

# 最新烟草财务个人工作总结 烟草个人工作总结(通用5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。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 烟草财务个人工作总结 烟草个人工作总结篇一

### 一、敬业爱岗，视单位为家

自从20\_\_\_\_年进入烟草公司至今已过了三年多的时间，作为一名客户经理，我深深知道爱岗敬业的重要性和一份工作的来之不易，从进入公司以来我对烟草公司怀着一份深深感激之情，也许正是这样，才使我对新的工作充满热情。正所谓隔行如隔山，对于从事烟草公司客户经理一职来说，我以前所学知识和工作经验完全无用武之地。现在要面对的是一个活生生的人，这就要求我重新做起，从头再来。我想尽一切办法，利用业余时间向一些同事请教，但随着卷烟销售网络的改变提升，再加上这项工作在我县起步较晚，也算是一种新生事物，实在是没有太多现成的经验可学，一切几乎全得靠自己摸索，包括怎样搞好同客户的关系，怎样培育新的卷烟品牌，怎样调剂卷烟品种来满足不同的消费地域和群体等等。

总之，学这学那只有一个目的。就是抓紧一切时间学习业务知识，充实头脑，提高工作技能的同时，我更注重与单位的同事之间保持一种亲密的兄弟关系，作为一个基层单位，一个单位就是一个家，单位里的同事就是自己的弟兄，而一个人的成绩也不仅是靠一个人就能取得的，每个人实际上就是所有的工作链条中的一环，哪一个环节出了问题都不可能把工作干好，所以与同事之间的团结协作也是很重要的，不管

是稽查员、送货员还是司机师傅，都与我的所谓成绩密不可分，而我作为集体的一员，单位效益的好坏直接影响到我的既得利益，对此我有切身体会，而单位要想有好的效益，又与每个员工的一点一滴的积累不无关系，所以我在单位就像在自己家里一样，就像为家里人做事一样，认真负责、殚精竭虑、不遗余力。这样我与同事们的关系非常融洽，为我在工作中能取得优异成绩奠定了良好的人际关系。

## 二、加强对客户的沟通，维护客户利益

作为烟草公司的客户经理，同我每天接触最多的就要算是卷烟零售客户了，没有他们的支持，我所做的一切全是无用功，通过三年的磨合，我同他们之间建立了牢不可破的亲情和友情关系。其实卷烟与药品一样，都是属于国家垄断的产品。烟草公司是属于专卖专营的商业批发企业，虽然其体制与一般的商业批发企业有所不同，但有一点是完全相同的，那就是所面对的市场及商业批发企业的立足之本就是客户。

因此我必须把他们的利益放在第一位，设身处地为他们的利益着想，这样做的目的也正是为了使他们成为我公司忠实的客户。把我们作为商品的第一供应商，自觉地抵制假冒伪劣卷烟的冲击，更好地保护好消费者身体健康、维护好消费者利益的同时，无形中也为公司创造了效益，在客户能获得最大利益的时候他们也就真正成为了烟草公司的销售终端，为今后烟草公司的可持续发展提供了充足的网络保障。

进入20\_\_\_\_年，随着卷烟销售网络的进一步提升，我们客户经理的工作职能也在发生转变；而我同卷烟客户的关系也进入一个新阶段，我对他们可说是已经很熟悉了，谁最爱卖什么样的卷烟，谁最爱老品牌，谁最爱新品牌，谁几天该补一次货等，我都了如指掌，对于他们提出的一些问题我也能够及时处理并提供帮助。对于个性化服务，我更是驾轻就熟，运用自如，我把自己的手机号给每个客户都留了一份，他们谁有问题可以随时同我联系，对于该补仓而未补的情况，我也

会打电话过去或亲自登门去提醒一下，他们对此都非常感谢，把我当成知心人，有什么事全对我说，而我在卷烟品牌的调剂方面尽量做到紧俏烟户户有，断档卷烟一定会告知他们一个合理的理由。

