

# 最新配件仓库的工作总结(大全5篇)

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 配件仓库的工作总结篇一

回首过去一年的销售历程，我经历许多没有接触的事物和事情；见识了很多从未见识过新鲜；似乎从一开始，新年带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。

总体观察，这一年来我取得长足进步；不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。

理想中我的品牌战略：

首先，我司是专业生产汽车配件，这是我们的最强的一项；

另外，对企业的不断宣传可以提高我们品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效

拓展各地的市场份额应是我们的首要问题；如今我们在四川广安设立新公司，就是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理；我们也不能忘记客户关系管理的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系十分重要，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们！

下面我来分析一下目前我们产品的市场分布及各市场的情况：

### 1、重庆地区

们也必须要重视，如果在质量和价格之间需求一个市场能大量接受的平衡点。

### 2、四川地区

基础上我们实际上是降低了运输、中转、劳动力等方面的成本。

### 3、其他片区

接下来谈一下来年的工作计划：

扬长避短，发挥产品的比较优势，让客户心服口服。

掌握行业背景市场大局与市场动态；市场情行时刻有变化，各方面的政策

也会引起市场波动，因此，随时观注市场的变化，分析原因，找出应对的策略，抱占先机，扩大自己品牌的市场占有率，这个对我们来说也是非常重要。

掌握和恰当地运用市场营销的精髓；各种各样的营销手段是必不可少的。产品再好，还得要卖得出去。所以我们针对各种情况适当地运用各种办法。同时，自己更要加强营销知识的学习，不断地适应新形势发展的需要。

讲解，消除客户的疑虑。同样，在售后，我们也同样要对产品的质量 and 出现的问题负责，积极面对可能出现的各种情况，让客户愿意与我们继续合作。

掌握客户心态消费心理与决策方式。客户是我们销售产品的对象，因此，对客户的心态和决策方式的把握是相当重要的，

这样，我们才能在销售过程中做到有效的沟通。

同时，我们对客户地掌握也不能局限于销售过程中，工作之外的沟通也十分重要。不要

自己要与客户做朋友，而是要做到客户渴望与你做朋友，这样，把握客户就不是难事了。

最后，我想说在这一年里我成长很多，也非常感谢公司领导的关心和同事的支持。我相信来年的工作，我一定会做得更好，回报公司对我的信任。

## 配件仓库的工作总结篇二

根据部门在20xx年组织岗位职责履行情况的培训，也结合上半年的工作总结及岗位职责履行情况进行总结如下：

设备总结。降低五金零配件采购价格，保证采购回来的五金配件质量、时效不影响正常生产，不因设备的配件采购时效而影响整个生产线停产严重影响生产效率，确保设备零配件在县内的半个小时采购到位，县外的在三天内采购到位，县外可根据部门批准后再按相关程序办理合同等采购工作。五金零配件采购根据“采购管理规范”中相关要求执行，如有紧急采购任务应先通过领导批准后再进行采购，采购回来后按“采购管理规范”中办理相关手续。作为设备管理人员应该对待每台（套）设备都应该了如于掌设备的每天运行的情况要及时把握，对存在隐患的或是带病运行责令操作岗位人员对设备全面检查排除隐患，设备存在安全隐患严重的要组织操作人员对这些安全隐患专题讨论会分析原因。每个月的月初应该有本月的计划对每台（套）设备重点监督、维修、维护保养等，结合上月监控中存在的问题未能及时分析并查出原因并列入本月的重点监控内容，对重点设备、单套设备运行的操作岗位人员进行抽查或是问答对设备的维护、维修、设备运行基本的监控参数等。每天到车间的检查必须是带着

问题到岗位人员抽查或是自己检查发现的问题询问岗位人员存在这些问题会有什么影响对设备、产品、车间卫生有怎么样的影响？要确保车间的设备运行正常、监控操作岗位人员杜绝违章操作、设备带病运行、设备无人看守运行。

设备整理，如在设备动态信息记录中有明显是维修成本过高或是频繁出现故障的要组织人员对这些设备存在的问题专题讨论并列出具体的整改措施，设备动态的信息记录内容，要求各车间的负责人对设备的运行中出现的故障信息和设备维护维修中出现的.故障信息记录要完善，对部分交的设备动态信息记录不完整的车间负责人要专项目组织学习“生产设备管理制度”中的相关有收集的设备信息记录情况的整理并每月要上交到设备归口管理的所有信息记录表，设备信息记录表上交到设备归口单位的所有表格中存在大部分都是记录不清楚、设备维护维修、设备病历卡等信息记录不够完整，上交的表格中存在数据乱填、模糊填写不够统一，车间的负责人上交设备信息记录表的不能按要求上交这样会直接影响到我的工作开展，我是需要这些设备信息数据及时录入设备动态台帐内，要开展这些工作能方便及有快捷只能我们在服务器中设定专用文件，把各车间所领用的五金配件安装到什么设备上或是那台设备需要维修维护的信息记录及时在服务器中录入即可，每个月都进行汇总各车间的维修、维护成本后在通过设备运行报告体现每台（套）设备的运行状况。

