

# 2023年留守学生调查问卷 中小学校劳动教育开展情况的调研报告十(实用5篇)

总结不仅仅是总结成绩，更重要的是为了研究经验，发现做好工作的规律，也可以找出工作失误的教训。这些经验教训是非常宝贵的，对工作有很好的借鉴与指导作用，在今后工作中可以改进提高，趋利避害，避免失误。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 水泥销售半年工作总结篇一

### 一、主要指标完成情况

1. 销量：1-12月份水泥销售数量2259386.99吨。年初制定水泥销售计划273万吨，完成销售计划的82.76%。与去年同期销量2332474.13吨相比减少销量73087.14吨，降幅3.13%。没有完成销售计划，欠计划销量470613吨，供大于销。

2. 品种结构销售情况：32.5等级水泥销量1726548.84吨，占总销量的76.42%。其中金牌水泥销量418067.9吨，占销量的18.5%。42.5等级水泥销量530314.36吨，占销量的23.47%。52.5等级水泥销量1587.25吨，占销量的0.07%。散装水泥销量430862.89吨，（其中32.5等级水泥销量92674.18吨。42.5等级水泥338188.71吨）占总销量的19.08%。纸袋包装占24.37%，编织袋包装占56.03%。符合袋包装占0.52%。

3. 运输情况：公路，铁路运输基本正常。主要是公路运输，4月14号受高速公路计重收费的影响，汽车核载量减少25-30吨，计重收费前运量75-90吨，计重收费后运量50-60吨，运输成本增加15元以上。（原来运温州市场运价58-65元，宁波48元。）

销售价格较低。温州西、东站中转库出库价格在290元左右，出现亏本销售状况。包装水泥在农村市场有较好的信誉，市场反馈良好，水泥市场销售的价格较高。同一般粉磨厂家水泥相比要高50元/吨以上。下半年从7月份开始我省节能减排，停电，运量减少的情况下，协同提高水泥价格，效果较好。上半年水泥平均销售价格236元/吨，下半年水泥平均销售价格304元/吨。全年水泥平均销售价格276元/吨。

5. 应收货款回收情况：各区域每月按公司限额资金周转，基本控制在周转范围（除重点工程、搅拌站）今年没有出现赊账现象。计划应收款在春节前回收率达100%。

## 二、主要工作

1. 销售部按照公司制定水泥销售计划，各区域制定好年月水泥销售计划，并细分市场客户。

2. 每月召开销售工作会议，各区域负责人对本月完成销售、工作情况，存在问题进行分析总结汇报，同时制定下月水泥销售工作计划。

3. 严格按照公司制定的水泥销售责任制考核办法，各区域每月完成销量，水泥销售平均价格，应收货款回收情况进行考核。

4. 水泥销售网络建设，扩大销售渠道，首先巩固好老市场，引导客户承接工建项目，开发新市场，今年开发新市场14户。温州（市区，洞头县）福建省（福州，南平）江西（铅山）台州（嵊州，三门，天台，仙居）丽水（碧湖镇）金华（义乌，永康，武义）。承接商品混凝土公司9家（温州1家，丽水2家，金华2家，衢州1家，福建1家，江西1家）。积极参加重点工程项目招投标工作，今年中标龙庆高速工程4标段，京福铁路客专线1标段，杭长铁路客专线浙江段7标段。

可靠的决策依据。

6. 规范区域市场，保护好营销秘密，确保市场秩序的稳定，稳定市场水泥销售价格，维护好客户的利益，对区域相互串市场的客户，严格按照公司之规定进程罚款。

7. 做好水泥销售的售前、中、后服务工作，及时处理好顾客的投诉，得到顾客的理解和支持。

8. 准确宣传产品信誉，塑造品牌形象，做好产品的广告宣传工作。

9. 存在的问题。

(1) 没有完成今年的水泥销售目标，欠销量470613吨。

(2) 市场细分化管理工作还存在不足，空白市场工建项目工程开发较少。

(3) 掌握市场信息方面工作做的不够到位，有的信息反馈不准确。

### 三、2011年水泥销售工作计划

按照公司制定的2011年水泥销售计划270万吨，要完成全年水泥销售计划，销售任务重，面临的销售压力大，特别是浙江水泥行业产能过大，供大于求较为突出，水泥市场竞争更加激烈。在新的一年里，销售部要进一步转变观念，在思想上要引起高度重视，要充分认识到销售工作的艰巨性，要有紧迫感、危机感。作为销售工作，销量是第一位的，要自我加压，树立信心，去克服种种困难，多动脑筋、想办法，采取

