

## 出差个人工作总结篇一

湖南省常德市武陵区、鼎城区、德山经开区。

xx 年 xx 月 xx 日

调查了解常德市场政府环卫设备采购权重关系，了解市场现状及市场机会；调查拜访下级贸易商。

本次出差发现市场容量很大，并且很多人都对固废处理现状不满意，经过交流对我公司的一些理念十分期待。目前在市场上发现跟客户打交道时间比较短，能摸到和了解的情景都是比较表面的东西。并且有些下游公司老板经常是一个人注册几个公司，想找这些公司却也没资料可查。

下一步工作计划把重点放在着重摸清梳理政府机构环卫设备采购权重关系，找准关键人，了解更准确的项目机会及投资运营结款方式。加大业务渠道的开展，针对物业进行智能化物业运营做好工作。最终是开发好当地下游贸易商，经过传统渠道来扩充及扩大市场占有率及品牌知名度。

## 出差个人工作总结篇二

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：

- 1、绩效不能单纯叫做绩效考核，而应当称之为绩效管理。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，并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理解度。
- 4、绩效管理的工具有两种：目标管理法、平衡积分卡；经过对这两种工具的学习，我认为目标管理法较适合我公司，但对公司有些部门能够将平衡积分卡的一些用途用在其中。

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绍客户的形式运作；待时机成熟后再研究注册公司专门从事。

(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景进行调整。

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。

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梦想，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。

### 出差个人工作总结篇三

20xx年6月8日~29日，共计：21日

青海省西宁市出差人：张棕棕

开发市场，拜访代理商，市场布局调整。

6月10日拜访青海盛龙医药公司刘经理，并未对公司产品产生意向，认为品种较为单一，不再跟进。

6月日拜访青海瑞生医药有限公司余经理，并未对公司产品表示明确意向，称需与领导沟通，次日跟进表示不愿操作公司产品，不再跟进。

6月日拜访西宁新特医药有限公司续经理，表示对公司产品有意向，但其公司正在进行gsp认证，七月中旬认证完再研究，继续跟进。

6月日拜访青海康帆医药有限公司梁经理，简单沟通，并未对公司产品产生意向，不再跟进。

6月日拜访小桥医药公司刘经理，并未对公司产品表示明确意向，称需与领导沟通，次日跟进表示不愿操作公司产品，不再跟进。

6月日拜访新绿洲医药连锁公司陈经理，称其公司正在准备进行gsp认证，暂时不研究新进品种，暂不跟进。

拜访希尔医药保健品公司，未见到主管采购领导。

6月日拜访青海汇丰医药有限公司石经理，对公司产品有意向，与其详细沟通，称需与领导沟通，次日其公司葛总表示不愿操作公司产品，不再跟进。

6月日拜访青海天奕医药连锁公司刘经理，简单沟通，表示对公司产品没有意向，不再跟进。

拜访青海省健华药业有限公司李经理，并未对公司产品表示明确意向，称需与领导沟通，次日跟进表示不愿操作公司产品，不再跟进。

6月20日拜访青海湘源医药发展有限公司王经理，称其公司正在准备进行gsp认证，暂时不研究新进品种，暂不跟进。

拜访青海金正医药有限公司代总，表示公司只做临床，由于公司产品在青海市场未中标，不予研究，不再跟进。

6月21日拜访青海中藏药业有限公司张经理，简单沟通，表示对公司产品没有意向，不再跟进。

6月23日拜访青海朝东医药公司方经理，简单沟通，表示对公司产品没有意向，不再跟进。

拜访青海康家医药有限公司石经理，表示对公司产品有意向，详细沟通后称需与领导沟通并需要对产品进行市场调研，继续跟进。6月24日拜访青海旭升医药有限责任公司王经理，称其公司正在准备进行gsp认证，暂时不研究新进品种，暂不跟进。

