# 华为客户工作总结范文(汇总17篇)

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-08-26

*华为客户工作总结范文120\_~20\_年华为公司管理工作要点一、继续坚持均衡的发展思想，推进各项工作的改革和改良。均衡就是生产力的最有效形态。通过持之有恒的改进出境，不断地增强组织活力，提高企业的核心竞争力，不断地实现管理均衡，不断地提高人均...*

**华为客户工作总结范文1**

20\_~20\_年华为公司管理工作要点

一、继续坚持均衡的发展思想，推进各项工作的改革和改良。均衡就是生产

力的最有效形态。通过持之有恒的改进出境，不断地增强组织活力，提高企业的核心竞争力，不断地实现管理均衡，不断地提高人均效率。

新的一年是公司IPD、ISC推行的一年，是全国变革的一年。我们要深刻地领会这些变革的内涵，积极加入到变革中去。变革破坏了过去的平衡，但破坏不是目的，必须要实现新均衡，并且努力实现不的均衡。

在变革中，任何黑的、白的观点都是容易鼓动人心的，而我们恰恰是不需要黑的，或白的，我们需要的是灰色的观点。介于黑与白之间的灰度，是十分难掌握的，这就是领导与导师的水平。没有真正的领会的人，不可能有灰度。

任何事情都不会以极端的状态出现，因此黑与白只是哲学上的一种假设，我们现实生活中，而且生活得成功的，大多真正理解了灰色。

我们在变革中，要支持战略与现实的均衡；技术领先与客户需求优先均衡；质量与成本的均衡；高、中级干部责任结果导向与关键行为过程考核的均衡；在管理中使用权威与管理民主允许大家发言的均衡；宽松的工作环境与严格的监控管理的均衡；员工道德素养与组织建设的均衡；„„，任何过多的强调矛盾对立，而忽略在不同时间、空间的统一，就是不同时间、地点的灰度。“正反相生，古今无定法”说的就是这个道理。因此，在推行变革的过程中，我们要多多地研究思考，切忌简单化。

二、要充分理解、认真接受为客户服务是公司存在唯一的理由，要以此来确定各级机构的最终责任，以此责任来推动流程的合理建设。管理的目的就是从端到端以最简单、最有效的方式，来实现流程贯通。这个端到端，就是从客户的需求端来，到准确及时地满足客户需求端去。这是我们的生命线，只要我们能认识到这人道理，华为就可以长久地生存下去。内部管理是及时的、准确实现客户需求服务的，这是我们内部管理改革的宗旨和基础。背离这个宗旨和基础的，有可能陷入繁琐哲学。

三、沿着IPD、ISC的流程，实行有效的组织改革。我们要实现组织行为流程化、流程电子化，首要的任务是如何设计组织。我们已经明确了要推行IPD、ISC，因此，就一定要根据IPD、ISC的流程需要来设计岗位、角色，以及在必需的跨度领域内，设立相应的行政组织。

各级委员会要逐步沿流程将权力赋予IPD、ISC改革而产生的新的组织。同时，必须防止变革过程中出现决策和责任真空，在新组织未完全建立前，旧的决策模式不完全消失。一定要保障业务变革在有序中进行。

我们坚持在新的角色与岗位上推行竞争上岗，不论过去的身份地位，均需参加考试、考核和评议，优胜者优先上岗，不能上岗的人可以经过战略培训后，再参与其他岗位的竞聘。只有这样做才能保证华为公司的生存，因此，我们所有的员工都要站得高一些，正确地理解变革过程中的问题与矛盾，以宽阔的胸襟来面对这一变革。各级干部部门要组织好考试、考核前的培训与指导，同时公正地组织评议。

公司将建立多个责任主体，不断地将客户化推到管理前台。逐步增加端到端的责任主体主管调动和协调资源的责任和职权，将公司中、短期经营决策的重心下移，以便更迅速地捉机会和响应顾客需求。

四、我们一定要按流程完成分级、分层、分模块的财务核算，坚持提高人效益，以及提高各部门和模块的产出与费用比率。除了担负战略任务的部门和模块，人均效益和产出与费用比率会下降外，其他各部门的此项比率提不高，都要在述职报告中讲清楚。公司要明确每年基层主管的更换率，不低于是10%。

适应于IT产业得泣率趋向下降的趋势，我们要建立健全各责任中心的在本、利润和资产的的核算体系，不断改进核算方法和预算控制。把市场竞争压力无依赖地传递到各个责任中心，巩固公司的成本优势。

我们要继续抓好增加人均产值，不断降低运作成本，要实事求是，千万不要搞形式主义。

五、随着管理的流程化，我们监控也要制度化、流和化、经常化。未来的2~3年我们一定要重视、关怀审计与安全监控岗位的成长。凡是有资金或物流地地方，一定要有审计；凡是有资产的地方，一定要有合理的监控。我们要珍惜自己的劳动，要珍惜已经形成和将在形成的财富。

我们要在全面建设审计与安全监控体系的同时，发现和培养优秀的干部，并提高他们的地位。在新的一年里，我们要加大选拔那些品格优秀、工作认真、作风端正的员工，走上监控岗位。他们的地位与待遇，同那些创造财富的人一样重要，受有尊重。各级主要领导本身就是一个监控管理的主要责任人，疏于职守的应受到批评。

六、尊重他人的、以及自己的知识产权，这是华为成为一个国际公司的必要条件。我们各级部门都要认真清理，包括公司的知识产权有没有不珍惜，保管不善的状况。凡有的要认真整改。

各级部门要协同知识产权部门，在形成专利申请的思路上，拟定申请报告上，以及专利的实施和管理上，积极做好协同工作，实施自我保护。同时要防止自己误用别人的专利，而未获得许可。努力作好自律。

公司要遵纪守法。同样，我们各级部门都要督促员工遵纪守法。尽管当前有些风气不正，但我们必须保持自律，不要太多地管别人的事，严格控制自己，保护自己。

七、我们要坚持责任结果导向的考核方针，逐步严格地加强管理。便严格不等于生硬，僵化。各级领导者必须学会情景管理，要学会沟通，学会甄别是非；要学会坚持原则，也要学会灵活地工作方式，灵活不一定就是要牺牲原则。要认真理解公司的各项规章，向所属员工传授，学习遵守这些规章，并且自己带头遵守。

公司高、中、基层干部的考核都要贯彻责任结果导向的方针，同时，对高、中级干部，尤其是高级干部要逐步试行关键行为过程考核，以提高、中级干部的领导能力和影响力，充分发挥组织的力量。

我们已逐步制定了各种项好的管理文件，在处理所涉及的矛盾时，多遵循文件规定，减少随意性。任何不合理可以在一阶段后，讨论修改，在修改前还必须遵守文件的管理规定。

在此基础上，我们各级干部要认真简化流程，简化组织，精简富余人员。要“找出不拉马的士兵”。坚定不移地和因地制宜地推行未位淘汰，这是我们永久要坚持的任务。

八、我们各级干部要学习做人，特别是负有主要责任的高级干部，提高个人及组织的素质。有文化必须有涵养。做事可以轰轰烈烈，但做人必须收敛。我们要坚持对事复制。因此，我们要选拔那些不投机取巧，有责任心、有管理思路和有与周边协调能力的，综观大局限性又敢于向上级报告真实情况、不掩饰不文过饰非的，富于创新精神但脚踏实地„„员工，走上管理岗位。严格的绩考核和末位淘汰一定要与关心和帮助下属成长相结合。公司经过多年的发展，培养锻炼出一大批人才，这些员工是公司最宝贵的财富，是公司克服困难和进一步发展的基础。绩效考核的的目的帮助员工提高绩效，提高员工胜任本职工作的能力，以更好地实现公司目标。

