

# 2023年合规管理年度工作报告(实用9篇)

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 合规管理年度工作报告篇一

在繁忙的工作中，不知不觉走过了20xx年，崭新的一年已悄然而至。20xx年对于房产人而言是一个寒冬，中国房地产市场告别过去高速增长的“黄金时代”，步入了调整期。面对房市下行的压力，营销部不断探索、不断克服困难，按照公司统一的布署，艰难的走过了20xx。

20xx年，营销部以典雅居b区三期47#-57#号楼490套房源的销售推广为重点，同时对典雅居二期、骏景雅苑、森林海剩余房源140套房源进行清盘，12月又迎来了典雅居四期58#-64#号楼（住宅496套房源，营业房27套房源，地下储藏室171间）的开盘销售工作。

### 一、营销部的日常工作

1、签订购房合同，对已签订合同的审阅登记记录，在合同编号本上登记清楚房源销售信息，并在纸质版和电子版房源表上及时登记已售房源信息。办理房屋退房流程相关手续。20xx年累计签订合同383本（可统计的）。

2、从9月起每周汇总本周销售情况，及时与售楼部核对房源销售情况，与财务核对销售回款情况，确保销售情况准确无误，并向领导提交销售周报，月末提交销售月报，为领导制

定公司整体运营计划提供相应依据。

3、开具竣工决算书、房屋预留单。配合贺兰营销部办理房屋备案、银行按揭贷款等相关事宜。

4、办理预售备案、土地测量分摊等相关事宜，查找相关复印件资料。

5、与代理公司核算代理费，核算时做好已结代理费的房源标记信息。

6、所有购房合同的网签和备案。

7、完成已销房源的按揭转抵押贷款工作□20xx年累计办理按揭转抵住户383户（可统计的），为这些住户收集资料，抽取预告登记，缴纳契税，办理房产证。

8、与供热公司核对空房源，只要是已经做了预留的房源，自预留日期起，公司不承担采暖费，由项目经理或住户承担。所以信息登记工作要求我们营销人员，要非常细致认真。

9、在签订购房合同的交房到期日之前打好交房领钥匙公告、交房领钥匙通知单盖章申请以及每一户的领钥匙通知单。仅47-57号楼就有350户住户领取钥匙。

10、办理初始登记，预售许可证，项目手册，价格备案，房屋信息备案等相关销售的前期工作。

## 二、20xx年项目销售情况

截至20xx年12月20日，全年销售420套房源，其中销售47#-57#楼336套，二期45套，58#-64#楼16套，其他小区9套，共计住宅406套，营业房14套；销售总面积39527.74o□销售总金额为13941万元，销售回款累计为：11579万元。截

止到12月20日累计有销售额2362万元未到位。

20xx年营销工作目标为销售740套房源，时间是到20xx年1月25日，销售额1.8亿，房屋销售套数完成率为57%，销售金额完成率为78%。两项都没有完成年初定的销售任务。这有市场大环境的影响，但也与我们营销许多工作不扎实，不积极主动有关系。

### 三、问题与改进

(3) 每周和代理公司、财务核对本周销售信息，确保销售信息准确无误；

(4) 如遇到退房或更名情况，应该及时在房源表中体现，以备后面查询。

2、销售房源表中是否全款一项登记滞后，8月后销售的在售楼盘已经核对无误，前期销售的没全款的已整理出明细和财务核对后更新。

3、已售房源是否已经办理按揭转抵，在房源表中没有体现，后续要从想办法把这一块的信息补充完整。

4、营销部留存合同管理混乱，有些已经缺失，后续要做好合同档案管理这块，留存合同编纂目录，借阅合同登记签名，合同还回撤借条，确保留存资料的完整性！

5、营销资料管理不规范，没有形成监督机制。

6、没有很好的督促销售代理公司积极想办法，而是存在消极的等靠要的意识，导致了营销自上而下工作拖沓懒散，出现了很多问题。

### 四、明年工作计划

## 1、组织学习

营销今年调整的都是新人，针对这一情况，明年营销计划组织两方面的学习，一是基本流程的学习，按项目开发流程，从项目手册的办理开始，到价格备案，到预售许可证的办理，银行项目按揭手续办理，到房管所信息备案、到初始登记，到土地分摊，到给住户办理房屋产权证，税务局缴纳契税，银行的按转抵手续等十个流程需要的资料，办理的部门整理成册反复学习，保证营销部的每一个人员对所有流程了如指掌，提高工作效率。二是对市场行情、政策法规和销售专业知识的学习。

2、针对存在的问题，明年营销部要加强对现有房源的销售的监管力度，每周出周报，每月出月报，加强和财务的核对工作，并对已售罄的楼盘进行整理完善，将不完整的楼盘表全部完善，存档。

3、建立营销部的档案管理体制，安排专人管理，保证资料的安全性。

4、建立对销售代理公司的监督机制，督促销售代理公司合理、合规、及时销售所代理的房源，并保证款项及时回笼。

5、及时收集、整理、反馈市场销售信息，给公司发展提供决策依据。

20xx年，营销部共有典雅居2期、3期、4期空房源共计617套房源销售，按和代理公司签订的协议，年底营销部必须销售到415套房子，收回房款1.4亿，营销部全体人员，一定积极努力本着严谨务实的态度，将目前工作中出现的不足的地方加以改进，好的地方继续发扬，我们营销部愿意和公司各部门团结合作，相互支持共同建设我们天骏大家庭。

祝大家新的一年工作愉快，万事如意！

营销部

20xx年1月2日

## 合规管理年度工作报告篇二

销售经理的月度汇报和月度工作报告是医药销售工作中的常规环节，也是非常重要的一项工作内容，很多的省区和大区甚至营销中心都是采用月度汇报制的，一个月的时间市场情况可以发生很大的变化，那么区域（大区、省区、地区统称区域）销售经理的月度汇报都应该包括哪些内容？下面一起看看吧！

个人理解主要有以下几块：销售及回款、产品发展、客户开发、市场活动、团队管理、问题及需求等。

### 1、区域销售及回款情况

毋庸置疑，区域销售业绩是首要问题，而销售业绩的变化也能说明很多问题，所以我们经常做的区域销售汇报中主要看几个数字，区域纯销数据，商业发货数据和商务回款数字。

其实最重要的是纯销数据，因为纯销才是销售的根本，才能看到市场真实的变化，但鉴于不同的医药营销模式，纯销数据的获取和真实程度有所不同。otc自营模式的纯销数据相对真实性较高，只要连锁总部提供各单店的月度进货数据基本上就是纯销，因为连锁和下面都会对库存有要求，卖多少进多少，处方药自营的终端统方数据一般也都是准的，代理商的纯销数据获得难度会大一些，普药流通的二级纯销数据也是有意义的等。

整体而言，商业发货也能反映出一定的市场情况，而且公司层面一般看发货数字的居多，但若区域发货数字变化较大则应关注是否竞品变化、市场活动、大客户启动、销售人员变

化、渠道压货等等，这个销售经理心中要有数。回款数据则反映了区域商务管理能力，这个不多说了。

有想法的经理可以再说一下销售的“环比”和“同期比”，前者是说明月份连续变化情况，后者是为了说明累计同期变化情况，所以有的区域环比增长很漂亮，同期比却是下降的，可能有问题！

