

## 第 1 篇肥料销售工作总结

### 化肥销售的心得

#### 产品的讲解方案 普金工作所感

#### 3、肥料市场和产品定位分析

#### 4、如何进行市场操作与经营。

一产品（主要介绍双铵）讲解方案 a. 产品讲解主要内容双铵的卖点 采用了塔式络合工艺酰胺态氮与有机络合氮相结合不控制养分释放控制养分流失提高养分利用率。氮素利用率达到 70%-80%尿素利用率的 2 倍 分子量小易吸收速溶无残留。防晚熟抗病害抗倒伏 价格优势不是很贵,物有所值。

产品的科学使用方法可以配合其它复合肥或二铵做底肥基施。

作物生长中后期做追肥使用。 b. 普金双铵与控释肥、普通三元复合肥、尿素、二铵碳铵的比较

与三元复合肥相比节约环保。三元复合肥料长期使用会导致土壤板结酸碱化,肥料利用率不高。而双铵富含有机质能够改土养根解磷解钾,所含络合的氮,钾能补充作物养分的需要,吃饱不浪费,节约成本,保护环境。

与控释肥的区别市场上常见的金正大沃夫特控释肥,主要树脂,硫磺包衣,以树脂,硫磺包尿素为主。施可丰添加硝化抑制剂达到异粒变速缓释效果。乐喜施磷钾肥包尿素达到缓控释肥效果。这些肥料主要是有一定的控制释放效果,不控制养分的流失。

而普金双铵添加了控失剂,不控制释放,控制养分的流失,大大的提高了作物的利用率。与尿素的比较普金双铵是尿素的完美替代品,氮素利用率是尿素的 2 倍,尿素是单一的氮肥,双铵除了含有作物需要的氮素,还含有大量的有机质,一定量的钾肥和微量元素。 与二铵的比较二铵主要含磷 含氮素 ,二铵含有机络合氮 23, 28, 以外还有其他元素。

1 与碳铵的比较碳铵含氮 17%且利用率低 c. 产品介绍讲解配合适当的话题和技巧。在进行产品介绍讲解的时候,在营销人员与准顾客交谈时,需要适当的开场白和话题。开场白的好坏,几乎可以决定这一次访问的成败,换言之,好的开场,就是推销员成功的一半。有针对客户本人的具体情况进行的谈话才能引起兴趣。虽然我们是来介绍产品,拉业务的,最好要把目的淡化,尤其是第一次以调查市场状况了解经销商为主,适当的发现经销商是否有合作的意图。一次生,二会熟,熟悉了就好了解了,就好谈判了。我个人觉得在不了解经销商的一些情况的时候少谈肥料。如果经销商们先了解了我们的产品后,而我们对于他却一无所知的话,对于经销商的具体真实情况就摸不准了。在不了解我们的情况下,经销商说出的话才具有一定的真实性。就我自己而言,总结在开发客户的时候在向客户讲解产品的时候,主要谈到的一些小的技巧和话题总结如下 1. 用金钱来敲门。几乎所有的人都对钱感兴趣,省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣。帮客户分析一下做我们的产品有什么优惠,能得到哪些诱人的利益。

2. 发自内心真诚的赞美。每个人都喜欢听到好听话, 客户也不例外。因此, 赞美就成为接近顾客的好方法。赞美准顾客必须要找出别人可能忽略的特点, 而让准顾客知道你的话是真诚的。赞美的话若不真诚, 就成为拍马屁, 这样效果当然不会好。赞美比拍马屁难, 它要先经过思索, 不但要有诚意, 而且要选定既定的目标与诚意。。

3. 利用好奇心, 提问一下他感兴趣的话题。比如说, 王经理, 你知道现在做哪种产品最赚钱吗? 你知道现在那种渠道做的最有效果吗? 你知道现在那种促销活动最能够成功吗? 当然前提必须确实自己有独到的见解才可以。

4. 借第三人来引起注意。告诉顾客, 是第三者(顾客的亲友、下面经销商、合作伙伴)要你来找他的。这是一种迂回战术, 每个人都有“不看僧面看佛面”的心理, 所以, 大多数人对亲友介绍来的推销员都很客气。为了取信顾客, 若能出示引荐人的名片或介绍信, 效果更佳。

