# 出差工作总结范文(必备40篇)

来源：网络 作者：月落乌啼 更新时间：2024-08-08

*出差工作总结范文120xx年1月5日新能源项目组xxx、xxx二人因硅片项目事宜出差浙江省宁波市。我们此次出差的主要目的是考察清洗设备厂家广州优创精密设备有限公司的清洗设备，通过现场观看设备做工，设备外观，设备自动化程度和运行情况，来了解该...*

**出差工作总结范文1**

20xx年1月5日新能源项目组xxx、xxx二人因硅片项目事宜出差浙江省宁波市。我们此次出差的主要目的是考察清洗设备厂家广州优创精密设备有限公司的清洗设备，通过现场观看设备做工，设备外观，设备自动化程度和运行情况，来了解该公司的设计加工能力，以此作为清洗设备厂家选择时的参考。此次出差，我们参观了使用深圳捷佳创公司清洗设备的厂家镇江万新光学公司的车间，考察了该万新公司所使用的清洗设备情况，主要情况汇报如下：

>一、清洗设备厂家深圳捷佳创公司的情况

在1月5日下午，我们曾与广州优创公司销售部经理柳xx、工程师余xx在二楼会议室会谈，了解了该公司及其清洗设备的基本情况。

该公司是原广州一家在香港上市公司的清洗事业部（1994年创）在20xx年剥离后成立的公司，管理层持股；职工人数200人左右，其中工程师7人；生产厂房8000m2左右。该公司的主要客户有：太阳能清洗方面保定天威英利、无锡尚德公司；光学镜片清洗方面万新光学公司、西安圆明光学、珠海佳能公司等。

此次我们出差考察的是使用捷佳创公司清洗设备的光学镜片厂家镇江万新光学公司，此次捷佳创公司派机电工程师对万新光学公司使用的清洗设备进行巡视与软件升级，我们顺便进行参观与考察的。

>二、使用清洗设备厂家镇江万新光学公司的情况

镇江万新光学眼镜有限公司是一家专业光学眼镜的中外合资企业，地处镇江市郊外，丹阳市的司徒镇。该公司是专业生产眼镜的企业，年生产纯钛眼镜架等各式眼镜架300万副，CR-39树脂镜片20xx万片。员工1200多名，占地面积6万多平方米，建筑面积3万平方米，除老厂区外，去年已建成新厂区。因此该万新光学公司是具有一定实力与规模的公司。

该公司使用清洗设备主要用于镜片的清洗工序。

>三、在镇江万新光学公司使用的深圳捷佳创公司清洗设备情况

我们于5月10日上午到达万新光学公司所在地丹阳市司徒镇后，在深圳捷佳创公司工程师刘xx带领下，参观了万新公司新厂区车间，对该公司的清洗设备进行了考察。在万新光学公司使用的捷佳创公司清洗设备共30余台，其中槽清洗设备17台，6槽清洗设备13台。

1、设备主要工艺过程

以清洗镜片的6槽清洗设备为例，其工艺过程为：清洗剂洗、漂洗带超声波、喷淋，漂洗带超声波，漂洗带超声波，漂洗，再进入烘干炉。

2、设备外观

清洗槽壳体采用不锈钢，烘干炉壳体为钢板外喷乳白色漆，设备外观较好。

3、自动化程度

其现有的清洗设备为人工上料下料，清洗过程及烘干过程全自动控制。

4、水电气与管道布局

水电气及排气管道布局较好，走线较正规，无杂乱感。内部管道与机械及电气部件脉络较清晰。

5、设备运行

设备运行的环境干净，大部分槽使用超声波，设备运行正常流畅，机械运行过程中无突然停顿及中断情况。

6、使用元件

关键元件均使用进口元器件。超声波振子使用韩国产品，温控元件使用欧姆隆温控器，过滤器使用美国过滤器。

7、存在的问题

在清洗设备的烘干炉部分，装有已经清洗完毕产品的花篮与传动链条直接接触，有可能在重复使用花篮清洗产品时，花篮上粘附的传动链条油污会产生污染，影响清洗效果。

清洗槽观察窗采用铝合金，容易被药液腐蚀，还有污染被清洗产品的可能性。在清洗过程中，从一个槽平移到另一个槽时，平移过程存在不稳有抖动的现象，为承载平移花篮的支撑条高低不平所致，故在设备细节的精细程度上有一定差距与问题。

8、总体情况

从总体情况而言，深圳捷佳创公司制造的清洗设备运行良好，该公司具备一定的清洗设备设计加工能力，可以作为我们项目所需国产化清洗设备的一个候选厂家，以进一步调查与了解。

**出差工作总结范文2**

说到出差，大家都十分羡慕，可谁又知道出差的苦楚。

虽说在樟树生活了近三年，药交会几乎也是年都参加，但以前去都是以参观者的身份，说实在的也就是去凑凑热闹而已，而这次去却是以参展商的身份，好奇而又兴奋的心里压力自然也就增加了不少。在学校的时候曾在正邦集团实习过四个月，对坐车出差更是家常便饭，因此对环境的适应力也就大大加强了。

xx月xx日上午9点多，我和王部长一同从樟树汽车站出发开始了我们为期四天的出差之行——南京药交会。xx日中午我们到达南昌，在超市买了些火车上应食用的“粮食”——泡面、矿泉水等；买好了储备粮我们就在一家小面馆草草的吃了下午饭，之后就直赶火车站。

下午2点29分我们从南昌火车站出发，在火车上颠簸了一个下午另加一晚上才敢到充满古文化之都——南京！为了抓紧时间办事，我们早餐都没吃就直接去找住地，南京的销费实在是高，我们只好找了个差些的小旅店住下，放下行李马上赶往目的地——南京国际会展中心。外面的天气阴沉沉的，眼看就要下雨了，可我们一点也不敢耽搁时间，我们知道公司也不容易，要拿出这么多钱来就是想通过药交会将公司推向江苏、广至全国，通过这个平台可以将我们公司的品牌形象大大提升，让全国人民都知道江西有我们五洲，记住我们五洲团结同心、康泽世人的精良团队！为了第二天的药交会能开的更加成功，我和王部在会展中心都精心的布置我们的展位。因王部有多年的经验，对布展也是条条理理井然有序的进行着，展位的布置也就在轻松的过程中完成。

通过这次出差，让我锻炼了胆量同时也长了不少见识，所以我也很珍惜这次出差的机会。我本着尊重我工作的态度，我努力去做。南京药交会的工作就此告一段落，以后的我还需要领导多多支持与指教，争取把工作做的更加出色！

**出差工作总结范文3**

(一)基本状况：

经过九天对区域市场的开发，我们的产品也经历了一次考验，在我走访的九江、南昌、吉安、赣州这四个城市里生根发芽，在这期间里，开发了2家意向客户，第一家是南昌的首批打款在15万元左右，代理商需要公司带给更大的支持，但我认为公司无法做到，正在协商作方法;第二家是赣州的首批打款在\_\_万元左右，由于代理商没有做过厨卫，正在了解市场行情和品牌比较。

主观看法：我们的产品在市场上的前景是十分好的，我本人对这个市场，对产品都很看好，我们的产品质量好，包装精美，品种齐全，售后服务好。

对市场而言，我们的价格比同类同品牌的产品要略低，但产品外观似乎

是我们的瓶颈，无法和同类同品牌相拟比;但我们给了客户足够的利润空间的同时又给了他广泛的区域市场，减小其销售难度，这样一来，绝大部分客户都愿意了解我们的全部产品。

对于我个人的成绩来说，对部分地级市场都有了详细的走访和了解，了

解到了客户的需求，在区域市场中开发出部分意向客户。我觉得这个成绩不是我预期想要到达的一个效果，任务虽然没有完成，但我还在努力也还有许多方面没有做到，对于地区市场做的过于急躁，在市场开发中做的不够细致，粗枝大叶没有给客户更好的引导。

(二)市场总结和计划：

对于我最近走访过的客户，他们目前都期望此刻能有一款价格合理，质量满意的产品进入市场，对于方太、老板、帅康、樱雪、樱花、华帝、美的等几大品牌的价格贵、市场管控严格、价格透明，这几个点来说，我们的产品竞争优势很大，但是，这些品牌的牌子大，名气响，在老百姓心里已经根深蒂固，不利于我们的产品进入市场。个人认为，我们的市场切入点就在于我们给予客户的厂家支持、利润空间、足够大的区域市场，这样会充分调动经销商和批发商的用心性。

1、价位方面：市场上总体来讲，对于一个新品牌，要想打入这个市场，抢占市场份额，按目前的价格来看，只能说是具有必须的竞争优势，有一部分客户是用一种完全不接纳新品牌的目光看我们的产品，还有部分客户是无法理解品牌的价格，只拿我们和一些擦边球品牌的价格相比较;记得南昌的一家客户跟我说，产品本身是能够的，但是作为一家新牌子，这个价格在销售过程中会增加一部分难度，但我认为这是一个比较保守的客户，哪个公司没有一个新开始呢，价格永久没有可比性。

2、产品定位：我觉得上述几大品牌在终端用户心里已经有了很深刻的印象，那么这样的一些品牌也就成了本行业的标杆，因此有很多终端用户会用这些品牌的产品外观、品质盲目的去决定其他品牌，那么我期望，既然老百姓选取这样一种方法作为衡量好坏的根据，那我们的产品就就应保留其现有的长处，或者说是生产方面也以这些大牌子做标杆，做到老百姓喜欢什么样的，我们就生产什么样的!总而言之，产品的定位就要以大品牌为基准线，做到新的款式及时跟进。

3、产品包装：：大多数客户都很喜欢我们小家电系列，还有一少部分也会选取厨卫系列，但有客户反应我们厨卫系列的包装有点老气横秋的感觉，色彩不亮丽，没有眼球效应，我个人感觉此系列产品包装还算不错，但部分客户觉得既然小家电系列的能做如此漂亮和特色，为何厨卫做不出来这种效应呢?