## 2、产品发展情况

销售业绩是怎么来的，显然是通过产品实现的，产品主要关注两个部分，一是大产品和成熟产品情况，因为这些产品的销售占比往往较大，是区域业绩的基础，牵一发而动全身，不能出丝毫问题，一般成熟产品的小幅增长是比较正常的，再者是二线产品和新产品情况，因为这部分产品往往决定着销售的增量。

## 3、客户开发和客户管理

简而言之，可以用一个公式来阐述客户和销量间的关系：“销售业绩=客户数量\*客户单产”，所以从这个层面销售只做两件事，一是老客户的维护和深度挖掘，二是新客户的开发，销售月度汇报内容中对于这两件事一定要有清晰的交代，区域管理实际中最常见的问题就是要么新客户开发力度不足导致增量有限，另一个极端就是天天忙着开发新客户而忽视老客户的维护结果得不偿失，再有就是对客户的管理和投入“搞大锅饭”而非遵循“二八定律”，这些都是销售管理中的“兵家大忌”！

## 4、市场活动总结与分析

医药销售中的市场活动是“必须的”，没有活动只靠销售人员的“硬推”何时才能起量，市场活动一定程度上体现区域市场是否“动了起来”，市场活动和客户开发是相辅相成的。

无论哪种医药营销模式，市场活动都是区域销售管理中的关键环节，处方药的区域学术活动和客情活动□otc的终端促销和培训，普药的“三员”工作和终端活动等，基本上只要你做了就会有变化，只是不同市场和产品的不同发展阶段活动，活动目的和形式应该不同而已，所以月度市场活动的次数、目的、计划、内容、投入、效果都应该有个总结。

## 5、团队建设

谷老师在前面的销售经理的管理行为中提到的三板斧之一就是“带队伍”，销售的本质是销售队伍的战斗力和战斗力，人是一切的根本！所以，区域的人员招聘和变动情况，销售人员的培训和辅导情况，都应该是区域汇报的重要组成部分，只讲业务、不讲队伍和管理说明区域管理者还没有完成从销售到管理的过度和转变！

## 6、问题及需求

很多销售经理喜欢“报喜不报忧”，其实这是不明智的，一者市场不可能没有困难，一点问题没有说明市场“太好”，二者其实从公司层面来讲也想了解市场的真实情况，还有就是提问题有时候也是提要求和要资源的机会，正常来讲企业是不怕销售要资源的，怕的是有投入没产出！另一个情况就是天天提问题甚至是抱怨，这也不好，简单的说企业安排你还是让你解决问题的，问题太多可能说明你的工作没有做好，所以月度总结中问题要提，但还是要客观！

## 合规管理年度工作报告篇三

前段时间在和某一线品牌的大区经理沟通，期间其不断用手机遥控自己的部属，其中提到一句话，一定要搞定，进货，销售吗？很简单，就是这样啦！思索良久，反复斟酌，深感不安，本人认为这句话可能有两点意思，其一说此话者很善长于此道，故蔑视之，其二说此话者不懂销售，不了解其深

邃，其无知也。长于销售者无畏，无知者亦无畏。但长于此道者很少有人提到过简单二字，更多是急于突破销售的低迷状态。据了解其君曾多次与其部下提过此事，不幸的是其所管辖的区域销售状态亦十分不景气。

其这句话的喻意为，销售就是简单的做事。换句话说基础工作，业务员每天所做的都在重复以后每一天的工作，由此联想到军队中士兵的生活，基本上一天即是从军的全部生活，每周即重复做前一周的工作。但这些都是士兵的工作，一旦成为班长首先要过的一关的即是三个月的教导队集训，目的是为教会这些由兵到班长的转变，由个人操作到带领团队的角色转变，需要做哪些工作，即首先要会带队伍，要会喊口号，要会下动作口令，要做到四会“即会讲解动作要领，会做动作示范，会教知道因材施教，会做思想工作。”班长作为最基层的管理者，还要经过如此严格的训练才能为所用，反过来说正是如此严格的晋升体制，才造就出攻无不克，战无不胜的铁军。而今天的营销其实就是昨天的军事斗争，非常残酷，战场不同情弱者，销售不相信眼泪。销售其实很简单那是用心做销售者的一句话，用以鼓励自身，激励团队人员的斗志，而其这句话的背后所付出的艰辛，谁又曾知，所以如果你听到上级或前辈说到这句话的时候，千万不要信以为真，那是他们付出努力后才得来的，而决不是一个新手所以理解的。不要被这句话所迷惑。

销售不简单缘于销售工作的本身是与人打交道，与各色人打交道，而且沟通中往往夹杂着这样或那样利益的人。

销售不简单缘于销售工作中要不断的创新（同比其它行业来说）这种创新是寻找新顾客，不停的寻找，没有终点，这是一种新的创新，需要销售人员有很高的智慧，遇知未来的洞察力。

而销售就是简单的重复，如果说做一线工作，我相信，但是从军事斗争的角度来讲，从营销的本质来讲，这句话是不对



的。军官的训练却是与时俱进的，因地制宜的采用多种战法才能打赢未来战争，如果只是简单的重复，那么只能做为普通一兵。所以做销售，你不可以每日如此，你必须改变，在运动中消灭对手，在运动中强化自身。作为指挥官如果你再简单的重复，就是让对手找出你的战争规律，可能会先一步下手或提前埋伏进去。

比如：如果你的订货会每年都在十二月份开，或者都在过年前的一个半月开的话，而你的竞争对手得知你的规律后，在你只前一个月召开订货会，来个阻击战，就有可能使你的订货会不成功，或要付出更多。

比如：如果你的员工管理存在问题，那么竞争对手就会在你的制度中找出漏洞，而后施以烟幕弹，放出广招人马的假消息来骗取团队人员的离职。那么对你的区域或局部市场的打击是毁灭性的，至少也会滞后你的前进步伐。

说出这句话来是在一定的环境下，一定的人员状态下才是可行的，但是这句话又道出自己的无知，最其码是对营销的无知，对市场的无知，对动销的关注度不高。往往说这句话者必是靠品牌吃饭的销售人员，二三线品牌的业务人员，其高强度工作，无何止的拒绝，导致其业务人员必会使出浑身解数，才能搞定一些客户，才能拿到些许订单。所以二三线的业务如果要有出色的业绩一定是在运动中，变化中击中客户的需求点，从而得以诉出品牌的强势。他们也不会认为销售很简单。

欢迎与作者探讨您的观点和看法，电子邮件[niuben1981@

## 合规管理年度工作报告篇四

工作报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告。下面就让豆花问答网小

编带你去看看仓库年度个人工作报告范文3篇，希望能帮助到大家！

## 仓库工作报告1

### 第一部分：自我介绍

我是公司储运部松江仓库的仓库保管员：\_\_，是土生土长的松江人。我是今年六月九号进入公司工作的，作为一名新员工进入了一家高速发展的物流公司工作，深感欣喜。我想这是我职业的新开始，因为在经贸山九有信赖，勤勉，发展。

