

第二季度工作总结 社区第二季度工作总结 (精选7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。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？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。

第二季度工作总结篇一

2019年二季度，张家湾社区党支部、居委会在镇党委、政府的正确领导下，认真贯彻落实科学发展观，深入开展“创先争优”、“三个建设年”暨“四帮四促”活动，紧紧围绕“构和谐社区、创一流基层、建种养小区、促跨越转型”的任期工作目标，全力抓好社区各项工作，使各项工作平稳有序开展，现将二季度的工作情况总结如下：

党建工作。认真开展创先争优后续工作，结合社区实际，分别成立“三个建设年”暨“四帮四促”活动领导小组，并根据实施方案开展工作，坚持三会一课制度；利用远程教育平台，组织党员学习党的方针、政策和法律法规，对种养户进行技术培训；成功完成居委会和居民组的换届选举工作。

春节期间发放各类困难群众慰问金255200元，（其中低保补助：190500元），成功抗击凝冻灾害，特别是对孤寡老人、空巢老人，做到了结对帮扶，组织专人为他们挑水、买米、买菜，使他们没有因为凝灾害而感到恐惧和不稳定。对社区内符合享受低保和廉租住房条件的对象，按程序给予了办理，并上报相关部门。

结合社区实际，及时调查充实领导机构，确保构完善，切实

开展法制宣传活动，采取多种形式，利用各种方法进行广泛宣传，开展“流动课堂”活动期间，对返乡人员进行法律、法规宣传，认真做好群众来信来访处理工作；加大矛盾纠纷排查与化解力度。二季度共开展矛盾纠纷排查3次，调解纠纷3起，成功率100%，发放宣传资料50份，出宣传专刊三期，开展法制宣传20次，确保了社会稳定。在“两节”、“2会”期间，对重控人员做到责任到人、落实到位，做到了无群众性上访事件的发生。

认真贯彻落实省、地、特区人口计生会议精神，根据万山镇3月1日会议精神，按照属地管理的原则，对辖区内常住人口和流动人口再次进行摸底清理。认真贯彻落实计划生育全程管理服务工作，对十天随访对象坚持跟踪随访，二季度共出生10人，其中计划内9人，计划外1人，落实结扎手术5例，召开计生例会三次，对育龄妇女进行计生知识培训一次，对已婚育龄妇女开展孕情环情检查一次，发放独生子女保健费93人次。为进一步加强流入我辖区人员的管理和服务，成立了流动人口协会小组。

- 1、及时将玉米种子、塑料薄膜和化肥发放到农户手中，并督促农户做好春耕生产，做好农村危房改造的摸底工作。
- 2、切实做好了禁林防火宣传工作和巡山工作。
- 3、认真做好水利普查工作。

组织秧歌队、舞蹈队、拔河队共100余人参加万山镇组织“迎新春、构和谐”大型巡游及各类活动；对社区40余名居民进行健康知识培训；入户发放灭鼠、灭蟑螂药品，有力的促进了社区的精神文明建设。

二季度，我社区虽然做了一些具体的工作，但离上级党委、政府和人民群众的要求还有一定的差距，还存在一些需要改进和亟待解决的问题：一是随社会的不断进步，人们的需求

不断提高，维稳工作任务繁重。二是由于采空区住房和廉租住房修建缓慢，部分居民及居住在采空危险区内。三是就业压力大，部分居民因找不到工作，造成家庭生活比较困难。

2019年是中国共产党成立90周年，也是规划的开局之年。我们将在镇党委、政府的坚强领导下，扎实开展“创先争优”、“三个建设年”暨“四帮四促”活动，努力开展各种切实有效的工作，具体抓好以下工作。

- 1、关注和改善民生，竭尽所能为群众办事实、办好事，逐步提高居民的生活水平。
- 2、切实采取各种有效措施，维护社区稳定。
- 3、继续抓好一个经济实体、两支服务队伍、三个种养基地的发展。

第二季度工作总结篇二

转眼间，__年已成为历史，但我们仍然记得去年激烈的竞争。天气虽不是特别的严寒，但大街上四处飘飘的招聘条幅足以让人体会到__年阀门行业将会又是一个大较场，竞争将更加白热化。市场总监、销售经理、区域经理，大大小小上百家企业都在抢人才，抢市场，大家已经真的地感受到市场的残酷，坐以待毙。总结是为了来年扬长避短，对自己有个全面的认识。

