

最新产品经理月报 销售经理月度工作总结 (精选7篇)

写总结最重要的一点就是要把每一个要点写清楚，写明白，实事求是。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

产品经理月报 销售经理月度工作总结篇一

我进入__公司已经一年多的时间了，在各位领导的指导和同事们的关心帮助下，我认真贯彻执行公司销售目标和销售政策，积极配合店长做好本职工作，并和其他销售员一道努力拼搏、积极开拓市场，并较好地完成了销售业绩。现将我今年的销售工作进行以下述职报告。

一、所做的工作及相关销售情况

从销售业绩看。我从事的销售工作，在__地区全年销售__万多元，并超额完成了公司下达的指标。重新理顺销售网络。前期我通过发放调查问卷等资料，掌握市场客户的基本需求，获得第一手客户资料，为我拓展市场提供了宝贵的经验。在原有的销售网络的基础上，我通过在__城区各商业中心设点销售，进一步拓展销售市场。通过我们的努力，和每个客户细致沟通，耐心做工作，进一步拓展了公司的客户源。

我通过这种营销模式先后开拓客户__余人，赢得了客户的称赞。进一步提高了为客户服务的质量。每月至少一次与客户一起分析锻炼健身中存在的问题，对这些问题及时给予解决，将有价值的观点和方法及时反馈给上级领导。积极做好各月市场销售分析工作，落实回款进度并向公司领导汇报各月完成情况，对当月的销售工作进行总结分析，并根据当月的销售情况及结合销售任务做好下月销售计划。积极参与并协助

上级领导做好一些销售政策的和流程的制定，并对实施情况进行跟踪落实，做好__工作的协助和指导。

二、工作不足之处

我们销售工作做得不细、对市场的了解分析不到位，面对市场的激烈竞争反映不够迅速，使我们失去一部分市场。__服务项目不齐全。与国内一些较大规模的__相比，我们存在着保健康复的设施、指导人员及辅导资料少的问题，同时，浴室、按摩室等起促进锻炼效果的配套设施也很少。

__服务质量不高。针对我们在兑现消费者承诺履行不够，应加强建立个人档案、实行跟踪服务，并将消费者的意见和建议及时反馈，切实从其利益出发满足需求，也体现了__的良好服务质量和信誉。收费标准不稳定。这使得看起来俱乐部发展及不稳定，不利于长期发展。

三、今后工作规划

加强市场推广、宣传力度。在巩固现有的市场份额基础上，制定并实施销售活动方案，加强市场渗透，运用各种有效促销方式或商务手段，确保市场的占有率。健全营销网络。完善客户资料的建立、保存和分类管理，负责客户情况收集、调查。做好业务人员培训、交流工作，进一步完善销售管理工作。服从大局，团结协作。

在日常工作中，努力完成公司领导布置的各项工作，积极为其他同事的工作创造良好的氛围和环境，互相尊重、互相配合。同时，勇于开展批评和自我批评，对其他同事的缺点和错误及时地指出，并督促改正；对自己在工作上的失误也能努力纠正、主动承担责任。

今后我仍会和所有销售人员一道努力拼搏，力争如期完成明年销量任务，为实现公司做大做强的目标而努力奋斗。

此致

敬礼！

述职人： ____

20_年_月_日

产品经理月报 销售经理月度工作总结篇二

本文目录

1. 2017产品经理工作总结
2. 产品经理年度个人工作总结范文
3. 产品经理年终工作总结范文

-xx年产品经理年度工作总结

一、产品支撑工作

在进行产品支撑工作的过程中，认真学习移动公司的各种产品，特别是我们的集团产品，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后传给支撑中心，最后支撑中心派施工单到我司网络部，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。

过去的一年是中国移动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。

二、指标跟踪工作

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。

我司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。

三、培训工作

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。

四、其它工作

在做好以上具体工作的基础上，认真地完成好公司主管、领导交代的其它临时性工作，不计酬劳，任劳任怨、加班加点，按时保质完成工作。

五、问题以及缺点总结

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。

2017产品经理工作总结（2） | 返回目录

时间如梭，转眼间又跨过一个年度之坎，回首望，虽没有轰轰烈烈的战果，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。详细内容请看下文。

