

最新工作总结的目标 白酒销售工作总结及目标(实用5篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

工作总结的目标篇一

(一)业绩回顾

- 1、年度总现金回款110万，超额完成公司规定的任务；
- 2、成功开发了四个新客户；
- 3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作；

(二)业绩分析

- 1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a□上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了！

b□新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)；

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于09年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，__年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

- 1、心态的自我调整能力增强了；
- 2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；
- 3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；
- 4、对整体市场认识的高度有待提升；
- 5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场

运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护——)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

(1)、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖；

(2)、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个__年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

四、10年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致10年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

3、泗水：同滕州

4、峯城：尚未解决

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。

工作总结的目标篇二

等待已久的《目标管理》终于开课了。又见到了亲切的小丹老师，宋老师也来了。这次上课主讲是早已耳闻的付老师。对《目标管理》这个培训主题，我真的有很多的期盼。因为我现在在实际工作中，制定了很多的目标计划，但老是不能达成，每次开会我都很痛苦，很多计划都列了好久了好没有进展，我自己肯定有很大的问题，希望能够通过这次课后找到一些方法，能更好的达成工作的目标。老师叫我们带着目标来学习，我在纸下写下了通过这三天的学习，我希望收获的目标是1. 学会怎么讲目标高效的执行!2. 怎么科学的制定目标。

目标管理的本质是动力管理，生命管理。当一个人不知道自己为什么要去做一件事情的时候，他所呈现出来的热情和能量都是有限的。我想到，我设定了很多目标计划，我每次和下属说的时侯，都感觉不到他们的明显的热情，因为他们都不清楚这些事能给他们带来真正的什么利益，这些利益也看不清楚，所以很多计划都是能拖就拖，要改变这些现状，必

须要更加明确的进行目标管理。

在培训中，要收获最大的价值，我们都要三忘记(忘记身份，忘记年龄，忘记性别)三聚焦(聚焦当下，聚焦快乐，聚焦正向价值)，三放下(放下面子，放下标准，放下得失心)。学习是快乐的，要打造我的团队也成为学习型的团队，只有不断的学习，才能不断的进步。事物本身并不会影响到你，真正影响到你的是你对事物的看法!痛苦和磨难对强者是机遇，对于弱者是灾难!我们也要不断打破自己的舒适区，不断突破自己。永远记住：有效果比有道理更重要!老师又一次强调：只有相信，才有可能。焦点决定感受;注意力等于事实;状态决定收获;决心大于内容。唯一的标准是：对结果有没有效果。

工作总结的目标篇三

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的20xx年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨[]20xx年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动，紧接着又是全国性的严打酒驾和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨。

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

(一)业绩回顾

- 1、年度总现金回款万，超额完成公司规定的任务;
- 2、成功开发了xx个新客户;
- 3、奠定了公司在以为中心的重点区域市场的运作的基础工

作；

(二)业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的万的目标，相差甚远。主要原因有：

a□上半年的重点市场定位不明确不坚定；

b□新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)；

2、新客户开放面，虽然落实了新客户，但离我本人制定的目标还有一定差距，且这xx个客户销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取之前的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终决定以为核心运作市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下□xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了；

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；

- 4、对整体市场认识的高度有待提升；
- 5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

1. 没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖；
2. 没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；
- 3、整个20xx年我走访的新客户中，有很多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

四、部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

- 2) 自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。

工作总结的目标篇四

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

(一) 业绩回顾

- 1、年度总现金回款110万，超额完成公司规定的任务；
- 2、成功开发了四个新客户；
- 3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作；

(二) 业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a□上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了！

b□新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)；

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于20xx年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下□xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

- 1、心态的自我调整能力增强了；
- 2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；
- 3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；
- 4、对整体市场认识的高度有待提升；
- 5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护——)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，

以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

(1)没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖；

(2)没有适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个xx年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

四、xx年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致xx年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

3、泗水：同滕州

4、峯城：尚未解决

根据公司实际情况和近年来的市场状况，我们一直都在摸索着一条运作市场的捷径，真正体现“办事处加经销商”运作

的功效，但必须符合以下条件：

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等；

办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，人员本土化；

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群；

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户；

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用；

五、对公司的几点建议

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性；

3、集中优势资源聚焦样板市场；

4、注重品牌形象的塑造。

总之20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，站在xx年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累！

工作总结的目标篇五

为认真贯彻落实xx市、xx区有关推进垃圾分类工作的工作部署要求，xx街道在市、区与相关部门的正确领导下，坚持各级联动、加强配合、全面参与的工作原则，在20xx年垃圾分类

