

2023年幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动工作总结(精选10篇)

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动总结篇一

(一) 家长的观念逐步改变。

以前有些家长认为幼儿园的区域活动就是教师领着孩子在玩，通过研究家长心理，寻找改变家长教育观念的突破口，进行家长培训，开展家长助教活动，我们发现大部分家长的教育理念明显转变，看到孩子的动手能力、想象力、活动中的语言表达能力都在变，欣慰的说：区域活动完全打破了集体教学时“一刀切、起步走”的模式，尊重了幼儿的个体差异，每个孩子在每次的活动都获得了相应的发展，参与活动的积极性明显高涨，能够有针对性和启发性的指导、评价幼儿的作品。

(二) 家园合作促进教师专业发展。

1. 家园合作强化了教师职业荣誉和奉献精神。作为教师，不仅要精于教书，还要勤于育人，平时我们更多是看到了孩子纯真的一面而和孩子们真正成为游戏伙伴。通过研究家长、熟悉孩子及其家庭情况，使得教师的组织决策能力、献身精神明显高涨，工作积极性大幅转变。在家园合作的过程中，教师了解到幼儿的个性特点、经历和行为方式，便于对不同幼儿因材施教，专业知识得到了提升，被家长的认可和赞誉

激发了她们工作的热情，职业优越感与日俱增。

2. 家长资源推动了教师专业技能。开发家长资源是幼儿园很重要的工作，我们引导和鼓励家长用自身的专长参与幼儿园的区域活动，既使家长们深度了解幼儿园教育，也弥补了教师身上的不足，从家长身上吸收很多优点而转化为自己的教育行为，提高了教师的教育水平。在家园合作中，教师的专业素养、沟通能力得到了提升，不但学会了“益人”，更学会了“益己”，不但促进了幼儿的发展，同时也促进了自身的发展，不但为幼儿健康成长服务，也为自身的幸福工作服务。

(三)使幼儿的被动学习变为主动学习。

区域活动突破了传统教育中幼儿处于被动、静止状态的局面，不是把知识告诉幼儿，让幼儿被动地、静止地去接受，而是把教师通过设计、提供可供幼儿创作的环境，特别是各种活动材料，让幼儿在和环境的相互作用中主动地得到发展。随着对家长资源的不断开发、利用，幼儿在活动中的主动意识，操作探究能力与日俱增，能够自主的选择游戏材料、活动内容和合作伙伴，按照自己的想法进行游戏，独立性和选择性得到了充分的发展，从“要我做”的状态转变成“我要做”的主动意识。

以往我们的区域活动材料比较单一，废旧物的收集与利用规范化、程式化，教师的指导和评价一带而过，幼儿活动时随意性较大，家庭资源匮乏。研究中发现：开展区域活动物力资源和人力资源的利用最为频繁。如：对班级来说面积较大的纸箱不好存放也较难找到，教师则请家长帮助收集并在需要时带到班级来，然后与幼儿一起加工做娃娃家的大门。将不同职业的家长邀请到班级来，通过与孩子的交流互动，让孩子们了解他们职业的特殊性，丰富区域活动的内容，增长孩子们的见识。对财力资源的利用频率相对薄弱，中大班几乎没有，信息资源的利用主要是教师请家长帮助上网查询与

主题相关的信息资料，采用发送短信或留言的方法与教师沟通，从为教师提供信息资源的家长构成来看，年轻的家长占多数，主要是他们能够更好的运用电脑等现代科技产品。

合理利用班级空间环境也是优化区域活动的主要形式。本研究中的空间环境主要是班级内部的阳台、盥洗室、睡房、活动室的墙面、挂件等，外部的走廊、墙面、窗台、公共区域等。教师在楼道里创设公用的“娃娃家”“超市”“自然角”等，利用幼儿的一些废旧床单、衣服、玩具、或是大型的旧纸箱、小纸盒、玩具、常见植物的种子、嫩苗等填充到其中，让幼儿学习照顾弟妹、病人、观察记录、整理货架，以此丰富区角的材料。室内根据主题内容的不同与家长讨论创设动态区域环境所需要的材料，如：“炎热的夏季”“最感谢的人”……家长按自己的职业和了解到的信息提供一些图文并茂的图片，布置到活动室里，环境自然就有了很大的变化。

幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动总结篇二

幼儿园区域活动，在我们的幼儿园工作中很熟悉，我们的区域活动很容易流于形式，使得幼儿园的区域活动显得鸡肋一般。尤其是在区域活动中，教师这个主角的位置在哪我们教师是跟孩子一齐玩，还是只做一个旁观者。在这几年的工作中，我有以下几点体会：让幼儿主动参与区域活动，主动探索学习。