5. 举著名的公司或人为例。在与经销商的交谈上也可以谈谈其他厂家比如说临沂地区的肥料厂家金正大、史丹利、施可丰的产品特点和经销政策, 产品走势, 如果自己很熟练制作工艺、产品鉴定识别也可以适当做一下交流和沟通课。

6. 向客户提供有价值的信息营销人员向客户提供一些对客户有帮助的信息, 如市场行情、新技术、新产品知识, 等, 会引起客户的注意。这就要求营销员能站到客户的立场上, 为客户着想, 尽量阅读报刊, 掌握市场动态, 充实自己的知识, 把自己训练成为自己这一行业的专家。客户或许对营销员应付了事, 可是对专家则是非常尊重的。如你对客户说“我在某 2 某刊物上看到一项新的技术发明, 觉得对贵厂很有用。”所提问题, 应是对方最关心的问题, 提问必须明确具体, 不可言语不清楚、模棱两可, 否则, 很难引起顾客的注意。。

7. 适时的进行产品展示。在聊天的时候不要忘记我们是干什么的。在介绍其他厂家产品的时候, 话锋一转拿着资料内容指给经销商们看, 让他们对我们产品有一点了解甚至是产生兴趣。也就是利用产品引发兴趣。

8. 虚心向客户请教。遇到不了解的问题不要装, 虚心请教显示真诚。不懂装懂只能取灭亡。除外跑业务自己代表的是公司形象。如果自己显的不专业, 一般经销商不会和你好好谈, 更不要说是合作了。干农资的

9. 赠送小礼品。很少人会拒绝免费的东西, 用赠品作敲门砖, 很实用。我们手头的资料, 包装袋, 样品。顾客喜欢香烟的, 适当的时候搭上一根烟, 有小孩的适当的买些好吃的。都可以促进感情拉近距离的。注意产品的介绍一定要穿插在与客户沟通交流的过程中, 切不可直接鲁莽的介绍一通就完事了。(马上介绍野蛮灌输完产品的介绍只会导致一种状况的发生-----客户会说我到时候在说吧, 或考虑考虑, 或用时给打电话种种托辞导致沟通交流中断或陷入被动局面。在介绍产品之前我觉得最好多了解一下目标客户的一些信息比如所经营的肥料品牌, 品牌是否有更换或添加的意向, 下面渠道网络分布状况从而了解客户的一下情况和需要, 针对某个客户的状况和需求针对性的制定话术从而做到有的放矢, 也增加了交流的内容和谈判的成功率。)

## 二. 进入普金后自己的心得的体会

相对于大的出名的一些集团肥料公司, 普金是一个处于不断发展的中小型私人肥料企业。但相对与那些大的公司来说普金能够给我提供一个相对比较宽阔的可以自由发挥的发展和施展空间。在这个平台上我可以在将自己两年的肥料销售所积累的经验 and 实力发挥的同时不断的巩固和学习一线市场的开发能力。这些经历就是经验。还有和很多的同事和客户做了朋友积累了人脉资源这些无形的财富。对于立志一直做肥料业务工作的我来说无疑是一笔丰富宝贵的财富。我之所以来到普金公司主要是看到了发展空间很大, 有做好业务达到发财的可能, 完全有希望, 而去大的公司除了稍高的基本工资提成就了了了。我有多大的能力普金公司就能提供给我多大的舞台和发展空间。现在我做好了一切准备, 调整好自己的心态, 丰富自己的农化知识和业务技能, 一定要在明年的市场开发中做出成绩来。我完全有能力和实力去开发一片自己的市场。提成很诱人, 市场的开发, 有了打款订单就是自己的买卖自己的生意自己的事业。我一直想如何才能成为有钱人? 对于我来说我做其他工作一切还需要从 0 开始, 成功机会更是不大, 所以我只有干肥料业务这一行了, 通过在金正大的学习和工作发现要想在那发财很

