

# 最新三提升工作总结(实用9篇)

总结，是对前一阶段工作的经验、教训的分析研究，借此上升到理论的高度，并从中提炼出有规律性的东西，从而提高认识，以正确的认识来把握客观事物，更好地指导今后的实际工作。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

## 三提升工作总结篇一

对市场的提升工作是一项持续、复杂、系统性强、需要不断完善的工作。做好提升工作，促使经销商销售的规范、正常与不断增长，才能为某五金的品牌发展奠定良好基础。具体做提升工作的人员一般做好以下各项工作才能使提升工作见到实效：

1、促使经销商将xx五金作为经营的核心

2、对专卖方法进行管理

专卖方法包含了这样几个意思，即首先确定专卖人员，确定对专卖人员怎样管理，怎样激励；然后根据产品特色，根据xx五金与竞争对手的区别，根据品牌专卖要求，确定专卖人员的工作方法。这方面可以依据《专卖店管理手册》进行规范。商务人员要具有一定的培训能力与引导能力，否则别人为什么要听你的？商务人员领悟到专卖店所要求的专业化销售技巧后，才能准确引导区域专卖的销售行为。

3、对专卖形象进行管理

4、对当地市场进行准确分析，找准工作方向

提升工作所涉及到的因素众多，商务人员往往会很茫然，不

知道从哪里下手才好。所以在上述工作没有太大问题后，应着眼于对当地市场进行准确分析，找准工作的突破方向。分析的要害包括：本地五金品牌的多少，操作市场的主要方法；我们经销商的主要优势；当地使用xx产品的主要群体以及怎样通过合适的渠道促成主要群体的认知与接受。通过与经销商的沟通，通过对品牌在当地市场准确切入点的判断，通过与当地更多的业内人士的沟通，可以确定每一个时期的主要工作与目标，并得到经销商的认同。同时需要确定眼下的主要工作，主要的突破方向，能带给经销商以更大经营信心的工作方向。这一点必然是与经销商本身的长处相结合才能确定的。

## 5、要求经销商进行适当投入

明确了区域市场怎么操作才能见到实效，每一阶段怎么划分，怎么规划，需要什么资源，其次的问题就是要求经销商进行适当投入。在最初经销商的投入主要是人员方面。地级经销商包括对业务拓展和店面经营人员的投入。另外重要的就是长期经营，稳步推进重要的客情关系的问题。在很多情况下，经销商可能比我们的商务人员还要专业高明，如果是这样，我们应积极配合其工作。比如说争取比较大的装饰公司的合作，或者是怎样设计会员卡，我们可以把这些配合工作加以促成。重要的是要引导经销商在前期做必要的市场投入，这是非常关键的。有付出才有回报，有精确的付出，才会有准确的回报。在这方面商务人员应当多搜集一些本行业内一些经销商如何让做大做强的例子，正确引导xx五金的经销商以长久、出色经营xx为其本职工作。

## 6、协助进行装饰公司与装修队的业务拓展

如果已经确认在当地销售突破的主要方向是装饰公司，那么接下来就应协助经销商制定与装饰公司合作的协议。对装饰公司选择xx五金产品的折扣点、供货方式、货款结算等进行设计。不同份量的装饰公司当然需要不同的政策，但价格体

系不能突破。

确定经销商与装饰公司的合作协议后，就应当协助地级经销商开发几个大的装饰公司。商务人员应界定自己的介入程度，避免把大部分时间投入在开发装饰公司上。在开发的最初阶段，规模大、影响大的装饰公司，是可以配合一起拓展的，从中找出一些市场规律。由于装饰公司的攻关与关系维持是一个长期工作，因此我们需要提高经销商的业务人员的相应能力与工作积极性，让他们明白怎样开展有效的市场工作。当然公司会配备必要的培训资料。

除了装饰公司外，装修队也是我们应当关注的一个销售途径。

7、协助进行木工群体的拓展

8、协助进行促销推广活动

9、督导县级经销商规范经营邦派产品

10、适当关注建材卖场销售

在一些大城市或重要的中型工业化城市，建材超市具有非常显著的作用。我们需要了解当地建材市场都有哪些五金企业产品进驻，销售量如何？怎样结款？价格怎样？主要的款式是哪些？需要分析假定xx产品进驻销售量如何？销售量形成的基础在哪里？需要了解当地是否有如百安居、东方家园、好美家、家福特、家世界家居、新家园、华美乐、靓家居、喜盈门、世纪中心家居广场等企业的连锁店。如果有这些影响力巨大的建材超市，应当引导当地经销商进驻。这不只是销售渠道的拓宽，也对品牌力提升有非常大的好处。

11、在主流建材市场形成良好的专卖体系

鼓励、引导、协助经销商扩展同城分销渠道，占领所有主要

的建材市场。鉴于五金产品购买的特殊性与消费者选择时的顾虑心态，比较心态，我们需要占领更多的终端，具备更多的影响，形成xx产品的区域系统销售势能。

12、定期分析市场格局与业务提升关键点

13、定期统计销售情况，掌握库存与订货

14、以规范、勤奋的工作引导经销商经营

商务人员工作要有成效，关键是掌握方法、判断要点、循序渐进、逐步渗透、密切关注。要达到经销商一心一意经营xx产品，促使区域销售正常化，需要业务代表规范、勤奋的工作。商务人员是公司对于区域市场的协助与支持；是连结厂商关系的纽带；是xx在区域市场的信息分析员；是促使区域销售正常化的主要力量之一；是xx加强与区域经销商合作关系的使者；是监督区域市场操作的专员。其意义很大，要求商务人员深入理解自身角色定位，在上述的方方面面做好自身工作，做好时间管理，达到公司的区域市场提升要求。