各级主管都负有人力资料管理责任。人力资源管理的责任是充分调动员工的积极性，发掘和发展员工的潜能，更有效的实现公司的目标。

我们今年一边坚持清理富余人员，辞退不合格的员工，一边坚持招聘、录用优秀的人才结合起来。

九、我们还掌握不了IT行业的变化规律，我们要敢于面对现实，去研究它、掌握它。而不是回避它，绕开它。

虽然我们已建立了层级的管理机构，分级地任命了干部。但永远不能在我们公司，树立所谓的绝对权威，绝对真理。一定要让有益的思想幼苗有成长的空间，一定要避免由于其人的局限，而错失机会，以及修正我们错误的可能。

我们要继续完善有得于制定正确的、前瞻性的战略性决策的组织制度，完善决策过程中使不同观点充分发表公正程序。

干部要有创造性思维，干部没有创造性思维，家业是守不住的。干部创造性思维的重要源泉是来自于客户、周边以及下属的沟通。公司的高、中级主管既要勇于承担责任，又要有民主作风，正是因为意识到对公司的责任重大，才更要广泛听取各种不同意见。要相信“人必有一善，集百人这善，可以为贤人；人必有一见，集百人之见，可以决大计。”

我们反对管理上的盲目的创新。局部管理的创新，应看它是否有利于全局的进步。我们已进入一个稳定发展的时期，那种管理上的大胆探索不能提倡。因此，任何管理上的改进，都要以全局为目标来进行评估，以及争取变革委员会的认同与批准。

十、正因为，我们对未来还把握不准，我们要推行管理权威的时候，要多沟通、多征求意见，多一些了主作风。有一部分高级干部作风，应在新的一年内有所改进。

IT行业的冬天是长期的，IT行业信息资源的无限性与人们信息消费能力的有限性的矛盾，使得IT行业的矛盾可能永远也不能过去。但是IT行业的前景又是光明的，它拥有最广大的消费者和最活跃的发展空间。我们是碰到了困难。但我们各级干部都要用内心之火，精神之光去点燃部属的信心，去点燃明天的希望。要坚信华为的管理团队及员工都是优秀的。

**华为客户工作总结范文2**

时间匆匆流逝，转眼间一年的工作时间已经过去了，在20××年里，本人在工作中一直都是思想端正，任劳任怨，为工作从不计较得失。在20××年年度的工作总结里，本人首先要感谢\*\*的栽培和指导，单位各部门的积极\*\*和同事们的协助和关心，我想如果没有\*\*和同事的鼓励，我的工作不会进行的如此顺利，所以我感谢你们的帮助，同时也对自己的努力感到欣慰。

我们在今年的工作主要包括：接待客户、\*\*服务质量、统计客户资料、上门拜访、客户未到先开卡超前服务、中秋月饼销售、淡季的促销活动及宣传工作、处理日常服务跟踪卡上客户投诉和建议及反馈工作，还有在日常工作中跟踪顾客。我们在20××年度工作总结主要是拜访客户的数量有所增加，给单位带来一大批的消费群体，对我们的销售额奠定了扎实的基础。首先我们20××年3月份拜访客户80家，中秋节期间拜访客户120家，又在周年庆期间拜访60家客户。针对以上的成绩，我们并没有骄傲，而是希望一直坚持下去，不断提高我们的工作水\*，扩大客户群体。

>一、加强学习，提高自身素质

作为娱乐部的员工，需要时常和客户交流沟通，为了能方面的和客户沟通和交流，我们需要不断的提高自身素质和知识储备含量。一直以来，我都能够不断提高自己的理论素质和业务技能。利用业余时间，阅读有关公关和业务知识方面的书籍。在抓好自身业务理论学习的同时，我能够立足本职工作，并取得较好的成绩。对于我们娱乐部要制定服务标准，依据服务标准进行评价和管理，主要分为五个方面：

1、感知性。主要是指提供服务的有形部分，如各种设施、设备、服务人员的仪表等，顾客正是借助这些有形的、可见的部分来把握服务的实质。有形部分提供了有关服务质量的线索，同时也直接影响到顾客对服务质量的感知。

2、可靠性。主要是指服务供应者准确无误地完成所承诺的服务。可靠性要求避免服务过程中的失误，顾客认可的可靠性是最重要的质量指标，它同核心服务密切相关，许多以优质服务著称的.企业，正是通过强化可靠性来建立声誉的。

3、适应性。主要指反应能力，即随时准备为顾客提供快捷、有效的服务，包括矫正食物和改正对顾客不便的能力，对顾客的各项要求，能否予以及时满足，表明企业的服务导向，即是否把顾客放在利益放在第一位。

4、保证性。主要指服务人员的友好态度与胜任能力。服务人员较高的知识技能和良好的服务态度，能增强顾客对服务质量的可信度和安全感。在服务产品不断推陈出新的今天，顾客同知识渊博而又友好和善的服务人员打交道，无疑会产生信任感。

5、移情性。主要指企业和服务人员能设身处地为顾客着想，努力满足顾客的要求。这就要求服务人员有一种投入的精神，想顾客之所想，急顾客之所需，了解顾客的实际需求，以至特殊需求，千方百计地予以满足，给予客户充分的关心和相应的体贴，使服务过程充满人情味，这便是移情性的体现。

>二、勤奋务实，对工作尽责尽职

我无论在哪一个岗位工作，都能够立足本职、敬业爱岗、无私奉献，为工作鞠躬尽瘁，在工作中随时会有工作时间不固定的时候，但是我从来没有抱怨过，我只是希望不断努力的工作，给\*\*做出好的成绩，给同事起一个带头的作用。例如：统计客户资料，是件相对繁琐的工作任务，有些员工可能就是因为事情比较琐碎，抱有一定的负面心理，就不去认真细心的做客户资料的整理，但是我认为这种建立客户资料的工作很重要，因为只有对客户有相对细致的了解，才能相应的和客户取得联系，向客户介绍产品，进行服务，扩大市场。

至于工作中的反馈工作，主要分为正反馈和负反馈两种，很多企业也都会在建议、提案基本办完后，向管理者提出信息反馈表，征询对办理工作的意见和对服务性工作进行测评，有的还进行登门拜访，就像我们部门的工作性质一样，直接听取意见和建议。对于汇总上来的正反馈信息，管理者会提倡这些工作，如果得到的是负反馈信息的话，则应认真查清原因，区别情况处理，有的需要补办，这样做的好处是可以及时发现、纠正办理中出现的问题，确保工作的质量和进度。同样，也可以更好地掌握办理情况。

>三、搞好服务，树立热忱服务的窗口形象

无论是工作中还是在生活中，我对自己都是高标准、严要求，不该说的话不说，不该做的事不做，积极为客户着想，在规章范围内，积极为客户办理未到先开卡超前服务，极大的方便了客户。同时，向客户宣传我企业的各项新产品，新业务，新\*\*，扩大企业的知名度。我想客户所想，急客户所急，在生活中跟踪客户的需求，协同各部门共同搞好服务。获得了各部门员工的信任和\*\*。在不同的岗位上，我都兢兢业业、任劳任怨，也取得了一定的成绩。

对于我们部门在淡季进行的促销活动，是我们公司为了在淡季保持一定的销售业绩，在不亏损的前提下，将部分过季的商品给予促销，采取薄利多销的营销\*\*，维持经济增长。企业针对产品的促销活动策划的步骤主要包括以下几步：

1、促销机会分析，整个商品或消费品市场的数量和金额分析;各竞争店牌或品牌的销售量与销售额分析;各竞争店牌或品牌商品结构;

2、目标市场定位，确定目标市场和商品定位;经营目标;价格策略;广告形式和投资预算;促销活动的重点和原则;公共活动的重点和原则。

3、促销活动规划，明确促销的目标;选择促销的形式和内容;

4、分销活动计划，价格策略;分销的渠道;店铺的陈列;服务的质量;

5、销售管理计划，主管的职责权限;销售目标计划;人员的挑选和培训;推销人员的薪金标准;推销人员的奖励措施;

6、市场反馈和调整，市场销售信息的反馈方式，市场销售信息的反馈整理;经营目标的核算;经营行为的调整。

促销方案包括：

1、活动目的。对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的\'放矢。

2、活动对象。活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动\*\*在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

3、活动主题。在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动主题;

