# 2024年业务部半年度工作总结(十六篇)

来源：网络 作者：浅唱梦痕 更新时间：2024-08-18

*工作学习中一定要善始善终，只有总结才标志工作阶段性完成或者彻底的终止。通过总结对工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？下面是我给大家整理的总结...*

工作学习中一定要善始善终，只有总结才标志工作阶段性完成或者彻底的终止。通过总结对工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**业务部半年度工作总结篇一**

一、20xx年工作完成情况

1、20xx年年度销售任务为109万，实际销售为(截止12月6日)，完成年初制定的销售任务。

2、我的负责区域为千岛湖镇主城区新安大街，新安东路至阳光路段。

二、20xx年工作存在的不足

1、经销商、业务员无法进行全品项销售

每个产品都有其生命周期与一定的市场容量，走到最高峰时肯定价格低了，厂商盈利水平亦都低了，而且要开始逐步走下坡路，因此要不断有产品更新，推出新产品来弥补。公司这几年来的品种发展虽有所改进，但是与别的公司相比产品还是相对单一。在实际的销售工作中，因多种原因，市场对部分产品认知度不高，销售工作中进行全品项销售时压力较大，特别是去武汉参观后深有感触。

2、供货、订货组织不严，影响销售

今年多次出现断货现象，对于产品的销售影响较大，这里有多方面的原因：一是经销商也知道公司每年在7-8月份后的促销力度大，因此前期备货、订货数量不足，销售旺季后再下订单，造成订货集中，生产拼命，提货排队现象。第二公司的销售应急预案缺失。今年建德发生笨水体污染事件，造成桐庐、富阳、杭州、嘉兴等地抢购我公司产品，造成我公司产品在这些地区一度缺失。

3、其他产品广告宣传不到位，促销无力

当前销售的其他产品没有规划，缺乏像水宣传一样强有力的产品和卖点宣传，没有全年整套的促销推广方案，广告策划卖点不突出，使得经销商及终端客户总觉得我现在多订货是否会进价偏高，下月是否还有更有力地促销力度等等，间接影响经销商、终端客户的库存数量。

4、销售政策存在弊端，缺乏调动销售人员的积极性

虽然今年公司普遍都给员工涨了几本工资，对我们员工的相关福利政策也有所调整，但是在销售任务、业绩考核中的奖励政策却依然存在弊端，设置的奖励政策与销售任务、销售业绩不成阶梯型增长的正比，反而是阶梯型下降的正比，并且有些还设置了最高奖励限值，这样当销售人员达到限值时就会缺乏积极性，存在干与不干一个样的囧况。在我看来，奖金就是公司对业务员的销售政策，公司只有积极地把这个政策灌输到业务员心中，业务员才会积极地更努力地推广公司产品。

5、内外勤分工不明确，管理制度不完善

岗位职责是员工的工作要求，也是衡量员工工作好坏的标准，自己在从事业务工作以来，始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责要求自己。然而在实际中，经常发现作为业务员需要填写好多报表，统计相关的销售数据等等，经常是半天跑业务、半天在整理报表、照片等资料数据，甚至有些时候临时说要上交报表，晚上还得加班加点做资料汇总。在我看来，业务员需要掌握这些数据，以便及时调整销售策略;办事处管理人员同样要了解这些数据，以便监督业务员数据的真实性及工作的积极性。

三、总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习。因此，计划20xx年重点做好以下几方面的工作：

1、努力工作，积极拓展和维系好客情关系，确保完成20xx年销售任务。

2、努力好做销售工作，从产品的价格、数量、质量以及自身的服务态度方面，细心地与客户沟通。

3、积极维护好客户关系，并不断开发新的客户。

4、千岛湖是一个国家级旅游度假区，千岛湖的会务经济已经逐显重要地位，因此，线路上的多家星级酒店我将作为重点开发和维护单位，积极拓展产品使用量和使用区域。

**业务部半年度工作总结篇二**

转眼间，20xx年已过去，我在公司的试用期已到。回首两月来的工作，尽管我为公司的贡献微薄，但总算迈出了新区域，跨行业发展的第一步，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。俗话说：隔行如隔山，初来本公司时，由于行业的区别，及工作性质的不同，确实有过束手无策，好在有同事的帮忙，使我以最快的速度熟悉办公室的工作及对市场操作流程有了一定的了解。

通过对一定量客户的拜访，回收货款等工作使我对本行业有了足够的认识和了解，也为后期的办公室工作打下基础。现将本年度的工作总结如下：

1、思想政治表现、品德素质修养及工作心态。尊纪守法，爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，积极主动认真的学习专业知识，工作态度端正，认真负责。

2、专业知识、工作能力和具体工作。我是十月份来到公司工作，在公司系统集成部门担任办公室后勤和业务工作，协助部门经理做好一些琐碎工作。为了更好的工作，向领导请教、向同事学习、自己摸索实践，在短的时间内理清部门工作，熟悉了业务流程，明确了工作的程序、方向，提高了工作能力，在具体的工作中形成了一个清晰的工作思路。

在来公司后，我本着“把工作做的更好”这样一个目标，开拓创新意识，积极圆满的完成领导分配的各项工作，在余限的时间里，和部分政府，各企事业单位的网络部门，采购部门，及主要决策人进行沟通，搜索工程信息，为下一步工作打好基础。

3、认真、按时、高效率地做好公司领导及部门经理交办的其它工作。为了公司工作的顺利进行及部门之间的工作协调，除了做好本职工作，积极配合其他同事做好工作。

4、工作态度和勤奋敬业方面。热爱自己的本职工作，能够正确认真的对待每一项工作，工作投入，热心为大家服务，认真遵守劳动纪律，保证按时出勤，坚守岗位。

5、工作质量成绩、效益和贡献。在开展工作之前做好个人工作计划，有主次的先后及时的完成各项工作，达到预期的效果，保质保量的完成工作，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，使工作水平有了长足的进步。

总结今年的工作，尽管有了一定的进步，但在很多方面还存在着不足。比如有创造性的工作思路还不是很多，个别工作做的还不够完善，业务类客户资料太少，这有待于在今后的工作中加以改进。在新的一年里，我将认真学习各项政策规章制度，努力使工作效率全面进入一个新水平，为公司的发展做出更大更多的贡献。

**业务部半年度工作总结篇三**

销售工作如逆水行舟，不进则退。紧张繁忙的一年即将过去，新的挑战又在眼前。记得初来本公司时，由于行业的区别，及工作性质的不同，确实有过束手无策，好在有同事的帮忙，使我以最快的速度熟悉了业务流程，明确了工作的程序、方向，提高了工作能力，在具体的工作中形成了一个清晰的工作思路和一定的了解，在这短暂的两个多月里，通过对一定量客户的拜访等工作使我对本行业有了一定的认识和了解，也为后期的销售工作打下基础。面对市场竞争激烈的挑战，抢抓机遇，提升自己。

一、个人工作不足：

我作为销售部门的一名普通员工，在公司领导和同事的关心和帮助下走过了两个多月，在这两个多月中各方面没有很好地完成公司给我的各项指标，主要表现在如下几个方面没有做好：

1、我作为销售部门的员工，深深地感到肩负重任，作为公司的窗口，自己的一言一行也同时代表了公司的形象，所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己，加强自己的专业知识和技能。

2、在拜访的客户中优质客户这一块中，也屡次没有取得好的成绩，错过了很多客户资源，因各方面因素导致大部分客户没有选择我们的机组。

3、在商务方面，由于一直以来没有接受过任何有关于这方面的培训，所以做得不是很好，致使很多客户对我的印象不是很深。以后需重要客户多拜访，加强商务方面的技能。

4、对工作的积极性不高，不够投入。缺乏销售方面的技巧和心态，拜访客户时还是比较胆怯。当受到客户拒绝时，还是会不由得产生一丝沮丧。

5、拜访客户的时候，没有做好前期准备工作，导致在拜访的时候相关负责人不在办公室。

二、市场工作总结：

在这两个多月的工作中，工作重点放在川内的高校，虽然没有拿到一个项目，但是对于各个拜访的学校有了更多的了解，对于学校的相关负责人有了初步的接触。下面对于拜访学校信息进行总结：

对于客户热泵需求分析：

另：附客户信息总结表。

这两个月来，共拜访新客户64家，优质客户21家，这21家客户有些是学校没做热泵或节电改造，还有些是对于其他项目比较感兴趣。还有一些就是学校有一定的资金实力。如：龙泉的国际标榜职业技术学院，学校具有一定规模，虽说是市级学校，但是学校具有一定资金，而且对我们的空气源热泵热水器有一定的兴趣，学校相关负责人也比较好沟通;还有雅安的农业大学，是一个二本学校，学校现目前有14000多人，而且还有3个分校区，学校也没有做空气源热泵，并且学校在灾后重建，学校资金充足，也是优质客户。这些客户都是需要后期长期跟进拜访。

根据客户信息表得出，今年的重点拜访在各个地级市，除成都外，其它地级市学校数量不是很多，没有达到公司的勤俭节约的目的。在明年的拜访计划中，应在拜访区域加以延伸，拜访地级市一下的县级市及县城。达到以最少的出差资金达到最大的收获。

根据客户需求分析表得出，在拜访的客户中，对于热泵无需求的占了总比例的47%，暂时没有需求的占了总比例的30%，而有这个需求的只占了总比例的23%，总结得出，我们需要加大客户拜访量。需要找到跟多的客户，才会有更多的优质客户，才能有更多的需求。

三、明年工作计划：

公司在不断改革，订立了新的规定，特别在销售业务方面，作为公司一名业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。 我对自己有以下要求：

1、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

2、在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道获得更多客户信息，加大客户拜访量。

3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

4、年度销售目标制定，在20xx年我的目标销售业绩850万，增加60个有意向客户，把川西南片区所有地级市及县城全部拜访完。对于目标细分为：

(1)第一个季度目标销售额为150万。1-3月份，大部分学校处于资金拨付及立项的阶段。所以，第一个季度，对于目前手上现有的意向客户进行跟进，努力达到目标销售额。还要多回访老客户及加大量拜访新客户，第一个季度的意向客户要达到20家。

(2)第二个季度目标销售额为270万。4-6月份，大部分学校已经立项了，处于招标阶段。应当加大意向客户的跟进拜访，争取能在招标过程中更有优势。第二季度的意向客户要达到10家。

(3)第三季度的目标销售额为330万。7-9月份，是节能减排项目招标的高峰阶段，也是尾声。这一季度要加大冲刺力度，对已有的意向客户要不断拜访，增进关系。要在这一季度完成大部分销售业绩。第二季度的意向客户要达到10家。

(4)第四季度的目标销售额为100万。10-12月份，学校基本上都该完工了，到了年底项目申报的时候了，这个季度要加大客户拜访量，对已有客户进行筛选。同时处理好客户关系。第四季度的意向客户要达到20家。

5、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。 积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