#### （一）、商务人员工作职责与衡量标准

商务人员的工作职责是：

- （1）负责经销商与公司配合间的协调与服务；
- （2）负责培训经销商所属业务员与导购人员；
- （3）负责对区域经销商的经营工作进行督导，及时发现问题；
- （4）负责协助经销商开展必要的促销与市场推广活动；
- （5）协助地级经销商拓展家装公司并协同开发同城分销；

(6) 掌握经销商的库存情况与正常的补货进度。

商务人员工作的衡量标准：

(1) 当地家装、木工俱乐部业务开展的有效性；

(2) 经销商的补货与整体业务提升情况；

(3) 对促销与市场推广的评估；

(4) 工作报表的及时与细致性；

(5) 经销商所反映问题处理的完善与快速。

为了保证商务人员工作的有效性，公司需要对商务人员进行系统培训，需要设计一整套对商务人员进行监控管理的方法，需要对经销体系销售活力的激发作出先期设计，让商务人员知道怎么做是正确的，知道做到什么程度是合适的，知道怎么对经销商的经销心态进行调整，知道如何使经销体系进入良性循环。

对商务人员的工作考核，采用以下方式。

1、商务人员对每天的工作应做认真记录。按公司设计的日报表格格式进行填写，每周上交一次（通过邮箱发送）。

2、对每次出差工作情况进行记录。

3、商务人员应准确记录装饰公司信息、木工资料信息并每周将其发送到公司。

6、按时完成月度《经销商销售状况一览表》。

(三)、对商务人员的工作考核方法

按照设计的分值划分体系对商务人员的工作进行系统衡量。主要指标如下：

- 1、销售任务指标达成（40分）
- 4、经销商问题处理的及时性与完善性（15分）
- 5、装饰公司木工群体的拓展评估（15分）

每月月初，由市场部对商务人员的工作按上述指标进行评估，并将评估结果反馈给商务人员，向其说明应当予以改善的地方。

## 1、形象推广与形象管理

正如我们所意识到的，品牌是做出来的，是通过赋予一定的品牌内涵，进行一定的品牌投入建立其品牌虚拟价值，提高其溢价能力而得以建树的。对品牌的科学投入，须建立在对行业的清晰认知基础上。以专卖形式销售产品，必然要注重形象价值与形象的推广。形象的有效延伸能力首先取决于有效的培训。培训中必须包含对品牌形象的说明，关注对xx所属各级经销商的导购人员的形象力的提升。在统一店面形象、统一产品展示形象的同时，也必须统一导购人员的服装与个人形象。我们要有能力对形象本身进行严格管理。

## 2、促销推广方面的支持

## 3、设计对地级经销商的返利点

我们把地级经销商作为扶持的重心。为了保证地级经销商经营的持久与积极性的保持，对市场投入的连续性与市场规划意识的形成，应设计对地级经销商的返利政策。一般地，返利点是结合任务制定的。比如完成任务量80%以内返点多少，完成销售任务80%到100%之间返利是多少，完成100%以上部分

返利是多少，让经销商看到希望，让经销商多一份期待，这样他们才会有持续经营的思路与做法。其实在设计返利点的同时，关键是要描绘经销商取得销售量的较大突破对经销商的长远意义与价值。通过现实把握与理想把握充分掌控经销系统。

#### 4、具备专业形象的商务人员

商务人员的专业形象来源于其个人素质与个人形象，来源于其对区域市场的综合把握能力，来源于对经销商经营心态的把握能力，来源于其工作的勤奋与有效，来源于其对区域经营所产生的积极作用。我们向区域派遣精明强干的业务代表，就是对区域销售系统的最大支持。尤其在当前xx五金品牌化经营板块不完善期间，商务人员可以起到一定的协调与缓冲作用，可以适当降低因整体配合工作不完善所引起的客户经销心理的波动。

商务人员的工作，就是传播与推广品牌的工作。品牌是什么？品牌就是一连串的记忆，实际上就是心理暗示。我们要塑造属于xx的记忆点与暗示点，让我们的行动为品牌内涵背书，让经销商认可我们的规范，让装饰公司认可我们的敬业，让木工群体认可我们的适应性，让所有的中间通道清晰感觉怎样传播xx五金是合适的，那么xx五金在区域市场就成功一半了。

#### 5、开展卓有成效的培训

#### 6、产品配送与退换货服务

xx五金应适当重视产品配送能力与退换货服务的到位。

#### 7、新品开发与完善产品结构

这是一个逐步改进与完善的问题，此处不做探讨。

## 8、广告宣传支持

对于连续两个季度达到销售目标的地级经销商，可以适当考虑广告宣传的配合问题。费用不在于多少，而在于进行精当分析后确定推进区域市场销售的有效方法。在有效的市场工作基础上，可以对广告活动的展开方式与费用承担进行分析。一般来说，企业与经销商共同承担广告费用好处较多；在经销商达到一定的销售指标后支持广告活动效果较好。

通过以下五方面的工作，可以逐步提高商务人员的工作能力。

### 1、设计完善的培训内容，培训合格方可上岗

### 2、对商务人员的工作进行适当监督

对商务人员的工作监督，方法很多。一是与经销商沟通，二是对其工作报表进行分析，三是对其工作成效进行衡量等等。通过适当监督，严格要求商务人员按照其工作职责，认真开展区域市场的维护与提升工作。