拜访西宁市众康药业公司张经理，简单沟通，表示对公司产品没有意向，不再跟进。

拜访金珠药业连锁公司王经理，称其公司正在准备进行gsp认证，暂时不研究新进品种，暂不跟进。

6月25日再次拜访石经理，表示可操作公司产品但需要西宁市唯一代理权，由于公司在西宁市场有一名老客户，双方存在分期，切对价格，优惠政策等进行了沟通，需继续跟进。

6月26日拜访青海旭升医药有限责任公司王经理，称其公司正在准备进行gsp认证，暂时不研究新进品种，暂不跟进。

6月27日拜访西宁市众康药业公司张经理，简单沟通，表示对公司产品没有意向，不再跟进。

再次拜访石经理，由于此月出差即将结束，约定下月进行沟通相关事宜。

由于青海省及西宁市人口较少且经济欠发达，导致医药公司产品不是过很多且此月有很多大型连锁的医药公司要进行认证，所以此月新客户开发的不梦想。

## 出差个人工作总结篇四

20xx年4月24日，20xx年4月26日

广西南宁

4月24日：

1、跟线，老员工，高级业务代表甲，20xx年8月入职，20xx年3月升为高级业务代表。

2、与pj、lyd就招人、留人等相关问题和郭总沟通。

4月25日：跟线，新员工，业务代表乙，20xx年4月15日入职。

4月26日：广西hr文员(12人)集中培训。

在24日的跟线过程中，除了甲外，还接触到商业组部分员工，他们对于员工离职率高的原因也谈了自我的一些看法。综合起来，最主要的问题有以下几个：

1、压力过大。新员工还在试用期就进行考核，另一方面，公司的业务技能培训和帮带又不到位，很多新员工工作没多久就被罚款好几百，于是只好离职。

2、心态问题。很多时候，带新员工的老员工自我心态就有问题，对业务或公司的一些制度、模式不认同，这些心态很容易影响到新员工。另外，由于体系的原因，有些老员工对带新人没有职责意识。

3、开会时间太长，开会的时候主要是奖惩，对新员工没有异常的指导和鼓励。

4、老员工工作一段时间后，看不到自我的发展方向，只好另外寻找发展平台。

在沟过程中，关于人员招聘，郭总最先提出的是人员结构的搭配问题，包括学历、年龄、工作经验的搭配。同时，郭总认为业务代表这个层级不必须要大学生，此刻的大学生通常吃不了什么苦，实习一段时间就坚持不下去的十分多，能够研究多招些中专生、高中生，尤其是从农村或偏远地区出来的人。工作经验上，以1年左右最适宜，有两三年工作经验的人一般都已经构成固有的思维模式，很难改变。另外，在招聘过程中要异常注意心态的把握。

最终，郭总也提到，如果内勤人员能每月抽出一至两天跟线，对人员的招聘和培训上会有更大帮忙。

在拜访客户的过程中，和老员工相比，新员工主要存在以下几个问题：

1、新员工的基本礼仪可是关。员工有叼着烟进店的现象，在离店时嘴里虽然说着“好生意”，但人却是背对着客人，语气也略显生硬，在被客户拒绝的时候尤为明显，甚至一转身就脏话连篇。

2、对公司促销活动和品牌推广活动的结合把握不到位。在介绍公司山水啤酒“买 1 包送 2 瓶”的促销活动时，对 4 月 1 日—6 月 30 日公司赞助的模特赛活动几乎不提及，海报张贴也较少。

3、业务技巧把握欠缺火候。公司“1 包送 2 瓶”的活动实际上就是“买 9 包送 2 包”。为了提高销量，业务代表改成“买 18 包送 4 包”的形式，如果客户没有兴趣，再改为“买 9 包送 2 包”的说法。对于销售量明显十分少的小粉面店也不做调整。另外，对于促销的分寸把握也有欠缺。碰到客户确实还有很多酒并且十分坚决表示此刻不要的情景，仍有强行提货进店的情景。

