

2023年出差工作汇报总结(实用6篇)

总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

出差工作汇报总结篇一

二、出差行程：青海省西宁市出差人：张棕棕

三、出差目的：开发市场，拜访代理商，市场布局调整。

四、客户拜访基本情景：

6月10日拜访青海盛龙医药公司刘经理，并未对公司产品产生意向，认为品种较为单一，不再跟进。

6月日拜访青海瑞生医药有限公司余经理，并未对公司产品表示明确意向，称需与领导沟通，次日跟进表示不愿操作公司产品，不再跟进。

6月日拜访西宁新特医药有限公司续经理，表示对公司产品有意向，但其公司正在进行gsp认证，七月中旬认证完再研究，继续跟进。

6月日拜访青海康帆医药有限公司梁经理，简单沟通，并未对公司产品产生意向，不再跟进。

6月日拜访小桥医药公司刘经理，并未对公司产品表示明确意向，称需与领导沟通，次日跟进表示不愿操作公司产品，不再跟进。

6月日拜访新绿洲医药连锁公司陈经理，称其公司正在准备进

行gsp认证，暂时不研究新进品种，暂不跟进。

拜访希尔医药保健品公司，未见到主管采购领导。

6月日拜访青海汇丰医药有限公司石经理，对公司产品有意向，与其详细沟通，称需与领导沟通，次日其公司葛总表示不愿操作公司产品，不再跟进。

6月日拜访青海天奕医药连锁公司刘经理，简单沟通，表示对公司产品没有意向，不再跟进。

6月日拜访众生堂医药连锁有限公司马经理，对公司产品有意向但其公司配送渠道有问题，进货量较小，以联系王琦经理与其公司联系，进行沟通。

拜访青海省健华药业有限公司李经理，并未对公司产品表示明确意向，称需与领导沟通，次日跟进表示不愿操作公司产品，不再跟进。

6月20日拜访青海湘源医药发展有限公司王经理，称其公司正在准备进行gsp认证，暂时不研究新进品种，暂不跟进。

拜访青海金正医药有限公司代总，表示公司只做临床，由于公司产品在青海市场未中标，不予研究，不再跟进。

6月21日拜访青海中藏药业有限公司张经理，简单沟通，表示对公司产品没有意向，不再跟进。

6月23日拜访青海朝东医药公司方经理，简单沟通，表示对公司产品没有意向，不再跟进。

拜访青海康家医药有限公司石经理，表示对公司产品有意向，详细沟通后称需与领导沟通并需要对产品进行市场调研，继续跟进。6月24日拜访青海旭升医药有限职责公司王经理，称

其公司正在准备进行gsp认证，暂时不研究新进品种，暂不跟进。

拜访西宁市众康药业公司张经理，简单沟通，表示对公司产品没有意向，不再跟进。

拜访金珠药业连锁公司王经理，称其公司正在准备进行gsp认证，暂时不研究新进品种，暂不跟进。

6月25日再次拜访石经理，表示可操作公司产品但需要西宁市唯一代理权，由于公司在西宁市场有一名老客户，双方存在分期，切对价格，优惠政策等进行了沟通，需继续跟进。

6月26日拜访青海旭升医药有限职责公司王经理，称其公司正在准备进行gsp认证，暂时不研究新进品种，暂不跟进。

6月27日拜访西宁市众康药业公司张经理，简单沟通，表示对公司产品没有意向，不再跟进。

再次拜访石经理，由于此月出差即将结束，约定下月进行沟通相关事宜。

五、市场总结：

由于青海省及西宁市人口较少且经济欠发达，导致医药公司产品不是过很多且此月有很多大型连锁的医药公司要进行认证，所以此月新客户开发的不梦想。

六、下月计划：

与重点客户详细沟通使其签定代理或销售协议，努力加大新客户的开发力度，增强铺货范围，配合公司的.活动加强与客户的联系，使产品的市场占有率提高，管理好市场供货价及终端销售价格，使市场有序发展。