一、任务完成情况

今年实际完成销售量为5000万，其中一车间球阀__万，__万，其他__万，基本完成年初既定目标。

球阀常规产品比去年有所下降，偏心半球增长较快，锻钢球

阀相比去年有少量增长;但蝶阀销售不够理想(计划是在__万左右),大口径蝶阀(dn1000以上)销售量很少,软密封蝶阀有少量增幅。

总的说来是销售量正常□oem增长较快,但公司自身产品增长不够理想,“__”品牌增长也不理想。

二、客户反映较多的情况

对于我们生产销售型企业来说,质量和服务就是我们的生命,如果这两方面做不好,企业的发展壮大就是纸上谈兵。

1、质量状况:质量不稳定,退、换货情况较多。如__客户的球阀,__客户的蝶阀等,发生的质量问题接二连三,客户怨声载道。

2、细节注意不够:如大块焊疤、表面不光洁,油漆颜色出错,发货时手轮落下等等。虽然是小问题却影响了整个产品的质量,并给客户造成很坏的印象。

3、交货不及时:生产周期计划不准,生产调度不当常造成货期拖延,也有发货人员人为因素造成的交期延迟。

4、运费问题:关于运费问题客户投诉较多,尤其是老客户,如__、__、__等人都说比别人的要贵,而且同样的货,同样的运输工具,今天和昨天不一样的价。

5、技术支持问题:客户的问题不回答或者含糊其词,造成客户对公司抱怨和误解,__、__等人均有提到这类问题。问题不大,但与公司“客户至上”“客户就是上帝”的宗旨不和谐。

6、报价问题:因公司内部价格体系不完整,所以不同的客户等级无法体现,老客户、大客户体会不到公司的照顾与优惠。

三、销售中的问题

经过近两年的磨合，销售部已经融合成一支精干、团结、上进的队伍。团队有分工，有合作，人员之间沟通顺利，相处融洽；销售人员已掌握了一定的销售技巧，并增强了为客户服务的思想；业务比较熟练，都能独当一面，而且工作中的问题善于总结、归纳，找到合理的解决方法，___在这方面做得尤其突出。各相关部门的配合也日趋顺利，能相互理解和支持。好的方面需要再接再厉，发扬光大，但问题方面也不少。

1、人员工作热情不高，自主性不强。上班聊天、看_，打游戏等现象时有发生。究其原因，一是制度监管不力，二则销售人员待遇较低，感觉事情做得不少，但和其他部门相比工资却偏低，导致心理不平衡。

2、组织纪律意识淡薄，上班迟到、早退现象时有发生。这种情况存在公司各个部门，公司应该有适当的考勤制度，有不良现象发生时不应该仅有部门领导管理，而且公司领导要出面制止。

3、发货人员的观念问题：发货人员仅仅把发货当做一件单纯任务，以为货物出厂就行，少了为客户服务的理念。其实细节上的用心更能让客户感觉到公司的服务和真诚，比如货物的包装、清晰的标记，及时告知客户货物的重量，到货时间，为客户尽量把运输费用降低等等。

4、统计工作不到位，没有成品或半成品统计报表，每一次销售部都需要向车间询问货物库存状况，这样一来可能造成销售机会丢失，造成劳动浪费，而且客户也怀疑公司的办事效率。成品仓库和半成品仓库应定时提供报表，告知库存状况以便及时准备货品和告知客户具体生产周期。

5、销售、生产、采购等流程衔接不顺，常有造成交期延误事件且推脱责任，互相指责。

6、技术支持不顺，标书图纸、销售用图纸短缺。

7、部门责任不清，本末倒置，导致销售部人员没有时间主动争取客户。

以上问题只是诸多问题中的一小部分，也是销售过程中时有发生的问题，虽不致于影响公司的根本，但不加以重视，最终可能给公司的未来发展带来重大的损失。

四、关于公司管理的想法

我们双达公司经过这两年的发展，已拥有先进的硬件设施，完善的组织结构，生产管理也进步明显，在温州乃至阀门行业都小有名气。应该说，只要我们战略得当，战术得当，用人得当，前景将是非常美好的。