### 3、对商务人员的工作进行考核分析

按照我们所设计的考核体系，通过对商务人员工作情况的考核，使其明确工作方向，不断改进自己的工作。在修正中逐步提高个人能力，提高商务人员对企业的贡献能力。

在实际的工作当中，市场部将根据商务人员的工作情况对其做必要的指导。通过对其所提工作问题的解决，工作方向的清晰，对区域市场认识能力的加强以及经销商管理能力的增强，提高其处理问题的能力与同经销商打交道的能力。

### 5、协助商务人员做好部分重点客户的市场维护与销量提升



## 三提升工作总结篇二

xx五金欲成就品牌持久生存并取得长远发展的关键是塑造品牌成长基因，从观念、价值观与行为模式着手，为包括销售团队与经销商在内的销售体系注入强劲的品牌发展哲学。用简单的语言概括就是：思想先行、传播理念，统一价值观；品牌经营、摒弃浮躁，塑造忠诚度；独家代理、守区销售，维护市场稳定；构筑网络、净化渠道，强化服务功能；用心经营、全神关注，发展战略伙伴；系统支持，环节掌控，保证专卖店成功经营。

对市场的提升工作是一项持续、复杂、系统性强、需要不断完善的工作。做好提升工作，促使经销商销售的规范、正常与不断增长，才能为xx五金的品牌发展奠定良好基础。具体做提升工作的人员一般做好以下各项工作才能使提升工作见到实效：

### 1、促使经销商将五金作为经营的核心

一个区域能不能做好，首先取决于经销商的经销心态。经销商经营xx品牌的良好心态则来源于：清晰的品牌操作思路；相对完善的产品体系；严格规范的市场管理手段；对经销商操作市场的有效支持；公司整体配合的高效与认真；公司市场操作人员的能力、勤奋与方法；所以这是个复合型的问题。我们的商务人员到了一个区域，首先应审视公司提供的相应支持对经销商经营所形成的积极作用，准确判断经销商的经营心态。然后在当地市场有一定了解、对经销商进行了充分沟通的基础上开展工作。这样会让经销商觉得我们是有备而来，为了提升区域销售能力，为经销商获取更大利润与更大的发展空间来工作的。这样通过对我们自身的角色进行定位、对经销商所面临的问题进行分析、对怎么做好本区域销售工作进行整体性把握，才可能给经销商留下良好印象，也才可能促使经销商把经营作为自己的经营核心，这一点是极其关键的。

就算在一开始无法达到这样的目标，也要给自己定下要求，在一定期限内达到让经销商完全认同个人、认同xx品牌、认同我们对市场的把握能力。

## 2、对专卖方法进行管理

五金类品牌现在多以专卖形式销售产品，这是有原因的。第一，专卖店可以展示企业与产品的良好的、特有的品牌形象；第二，专卖店可以通过专卖与系列相对完善的产品让顾客一站式配齐产品，缩小了顾客对品牌的可选择性；第三，专卖店因其专业、规范的形象，可以增强顾客对品牌的信任感；第四，通过专卖体系的一致性，公司可以增强营销网络的力量。专卖店就是公司在区域销售的依托，所以对专卖方法进行管理是非常重要的。

专卖方法包含了这样几个意思，即首先确定专卖人员，确定对专卖人员怎样管理，怎样激励；然后根据产品特色，根据五金与竞争对手的区别，根据品牌专卖要求，确定专卖人员的工作方法。这方面可以依据《专卖店管理手册》进行规范。商务人员要具有一定的培训能力与引导能力，否则别人为什么要听你的？商务人员领悟到专卖店所要求的专业化销售技巧后，才能准确引导区域专卖的销售行为。

## 3、对专卖形象进行管理

专卖形象包括产品形象，店面形象，人员形象，促销推广形象等。良好的专卖形象是统一而又独特的、便于客户认知，利于增加亲切感的。因此对产品陈列、店员服装、货架展示、海报张贴、广告语的使用、人员精神与气质、促销推广的物品形象都会有层次性要求。商务人员主要通过对以上层面的全面把握进行专卖形象的管理。作为，则必须对导购人员服装的统一性进行要求，设计得体的，能体现品牌精神的服装款式。

#### 4、对当地市场进行准确分析，找准工作方向

提升工作所涉及到的因素众多，商务人员往往会很茫然，不知道从哪里下手才好。所以在上述工作没有太大问题后，应着眼于对当地市场进行准确分析，找准工作的突破方向。分析的要素包括：本地五金品牌的多少，操作市场的主要方法；我们经销商的主要优势；当地使用产品的主要群体以及怎样通过合适的渠道促成主要群体的认知与接受。通过与经销商的沟通，通过对品牌在当地市场准确切入点的判断，通过与当地更多的业内人士的沟通，可以确定每一个时期的主要工作与目标，并得到经销商的认同。同时需要确定眼下的主要工作，主要的突破方向，能带给经销商以更大经营信心的工作方向。这一点必然是与经销商本身的长处相结合才能确定的。

#### 5、要求经销商进行适当投入

明确了区域市场怎么操作才能见到实效，每一阶段怎么划分，怎么规划，需要什么资源，其次的问题就是要求经销商进行适当投入。在最初经销商的投入主要是人员方面。地级经销商包括对业务拓展和店面经营人员的投入。另外重要的就是长期经营，稳步推进重要的客情关系的问题。在很多情况下，经销商可能比我们的商务人员还要专业高明，如果是这样，我们应积极配合其工作。比如说争取比较大的装饰公司的合作，或者是怎样设计会员卡，我们可以把这些配合工作加以促成。重要的是要引导经销商在前期做必要的市场投入，这是非常关键的。有付出才有回报，有精确的付出，才会有准确的回报。在这方面商务人员应当多搜集一些本行业内一些经销商如何让做大做强的例子，正确引导五金的经销商以长久、出色经营为其本职工作。