难,如今机会来了。在普金公司就要分市场了,有自己 3 的能力自己去使吧,做好市场的开发,全身心的开展工作,拿到订单就是我目前唯一能够赚取我第一桶金的机会,我将全力一付。

### 三. 肥料市场和普金产品的认识和分析、产品在市场的到位

在市场上肥料品牌的种类繁多,质量参差不齐,一些知名度比较大的品牌比较响的肥料企业占据市场主导地位。肥料市场的容量有限必然导致各个肥料厂家为了争夺肥料市场生存空间所进行战斗的硝烟愈演愈烈。而且现在的经销商和用肥料的老百姓选肥料的标准选的是感觉。现在哪个肥料厂家除了产品质量效果以外的产品附加服务附加收益对于经销商的用户的附加值大,谁就能占据市场的主导优势。所以现在的肥料市场一个厂家的品牌宣传比一个厂家的响亮。一个厂家的广告投入做的比一个厂家做的的力度大。一个厂家的促销活动比一个厂家做的积极。一个厂家的示范田建设比一个厂家做的标准。一个厂家的终端售后服务比一个厂家做的周到。当然也有许多其他不法肥料厂家忽悠老百姓,赚一把就走,销售假冒伪劣产品,不够含量的产品趁机获取短期暴利兴风作浪。这也导致了用户对各个厂家产生审美疲劳和对肥料真假的疑惑和无奈。

市场竞争的激烈,各个厂家想尽了克敌制胜的方法,有的厂家不断创新,走产品功

能差异化(缓释肥料、控释肥、冲施肥、叶面肥、微量元素肥料。有机肥、无机肥、复合肥料、复混肥料和各种功能概念的肥料)走渠道差异化路线(政府指定采购、邮政物流、农资连锁、厂家直销)产品推广差异化(技术培训推广会 示范观摩与示范户现身说法 各式各样的促销活动)。不管有多少差异化,万变不离其宗。其实我觉得真正把服务当回事把质量效果当回事才是唯一真正占领市场的唯一的法宝。

普金的系列产品主要是采用双生化络合工艺技术的有机肥,有机无机复混肥。我觉得普金肥料的定位是正确的。一现在大化肥的市场竞争激烈,各个地方都基本被一些实力雄厚的厂家雄霸一方。在如此激烈的市场环境下进入一个市场如果不走差异化道路会死的很惨。二国家倡导环保节约社会,倡导绿色环保农业。普金肥料响应国家发展趋势大力发展绿色环保对环境对土地污染危害轻的肥料,有机无机复混肥料提高了肥料利用率,节约了成本投入,绿色环保。普金的市场现在还是有限,主要是在山东地区。要想有大的发展,战略必须转移,必须转战外部市场,培养业务精英,开发新市场,争夺市场份额。我等待的是下一步公司转战河北市场。我对河北市场还算熟悉,以前金正大的同事玩的特别好的朋友都在河北跑业务,搜集,通过他们的帮助和介绍我想应该不难做。

### 四. 市场的操作和经营(成熟市场的维护和新市场的发策略)

#### a. 成熟市场的操作方案

没有拜访就没有销售,但不等于销售人员去拜访客户就一定能实现销售。销售人员如何做有效的客户拜访呢? 在实行经销制的企业,销售人员分管几个地区、一个省甚至几个省的 4 市场,每个月要走访大量的客户,对每个客户拜访的时间则很短。在有限的时间内,销售人员应做好哪些工作,才有助于销售业绩的提升?

一些销售人员每次拜访客户都是三句话上个月卖了多少货? 这个月能回多少款? 下个月能再进多少货? 这无助于销售业绩的提升。

拜访经销商的任务内容和准备工作

我觉得销售人员每次拜访经销商的任务包括五个方面

1、销售产品。这是拜访客户的主要任务。

2、市场维护。没有维护的市场是昙花一现。销售人员要处理好市场运作中问题,解决客户之间的矛盾,理顺渠道间的关系,确保市场的稳定。 3、建设客情。销售人员要在客户心中建立自己个人的品牌形象。这有助于你能赢得客户对你工作的配合和支持。