6、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、综合能力、都是我需要掌握的内容。

**业务部半年度工作总结篇四**

今年上半年对我来说是不寻常的的半年，注定是记忆深刻的半年。这半年中，我见证了x公司从一个店面到在三个店面的的高速发展，伴随着公司的发展壮大，我自身也得到了很大提高。现就20xx年上半年个人的工作总结如下：

一、主要工作情况

1、从超市理货员到网管的岗位调整

公司拥有先进的erp管理系统，保证公司的高效运营，这就对网络的顺畅提出了更高的要求。在接手该工作后，我对公司所有计算机设备特别是机房服务器和交换机设备进行了逐个检查，掌握所有设备的信息，并和泰安电信公司建立密切联系，以便在网络出现紧急状况时能快速专业的解决。

在这半年中，公司网络始终保持顺畅，为公司各项工作高效开展提供了保障。此外，公司的网站维护工作也有条不紊。开业至今，泰安店网站共接到顾客投诉4起，招商信息11条，全部在第一时间转交到相关同事处，并跟踪结果，第一时间回复;共发布行业新闻193条，店面动态81条，促销信息31条，每周集团对各门店的网站维护工作进行考核，泰安店无一次不合格。

2、xx店改造前的清场工作

公司下达撤场通知后，我每天在商场内巡场多次，了解撤场进度，做好记录，向领导汇报。但是部分商户拒不配合商场撤场，在沟通无果后，公司决定对该部分摊位进行强制拆除。强制拆除工作可谓艰难，拆除工作主要是在夜里进行，每天从晚上到第二天早上，摊位内的样品及杂物一件一件打包，一件一件装车，拉到仓库后又一件一件卸下，更有些大件的家具考验着我们的体力。

就这样，我们连续奋战，不分昼夜，将强制拆除工作完成，保证了商场重装的顺利进行。这段时间每天夜里，何总、郭经理等领导全部奋战在第一线，亲自动手搬卸货物，我们累并感动充实着。

3、xx店改造后的招商工作和筹备开业工作

很多老商户对居然之家的经营模式比较认可，并对居然得前景充满信心，所以泰安店一楼招商工作可选品牌比较充足。但是在位置、面积等方面各品牌争执不下，瓷砖区尤为严重，导致瓷砖区商户进场装修较晚;另外，洁具区的位置面积安排可谓一波三折，经过多次调整才最终敲定。这就对工期造成了很大影响，催促商户赶在5月5日前装修完毕，就成了最重要的工作内容。

每天忙碌着给商户办理装修手续，为商户摊位测量尺寸，催促装修进度，动员商户夜里加班施工并现场落实到深夜。每天都是一副灰头土脸的样子，每天下班都累得倒床上就睡着。开业前一天的晚上，还忙碌到后半夜3点多。好在经过努力，一楼绝大部分商户都在9月5日前装修完毕，达到开业状态。至2月5日，一楼62个摊位，空租一个，未装修完毕5个，开业率超过90%。看到商场从当初的一片狼藉到开业时的富丽堂皇，我感到前期的辛苦很值得。

4、xx店开业后的的市场管理和费用收缴工作

2月5日商场正式开业，各项工作逐步正规，楼层日常管理工作有序展开。一楼共有61个营业摊位，其中瓷砖15家，洁具22家，地板20家，散热器4家。共有营业员112名。对营业员的日常管理主要包括仪容仪表、店容店貌、迎宾送宾、价签管理、日常纪律等。从开业至今，我共接到顾客投诉6起，其中洁具5起，地板1起。全部及时处理完毕，消费者和商户均对处理结果表示认同。截止5月26日，一楼商户共实现销售净额9636274元，平米效益1213元。截止该日，一楼各项费用应收4969910元，实收4387162元。未收金额中牵涉到补偿商户的费用32万元。

二、工作中的不足之处

1、与部分商户欠缺沟通，缺乏了解。

2、处理客诉经验不足。不能够快速准确的把握顾客的心理。在组织顾客与商户协调时，没能掌握主动。

三、下半年工作计划

1、努力学习业务知识，提高业务技能，更加熟练掌握erp系统知识。

2、加强对营业员的管理和培训。严格执行营业员手册的各项要求，提高营业员的销售能力。

3、加强与商户的沟通工作，建立更加良好的关系，以便各项工作的开展。

总之，在上半年年的工作中，我会更加努力的做好每项工作，严格要求自己，努力提升自己，为居然之家的发展贡献力量。我相信，居然的明天会更美好。

**业务部半年度工作总结篇五**

今年，服装商场紧紧围绕商厦下达的各项任务指标展开工作，在加强管理、强化意识、开展活动等方面取得了显著成绩，为商厦的持续快速发展做了很大的贡献。

自xx年开业以来，服装商场时刻以发展为前提，进行了三次大规模的经营布局调整，提升服装品牌结构，合理利用平效……使得商场能够快步、稳定地发展。

今年，我商场紧紧围绕商厦整体部署及xx年全年工作计划开展工作。商场领导班子走出去考察、调研，反复推敲升级改造计划与实施细则，学习先进的经营理念，合理利用平效，成果非常明显。特别值得肯定的是，今年的升级改造中，我们采取了经营面积扩大，品牌升级，货位调整，店堂改造，加强管理等一系列强有力的措施，全体员工团结一心，共同努力，取得了一定的经济效益和社会效益。不仅提升了企业形象，而且销售业绩不断攀升。

回顾xx年的工作，可以概括为以下几大方面：

一、适应市场需求升级改造，整体经营布局调整合理，品牌结构日趋成熟，经营成果喜人。

服装商场全年计划任务4400万，实际完成万元;毛利计划330万，实际完成万元，费用。

今年新增收了新品费、广告费、装修管理费和其他收入累计上缴纯利7万余元。取得良好的经营业绩，我们采取了如下做法：

1、紧跟商厦各种大规模促销活动，不放过任何销售机会。

根据商厦总体部署，在多次大型促销活动中，我商场都能围绕活动主题，积极配合，以活动和节日促进销售。在新发周年店庆、集团店庆、黄金周等重要促销时段，取得了良好的销售业绩和经济效益，最高日销超百万。配合商厦的活动，我们做了大量的准备工作，积极与厂家联系货源，增加适销品种，灵活促销，保底扣点，力保双赢。

2、扩大经营面积，合理利用平效，提升经营品牌。

品牌经营采取抓大放小的原则，调整引进了大小品牌80余个，年销售超百万的专柜有10余家。确保了我商厦经营定位的提升。

升级改造时，冯总带领商场班子成员及有关部门反复分析研究、精心策划，扩大了男装和运动休闲的经营面积，将原有服装商场的二层半楼拓展至三层半楼，整个男装和运动休闲的经营面积及经营品牌同步升级。男装由原有品牌20多家发展至61家，引进了培罗成、雅戈尔、九牧王、花花公子、哈雷纳?金狐狸等知名男装品牌30余家，国际运动品牌匡威、kappa入驻我商场;并引进了七匹狼、匹克、康踏、哥仑布、贵人鸟、豪健等国内运动休闲品牌及威鹏、佩吉、劲都人、旗牌王、伊韵儿等中性休闲品牌20余家，顺利完成了今年升级改造任务，受到了商业同仁及消费者的一致好评。

升级改造后，男装、运动调整扣点，平均增长了2?--3?。租金、管理费、人员工资等增加纯利润11万余元，为提高销售业绩打下了良好的基矗

为适应商厦整体形象发展的需要，在兼顾本次经营布局调整重点的同时，采用末位淘汰制先后淘汰了销售业绩不好的女装品牌10余个，并引进了卡琪露茜、雅诺、芙奈尔、蒂澌凯瑞、热度、范奈沙、科尚等10余家女装品牌。顺利地完成了今年的升级改造任务，为计划明年女装品牌的再次升级奠定了良好基矗

改善不合理的经营布局，利用一切可利用的空间出平效，服饰区进行了小规模的调整，新引进了嘉得利、金鑫饰品、金雨绮、美甲、傲诗曼时尚女包等专柜，商场的年利

润增加了14万余元。由于利用空间合理，得到了供应商和顾客的一致好评。

3、管理上精益求精，查找自身管理工作存在的不足，拟定工作细节的补充计划和实施方案。

我们将实际工作中遇到的问题进行讨论，寻求解决方法并予以实施，逐步完善了商场的管理制度。今年升级改造后，商厦为集聚人气举办了多次大规模的促销活动。在工作中我们发现，每天中午和晚上5：00之后是双休日外的销售小高峰。

针对这一情况，我们调整了收银员和导购员的作息时间，将早班下班时间由原来的下午1：30分调整至12：30。要求早班员工12：30分后去吃午饭，杜绝了因吃饭空岗现象。既避免了中午顾客购物交不上款，又因下午着急上班而跑单的现象，又避免了顾客购物时没有营业员接待而对商厦有不满现象，进而提高销售业绩。

要求柜长各负其责，每天记录本柜组的销售情况，月末进行汇总，计算出柜组本月的销售利润及费用情况，做到心中有数，商场无论需要哪个数据，柜长都能及时准确地提供出来。做到人人懂经营、会算帐，个个会管理。

4、全方位培养人才，关心员工生活，增强凝聚力和核心力。

我服装商场现有自营职工86人，厂方员工300余人。一年来，提高员工素质、增强服务意识、加大管理力度，向管理要效益。举办了店堂运动会、模拟购物、演讲比赛、百日销售竞赛、pop大赛和模特表演等多项活动。在商厦举办的首届pop大赛中，获得了团体总分第一名。安踏专柜荣获现场模拟购物演示第二名。增强了员工的凝聚力，焕发了员工的工作热情和干劲。

⑴、增强员工素质，向管理要效益。

本次升级改造，在不闭店不影响正常营业的情况下，商场领导班子成员们以身作则，不怕脏不怕累，献工献时，事事起到模范带头作用。仅用了40余天，就完成了三层楼的升级改造任务。

从提高自身素质做起，柜长精通导购员和收银员的业务，现在无论是哪个专柜人员短缺，还是大型活动中顾客排队交款，每名柜长都可以替补到基层工作岗位中去。在方便顾客的同时，提高商场的经济效益。

**业务部半年度工作总结篇六**

今年，服装商场紧紧围绕商厦下达的各项任务指标展开工作，在加强管理、强化意识、开展活动等方面取得了显著成绩，为商厦的持续快速发展做了很大的贡献。

自xx年开业以来，服装商场时刻以发展为前提，进行了三次大规模的经营布局调整，提升服装品牌结构，合理利用平效……使得商场能够快步、稳定地发展。

今年，我商场紧紧围绕商厦整体部署及xx年全年工作计划开展工作。商场领导班子走出去考察、调研，反复推敲升级改造计划与实施细则，学习先进的经营理念，合理利用平效，成果非常明显。特别值得肯定的是，今年的升级改造中，我们采取了经营面积扩大，品牌升级，货位调整，店堂改造，加强管理等一系列强有力的措施，全体员工团结一心，共同努力，取得了一定的经济效益和社会效益。不仅提升了企业形象，而且销售业绩不断攀升。