这些东西看来是微不足道的小事，实际上并不尽然，虽然多费些口舌，但对于他们来说却是一种信息的传达，使他们增加了对我、对烟草公司的信任度，不解释清楚的话，他会认为是烟草公司故意不给他烟，断他的财路，他就会转向别的地方寻求货源，对于烟草公司以后的发展造成不稳定因素。

## 烟草财务个人工作总结 烟草个人工作总结篇二

### 总结

结,我们主要做了以下几方面工作。

#### 一、强素质、抓规范、内部管理再迈新步

今年是《行政许可法》颁布实施之年。这部法的出台，极大地规范了行政执法单位的执法行为，也对我们行政执法单位提出了更新更高的要求。而我们专卖管理工作是一项长期艰苦的工作，既要求我们有丰富的业务知识、娴熟的业务技能，又要求整个团队有团结一致的精神。因此，我们借这次《行政许可法》颁布实施的机遇，在专卖管理人员中间开展了强素质、抓规范的内部管理工作。

末进行了法律法规及真假烟识别考试。这次培训参训人员24人，培训形式为业余时间自由组合、自由学习，不集中培训。通过这次培训考核，辞退了2名综合成绩过低的管理人员，优化了人员组合，提高了管理人员的整体业务素质；同时，通过在培训时队员之间的互帮互助活动，提高了中队内部的凝聚力，形成了团结一致的氛围。

## （二）、优化组合，实行人员重组

烟草专卖管理所成立几年来，各中队的管理人员，除了自动退出专卖管理队伍的外，其余人员一直没有变动，一直在各自所辖区域内执法，因而有的队员与卷烟零售户比较熟悉，有的甚至因相处时间比较长而关系比较好，从而出现在日常执法中不规范或或违规执法的情形。为防止这种情况的发生，在考核过后，我局借辞退人员的时机，对各中队的人员按照以老带新的原则进行了重新组合，重新分配。

## （三）、规范执法，加强队伍形象建设

文明执法、规范执法一直是我们行政管理机关追求的目标之一。《行政许可法》出台后，我局立即组织专卖执法人员进行了培训，并专门参加了市法制办组织的《行政许可法》培训班。针对《行政许可法》提到的问题，如许可证收费、不予行政许可需出具决定书等，我局专卖进行了研究，并对有关问题进行了补正：7月1日起，烟草专卖零售许可证不再收费，对不予受理、不予行政许可等将出具决定书。经过一系列的努力，现在我局在许可证办理方面，已完全符合《行政许可法》的要求，我局的行政执法工作更文明、更规范了。

## 二、依法从严治烟，努力净化卷烟市场

### （一）、抓常效管理

卷烟市场的日常管理是一项面广量大的基础工作，是我们开展一切工作的基本。基础打牢了，其他工作才能事半功倍。针对今年专卖工作出现的新情况、新问题，我局及时调整思路，以变应变，以适应新形势的需要。今年，根据上级局的工作部署，我局在全市卷烟零售户中开展了换发新许可证工作。换证工作不仅繁杂，而且因为涉及间苗工作，一些零售户有些抵制情绪，所以工作开展的比较艰难。但是专卖管理人员不畏艰难，还是一如既往的抓卷烟市场的常效管理，对a□

b□c□w类零售户的检查数量、次数不减少、质量不减。

## （二）、抓信息，查处大要案

挖掘信息、获取情报，是我们办案的源泉。针对违法大户经验丰富、行动诡秘的特点，我们一是充分发掘来自线人的举报；其二是利用案中案进行侦破；三是积极调动和发挥110联动的作用；四是最大限度地兑现奖金。1-6月份通过举报信息，共查处无证运输案件10起，罚没款达29万余元。

## （三）、抓重点，继续打击“外来违法户”

止违法行为，而是更加隐蔽，有的甚至是白天关门，晚上营业。针对这些情况，我局加大了打击查处力度，改变行动方式（增加晚上集中检查的次数），尽量把这些外地户在我市的活动减少到最少。上半年，与兄弟单位组织联合执法行动3次，晚上集中检查行动10次，出动人员130余人次，查处贩假售假案件6起，没收假冒烟500余条，收缴卷烟回收牌14块，使一度与我们公开对着干的3户外来户关门撤离。