2、包装活动主题。降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。几年前爱多VCD的“阳光行动”堪称经典，把一个简简单单的降价促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动。这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震憾力和排他性。

>四、20××年工作计划

20××年我们的工作展望是要围绕20××年的工作，将其作为20××的工作重心，加大市场的拓展，和对周边市场的分析，只有对外部市场进行合理的分析，才能有效地针对不同目标的消费群体开展销售方案，从而吸引顾客，扩大市场，巩固20××年的工作。我们娱乐部是公司负责和客户接洽，联系客户，为公司的销售打开渠道，提供客户了解我们公司和产品的途径，让他们熟悉和接受我们，从而打开市场。但是针对我们部门的工作，我还是希望我们可以有序的将每月的工作搞好，应该一步步地前进，不能寄希望于突然间工作业绩有突飞猛进的增长，这样的工作态度是不切实际的，所以我建议我们以后的工作都要按照每个月制定一个目标，并努力完成月目标，一旦部门没有完成指定的月目标需要对其进行惩罚，完成的部门可以获得相应的奖励和报酬，这种激励\*\*可以很好的激发员工的工作热情，提高工作效率，为公司创造更高的经济效益。

总结过去，是为了吸取过去的经验和教训，更好地干好今后的工作。工作中的不足和欠缺，请各位\*\*和同事批评、指正。同时，本人也热切企盼有机会为工行今后的发展继续贡献力量。

**华为客户工作总结范文3**

华为公司员工工作体会

华为公司员工工作体会

心得体会 工作心得体会 华为公司员工工作体会 华为公司员工工作体会

光阴似箭。眨眼间，在新公司已经到了要转正的时候。符合业务方自身的利益——可能他们自己也还没有想清楚。理想和现实的差距。惯性的力量很强大，我想可能每个人工作都有自己独特的理由和目标，所以即使是一项实施之后可以马上带来好处的改变，也要花费很多力气才可能被接受。比如说用junit代替main函数来做自测，虽然说过几次了，还有人习惯性地用后者…工作中的主动和担当精神。最近对“主动”和“担当”的感受很深。突出体现在，我很希望能有需要帮助或者仅仅是想征求意见的同事主动来找我说出状况——一般来说我是一定会有办法解决问题的。反过来，如果同事们不主动而我过分主动，特别在具体问题上，因为每个人内心想法不同，就不好拿捏信任和控制之间的分寸，而且精力有限，必然会有很多时间上的浪费。华为公司员工工作体会 相关内容:暑期支教心得

XX年7月10日，xx师范学院化学系三下乡服务队走进了xx市xx区xx镇的xx小学。作为服务队里的一员，从走进学校的那一刻起，我就感觉到，我肩负着的不仅仅是传授知识给他们这一任务，更重要的是那份责任。

“我的中国梦·彩虹人生”—暑期志愿者服务活动心得

青春三下乡，放飞我梦想。XX年7月16日，xx工业大学xx工程学院“我的中国梦·彩虹人生”暑期社会实践调研团到达xx市xx镇xx村开展志愿服务活动。今天的活动包括敬老院慰问、义务支教和为村民放电影。

下乡心得总结

这一次我下乡的主要任务是与我中学校长取得联系，并争取我中学时的学校成为我们这次三下乡的活动地点。我感觉到和下乡学校的联系是挺漫长且频繁的，中间多多少少会有些意外出现。

优秀团员心得

心得： 在结束了新年的热闹后，我们沉浸在新年的喜气当中，来到了社区当志愿者。以前是很少有机会接触到志愿者这一名词的，而现在我能将志愿者付诸于行动中，我感到很兴奋，更是作为一名团员更让我感到骄傲。

质量管理工作心得体会

一转眼来公司已经快三年了，自踏入公司大门 的体会是“要发出好声音、打出情感牌、算好经济账、选准突破口”，具体表现为：

一、发出好声音。

附送：

华为总裁致新员工的信

华为总裁致新员工的信

您有幸进入了华为公司。我们也有幸获得了与您的合作。我们将在共同信任和相互理解的基础上，度过您在公司的岁月。这种理解和信任是我们愉快奋斗的桥梁和纽带。华为公司是一个以高技术为起点，着眼于大市尝大系统、大结构的新兴的高科技术企业。公司要求每一位员工，要热爱自己的祖国，任何时候、任何地点都不要做对不起祖国、对不起民族的事情。相信我们将跨入世界优秀企业的行列，会在世界通信舞台上，占据一个重要的位置。这历史使命，要求所有的员工必须坚持团结协作，走集体奋斗的道路。没有这种平台，您的聪明才智是很难发挥并有所成就的。因此，没有责任心，不善于合作，不能集体奋斗的人，等于丧失了在华为进步的机会。那样您会空耗宝贵的光阴，还不如在试用期中，重新决定您的选择。进入华为并不就意味着高待遇，公司是以贡献定报酬，凭责任定待遇的，对新来员工，因为没有记录，晋升较慢，为此，我们十分歉意。但如果您是一个开放系统，善于吸取别人经验，善于与人合作，借别人提供的基础，可能进步就会很快。如果封闭自己，总是担心淹没自己的成果，就会延误很长时间，也许到那时，你的工作成果已没有什么意义了。

**华为客户工作总结范文4**

我们服装店的地理位置较偏，周围没有更多的商圈，除了今年初新开了一个五号停机坪购物广场外没有其他购物点。而这两处的购物特点都是靠周六日及其他节假日带来的客流，或更多的是靠服装搞一些广场活动而带动的客流。

也就是因为我们店由于地理及客流的因素占关健的比重，所以做好节假日的促销优其关键，而如果作为店铺的管理者必须要明白自己店铺的最畅销款是什么以及最抢眼的促销位在那里，合时合地的陈列才能更好的提高销售。我们能够根据客流的高低制定不同阶段，而在不同的时段采取的陈列思想也就应不一样，现阶段最流行的陈列思想莫过于色系的搭配，但是，在色系的搭配过程中，必须要注意整体的布局，以及最小陈列单元格的陈列，再到整场组合的布局。

**华为客户工作总结范文5**

在业务方面也学了很多，从录入单的正确录入，标签的正确填写，导购员规章制度等简单的业务到跟重货制度，售后服务标准，商品质量三包的实施细则等高难度业务。但我个人认为，学得虽然不少，但真正能用得到的并不是很多，因为所有的事情都是看人看事看情况而定，要做到真正服务于顾客，服务于供货商，并不仅仅是靠背会制度就能办到的。这就需要我们从实践中去学习制度，去体会xx理念，去处理所遇到的事情，需要我们不间断的学习，提高自身的素质，才能成为一名合格的xx管理人员。

**华为客户工作总结范文6**

俗话说站在巨人的肩膀上能让你站得更高看得更远，工作总结就是工作中的一个巨人，在工作中，你只有及时做好了工作总结，你才能更加完整的掌控之前的知识并加以有效的利用，从而能将目光放的更远。转眼xx年过去了，回首这一年来的工作，尽管我为公司的贡献微薄，但总算为我迈进销售市场起到一个很好的铺垫，通过学习工作和其他员工的相互沟通，我已逐渐的容入到这个集体当中。通过广州市场对客户的走访，进一步的促进了我的业务能力。同时我现在的工作能力是和全体员工的辛勤付出是密不可分的。我在做好本职工作的同时，也在反思自己工作上的不足和问题是今后应该时刻注意和逐步改进的。回顾××年工作是一虚心学习过程。

>一、工作表现

xx年，我始终把学习放在重要位置，努力在提高自身的业务综合素质上下功夫，正确认识自身的工作，正确处理与客户之间的关系，把工作重点放在发展新客户上，以提高我对工作本身的认知程度。细心学习同业人员的长处，改掉自身存在的不足，虚心向肖经理请教，主动接受同事的意见，不断改进工作方法，充分发挥岗位职能，在不断学习和探索中使自己在本行业方面有所提高。

>二、今后的努力方向

加强学习，勇于实践，坚持工作热情。在不断的总结中成长，提高自我的素质和业务水\*，以适应新的形式的需要，积极与公司各办事处的人员沟通，以学习他人之长，才能更好的促进自我能力，满足客户需求和开拓市场空间。

