

# 农资年度工作总结及明年工作计划(优秀8篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

## 农资年度工作总结及明年工作计划篇一

7月12日下午，省档案局机关2016年上半年工作总结会议在局机关七楼会议室召开。局党组书记、局长丁成明出席会议并讲话。

丁成明在讲话中指出，今年以来，省档案局在省委、省的政府的坚强领导和国家档案局的有力指导下，坚定不移以五大发展理念引领全省档案工作实践，围绕中心、服务大局，扎实推进我省档案工作提质增效，各项工作都取得了新的进展，呈现出档案服务能力进一步提升、档案基础业务进一步推进、档案文化影响进一步扩大、部门自身建设进一步加强等特点。

就进一步做好局机关各项工作，丁成明强调，要加强理论武装，以习xx总书记系列重要讲话精神武装头脑、指导实践、推动工作，认真学习贯彻习xx总书记“七一”重要讲话精神，扎实开展“两学一做”学习教育。

要把握工作重点，在工作中善于把握主要矛盾，注重统筹兼顾，分清轻重缓急，能抓重点、善抓重点和抓好重点。

要着力干事创业，在工作中增强“想干事”的思想自觉，提升“能干事”的能力水平，掌握“会干事”的科学方法，把

住“不出事”的底线要求。

要狠抓工作落实，在工作中通过转变作风抓落实，提高能力抓落实，拿出实招抓落实，严肃问责抓落实，确保圆满完成各项工作任务，努力推动全省档案工作提质增效。

局党组成员、副局长罗亚夫、周书生、张辉华，局党组成员、局机关党委书记蒋希霖参加会议并结合分管工作作了发言。

局办公室、馆室处、法规处、保管处、机关党办，省档案局科研所、省档案学校作了汇报交流。

局副巡视员朱虹，局机关全体干部职工，省档案学校、省档案局科研所主要负责人参加会议。

会议由罗亚夫主持。

## 农资年度工作总结及明年工作计划篇二

### (一) 商品购销工作

1—4月全系统商品购进总值完成1731万元，比去年(1612万元)同期增长7.3%；商品销售总值完成1690万元，比去年(1327万元)同期增长27%。

### (二) 抓好春耕备耕工作

为组织好春耕备耕农业生产资料供应工作，在资金紧缺、市场波动较大和贷款困难情况下，县农资公司采取多种形式的联合与合作，千方百计筹措资金和引进化肥资源，积极组织储备，充实库存。截止5月底，调进各种化肥5712吨，其中：氮肥2804吨(其中尿素2384吨)、磷肥914吨、复合肥1994吨；农膜10000公斤。各种化肥销售4153吨，其中：氮肥2179吨(其中尿素1894吨)、磷肥640吨、复合肥1540吨；农膜5046公斤。

积极支持和服务全县“三农”工作，配合有关部门确保部分乡镇农业产业“185”示范基地的化肥、农膜等农资供应以及抓好培训工作，有力地促进了我县“185”工程的顺利推进。

### (三) 认真开展四帮四促活动

按照上级的安排部署和要求，通过加强理论学习，针对在工作作风、思想作风、服务意识等方面查找出来的问题加以整改，进一步健全各项工作制度，使制度规范化，责任明确化。干部职工责任意识得到增强，有效地提高了工作效率和促进了企业工作作风的转变。积极深入直属企业开展扶贫，帮助出主意、找路子，想办法，解决遇到的困难和问题。

### (四) 做好维稳工作

农资公司企业改革改制工作进入关键时期，维护企业稳定工作显得十分重要。农资公司把维稳工作放到十分重要议事日程上来抓，认真做好职工来访和化解矛盾工作。上半年，接待公司等职工来信来访，经常深入企业了解情况，关心企业、体贴职工，督促各单位按时交纳养老保险金，稳妥解决老弱病职工医疗问题，把问题解决在基层和萌芽状态。及时做好下岗职工再就业和特困职工及“低保”对象调查核实上报工作，及时办理发放“低保”生活费。认真做好离退休老同志和困难职工慰问和送温暖活动，较好地推动了全系统的安全稳定。

### (五) 加强基础设施建设、加快构建公共服务网点

农资公司公司片区综合楼、商住楼建设完成并投入使用，职工安居条件得到改善，农资公司家家乐购物广场和购物中心相继投入运营，产生了良好的社会效益和经济效益；农资公司二期综合楼工程基建计划经过批准立项，农资综合楼已完成工程建设招投标工作。社有资产营运有限公司开始运作、日杂公司烟花爆竹仓库正在扩建施工，征用山地等。农资配送

中心和日用消费品配送中心项目正在申报之中。

#### (六) 企业改革改制工作

社有资产营运公司组建完成并开始投入运作。企业改制职工安置方案基本完成，部分企业改制职工安置方案已通过企业职工大会讨论通过并报批准，目前，清产核资、资产评估、财务审计、基层供销社的规划等工作正在有条不紊的进行之中。

#### (七) “整脏治乱”工作

按照全县“整脏治乱”工作的整体部署，调整充实领导小组人员，明确专人负责，并制定了相关卫生、绿化制度，推行门前“三包”责任制。各个办公室坚持每天一小扫，每周一大扫，院坝和公用厕所明确专人负责，每天打扫管理，做到室内外卫生清洁、门窗洁净，办公楼、宿舍楼、院坝等社区环境清洁卫生。根据“整脏治乱”工作要求，进一步完善农资公司“整脏治乱”方案，发动干部职工，落实保洁人员和措施。

#### (八) 社会治安综合治理和平安创建工作

对照签订的责任状，建立健全领导机构和各项制度，研究制定社会治安综合治理和平安创建工作的措施、方案及安排意见，进一步明确各所属单位责任，落实到户到人，制度上墙，并投入专项资金，认真组织实施。经常性地进行督促检查，对发生的新情况新问题及时研究处理。在干部职工及家属中广泛开展禁毒和反邪教教育，使所辖区公民遵法守纪，安居乐业，和睦相处，无纠纷、吸毒等案件发生，推动了平安创建工程的顺利实施。

#### (九) 消防安全工作

农资公司非常重视消防安全工作，把消防安全工作列入重要议事日程，建立安全经营管理制度，制定和落实安全目标责任制，纳入年终考核内容，层层签订责任状，明确责任。认真落实各项规章制度，超前布置安排防汛工作的各项措施，认真开展消防安全教育，积极参加消防安全培训，实行经常检查和定期检查相结合，发现问题及时纠正、及时整改，把事故苗头消灭在萌芽状态，确保了全系统的安全。

1、我县经济总量小，人均水平低，农业、农村经济发展步伐不快，购销缓慢；今年的特旱，导致化肥等农资购销减少。

2、资金紧缺，运营难。银行贷款又不予放贷，造成经营资金不足，运营困难，固定资产老化无资金更新。

3、企业维稳面临新课题。企业改制工作启动后，人心杂念较多，人、财、物流动管理和职工稳定十分重要，如何切实管好人财物，凝聚人心，做好企业平稳过渡，成为企业改制工作中的一大课题。

### (一) 稳妥推动企业改革改制工作

以产权制度改革为核心，以企业为单位区别对待，因企制宜，稳妥推动，促进资产重组、体制创新和结构调整，建立完善的法人治理机构、运行机制、劳动用工制度和分配制度，实现农资公司企业产权明晰、权责明确、高效运转、机制灵活，增强可持续发展能力和为农服务功能，把农资公司发展成为农村综合性的服务中心和农村社会化服务的骨干力量。

全县广大人民日常生产生活用品，包括农业生产资料供应，关系到农业农村农民的一大问题，要充分发挥供销社经营网络优势和主渠道作用，开拓创新，适时足量储运各种生产生活用品到位，满足城乡需要。在巩固和完善已有的农村服务网点基础上，增设和发展新的服务网点，通过改变服务方式，提高服务质量，真正为农业增长和农民增收作出应有贡献。