出差工作汇报总结篇二

20xx年1月5日新能源项目组x□x二人因硅片项目事宜出差浙江省宁波市。我们此次出差的主要目的是考察清洗设备厂家广州优创精密设备有限公司的清洗设备，通过现场观看设备做工，设备外观，设备自动化程度和运行情况，来了解该公司的设计加工能力，以此作为清洗设备厂家选择时的参考。此次出差，我们参观了使用深圳捷佳创公司清洗设备的厂家镇江万新光学公司的车间，考察了该万新公司所使用的清洗设备情况，主要情况汇报如下：

在1月5日下午，我们曾与广州优创公司销售部经理柳x□工程师余x在二楼会议室会谈，了解了该公司及其清洗设备的基本情况。

该公司是原广州一家在香港上市公司的清洗事业部(1994年创)在20xx年剥离后成立的公司，管理层持股；职工人数200人左右，其中工程师7人；生产厂房8000m²左右。该公司的主要客户有：太阳能清洗方面保定天威英利、无锡尚德公司；光学镜片清洗方面万新光学公司、西安圆明光学、珠海佳能公司等。

此次我们出差考察的是使用捷佳创公司清洗设备的光学镜片厂家镇江万新光学公司，此次捷佳创公司派机电工程师对万新光学公司使用的清洗设备进行巡视与软件升级，我们顺便进行参观与考察的。

镇江万新光学眼镜有限公司是一家专业光学眼镜的中外合资企业，地处镇江市郊外，丹阳市的司徒镇。该公司是专业生产眼镜的企业，年生产纯钛眼镜架等各式眼镜架300万副□cr-39树脂镜片20xx万片。员工1200多名，占地面积6万多平方米，建筑面积3万平方米，除老厂区外，去年已建成新厂区。因此该万新光学公司是具有一定实力与规模的公司。

该公司使用清洗设备主要用于镜片的清洗工序。

我们于5月10日上午到达万新光学公司所在地丹阳市司徒镇后，在深圳捷佳创公司工程师刘x带领下，参观了万新公司新厂区车间，对该公司的清洗设备进行了考察。在万新光学公司使用的捷佳创公司清洗设备共30余台，其中槽清洗设备17台，6槽清洗设备13台。

1、设备主要工艺过程

以清洗镜片的6槽清洗设备为例，其工艺过程为：清洗剂洗、漂洗带超声波、喷淋，漂洗带超声波，漂洗带超声波，漂洗，再进入烘干炉。

2、设备外观

清洗槽壳体采用不锈钢，烘干炉壳体为钢板外喷乳白色漆，设备外观较好。

3、自动化程度

其现有的清洗设备为人工上料下料，清洗过程及烘干过程全自动控制。

4、水电气与管道布局

水电气及排气管道布局较好，走线较正规，无杂乱感。内部管道与机械及电气部件脉络较清晰。

5、设备运行

设备运行的环境干净，大部分槽使用超声波，设备运行正常流畅，机械运行过程中无突然停顿及中断情况。

6、使用元件

关键元件均使用进口元器件。超声波振子使用韩国产品，温控元件使用欧姆隆温控器，过滤器使用美国过滤器。

7、存在的问题

在清洗设备的烘干炉部分，装有已经清洗完毕产品的花篮与传动链条直接接触，有可能在重复使用花篮清洗产品时，花篮上粘附的传动链条油污会产生污染，影响清洗效果。

清洗槽观察窗采用铝合金，容易被药液腐蚀，还有污染被清洗产品的可能性。在清洗过程中，从一个槽平移到另一个槽时，平移过程存在不稳有抖动的现象，为承载平移花篮的支撑条高低不平所致，故在设备细节的精细程度上有一定差距与问题。

8、总体情况

从总体情况而言，深圳捷佳创公司制造的清洗设备运行良好，该公司具备一定的清洗设备设计加工能力，可以作为我们项目所需国产化清洗设备的一个候选厂家，以进一步调查与了解。