华为市场销售工作总结3篇（扩展6）

——市场营销销售工作总结 (菁选3篇)

**华为客户工作总结范文7**

跨越到陌生行业，即便热情如我，依然难免茫然，默默告诉自己,这是机遇也是挑战。唯一可做的便是专注一颗心，观察、探索、学习、酝酿，在付出中收获，在艰难中成长。面对\*\*每一次的赞扬认可，每一句建议和批评，还有同事们热情的笑脸、帮助的双手，止不住的心怀感恩。尊敬\*\*、善待同事，虽然我用最快时间融入了这个年轻的集体，但期望在工作上用最短的时间成熟和独当一面，却变成了我夜不能寐的原因。我将这5个月的工作一一回顾，虽然难免挂一漏万，依然期望借总结的镜子看清来时路，让未来更顺畅而圆满。

>一、对公市场方面：通过固有资源吸引了一定的储蓄，参加了分行举办的几次知识培训，\*常注意向\*\*学习和客户谈判的方式;在配合同事完成\*\*报告的过程中了解其写作要点和方法;也在出差时向有经验的同事学习如何对客户进行贷前实地考察。虽然对公这个领域对我来说稍显复杂，但是我在慢慢的接触中也有了一定的了解和熟悉。在对公方面对自己满意的地方是学习理解新鲜事物较快，和客户的交流上顺畅，通常能给客户留下良好的第一印象。不足的地方则是缺乏持续对专业上的学习和研究，维护客户缺乏经验。接下来我计划加紧时间多阅读有效的书籍和案例、和对公市场部门的同事和\*\*多外出实地学习，通过实例积累对公的整套系统的经验，随时关注利用身边资源、注意积累优质客户，以及学习如何有效的维护客户。

>二、零售业务方面：零售业务方面是我比较感兴趣的一个领域，同时也是我重点发展的方向之一。在学习零售的主营业务的同时，紧密跟随\*\*的理念积极开阔营销思路，

首先从自己擅长同时也是喜爱的活动策划入手，负责聚宝堂美术馆的活动相关事宜，在\*\*的\*\*、同事的帮助下聚宝堂美术馆揭幕活动和吕石双人联展活动成功的落幕。近期活动效果显现开始逐步的走向赢利模式也给了我很大的鼓励，增加了我的热情和冲劲。其次随时注意补充新鲜思路，积极关注扩张和与银行主营业务相关的多种其他\*台，希望能最大程度的扩展银行功能、丰富品种，针对支行的客户特色来制定更多的需求点，通过各种不同形式的周边活动来促进主营业务量的增长，如最近在筹备中的先锋书店合作事宜和李啸书法欣赏讲座。在零售方面对自己满意的地方是有开拓业务的热情，并且在促销活动方面有一定的经验，时常有思路和灵感。不足的地方则是在和合作方谈判的过程中缺乏经验，有时立场不够坚定，有时技巧不够成熟，但是随着在对\*\*谈判方式的观察学习中我也有所提高，相信这个不足可以在不久的将来改进完善。下半年的计划是跟进各种活动的点、线、面的交叉执行，稳打稳扎的做好每一次活动，总结和核算好每次的成本和收益，利用网络扩大支行的宣传影响，定好目标步步为营。

>三、办公室工作方面：办公室工作也是我非常乐意从事的部分。一来由于本性喜欢整理流程达到事务井井有条的目的，做事比较细心，也有一定的生活经验，比较适合做这部分的工作;二来现在办公室的工作分成了几块零碎部分落实到几个人身上，而这几个岗位上的人都满负荷工作，办公室工作的分心造成他们的负担。同一个任务有时候几人交叉劳动，有时候一个事情因为几人负责最后反倒变成无人负责的情况。目前我已经接手了部分办公室的事务，希望接下来能逐渐全方位的接替，做好内勤的\*\*和协调工作，让外勤的同事能更专心外勤，也为\*\*分担一些琐碎的责任。办公室的工作虽然琐碎，但是在我的理解里面，一个好的从事办公室工作的人对于一个集体就像是润滑油对于一台机器一样，在行政上、生活上提供\*\*，让机器运转的更顺畅，让集体相处更融洽、工作效率更高更事半功倍。

总体来说，这五个月是充满了付出和收获的。虽然目前我在各方面的专业能力都不够完善，但是天道酬勤，工作总是能给予努力者最真诚的回馈。今天的我已经不再是五个月前的我。而在接下来的日子里，不管是意气飞扬时分，抑或是沮丧失意之刻，都要当做是跟自己比赛，能战胜自己，终究才能等到一个落实的梦想，相信年底的我，也不仅仅是今天的样子。

**华为客户工作总结范文8**

华为企业文化可以用高工资、高压力、高效率这九个字作为概括，这个文化特征是和华为的行业特点及它企业自身的资源劣势所决定的。

it行业绝对是适者生存的写照，特别是华为所处的细分行业更加是一个高利润的行业，因此它一开始进入市场，就已经和国际顶尖的跨国公司同台竞争，而华为创业时又恰恰是最没有背景和实力的一家民营企业，这就决定了他们要生存下来的基础最是狼性的文化，也就是为达目的，不择手段，听起来好像是贬义，但其实是褒义。一家没有任何背景的企业，能够在国际一流企业必争之地生存并形成对它们的威胁，这难道还不足以让人骄傲吗?

其实华为一直在寻求方法解决这个问题，我们有理由相信华为存在着许多困难与危机，但没有理由相信任正非完全没有看到这架高速飞行的火箭存在的问题。无论是员工持股制度还是内部创业，都是华为试图在解决员工真正成为企业老板或者说是尝试过一下老板瘾的一种制度安排，但结果并没有想象中那么完美，毕竟真正老板的体会往往并不在物质上，而是在社会地位、权利和荣誉感，甚至更多地说是老板肩上的责任感，而这些仅仅通过股权或其它类似的方式是无法解决的。

从华为出来的许多中高层，他们离开华为的理由并不是因为华为不好，而是想尝试一下创业滋味。其实这是中国人的通病，每个人都想当老板，不管自己有没有能力去享受那种做老板的艰辛，但似乎华为人员的流动并不仅仅是这样的原因，可能更多的是在功利性企业文化的导向下，当人们已经获取了足够的生活资本后，(据说一个普通员工在华为做两三年后，他们已经可以抵上其他公司员工十年的工资了。)他们就厌倦了这种为了工作而工作的生活要，他们其中部分人从华为出来后才知道华为外面的世界其实很精彩，因此有些人愿意为了真正地活一下而放弃了高工资高福利的华为。我们设想一下，如果华为将员工工资全部减薪一半，那么愿意留下来与华为共度难关的华为人又有多少?

一个企业的文化，在企业高速前进时所表现出来的只是其中一部分，而企业文化更为关键的是在企业遇到危机时，有多少人愿意与企业共存亡，那才是企业文化真正精髓的体现。华为尽管在发展过程中经历的大风大浪不计其数，但员工工资基本没有怎么降过，反而一直在提升，这可以从最近几本写华为的书上领略到华为的高工资文化以及华为以人为本的内涵。但我们却不确定，如果有一天，华为的冬天真正来到，正如任正非所说，而且这次华为并没有准备好过冬的棉衣，那现在的华为人又有多少人愿意与任老板一起穿着背心饿着肚皮一起度过这个寒冬呢?

