

产品经理述职报告晋升p 产品经理述职报告 报告(通用5篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告的格式和要求是什么样的呢？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，我们一起来看一看吧。

产品经理述职报告晋升p篇一

从九月份到现在，我调动到x营销工作已近3个月多月了，在这不算很长的时间里作为个人来说我是十分充实和宝贵的一段经历，加上我在我x的实习工作和在总部的培训加入st集团已经有一年多的工作时间了。如果把我个人的工作认识分成三个阶段，我现在已处第三个阶段。同时我也是按照公司对我们的要求和个人制定的学习计划循序渐进开展工作和锻炼自己。

以下我将从市场层面，渠道层面，和操作层面的门店管理以及财务核对谈谈我个人对我们帅康产品在渠道市场和销售的想法。

建材超市作为电器销售的新兴渠道，市场规模和潜力巨大；从建材渠道来说就分：百安居，乐华美兰，东方家园，好美家，天津家居等子系统，从经营方式来说属于超市类型；而目前还有商铺租赁+部分超市如居然之家，红星美凯龙x康家等。而我们目前所面对的主要是以百安居和东方家园为代表的建材超市。从渠道管理上，建材超市相对国美，苏宁，大中，永乐等电器连锁，扣点较低，开单手续规范，超市相关商品关联性强，家居购物一体化；购物环境好等便利；同时销售容易受季节性影响，消费者认知度（门店数量较少）和接受度相对电器连锁来说不高，尚处于消费者市场成长期。

据调查目前消费者在连锁渠道和在建材超市购买电器的比例为8：2，是机会！挑战！

从当前国家宏观经济发展，尤其是以房地产行业为上游产业发展来说建材渠道将会充满机会和挑战。以x市场百安居x年“五一期间七天满买厨卫电器x送x”活动案例来看，就具有相当的代表性。

分析如下：

具体活动内容是，在百安居购买任何品牌的烟机、灶具、消毒柜，满两千元即可参加返两千元橱柜券的活动。此次的活动百安居自己独自承担，表面上看白安居，我个人对此次活动有几点认识，认为百安居在这次活动中实际上并无严重亏损，首先我们来看一下，此次的返券的几点要求：1、此券仅限于在百安居内购买任何品牌橱柜和橱柜的配件，且不可兑换现金。

2、此券在使用时必须在购买橱柜每满六千元仅能使用两千元抵用券。（不足六千元，此券无效）

3、此券有效期从5月1日—5月15日。

从券的这几点要求来看我认为，首先百安居抓住了大多数的顾客在选购烟机的同时需要订做橱柜，但由于百安居内部的几个品牌的橱柜一般比市面上的橱柜档次要高一点，价格也要高一点，平时有很多顾客是在百安居购买烟机但不在百安居订购橱柜，（因为，购买烟机的顾客远远多于订购橱柜的顾客）所以百安居流失了大量的橱柜顾客。此次的返券活动将烟机于橱柜互动起来，用烟机的销售带动橱柜，形成联动式销售，提高了烟机于橱柜的销售。

其次，关于返券的费用，百安居利用它作为建材超市的整体资源优势，用其他商品的利润来弥补电器返券所流失的利润。

对于百安居的利润xxxx[]我有这么几点认识。第一，提高销售自然可以弥补部分的利润，第二，由于橱柜的返点高于电器的返点，平均点位在25个点以上，水槽、拉篮等用券可以购买的商品的点位更高，水槽能达到33个点以上。第三，也是最重要一点，一般顾客在购买橱柜的消费层次在4000元左右，高档的顾客消费也不过在7500左右，达不到用券的要求，因此如果顾客想用券就必须提高橱柜的消费层次，选择价格更好的水槽或者提高橱柜单位延米的价格，进而加大了百安居的整体利润空间。