最新出差工作总结

出差工作总结报告

出差工作总结报告范文

出差工作总结报告范文

出差学习总结

出差总结模板ppt

出差工作汇报总结篇三

区域：湖南省

经过三天对湖南长沙、衡阳、邵阳市场的开发，我们的产品也经历了一次考验，在我走访的长沙、衡阳、邵阳这三个城市里生根发芽，在这期间里，开发了三家意向客户，如下：

第三家是邵阳的总代理，此客户的店面从装修风格及产品结构在邵阳建材城可排行前三，此客户的经营理念，只做质量有保障的产品，价格不是很看重，目前此客户销售的led产品有长方、富迪，但此客户对他们的产品质量不是很满意，所以前期此客户同意拿我们的天花灯、球泡灯样品，以和他们现销售的led产品做比较，如我们的产品质量过硬，后期此客户会把led灯具的所有系列全上，包括吸顶灯、平板灯、等等。

主观看法：我们的产品在市场的前景是十分好的，我本人对这个市场，对产品都很看好，我们的产品质量好，将作为打开市场的一个重要砝码。

对市场而言，我们的价格比同类的产品要略高，但产品价格并不是我们的销售瓶颈，很多客户认为他们要合作首先研究的就是你的产品质量；再就是厂家的实力，因为客户认为仅有与有实力的厂家合作，他们的生意才会有保障，才会走的更远，产品价格其次；再之后就是厂家的销售支持力度；所以我们的产品质量要给客户足够的信心及加上我们的产品给客户能够带来丰厚的利润空间的同时做好市场保护工作，减小其销售难度，这样一来，绝大部分客户都愿意了解我们的全部产品。

对于我走访过的客户，他们目前都期望此刻能有一款价格合理，质量满意的产品进入市场，对于部分小厂家品牌的价格

便宜、市场管控差、价格透明，这几个点来说，我们的产品竞争优势很大，经过这几天对内地市场的走访，个人认为，此刻是进入内地抢占市场最好时机，很多led厂家都在争抢内地led灯具市场，反之，很多客户也正在进取寻找好的厂家、好的品牌赚取led的第一桶金；我们的市场切入点就在于我们给予客户质量好的产品、利润空间、市场支持等等，这样会充分调动经销商和批发商的进取性。

1、价位方面：市场上总体来讲，对于一个新品牌，要想打入这个市场，抢占市场份额，按目前的价格来看，只能说是具有必须的竞争优势，有一部分客户是用一种完全不接纳新品牌的眼光看我们的产品，还有部分客户是无法理解品牌的价格，只拿我们和一些擦边球品牌的价格相比较；一客户跟我说，产品本身是能够的，可是作为一家新牌子，这个价格在销售过程中会增加一部分难度，但我认为这是一个比较保守的客户，哪个公司没有一个新开始呢，价格永远没有可比性。

2、产品定位：针对目前市场上参差不齐的产品、参差不齐的低价位，所以有很多客户会用这些品牌的质量、价格盲目的去确定其他品牌，那么我期望，既然客户用这种方法来选择合作的品牌，那我们的产品就应当保留其现有的长处，产品的定位就要以高品质为基准线，做到新的产品系列及时跟进。

3、产品包装：包装要色彩亮丽，做到眼球效应，我个人感觉产品外包装不要给人老气横秋的感觉，既然产品做到高品质，那么包装更要突显我们的产品的高品质！

在那里我要提出一点提议，目前我们的产品开发力度跟不上，很多客户如果要合作就会所有的led灯系列全部都上，产品画册一拖在拖，目前内地市场是开发最好时机，而我们的销售团队组建也不到位，这些问题将严重制约市场开发进度及丢失内地有质量的客户。

4、销售策略：目前，我司销售支持政策几乎没有，我觉得一

一个新品牌想占领市场，无论经过任何形式，任何方法，都应当勇于尝试，想尽一切办法去进入到经销商的门店。如果没有政策支持这一策略，那我想我这次出差的意向的客户都会慢慢被其他品牌抢占。

5、渠道方面：个人认为目前我们的品牌只是一个孩子，市场刚刚起步，认识我们品牌的渠道客户不够，市场认可度十分低，我觉得应当投入一些宣传到重点城市，能够有选择性的去挑一些优质客户，培养起来，会很容易引发邻省市的连锁反映，等到客户稳定，地级市场精耕细作之后，再从这些客户资源中挑一家能够控制的省级代理商。