4、情绪控制力较弱。一旦连续遭遇几家“老虎”店，就会很沮丧且直接表此刻脸上，直接影响到和下一家的沟通。

在招聘方面，集中培训的资料主要包括缺编原因与解决方案分析、入离职手续办理及注意事项、劳动合同规范管理、简历筛选技巧、招聘渠道评估及简单的面试技巧。在整个培训与沟通的过程中，发现各大区的hr 文员对于总部推进的工作大多还是十分用心，工作推行缓慢的主要原因还是文员自身的定位和专业技能的问题。

从各大区 hr 文员对目前的缺编情景及原因、解决方法的介绍中发现，目前基层人员招聘出现的情景主要有以下几点：

- 1、新员工心态没有正确指引，老员工到必须阶段会出现职业发展瓶颈。
- 2、老员工离职过快，新员工没人带。
- 3、大区总经理只重视业务目标达成，不重视业务代表的招聘，在月度营销会议上从来没提起过人员招聘问题。
- 4、hr 文员不参加晨会，平时也很少和业务人员沟通，对业务不熟悉，在招聘和培训上有很大局限性，通常都是大区总经理全权决定。
- 5、大区之间的异动有困难。业务代表因个人原因要到另外的大区的，通常很难实现。
- 6、新员工业务代表没有业务技能培训，很难达成目标，导致留不住人。

在这个沟经过程中，对大区 hr 文员作出以下指引：

- 1、hr 人员的价值在于有效支撑业务的发展。在所有的 hr 工作中，都应当在这个前提下进行思考与沟通。
- 2、要有效进行招聘、培训等人力资源工作，首先 hr 人员本身要熟悉业务。同时，要了解招聘人员的本事素质并从这个方向去努力才能做好招聘。当人力资源工作逐步支撑到业务发展的时候，业务部门自然也就逐步重视人力资源的工作。这是一个良性循环的过程。

3、对于新老员工的抱怨，hr 文员要基于“存在的就是合理的”首先站在公司的角度思考，寻找出公司制定那些制度的原因和优势，并作为面试或员工入职培训的心态引导。

如，员工抱怨开会时间长，作为 hr 文员首先就要思考晨会的资料和程序如何，目的是为了什么，为什么会有那么长的时间。经过思考就会发现，各大区的晨会主要是对工作中存在的问题进行剖析，对工作中好的经验进行分享，这对新员工来说是十分难得的学习机会，由此可看到我们是学习型的组织。如果 hr 文员在面试或入职培训中把这一点进行有效的引导，那么新员工在开晨会的时候心态就自然会有所不一样，心态一不一样，在晨会中的收获肯定也就不一样。那么，即使暂时还没有专门的技能培训，新员工也不会有有一种“我还没理解什么技能培训就要进行考核”的心理。那么，必须程度上也就能降低新员工的离职率。

4、对于员工离职率高的问题，应首先思考从我们公司离职的业务人员离职后去了哪里。一般而言，能够把这些离职人员的去向分为三类。其一，在做了一段时间的业务后，发现自我不适合做业务或不愿意做业务，从而转向其他职位。其二，虽然很喜欢业务工作，但做一段时间后认为快消品行业太辛苦，于是转向其他压力较小工作较自由的公司。其三，刚进入快消品行业，对于快消品行业的业务也很有兴趣，可是认为不熟悉其他公司的情景，认为其他公司压力可能相对较小或有其他方面的优势，于是离职进入别的快消品公司。

对于前两种情景，公司基本上没有花很大时间精力挽留的必要。而对于第三种情景，则是我们需要认真思考的问题。员工从公司离职到其他快消品公司，很有可能是因为高估了其他公司的优势或者低估了其他公司的劣势。如果 hr 文员能够把快消品行业的共性(如压力大、工作时间长等)、其他公司的劣势(如晋升慢、管理不规范、产品的地方性)和我们公司的优势(如发展平台、行业地位、品牌优势)在面试沟通或入职培训中进行分析，同样能够从必须程度上减少离职率。至少，员工离职研究会更慎重。

