及个人用品类的价格增幅居前，分别同比上涨18.2%、1.8%和3.1%。从中我们不难发现，和居民生活息息相关的快速消费品市场在这轮物价上涨中首当其冲，因此，我们十分有必要仔细研究一下当前市场状况下快速消费品企业可能面临的市场影响和相应对策。

何为快速消费品？

快速消费品(fmcg——fastmovingconsumergoods)是指那些使用寿命较短，消费速度较快的消费品。最容易让人理解的对它的界定包括：包装的食品、个人卫生用品、烟草及酒类和饮料。之所以被称为快速，是因为他们首先是日常用品，它们依靠消费者高频次和重复的使用与消耗、通过规模的市场量来获得利润和价值的实现。一种更为常见的叫法是pmcg(packagedmassconsumptiongoods)[]从这个名称中我们不难发现，包装盒大批量的消费是这类产品的主要特点。

相对于耐用消费品、地产和健康护理等行业的产品来说，FMCG是一个独特的、相对完整和富有特征的领域，它的营销、通路、广告和公关都呈现出不同的特色。可以说，快速消费品不仅是一类产品的总和，同时它也是一种营销和沟通方法的总和。

快速消费品的基本特征

快速消费品与其他类型的消费品相比的一大主要区别就在于其购买决策和购买过程的冲动性，产品的外观包装、广告促销、使用体验等都会对销售起重要作用，因此快速消费品归结起来有以下三大特点：

便利性：产品的易得程度决定了消费者的购买行为，由于快速消费品往往关系到消费者日常生活的细节，所以消费者通常习惯性地就近购买。

视觉化产品：快速消费品中同类的产品属性相差不大，因此产品的包装以及宣传成为了消费者感知产品特性的一个有效途径，消费者在购买时很容易受到卖场气氛、产品包装及促销活动的影响。

品牌忠诚度不高：由于产品本身的科技含量不高，同类产品间的区别不大，所以快速消费品消费者很容易在同类产品中转换不同的品牌。

重要性，快速消费品虽然通常科技含量不高，消费频率较快，但是同样不能忽视服务，尤其是售后服务，因为涉及到食品安全等方面，快速消费品需要对客户的投诉进行迅速反馈和有效处理。售后服务不及时很容易造成公关危机，从而直接导致品牌信任度的下降，这将大大影响到快速消费品的市场销售情况。

消费者信心指数下降+物价上涨，快速消费品行业会否受到冲

击？

根据国家统计局月3日公布的数据显示，消费者信心指数、消费者满意指数、消费者预期指数均比上月出现下滑，分别下滑了0.5%、0.5%、0.4%，这已经是连续第三个月份出现下滑。消费者信心指数出现下挫反映了消费者生活满意度的下降以及对未来经济出现变化的预期。更确切地讲，现在的消费者正处于一种两难的境地中，一方面持续的物价上涨及实际利率的负值使居民手中的钱在加快贬值，只有尽快地消费才能最大限度地利用资金，但另一方面，房价的持续上涨又限制了居民消费的热情，为了偿还购房贷款或者筹集住房首付，很多消费者不得不约束自己的行为而眼睁睁地看着货币购买力的下降。而与之相对应的是，快速消费品所包含的食品恰恰是价格涨幅最大的一类商品，那么，快速消费品行业的涨价会否因为消费者的这种两难困境而迎来销售的冬季呢？其实，出现这种情况的可能性相对较小。

首先，快速消费品所涉及的产品领域与居民的日常生活息息相关，其价格弹性相对较小，这也就意味着其价格对消费者消费量的影响是十分有限的。例如，对于一个习惯每天早餐喝一杯牛奶的人，牛奶价格的上升会可能致使其产生不满意度，但是这种不满意的产生是有限的，只要增长后的价格所对应的效用不超过牛奶本身带来的效用，大多数人还是会继续对牛奶的消费。

其次，这一轮快速消费品的价格增长范围很广，消费者即使从现有的产品中找到原有产品的替代品，同样还是要受到物价上涨的影响。还是举牛奶的例子，如果牛奶的价格上涨而豆奶的价格维持不变，那不少人可能会选择消费豆奶来替代原来的牛奶，但是现在的情况是牛奶和豆奶的价格都发生了上涨，则消费者可采取的唯一选择就是放弃这种生活习惯，而通常情况下，一种长久形成的生活习惯很少会因为价格波动的因素而发生改变。