有实力的客户正在考察寻找有实力的led厂家合作，这些客户对led灯具的前景也十分有信心，此刻我们要加大力度把内地城市逐个击破，巩固客户资源，多了解经营情景，先得到经销商及终端客户的认可，然后才开发适合我们的省市级代理商，现阶段，想找一家代理商十分有难度，并且这次出差遇到阻碍我们成功最大并且最普遍的问题就是我们的前期准备十分不到位，给代理商心理上不敢轻易下决定。

经销商喜欢的是厂家有实力，产品系列全、利润空间大，便于市场控制，质量过得去的产品。目前，要做的就是要想着怎样让我们的产品去适应这个市场，而不是让用户适应我们。

出差工作汇报总结篇四

经过历时两个多月的出差，咱们拓宽部分别对山东、辽宁、山西、江西、广西等城市作了深入的了解及开发，搜集商场的重要信息。从中咱们在山西和辽宁两个区域展开了冬天的订购招商会，从招商会的展开情况及各个商场开发过程中咱们各有不同的收成也从中了解到作业中的不足之处，下面以本人从以上走访的几个商场总结以下几点：

一、商场分析

1、从总体商场上存的压力分为几个方面：各品牌与品牌之间的劲争压力、店肆费用的不断提升所形成的费用压力、物价上涨所形成的通货压力等等的一些要素形成大多数的客户对出资决心下降，所咱们对商场开发的压力随之增大。

2、跟着商场的不断发展如今在商场上的店肆资原也满意不了现状，就好以这次咱们出差的几个省下面比较好的区域的店肆资原都十分的有限。呈现一店难求的情况。

3、有__些区域客户对咱们的品牌的价位和产品之差的差距不太能理解，比如说他们会拿一些群众休闲品牌作比较，当然咱们会对这方面的问题给客户作一个详细的分析，咱们的品牌的优势在哪里，有什么好的政策然后引导他走进咱们的品牌，用心去了解咱们的品牌。

二、存在的问题

1、作业安排的合理性及有效性，就好以这次咱们所展开的冬天订购招商会在山西站咱们的作业就安排得很不到位导致招商会的作用远远达不到理想的方针，所以作业合理安排也是一个成功的关键。

2、作业方案与实行性不强，做好作业方案咱们之后的作业就是按照方案展开作业在要修正时对方案进行调整修正，但很多时候就会把方案省略掉。这样作业就没有了方案性和意图性，后期就很难把作业做好也难以得到理想的作用。

3、作业中团队之差的合理交流，作为一个团队咱们就应彼此间进行有意图交流，从交流中彼此吸收对方的长处然后提升自我的作业效率。咱们团队在作业中就少了这种彼此间交流学习，咱们有时分组在不同的商场作业会撞到不同的问题，咱们在交流中就能够彼此了解不同商场的情况及学习不同的

作业方式。

三、自我总结和下一步的作业

1、加强学习型安排的树立，做从好团队安排的假设。结合实际作业的经历，不断学习进步，充实完善自己，促进各业务人员素质的进步。和大家一道尽力把业务部建成团结合作亲密无间、所向披靡的团队。

2、继续加大商场开发力度。进一步开拓商场，做细商场。消灭空白商场，构建一个立体商场出售网络。抓好大客户，抓好渠道建造，建好客户档案并随时跟踪回访。

出差工作汇报总结篇五

时间过的飞快，又一个月已经过去。上个月的销量并不梦想，在这一个月工作中学到了许多，同时也犯下了许多错误，在那里做一下总结期望领导批评指导！

一、主动用心——相信仅有主动出击的人，才会有成功的机会，尊重客户意愿，聆听客户需求。客户是千姿百态的，其需求也是千差万别的。想出色的完成工作，务必注重细节。

二、博取众长——集思广义——人多点子多，相信一点、人的潜力总是有限的，在近一年的销售工作中，我发现一件深有感触的事就是每一次市场促销的成功，很多时候是听取了大家的意见和点子，灵活的应用。