在那里我要提出一点推荐，此刻无论是哪家大品牌的产品，都是厨卫产品列占所有品类的主导地位，很多客户反应我们的厨卫系列产品不够新颖。而且终端用户也认为小家电产品和包装会比厨卫的高档一些。

4、销售策略：目前，我司销售支持政策十分大，能够以前期不赚钱形式去抢占市场份额，给我们销售人员在工作中带来很多协商的空间，我觉得一个新品牌想占领市场，无论透过任何形式，任何方法，都就应勇于尝试，想尽一切办法去进入到经销商的门店。如果没有政策支持大这一策略，那我想我这次出差连意向的客户都不会有了。

5、渠道方面：个人认为目前我们的品牌只是一个孩子，市场刚刚起步，

认识我们品牌的渠道客户不够，市场认可度十分低，，我觉得就应投入一些宣传到重点城市，能够有选取性的去挑一些优质客户，培养起来，会很容易引发邻省市的连锁反映，等到客户稳定，地级市场精耕细作之后，有老百姓拿着我们的VIP防伪卡去找经销商买东西的时候，我会拿着我所有的发货单子和客户资源去找一家能够控制江西的省级代理商。

下一步的计划，我个人还是要把区域市场内没有到过的城市，未开发出来

的城市逐个击破，巩固现有的客户资源，多了解经营状况，先得到终端用户的认可，然后才开发适合我们的省市级代理商，现阶段，想找一家代理商十分有难度，并且这次出差遇到阻碍我们成功最大并且最普遍的问题就是诸多批发商2和3月份展会已经选好了品牌及市场反映惨淡，给代理商心理上不敢轻意下决定。

总之，老百姓喜欢的是包装色彩靓丽，价格合理，但看起来高档的产品，经销商喜欢的是没有竞争对手，利润空间大，便于市场控制，质量过得去的产品。目前，要做的就是要想着怎样样让我们的产品去适应这个市场，而不是让用户适应我们，我们要做的就是老百姓喜欢什么样的，我们就做什么。

**出差工作总结范文4**

一、出差时间：20-年2月

二、出差地点：嵩县县城、旧县镇、大章镇、德亭镇

三、出差目的：了解市场情况、发掘新客户、拓展潜在客户，以扩大市场范围和市场占有率提高公司效益。

四、出差主要内容：

现在洛阳市高速发展到处都是房屋拆迁和高楼建造。对于工程门和拆迁门需求量极大。今天主要走访嵩县县城和周边几个乡镇，在嵩县汽车站周围主要是销的对开门和四开门和钢木门，在嵩县北店街旧货市场主要是以中低端的防盗门主要是2、5和2、05搞的40、50、60、70门这几种门。货源大多来源于洛阳和郑州2个方向而县城建材市场主要是盼盼、步阳等高档门聚集地，货源主要来源于浙江等地，经过这些走访对嵩县县城的防盗门市场结构及区域分布主打产品不同有了给多的认识结合我们公司的情况对不同区域的客户采取不同的营销方式来争取客户。对于北店街旧货市场我觉得其中有几家有可能成为我们的客户：一、旧货市场主要防盗门产品为40、50、60、70门这几类门而这几种为我们公司主打产品;二、这几家防盗门进货几乎都来源于洛阳和郑州并且有些是我们公司的门;三、对于货源的保障我们公司有其它厂家所不能媲美的优势。对于县城以下乡镇其中以旧县和德亭防盗门门业居多对于防盗门主要产品为烤漆门和中低端防盗门及室内门，烤漆门我们公司没有涉及但我们公司防盗门和室内门都有很大优势，而乡镇市场对于进货渠道和进货价格都有差异，我们公司有着比其他厂家优势就是我们货源和他们差不多但我们比他们便宜或者价格和我们相差不大但我们比他货源充足。这就是我们公司的优势所在。因此，乡镇需求也是我们公司的一些潜在客户。

初次出差这一次使我收获很大也认识到见识到各个地区对于防盗门的需求质量规格与需求量的差别。初步了解城镇与乡镇对于防盗门差异城镇需求质量与时尚而乡镇是价格与款式。

**出差工作总结范文5**

尊敬的领导：你们好!

此次广东出差已将近一个月，首先感激领导对我的器重和信任，能把这么重要且光荣的工作交给我。本人在荣幸的同时也深感职责重大，必须不能辜负公司对我的期望。

此次来广东出差的前段时间工作中不尽如人意，这就让自我背负了很大的压力，使得自我寝食难安，有那种如履薄冰的感觉，生怕辜负了公司以及领导对我的期望和信任。夜不能寐的时候自我也在深刻反省和总结，反省公司花这么多钱来让我出差如果不把工作做好能对得起公司和领导嘛?总结如何做好自我的工作，亡羊补牢争取在接下来的工作中能有较大的提高。

经过反省和自我批评，发此刻广东的前几天没有抓住工作的重点，也没有把握重点客户，更没有按照出差前领导批准的出差计划去执行，这就使得自我的工作很盲目，拜访的客户都不是重点的客户，收到的回款也比较少。经过及时的反省和总结，才使得自我重新回到了正轨，回款也在不断的增加，此次出差的工作重点也逐步的攻克。

以下是我在本次出差总结的拙见，那里总结出来期望能对日后工作有所帮忙，把情景汇报给公司期望能对领导做决策时有所帮忙：

一、在广州的前几天主要拜访广州宏济医药有限公司，目的是想把其攻克，把关系打好。他是公司物流品种在广州的客户，不仅仅让其做物流，更要其把招商的产品也一齐做，经过几天的努力，最终和其建立了良好的关系，最终客户下了两万多元的招商产品的订单，物流同时也在做，并且专门为公司的产品做了彩页来进行推广，把公司的产品列为会员产品加重点推广。最终客户表示合作几次之后也想让招商品种给他个月结的政策，其保证每个月销量不下5万元，每月5号之前把款打到公司，因为个人没这个权限，所以没有答应他，只能说向领导请示。

二、在广州同时拜访了双钾代理商周爱民，目的是对双钾在广东基药招标的工作解决一下，客户表示中标没有问题，价格也不会低于18元。另外一个目的是中标之后双钾来如何操作，我提的提议是招区域代理，因为客户的临床网络不好，只要找区域代理才能更大面积的覆盖率和更大的销量。客户也没有否决我的提议，可是表示要等中标结果出来看一些中标价格以及广东基药招标的政策才能做最终的决定。

三、拜访羧甲司坦口服溶液代理商，可是没有见到老板本人，只和其采购部经理谈了一下羧甲司坦口服液的中标问题，目前羧甲司坦口服液中标面临很大的困难，主要竞争对手有广州白云山总厂、华南药业和北京嘉士大恒，最终只能选两家技术标得分较高的进入最终的商务标角逐，所以羧甲司坦口服液面临的困难很大，与其采购部经理沟通的就是如何进入商务标，他表示公司此刻一向在做工作，肯定会尽最大的努力来争取中标。

四、拜访了广州的几个客户，解决了之前没解决的问题，解释了公司的情景和实力。表达了对客户的重视和对客户的诚意，都收到了必须的效果，回款也在逐步的增加，同时也增加了客户销售公司产品的热情和对公司的忠诚度。在广州的工作就暂时告一段落了，总之是自我的心理压力很大，工作中做的也不太完美。可是最终收到了一个比较好的结果。本次出差的重点就是做东莞朝阳药业的工作，以下重点汇报朝阳药业的情景：对朝阳药业的工作，面临了前所未有的困难。

>主要包括以下几点：

一、以前建立起良好关系的那个采购员不在采购部了，花了几个月的时间建立起的关系突然就没了，一切都要从零开始，让自我很失望。像这种公司没有关系就举步维艰。

二、并且以前负责采购的女孩交接工作时没有和此刻的这个采购员交接清楚，非要把年初退的那十件货抵成货款。并且之前谈得1053家会员店进店铺货的情景只能暂时搁浅，耽误了销售的进程。也把工作的计划给打乱了，本来重点是来和朝阳的销售员建立关系，此刻却只能重新来和采购员来建立关系。等于是把以前的工作重新再做一遍。

三、新换的这个采购员很不好说话，并且对公司的印象不太好，总是说公司工作不到位，不负职责，说公司不开出库单，说最厌恶今日到一件明天到两件，很麻烦。我也只能慢慢的与其沟通详细的\'解释公司的几个厂的情景。并且邀请其一齐坐一坐沟通沟通感情。

四、朝阳药业的采购部经理前段时间刚好又在贵州和四川出差，很多工作都不能与其直接进行沟通交谈。这也带来了很多的困难。

虽然在东莞朝阳药业工作中存在困难，可是皇天不负有心人，付出就有收获。经过不断的努力最终有了不错的进展。新换的业务员虽然说话难听又经常吵我，可是他也有爱好，爱好足球，同样我也喜欢，见面就先谈一会儿最近的足球比赛，把谈话的气氛调节好，然后谈工作，中间也吃过几次饭。关系逐步的缓和了。并且下了个3万元的订单，可是打款的时候还是由于工作没交接清楚，说我公司账上还有其7000多元，由于包括我没接手时候的帐，所以很难弄清楚，他只能先让把退到我公司的货先发过去几件，先补暂时的缺货情景。这件事我回去还得好好的查一下，妥善的处理一下。才能保证朝阳那里的政策运转。

另外1053家会员店铺货的情景又有了进展，重新走上了不错的轨道，这几天正在做市场的反馈，看看进店的品种和数量，确定第一次铺多少货。这个到下个月会有所动作。采购部经理宋刚鹏回来谈了几次，表示对我公司的产品还是要一如既往的支持，重点销售。把下一步的工作安排计划安排下去。

以上是此次广东出差的工作总结，本月出差个人认为收获还是很大，回款7万元，同时攻克了几个客户，朝阳药业的工作也有了个不错的开端，基本上完成了本次出差的计划。同时也对下一步的市场操作有了一个新的方案，特向领导汇报。