“管理出效益”，这个准则大家都知道，但要管理好企业却不是件容易的事。我感觉公司比较注重感情管理，制度化管理不够。严格说来公司应该以制度化管理为基础，兼顾情感管理，这样才能取得管理成果的化。就拿考勤来说，卡天天打，可是迟到、早退的没有处罚，加班的也没有奖励，那么打不打卡有什么区别？不如不打。又如员工工作怠慢没人批评指正，即使有人提起最后也是不了了只，这是姑息、纵容，长此以往，公司利益必然受损。

过程决定结果，细节决定成败。公司的目标或者一个计划之所以最后出现偏差，往往是在执行的过程中，某些细节执行的不到位所造成。老板们有很多好的想法、方案，有很宏伟的计划，为什么到了最后都没有带来明显的效果？比如说公司年初订的仓库报表，成本核算等，开会时一遍又一遍的说，可就是没有结果，为什么？这就是政令不通，执行力度不够啊。这就是为什么国内企业最近几年都很关注“执行力”的一个重要原因，执行力从哪里来？过程控制就是一个关键！完整的过程控制分以下四个方面：

(4) 公平激励建立一只和谐团队，调动员工的积极性、主动性都需要有一个公平的激励机制。否则会造成员工之间产生矛盾，工作之间不配合，上班没有积极性。就我的个人看法，我认为销售部的工资偏低，大环境比较行业内各个阀门厂销售人员的待遇，小环境比较公司内各部门的待遇。虽然销售部各员工做得都很敬业，实际上大家内心都有一些意见。如果公司认为销售部是一个重要的部门，认可销售部员工的辛苦，希望能留住那些能给公司带来利润的销售人员，那么我建议工资还是要有相应调整，毕竟失去一位员工的损失太大了。

另外一个方面就是公司管理结构和用人问题。由于公司自身结构的特殊性，人事管理上容易出现越级管理、多头管理和过度管理等现象。越级管理容易造成部门经理威信丧失，积极性丧失，最后是部门内领导与员工不融洽，遇事没人担当责任；多头管理则容易让员工工作无法适从，担心工作失误；过度管理可能造成员工失去创造性，员工对自己不自信，难以培养出独当一面的人才。

第二季度工作总结篇三

我是一名急诊科的护士，我的工作是非常的辛苦的，但是我也从未想过放弃，我为自己的工作而感到自豪，也为自己能够在医院贡献出自己的力量，能够为病人做自己力所能及的事情，可以协助医生更好的完成救助的工作，这些都一直激励着我不同的努力和进步，我在急诊科也已经待了_年了，这几年的工作也不仅仅带给了我丰富的工作经验，同时也让我变的更加的强大，现在的自己与以前的自己相比，最大的差别就是我在工作当中收获了一颗无比强大的心，我也很喜欢自己的工作，在工作当中我也在不停的努力，生命不息，我就会一直努力，不断的前行。

急诊科不同于其他的科室，急诊科的工作每天都很忙碌，每

次看到各种的事故或是意外需要急救的时候，自己的内心还是会被震动，但是我也知道自己的工作任务大，责任也重，所以不管是遇到什么样的事情，在工作当中也要保持自己绝对的专业和严谨，尽可能的协助好医生展开救助工作，我也知道不管是病人还是病人的家属，都对我们抱有很大的期待，所以我也会承担自己所应尽的责任，保持自己的谨慎和细致，我知道自己的工作可能没有医生那么重要，但是我既然在自己的工作岗位上，我就会做好自己应该要做的每一件事，生命本身就是那么脆弱的东西，稍有不慎就会丧失这个宝贵的东西，所以我也会尽全力的在工作的時候，去协助医生，帮助病患挽救自己的生命。尽管在有些时候，我们通过自己的努力也无法挽救，我们也感到非常的伤心，但是我们也知道世事无常这句话所代表的意义，我也随着自己在工作上经历的事情的变多，而更加的强大，自己也可以很好的调整自己的情绪，收拾自己的心情，在这件事情上所遇到的难题或是伤心，自己也会迅速的收拾心情，绝不会将自己的情绪带到工作当中，这也是自己的职业素养的提升。