在区域活动中，教师的“教”和幼儿的“学”是一个互动的过程，在区角活动中，教师应尊重幼儿的意愿，激发幼儿自由探索的愿望，培养孩子动手动脑的本事，孩子能够自由选择游戏的材料、方式等，按照自我喜欢的方式进行游戏，让游戏真的成为孩子的游戏。教师协助参与，促进幼儿发展。

在区域活动中，教师是环境的创设者、条件供给者、观察指导者，教师要注意不断的在不一样区域来回的观察和参与游

戏，不能只参与一个区域中与孩子游戏而忽视其他区域幼儿的指导，针对幼儿区域活动中出现的问题，选择恰当的时机参与到幼儿的活动中，与幼儿一齐操作、发现，一齐解决问题，真正体现孩子们的主导地位。

区域活动的指导，教师的介入要适时适度。

教师在区域活动中要发挥孩子的主导地位，按照孩子的意愿进行游戏，不代表教师能够不管不问，而是要找准时机予以介入。比如在孩子有求助行为的时候；发生纠纷现象的时候，发生困难的时候等。教师介入活动时还要适度，多给孩子鼓励、启发、暗示，比如孩子在活动中向教师求助的时候，不是直接告诉他“你应当这样做”，而是说“你能够试着这样做”，尽量让孩子自我去发现与探索。

总之，幼儿园区域活动是幼儿最欢乐的活动，在区域活动中，教师要学会做观察者，引导者和参与者，我们要创造一个适合幼儿主动发展的环境，以游戏为基本形式，调动孩子活动的主动性、进取性，为促进每个幼儿富有个性的发展而努力。

幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动总结篇三

到郑州已经两天了，昨天早上由于下雨火车晚点了将近一个小时，快7点才到郑州，安排好住宿，洗漱完就和这边的经理吴灵敏定好10点在北京华联店见面。由于各店相距不是很远，很快又转了其他几个店，发现大上海这个店客流量很大，当时建议在这个店摆台搞活动，吴灵敏及时找到店内沟通，大概中午12点左右我们的促销台就摆好了，由于当时还没有接到赠品，我们决定暂时利用店内现有的赠品，由于是周末短促也在，店里的长短促两个人给我感觉都挺好的，又积极又踏实，当天销售比平时有明显增长，一周总业绩也有了很大的提升。

这两天在店里促销也发现一些问题，希望能够尽快解决的。

首先，是订货问题，促销员反映公司规定只能每周三订货，每次大概需要4天时间，总是赶在周日或周一，比如本周三定的茉莉眼胶直到今天也没收到，可是店里从昨天就断货了，这样挺耽误销售的，能否协调一下可以随时订货。

再有，这两天有几个老顾客拿着空瓶过来的，要求减10元（因为她们（本文由（）大学生个人简历网提供）知道沃尔玛店和曼哈顿店都可以，这两个店属直营店，尤其沃尔玛店离我们步行不到10分钟），知道我们不允许时就都走了，店员也反映最近有这种情况，挺影响销售的’。还有就是宣传单页问题，这边几乎没有，只有一本台历，没有办法派发，另外我觉得象大上海这种店通过这两天的促销还是挺有潜力的能否考虑上两个促销员。

工作计划：接下来我和吴灵敏商量了一下，想利用周二客流较少的日子统一给大家培训一下产品知识和销售技巧。再有听说过两天直营那边也要在这边有一场大型培训会，建议是否可以考虑让这边促销员也能参加一下。

幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动工作总结篇四

1、关于产品知识：

对于产品知识不是非常的熟悉，对于竞品的信息也没能做到随时掌握，了解同一线品牌在市场上的动态。这点我在今年做的就比较差，对产品的不了解，对于价格不熟悉，在销售过程中会因此而变的很被动，所以在新的年里产品知识是我要突破的重点之一。

2、关于终端：

2.1带着掌控终端的理念去工作，去执行领导交代的任务，但是在实际和经销商博奕过程中并没有真正做到掌控，也没能随时关注销售以及竞品的动态，导致和经销商谈判的过程中很多时候被经销商说服，而不是真正做到去说服经销商，去让经销商跟着公司的脚步一步一步的走下去，从某种程度上说这也严重影响了公司的政策的良性发展。

2.2 关于代理商的合作,由于九鼎宏业也是今年刚加入美的空调代理商队伍,对美的的模式和政策不是很理解,同时由于我自己也是刚进入公司的新人,也没能做到代理商的真正掌控,而且由于代理商之前做的是奥克斯,日立代理,因为这两个品牌的渠道操作很弱,所以对代理商的掌控更是无从谈起,这也更增长了该代理商的个人感觉良好的心态,由于我又是一个新人,所以和他谈判过程中总是处于劣势,这对我下面分销商的工作开展也具有很多困难,主要表现在样机和赠品以及物料的及时配送方面,货物的配送方面尤为突出,还有政策的及时传达,执行都做的不到位。