回顾xx年的工作，可以概括为以下几大方面：

一、适应市场需求升级改造，整体经营布局调整合理，品牌结构日趋成熟，经营成果喜人。

服装商场全年计划任务4400万，实际完成万元;毛利计划330万，实际完成万元，费用。

今年新增收了新品费、广告费、装修管理费和其他收入累计上缴纯利7万余元。取得良好的经营业绩，我们采取了如下做法：

1、紧跟商厦各种大规模促销活动，不放过任何销售机会。

根据商厦总体部署，在多次大型促销活动中，我商场都能围绕活动主题，积极配合，以活动和节日促进销售。在新发周年店庆、集团店庆、黄金周等重要促销时段，取得了良好的销售业绩和经济效益，日销超百万。配合商厦的活动，我们做了大量的准备工作，积极与厂家联系货源，增加适销品种，灵活促销，保底扣点，力保双赢。

2、扩大经营面积，合理利用平效，提升经营品牌。

品牌经营采取抓大放小的原则，调整引进了大小品牌80余个，年销售超百万的专柜有10余家。确保了我商厦经营定位的提升。

升级改造时，冯总带领商场班子成员及有关部门反复分析研究、精心策划，扩大了男装和运动休闲的经营面积，将原有服装商场的二层半楼拓展至三层半楼，整个男装和运动休闲的经营面积及经营品牌同步升级。男装由原有品牌20多家发展至61家，引进了培罗成、雅戈尔、九牧王、花花公子、哈雷纳·金狐狸等知名男装品牌30余家，国际运动品牌匡威、kappa入驻我商场;并引进了七匹狼、匹克、康踏、哥仑布、贵人鸟、豪健等国内运动休闲品牌及威鹏、佩吉、劲都人、旗牌王、伊韵儿等中性休闲品牌20余家，顺利完成了今年升级改造任务，受到了商业同仁及消费者的一致好评。

升级改造后，男装、运动调整扣点，平均增长了2﹪--3﹪。租金、管理费、人员工资等增加纯利润11万余元，为提高销售业绩打下了良好的基矗

为适应商厦整体形象发展的需要，在兼顾本次经营布局调整重点的同时，采用末位淘汰制先后淘汰了销售业绩不好的女装品牌10余个，并引进了卡琪露茜、雅诺、芙奈尔、蒂澌凯瑞、热度、范奈沙、科尚等10余家女装品牌。顺利地完成了今年的升级改造任务，为计划明年女装品牌的再次升级奠定了良好基矗

改善不合理的经营布局，利用一切可利用的空间出平效，服饰区进行了小规模的调整，新引进了嘉得利、金鑫饰品、金雨绮、美甲、傲诗曼时尚女包等专柜，商场的年利

润增加了14万余元。由于利用空间合理，得到了供应商和顾客的一致好评。

3、管理上精益求精，查找自身管理工作存在的不足，拟定工作细节的补充计划和实施方案。

我们将实际工作中遇到的问题进行讨论，寻求解决方法并予以实施，逐步完善了商场的管理制度。今年升级改造后，商厦为集聚人气举办了多次大规模的促销活动。在工作中我们发现，每天中午和晚上5：00之后是双休日外的销售小高峰。

针对这一情况，我们调整了收银员和导购员的作息时间，将早班下班时间由原来的下午1：30分调整至12：30。要求早班员工12：30分后去吃午饭，杜绝了因吃饭空岗现象。既避免了中午顾客购物交不上款，又因下午着急上班而跑单的现象，又避免了顾客购物时没有营业员接待而对商厦有不满现象，进而提高销售业绩。

要求柜长各负其责，每天记录本柜组的销售情况，月末进行汇总，计算出柜组本月的销售利润及费用情况，做到心中有数，商场无论需要哪个数据，柜长都能及时准确地提供出来。做到人人懂经营、会算帐，个个会管理。

4、全方位培养人才，关心员工生活，增强凝聚力和核心力。

我服装商场现有自营职工86人，厂方员工300余人。一年来，提高员工素质、增强服务意识、加大管理力度，向管理要效益。举办了店堂运动会、模拟购物、演讲比赛、百日销售竞赛、pop大赛和模特表演等多项活动。在商厦举办的首届pop大赛中，获得了团体总分第一名。安踏专柜荣获现场模拟购物演示第二名。增强了员工的凝聚力，焕发了员工的工作热情和干劲。

⑴、增强员工素质，向管理要效益。

本次升级改造，在不闭店不影响正常营业的情况下，商场领导班子成员们以身作则，不怕脏不怕累，献工献时，事事起到模范带头作用。仅用了40余天，就完成了三层楼的升级改造任务。

从提高自身素质做起，柜长精通导购员和收银员的业务，现在无论是哪个专柜人员短缺，还是大型活动中顾客排队交款，每名柜长都可以替补到基层工作岗位中去。在方便顾客的同时，提高商场的经济效益。

**业务部半年度工作总结篇七**

年前三个季度的工作已经结束了，在全体员工不懈努力与坚持下，基本完成了前三季度的工作任务。具体分以下几方面：

1、提升服务品质。首先我们认为公司的服务品质要上台阶单靠我们服务办的跟踪检查是远远不够的，所以在年初我们就制定了楼层兼职值班经理，由个楼层主任级人员担任，和我们共同配合，对各楼层的员工日常行为规范进行检查，从而在卖场检查方面力量得到加强。

在本年第二季度，服务办带领各商品部开展班组建设。以商品部各区域为单位，具体在顾客投诉，领班交、导购日常考核方面进行建设，实行卖场互查、部门自查，每周由服务办带队进行二至三次联合查场并根据结果下发查场整改通知单(参加人员由服务办人员、部门领班、主任、楼层值班经理)，现场管理逐级负责、分级管理(服务办公司级→各商品部部门级→班长级→店长―员工)，加大力度。

部门干部负责本部门的现场管理，有问题时可以及时处理，从员工接受和配合方面更有利于管理效果。建立店长培训制，进行销售跟进。第三季度服务办对全员的服务质量跟踪卡进行了更换，并建立了全员服务管理档案，对全年违纪的员工累计超过6次，我们将暂停员工的上岗资格，进行培训并重新办理入职手续，使全体员工树立危机意识，全面提升服务品质，从而营造最佳服务环境。

截止目前为止累计更换下发服务质量跟踪卡4000余张，在店庆前我们还在员工中推出了我微笑、我引领的服务口号，并组织制作员工微笑服务牌并全员下发，全员佩戴，通过这样的方式使全体员工都微笑面对每一位顾客，为顾客留住国芳百盛的微笑。八月份为了更进一步的提升服务品质，树立员工服务意识，还推出服务明星候选人共44人，起到了以点带面的作用。工作总结

2、顾客投诉接待与处理。在本年度我们多次利用部门例会或沟通会、专题培训等形式对楼层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训，重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，做到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，(服务办定期检查，对不规范的管理人员进行处罚)，在今年8月份公司安排我对一线领班的投诉技巧进行培训，我精心准备后，带出了顾客投诉处理艺术，并得到基层管理的好评，通过本次培训提高楼层基层管理人员处理投诉能力

。年前三季度服务办全体共接待各类投诉371起完结率(质量类：224例，服务类:9例，综合类：131例，突发事件：7例)在突发事件处理方面，我们与保险公司又续签了投保协议――第三方责任险(保费共3000元，三店同保)，只要是在我公司发生的突发事件，均属于保险范围，从而为公司减低了损失。

3、人员管理检查范围全面化、制度化。将二线和一线员工管理纳入同步轨道，进行日常监督和管理。依公司相关规章制度，一视同仁，严格落实，做到公平公正，不厚此薄彼，达到监督检查透明化，管理标准化，杜绝执行标准不一的问题，我们还制定了整改通知单，对发现的问题及时进行整改，从而使部分工作得到很大提升，而且我们还加大力度对干部在岗进行检查，从以前的每天两次增加到四至六次，使各部门管理人员有了自律意识。

在迎宾方面我们要求各楼层管理人员在每天员工进店前，就要站在员工通道迎接员工进店，通过这种方式，管理人员的亲和力得到加强，使各级管理人员与员工之间距离更加接近。

4、卖场五大管，严格查场制度，对楼层提出查场重点。在每日的查场中服务办值班经理做到 “三勤”手勤、腿勤、嘴勤。对发现的问题及时与部门反馈沟通，并下发整改通知单，提出整改期限，并检查跟踪，使发现的各类问题能得到及时解决(但也有部分问题得不到落实，主要以硬件问题为主，我们通过查场通报进行跟进)，杜绝一面讲，一面不落实的工作被动局面。

在20xx年前三季度服务办对卖场进行检查，共计发现处理各类员工违纪5823人次，公司平均违纪率%。其中大部分员工都是给予批评教育为主，只有少部分经常违纪的员工给予经济处罚，从而也体现了公司人性化管理，降低了以罚代管的被动局面。

5、值班经理业务技能及专业化水平的提升。我们根据值班经理业务上存在的不足制定了系统的培训计划，定期进行商品知识及专业知识的培训，培训师由我部值班经理自行担任，用我们的弱项通过培训来补我们自己的弱项，比如我们部门有些同志不知道如何开展工作，那我就安排他们来讲“在工作时间如何有效的开展工作”，从而进一步提升了值班经理业务技能及处理顾客投诉水平，进一步完善自我监督、自我管理机制，前三季度度服务办内部共计各类培训近20余次。

6、白银店工作。在具体工作中服务办按照公司统一安排配合，从人员招聘，培训等方面进行，商业服务法规的课程由我主讲，累计20余课时，按时完成培训任务。

其次我们还对服务台人员进行培训，转变服务观念。顾客需要的，就是我们要做的。时刻以顾客的满意度来处理问题，为顾客提供“尽如您意”的服务。对白银店服务办值班经理我们也是严格要求，要求他们必须按照总店的管理水平去管理，虽然现在分店的管理和总店还有差距，但我们有信心把分店的管理抓上去。

7、积极配合公司完成各项工作

从参与者、执行者、策划者到组织者在公司各项大型活动中，处处都有服务办值班经理的身影，对公司提出的各项工作都能及时、全面、保质保量的完成，并取得了一定成效，受到公司领导和人力资源部领导的认可与肯定。总结年前三季度服务办工作，虽然取得了一定的成绩，也受到领导认可。

但是我们的工作提升还是进展较慢，人员的业务素质与值班经理的标准还存在一定的距离，而且部门多数为新进员工，专业素质还相对较低，在处理顾客投诉等方面经验还相对欠缺，在服务品质方面跟发达城市的大型购物中心还存在一定的距离，所有在20xx年第四季度――20xx年一季度我会努力提升我部人员素质，提升工作效率，在兰州率先提倡并实施“特色化服务”，大打特打服务牌，使顾客不但可以享受到国芳百盛的品牌文化，更能享受到国芳百盛的服务文化。