_年的工作让我感受到了生老病死的一瞬间，我也更加的珍惜生命，长期在急诊科的工作，也让我对生命有了一种重新认识，它是可贵的，也是脆弱的，它是伟大的，也是坚强的，在生命面前我们也要打起精神，更好的融入到工作当中，尽力的去做好自己的工作，全身心的精力都放在工作上，我也相信不管是现在还是未来，自己都将会保持认真的态度，热爱自己的工作，让所有来到我们医院的病患都可以开心的离开医院，我也会不停努力的去工作。

2020护士第二季度工作总结范文

第二季度工作总结篇四

一、营销部主要完成工作

1、接待方面

2、客户的开发与维护

a□客户开发：在第二季度营销部新开发个人和商务公司协议客户20个，与8个协议到期客户续签了协议。新签订2家网络订房协议(网络订房这一块，主要的客源还是来自三大巨头即携程、艺龙、12580网。__年4至6月份，酒店通过订房网预订入住的各类房间总数为间)。

b□客户的维护：首先将原有的客户资料进行分类存档，对处于休眠状态的协议客户一一进行电话拜访。通过拜访了解到顾客不来消费的原因大概有以下几个方面的原因一是由于公司办公地点搬迁于是就近选择合作的酒店、二是公司更换了负责外联的负责人、三是部分客户因酒店饭菜口味质量二暂时放弃、四是只为某一次合作的优惠价格而临时签订协议，之后并无继续合作的机会。

3、旅游市场的整体开发

一直以来，酒店与旅行社几乎不存在合作，今年营销部在这一方面可谓取得重大突破。四月份开始酒店陆续开始与山西商务国旅、壶口之旅、临汾国旅。截止6月30日，酒店共接待旅行社用房383.5间(旅行社一直实行的16免1，全陪半价，所以旅行社实际使用酒店客房400间左右)，共计为酒店客房带来的收入为57929元(平均房价约为145元/间)

除旅行社外，__年营销部与普通商务公司间的合作也取得了一定的成绩。四月份起，陆续接待了诸如阳光人寿、采煤技术研讨、萧氏宗亲会、舍得酒业等先后19批次的团队，共计使用酒店客房1034间。实现房费收入206655元(平均房价为199元/间)

二、营销部在工作中存在的不足

1、在把握市场动向，应对市场变化方面的能力有所欠缺

营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好形象的一个重要窗口。它对经营决策，制定营销方案起到参谋和助手的作用。然而由于不善于扑捉市场动向，加之获取信息的渠道单一或者是对市场信息的关注度不够，所以在应对整个旅游市场的变化方面显得比较生涩。最突出的例子是失去__年长沙市政府采购会议定点单位的资格。主要就是由于没有关注到相关信息的发布而直接错失投标的机会。在此，我们要作深刻的检讨。另一个方面的不足表现在无法根据目标市场、季节的变化制定出相应的营销策略。

2、与宾客间的互动不足

营销部在日常的工作中，除了会议接待的过程中有较少的与顾客面对面交流的时间，其它几乎没有机会与宾客交流。或者说存在这样的机会我们在无意间就放过了。我们无法知道顾客需要什么，无法获得宾客在酒店消费的直观感受，甚至有投诉或建议宾客都有可能找不到表达的对象。这样就很难给宾客创造宾至如归，温馨如家的消费体验。这一方面恰恰被我们在日常工作中忽略掉了。

3、新兴市场与新客户的开发力度不够

__年营销部虽然在旅行社团队与会议团队的接待量上相较以往有了长足的进步，但总体而言力度不够，还应该有较大的上升空间，旅行团的房费收入占全年房费收入的比例还不到1%，会议团队与旅行团共同的房费收入占酒店房费收入的比例也不到3.5%，全年开发新协议客户的数量更是屈指可数。在长沙酒店业竞争白热化的情况下，原有的目标消费群体几乎被瓜分殆尽，这种情况下就要求我们要不遗余力开发新的客户，寻找新兴的消费市场。很显然，营销部在这方面投入的精力是不够的。