### (三)探索农产品经营路子，强化乡村网络建设

以“新网工程”村级综合服务站为示范点，服务带动全县乡村网络建设，进一步改善村级服务站设施设备建设，结合我县农村经济发展的特点，继续创办助农增收科技示范点，利用现有设施、设备和平台，通过引资、合资等创办农产品加工企业，探讨我县农副产品包装上市等经营服务途径，参与农业产业化经营，带动农民进入市场，在促进农民增收致富中提升供销社的地位和作用。

### (四)抓好基础设施建设，增强服务功能

抓好农资公司服务设施建设，增强服务功能，拓宽服务领域。重点培育和发展县城物流中心商场，组建县城“购物中心”或批发专业市场。力争县域“物流配送中心”工程立项建设。同时着力抓好农资公司二期商住楼工程建设，做好等基层社资产资源盘活，极力改善职工生产生活条件，发展乡镇现代流通市场，促进城乡物资交流。

### (五)强化管理，提高效率

加强科技知识学习，努力提高个人素质，按照各岗位职责要求，落实工作目标责任制，面向基层，服务社会，严格检查，严肃年终考评考核各环节量化跟踪记录制度，注重工作实绩。积极推行“行政、工会、职代会”民主决策机制，自觉接受职工监督，让广大职工拥有知情权、参与权和决策权。通过加强学习和组织培训，提高企业领导管理水平和领导能力。

### (六)做好日常工作，完成上级交办工作事项

- 1、严格规章制度，严肃工作纪律。抓好经营管理，力争市场占有率，做到经营、改制两不误。
- 2、继续抓好“整脏治乱”工作，工作到户，责任到人，抓好

环境卫生和绿化工作。

3、深入基层，贴近职工，关心职工疾苦，力所能及解决实际问题，确保企业稳定。

## 农资年度工作总结及明年工作计划篇三

(一) 实习时间□20xx年12月2日到20xx年4月2日

(二) 实习单位：黑龙江亿美生物肥料有限公司

(三) 实习岗位：销售助理

(四) 实习性质：顶岗实习

黑龙江省亿美生物肥料有限公司成立于20xx年，是美国斯特尔公司在中国大陆的全资子公司。公司近年来一直专注于水稻苗床及高档水溶肥料的研究和生产，我们拥有自己的研发队伍，自公司成立以来，这几年的风风雨雨，经过无数次的试验，总结，终于筛选出适合中国农业生产需要的优秀配方，为中国农业提供完美服务。美国公司总部得到有利保证。黑龙江省亿美生物肥料有限公司为您分装，质量更放心，服务更满意。

我们的核心价值观是我们永不动摇的承诺，渗透在我们所有的行动中。这些核心价值观是我们传统的一部分，将继续指导我们今后的决定和行动。可持续发展意味着在继续繁荣经济的同时减少污染和更少使用自然资源，使人类生活得更加美好，更加舒适。可持续发展的全球尺度是在为消费者不断提供更多价值的同时减少环境污染的痕迹。我们还将可持续发展定义为在提供现有的和新产品及服务的功能时，要从根本上减少能源和原材料的用量，在生产中或在产品使用寿命结束后，只有少量的或者没有废物产生。

## (一) 可持续发展

亿美生物肥料有限公司的使命是实现可持续发展；在增加股东和社会价值的同时，减少经营活动给环境留下的“印迹”。我们的愿景是成为农资界上具活力的公司，致力于创造可持续的解决方案，让全国各地的人们生活得更美好、更安全和更健康。

## (二) 加大在高增长市场的力度

我们将“加大在高增长市场中的力度”定义为我们的增长策略之一的时候，我们有两个目标市场——地理意义上的新兴市场和需求尚未被满足的市场空间。这些市场空间为常隆正华的产品和创新提供了独特的机遇。

## (三) 发挥亿美生物肥料有限公司整体实力

亿美生物肥料有限公司的业务运营分为五大平台，每个平台下辖不同的业务团队。各个职能部门，包括运营、人力资源、采购等部门为公司的业务发展提供支持。为了更好地实现业务目标，公司鼓励员工充分发挥公司在市场进入、科学能力、顾客关系和职能素质方面的作用。协作将在提高生产率的同时，为整个公司创造更大的机遇。

提高生产效率和产品质量是实现可持续发展的关键。常隆正华通过对农资市场供应链和各职能部门的不断优化和标准化，提高了企业效率，从而节约了成本和流动资金。通过在上述领域的不断改进，公司将在每次保证质量地向顾客准时交付产品和服务的同时，强化我们端到端的供应链能力——即亿美生物整体实力的证明。

亿美生物农化一贯坚持“诚信为本，以质取胜”的企业精神和经营理念，以其优质农化产品和优良服务为我国农村广大农户提供丰收的保证。“给我信任，还您丰收”已深入农民



心中。亿美生物农化将继续引进更多高效、安全农药产品及其它方面的业务，一如既往地全力为中国农业的持续发展做出贡献。

销售代表工作职责是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人受益的一种组织功能与程序。介绍商品提供的利益，以满足客户特定需求的过程。其工作是满足客户特定的需求，或者客户特定的问题被解决。能够满足客户这种特定需求的，唯有靠商品提供的特别利益的岗位。

### (一)工作过程与内容

(1)20xx年12月2日，在亿美生物肥料有限公司开始进行为期三个月的销售实习。

(2)20xx年12月14日，和本公司参加了第二十七届黑龙江植保信息交流暨农药(械)交易会。

(3)20xx年12月17日，去齐齐哈尔市拜访客户，销售本公司产品及介绍亿美生物肥料有限公司产品的销售计划，及奖励制度。

(4)20xx年1月2日，从齐齐哈尔市回到哈尔滨公司，进行开会，反馈这次出差遇到的问题及相应的收获。

(5)20xx年1月7日，再次去齐齐哈尔市下属的乡镇向经销商了解本公司产品去年卖的效果，整顿管理市场，拜访发展新的客户，了解竞争对手及产品的动态，进行市场规划。宣传公司产品及转换农民的思想观念用药水平。

(6)20xx年1月17日，离开了齐齐哈尔市，开始在大庆市进行宣传与销售。

(7)20xx年1月28日，离开大庆市，回到哈尔滨公司进行开会，设计宣传资料、宣传品，做新老产品实验。根据上推下拉政策，通过在上面调动起经销商的积极性，在下面通过开农民培训会、宣传车、电视广告等的宣传拉动起农民用药的积极性，从而使销量上升。

(8)20xx年2月1日，临近过年，公司集体带薪休假15天。

(9)20xx年2月16日，正式上班。

(10)20xx年2月23日，经公司决定，我的市场由齐齐哈尔和大庆市改变为绥化市场。

## (二) 完成的任务

作为一名优秀的农资销售代表：始终要保持的一种状态是激情；始终要坚持的价值观是做人正直，做事正气，思维正向；始终要坚守的一种职业素养是敬业、专注；始终要处理好的一种关系是与领导的关系；始终要学习的一种技巧是沟通的技巧；始终要保持的一种习惯是勤奋。只有积极正向的做人，才能在工作上有良好的业绩，才能让营销走向良性循环。

### (一) 田间指导

1. 在兰西县给农民学习讲解果树、番茄、黄瓜、甜瓜当前的主要病虫害及田间管理知识。

2. 兰西县在蔬菜大棚里针对作物当前的早、晚疫，灰霉、霜霉、斑点、软腐、叶霉、细菌性溃疡等病害和虱、菜青虫、地下害虫等虫害问题，给农民在大棚里现场讲解指导及农民会培训。

如：番茄早疫病病原为茄链格孢，属于真菌中的半知菌类，一年四季均可发病，主要危害幼苗/成株的叶片/茎秆/花和果

实。坚持预防为主，定期喷药保护的原则，从定植开始每隔7~10天选择优秀保护剂。常用的保护剂有：代森锰锌1000倍，61.4%百菌清锰锌500倍，发病初72%硫磺锰锌600倍。病害发生严重时，正华·甲托(彩托)加52.5%抑快净1500倍。特别强调的是，在发病后用治疗剂时，一定要混入保护剂，以保护未发病的植株并杀灭病菌孢子，对控制病害流行非常必要。