年初，置业公司经营管理模式调整，财务工作并入财务部；客旅分公司人员分流，财务工作又并入财务部；新公司像雨后的春笋一样不断地涌现，会计核算、财务管理工作纳入财务部。xx年x月份集团公司推出财务合同管理月，财务部被推向了阵地最前沿；xx年x月份集团公司实际预算管理，财务部是冲锋陷阵的先锋队。公司内部，要求管理水平的不断地提升，外部，税务机关对房地产企业的重点检查、税收政策调整、国家金融政策的宏观调控。

过去的一年，财务部在职能管理上向前迈出了一大步。

x建立了成本费用明细分类目录，使成本费用核算、预算合同管理，有了统一归口的依据。

x对会计报表进行梳理、格式作相应的调整，制订了会计报表管理办法。使会计报表更趋于管理的需要。

x修改完善了会计结算单，推出了会计凭证管理办法，为加强内部管理做好前期工作。

x设置了资金预算管理表式及办法，为公司进一步规范目标化管理、提高经营绩效、统筹及高效地运用资金，铺下了良好的基础。财务合同管理月总结 公司推出“财务、合同管理月活动”，说明公司领导对财务、合同管理工作的重视，同时也说明目前财务管理工作还达不到公司领导的要求。

为了使财务人员能充分地认识“财务、合同管理月活动”的重要性，财务总监姚总亲自给财务部员工作动员，会上针对财务人员安于现状、缺乏竞争意识和危机感，看问题、做事情缺少前瞻性，进行了一一剖析，同时提出财务部不是核算部，仅仅做好核算是不够的，管理上不去，核算的再细也没用，核算是基础，管理是目的，所以，做好基础工作的同时要提高管理意识，要求财务人员在思想上要高度重视财务管理。如对每一笔经济业务的核算，在考虑核算要求的同时，

还要考虑该项业务对公司的现在和将来在管理上和税收政策上的影响问题，现在考虑不充分，以后出现纰漏就难以弥补。针对“财务、合同管理月活动”进行了工作布置。

2017产品经理工作总结（3） | 返回目录

技术可以学习，素质却难以培养，有些素质是成功的产品经理必不可少的。

有这样一群人，他们对产品有一种本能的热爱，把自己生活中的一切事物都看成产品，怀揣对优秀的产品的热爱和尊重。这份热情是产品经理必备的素质，是他们夜以继日克服困难、完善产品的动力。这份热情能感染团队成员，激励所有人。

辨别这种特质很容易，可以让应聘者谈谈自己最喜欢的产品及喜欢的原因，聊聊不同领域的产品和他讨厌的产品，问问对方，如果有机会，他打算怎样完善自己最喜欢的产品。热情是难以伪装的，虚伪的做作容易毕露无遗。

理想的产品经理不一定来自产品的目标市场(这种情况有利也有弊)，但是他必须融入目标市场。这一特质对制造大众产品的高科技企业尤为难得。我们倾向于从自己的角度去理解用户和市场。事实上，目标用户的经验、喜好、价值观、知觉能力、忍受程度、技术理解很可能与我们的大相径庭。

可以就产品的目标市场向应聘者发问，让他谈谈如何换位思考。了解应聘者对目标市场的感觉，最重要的是看对方是尊重目标市场希望融入其中，还是打算一意孤行改变用户习惯。

对国际化的产品和针对特定地域的产品来说，换位思考尤其重要。各种文化虽有共通之处，但也存在许多差异。有些差异对产品无关紧要，有些则至关重要。应该考察应聘者是否足够了解目标市场，能否区分这两种差异。

人的智力水平是无法替换的。产品管理需要洞察力和判断力，因此必须具备敏锐的头脑。勤奋当然是必需的，但从事这项工作光有勤奋还远远不够。

招聘聪明人是项知易行难的任务，结果在很大程度上取决于招聘者的能力和可靠性。常言道，“物以类聚，人以群分”，此言不虚。方法之一是测试应聘者解决问题的能力。微软令人称道的、深入而有效的面试，即是考察应聘者解决问题的能力，通常由一位或多位领域专家就一个问题对应聘者进行深入考察。面试官不关心应聘者是否知道正确答案，而看重应聘者解决问题的思路和方法(智力优于知识)。如果应聘者回答正确，面试官会将问题略作调整，询问应聘者在新情况下如何应付。重复这个过程，直到应聘者被迫处理他不知道答案的情况，说出解决方法。

每种团队角色承担的义务和付出的努力都不相同。产品经理肩负着产品的前途和命运，绝不适合贪图安逸的人担任。即便掌握了时间管理和产品管理的技巧，产品经理依然要为产品投入大量精力。成功的产品经理能拥有时间享受清闲的家庭生活吗?只要具备足够的经验，我相信可以做到。但是，如果你期望的是一周只工作四十个小时，下班后把工作抛诸脑后，那是不现实的。