大车配件销售行业属于门槛较低但又属于专业性较强的行业之一，如何在竞争激烈的大车配件销售行业中占有一席之地呢？本人结合几年的销售经验与诸位网友分享如下：

你的产品是针对这个市场低端还是中端或是高端的，市场的等级分布意味着战略布局不一样，营销策略也不一样，这个最终还得看你公司目前对市场的要求以及公司本身的要求。

1、低端市场：意味着注重低价格轻质量而关注使用量，通过“薄利”而多销，或是在某种“单位”，可能还会获取更

大的利润，这就有点像工程界的“豆腐渣”工程，光有其形，却无其实，在中国市场还是有一定比例的，估计市场份额会是20%吧。这个市场估计暗箱操作成分居多，中国人好面子，明明使用低端产品却又喜欢高档包装。一般客户群体分布在“单位，当然主要是国有单位或是一些修理厂或经销商。

2、中端市场：意味着主流市场，销售量也是最大的，市场份额也是最大的，估计有60%，但相对品牌也多，竞争也更为激烈。面对中端市场，主要看营销策略，如促销，赠送，铺货，售后退货，在这个层面关系营销犹为重要。

3、高端市场：意味着注重质量注重个性化服务，体现性价比，但市场份额相对较少，估计20%，高端市场营销策略，体现的是一种印象，一种系统化服务，一种持续的服务，体现的是高质量高品位高理念。高端市场在攻坚过程中，可能时间需要更长，但一旦成功，忠诚度往往更高。

1、目的：将高端新产品打入某一地区高端市场

2、背景：该地区高端产品较少，缺乏相关概念。

3、具体步骤：

(1) 寻找该地区做的最好的，因为做的好，往往在某种程度上理念较先进。寻找有意向的合作商。

(2) 找到后制作产品的项目介绍书，一定要言简意赅，特别要说明你产品的优点，能优化成数据如节约多少成本，增加多少收益。你如何来确保达成这些，换句话说你有什么样的支持，你的计划是什么等等。

(3) 第一次沟通往往是印象，成功概率较低，往往需要第二次、第三次。第一次拜访主要是收集信息，交流，认识你为前提。第二次就要有针对性进行沟通，深化了解。第三次基

本上是确认交易。

(4) 对每一次的交易要作记录，站在客户角度进行考虑，并不断优化各环节，加深印象，并计划下次拜访日期及计划。

(5) 每年一次经销商会议，确保持续性及连贯性，培养忠诚度，体现优越性。

4、备忘录：针对高端市场，一定要体现个性化及频繁的沟通。

大车配件销售在一定程度上属于专业销售，目前正由专业销售即依赖专业性向依赖网络软件集成过渡，向系统集成服务过渡，体现是多个方面的综合体，要求人员素质不断提高，总之大车配件领域正处在高速发展又面临重新洗牌的局面，谁把握了趋势，谁就掌握了未来。

### 配件仓库的工作总结篇三

回首20xx年，有太多的美好的回忆，通过这一年的学习，让我深深的感受到了自己在销售技巧上的进步，但还是存在不少问题，在处理问题以及工作的方法上也有不足，但是我相信在领导的帮助与鼓励下，我一定会拥有更美好的明天。

在销售顾问岗位上，首先我要感谢一个人那就是我们销售部的经理，我要非常感谢他在工作上对我的帮助。虽然我在销售部门已经工作了一段时间，但对销售经验以及工作信心非常缺乏，我的工作可以说是很难入手。20xx年，我都是在经理的带领下帮助下进行客户谈判、分析客户情况，在销售中遇到难谈下来的客户销售过程中遇到的问题我总想到他，所以感恩我的上司，谢谢他不断地培养和鼓励我。

销售员的一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我

和别人比耐心。如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。

重点客户的开展。我认为攻客户和制定目标是一样的，首先要集中精力去做一个客户，只有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

在销售工作中也有急于成交的表现，不但影响了自己销售业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习、尽快提高自己的销售技能。

## 配件仓库的工作总结篇四

过去的一年，我们还利用企业的品牌优势，积极开展招商引资工作，与外地同行和先进单位进行了密切合作，大胆提出吸引外资的打算，得到了区主要领导的关注和开发区领导的好评。

