

2023年瓷砖总结报告(优质5篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

瓷砖总结报告篇一

1、混凝土地面应将基层凿毛，凿毛深度5~10毫米，凿毛痕的间距为30毫米左右，之后，清净浮灰，砂浆、油渍，产散水刷少将地面。

资料

3、铺贴陶瓷地面砖前，应先将陶瓷地面砖浸泡阴干。

4、铺贴时，水泥砂浆应饱满地抹在陶瓷地面砖背面，铺贴后用橡皮锤敲实。同时，用水平尺检查校正，擦净表面水泥砂浆。

5、铺贴完2~3小时后，用白水泥擦缝，用水泥、砂子=1：1(体积比)的水泥砂浆，缝要填充密实，平整光滑。再用棉丝将表面擦净。

瓷砖总结报告篇二

我时刻加强自身对瓷砖知识的学习，提高业务水平，掌握新的技能。通过不断学习和积累，对待日常工作中出现的各类问题我能够更加从容地处理，在组织管理能力、综合分析能力、协调办事能力等方面，也都有了很大的提高，同时，我总是以良好的形象来面对客户，我深知自己的一言一行不仅代表公司还会影响自己与客户的关系，因此不论在内在外、

说话办事、待人接物、处理工作，都努力做到有形象、有品位。

作为销售经理，基于销售订单随机性比较大的特点，为提高工作效率，我们紧紧围绕建立办事高效、运转协调、行为规范的这个总目标，合理规划安排好销售部现有人力资源，积极做好如下工作：

全年销售发货未出现人为原因影响生产、发货。

2、建立客户档案资料，利用公司财务erp软件中的开票模块及时准确开具产品销售发票，利用该模块解决了发票的漏开、重复开、错开等问题，提高的工作效率及质量。

3、及时准备样品和客户要求提供的资料等，并及时通过邮寄的方式交付给客户。

4、配合公司做好iso9001及iso14000质量管理体系的监督审核和复审，以及公司生产许可证的复、评审。

5、充分利用erp系统完善销售合同管理、计划、发货，利用电脑开具发货单，既改变以往先手工开，再输电脑的重复性工作，又确保了发货单能及时输入电脑，供保管、财务及时记帐。

6、正确对待客户投诉并及时、妥善解决，销售是一种长期循序渐进的工作，产品偶尔也会存在缺陷，所以我们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。

7、在销售过程中，我积极拓展销售渠道，在原来的单一的向专柜推销基础上，我开辟了电视购物和网络营销等多种渠道推销我公司的瓷砖产品，超额的完成了本年度的销售任务。

今年，虽然在销售工作上我努力完成了工作，也取得了一点成绩，但我们清楚地知道，自身还存在不足，比如我的业务水平还有待于进一步提高等。

20xx年我是一个新的起点、新的机遇、新的挑战，我决心在今后的工作中将进一步增强创新意识、服务意识，根据新形势下工作要求、特点和情况，努力学习，创新工作方法，使自己的工作能够有更大的进步，为我们公司再创辉煌！

瓷砖总结报告篇三

随着销售工作的深入，我接触到了许多新的事物，也遇到了许多新的问题，而这些新的经历对于我来说都是一段新的磨练历程。回顾上个月，我懂得了很多：在遇见矛盾时，我学会了冷静要从容不迫的去面对及解决；在遇到挫折的时候，我学会了鼓励自己保持高昂的头颅和永远的微笑；在重复而又单调的工作背后，我懂得了思索和总结；在公司形象与信誉受到破坏的时候，我学会了如何去维护和修补；在被客户误解的时候，我学会如何去沟通去解决。以上是我在工作方面取得略微突破和长进的方面，但这种长进并不意味着我就能够做好现在的销售工作，在以后的工作中我会继续完善自己，在成功中总结经验和失败中吸取教训；在和同事配合工作过程中学习他们先进的方式方法；在沟通和交流过程中学会互惠互利即维护了公司的利益又拿到了定单。

现将七月份工作总结作如下汇报：

瓷砖总结报告篇四

根据公司20_年度深圳地区总销售额1亿元，销量总量5万套的总目标及公司20_年度的渠道策略做出以下工作计划：

一、 市场分析

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。20_年度内销总量达到1950万套，较20_年度增长11.4_。20_年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13_。

目前__在深圳空调市场的占有率约为2.8_左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20_年度的产品线，公司20_年度销售目标完全有可能实现。20_年中国空调品牌约有400个，到20_年下降到_0个左右，年均淘汰率32_。到20_年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60_。20_年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20_年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而__空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

• 销售主管工作计划 • 销售部工作计划 • 房产销售工作计划
• 20_年销售工作计划

二、 工作规划

根据以上情况在20_年度计划主抓六项工作：

1、 销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2□ k/a□代理商管理及关系维护

瓷砖总结报告篇五

1. 对新销售区域的拓展。

以开发区市场为重点开拓市场，培养了多个新客户，到7月底止，虽店面装修，但还是与不同小区的客户建立了关系。

2. 注重品牌意识。

一个公司的发展壮大，品牌力量起着非常大的推动作用。近几个月成功品牌产品销售到各个小区，就目前来说，销售情况虽欠佳，但是我相信会在以后的销售历程上节节升高。

3. 对老客户的优质服务。

重点为开发区市场各小区客户的跟踪和服务。历时7个月，各式客诉问题得到了很好的解决，并积极的跟踪工地做好服务。

1. 产品质量有待进一步的提高。

无论是公司的主打产品还是畅销产品，质量投诉此起彼伏。这对销售工作的开展产生了极大的限制。再者，新客户的开

发周期过长，就产生了老客户不成熟，新客户又不敢推荐的怪现象。

2. 跟单工作的艰难。

按照公司以往的销售周期，一般为1--3天。以__周来衡量，远远超过这个周期。我们的推迟交货，直接影响到对客户销售计划，这对公司的信誉也会造成一定的影响。尤其是，每到发货时，不是这种型号少两片就是那种型号多两片，不仅对工作带来了非常大的麻烦，客户那边更是不好交代。

1、开拓

本开发区地区外市场的开拓没有终点，近几个月对于我们来说只是起点。在摸索和经历中慢慢成长，而新的一年每一项拓展工作都需要领导的大力支持。市场是残酷。今年必将是我更加兢兢业业工作的一年。我坚信，在拓展外围市场上，我们所做的每一步都是为了更好地销售我们的产品！

2、对待客户投诉并及时、妥善解决。

以前客诉问题虽得以解决，但销售是一种长期循序渐进的工作，而产品铺贴缺陷普遍存在，所以店面人员应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要，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，在接到领导的指示后会同相关人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

3、产品认识

认真学习我店面产品及相关产品知识，依据客户需求确定可销售的产品品种。熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自

已在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对店内生产的产品的基本知识能做到有问必答、必答，对产品基本能掌握铺贴知识。