4、信息收集。销售人员要随时了解市场情况,监控市场动态。 5、指导客户。销售人员分为两种类型一是只会向客户要订单的人,二是给客户出主意的人。前一类型的销售人员获得订单的道路将会很漫长,后一种类型的销售人员赢得了客户的尊敬。

要实现这五大任务,销售人员在拜访客户时,应做好以下 1 2 件工作

### 一、销售准备

失败的准备就是准备着失败。销售人员在拜访客户之前,就要为成功奠定良好的基础。

1、掌握资源。了解公司的销售政策、价格政策和促销政策。尤其是在企业推出新的销售政策、价格政策和促销政策时,更要了解新的销售政策和促销政策的详细内容。当公司推出新产品时,销售人员要了解新产品的特点、卖点是什么?不了解新的销售政策,就无法用新的政策去吸引客户;不了解新产品,也就无法向客户推销新产品。

2、有明确的销售目标和计划。销售人员要实现目标而工作。销售的准则就是制定销售计划,然后按照计划去销售。销售人员每次拜访客户,都要明白,自己拜访客户的目标是什么?如何去做,才能实现目标?

### 5 篇二 2011 上半年工作总结-关于化肥销售 2011 上半年工作总结 -曾望

时间如箭一样地飞逝着。回顾到公司将近半年来,总在不知不觉度过。我自己在工作中也是受益匪浅,上半年主要工作地点是广州经营部,现将工作情况作出如下总结

首先,就我个人而言。我很感谢公司可以给我一个学习与进步的舞台,感谢你们对我的关照!半年来,我学习了很多产品知识,但农资世界是丰富多彩的,我所学到的也只是微不足道的,并且还存在着很多自身的一些问题和不足。

其次,就公司整体状况而言。由于今年的市场行情不断变化,导致公司上半年的业绩不是很理想,这也直接关系到我们的工作态度,所以工作上不是很忙碌,总觉得工作情绪有些压抑!时常反省自己,总想去多做些什么能否对提升业绩有所帮助,不过心里老是有些顾忌,感觉自己还不够成熟,总怀疑自己这个时候还不适合去做业务方面,只是想多些时间让自己成长起来,提高自身各方面的知识与素养,那样我会更有把握的去做出决定!

### 一. 销售得工作中的辅助工作

我们在多个地方进行了促销，在促销策划上面没有什么经验，但经过经理和同事们的努力，我们的促销活动还是取得了一定的效果，我们相信我们的促销活动会越来越多，越来越好的。良好的开端便是成功的一半。旺季过后，把工作的重点从旺季保供应转移到淡季促销上来。坚持“有节借节，无节造节”，特别是做好“无节造节”的文章。争取厂商支持，整合各类营销资源，统一策划营销方案，统分结合地把握好营销活动推出的时间、形式、规模和力度，放大营销资源的促销功能。

抓好商品的结构调整、库存管理，争取厂商的政策支持，适应市场消费需求。由于经济形势的变化，销售市场竞争格局的变化，今年的商品的结构、库存是很难把握的，随着两节销售旺季的到来，各部门经理始终把商品结构调整、组织适销对路商品，库存管理最优化作为一项重要工作来抓落实。各部门经理主动对两节销售形势进行了分析，对商品的结构、库存进行了更加详细的分析，按照优胜劣汰的原则，抓好商品结构的调整、抓好库存管理。

经过这样紧张有序的半年，我感觉自己工作技能上了一个新台阶，做每一项工作都有了明确的计划和步骤，行动有了方向，工作有了目标，心中真正有了底！基本做到了忙而不乱，紧而不散，条理清楚，事事分明，从根本上摆脱了刚参加工作时只顾埋头苦干，不知总结经验的现象。就这样，我从无限繁忙中走进这半年，又从无限轻松中走出这半年，还有，在工作的同时，我还明白了为人处事的道理，也明白了，一个良好的心态、一份对工作的热诚及其相形之下的责任心是如何重要。