第二季度工作总结篇五

通过分析主客观原因，吸取失败教训，暴露并努力改变、解决问题，让___成为一个符合公司长远目标的良性健康的销售市场是___当前目标。以下本人对___分内部管理、客户管理、_____、销售方案四部分总结并做出计划和建议。

第一部分：___部内部管理

___部一直存在个别极不稳定因素，影响内部团结，时常出现不负责任的工作态度，诸多人为障碍导致各个环节周期时间太长，工作效率极其低下。企业的竞争是人才的竞争，而人的各种意识、素质等是由自身环境、教育等各种综合因素决定的。本人自___时间到___以来做了各种努力，部分人就软硬不吃，工作态度消极，如上面所提的“混”，想要收入，却不思努力工作以提高能力与收入，此种人已经成为___致命的障碍，而此部分人的生长环境及教育决定他很难有一个大的改变。本人认为___部要发展一定要大力从根本上整改，更需要必须的投入，比如目前存在的人员后备不足就必须培养一部分人员。具体问题如下：

- 1、___管理混乱，未能很好做到防火、防霉、防鼠、防盗等工作，保管人工作方式呆板，群众基础极差，严重影响团结，恶化工作环境，工作效率极低，人为加大货物流通障碍，损害___集团企业形象。
- 2、业务内勤工作量太大，即当___又做___，导致直销部门及业务人员滞留___时间太久，影响直销人员与业务人员正常工作开展。
- 3、大型卖场送货频繁、验收制度繁杂，而业务人员自己送货，占据大量时间，造成工作效率低下，直接降低___集团的服务质量，损害企业形象。

4、缺乏独档一面的___员，各销售渠道俱存在不少问题，最典

型的是[a]市区___缺乏忠诚客户且销售网络不健全，客户经营理念差，新品推广不力[b]大型卖场产品更新难，新品上柜慢，致命的是各种销售促进活动经常性断档。而___人员一直未能达到公司要求，对之有所改变，直接产生___部月销售量波动较大。

5、送货车辆破旧不堪，经常维修，一方面增加销售费用，一方面影响货物流通，且人员安全未能得到有效保障。

6、导购人员素质参差不齐，没有经过统一培训，缺乏企业理念与团队精神。

7、直销部门管理不足，缺乏良好的直销主管，人员不稳定，较难招聘到好的直销人员。以致直销部门的销售业绩一直没有一个较大的进展。

针对以上问题，本人提出如下建议性方案：

1、立即更换___!寻求一个积极向上又有一定保管经验的___，改善工作环境，加速物流，提高效率。

2、改善___工作流程，建议增加人员，责任明确，更有效对___部的___与___进行管理，加强对___部内务如财物、人员、住房等方面的监督与管理。

3、寻求合格的_____人员，以使与___保持良好客情，加强合作，保持产品销售的有序畅通，切实对___促进活动进行跟踪，并做好各种销售、促进评估。

第二季度工作总结篇六

安全科第二季度安全工作，在公司领导的正确领导下，认真贯彻落实“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，紧紧围绕公司领导指定的安全生产目标，坚持以人为本，修订和完善安全管理规章制度，认真开展安全检查、安全隐患排查、整改，在全体员工的共同努力下，安全工作取得了显著成效。

一、安全生产管理制度：

编写《关于加强加氢事业部地沟安全管理规定》，建立完善《加氢事业部安全隐患排查台账》、《外来施工单位安全检查台账》。

二、员工学习培训

1、加强自身安全责任意识，紧紧围绕“安全责任、重在落实”的主题。从自身安全做起，切实通过以身作则可视、可感、可悟的良好个人安全行为，使员工感知到安全生产的重要性，感受到领导做好安全的示范性，感悟到自身做好安全的必要性。牢固树立有感领导思想意识，深刻领会有感领导本质内涵，自觉体现有感领导示范行为。加强学习，不断增强员工安全生产工作的责任感，认真履行好职工本岗位的安全职责，坚持安全生产从自身做起，从细节做起。

2、围绕安全做好员工教育和宣传工作。传达贯彻公司安全生产形势，强调树立安全责任意识 and “安全第一”的思想和理念，利用周日、例会以各种形式对职工进行安全教育，及时将公司下发的各类安全学习文件传达到每一个人。

