

2023年卷烟厂销售总监年度工作总结报告 (模板8篇)

自我总结可以帮助我们审视自己的目标是否达成，并提出改进的方案。如果你正在为学校总结找不到切入点，以下是小编为大家整理的一些范文，供大家参考。

卷烟厂销售总监年度工作总结报告篇一

本年度圆满完成了公司下达的各项目标和任务，市场完成任务率达95%，保底任务完成率达100%，超额110%，团队新增人员200余人，有效业务员达75%，新增业务主管20余人。

本年度工作存在的问题：

- 1、市场发展不均衡。
- 2、个别市场专职人员为了私人利益，压制团队发展，影响了核心力量培养。
- 3、由于市场之间以及市场内部不正当竞争，造成市场死单率明显上升。
- 4、深层次挖掘业务员力度不够。
- 5、公司各部门配合协调力度不够。

根据20xx年度的工作情况以及存在的各种问题做出20xx年工作计划安排：

- 1、深度挖掘本辖区内新营销人员数量并提高质量。
- 2、积极组织各类培训，提高本辖区内的团队素质。

- 3、保证团队的凝聚力及团队新营销人员每月递增
- 4、加强和第一线业务员面对面沟通，对所服务市场加强监督力度。
- 5、和现场配合，从老客户中培养新生资源。
- 6、及时对公司的各种销售方案和管理制度提出合理化建议。
- 7、在本辖区内充分贯彻优胜劣汰的用人机制。
- 8、第一时间处理市场的. 各类问题。
- 9、按时参加公司的各种会议，保证上通下达。
- 10、完成公司下达的各项目标任务，收集反馈本辖区内各市场情况。

卷烟厂销售总监年度工作总结报告篇二

本文从网络收集而来，上传到平台为了帮到更多的人，如果您需要使用本文档，请点击下载按钮下载本文档（有偿下载），另外祝您生活愉快，工作顺利，万事如意！

- 1、抓住企业的关键人物，并不代表对其他人员可以置之不理，关系要作到上下贯通。把项目负责人作成朋友，把一把手做成哥们儿抓关键人物主要为签单，与其他人员处好关系是为了后期能更好实施项目。但做关系一定要往上走，不能在没有决定权的人（如项目经理）身上浪费太多时间，一般来说拜访企业三次仍未见到企业决策人，此单可以考虑放弃。
- 2、销售人员是否能见到企业老总，要看销售员是否有能力、资格和自信，这就需要销售员具备知识性、社会性、综合性和多面手的能力。

3、第一次见面很重要，销售人员要把客户送回家，尽量收集信息，谈客户最关心的问题，销售人员第一次见客户，最好不要演示产品。第二次见面谈话可轻松，第三次拜访还未见到老总，就算失败。

4、第一次见老总，最好不要超过5分钟，但要充分展示个人魅力，如果对方没有让你坐，最好站着。如果企业信息中心的人堵着你不让你见老总，说明对信息中心的人关系没有搞定。

5、第二次见面要分析负责人的资料：

1) 年龄：决定思维方式和做事态度；

2) 性格：决定如何打交道；

3) 企业待遇情况：决定消费观念；

4) 婚姻状况：能了解家庭信息，拉近关系，如孩子大小，男孩还是女孩；

5) 学习任务：决定心态；

6) 工作任务、业余爱好、企业地位、社会关系：决定企业的心态；

6、虽说销售一般讲三分价格、七分技术、十二分的关系：在决定企业的投资规模后，认为与我们的报价比较符合的情况下我们才考虑是否跟踪该客户，所以价格是第一关应该解决的问题。在确认了投资规模后，需要在技术上得到企业的基本认可，所谓技术是敲门砖就是这个道理，如果技术要求相差太远，也会比较棘手，但在各家软件供应商的技术基本上

能够满足企业要求的情况下，最关键的因素就取决于关系，哪家供应商和企业的决策人和有影响力的人物关系做的好，签单的成功率就高。中国企业就是这样，其实外国企业也不例外，前期关系的深入也有利于项目的后期实施和回款。但在私营企业对价格一般会比较敏感，如果与其他供应商报价相差太远，也会成为签单-----成功重要制约因素。

7、对正在选型的企业，要抓住对方的症结，即抓住自己的卖点，即不买我们的产品、你就会（省略号）。

8、个人包装：外包装（公司制度）、内包装（靠个人学习，提高个人素质，丰富知识结构）。

9、销售人员每天都要总结，才会不断提高。

10、销售人员的基本素质：敢斗，斗不死，但不要盲目的。

11、跟单心态：

本文从网络收集而来，上传到平台为了帮到更多的人，如果您需要使用本文档，请点击下载按钮下载本文档（有偿下载），另外祝您生活愉快，工作顺利，万事如意！

卷烟厂销售总监年度工作总结报告篇三

我只是一个销售，一个想做superslaes的业务员，喜欢刺激和残酷。

这一年我和我的团队就像严冬里_露在外的手和脸。承担大部分户外作业和外联类作业，零距离直面来自网友和客户的考验。这张脸是否面色红润，这双手是否温暖而有力，如果面色腊黄，双手冰凉，只能传递一个信息，这个人身体孱弱，