## （四）、抓热点，联合查处“无证户”

[推荐]市烟草专卖局专卖工作半年度总结

## 烟草财务个人工作总结 烟草个人工作总结篇三

1-6月份，本区域共计销售卷烟13679箱，同比上升2.92%，实现销售收入33554万元，同比增长10.04%，实现税利9536万元，同比上升4.38%。

就具体品牌来讲，重点骨干品牌和低焦油品牌同比继续增长，但增长幅度明显减弱，上半年市场需求与供应的矛盾得到了缓解，品牌结构得到了进一步优化，品牌结构效益逐步显现，经济运行质量和效益有了进一步的提高，实现了全年高开稳

走的目标。但是通过当前经济形势和最近两三个月的卷烟销售趋势分析，我们感觉下一步的卷烟销售不容乐观，受宏观经济环境影响，卷烟消费量增长趋缓，市场供需状况有别于以往年份，已经完全由供不应求转向供需平衡，滞销品牌的动销率持续创出新低，且滞销品种明显增多，大大抑制销售增长趋势。

在当前卷烟销售高基数、高效益和高增长的形势下，国内外经济形势的不确定性带来了卷烟市场环境的复杂性。我们把防范工作的具体措施落实到卷烟需求计划的确定、经济效益的预测、销售计划的落实等营销活动中，逐月细化销售指标，落实销售任务。同时，高度关注重点骨干品牌的培育市场表现，通过量、价、存等指标分析判断品牌市场走势，适时开展市场维护促进品牌平稳发展。

其次我们把握好品牌发展方向，适时调整营销策略，积极引导消费需求，努力实现市场需求与行业导向的同步。近年国家局建立了重点品牌通报制度，按季度公布重点品牌的名单，我们高度关注、积极开展对重点骨干品牌卷烟的宣传促销活动，尤其注重对新品高档名优卷烟的市场拓展工作，思想汇报专题以培养新的利润增长点。上半年对七匹狼、长白山、黄金叶、贵烟等品牌开展了一系列的市场宣传促销活动，进一步提高了重点骨干卷烟在市场的知名度、美誉度，更好地夯实了市场基础，为公司卷烟销售拓展了市场，提升了卷烟销售结构。同时在区域市场内积极开展低焦油卷烟宣传推广活动。一是强化目标考核。确定每位客户经理各片区低焦油卷烟品牌培育目标。二是对经营新品牌积极性较高的客户加大低焦油卷烟品牌规格推荐，以介绍低焦油卷烟的特点和经营特色作为重点宣传。三是通过走访市场和为零售客户站柜台等方式向零售客户、消费者大力宣传低焦油卷烟“低焦油、低危害”等优点，通过强化宣传，提高零售客户和消费者对低焦油卷烟的认知程度，提升低焦油卷烟各规格品牌的知名度和关注度。四是利用零售客户的烟柜对相关低焦油卷烟品牌规格进行重点、突出陈列，以吸引顾客的眼球，从而提高

其购买力。以上措施的实施促使零售户和消费者对低焦油卷烟品牌有了多层次的关注和认同，使低焦油卷烟品牌能够尽快地为卷烟消费者所了解和接受。

最后围绕品牌培育大力开展了培育知名品牌建功立业活动。我们将建功立业活动与当前工作有机结合，确保活动开展有的放矢。尤其是深入开展“六比六看”竞赛活动，进行品牌培育“明星团队”、“明星个人”评比竞赛，以实战促进营销人员品牌培育技能的提升，保证品牌培育的成效。上半年我们组织开展了品牌知识竞赛、卷烟陈列竞赛、天价烟管理等一系列竞赛创优活动。我们还注重对卷烟零售客户进行品牌营销方面的知识培训，使他们全面掌握烟草行业品牌培育的中长期规划和培育品牌的个性特点和卖点，能够帮助他们在日常零售活动中积极做好重点培育品牌的宣传和消费引导。