>下一步市场操作计划：

经过这次出差发现广东市场很不规范，客户管理上很混乱，我准备将广东市场整合一下，规范一下市场，把广东分4块，分别为广州、深圳、东莞、揭阳。广州先由广州宏济药业来操作，东莞交给朝阳药业、深圳交给中源药业、揭阳由康佳乐来操作。这样刚好把广东全省覆盖完毕，并且不会产生串货和价格不一等不利于产品销售的情景，同样也能刺激客户销售的进取性，更便于管理和规范市场。个人提议，还请领导批评指正。

本次出差的工作基本上都已完成。所以最终特向领导申请回公司，出差一个月，工作上的很多事情都必须要回公司才能处理，身上带的钱也花完了。个人也有点私事，家里买了个房，最近要选房，父母觉得房子以后要我住，还是让我自我回去选一下更妥善一点，所以家里一向催我赶快回来。亲戚介绍了一个对象，那女孩在北京工作，清明回家住几天，让我回去看一看。

与公与私，我觉得还是回去一趟比较好，等下一步工作开展了有必要的话我就在出差来帮忙客户操作一下。特向领导请示。期望领导能够批准。

**出差工作总结范文6**

说到出差，公司的员工不管是国内出差还是国外出差，都是带着工作任务而出差的。所以一次的出差能带来许多的工作收获，每一位出差的员工也要进行工作总结报告。以下是出差工作总结报告的相关范文，仅供阅览：

出差工作报告范文：说到出差，大家都十分羡慕，可谁又知道出差的苦楚。

虽说在樟树生活了近三年，药交会几乎也是年年都参加，但以前去都是以参观者的身份，说实在的也就是去凑凑热闹而已，而这次去却是以参展商的身份，好奇而又兴奋的心里压力自然也就增加了不少。在学校的时候曾在正邦集团实习过四个月，对坐车出差更是家常便饭，因此对环境的适应力也就大大加强了。

3月20日上午9点多，我和王部长一同从樟树汽车站出发开始了我们为期四天的出差之行——南京药交会。20日中午我们到达南昌，在超市买了些火车上应食用的“粮食”——泡面、矿泉水等；买好了储备粮我们就在一家小面馆草草的.吃了下午饭，之后就直赶火车站。

下午2点29分我们从南昌火车站出发，在火车上颠簸了一个下午另加一晚上才敢到充满古文化之都——南京！为了抓紧时间办事，我们早餐都没吃就直接去找住地，南京的销费实在是高，我们只好找了个差些的小旅店住下，放下行李马上赶往目的地——南京国际会展中心。外面的天气阴沉沉的，眼看就要下雨了，可我们一点也不敢耽搁时间，我们知道公司也不容易，要拿出这么多钱来就是想通过药交会将公司推向江苏、广至全国，通过这个平台可以将我们公司的品牌形象大大提升，让全国人民都知道江西有我们五洲，记住我们五洲团结同心、康泽世人的精良团队！

为了第二天的药交会能开的更加成功，我和王部在会展中心都精心的布置我们的展位。因王部有多年的经验，对布展也是条条理理井然有序的进行着，展位的布置也就在轻松的过程中完成。

通过这次出差，让我锻炼了胆量同时也长了不少见识，所以我也很珍惜这次出差的机会。我本着尊重我工作的态度，我努力去做。南京药交会的工作就此告一段落，以后的我还需要领导多多支持与指教，争取把工作做的更加出色！

**出差工作总结范文7**

3月6日，3月7日，是我进公司的第一次出差，跟随人社局去南京财经大学和镇江的江苏大学进行校园招聘，第一次出差对我而言还是比较有新鲜感的，也比较激动。

这次一共去校园招聘的公司大概有90多家。这次的\'出差和平日里去的人才市场招聘有共同点，但也有区别。

>共同点：

1，为公司引进人才;2，出去招聘始终是代表公司形象;3，为公司做一定的宣传。

>区别：

1，不仅需要和面试人员进行沟通，也要和其他公司人员进行沟通，了解其他公司的一些状况;2，了解并学习其他公司招聘时的优点，取长补短;3，了解其他公司的薪酬福利和他们的招聘状况。

**出差工作总结范文8**

出差人:xxx

出差时光:8月16—8月27日出差事由:细化市场

本次为期12天的出差最主要的任务就是细化东海和赣榆市场，目前东海和赣榆的总签约客户为12家(包括这次签约的两家)有6家集中在东海的北部，且店面分布比较集中，赣榆的4家也在一条线上方，整体看来连云港11家店的“质量”比较好，对于下半年的跑量还是比较有信心的。

这次出差最大的\'意外收获就应是:灌云和灌南的7家客户基本上已经确定下来，东海那里也传来“喜讯”，所以，今年下半年连云港市场不出意外的话会突破20家，前景就应是“一片光明”。

其次，在这次出差的时候墩尚的客户反应:顾客来买了一条单品床单又退了回来原因:大面积的跳纱，对于产品质检这一块，推荐生产部这块还需加强一些，毕竟此刻我们在苏北那里才刚刚起步，正在打品牌的时候，质量这块必须得把握好，必须得在下半年把绣阳的品牌打出去。

下月5号东海有两家客户搞促销活动，关于宣传的事宜在电视台打广告的事情由于费用太高暂搁一边，我已经和客户解释过原因，他们也表示理解。等九月份促销活动开始的时候，一些意向客户就会陆陆续续联系到老客户店里参观，到9月底之前要把能拿下的意向客户基本拿下，重点放在东海和赣榆具体的实施在9月5号开始，在这之前我已经着手联系这些意向客户了。

总之，期望我们在外面开发市场，家里的货品尤其是质量这一块必须得把关好，我们很有信心把苏北市场做大做强，期望公司能做我们的坚强后盾!

**出差工作总结范文9**

我于x月15日至x月21日至北京等地参加由清华紫光培训中心举办的《绩效实务管理》，现将此次培训总结如下：

>一、培训课程有《如何设计合理的绩效目标》、《绩效工具的有效应用》、《绩效推进中的辅导与沟通》、《战略的执行者》，通过以上课程的学习，了解到：

1、绩效不能单纯叫做绩效考核，而应该称之为绩效管理。绩效管理只能是一种沟通和跟进的`管理工具，而非是用于衡量工作好坏、薪资领取多少的手段，而且它是一项全员参与的工程。

2、绩效的实施需要与公司的战略目标紧紧相连的，它是以公司目标为总目标分解到部门当中，再由部门分解到员工个人。绩效计划的制定应是由全员参与共同设计共同签署的一项协议。

3、绩效管理应与培训同行，用培训的手段加强员工对它的了解度，再用物质激励的方式来刺激员工的接受度。

4、绩效管理的工具有两种：目标管理法、平衡积分卡;通过对这两种工具的学习，我认为目标管理法较适合我公司，但对公司有些部门可以将平衡积分卡的一些用途用在其中。

>二、与清华紫光沟通的问题：

1、明年推进MBA事宜：与清华紫光培训中心总监王玲沟通了关于明年推进MBA培训一事，她对我公司推行提出两点方案：

(1)可先行在明年也做为介结客户的形式运作;待时机成熟后再考虑注册公司专门从事。

(2)直接注册公司运作。

(3)关于课程的价位问题可根据当地实际情况进行调整。

2、清华紫光爱代购网：与清华紫光爱代购网销售经理曹阳沟通爱代网的一些业务往来。我向其介绍了明年我公司可能需要的几个方面：

(1)财务系统。

(2)推行培训教育。

(3)公司对外网站的建立。

(4)公司内部网络的建立。

>三、宜春、吉安新店情况：

1、宜春：于8月20日抵宜春，对宜春即将新开的两家店进行走访。步步高店及一中店，步步高店店面墙壁颜色不一。一中店排班安排已安排好并通知了邓海龙。

2、吉安：吉安阳明店后藏间设计不够理想，空间太小，不易存货。墙壁颜色与环城店色彩不一，空调位置管处理不当。

以上为此次出差总结报告。

**出差工作总结范文10**

此次于20-年4月-日出差，前往河南省，20-年5月13日回到公司上班，总共30天。主要去了河南郑州841仓库，开封市、新乡市、安阳市、鹤壁市、濮阳市等城市及其所在的个别县城，拜访纺织厂20多家。对于此次出差主要就以下几个方面做总结：

一、纺织行情和分析

1、纺纱厂情况：通过拜访河南整个豫北地区各个市纺织厂的情况，了解到现在河南市场原来的很多纺织厂都因为经营不善和近年来行情不好无法维持，已经倒闭或者变卖转投它行。现有的纺织厂主要纺32—40支的普梳和40支的精梳，有少数纺织厂纺8—16支的低支纱和50支以上精梳。多数纺织厂使用的设备也是以前的纺织设备，比较陈旧。通过拜访纺织厂了解到，近两年来棉纱市场行情不好，纺织厂能够维持已经不错了，没有过多的资金更新设备，或者即使纺织厂有流动资金，有些私营的纺企也没有打算在纺织厂上投入过多资金，纺织厂能够维持就好了，其他的资金都转投其它的行业进行投资。

2、纺织厂用棉情况：整个河南市场的纺织厂绝大部分本身就一直在使用新疆棉，对于进口棉接受的能力不高且使用量较小。今年国家一直在抛储备棉，而且搭配3：1的配额，如此政策对于纺织厂的诱—惑力极大。通过拜访纺织厂了解到，现在整个河南市场的纺织厂90%以上都在使用国储棉，有的纺织厂全部使用国储棉，有的纺织厂主棉使用国储棉，同时使用部分进口棉，印度棉、美棉、澳棉等作为配棉使用。

3、我司乌棉的推广情况：通过拜访河南整个豫北地区纺织厂，通过了解，我司在河南郑州841仓库的乌棉，很多纺织厂都知道，有大部分客户前往看过大货并且取样回厂做过指标，但是对于我司的乌棉采购积极性不高，其原因主要有以下几点：

(1)河南拍储的纺织厂较多，纱厂拿到配额后再将配额卖掉，如此，其拍国储棉的成本价格与我们的乌棉价格差价不大，不愿意采购乌棉

(2)通过到厂拜访和与客户交谈，河南的纺织厂90%以上都在使用国储棉，有些拍储的纺织厂库存尚可，没有采购棉花的需求;有的根本不使用乌棉，有的使用乌棉也是作为配棉使用，量很小。