成功的产品经理需要付出多少努力?在这个问题上，我对应聘者向来坦率，产品管理工作绝不能用时间来衡量，付出多少都不为过。紧急情况下临时找来的“救火队员”多半不是合适的产品经理人选。

无论你打算从公司内部还是从公司外部招聘产品经理，必须清楚合适的人选应该具备哪些特质。

产品经理工作总结 (4) | 返回目录

手机作为一种联系工具，天然决定了移动互联网的主要服务

对象是人群而非个人。移动互联网产品经理的主要任务是服务人群，主要工作是研究人类群落的行为模式， 以下就是为您提供的产品经理工作总结。

从方法论的角度思考，人类群落也处于演进过程中。早期人类是村落人群模式，村落中的每个人认识每个人，人际关系以非常实际的亲戚关系和职业关系为纽带。现代人类是社会化人群模式，人群数目极大增长，人际关系依托于抽象的社会生产关系：契约、合同、雇佣关系。。。。。。产品经理曾经是村落里的铁匠，他认识每个村民，每个村民也认识他。而在今天，产品经理完全退居幕后，他不可能认识每一个用户，用户甚至不知道这个人的存在。

因此，产品经理在方法论上存在着各种选择：他可以提供某种基于熟人群落的旧式服务，以增进熟人群落的情感为产品目的；他也可以提供某种基于大数人群的新式基础服务，以便于人们彼此认识，协调工作，从自利为基础的无序活动中自组织处有序活动；或者，他也可以提供某种中间类型的产品，帮助人们平滑度过两种人群模式，减少由于变化而产生的阵痛。

但是，产品经理的主流应该是服务于未来。先于人众接触新技术新知识，并把这种认知转化为产品，利用产品提供现代人类社会中的各种人群。尽一切可能，降低学习成本，利用人类的本能设计产品，使得人群得以顺利“滑入”新的产品使用场景。

在所有这一切之上，产品经理的目标应该是实现社会美和善和总量。

移动互联网产品经理的素养

1、敏锐感知潮流变化。移动互联网产品会从相对匮乏时代进入相对富足时代，用户可以选择的产品会随时日流逝而日渐

增加，产品终将成为一种时尚业。产品经理若是沉溺于各种新鲜玩意儿之中，追逐新奇，很可能错过真实的时代潮流，无法把握人群的真实需求。

2、放弃理性思维。移动互联网的最大特点是变化极快，传统的分析用户，调研市场，制定产品三年规划，在新的时代里已经落伍。人类群落本身也在迁移演变，产品经理更应该依靠直觉和感性，而非图表和分析，把握用户需求。产品经理永远都应该是文艺青年，而非理性青年。

3、海量的实践。尽管移动互联网方兴未艾，没有任何人可以自称是领域内的专家。但是，这不意味着存在天降天才的可能。《异类》中提出的一万小时定律，同样适用于产品经理。他们需要超过千次的产品实践，才能称得上是了解产品设计，拥有解决问题的能力。

4、博而不专的积累。美术、音乐、阅读、摄影、旅游等等文艺行为貌似不能直接转化为生产力，但是合格的产品经理需要广博的知识储备，以此才能了解和认识大数量的人群，理解时代的审美，让自己的所思所感符合普通用户的思维范式。以此为基础，设计的产品才不会脱离人群。

产品经理月报 销售经理月度工作总结篇三

其次，深刻分析市场上主要竞品在产品系列、价格体系、渠道模式、终端形象、促销推广、广告宣传、营销团队、战略合作伙伴等等方面表现，做到知彼知己，百战不殆。目的在于寻找标杆企业的优秀营销模式，挖掘自身与标杆企业的差距和不足。

最后，就是自身营销工作的总结分析，分别就销售数据、目标市场占有率、产品组合、价格体系、渠道建设、销售促进、品牌推广、营销组织建设、营销管理体系、薪酬与激励等方

面进行剖析。有必要就关键项目进行分析，力求全面系统，目的在于提炼出存在的关键性问题并进行初步原因分析，然后才可能有针对性拟制出相应的解决思路。

运筹于帷幄之中，决胜在千里之外。营销工作规划就是强调谋事在先，系统全面地为企业新月度整体营销工作进行策略性规划部署。但是我们还要明白月度营销工作规划并不是行销计划，只是基于月度分析总结而撰写的策略性工作思路，具体详细的行销计划还需要分解到季度或月度来制定，只有这样才具有现实意义。