再者，快速消费品的绝对价格上涨不多。由于这类产品与居民的日常生活息息相关，所以消费者往往能够切身感受到物价的上涨，并由此产生对生活满意度的下降和对经济前景的担忧。然而，快速消费品的相对价格涨幅虽然居前，但这类产品本身的特点决定了其绝对价格并不会很高，因此即使有一定比例的涨幅，也远不会促使消费者大量减少这部分产品的消费。

消费者信心指数下降+物价上涨，快速消费品将何去何从？

根据以上的分析我们可以得出这样的结论，消费者的信心指数的下降受到了生活相关产品，包括快速消费品中食品、洗化用品等价格上涨因素的影响，但是他们并不会对整个快速消费品行业的销售产生巨大的影响。尽管如此，在这一轮物价上涨过程中，消费者对于整个快速消费品的销售格局还是会发生一些变化的趋势。

比突出的产品将会受到更多的青睐，而相对高端高价的产品将会受到一定的影响。

趋势二，农村市场更易受到涨价的影响。年快速消费品行业的一大特点就是销售终端的“下沉”。随着国家商务部牵头进行的“万村千乡市场工程”的启动，快速消费品企业纷纷把自己的触角伸向了更为广阔的农村市场。然而城乡收入之间仍然存在着一定的差距，而根据国家统计局的数据，农村消费价格指数的增幅要超过城市。加上部分快速消费品在农村市场还属于培育阶段，农村居民对于这些产品的使用尚处于尝试阶段，而对其价格变动相对较为敏感，因此物价的上涨很可能会影响这部分消费者的消费意愿。

趋势三，新品推行的难度加大。消费者消费欲望的下降以及对将来预期的改变意味着消费者将采取略为保守的消费策略，即保证自己原有生活水平的前提下有选择地提升生活品质。因而在这段时期，消费者对新品类的关注程度将有所降低，

尝试的兴趣也将减少。快速消费品是一个产品更新和流动性非常强的行业，产品的更新换代相对其他产品也会更频繁，而销售本身也是借助营销手段来使消费者产生冲动性的购买行为。因此面对相对谨慎的消费者，那些与生活联系并不密切，着重提高生活品质的产品在推广和宣传过程中将会需要较通常更大的营销投入，而难度也相对较大。

趋势四，消费者流动将更为频繁。快速消费品行业的同质现象比较严重，与此相对应的就是消费者的品牌忠诚度不高，却由于购买的频繁性而对于产品的价格敏感度很高。随着产品价格的上升，部分消费者可能会在消费的过程中更注重产品价格的变化，而随着不同品牌产品价格调整在时间、幅度、策略上的不同，消费者相对以往可能更为频繁地游走于不同品牌之间。

综上所述，当前的市场环境和消费心态宏观上并不会对整个快速消费品市场产生巨大的冲击，然而整个市场看似波澜不惊，却暗流涌动，企业采取的价格、营销策略将很有可能引导市场份额的重新划分。在注重销售生动性和氛围营造的快速消费品领域，从来就不缺乏有创意的营销方法和手段。而2019这个特殊的年份，也将为各商家的营销注入无限的遐想空间。一场热火朝天的营销大戏即将上演，让我们拭目以待！

快消品转正申请书篇五

试用期是不断学习、不断充实的三个月，是积极探索、逐步成长的。试用期结束了，想转正就快写转正申请吧。以下是本站小编整理的3篇快消品员工转正自我鉴定书，仅供参考，希望对大家有所帮助。

，从20xx年2月参加工作至今已近半年，经过这半年的努力工作和不断学习，我获益良多。现在我总结一下近半年的得与

失，发扬好的地方改进不足的地方，回顾走过的路可以更好的看清前面的路。

品德是决定一个人价值的先决条件。没有良好的思想品德，其它的一切都是空谈。因此这半年来我坚持定期学习马列主义毛泽东思想，提高自身的思想觉悟。形成自身正确的人生观价值观。同时也积极参加学校组织的各种各样的活动，这对我很有帮助，我本身也崇拜有巨大人格魅力的人，并一直努力自己能做到。无论在什么情况下，我都没忘记“学为人师，行为世范”，并以品德至上来要求自己。平时我虚心向学校老师学习教学经验，共同工作，共同学习，共同进步。