#### 6、协助进行装饰公司与装修队的业务拓展

装饰公司可能是我们开展工作后寻求合作的一个重点。尤其是在相对发达的地区，由于地区经济增长、房地产的发展、

消费观念变化的复合作用，使装饰行业的发展越来越迅速，装饰公司对五金品牌也就越来越重要。我们向经销商提供《装饰公司业务拓展方案》的同时，商务人员应当分析当地装饰公司的发展情况，以判断当地市场销售突破的主要方向。在这方面，必须充分借助经销商及其业务员的努力，借助其他途径了解必要信息。

如果已经确认在当地销售突破的主要方向是装饰公司，那么接下来就应协助经销商制定与装饰公司合作的协议。对装饰公司选择五金产品的折扣点、供货方式、货款结算等进行设计。不同份量的装饰公司当然需要不同的政策，但价格体系不能突破。

确定经销商与装饰公司的合作协议后，就应当协助地级经销商开发几个大的装饰公司。商务人员应界定自己的介入程度，避免把大部分时间投入在开发装饰公司上。在开发的最初阶段，规模大、影响大的装饰公司，是可以配合一起拓展的，从中找出一些市场规律。由于装饰公司的攻关与关系维持是一个长期工作，因此我们需要提高经销商的业务人员的相应能力与工作积极性，让他们明白怎样开展有效的市场工作。当然公司会配备必要的培训资料。

除了装饰公司外，装修队也是我们应当关注的一个销售途径。

## 7、协助进行木工群体的拓展

在县级区域，木工群体在装饰市场相对占有较大份额，其重要性可能和装饰公司并列，需要给予认真关注。我们应首先面对地级经销商，按照公司的《木工俱乐部实施方案》，协助其设计会员卡，设计对木工群体的折扣标准与积分规则。同时，对于如何记录木工资料，如何完善档案，如何开展俱乐部的一些活动向经销商进行说明。只有木工会员达到一定数量后，才能开展所谓俱乐部的一些活动，也才可能使俱乐部的职能得以发挥。比如有三十个左右的会员了，这时开展

一些有针对性的新品发布或产品促销活动就很有必要。

## 8、协助进行促销推广活动

在小区推广方面，经销商始终是开展活动的主体。至于公司怎样支持，是一个需要相互协商的问题。公司应提供的，是促销人员统一的服装，促销活动统一的形象，提供必要的广告宣传用品如x展架、横幅、桌面写真喷绘、统一的产品促销说辞与必要的促销品。只有当这些东西落实了，促销方案确定了，经销商对于开展促销活动的外围工作如与城管、小区、建材市场管理部门等的协调工作做好了，促销人员到位并经过培训了，才可以开展相应的促销推广活动。每一个促销活动，都必须保证专业、规范、有规模、形象统一等特征，这样才能起到应有作用。每次促销活动后，必须要有总结与评估，并回传给公司市场部。以便既有收获，又明白下次如何在一些环节上做得更好。

## 9、督导县级经销商规范经营邦派产品

围绕地级运营中心建立的县级经销商网点，对于五金销售活动整体的促进作用，也是比较大的。经济发展较好的县级市，如找到合适的经销商，销售增长潜力非常可观。商务人员初到一个地区，应当通过县级经销商打款额度、专卖店面积、经销商人员配置等因素，结合对经销商经营以前经营情况的了解，判断哪些县级经销商是潜力较大的，哪些是潜力较小的；对于潜力较大的，予以较多关注，协助其规范经营产品，及时解决其所反映的一些问题。对于潜力较小的，当然适当关注即可。通常主要的销售量总是由主要的经销商完成的。我们要定期分析判断经销商的成长性，定期分析对于不同的经销商提供哪些服务或资源，才能有利于其获得成长。

## 10、适当关注建材卖场销售

在一些大城市或重要的中型工业化城市，建材超市具有非常

显著的作用。我们需要了解当地建材市场都有哪些五金企业产品进驻，销售量如何？怎样结款？价格怎样？主要的款式是哪些？需要分析假定产品进驻销售量如何？销售量形成的基础在哪里？需要了解当地是否有如百安居、东方家园、好美家、家福特、家世界家居、新家园、华美乐、靓家居、喜盈门、世纪中心家居广场等企业的连锁店。如果有这些影响力巨大的建材超市，应当引导当地经销商进驻。这不只是销售渠道的拓宽，也对品牌力提升有非常大的好处。

## 11、在主流建材市场形成良好的专卖体系

鼓励、引导、协助经销商扩展同城分销渠道，占领所有主要的建材市场。鉴于五金产品购买的特殊性与消费者选择时的顾虑心态，比较心态，我们需要占领更多的终端，具备更多的影响，形成产品的区域系统销售势能。

## 12、定期分析市场格局与业务提升关键点

我们在做市场、找代理，实行品牌化经营的同时，我们的竞争对手也在做这些工作。而且，由于行业发展的特点，决定了竞争对手是不断增加的。商务人员的主要工作之一就在于定期分析市场竞争格局，通过分析竞争对手在特定区域的经销商能力、新品推广、市场投入、促销策略、店面管理等情况，可以为公司在下一阶段的提升工作提供依据，更可以使商务人员明白怎么做才能超越竞争对手。