1、进一步完善了客户服务体系。对现有的服务项目、服务程序、服务标准以及监督和评价体系进行全面梳理，进一步规范服务流程，确保服务工作落实到位。在服务内涵上进一步拓展，在服务内容上不断丰富，在服务标准上有效提升，在服务措施上力求务实。我分公司根据目前市场服务需求，要求营销服务人员市场走访做到“三到位”，不断提高客户服务水平，提升零售客户满意度。一是走访时间到位。严格按照135工作平台制定的走访计划走访客户，确定好走访频率和停留时间，具体到每天走访的每个客户。二是服务对象到位。客户经理要对所辖片区零售户的基本情况、经营状况、守法状况和管理办法做到了如指掌。在走访过程中，要详细了解卷烟销售、市场供需等信息，并耐心听取零售户意见和建议，认真做好走访记录，建立台帐并及时更新，做到有案可查。三是服务内容到位。定期召开专销联席会议，客户经理与市管员进一步加强信息互通，对市场反馈信息及时沟通协商，研究对策，及时解决在服务过程中的各种问题，做到“真心服务、用心服务”。同时充分利用“135”工作法平台，结合客户实际情况，找出客户经营中的薄弱之处，进而有针对性地开展卷烟上柜、品牌培育、合理库存等卷烟经营指导活动。

2、认真推广“135”工作法。“135”工作法是为一线营销人员工作开展提供的一个基本框架和操作模式。其精髓就是循环改进和完善提升。我们要求大家深刻领会“135”工作法的现实意义，掌握其精神实质，切实抓好“135”工作法的落实。为了更好地发挥客户经理“135”工作平台的功能性和实用性，我们组织全体客户经理开展了“135工作平台”知识竞赛活动。竞赛内容涵盖了“135工作平台”各模块的操作流程和操作要点，对平台内的分析、计划、实施、评估、改进几大模块的主要功能和操作方法进行全方位的测试。通过竞赛，促使客户经理加深了对“135工作法”的认知度。同时促使操作人员对该平台的各功能模块加深运用，融会贯通，为客户服务全面提升打好理论基础。

3、不断提高服务手段。为方便零售客户，使零售客户订货更加便捷，更富有效率，更有针对性，减少盲目性，我们在零售客户自愿的基础上，大力拓展和巩固较为先进的网络订货方式，使非电话订货的比例较去年继续大幅度减少。目前为止，本区域正常零售客户3817户，去掉电话订货、网上配货的客户，其它客户仅占7%不到。另外电子结算客户达到了95%以上，现代服务营销手段的持续实施有效提升了卷烟网络的运行效率和客户满意度。

4、加快提升服务对象水平。为让零售客户跟上烟草改革的发展方向，不断增强卷烟零售客户的守法经营、规范经营和诚信经营意识，使其更多地了解烟草行业改革政策，引导零售客户适应新形势下的卷烟销售模式，提高卷烟经营能力，我们于年初拟订了零售客户培训计划，结合阶段工作重点对各业态类型的零售客户有侧重有针对性地开展培训。培训内容包括行业政策法规、货源供应等级评定（业态确定）、卷烟陈列、库存管理、订单管理、品牌培育等六个方面。通过培训努力使零售客户了解烟草行业政策，知晓货源供应和等级评定，明白做好卷烟陈列，明码标价，实物出样、库存管理、订单管理的重要性，掌握品牌培育的基本技能，促进其主动自觉地配合我们做好各项工作。



5、加强零售终端建设。根据烟草改革的发展趋势，零售终端建设将是基层营销服务工作的一个发展方向。在去年组建74户标准店的基础上，我们首先形成每条拜访线路有5个左右的“六好示范户”的格局，这里面尽量以标准店客户为主，标准店客户数不足的线路用其它优质客户补充，严格按照标准店管理办法一丝不苟地完成好对此类功能终端的引导和管理，充分发挥了它们作为烟草形象阵地的作用。在此过程中，我们开展了终端示范店现场交流走访活动。