2.3如果在以上的工作做到之后就是掌控市场平衡，最能体现的就是控价，那么控价的根源有两个1.是终端客户自身控价，2.是按公司的政策对每个客户进行强制执行，可以以负激励的形式来做到，只要能控制根源，就能掌控市场平衡降低负毛利的产生。

3、关于产品的推广：

在公司广告宣传的影响下，店面做好布置原则：如店外做品牌、店内做产品、展区做武器，同时在促销活动之前做好促销准备,及时将促销方案与客户、店面沟通，将信息传递给每个客户，赠品物料及时送到位，相信在产品推广的拉力下，销售做到更好。

4、关于理货：在理货方面，应及时掌握客户的库存结构，根据客户当前自身的库存数量、机型，去年同期的销售，今年

的增长比率，做到让经销商及时备货，把口袋里所有的流动资金压在美的空调上面，而无余钱去囤积其他品牌空调，以保证客户尽努力的经营我司产品。

5、关于促销

一个好的区域经理，一个优秀的大品牌业务代表，他的促销一定也是做的，包括户外广告宣传，节假日以及专卖店的开业的等活动的宣传组织，积极的宣传促销一定会对产品的销售形成很大的帮助，在这方面我个人更是需要得到提高。

6、关于渠道的开发

虽然在一开始接手房山的时候，张总和秦姐就告诉我要大力去开发新的客户，但是在实际操作过程中并没有实际多大的进展，这几个月中也就是把原来没有签约的客户改为签约经销商了，真正开发的也就只有宇康兴业和风帆顺，客户开发和专卖店的开拓应该是来年的重点工作。

以上总结是我在美的3个月对工作的认识，也是我要突破的重点，我非常感谢美的公司的总经理对我工作的指导以及生活上的帮助，我保证我会尽心尽力的跟着领导学习，不辜负领导对我的期望。下面是我新一年的工作规划，做到积极的配合公司政策和跟着领导的脚步完成新一年里的销售任务，不辜负公司对我的信任与培养！

1、部分客户的调整 乡镇客户不在多而要精，坚决推行一镇一点，把最合适公司发展的客户作为最核心的客户加以支持和扶持跟着公司一起成长，把不能适应公司发展的客户慢慢的要请出美的价值连中，争取把的资源给到的客户，保证资源投放的回报。

2、新的客户开发 保证一镇一点，做到所有的乡镇都有美的空调销售门店，不留空白，对竞品的核心经销商做到定期拜访，并

宣灌美的政策的优势,争取拉拢并瓦解竞品的核心经销商,让自身的经销商数量和质量做到的突破。

3、专卖店的开发 专卖店是建立渠道壁垒的主要力量,只要做了专卖店的客户就很难在去经营竞品的产品,使其经营化,专卖店的开发更是自身产品的品牌形象的宣传,争取在3月之前完成5家专卖店的开发,6月之前完成10家专卖店的开发。

4、终端布展的调整 样机摆放主次分明、各客户销售门店挂牌价统一、通过爆炸签或者其他方式突显主销机型,做到有的放矢。

5、梳理客户库存 计划多次数少批量入库,将主推机型可大量给客户保证各型号在10套以上;高端机可依号2或3套备货,库存掌握在套200套左右,并根据客户库存做到随时调整促销方向。

6、促销方案合理化 可根据去年同期的销售分析确定主推的产品线、了解经销商及公司的库存、针对竞品的活动最终确定16年各阶段自身区域促销工作。

以上是我对20xx年3个月工作的总结以及16年工作的计划,前面所有的准备只为提高销售、减少负毛利的产生,我对未来有很大的信心,希望公司多支持我的工作,我会尽全力努力做到更好。

幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动总结篇五

20__年即将过去,这一年给予我很多的收获,同时给予我更多的思考。这一年,我将从工作成果、工作收获,思考,未来工作计划做总结。

一、工作成果

(1) 工作内容，首先从引流方面找突破口，线上添加一些潜在的客户，添加她们的微信。其次是发优质的朋友圈，发圈的好处，影响你的潜在客户，休眠客户，还有增加客户的黏性，让客户了解的最新动态。因为内容可以带给她们价值感，所以你没有被屏蔽。第三写文章引流，写一些客户们很关心的文章，与她们同屏共振，才能获得对方的信任与认可。逛论坛，顶帖吧，玩抖音活跃z在不同的自媒体平台；线下引流就是参加展会，获取一些新的人脉信息，与老客户见面再一次增加彼此之间的信任感，默契感。

(2) 客户管理信息汇总，甄别客户质量，与增加客户的黏性，及时记录好客户的需求；唤醒沉睡客户，比挖掘新客户要节省时间，节省成本；累计客户的名单的同时，删除一些一般客户信息。

