

饲料员工个人工作总结(大全5篇)

总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？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。

饲料员工个人工作总结篇一

2022年对于钢贸流通企业来说是困难多、倍受考验的一年。严峻的经济形势、艰难的行业困局对钢铁产业链产生较大冲击，钢贸企业在商海无涯苦作舟的环境中咬紧牙关，克服重重难关，终于在2022年末看到希望，同时对2022年的重新起航也赋予了更多的期盼。

回顾走过来的一年，笔者对钢贸流通企业所面临的艰难险阻总结了以下三点。

1. 高库存、价格战、钢贸企业亏损普遍

上半年，钢材产能过剩明显，钢贸商去库存化压力大增，市场进入低水平同质化竞争和价格战，企业利润随即大幅下降，经营模式表现出明显的“速度效益型”特征。其中一级代理商普遍亏损严重，二三级钢贸流通企业受亏损拖累，歇业数量比往年显著增多。

2. 现金流量供求不均衡，催生信贷危机

上半年，国内钢材市场供求矛盾突出，钢材流通行业现金流量供求不均衡，考验钢贸企业营运能力、盈利能力和偿债能力。随着企业常规规模扩张与信贷有效性下降之间的矛盾加剧，下半年钢贸商跑路现象频率大增，银行增强了对钢材流通企业信贷收紧，影响企业运营策略，并导致钢价长期缺乏弹性，市场波段操作的可行性偏低，企业盈利能力被进一步

弱化。

3. 企业低风险运营盛行

下半年，钢贸企业为管控企业风险，普遍采用了低库存、快进快出的运营方式，社会库存量得到了有效控制，连续4个月以上保持在低位。与此同时，冒进的价格博弈与赌行情几近偃旗息鼓，即使在4季度，随着经济复苏、“稳增长”政策陆续出台，钢贸企业运营更多的体现出务实性、低风险性，与螺纹钢期货的激进表现产生鲜明对比。

历经了2022年的阵痛后，随着当前经济的回暖，市场运营环境虽逐步转好，但挑战依然存在，在希望的2022年，我们还需注意以下2个方面，罗列如下：

3. 钢贸企业在经历了后经济危机的几番价格洗礼后，企业成长需考虑速度效益型和质量效益型两者兼具性发展，尽可能提高对行业乃至经济周期性风险的抵抗能力，增强企业免疫力。

总体来说，无论在任何时期，企业的运营并不是一帆风顺的，只有不断创新、完善制度才能长远发展。

饲料员工个人工作总结篇二

从xxxx月份到本公司开始从事饲料销售工作，十个月来在公司经营工作领导的带领和帮助下，加之公司同事的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，从事销售工作的心得和感受总结如下：

作为一名销售业务员，自己的岗位职责是：

1、千方百计完成区域销售任务；

- 2、努力完成销售管理办法中的各项要求;xxxx□负责严格执行产品的出库手续;
- 4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导;
- 5、严格遵守公司各项规章制度;
- 6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感;
- 7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量职工工作好坏的标准，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，严格按照职责中的条款要求自己的行为，一月来，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其他区域业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过这些时间的实践证明作为业务员业务技能和业绩至关重要，是检验业务员工作得失的标准。在顺德杏坛和均安这块市场进行销售时候，由于自己业务知识欠缺、业务技能不高、市场的瞬息万变而导致业绩欠佳。

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以业务员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，严格按照公司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。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对公司生产的产品的用途、性能、参数基本能做到有问能答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、使用。

(一)、依据5月份区域销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在淇县、林洲区域，一是主要做好各猪场的自购用户，挑选几个用量较大且经济条件好的猪场：葛东生、刘尚明、张爱静、杨连巧做为重点。

(四)、为确保完成六月销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。

(五)、目标量10吨。

众所周知，销售工作对于任何一家饲料企业来说，都是核心，公司其它的部门的工作都是围绕销售来展开，因此，作为一名销售人员，责任重于泰山。

在这一年中，深知自己的职责就是，为公司尽职尽责，为客户贴心服务。公司制定的制度能很好的遵守和执行，能积极向上的工作，同时加强自身的学习，不断的提高自己的业务知识和工作能力，能遵纪守法，不做有损公司利益的事情！

总体来说，这一年我取得了长足进步。不论与老客户的谈判，还是与新客户的接洽工作，都是一步一个脚印扎扎实实走过来的。

市场资源是我们生存和发展的根本，但是市场资源又是是有限的，对于目标市场，在经过调研分析之后，发现并不是所有的区域都能够迅速发展起来的，需要有计划、按步骤的开发。哪个客户需要及时开发，哪个客户暂时不能启动，哪些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观

经济规律是不可违反的，甚至某个客户在什么时间应采取什么样的策略，什么时间应该回访，什么时间应该面谈还是电话联系，都是需要考虑的问题。盲目的、无计划的、重复的拜访，都可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生连锁性的负面影响。