### 第二部分：人力的合理安排和运用

#### 1：人力的安排

作为物流公司的传统业务——仓储，虽然技术性并不高，但需要勤劳，心细，作业强度大，体力要求比较高。象我们松江仓库，随着客户的不断进入，业务不断增多，原本在人力方面就比较紧凑，这就要我们合理安排装卸工人，做到在有限的人力上作合理的安排，做到有条不紊，作业顺利。特别在同一时间里出现多个作业任务时，如有时出口装箱□toto国内成品发货□toto工厂部品纳入等作业会碰到一起，这时就要合理安排人员，使每一作业尽量不受影响。

#### 2：合理的休息

在出口装箱时，现高温季节，仓储作业量大，出汗多。像卫洗丽的箱子，每一箱成品都套有一个塑料袋，很滑，装箱时不能碰伤箱子，作业要求高，难度大。在4\_\_\_\_\_度的箱内，一会儿就汗流浹背了，所以要合理安排作业和休息，做到轮流休息，不间断作业，这样在保证作业安全的情况下，作业效率就不受影响了。

### 3: 人员的培训和提高

虽然装卸工人的工作比较简单，但为了作业的不断f提高，我们也要不断提醒他们现场作业的规定，及客户对我们的要求，这样有利于我们对仓库的管理，理货，配货等作业。他们的作业效率也会有所提高的。

### 第三部分：货物的管理

现松江仓库开业三个多月来，味之素[toto上海工厂[toto卫洗丽的业务已相继进入松江仓库。客户的部品，成品，出口品部分或全部进入松江仓库进行保管。所以要做好仓库的管理，货物的入出库作业，日常保管，仓库清理工作，把好库存数量的管理，防止不必要的损耗的发生，有效的利用库存区面积。

a[易拿，易放，易看，易点的堆积方式[b[货物堆放不要超过托盘，不要超高堆放，要注意“五距”[c[货物入出时做好桩脚卡记录(计好箱数和枚数)

### 仓库工作报告2

光阴如箭，不知不觉中一年春夏秋冬。今天在些作一总结，在年终岁首对自己进行一番盘点。今年年初，由于领导关心，同志们对我的支持，我走上了超市仓库负责人工作岗位。在这一年里，我认真学习，切实提高自己，充实自己，经历了一段不平凡的考验和磨砺。

作为pcb行业，成本是公司的关键部门之一，对成本管理水平的要求应不断提升，对采购原材料、到各部门使用的控制。回顾即将过去的这一年，在公司领导及部门主管的正确领导下，我们的工作着重于公司的经营方针、宗旨和效益目标上，紧紧围绕重点展开工作，紧跟公司各项工作部署。在核算、管理方面做了应尽的责任。为了总结经验，发扬成绩，克服

不足，现将工作做如下简要回顾和总结。

今年的工作可以分以下三个方面：

## 一、费用成本方面的管理

1. 规范了库存材料的核算管理，严格控制材料库存的合理储备，减少资金占用。建立了材料领用制度，改变了原来不论是否需要、不论那个部门使用、也不论购进的数量多少，都在购进之日起一次摊销到某一个部门来核算的模糊成本。

2. 在原来的基础上细划了成本费用的管理，加强对各部门物料使用管理，实实在在核算各部门所使用物料消耗，真实反映出各部门生产成本。为各部门物料使用管理提供参考依据。

## 二、控制基础工作

(1) 认真执行低成本高效益的管理方法，进一步对各部门成本控制基础工作的指导，合理使用各项物料，严格对物料消耗合理性进行审核，杜绝乱使用浪费等现象。对所有成本费用按部门、项目进行归集分类，月底将统一核算体现各部门效益。

(1) 各部门按规定使用物料、管理人员每天进行监督、审核，参照相应的规定制度。统一正常使用各项物料，日常工作中，节约使用、并时刻注意员工在使用物料过程中是否存在浪费现象，一经发现及时指出、让全体人员养成良好的节约意识。

(2) 每月统计出各部门使用物料费用，一发现有超标现象，及时查找原因、核对进料单价，使用是否合理，及时发现存在问题并予以改正，保持降低成本意识，争取做到低成本高效益的管理理念。

(3) 在紧张的工作之余，加强团队建设，打造一个业务全面，工作热情高涨的团队。作为一个管理者，对下属充分做

到“察人之长、用人之长、聚人之长、展人之长”，充分发挥他们的主观能动性及工作积极性。提高团队的整体素质，树立起开拓创新、务实高效的部门新形象。

(4)作为基层管理者，我充分认识到自己既是一个管理者，更是一个执行者。要想真正把公司成本降低，除了各部门管理人员熟悉合理使用物料外，还需要认真实在培训员工，首先要以身作则，这样才能让自己的下属有榜样看，大家都能够主动形成节约意识。

新的一年意味着新的起点、新的机遇、新的挑战，我们决心再接再厉，更上一层楼。2009年我们将向公司成本精细化管理进军，精细化成本管理需要“确保消耗最小化”、“确保公司效益”、“优化成本管理手段”等，这样，就足以对公司的成本管理做精做细。要以“细”为起点，做到细致入微，对每一岗位、部门的每一项具体的物料，都建立起一套相应的成本归集。并将成本管理的触角延伸到公司的各个经营领域，通过行使成本监督职能，拓展成本管理与服务职能，实现成本管理“零”死角，挖掘成本活动的潜在价值。虽然，精细化成本管理是件极为复杂的事情，其实正所谓“天下难事始于易，天下大事始于细”。

### 仓库工作报告3

时光飞逝，进入公司工作也已两个多月就到年底了。经过在这几个月的工作锻炼中，得到了很多。在领导和同事的帮助和指导下，在自身的努力下，不断克服自己的弱点，摆正自己的位置，在工作中有明显的进步。我深知，领导对我提出了很高的要求，岗位职责也要求我高一格、严一档，来不得半点马虎、出不得半点差错，只有兢兢业业、扎扎实实，才能做到优质高效。

#### 一、人力的合理安排和运用

作为食品公司的仓库管理员，虽然技术性并不高，但需要勤劳，心细，作业强度大，体力要求比较高。随着客户的不断进入，业务不断增多，原本在人力方面就比较紧凑，这就要我们合理安排装卸工人，做到在有限的人力上作合理的安排，使每一作业尽量不受影响做到有条不紊。

## 二、人员的培训和提高

虽然装卸工人的工作比较简单，但为了作业的不断提高，我们也要不断提醒他们现场作业的规定，及领导对我们的要求，这样有利于我们对仓库的管理，理货，配货等作业。他们的作业效率也会有所提高的。