**业务部半年度工作总结篇八**

时间如梭，半年时间已经过去。在这半年里，每个销售人员既得到了时间，又失去了时间，每个人的机会均等。现将这半年来业务部的工作情况作一次总结，请详见以下的销售情况销售图表(略)

就数据看，整个公司销售情况已趋于稳定。合同额及收款额逐渐按30在递增，就形式看可喜，但从公司发展要求看还有一定差距。这些问题，它不是简单的合同、回款问题，是由多方面的问题汇集到一起形成的综合性问题。现就这些问题归纳为五个方面进行总结(以下按百分制计算，总分共500分)

一、思想方面：

思想从常人看就是思想问题。我个人非常赞成这样一句话：“思想指挥行动。”人之源就是思想，有什么样的思想，决定你能做什么样的事。它包括：思想觉悟、智慧、思考、希望、精力、理想、心态、\*等等，这些都决定员工在销售工作中的努力程度。按百分计算，业务部人员平均应为85分，差距15分。

二、责任方面：

责任感也体现效率，它包括：

1、工作本职责任;

2、相互协作责任;

3、公司利益责任等。

应该说，每一位业务人员都能较好地完成本职工作，千方百计地提高销售额与回款额，但是在相互协作、相互配合上还不尽如人意。有些同事还不能站在公司整体利益的高度考虑问题。按百分计算，此项应为80分，差距20分。

三、捕捉信息能力：

公司业务部员工的整体素质、能力在户外广告界看起来还不错。但就其信息量来看，有的员工做得还不够好。我经常说，就高速路媒体的销售来讲，我们的员工都可以执行每一个合同，那为什么有的员工合同额很大、很多呢?这就是一个信息捕捉能力的体现，自己不去建立自己的销售圈子，不建立自己的销售人员圈子，对待客户或朋友不愿投入精力、时间。拜访的客户与高速媒体大相径庭，适得其反。

当然，每个销售人员不能一概而论，每个人有每个人的优势，每个人有每个人的特长，那就不能千遍一律，按公式去做事情，这绝对做不好，你只能以你的特长以及独有的方式去完成公司指定的目标，只有这样，才能有成效。比如：一个客户的拜访，不同的人有不同的效果，只要考虑到我有跟客户见面的机会，就能去把握住客户的投放动态。钟飞呢?一次又一次地拜访客户，以诚实、真诚来让客户接受他。

李呢?哪怕与客户没见面，她都会每天以信息问候感动客户等等，但结果一样争取到客户的认同，有信任感就具备了合作的基础。接下来就是执行协调能力的问题，通过大家的努力，业务部捕捉信息的能力到目前这个程度已见成效。按百分计算应为85分，差距15分。

四、执行能力

公司业务人员执行能力都很强，是的。但是他们进入一个误区，执行能力不是把一个事情交给你去完成就叫执行能力强，这不是被动执行的大跃进时代。因为我们是一个发展中的公司，必须发挥大家的智慧、能力走在别人的面前，在完成应该完成的工作并超质超量地完成工作，才能叫执行能力。这里不再举例，这也是下半年计划里的培训课题。按百分计算应为85分，差距15分。

五、技能技巧

从目前业务人员来看，就成南路媒体销售已不成问题，技能技巧所占的比例不大。在成南路合同中能占到20左右，但员工还需加强学习培训。如公司发展壮大了，业务范畴增大了，这会对公司员工的技能技巧要求很高，我们应作好这方面的准备。公司员工按百分计算，能达到90分，差距10分(只指高速路销售)。

公司业务部的问题，都包含在以上五个问题里，这是大方向。五个问题，总分500分，公司业务部员工得分425分，得分率为85。这就是半年总结的问题，也是(7、8、9)月份相对淡季里，我要和业务人员共同解决的问题。如果五个问题业务人员得分能增加10，我相信全公司合同额，回款额将显著增加。

以上是我作为业务部总经理总结的业务部情况，也是我下半年要立即解决的一些问题。

1、(7、8、9)三月要进行培训，课题程序为：

①思想②责任③信息④执行⑤技能技巧

2、7—10月作好明年的客户计划

以上问题我会在下半年里尽力改善，力争下半年能取得显著的成绩。但工作不是靠个人，还得靠业务部全体同仁共同努力。

**业务部半年度工作总结篇九**

时间如梭，半年时间已经过去。在这半年里，每个销售人员既得到了时间，又失去了时间,每个人的机会均等。现将这半年来业务部的工作情况作一次总结，请详见以下的销售情况销售图表(略)

就数据看，整个公司销售情况已趋于稳定。合同额及收款额逐渐按30在递增，就形式看可喜，但从公司发展要求看还有一定差距。这些问题，它不是简单的合同、回款问题，是由多方面的问题汇集到一起形成的综合性问题。现就这些问题归纳为五个方面进行总结(以下按百分制计算，总分共500分)

一、思想方面：

思想从常人看就是思想问题。我个人非常赞成这样一句话：“思想指挥行动。”人之源就是思想，有什么样的思想，决定你能做什么样的事。它包括：思想觉悟、智慧、思考、希望、精力、理想、心态、激情等等，这些都决定员工在销售工作中的努力程度。按百分计算，业务部人员平均应为85分，差距15分。

二、责任方面：

责任感也体现效率，它包括：

1、工作本职责任;

2、相互协作责任;

3、公司利益责任等。

应该说，每一位业务人员都能较好地完成本职工作，千方百计地提高销售额与回款额，但是在相互协作、相互配合上还不尽如人意。有些同事还不能站在公司整体利益的高度考虑问题。按百分计算，此项应为80分，差距20分。

三、捕捉信息能力：

公司业务部员工的整体素质、能力在户外广告界看起来还不错。但就其信息量来看，有的员工做得还不够好。我经常说，就高速路媒体的销售来讲，我们的员工都可以执行每一个合同，那为什么有的员工合同额很大、很多呢?这就是一个信息捕捉能力的体现，自己不去建立自己的销售圈子，不建立自己的销售人员圈子，对待客户或朋友不愿投入精力、时间。拜访的客户与高速媒体大相径庭，适得其反。

当然，每个销售人员不能一概而论，每个人有每个人的优势，每个人有每个人的特长，那就不能千遍一律，按公式去做事情，这绝对做不好，你只能以你的特长以及独有的方式去完成公司指定的目标，只有这样，才能有成效。比如：一个客户的拜访，不同的人有不同的效果，只要考虑到我有跟客户见面的机会，就能去把握住客户的投放动态。钟飞呢?一次又一次地拜访客户，以诚实、真诚来让客户接受他。

李呢?哪怕与客户没见面，她都会每天以信息问候感动客户等等，但结果一样争取到客户的认同，有信任感就具备了合作的基础。接下来就是执行协调能力的问题，通过大家的努力，业务部捕捉信息的能力到目前这个程度已见成效。按百分计算应为85分，差距15分。

四、执行能力

公司业务人员执行能力都很强，是的。但是他们进入一个误区，执行能力不是把一个事情交给你去完成就叫执行能力强，这不是被动执行的大跃进时代。因为我们是一个发展中的公司，必须发挥大家的智慧、能力走在别人的面前，在完成应该完成的工作并超质超量地完成工作，才能叫执行能力。这里不再举例，这也是下半年计划里的培训课题。按百分计算应为85分，差距15分。

五、技能技巧

从目前业务人员来看，就成南路媒体销售已不成问题，技能技巧所占的比例不大。在成南路合同中能占到20左右，但员工还需加强学习培训。如公司发展壮大了，业务范畴增大了，这会对公司员工的技能技巧要求很高，我们应作好这方面的准备。公司员工按百分计算，能达到90分，差距10分(只指高速路销售)。

公司业务部的问题，都包含在以上五个问题里，这是大方向。五个问题，总分500分，公司业务部员工得分425分，得分率为85。这就是半年总结的问题，也是(7、8、9)月份相对淡季里，我要和业务人员共同解决的问题。如果五个问题业务人员得分能增加10，我相信全公司合同额，回款额将显著增加。

以上是我作为业务部总经理总结的业务部情况，也是我下半年要立即解决的一些问题。

**业务部半年度工作总结篇十**

年前三个季度的工作已经结束了，在全体员工不懈努力与坚持下，基本完成了前三季度的工作任务。具体分以下几方面：

1、提升服务品质。首先我们认为公司的服务品质要上台阶单靠我们服务办的跟踪检查是远远不够的，所以在年初我们就制定了楼层兼职值班经理，由个楼层主任级人员担任，和我们共同配合，对各楼层的员工日常行为规范进行检查，从而在卖场检查方面力量得到加强。

在本年第二季度，服务办带领各商品部开展班组建设。以商品部各区域为单位，具体在顾客投诉，领班交、导购日常考核方面进行建设，实行卖场互查、部门自查，每周由服务办带队进行二至三次联合查场并根据结果下发查场整改通知单(参加人员由服务办人员、部门领班、主任、楼层值班经理)，现场管理逐级负责、分级管理(服务办公司级→各商品部部门级→班长级→店长—员工)，加大力度。

部门干部负责本部门的现场管理，有问题时可以及时处理，从员工接受和配合方面更有利于管理效果。建立店长培训制，进行销售跟进。第三季度服务办对全员的服务质量跟踪卡进行了更换，并建立了全员服务管理档案，对全年违纪的员工累计超过6次，我们将暂停员工的上岗资格，进行培训并重新办理入职手续，使全体员工树立危机意识，全面提升服务品质，从而营造服务环境。

截止目前为止累计更换下发服务质量跟踪卡4000余张，在店庆前我们还在员工中推出了我微笑、我引领的服务口号，并组织制作员工微笑服务牌并全员下发，全员佩戴，通过这样的方式使全体员工都微笑面对每一位顾客，为顾客留住国芳百盛的微笑。八月份为了更进一步的提升服务品质，树立员工服务意识，还推出服务明星候选人共44人，起到了以点带面的作用。工作总结

2、顾客投诉接待与处理。在本年度我们多次利用部门例会或沟通会、专题培训等形式对楼层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训，重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，做到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，(服务办定期检查，对不规范的管理人员进行处罚)，在今年8月份公司安排我对一线领班的投诉技巧进行培训，我精心准备后，带出了顾客投诉处理艺术，并得到基层管理的好评，通过本次培训提高楼层基层管理人员处理投诉能力

。年前三季度服务办全体共接待各类投诉371起完结率(质量类：224例，服务类:9例，综合类：131例，突发事件：7例)在突发事件处理方面，我们与保险公司又续签了投保协议——第三方责任险(保费共3000元，三店同保)，只要是在我公司发生的突发事件，均属于保险范围，从而为公司减低了损失。

3、人员管理检查范围全面化、制度化。将二线和一线员工管理纳入同步轨道，进行日常监督和管理。依公司相关规章制度，一视同仁，严格落实，做到公平公正，不厚此薄彼，达到监督检查透明化，管理标准化，杜绝执行标准不一的问题，我们还制定了整改通知单，对发现的问题及时进行整改，从而使部分工作得到很大提升，而且我们还加大力度对干部在岗进行检查，从以前的每天两次增加到四至六次，使各部门管理人员有了自律意识。