### 3. 蔬菜综合管理防治病虫害(大棚番茄)

(1)温度：白天维持在25~28℃左右，夜温维持在13~17℃，午前25~28℃，午后充分换气通气下降到20~25℃，傍晚前后停止通换气，前半夜要求温度14~17℃，后半夜要求12~13℃，夜温17℃时间较长，会导致顶端停长，温度高于30℃以上易疯长，低于5℃易冻害。

(2)湿度：覆膜栽培，小水勤浇。

(3)肥水：底肥追肥(npk中微量)；微生物+有机质。

(4)整枝：连续生长：只留主杆连续生长，每穗3~4个果实换头栽培：主杆六七穗果实后，再留侧枝生长适时打岔：地上第一岔芽20厘米长打去，有利于促次生根，以后宜早。

#### (二)农民培训会

1. 在齐齐哈尔市泰来县，公司聘请的专家老师给当地农民带来一些作物上的一些技术要点和致富信息，根据当地每年大发生的病虫害，让农民提前做好防治工作和针对手段。

2. 在大庆市苹果种植地通过当地政府和农民要求，陪同专家老师一起下乡给农民讲解果树修剪、病虫害防治、平时果园管理的知识等。

3. 在其他各大乡镇的一些蔬菜区域和部分果区，自己给农民开一些小型的农民培训会，讲解当前作物的一些病虫害知识及如何用药。

### (三) 整顿保护网络，管理市场

1. 通过在下边的了解首先找每个地方威望最高、信誉度最好、有推广能力的客户作为我们第一个考虑的发展对象，然后帮助他建立亿美生物网络，铺货宣传。

2. 自己在宣传产品的同时也不断提醒农民怎么去辨别假货，不定期的查处市场保护整顿网络，开客户会议进行培训和管理市场。

经过为期半年的实习生活，让我从做过的点点滴滴中，为人处事中，接触形形色色的人中，各种突发事件的处理中等等。卓见走向成熟，走向社会，慢慢真正地步入了工作的行列中。在这段时间里，我学到了很多在学校了学不到的东西，也认识到了自己很多的不足感觉收益非浅，以下是我在实习期间对工作的总结以及一些自己的心得体会。

实习是一种对用人单位和实习生都有益的人力资源制度安排。对接受实习生的单位而言，是发展储备人力资源的措施，可以让其低成本、大范围的选择人才，培养和发现真正符合用人单位要求的人才，亦可以作为用人单位的公关手段，让更多的社会成员(如实习生)了解用人单位的文化和理念，从而增强社会对该组织的认同感并赢得声誉。

对我们而言，实习可以使每一个学生有更多的机会尝试不同的工作，扮演不同的社会角色，逐步完成职业化角色的转化，发现自己真实的潜力和兴趣，以奠定良好的事业基础，也为自我成长丰富了阅历，促进整个社会人才资源的优化配置。作为一名学生，我想学习的目的不在于通过结业考试，而是为了获取知识，获取工作技能，换句话说，在学校学习是为

了能够适应社会的需要，通过学习保证能够完成将来的工作，为社会作出贡献。然而步出象牙塔步入社会是有很大落差的，能够以进入公司实习来作为缓冲，对我而言是一件幸事，通过实习工作了解到工作的实际需要，使得学习的目的性更明确，得到的效果也相应的更好。其次，我介绍一下我实习所做的工作。再次，我要总结一下自己在实习期间的体会。

自主学习工作后不再像在学校里学习那样，有老师，有作业，有考试，而是一切要自己主动去学去做。只要你想学习，学习的机会还是很多的。作为亿美生物肥料有限公司的一名销售代表人员，我所做的工作重要是管理市场、发展新客户、开农民培训会、田间指导、做产品试验等。首先能进入亿美生物肥料有限公司我感到自己很荣幸，公司的理念深深的熏陶着我这个刚走出校门步入社会的新人。他给了我一个展示自我的平台，给我提供了各种有利的资源，虽然工作中有许多地方不懂，接触了许许多多的人，碰了很多在学校没有见过的事遇到了许多难题，但是我觉得只有这样才能锻炼、才叫锻炼、才能使自己尽快成熟，经过了一次，下次做起来就得心应手。

走进亿美生物肥料让我从中学到了做事认真负责的态度，懂得了做人从容进取的宽厚，看到了工作不懈努力的业绩，明白了谦虚谨慎的重要，感受了团结互助的力量，体会了真情奉献的伟大。走在亿美生物之路上心酸与汗水一路伴随着我们，但却让我们硕果累累。在以后的人生之路上我们也将不断总结自我、完善自我、超越自我。我们也将以此鞭策自己，努力学习，努力迈向人生新的阶段。

## 农资年度工作总结及明年工作计划篇四

大家好！

带着丰收的喜悦，我们再度欢聚一堂。过去的一年里，你们牵手年幼的德诺一起走过无数难忘但不平凡的日子。在德诺

蹒跚学步的日子里，因为你们的搀扶与支持，年幼的德诺走得稳健、有力；在农资市场群雄割据、竞争激烈的今天，新生的德诺却得以健康、茁壮的成长。德诺前行的每个脚印里，都洒下了你们的心血与汗水，都倾注了你们的忠诚与真情。今天，在这里，请允许我代表德诺农资所有员工真诚地祝愿在座的各位健康平安，幸福如意；祝愿我们的父老乡亲们因为各位领导的大力支持、德诺人的诚实执著、威远人的踏实敬业以及在座各位零售商朋友们诚信负责的精神而更快地走向富裕，祝愿大家的生活节节攀升，红红火火！

1、从供货方面来说□20xx年，威远生化在平陆地区投入了大量的人力、物力、财力。一年来，不管德诺提出什么要求，从业务员提出申请到大区经理审批，再到推广部门策划运作都是一路绿灯、高效运行；从上到下，从里到外，从操作产品到运作市场，从业务方面到技术咨询，从资源管理到营销培训，从业务员、区域经理到公司高层、专家教授，每一位相识或不相识的来自威远的朋友都知无不言、言无不尽地对德诺倾心相授，都尽自己最大的努力给了德诺农资许多忠恳的建议和无私的帮助。

2、除了审计局的领导、同事以及其他职能部门的支持以外，还有许多结缘德诺的朋友，都给了德诺最真诚的帮助。比如，部官的全亮，自己虽然不经销农药，但是却为德诺介绍了几个重要客户。经他介绍的五个客户，两个获得了我们今年的一等奖，一个获二等奖，一个获最佳回款奖，还有一个是今年新开的户，业绩也不错；零售商王新平，在年初曾对德诺农资提出了非常好的建议，并认真地写下来交给了我们，他的建议书至今保存在德诺农资的档案里；还有我们的村干部周宽亮、刘百兴，张店镇老书记乔章典等，为了引导村民使用生物农药，淘汰高毒农药，都身体力行，率先使用，为德诺农资及威远品牌的树立做了大量的推广宣传工作。在张店、部官一带，几乎所有的农民都知道了威远产品，很多农民们说，威远这么好的药，这些年都在哪儿啊，要是我们早用威远的药，每年桃果的价格肯定要高许多。今年，农民们普遍反映：

用了生物农药后，苹果、桃的品质大大改善，果桃商品率也大为提高。我们的老百姓以他们的方式，对德诺农资提出了最真诚最朴素的建议，给了德诺农资最朴实的支持与扶助。

3、今年，很多零售商朋友都尽自己的能力对德诺农资的工作寄予了大力的支持，从积极到积极回款，都取得了显著的成效，截止目前，德诺农资的回款率已达98.6%。这中间，有很多客户，毫不犹豫地拒绝了有多年合作关系的老供货商的供货，一心一意致力于德诺产品专卖，在我们强有力的品牌拉动下，除了额大幅增长以外，也将威远生物农药过硬的质量和德诺农资优质的服务带给了老百姓，在农民朋友中反响良好，使德诺农资与威远生化在平陆区域赢得了良好的口碑。