## 三、货物的管理

要做好仓库的管理，货物的入出库作业，日常保管，仓库清理工作，把好库存数量的管理，防止不必要的损耗的发生，有效的利用库存区面积。

a□易拿，易放，易看，易点的堆积方式。

b□货物堆放不要超高堆放，要注意距离。

c□货物入出时做好记录。

d□对于频繁进出库的货物和小件的货物应多盘点这样减少库存差异。

e□保持仓库的整洁，地面的清洁，通道的顺畅

## 四、卫生工作

仓库作业量大，容易积累灰尘，所以每天要清理仓库，清洁地面，保持卫生。创造一个整洁的仓库，在良好卫生的工作

环境下工作。

## 五、自我学习和总结

每天的工作中都有很多问题发生，我们要善于发现问题，把握问题，并在第一时间去解决，来提升自身的业务能力。

这也要求我们不断的学习，提升，学习业务知识和掌握专业技能；交流，了解，吸取他们的经验；学习仓储保管，货物记帐等业务知识，这是我还有所欠缺的。

总的来说，由于本人工作经验不多，能力还有欠缺。虽然敢打敢拼，能胜任本职工作，但主要还是由于“强将手下无弱兵”，受益于身处这样一个优秀的团队，在鞭策中得到了磨砺；今后在工作中，需要进一步增强开拓创新精神，磨练意志，提高执行力，生活上更严格自律，学习上加强财经专业素养，在上级的正确领导下，坚决贯彻落实上级指示精神和工作部署，努力拼搏，扎实工作，以更好的质量、更高的效率、更扎实的作风做好本职工作，为我们这个光荣的集体、辉煌的事业做出应有的贡献。

以上汇报如有不妥或不实之处，敬请批评指正。

很多次，还是止不住夸奖！

仓库工作报告

仓库管理个人工作总结大全

仓库管理个人工作总结

仓库管理年终个人工作总结

仓库管理个人工作总结

## 合规管理年度工作报告篇五

不管是否属于本岗位的事宜都要跟踪落实，保证公司各项工作的连贯性，使工作在一个良性的状态下进行，大大提高了我们的工作效率和服务质量。每周在前台提出一个服务口号，如“微笑、问候、规范”等。我们根据平时成绩到月底进行奖惩，使前台的服务有了较大的提高，得到了广大业主的认可。

2、提高专业技能除了礼仪培训以外，专业知识的培训是主要的。主要是结合《物业管理条例》、《物业管理企业收费管理办法》等政策法规、学习相关法律知识，从法律上解决实际当中遇到的问题。

丰富社区文化物业最需要体现人性化的管理，开展形式多样、丰富有趣的社区文化活动，是物业公司与业主交流沟通的桥梁。我们前台员工在今年策划组织了大量的社区文化活动，如一些晚会、游园活动，短途的旅游及各类棋类比赛等。得到了全体业主的认可，我们克服困难、广开思路，合理利用园区的资源有偿收费开展活动。

根据计划安排□20xx年x月开始进行满意度调查工作，同时重新登记业主的联系电话，我们会将业主的最新联系电话重新输入业主资料中。

20xx年将是崭新的一年，随着我们服务质量的不断提高，小区配套设施的逐步完善xx物业公司将会向着更高、更强的目标迈进，我们前台全体员工也将会一如既往的保持高涨的工作热情，以更饱满的精神去迎接新的一年，共同努力为xx物业公司谱写崭新辉煌的一页！

## 合规管理年度工作报告篇六



随着社会不断地进步，我们使用报告的情况越来越多，其在写作上有一定的技巧。你知道怎样写报告才能写的好吗？下面是小编收集整理银行支行经营管理合规性自查工作报告，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

按照分行统一部署，xx支行高度重视，迅速成立了领导小组，开展经营管理合规性自查工作。根据“全面检查、重点突出”的原则，查找各部门是否存在违规经营的薄弱环节和隐性问题及各项规章制度的执行情况，全面切实提升合规经营能力。

组长：xxx

副组长：xxxxxx

成员：xxxxxx

1. 领导小组负责领导全行自查工作
  2. 各部门分别由部门负责人组织对本部门经营活动按照总行排查内容要求，分别对信贷、理财、国际业务及其它业务的合规性进行自查，并按时上报领导小组。
  3. 领导小组将各部门自查情况汇总上报分行风险管理部。
- 4月15日起组织各部门抽出专人进行为期4天的专项自查，4月19日形成自查报告，4月20日上报分行。

（一）信贷业务的合规性

（二）理财业务的合规性

xxx支行在理财业务办理过程中，严格按照总行规定的业务流程操作，充分提示客户理财产品的存在的风险，在首次购买

理财的客户进行风险评估，每笔理财业务所有凭证当日上传风险监控系統，总行对业务操作的合规性进行监督。

xxx支行的理财销售由柜员持银行从业考试合格的《个人理财》资格证办理。在销售理财的环节上，对于三个月以上的理财业务的办理□xxx支行的监控影音资料存储周期达不到理财产品到期的时限。

### （三）其他业务的合规性

资产类业务。投资类业务、同业业务暂无。

负债类业务。大额存款存入时，经办人员和授权人员双人操作并核对存入现金的数量，核对现场客户身份信息并进行身份证联网核查。支取5万以上须经授权，授权人员授权时需使用指纹进行授权，在授权环节中进行二次核对，无违规现象不存在风险隐患。

表外资产业务。银承、保函、信用证暂没有发生。

结算类业务。1. 票据业务暂未发生；2. 开户管理□xxx支行自xxx成立以来个人及对公结算账户的开立及撤销严格按照制度执行。在自查过程中，发现在xxx成立之前有部分年度的对公结算账户客户资料不全、未年检、临时账户超期的情况；3. 对账管理。年初以来xxx支行月对账率能够按照制度要求达到100%，季对账率达到70%。

财务管理。能够按照分行年初制定的费用标准进行列支，支行财务支出由支行长进行审批，记账人员记账后由分行审核，按照规定需要分行审批的费用报分行审批后进行账务处理，自查不存在不合规的情况。

内部控制。根据总、分行内控制度文件，制订了支行的内控制度，涵盖了各部门、各岗位，能够严格执行岗位制约约束，

防范风险隐患。

案防管理。严格执行《安全保卫工作实施细则》规定，各项制度及应急预案健全，定期测试110报警系统保证良好运行，消防、自卫器材配备齐全，能够定期调阅监控录像并进行应急预案演练。目前□xxx支行存在自助设备客户区无应急报警按钮，营业室窗口监控针对点钞机计数显示不清晰，二楼开放办公区监控存在死角问题。

信息科技管理。操作系统、设备、通讯等维护工作统一由分行科技部管理。支行机房由专人负责，定期检查网络及监控系统运行情况，发现问题能够及时上报分行科技部门。

国际业务合规性。自查范围涉及全部已开展的各类业务，在经常项目项下、外币现钞业务、个人结售汇业务、国际收支申报等方面都能够严格执行xxx国际业务各项规定及外管政策要求，遵循“了解自己的客户”、“了解客户的业务”、“尽职审查”的准则，能够严格审核贸易背景并留存资料备查，内控制度和业务操作规程健全。