在迎宾方面我们要求各楼层管理人员在每天员工进店前，就要站在员工通道迎接员工进店，通过这种方式，管理人员的亲和力得到加强，使各级管理人员与员工之间距离更加接近。

4、卖场五大管，严格查场制度，对楼层提出查场重点。在每日的查场中服务办值班经理做到“三勤”手勤、腿勤、嘴勤。对发现的问题及时与部门反馈沟通，并下发整改通知单，提出整改期限，并检查跟踪，使发现的各类问题能得到及时解决(但也有部分问题得不到落实，主要以硬件问题为主，我们通过查场通报进行跟进)，杜绝一面讲，一面不落实的工作被动局面。

在20xx年前三季度服务办对卖场进行检查，共计发现处理各类员工违纪5823人次，公司平均违纪率%。其中大部分员工都是给予批评教育为主，只有少部分经常违纪的员工给予经济处罚，从而也体现了公司人性化管理，降低了以罚代管的被动局面。

5、值班经理业务技能及专业化水平的提升。我们根据值班经理业务上存在的不足制定了系统的培训计划，定期进行商品知识及专业知识的培训，培训师由我部值班经理自行担任，用我们的弱项通过培训来补我们自己的弱项，比如我们部门有些同志不知道如何开展工作，那我就安排他们来讲“在工作时间如何有效的开展工作”，从而进一步提升了值班经理业务技能及处理顾客投诉水平，进一步完善自我监督、自我管理机制，前三季度度服务办内部共计各类培训近20余次。

6、白银店工作。在具体工作中服务办按照公司统一安排配合，从人员招聘，培训等方面进行，商业服务法规的课程由我主讲，累计20余课时，按时完成培训任务。

其次我们还对服务台人员进行培训，转变服务观念。顾客需要的，就是我们要做的。时刻以顾客的满意度来处理问题，为顾客提供“尽如您意”的服务。对白银店服务办值班经理我们也是严格要求，要求他们必须按照总店的管理水平去管理，虽然现在分店的管理和总店还有差距，但我们有信心把分店的管理抓上去。

7、积极配合公司完成各项工作

从参与者、执行者、策划者到组织者在公司各项大型活动中，处处都有服务办值班经理的身影，对公司提出的各项工作都能及时、全面、保质保量的完成，并取得了一定成效，受到公司领导和人力资源部领导的认可与肯定。总结年前三季度服务办工作，虽然取得了一定的成绩，也受到领导认可。

但是我们的工作提升还是进展较慢，人员的业务素质与值班经理的标准还存在一定的距离，而且部门多数为新进员工，专业素质还相对较低，在处理顾客投诉等方面经验还相对欠缺，在服务品质方面跟发达城市的大型购物中心还存在一定的距离，所有在20xx年第四季度——20xx年一季度我会努力提升我部人员素质，提升工作效率，在兰州率先提倡并实施“特色化服务”，大打特打服务牌，使顾客不但可以享受到国芳百盛的品牌文化，更能享受到国芳百盛的服务文化。

**业务部半年度工作总结篇十一**

年前两个季度的工作已经结束了，在全体员工不懈努力与坚持下，基本完成了前两季度的工作任务。具体分以下几方面：

1、提升服务品质。首先我们认为公司的服务品质要上台阶单靠我们服务办的跟踪检查是远远不够的，所以在年初我们就制定了楼层兼职值班经理，由个楼层主任级人员担任，和我们共同配合，对各楼层的员工日常行为规范进行检查，从而在卖场检查方面力量得到加强。

在本年第二季度，服务办带领各商品部开展班组建设。以商品部各区域为单位，具体在顾客投诉，领班交、导购日常考核方面进行建设，实行卖场互查、部门自查，每周由服务办带队进行二至三次联合查场并根据结果下发查场整改通知单(参加人员由服务办人员、部门领班、主任、楼层值班经理)，现场管理逐级负责、分级管理(服务办公司级→各商品部部门级→班长级→店长—员工)，加大力度。

部门干部负责本部门的现场管理，有问题时可以及时处理，从员工接受和配合方面更有利于管理效果。建立店长培训制，进行销售跟进。第二季度服务办对全员的服务质量跟踪卡进行了更换，并建立了全员服务管理档案，对全年违纪的员工累计超过6次，我们将暂停员工的上岗资格，进行培训并重新办理入职手续，使全体员工树立危机意识，全面提升服务品质，从而营造服务环境。

截止目前为止累计更换下发服务质量跟踪卡4000余张，在店庆前我们还在员工中推出了我微笑、我引领的服务口号，并组织制作员工微笑服务牌并全员下发，全员佩戴，通过这样的方式使全体员工都微笑面对每一位顾客，为顾客留住国芳百盛的微笑。八月份为了更进一步的提升服务品质，树立员工服务意识，还推出服务明星候选人共44人，起到了以点带面的作用。工作总结

2、顾客投诉接待与处理。在本年度我们多次利用部门例会或沟通会、专题培训等形式对楼层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训，重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，做到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，(服务办定期检查，对不规范的管理人员进行处罚)，在今年8月份公司安排我对一线领班的投诉技巧进行培训，我精心准备后，带出了顾客投诉处理艺术，并得到基层管理的好评，通过本次培训提高楼层基层管理人员处理投诉能力。年前两季度服务办全体共接待各类投诉371起完结率(质量类：224例，服务类:9例，综合类：131例，突发事件：7例)在突发事件处理方面，我们与保险公司又续签了投保协议——第三方责任险(保费共3000元，三店同保)，只要是在我公司发生的突发事件，均属于保险范围，从而为公司减低了损失。

3、人员管理检查范围全面化、制度化。将二线和一线员工管理纳入同步轨道，进行日常监督和管理。依公司相关规章制度，一视同仁，严格落实，做到公平公正，不厚此薄彼，达到监督检查透明化，管理标准化，杜绝执行标准不一的问题，我们还制定了整改通知单，对发现的问题及时进行整改，从而使部分工作得到很大提升，而且我们还加大力度对干部在岗进行检查，从以前的每天两次增加到四至六次，使各部门管理人员有了自律意识。

在迎宾方面我们要求各楼层管理人员在每天员工进店前，就要站在员工通道迎接员工进店，通过这种方式，管理人员的亲和力得到加强，使各级管理人员与员工之间距离更加接近。

4、卖场五大管，严格查场制度，对楼层提出查场重点。在每日的查场中服务办值班经理做到“三勤”手勤、腿勤、嘴勤。对发现的问题及时与部门反馈沟通，并下发整改通知单，提出整改期限，并检查跟踪，使发现的各类问题能得到及时解决(但也有部分问题得不到落实，主要以硬件问题为主，我们通过查场通报进行跟进)，杜绝一面讲，一面不落实的工作被动局面。

在20xx年前两季度服务办对卖场进行检查，共计发现处理各类员工违纪5823人次，公司平均违纪率%。其中大部分员工都是给予批评教育为主，只有少部分经常违纪的员工给予经济处罚，从而也体现了公司人性化管理，降低了以罚代管的被动局面。

5、值班经理业务技能及专业化水平的提升。我们根据值班经理业务上存在的不足制定了系统的培训计划，定期进行商品知识及专业知识的培训，培训师由我部值班经理自行担任，用我们的弱项通过培训来补我们自己的弱项，比如我们部门有些同志不知道如何开展工作，那我就安排他们来讲“在工作时间如何有效的开展工作”，从而进一步提升了值班经理业务技能及处理顾客投诉水平，进一步完善自我监督、自我管理机制，前三季度度服务办内部共计各类培训近20余次。

6、白银店工作。在具体工作中服务办按照公司统一安排配合，从人员招聘，培训等方面进行，商业服务法规的课程由我主讲，累计20余课时，按时完成培训任务。

其次我们还对服务台人员进行培训，转变服务观念。顾客需要的，就是我们要做的。时刻以顾客的满意度来处理问题，为顾客提供“尽如您意”的服务。对白银店服务办值班经理我们也是严格要求，要求他们必须按照总店的管理水平去管理，虽然现在分店的管理和总店还有差距，但我们有信心把分店的管理抓上去。

7、积极配合公司完成各项工作

从参与者、执行者、策划者到组织者在公司各项大型活动中，处处都有服务办值班经理的身影，对公司提出的各项工作都能及时、全面、保质保量的完成，并取得了一定成效，受到公司领导和人力资源部领导的认可与肯定。总结年前三季度服务办工作，虽然取得了一定的成绩，也受到领导认可。

但是我们的工作提升还是进展较慢，人员的业务素质与值班经理的标准还存在一定的距离，而且部门多数为新进员工，专业素质还相对较低，在处理顾客投诉等方面经验还相对欠缺，在服务品质方面跟发达城市的大型购物中心还存在一定的距离，所有在20xx年第三季度——20xx年四季度我会努力提升我部人员素质，提升工作效率，在兰州率先提倡并实施“特色化服务”，大打特打服务牌，使顾客不但可以享受到国芳百盛的品牌文化，更能享受到国芳百盛的服务文化。

**业务部半年度工作总结篇十二**

开拓市场，对内狠抓生产管理、保证质量，以市场为导向，面对今年全球性金融危机的挑战，抢抓机遇，销售部全体人员团结拼搏，齐心协力完成了本年度的销售工作任务，现将本年度工作总结

2-x年我们公司在北京、上海等展览会和惠聪、发现资源等专业杂志推广后，我公司的xx牌产品已有一定的知名度，国内外的客户对我们的产品都有了一定的认识和了解。2024年度老板给销售部定下\*万元的销售额，我们销售部完成了全年累计销售总额\*万元，产销率95%，货款回收率 98%。

产品销售部肩负的是公司全部产品的销售，责任之重大、任务之艰巨，可想而知。建立一支能征善战的高素质的销售队伍对完成公司年度销售任务至关重要。“工欲善其事，必先利其器”，本着提高销售人员综合业务素质这一目标，销售部全体人员必须开展职业技能培训，使销售业务知识得以进一步提高。今年公司添用了网络版速达3000财务管理软件，销售和财务管理可以清晰的及时性反映出来。我们销售人员是在xx市-xx科技有限公司的培训下学习成长的，所学习的专业知识和公司内部信息都是保密的，大家必须持有职业道德。老板是率领销售部的最高领导者，希望加强对我们员工的监督、批评和专业指导，让我们销售人员学习的专业知识，提升技术职能和自我增值。2024年我学习了iso内部审核培训和会计专业知识培训，并获得了国家认可的证书。这一年来我们利用学习到的管理知识、方法在我们公司生产管理中充分实践，其显示效果是满意的。

麦克风线材销售是我公司产品销售部工作的重点，销售形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。一年来，产品销售部坚持巩固老市尝培育新市尝发展市场空间、挖掘潜在市场，利用我公司的品牌著名度带动产品销售，建成了以本地为主体，辐射全省乃之全国的销售网络格局。