(3)河南到库的乌棉，客户回厂做了指标后回复，我司乌棉马值—之间，长度普遍在28mm左右，有部分批次达不到28mm，短绒率10—16%之间。有的纱厂使用不了，是因为马值过高，有的纱厂使用不了是因为长度达不到。

(4)客户看大货后，认为我司乌棉加工质量不好，一致性较差，碎杂太多，部分批次颜色发黄，看起来像是陈棉，没有采购意愿。诸多客户表示，若后期我司有高质量的乌棉到库，可及时电话沟通，愿意前往看货。为了更好的开拓河南市场，在纺织厂留下一个好的口碑，为后期做好河南市场的棉花销售打好基础，主要有如下建议：

(1)发运一些质量较高，一致性好的\'乌棉。以此来吸引纺织厂前往仓库看货，让一些以前从未使用过乌棉的纺织厂开始敢于开始使用我司乌棉。

(2)适当的降低销售价格。受国储棉的影响，现在整个河南市场偏弱，纺织厂采购棉花意愿不强。

一般品质的棉花或者品质中下的棉花在没有价格优势的前提下，在河南市场的竞争力处于弱势，销售易滞缓，走货缓慢。

二、豫北地区比较具有代表性的纺织厂的一些具体情况

1、新乡市：辉县华宇纺织厂，该厂位于河南新乡市辉县吴孟村。该厂开机8万锭，纺32—40支普梳，40支精梳。到厂拜访时仓库有前期拍的08年的国储棉近一个月的用量，该司前期也去看过我司乌棉，该厂刘总反馈说之所以没有选择使用我司乌棉是因为：

(1)现在国家一直在搭配配额抛储，按照目前配额市场价折算，拍储的新疆棉和进口棉几乎一致。

(2)我司的乌棉杂质较大，长度普遍达不到28mm，相对于国储棉性价比没有优势。刘总表示我们双方可以加强联系，以后有可能有机会合作。中州棉纺厂，目前也是8万锭纱厂全开，主要纺16支，21支，32支纱，主要使用新疆棉，西非棉，搭配化纤使用。该厂去年购买过我司青州库乌棉，一直在作为配棉使用，用量较小。该司李总前去郑州841仓库看过我司乌棉，回馈说乌棉加工质量方面不太好，在看到的大货里很难选出一批可用的乌棉，近期内暂没有采购我司乌棉的计划。

2、开封市：河南开封银海纺织厂，通过到厂拜访，了解到该厂为7万锭纱厂，现开机5万锭，主要纺8支、16支、21支的做高档牛仔布的低支纱，主用国储棉，搭配进口棉，前往郑州841仓库看了我司乌棉，取样回厂做检验。通过与该厂冯总交谈了解到，在整个4月份低支纱的销售量还是不错的，但是价格一直上不去，所以采购棉花也是随买随用，比较谨慎的补库。

3、安阳市：安阳德隆纺织，该厂拥有10万锭，现开机5万锭，纺32—40支的普梳，现在使用的全部都是国储棉。该厂原料部李经理说，以前也使用过乌兹别克棉花，但是今年国家一直在抛储，货源不缺，暂时没有考虑购买进口棉。安阳恒立纺织;该司目前拥有3万锭，纺40支的普梳和精梳，国储棉和进口棉搭配着使用。和该厂的常总联系，到厂拜访后了解到，这是该厂第一次知道我们公司，通过双方交谈，常总表示以后会经常联系，在使用进口棉上若有需要，会考虑从我司采购。还了解到，在安阳县附近，这样3—4万锭的小纺织厂有几家，虽然规模较小，但是经营的都还是不错的，也是国储棉和进口棉同时使用的。通过拜访，让一些小型的企业，第一次了解和知道我们新疆银隆公司，彼此建立联系，促进以后合作的机会。安阳市的纺织厂现在主要都在使用国储棉，搭配一定的进口棉使用。在进口棉方面，使用印度棉较多，通过拜访让纺织厂得知我司也有印度棉，待通关后，加强联系，若价格合适可采购一些。

4、鹤壁市;鹤壁朝歌纺织，位于鹤壁市淇县铁西工业区，现拥有环锭纺精梳纱10万锭、气流纺800头。但是并未全部开机，使用棉花也是主要使用国储棉，搭配部分的澳棉和美棉使用。对于我司乌棉，客户表示达不到纺纱要求，暂时无法使用。河南淇县银河纺织，通过电话联系，得知该司采购人员出差，没有拜访到。于是到了银河纺织在鹤壁市的办事处，留下了名片和联系方式，若以后有合作的机会可以电话联系。通过电话联系和拜访，了解到该市的纺织厂较少，主要是鹤壁朝歌纺织、淇县银河纺织和鹤壁同发纺织这三家纺织厂，规模还算可以。2—3万锭的纱厂在鹤壁这边几乎没有，现在行情不好，也很少有人再想主动去做这个行业。

5、濮阳市;濮阳市三强纺织厂，该厂总共拥有20万锭，纺40、50、60精梳。由于刚刚完成了从濮阳市区迁往濮阳开发区的厂区搬迁工作，目前开机8万锭，主要使用澳棉。该厂赵总介绍说，他们在郑州也有一个纺织厂，6万锭。该厂可直接从外商手中进口澳棉，然后供给三强纺织厂使用。其纺的纱主要销往广东福建，做成布料后直接出口。如此一来，在现在内外棉花价差较大的情况下，他们还比较有优势，降低了纺织厂加工的成本，才能存活至今。给其大致介绍我司情况后，赵总表示，这两年在内外棉花价格差异明显的情况下他们都是这么操作的，现在暂不在国内采购棉花，也不拍储。若后期市场有变动，没有价格差异优势或者存在倒挂的情况时，我们就有合作的机会。

三、仓库情况郑州841仓库：

该仓库位于郑州市郊区，距离市区25公里左右前往仓库后，了解到郑州841仓库的库房内现存放有国储棉约3万吨左右，其余的现货就是我司乌兹别克棉花。到仓库的时候郑州天气风力较大，我们要求库房对我司堆放在货场的棉花进行苫盖，加强巡视，做好仓库安全管理工作。到库时我司的乌棉正在出库，同时也有入库，通过仓库相关工作人员介绍，近日整体前往仓库看货的客户都并不是很多，大部分客户主要看新疆棉，他们也向其介绍我们的乌棉，但是取样做指标后，客户都反映其在纺织生产上无法使用。我们在仓库看到前期到货剩余的几个批次，取样后，通过感官看到棉花表面上含杂较大，索丝较多。通过手扯长度，感觉棉花强力较好，但是普遍长度不够，尤其是1—5/32的棉花，长度达不到29mm。取了小样，在仓库检验室做马值指标，多数批次的棉花马值都在—之间，马值偏高。

四、港口库存及贸易商情况

目前保税库内大概有50—60万吨没有通关的棉花，在抛储市场上新疆棉的存量也将逐渐减小，而且近日纺织厂实际拍到的国储棉价格也比前期有所上涨，有些纺织厂已经开始在现货市场上寻求较好的进口棉采购，以此来降低成本，后期性价比较好的外棉，有可能成为纺企现货采购的首选。通过拜访一些港口贸易商，通过交流，很多贸易商表示不敢囤货和采购我司乌棉的主要原因有两点：

(1)现在国内整个棉花市场行情，国家政策的调控起着至关重要的作用，国家一直在抛储备棉，而且还有部分进口棉也一直在抛，如此，很多贸易商一直在观望，不敢贸然囤货。

(2)这两年我们新疆银隆公司的乌兹别克棉花名声在外，尤其是在青岛港，不管棉商还是纺企大家都知道乌棉是我们公司的，不像印度棉、美棉、西非棉等其他棉花品种市场上很多家都在做，纺企根本找不到真正的第一卖家。但是对于乌棉纺织企业可以直接联系我司采购，而贸易商在没有价格优势的时候贸然签订合同囤货就会销售不出去。对于棉花采购价格，棉商也表示如果没有足够的利润，就是比我司销售价格低100元/吨采购，到时只是做了我司和纺企的“搬运工”。更何况，如果他们采购我司棉花量起不来，就是100元/吨的价格优势都没有的，采购量大的话，冒的风险太大，不敢贸然采购。

五、销售情况

我出差这一个月，销售棉花600吨左右。绝大部分销售的棉花均来自山东市场，虽然前往河南，拜访了河南很多纺织厂，有很多客户前往仓库看了我司乌棉，但是成交的微乎其微。只能彼此以后加强联系，在以后寻求合作的机会。这是我第一次出差，出差是必要的，拜访了很多客户，接触到了很多不同的人，无论是在以后的工作还是在人生的道路上，使我有了很多宝贵的经验和经历，受益匪浅。

**出差工作总结范文11**

出差人：xxx

部门：市场部

时间：20xx年4月18日——20xx年4月26日，共计：9天

地点：宁夏银川

>一、出差的目的

协助经销商进行终端市场的销售、推广。

>二、行程的安排

1）4月18日：市区。

2）4月19日：左旗市。

3）4月20日：吴忠市。

4）4月21日：市区。

5）4月22日：市区。

6）4月23日：休息。

7）4月24日：返程，银川到广州。

8）4月25日：返程，银川到广州。

9）4月26日：返程，广州到珠海。

>三、销售情景

就4月18日至4月22日共5天的销售总结分析如下：

1、拜访客户：72家，成交客户：30家，成交率：

2、总成交金额：35828元。

3、成交品系

（1）化清剂：10件，共成交金额：1332元，占总销售额：。

（2）排档油：19件，共成交金额：5088元，占总销售额：。

（3）制动液：17。5件，共成交金额：3818元，占总销售额：。

（4）机油：53件，共成交金额：24084元，占总销售额：。

（5）高温：1件，共成交金额：240元，占总销售额：。

（5）其它：共成交金额：1266元，占成交总金额：。

>四、个人总结

（一）出差前的准备：出差前与孙进国说明了出差目的，协助孙进国处开拓市场，对银川市场进行深入的了解，以更好的配合其做好银川市场的攻坚战，拓展品系，发展市区市场，顺利完成今年的销售目标。出差前对孙进国进三年的销售数据进行了分析，以更好的与孙进国进行沟通。