同甘不共苦，不是人都可以做到。不同甘却共苦，相信除了上帝之外没有人这么伟大。因此，同甘共苦是所有企业对员工的共同期望，这也是最基本的要求。

**华为客户工作总结范文9**

时间一晃而过，如白隙之间，20\_\_年已接近尾声，回顾自己在刚升为副主管的这一年来的工作，在领导的悉心关怀和指导下，在同事的帮助和鼓励下，通过自身的不懈努力，在工作上取得了一定的成果，但也存在了诸多不足。现就分管的培训工作，向上级领导汇报如下：

一、培训工作情况

20\_\_年我部与培训部协作共举办了新入职员工消防培训34期，共923人，每届培训合格率达9%以上，基本达到了目标要求;内部员工培训9次(其中包括全公司处置突发事件培训2次，员工消防知识3次，消防实战练习3次，参训人员达245人次。

二、培训工作分析

1、20\_\_年的培训工作比起20\_\_年相比有了较大的进步，无论是在培训课程还是培训质量上都有了一定的增长幅度;

2、完整了培训计划：建立了制度性培训体系，比起以往的培训工作缺乏制度完善和系统化，培训管理幅度和力度较弱，员工培训意识差，培训工作开展起来较为困难的情形。我部与培训部经过多次沟通，改变了原有的培训模式，将“为什么培训和培训什么”融入到整个公司培训工作中来，在总了以往的培训经验基础上，优化了培训的重要性，重点加强了培训内容全面性，提升了培训工作的制度化管理;

3、不断改进培训方式，积极探索新的培训模式：20\_\_年的培训工作，我们主要采取幻灯片、实践训练和理论与实践相合的方式来提高培训工作，让新入职员工尽快掌握相关知识，在投入工作。

三、培训工作存在的问题与不足

1、培训工作考核少，造成培训“参加与不参加一个样，学好与学孬一个样”的消极局面，导致培训工作的被动性;

2、虽改变了培训制度但是培训形式缺乏创新，只是一味的采取“上面讲，下面听‘形式，呆板、枯燥，提不起员工的兴趣，导致员工注意力不集中，影响了培训的效果;

3、培训过于形式化：培训时间与课时的不长是导致形式化的主要体现，短短的半个小时不能完全将所要讲的课程融入到培训工作中来;

4、作为部门的培训副主管，个人的授课技巧不高、制作课件水平不足、知识面也需要亟待提高。

四、除了分管的培训工作外，还协助部门主管或其它副主管处理好消防及治安等日常工作，还完成了20\_\_年度部门职场约定，并进入到全公司前五名之列

五、由于本身经验尚浅，对于一些突发事件的处理和应对显得有点舍本逐末。在处理事件时有时忽略了公司的利益和宗旨，使公司蒙受了不好的影响

六、要检讨的是部门各种规章制度那都是“聋子的耳朵—摆设“，我们的工作应该做到一切从实际出发而不是拘于形式主义的表面工作，制度是有了但是都没能很好的贯彻和执行下去

上至管理层下至一般员工都是抱着当一天和尚撞一天钟的思想，这对部门的建设和发展起到了阻碍，更不敢谈规范、更不能说正规。

七、对来年的展望

1、希望能有更多学习和培训的机会，来加强自身的学习：不断的增强自己处理突发事件的能力和学习、管理能力。在工作中学习，在学习中进步，从而来提高自己;

2、配合部门主管和其它副主管共同做好部门工作，完善和实施部门制度，真抓实干，树立整个团队的形象和凝聚力，加强队伍建设和领导班子的优化工作，坚决完成公司所交付的任务;

3、加强队伍思想建设：由于队员来自不同的地方不同的岗位，各个的综合素质、兴趣、爱好均不相同，更重要的是年青人可塑性大但是可变性也很大，因此我们在团队建设中要把思想建设贯穿始，常抓不懈;

4、改变安全管理部的培训计划，按照每月计划对保安员进行岗位培训，对保安一线岗位做好培训工作。做到实际工作培训，分阶段、分内容进行考评，以期望通过培训提升整体素质、服务水平、业务技能，让公司满意、让顾客满意、让部门领导满意。

**华为客户工作总结范文10**

>一、工作总结

20xx年即将过去，在这短短两个月的工作中，在公司\*\*的关照与同事们的帮助下，也有了一点收获;XX是我职场人生的一个转折点，临\*\*终，有必要对自己的工作做一下总结。吸取经验、提高自己，有信心也有决心把明年的工作做的更好。

我于20xx年10月20日进入天一公司这个大家庭，在没有加入天一公司工作前，我是没有led产品销售经验的，\*\*对销售工作的热情，而缺乏led行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售与产品方面的难点和问题，便请教蒋总和张经理以及其他经验丰富的同事，以期快速掌握产品及销售方面的知识与技巧。通过不断的学习产品知识，吸收学习行业的信息和市场经验，逐渐对led市场有了一个初步的认识和了解。

自身还存在的缺点：

对于led市场了解的还是不够深入，对产品的各项参数掌握的还没能烂熟于心，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，专业知识十分匮乏，不能及时地给客户专业指导与帮助。这些\*\*影响了销售工作的质量与效率。

20xx年这两个月的销售工作总体上是不满意的，可以说是销售工作做的十分自我失望。led产品价格混乱，这对于开展市场造成很大的压力。客观上的一些因素虽然存在，但工作中自身其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。20xx年11月初开始进行市场销售走访工作，两个月的时间，总计出差约20多天，走访3个区域市场，拜访约80个客户数，但有效（潜在）客户只有10个左右。从上面的数字上看，无论从出差天数还是基本的访问客户工作都没有做的很好。

另外，在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某些建议和疑问不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不能很清楚地知道客户对我们的产品有多少了解和接受的程度。在今后的工作中一定加强学习并多请教\*\*和同事。

>二、市场分析

现在led灯具市场品牌很多，市场混乱且杂，根据led未来发展趋势并结合公司目前发展现状，市场的开拓主要还是要依靠经销商的推广与项目工程商的使用。现在我们公司的产品从产品质量定位上属于中上等的产品。在价格上也是卖得偏高的价位，在销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。目前就有几个因为价格而犹豫不决的潜在客户。面对市政工程的`客户，价格也许不是特别重要的问题，但面对采购数量比较多但又零散时，客户对产品的价位还是非常\*\*的。在灯具零售及批发市场，我们公司进入的比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，开拓市场压力很大，所以期待公司尽快定位产品、市场，以明确的方向开拓销售渠道。

led未来市场是良好的，但目前形势是严峻的。在技术发展飞快地今天以及国家对led产业未来发展的规划，现阶段是关键时刻，假如不能在最短时间内把市场做好，没有抓住这个机遇，很可能失去一些机会，再次进入市场将会是艰难的。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

>三、工作计划

20xx年的工作规划（重点销售工作规化）

1：适时制定出月计划和周计划，并定期向公司\*\*汇报与沟通，确保工作实施与落实;

2：目标客户定位，划分大客户与一般客户、经销商与项目工程商，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用最短的时间赢取最大的市场份额;

3：目标区域市场定位与规划，及时掌握区域市场内的行业状况、产品架构等，反馈信息给公司\*\*做决策，正确布局区域内产品销售市场。（目前定位合肥、徐州、连云港三点主要目标市场，而后以点扩面，带动并辐射周边区域市场）

4：与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户做成自己的挚友，加深思想和情感上的交流。不能有恶意隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

5：不断学习并加强行业知识，为客户带来实用的资讯，以便更好地为客户服务;并多结识与led行业相关的各行业的优秀产品提供商，以备工程商及经销商需要时能及时作好项目配合与帮助，培养及增强客户忠诚度与依赖度。

>四、 近期项目

1：徐州奥彩照明工程公司 （户外亮化为主）

桥洞照明（隧道灯）项目跟踪，效果图已经提交，等待客户审核确认;

2：徐州汉晶科技照明中心 （户外亮化工程及led产品零售、批发）

楼体亮化项目：洗墙灯等 共16栋楼体需要亮化，由于在我们没有进入前，客户已经订好了春节前的产品合同，但争取客户后期订单采用我们的产品，以达到初期合作目的。（客户计划春节前后来我司访问考察）

3：连云港梦想亮化工程有限公司 （户外亮化照明工程类企业） 户外亮化照明及产品展厅，该客户在连云港地区亮化工程项目上还是比较有规模和实力的，经过拜访与多次沟通，原则上有合作意向，对于亮化项目及产品展厅再行详细商谈沟通。（客户计划春节后来我司进行考察）