扣去返券金额百安居依然有利润支持店面的运做，而事实上顾客的消费往往要远高于以上的最低值。

纵上分析，在该按例中，百安居虽然损失了部分利润，但并不会出现亏损，再加上板材，油漆等其他商品的整体销售，百安居依然有利润。与此同时，它还加大了在建材行业里的霸主地位。

借鉴百安居五一的活动，假设在相对成熟或销售空间增长较大的市场，如果能结合st牌水槽或橱柜同时推进，销售规模和利润不是没有可能有较大的增长！就目前我们烟灶（消）套餐搭配的形式，在某一中促销活动中如果我们的整体资源有限，无法像百安居做出如此大的促销规模，但我们可以烟机做平台，损失烟机的利润，用灶具来弥补烟机的利润，进而达到整体利润保障。

不同的市场渠道间的竞争存在不同的程度：渠道间的并购和牵制，用实力说话，大鱼吃小鱼是发展趋，总的来说家电连锁还是占据着很大的优势属于强势渠道，建材渠道目前属于开发成长型，而我们处于家电食物链的下游！而公司有效资源往往往优势渠道倾斜。在x这段时间，我重视良好的学习习惯，培养自身对市场节奏的感觉和在理解握渠道间的平衡的意义。

在x大中作为优势渠道，和国美，苏宁，建材超市等渠道共同上演着“三国演义”，“车，马，炮各有各的着”共同瓜分市场。“螳螂吃虫，黄鹑在后”。另一方面在我建材渠道内部如同一个小的市场同时存在：百安居，东方家园，天津家居，好美家和家福特，乐华梅兰以及永乐系统等子系统！“既要面对人民外部矛盾也处理人民内部矛盾”作为渠道销售助理，要解决各种问题，作为公司销售渠道之一，应该要有大局观点，要配合公司政策来制定本部门工作计划，任务分配，店面管理，落实到各门店主管，协调好本渠道的工作。

建材渠道在x市场处于非强势地位，相对大中，国美等渠道来说门店数量少规模不大，销量较少，但单店效益较好。站在公司来说通常资源会向大中，国美等渠道倾斜。将有限资源合理配置，有的放矢，以确保整体销售完成！一样在我们建材渠道内同样夜会采用相似方式来处理各子系统之间的销售政策，以不同的时间段，不同的方式结合店面情况，争取渠道资源以确保销售任务的完成。

以x市场建材活动为案例分析：时间11.21。到11.27（x大中，国美，苏宁各有店庆）

家园系统（6家）满x返1000券店面承担，特价除外（店面部门间不得使用）

家居系统全场单机8折，特价除外（2家）

好美家系统指定小区按9.2折，其他均不参加（2家）

百安居全场满5000返500电器指定用券（4家）

尽管都是店面承担折扣费用，但实际中我们还是得性得参加了东方家园的活动，和百安居活动而没有参加另外系统活动或控制其他门店活动在一定程度以内，尽管有来自采购

店面经理的压力但，但我们必须这样对待。合理利用系统竞争，通过政策倾斜配合公司其他渠道的销售，减少乱价发生的可能，同时在渠道内部有的'放矢，把没有参加活动的系统失去的销量在其他门店抬起来。

在实际工作中，我将协助管理的门店按销售标准重新划分，每周统计出单店销量第一，门店销售增长率第一，最落后地第一，欧式烟机，热水器和竞品占比等资料。有针对性的开展门店管理，发现问题，找出原因，最后解决问题（尽可能快的）对优势门店要继续保持，对有增长潜力的店要关注。尤其是在“金九银十”黄金周的备战工作尤其重要。

十一过后我将店面工作重点放在了门店调整和中小门店销量提高上，挖掘其销量增长xxxx[]如东方家园西三旗店，来广营店，百安居马连道店。其中以西三旗店为例：该店由于前期各中原因销量落差很大。针对该店实际情况，接手前期没有完成样机处理工作，更替驻店促销员提高促销员信心，切实解决遗留的出样比例，陈旧，品种结构单一问题，终端生动化。改善店面关系，重塑店面对我st形象；在尽可能的情况下以最少的投入换得店面资源的支持。在接受任务后两个星期内在大家共同努力下，由周不到5000提高到周近2x[]月近1x0销量有了很大的增长。另外一方面对于促销员管理我总的原则可以概括为：将心彼心，恩威相济；利情法相结合，建立一种信任感。