（二）公司情景：孙进国3月份从长城路搬入宁夏国际汽车城14—38号，有三层，一楼做商品展示，二楼为小夹层，做孙进国的办公室，三楼做业务员的办公室。孙进国处主要就做xx，之前会调些美孚、壳牌，此刻也不再调货，是三区唯一一家只做xx的经销商。算上五月份的订货，已经有40万的销量，比去年同期增长24万，今年好好把握的确有望突破100万。宁夏国际汽车城是修理厂、大车销售、养护品代理较集中的地区，孙进国搬到汽车城注册公司意味着银川xx正式告别了之前的小打小闹，有了一般纳税人资格，实现了实质性的蜕变，为银川xx的二次发展奠定了基础。目前银川xx比较薄弱的就是团队基础了，目前公司仅有孙进国和他小舅子（张谦）两人，张谦与孙进国年纪相仿，业务本事与孙进国相差较远，大部分的客户与销售均来自孙进国。团队建设上银川是比较薄弱的，也是应当引起关注的方面，就这方面与孙进国进行了多次沟通，他准备招一个店员，一个业务，今日跟他去了电话了解到已经招到一名男业务，25岁，有驾照，之前做过电器销售，孙进国表示还行，慢慢培养。银川xx目前仅有一台小货车，到9月份做防冻液的时候准备配备一台大货车送货，上半年是积累的过程，公司注册、市场的积累、团队的建设，如果这几项工作在上半年做足的话，相信下半年会有更好的增长。银川市场的业务范围主要在左旗市、吴忠市、吴忠小坝镇、吴忠盐池县、石嘴山平罗县。市区很薄弱，仅有20家左右客户，周边市场的销量占了近9成。

（三）价格定位：银川市场部分产品的价格定位还是算较好的，因为需要做促销（积分送洗衣机、电动车、照相机等），所以必须要有个较好的价格定位。sg15w4073—75元，sj15w4085元，sl15w40110元，自动排挡油22元，新排挡油26元，抗寒性排挡油28元，4l重负荷齿轮油80w9075元，4l中负荷齿轮油80w9038元，911制动液20—22元，金塑22元，900g高温20元，积碳净12元，cf—415w4072元，cf—420w5078元，雨刮水9—12元，18lcf—415w40286元（涨价前的一批货），化清剂—6元。

（四）网络建设：在网络建设方面银川还有很长的路要走，主要战场在周边地区，市区占的份额太少，基础薄弱。而在周边地区中又以吴忠、左旗地区的销量突出。在这两个市场我们有很多大客户，甚至有好几家修理厂仅有在卖xx的机油，这得益于孙进国长期的市场积累和积分促销方案。在左旗，xx机油已经是一个品牌，影响力位列前三，很多司机都会主动提出要加xx机油，孙进国在左旗找了一些大型的修理厂，贴上机油海报，以积分促销刺激其主动推销xx机油，做好和修理厂的客情关系，统一修理厂的零售价，大的油品超市不供机油，只供其它护理品系，防止低价倾销，让大家都有利可图，一旦发现有修理厂低价销售的立即停止供货，这一系列的举措明显增强了修理厂的进取性，也让xx机油在短短的一年的时间里就成为这个市的主流产品，其中有家叫富贵的修理厂，是银川xx的核心客户，机油、排挡油、化清剂的量都很大，孙进国给他奖励了一台手提电脑、洗衣机、冰箱。在前期机油市场的开拓上，孙进国花的心思是很多的，投入的促销力度也十分大，每次从左旗回到市区都快晚上12点了，市场流的汗花的心血在市场得到了回报，有了今日左旗的小收成，这也解释了孙进国去年一向在问公司要促销方案的原因。吴忠的市场跟左旗相当，银川bp的代理商就在吴忠，成了我们的劲敌，加上道达尔、埃尔夫等，市场竞争激烈。bp搞10件送1件的促销活动，到了过节或年底还会采取会议营销的模式，对市场冲击明显，对我们的压力也较大。但吴忠市场有好些核心客户，使xx的量表现也不逊色，毕竟孙进国在当地做了好几年的美孚、壳牌等，已经把自我做成一个品牌。孙进国的营销思路是对接下来基础较薄弱的市场像石嘴山、乌海进行复制，争取年底开发成熟。但下一步市场的开发肯定不是简单的上述市场的复制，市场的经验告诉我们开发市场不能单靠一个品系，否则前行的压力较大，xx的综合优势不能完全发挥出来。同时，银川市区市场以及市内4s店应当是我们一块重要的主战场，孙进国对市区及4s店市场并不是很重视，导致到目前市区的客户仅有20家左右，此次出差亦多次与其讨论到这个问题，刚开始孙进国表示不屑：市区的市场竞争太大，价格压得很低，没多大前景，而4s店仅有咱把xx的名气做上来了才有机会供进去。之后经过几个回合的交流和实战，他也慢慢有些动摇，表示等公司注册下来就好好做做4s店。他也提出期望到时候能够联合公司一齐做做市场促销，这样开发的进度肯定会更快。

（五）品系拓展：今年银川市场的品系拓展是个主题资料，此次出差也跟孙进国详细的谈了公司关于基本客户的基本业务量与基本业务资料的宗旨，这亦引起了孙进国的高度重视，他也期望今年银川能有个不错的收获，早点进入公司基本客户的行列。所以在今年的销售中亦加强了对制动液、排挡油的推广力度，今年的一个拓展的主题品系就是制动液，此次金塑制动液他也下了100件的订单，截止4月底制动液已经有5万的销售。孙进国今年对于品系的目标分别是：机油50万以上，防冻液20万，制动液15万，其他15万。就这个品系目标而言，今年的制动液有望到达预期的目标。从上头的价格定位能够看出孙进国处的品种是较少的，相信经过市场份额的增长其它品种也会慢慢跟上，当然，除了制动液，排挡油、化清剂也是需要关注的，但就今年的目标还是先把制动液提上来，一个品系一个品系的拓展，一步一个脚印，相信几年以后必须会有个均衡的品系结构。去年的防冻液做了13万的量，如果今年原材料稳定的话，努力一把，20万的量还是完全能够到达的。

（六）相关信息：银川和兰州都是属于西北片区，受市场地域性的影响，银川市场具体其它品牌的价位跟兰州的基本一致，bpsg15w4080—85元，道达尔、埃尔夫sg15w40的价位在78—80元，市内化清剂以车仆、保赐利和其它低价位的见多，车仆冷媒供23元，标榜1、5l的玻璃水为9元，刹车油也没有一个主流品牌，赛福特见得稍多，价位也是18元。

（七）感想与提议：总结起来，银川xx任重道远：品系从单一到多元化、周边其它市场及市区市场的开拓、市内4s店的开发，还有面临的团队建设问题等等。这一系列的问题都需要去解决，相对兰州市场而言，银川面临的问题反而更多，更需要公司的关注。但如果这些问题都能得到很好的解决的话，相信银川xx的前景是可观的，三区新增一个百万经销商指日可待。这正需要我一步一步的跟进，与孙进国随时坚持良好的沟通，及时掌握他的想法与动向，以促进银川xx的良性增长。此次出差，孙进国跟我反复强调了产品方面的问题，让我必须要向公司领导反映，期望能查出原因，早日得到解决。就是市场上会出现加入sg或sl机油后车子的气门声音较大，而在换成其它牌子的机油时噪音就没有的个例。当然这只是个例，已知的在吉利帝豪、第一代进口富康等车型上出现过，正因为这项事情让孙进国丢失了好几个大客户，孙进国大为痛惜。所以他也反复强调，期望我能够向公司领导如实反映情景，以方便查明问题的真相，早日解决。就像去年年底的签合同的牛劲一样，孙进国把今年的任务还是定在120万，看得出他也是时时刻刻在朝着这个目标挺进，道路是艰辛的，只要方向正确，结果肯定完美，相信银川xx今年是艰苦的一年，也必须是收获的丰硕年！

珠海xx市场部

xxx

20xx年5月6日

**出差工作总结范文12**

开发区十分重视对教师素质的培养，鼓励支持教师经过各种渠道进行学习提高。既立足于校内培训，又采取走出去、请进来的培训方式培养教师，xx年xx月，我校xx名教师在校长的带领下，到上海考察学习。经过参观、讲座、介绍座谈与交流，使我在教学及学校建设等方面有了更进一步的认识。此刻我谈谈自我的一点体会：

>1.立足学校实际，努力提升学校文化氛围和品味，优化育人环境

本次所考察学习的张桥路小学，学校环境和文化建设独树一帜。尽管学校占地面积不大，但利用十分合理。教学楼每层墙壁上都有特色，包括世界名人录、名人名言、德育走廊等。最吸引人的是每个中队门前都有属于自我的板块，其设计别具一格，凸现了本班特色。反思我们目前的学校现状，虽有文化，可是零碎的、不系统的，教师团队缺少共同的价值观，学校许多倡导与决策教师很难及时认同，学习氛围不够，我想这都是我们没能抓住文化建设这个纲。

学校是一个培育文化的地方，而今我们书山题海，教室上大课，办公室开小灶，这些都恰恰缺失了文化，我们的一些评价制度，又诱导教师们不得不搞书山题海和加班加点，实在是一种悲哀。我想，对于我们学校，今后必须要精心打造好学校文化，要用健康、激励人的学校文化统领学校各项事务，作为学校发展的导向和真谛。文化建设虽不可一蹴而就，需要慢慢积淀与生成，但千里之行、始于足下，我们应当从此刻做起，从自身做起，加强校内群众性文化团体的建设。