4：徐州布嘉泽广告有限公司 （户外广告及亮化为主）

护栏管及投光灯等户外亮化产品，反应价格偏高（客户要求使用低档低价产品）。及时跟踪沟通，期待寻找其他合作空间。

**华为客户工作总结范文11**

我把进店的顾客分为两种：

第一种顾客，目的型的客人：逛商场怀有购物的目的，有比较明确的需求或者想法。她们可能开门见山或直奔主题索取自己喜欢的衣物，或者是半明确型的客人，是想买一件衬衫或外套，但是具体要买什么样貌还没有明确。

第二种顾客，闲逛型的顾客：此刻的商场里有太多消磨时光闲逛型的顾客，她们有的是纯粹打发时间，有的是情绪不好，到琳琅满目的商场里散心。闲逛型的顾客不必须是说不会购物，遇到她喜欢的和开心的货品时，下手也是毫不犹豫。目前商场里的顾客闲逛型的占多数，而对待闲逛型的顾客和有目的型顾客接待是不能完全相同的。闲逛型的顾客进店后，需要空间和时间来欣赏我们精心设计的漂亮陈列和货品。接待她们最忌讳的就是立刻接待，xx%的时候你得到的回答是：我随便看看。显然这样的接待服务是有问题的。

**华为客户工作总结范文12**

（一）、业绩回顾

1、整年度总现金回款110多万，超额完成公司规定的任务；

2、成功开发了四个新客户；

3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作；

（二）、业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于\*邑，但由于\*邑市场的特殊性（地方保护）和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又无奈放弃。直至后来选择了金乡天元副食，已\*\*底了！

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差（大都小是客户、实力小）；

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心；

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很差。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说选择比努力重要，经销商的实力、网络、配送能力、配合度、投入意识等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到重点抓、抓重点，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于xx年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

在公司\*\*和各位同事关心和\*\*下，xx年我个人无论是在业务拓展、\*\*协调、管理等各方面都有了一定程度的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调节能力增强了；

2、学习能力、对市场的预见性和\*\*力能力增强了；

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；

4、对整体市场认识的高度有待提升；

5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

1、\*邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒\*\*。更为失误的就是，\*\*商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家\*\*力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的（无地方强势品牌，无地方保护——）且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

（1）、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖；（2）、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个09年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致10年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司\*\*协商，以\*\*发展为原则，采取一地一策的方针，针对不同市场各个解决。

1、滕州：虽然公司有费用但必须再回款，以多发部分比例的货的形式解决的，双方都能接受和理解；

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

3、泗水：同滕州

4、峄城：尚未解决

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较\*稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。

根据公司实际情况和\*\*来的市场状况，我们一直都在摸索着一条适合自己的路子，真正把我们一开始就倡导的办事处加经销商合作方式运用好，但必须符合以下条件：

1、市场环境要好，即使不是太好但也不能太差，比如地方保护过于严重、地方酒太强等；

2、经销商的质量一定要好，比如实力、网络、配送、配合度等；

办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，业务人员本土化；

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群；

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户；

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用；

1、加强产品方面的硬件投入，产品的第一印象要给人一种物有所值、物超所值的感觉，在没有品牌力的情况下一定要体现出产品力；

2、完善各种规章\*\*和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性；

3、集中优势资源聚焦样板市场，真正做到重点抓、抓重点；

4、注重品牌形象的塑造。

总之20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，站在10年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累！

**华为客户工作总结范文13**

回首20xx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。

1、总体观察，这一年对我取得长足进步；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。1、非洲片区：单分开南非市场，我们非洲市场仍不理想；目前销售区域仍是集中在埃及和\*，建立贸易关系的有3家，200x年有销售来往的只有两家，其中一家埃及大客户因为付款方式无法达成一致而取消大约30万美元的订单；但是埃及另一客户的贸易额由去年的一万多美金增大到近7万美金；\*客户的贸易额也由去年的六千多增到一万美金；随着我司产品在市场的布局成熟与质量的提高，坚信能在北非市场有更大份额；

2、南非片区：目前南非市场客户共计5家，由\*\*XXX公司负责管理销售区域，我司\*\*；目前主要区域在约翰内斯堡，然后在德班和开普敦各有一客户；现行主导销售产品是制动分泵；销售额由去年的不到8万美金，增加到今年的.18万余美金；初步预计20xx年销售额达到28万美金，并向30万发出挑战；

3、中东市场：20xx年有贸易来往的中东客户（阿联酋、伊朗、以色列）共计11个客户；200x年公司产品销售额5万余美元，外协产品销售额12万余美元，在业绩上都高于去年的产值；随着伊朗市场的不断拓展，我司起亚PRIDE总泵和分泵将以主打产品进入该市场，同时争取通过明年的展会或者拜访，扩充\*\*车系列产品在中东迪拜以及周边国家的市场份额；

4、东欧地区：目前\*\*\*市场仍是空白，由于国家\*\*以及关税、运费等问题，对于我们来说，如何进一步努力的降低产品成本来提高价格竞争力是进军俄国市场的首要问题；出现一点危机的市场是立陶宛，由于价格问题，我们在和一个大客户出货时候产生了分歧，若能在200x年顺利解决价格问题，销售份额将有保持或者提升；东欧市场较好的是波兰市场，目前虽然只有两个客户，但是200x年的销售额有望达到18万美元（卡玛斯外协为主）；东欧市场另一福田是土耳其市场，虽然200x年跟我司贸易的客户不如以往那么多，但是市场前景较好，尤其是大客户的锁定以及小客户的推动，有望我司产品在该地区取得更大发展；

5、西欧地区：意大利和德国市场在20xx年发展稳定，希望通过新厂房的规模和展会、拜访等品牌推广，赢取更多的客户和更大的市场份额；英国市场目前只有一个客户，但是由于助力器和硅油离合器水泵问题，今年贸易额不仅一般而且助力器的退货给我造成较大损失；此外经过20xx年对西欧市场的了解，发现该市场要求质量高，价格要适中，在西班牙、法国新车较多，即使开发新产品，市场的持续能力也不高；基于此，我个人认为西欧地区市场策略，如何锁定关键大客户成了首要任务，比如说意大利的LPR，如果我们的产品能够达到他们的性能要求，就应当全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先占领市场份额，然后推动价格的提升；

6、现行和客户的联系过程是：前期谈判工作（邮件交流、核对询价单和报价、价格的确认和所寄样品的确认、产品标识、付款方式的商定、订单的生产）下单前的待办工作（包装内盒、外箱唛头、内盒不干胶内容）生产中的联络（交货期的反馈、与生产部的协调工作）发货前的联络（船公司的联络与船期的安排、物流的管理）发货后的联络（货款的回笼问题、单据的邮寄或者银行交单）再次联络（新订单的谈判）；

7、对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市场、利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失；

8、20xx年的关注使我对公司的品牌推广提出一些个人见解；

理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌；其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将\_XX\_品牌进入产品中；再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比\*\*大多数消费者认识的优质品牌仍以\*\*品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是\*\*的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传；另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己\_XX\_品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光；最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题；如今我们在\*\*设立分公司，紧接着我们有在伊朗成立分公司的想法，其一切都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CRM（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炙手可热，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。

**华为客户工作总结范文14**

时间真的似流水一般，不知不觉中来到深圳已经整整一个星期了，在这一个星期中，我的足迹留在了百草园的公寓里，留在了机加中心的食堂里和跑道上，留在了培训中心的教室里。这一个星期可能是我有生以来过的最为忙碌的一个星期，但同时也是过的最为充实的一个星期。在这里我们这些华为公司的新员工共同为着一个目标而拼搏着，那就是努力使自己成为一个真正合格的华为人!