三、这个月主要的错误就是新开发的客户没有及时跟踪，调动客户使用的用心性，导致用量提不上来。

四、就是市场的工作细节做的并不好，与各市场的业务配合也不到位。

五、我前期工作的定位是酒店，后期定位是一个月大连地区市场总体走一圈。此刻我深刻意识到市场是提升业务量的基础，借助市场客情的关系能更快的开发酒店，此刻的定位是每一天走访一个市场。

六、对于工作—不管我每一天跑了多少酒店，有多辛苦、一些基本的工作忽视了，就是对工作的不尽职。应深刻检讨，加以改善。

七、9月份目标；金装劲美鸡汁月销量增长至200件，其他单品稳定增长。

优秀源于职责，我已深刻意识到，工作的小细节也不可忽视，以上是我对本月工作的总结，做的不好的我将改正，做得好的继续努力！

出差工作汇报总结篇六

受销售公司的重托，我代表销售公司向本次职代会报告20__年的销售工作情况及下半年的工作计划安排，请予以审议。同时诚挚地请各位代表以高度的责任感，对销售工作给以支持、帮助、指导和批评。

一、年销售工作回顾

年是销售公司注册独立法人的第一年，也是全面贯彻实施矩阵式销售的第二年，总部领导及各分厂领导乃至集团全体职工都对销售工作给予了极大的支持和关注，政策调整及后勤保障都在向销售工作倾斜。的工作，我们概括地说：“喜忧参半，压力与信心同在”，喜的是我们顶住了5月份原材料、外协外购件价格持续上涨，市场无序竞争所带来的压力；产品销售及货款回收比去年同期明显大幅度增长，至6月21日，共完成销售手扶拖拉机93727台，同比增长16.74%，柴油机104159台，同比增长24.84%，压路机336台，同比增

长-13.81%，肥料26500吨，同比增长140.01%，装载机262台，挖掘机7台，电动自行车1046辆，旋耕机3237台，同比增长141.03%，收割机20__台同比增长23.17%，共完成销售回款3.64亿元，同比增长84.77%同时处理多年积压不良资产1784.22万元。市场逐步规范，销售人员素质及销售管理水平显著提高；忧的是时间已近过半，产品销售、货款回收比年初我们的目标要求差距很大，这也是我们的压力，但是我们已经充分意识到，总部在后勤保障、销售政策上都给了我们最大的优惠和照顾，各区域通过的摸索和经验积累，市场已逐步成熟并规范，这都为下半年的工作奠定了坚实的基础，这就是我们的信心。

纵观销售情况，没能全面达到总部要求及销售公司的预定目标，辜负了总部领导的期望，也有愧于各厂的大力支持，敬请各位领导及代表予以诚挚的谅解，并继续给以支持和帮助。

分析任务完成原因，有我们内部管理的因素，也有市场客观变化的影响。在内部管理方面，一是我们销售公司的总体管理水平不高，管理手段和管理理念短时间内没能有质的提高，驾驭市场和统揽全局的能力相对较低，在我们要求全面发挥矩阵式销售优势的过程中，针对市场出现的新情况、新问题，应对措施被动，不能创造性地开展工作，导致在竞争中没能显示出明显的优势。二是区域人员应变市场能力差，面对激烈而多变的市场竞争，不是想方设法说服我们的代理商或是寻找并突出我们的产品卖点，而是一味地等靠总部或销售公司政策的放松。年初江西市场出现了问题，总部及总公司对市场的规范使得各区域人员陷入迷茫，原有的销售模式从心底被打乱，更多的人缩手缩脚，不能放开去操作、去应对市场；三是产品质量问题再次成为制约销售的重要因素。20__年，装载机仓促形成批量，连续不断的质量问题使得业务员倾力打开的市场近乎整个丧失，尤其小型装载机，可以说是卖一台退一台，经销商及客户不同程度地失去了信心，相对成熟的压路机产品，大问题不多，小毛病层出不穷，有的一台机器短时间内连续更换零部件达七次之多；就连我们的农机产品

