

2023年通读工作报告感受与收获(大全5篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告的格式和要求是什么样的呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢！

通读工作报告感受与收获篇一

两会工作报告给予我极大的鼓舞和启发，会后我将认真学习传达公司两会精神，切实落实好公司的各项工作要求。新的一年，我们将继续深耕于技术支撑这个主阵地，深入落实“把论文写在电网创新的实践上，把成果用在电网发展的支撑上”的工作要求，通过科技项目研究进一步提高技术支撑水平和交付质量，同时坚持电科院“支撑超前、创新破难”的工作理念，着力支撑省公司新型电力系统建设和现代设备管理体系建设工作，重点开展数字化转型、换流站技术监督和专业支撑以及新能源系统接入的相关工作。与此同时，按照院科研和技术支撑工作走进田间地头的工作部署，积极与设备运维单位对接，解决现场实际问题，确保设备安全稳定运行。

通读工作报告感受与收获篇二

3月5日，首场“代表通道”的8位代表，几乎都来自基层一线，他们之中，有农民工快递员，有森林草原工作者，有一线带兵人，有乡村教师，还有农民作家……3月8日，第二场“代表通道”的代表，多数同样是来自基层一线，他们中有小学教师、村党支部书记、乡镇干部等。

反映民意，是人大代表履职尽责的一项重要内容。从历次两会来看，“代表通道”越来越宽阔，来自基层一线，尤其是

农业、农村教育、环保、技术等颇具代表性领域的全国人大代表占比越来越高。这些代表当中，不少人都长期生活工作在基层第一线，对基层情况，他们最有发言权，对基层群众的诉求和愿望，他们最清楚、最明白，让他们站“c”位，让他们为基层群众发声，不但能让我们听到原汁原味的基层声音，而且能让我们看到了无数平凡中国人的奋斗之姿，看到一个奋进、自信、充满活力的中国。

通读工作报告感受与收获篇三

“国内生产总值增长8.1%、居民人均可支配收入实际增长8.1%、城镇新增就业1269万人、新增减税降费超过1万亿元、疫苗全程接种覆盖率超过85%…”一个又一个的数字，见证了国家的发展与强大，见证了人民生活的美好。每一次经历的风险与考验，每一次创造的历史奇迹，都有力的印证了党坚强的领导能力，充分展现了我国社会主义制度的优越性。雄关漫道真如铁，而今迈步从头越，国家有着宏伟的发展目标，而作为新时代青年的我们，同样需要树立远大理想，与时代同呼吸，与社会共发展，以奋发有为的青春姿态勇担使命、不负韶华。

通读工作报告感受与收获篇四

近一个时期以来，营销中心在公司的指导下，开展了华中区域市场启动和推广、市场网络的建设、各区级批发单位的开发、部分终端客户的维护等工作。现将_个月来，营销中心阶段工作所取得的成绩、所存在的问题，作一简单的总结，并对营销中心下一步工作的开展提几点看法。

一言以蔽之，三句话：成绩是客观的，问题是存在的，总体上营销中心是在向前稳定发展的。

一、“5个一”的成绩客观存在

1. 启动、建设并巩固了一张全面行销所必需的分级营销网络体系

华中区域市场现有医药流通参与商(商业公司或个体经营者)超过__家, 经过深入实际的调查与沟通, 我们按照这些商业渠道的规模实力、资金信誉、品种结构、经营方向, 将这些商业渠道进行了a□b□c分类管理, 其中a类主要侧重于大流通批发;b类为二批和临床纯销户;c类为终端开发者。在这些客户中, 我们直接或间接与之建立了货、款业务关系的近__家;渠道客户掌控力为8%。

我们所拥有的这些渠道资源, 为提高产品的市场普及率、占有率、迅速占领华中区域这一重点市场, 供给了扎实的营销网络保证, 这一点正是竞品企业所看重的。

2. 培养并建立了一支熟悉业务运作流程并且相对稳定的行销团队。

目前, 营销中心在营销总监的总体规划下, 共有业务人员@人, 管理人员@人, 后勤人员@人。各人员述职时间、行销经历参差不一样, 经过部门多次系统地培训和实际工作的历练后, 各人员已完全熟悉了本岗位甚至相关岗位的业务运作的相关流程。

对业务人员, 营销中心按业务对象和业务层次进行了层级划分, 共分为终端业务员、区域主管和片区经理三个层级, 各层级之间分工协作, 既突出了业务工作的重点, 又防止了市场出现空白和漏洞, 体现勤协作和互补的初衷。

这支营销队伍, 工作虽然繁琐和辛苦, 却有着坚定的为营销中心尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。你们是华中区域市场运作的生力军, 是能够顺利启动华中区域市场并进行深度分销的人力资源保证。

我们起步虽晚，但我们要跑在前面！

3. 建立了一套系统的业务管理制度和办法。

在总结上半年工作的基础上，再加上这两个月来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于行销队伍及业务规划的管理办法，各项办法正在试运行之中。