积极有效的措施和办法促销，千方百计、百计千方的寻找新的增长点，力争完成全年水泥销售任务。

具体工作：

1. 明确职责，要发扬团队精神，相互沟通市场信息，做到分区域负责销售不分家。

进行整合，寻找新客户。对空白市场，特别是农村乡、镇市场开发，要消灭空白市场。同时，要掌握好市场信息，竞争优势、竞争对手、市场占有率，并将准确信息反馈给公司领导，提供决策依据。

3. 加大重点工程、工建项目、混凝土搅拌站的开发力度，积极参加重点工程的招投标工作，要引导客户多承接工建项目。江山大老虎，江山虎金牌品牌，各区域市场要充分利用好。

4. 进一步加强与顾客的沟通，巩固好老市场，继续扶持客户做大做强，培育好月销量过万吨以上客户，关键要靠我们的服务，要进一步做售前、中、后的服务工作，对客户提出的问题要及时解决，不能拖，去赢得用户的信任。

5. 在销售策略上，要采取灵活多样的促销办法，规范好区域市场，稳定市场销售价格，维护好公司和客户的利益，对串市场的客户，要严格按照公司规定进行处罚。

6. 做好公路，铁路的运输工作，要及时掌握好运输信息动态。

7. 进一步做好应收货款回笼工作，建立与客户对账制度，严格开票前的审核制度，特别是新用户（工建项目）的货款，杜绝赊账行为的发生，力争应收货款回笼率100%。

8. 进一步加强自身建设，学习国家法律法规。学习业务知识，学习先进单位的管理经验，提高工作质量和服务质量，适应

水泥销售工作的要求，做一名合格的销售员。

销售部

2011年1月5日

## 水泥销售半年工作总结篇二

1. 销量：1-12月份水泥销售数量2259386.99吨。年初制定水泥销售计划273万吨，完成销售计划的82.76%。与去年同期销量2332474.13吨相比减少销量73087.14吨，降幅3.13%。没有完成销售计划，欠计划销量470613吨，供大于销。
2. 品种结构销售情况：32.5等级水泥销量1726548.84吨，占总销量的76.42%。其中金牌水泥销量418067.9吨，占销量的18.5%。42.5等级水泥销量530314.36吨，占销量的23.47%。52.5等级水泥销量1587.25吨，占销量的0.07%。散装水泥销量430862.89吨，（其中32.5等级水泥销量92674.18吨。42.5等级水泥338188.71吨）占总销量的19.08%。纸袋包装占24.37%，编织袋包装占56.03%。符合袋包装占0.52%。
3. 运输情况：公路，铁路运输基本正常。主要是公路运输，4月14号受高速公路计重收费的影响，汽车核载量减少25-30吨，计重收费前运量75-90吨，计重收费后运量50-60吨，运输成本增加15元以上。（原来运温州市场运价58-65元，宁波48元。）
4. 市场行情及价格情况：由于我省水泥行业产能大，水泥市场供大于求较为突出，市场竞争十分残酷，上半年主要受阴雨天气较多的影响，4月16日高速计重收费后影响较大，特别是路程较远的温州、宁波、台州市场，由于核载量减少了，运输成本每吨增加15元以上。竞争难度大，工建项目工程动工少。有的工建项目，打桩工程，粉刷水泥都是采用水泥价格较低的品牌，用户认为只要质检部门坚持合格就可以使用。