我来自石家庄办事处，因为在二十期的学员中有很多我们办事处的同事，所以刚刚到这里就听到他们给我描述的这里的文化培训生活，紧张，累，但很充实是最简单的概括，有个同事说他在第一天的跑操中他吐了。听到这些我的心中有一丝的不安，虽然我自己在中学的时候长跑的成绩是很好的，可是自从上了大学以后锻炼就很少，真的不知道自己第一天能不能坚持下来。但是要来的是终究要来的，我只有勇敢的面对而不能退缩。

7月4号，伴随着刺耳的闹铃声我从睡梦中惊醒，早上5点我和同宿舍的同事都起来洗漱，说来惭愧，我已经不记得上次早上5点钟起床是什么时候的事了。因为怕迟到所以我们把时间留的很充裕，收拾完我们兴冲冲的跑道集合地点，本来以为我们是最早到的，可是到了以后才发现那里已经有了很多的同学。我的心中一颤，看来激烈的竞争已经开始了。现在已经记不太清楚自己是怎么熬过那第一天的早操了，只记得跑完后大腿疼了整整一天。当时真的有点不理解，公司的文化培训为什么非要让我们经受早操的折磨呢?现在想来公司对我们新员工这样的要求是有良苦的用心的。第一，只有拥有了良好的身体我们才能更好的工作，身体垮了，什么都没有了。所以锻炼身体是最为重要的前提。第二，公司的企业文化中有艰苦奋斗这一项，试问我们如果连跑操这样的小事情都不能坚持住，又怎么可能接受以后工作中那接踵而来的困难呢，我们又怎么能有永不言败的，永不放弃的精神呢?如果连跑操都不能完成的话，那我们在没有进行培训之前就应该已经被淘汰了。

经过这一个星期后，我已经适应了这里的生活，这里的生活是很有规律的，教官和老师虽然对我们很严厉，对我们的要求极为严格，但我却能看出他们对我们这些新员工的深切关怀和殷切的期望。文化培训分为课堂授课，课外活动和晚上的影片教学。课程的安排是相当合理的，培训的三个部分也是紧密结合在一起的使我对公司的企业文化有很深刻的理解。

团结合作 集体奋斗

华为公司的愿景和使命是丰富人们的沟通与生活，聚焦客户关注的挑战和压力，提供有竞争力的通信解决方案，持续为客户创造最大价值战略。面对激烈的市场竞争，产品的日益复杂化以及分工的逐渐细致化，要求我们必须团结合作，通过集体共同的力量生产出成本低，质量高的产品，提供让客户最满意的服务，这样我们才可以保持强大的生命力，在市场激烈的竞争中立于不败之地。

**华为客户工作总结范文15**

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以销售经理应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照公讣制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。比如：有客户投诉901涂料白色差别太大，自己及时反馈给技术部，技术部做出改变配方解决问题的承诺。

**华为客户工作总结范文16**

各位\*\*、同事大家好：

东简良经营部，是公司早期门市之一。公司\*\*比较重视，东简良搬家牵涉公司每个人的心。董事长亲临现场，对搬家工作进行指导，并对员工进行了慰问，鼓励全体员工再接再励、克服困难，做好本职工作。魏进强魏总亲自参与搬家工作，对门市的选址、吊罐提出宝贵意见。并经常打电话询问工作进展情况，十分重视搬家工作。要相民要总，魏雪其魏老师不辞劳苦来到门市，对财务工作进行审计，对门市各项工作进行指导，并提出建设性的意见。给予东简良经营部很大帮助，我们感到很温暖，同时也表示感谢。

请允许我\*\*东简良全体员工，向\*\*我们搬家工作的各级\*\*和各位同仁致于深深的谢意，感谢各位对我们的大力\*\*和帮助。我们一定不辜负各位\*\*的厚望，以自已的实际行动向公司交一份满意的答卷！

我现在简要汇报一下近期工作情况，

一、经营部上半年经营情况

在董事会的正确\*\*下，依靠企业员工的智慧和力量，坚持求真务实，埋头苦干的工作作风，强化生产经营管理，发扬艰苦奋斗的创业精神，努力拓宽市场空间和市场占有率。在市场需求滞缓的情况下，上半年累计销售5250/t，同比增长。累计采购5305/t，同比增长9%。累计销售收入3382万元，但经济效益不佳，同期相比有所下降。油脂行业发展总体形势比较严峻，市场总体需求疲软，前景不容乐观。竞争激烈，盈利能力下降。在这样的环境下，我们应该推进精细化管理，降低经营成本，加强风险防范，以客户为导向，以做强做大市场份额为目标，争取在下半年实现新的突破，销量、利润稳步增长。

二、搬家情况简介

1，现实工作环境介绍

有于搬家工作比较仓促，时间紧、任务重。一些工作还没有完善，做起来很被动。生产车间、办公楼正在建设中，散油罐吊过来以后，中包装无法正常生产，设备没地方按装，地面是泥土，工作环境很差。为了不影响销量，把损失减少到最低，员工们都是露天工作。三伏天气骄阳似火，烈日曝晒着大地，地面温度高达40度以上。员工们挥汗如雨，身上衣服都被汗水湿透了，也不肯停下手中的工作，衣服阴干以后会有一层白的盐渍。阳光晒到皮肤上都是灼热的，有轻微的红肿疼痛，皮肤晒的黝黑，也毫无怨言。下雨天就像沼泽地，泥泞不堪，稍不留神就会滑到。而员工们却戏称这是我们合益荣公司新时期的长征路，走过去就是灿烂的明天！

晴天一身汗，雨天一身泥，这是对我们工作环境的真实的写照。面对\*\*的工作环境，我们员工没有一名退缩，没有一位抱怨。而是积极的投入到工作当中去，想尽一切办法去克服困难，去解决问题，尽职尽责把工作做好。与公司同舟共济，共同渡过难关。充分发扬了主人翁精神和一名合益荣员工应有的品质。在这里我向东简良全体员工说一声：“你们辛苦了。”

2新厂区介绍

为了提升公司形象，满足市场需求，适应市场发展，突破自身发展瓶颈。把我们的车间建设成专业化、规模化、基础设施齐全的现代化车间。我们实地考察了多家企业，吸收了同行业的先进经验，并采纳了设备厂商的建议，结合自身的实际情况。设计了自已的多功能车间，集生产（中小包装、软包装、棕油袋）洗桶、仓库为一体。提高了空间利用率，使工艺流程更合理、更科学、更完善。同时也降低了投资成本。目前土建工程已完成，彩钢封顶正在施工中。集办公、住宿为一体的综合性为公楼主体工程已完工。加快基础设施建设，促进度，赶工期，力争早日投产！

现就本人所管理的片区杭州市场及大区后勤从20xx年年初至今工作进展情况，所存在问题，及下一步工作开展向公司做以汇报。

一、杭州市场部经营情况

20xx年初至今，在公司效益经营方针指导下，我部根据片区网点实际经营情况，对片区亏损网点进行调整，撤场等大力度处理，已经裁撤了八家网点，在撤场同时，又有效开发了五家网点。新开网点遵循了公司效益，谨慎、详细调整，准确判断和预估的指导要求，力争把经营风险在前期\*\*在最低，因此新开店基本都略有赢利。现杭州市场实际经营网点为46家，销售额从5月份以前的35万左右递增到现在的月产出55万左右，递增率为57%左右，市场的实际经营效益也在逐步改善和提高。

二、杭州市场部管理现状

片区管理分工明确，各片区业务能针对片区经营情况对工作主次分明，有条不紊地开展，在回款、客情维护、促销员管理、促销活动开展等基本能执行到位，业务开展有分工，有协作。我本人除了加强网络管理，把工作重点放在信息收集和新网点开发上。

三、大区后勤管理情况

1、 仓库

2、 品牌梳理

经过调整和消化，开始逐渐形成适合本区域销售的品牌架构

3、 司机、财务等其它后勤人员基本尽职尽责，各司其职，完成本职工作和公司交办的事项。

四、存在问题及分析

1、大客户大包袱，20xx年12月份包场的连锁超市禹倡供销经营至今，\*均投入产出比60%多，费用占整个市场40%多，成了市场效益经营的大包袱。

原因有以下几个方面：a、金融危机有一点点b、禹倡有一家店周边菜场搬迁造成下滑c、迪彩、大宝、牙博士等在该系统畅销的单品不能持续有效跟进d、品牌调整导致部分顾客流失e促销员心态和积极性。整改措施，由于我们签的是两年的包场合同，已经进行了有效沟通，客户已答应第二年合作不受原合同约束，可以重新谈，今年的合作因为是门店承包制，利润和费用已分配下去，因此费用调整空间没有，但是销售提高因素在a迪彩、牙博士重新导入b该系统每年下半年都是传统旺季c促销活动跟进。