市场是最坏的教练，还没有等我们热身，就已经开始竞赛；市场又是最好的教练，不需练习就能教会我们技能和发展的契机，重要的是市场参与者的眼光是否长远，品格是否经得起考验。

经过一年的艰苦努力，公司下达的销售任务超额完成。

全年销售：鸡料12120吨，猪料26xxxx5吨，杂料1847吨

这些成绩里离不开领导的关注与支持，也渗透着我的心血与汗水，也为xxxx年取得更好的销售业绩奠定了良好的基础。

饲料员工个人工作总结篇三

公司制定的制度能很好的遵守和执行，能积极向上的工作，同时加强自身的学习，不断的提高自己的业务知识和工作能力，能遵纪守法，不做有损公司利益的事情！

1、始终坚持公司的开发重点：以猪浓缩料特别是乳仔猪料为重点，扩大预混料的销售量。

2、关于销售网络的思路整理，以前在关中市场做工作的时候，始终围绕着客户做工作，忽略深入基层能看透问题本质，轻视了这对实现销售信息资料掌握和及时改变销售策略的重要性！因为错误的思路导致自己在关中市场失利较多，发展缓慢。最终公司领导能在关键时刻做出正确的策略：调换我到陕北市场。俗话说：新环境，新的挑战！因为陕北地势的特殊性，同时自己强烈的责任感迫使自己始终反思必须要走科学见效

的营销思路。大家都知道2点之间的距离是最短的，于是我就分析哪些是客户，哪些是顾客，因为饲料是要给猪吃的，可是离猪最近的就是我们的顾客养殖户，原来饲料最终的消费者是养猪户，清晰的思路让我明白：应当思考如何给顾客方便购得商品，那就是靠近消费者，走直销到最后一级终端分销渠道。市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，并不是所有的区域都能够根据总体发展，需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要及时开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体的某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访行为，都有可能对客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

3、自己给客户能带来那些更好的服务。因为我们做销售本来就是服务，通过自己使顾客的利益更大化，更长久一些，从而使公司获得利润达到共赢。蒙牛的牛根生说过，资源的98%靠整合，其实我们饲料工作也是可以这样来做，比如赵雪红的种猪可以帮忙在自己掌握的养殖场推荐，下面养殖户母猪少的可以推荐赵雪红猪场的小猪，购买母猪的和小猪的顾客得到了你的帮助，而且赵的猪场就使用的是公司的产品，一直反映很好，同时自己的服务有那么到位，再加上自己的人格魅力，顾客很容易就直接拿下！离赵近的客户拿料可以通过他，从而赵还获得一定的利润，离的远直接让利顾客，降低他的饲养成本，何乐而不为。环环相扣，很容易形成地区性的市场占有率和品牌效应！这对做周围的其它市场起到支点的作用！还有就是我们必须运用科学，使得自己把一些高新技术授予顾客，这样顾客在你的服务下也在不断的成长！

4、货款的回收方面。以前在关中市场，对于货款的回收问题重视程度不够，容易给客户养成不好的习惯，同时还容易产生不必要的麻烦。到陕北市场后，面对市场上客户和顾客能很好的把握，大部分的做到了先款后货。部分客户存在的

问题也不容忽视，力争做到货到付款，最大限度达到双方诚信合作，最大宽限1周，确保资金的安全和公司资金链的不断裂！

5、货物的物流方面。自己能积极的配合公司办公室内勤的工作，共同寻找物流资源，力争降低物流费用。客户报货及时报给公司，并提供随市场变动后的价格，方便公司开票和客户打款。并在公司发货的时候电话通知客户做好收货的工作！销售数据表明：成绩是客观，问题是肯定存在的，总体上，销售工作是朝预定目标稳步前进的。市场供需失衡的压力，同业风气的阻障，客观环境的不便，均对我们的营销工作产生了负动力。我能及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重客户的意见，参考公司领导的建议，以市场需求为导向，不断提高工作效率。

1、有时候时间安排不合理，没有能很好的充分利用时间，工作的计划性不是很强！

2、公司产品的销售结构不够合理，没有能够很好的利用好资源，发展鸡的预混料和牛的预混料。

3、客户网络建设上，不能进行科学的网点布设，坚持个人传统的思想！

饲料员工个人工作总结篇四

目前很多企业已经深刻理解到与客户谈判的技巧和方法对业务拓展的影响及重要性。同样，饲料业务员的谈判技巧和方法与产品成功的销售也有很大的关系。下面就针对饲料行业的特点，与饲料业务员分享几招谈判的技巧与方法。