4、德诺诚实敬业、认真负责的精神，赢得了名牌企业的青睐，也赢得了终端零售商的信任。今年的过程中，接到零售商的电话后，我们曾多次专车赶到田间地头，实地查看农民们地里的虫害、病害，并现场咨询专家，以最快速度为农民朋友解决问题；在排库结账的过程中，对算错账的客户，都认真诚实地予以了纠正。有一回，南王的客户贾春蓉多付了我们20xx钱但并不知晓，我们发现以后及时打电话予以纠正，避免了客户的损失；在给黑窑的吴帮元算账时，由于笔下误，使他多付了300多元钱，复查时发现后，我们专程赶到黑窑给以纠正等等；德诺要求每一位员工都严格要求自己：诚实第一，决不多收客户一分钱，决不与客户推诿扯皮。正是这种勇于承认错误，敢于承担责任的精神使德诺农资赢得了零售商朋友们的赞赏与信任，也赢得了农民朋友的信任与尊重，也成为威远生化值得信赖的合作伙伴，今年，德诺农资已被威远生化评为“四星级核心经销商”。

(一)今年库存比较大。库存偏大的主要原因：一是生物农药持效期长，往年，农民们在卖桃前普遍都要打一到两遍药。可是，今年，用了高甲维盐及除虫尿这套黄金配方药之后，后期卷叶虫没有再发生。直到桃区工作已经结束一个多月，地里也几乎没有虫害。所以各零售点都没有按预期计划完成，

这是造成库存偏大的主要原因。不过，虽然我们库存偏大，但是农民朋友们尝到了用生物农药的好处，这是值得我们欣慰的地方。二是对于果区来说，今年普遍是小年，加之部分地区出现不同程度的冻害，导致农民朋友对苹果管理重视不够，也是导致库存偏大的一个主要原因。三是前期因为对产品了解不透，在小麦除草剂\*期没有对大家作出正确的指导。在千顷碧浪出去以后，因为苯磺隆类产品见效慢，使得好多农民误以为买的是假药，影响了同期清园药的。

(二)在推广过程中，由于缺乏经验，加之工作开始得晚，使得大部分地区都没有涉及到，导致育区的出现。

这方面，我们主要谈一下品牌的定位、成长以及管理的问题

### (一)、品牌定位

德诺农资致力于为农民朋友提供一流的产品质量，一流的售后服务；致力于架起零售商与一流名牌企业合作的桥梁；致力于和实力雄厚并且视农民利益为最高利益企业的合作，从而打造优秀的农资品牌。德诺，永远是农民的德诺。让德诺品牌扎根深厚的土壤里，扎到农民的心坎里是所有德诺人为之奋斗的目标。

### (二)、品牌成长

两年来，在座的每一位都为德诺农资付出了艰苦的努力和辛勤的汗水，我深深地感觉到：在你们眼里，德诺就像自己的孩子，你们对他寄予了纯朴的感情与深情的信任。从湖村王新平对德诺农资诚恳的建议书到西牛张晓玲夫妇的真知灼见；一次次感受到张郭村景保屯对出去的农药跟踪到底的执著精神；部官的苏全太说，他宁愿不卖药，也不会不负责任地将不合理的配方给农民，让他们反过来多花冤枉钱；还有一回，我听到东郑的赵增温说：用咱们药的户，地里都非常干净，我这些天天天在研究和琢磨威远公司到底是个什么公司呢，能



做这么好……像这样的事情，很多很多。每一次下乡，看到老百姓信任而感动的眼神，我都会想起你们苦口婆心地讲解；听到老百姓对威远品牌的信赖与赞赏，我都会想起你们认真负责的工作态度。在农资市场极度混乱的今天，有缘接触农药行业一个非常优秀的品牌是我们大家的幸运，而亲手将一个优秀的品牌在这么短的时间内做到受百姓信赖又是非常难能可贵的。

(三)那么，我们就一起谈谈与品牌管理相关的几个问题：

### 1、渠道的问题

对我们来说，渠道包括供货渠道及渠道。德诺农资的供货渠道大家都非常清楚。德诺农资保证所有产品都是平陆区域总代理，封闭运营的方式最大程度地杜绝了假冒伪劣农药的流入，最大限度地提升了零售商朋友的利润空间。拿威远生化来说吧：据非常可靠的消息，威远产品这些年来没有因为任何药害事件做过赔偿。除了威远产品外，德诺农资在进货渠道方面，把关也是非常严格的。我们保证所有的产品都是正式登记的产品，都经过农业局执法大队的验收，保证经销商朋友放心经营，绝不会因为一时不谨慎给经销商朋友带来任何的不利影响。除了产品质量过硬以外，两年来，为了给农民朋友寻求到真正视农民利益为最高利益的企业，我们不断地拒绝再拒绝。红太阳、克胜制药、瑞德丰等等一流企业都三番五次地找过我们，但是，在我们商谈的过程中，没有一个企业能像威远生化这样，舍得付出，舍得在农民身上大力度地投入。每一回，当德诺农资提出需要支持的意向时，威远生化从来没有算计过这样的投入到底值不值，每次他们都是尽心尽力的去做，而同样是大厂家，别的厂家就做不到。他们的支持力度都无一例外地视我们的情况来定。在他们眼里，利益永远是第一的，利润永远是第一的。今天，德诺选择了威远，威远选择了平陆，这样的机会，对于我们来说，真得是非常宝贵，非常难得的。德诺只是一个桥梁，实际的情况是：一个实力雄厚的优秀企业就站在我们的背后，随时

为我们提供强有力的品牌支持。牵着这个国内一流企业的手，我们一定能走得更稳更远。

2、回款的问题。目前的农资市场非常混乱，生产企业之间、代理商之间、零售商之间的恶性竞争使得大家为了赢得市场，不得不通过赊销途径来提高市场占有率。但是，任何一个企业，想要健康发展，首先必须要有良好的回款。没有良好的现金流，再美好、再有前途的事业都终将走向夭折。除了农资界，现在，国内一流的名牌企业都已经意识到这个问题，努力杜绝赊销现象的存在，转而将工作的重点放在售后服务及技术推广方面，通过强有力的品牌策略以及优质超值的服务来占领市场。我们运城地区有两个曾经显赫一时的农资企业，都企图通过大规模的赊销力度来占有市场，刚开始，似乎还轰轰烈烈了一阵，可是，好景不长，现在都已经是生存艰难。大额度的赊销，表面看来，似乎处处都充满了诱惑。但是，在诱惑的背后，潜藏着诸多的风险。而随着国家惠农政策越来越好，农民维权意识也越来越强，假冒伪劣农药越来越难以立足。这种情况导致了未来的农资市场，需要品牌；消费观念越来越成熟的老百姓需要品牌。可是，在我们接触的生产厂家中，名牌厂家几乎都是不赊欠的。所以现款操作，是农资行业必然的趋势。这方面，我相信，通过我们努力，这个问题会逐步得到改善解决。我们应该学习名牌企业的做法，努力做到质量硬，价格硬，回款硬。只有良好的回款，才能让我们赢得名牌企业的信赖，才能为我们争取到更多更好的服务支持。也只有这样，我们才能在农资市场立于不败之地，我们的事业才能形成良性循环，才能健康发展！拿今年第一名的苏全太来说吧：去年，他是第一年经销农药，当年的销量是6000元；今年，他自己的努力目标是2万元。3月份，他筹集了2万元提前交到公司。提前交付的这两万元使他得到了什么呢？第一，他获得了836元的现金红包；第二赢得了最佳回款奖；第三因为他交了2万元，我们肯定要帮他卖到2万元。因此，我们为他搞了一次大力度的促销，在促销现场，仅2个多小时的时间，就帮他销了一万多元的货，使他的收入及利润空间大大提高。所以，与德诺农资打交道，我们大家不要

害怕吃亏。积极的回款只会让您得到更多意想不到的收获!在这么好的机会面前,我希望我们的零售商,不是一年到头只想赚点自己家的用药钱。我希望,在不远的将来,有更多的零售商,因为结缘德诺,因为牵手名牌企业,能踏实的赚钱,轻松地赚钱,在我们年老体弱、干不动农活时,依然能享受到与名牌企业携手合作的利益与快乐!