各客户经理就自己在客户中如何为客户服务进行了充分展示。通过大家的现场拜访操作和分析比对，进一步促进了客户服务的标准化，解决了当前客户经理工作指向性不强、随意性较大的问题。其次在零售客户自愿、费用自理的原则下，实施了功能终端建设的试点工作，目前已完成40户功能终端客户的选拔和培训工作，下一步将按照公司要求有序进行硬件和软件的安装，从细节出发，做好功能终端的宣传、引导和管理，充分发挥他们示范店和形象店的作用。

1、抓好“7s”现场管理工作。主要围绕“整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全、节约”七项展开。首先通过多种形式进行“7s”现场管理的宣传教育和培训，倡导“精益管理”的理念，使参与者了解实行“7s”现场管理的意义。其次通过直观形象的对照和横向比较，使每位参与人员从视觉的震撼和实际的感受中，增强做好工作的主动性和积极性，进而持续全面改进工作。最后对照“7s”现场管理工作标准，制定考核标准，依照标准进行检查、评比、考核、奖惩，有效地调动参与人员的积极性。

2、优化组合实行人员重组。上半年通过多方整合，我分公司将辖区16条客户经理线路调整为18条线路，同时增加了两名市场经理，在减少了客户经理服务客户数的同时，促进了客户服务工作的精细化。

3、进一步提升卷烟配送运行效率。我们围绕“成本、规范、

安全”方针开展物流精细化管理，持续优化作业流程、整合配送线路，并进行弹性送货的探索，进一步加强科学化、规范化、精细化管理，全面提升物流管理运作水平。

1、加强营销队伍的培训。我们制订了详实可行的培训计划，培训的重点放在员工职业素养方面，放在感恩敬业和烟草企业精神的教育上。在员工的技能方面主要放在服务营销、品牌营销和市场营销知识的培训上。具体来讲就是以“135”工作法、“六个一管理”、“公开服务承诺”等当前工作热点为主题，组织营销人员集中充电；以品牌培育建功立业“六比六看”竞赛、岗位技能鉴定、岗位技能竞赛等活动为载体，组织营销人员集中复习；通过组织理论测试，进行品牌培育、卷烟陈列等现场模拟，进一步检验和提升培训效果。

2、高度重视等级评定，促进员工工作积极性。上半年我们根据《烟草系统客户经理等级管理办法》，对16名在职客户经理进行了等级评定。共评出高级客户经理2名，中级客户经理9名，初级客户经理5名。通过评定，进一步增强了客户经理的竞争意识，使他们充分认识了工作的不足与差距，进一步激发了广大客户经理争当全能型优秀客户经理的积极性。

下半年的工作任务仍然艰巨，我们要认真分析差距，不断拓宽工作思路，努力攻坚克难，要把20xx年的卷烟服务营销工作与建功立业活动、服务品牌提升、网上订货、135工作法推广、零售终端建设、品牌培育等工作有机结合起来，找准工作的发力点和突破口，切实将卷烟服务营销工作提高到新的水平。

## 烟草财务个人工作总结 烟草个人工作总结篇四

二次创业初期，有许许多多需要我们思考的问题，如何有效归范生产中各种细小环节是我们当前的基本任务，需要我们首先将所预料的各种环节进行规范和部署，以便员工们有章可循，大家做到心中有数；再加上“三定”工作的有效开展，

使员工们的危机感进一步增强，进一步提高各方面知识已成为车间员工的当务之急。我班在当前的形式和任务面前，必须选择一套较为符合新线的运行模式，来适应我班的经营活动，以便提高班组的各项工作。我们班班委经过几个月的不断探索和实践，总结出一套较为适合我班的运行模式。

“产品质量的体现在现场”，我们车间一向注重车间形象，现在我们车间设备增加了一倍以上，搞好现场治理和设备保养是新线治理工作的重要组成部分，也是产品质量得以保证的前提和基础。所以如何搞好设备维修和保养是今年工作的重点。班组根据实际情况制定了一套维护现场治理和设备保养的规章制度来规范现场治理。