总之，水无常型，只要对具体的卖场有所认识后，摸清脉络，分主分次，才能在门店管理上学到更多的知识，提高对一线终端，核心门店的掌控能力。及时处理各种突发事件，做好销售，不断积累自己的经验。

建材渠道到财务工作是相对于其他渠道来说较为烦琐的，主要体现在以下几个方面：各子系统对帐，转销售，店面财务核对时间不统一；各子系统办理对帐所需要基本手续不同，办理转销售和排款支付时间较长；有时开票号码和销售金额

错对，扣除费用不明等情况。而作为建材渠道电器销售属于特殊定单单产品，如果涉及到退货，导单情况出现，手续繁琐。因此对于建材渠道来说对财务工作尤其重要。在平时的的工作中，几乎每一笔业务来往都要记录在电脑数据库中，工作量也很大，工作必须很细致。在进三个多月的工作中我对财务知识也有了一定了解，熟悉了财务结算，核对帐务，和税务票据的核对流程；知道了如何合理的加快对帐流程和效率，缩短回款周期；但仅仅知道这些我觉得还远远不够，以后随着地方市场的精耕细做，对一名优秀营销人的考核必将是全面的和科学的，更加注重效益以利润为导向做市场，做单店效益。如果不懂财务知识犹如“盲人摸象”。

通过在sk实习和工作，从x到总部再到x[]让我体会到了两类不同市场。如果说x市场是一杯纯正的果汁，清醒诱人。那么x如同是一杯上好的红酒，值得好好回味体会。不同的土壤酝酿出来的地域文化和市场成熟度，决定了不同的市场策略。回想在x这三个多月的经历对我们来说都有不同的体会。

述职人：

x月x日

产品经理述职报告晋升p篇二

从九月份到现在，我调动到____营销工作已近3个月多月了，在这不算很长的时间里作为个人来说我是十分充实和宝贵的一段经历，加上我在我____的实习工作和在总部的培训加入st集团已经有一年多的工作时间了。如果把我个人的工作认识分成三个阶段，我现在已处第三个阶段。同时我也是按照公司对我们的要求和个人制定的学习计划循序渐进开展工作和锻炼自己。

以下我将从市场层面，渠道层面，和操作层面的门店管理以

及财务核对谈谈我个人对我们帅康产品在渠道市场和销售的想法。

一、市场层面

建材超市作为电器销售的新兴渠道，市场规模和潜力巨大；从建材渠道来说就分：百安居，乐华美兰，东方家园，好美家，天津家居等子系统，从经营方式来说属于超市类型；而目前还有商铺租赁+部分超市如居然之家，红星美凯龙，____康家等。而我们目前所面对的主要是以百安居和东方家园为代表的建材超市。从渠道管理上，建材超市相对国美，苏宁，大中，永乐等电器连锁，扣点较低，开单手续规范，超市相关商品关联性强，家居购物一体化；购物环境好等便利；同时销售容易受季节性影响，消费者认知度(门店数量较少)和接受度相对电器连锁来说不高，尚处于消费者市场成长期。据调查目前消费者在连锁渠道和在建材超市购买电器的比例为8：2，是机会！挑战！

从当前国家宏观经济发展，尤其是以房地产行业为上游产业发展来说建材渠道将会充满机会和挑战。以____市场百安居____年“五一期间七天满买厨卫电器____送____”活动案例来看，就具有相当的代表性。

分析如下：

具体活动内容是，在百安居购买任何品牌的烟机、灶具、消毒柜，满两千元即可参加返两千元橱柜券的活动。此次的活动百安居自己独自承担，表面上看白安居，我个人对此次活动有几点认识，认为百安居在这次活动中实际上并无严重亏损，首先我们来看一下，此次的返券的几点要求：