3、价格的问题。现在每个村子里,都有好几家卖药的,我们最基本的工作就是让老百姓不再为辨别真假药而茫然困惑,不再为经常上当受骗而不知所措。统一零售价就是要求我们对每一个老百姓都做到诚实无欺,不允许有愚弄百姓的事情发生。大家都知道:如果我们买一样东西,比别人买得贵了些,哪怕只贵几毛钱,心里就很生气,感到被欺骗。常会想到,以后再也不去他那儿买了。所以,我们要坚决杜绝此类事件的发生,赢得每一个乡民的信任。决不乱价,扰乱市场。很多零售商朋友都感慨:你们的药好是没说的,但就是价格贵。对于这个问题,我觉得,觉得张店、部官一带的零售商们做得非常好。在张店的岭桥、张郭、连沟、下牛坪,在部官的上牛、中牛、下牛、后月等村,老百姓对威远的药已经不关心价格的问题了。因为,大家认准了威远这个牌子,都知道威远的药在全县的价格都是统一的。所以,这些村的百姓拿药时基本上不问价格,只关心是不是威远的药。所以,我觉得,解决这个问题其实很简单:那就是正确的引导我们的农民,用好药,减少用药次数,拒绝用药风险,提高果品品质,最终做到降低成本,增加收入。下乡时有的零售商会说,你们应该进点小厂家的药,因为有的农户来了就要便宜的药,我们没有,人家就走了,造成客户流失。对这类问题,我们的原则是宁可不卖药,也不能心存侥幸地去卖没有质量保证的药。再便宜的药,终究是要花钱的,但如果效果不好,农民可不会说他买的药便宜,他会说,我们给他提供的药不好,甚至是假药,这样子,一传十,十传百,最终,我们的路会越走越窄直到穷途末路。

4、窜货砸价问题。我们大家有缘接触了名牌企业,又有幸让

品牌农药在我们手里做起来，那么，现在我们就一定要有强烈的品牌保护意识。否则，我们辛辛苦苦付出的努力就会付之东流。一个大型农药生产企业的新产品，从策划研发直到真正投入市场，少则三五年，多至七八年甚至更多，而一个小厂子的产品可能只需要三两天换个标签就可以上市了。所以大厂家的任何一个新产品投入市场时，刚开始都有一个市场指导价和保护价。而当我们费尽心血将新产品推开以后，市场上很快就会有类似的产品甚至完全一样的产品出现。这样的产品一旦流入我们的\*区域，常常会通过恶意砸价来赢得客户。所以，我们在过程中，一定要引导农民认准品牌，认清真假。在整个过程中，我们不但要提供给他们更多超值的服 务，还要不断跟踪服务，指导他们正确用药，这样，即使一时流入市场的少量产品价格低廉，却不一定能够赢得农民的信任。为什么？因为小厂子的货，它是没有计划的进入市场的，能打开销路好，如果打不开销路，就打一枪换一个地方，实在不行，大不了换个标签，从头再来。遇到这种情况，就需要我们所有的零售商联起手来，共同抵制窜货砸价事件的发生，维护我们大家共同的利益。

品牌的成长，是需要我们每一个人都精心呵护的。只有这样，我们才能享受到品牌带给我们长远的、巨大的经济效益。

1、协助威远生化搞好直营连锁店的管理工作。

(1)、要求经销商首先致力于威远农药专卖，对于威远生化没有的少量产品，由德诺农资负责调配。所供药品全部经农业局执法大队检查验收，严格把握供货渠道，确保威远生化不会因此承担连带责任。

(2)、要有一定的管理经验，视农民利益为最高利益。

(3)、必须要有良好的品牌忠诚度，有强烈的品牌保护意识。

2、配合威远生化加大对农民用药知识的培训、指导以及售后

服务工作，致力于无公害农药在我县的推广与使用，使我们这个以经济林为主的国定贫困县的老百姓早日尝到使用无公害农药的甜头。

3、拓展示范园建设面积。目前，我们已与常乐坪高村初步确定了建设示范村的意向。明年，我们将专门配备专家队伍，为该村三千多亩果园提供全程的技术指导，逐步将该村果区建设成生态型果区。另外，在每个有网点的村建一到两个样板示范园，引导村民正确用药。

4、配合平陆县委党校阳光工程项目，每年选拔部分优秀零售商进行培训，为新农村建设培养一批新型农民和科技带头人。

5、作为“万村千乡市场工程”唯一指定的农药配送单位，协助平陆县润禾农资做好“万村千乡市场”工程的农药配送工作，并积极搞好售后服务及回访工作，使这项工程深得民心。

5、回馈与感恩是德诺成长的主旋律。在德诺农资健康发展、额稳定增长的前提下，继续努力搞好德诺农资“爱心工程”工作，与在座所有的朋友一起，尽我们最大的努力，帮助更多的农村贫困家庭走出困境。

最后，我代表德诺农资对在座的各位郑重承诺：德诺农资将继续坚持诚信经营，坚持品牌战略，坚持为零售商争取更好的品牌支持及优惠的政策，坚持为农民朋友提供最好的产品，最好的服务，坚持诚实无欺地对待每一位农民朋友。为所有的老百姓早日摆脱贫困，早日走向富裕，为早日建设起一个健康、富裕、美好、和谐的新平陆而不懈努力！

## 农资年度工作总结及明年工作计划篇五

### 【个人总结】

各位领导、各位朋友们：

大家好！带着丰收的喜悦，我们再度欢聚一堂。过去的一年里，你们牵手年幼的德诺一起走过无数难忘但不平凡的日子。在德诺蹒跚学步的日子里，因为你们的搀扶与支持，年幼的德诺走得稳健、有力；在农资市场群雄割据、竞争激烈的今天，新生的德诺却得以健康、茁壮的成长。德诺前行的每个脚印里，都洒下了你们的心血与汗水，都倾注了你们的忠诚与真情。

今天，在这里，请允许我代表德诺农资所有员工真诚地祝愿在座的各位健康平安，幸福如意；祝愿我们的父老乡亲们因为各位领导的大力支持、德诺人的诚实执著、威远人的踏实敬业以及在座各位零售商朋友们诚信负责的精神而更快地走向富裕，祝愿大家的生活节节攀升，红红火火！

## 一、工作成绩及销售情况。

1、从供货方面来说□20xx年，威远生化在平陆地区投入了大量的人力、物力、财力。

从上到下，从里到外，从操作产品到运作市场，从业务方面到技术咨询，从资源管理到营销培训，从业务员、区域经理到公司高层、专家教授，每一位相识或不相识的来自威远的朋友都知无不言、言无不尽地对德诺倾心相授，都尽自己最大的努力给了德诺农资许多忠恳的建议和无私的帮助。

2、除了审计局的领导、同事以及其他职能部门的支持以外，还有许多结缘德诺的朋友，都给了德诺最真诚的帮助。比如，部官的全亮，自己虽然不经销农药，但是却为德诺介绍了几个重要客户。

经他介绍的五个客户，两个获得了我们今年的销售一等奖，一个获二等奖，一个获最佳回款奖，还有一个是今年新开的户，销售业绩也不错；零售商王新平，在年初曾对德诺农资提出了非常好的建议，并认真地写下来交给了我们，他的建

议书至今保存在德诺农资的档案里；还有我们的村干部周宽亮、刘百兴，张店镇老书记乔章典等，为了引导村民使用生物农药，淘汰高毒农药，都身体力行，率先使用，为德诺农资及威远品牌的树立做了大量的推广宣传工作。

在张店、部官一带，几乎所有的农民都知道了威远产品，很多农民们说，威远这么好的药，这些年都在哪儿啊，要是我们早用威远的药，每年桃果的价格肯定要高许多。今年，农民们普遍反映：用了生物农药后，苹果、桃的品质大大改善，果桃商品率也大为提高。我们的老百姓以他们的方式，对德诺农资提出了最真诚最朴素的建议，给了德诺农资最朴实的支持与扶助。