无违规金额发生。

无违规责任人。

从此次自查情况来看□xxx支行能够较好的严格执行总、分行的各项规章制度，避免了经营管理工作中发生违规现象。

理财销售提示风险环节上，监控存储周期较短可能存在未来潜在的纠纷问题，近期上报分行采购存储量较大的硬盘□xxx成立之前有部分年度的对公结算账户客户资料问题□xxx支行正在对不合规的账户进行清理和整改中；季对账率未达到100%问题，继续抓紧与企业联系，对于无法取得联系且一年未发生业务的账户，在符合转入久悬账户管理的进行清理，对于发生业务较少账户不打算再使用的建议客户办理销户，

在较短的时间内提高xxx支行的对账率；监控及报警系统问题已上报分行相关部门等待解决。

在今后的工作中□xxx支行将严格按照自查内容，防控关键、薄弱环节，坚决杜绝违规现象的发生。

## 合规管理年度工作报告篇七

刚才听了各位省级经理的述职报告，很高兴在大家的一致努力下，各销售部的工作都取得了很大的进展，但同时也暴露了不少问题，在我谈问题之前，我想首先强调的是，我们第一批销售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，目前的实际情况是大家都各有优势和劣势，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，因此，希望大家重视这次学习和交流的机会，毫无保留地、开诚布公地来相互学习和总结。下面，我将从三个方面谈一点自己的看法，与大家共同交流和探讨。

### 一、统一思想，端正态度

1、关于态度在大家的述职和相互交流的过程中，反映出了工作中很多的困难和问题，比如市场网络、招标、药事会的召开时间……，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。有这样一个故事：一个公司在招聘人员的过程中，经过重重面试最后还剩下三个人，该公司是生产梳子的，最后一道考试题便是谁能把梳子卖给和尚。半个月后，三个人都回来了，结果分别如下：甲：经过努力，最终卖出了一把梳子。（在跑了无数的寺院、推销了无数的和尚之后，碰到一个小和尚，因为头痒难耐，说服他把梳子当作一个挠痒的工具卖了出去。）

乙：卖出了十把梳子，

(也跑了很多寺院，但都没有推销出去，正在绝望之时，忽然发现烧香的信徒中有一个女客头发有点散乱，于是对寺院的主持说，这是一种对菩萨的不敬，终于说服了两家寺院每家买了五把梳子。)

丙：卖了1500把，并且可能会卖出更多。(在跑了几个寺院之后，没有卖出一把，感到很困难，便分析怎样才能卖出去?想到寺院一方面传道布经，但一方面也需要增加经济效益，前来烧香的信徒有的不远万里，应该有一种带回点什么的愿望。于是和寺院的主持商量，在梳子上刻上各种字，如虔诚梳、发财梳……，并且分成不同档次，在香客求签后分发。结果寺院在应用之后反响很好，越来越多的寺院要求购买此类梳子。)

态度决定一切。大家知道，在处方药的市场管理当中，常见的管理方式有预算制和承包制两种。我们公司采用预算制的形式，即由公司承担着整个市场的风险，以此为基点，公司要建设好队伍，并达成目标，就需要运用管理工具对大家进行管理，并且也有权利管理到大家的每一个工作日。

在前阶段的工作中，销售部或多或少地体现出一种等靠要的心态，遇到难题就消极地等待，或是想靠朋友、靠公司来解决，或是千方百计向公司要政策、要钱。不错，我们在市场运作的初期有不少的问题，但如果什么问题都没有，还需要我们大家来干什么?如果作为一个省级经理，成天在自己的队伍和客户面前怨天尤人，怎能带领好队伍?大家的表现牵涉到每个人，不要因此耽误了公司、上级、下级以及自己将来的发展。

## 合规管理年度工作报告篇八

### 一、个人心态方面

年初当房产政策存在波动期的时候，当时内心坚定的相信房地产行业不会因为各种政策而受到影响，因此工作期间表现出来的都是充满信心充满激情，因为相信这次房产调控不会持续太长时间，在不久的将来便会过去，但是随着房产调控政策的不断深入，对房地产行业的影响持续加大，自己的心态也随着房产行情的转冷而变的不再充满信心和富有激情了，因此无论是在工作上还是在生活上都比较失落，深知自己作为一个项目部销售负责人，自己的失落情绪和不自信都会在空中无形中影响到整个团队的士气。

自己虽故作坚强和自信，但是仍掩饰不了内心的彷徨，因此对因自己的心态问题而影响到团队的情绪和士气进行深刻的自我批评。

## 二、团队管理方面存在的问题

### 1、招聘面试方面的不足

自己在招聘面试的时候缺少精心的设计和安排，有时候自己也不加重视，总是奔着你情我愿的想法，没有必要跟面试者讲太多，正是因为自己的不重视应聘这个环节从而导致一部分优秀人员的流失，也给人事部门增添了不少麻烦！

### 2、团队培训工作方面的不足

没有计划的培训、没有目的的培训、没有统筹准备的培训。

对团队的打造目标不明确比较笼统，培训的计划做的更加笼统，因此在培训工作开展时想到什么就培训什么，感觉团队缺少什么就培训什么，有的时候很少培训，有的时候即使天天培训也达不到培训的预期和效果。不但增加了工作人员的负担更影响了工作人员的心情。

对于培训没有一个长期统筹的安排和布置，自己也没有提前

做好充足的准备工作。自己不但没有得到锻炼，使主管也得不到相应的磨练更使整个团队裹足不前。也没有研究过老销售和新人进行区别培训，导致新人学习难度增大老销售也感觉付出了时间却得不到较好的效果。

### 3、监督、督促工作方面的不足

很多事情都是及时的安排下去，但是没有给予及时的督促和监督，导致安排下去的事情做的不理想甚至是基本上没有完成。例如销售人员的约电约客问题，自己很少去督促和检查他们的来电来客，导致销售人员在这方面的工作开展的不是很理想。有的销售人员甚至很长时间对客户都不进行约访，损失了公司难得的客户资源。

### 4、及时总结学习方面的不足

当工作期间遇到一定难题的时候，自己很少去总结学习更谈不上将自己总结的东西传授给团队，有时候难题过去就过去了，不再过多的进行回顾总结和传授。

当遇到问题客户的时候，总是想尽一切办法给予解决但总是忽略产生这些问题的根源在那，因而重复的问题不断出现，如何将该问题在前期解决掉或避免该问题的产生自己却不作总结和传授。

### 5、公司制度的执行和落实方面的不足

例如有的工作人员偶尔迟到三五分钟，但出于不忍心就不再严格按照公司制度给予其罚款，从而导致了其它销售人员心理不平衡，给管理工作带来了一定的困难。

究其原因做为一名销售部负责人首先必须严格按照公司的管理制度进行相应的处罚，对其违纪行为视而不见于心不忍不给予其进行罚款可实际上就是在纵容其行为，因此对于我来

说是一种失职行为。

卫生虽然每天都在做，但是维护效果比较差，刚到中午时分售楼处的卫生已经开始变差，追根究底这都是我的监督和督促管理工作不到位，导致工作人员在这方面的意识比较差。

公司最基本的管理制度自己都因为种.种原因执行和落实不到位，更谈不上让自己的团队按照制度去严格要求自己。

## 6、销售一线工作出现的问题敏感性不足。

由于销售一线工作灵活多变，因此需要根据实际情况及时制定出相应的制度策略。在这方面自己的主动积极意识存在很大的欠缺，总是习惯于领导将工作安排完事以后自己才去执行，不动脑子去想过多事情，从而使很多工作做起来很被动。