一个企业的生产是否能够正常进行，取决于生产调度的合理调度，我们生产班果断服从生产调度指令，为全面完成全年的生产任务打下基础。首先，在实际生产过程中班组能够很好的协调各方面的工作，能从培养员工素质和提高工作效率两方面着手开展各项工作，并且能有效运用人力资源进行合理安排，认真组织生产，今年同期生产产量比去年增长百分之十以上；其次，班组为提高班组员工的综合素质，逐步将员工岗位进行轮换，让他们有机会接触和把握各岗位的操作技能，班组为他们提供岗位轮换机会，使员工们的综合素质得到进一步提高。

## **烟草财务个人工作总结 烟草个人工作总结篇五**

中国烟草是一个实行专卖制度和“统一领导，垂直管理，专卖专营”体制的特殊行业，多年来为国家做出了突出的贡献，但目前的形势也不容乐观，一是国内买方市场全面形成，消费者对产品的选择居于主要地位，所要解决的矛盾主要是有效需求的问题；二是在入世以后，国内市场国际化日趋显现，中国的市场将逐步对外开放，烟草行业将最终要面临跨国企业的竞争；三是控烟运动在不断推进，烟草的发展将受到进一步的制约等问题。我们在看到行业蓬勃发展的同时，也要

居安思危。

从营销的角度来讲，烟草行业由传统商业向现代流通的转变主要体现在行业自身定位的转变，即由“坐商”向“行商”的转变。卷烟产品是一个特殊的产品，感觉和文化色彩高于理性的辨识，产品本身就是对消费者的服务，这就需要把服务意识贯穿于市场营销的全过程，把服务作为产品本身的重要内容，把服务营销和客户关系管理作为产品增值的重要手段。

一要不断创新工作方法。著名管理大师德鲁克在《管理：任务、责任和实践》一书中指出，企业的两项基本职能就是：市场销售和创新。创新意识虽然是贯穿企业的各个环节和各个部门，但在营销体系中更显得直观重要。

创新是企业繁荣与振兴的致胜法宝。任何一个企业，没有不断的永续创新，企业就不能发展和生存，甚至走向倒闭的危险境地。所以，一个优秀的烟草企业营销工作者，必须具备的是极具活力的创新精神，热爱自己企业如生命的神圣责任感，在实际工作中脚踏实地，一步一个脚印的开拓烟草营销工作，创新性地去研究营销方法，只有自己研究出的方法才能铭刻于心，才能使自己对烟草营销工作有更深入的认识，才能为企业占领市场和提高经济效益作出更大的贡献。

在实际工作中，烟草营销人员常年活跃在访销一线，面对千差万别，形形色色的广大业户和广大消费者，由于烟草行业的营销人员的素质高低不同，工作效果各有千秋，难免出现这样或那样的偏差，所以，一名优秀的烟草营销人员，必须善于剖析与总结，吸取成功的经验与教训，坚定信心，认清形势，科学判断，不断总结，不断提高，使自己成为烟草行业的市场营销行家里手。

一个人的知识和水平是有限，光靠自己是不够的，要想真正搞好烟草营销工作，烟草营销人员就应该用一定的时间专心

研究各类营销高手的创新性工作方法，详细观察业界动态，竭力打造学习型烟草营销人员。古为今用，洋为中用这句话至今仍然具有极大的真理性，尤其是对烟草营销人员来讲，要善于吸取经验，提高自己的理性思维，不断把烟草营销工作推向新的台阶。

烟草营销人员是烟草行业光荣的一员，时代赋予了其神圣的责任，忠诚是每一个烟草人所不可或缺的必备素质，忠诚地为企业服务是其第一行为准则，所以，必须全力以赴地、最大限度地维护国家利益、广大业户和消费者利益，践行“两个利益至上”的原则，最大限度地发挥烟草营销人员的积极性。

中国烟草行业卷烟营销，已经经历了20多年的发展。经营模式从早期的大量坐销批发、少量门市批发到访销配送、访送分离，再到电话订货、电子结算等。经过历次变迁，中国卷烟营销模式已逐步向科学、有效、合理、可控的方向发展和完善，并正在由以“我”为中心向以客户为中心转变。