二、市场销售工作现状 制定销售目标。上半年我们销售部门根据年初制定的总体目标以及在年中分阶段制定的时段性目标，根据既定的销售策略和任务，按照常年的习惯，

进行人员细分，并根据市场供求关系，组织销售工作人员，以销售业绩为衡量标准，进行针对市场的销售任务。期间，我部门工作人员也制定了自己的目标计划和销售计划，充分发挥自主性、创新性，顺利完成各自预定的销售任务，并及时总结经验的可取之处和不足，加以改善。

## 2. 竞争比较激烈，其他企业价格对比强烈。

在市场经济的大环境下，各企业的竞争已经越来越白热化。在产品普遍相同或类似的情况下，价格的竞争，也成为了销售渠道上的一个大关口。在产品质量普遍存在的前提下，同行的其他企业的产品价格差不多，没有形成比较悬殊的价格对比。在品牌较强的局势下，这种价格差，同样造成了创利方面的压力。 3. 应收款回款难准时。受社会极大市场环境的影响，普遍客户支付延期，应收票据、应收账款、预付账款、等等应收款偏大造成我们的回笼计划不准时，影响了公司的整体运作。

## 三、销售任务完成过程中的应对措施。 1. 质量的改善。

在销售工作开展之前，对产品的质量要有更严格的把关，并在销售宣传中，把质量的优势尽可能最大的凸现出来，争取零售商对我公司产品更多的信任和更大的购买力。 2. 价格方面。

在预算的价格尺度调动范围内，根据市场环境的形势和对市场竞

争的科学合理性分析，调整适合的价格标准，使产品的销售既在预计范围内盈利，又使零售商对价格方面减少挑剔。同时，可以适当的选择时机，开展系列的促销活动，从而是产品的品牌让更多零售商和农民熟知，使产品的质量在市场中形成一个良好的口碑。 3. 加大资金回笼的力度，回避企业风险。

在货款回笼方面，整个部门都形成共识，将该项工作摆在重中之重的位置。拟定具有约束能力的销售合约，对于应收款的回收采取合理的时效性限制。吸取了以往的经验教训，我们严格履行销售成交的审批程序，从源头到最终成交都加以控制，时刻叮嘱业务员主动与客户沟通，想尽办法处理，取得了一定效果。 4. 多面的销售渠道，发展更多的销售平台

借助公司的销售平台，提高网络销售水平，建立良好信用的网络销售平台。销售形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。多年来，产品销售部坚持巩固老市场、培育新市场、发展市场空间、挖掘潜在市场，未来，我们还需要更全面的利用我公司越来越壮大的品牌影响带动产品销售，建成了以本地为主体，辐射全省乃之全国的销售网络格局；同时，可以与各传媒媒介等形成良好的合作关系，如多参加或举办业内或相关行业的系列活动，多方面的进行宣传销售，让本品牌的产品有更广大的拓展平台。 5. 随时关注业内动态，掌握更多的市场信息

随着行业之间日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场营销过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益。销售部在今后的工作中更应

密切关注市场动态，把握商机，认真做好市场调研和信息的收集、分析、整理工作。使得销售部通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立起更加稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集；要根据市场情况积极派驻业务人员对国内各销售市场动态跟踪把握。 6. 提高销售部人员自身的工作素质

提高业务员的服务质量和业务能力，使一批老客户的业务能巩固并发展起来。在未来的工作中，我们要求销售部人员要更加提高自己的工作能力和专业素质

(1) 加强与客户的沟通联系，多想办法，建立起良好的合作关系； (2) 不断总结自身的工作，改进自身的工作方法，加强工作中所涉及到的专业知识的学习，及时了解客户的生产运作情况和竞争对手的情况，发现问题及时处理；

(3) 及时将客户的要求及产品质量情况反馈给有关部门，并加强与横向部门的沟通协作，使我们的产品质量和服务能满足客户的需要； (4) 做好售前、售中、售后服务。

上半年，我们走过了展望计划、艰辛起步到共创成功的历程，我们也体会到了这一过程带来的快乐。依靠我们上级的信任和指导，依靠领先的优秀产品，先进的营销理念，良好的服务意识，团结的协作氛围，优秀的干部、员工队伍，我们整装待发。也许，未来的路也是充满曲折的，甚至比过去所要承受的压力更大，但我们坚信，这条路篇三农药化肥销售工作总结