例如销售一线产生分单情况很正常，但是明知之前定的一些分单制度不是很完善，但是自己作为一个销售经理仍不认真去研究和完善以前的分单制度，从而导致在销售出现分单情况后没有一个共识的制度参考，只能根据实际情况进行平均分配，这样在一定程度上也影响了销售人员的工作情绪和积极性。

## 7、对不同职位的工作人员管理层次不清。

销售和主管按照统一标准要求和管理，因此不能使主管的职能和角色充分的体现和发挥出来，从而使主管不仅体会不到自身的价值，同时也降低了主管工作的积极性。

例如当我调入xx项目的时候共10名工作人员其中三名主管，如何使一个主管在团队当中更好的发挥自己的才华?如何使一个主管通过自己的实践管理得到迅速的提高?这些自己都没有认真的想过，更没有认真的做过，以至于三名主管在团队中起不到任何主管的职责作用更发挥不出主管应有的水平，反



而使主管心生埋怨对他们的关心不够。由于自己的不严格管理导致团队松散，这些都是我不可推卸的责任。

## 8、团队之间的沟通也存在很大的缺陷。

曾经也认真制定过与工作人员之间的沟通计划，但是实施一段时间后便抛向脑后，感觉沟通纯粹是在浪费时间，但事实却让我倍感遗憾。xx项目7月份施行末尾淘汰制，当时每个人压力都非常巨大，因为每个人会面临着同样一个被淘汰的结局，尤其到月末的时候xx主管和两名销售人员都没有业绩，自己也观察到末尾淘汰已经影响到了他们的工作状态，但是自己仍没有主动找到他们与其进行良好的沟通，更谈不上排解他们的压力，因此最终导致xx心态即将达到崩溃的边缘。

通过这件事才让我深刻的意识到及时的沟通是多么的重要，而作为一名销售经理对下属如此漠不关心，导致下属出现这种严重情绪深表自责。

通过团队管理失败的教训让我深刻的领悟到严格是爱，宽松是害这句话的含义。

## 三、案场管理方面的不足

### 1、案场谈客监督及把握方面的不足

往往当问题客户出现的时候，自己才想办法给予解决，但是在案场自己很少全程及时的给予销售人员的谈客进行指导，也很少提示或组织其它销售人员给予适当的造势来创造氛围，同时也缺少谈客过程中关键点的把握，从而增加了销售人员的谈客难度也降低了其成交率。

对于销售人员的谈客自己也很少及时给予点评，也很少组织其它销售人员给予及时的旁听来提高自己的谈客技巧。

## 2、案场问题客户处理方面的不足

当出现问题客户的时候自己往往缺少耐心的给予解释和解决，这样不仅使客户得不到安抚同时更激化了客户与公司之间的矛盾。例如xx业主因为自己买的房得不到采光对公司的意见较大，当客户非常急躁的向我们诉说的时候，我反而说出了更加难听的话，致使业主与我公司矛盾更加激化，使问题更加难以解决。为此给公司带来的不好影响深感惭愧。

## 四、执行力方面的不足

公司一直有种观念叫不在理解中执行就在执行中去理解，强调的是执行力必须要强。但自我批评的是我的执行力存在严重滞后的问题，我深刻的意识到自己办事比较拖沓，总有一种不到最后一刻绝不完成的想法，因此对领导安排或者其它的事情总是能往后拖就往后拖，例如x总让把xx小区的用材实物展示出来，但是自己不予重视，感觉摆出来也没什么必要，就拖沓的不予及时执行。深知自己拖沓的习惯害人害己，自己也要努力改掉这样拖沓的坏毛病。

## 五、沟通方面的不足

在团队管理中提到这点不足，但在这我还要着重谈一下沟通中存在的不足。

首先是跟领导之间的沟通存在一定的不足，有时候自己产生某种想法想和领导沟通，但又怕领导否定自己的观点，因此总是在和领导沟通中犹犹豫豫不敢发表自己的观点和见解，当领导否定自己观点的时候自己也就不再为自己的观点找佐证，由于自己的这种心理导致自己不能很好的拿出自己的观点和领导进行沟通。

其次是和策划之间的沟通缺失。每当项目部举行营销活动的时候总是策划人员和自己主动沟通，自己却不主动和他们进

行沟通，总是听从于他们的各种观点和见解，不提自己的意见和建议。可以说和他们之间存在沟通缺失，即使当项目销售遇到难题的时候也不想和他们沟通寻找良好的解决方法。

例如在xx一名主管和销售人员之间产生不愉快的时候，自己没有及时发现更没有及时和他们双方之间进行沟通，最后导致主管和销售人员之间矛盾激化，自己才意识到问题的严重性。

## 六、营销策划方面的不足

自己在营销策划知识方面存在严重不足，一个项目销售业绩的好与坏不仅仅和销售人员的谈客能力有关系，更和策划之间有直接的关系，但自己对营销策划知识的了解仅仅是皮毛而已，更谈不上如何组织策划好一个项目。例如在xx中秋节感恩老业主活动中，策划工作基本上都是各位领导及专业的策划人员去做的，而自己却没有任的想法。

产生上述众方面的不足归根结底是自己做事不够用心、对工作不够重视、责任心缺失造成的，甚是愧疚公司及x总对自己的一片良苦用心。同时对自己各方面存在的问题给公司带来不好的影响和造成的损失做出深刻的检讨和提出自我批评。

转眼间20xx年已成为过去成为历史，但我们仍然记得去年一整年的激烈竞争。本行业天气虽不是特别严寒，但大街上四处飘着的招聘条幅足以让人体会到20xx年阀门行业将会是一个大的竞技场，竞争也将更加的白热化。市场总监、销售经理、区域经理，大大小小上千家企业都在抢人才，抢市场，大家切身的感受到了市场的残酷成都，坐以只能待毙。总结是为了来年扬长避短，对自己有个全面的认识。

### 一、任务完成情况

今年实际完成销售量为5100万，其中一车间球阀2100万，蝶

阀1200万，其他1800万，基本完成了今年初既定的目标。

球阀常规产品比去年有所下降，偏心半球增长较快，锻钢球阀相比去年有少量增长；但蝶阀销售不够理想（计划是在1500万左右），大口径蝶阀（dn1000以上）销售量很少，软密封蝶阀有少量增幅。