3、安全科为新到员工进行厂级安全教育，主要针对工作环境、生产特点、注意事项、厂规厂纪、职业健康知识、安全常识等进行培训。针对应急救援与自救进行培训：如灭火器的使用、人工呼吸和心脏按压术、空气呼吸器和防毒面具等正确

使用，并组织考试。第二季度完成三级安全教育90人次。进入车间进行下一步安全培训。

三、6s安全隐患排查：

1、4月进行安全隐患排查2次，4月进行6s安全检查4次，共考核443分，下发安全隐患整改通知3次，限期整改6条，整改落实6条。

2、5月进行安全隐患排查4次，5月进行6s安全检查4次，共考核175分，下发安全隐患整改通知9次，现场整改6处，限期整改18条，整改落实6条。

3、6月进行安全隐患排查3次，6月进行6s安全检查3次，共考核209分，下发安全隐患整改通知6次，其中20__ . 6. 16日生产技术部组织事业部领导、各车间负责人对生产区进行了一次整体安全隐患排查，进一步提高了各车间安全隐患排查工作的积极性。现场整改3处，限期整改9条，整改落实7条。

四、日常检查、联合巡检

安全员每日进行至少两次全厂巡回检查，为保证车间安全生产，防微杜渐，在日常的巡检中多发现问题，将事故消灭于萌芽之中，保证装置的安全，为了更好的落实安全检查，生产技术部组织了激动灵活地联合巡检模式，即在早上由安全科组织，其他职能科室参与，一起对生产区地沟、污水井、以及公附设施进行安全检查，这种方式及灵活，又方便，最大限度的发挥职能科室的作用。

五、规范现场作业票的办理

规范现场安全作业，在焦油加氢二车间装置新建伊始，很多工作都不完善，现场一些工作还不是很明确，在工作中发现很多问题，车间职工对自己在现场工作中的责任不是很明确，

为保证在设备检修、动火、动土、吊装、进入受限空间等作业时的安全，安全科加大监管力度，确保生产安全、平稳正常运行。

六、安全生产月

贯彻落实“安全生产月”活动方案的通知，切实开展安全教育活动，充分利用横幅、标语等宣传形式警示大家，利用班前班后会和周安全活动强调生活安全管理，搜集安全宣传资料，对宿舍内易发事故类型、重点防护、工作薄弱环节、各类人员安全意识与安全技能等方面，开展深入全面的大检查，消除隐患，有针对地扎实地开展教育和防范工作。同时要求各岗位人员书写安全月工作总结，不断增强员工安全意识，提高安全防范意识。

在下一季度，我们安全部门本着安全第一，预防为主，综合治理的原则，开展安全工作，加强对各车间的安全监管力度，同时对车间存在的安全隐患进行督促整改，将事故消灭于萌芽状态，同时加强对员工安全意识、安全操作技能、自救以及救人能力的培养，保证在车间日常工作中避免发生事故，同时加强安全管理工作和消除现场的跑、冒、滴、漏的监管，争取在下一季度将安全管理工作推向一个新的台阶。

事业部安全科

20__年6月30日

第二季度工作总结篇七

一、总体目标完成情况

1：销售目标110万元，实际回款107万元，负计划目标2万元。销售库存合计约47万元，实际销售61万元。与去年同期增长35%左右。

二、目标完成过程中的经验总结

(一)、今年我们销售部门根据年初制定的总体目标以及在年中分阶段制定的时段性目标，根据既定的销售策略和任务，按照常年的习惯，进行人员细分，并根据市场供求关系，组织我部门工作人员，以销售业绩为衡量标准，进行针对市场的销售任务。期间，我部门工作人员也制定了自己的目标计划和销售计划，充分发挥自主性、创新性，顺利完成各自预定的销售任务，并及时总结经验的可取之处和不足，加以改善。