## 13、定期统计销售情况，掌握库存与订货

商务人员应当要求经销商建立销售台帐，对五金产品的进销存做细致了解。每个区域都是不同的，消费习性总会有或多或少的差异。通过定期分析，可以为区域销售制定更合适的库存体系，可以对销售进行预计，要求经销商做必要的库存。尤其在公司网络健全、销售正常后，准确的销售分析与销售预计可以为公司生产与库存保持提供依据。公司的销售数据

必然源于各个区域的准确统计。

#### 14、以规范、勤奋的工作引导经销商经营

商务人员工作要有成效，关键是掌握方法、判断要点、循序渐进、逐步渗透、密切关注。要达到经销商一心一意经营产品，促使区域销售正常化，需要业务代表规范、勤奋的工作。商务人员是公司对区域市场的协助与支持；是连结厂商关系的纽带；是在区域市场的信息分析员；是促使区域销售正常化的主要力量之一；是加强与区域经销商合作关系的使者；是监督区域市场操作的专员。其意义很大，要求商务人员深入理解自身角色定位，在上述的方方面面做好自身工作，做好时间管理，达到公司的区域市场提升要求。

##### (一)、商务人员工作职责与衡量标准

商务人员的工作职责是：

- (1) 负责经销商与公司配合间的协调与服务；
- (2) 负责培训经销商所属业务员与导购人员；
- (3) 负责对区域经销商的经营工作进行督导，及时发现问题；
- (4) 负责协助经销商开展必要的促销与市场推广活动；
- (5) 协助地级经销商拓展家装公司并协同开发同城分销；
- (6) 掌握经销商的库存情况与正常的补货进度。

商务人员工作的衡量标准：

- (1) 当地家装、木工俱乐部业务开展的有效性；
- (2) 经销商的补货与整体业务提升情况；

- (3) 对促销与市场推广的评估;
- (4) 工作报表的及时与细致性;
- (5) 经销商所反映问题处理的完善与快速。

为了保证商务人员工作的有效性，公司需要对商务人员进行系统培训，需要设计一整套对商务人员工作进行监控管理的方法，需要对经销体系销售活力的激发作出先期设计，让商务人员知道怎么做是正确的，知道做到什么程度是合适的，知道怎么对经销商的经销心态进行调整，知道如何使经销体系进入良性循环。

## (二)、商务人员工作考核工具：报表与总结

对商务人员的工作考核，采用以下方式。

- 1、商务人员对每天的工作应做认真记录。按公司设计的日报表格式进行填写，每周上交一次(通过邮箱发送)。
- 2、对每次出差工作情况进行记录。
- 3、商务人员应准确记录装饰公司信息、木工资料信息并每周将其发送到公司。
- 4、每周周末，商务人员应将一周工作进行小结并计划下周工作。
- 5、每月月底，商务人员应将本月工作按公司要求进行总结并对次月工作进行计划。
- 6、按时完成月度《经销商销售状况一览表》。

## (三)、对商务人员的工作考核方法



按照设计的分值划分体系对商务人员的工作进行系统衡量。主要指标如下：

- 1、销售任务指标达成(40分)
- 2、网点维护与形象店管理效果(15分)
- 3、按时完成并提交各类报表与总结(15分)
- 4、经销商问题处理的及时性与完善性(15分)
- 5、装饰公司木工群体的拓展评估(15分)

每月月初，由市场部对商务人员的工作按上述指标进行评估，并将评估结果反馈给商务人员，向其说明应当予以改善的地方。

五金对市场提供如下有效支持，将利于产品的销售增长与品牌力的形成。我们的宗旨是：循序渐进、有效投入、定向扶持，在提高产品销售能力的同时促使品牌传播影响力的逐步扩大。

## 1、形象推广与形象管理

正如我们所意识到的，品牌是做出来的，是通过赋予一定的品牌内涵，进行一定的品牌投入建立其品牌虚拟价值，提高其溢价能力而得以建树的。对品牌的科学投入，须建立在对行业的清晰认知基础上。以专卖形式销售产品，必然要注重形象价值与形象的推广。形象的有效延伸能力首先取决于有效的培训。培训中必须包含对品牌形象的说明，关注对所属各级经销商的导购人员的形象力的提升。在统一店面形象、统一产品展示形象的同时，也必须统一导购人员的服装与个人形象。我们要有能力对形象本身进行严格管理。

公司可考虑向经销商提供统一的导购服装设计款式。也可考虑向地级经销商提供统一的导购服装，这是品牌形象延伸的第一步。至于费用承担方式，可另行协商。

## 2、促销推广方面的支持

在促销推广方面，首要工作是设计促销形象。包括设计x展架形象、促销用品形象、广告宣传形象、统一的木工会员卡形象等等。其次，需要制作用于促销推广的展示用品，包括向装饰公司提供的产品展示架；包括促销与推广用品（需精心设计，突出特色）。再次，要为促销推广活动制定方案，提高展示效果，提升推广层次，使推广活动建立在充分的准备基础上。公司需要考虑提供什么样的促销服装以体现五金的品牌形象，绝不能任由经销商随意去搞促销。形象可控、促销物品可控、促销方式可控，人员促销方法可控，则五金的品牌推广效果就成为可控的。只有全面掌控，才能使五金的品牌推广为品牌延伸服务，取得显著成效。

## 3、设计对地级经销商的返利点

我们把地级经销商作为扶持的重心。为了保证地级经销商经营的持久与积极性的保持，对市场投入的连续性与市场规划意识的形成，应设计对地级经销商的返利政策。一般地，返利点是结合任务制定的。比如完成任务量80%以内返点多少，完成销售任务80%到100%之间返利是多少，完成100%以上部分返利是多少，让经销商看到希望，让经销商多一份期待，这样他们才会有持续经营的思路与做法。其实在设计返利点的同时，关键是要描绘经销商取得销售量的较大突破对经销商的长远意义与价值。通过现实把握与理想把握充分掌控经销系统。