- 1、此券仅限于在百安居内购买任何品牌橱柜和橱柜的配件，且不可兑换现金。

2、此券在使用时必须在购买橱柜每满六千元仅能使用两千元抵用券。(不足六千元，此券无效)

3、此券有效期从5月1日—5月15日。

从券的这几点要求来看我认为，首先百安居抓住了大多数的顾客在选购烟机的同时需要订做橱柜，但由于百安居内部的几个品牌的橱柜一般比市面上的橱柜档次要高一点，价格也要高一点，平时有很多顾客是在百安居购买烟机但不在百安居订购橱柜，(因为，购买烟机的顾客远远多于订购橱柜的顾客)所以百安居流失了大量的橱柜顾客。此次的返券活动将烟机于橱柜互动起来，用烟机的销售带动橱柜，形成联动式销售，提高了烟机于橱柜的销售。

其次，关于返券的费用，百安居利用它作为建材超市的整体资源优势，用其他商品的利润来弥补电器返券所流失的利润。对于百安居的利润来源，我有这么几点认识。

第一，提高销售自然可以弥补部分的利润。

第二，由于橱柜的返点高于电器的返点，平均点位在25个点上，水槽、拉篮等用券可以购买的商品的点位更高，水槽能达到33个点上。

第三，也是最重要一点，一般顾客在购买橱柜的消费层次在4000元左右，高档的顾客消费也不过在7500左右，达不到用券的要求，因此如果顾客想用券就必须提高橱柜的消费层次，选择价格更好的水槽或者提高橱柜单位延米的价格，进而加大了百安居的整体利润空间。

按某顾客在百安居购买一套烟机灶具，平均最低消费在____以上，订做刚好6000元的橱柜，(其中水槽，拉篮，等小配件费用____，板材费用4000元计算)百安居整体利润为：

$$\underline{\quad\quad} 20\% + 4000 \underline{\quad\quad} 25\% + \underline{\quad\quad} 35\% = 2100$$

扣去返券金额百安居依然有利润支持店面的运做，而事实上顾客的消费往往要远高于以上的最低值。

纵上分析，在该按例中，百安居虽然损失了部分利润，但并不会出现亏损，再加上板材，油漆等其他商品的整体销售，百安居依然有利润。与此同时，它还加大了在建材行业里的霸主地位。

借鉴百安居五一的活动，假设在相对成熟或销售空间增长较大的市场，如果能结合st牌水槽或橱柜同时推进，销售规模和利润不是没有可能有较大的增长！就目前我们烟灶(消)套餐搭配的形式，在某一中促销活动中如果我们的整体资源有限，无法像百安居做出如此大的促销规模，但我们可以烟机做平台，损失烟机的利润，用灶具来弥补烟机的利润，进而达到整体利润保障。

二、渠道层面

不同的市场渠道间的竞争存在不同的程度：渠道间的并购和牵制，用实力说话，大鱼吃小鱼是发展趋，总的来说家电连锁还是占据着很大的优势属于强势渠道，建材渠道目前属于开发成长型，而我们处于家电食物链的下游！而公司有效资源往往往优势渠道倾斜。在____这段时间，我重视良好的学习习惯，培养自身对市场节奏的感觉和在理解握渠道间的平衡的意义。

在____大中作为优势渠道，和国美，苏宁，建材超市等渠道共同上演着“三国演义”，“车，马，炮各有各的着”共同瓜分市场。“螳螂吃虫，黄鹊在后”。另一方面在我建材渠道内部如同一个小的市场同时存在：百安居，东方家园，天津家居，好美家和家福特，乐华梅兰以及永乐系统等子系统！“既要面对人民外部矛盾也处理人民内部矛盾”作为渠道