总的说来是销售量正常，oem增长较快，但公司自身产品增长不够理想，“双达”品牌增长也不理想。

## 二、客户反映较多的情况

对于我们生产销售型企业来说，质量和服务就是我们的生命，如果这两方面做不好，企业的发展壮大就是纸上谈兵。

1、质量状况：质量不稳定，退、换货情况较多。如xx客户的球阀、xx客户的蝶阀等，发生的质量问题接二连三，客户怨声载道。

2、细节注意不够：如大块焊疤、表面不光洁，油漆颜色出错，发货时手轮落下等等。虽然是小问题却影响了整个产品的质量，并给客户造成很坏的印象。

3、交货不及时：生产周期计划不准，生产调度不当常造成货期拖延，也有发货人员人为因素造成的交期延迟。

4、运费问题：关于运费问题客户投诉较多，尤其是老客户，如xx等人都说比别人的要贵，而且同样的货，同样的运输工具，今天和昨天不一样的价。

5、技术支持问题：客户的问题不回答或者含糊其词，造成客户对公司抱怨和误解，xx等人均有提到这类问题。问题不大，但与公司“客户至上”“客户就是上帝”的宗旨不和谐。

6、报价问题：因公司内部价格体系不完整，所以不同的客户等级无法体现，老客户、大客户体会不到公司的照顾与优惠。

### 三、销售中的问题

经过近两年的磨合，销售部已经融合成一支精干、团结、上进的队伍。团队有分工，有合作，人员之间沟通顺利，相处融洽；销售人员已掌握了一定的销售技巧，并增强了为客户服务的思想；业务比较熟练，都能独当一面，而且工作中的问题善于总结、归纳，找到合理的解决方法。xx在这方面做得尤其突出。各相关部门的配合也日趋顺利，能相互理解和支持。好的方面需要再接再厉，发扬光大，但问题方面也不少。

#### 1、人员工作热情不高，自主性不强。

上班聊天、看电影，打游戏等现象时有发生。究其原因，一是制度监管不力，二则销售人员待遇较低，感觉事情做得不少，但和其他部门相比工资却偏低，导致心理不平衡。

#### 2、组织纪律意识淡薄，上班迟到、早退现象时有发生。

这种情况存在公司各个部门，公司应该有适当的考勤制度，有不良现象发生时不应该仅有部门领导管理，而且公司领导要出面制止。

#### 3、发货人员的观念问题：

发货人员仅仅把发货当做一件单纯任务，以为货物出厂就行，少了为客户服务的理念。其实细节上的用心更能让客户感觉到公司的服务和真诚，比如货物的包装、清晰的标记，及时告知客户货物的重量，到货时间，为客户尽量把运输费用降低等等。

#### 4、统计工作不到位，没有成品或半成品统计报表，每一次销

售部都需要向车间询问货物库存状况，这样一来可能造成销售机会丢失，造成劳动浪费，而且客户也怀疑公司的办事效率。成品仓库和半成品仓库应定时提供报表，告知库存状况以便及时准备货品和告知客户具体生产周期。

5、销售、生产、采购等流程衔接不顺，常有造成交期延误事件且推脱责任，互相指责。

6、技术支持不顺，标书图纸、销售用图纸短缺。

7、部门责任不清，本末倒置，导致销售部人员没有时间主动争取客户。

以上问题只是诸多问题中的一小部分，也是销售过程中时有发生的问题，虽不致于影响公司的根本，但不加以重视，最终可能给公司的未来发展带来重大的损失。

#### 四、关于公司管理的想法

我们xx公司经过这两年的发展，已拥有先进的硬件设施，完善的组织结构，生产管理也进步明显，在温州乃至阀门行业都小有名气。应该说，只要我们战略得当，战术得当，用人得当，前景将是非常美好的。

“管理出效益”，这个准则大家都知道，但要管理好企业却不是件容易的事。我感觉公司比较注重感情管理，制度化管理不够。

严格说来公司应该以制度化为基础，兼顾情感管理，这样才能取得管理成果的最大化。就拿考勤来说，卡天天打，可是迟到、早退的没有处罚，加班的也没有奖励，那么打不打卡有什么区别？不如不打。又如员工工作怠慢没人批评指正，即使有人提起最后也是不了了之，这是姑息、纵容，长此以往，公司利益必然受损。

过程决定结果，细节决定成败。公司的目标或者一个计划之所以最后出现偏差，往往是在执行的过程中，某些细节执行的不到位所造成。老板们有很多好的想法、方案，有很宏伟的计划，为什么到了最后都没有带来明显的效果？比如说公司年初订的仓库报表，成本核算等，开会时一遍又一遍的说，可就是没有结果，为什么？这就是政令不通，执行力度不够啊。

这就是为什么国内企业最近几年都很关注“执行力”的一个重要原因，执行力从哪里来？过程控制就是一个关键！

完整的过程控制分以下四个方面：

### 1) 工作报告

相关人员和部门定期或不定期向总经理或相关负责人汇报工作，报告进展状况，领导也抽出时间主动了解进展状况，给予工作上指导。

### 2) 例会

定期的例会可以了解各部门协作情况，可以共同献计献策，并相互沟通。公司的例会太少，尤其是纵向的沟通太少，员工不了解老总们对工作的计划，对自己工作的看法，而老板们也不了解员工的想法，不了解员工的需要。

### 3) 定期检查

计划或方案执行一段时期后，公司定期检查其执行情况，是否偏离计划，要否调整，并布置下一段时期的工作任务。

### 4) 公平激励

建立一只和谐的团队，调动员工的积极性、主动性都需要有一个公平的激励机制。否则会造成员工之间产生矛盾，工作

之间不配合，上班没有积极性。就我的个人看法，我认为销售部的工资偏低，大环境比较行业内各个阀门厂销售人员的待遇，小环境比较公司内各部门的待遇。

虽然销售部各员工做得都很敬业，实际上大家内心都有一些意见。如果公司认为销售部是一个重要的部门，认可销售部员工的辛苦，希望能留住那些能给公司带来利润的销售人员，那么我建议工资还是要有相应调整，毕竟失去一位员工的损失太大了。

另外一个方面就是公司管理结构和用人问题。由于公司自身结构的特殊性，人事管理上容易出现越级管理、多头管理和过度管理等现象。

越级管理容易造成部门经理威信丧失，积极性丧失，最后是部门内领导与员工不融洽，遇事没人担当责任；多头管理则容易让员工工作无法适从，担心工作失误；过度管理可能造成员工失去创造性，员工对自己不自信，难以培养出独当一面的人才。

以上只是个人之见，不一定都对，但我是真心实意想公司未来的发展，一心一意想把销售部搞好，为公司也为自己争些体面，请各位老总们斟酌。

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，过去的20xx年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。

20xx年对于白酒界是个多事之秋，虽然xx年的全球性金融危机的影响已有所好转，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动。

在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和



忧伤、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨。

## 一、负责区域的销售业绩回顾与分析

### (一)业绩回顾

- 1、整年度总现金回款110多万，超额完成公司规定的任务；
- 2、成功开发了四个新客户；
- 3、奠定了公司在xx□以xx为中心的重点区域市场的运作的基础工作；

### (二)业绩分析

- 1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。

主要原因有：

a □上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于xx□但由于xx市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了xx市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又无奈放弃。直至后来选择了xx“xx副食”，已近年底了！

b□新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)；

- 2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很差。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。

俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在xx已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于xx年11月份决定以xx为核心运作xx市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

## 二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下□xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了一定程度的提升，同时也存在着许多不足之处。