## 4、具备专业形象的商务人员

商务人员的专业形象来源于其个人素质与个人形象，来源于

其对区域市场的综合把握能力，来源于对经销商经营心态的把握能力，来源于其工作的勤奋与有效，来源于其对区域经营所产生的积极作用。我们向区域派遣精明强干的业务代表，就是对区域销售系统的最大支持。尤其在当前五金品牌化经营板块不完善期间，商务人员可以起到一定的协调与缓冲作用，可以适当降低因整体配合工作不完善所引起的客户经销心理的波动。

商务人员的工作，就是传播与推广品牌的工作。品牌是什么？品牌就是一连串的记忆，实际上就是心理暗示。我们要塑造属于记忆点与暗示点，让我们的行动为品牌内涵背书，让经销商认可我们的规范，让装饰公司认可我们的敬业，让木工群体认可我们的适应性，让所有的中间通道清晰感觉怎样传播五金是合适的，那么五金在区域市场就成功一半了。

品牌没有什么神秘的，它的塑造过程，就是强化记忆点的过程，就是增加暗示的过程，就是占据消费者心智资源的过程。无论是中国的品牌还是外国的品牌，都是以品牌精神为核心，逐步占据消费者心智资源而操作起品牌的。我们通过业务人员与经销商的共同努力，把xx品牌推广到所有重要的中间通路上去，让他们成为xx品牌的坚实后盾，来对我们的业主进行说服与引导。

## 5、开展卓有成效的培训

在培训方面，现在问题是缺乏详尽有效的培训资料，缺乏精通培训内容的业务人员，培训能力向经销体系的有效传递基本没有。在此方面，仍需做细致的准备工作。需用一周时间，整理出系统的培训资料，并在培训中加以贯彻。

## 6、产品配送与退换货服务

五金应适当重视产品配送能力与退换货服务的到位。

## 7、新品开发与完善产品结构

这是一个逐步改进与完善的问题，此处不做探讨。

## 8、广告宣传支持

对于连续两个季度达到销售目标的地级经销商，可以适当考虑广告宣传的配合问题。费用不在于多少，而在于进行精当分析后确定推进区域市场销售的有效方法。在有效的市场工作基础上，可以对广告活动的展开方式与费用承担进行分析。一般来说，企业与经销商共同承担广告费用好处较多；在经销商达到一定的销售指标后支持广告活动效果较好。

通过以下五方面的工作，可以逐步提高商务人员的工作能力。

### 1、设计完善的培训内容，培训合格方可上岗

商务人员培训期为一周到十天。培训后经过严格考核，拿出有水平的、经过论证有可行性的工作方案方可下市场，要充分保证其开展工作的有效性。在培训内容方面，围绕行业知识、企业产品知识、装修行业知识、专卖店经营管理知识、品牌规划与如何做有效的区域市场管理进行，现在已完善的培训资料有：《五金品牌规划方案》、《五金提升方案》、《如何经营五金专卖店》、《如何有效管理经销商》、《如何做好专卖店终端管理》、《装饰公司业务拓展方案》、《木工俱乐部操作方案》等。《五金培训资料》与《专卖店管理手册》等资料正在完善。我们要使培训活动成为商务人员真正进入并了解行业与企业的关键所在。凡通过考核的商务人员，每人提供一套培训资料的电子版。

### 2、对商务人员的工作进行适当监督

对商务人员的工作监督，方法很多。一是与经销商沟通，二是对其工作报表进行分析，三是对其工作成效进行衡量等等。

通过适当监督，严格要求商务人员按照其工作职责，认真开展区域市场的维护与提升工作。

### 3、对商务人员的工作进行考核分析

按照我们所设计的考核体系，通过对商务人员工作情况的考核，使其明确工作方向，不断改进自己的工作。在修正中逐步提高个人能力，提高商务人员对企业的贡献能力。

### 4、向商务人员提供必要工作指导

在实际的工作当中，市场部将根据商务人员的工作情况对其做必要的指导。通过对其所提工作问题的解决，工作方向的清晰，对区域市场认识能力的加强以及经销商管理能力的增强，提高其处理问题的能力与同经销商打交道的能力。

### 5、协助商务人员做好部分重点客户的市场维护与销量提升

对于商务人员协助经销商经营产品过程中出现的比较大的销售问题或销售机会，市场部应充分参与，协同解决。此类问题或机会包括：(1)产品销售滑坡严重时，共同协商并寻求解决方案；(2)区域销售增长很快时，对区域市场的良性发展进行规划；(3)遇到商务人员无法解决的区域销售问题，不论是产品还是市场问题，适当参与并解决；(4)区域市场出现较大销售机会，如与品牌显著的装饰公司合作，或者为了提高区域市场动力而举办各类联谊活动等，适当参与并使其保持良好的终端控制能力；(5)重要经销商经营心态出现较大变化，商务人员无法协调时，市场部应予以有效支持。

## 三提升工作总结篇三

近年来，我逐渐认识到人生的意义不仅在于物质财富的积累，更在于个人自我提升的过程。为了在今后的职业生涯中更好地发展自己，我积极思考并制定了相应的自我提升方案。

第一步，我决定加强自身的学习。在日常生活中，我经常浏览各种有关职业发展的书籍、文章和学术论文，以便获取更多的知识和经验。我也利用业余时间参加各种学习机会，例如线上课程和职业培训，以扩大自己的知识储备和提高职业技能。这些学习机会不仅能够让我更好地掌握行业动态和专业知识，更能帮助我更快地升职、晋升和增加收入。