这半年来，我很注意自身的品德行为，努力给学生树立一个良好的榜样。我们学校是九年一贯制学校，因此学生也有其特殊性，小学生与中学生在各个方面都存在着很大的差异。而我兼顾小学初中两门完全不同的功课，在处理师生关系时就要注意区别对待了。现在的中学生正处在一个特殊的学习阶段：即对社会开始有所接触，这个时候(本文由范文大全搜集整理)的学生很容易模仿成人的一些行为习惯，很多坏习惯也有很多好习惯都是在这个阶段养成的，是好是坏跟教师的言传身教有很大的关系。而这个时候老师是学生最直接最容易的学习对象，因此，我尽量的在中学生面前以高标准要求自己，不管在课堂里还是在课外我都努力塑造一个良好的形象。而面对小学生时则有所不同，课堂上我严格要求自己也严格要求学生，但在课外我努力与学生做朋友，用心与他们沟通，希望能真正了解他们的所想所爱。总得来说，我做的一切目的是一样的，就是希望能帮助学生健康成长。

而作为一名新老师，在如今信息技术日新月异，发展很快的年代，自身的学识相当重要，一天不学习，就会落后一截，所以工作以来，我仍然不断学习，丝毫不敢松懈。因此，继续学习成为我工作学习中重要的一部分。我不仅参加新教师培训，农村教师提升工程，还考取了英语本科深造的机会。尽管刚刚走上岗位，工作中的活动与任务让我颇感压力，但

只要一有空闲时间，我便争取出来小学英语相关的教学方法，学习先进的技术。在如今的时代环境里，一个人的知识犹如一粒浮尘，要想更好的立足于社会，必须不断的增加知识的深度和广度。这一年里，我努力扩展自身的知识面，自感收获很多。当然，这一些是远远不够的，学海无涯，在下一年里，还有更多的知识和经验是需要学习和借鉴的。

当了快半年的教师了，虽然教学方法还不是很成熟，但我已在教学中学到了很多。在这一年里，我担任小学英语四年级和五年级的教学工作，同时担任学校九年级的体育课任务，工作充实而不乏挑战。尽管九年级的体育中考任务非常沉重，但小学英语的教学工作仍然是我的工作中心。我经常思考小学英语的教学方法，学习教学设计，以及组织与我们农村学校相符合的教学活动。我也明白自身的学识不代表教学的好坏，教学是一项细致的工作，也是注重技巧的工作，于是我常常想把教学当成一门艺术来研究。所以我积极参与每次的教研活动，吸取前辈的教训和专家的指导，总结出自己的想法。非常让我高兴的是我的教育论文得到了县论文评比二等奖，这既是对我的肯定也是对我的一种鼓励。今后我将一直花比较多的时间在教学研究上，我相信那将使我受益良多。

经过半年的工作与学习，我自感收获颇丰但还是有很多不足的地方等待我去提高。首先我觉得我的教学设计能力还待高，其次，可能是年轻气盛吧，在处理教学中有些事情时还过于急躁，需要有更多的耐心。我相信在今后的工作和学习中，经过磨练，我会改善自己的不足，越做越好，全面而不失风格。

在公司3个月的试用期中，我较快地适应了新的工作，融入了新的团队里，也得到了同事和领导的肯定，在他们的教导和培养下，自己的思想、工作、学习等各方面都取得了一定的成绩，个人综合素质也得到了一定的提高，现将本人这三个月来的工作、学习情况作简要总结鉴定。