3、今年，很多零售商朋友都尽自己的能力对德诺农资的工作寄予了大力的支持，从积极销售到积极回款，都取得了显著的成效，截止目前，德诺农资的回款率已达xx%□

这中间，有很多客户，毫不犹豫地拒绝了有多年合作关系的老供货商的供货，一心一意致力于德诺产品专卖，在我们强有力的品牌拉动下，除了销售额大幅增长以外，也将威远生物农药过硬的质量和德诺农资优质的服务带给了老百姓，在农民朋友中反响良好，使德诺农资与威远生化在平陆区域赢得了良好的口碑。

4、德诺诚实敬业、扎实负责的精神，赢得了名牌企业的青睐，也赢得了终端零售商的信任。

今年的销售过程中，接到零售商的电话后，我们曾多次专车赶到田间地头，实地查看农民们地里的虫害、病害，并现场咨询专家，以最快速度为农民朋友解决问题；在排库结账的过程中，对算错账的客户，都认真诚实地予以了纠正。有一回，南王的客户贾春蓉多付了我们200元钱但并不知道，我们发现以后及时打电话予以纠正，避免了客户的损失；在给黑窑的吴帮元算账时，由于笔下误，使他多付了300多元钱，复

查时发现后，我们专程赶到黑窑给以纠正等等；德诺要求每一位员工都严格要求自己：诚实第一，决不多收客户一分钱，决不与客户推诿扯皮。正是这种勇于承认错误，敢于承担责任的精神使德诺农资赢得了零售商朋友们的赞赏与信任，也赢得了农民朋友的信任与尊重，也成为威远生化值得信赖的合作伙伴，今年，德诺农资已被威远生化评为“四星级核心经销商”。

## 二、存在问题。

### （一）今年库存比较大。库存偏大的主要原因：

一个多月，地里也几乎没有虫害。所以各零售点都没有按预期计划完成销售，这是造成库存偏大的主要原因。不过，虽然我们库存偏大，但是农民朋友们尝到了用生物农药的好处，这是值得我们欣慰的地方。

二是对于果区来说，今年普遍是小年，加之部分地区出现不同程度的冻害，导致农民朋友对苹果管理重视不够，也是导致库存偏大的一个主要原因。

三是前期因为对产品了解不透，在小麦除草剂销售期没有对大家作出正确的指导。在千顷碧浪销售出去以后，因为苯磺隆类产品见效慢，使得好多农民误以为买的是假药，影响了同期清园药的销售。

（二）在推广过程中，由于缺乏经验，加之工作开始得晚，使得大部分地区都没有涉及到，导致销售育区的出现。

## 三、品牌问题。

这方面，我们主要谈一下品牌的定位、成长以及管理的问题

### （一）品牌定位。



德诺农资致力于为农民朋友提供一流的产品质量，一流的售后服务；致力于架起零售商与一流名牌企业合作的桥梁；致力于和实力雄厚并且视农民利益为最高利益企业的合作，从而打造优秀的农资品牌。德诺，永远是农民的德诺。让德诺品牌扎根深厚的土壤里，扎到农民的心坎里是所有德诺人为之奋斗的目标。

## （二）品牌成长。

子，你们对他寄予了纯朴的感情与深情的信任。从湖村王新平对德诺农资诚恳的建议书到西牛张晓玲夫妇的真知灼见；一次次感受到张郭村景保屯对销售出去的农药跟踪到底的执著精神；部官的苏全太说，他宁愿不卖药，也不会不负责任地将不合理的配方给农民，让他们反过来多花冤枉钱；还有一回，我听到东郑的赵增温说：用咱们药的户，地里都非常干净，我这些天天天在研究和琢磨威远公司到底是个什么公司呢，能做这么好……像这样的事情，很多很多。

每一次下乡，看到老百姓信任而感动的眼神，我都会想起你们苦口婆心地讲解；听到老百姓对威远品牌的信赖与赞赏，我都会想起你们认真负责的工作态度。在农资市场极度混乱的今天，有缘接触农药行业一个非常优秀的品牌是我们大家的幸运，而亲手将一个优秀的品牌在这么短的时间内做到受百姓信赖又是非常难能可贵的。

## （三）那么，我们就一起谈谈与品牌管理相关的几个问题：

### 1、渠道的问题。

对我们来说，渠道包括供货渠道及销售渠道。德诺农资的供货渠道大家都非常清楚。德诺农资保证所有产品都是平陆区域总代理，封闭运营的方式最大程度地杜绝了假冒伪劣农药的流入，最大限度地提升了零售商朋友的利润空间。拿威远生化来说吧：据非常可靠的消息，威远产品这些年来没有因

为任何药害事件做过赔偿。除了威远产品外，德诺农资在进货渠道方面，把关也是非常严格的。我们保证所有的产品都是正式登记的产品，都经过农业局执法大队的验收，保证经销商朋友放心经营，绝不会因为一时不谨慎给经销商朋友带来任何的不利影响。

除了产品质量过硬以外，两年来，为了给农民朋友寻求到

真正视农民利益为最高利益的企业，我们不断地拒绝再拒绝。红太阳、克胜制药、瑞德丰等等一流企业都三番五次地找过我们，但是，在我们商谈的过程中，没有一个企业能像威远生化这样，舍得付出，舍得在农民身上大力度地投入。每一回，当德诺农资提出需要支持的意向时，威远生化从来没有算计过这样的投入到底值不值，每次他们都是尽心尽力地去做，而同样是大厂家，别的厂家就做不到。他们的支持力度都无一例外地视我们的销售情况来定。在他们眼里，利益永远是第一的，利润永远是第一的。今天，德诺选择了威远，威远选择了平陆，这样的机会，对于我们来说，真得是非常宝贵，非常难得的。德诺只是一个桥梁，实际的情况是：一个实力雄厚的优秀企业就站在我们的背后，随时为我们提供强有力的品牌支持。牵着这个国内一流企业的手，我们一定能走得更稳更远。

## 2、销售回款的问题。

目前的农资市场非常混乱，生产企业之间、代理商之间、零售商之间的恶性竞争使得大家为了赢得市场，不得不通过赊销途径来提高市场占有率。但是，任何一个企业，想要健康发展，首先必须要有良好的销售回款。没有良好的现金流，再美好、再有前途的事业都终将走向夭折。除了农资界，现在，国内一流的名牌企业都已经意识到这个问题，努力杜绝赊销现象的存在，转而将工作的重点放在售后服务及技术推广方面，通过强有力的品牌策略以及优质超值的服务来占领市场。我们运城地区有两个曾经显赫一时的农资企业，都企

图通过大规模的赊销力度来占有市场，刚开始，似乎还轰轰烈烈了一阵，可是，好景不长，现在都已经是生存艰难。大额度的赊销，表面看来，似乎处处都充满了诱惑。

但是，在诱惑的背后，潜藏着诸多的风险。而随着国家惠农政策越来越好，农民维权意识也越来越强，假冒伪劣农药越来越难以立足。这种情况导致了未来的农资市场，需要品牌；消费观念越来越成熟的老百姓需要品牌。可是，在我们接触的生产厂家中，名牌厂家几乎都是不赊欠的。所以现款操作，是农资行业必然的趋势。这方面，我相信，通过我们努力，这个问题会逐步得到改善解决。我们应该学习名牌企业的做法，努力做到质量硬，价格硬，回款硬。只有良好的回款，才能让我们赢得名牌企业的信赖，才能为我们争取到更多更好的服务支持。也只有这样，我们才能在农资市场立于不败之地，我们的事业才能形成良性循环，才能健康发展！拿今年销售第一名的苏全太来说吧：去年，他是第一年经销农药，当年的销量是xx元；今年，他自己的努力目标是xx万元。

xx月份，他筹集了xx万元提前交到公司。提前交付的这两万元使他得到了什么呢？每一，他获得了836元的现金红包；第二赢得了最佳回款奖；第三因为他交了2万元，我们肯定要帮他卖到xx万元。因此，我们为他搞了一次大力度的促销，在促销现场，仅xx个多小时的时间，就帮他销了一万多元的货，使他的销售收入及利润空间大大提高。所以，与德诺农资打交道，我们大家不要害怕吃亏。积极的回款只会让您得到更多意想不到的收获！在这么好的机会面前，我希望我们的零售商，不是一年到头只想赚点自己家的用药钱。我希望，在不远的将来，有更多的零售商，因为结缘德诺，因为牵手名牌企业，能踏实的赚钱，轻松地赚钱，在我们年老体弱、干不动农活时，依然能享受到与名牌企业携手合作的利益与快乐！