健康不佳。这不是给脸美白和给手带手套就能解决的问题，洞其缘由，是不是身体的营养供给有问题，是否贫血。扪心自问：20_年我和我们管理团队和产品本身是否能提供给新注入的销售力量以强健的体魄和健康而自信的形象。不畏不惧地跟狭路相逢的对手过招，跟业界精英比美，太难了。我真不想让我的团队人员像多年前的自己一样去走那样的路，去一次次面对客户的冷脸，拒绝和讥讽。可我却没有捷径，很庆幸他们跟我一路走过，不抛弃，不放弃。

这一年太过繁忙，进医院的次数比过去的25年都多，近几个月身体总在抗拒大脑的指令，会忘记带手机，会崩盘，会死机。活动扎堆，小姑娘们很辛苦，我从头到尾除落了两场活动外都到场，为的是给他们鼓励，让她们看到起码还有我。

我是个不善人际管理的人，不懂手腕和管理艺术，我知道我要什么便会讲什么，而不懂应该先讲我不要a□c不太好□d也不行，所以呢你要……。我坚持销售和客户类团队只有两种人能领导□superslaes和专业尖子。我以我只能按自己的能力先照着这两样做，保证自己业绩，专业，市场最精。

销售团队不像客服团队如此稳定，今年折腾得比较厉害，虽然我爱折腾，可却不喜欢这类活动。我的原因，公司原因，调整很大，分分合合去去留留，制度定了改改了定，我逃不了干系，只能人动我不动，人闹我干活。今年浪费了太多的时间在很多无谓的事情，错过了重要优质客户的签约时机，损失巨大，无法弥补，这是我今年最悔恨的事情，我应该更强势的以简单直接的办法达成目标，起码我不会面对年终数字的时候望零兴叹。

销售人员一年的辛酸辛苦，只能靠最后的几个数字来慰藉，其它的一切都无法弥补它所带来的经济和精神损失。20_，应该更纯粹，更简单，目标感更强，不择手段，不顾后果，只有这样才可能成就企业，慰藉自己。

年初胆怯的拿着公司资料去找原本很相熟的客户洽谈却仍然心里没谱，忧心忡忡的日子还历历在目。我还记得年初我咬牙闭眼向多年的朋友乞讨3500块广告支持时，心中的窘迫，我暗自发下的誓言，我一定会以全新的姿态回来在合约后加两个0。我相信这一定不只是誓言。

我曾一度怀疑自己是否有人格分裂的症状，我对自己的生活甚至一切都可以凑和，无度的随意，而面对客户的要求我会变得无比苛刻，没有人比我知道，我有多渴望客户给一个认可，我有多渴望那合约上的一枚红章。签约的兴奋，像毒品一样，让我愿意在不出卖肉体 and 人格的底线下，不惜一切代价，甚至牺牲健康，家人，时间，同事和朋友，我没有选择，也我根本没有愿赌服输的气魄，我决不允许自己在市场上输掉，在同行里输掉。

我的偏执导致我在内部沟通会存在一些不必要的障碍，这是我以前所不必考虑的事情。这给我带来了许多困难和麻烦，八前年我像安妮海瑟薇一样懵懂空白的进入销售行业，我的直接领导从店长，经理，总监，变为总经理，老板，有趣的是他们都是女性，每个阶段的我，都觉得他们都是穿prada有女魔头，可时过境迁，当我逐渐成长，却也在每个职业阶段都希望自己像他们一样成功。我习惯了女性管理的感性细致，沟通方法，也耳濡目染了些工作方法和职业习惯。然而企业风格就是老板风格这的确没错。_就之于管理者风格一样大气，不拘小节，不拘一格，重义气，讲感情，更重语气和表达方式，重创意，轻利益，重nb□轻实效。我在努力改变我过去8年受过的教育，去习惯和适应这种气氛。这一年成效有一些但不够显著。我会愿意承认错误了，很轻_愿意，但其实我很享受在经历矛盾和争执的过程里产生的快感，甚至上瘾的喜欢自己的偏执和强势，这种快感给我力量和鼓励，能够快速而高效刺激我达成目标，很明显，对一个销售来讲再没有什么比目标重要了。