(3) 成交客户后，准备客户需求的记录，反馈给总部，跟踪货物何时发货，把第一信息反馈给客户。做好跟踪货物的笔记，货物到达后，第一时间把信息反馈给客户。

(4) 做好售后服务，增加客户对你的信任度，目的是让客户介绍她的朋友给我们，形成一个正循环。不要轻易去得罪一个客户，否则你将会失去她背后的那一群人。_国著名的推销员___说过：“你只要赶走一个客户，就等于赶走了潜在的__个顾客。”所以在任何情况下都不要得罪哪怕是一个客户。

(5) 培训工作，一个是配合电商培训学校培训电商知识，一个是培训我的客户分享一些专业性的知识，例如沙棘方面、销售心得、消费心理学方面等。让客户复制黏贴后，增加销售量。

(二) 工作价值

首先谈一下业务价值，20__年销售业绩占的比重比较大的就原料油，其次是200ml籽油□50ml籽油□50ml籽油贴牌客户贴

了10000瓶(此处做表格呈现)，这一年，我将工作重点放在原料油上，其他规格的产品相对来说比较弱一些，应该是所有产品齐头并进；第二是服务价值，让客户倍增的不二法则就是扶持客户，让客户增加黏性。大到知识共享，小到心得共享，这就必须输出倒逼输入，经常提供一些有价值的知识，让客户得心应手的应用。第三改进价值，因为支持的客户有限，没有形成团队，目前需要建立一个团队。

二、工作收获和思考

收获：

(1)收获了心声，客户经常邮寄一些家乡特产，及孩子的食物、衣物、礼物给我，而且还帮我转发自媒体上写做的文章，同时帮助我宣传沙棘对人体的益处。

(2)收获了业绩，与20__年相比，业绩翻了好几番，让我更有勇气去与一些高人交谈。

(3)收获了自信力，让我知道，做任何事情都有一种敢于接受的心里，这就是一份自信力。

(4)启发，做销售与做其它事情是一个道理，首先销售方面在与时俱进的同时，还得结合现在社会气息，用反向思维来做好销售。还要懂得利用工具思维，比如读书笔记、工作总结，一定要学会利用思维导图这要比较方便；深度思维，要透过现象，抓住原因的能力；有机思维，世间万物都有千丝万缕的联系，一个貌似不合理的安排，背后总会有一个合理的解释；通用思维，就是结合自己的经验，把不同专业的知识，变得为我所用。还有懂的人脉的重要性，结实好人脉，也是成就事业最佳方法之一。

思考：

(1)增加有效的活数据支撑，一定要数据活化，做到心中有数。利用有效的活化数据，做好记录，给生活和工作带来了便利，最终重要的就是节省了时间成本。

(2)继续找好销售业绩中的“头羊”，让头羊帮助后我们销售和介绍客户，形成有序的循环。

(3)嫁接团队，携手共进□a企业平台，结合企业提供的平台，结实好一些人脉，才可以扩张人脉，更好的促进销售□b产品规模，10个凝胶糖果，1健字号，九款植物油等□c利用好已有的圈子，去销售自己，再去销售产品。

三、未来的工作计划

(1)开拓新品渠道，结合产品的特性与老客户联系的同时，还要与时俱进，进行渠道拓宽。

(2)进一步的引流，数据活化，及时跟踪客户，与客户对接。最主要的是建立一个健全的数据库，做好备忘录，做好客情描述，以及客户分类。根据客户分类，选择沟通日期等。目的就是为销售做好细节工作。

(3)建设自己的销售队伍。前期一定要学习辅助销售的书籍，这就需要自己下功夫了，经常性的与自己的客户进行分析，输出倒逼输入是最有效的方式；多与高人学习，建立自己的高人磁场，做一名有知识涵养的新时代销售；建立与时俱进的思维模式，多学习，多思考工作中，生活中的得与失。

以上三点就是我20__年的工作总结，希望每一次的总结，对自己多一份促进。感恩领导给予我们这个平台，感恩朝夕相伴的同事们，感恩基地的每一位辛勤付出的同仁们，感恩生命中所有人的遇见！

幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动总结篇六

大区市场成长发展阶段一般有如下状态：所管辖区域的经销商部分或大部分已开始合作，市场处于继续分销、并且开始树样板市场、样板店阶段，下属人数增加，开始有城市经理、促销主管/促销员（指有终端渠道运作的品牌）。