多县市工建项目，打桩，甚至郊区的农户联建房都使用商品混凝土，包装水泥销量明显下降。42.5等级的散装水泥销售量明显提高，各县市都有商品混凝土公司，温州地区现有37家。温州市区就有17家，上半年温州市场42.5等级散装水泥销售价格较低。温州西、东中站中转库出库价格在290元左右，出现亏本销售状况。包装水泥在农村市场有较好的信誉，市场反馈良好，水泥市场销售的价格较高。同一般粉磨厂家水泥相比要高50元/吨以上。下半年从7月份开始我省节能减排，停电，运量减少的情况下，协同提高水泥价格，效果较好。上半年水泥平均销售价格236元/吨，下半年水泥平均销售价格304元/吨。全年水泥平均销售价格276元/吨。

5. 应收货款回收情况：各区域每月按公司限额资金周转，基本控制在周转范围（除重点工程、搅拌站）今年没有出现坏账现象。计划应收款在春节前回收率达100%。

1. 销售部按照公司制定水泥销售计划，各区域制定好年月水泥销售计划，并细分市场客户。

2. 每月召开销售工作会议，各区域负责人对本月完成销售、工作情况，存在问题进行分析总结汇报，同时制定下月水泥销售工作计划。

3. 严格按照公司制定的水泥销售责任制考核办法，各区域每月完成销量，水泥销售平均价格，应收货款回收情况进行考核。

4. 水泥销售网络建设，扩大销售渠道，首先巩固好老市场，引导客户承接工建项目，开发新市场，今年开发新市场14户。温州（市区，洞头县）福建省（福州，南平）江西（铅山）台州（嵊州，三门，天台，仙居）丽水（碧湖镇）金华（义乌，永康，武义）。承接商品混凝土公司9家（温州1家，丽水2家，金华2家，衢州1家，福建1家，江西1家）。积极参加重点工程项目招投标工作，今年中标龙庆高速工程4标段，京

福铁路客专线1标段，杭长铁路客专线浙江段7标段。

5. 进一步加强与客户的沟通，每月安排出差，深入市场，调查市场行情、动态，经常性走访客户，征询顾客对产品质量和服务质量的意见及要求，技术将信息反馈给公司领导，提供可靠的决策依据。

6. 规范区域市场，保护好营销秘密，确保市场秩序的稳定，稳定市场水泥销售价格，维护好客户的利益，对区域相互串市场的客户，严格按照公司之规定进程罚款。

7. 做好水泥销售的售前、中、后服务工作，及时处理好顾客的投诉，得到顾客的理解和支持。

8. 准确宣传产品信誉，塑造品牌形象，做好产品的广告宣传工作。

9. 存在的问题。

(1) 没有完成今年的水泥销售目标，欠销量470613吨。

(2) 市场细分化管理工作还存在不足，空白市场工建项目工程开发较少。

(3) 掌握市场信息方面工作做的不够到位，有的信息反馈不准确。

按照公司制定的20xx年水泥销售计划270万吨，要完成全年水泥销售计划，销售任务重，面临的销售压力大，特别是浙江水泥行业产能过大，供大于求较为突出，水泥市场竞争更加激烈。在新的一年里，销售部要进一步转变观念，在思想上要引起高度重视，要充分认识到销售工作的艰巨性，要有紧迫感、危机感。作为销售工作，销量是第一位的，要自我加压，树立信心，去克服种种困难，多动脑筋、想办法，采取

积极有效的措施和办法促销，千方百计、百计千方的寻找新的增长点，力争完成全年水泥销售任务。

具体工作：

1. 明确职责，要发扬团队精神，相互沟通市场信息，做到分区域负责销售不分家。
2. 做好市场精细化管理工作，进一步加大市场开发的力度，要多出差跑市场，深入市场，对区域市场没有增量的客户，要进行整合，寻找新客户。对空白市场，特别是农村乡、镇市场开发，要消灭空白市场。同时，要掌握好市场信息，竞争优势、竞争对手、市场占有率，并将准确信息反馈给公司领导，提供决策依据。
3. 加大重点工程、工建项目、混凝土搅拌站的开发力度，积极参加重点工程的招投标工作，要引导客户多承接工建项目。江山大老虎，江山虎金牌品牌，各区域市场要充分利用好。
4. 进一步加强与顾客的沟通，巩固好老市场，继续扶持客户做大做强，培育好月销量过万吨以上客户，关键要靠我们的服务，要进一步做售前、中、后的服务工作，对客户提出的问题要及时解决，不能拖，去赢得用户的信任。
5. 在销售策略上，要采取灵活多样的促销办法，规范好区域市场，稳定市场销售价格，维护好公司和客户的利益，对串市场的客户，要严格按照公司规定进行处罚。
6. 做好公路，铁路的运输工作，要及时掌握好运输信息动态。
7. 进一步做好应收货款回笼工作，建立与客户对账制度，严格开票前的审核制度，特别是新用户（工建项目）的货款，杜绝赊账行为的发生，力争应收货款回笼率100%。