随着电子产品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。销售部密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。产品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了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;要根据市场情况积极派驻业务人员对国内各销售市场动态跟踪把握。

回首一年来，我们销售部全体业务人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作取得了良好的销售业绩。成绩属于过去，展望未来，摆在销售部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们销售部全体业务人员一致表示，一定要在2-x年发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自己的岗位职责，全力以赴做好 2024年度的销售工作，要深入了解电子行业动态,要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的销售业绩。

福牛迎春，祝我们-xx科技有限公司在2-x年的销售业绩更上一层楼，走在电子行业的尖端，向我们的理想靠拢。

**业务部半年度工作总结篇十三**

\_\_\_\_年，我部门在公司总经理的领导与指导以及各位同事的共同努力下，按照公司章程的要求和部署，坚持以稳步发展，重点突破为重要指导思想，以保持部门工作流程的完善化，正规化，人员组建稳定化为发展目标，以培养新旧接替互帮互助为出发点，结合部门实际，克服工作中存在的困难，完成了一定的销售利润。现将我部门\_\_\_\_年外贸工作总结如下：

一、部门基本情况

截止目前，我部门有：

外贸业务员、单证员、业务兼内务共人。

由总经理亲自指导，由总经理助理协同安排相关事宜的原则工作。

自从我进入公司以来，不断进行尝试更新、更强、更有优势、风险更低、更具国际业务化的贸易结算方式。截至\_\_\_\_年底，业务范围逐步覆盖玩具，毛毯，五金配件，代理出口业务等。

货物直接出口到美国，俄罗斯以及其他国家和地区，为进一步进入国际市场积累了宝贵经验。同时，公司总经理也给与我部门极大支持，亲赴国外与外商进行面对面的商务洽谈活动。并指导和调控公司销售由原来的单一客户逐步转变为客户多元化，以出口创汇、抢占国际市场为销售主旨的营销理念。灵活多变的经营管理模式，使我进出口部业绩稳步提升。

截止月份，公司直接出口销售产品：

其中玩具\_\_\_\_件;累计销售金额为：\_\_\_\_美元。

毛毯件;累计销售金额 美元;

代理销售业务

二、以创新思维为先导，加强团队业务竞争力

就企业而言，我国目前的优秀企业大都在市场前景且具一定竞争优势的成熟行业中，但处于行业的中下端位置，不仅无暴利可言，甚至利润稀薄。这些成熟行业技术发展趋势清晰，一般不会出现技术方向突变带来的行业格局大变。同时，这些行业需要巨大市场作为载体。中下端的企业要想同等的争取市场、争取市场利润和市场占有度，就必须掌控一定的独到经营模式。于是创新思维不得不被提出。

作为一个部门也一样，要想有更大的发展空间和膨胀力度，就必须拿出更新、更有效的工作手法。要创新，要自主的进行创新，并切与公司整体运营的创新经营同步的创新。

方法和手段对我部门业务人员进行思维转变非常重要。尤其我部门成立时间不长，某些人还时不时犯一些低级的错误，没有最起码的责任心，其业务水准有待进一步提高，我们的操作模式正在成熟和成长的阶段。如何在以往工作的基础上继承、发扬、创新成为我们各项工作的当务之急。经过半年多左右的实践和摸索，我部门基本确立了加强对同行的学习、放眼国际市场、勇于创新、大胆实践的方针，并取得了一些成效。

1.积极尝试工作新方法，构建行之有效的工作体系。

经过在工作中学习，在尝试中稳定的创新方式。总经理不断带领我部稳步拓展业务。并给予本部门每个人员最大的帮助，结合本部门工作者的努力，大家的成长非常显著，也有了可喜的成绩;但是工作中的失误同成绩一样，是我们不容忽视的一样重要因素。

外贸工作，象战场更像舞台。轻重缓急非常注重业务人员的自主工作性。而这一点也是我们本部门一直着力提高和后来发展所必需面对的问题。

在上述基本工作状况的基础上，作为本部门的负责人，我需要进一步完善、和引导部门的走向。并大力重点突出的加强部门和部门每个成员的工作独立性，工作自主性，在提高自身业务水准的前提下，帮助和指导部门成员的成长。使我部的发展前景更为广阔。

**业务部半年度工作总结篇十四**

20\_\_年是个不平凡的一年，都给我们留下了深刻的不可磨灭

的记忆，在这样特殊的年份里，设计部在公司领导的带领下，在各部门的支持和配合下，圆满的完成了各项设计工作。在这里，我代表设计部对关心支持我们工作的领导和各个部门同事表示衷心感谢。在此我代表设计部向大家汇报一下20\_\_年工作情况和明年工作展望。

一、20\_\_年设计部完成的主要工作

1、股份有限公司300万吨/年焦化废水处理工程设计(设计完成，施工完成)。

2、煤焦化有限责任公司120万吨/年焦化废水处理工程设计(设计完成，施工完成)。

3、贸易有限责任公司220万吨/年焦化废水处理工程设计(设计完成，未施工)。

4、源有限责任公司120万吨/年焦化、12万吨/年甲醇项目设计(设计完成，施工完成)。

5、鑫隆煤源有限公司煤矿废水处理改建工程设计(设计完成，施工完成)。

6、煤焦有限公司焦化废水处理工程设计(设计完成，未施工)。

7、煤业有限公司生活污水处理工程设计(设计完成，施工完成)。

8、煤源有限公司煤矿废水处理工程设计(设计完成，施工未完成)。

二、设计中存在的问题:

1、分工过于个人化，团队意识不够强。

2、设计业务相对不够稳定，也不够多样化，达不到锻炼队伍的目的。

3、人员专业素质与心理素质满足不了设计部正常运作的需要,缺乏创 新意识。

4、方案设计与图纸绘制水平与公司整体发展还有一定差距。

5、工作积极性不够高,缺乏自我管理与完善能力。

6、系统学习和培训机会较少,对外交流和相互交流机也不多。

7、不要因为加班就跟老板要加班工资或调休，自己应该反省是否在规定的时间内认真工作，在此提醒设计部人员端正自己的态度。

8、焦化设计中土建设计选材浪费性很大，比如综合楼钢平台。

9、焦化设计中工艺对设备选型不明确，比如过滤进水泵原设计为两台18.5kw水泵，结果设备到场后确是两台7.5kw的水泵和一台18.5kw的水泵。

10、焦化配电室布置没有接近负荷中心，结果导致鼓风机电缆用量严重增加，此次配电室布置设计的不合理在前期已向领导汇报，但是由于方案已定就没有变动，所以我认为在以后的设计中平面布置起着至关核心的作用，我们不能一事儿过。

三、我的一点想法

设计部的发展的根本是设计人员的发展，设计人员应该不断学习，不断创新，要保持激情，又要成熟，设计人员工作应是快乐的，工作即使学习，学习即使工作，设计部应是一个富有活力的部门，当然这也有个“度”，这个度就是不影响工作，不违反公司的有关规定，我们不应该有固定的模式去衡量一个设计师的能力，创新很重要，更要有创造欲。我们是一个团队，团队精神就是应该要发挥每一个人优势，团结合作我们需要专才，我们更需要全才，我们不需满腹金文的人，我们需要懂得创造的人。那么设计应该怎么去做呢?很多所谓的“现代设计师”都有这么一个说法“天下设计一大抄，看你会抄不会抄”，设计师参考在设计时参考别人的作品与其他一些资料是很正常的，也是必需的，牛顿说过这样一句话“我站的高是因为我站在前人的肩膀上”。可见设计参考的重要性，当我们需要设计一个项目的时候，我们完全可以通过各种渠道去参考一些资料如图书、网络、类似工程项目现场等，如果是这种意义上的“抄”也是好的，但是设计的“主心骨”应该是自己的，也就是说设计一定要有设计“灵魂”在里面，这需要灵感，要有思路。我们要不断的思考，去寻找设计“灵感”，现在设计有很多风格，虽然追求纯粹某地方、某地区、某时代风格的大有人在，但随着全球文化发展的趋势，多元化的设计理念已经成为主流，中国文化博大精深，生在中国自要中国的特色，我们在做设计上一定要注重文化吸取，并及时了解相关新概念。

四、对公司发展的建议

1、设计部应该聘用工艺、土建审图专家来公司就审，确保审图的重要性，以便及时修改。

2、对审图纸张的浪费，每个工程设计完成后白图浪费一堆，电气专家都能在电脑上审图，我认为其他人应该向李工学习。

3、公司要结合国家的新政策、清楚环保行业目前所面临的发展趋势、社会上对于这个行业的业绩的认可度及需求度，再决定自己的发展方向。

4、要了解同行业对手们的业绩及技术水平，洞悉彼此的在技术和市场上的优势和不足。

5、公司在决定跟踪某个项目时，是否要考虑“可为而不可为”，在业主方的企业性质上、工程规模上、业主方口碑上及资金的周转偿还能力等等，多方考虑全面考虑。

6、条件允许的情况下，尽可能多组织技术人员去现场学习新的工艺、了解自身在工程上的缺陷和不足之处。及时更正。避免错误通病传下来。

7、提高公司员工的团结精神和及自身岗位工作的敬业度，制定一套合理的考核制度。不能以“能说会撇”来衡量做好了工作，也不能以在某项工作上花费了时间的长短来衡量做了多少具体工作，更不能以不计成本、后果为完成任务而完成工作。

8、公司在一定程度上，要激励员工工作的积极性，尤其是在现场一线的工程部和运营部的人员，工地环境恶劣，条件艰苦，时间一长就会感觉枯燥，使得心理上感觉到疲劳不堪，随之就可能厌恶这项工作。盼公司领导多关心照顾，在心里上给予支持和鼓励。

9、公司应当注重培养勤奋好学的新人，尤其是能在工地一线去打、去拼、去闯的年轻人。

10、公司今后多组织些对新的深度处理工艺和技术的会议，请资深的技术人员进行探讨，尽快在焦化废水的深度处理上抢占市场先机。

11、我们在新的处理工艺(例如：反渗透)技术还不是很成熟条件下，尽可能多的、快的去了解摸索。在工艺选择和工程施工前慎重考虑技术、成本、工期、售后等。

12、公司应宣传倡导工地人员对安全意识和重要性，在施工和现场运行中有关安全的注意事项。

五、关于公司设计工作的几点建议

1、设计进度计划

为按进度要求保质保量完成设计任务，设计项目负责人(工程设总)，要召集各专业相关人员订出一个设计计划表。表的格式建议如下：设计进度计划表

**业务部半年度工作总结篇十五**

回顾过去，展望未来。\_\_年已接近尾声，回顾过去的一年，现将部门工作总结如下：

部门的建设与管理得到了加强，充分利用例会将公司规划认真传达，让本部门各位同事认识到公司的发展前景和宏伟目标。

加强了本部门职员的培训学习，真正掌握了物料进，出，存的工作流程，使他们真正发挥技术骨干和模范带头作用，使物品能起到物流顺利周转，同时也真正做到了物尽其用，人尽其才的作用，昨日的工作是离不开各位同事的用心配合，使其仓库管理工作得到了有效的改善。