复制多个“自己”是重中之重的大事。

前面提到，大区经理选择好区域经理之后，不能放任自流，而且更要在市场启动阶段观察和测试区域经理的区域管理能力、人品作风、敬业态度，然后手把手去教、去指正，因为人无完人。在区域市场进入成长发展阶段，区域经理不再只管好自己就行了，同时面临着下属各层级人员的招聘、选、用、留问题，而且这时的市场通过前三个月推动，到底怎么样了，经销商的耐性已经到了极点，所以还会面对经销商热情下降、抱怨牢骚满度等问题；也许连区域经理本人在市场压力和公司压力之下，也坐不住了，或者干脆在混日子了，市场问题非常多。

这时，大区经理要有意识地根据市场特点和区域经理特点，开始复制自己的思想、理念、工作作风到他们身上。重点引导他们做职业发展规划，帮他们看清当时的市场局面，关键要解决的问题，以及他们身上的优缺点，尤其是树立全局观念和管理观念，提供人员管理的技能和方法，帮助他们树立信心，指导或示范解决经销商问题等。比如怎么选人、怎么用人、怎么安排日常工作、怎么检查工作、怎么解决突发事件等。

当然，也有不少大区经理不愿过多帮助下属，因为他认为下属一旦业绩好了，能力上来了，自己就得“丢饭碗了”，这种事情发生有三种情形：一是他业绩好了，而你的整体业绩并不好，他取代了你；二是他业绩好了，你的业绩也不赖，公司要求单列他的市场，或者调到其它市场。三是他业绩好

了，你的业绩也好，结果你升他也升了。稍微仔细想想，就能清楚，这时大区经理的眼界决定了他的前途！

复制市场操作成功思路。

人的心态、理念、管理方法在改进了，而货也铺了，形象也在做了，这时最不能忽视的是区域市场如何突破销量，提升品牌知名度问题。

其实，市场操作本无定论，而且中国的市场差异性太大，个性化强，无法套用任何成熟或其它市场成功的方案。这时，大区经理要善于发现a区域的.阶段性操作的闪光点，善于分析当时当地区域特点，理出一些成功案例的共性点，嫁接到b或c区域中，以点带面，形成突破口，这样下属区域经理就不会在运作中迷失方向，而且容易树立他们自己的信心和经销商信心，起码经销商知道了“我这市场没做好，而a市场做好了，原来是我这里的方法不对，而不是这个牌子/产品不行”。

系统管理流程开始完善和健全。

管理重在持续改进。所以在公司管理系统的基础上，引导和指导区域经理健全和完善细则，显得非常重要；毕竟适用的流程和制度能让区域工作有序开展，离预定目标会越走越近。引导和指导区域经理去做，既能赢得他们认同，便于执行，也能提高他们的管理水平；当然，如果区域经理的本身管理能力较弱，风格较板，是亲自配合他去宣贯培训下属人员，有利于工作推进。

团队培训坚持不懈。

当直接下属有3个人或整个团队有7、8号人马时，就得重视培训工作了，这时可分层面对下属培训，而且要杜绝纯理论的培训，结合熟悉的人和事指导性培训，如区域经理主要是人员招/用/考核/过程跟进/奖罚激励等、经销商本人及其团队

积极性的引导、异议处理、配合重点分销商或门店树立样板等等、自己的时间管理、个人学习成长等。一线员工的敬业精神、具体工作思路方法、个人工作时间的安排、终端推广具体执行方法等。

前期工作再忙，大区经理都不能忽视下属培训，各层级人员有2x3次/月的机会；当然，大区经理本人更要坚持学习成长，否则整个团队的成长也会受到制约。

树立样板，重奖重罚。

一个团队中，大家一团和气，不求进取，就会出问题。所以必须要有竞争，有竞争的环境。而这个环境可以由大区经理创造的。样板树立包括样板区域市场（阶段性业绩）、样板店（形象和业绩）、样板人物（经销商、分销商、区域经理、城市经理、促销员等）、样本操作个案（如某一次成功的终端促销活动，社区活动等）。

一旦启动样板，事先要有清晰思路和计划，根据企业管理特性申请总部尽快签批，让总部明白目的、操作可行性、预期效果、所需费用、执行细则等关键内容。一旦签批后，即对下属做好充分宣传，引导大家积极参与，适时跟踪过程，不要让人感觉有头没尾，尤其第一次活动时，一定要注意定期评比，准时奖励，以树立威信，达成管理目的。

个人工作时间的安排注意事项。（分区域分阶段确定重点）

这阶段的工作量非常大，尤其是中小型企业，无法配置太多的资源和人力，而随着市场的深耕，工作往往没日没夜，这时最忌讳的是大区经理“越忙越乱、越乱越忙”、眉毛胡子一把抓，所以周密的思考，有重点地安排自己的工作时间的显得急为迫切。而且针对不同成熟度的市场和不同个性、能力的区域经理投入的时间要有所侧重。