任何一个没有成功坚持从事过销售工作的人，根本无法理解

做销售的艰难，和市场的残酷。更无从知道客户体验和市场需求。销售人员独自在外面对客户在刁难有多么孤独和无助，怎样能让他对面坐的客户都能感受到在他背后有一个强大而专业的团队，他不是一个人不是笑话。业务员之于企业和客户的关系不应该像男人之于正妻和情妇，在纠缠中生存，苦不堪言，却又情非得已缺一不可。利益共同体的达成要靠健康的体系，强有力的支持，利益的捆绑。

最近几周我最常被业内问到的是你们今年多少营业额，没有人问企业的管理细节，人力资源，流量谷峰。年终对决时，化繁为简，数字说话。

20_究于本性，我是堕落的，放弃兴趣，放弃旅行，放弃自由和自我，化妆品和新衣服。

究于数字，25场活动，5场房展会，13个签约客户，年终签约近60万，还勉强能抬起起点头找些尊严，因为在这个时间空间里如果没有这个数字，我便一无所有。

究于成长，被成熟，被进步而以。虽然步伐缓慢，但仍离不开团队的力量和领导的关怀。

关于20_的期待

1、要有更多的客户来公司造访洽谈，我希望映入眼帘的，应该是一尘不染的办公室，我不愿再尴尬的引领客户进门后很不好意思的解释，对不起刚搬公司太乱了。公司和家不一样，我和大家一样享受家里的原生态氛围，但公司应该有个样子。无序混乱尘土满布的陈列，也同样证明了管理的无序和混乱和粗枝大叶。第一印象的机会只有一次，我们都不愿给来面试的人，洽谈的客户，甚至送水工不恰当判断公司的实力、品质和管理。

3、公司是不是可以一起把产品的品质要求和赢利要求一样，

以类似同样的比例和速度提升和进步。以满足市场和客户的需求，让销售人员的市场生存环境稍有改善。

4、20_销售和客服人员不应该只是食物链的末梢组织，领导不能只管来要业绩来要结果便罢，销售而更应该是公司生产的风向标和指挥官，甚至价值衡量。

5、公司是不是可以把每个月的管理改进成绩公布给大家看，让大家知道管理层在做什么，让员工清楚管理者对他们的关心，也让大家更好的理解和配合。

6、打开部门隔阂，全体员工每个人的本职就是服务于客户，市场，也就是服务公司的盈利，只是分工不同罢了，并不是服务销售，这种认识太狭隘了，公司管理者应正确引导，以方便开展工作，提升业绩。

卷烟厂销售总监年度工作总结报告篇四

尊敬的公司各位领导：

我进入xx集团以来，在集团的培育下，现任职石家庄分公司销售部总监，对此，我感到非常的荣幸，也感谢集团公司对我的信任和支持。

销售部是保证分公司正常运转的关键部门，也就是进钱的部门。在这个部门，我需要进行的工作还有很多，那么，首先我先总结一下刚刚过去的，然后我再展望一下已然到来的20。

年是充满挑战的一年，对于我来讲，也是成长最快的一年。在2011年我和公司共同经历了春节、端午节和中秋节，三大节气对我而言，每一个节气都是一次攻坚战。在我和各位同仁的共同奋斗下，取得了以下成果：

2011年在销售部行政管理方面我做出了销售部专用手册和多个销售部表格管理工具，应用到销售部每天的营运管理中。具体工具如下：

1. 销售管理督导部营运手册一本
2. crazyforcustomers的训练考核卡一套（四册）
3. 区店长巡店检查表一份（百分制）
4. 销售管理督导部qa检查表一份（品控）
5. 店长班前检查表一份
6. 导购每日上班流程一份
7. 门店订货系统（应用公式）
8. 销售部促销管理流程（评比）
9. 销售部“亮丽”比赛系统

以上的各个系统在实践中运用中均取得了良好的`效果，为销售额的提升奠定了基础，

总结

时光荏苒，2011年已经悄悄来临，并且第一个月份已即将逝去，在总结过去的时候，我还必须展望一下未来。

2011年对集团公司的上市目标来讲是非常关键的一年，1100万净利润也已经成为了我们分公司必须达成的目标，身为销售部总监的我就要完全的为指标负责，为公司负责，为我自己负责。

2011年的工作任务更为繁重，但我相信在集团总部以及分公司经理的领导领导和各个部门的积极配合下能够顺利完成。大致工作任务为：

1. 原有销售渠道业绩同比2011年上升30%-40%
2. 增加新的业务渠道
3. 新增高质量门店5-8家
4. 石家庄郊区市场拓展
5. 将销售团队打造成一支具有高战斗力的队伍