农药化肥销售工作总结 xx 年在公司行政在党委和工会的协调配合下,紧紧围绕公司奋斗目标,抓机遇、求发展,全体员工齐心协力,顽强进取,大干快上,各方面的工作取得显著成绩的一年。在过去的一年里,公司全体员工充分发扬了“忠诚、团结、求实、创新”的企业精神,大力倡导“精、细、实、高、新”的管理理念,同心同德、真抓实干,超额完成了年度生产经营计划,各项主要指标均达到了历史最好水平。公司全年生产尿素吨,比上年同期增长%;完成产值万元,比上年同期增长%;完成销售收入万元,比上年同期增%;利税突破万元,比上年同期增长%;工业增加值万元,比上年同期增长%。员工年均收入为元,与上年同期相比增加%。并对一届二次职代会所提出的 17 件提案,全部予以落实。完成上述指标,我们主要做了以下工作。

### 1、狠抓安全不放松,重视环保求发展。

安全生产和对环境的保护是公司得以生存发展的基矗在全年的工作中,我们以江泽民同志“安全责任重于泰山”的讲话为指导,做到人员落实,制度落实,机构落实,责任落实,经费落实。坚持加强现场安全管理,及时发现、消除隐患;坚持制止各种违章行为;坚持加强员工安全、消防知识培训,开展“安全生产月”活动和《事故应急救援预案》演习,提高员工们的安全意识;坚持每周

五、节假日前的大检查以及日常巡查工作,及时整改安全隐患,加大安全硬件设施投入和特种作业人员的培训取证工作,提高安全人员待遇等,全年未发生轻伤、重伤和死亡事故。xx 年,公司在环境管理工作上有了较大突破,按照 iso14001 环境管理体系要求,公司加大了环保投入,环境纠纷赔偿额比上年下降了 25%,同时,为了实现工业废水“三年内达到零排放”的目标,在相关部门通力配合下,完成了《工业废水与循环水综合治理工程》的项目可行性研究报告的评审修订工作,并列入国家的环保治理专项资金项目。

### 2、整合“两大体系”,提升企业形象。

“质量是生命线,环境是健康源”,这句话深植于每个员工心中。xx 年,公司坚持“依靠科技进步,走绿色经营之路,建设质量、环保型化工企业,推进企业可持续发展”的思想。公司在通过 iso9001—2000 质量管理体系和 iso14001—1996 环境管理体系认证后,从年初就着手两个体系的整合工作。编制了《质量环境管理手册》,并于七月份发布实施,通过一段时间的运行后,于 10 月份进行了内部审核,对查出的 18 个不符合项和 30 个观察项进行了评审整改。在 11 月下旬北京中质协对公司质量环境管理体系监督审核后,公司被推荐继续使用两大管理体系认证证书,从而进一步提升了公司形象。

3、坚持技改不停步,扩大生产创效益。 为了降低能源消耗,扩大生产规模,促进生产长周期运行,公司坚持技改不停步,向技改要效益。2005 年公司共投资 600 余万元,运用新技术、新设备、新材料、新工艺分别对

一、四车间冰机冷却系统、尿素合成塔、循环机等 8 个项目进行技术改造,既降低了能耗,又达到了增产和环保的目的,保证了生产长周期安全运行。通过技改后,年可新增产值 1400 万元,可创利润 400 万元,尿素日产由上年的 320 吨增加到 345 吨。通过技改,降耗、增产效果十分明显,2005 年全年 5 次打破日产记录,3 次打破月产记录。

#### 4、强化内部管理，夯实发展基矗

(1) 节能减耗降成本，狠抓质量上台阶。 xx 年，公司面对生产原、燃、材料价格不断上涨和设备严重老化的挑战，着力于节能减耗降成本，寻求新的经济增长点。并从节约一滴油、一方气、一度电做起，加大现场管理的监督力度，严格管理，精心操作，减少跑、冒、滴、漏。公司在做好节能降耗的同时，严格按照体系要求，紧紧围绕“质量是企业的生命”这一主题，坚持每天对产品质量以及包装重量进行抽查，决不让不合格品流入市常经过一年的努力，公司尿素产品一级品率达到 93%，优等品率达到 65%，合格品率为 100%。