销售助理，要解决各种问题，作为公司销售渠道之一，应该要有大局观点，要配合公司政策来制定本部门工作计划，任务分配，店面管理，落实到各门店主管，协调好本渠道的工作。

建材渠道在____市场处于非强势地位，相对大中，国美等渠道来说门店数量少规模不大，销量较少，但单店效益较好。站在公司来说通常资源会向大中，国美等渠道倾斜。将有限资源合理配置，有的放矢，以确保整体销售完成!一样在我们建材渠道内同样夜会采用相似方式来处理各子系统之间的销售政策，以不同的时间段，不同的方式结合店面情况，争取渠道资源以确保销售任务的完成。

以____市场建材活动为案例分析：时间11.21.到11.27.（____大中，国美，苏宁各有店庆）

通过在sk实习和工作，从____到总部再到____，让我体会到了两类不同市场。如果说____市场是一杯纯正的果汁，清醒诱人。那么____如同是一杯上好的红酒，值得好好回味体会。不同的土壤酝酿出来的地域文化和市场成熟度，决定了不同的市场策略。回想在____这三个多月的经历对我们来说都有不同的体会。

述职人：

20____年____月____日

产品经理述职报告5

产品经理述职报告晋升p篇三

各位领导，各位同事：

大家好

本人于20xx年x月份进入xx银行工作。在银行的一年时间里，本人担任产品经理一职。一年以来，在xx银行领导及同事的关心、支持下，本人尽责做好本职工作，现将一年以来的具体工作职责总结如下：

在进行产品支撑工作的过程中，认真学习各种产品是指，熟悉产品的具体操作，并在此基础上，在客户经理挖掘到客户需求后，根据客户的具体需求合理组合产品，设计出真正满足客户需求的产品。同时经过几次移动公司组织的产品经理素质提升培训，慢慢培养起自身的产品推介能力、客户沟通能力在平时本人也十分注重关注通讯产品方面的最新资讯，学习其中的一些成功案例，并且经常思考这些案例能否真正运用到客户处，对此需求的潜在客户及时挖掘出此需求，制定具体方案，并陪同客户经理前往客户处进行产品推介，及时做好产品支撑工作，提高客户的满意度。

在与客户达成一致意见、签定协议后，对方案的'实施过程进行全面跟踪：如某客户处需要安装互联网专线，从派全业务建设需求单开始，先转交我司技术支撑人员，待其做完资源勘探后发回于我，本人再提交给支撑中心，若终端配置以及布线超出的情况下，还需填写配置申请单于集团大客户部主观及经理签字后传给支撑中心，最后支撑中心派施工单到我行，安排施工，施工开始后，经常与施工队以及客户联系，以便解决施工过程中的问题，确保按时完工，让客户及时使用，在客户开始使用后，适时进行上门或者电话拜访，了解客户使用情况以及存在的问题，将问题及时反馈给市公司，真正做好产品支撑工作，提高客户满意度。

过去的一年是进行全业务激烈竞争的一年，在这一年的时间里，手上经手完成约xx条互联网专线、语音专线，并且完成xx地税一卡通项目，不段学习新知识，充实自己，真正地做好了产品支撑工作。

在进行指标跟踪工作的过程中，本着认真、细心、严谨这六个字做好此项工作，经常与各县市的经营分析人员进行交流，遇到不明白的向他们请教，学习经验，并在借鉴他人经验的基础上，摸索出一套适合自己以及团队的指标跟踪及完成方式。

我行的指标主要分为年度考核指标、季度考核指标以及月考核指标，针对不同指标时间上的差异性，合理安排时间，根据年度考核指标来统揽全局，指导其他两个指标，并与季度考核指标以及月考核指标共同进行，将年度考核指标融合到季度考核指标和月考核指标之中使季度考核指标和月考核指标服务于年度考核指标，在完成季度考核指标及月考核指标的时候，同时完成年度考核指标。但是，指标有轻重缓急之分，不可能说做到完美，在这时候，舍去一些可以在后期完成的指标，重点完成目前紧急的指标。