也并未按设想的一样，具有明显高出其它厂家产品档次的优势，反而是气孔、砂眼等质量问题较往年上升，许多经销商反映，今年我们的农机产品价格高出许多，而质量却同比明显下降。在外部因素方面，一是春节过后的原材料、外协外购件价格的持续惊人上涨，我们没有作好充分的思想准备，生产组织跟不上，旺季缺货，生产与销售局部脱节，保守地说，因为缺货造成的销售损失不会低于1个亿；二是农机产品短时间内的连续价格上调，使经销商利润减少，积极性下降，更重要的是助长了一些小厂家的竞争水平，不同程度地瓜分我们的部分市场。

总之，的销售工作可以说是历尽艰辛，喜忧参半，重要的是我们得以吸取教训和总结经验。回顾的销售，我们主要做了以下几方面工作：

1、销售制度逐步健全，绩效考核体系稳步完善而合理。

年是销售政策全面大幅度调整的一年，农业机械、工程机械、肥料等执行不同的销售政策、并根据不同的回款方式执行不同的价格和销售提成，根据总部的销售管理制度，销售公司以办公室为主，及时对费用及提成系数进行了测算，先后制定出台了《业务员薪给加级管理办法》、《费用报销审批制度》、《工程服务人员、三包司机、业务司机薪金费用管理办法》等十余项适合20__年销售实际的配套管理制度。

考核改变了过去的单一任务考核形式，实行以效益为中心，即以产品销售和货款回收为主，兼顾资金管理、市场开发等七项指标在内的绩效考核，通过对业绩的考核累加，使业务员分级分等，按级按等加薪，形成一种相对永久性的激励。

2、严格规范市场运作，严谨销售作风，强化业务员忠诚度教育，着手培育的销售铁军已现雏形。

针对20__年个别市场出现的不规范现象，销售公司主动并配

合总部出台了系列规范措施。在费用控制上采取定向区域包干、权力下放、总公司调控;在风险防范上继续推行风险金保障制度和区域分片联保、业务员互保制度;对不规范合同、潜在风险合同，加大审批把关力度;配合纪委成立了市场核查清理领导小组，定期对区域的自查自纠进行督促和检查。

年销售公司重点强化全体业务员的忠诚度教育，培育销售队伍成为懂经营、善管理、求实效、讲奉献、作风严谨、团结一致的**销售铁军**，从业务员的日常行为开始到业务运作、市场谈判都严格按制度按规定要求及考核。我们在不同场合以不同形式，深入贯彻学习《棋行天下》中著名人物董明珠的销售理念及对企业的忠诚，强化培训业务人员的销售技巧、业务能力及提高对企业的忠诚度。6月1日，首期46名销售骨干人员封闭式脱产强化培训班已开始按计划军训及学习，将为销售铁军的培育起到先锋模范作用。

3、初步确立了以办公室为核心的销售信息中心，销售工作的灵活性和针对性大幅度增强。根据矩阵式销售模式的特点，销售公司确立了以销售办公室为核心的信息中心，辐射各市场区域及后勤处室，从计划提报、生产组织、业务发货到市场销售、服务反馈，办公室积极协调各部门进行，通过办公室及时收集市场反馈的销售信息、产品质量、同行业产品市场状况以及售后服务等各种情况，汇总后报有关领导及部门，为领导决策调整及工作改进提供客观真实的参考，同时把集团生产情况及产品改进或总部决策等信息反馈到市场，便于市场灵活调整销售策略。信息中心的确立，使市场信息及总部决策在第一时间内汇融，销售的灵活性和针对性大幅度增强。

4、严抓内勤管理，严格区域考核，军事化管理与人性化管理相结合。

面对错综复杂的市场变化，面对纷繁交错的市场业务，销售公司通过严抓内勤管理及严格区域考核来弥补我们产品质量、

价格、品牌无明显优势的不足。后勤处室严格按目标卡中的关键绩效考核指标考核，各区域按市场七项指标考核。5月份报请总部同意，对连续三个月销售业绩完成较差的区域，已有12位经理9位副经理被降级降职使用。

5、较成功地推行了目前国内较先进的厂、商、银联合经销模式。