用心配合计划部，采购部和销售部，对库存呆滞物品的积压进行整改，避免了原材物料的浪费，节约了原材料，处理了部分呆滞物品，并改善了仓库物品和堆放的紧缺现象，还给生产周转带给了合理空间。

用心配合财务部门工作，保证了对表单的上交时间和数据的准确性，真实性，采购与供应商之间的信息反馈工作都取得了大家的一致好评，

利用看板管理和数字管理使相关部门的生产。工作在衔接上有了很大的提高，给公司的整体运作起到了不可低估的作用。总之，\_\_年取得的成绩，离不开各位领导的悉心关怀和指导及各位同仁的大力支持和配合，但还是存在必须的问题和不足，主要表现如下方面：

安全管理力度不够。

1、在忙碌中对领料及送货人员态度烦燥了一些，致使沟通进行不欢而散时有发生。

改善方案：尽可能定时收发料，以保证仓库管理员有足够的时间处理备料，盘点，整理等事务。

2、短时间培训后的理解潜力有限，再培训和来料反馈信息力度有待加强。

改善方案：尽可能每周对仓库管理员进行培训，提高其管理潜力，执行力，确保进出仓数据准确，确保信息反馈及时并真实。

3、在仓库管理及数据管理潜力上有待提高。

改善方案：为提高物料的\'管理，对所有进出仓物料尽可能按《仓库管理程序》执行，为确保计划部。采购部。生产部及销售部能及时了解物料库存状况，对k3数据及库存日报表需有专人负责录入。确保在进出仓前查询并录入相关数据再收发料。确保数据的准确性与及时性。

在挥手昨日的时刻，我们将迎来新的一年，对过去取得的成绩，将不骄不躁，脚踏实地一步一个脚印走下去，对过去的不足，将不懈的努力争取做到最好，我们将会用行动来证明我们的努力，我更加清楚获取不是靠辉煌的方式，而是靠不断的努力，说实话仓库真没有什么成绩可言，就算有那么一丁点儿成绩也难以弥补不足，在迎来掌声和鲜花之时，首先就应是公司及公司高层领导管理有方，是他们兢兢业业的成果，也是他们带着大家走出来的这天，而仓库能在现实状况中不断的改善是离不开几位同事的顶力合作的结果，谢谢你们!

\_\_年，是全新的一年，也是自我挑战的一年，我们将努力改正过去一年工作中的不足，把新一年的工作做好，为公司的发展前景尽一份力。在未来的领奖台上，那一份荣耀是公司的，是几位同事的。为了公司发展得更加壮大，并跻身于国内先进企业行列，让我们携手合作，创造出辉煌的明天，在此祝各位领导和各位同事身体健康!万事如意!新年快乐!

**业务部半年度工作总结篇十六**

20\_\_年以来，\_\_\_\_分行公司业务部认真贯彻落实省、市分行年初工作会议和全省农行城市对公工作会议精神，坚持以科学发展为主题，不断完善营销体系，健全营销机制，丰富营销手段，加快推进经营转型，提升金融服务水平，我行公司业务取得了较大的进展。

1.业务经营持续向好，盈利能力显著增强。

(一)全年各项指标完成情况。

截止20\_\_年12月31日，全行对公存款余额达到\_\_万元，同比多增\_\_万元，比年初增加\_\_万元，完成全年计划的\_\_%。全行对公贷款余额\_\_万元，比年初增加\_\_万元，同比多增万元，完成全年计划的%。对公中间业务取得了质的飞跃，特别是投行业务实现了零的突破。对公中间业务实现收入\_\_万元，同比增加\_\_万元，其中：投资银行业务实现收入\_\_万元，同比增加\_\_万元，现金管理开发户、收入\_\_万元，代理金融机构业务收入\_\_万元、同比增加\_\_万元，代收代付业务收入\_\_万元、企业网银同比增加\_\_万元，上半年对公中间业务完成全年任务的\_\_%。

(二)资产质量明显提高。

截止20\_\_年末，公司客户不良贷款占比%，较20\_\_年初下降个百分点。在各级行、外部监管机构多次检查中均未发现大的问题。

(三)客户结构明显优化。

20\_\_年末，公司类优良客户贷款余额亿元，占全行贷款%;优良客户占比%，比20\_\_年初提高个百分点。全行家重点客户中存款余额过1000万元的公司客户达到家，贷款过500万的优良公司客户达到家，公司客户结构得到了明显优化。

(四)营销意识明显增强。

全行上下积极转变观念，强化市场营销意识，形成了全员营销、主动营销的良好氛围。各级行领导、前台部门经理率先带头营销;广大员工积极跟进，主动贴近市场，搜信息、想办法、出点子，有力地推动营销上水平、上档次。20\_\_年新增营销项目个，累计营销重大项目、重大客户贷款多万元。对公中间业务营销上取得零突破，20\_\_年全行营销现金平台业务户，取得手续费收入万元;注册常年财务顾问户，取得手续费收入万元。

(五)营销队伍素质明显提升。

实践增强才干，通过重大项目、重大客户营销，锻炼和培育了一支善作战、有智慧、专业化的营销团队;通过完善大项目奖励方案和客户经理考核办法，从而激发了客户经理队伍营销的激情;通过对公业务视频培训、对公客户经理业务能力考试，逐步培养了一批营销专业人才，为公司业务持续发展提供了坚强保障。

2.加快业务转型，努力提高发展的质量与效益。

20\_\_年我部公司、机构、房地产及国际业务在上级主管部门和市分行精心统筹部署下，按照?扩大总量、提升质量、优化结构、防范风险?的总体要求，以对公基础业务发展为重点，以大力拓展对公中间业务为目标，以结构调整为主线，公司业务取得长足发展。

(一)坚持不懈抓好对公存款组织工作。

今年我行在继续实施对公存款?抢、保、挖?措施的同时，采取紧扣目标任务，突出重点的方式，对以负债业务为主线的现有竞争性客户，重点抓好金融服务，稳步扩大业务份额;对所有存量竞争性客户，均要在找准需求切入点的基础上，抓好产品组合营销，不断提高客户忠诚度和价值回报。

一是全力做好行政机构客户的营销维护工作，继续抓好对我行对公存款起支撑作用的财政系统的维护挖掘工作。我部配合各行主动出击，从资金源头上着手抢挖资金，附臵以全面、高效、贴身的金融服务，加大了财政资金经我行划拨与结算量，提高了财政资金留存比例，20\_\_年全行财政性存款余额万元，占对公存款的%。

二是紧盯区域大项目、优质客户，重点营销事业单位存款，确保了财政性事业单位存款的稳定性。我部认真贯彻分层次营销管理理念，上下联动着重做好石羊河流域综合治理中下游资金的开发，积极深入施工单位开展宣传营销，在努力增加拨付资金滞留时间的同时，做好中下游施工单位的资金归集公关和维护工作。

三是提高大客户、大项目对我行对公存款业务的贡献度。以贷款吸引存款，我行紧抓?徐古?和?营双?高速公路项目贷款，加强信贷客户增存力度，行领导主动出击加大对等营销与上门服务力度，在增加贷款投放的同时，增加了资金在我行内部运转与滞留。20\_\_年?\_\_?高速项目共投放贷款亿元，派生存款万元，全部留存我行，公路派生存款已成为我行对公存款稳步增长的强有力支撑点。

四是以优势特色行业和企业为主，积极吸收中小客户资金。根据我行业务发展重点及区域特点，主抓商贸流通、建材建筑、农产品收购、农业产业化龙头企业等特色中小客户资金的归行管理。根据企业资金流动特点，抓好时点营销，争取了资金的全额及时归存我行。同时充分利用我行产品齐全、网点分布广泛的优势，加强对中小企业电子结算产品的营销，提高对公柜台服务效率和质量，不断扩大我行中小企业存款规模。

五是以公司客户提供信贷服务为切入口，与客户建立紧密的、全方位的合作关系，扩大公司客户对公存款来源，结合我行实际主要以营销现金管理、网上银行、银行承兑汇票为平台吸收存款，通过为公司客户提供结算等综合性、多元化服务模式，来吸收大量结算资金特别是非贷款客户的结算资金在我行系统内运转。

六是进一步加强新企业开户的营销拓展，加大对网点和支行公司部新客户开户的考核评价，特别要加大对新成立企业的验资资金和资本金的吸收力度，不断扩大我行公司存款客户群，20\_\_年我行对公客户增加户。

(二)全力营销优质贷款业务。

一是强力跟进重点项目的贷款投放，做到早投放、早见效。公路贷款作为我行利润效益来源的中心支撑点，20\_\_年我部紧抓重点，以?徐古?高速公路等项目贷款为依托，加强信贷资金有效营销投放。今年市分行行长和主管行领导与甘肃省交通厅积极协调，投放项目贷款亿元;

二是主动出击，上门服务，增强我行信贷投放的基础。针对我行城市中小客户市场辖窄，客户营销力度薄弱，中小客户贷款投放不足的情况，我部多渠道搜集信息，对辖内客户资源进行拉网式摸排梳理，从而掌握市场营销第一手资料。并制定下发了近、远期营销计划，突出重点，有针对性地进行市场拓展，以确保两个城市行20\_\_年中小公司客户信贷营销取得突破性进展。截至12月底全行城市公司类中小客户户、信贷余额万元。

(三)大力推进城市对公中间业务发展。

一是我行成功营销了武威市城南集中供热有限公司、武威金苹果有限公司、武威市张义面粉厂3户现金管理服务企业，实现业务收入5.4万元。

二是大力发展投资银行业务。面对传统业务竞争日趋激烈的局面，为发掘新的收入支撑点，有效推进城市对公业务转型，根据省分行业务发展要求，结合武威资源实际，积极开展投行业务营销，采取有序推进的方法，营销户企业开展了常年财务顾问业务，实现业务收入万元，实现了我行常财对公理财产品零的突破，拓宽了我行对公类中间业务收入面，为下一步对公类中间业务推广开展起到示范带动作用。

(四)抓营销体系建设，构建长效营销机制。

一是为做好大客户、大系统、大项目的营销与管理工作。我行明确了层次对等、系统联动、分工协作、运作高效的营销管理工作指导原则，确定了各级行营销职责，界定了各级行营销目标客户标准。市分行、各支行按照要求建立大客户营销名录，重点强化市分行、支行直接营销和牵头营销职能，国有企业在武分支公司、省市级投融资主体和农业产业化龙头企业成为各级行的营销目标客户。各行按照管理层级成立客户经理组、制定营销方案并组织实施，逐步形成正常化、制度化的大客户营销和维护机制。为切实推进大客户营销维护工作，我行将大客户营销目标纳入全行公司业务条线绩效考核指标，考核结果与市分行分管行长和公司对公客户经理绩效考核挂钩。