具体来说，将需要完成的指标整在一个表格内，认真学习指标的具体口径，并将指标如何完成进行分解，落实到每个具体责任人，对其进行跟踪，定期提取数据，将数据缺口告知相关责任人，让其知道自身指标完成进度，积极与其和主管商谈，寻找完成方式方法，以确保各项指标准时完成。

在对客户经理进行培训工作时，自身熟练掌握产品，学习产品的操作方式，提前准备好培训的各种材料，并且根据客户经理的薄弱产品进行重点推介，在培训的过程中与同事们一起学习成长，所谓“书山有路勤为径，学海无涯苦做舟”只有通过不断的学习，才能在科学技术日新月异的今天，在通讯行业全业务激烈竞争的严峻形势下，取得更好的成绩。

回顾一年来的工作，反省自身存在的问题及缺点，我认为主要由于进入银行的时间尚短，技术方面的专业知识不够全面，对一些操作流程也不熟悉，在工作中也走了一些弯路。但是，“实践出真知”，本人在工作中不断发现自己的错误，也及时改进了自己的错误。在今后的的工作中，我会努力提高自身

的修养，充分发挥自己的特长，克服不足之处，努力做出新的成绩。

此致

敬礼

述职人□xxx

20xx年x月x日

产品经理述职报告晋升p篇四

各位领导，各位同事：

大家好！

曾经很青涩，保留了一份当年刚入行时纯真的认知！那年那月那日，加入公司是我做出最重要的决定之一。恰逢三个月，该照镜子、正衣冠。目前作为一名初级产品经理，有很多地方需要提升，以下几个关键词可进行说明：

好的沟通能力能有效传达信息、观念、思想，把握对方意图，说服别人，让他人接受自己的观点或想法。音频视频点播产品需求分析阶段，在跟需求方沟通的过程中，需求几经易稿，沟通效率不是很高。

如果重来我会跟需求方一起一次性穷举需求，以场景、用途、流程先后为次序，将需求分在不同大类中，理出产品主线，以用户价值和技术实现两个维度来对需求进行优先级排序。

如后续迭代时，双方需沟通清楚这个需求的目标用户、用户的痛点、问题出现的频次、现有方案的局限性、建议方案、改进的投入产出比。这样双方可以减少重复沟通的成本甚至

不必要的. 争论，化干戈为玉帛。

产品规划是根据产品定位做一个发展战略，其关键打法分三步走：

二是扩展期望性需求，包括企业需求和用户需求的期望所在。音频视频点播围绕播放功能做了扩展功能：视频评分、视频下载、下载管理。

三是挖掘增值需求，满足用户个性化诉求，与竞品形成差异化竞争、短期口碑传播，比如开设刚需课程。

产品设计落地最重要的方式就是画原型、写文档。

一方面输出一份高质量的原型图，有助于ui更有动力去出高质量的效果图。也就是说，上游的质量影响着下游的质量。

基本上，音频视频点播原型图都是我“一针一线”画出来的，个人不太认同产品经理在画原型图的时候去截别人的图，这貌似很省事也很有效率，但对后续修改带来麻烦。

另一方面输出一份高质量的交互稿，有利于开发快速理解业务流程，写代码的时候也更有效率。

当然，交互设计除了要考虑业务流程，也要遵循尼尔森十大交互原则。

就目前研发部整个工作流程和任务来看，懂产品而不懂技术是远远不够的，我后期会在这两个方面做提升：

一是培养美学设计鉴赏判断力，协助ui设计师更好地完成高保真视觉方案；

二是了解编程、数据库、客户端技术、服务端技术等，这有

助于我在与工程师的工作配合和沟通中起到关键作用。

□xx离娄下》“资之深，则取之左右逢其原”，作为初级产品经理，我正在进阶路上。

此致

敬礼！

述职人□xxx

x月x日

产品经理述职报告晋升p篇五

本人于1月份进入xx银行工作。在银行的一年时间里，本人担任产品经理一职。一年以来，在xx银行领导及同事的关心、支持下，本人尽责做好本职工作，现将一年以来的具体工作职责总结如下：