第一招：营造一个合适的谈判环境

饲料业务员在拜访经销商或终端养殖户时，经销商或养殖户

老板坐在办公室的那个凳子上跷着个二郎腿，总觉得自己是一个角，感觉在自己的地盘比在别的地盘要横，感觉自己很强势，所以在与经销商或养殖户老板谈判的时候千万不要在经销商的店里或养殖场里谈。店里和养殖场里干扰多，手机响完了座机响，座机响完了有人敲门，正说着另外一个饲料厂的业务员来了，打断你的话。我们与经销商或养殖户谈判需要一个相对封闭的环境，一个景色优美、闲人免进的环境。我们可以请经销商或养殖户的老板去吃饭，或者去茶吧，如果没有钱，就在宾馆的标准间坐着面对面的谈。沐足就是一个饲料业务员与客户谈判很好的地方，沐足店里的沙发跟普通的沙发不一样，半坐半躺，姿势很舒服，这时候客户坐的时间也比较长，环境也很安静，这一个半小时他脚在水里就不能随便走了，他也有可能接手机，但不会说：“你先坐会我要走了”，而其他地方就会这样说。至少他要走，也要拿个脚布擦了再走，这样饲料业务员跟他谈就占了上风。

第二招：灵活运用顾虑抢先法

有一天，我经过服装店，看到一个老太太在捏了捏一条条绒的裤子时，看了看，其实我一看，就知道老太太捏的是一件质量不好的裤子，很薄，颜色染的也不均。当老太太还没有说出薄时，商贩就说：“薄，这是今年最流行的超薄条绒”，老太太没有说话了，老太太又拿着裤子往太阳底下看了看，小贩又抢先说：“这是水洗布，别的88这条108。”哪个知道水洗布是咋样的？老太太就买了这条108元的回去了。这个小贩就很好的利用顾虑抢先法打消了老太太的顾虑，还让老太太觉得自己不懂什么。顾虑抢先法，就是把经销商或养殖户要说的话（顾虑）从你的嘴里先说出来。我们在和经销商或养殖户谈判的时候，常常犯下一个低级的错误，有一些话题我们刻意的去回避。其实你回避对方，客户是不会回避的。我们饲料业务员跟经销商或养殖户谈判也是一样，当然也不是要你象那个卖衣服的小贩把不好的产品卖给客户。当养殖户看到这个新品，拿着2kg的海洋生态营养包晃了一下时，心理肯定有疑虑，会不会很麻烦？会不会影响到产品品质等？

千万不要让他先说出来，你一定要抢先说：“张老板，这个包装就是为了使海洋营养精华不被挥发，在欧美规模化猪场早就开始采用这种饲养方式，用起来也一点也不会麻烦”，这样养殖户就肯定认为自己幸好没有说出来，觉得自己很外行。

第三招：善于做到厚而不憨

“您放心，您到时候卖不动，我给您退货，我给您促销，我给投广告，我们给您培训”等，“您放心，产品一定能让您满意，效果不好，我退款，我不收钱，我们给您免费技术服务”等。他们一点不信那些话，一听就害怕，立即不舒服，因为他们听的太多了。每个饲料厂的业务员都说：“您放心”，“这个很简单”，“咱们是两兄弟，怎么会骗你”都是类似这种江湖口的话。客户一听，心想：“你上就骗我了”。饲料业务员江湖口千万不要讲，你要与客户讲必须要有理有据，精确到人、地、时、职责、量、把关目标。以×××为例，业务员给经销商谈判就要做到工作的细化，业务员应这样的说：李老板，你1月1日进新品×××5吨，1月3日我公司会派专车送到您店面，1月5日，我公司派1个业务员和1个服务专家，你安排一人，我们3个人利用一个周的时间全面地对xx镇养殖户排查一遍，从中选取3到5个有代表性的养殖户为切入点。在1月12日的时候，开始在这3到5个养殖户做新品的推广实验，我们派一名业务员和2名服务专家，对实验养殖场全面的跟踪。在实验期间，我们的广告会在xx镇全面落地，包括墙体、车体与空中的电视广告。在1月22日我们会派2名国内服务专家，在xx镇开展2天科普讲座，主要是猪场经营管理、养殖技术方面的培训及实验结果的讲解。1月25日，针对我们实验猪场的情况，打造我们在xx镇的第一批核心示范户，给予奖励。业务员讲的越细，客户就越相信，这样客户就更容易买你的账。