二是积极拓展重点营销项目，按照分层营销，项目组各负其责的原则，市分行主要从项目营销组、营销策略、营销责任、费用匹配、激励机制等方面下发了《\_\_\_\_分行20\_\_年重点营销项目安排意见》。我行经过与各项目单位积极衔接、跟踪接触，部分项目已初步与各项目公司达成合作意向;

(五)加大中小客户营销开发。

一方面，以小企业简式快速贷款为龙头产品，加强对中小企业优质资产业务的营销。

另一方面，落实各经营行与专业担保公司?点对点?的沟通机制，做大担保公司担保贷款，进一步提升中小企业市场份额。

今年全行新评级中小客户户，我部对评级客户进行分类排队，以麦芽加工、玉米制种等特色重点产业来做文章，以全市户农业产业化龙头企业为中心，不断向外扩散，通过深入挖潜产业链，联合经营行进行纵向一体营销。今年成功营销了\_\_\_三户麦芽加工和武科种业、甘鑫种业2户玉米制种农业产业化龙头企业，增加了我行优质客户数量，为进一步优化我行信贷结构和增加有效信贷投放打下了坚实基础。

3.20\_\_年工作中存在的问题

20\_\_年，我行对公业务经营形势总体较好，但也存在一些困难和问题：

一是对公存款增加结构单一、后劲不足，市级各类财政资金及石羊河流域综合治理等源头性客户资源有限，既有资金维护不到位，现有服务仅限于初步层次，客户潜力未能得到进一步挖掘，造成客户资源和资金流失严重，相比同业资金占有份额出现大幅下滑，存量市场受到严重威胁，且到目前市级财政专户只有1个，处于严重边缘化的程度;同时，各类优质中小企业销售货款归行率较低，资金归集等问题突出，资金组织上发展后劲不足。

二是应对同业竞争的方式、方法不多。目前从全市商业银行竞争的格局看，各商业银行都在从上而下狠抓存贷款业务的渗透，特别是各上市商业银行和信用合作社利用自身资源、政策等优势，上下联动、全流程跟踪服务，强力高端渗透我行既有客户，我行目前基本固守于传统营销模式来进行开发维护，市场营销策略落后，缺乏工作灵活性，与同业差距不断拉大。

三是对当地客户资源调查了解不够，未能全面掌握辖内客户情况。各支行仍依靠市分行提供的项目信息进行更新维护，未能从辖内经济、社会等各领域发展实际为突破口进行有目的、有针对性全面掌握经济、金融资源，未能建立起收集、汇总、反馈信息的机制，没有对现有客户台账进行及时调整、更新，制定合理地营销目标进行有序营销。

四是新业务推广力度不够理想。对公中间业务一直是我行业务发展的软肋，对公中间业务知识普及率很低，特别是近年来新发展的投资银行等业务，各级客户经理对产品特点、办理流程等基本知识缺失，造成我行对公中间业务产品推进缓慢，尽管实现了零的突破，但离省分行的目标要求相比还有很大差距。

五是各行在管理上仍未彻底走出粗放式管理的模式。自律监管及贷后管理检查频次、内容落实不到位，未能实质有效按照监管初衷开展，在繁杂事务中仍处于被动工作范畴。在市场经济条件下，各级行客户经理对企业潜在信贷风险认识不到位，控制风险能力不强，风险排查工作固定化、死板化。对企业运行过程中存在的问题缺乏深入分析研究，对出现问题的应变能力不强，处理复杂问题的能力不足。

4.下一步工作打算

针对上述问题，20\_\_年我部将重点抓好以下几项重点工作措施的落实：

(一)加强客户营销与维护，有效提升对公存款组织力度。

一是继续推行对公存款定期分析通报制度，将此项工作常态化、落实到对公存款组织的具体工作中，找准相互之间以及同业之间的工作差距，转变思想、理顺思路、改进营销策略，找准切入点、重点出击。

二是高度重视机构上游客户，从上而下抢挖客户资源。重点营销武威市财政系统，逐步从资金源头上抢占一定的份额，以此紧抓与社保、土管、水务、农业、教育、卫生等部门的联系，多渠道掌握资金流动信息，列出推进计划时间表，重点跟进做好服务工作，以增加财政资金在我行的结算量。

三是抓好优质项目积极营销，做好项目资金的结算工作。以项目营销推动对公存款营销工作，下一步继续对重点营销项目库进行完善、梳理，主抓高速公路建设项目资金归集和派生存款营销工作。继续抓好?\_\_?公路建设中下游各施工单位在我行的开户工作和结算服务工作，同时跟踪做好?营双?高速公路建设项目开工前的征地资金归集和施工单位开户工作，以此来推动对公存款营销上台阶。

四是继续做好\_\_\_中下游资金的营销工作。现阶段的主要工作是密切关注下游资金的流向，及时与参与下游治理项目的施工单位进行接触，做到下游资金不流失、少流失的基础上从他行抢挖一块。

五是要加强公司事业法人客户及中小客户的吸存工作，主要针对我行aa级以上法人客户，要加大与客户的沟通和协调，加强流动资金的管理，提高企业加快销货款归行率，压缩企业不合理资金占用，提高流动资金的使用管理。同时要到实地开发研究，确立营销重点，下决心争取一批中小客户，在掌握情况的基础上进行信用等级评定，建立合作关系。

六是细分客户，多策并举，实现客户深度营销。在营销方式上积极为营销项目量身制定营销方案，并通过现金管理平台、常年财务顾问等金融服务，逐步建立客户集群资金在我行系统内封闭运行的良好循环机制。

七是抓住我市财政系统集中支付改革的机会，在保持我行财政资金不流失的同时，积极扩大我行财政系统资金份额。目前我行国库集中支付代理业务除凉州区尚未进行外，其他各支行都取得重大进展。国库集中支付代理业务的开展将为我行维持和深化财政系统业务提供巨大保障。于此同时，我行与国税、地税系统的国库税银联网三方签约进展顺利，截至年底我行完成地税系统签约客户户，国税系统签约客户户。我部将积极配合各支行开展工作，使我行税银联网签约工作取得预计成效。

(二)多策并举、强化营销，促进信贷有效投放。

一是保持原有城市各类优势项目贷款的市场份额，加大力度向国家及市政府确定的重点项目、重点工程以及有政策扶持优势、具备较好成长性的行业及产业主动营销。

二是认真做好信贷营销工作。各行要结合自己的实际，细分市场和客户，确定各层次客户营销名录，对金融资源和客户情况进行细致分析，在全面掌握情况的基础上，突出重点，积极营销有实力、有资源、有发展潜力的客户，通过信用等级评定，掌握情况，以提供结算、开办100%银行承兑汇票、差额银行承兑汇票、进行信贷支持等服务手段，拓展市场和客户。

三是切实加强城市中小客户的信贷营销，两个城市行要根据辖内项目、产业、行业，摸清底子，掌握基本情况，主动介入，对农业产业化龙头企业，有规模、有资金、有实力，发展前景好以及前几年流失的客户，要耐心细致做工作，限度地缩小同业竞争的差别，拼抢高价值客户。

(三)积极探索公司业务经营战略转型策略。

根据国家产业政策、经济环境变化和市场发展趋势，做好对宏观经济、行业发展趋势的分析研究工作，引导全行公司类客户的营销和管理，促进公司业务持续、健康、有效发展。

一是要辩证分析行业整体发展趋势与行业内部企业自身发展个案的关系，做好营销指导工作。公司业务在保持原有城市基础设施建设等优势项目贷款的市场份额的基础上，加大力度向国家及市政府确定的重点项目、重点工程以及有政策扶持优势、具备较好成长性的行业及产业主动营销。积极推行成本精细化管理，提高价值创造水平。根据经济资本和风险定价的管理要求，利用宏观调控的时机，调整客户结构，提升定价水平，结合投行业务以常年财务顾问为业务切入点形成传统业务与中间业务互动，为客户提供增值服务，提升和丰富银企合作的层次和产品组合，提高客户依存度，创造和挖掘更高的客户价值，提高资本回报率。

二是要深入研究内外部经营环境，认真分析市场因素和客户需求变化趋势，加快公司业务经营战略转型，做好长远发展规划。探索研究在提升经营层次、缩短管理链条的同时，有效调动营销人员积极性主动性，提高管理层对市场信息、客户信息的反映敏锐程度，从持续发展角度规划公司业务发展。

(四)抓营销体系建设，完善客户经理考核激励机制。

一是要强调紧密营销。针对我行对公客户数量少、结构单一的发展瓶颈，客户经理要坚持走贴近市场、贴近客户、了解客户的营销战略，从武威工业园区、武威市政府单位等源头上争取客户资源，从而赢得我行营销主动权。各支行主管行长和经理带头跑市场，深入了解客户，实施紧密营销。

二是要强调系统营销。各支行要改变客户部门单兵作战的模式，充分发挥支行乃至全分行系统的整体协同能力，对于不同层次的项目和客户要成立不同层次的项目营销及方案设计小组，由支行行长、公司部经理乃至分行行长亲自参与营销和服务方案的制定，发挥系统团队决策智力优势，提高营销层次和效率。利用多种渠道收集市场信息、客户信息，建立对各类信息的整合、分检、研究、决策的机制，加强全行横向与纵向的联动配合，合力出击，形成系统多层次营销体系。

三是继续完善客户经理考核激励机制。今年我行制定了《中国农业银行\_\_\_\_分行优质项目、优质客户营销奖励办法》，从绩效奖励方面激发客户经理营销积极性，但效果不是很明显。在以后的工作中，我们要不断研究和深化切实可行的对公客户经理办法和营销奖励办法，组织对公客户经理评优活动、充分调动全行员工营销的积极性，鼓励全行员工充分发挥关系资源优势，积极开展业务营销。同时要加强客户经理队伍建设，明确职能定位，提高业务素质。要改变客户经理单一存贷款的传统营销观念，要充实客户经理职能，丰富营销内容，制定存贷款业务、理财业务、中间业务、国际业务等一揽子营销方案，对重点客户进行全方位营销。

(五)强化风险意识，切实加强贷后管理工作。

一是对aa级以上城市对公客户，以贷后管理等形势进行巩固维护，结合对企业生产、经营、发展前景进行调研分析、风险排查，以不断改进服务水平为前提，加强销货款归集回笼，严格监管流动资金的挤占挪用和不合理资金占用，提高销货款的归行率;对没有发展前景和发展前景呈下降态势的客户要认真分析，果断抉择制定退出计划。要根据客户分层次管理的要求，积极做好贷后管理和自律监管工作，主要对直管客户进行调查、分析、评价，提高精细化管理水平，对市分行直管客户及全市产业行业进行研究分析，确保信贷资金安全运行。

二是认真学习执行银监会?三个办法一个指引，切实加强资金支付和贷款用途管理，通过强化贷款发放审核，从根本上规范信贷资金使用，规避和减少贷款挪用风险。

三是强化源头风险防范，落实‘谁营销谁管理、谁管理谁负责’的客户风险管理要求，从客户营销准入阶段就要充分把握和甄别风险，将风险管控贯穿于贷前、贷中、贷后的全过程。

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