作为一名刚刚毕业的大学生，虽然有过专业知识的学习，但是实践的东西接触的少，对很多问题不了解。刚开始我做的是数据专业，对很多流程还不熟悉，不知道该如何做好这个专业的工作，遇到这种情况，我依靠老师的指导，以及自身认真的学习，促成自身知识结构的完善和知识体系的健全，让自己尽早、尽快的熟悉工作情况，少走弯路。一段时间之后，我被借用到南京项目组做无线，在接触到新的陌生的领域时，缺少经验，对于业务知识需要一个重新学习的过程，自己在其他同事的帮助下，能够很快克服这种状态融入到崭新的工作生活中。碰到不懂的问题就虚心的向其他同事请教，看不明白的或者不会画的图就自己查资料，翻阅以前的图纸，尽可能自己解决问题，不打扰其他同事，无论是刚刚到公司时跟着老师学习还是独立的完成工作中的各项事务，都能够认真真，兢兢业业。在日常生活中，我认真服从领导安排，遵守各项规章制度和各项要求，养成良好的工作作风。

在学习的过程中，我深知自己还存在一定的缺点和不足，主要表现在以下几个方面：

- 1、对公司流程熟悉不够，理论与实践的结合做的较差；
- 2、对公司的工作任务能认真完成，但积极性不够；
- 3、与公司里的领导和同事们思想和工作业务交流不够；
- 4、自己的整体素质和业务学习还有待进一步提高。

过去的三个月，是不断学习、不断充实的三个月，是积极探索、逐步成长的三个月。当然，初入职场，难免经验不足，在业务知识上，与自己本职工作要求还存在有一定的差距。但这些经历也让我不断成熟，在处理各种问题时考虑得更全面，专业技能也得到了加强。在此，我要特别感谢公司领导的悉心栽培以及同事对我的入职指引和帮助，感谢他们对我工作中出现的失误的提醒和指正。我也深知，毕业只是求学

的一小步，社会才是一所真正的大学。在今后的工作中，我将努力找准自己的定位，尽自己的所能为公司作出贡献，为公司创造真正的财富，同时也为自身谋求一个更大的进步。

在公司实习一年的工作和学习中，我深深体会到了实践经验与理论知识的巨大差异，所谓“从实践中来，到实践中去”。而我却从“空中楼阁”直接跳到“地面”上成为一个会计工作者，面对的挑战可想而知。尤其是面对我只得了四十分的会计初级资格考试试题，我更加明白了自己的斤两，知道自己只有付出更多的汗水与辛劳，才能做好本职工作，不辜负领导的期望。所幸的是，单位领导们尤其是我的两位经理给了我足够的宽容和耐心，加上同事们毫无保留的“授业解惑”，无论是思想上还是工作上我都得到了很大的锻炼和提高，取得了长足的发展和巨大的收获。

工作近一年，接触了不少人和事，在为自己的成长欢欣鼓舞的同时，我也明白自己尚有许多缺点需要改正。首先需要改正的就是尚显浮躁的心态，有时候做事只求速度而忽略了质量，出现了一些数据上或文字上的错误；有时在做一件事的时候忽略了其他事情与此事的关系，造成前后矛盾或者数据不符，尤其是财务这种逻辑性极强的工种，更需要时刻警醒自己。如果不是同事们及时为我指正，恐怕到现在我也不自知而无法提高自己，因此我经常是带着一种感恩的心态在工作；其次就是业务不够熟练。国家出台的各种财务方面的法律法规以及研究院的一些规章制度是非常多的，稍有不注意就会运用错误。记得有一次就是房屋折旧问题，院里规定是35年而我却想当然的填上20xx年，后来及时发现未酿成大错。从这点来说我是需要向同事们学习的，希望以后能够做到顺手拈来，不出差错。当然还有其他一些不足需要我以后加以注意并改正。

财务工作本身就是一项团队工作，作为其中的一分子，我惟有踏踏实实做事，谦虚低调做人，努力学习行业新知识，向同事们学习经验技巧，在领导和同事们的帮助下，尽力与其

一起努力保证日常财务工作的运行，保证月底结账的顺利进行，及时提供准确的数据和财务分析以供领导层决策；同时做到自己负责的各种报表按要求填报，不出差错。这是我职责之所在，价值之所在。

总而言之，作为一个入职尚不足一年的新人，我会继续以朝气蓬勃、奋发有为的精神状态，努力发挥聪明才智，为单位的发展建设添砖加瓦。