善于管理上司，借力打力。

聪明的大区经理总是会协调好上司的关系，这既是为自己提供一个“护身符”，更重要的是借力打力，通过一系列的操作成功案例和思路去赢得上司的认同，从而争取资源、争取时间，更重要的是争取通过上司的“嘴”去赢得下属的认可和尊重。但现实中，往往很多大区经理怕销售部经理、营销总经理接触下面人员，为什么？也许怕下属“告状”，也许是怕下属说出市场的“不足”，影响到他本人在上司心目中的形象。任何清醒的上司都知道，人无完人，谁都有缺点，关键是看这人缺点大还是优点大，更何况一个有绩效的大区经理，如果有自知之明，能坦然承认自己的不足，不是更让上司认为这又是你的优点？哪怕直接上司不明理，上头总有明理的人吧？！

幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动总结篇七

我在一本书上看到过这么一句话：“孩子的学习品质包括好奇心、求知欲、认真专注，不怕困难、敢于探究和尝试等内容”，幼儿的挑战性正是这些学习品质的一个核心要素。然而遗憾的是，我国幼儿的挑战性以及培养幼儿挑战性的环境正在丧失。一些研究者指出：中国大多数幼儿园也存在活动缺乏挑战性，问其原因，老师们说：我们也知道挑战性对幼儿的成长有很大的帮助，但是，我们首先保证的是安全，安全是第一位。这样的情况也存在于家庭教育中。因此我们为改变挑战性缺乏的现状，并根据“幼儿园指南”以及“纲要”的试行，实施有挑战性的“区域化户外活动”，让幼儿在活动中得到挑战，在挑战中获得成长。

当教师对孩子说起“挑战”二字，孩子们往往表现出害怕、恐惧，不愿来试玩。孩子们肯定认为是那些活动量很大的，活动难度有点高的，他们不容易玩的项目。实际上，挑战也指向儿童的心理，幼儿认知的挑战，情绪情感的挑战等等。首先，作为教师该做的就是让幼儿认识挑战。我们在每个区

域都设置三种以上的挑战项目，让教师仔细分析，介绍玩法，突破挑战的那个难点，让幼儿接受挑战，在挑战性的活动中，接触新的东西，在接触过程中认识自己，认识自己的'潜能。

本学期开始每班都根据班级的特点精心设计符合幼儿年龄特点的挑战项目，正因为这些让幼儿觉得恐惧的、不敢尝试的活动项目，让教师们有了新的想法。单一的挑战吸引不到孩子们的兴趣及积极性，必须要创设一些情境让幼儿对挑战项目感兴趣，其次是在成功后给予幼儿鼓励，并用奖励聪明豆等形式提高孩子挑战的积极性。比如我们小班的“地道战”，让幼儿独自爬过漆黑的“山洞”，独自穿过晃荡的“小桥”，独自攀岩到最高的顶峰，夺的小彩旗才算挑战成功，才可以得到老师的奖励。孩子们为自己能得到更多的聪明豆在突破种种困境接受新的挑战。

有挑战的活动，同时也存在着一些安全隐患。正是这些安全隐患，才让幼儿有学习与成长的机会。比如：我们小班的攀爬阶梯组合。一个有高度的地方，一个只能放一只脚的木条，有一个需要幼儿很大勇气跨过去的阶梯，很可能幼儿的一个不小心从这些地方摔下来受到伤害，也正因为这些攀爬、平衡、摇荡，让小班幼儿有发展与成长的机会。还有我们中大班的滚油桶，这个可能我们大人都难挑战成功的项目却让我们的孩子尝试挑战并获得成功。幼儿独自爬上这滚圆滚圆的油桶，独自往前行是需要多大的勇气，是要经历无数次的摔下爬上摔下爬上、受伤无数次才能挑战成功的事。也正是在这些种种困境中让幼儿学习怎样让自己不受到伤害，如何学会保护自己等等。

孩子们在慢慢长大，考验也会随之而来，他们在成长的道路上会面临很多的挑战，不管是家长也好，老师也好，只有培养幼儿勇于挑战的勇气与毅力，才能让他们大胆地往前行。

幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动总结篇八

1、关于产品知识：

对于产品知识不是非常的熟悉，对于竞品的信息也没能做到随时掌握，了解同一线品牌在市场上的动态。这点我在今年做的就比较差，对产品的不了解，对于价格不熟悉，在销售过程中会因此而变的很被动，所以在新的产品知识是我要突破的重点之一。

2、关于终端：

2.1带着掌控终端的理念去工作，去执行领导交代的任务，但是在实际和经销商博亦过程中并没有真正做到掌控，也没能随时关注销售以及竞品的动态，导致和经销商谈判的过程中很多时候被经销商说服，而不是真正做到去说服经销商，去让经销商跟着公司的脚步一步一步的走下去，从某种程度上说这也严重影响了公司的政策的良性发展。