(二)、今年是公司的创利年，但事实上创利没有想象的那么好。主要有以下几个方面的因素：

1. 质量问题偏多玻瓶的破损偏高，盒三及小神仙出现一定沉淀。

2. 竞争比较激烈，其他企业价格对比差异在市场经济的大环境下，各企业的竞争已经越来越白热化。在产品普遍相同或类似的情况下，价格的竞争，也成为了销售渠道上的一个大关口。在产品质量普遍存在的前提下，同行的其他企业的产品价格为了占有市场，特别是七宝酒二个经销商之间的打响的价格战，把市场同价产品压低很多，以致形成比较悬殊的价格对比。在品牌凸显性不强的局势下，这种悬殊的价格之差，同样造成了我司创利方面的压力。

3. 内部资金运作紧张，产品供应出现较长时间断货。

(三)根据市场的变化，及需求，公司领导调整了经销商策略，采用“分兵突进”的战述，按产品品项新招二名经销商，经销商之间形成一定竞争的格局。根据新余市场的情况，已完成部份产品的重新定价，将市场操作权取回公司手中，更利操作市场。计划将全品项进行价格调控，目标使公司有资源可用，尽力创造有效产值，扭转产品出库就生产亏损的局面。

三、对2020年3季度工作的计划

我部门2季度的工作，在公司统一部署下，以经济效益为中心，以公司利润最大化为目标，对外开拓市场，对内严格制定每一个相关步骤，以市场为导向，面对市场经济越来越激烈的竞争挑战，抢抓机遇，团结拼搏，齐心协力完成好2季度的销售工作计划任务。

(二) 未来的工作在过去的经验上主要需要改善之处

1、质量的改善。

在销售工作开展之前，对产品的质量要有更严格的把关，并在销售宣传中，把质量的优势尽可能最大的凸现出来，争取商家对我公司产品更多的信任和更大的购买力。

2、价格方面。

由于产品价位调控的布署，可以在预算的价格尺度调动范围内，根据市场环境的形势和对市场竞争的科学合理性分析，推出系列消费者拉动促销活动，使产品的销售既在预计范围内盈利，又使消费商家对价格方面减少挑剔。让产品的品牌让更多商家熟知，使产品的质量在商家中形成一个良好的口碑。

3、资金回扰

针对无利不起早的“老板”心态，公司应尽快全面完成新的价格调控，使之有相对的盈余针对经销商也开展系列优惠活动(例如：在限定期定完成打款并销售__万奖面包车一辆等等)

4、多面的销售渠道，发展更多的销售平台

除了最原始的销售渠道之外，提高酒店销售水平，建立良好

信用的酒店和团购销售平台。销售形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。多年来，产品销售部坚持巩固老客户、培育新客户、发展市场空间、挖掘潜在市场，未来，我们还需要更全面的利用我公司越来越壮大的品牌影响带动产品销售，建成了以本地为主体，辐射全省乃之全国的销售网络格局；同时，可以与各传媒媒介等形成良好的合作关系，如多参加或举办业内或相关行业的系列活动，多方面的进行宣传销售，让本品牌的产品有更广大的拓展平台。

5、随时关注业内动态，掌握更多的市场信息

随着行业之间日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场营销过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益。销售部在今后的工作中更应密切关注市场动态，把握商机，认真做好市场调研和信息的收集、分析、整理工作。使得销售部通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立起更加稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集。

6、提高销售部人员自身的工作素质提高业务员的服务质量和业务能力，使一批老客户的业务能巩固并发展起来。在未来的工作中，我们要求销售部人员要更加提高自己的工作能力和专业素质：

(1)加强与客户的沟通联系，多想办法，建立起良好的合作关系；

(4)做好售前、售中、售后服务。

四、总结

过去一季，我们走过了展望计划、艰辛起步到共创成功的历程，我们也体会到了这一过程带来的快乐。今天，新的一季，我们站在一个新的起点，面对未来更严峻的挑战和更期待的

机遇。依靠我们公司领导的信任和指导，依靠优秀产品，先进的营销理念，良好的服务意识，团结的协作氛围，优秀的员工队伍，我们整装待发。也许，未来的路也是充满曲折的，甚至比过去所要承受的压力更大，但我们坚信，这条路注定是充满机遇、充满挑战、充满希望的。

我们深信，在公司的正确领导下，只要我们销售部门全体干部、员工坚定信念，奋发进取，团结协作，以小目标实现大目标，以大目标实现长远目标，一步一个脚印，一定能出色完成任务，让2020年成为名副其实的创利年！