8. 进一步加强自身建设，学习国家法律法规。学习业务知识，学习先进单位的管理经验，提高工作质量和服务质量，，适应水泥销售工作的要求，做一名合格的销售员。

## 水泥销售半年工作总结篇三

20xx年已过半，在上级领导和同事的关心支持下，较好地完成了本职工作，现对上半年工作得失做以下总结。

20xx年上半年所辖区域xx□xx□预算量xx万吨，实际完成xx万吨，完成预算的%。

上半年整体市场受天气、资金等影响需求趋弱，省内xx等品牌持续以宣传及价格优势稳定市场□xx等品牌为消化库存以有竞争的价格布局xx市场，为争抢有限的需求在价格上明争暗斗xx城区强制使用商混，竞合品牌以多品牌战略抢占装修粉刷市场。

1、勤跑市场，拓展区域基础销量。根据xx市场销量形势及经销商区域拓展程度，对销售渠道进行划分，将，开发；走访江西资溪市场，将所了解的竞争品牌价格信息与经销商可承受价格上报领导，经对比因售价低暂不考虑开发。

2、深入市场，提升售后服务质量。售后服务也是销售的关键环节，遇到质量、装运等方面投诉时，及时上报领导并与相关部门沟通，争取大事化小，小事化了；上半年妥善处理xx等投诉。

3、数据分析，加深对市场的认识。走访市场，通过门店、工程方、终端用户等渠道了解竞争品牌基础、工程价格及运价，并与我司品牌对比，找出差距；每日关注客户完成量与预算量的差距，了解增加或减少的原因，产生问题采取措施办法解决；月末了解竞争品牌上月销量，大致把握市场需求量。

4、加强与生产部门、竞合品牌的沟通。遇到质量、装运等方面问题时，及时与生产、化验相关部门沟通，了解情况及解决问题的期限；市场情况若有变动，即与竞合品牌业务经理、一二级商沟通了解，确认并上报。

1、资源储备不充分。走访市场，未能充分进行备选经销商的储备工作，导致当销量较大的客户一流失，未有后续的量可跟进，严重影响完成率。

2、基础销量仍较薄弱。原固有部分基础经销商受价格等因素影响，积极性有下降，部分乡镇区域仍属空白；新开发基础经销商同时经营2—3个品牌，比利销售，炼石销量未有大的提升。

3、袋装销量偏弱，上半年散袋比64：36，未达到年度营销会下达的指标。

4、市场敏锐度不够。市场出现变化时，未能及时了解确认并提出应对举措。

5、市场开拓力度不足。区域价格竞争激烈，炼石虽相对价高，但仍有属于炼石的蛋糕，销量未有大的提升关键在于市场开拓力度不足。

1、江西、浙江等外省品牌水泥进入，价格较难协同。受物流可达性及本区域库存相对高影响，江西、浙江等外省品牌纷纷进，但以上市场仅仅是外省品牌的存在市场，当其库存高时就以低价进入倾销，当其自身水泥好销时就提高价格，所以几乎不受我省行业协会的协同，其价格变动可以滞后也可以少调，影响了协同的积极作用。

2、竞争对手实行多品牌营销策略，进一步分割了市场份额。

3、价格已逐渐成为购买的风向标。水泥趋于同质化，消费者

有充分的购买理性，市场供给大于需求，品牌竞争激烈，以上种种因素都促使厂家、经销商开始拼价格，价格并逐渐成为经销商选择代理品牌、消费者选择购买品牌的风向标；部分经销商并以此向厂家压价，由此产生恶性循环。