在进行产品支撑工作的过程中，认真学习各种产品是指，熟悉产品的具体操作，并在此基础上，在客户经理挖掘到客户需求后，根据客户的具体需求合理组合产品，设计出真正满足客户需求的产品。同时经过几次移动公司组织的产品经理素质提升培训，慢慢培养起自身的产品推介能力、客户沟通能力；在平时本人也十分注重关注通讯产品方面的最新资讯，学习其中的一些成功案例，并且经常思考这些案例能否真正运用到客户处，对此需求的潜在客户及时挖掘出此需求，制定具体方案，并陪同客户经理前往客户处进行产品推介，及时做好产品支撑工作，提高客户的满意度。

在与客户达成一致意见、签定协议后，对方案的实施过程进行全面跟踪：如某客户处需要安装互联网专线，从派全业务建设需求单开始，先转交我司技术支撑人员，待其做完资源

勘探后发回于我，本人再提交给支撑中心，若终端配置以及布线超出的情况下，还需填写配置申请单于集团大客户部主观及经理签字后传给支撑中心，最后支撑中心派施工单到我行，安排施工，施工开始后，经常与施工队以及客户联系，以便解决施工过程中的问题，确保按时完工，让客户及时使用，在客户开始使用后，适时进行上门或者电话拜访，了解客户使用情况以及存在的问题，将问题及时反馈给市公司，真正做好产品支撑工作，提高客户满意度。

过去的一年是进行全业务激烈竞争的一年，在这一年的时间里，手上经手完成约50条互联网专线、语音专线，并且完成xx地税一卡通项目，不段学习新知识，充实自己，真正地做好了产品支撑工作。

在进行指标跟踪工作的过程中，本着认真、细心、严谨这六个字做好此项工作，经常与各县市的经营分析人员进行交流，遇到不明白的向他们请教，学习经验，并在借鉴他人经验的基础上，摸索出一套适合自己以及团队的指标跟踪及完成方式。

我行的指标主要分为年度考核指标、季度考核指标以及月考核指标，针对不同指标时间上的差异性，合理安排时间，根据年度考核指标来统揽全局，指导其他两个指标，并与季度考核指标以及月考核指标共同进行，将年度考核指标融合到季度考核指标和月考核指标之中；使季度考核指标和月考核指标服务于年度考核指标，在完成季度考核指标及月考核指标的时候，同时完成年度考核指标。但是，指标有轻重缓急之分，不可能说做到完美，在这时候，舍去一些可以在后期完成的指标，重点完成目前紧急的指标。

具体来说，将需要完成的指标整在一个表格内，认真学习指标的具体口径，并将指标如何完成进行分解，落实到每个具体责任人，对其进行跟踪，定期提取数据，将数据缺口告知相关责任人，让其知道自身指标完成进度，积极与其和主管

商谈，寻找完成方式方法，以确保各项指标准时完成。

在对客户经理进行培训工作时，自身熟练掌握产品，学习产品的操作方式，提前做好培训的各种材料，并且根据客户经理的薄弱产品进行重点推介，在培训的过程中与同事们一起学习成长，所谓书山有路勤为径，学海无涯苦做舟只有通过不断的学习，才能在科学技术日新月异的'今天，在通讯行业全业务激烈竞争的严峻形势下，取得更好的成绩。

回顾一年来的工作，反省自身存在的问题及缺点，我认为主要由于进入银行的时间尚短，技术方面的专业知识不够全面，对一些操作流程也不熟悉，在工作中也走了一些弯路。但是，实践出真知，本人在工作中不断发现自己的错误，也及时改进了自己的错误。在今后的工作中，我会努力提高自身的修养，充分发挥自己的特长，克服不足之处，努力做出新的成绩。