#### (2) 完善制度建设，加大执行力度。

制度建设是企业发展的重要保证。公司发展至今，一是抓住机遇，靠灵活机动的生产、经营战术，二是靠广大员工的支持和严格的制度管理。2005 年，公司结合经营管理实际，新制订了《标准化管理实施办法》、《企业方针目标管理办法》、《市场营销管理办法》，修订了《劳动用工、工资福利待遇管理办

法》。同时还要求中层以上管理人员在每个月末的办公会上就公司经营、管理、制度等方面提出修改意见和建议。充分发挥管理人员及全体员工在企业生存发展过程中的重要作用，通过发动全体管理人员对制度的修订完善，使公司制度建设更具有合理性和可行性。在执行制度上坚持人人平等、奖惩逗硬，同时结合“动之以情、晓之以理”的人本管理机制，把情感管理融入管理的全过程，不断提高管理质量，真正实现把约束机制变为员工的自觉行动。

#### (3) 加强财务监督，保障资金需求。

为了保证生产经营、发展、技术改造的资金需求，xx 年，公司进一步对资金使用实行分级计划、分层把关，总经理严格审核，保证资金统筹安排合理运用，同时，加大资本运作力度，用好用活资金。一是对银行贷款及时采取先还后贷，

避免了贷款的逾期；二是加强了存货资金的管理，对库房材料实行了定额管理，原材料实行以耗定进的办法减少存货资金的占用；三是加大了对应收账款的清收力度，坚持每周一对应收账款明细逐一核查，编制销售周报表，督促销售人员对贷款的回收，使应收账款降到最低水平，减少呆坏帐损失，加快了流动资金周转。四是由于 xx 年尿素价格持续上涨，公司利润逐月上升，公司强化资本运营管理，通过科学论证，先后控股、参股的几家企业运营正常，投资回报前景看好。五是资金及时支付，利用办公信息自

动化系统、网上银行的功能，准确、及时、安全、高效保障资金需求渠道畅通。 (4) 推行办公自动化，提高工作效率。

为了改变传统的办公方式，规范工作程序，提高工作效率，公司在进一步加强计算机的日常维护管理的同时，加快了计算机信息化工程的进程。与重庆宏声新思维公司一起完善了设备管理、销售管理、采购管理、库存管理、生产统计管理、人力资源管理、办公自动化和财务接口管理等模块，并要求员工尽量“事事都在网上做，少费纸张少用墨”，逐步实现无纸化办公。xx 年 11 月，公司通过了市信息产业局组织的信息化工程验收，使公司的工作效率和工作质量实现了新的跨越。



(5) 切实加强物资供应，保证采购物资质量。

为了确保正常生产和 xx 年初制定的一系列目标指标的实现，供应处全力以赴，认真做好库房管理工作，及时掌握库房物资数量的动态情况，尽量减少物资压库。在采购中，千方百计实现比质比价采购，对采购市场进行咨询了解，逐一排查，分析掌握生产厂家资质和技术力量，从产品的实用性等多方进行比较，保证采购物资的质量。始终坚持减少中间环节，降低采购成本，提高进销差率。

通过努力，xx 年供应处全面完成了年初提出的计划，外购物资按时到货率达到了 946%，一次验收合格率达到 99%，进销差率>1%。

(6) 抓住市场，调整营销策略。

为提高产销率和资金回笼率及销售价格，xx 年公司认真对全国市场需求变化进行分析，准确地把握化肥走势，制定切实可行的营销策略，并根据不同时期的市场销售变化情况，适时调整销售策略，建立诚信的客户网络，不断提高产品在本地市场的占有率。经过一年的努力，公司尿素产销率和资金回笼率均达到 100%，在用户心中树立了良好的企业形象和品牌形象，产品销价在同行业中长期处于较高价位。