2、其它几个亏损小网点已积极沟通，用撤货来终止亏损。

3、多品牌调整负担重，给货源管理和市场销售工作带来很大工作量和压力，由于品牌引进和淘汰频繁，造成品牌顾客忠诚度降低及促销工作积极性受到影响，因此建议公司，梳理形成稳定的品牌架构、制定品牌淘汰和引入的机制。

4、即期品存在和处理，即期品存在已久，已经成为影响公司效益的一个因素，即期品形成原因：a、不合理要货b一线促销人员和业务人员重视不够c季节性产品要货不合理d质量不稳定品牌e仓库人员没有培训和可以依据的一般操作手册和标准，因此,建议公司在仓库的陈列,货品的发放和管理,季节性产品的备货,即期品管理和处理，产品报损处理制订一套操作手册，让每一位仓管有可遵循基本依据，而不是每人按自己想法管理。

5、市场竞争现状，由于杭州日化终端供应商20多家，竞争白热化，对费用收取更多地倾向于部分现付和全部现付，导致我们在竞争中虽然最早获取信息，但最终因为费用支付问题流失很多店，并在市场开发中举步维艰，最终我们只有靠客情、靠信息和速度、靠品牌实力赢取部分网点。

下一步工作开展

1、 继续坚持效益经营方针，贯穿在市场经营开发管理中和仓库货品管理及物流配送办公等

2、 对品牌梳理调整和消化争取20xx年12份以前完成，经常下仓库了解督促检查

3、 亏损网点争取在20xx年12月份以前调整完毕

5、 坚持持续有效地开发，保证不断地提升。

6、对公司新开渠道养天和药店连锁集团给予重点跟踪和维护,争取在在渠道的突围和尝试中为公司作出贡献.

20xx年的第三季度已经过去了，在这三个月的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，快临\*\*终和今年最后一个季度，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把今年的最后一个季度的工作做的更好。下面我对第三季度的工作进行简要的总结。

我是今年四月份到公司工作的，五月份开始组建综合事业部，在没有负责综合事业部工作以前，我负责了一个月的商务9部。在来公司之前本人在家休息了一年多，为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教公司\*\*和其他有经验的同事和经理。一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对盐城市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的分析客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，指导同事和客户进行良好的沟通，所以经过三个月的努力，也取得了一定的成绩，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水\*都比以前有了一个较大幅度的提高，但是本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对销售人员的培训，指导力度不够，影响了综合事业部的整体销售业绩。

部门工作总结

在将近五个月的时间中，经过综合事业部全体同事共同的努力，使我们综合事业部的业绩渐渐被公司所认识，同时也取得了宝贵的销售经验。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是综合事业部第三季度的销售情况：

7月总业绩： 166700

8月总业绩： 241800

9月总业绩： 252300

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在盐城市场上，虽然网络公司众多，但思科一直处于垄断地位！那为什么我们的业绩和开展市场有这么大的压力？客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

2）沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，

3）工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个\*\*的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4） 市场的开拓能力不够，业绩增长小，个别销售同事的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

第四季度工作计划

在第四季度的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1） 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是根本。在第四季度的工作中建立一个\*\*，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2） 完善综合事业部\*\*，建立一套明确系统的管理办法。

销售管理是老大难问题，销售人员外出拜访，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理\*\*的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3） 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4）建立约访专员。（建议试行）

根据销售同事在外出拜访过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成拜访的目的。造成时间，资金上的浪费。

5）销售目标

第四季度的销售目标最基本的是做到日日有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周 ，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司第四季度的发展是与整个公司的综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

第一步: 招聘员工

1、看销售人员的心态及人品

2、让他们清楚公司、我及他们自己的目标

3、建立一个\*\*的具有凝聚力的团队

第二步：培训员工

1、让员工学习产品知识及互联网常 1 2

一：东北区域与华南区域市场的现状

（一）辽宁省的一些情况

辽宁省的市场情况在上次报告中已经陈述过，因而不再提及重复的内容。以下是辽宁省总\*\*创下销售奇迹的一个剖析。自从辽宁省签订总代合同以后，销售业绩翻了几倍，创下辽宁省业绩的新高，针对这个情况，我与总\*\*共同去寻找造成业绩猛增的原因，并总结去一套成功的经验，向其它区域推广，让其它地区也能获得业绩较大的增长。带着这个想法我们分析了这个现象。总结出以下几点。

**华为客户工作总结范文17**

回首20xx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，这一年对我取得长足进步;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。

1、非洲片区：单分开南非市场，我们非洲市场仍不理想;目前销售区域仍是集中在埃及和\*，建立贸易关系的有3家，20xx年有销售来往的只有两家，其中一家埃及大客户因为付款方式无法达成一致而取消大约30万美元的订单;但是埃及另一客户的贸易额由去年的一万多美金增大到近7万美金;\*客户的贸易额也由去年的六千多增到一万美金;随着我司产品在市场的布局成熟与质量的提高，坚信能在北非市场有更大份额;

2、南非片区：目前南非市场客户共计5家，由\*\*xxx公司负责管理销售区域，我司\*\*;目前主要区域在约翰内斯堡，然后在德班和开普敦各有一客户;现行主导销售产品是制动分泵;销售额由去年的不到8万美金，增加到今年的18万余美金;初步预计xx年销售额达到28万美金，并向30万发出挑战;

3、中东市场：xx年有贸易来往的中东客户共计11个客户;xx年公司产品销售额5万余美元，外协产品销售额12万余美元，在业绩上都高于去年的产值;随着伊朗市场的不断拓展，我司起亚pride总泵和分泵将以主打产品进入该市场，同时争取通过明年的展会或者拜访，扩充\*\*车系列产品在中东迪拜以及周边国家的市场份额;

4、东欧地区：目前\*\*\*市场仍是空白，由于国家\*\*以及关税、运费等问题，对于我们来说，如何进一步努力的降低产品成本来提高价格竞争力是进军俄国市场的首要问题;出现一点危机的市场是立陶宛，由于价格问题，我们在和一个大客户出货时候产生了分歧，若能在xx年顺利解决价格问题，销售份额将有保持或者提升;东欧市场较好的是波兰市场，目前虽然只有两个客户，但是xx年的销售额有望达到18万美元;东欧市场另一福田是土耳其市场，虽然xx年跟我司贸易的客户不如以往那么多，但是市场前景较好，尤其是大客户的锁定以及小客户的推动，有望我司产品在该地区取得更大发展;

5、西欧地区：意大利和德国市场在xx年发展稳定，希望通过新厂房的规模和展会、拜访等品牌推广，赢取更多的客户和更大的市场份额;英国市场目前只有一个客户，但是由于助力器和硅油离合器水泵问题，今年贸易额不仅一般而且助力器的退货给我造成较大损失;此外经过xx年对西欧市场的了解，发现该市场要求质量高，价格要适中，在西班牙、法国新车较多，即使开发新产品，市场的持续能力也不高;基于此，我个人认为西欧地区市场策略，如何锁定关键大客户成了首要任务，比如说意大利的lpr，如果我们的产品能够达到他们的性能要求，就应当全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先占领市场份额，然后推动价格的提升;

6、现行和客户的联系过程是：前期谈判工作下单前的待办工作生产中的联络发货前的联络发货后的联络再次联络;

7、对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市场、利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失;

8、xx年的关注使我对公司的品牌推广提出一些个人见解;理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌;其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将xx品牌进入产品中;再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比\*\*大多数消费者认识的优质品牌仍以\*\*品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是\*\*的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传;另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己xx品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光;最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。随着公司规模的不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题;如今我们在\*\*设立分公司，紧接着我们有在伊朗成立分公司的想法，其一切都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crm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炙手可热，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!

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找