2.2关于代理商的合作，由于九鼎宏业也是今年刚加入美的空调代理商队伍，对美的的模式和政策不是很理解，同时由于我自己也是刚进入公司的新人，也没能做到代理商的真正掌控，而且由于代理商之前做的是奥克斯，日立代理，因为这两个品牌的渠道操作很弱，所以对代理商的掌控更是无从谈起，这也更增长了该代理商的个人感觉良好的心态，由于我又是一个新人，所以和他谈判过程中总是处于劣势，这对我下面分销商的工作开展也具有很多困难，主要表现在样机和赠品以及物料的及时配送方面，货物的配送方面尤为突出，还有政策的及时传达，执行都做的不到位。

1是终端客户自身控价，

2.是按公司的政策对每个客户进行强制执行，可以以负激励的形式来做到，只要能控制根源，就能掌控市场平衡降低负

毛利的产生。

3、关于产品的推广：在公司广告宣传的影响下，店面做好布置原则：如店外做品牌、店内做产品、展区做武器，同时在促销活动之前做好促销准备，及时将促销方案与客户、店面沟通，将信息传递给每个客户，赠品物料及时送到位，相信在产品推广的拉力下，销售做到更好。

4、关于理货：在理货方面，应及时掌握客户的库存结构，根据客户当前自身的库存数量、机型，去年同期的销售，今年的增长比率，做到让经销商及时备货，把口袋里所有的流动资金压在美的空调上面，而无余钱去囤积其他品牌空调，以保证客户尽最大努力的经营我司产品。

5、关于促销

一个好的区域经理，一个优秀的大品牌业务代表，他的促销一定也是做的最好的，包括户外广告宣传，节假日以及专卖店的开业的等活动的宣传组织，积极的宣传促销一定会对产品的销售形成很大的帮助，在这方面我个人更是需要得到提高。

6、关于渠道的开发

虽然在一开始接手房山的时候，张总和秦姐就告诉我要大力去开发新的客户，但是在实际操作过程中并没有实际多大的进展，这几个月中也就是把原来没有签约的客户改为签约经销商了，真正开发的也就只有宇康兴业和风帆顺，客户开发和专卖店的开拓应该是来年的重点工作。

以上总结是我在美的3个月对工作的认识，也是我要突破的重点，我非常感谢美的公司的总经理对我工作的指导以及生活上的帮助，我保证我会尽心尽力的跟着领导学习，不辜负领导对我的期望。下面是我新一年的工作规划，做到积极的配

合公司政策和跟着领导的脚步完成新一年里的销售任务，不辜负公司对我的信任与培养！

1、部分客户的调整乡镇客户不在多而要精，坚决推行一镇一点，把最合适公司发展的客户作为最核心的客户加以支持和扶持跟着公司一起成长，把不能适应公司发展的客户慢慢的要求出美的价值连中，争取把最好的资源给到最好的客户，保证资源投放的回报。

2、新的客户开发保证一镇一点，做到所有的乡镇都有美的空调销售门店，不留空白，对竞品的核心经销商做到定期拜访，并宣灌美的政策的优势，争取拉拢并瓦解竞品的核心经销商，让自身的经销商数量和质量做到最大的突破。

3、专卖店的开发专卖店是建立渠道壁垒的主要力量，只要做了专卖店的客户就很难在去经营竞品的产品，使其经营最大化，专卖店的开发更是自身产品的品牌形象的最好宣传，争取在3月之前完成5家专卖店的开发，6月之前完成10家专卖店的开发。

4、终端布展的调整样机摆放主次分明、各客户销售门店挂牌价统一、通过爆炸签或者其他方式突显主销机型，做到有的放矢。

5、梳理客户库存计划多次数少批量入库，将主推机型可大量给客户保证各型号在10套以上；高端机可依号2或3套备货，库存掌握在套200套左右，并根据客户库存做到随时调整促销方向。

6、促销方案合理化可根据去年同期的销售分析确定主推的产品线、了解经销商及公司的库存、针对竞品的活动最终确定09年各阶段自身区域促销工作。

以上是我对20xx年3个月工作的总结以及09年工作的计划，前

面所有的准备只为提高销售、减少负毛利的产生，我对未来有很大的信心，希望公司多支持我的工作，我会尽全力努力做到更好。

幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动总结篇九

年终快到了，作为区域销售经理应该拿出一份比较像样的总结报告，怎样的总结才能既让公司领导满意，又对来年的工作具有指导作用呢？认为虽然漂亮的各种格式化总结报告很多，但是万变不离其中，关键是要抓住二个要点：总结要客观、既有成绩也有问题，要用数据和事实说话，要分析存在问题的本质性原因；总结中还要有计划，既要计划任务分解落实，还要有可行的方法解决存在的问题，并且找到其中的增长点。