5、着眼未来，注重员工综合素质提高。

在新经济背景下，企业要在市场竞争中生存和发展，必须拥有学习能力，一个比竞争对手学得更好更快的学习能力。建立学习型和创新型的员工队伍是企业人力资源开发的重要途径。xx 年公司根据年初制订的培训计划和各部门工作实际，认真组织开展了中层以上管理人员企业财务管理基础培训，全公司班长以上管理人员综合素质培训，高级工、中级工培训，iso9001 质量管理体系、iso14001 环境管理体系整合培训和新一轮质量管理基础知识培训，以及企业标准化体系的培训等 18 项培训，培训内容涉及党和国家的方针、政策、法律法规，生产管理、财务管理、营销管理、劳动保护、民主管理、档案管理、化工专业技术、安全消防知识、以及企业文化建设等。通过培训，既提高了公司员工的综合素质，又实现了企业人力资源的不断增值。

6、实施资本运作，追求财富最大化。

面对市场经济的飞速发展，我国加入 wto，市场竞争愈来愈激烈，这也给工业篇四化肥行业月工作总结 12 月工作总结

尊敬的各位领导您们好！

经过这一个多月的工作，现将本月的工作情况汇报如下

一、这一阶段主要工作 了解各乡镇种植结构以及农户对本品悉知度，用肥情况，使用效果，出现的情况，了解各竞品信息及在当地的市场占有率。 拜访 xx 县各乡镇经销网点，熟悉各网点往年主要销售产品和销量情况，带形象店材料到各个网点做形象店包装工作，收

集并核对去年至今年各县经销商制作门头牌广告的数据及金额。

拜访各乡镇经销商，充分利用各乡镇赶集时间，到经销商店面做好店面零售工作，散发宣传单，宣传公司产品。到各村寨拜访农户 71 户，发宣传单，宣传公司产品，提高农户对公司本品的认知度，由于目前没有放电影设备只能用发传单及口头宣传。走访各个市场的化肥销售商，调查竞争品牌的市场份额，销售情况。开发销售网点 4 个。

## 市场问题

经销商的销售观念落后，市场推广及服务不到位，无法提升本品在市场的销售潜力，无忧患意识和避免厂家供货紧张和储货意识。解决方法多与经销商沟通，讲解市场推广及市场服务的重要性，改变其坐等生意上门以及货物卖空再进货的传统观念。扩建分销网点，做到各个村寨看得到，买得到本品。针对部分无法改变销售模式和销售观念的客户只能更换人选以满足市场的需求。篇五化肥营销工作经验总结

## 中化化肥营销工作经验总结

光荣地加入我司已达两年之久，在直管领导的谆谆教导下，经过公司的数次培训，以及个人的不断努力后，终于在营销技能上有所提高，总结起来有以下几点

### 一、工作的精神面貌。

这一点是我们公司每次培训时都要着重提到的，但是仍有很多同志对此不屑一顾，对公司产品和服务没有信心，或者是在某个方面存有较深的抱怨，一种怨天尤人的态度，销售业绩没有提高，毫不关己。试想，连我们自己都没有必胜的信念，又怎么能够对我司工作保持较高的热情呢。同样地，只有我们自己对产品拥有百倍信心和无限热情才能感染经销商，从而帮助他们树立信心，这才是我们中化人应该持有的工作态度。牢固树立“今日我以中化为光荣，明天中化以我为骄傲”的信念，披荆斩棘，创造辉煌。

### 二、复合肥的市场开发。

复合肥的市场培育会经历这样一个阶段

1、导入产品，凭可靠、优异的质量，借农民朋友口碑传播，在消费者方面为经销商树立信心，产生市场推力；

2、进行广告投入，扩大促销宣传，做足推力，从而由质量好产生知名度，知名度高而长久产生品牌效应。因此，对于我们业务人员来讲，关键就在于如何让一定范围内的农民朋友用上我们的优质产品，这是市场开拓的问题了。作为我们的客户需要满足以下六个条件

1、有相应的资金实力，我们做的是现款现货，这一点是业务开展的基础，是顺利运行的保证；

2、个人能力，这一点关系到我们的产品能否被正确、持续、长久操作；

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/208001126104007004>