>2.科学细化教育教学常规管理制度，把科学、严格的管理作为提高教学质量的保证

与所参观的学校相比，我们此刻的教育教学常规管理的各项制度还不够健全和完善，某些具体操作要求上还不够细化。今后一段时间内，我们应当在结合我校具体学情的基础上，充分发扬民主，重新审查各项制度及要求，如课程结构设置优化、课时分配制度等。

引进激励机制，优化教师队伍，倡导\_质量求生存、求发展、求效率，向团结、人心、信心要质量，办事民主、制度管人\_的办学理念。张桥路小学的小班教学给我留下了很深的印象，在那样的环境之下，教师才有充足的时间进行教科研活动，所以，我校也能够率先尝试小班教学模式，真正做到资源的合理配置。

>3.加大教科研力度，针对校情设定课题，成立专门的课题组

就我们所参观的学校而言，在上海市算不上名校，但学校的课题研究却颇具特色。听着教导主任滔滔不绝讲述自我学校的课题研究，看着他们训练有素的教师队伍，我不禁为之震撼!目前，我校在课题研究方面尚是空白，教研工作也无从下手。班容量大，师资不均衡，加上各种活动，教师无力从事课题研究。

我觉得，学校应给教师一个简便的环境氛围，然后确定大课题，再分组或分段进行与之有关的小课题研究。全体上下都协调一致，工作落实到人头，有布署有总结，分阶段进行，稳步开展教科研活动。

>4.大力推进学校的信息化建设

在张桥路小学听了两节课，他们先进的教学设备让教学得心应手。而我们学校，XX年下半年，在上级教育主管部门的支持下，已建成了一个计算机教室和一个多媒体教室，这就为提高教师运用现代化教学手段供给了基础设施。但由于能联网的机子较少，教师要想查找到自我所需的教学资源困难，本来使用多媒体能让学生很好地理解课文资料，但因为条件有限，也只好作罢。

所以，教学不能得心应手。学校应当尽快为教师人手配备一台电脑，教室也要有相应设施，并且联网，这样，教师就会充分利用网络平台来进行教学，节省很多时间，更利于教学质量的提高。

>5.改善教师的办公条件

教师办公条件是保证办学质量的重要保障，而根据美国管理学家、心理学家的管理\_二因素\_理论，在做好教师激励工作的同时，做好教师的保健工作，不断改善教师的办公条件，为教师供给良好的工作环境，是提高教师进取性的一个重大举措。目前，由于学校规模不大，地方太小，十几位教师挤在一个办公室里，人多嘴杂，往往给教师备课、批改作业带来很多不便。

学校教导处虽然为教师供给了喝水的方便，但不能满足四五十位教师的需要，所以，有的办公室只好自我从家里拿热水器等来使用，存在很多安全隐患。同时，办公室里连教师洗手、擦手的用品也不具备，一切都得靠自我。我们学校一共六个年级，每个年级有两个或三个平行班。教师所带班级的人数有多有少，工作量很不均衡。所以，学校应尽快改善教师目前的状况，为顺利开展教学工作供给便利条件。

我认为，学校能够从扩大教学规模入手，尽快加盖楼层，实行真正的四轨制、小班教学模式。至于办公条件，能够研究同年级一齐办公，也能够分学科、分低中高段办公，这样有利于教师的共同探讨，更好地促进教学质量的提高。

感激领导给了我这次考察与学习的机会，使我真切地了解到了其它学校的教育现状，有机会解读了先进的教育、教学理念，获得了许多教育改革的信息，触发了我许多教育灵感。相信在我今后的工作中必将产生巨大而深远的影响。它必将成为我人生的一段重要历程，给我留下难以磨灭的记忆!

**出差工作总结范文13**

说到出差，大家都十分羡慕，可谁又知道出差的苦楚。

虽说在樟树生活了近三年，药交会几乎也是年年都参加，但以前去都是以参观者的身份，说实在的也就是去凑凑热闹而已，而这次去却是以参展商的身份，好奇而又兴奋的心里压力自然也就增加了不少。在学校的时候曾在正邦集团实习过四个月，对坐车出差更是家常便饭，因此对环境的适应力也就大大加强了。

3月20日上午9点多，我和王部长一同从樟树汽车站出发开始了我们为期四天的出差之行——南京药交会。20日中午我们到达南昌，在超市买了些火车上应食用的“粮食”——泡面、矿泉水等;买好了储备粮我们就在一家小面馆草草的吃了下午饭，之后就直赶火车站。

下午2点29分我们从南昌火车站出发，在火车上颠簸了一个下午另加一晚上才敢到充满古文化之都——南京!为了抓紧时间办事，我们早餐都没吃就直接去找住地，南京的销费实在是高，我们只好找了个差些的小旅店住下，放下行李马上赶往目的地——南京国际会展中心。外面的天气阴沉沉的，眼看就要下雨了，可我们一点也不敢耽搁时间，我们知道公司也不容易，要拿出这么多钱来就是想通过药交会将公司推向江苏、广至全国，通过这个平台可以将我们公司的品牌形象大大提升，让全国人民都知道江西有我们五洲，记住我们五洲团结同心、康泽世人的精良团队!

为了第二天的药交会能开的更加成功，我和王部在会展中心都精心的布置我们的展位。因王部有多年的经验，对布展也是条条理理井然有序的进行着，展位的布置也就在轻松的过程中完成。

通过这次出差，让我锻炼了胆量同时也长了不少见识，所以我也很珍惜这次出差的机会。我本着尊重我工作的态度，我努力去做。南京药交会的工作就此告一段落，以后的我还需要领导多多支持与指教，争取把工作做的更加出色!

**出差工作总结范文14**

为期27天的出差结束了，此次出差能够说收获颇丰，同时也认识到自我还有好多东西要学。

作为见习业务员的我初次接触到公司业务，能够说一切是从零开始，但是我相信只要有颗爱学的心，只要谦虚的学习，肯定会在业务这块土地上生根发芽，长出不一样的精彩。现将出差期间主要的心得体会总结如下：

1、关于与客户的关系，公司与客户是健康的共赢合作关系，正常状况下没有谁牵制谁，但是在众多客户中肯定会有部分客户为了种种利益，难为公司，不好好配合。做为公司与客户的桥梁，我们业务人员，首先在保证双方利益的条件下，拉近与客户的关系，让客户对咱既有顾及但又不失情面。人际关系是一门艺术，这方面我想在未来的路上我要细心体会。

2、关于业务，这次出差，主要是进行业务交接，对我来说还要熟悉地方的种植结构、用药水平、人情风俗，以及每个客户和背景性格等等，反正一切信息都是有效信息。再都就是，自我对产品的了解把握，目前来说起码要了解产品种类、规格、价格以及每个客户卖的产品，库存等。再进一步要掌握每种药在当地的习惯用法。当然这些我要好好学习，这是最基础的。我说我此刻只懂了业务的5%，因为前面的路还很长，没走过之前千万别说自我懂了。

3、关于哈尔滨植保会，作为业务员第一次出差就赶上了东北农业盛会：黑龙江植保会。开会期间主要工作是接待客户与收发名片。总的来说体会能够分为三点：

a、-年的成绩大家有目共睹，公司在下边的名声还是不错的，来了不少零售商都有一些跟公司合作的意向，但是零售商有零售的缺点——量少且容易把市场搞乱。反过来说咱也不能放下作协一个有意向的客户，能够针对不对的客户，做一些适合的产品，尽量在产品差开的状况下增加销量。

b、收到的名片该怎样处理?在接下来的几天陆续与名片上的客户进行了一些交流，在此也做了一点小结，以备以后参考，必竟刚入行业，刚接触业务。首先，初次给客户打电话要正式一点，要清楚的说出自我是哪家公司的，要问客户对自我公司及产品的了解状况以便进一步沟通，要问对方以前都做哪家的产品、是否有空缺，这样给自我的产品找定位的时候能够参考以前做谁的，卖的啥多。其次，等了解差不多了再推荐咱公司的产品，要多说产品的卖点，或都直接说自我的产品有品牌、有市场。最后，要把客户对公司的影响，意向做一个评价，确定是直接定下产品，还是面谈或者再电话联系。跟他们交流过程中要尽量引导他们跟着自我走，不能光让他打听咱公司的价格政策，要注意不能透露其它客户及公司听重要信息，等等。

4、关于冬储与预付，与去年相比，今年咱我区域内有了大客户称没钱做咱的冬储，直接导致今年的冬储量骤降。目前各公司出价参差不齐，有些客户在观望，而有些客户确实没钱做。在这场战争中我还没看出谁胜谁败。因为明白的这几家客户定哪个公司的都有，我要做好的就是多跟客户交流把自我这片做好，多劝他快做咱冬储。预付只有一个客户答应给打钱，说要等月底钱收的差不多了多打些。

5、关于近期的工作，要多询问潜在客户意向，尽早定下产品;发包装物的单子，把包装物这块清完;不定时的询问冬储预付状况，多点是点;熟悉产品，要做到了解产品规格、价格、使用范围、使用方法、每个老客户那以前放的货的种类。

做为新人，要做事严谨、凡事多想、多学多问、尽快充实自我。

**出差工作总结范文15**

>(一)基本情况：

经过九天对区域市场的开发，我们的产品也经历了一次考验，在我走访的九江、南昌、吉安、赣州这四个城市里生根发芽，在这期间里，开发了2家意向客户，第一家是南昌的首批打款在15万元左右，代理商需要公司提供更大的支持，但我认为公司无法做到，正在协商其它操作方法;第二家是赣州的首批打款在10万元左右，由于代理商没有做过厨卫，正在了解市场行情和品牌对比。

主观看法：我们的产品在市场上的前景是非常好的，我本人对这个市场，对产品都很看好，我们的产品质量好，包装精美，品种齐全，售后服务好。

对市场而言，我们的价格比同类同品牌的产品要略低，但产品外观似乎是我们的瓶颈，无法和同类同品牌相拟比;但我们给了客户足够的利润空间的同时又给了他广泛的区域市场，减小其销售难度，这样一来，绝大部分客户都愿意了解我们的全部产品。