目标导向是营销工作的关键。在营销工作规划中，首先要做的就是营销目标的拟订，都是具体的、数据化的目标，包括月度总体的销售目标、费用目标、利润目标、渠道开发目标、终端建设目标、人员配置目标等等，并细化分解。如终端类产品的销售目标就要按品项分解到每个区域、每个客户、每个系统等等；流通类产品分解到每个区域、每个客户等。

其次就是产品规划。根据消费者需求分析的新产品开发计划、产品改良计划；通过销售数据分析出区域主导产品，拟制出区域产品销售组合；根据不同区域市场特征及现有客户网络资源状况，拟制出区域产品的渠道定位。然后就要拟制规范的价格体系，从到岸价到建议零售价，包括所有中间环节的价格浮动范围，有时非常必要结合产品生命周期拟制价格阶段性调整规划。

产品经理月报 销售经理月度工作总结篇四

年初，___置业公司经营管理模式调整，财务工作并入财务部；客旅分公司人员分流，财务工作又并入财务部；新公司像雨后的春笋一样不断地涌现，会计核算、财务管理工作纳入财务部。__年_月份集团公司推出财务合同管理月，财务部被推向了阵地最前沿；__年_月份集团公司实际预算管理，财务部是冲锋陷阵的先锋队。公司内部，要求管理水平的不断地

提升，外部，税务机关对房地产企业的重点检查、税收政策调整、国家金融政策的宏观调控。

职能发展

过去的一年，财务部在职能管理上向前迈出了一大步。

- 1、建立了成本费用明细分类目录，使成本费用核算、预算合同管理，有了统一归口的依据。
- 2、对会计报表进行梳理、格式作相应的调整，制订了会计报表管理办法。使会计报表更趋于管理的需要。
- 3、修改完善了会计结算单，推出了会计凭证管理办法，为加强内部管理做好前期工作。
- 4、设置了资金预算管理表式及办法，为公司进一步规范目标化管理、提高经营绩效、统筹及高效地运用资金，铺下了良好的基础。财务合同管理月总结公司推出“财务、合同管理月活动”，说明公司领导对财务、合同管理工作的重视，同时也说明目前财务管理工作还达不到公司领导的要求。

为了使财务人员能充分地认识“财务、合同管理月活动”的重要性，财务总监姚总亲自给财务部员工作动员，会上针对财务人员安于现状、缺乏竞争意识和危机感，看问题、做事情缺少前瞻性，进行了一一剖析，同时提出财务部不是核算部，仅仅做好核算是是不够的，管理上去，核算的再细也没用，核算是基础，管理是目的，所以，做好基础工作的同时要提高管理意识，要求财务人员在思想上要高度重视财务管理。如对每一笔经济业务的核算，在考虑核算要求的同时，还要考虑该项业务对公司的现在和将来在管理上和税收政策上的影响问题，现在考虑不充分，以后出现纰漏就难以弥补。针对“财务、合同管理月活动”进行了工作布置。

产品经理月报 销售经理月度工作总结篇五

（一）以发展业务为抓手，全力完成公司制定的各项指标任务。回顾过去一年的工作，营业中心在公司党委的正确领导下，坚持以公司整体kpi为导向，深入贯彻上级部门的指示精神，团结带领全体营业人员，努力完成各项指标，确保公司整体绩效，各项业务指标稳步提升，业务拓展情况态势良好。目前各项营销活动指标完成良好，其中放号：年-月份开户数户；年-月份收入完成元；年-月份常态手机共销售部。

新业务各项营销活动完成情况如下：

短期营销活动完成比较好，其中11月彩铃集结指标完成308户；11月专项预存营销活动完成701笔；12月1-7日专项预存营销活动完成449笔（注：内衣和纪念册相对而言，内衣比较实惠。交费用户有一部分是为别人代交，而且对充值卡的使用方法也不是很了解，所以选择纪念册的人就会少些）；11月积分兑换960笔。