工作的基础上，持续深入推进，全力落实垃圾分类各项工作，特制定20xx年度垃圾分类工作方案：

围绕垃圾减量化、资源化和无害化处理目标，巩固20xx年垃圾分类工作成效，提高源头分类质量，优先资源回收利用，开展有害垃圾回收，稳妥推进厨余垃圾和其它垃圾收集处理，充分发挥居民作用，加强精细化管理，健全完善督导制度，着力提高垃圾分类工作实效，逐步扩大各社区垃圾分类范围，清除垃圾分类死角，多管齐下推进符合我街道实际的垃圾分类工作体系。

生活垃圾分类知晓率、参与率、分类准确率都更上一个层级，人均垃圾产量基本实现“零增长”，生活垃圾治理“三化”成效不断提高，生活垃圾资源化利用和无害化处理能力都有所提升。

（一）强化源头分类力度

1. 强化入户宣传。让居民明白垃圾是污染源，我们是生产者，同时也是分类投放的责任者，从内心深处愿意做好此项工作；要求社区因势利导，利用此次派发室内分类垃圾桶的良好契机，开展扫楼入户指导宣传检查，修好居民“内功”，做好宣导工作。
2. 宣传注重直观有效。进一步要求入户人员用通俗易懂、形象直观的方式宣传垃圾不分类的危害性以及垃圾分类减量的好处，让居民看懂想通，主动参与。
3. 做好垃圾分类便民措施。针对多数居民怕麻烦的思想，垃圾投放点位的设置和整合要再三斟酌、充分考虑小区居民日常生活习惯，并进一步设置暖心池、呵护池等配套设施，确保环境整洁卫生和居民身心健康。
4. 健全完善奖罚制度。要求各社区进一步集思广益，用正向激励手段评选优秀垃圾分类楼栋、垃圾分类优秀家庭、垃圾分类小达人等荣誉，引导居民树立积极参与的荣誉感。对于

违反者，注重说服感化，形成正确的舆论导向。

5. 持续发动社区微信公众号等媒体；利用社区书院、活动中心等*台进行宣传；继续加强辖内中小學生教育；要求辖内机关企事业单位带头示范。

（二）重视督导队伍建设我街道20xx年进一步完善了垃圾分类工作考评考核细则，强化督导员考评考核相关要求和规定。

20xx年，会进一步把好督导员入门关、培训关和考核关，及时撤换考核不称职的督导员；细化日、周、月工作安排，注重督导、宣传、履职，杜绝二次分拣，并要求认真记录台账，全面掌握居民参与率与分类投放准确率；评选优秀“周之星”督导员及优秀督导员团队，并给予相应的奖励和激励，带动履职积极性和能动性；同时，结合各社区实际，因地制宜，充分调动社区资源，选聘有责任心、热心垃圾分类工作的党员志愿者、退休人员等群体组建督导管理小组；加强巡查、监督等方式提高分类投放准确率。

（三）强化分类硬件设施建设及高层撤桶

20xx年街道会进一步加大宣传栏、宣传板、投放标示牌等垃圾分类硬件设施投入及维护；继续对分类桶投放点进行有效整合，规范投放；并全面硬化垃圾投放点地面，尽快完善设施补短板，确保设施到位，强化督导效果；对大件垃圾，完善存放的公共大件垃圾堆放点，有害垃圾桶延续专人专管；同时，抓好高层撤桶及分类。

20xx年，我街道xx栋高楼，已撤桶xx栋，撤桶率，已实施高层撤桶的，继续巩固成效，总结可复制的经验做法作为同类小区借鉴；不定时对高层未撤桶的小区进行检查，并积极协调解决高层撤桶，增加撤桶后的硬件设置投入，做好后续保障工作。

（四）发挥物业管理企业主体作

街道与社区加强与物业管理企业的互动，将日常暗访结果及时反馈给物业企业，及时表扬优秀鞭策落后，协助推动物业做好垃圾分类工作。并督促物业企业认真解决“混装混运”问题，各社区督促物业服务企业、保洁单位加强对保洁员、环卫工人等的培训、教育、引导，促使其正确收集垃圾；发动小区居民积极监督举报，杜绝混装混运现象发生。对屡教不改的物业，要求社区进行督促，必要时，上报城管执法部门开单整改；积极发挥物业管理企业主体作用，做到生活小区内垃圾不遗漏，不留死角，杜绝垃圾落地并强化源头分类等。

（五）扫除分类盲区，健全考评体系

充分利用机关企事业单位集体组织优势，特别发挥机关企事业单位党员的力量开展垃圾分类工作，形成榜样示范带动作用；并继续协调辖内学校加强中小学生学习教育，举办“家校社”联动等活动，通过垃圾分类进学校进课堂，让孩子们做家里的宣传员、督导员，带动家庭积极参与垃圾分类。

各社区要在示范小区经验上，重点打造垃圾分类品牌社区。根据各实际情况，因势利导、因地制宜，结合20xx年度亮点特色，各尽所长，用特色和亮点引领居民，打造社区品牌效应。