3、价格的问题。

现在每个村子里，都有好几家卖药的，我们最基本的工作就是让老百姓不再为辨别真假药而茫然困惑，不再为经常上当受骗而不知所措。统一零售价就是要求我们对每一个老百姓都做到诚实无欺，不允许有愚弄百姓的事情发生。大家都知道：如果我们买一样东西，比别人买得贵了些，哪怕只贵几毛钱，心里就很生气，感到被欺骗。常会想到，以后再也不去他那儿买了。所以，我们要坚决杜绝此类事件的发生，赢得每一个乡民的信任。决不乱价销售，扰乱市场。很多零售商朋友都感慨：你们的药好是没说的，但就是价格贵。对于这个问题，我觉得，觉得张店、部官一带的零售商们做得非常好。在张店的岭桥、张郭、连沟、下牛坪，在部官的上牛、中牛、下牛、后月等村，老百姓对威远的药已经不关心价格的问题了。

因为，大家认准了威远这个牌子，都知道威远的药在全县的价格都是统一的。所以，这些村的老百姓拿药时基本上不问价格，只关心是不是威远的药。所以，我觉得，解决这个问题其实很简单：那就是正确的引导我们的农民，用好药，减少用药次数，拒绝用药风险，提高果品品质，最终做到降低成本，增加收入。下乡时有的零售商会说，你们应该进点小厂家的药，因为有的农户来了就要便宜的药，我们没有，人家就走了，造成客户流失。对这类问题，我们的原则是宁可不要卖药，也不能心存侥幸地去卖没有质量保证的药。再便宜的药，终究是要花钱的，但如果效果不好，农民可不会说他买的药便宜，他会说，我们给他提供的药不好，甚至是假药，这样子，一传十，十传百，最终，我们的路会越走越窄直到穷途末路。

#### 4、窜货砸价问题。

我们大家有缘接触了名牌企业，又有幸让品牌农药在我们手里做起来，那么，现在我们就一定要有强烈的品牌保护意识。否则，我们辛辛苦苦付出的努力就会付之东流。一个大型农药生产企业的新产品，从策划研发直到真正投入市场，少则

三五年，多至七八年甚至更多，而一个小厂子的产品可能只需要两三天换个标签就可以上市了。所以大厂家的任何一个新产品投入市场时，刚开始都有一个市场指导价和保护价。而当我们费尽心血将新产品推开以后，市场上很快就会有类似的产品甚至完全一样的产品出现。这样的产品一旦流入我们的销售区域，常常会通过恶意砸价来赢得客户。所以，我们在销售过程中，一定要引导农民认准品牌，认清真假。

在整个销售过程中，我们不但要提供给他们更多超值的服 务，还要不断跟踪服务，指导他们正确用药，这样，即使一时流入市场的少量产品价格低廉，却不一定能够赢得农民的信任。为什么？因为小厂子的货，它是没有计划的进入市场的，能打开销路好，如果打不开销路，就打一枪换一个地方，实在不行，大不了换个标签，从头再来。遇到这种情况，就需要我们所有的零售商联起手来，共同抵制窜货砸价事件的发生，维护我们大家共同的利益。

品牌的成长，是需要我们每一个人都精心呵护的。只有这样，我们才能享受到品牌带给我们长远的、巨大的经济效益。

#### 四、20xx年工作计划。

##### 1、协助威远生化搞好直营连锁店的销售管理工作。

地放心经营，经与威远生化协商，德诺农资做为威远生化在平陆区域的受权管理单位，协助威远生化在平陆区域开展直营连锁店的工作。

(1) 要求经销商首先致力于威远农药专卖，对于威远生化没有的少量产品，由德诺农资负责调配。所供药品全部经农业局执法大队检查验收，严格把握供货渠道，确保威远生化不会因此承担连带责任。

(2) 要有一定的销售管理经验，视农民利益为最高利益。

(3) 必须要有良好的品牌忠诚度，有强烈的品牌保护意识。

2、配合威远生化加大对农民用药知识的培训、指导以及售后服务工作，致力于无公害农药在我县的推广与使用，使我们这个以经济林为主的国定贫困县的老百姓早日尝到使用无公害农药的甜头。

3、拓展示范园建设面积。目前，我们已与常乐坪高村初步确定了建设示范村的意向。明年，我们将专门配备专家队伍，为该村三千多亩果园提供全程的技术指导，逐步将该村果区建设成生态型果区。另外，在每个有销售网点的村建一到两个样板示范园，引导村民正确用药。

## 农资年度工作总结及明年工作计划篇六

\_\_\_纺织是一家以出口毛巾为主要业务的有限责任公司，其毛巾出口多达20个国家和地区，以日本和印度为主要出口国。销售经理接单分配给跟单员任务后，跟单员要及时的跟进，同生产车间沟通，安排机台的生产。样品生产出来之后，负责样品检测。由于生产一直在进行，所以有问题应及时的同生产主任沟通，保证生产出符合客户要求的产品。跟单员的另一项主要工作就是与外协加工厂的沟通，负责订购包装毛巾所需要的各种辅料，如纸箱、包装袋、卡头纸、腰封、不干胶等等。要求在生产车间将印染合格的毛巾运往整理车间之前将这些辅料送到仓库，以备及时的包装。确认产品的包装后，分配给整理车间包装职工任务，保证毛巾的按时装柜。

### 二，实习体会

首先是工作一定要从打杂开始。两个多星期的跟单员实习生活与我想象中的工作有些差距，但是我已认识到，如果不能将车间的运作流程、了解产品的基本规格、了解纺织包装职工的工作情况有所了解，如果不能将车间的一些基本工作做得顺利完满，我其实没有资格做为正式的跟单员的。作

为\_\_\_\_公司的一份子，我就应该努力为\_\_\_\_谋福利；作为经理放在车间的眼睛，我就要能够为经理提供真实准确的基层信息。我当前的职责就是了解产品，了解车间，了解职工。我需要去了解每种产品从毛线到最后的的产品装柜的过程，我需要去了解什么是保证整个公司顺利运转的关键，我需要去了解每个职工对于工作的真实想法。只有做好了这些，我才能够为\_\_\_\_公司的发展提出自己的建议。工作从打杂开始做起，借用革命先辈们的一句话：基层工作尚未做好，年轻同志仍需磨炼！

其次是工作无处不是沟通。跟单员的主要工作其实一句话可以概括：保证按时交货！这就需要跟单员不断的与产品流经的各个部门相沟通。从线纱到毛巾，从辅料到包装，跟单员需要接触多个部门，并需要亲自到车间考察了解产品的生产进度，及时的跟进产品。这就需要具备灵活的沟通能力。作为尚在整理车间的实习生，当前的工作对象还仅限于车间主任，车间包装职工及我的两位上司。对待上司要恭敬服从，对待车间主任要认真严肃，对待包装职工要勤快可亲。我不确定这样的准则是否可以让我的工作变得更加的轻松流畅，这需要时间的检验。当然没有什么是绝对的真理，一切准则都随着时间环境的变化而改变，我会争取不断的进步。我已认识到沟通能力对于工作的重要性，希望自己可以在这方面一直提高吧！

### 三，工作建议

实习两个多星期，或者说在整理车间的两个多星期，我最大的感受就是\_\_\_\_公司的企业凝聚力与\_\_\_\_公司规模的不相匹配，即职工对于\_\_\_\_公司的归属感还不足。没有归属感就不会有企业文化的认同，没有企业文化的认同就会导致企业结构的松散。对于车间的职工来说，她们只是\_\_\_\_公司的匆匆过客，可以随便的离开而没有留恋。我目前接触的仍只是整理车间的包装职工，尽管她们算不上严格意义上的技术工种，但我认为她们也是\_\_\_\_的一部分，她们也为\_\_\_\_的发展贡献