4、经销商的忠诚度下降。一、二级商同受利益导向、政策不持续性的影响，或同时经营2—3个品牌，或积极性下降，影响销量。

1、巩固拓展基础及工程终端销量。了解销量变化的深层原因，提出应对举措，巩固原有基础销量，开发空白区域乡镇市场；密切跟踪，争取进入。

2、勤跑市场，做好经销商储备。主要针对竞合品牌一二级商、工程承建商、终端等，提前储备。

3、每月按计划任务与经销商沟通，细分到一、二级商及各工程项目。跟进落实的过程，产生问题采取解决办法解决，对流失的客户影响量需增补或政策支持。

4、积极多渠道了解市场信息，及时汇报以供领导决策。勤与竞合品牌业务经理、一二级商等沟通，多渠道了解市场信息以供上层决策。

5、做好售后服务工作。多学习水泥相关方面知识，多与前辈、生产部门沟通，及时处理客户提出的问题，做好售后服务工作。

6、密切关注生产、库存情况，加强产销协调相互沟通。

## 水泥销售半年工作总结篇四

20××年即将过去，我来到中联水泥已经有九个多月的时间。感谢中联水泥各位领导对我的关心和信任，感谢中联水泥为

我提供了发展的平台，让我在工作和学习当中不断地成长、进步。回顾过去的这九个月的时间，那是我人生中最重要的一段，让我学到了很多在学校里不能学到的东西。在此，我感谢四川运营管理区的各位领导，感谢安县中联、北川中联的各位领导，是您们的关心，才能让我在工作当中得心应手，学到我梦寐以求的真正本事。

我于20××年3月1日进入安县中联水泥有限公司，在这里，我主要负责协调矿山工作的各项事宜、进行前期的水泥市场调研工作、整理供应处的各项供应合同资料。随后中联水泥四川运营管理区组建营销中心，我于20××年6月17日到达北川中联水泥有限公司，正式进入四川运营管理区。根据公司安排，我被划分到德阳区域销售部，主要负责德阳片区安县袋装水泥市场的市场调研——市场开发——销售——售后服务的一系列工作，并且承担与安县中联生产基地协调的各项工作。下面我就20××年6月17日至今这6个月的工作向领导作一个简要的汇报。

- 1、进行了市场调研，熟悉了安县乡镇环境和大概的市场需求量。
- 2、进行了市场开发，走访了安县区域绝大部分的水泥经销商，并通过各种方式与这些水泥经销商进行了联系与沟通，掌握了大量的客户资料，在每个乡镇布好了网点。
- 3、进行了销售工作，在公司领导的正确决策下启动了安县袋装水泥市场，并取得了一定的销售成绩。
- 4、辅助市场部，进行了安县袋装水泥市场的墙体广告寻找工作，在当地树立了中联品牌的影响力。
- 5、做好了各类顾客的售后服务，多数客户对我抱有信心，基本未接到顾客的服务质量投诉。

- 1、对安县区域竞争对手的价格变动未能做好充分的反应，在竞争上处于滞后状态，往往在销售工作上处于被动。
- 2、对于客户的控制及管理未能真正落实到位。在几次价格变动后，丢失了少部分客户。
- 3、对于销售渠道的掌控和市场的规范还不是很到位，导致客户出现一些小小抱怨。
- 4、在工作中思想较为单纯，工作方法较为简单，看待问题有时比较片面，在处理一些问题上还不够冷静。

## 水泥销售半年工作总结篇五

每年的中层干部考核述职发表会，实际也是一次很好的中层干部的培训会。大家从不同的工作领域、不同的工作角度、不同的思想认识，形成了一次相互间很好的思想火花的交汇和碰撞，收到了预期的目的和效果。

作为企业基层干部的培训不仅要重视在工作实践中的培训，也应该重视在理论上的提升培训，正如毛泽东所述“学习实践再学习再实践”，这样才能使我们的干部培训得更加有效，成长得更加全面。