首先，营销中心将出台针对“人力资源”的《营销中心业务人员考核办法》，对不一样级别的业务人员的工作重点和对象作出明确的规范；对每一项具体的工作资料也作出具体的要求。

其次，营销中心将出台针对“市场资源”的《营销中心业务管理办法》，该办法在对营销中心进行定位的基础上，进一步对商务、订购、配货、促销、赠品发放以及业务开展的基本思路等作出细化标准，做到了“事事有标准，事事有保障。”

第三，构成了“总结问题，提高自我”的内部沟通机制。及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重业务人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

4. 确保了一系列品种在华中区域终端市场上的占有率。

目前，营销中心操作的品种有_个品种，_个品规。对这些品种，我们依照其利润空白和总部支持力度的大小，制定了相应的销售政策；如现款、促销、人员重点促销等。经过营销人员尽职尽责的工作，这些品种在地区级市场的普及率到达-9%之间，在县级市场的普及率到达5--8%，之间确保了产品消耗者能在一般的终端即可购买到我们的产品，杜绝了因终端无货而影响了产品销售时机的现象，增加了纯销量提升的可能性，为下一步的终端开发夯实了物质和人文基础。

5. 实现了一笔为部门的正常运作供给经费保证的销售额和利润。

自开展工作以来，营销中心经过对本公司产品的市场开拓，相关竞品品种的大流通调拨，共实现了销售额万元；毛利润额万元，为整个营销中心和三个周边办事处的正常运转供给了及时的、足额的经费保证。

营销中心主管领导在建设并掌握营销网络的同时，经过各种途径为行销工作的顺利开展谋取利润，所以，营销中心整体可持续性发展的物质保障是不需担心的。

二、“3个无”的问题亟待解决

问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒。

1. 无透明的过程

虽然营销中心已运行了一套系统的管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，可是，没有构成按时汇报的机制和习惯，仅仅是局部人员口头汇报、间接转述，营销中心不能进行全面、及时的统计、规划和协调，从而导致部分区域的工作、计划、制度的执行和结果大打折扣。

2. 无互动的沟通

营销中心是作为一个整体进行规划和核算的，一线工作人员、后勤人员、主管领导的三向互动沟通是内在的要求和发展的保障。营销中心需要及时、全面、顺畅地了解每个区域的一线状况，以便随时调整策略，任何知情不报、片面汇报的行为都是不利于整体发展的。

3. 无开放的心态

同舟共济，人人有责！市场供需失衡的压力，同业风气的阻障，客观环境的不便，均对我们的行销工作产生了负动力。如果我们不能以开放豁达的心态、宽容理解的风格、进取坦荡的胸怀应对客户和同事，我们就不能更好地前进。我们明白，其他厂家内部滋生并蔓延着相互拆台、推委职责、牵制消耗、煽风点火的不良风气，我们要警惕我们的队伍建设和自身提高，不要被不需在意的的人和事影响了我们的提高。

两军相遇勇者胜，智者相遇，人格胜。

4无规划的开发

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，哪个客户需要线开发，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到达效果的，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当采取什么样的策略，什么时间应当回访，应当采用面谈还是电话，都是需要研究的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访和无信誉的行为，都有可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

三、3条提议仅供参考

1. 重塑营销中心的主角职能定位。

在做网络的同时，做销量，创造利润和区域品牌。经过完善终端网络来提升产品销量和团队美誉度。

2. 建立金字塔式的营销结构，推行低重心营销策略。

在确保产品在终端“买得到”的同时，也要确保“卖得动”，有计划、多层次地开展“面向客户型”推广。不能只保证渠道中有水，还要创造让水流出去的“出口”。

3. 调整产品结构。

单渠道、多品类地“多量少批”产品购买是将来渠道客户向上采购的趋势。产品是终端市场运作的依托，宜精少而不宜杂多。营销中心将努力寻求个利润空间大、可操作性强、投入既有利益保障又有声誉回报的产品，这样终端销售会更有进取性，客情关系会更加紧密。

总经理工作报告感受大全5

通读工作报告感受与收获篇五

了公司发展面临的压力与挑战，明确了2022年目标任务，为公司在新的年里工作指明了方向。我深受启发，备受鼓舞。作为一名基层职工，我将立足工作岗位，将工作

报告

精神落实到工程施工管理工作中，扎实开展“抓班组、控现场、保

安全

”活动，将“标准化作业”、“四双管理”、“四个管住”、“十不干”要求落实到每个施工现场。严格施工方案编审批

工作

，认真进行安全技术措施交底，确保每一名作业人员任务清、环境明，做到现场都是“明白人”。加强对施工班组人员的安全

知识

培训工作，确保“干什么，学什么”。实现安全生产“六杜绝，三防范”目标。