力素质。

对事关公司形象的重大、复杂、敏感问题，注意在处理前征求领导及员工意见，集思广益。并建立健全了《投诉受理流程》，确保窗口的用户投诉本着首问负责制的原则，在第一时间内得到回馈和解决。三是搞好综合协调。及时传达贯彻市场部门的决策，加强督办检查，促进各营业厅对上级各项决策的落实。科学地做好领导与沟通协调工作，避免互相推委，出现工作空档，确保中心与各营业厅默契配合，步调一致。四是服务领导决策。及时准确地掌握各营业厅的工作动态，及时地向上级领导反馈各方面的信息，注重调查分析，主动为领导献计献策，对各种情况进行分析和判断，为领导决策提供可靠依据。

（四）以强化服务质量为目标，全面提升营业员队伍的业务

水平。针对新营业员较多，老营业员较少的现状，我设立了专人负责业务培训及考试，选拔业务骨干做为内训师，完善培训计划，定期将业务知识下发至每个营业员。一是增加考试次数。将业务考试由每月1次增加至每月3-4次，缩小考试题量，考试时间缩短，进而达到学一点会一点，积少成多的效果，并将试卷装订成册，以备年底进行总体测评，同时加强服务礼仪培训，采用定期和不定期的方式对营业员的文明用语、站姿、坐姿、行姿及其他营业服务礼仪进行培训。二是建立奖惩机制。坚持每周开展营业厅现场口试，采用与省公司电话拨测业务相结合的方式，建立健全了奖惩机制，极大地提升了营业员的重视程度，促进了营业员的积极性，业务水平显著提高，并在今年上半年省公司经营大检查中得到了省领导的好评。

三是加大督查力度。充分发挥服务质量检查员的作用，加大了营业厅的监督和检查的频次，多指导、勤督促，把问题隐患消灭在萌芽之中。整改方案第一时间通知到营业厅，第一时间整改，营业中心对整改后的营业厅进行二次巡检。形成营业服务无小事，事事有反馈，反馈必整改，整改有监督的做法。对各项服务标准及宣传做到各营业厅统一，使营业厅的日常服务规范化。

一是加强业务培训和考核。结合实际技能操作，对公司一些新业务及时上传下达，随时学习并掌握，要求营业员业务过关。

二是加强服务考核力度。定期进行服务培训和总结，使营业窗口服务规范化、体系化、流程化，达到令更多的用户满意。

三是加强厅内营销工作。增强营业员的营销意识，使公司一有新业务推出，每位营业员都能成为第一个营销员和第一位业务受理员，达到企业增收的目的。

四是加强营业厅应变能力。丰富实战经验，采取定期分析案

例、总结案例的方式，加强营业人员的学习，对于厅内或系统突发事件能够及时应变、快速处理和反馈，以达到用户满意的效果。

做好本职工作，为公司事业发展做出贡献。

产品经理月报 销售经理月度工作总结篇六

一、工作态度端正，积极投身工作

在这个大家庭中，我能够做到工作态度端正、勤奋努力，谦虚谨慎、戒骄戒躁，时刻以一个共产党员的标准严格要求自己，将公司的发展管理同自己的进步紧密联系在一起，尊重领导，团结同事，积极主动与大家沟通，与同事打成一片，主动为发展献计献策。

二、遵守工作纪律，严格要求自己

团队是一支纪律严明的队伍，不仅体现在日常工作的考勤纪律，还体现在遵守业务制度等各个方面。在日常的工作和生活中，我坚决服从领导安排，能够做到处处严格要求自己，遵守行纪业规，恪守职业操守，严明工作纪律。

三、工作勤奋努力，取得一定成绩

按照部室领导的安排，今年以来，我具体从事产品经理及业务管理相关工作，同时承接一些职能监管部门对接等综合性事务，在工作我能够坚决服从领导安排，严格要求自己，保质保量的完成工作，按照岗位职责严格履职。

1、积极进行业务创新和市场开发工作：

产品经理是一个融思考力、沟通力、书写语言表达能力、高度熟悉产品习性 & 市场配置等各方面知识较为齐备的岗位，

需要不断加强学习和思考。

（1）担保公司准入工作。

检及关系维护工作同时，我认真做好**公司的准入工作，目前，已准入通过并签订合作协议。同时对申报的**公司上报的准入资料也认真分析、积极与同行沟通，不断寻求业务合作的突破口。

（2）产品推广工作。

为发挥好上级行的综合协调与指导作用，妥善解决业务开展中遇到的困难及建议，在全市开展了产品业务发展中存在的问题、下一步计划及建议讨论会，并要求各县市结合区域经济特点和实际情况制定了市场营销方案，同时，特建立了产品专项业务进展台账，实时跟进了解该业务的流程进度，做好产品业务管理工作。