对于我个人的成绩来说，对部分地级市场都有了详细的走访和了解，了解到了客户的需求，在区域市场中开发出部分意向客户。我觉得这个成绩不是我预期想要达到的一个效果，任务虽然没有完成，但我还在努力也还有许多方面没有做到，对于地区市场做的过于急躁，在市场开发中做的不够细致，粗枝大叶没有给客户更好的引导。

>(二)市场总结和计划：

对于我最近走访过的客户，他们目前都希望现在能有一款价格合理，质量满意的产品进入市场，对于方太、老板、帅康、樱雪、樱花、华帝、美的等几大品牌的价格贵、市场管控严格、价格透明，这几个点来说，我们的产品竞争优势很大，但是，这些品牌的牌子大，名气响，在老百姓心里已经根深蒂固，不利于我们的产品进入市场。个人认为，我们的市场切入点就在于我们给予客户的厂家支持、利润空间、足够大的区域市场，这样会充分调动经销商和批发商的积极性。

1、价位方面：市场上总体来讲，对于一个新品牌，要想打入这个市场，抢占市场份额，按目前的价格来看，只能说是具有一定的竞争优势，有一部分客户是用一种完全不接纳新品牌的目光看我们的产品，还有部分客户是无法接受品牌的价格，只拿我们和一些擦边球品牌的价格相比较;记得南昌的一家客户跟我说，产品本身是可以的，但是作为一家新牌子，这个价格在销售过程中会增加一部分难度，但我认为这是一个比较保守的客户，哪个公司没有一个新开始呢，价格永远没有可比性。

2、产品定位：我觉得上述几大品牌在终端用户心里已经有了很深刻的印象，那么这样的一些品牌也就成了本行业的标杆，因此有很多终端用户会用这些品牌的产品外观、品质盲目的去判断其他品牌，那么我希望，既然老百姓选择这样一种方法作为衡量好坏的根据，那我们的产品就应该保留其现有的长处，或者说是生产方面也以这些大牌子做标杆，做到老百姓喜欢什么样的，我们就生产什么样的!总而言之，产品的定位就要以大品牌为基准线，做到新的款式及时跟进。

3、产品包装：：大多数客户都很喜欢我们小家电系列，还有一少部分也会选择厨卫系列，但有客户反应我们厨卫系列的包装有点老气横秋的感觉，色彩不亮丽，没有眼球效应，我个人感觉此系列产品包装还算不错，但部分客户觉得既然小家电系列的能做如此漂亮和特色，为何厨卫做不出来这种效应呢?

在这里我要提出一点建议，现在无论是哪家大品牌的产品，都是厨卫产品列占所有品类的主导地位，很多客户反应我们的厨卫系列产品不够新颖。而且终端用户也认为小家电产品和包装会比厨卫的高档一些。

4、销售策略：目前，我司销售支持政策非常大，可以以前期不赚钱形式去抢占市场份额，给我们销售人员在工作中带来很多协商的空间，我觉得一个新品牌想占领市场，无论通过任何形式，任何方法，都应该勇于尝试，想尽一切办法去进入到经销商的门店。如果没有政策支持大这一策略，那我想我这次出差连意向的客户都不会有了。

5、渠道方面：个人认为目前我们的品牌只是一个孩子，市场刚刚起步，认识我们品牌的渠道客户不够，市场认可度非常低，，我觉得应该投入一些宣传到重点城市，可以有选择性的去挑一些优质客户，培养起来，会很容易引发邻省市的连锁反映，等到客户稳定，地级市场精耕细作之后，有老百姓拿着我们的VIP防伪卡去找经销商买东西的时候，我会拿着我所有的发货单子和客户资源去找一家可以控制江西的省级代理商。

下一步的计划，我个人还是要把区域市场内没有到过的城市，未开发出来的城市逐个击破，巩固现有的客户资源，多了解经营情况，先得到终端用户的认可，然后才开发适合我们的省市级代理商，现阶段，想找一家代理商非常有难度，并且这次出差遇到阻碍我们成功最大并且最普遍的问题就是诸多批发商2和3月份展会已经选好了品牌及市场反映惨淡，给代理商心理上不敢轻意下决定。

总之，老百姓喜欢的是包装颜色靓丽，价格合理，但看起来高档的产品，经销商喜欢的是没有竞争对手，利润空间大，便于市场控制，质量过得去的产品。目前，要做的就是要想着怎么样让我们的产品去适应这个市场，而不是让用户适应我们，我们要做的就是老百姓喜欢什么样的，我们就做什么。

**出差工作总结范文16**

我于xx月xx日至xx月xx日至xx等地参加由xxxx培训中心举办的《绩效实务管理》，现将此次培训总结如下：

一、培训课程有《如何设计合理的绩效目标》、《绩效工具的有效应用》、《绩效推进中的辅导与沟通》、《战略的执行者》，通过以上课程的学习，了解到：

1、绩效不能单纯叫做绩效考核，而应该称之为绩效管理。绩效管理只能是一种沟通和跟进的管理工具，而非是用于衡量工作好坏、薪资领取多少的手段，而且它是一项全员参与的工程。

2、绩效的实施需要与公司的战略目标紧紧相连的，它是以公司目标为总目标分解到部门当中，再由部门分解到员工个人。绩效计划的制定应是由全员参与共同设计共同签署的一项协议。

3、绩效管理应与培训同行，用培训的手段加强员工对它的了解度，再用物质激励的方式来刺激员工的接受度。

4、绩效管理的工具有两种：目标管理法、平衡积分卡；通过对这两种工具的学习，我认为目标管理法较适合我公司，但对公司有些部门可以将平衡积分卡的一些用途用在其中。

二、与xxxx沟通的问题：

1、明年推进mba事宜：与xxxx培训中心总监王玲沟通了关于明年推进mba培训一事，她对我公司推行提出两点方案：

（1）可先行在明年也做为介结客户的形式运作；待时机成熟后再考虑注册公司专门从事。

（2）直接注册公司运作。

（3）关于课程的价位问题可根据当地实际情况进行调整。

2、xxxx爱代购网：与xxxx爱代购网销售经理曹阳沟通爱代网的一些业务往来。我向其介绍了明年我公司可能需要的几个方面

（1）财务系统

（2）推行培训教育

（3）公司对外网站的建立

（4）公司内部网络的建立。

三、xx、xx新店情况

1、xx：于8月20日抵宜春，对宜春即将新开的两家店进行走访。步步高店及一中店，步步高店店面墙壁颜色不一。一中店排班安排已安排好并通知了邓海龙。

2、xx：xx店后藏间设计不够理想，空间太小，不易存货。墙壁颜色与环城店色彩不一，空调位置管处理不当。

**出差工作总结范文17**

出差人：XXX

时间：20xx年x月x日～20xx年x月x日,共计:XXX日

区域:黑龙江省

>(一)基本情况：

经过二十一天对区域市场的开发，我们的产品也经历了一次考验，在我走访的哈尔滨、大庆、齐齐哈尔、绥化、伊春、佳木斯、七台河、牡丹江这八个城市里生根发芽，在这期间里，开发了9家客户，应发货金额46173元，实际发货总货款43245元。

主观看法：我们的产品在市场上的前景是非常好的，我本人对这个市场，对产品都很看好，我们的产品质量好，包装精美，品种齐全，无烟程度好。

对市场而言，我们的价格要低于同类产品，我们给了客户足够的利润空间的同时又给了他广泛的区域市场，减小其销售难度，这样一来，绝大部分客户都会喜欢新产品上架，并且很愿意主动的去销售我们的产品。

对于我个人的成绩来说，对部分地级市场都有了详细的走访和了解，了解到了客户的需求，在区域市场中开发出部分客户。我觉得这个成绩不是我预期想要达到的一个效果，任务虽然是完成了，但我还有许多方面没有做到，对于地区市场做的过于急躁，在市场开发中做的不够细致，粗枝大叶承诺给客户的条件没有实现。

在绥化市场的经验对于我来说非常重要，在于目标客户协商的时候我已经开发了一家小户，但与目标客户谈判的时候我没有提及这个小户，并且我也答应给目标客户一个无竞争的市场，本以为没事，但后来发货的时候被看到，致使目标客户对我的信任丧失。

>(二)市场总结和计划：

对于我最近走访过的客户，他们目前都希望现在能有一款价格合理，质量满意的产品进入市场，对于金旺来，点好香，古城，三藏，美真等几大品牌，价格贵、市场限制严格、市场饱和、价格透明，这几个点来说，我们的产品竞争优势很大，但是，这些品牌的牌子大，名气响，在老百姓心里已经根深蒂固，不利于我们的产品进入市场。个人认为，我们的市场切入点就在于我们给予客户的厂家支持、利润空间、足够大的区域市场，这样会充分调动经销商和批发商的积极性。

1价位方面来说，市场上总体来讲，对于一个新品牌，要想打入这个市场，抢占市场份额，按目前的价格来看，具有一定的竞争优势，有一部分客户是用一种完全不接纳新品牌的目光看我们的产品，记得大庆的一家客户跟我说，产品本身是可以的，但是作为一家新厂，这个价格在销售过程中会增加一部分难度。但我认为这是一个比较保守的客户。

2产品定位上来说，我觉得上述几大品牌在终端用户心里已经有了很深刻的印象，那么这样的一些品牌也就成了本行业的标杆，因此有很多终端用户会用这些品牌的品相、品质盲目的去判断其他品牌，那么我希望，既然老百姓选择这样一种方法作为衡量好坏的根据，那我们的产品就应该保留其现有的长处，或者说是生产方面也以这些大牌子做标杆，做到老百姓喜欢什么样的，我们就生产什么样的香!总而言之，产品的定位就要以大品牌为基准线。