自己的青春。但她们自己并不认为自己是在为\_\_\_\_公司工作，而是单纯的想着多挣钱。她们经常会抱怨功过时间过长，抱怨没有假期，抱怨没有任何的福利。坚持在\_\_\_\_工作是因为这比较自由，离开没有什么约束，她们也从不为\_\_\_\_的发展着想。也许对于\_\_\_\_来说，她们走了再找人就行了，反正工作简单。但是她们离开后会去做什么呢？肯定是选择其他的毛巾公司，投奔\_\_\_\_的竞争对手。资源永远都是有限的，人力资源也是如此。\_\_\_\_公司还需在企业文化建设上另辟蹊径。

## 农资年度工作总结及明年工作计划篇七

我局制定了《\*\*质监局“农资打假下乡”活动实施方案》，并召集各区县局分管领导对宣传周活动进行了安排部署，分成7个“农资打假下乡”宣传行动组深入各乡镇开展农资打假下乡宣传活动。

（一）组织“进千村、入千户、抽千样”检测活动。“农资打假下乡”共进村120个，入户436个，深入农资销售商店及农户家中，抽取农资样品并免费检测共140个，检测合格率为66%。

（二）开展现场咨询、现场受理举报投诉活动。3月13日为我市“农资打假下乡”集中宣传日，7个宣传行动组分别在7个区县乡镇开展了现场咨询、现场受理举报投诉活动，并邀请了当地农技站及化肥企业人员共同参与，向农民群众宣传如何辨别真假化肥、如何选购农膜及农机产品、如何选购农药等基础知识。共发放宣传资料10747份，受理农民咨询共1449人次，受理农民举报投诉案件13起。

（三）召开生产企业座谈会。3月6日我局召集全市农肥生产企业负责人和各区县局分管执法工作领导对如何确保我市农资产品质量进行了座谈。欧局长在座谈会上指出：农资产品质量涉及广大农民群众的根本利益，希望我市农资产品生产企业要有做“良心农资”的理念，切实增强产品质量责任意



识和法制观念；全市质监部门要充分认清肩负的责任，切实依法履行监管职责，并把监管和服务有机结合起来。

（四）严厉打击制售假冒伪劣农资等坑农害农违法行为。自农资专项打假行动以来，我市质监系统统一部署，对有过质量违法行为的企业重点检查、反复检查，共出动执法人员832人次，出动执法车辆205台次，检查农资生产企业11个，查办农资案件44起，查获假冒伪劣化肥共104吨，查获假冒伪劣农资货值共18万元，为农民挽回经济损失11.4万元。

（五）加大宣传力度，提高宣传效果。今年农资打假专项行动中，我局主动邀请新闻媒体参与，深入活动现场，重点对“农资打假下乡”、查办大案要案、标本兼治措施及12365打假投诉举报咨询台维护农民利益等为农民群众排忧解难办实事等方面进行宣传和报道，营造了有利于农资专项打假工作环境的舆论氛围。同时通过新闻媒体进行社会监督，更有利于防止坑农害农事件发生。

通过三个月的农资打假专项行动，提高了广大农民群众质量法制意识和识假辨假的能力，严厉打击了制售假冒伪劣农资坑农害农违法行为，查处了一批不合格的农资产品，\*\*市农资生产企业的责任意识得到了普遍提高，我市农资生产经营秩序有了进一步的好转，得到了广大农民群众的一致好评。当然，此次活动仍有不少需要提高和改进的地方，如检查涉及到的区域还不够宽，涉及到的农资种类还不够多等。在接下来的工作中，我们将继续深入开展农资专项打假工作，变专项行动为常态监管，不断增添措施，抓好生产源头，确保农资安全。

## 农资年度工作总结及明年工作计划篇八

- 1、开发新终端(乡镇零售店)；
- 2、维护老终端(乡镇零售店)；

- 3、张贴宣传画(图谱);
- 4、悬挂横幅;
- 5、撰写区域市场推广促销方案;
- 6、提出并落实工作计划;
- 7、写工作总结;
- 8、为客户写市场盈利可行性报告;
- 9、培训客户的业务员;
- 10、下乡为农民做示范推广;
- 11、召开田间现场会议;
- 12、召开乡镇专题推介会议;
- 13、下乡铺货;
- 14、为零售商做产品陈列;
- 15、零售指导与讲解培训;
- 16、在零售店站柜推荐;
- 17、走访终端和种植大户;
- 19、向主管汇报工作(请示与汇报);
- 20、回公司开会(准备材料、汇报总结);
- 21、定时催促客户向公司回款;

- 22、月度对账(进销存)
- 23、清理库存、调剂余货、处理过期产品，防止积压；
- 24、退货、换货处理；
- 25、月度行程计划表；
- 26、差旅费用报销；
- 27、与客户业务员沟通交流，探讨可行方案；
- 28、每天写营销日志；
- 29、促销计划活动安排；
- 30、意外事件(药害、处罚、质量等)的预防及处理
- 31、拜访基层零售店。

在我们农资行业中，终端农资店是农资从生产到销售的最后一环，但却是最重要的一环，同时也是最薄弱的一环，做好农资店的终端工作，将对于增加农资销量，提升终端形象，具有重要的意义。本文从终端市场营销策略这方面入手，来谈谈如何提高终端业绩以及找到突破的方法。

由于时间的限制，对于终端的铺货、陈列、促销等方面我不再做深入的探讨，这里，主要对客户管理、客情方面做一下介绍。

### 终端客户的统计

做销售的肯定对自己手中的客户资料进行一些整理，有些是我们大客户，有些是小客户，虽然同样是客户，但是我们往往给客户的促销政策是不一样的。所以首先我们必须对自己

手里的客户进行分类管理。其次，应建立老客户购买使用档案卡，并让其签字、上墙。从客户的姓名，所在区域，以及是否对其进行过技术的指导，并且有跟踪效果。最重要的是，这里有客户的签名，这样对其他客户来说，就具有很大的说服力，从而消除用户的各种疑虑。

## 终端客户的维护

### 1. 不同终端拜访频率不同

可以按照终端的分类，对客户进行不同频率的拜访。对于客户贡献大的客户，要增加拜访次数，这样，形成不同的侧重点，从而实现不同的拜访效果。

### 2. 做顾问式销售

站在对方立场，根据实情制定销售方案。

现在卖产品已经落后了，重要的是卖方案，卖服务。要指导客户，提供保姆式的服务。比如，很多农资企业开始提供的保姆式服务。“保姆式”服务的核心是主动服务，即变被动为主动，变管理为服务，变卖方为保姆，不断延续消费者对产品的认同感、满足感和自豪感。保姆式服务：全方位为客户服务。

主要实施政策如下：

- (1) 重点客户一对一专人负责；
- (2) 为客户量身定做市场推广方案；
- (3) 帮助客户开发、健全及维护销售网络；
- (5) 帮助客户压货（现款批量进货）；

- (6) 帮助客户召开推广会及乡镇级客户农民会；
- (7) 帮助客户店面推广；
- (8) 帮助客户管理和培训其员工；
- (9) 为客户及其员工提供学习机会。

### 3. 培训提升

经销商要有培训零售商的意识。经销商不仅要培养零售商卖货，还要协助零售商学会卖产品赚钱的思路、方法、技巧等。在这里，培训转化为产品的升值，让终端客户感觉物超所值。

### 4. 市场秩序管控，建立分销联合体（三方协议）

厂家、经销商和零售商，要签订三方协议，签协议的时候，要想零售商保证产品的利润，但是一定要按照厂家的要求，开发客户，并按照制定价格进行销售。让每个零售店都遵循销售的规则，维护大家的利益。

### 打造良好终端客情

我们要建立终端客户档案，除了客户名称、地址、电话等常规资料外，关键还要更胜一筹，把终端客户的生日、习惯、喜好、个性、直系亲属等都要记录在案，尤其是客户生日，可以在建立客户档案时，通过设置“身份证号码”一栏，并让客户填写的方式，来间接获得这一资料，以便在其生日时，能够通过短信、电话、或者邮寄贺卡、生日礼物等方式，来感动客户，进而抓住顾客的心。