第二步，我将更多地专注于提升个人素质。在日常工作和生活中，我时刻保持良好的修养和安静的心态，并时刻保持着谦虚、认真和坚韧的工作态度。与此同时，我积极参加各种组织活动，从中锻炼领导力和团队协作能力，提高自己的综合素质。这些努力不仅能够让我更好地应对职业挑战，也能帮助我在人际交往中更加自信和从容。

第三步，我将不断增强自身的业务水平。通过专业的学习和实践运用，我相信我将不断深化自己的业务能力，在行业中逐渐拥有更高的知名度和认可度，向着更高的职业目标不断迈进。

总而言之，作为一个受到中国国情影响的年轻人，我认识到自我提升的重要性，并制定出了相应的方案，旨在不断完善自身，追求更高的职业水平和人生价值。我深信，在未来的发展过程中，勤奋实践、积极进取的自我提升方案将为我打造出属于自己的成功之路。

### 三提升工作总结篇四

为使物业服务品质在原有的基础上进一步提升，有力促进房屋销售，并实现物业服务品质的持续改进特制订如下品质提升措施：

一、公司总部：

2、在公示各小区设总经理会见业主日，收听业主的'问题，

解答业主疑惑。

## 二、销售中心：

1、调秩序队员一员在在金沙江大道十字路口处指挥引导看房车辆按顺停入车位，并开门服务指引客户进入营销中心。

2、雨天保洁增加进入大门代为擦鞋服务，使用干布替客户鞋面擦净擦干。

## 三、小区管理：

### 1、秩序：

a.秩序大门岗坐岗改为站岗；

b.巡逻人员在左臂上配印有巡逻字样的袖章，配警棍、对讲机进行巡逻，

c.秩序队员例队进行交接班；

d.对进入小区人员及车辆进行盘问登记；

e.在停车场对车辆停放进行指挥和问候服务；

f.在大门设秩序服务，针对业主需求及时实施帮助(帮助业主拿行李、打雨伞、引领走访业主客人到业主家中)。

### 2、客服：

a.实行站立式服务和普通话服务；

b.代为业主收信件和包裹登，电话通知或送上门；

c.宣传栏设专面代为业主提供信息发布服务(租房、卖房等);

d.有偿电话、宽带、水电费、燃气费代缴服务;

### 3、工程:

a.电梯零点后维修保养无打扰服务;

b.对业主报修实行15分钟上门服务,每周日开展减免有偿服务活动日;

c.空置房每周检查土建、漏水、水电气、卫生状况;

d.建立设备档案卡挂设备上;

e.工程主管每周夜查一次人员值班及设备运行情况。

### 4、保洁:

a.改垃圾处理一次为每日两次;

b.雨天一小时后积水清扫;

c.每周一次电梯消毒;

d.延长卫生服务时间,从7:00-----20:00时;

e.提供有偿家政保洁服务;

### 5、绿化:

a.补种草坪内人行便道,恢复绿化;

b.补种部份秋冬季。



## 三提升工作总结篇五

自我提升是指通过某些途径，让自己变得更加优秀，更加出色。无论是身体健康、职业能力、人际交往，还是智力素质，都可以通过自我提升来实现更好的发展。本文将自我提升方案和心得体会为主题，分享个人的自我提升历程以及感悟，希望对读者有所启示。

### 第二段：选择适合自己的方案

在自我提升的道路上，首先要明确自己的目标和方向。每个人的需求和追求都不尽相同，只有找到适合自己的提升方案，才能充分发挥自己的优势，取得更好的成就。

比如，如果你想提高自己的职业能力，可以通过学习专业知识、参加培训课程等方法进行提升；如果你想提升自己的人际交往能力，可以多参加社交活动、加强沟通练习等方法。不同的方案能够使我们更好地理解自己的目标所在，让自己的时间、精力得到更好的投入。

### 第三段：持之以恒，一步一个脚印

进行自我提升，需要具备持之以恒的毅力和耐性。恒心不切，终究难有所成。通过制定明确的计划和合理的目标，我们可以有条不紊地进行自我提升。

同时，有时候我们会遇到瓶颈，这时候需要及时调整自我的心理状态，更加积极、乐观地看待问题。这样才能有足够的动力把自己的提升计划进行到底。

### 第四段：不断总结经验、不断反思

自我提升的道路充满了机会和挑战。从每一个挫折中总结经验，从每一次成功中得到收获，这都是我们不断进步的源泉。

同时，在自我提升的过程中，我们也应该质疑自己，反思自己的行为以及得到的结果。这样可以更好地发现自己的不足之处，从而为自我提升打下更加坚实的基础。

## 第五段：结尾

自我提升，不是一蹴而就的过程。要想达到自己的目标，需要付出大量的汗水和努力。但是，只要方向正确、心态平和、勇于挑战，无论何时何地，都可以获得自我提升的成功。

在这个快速发展的时代，自我提升已经成为我们每个人必须面对的事情。相信只要我们坚持不懈地追寻自己的梦想，总会迎来闪耀的时刻。

## 三提升工作总结篇六

在高中生活中，自我提升对于我们来说非常重要。我们需要通过自己的努力来提升自己，并且不断发掘自己的潜力。

首先，我列出了自我提升的计划。我的计划包括多读书，多参加活动，多交朋友，加强英语学习等。我每天都会花一些时间来阅读，这不仅拓宽了我的视野，还可以提高我的语言表达能力。在学校中，我也积极参加各种活动，比如运动会，文艺比赛等。这些活动可以帮助我锻炼自己的身体和精神实力。同时，我也会积极交朋友，拓展自己的社交圈子。英语是我非常喜欢的一门学科，我会每天坚持背单词，听英语听力，提高我的听说能力。