3包装上来说，大多数客户都很喜欢我们金香礼盒五系列，八角两系列，还有一少部分也会选择礼盒专供系列，但有客户反应我们礼盒专供的包装有点老气横秋的感觉，色彩不亮丽，没有眼球效应，部分客户不选择83新品，我个人感觉此系列产品包装还算不错，但部分客户觉得既然有83专供就没有必要选择83新品了。在这里我要提出一点建议，现在无论是哪家大品牌的产品，都是八角系列占所有品类的主导地位，很多客户反应我们的八角系列单品太少了。而且终端用户也认为八角包装的会比桶装的高档一些。

4销售策略：目前，我司销售策略非常不错，可以以先铺货后结款的形式进行前期抢占市场份额，给我们销售人员在工作中带来很多协商的资本，我觉得一个新品牌向占领市场，无论通过任何形式，任何方法，都应该勇于尝试，想尽一切办法去进入到经销商的门店。如果没有先压货后结款这一策略，那我想我这次出差连任务都不会完成了。

5渠道方面，个人认为目前我们的品牌只是一个孩子，市场刚刚起步，认识我们品牌的终端客户不够，市场认可度还没有那么高，我觉得应该等待市场的试炼，好产品会很容易过这关，等到客户稳定，地级市场精耕细作之后，有老百姓拿着我们的包装盒去找经销商买东西的时候，我会拿着我所有的发货单子和客户资源去找一家可以控制黑龙江的省级代理商。而这段时间，最起码在三个月左右。

>(三)竞争对手：

古城的区域保护措施非常完善，如果在区域市场内发现有窜货现象，查明原因后，对责任方实施严厉的惩罚，因此，现在古城所有的代理商都很谨慎的操作市场，并且我从其代理商了解到，古城香业在商超市场中经营的很好，现在黑龙江部份商超里都有古城的产品。

以我们目前的的状态，想要与这几大品牌竞争，我们的实力是远远不够的，这些品牌比我们早先进入市场，深受终端用户的好评，质量上我们略逊一筹，在香条的味道上来讲，我们香的气味略微淡一点，客户或者是经销商拿到我们的产品之后，第一件事就是看香条，第二就是闻香条的气味，少数经销商会将其点燃看香灰、无烟程度和气味，说到这，香灰也是关键，目前，任何一家品牌产品的香灰都是白色的，用户也觉得白色香灰是一个优点，所以我认为这就是市场需求。包装上，无论是美真还是点好香，其最高档的产品包装精美，而且外包装之外还有一层可以手提的纸袋包装，好多客户都拿我们的金香礼盒与美真中的一款同价位的产品做比较，而且每次做比较的时候都会问我们这个礼盒是否有外部手提纸袋包装。

营销模式，个人认为，这次的先铺货后结款的策略是非常有效的，也是少见的，这种方式对我们开拓市场的效果起到了很大的作用，大大地减小了销售过程中公关难度，是一个新生儿应该具备的必要条件。作为一个市场当中的新生儿，必需要经过时间的考验，那么，诚信是最关键的因素，我们给客户承诺的产品质量一定要严格把关，只有保证质量，我们才会经久不衰，我们才会在残酷的市场中生存下来，同时，口碑影响也是最有力度的一个因素，做到让群众口口相传，才是我们最成功的境界。

下一步的计划，我个人还是要把区域市场内没有到过的城市，未开发出来的城市逐个击破，巩固现有的客户资源，多了解经营情况，市场以农村包围城市的战略方针，先得到终端用户的认可，然后才开发适合我们的省级代理商，现阶段，想找一家代理商非常有难度，并且这次出差遇到阻碍我们成功最大并且最普遍的问题就是诸多批发商年前大量存货的的原因，真正能看出市场的时候是在过完这个年。

总之，老百姓喜欢的是包装颜色靓丽，价格合理，但看起来高档的产品，经销商喜欢的是没有竞争对手，利润空间大，便于市场控制，质量过得去的产品。目前，要做的就是要想着怎么样让我们的产品去适应这个市场，而不是让用户适应我们，我们要做的就是老百姓喜欢什么样的香，我们就做什么香。

**出差工作总结范文18**

我对江苏，上海两地潜在客户进行了拜访。这次主要是拜访了两家地毯企业，一家是苏州新海马地毯有限公司。另一家是上海愚翁地毯有限公司。

苏州新海马地毯有限公司是一家民营企业，主要生产手工簇绒地毯为主。每月用胶在4至6吨。去之前，我是与海马公司的总经理陈代清先生联系。当时了解到其公司主要是机制与手工制地毯同时生产。与陈先生联系过几次，陈先生主动要求我前去拜访与洽谈合作之宜。到了才了解到，该公司用的胶是经过配制好的。直接用在地毯背面。而我公司生产的则是原胶。

上海愚翁地毯有限公司同样是一家民营企业，主要是生产机制方块地毯为主，每月用胶在20吨至30之间。去之前是于该公司总经理联系的，到了该公司则与负责生产的徐其宝先生进行交谈。从交谈中我们获得了以下信息，上海愚翁地毯有限公司是地毯原料是从江苏开利地毯购进的，并且其已经是多年合作伙伴，对巨神也是有大概的认识。经过交谈后双方均表示出合作的意愿。

此次出差，受益匪浅同时也认识到自己很多方面的不足及需要提高的地方!!

其一，公司很多产品及产品设备信息不知道!!其二，去拜访前没有很好的和受访者进行沟通!!其三，对当地交通在去之前没有收集相关信息导致在拜访路上时间被延长!!其四，在谈判知识上还有些欠缺，今后需要补充相关知识!!其五，就是在行程时间规划上存在的不合理性，其表现出有很大的主观意识，在整个出差行程中四个客户相对距离都是较远，合理的来讲至少需要三天，

而我却只规划了二天的行程，其规划结果顺其然不理想——只进行了2位客户的拜访!

**出差工作总结范文19**

刚毕业进入公司几个月，就被派到现场进行技术支持工作，已经有1年多了，开始的时候做些接口开发工作，很少与客户打交道。系统上线后，接口程序稳定后，开始参与实施工作，与客户的交流也多了，一方面解决客户使用系统中遇到的一些问题，比较多的是操作问题，有时候会出现一些系统问题；另一方面开始与客户讨论一些功能需求。刚开始自己对业务知识并不是太了解，总不能找出更好的方案去说服客户。这一阶段工作是最痛苦的，不过自己在与客户讨论功能需求的时候，也在不断完善自己的业务知识，自己对整个系统页逐渐的熟悉了解，现在与客户讨论时，基本上能把一些东西分析的很透彻。

在出差的这一段时间，我除了偶尔的修改一些bug，完善接口程序，大部分时间并没有做开发工作，基本是在做技术支持工作和实施工作。在这一段时间，自己的开发经验可能提高的不是太多，()不过也业务技能和沟通能力得到很大的提高，可以说有得有失吧。

现在被部门调回做开发工作，对于自己来说这，这是个全新的环境，也是一个挑战，自己要尽快适应，努力学习，每天坚持看看一些书籍，不断的充实自己。

**出差工作总结范文20**

>(一)基本情况：

通过三天对湖南长沙、衡阳、邵阳商场的开发，咱们的产品也经历了一次考验，在我造访的长沙、衡阳、邵阳这三个城市里生根发芽，在这期间里，开发了三家意向客户，如下：

第一家是长沙的公司首次同意上我司的全系列LED灯具产品，此客户首要是以家装及工程为主，并且在长沙商场也有有必要的知名度，一起也有自己的出售团队，对我司的产品也比较认同。

第二家是衡阳的公司，此客户是家较有实力的客户，有自己的出售团队，老板对LED灯具商场也是非常看好，此客户对产品的质量及厂家支撑也比较看重，由于此客户没有做过LED灯具，正在了解商场行情和品牌比较，与此客户约定近期将到我司参观考察，本人对此客户的看法是，抓住此客户就等于占据了整个衡阳LED灯具商场。

第三家是邵阳的总代理，此客户的店面从装修风格及产品结构在邵阳建材城可排行前三，此客户的经营理念，只做质量有保证的产品，价格不是很看重，现在此客户出售的LED产品有长方、富迪，但此客户对他们的产品质量不是很满意，所以前期此客户同意拿咱们的天花灯、球泡灯样品，以和他们现出售的LED产品做比较，如咱们的产品质量过硬，后期此客户会把LED灯具的一切系列全上，包含吸顶灯、平板灯等等。

主观看法：咱们的产品在商场上的前景是非常好的，我本人对这个商场，对产品都很看好，咱们的产品质量好，将作为翻开商场的一个重要砝码。

对商场而言，咱们的价格比同类的产品要略高，但产品价格并不是咱们的出售瓶颈，许多客户以为他们要协作首先思考的就是你的产品质量;再就是厂家的实力，因为客户以为只要与有实力的厂家协作，他们的生意才会有保证，才会走的更远，产品价格其次;再之后就是厂家的出售支撑力度;所以咱们的产品质量要给客户满足的信心及加上咱们的产品给客户可以带来丰厚的赢利空间的一起做好商场维护作业，减小其出售难度，这样一来，绝大部分客户都情愿了解咱们的悉数产品。

对于这次个人的成果来说，对部分地级商场都有了具体的造访和了解，了解到了客户的需求，在区域商场中开宣布部分意向客户。我觉得这个成果不是我预期想要抵达的一个效果，分析原因首要有前期准备作业非常不到位，最起码的产品宣传画册都没能带，等等问题。

>(二)商场总结和方案：

对于我造访过的客户，他们现在都期望此时能有一款价格合理，质量满意的产品进入商场，对于部分小厂家品牌的价格便宜、商场管控差、价格通明，这几个点来说，咱们的产品竞赛优势很大，透过这几天对内地商场的造访，个人以为，此时是进入内地抢占商场时机，许多LED厂家都在争抢内地LED灯具商场，反之，许多客户也正在用心寻觅好的厂家、好的品牌赚取LED的第一桶金;咱们的商场切入点就在于咱们给予客户质量好的产品、赢利空间、商场支撑等等，这样会充分调动经销商和批发商的用心性。

1、价位方面：

商场上整体来讲，对于一个新品牌，要想打入这个商场，抢占商场份额，按现在的价格来看，只能说是具有有必要的竞赛优势，有一部分客

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找