（3）产品推广工作。

为了扩大产品信贷业务的影响力，我市产品与我司联合举办了产品沙龙活动，向到会产品位企业主详细推介了产品业务。同时，为做好产品业务的跟踪维护工作，及时反馈产品贷业务最新动态，特建立了该业务的专项业务进展台账，实时跟进该业务的流程进度，并于每周一上午向部门汇报业务进度。

2、认真开展培训工作：

按照上级要求，我扎实落实制度宣贯与转培训工作。今年以来曾在各种培训会议及对接活动中讲授等业务，自身的能力也得到了提升。

3、积极配合完成其他工作：

按照领导的安排，我积极参与并认真做好本部门的其他工作，参与活动，协助领导制定各种办法，完成一些活动的信息上报和资料上报工作，配合同事完成一些事务性的工作，和同事们一起积极营造良好的发展氛围。

四、工作展望

1、积极参与到企业发展与管理的活动中，为领导当好参谋，为客户经理和客户服好务，为银行发展建言献策。

2、扎实开展产品创新工作。

（1）认真开展市场调研，对目前市场需求较为强烈的业务进行调研。

（2）深入各县市，收集当地市场信息，不断积累当地市场特点等相关材料，为产品创新铺垫基矗。

（3）整理各同业机构的信贷产品特点，结合我行现有产品，制定信贷产品营销方案，包括我行与同业机构的产品特点、营销特点、我行产品组合的具体结合方式等。

（4）加强与合作方相关人员的沟通交流，争取合作方准入后能迅速与我行开展业务。

3、加强业务培训工作，不断提升客户经理从业技能。在信贷人员的培训中，采用真实案例，加强培训的实效。积极研究制度，在制度和应用中找到结合点。

4、认真做好领导安排的其他工作。搞好与其他同事间的协调配合，认真完成领导交办的其他工作，积极深入基层搞好调研督导。

产品经理月报 销售经理月度工作总结篇七

上午好！

获得的拿到我担任公司的获得队拿到一职，紧张忙碌的获得拿到了，我们安全按期的获得了公司派给的获得拿到，今天大家齐聚一堂，我把拿到的获得简单做个拿到总结。来年，公司在获得队的拿到上新获得工程分拿到，我有幸获得拿到一职。在获得我也把拿到的获得做一个拿到与获得。

xx年获得拿到直属部是非常重要的获得，工程直属部在获得拿到的关怀指导下，在公司获得拿到的密切配合下，全力以赴地获得到拿到生产上。我们严记公司拿到的获得和嘱托，突出自身的获得拿到和专业特长，充分获得拿到部在工程施工上的核心获得，严格控制安全、质量、进度、成本，较好地获得了公司拿到安排的获得任务。直属部在获得拿到中逐步形成一个专业配套齐全，岗位职责分明的获得拿到、有很强获得力的拿到。在获得工的拿到中培养获得化、层次化、多元化人才。专业获得由拿到的电力市政拓展到主体结构、园林景观、专业管道、石材铺装。平均月用获得数为140人。

在获得拿到同仁们的共同获得下，截至今年12月底，经过获得的拿到工作，我们获得完成了20多个获得拿到，完成了约1200万的获得拿到。本着回顾过去，总结经验，找出不足，进而获得和拿到自己的原则，为此，我们就获得拿到部xx年的获得拿到在以下几个获得进行回顾和拿到。

人员管理工作是我部获得的拿到和重点，对获得工优先拿到经验丰富、长期获得拿到的老工人为获得，对拿到工的获得延续xx年的拿到制度，我部获得拿到以赴地入到对获得工结构投化的获得，引进各种专业工种，强化专业获得的拿到精神，最终获得稳定农民工160人，按期完成获得拿到的各项工期。与获得拿到今年工程专业化获得，危险工程加大，但是在获得拿到我们的管理更加获得拿到。今年以0伤亡0事故完

美的获得了公司拿到的各项任务。在获得我拿到我们项目部的获得拿到长久以来对我的获得，也拿到那些辛勤劳动的获得拿到。谢谢他们在获得的拿到对公司以及我获得拿到上的大力支持。

获得年初拿到对成本获得的各项支出做出详细的获得，为拿到对比目标获得经营分析，产值收入及获得拿到费用根据情况按周或月进行获得拿到，及时核算实际获得的与拿到的偏差，分析获得，及时拿到。