在自我提升的过程中，我也体会到了许多东西。首先，成功需要的是不断的努力和付出。有时候，我们需要付出比别人更多的努力，才能达到最终的成功。但是，只要持之以恒，最终的收获肯定会让我们感到非常满意。另外，自信也是非常重要的。我们不能因为自己的一些不足而放弃自己，要相信自己，相信自己可以做到更好。

总结而言，自我提升是我们人生中非常重要的一个方面，不仅可以让我们达到更高的水平，还可以让我们更好地适应社会。通过自己的努力和不断的摸索，我相信我可以成为更好更优秀的自己。

### 三提升工作总结篇七

2008年是不同寻常的一年，由美国次贷危机引发的金融风暴开始席卷全球，金融、能源、出口、制造等领域屡遭重创，全球股市跳水，企业大范围裁员……在这种严峻的形势下，我国客车制造业也开始使出浑身解数来应对金融危机：压缩投资，降低成本，实行区域性和差异化营销战略，以确保企业利润和扩大销售范围。

作者：吉学刚作者单位：刊名：商用汽车英文刊名[commercialvehicle]年，卷(期)：2009“(2)分类号：关键词：

### 三提升工作总结篇八

作为一个人，我们总希望自我提升并成为更好的自己。这个过程不是一蹴而就的，需要我们长期的努力和不断的试错。下面我将分享我的自我提升方案和心得体会，希望能对大家有所启示。

#### 第一段，明确目标和制定计划

首先，我们需要明确自己想要提升的方面是什么。比如技能、知识、能力、性格等。接着，将这些方面拆解成具体的小目标，并为每个小目标制定详细的计划。例如，我想提升自己的英语口语能力，我就会把这个目标拆解成听力、口语、阅读、写作等小目标，并为每个小目标列出具体的计划，如每天听力练习半个小时、每周跟外教练习口语等。

## 第二段，保持持续学习的习惯

学习是自我提升的基石。我们需要保持持续学习的习惯，不断地学习新知识、新技能、新理念。可以通过读书、听课、观看视频、参加培训等方式进行学习。同时，我们也要注意对所学知识的总结和反思，养成及时记录和反思的习惯，思考如何将所学知识运用到实际生活中。

## 第三段，拓展交际圈和积极参与社交活动

除了学习外，交际圈也是自我提升的重要因素。与人交往可以增加见识和经验，获得更多的机会和资源。我们要努力拓展自己的交际圈，积极参加社交活动，争取结交更多的有价值的人脉。同时，也要学会与人沟通和合作，建立互信互利的关系。

## 第四段，保持身心健康

身心健康是自我提升的基础。只有身心健康，才能保持精力充沛、保持积极向上的心态。因此，我们要注意保持良好的生活习惯，如规律作息、饮食健康、适量运动等。同时，也要注重内心的调节，保持平和、乐观、自信的心态。

## 第五段，总结经验和持续改进

自我提升是一个不断试错的过程。我们需要总结自己的经验和教训，找出成功和失败的原因，并加以改进。同时，也要时刻保持谦虚、包容和进取的心态，不断学习和探索，不断挑战和突破自我。

以上就是我的自我提升方案和心得体会。希望这些对大家有所帮助。最后，我想说，自我提升是一个循序渐进、长期积累的过程，需要我们耐心、恒心和毅力去坚持。只有坚持，才能让自己变得更加出色！

## 三提升工作总结篇九

### 〈一〉领导组织

总指挥： 白班； 夜班： 值班干部

副总指挥□xx

组员□xx

### 〈二〉职责

- 1、总指挥： 负责组织指挥全厂的应急救援；
- 2、副总指挥： 负责协助总指挥做好应急救援的具体指挥工作；
- 3、组员： 在指挥部统一指挥下进行工作， 各工段长在事故应急救援中的职责是：
  1. 炼钢工长： 负责炼钢工段现场指挥工作；
  3. 连铸工长： 负责连铸工段现场指挥工作；
  4. 机修工长： 协助总指挥负责抢险抢修工作的现场指挥；
  5. 电修工长： 协助总指挥负责抢险抢修工作的现场指挥；
  6. 外围工长： 协助总指挥负责抢险抢修工作的现场指挥；
  7. 工程师： 负责抢险抢修现场的技术指导；

在处理事故时， 所有参与抢险抢修人员需保持通讯畅通， 若发现信号不稳定或中断时， 应立即运用厂内固定电话或手机及时与总指挥取得联系， 并明确说明所处位置。

4、当成功启动柴油泵以后，水泵房主控工应立即将情况汇报当班调度长，并通知转炉主控室及连铸主控室。

5、转炉主控室接到水泵房的报警电话后，应立即提枪停止冶炼，，并立即将该情况通知当班调度，由当班调度长向上级进行汇报。

6、连铸主控室接到水泵房报警电话后，应密切关注二冷水量，在条件允许的情况下尽量将在浇钢包内的钢水拉完。

7、水泵房主控工在柴油机启动完毕后，可适当调节入口处的手动阀门来增加或减少水的压力，以达到设备所需的安全用水。

2、安全水塔的出水管的手动阀门要随时观察、以防有人误动；

3、每班人员要巡视柴油机的操作箱面板的各开关、指示灯的指示情况。如：选择开关要打在自动位置；电源的钥匙开关要打开；浮充电指示灯是否亮，报警灯是否亮，如亮应及时复位。