一年来，我们有针对性的对生产薄弱环节进行了整合。解放思想，破除惯性思维，对各类产品之间的相互衔接管理进行了有效的改进。在车间计件工资制的基础上，合理派工，公平分配，不管白猫黑猫，能逮老鼠就是好猫。紧紧抓住质量管理这个牛鼻子，以解决实际问题为标准，比进度、比效益，增强各个环节调度的透明度。充分调动全体员工的责任心，对产、供、存三个环节中存在的保守、脱节、迁就、推诿等现象进行了调整，从设计到操作，从下单到发货，实行明确任务、注重记录、责任到岗的有效责任制，认真解决责任不清、互相扯皮，最终影响交货的问题。到目前来看。如果出现不按时交货现象，只要一查程序表格即能找到原因，逼迫供、产、存三个环节向良性发展靠近，借以达到保证供应及时、生产迅速、库存合理的目的，保证生产环节的正常运转。

咪头项目的开发和运转，我们本着消化、吸收的原则。引进

先进的现场管理经验，借鉴5s管理方法，合理配置各项资源，力争尽快达到规模效益。

一年来，我们面对市场严峻的形势，产品销售利润空间越来越小，形势逼迫我们向成本管理要效益。我们加强与供应商家的密切联系，本着互利互惠的原则，采取“货比三家，以优为先”的方针，多渠道筛选供应厂商，质量优、价格低。到货快、服务好的商家为首选厂商。对影响成本较大的原材辅料，严格把关，谨慎采购，努力降低产品成本，减轻产品成本压力。同时，我们狠抓生产各个环节的节能降耗工作，从设计到生产，从领导到员工，从每一个部件到价值高的材料，严格发放领用和消耗记录，深入挖潜，杜绝各个环节不被注意的浪费现象。逐步把消耗定额纳入到绩效考核中来。

## 配件仓库的工作总结篇五

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，作为零件的销售助理工作取得了一定的成绩，基本上完成了公司的既定目标，但也存在不少的问题，为了更好的完成项目的营销工作、实现双赢，双方结成真正意义上的战略合作伙伴关系，特对阶段性的销售人员工作进行总结。

刚到xx时，对零件销售方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，很快了解到公司的性质及其市场。作为销售部中的一员，该同志深深觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。

此外，还要广泛了解整个市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，力争尽快成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。针对今年一年的销售助理工作，从四个方面进行总结：

营销部销售人员比较年青，工作上虽然充满干劲、有激情和一定的亲和力，但在经验上存在不足，尤其在处理突发事件和一些新问题上存在着较大的欠缺。通过前期的项目运作，销售人员从能力和对项目的理解上都有了很大的提高，今后会通过对销售人员的培训和内部的人员的调整来解决这一问题。

由于对甲方在企业品牌和楼盘品牌的运作思路上存在磨合，导致营销部的资源配置未能充分到位，通过前段工作紧锣密鼓的开展和双方不断的沟通和交流，这一问题已得到了解决。

由于协调不畅，营销部的很多工作都存在着拖沓、扯皮的现象，这一方面作为xx公司的领导，我有很大的责任。

协调不畅或沟通不畅都会存在工作方向上大小不一致，久而久之双方会在思路和工作目标上产生很大的分歧，颇有些积重难返的感觉，好在知道了问题的严重性，我们正在积极着手这方面的工作，力求目标一致、简洁高效。

但在营销部工作的责、权方面仍存在着不明确的问题，我认为营销部的工作要有一定的权限，只履行销售程序，问题无论大小都要请示甲方，势必会造成效率低，对一些问题的把控上也会对销售带来负面影响，这样营销部工作就会很被动，建立一种责权明确、工作程序清晰的制度，是我们下一步工作的重中之重。

会议是一项很重要的工作环节和内容，但是无论我们公司内部的会议还是与开发公司的会议效果都不是很理想，这与我们公司在会议内容和会议的形式以及参加人员的安排上不明确是有关系的。现在我们想通过专题会议、领导层会议和大会议等不同的组织形式，有针对性的解决这一问题，另外可以不在会上提议的问题，我们会积极与开发公司在下面沟通好，这样会更有利于问题的解决。

前一阶段由于工作集中、紧迫，营销部在管理上也是就事论事，太多靠大家的自觉性来完成的，没有过多的靠规定制度来进行管理，这潜伏了很大的危机，有些人在思想上和行动上都存在了问题。以后我们会通过加强内部管理、完善管理制度和思想上多交流，了解真实想法来避免不利于双方合作和项目运作的事情发生。

以上只是粗略的工作总结，由于时间仓促会有很多不是之处，希望贵公司能给予指正，我们会予以极大的重视，并会及时解决，最后祝双方合作愉快、项目圆满成功。