- 1、心态的自我调节能力增强了；
- 2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；
- 3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；
- 4、对整体市场认识的高度有待提升；
- 5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

## 三、工作中的失误和不足

### 1□xx市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。

在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再

加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——xx而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

## 2□xx市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护——)且xx一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

## 3□xx市场

(2) 没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个xx年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

## 四、xx年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致xx年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

2□xx□自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

3□xx□同xx

4□xx□尚未解决

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。

## 五、“办事处加经销商”运作模式运作区域市场

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等；

办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，业务人员本土化；

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群；

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户；

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用；

## 六、对公司的几点建议

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性；

3、集中优势资源聚焦样板市场，真正做到“重点抓、抓重点”；

4、注重品牌形象的塑造。

总之20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，站在xx年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累。

在公司工作了很多年了，从一个小小的业务员走到现在公司销售经理的位置，付出了多少努力和汗水，也许只有我自己知道了。不过我可以这样说，我付出的努力是常人的几倍，我才在自己的工作岗位上取得了一定的成功。

这一年走过来，酸甜中夹杂着汗水，努力和付出就会有回报，对我来说，在过去的一年取得的成绩还是很不错的，我觉得自己做的还是很好的。

一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作。

作为一名销售经理，自己的岗位职责是：

- 1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；
- 2、努力完成销售管理办法中的各项要求；
- 3、负责严格执行产品的出库手续；
- 4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；
- 5、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度；
- 6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；
- 7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量销售经理工作好坏的标准，自己始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其它销售经理勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己能积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过实践证明作为销售经理技能和业绩至关重要，是检验销售经理工作得失的标准。今年由于举办奥运会四个月限产的影响，加之自己对市场的瞬息万变应对办法不多而导致业绩欠佳。

二、明确客户需求，主动积极，力求保质保量按时供货。

工作中自己时刻明白销售经理必须有明确的目地，一方面积极了解客户的意图及需要达到的标准、要求，力争及早准备，在客户要求的期限内供货，另一方面要积极和客户沟通及时了解客户还款能力，考虑并补充完善。

三、正确对待客户投诉并及时、妥善解决。

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以销售经理应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照公讣制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

四、认真学习我厂产品及相关产品知识，依据客户需求确定代理的产品品种。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对公司生产的涂料产品的用途、性能、参数基本能做到有问能答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、价格和施工要求。

五、涂料产品市场分析

涂料产品销售区域大、故市场潜力巨大。现就涂料销售的市

场分析如下：

### (一) 市场需求分析

涂料应用虽然市场潜力巨大，但北京区域多数涂料厂竞争已到白热化地步，再加之奥运会过后会有段因奥运抢建项目在新一年形成空白，再加上有些涂料销售已直接威胁到我们已占的市场份额，虽然我们有良好的信誉和优良品质，但在价格和销售手段上不占优势，销售任务的加30%，销售经理的日子并不好过；可是我们也要看到今年取得三合一认证，为明年打拼多了份保障，如果上三版市场，资金得到充分的支持，还是有希望取得好销售业绩的，关键是公司给销售经理更大更有力的支持和鼓舞。

### (二) 竞争对手及价格分析

这几年通过自己对涂料市场的了解，涂料生产厂家有二类：一类进口和合资品牌如杜邦、上海开林、上海国际、海虹等，此类企业有较强实力，同时销售价格下调，有的销售价格同我公司基本相同，所以已形成规模销售；另一类是和我公司生产产品相等，此类企业销售价格较低。

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他销售经理和同行学习。

一、本年度销售经理工作总结xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的销售经理工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的销售经理工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把销售经理工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的销售经理工作做的更好。下面我对一年的销售经理工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司销售经理工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有xx销售经验的，

仅凭对销售工作的热情，而缺乏xx行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教xx经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对xx市场有了一个大致的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于xx市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

二、部门工作总结在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面



在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败□xx产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在销售经理工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月xx天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写销售工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售经理工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

三、市场分析现在xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，

牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。在xx区域，我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在xx开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比xx小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

### 1、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的销售经理工作中建立一个\*\*\*，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

### 2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对销售经理工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

### 3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在销售经理工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4、在地区市建立销售，服务网点。(建议试行)根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5、销售目标 今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的销售经理工作模式与工作环境是工作的关键。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

## 合规管理年度工作报告篇九

### 2011营销总监销售销售工作报告

刚才听了各位省级经理的述职报告，很高兴在大家的一致努力下，各销售部的工作都取得了很大的进展，但同时也暴露了不少问题。在我谈问题之前，我想首先强调的是，我们第一批销售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，目前的实际情况是大家都各有优势和劣势，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。因此，希望大家重视这次学习和交流的机会，毫无保留地、开诚布公地来相互学习和总结。下面，我将从三个方面谈一点自己的看法，与大家共同交流和探讨。

## 一、统一思想，端正态度

1、关于态度在大家的述职和相互交流的过程中，反映出了工作中很多的困难和问题，比如市场网络、招标、药事会的召开时间……，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。有这样一个故事：一个公司在招聘人员的过程中，经过重重面试最后还剩下三个人，该公司是生产梳子的，最后一道考试题便是谁能把梳子卖给和尚。半个月后，三个人都回来了，结果分别如下：甲：经过努力，最终卖出了一把梳子。（在跑了无数的寺院、推销了无数的和尚之后，碰到一个小和尚，因为头痒难耐，说服他把梳子当作一个挠痒的工具卖了出去。）

乙：卖出了十把梳子。（也跑了很多寺院，但都没有推销出去，正在绝望之时，忽然发现烧香的信徒中有个女客头发有点散乱，于是对寺院的主持说，这是一种对菩萨的不敬，终于说服了两家寺院每家买了五把梳子。）

丙：卖了1500把，并且可能会卖出更多。（在跑了几个寺院之后，没有卖出一把，感到很困难，便分析怎样才能卖出去？想到寺院一方面传道布经，但一方面也需要增加经济效益，前来烧香的信徒有的不远万里，应该有一种带回点什么的愿望。于是和寺院的主持商量，在梳子上刻上各种字，如虔诚梳、发财梳……，并且分成不同档次，在香客求签后分发。结果寺院在应用之后反响很好，越来越多的寺院要求购买此类梳子。）

态度决定一切。大家知道，在处方药的市场管理当中，常见的管理方式有预算制和承包制两种。我们公司采用预算制的形式，即由公司承担着整个市场的风险，以此为基点，公司要建设好队伍，并达成目标，就需要运用管理工具对大家进行管理，并且也有权利管理到大家的每一个工作日。

在前阶段的工作中，销售部或多或少地体现出一种等靠要的。

心态，遇到难题就消极地等待，或是想靠朋友、靠公司来解决，或是千方百计向公司要政策、要钱。不错，我们在市场运作的初期有不少的问题，但如果什么问题都没有，还需要我们大家来干什么？如果作为一个省级经理，成天在自己的队伍和客户面前怨天尤人，怎能带领好队伍？大家的表现牵涉到每个人，不要因此耽误了公司、上级、下级以及自己将来的发展。