第四招：善于运用mp□pmp□mpmp原则

多听多问少废话，把你想说的话（主意）从经销商嘴里说出来，把你

的主意变为他的主意，多用问句，少用陈述句。上帝给我们每个人两个耳朵，一张嘴就是让你多听多问少废话。饲料业务员在给客户介绍新品时千万不要一、二、三……十一。准备的再充分，10分钟就念完了，他也很难听明白。高手谈判的最高境界，就是把我想说的话从你嘴里钓出来。怎么钓呢？这有一个做业务的基本原则——拍马屁原则，就是马屁、拍马屁、猛拍马屁原则，你问李老板：“在你这个区，哪个阶段的产品市场容量要大呢？”，他说：“肯定是中大猪料”，你就说：“高、高实在高！”。“根据我的市场分析，你一下就说对了。还是前辈对这个区域市场了解的深”。你再说：“我想请教您一下李老板，现在我们中大猪料的产品品质比一些国际著名饲料厂家要稍逊色一点，口碑也不怎么好。你看，是不是以我们具有明显优势的小猪料或者母猪料作为切入点，先在你所在区域做一些样板市场，然后复制到你所在区域的其他地方，再来拉动我们中大猪料的市场销量”。经销商听了之后觉得有道理，马上他会说，“其实我也这么想的”，“我们想到一块了”。你再说：“请问你一下，我们在选择以小猪料来做样板市场，是不是要以镇为突破口，利用你现在现有的客户基础来带动业务的拓展”。这时候经销商觉得：“我们又想到一块了”。这样他肯定会多三分努力少三分推脱。

饲料员工个人工作总结篇五

一、个人自身方面的总结：

公司制定的制度能很好的遵守和执行，能积极向上的工作，同时加强自身的学习，不断的提高自己的业务知识和工作能力，能遵纪守法，不做有损公司利益的事情！

二、工作方面的总结：

1、始终坚持公司的开发重点：以猪浓缩料特别是乳仔猪料为重点，扩大预混料的销售量。

2、关于销售网络的思路整理，以前在关中市场做工作的时候，始终围绕着客户做工作，忽略深入基层能看透问题本质，轻视了这对实现销售信息资料掌握和及时改变销售策略的重要性！因为错误的思路导致自己在关中市场失利较多，发展缓慢。最终公司领导能在关键时刻做出正确的策略：调换我到陕北市场。俗话说：新环境，新的挑战！因为陕北地势的特殊性，同时自己强烈的责任感迫使自己始终反思必须要走科学见效的营销思路。大家都知道2点之间的距离是最短的，于是我就分析哪些是客户，哪些是顾客，因为饲料是要给猪吃的，可是离猪最近的就是我们的顾客养殖户，原来饲料最终的消费者是养猪户，清晰的思路让我明白：应当思考如何给顾客方便购得商品，那就是靠近消费者，走直销到最后一级终端分销渠道。

市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，并不是所有的区域都能够根据总体发展，需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要及时开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体的某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访行为，都有可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

3、自己给客户能带来那些更好的服务。

因为我们做销售本来就是服务，通过自己使顾客的利益更大化，更长久一些，从而使公司获得利润达到共赢。蒙牛的牛根生说过，资源的98%靠整合，其实我们饲料工作也是可以这样做，比如赵雪红的种猪可以帮忙在自己掌握的养殖场推荐，下面养殖户母猪少的可以推荐赵雪红猪场的小猪，购买

母猪的和小猪的顾客得到了你的帮助，而且赵的猪场就使用的是公司的产品，一直反映很好，同时自己的服务有那么到位，再加上自己的人格魅力，顾客很容易就直接拿下！离赵近的客户拿料可以通过他，从而赵还获得一定的利润，离的远直接让利顾客，降低他的饲养成本，何乐而不为。环环相扣，很容易形成地区性的市场占有率和品牌效应！这对做周围的其它市场起到支点的作用！还有就是我们必须运用科学，使得自己把一些高新技术授予顾客，这样顾客在你的服务下也在不断的成长！

4、贷款的回收方面。

以前在关中市场，对于贷款的回收问题重视程度不够，容易给客户养成不好的习惯，同时还容易产生不必要的麻烦。到陕北市场后，面对市场上客户和顾客能很好的把握，大部分的做到了先款后货。部分客户存在的问题也不容忽视，力争做到货到付款，最大限度达到双方诚信合作，最大宽限1周，确保资金的安全和公司资金链的不断裂！

5、货物的物流方面。

自己能积极的配合公司办公室内勤的工作，共同寻找物流资源，力争降低物流费用。客户报货及时报给公司，并提供随市场变动后的价格，方便公司开票和客户打款。并在公司发货的时候电话通知客户做好收货的工作！

销售数据表明：成绩是客观，问题是肯定存在的，总体上，销售工作是朝预定目标稳步前进的。

市场供需失衡的压力，同业风气的阻障，客观环境的不便，均对我们的营销工作产生了负动力。我能及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重客户的意见，参考公司领导的建议，以市场需求为导向，不断提高工作效率。

三、工作中存在的问题：

- 1、有时候时间安排不合理，没有能很好的充分利用时间，工作的计划性不是很强！
- 2、公司产品的销售结构不够合理，没有能够很好的利用好资源，发展鸡的预混料和牛的预混料。
- 3、客户网络建设上，不能进行科学的网点布设，坚持个人传统的思想！