中层干部扮演着承上起下的角色，俗话说：基层靠实干，中策靠水平，高层讲信任。中层干部要想成为一名出色的管理者，必须要学会“无条件的执行”——服从。管理艺术是发出命令与执行命令的一个奇妙的混合物，三分决策，七分执行。“在你能够管理之前，你应该学会怎样服从”中层管理者要谨记一点：你是来协助上司完成决策的，你并不是制定决策的人。所以，上司的决定，哪怕不尽你的意，甚至与你的意见完全相反，当你的建议无效时，你也应该完全放弃自己的意见，全心全力去执行上司的决定，执行力就是竞争力，成败的关键在于执行。我想，作为基层的中层干部，这些就

是当前我们最需要培训得到提高的内容之一。

我很高兴今天有机会和大家进行交流，下面我把我自己  
在20xx年度的工作向大家作陈述报告，希望大家批评指正和  
帮助。

在职期间本人严格按照各级党组廉洁自律的规定要求自己，  
自觉做到忠于职守，尽心尽责，全身心投入到公司赋予的各  
项工作之中。

在做好本职工作的同时，本人还注重政治本质和理论水平的  
提高，确保正确的政治方向。认真学习马列主义、毛泽东思  
想、邓小平理论和“三个代表”重要思想，中共中央关于党  
建、社会主义建设的新理论、新思想，牢固树立正确的人生  
观和价值观。在思想上、政治上与党中央、上级领导保持高  
度一致。一贯反对铺张浪费，从未搞任何形式的特殊化，个  
人做到了洁身自好，清廉从政。能够严格要求身边人不徇私  
舞弊，不任人唯亲，不与民争利。

在20xx年度，受公司委托，我继续主持熟料分厂的全面工作  
并且担任公司生产作业长。管理范围包括生产、成本、安全、  
质量、设备维护、对外协调、培训、节能环保、内部考核、  
各项制度建立及落实等等。在本年度中，我紧紧围绕着公司  
的任务和指示，对熟料分厂的生产任务指标进行逐项分解把  
生产任务细化到月和各班组。

如何分解55万吨熟料指标，实现公司号召的新年首季首月开  
门红，我积极组织分厂各班组长就20xx年的生产形式、设备  
状况、原料条件等等作了详实可行的分析，最后确定了任务  
分解和考核，并且上报公司认可。为实现年终目标确定了基  
础。在生产中我主持制订了产质量与绩效工资挂钩制度、产  
质量考核办法、季度安全考核等等利于促进生产的规章制度，  
并且始终贯彻落实在每天、每月中，最终在窑系统大修、市  
场导致煤炭质量下降、受季节变化影响多次停电限电的情况

下，实际生产时长323天（20xx年12月29日—20xx年xx月17日）的时间里。生料磨完成生料磨制任务为780358.25吨，完成年度生产计划指标的88.67%；回转窑完成熟料煅烧生产任务为445919吨，完成年度生产计划指标的81.07%，熟料质量合格率在80%以上。取得以上成果，得利于公司的正确领导，各部门的支持，也得利于广大员工的大力支持和艰辛劳动，在这里我表示深深的感谢。

料生产的要素积极向领导提出合理化建议。最终在煤粉品位下降、原料质量波动、原料水份突出等多方困难下实物煤耗控制在175kg

□

我认识到熟料煅烧操作工作技术含量相对较高，为全面完成公司任务思想动员工作也日趋重要。我们充分利用班组和车间管理体制，在日常操作、安全常识、市场形势、工艺技术、设备管理等方面对员工进行培训和讲解，每周二我要求中控室组长开展中控操作分析、总结、学习会议，周日由我亲自组织每周的生产分析、总结学习会议；我对班组长以上干部提出提高员工综合能力的要求。口号是“员工自身能力不高不是领导责任，而在工作中能力得不到提高是领导责任”。围绕着这个思路要求每个班组长首先必备先进优秀思想素质，然后以点带面开展工作，取得了较好的效果。

公司的规章制度就和国家法律一样，是一种约束员工文明操作的行为规范，对每个人都具有约束力。为此我主张制度的制定必须有落实、有检查，并且进行分解，尤其要体现在班组长的考核上，再由班组长具体管理员工。在工作中发现制度不完善存在漏洞就组织班组长讨论并修改，日积月累制度的完善修改得到提高。作为生产作业长我在公司所有机修人员中挑选出相对出色的机修工作为常白班使用，实行常白班机修工合并使用分开管理办法最终形成上下一心的合力，用实际行动维护了制度的尊严。