以上的几个方面综合业绩要实现分公司销售额同比2011年增长50%-80%，因为只有这样才能完成xx集团石家庄分公司的1100万净利润指标。

2011年是集团公司每个人需要完美的展现自己能力的一年，当然我也是其中之一。山不在高，有仙则名；水不在深，有龙则灵。我和我的团队愿做一条具有xx特质的猛龙。

卷烟厂销售总监年度工作总结报告篇五

- 1、抓住企业的关键人物，并不代表对其他人员可以置之不理，关系要作到上下贯通。把项目负责人作成朋友，把一把手做成哥们儿抓关键人物主要为签单，与其他人员处好关系是为了后期能更好实施项目。但做关系一定要往上走，不能在没有决定权的人（如项目经理）身上浪费太多时间，一般来说拜访企业三次仍未见到企业决策人，此单可以考虑放弃。
- 2、销售人员是否能见到企业老总，要看销售员是否有能力、资格和自信，这就需要销售员具备知识性、社会性、综合性和多面手的能力。

3、第p

3) 企业待遇情况：决定消费观念；

4) 婚姻状况：能了解家庭信息，拉近关系，如孩子大小，男孩还是女孩；

5) 学习任务：决定心态；

6) 工作任务、业余爱好、企业地位、社会关系：决定企业的心态；

6、虽说销售一般讲三分价格、七分技术、十二分的关系：在决定企业的投资规模后，认为与我们的报价比较符合的情况下我们才考虑是否跟踪该客户，所以价格是第一关应该解决的问题。在确认了投资规模后，需要在技术上得到企业的基本认可，所谓技术是敲门砖就是这个道理，如果技术要求相差太远，也会比较棘手，但在各家软件供应商的技术基本上能够满足企业要求的情况下，最关键的因素就取决于关系，哪家供应商和企业的决策人和有影响力的人物关系做的好，签单的成功率就高。中国企业就是这样，其实外国企业也不例外，前期关系的深入也有利于项目的后期实施和回款。但在私营企业对价格一般会比较敏感，如果与其他供应商报价相差太远，也会成为签单成功重要制约因素。

7、对正在选型的企业，要抓住对方的症结，即抓住自己的卖点，即不买我们的产品、你就会（省略号）。

8、个人包装：外包装（公司制度）、内包装（靠个人学习，提高个人素质，丰富知识结构）。

9、销售人员每天都要总结，才会不断提高。

10、销售人员的基本素质：敢斗，斗不死，但不要盲目的。

11、跟单心态：

卷烟厂销售总监年度工作总结报告篇六

转眼20xx年已经结束，为了更好的开展下半年的工作，我就上半年的工作做一个全面而详实的总结，目的在于吸取教训、提高自己，以至于把下半年的工作做的更好，完成公司下达的销售任务和各项工作。

1、销售指标的完成情况

上半年在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下□xx市场完成销售额157万元，完成年计划300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%；低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点；中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点；高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

2、市场管理、市场维护

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

3、市场开发情况

上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的xx购物广场，所上产品为52°系列的全部产品；2家酒店是分别是xx大酒店和xx大酒店，其中xx大酒店所上产品为52°的四星、五星□xx年，xx大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

4、品牌宣传、推广

为了提高消费者对“xx酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

5、销售数据管理

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对20xx年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

尽管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水品

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面（尤其是白酒营销方面）的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

xx市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予更多的批评指正、指导和支持。

卷烟厂销售总监年度工作总结报告篇七

时光飞逝□20xx年马上就要落下帷幕。在这一年里，特别感谢公司领导的栽培，让我继续在东西南北的平台上学习并成长，也衷心的感谢我们的团队，感谢大家对我工作的支持以及相互配合与鼓励，更希望明年我们能再接再厉，创造更辉煌的业绩！

20xx是紧张、飞跃的一年，全年我们广州公司一共完成了1800万的销售业绩，较20xx年提高了125%，虽与制定的目标略有差距，有些小小遗憾。但是，市场部门的全体伙伴尽心尽力，不辞劳苦，在工作中发扬了高度的主人翁精神，体现了高度的'责任感，并配合培训部等相关部门较好的完成了各项工作。这些都是应该给予肯定的□20xx是不可复制的一年，这一年中我们的业务水平不断提升、团队精神不断提高、精英队伍层出不穷、也顺利的完成了工作地点的迁移等，这些都充分证明了公司的进步与发展。当然在发展的同时，我们也遇到了一些困难暴露了我们的不足之处：

- 1、产品及设备更新比较慢，满足不了一些客户的需求
- 2、售后服务不够完善，客户投诉较多
- 3、不够了解员工心态，造成人员流失较大
- 4、对于市场的分析及前瞻性不够，不能准确的把控市场
- 5、员工的业务水平高低不等，还需整体提升，避免造成资源的浪费，这些都是我们明年工作的重心。

卷烟厂销售总监年度工作总结报告篇八

今年实际完成销售量为5000万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__客户的球阀，__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__、__、__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，__、__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，__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。

四、关于公司管理的想法

我们双达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，制度化管管理不够。严格说来公司应该以制度化管管理为基础，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只，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，执行力从那里来？过程控制就是一个关键！完整的过程控制分以下四个方面：

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。