一、当年市场工作总结

1、情况概述

客观地表述任务完成情况，取得的成绩，要用数据说话。

比如：今年公司下达的销售任务指标是多少，实际完成了销售任务多少，超额完成任务或离任务的差距是多少，达到人均消费者多少，与去年相比增长率是多少，各项经用开支多少，完成利润多少。市场占有率多少，与去年相比增长了多少，产品见货率多少，是提高还是降低了。经销商网络情况如何□a类、b类、c类各有几家，销售队伍情况如何等等。只报大账和特别需要说明的数据，不需报细账，否则成了数据分析报表。

2、简要分析

针对上述的事实(数据)，简要分析其原因，是行业形势、竞品原因、公司政策、还是其它原因所致。

3、特别说明

若是成功的经验，对公司其它市场有指导意义的，需要简洁、生动的表述成功的典型案例或经验，可让公司宣传鼓舞士气或在其它市场推广。若是区域市场运作上存在明显的不足或严重的问题，需要对不足之处和问题进行深刻的剖析，如网络构建问题、销售队伍问题、新产品开发问题、消费者沟通和启动问题等，要找出问题的根本性原因，分析清楚问题出在那一个环节段上，如广告促销火候不到，差几成。

二、明年工作计划

1、要全面

将总体的目标任务分解成各个阶段、各个区域的子目标。将任务落实到人(经销商和对应的销售人员)，对各种资源进行合理的配置。最好用表格、数据说明，力求仔细、认真、全面、准确。或者可以用附件的形式详细说明，但是工作总结一定是少不了明年的打算，如果公司的习惯是单独行文的，那么在报告里只要把简要的打算、主要的思路表现出来就可以了。

2、要到位

目标需要有措施的支持，通过什么措施、配置什么资源，达成什么目标。先落实有把握的目标，期望达到的目标要另行说明，不能混为一谈，否则就会让领导感到不踏实、不到位、不放心的感觉，自己也容易搞糊涂，误将理想当现实。

3、要有突破和亮点

突破，一般可以从今年存在的主要问题着手，今年的主要问题已经在总结中分析清楚了，公司领导也早已看在眼里，要集中精力抓一个问题，虽然一个市场问题可能是成千上万，

但是只要解决了一个主要矛盾其它矛盾就会迎刃而解。通过正确的方法、严密思维、准确有效的措施努力在突破中创造出新的销售增长点和亮点。

市场、销量、品牌还需要厚积薄发，一年解决一个主要问题，上一个台阶，而且是说到做到了，第二年你再写这样的报告，领导就相信你，就能得到应有的支持。这样的市场工作总结报告是领导最愿意看到的报告，也是最具实效性的报告。

幼儿园区域工作总结 幼儿园区域活动总结篇十

20__年对于我来讲是成长的一年、奋斗的一年、学习的一年、是感恩的一年。感谢接纳我工作的公司，感谢敦敦教诲的领导，感谢团结上进的同事帮助鼓励，感谢在我沮丧时鼓励我给我打气相信我的朋友，感谢那些给我微笑，接纳我的人，因为他们的帮助、认可、信任、鼓励才能使我更加乐于我的工作，更加热爱我的工作。

销售是一个竞争非常大的行业，也是最能锻炼人的行业。刚开始工作的前一个月真的很没有信心，业绩没有上升，我除了天天的拜访和宣传，我不知道我还能从哪方面进行努力，两个月过去的时候，我已经不能说是一名新员工，市场我已经慢慢熟悉了，跟大部分的客户应该也算是熟悉了，可是月底销售总结的时候，我傻眼了。那个时候的夜晚总是让人难以入眠，躺在床上，关着灯，眼睛睁开着，看着由外渗入的一点微弱的光，怎么也没有睡意，脑子里都在想，明天该做什么，要见什么人，跟他们聊什么，希望得到什么样的结果，每晚都在想的问题，天天都照着做。可我心里是没底的，不知道这样下去成绩是否能上升。假如三个月试用期后我达不到公司的要求，我将如何?面对眼前的市场，我也没有信心了。但我还是希望在我的努力下，希望能有稍好的成绩，能让我继续这份工作。

就这样生活还在一如既往的发生变故，而唯一不能变的就是

自己对工作的态度，不管怎么样，每个工作日都容不得半点偷懒半点松懈，因为竞争无处不在，竞争者只要看见有一个空子，就一定会手插进来扰乱你的平衡，当然没有竞争就没有动力，就没有市场。

不管明天迎接的是什麼，统统接招，积极应战。

本人20__年的计划如下：

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。

在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

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。

一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备才有可能不会丢失这个客户。

对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。