作为生产作业长我深刻认识到设备运转率就是我的核心工作，更具实际情况窑系统、生料系统、煤磨系统、水泥制成系统设备运转连续性要求高，每个单台设备的运转好与坏直接影响整个公司的工作计划。我在结合公司设备管理办法的同时要求熟料分厂、水泥制成车间、包装系统制定实行每台设备分配到个人、划分责任到人的方法效果明显。短时间内设备卫生基本达到了设备见本色、极大的减少了设备的跑、冒、滴、漏现象，设备利用率达89.86%以上。

在8月份进行窑系统大修时针对煤磨平时饱磨现象频繁存在安全隐患现象的主要原因是下料的不稳定，为此我决定在煤磨磨头入口处加装一台计量称从实际运行后的情况来看饱磨现象确实得到了改善。从而安全隐患也得到了彻底的排除提高了煤磨系统的安全运转系数，篦下拉链机围墙的加固和内部结构的改造等等一件一件问题的解决和处理，做到了边设计、边施工、边生产，真正做到了技改、生产两不误的效果，在平时工作中职工提出变更意见上百条，做到积极配合公司其他部门。工作中我们取得了一定成绩，但是也暴露出很多不足，总结了很多经验教训。

尽管本人在工作中取得了一定的成绩，但是在实际工作当中也存在一些不足之处。主要表现为：生产中能耗高、中控操作员水平偏低、班组长管理落实不到位、现场劳动纪律差事物的发展总是在推陈出新。不充电，个人素质难以提升；不改革，企业难以展开腾飞的双翼。今后，我将加强学习，提高思想觉悟、工作能力和管理水平；我将与分厂所有班组长一起带领全体员工探讨生产技术，解决包括现场管理、操作技术提升等诸多不足切实解决好生产问题和职工切身利益在内的系列问题，促进分厂健康长远发展。

在此，我有信心和班子成员一道，广泛采纳大家好的建议，融入到我们促进生产的各项管理办法中去，完善生产战略，一心为公、廉洁自律、求真务实、开拓创新、奋发进取，为公司在年里夺取更加辉煌的业绩而努力奋斗！



## 水泥销售半年工作总结篇六

20xx年在紧张的工作中临近岁尾，作为水泥厂出纳，我在收付、反映、监督、管理四个方面尽到了应尽的职责，在过去的一年里在不断改善工作方式方法的同时，顺利完成如下工作：

- 1、与银行相关部门联系，根据工作需要提取现金备用。
- 2、核对保单，与保险公司办理好交接手续，完成对我公司职工的投保工作。每月按时交公司按揭款。
- 3、做为现金出纳，每天对收入和支出的凭证要认真核对，及时记帐。月底和会计对帐、盘点，做月报表。
- 4、做好20xx年各种财务报表，并及时送交部门领导。

- 1、迎接公司评估，准备所需财务相关材料，及时送交部门领导。

- 2、为迎接税务部门对我公司帐务情况的检查工作，做好前期自查自纠工作，对检查中可能出现的问题做好统计，并提交领导审阅。

- 1、严格执行现金管理和结算制度，定期向会计核对现金与帐目，发现现金金额不符，做到及时汇报，及时处理。从无坐支现金。

- 2、根据会计提供的凭证，及时发放职工工资和发放工费。

- 3、坚持财务手续，严格审核，对不符手续的票据不付款。

随着不断的学习和深入，我对本职工作有了更深刻的认识。我的工作可以说既简单又繁琐。例如登账，公司各项目

独立合算，账本有十几本之多，要逐笔登记汇总。庞大的工作量，使我必须细心、耐心的操作。经常是一天下来眼花缭乱的。

随着社会经济创新以及知识经济时代的逐步来临，学习新的知识早已经显得十分重要。知识是浩瀚的海洋，我们一生所能学到的知识相以于这片海洋来说，是及其的渺小。随着对财务信息处理要求的日益提高，对财务工作者的要求也越来越高。一方面需要借助计算机完成财务核算工作；另一方面是不断推陈出新的财经法规。于是对于我们来讲，熟练掌握计算机操作、不断学习新的财经法规条例都是必需的。或许任何一种产业，一个行业都有各自的背景和发展。要想使自己不被时代抛弃，只得紧紧的跟上时代的步伐。学习，也是的途径。

综上所述。在过去的一年中，付出过努力，也得到过回报。人到中年，用严肃认真的态度对待工作，在工作中一丝不苟的执行制度，是我们的优势。我坚持要求自己做到谨慎的对待工作，并在工作中掌握财务人员应该掌握的原则。作为财务人员特别需要在制度和人情之间把握好分寸，既不能的触犯规章制度也不能不通世故人情。只有不断的提高业务水平才能使工作更顺利的进行。在即将到来20xx年，我会扬长避短，更好的完成本职工作。

## **水泥销售半年工作总结篇七**

20××年即将过去，我来到中联水泥已经有九个多月的时间。感谢中联水泥各位领导对我的关心和信任，感谢中联水泥为我提供了发展的平台，让我在工作和学习当中不断地成长、进步。回顾过去的这九个月时光，那是我人生中最重要的一段阶段，让我学到了很多在学校里不能学到的东西。在此，我感谢四川运营管理区的各位领导，感谢安县中联、北川中联的各位领导，是您们的关心，才能让我在工作当中得心应手，学到我梦寐以求的真正本事。

我于20××年3月1日进入安县中联水泥有限公司，在这里，我主要负责协调矿山工作的各项事宜、进行前期的水泥市场调研工作、整理供应处的各项供应合同资料。随后中联水泥四川运营管理区组建营销中心，我于20××年6月17日到达北川中联水泥有限公司，正式进入四川运营管理区。根据公司安排，我被划分到德阳区域销售部，主要负责德阳片区安县袋装水泥市场的市场调研——市场开发——销售——售后服务的一系列工作，并且承担与安县中联生产基地协调的各项日常工作。下面我就20××年6月17日至今这6个月的工作向领导作一个简要的汇报。

20××年7月22日，德阳区域销售部正式划分了销售片区。我被划分到安县和绵竹袋装水泥市场，开始一个人独立进行当地市场的销售工作。在此，我感谢中联水泥领导对我这个销售片区的关心和信任。正是有了您们的支持，我才有了充足的动力去做这片市场。这六个月来，我所做的工作主要有：

- 1、进行了市场调研，熟悉了安县乡镇环境和大概的市场需求量。
- 2、进行了市场开发，走访了安县区域绝大部分的水泥经销商，并通过各种方式与这些水泥经销商进行了联系与沟通，掌握了大量的客户资料，在每个乡镇布好了网点。
- 3、进行了销售工作，在公司领导的正确决策下启动了安县袋装水泥市场，并取得了一定的销售成绩。
- 4、辅助市场部，进行了安县袋装水泥市场的墙体广告寻找工作，在当地树立了中联品牌的影响力。
- 5、做好了各类顾客的售后服务，多数客户对我抱有信心，基本未接到顾客的服务质量投诉。

目前安县袋装水泥市场在公司领导的正确决策和我的自身努

力下，取得了一些成绩。虽然我发现自己能爱岗敬业、主动勤奋的工作，但由于工作经验的欠缺，仍有许多地方需要我去完善，不断努力并力求做到更好的地方，这主要体现在以下几个方面：

- 1、对安县区域竞争对手的价格变动未能做好充分的反应，在竞争上处于滞后状态，往往在销售工作上处于被动。
- 2、对于客户的控制及管理未能真正落实到位。在几次价格变动后，丢失了少部分客户。
- 3、对于销售渠道的掌控和市场的规范还不是很到位，导致客户出现一些小小抱怨。
- 4、在工作中思想较为单纯，工作方法较为简单，看待问题有时比较片面，在处理一些问题上还不够冷静。

总之，细节决定成败，能力+知识+勤奋+心态=成功。对公司要有责任心，对社会要有爱心，对工作要有恒心，对同事要有热心，对客户要有耐心，对自己要有信心！力争在中联水泥的销售岗位上做最好的自己！以上就是我对这六个多月的销售年终工作做一个总结，请领导批评指正，希望我能迅速成长，明年能给公司作出更大的贡献！