5、在面试过程中，对公司进行适当的宣传是必要的，一方面能够提高应聘者的求职意向，另一方面，我们的应聘者都可能是我们的消费者。但在宣传的同时，也应当就工作强度等问题给应聘者打好预防针”，以免入职后出现心理期望和实际情景的巨大落差。另外，对于应聘者的承压本事以及对业务工作的兴趣也需要在面试过程中进行探寻，不能以简单的封闭式问题进行询问。

1、跟进广西 hr 文员对此次培训的反馈和今后的需求。

2、加强 hr 文员专业上的技能指导。

3、到人员较稳定的大区进行跟线学习，进一步了解公司业务特点。

4、加强和培训、绩效模块沟通，对招聘和配置体系的优化进行相关思考和探讨。

## 出差个人工作总结篇五

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xx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xx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。

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眼光看我们的产品，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xx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，都是厨卫产品列占有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 xx 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易下决定。

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。

## 出差个人工作总结篇六

现将本人去 xx 航空职业技术学院观摩“20xx 年 xx 省职业院校春季技能竞赛（高职机电设备）”其中的“数控机床装配、调试与维修”项目的情况汇报如下：

关于竞赛：本次所观摩的竞赛是 20xx 年 xx 省职业院校春季技能竞赛其中的“数控机床装配、调试与维修”项目。竞赛主办单位是 xx 省教育厅，承办单位为 xx 省教育科学研究院职成教研究所，而 xx 航空职业技术学院则作为高职机电组的赛点。

出差原由：作为长期合作的友好单位，本次竞赛的协办单位，xx 航空职业技术学院向 xx 厂发出了邀请函，本人有幸得到领导派遣观摩了此次竞赛。

出差目的：通过对竞赛的观摩，了解学习数控机床装配、调试与维修的相关知识。

事件回放：

(1) 4月26日上午8:00, 8:30, 在xx航空职业技术学院学术报告厅召开了隆重的开幕式, 开幕式上分别进行了领导致辞、选手宣誓、裁判宣誓等活动。

(2) 4月26日9:00, 16:00, 在xx航空职业技术学院数控实训基地开始了竞赛(第一场)。

(3) 4月26日17:00, 24:00, 在xx航空职业技术学院数控实训基地展开了竞赛(第二场)。

(4) 4月27日9:00, 11:00, 于欢天喜地大酒店吧楼会议室召开了校企交流会, 会议上王副院长指出了在目前大学生就业问题日趋严峻的形势下, 企业与学校更要多交流多合作。会上, 各企业与学校之间进行了交流。会后, 召开了闭幕式及颁奖典礼。

作为一个数控技术专业的学生, 在学校的时候, 我就从老师口中及媒体上得知我国目前对于数控机床维修人员的缺乏。而在工厂两个多月的实习期内, 我也了解到我厂数控设备的维修技术也不是很成熟, 若遇到难题还不得不请国外的专家亲自前来指导。

所以, 我觉得本次竞赛促进了高职院校紧贴产业需求培养制造企业急需的数控设备机械、电气维修人员, 也为今后各学校向企业输送更多这样的人才做了个好的开端。

我在学校学习的内容更加偏重于数控设备操作方面, 而对数控机床的装配、维修与调试方面了解不多, 但是通过对这次竞赛的观摩, 我对数控机床的装配, 维修与调试有了更直观的了解与认识。

本次竞赛是以这样的方式进行的: 参赛队在规定的时间内, 根据竞赛题目的具体要求, 以现场操作的方式, 按照正确的操作步骤, 在尽量短的时间内利用机床说明书和机械装配图、电气原理图、数控系统连接说明书、伺服驱动装置说明书、变频器说明书等资料和专用量具、专用工装、工具、刀具等, 完成cak3665sj数控车床(沈阳机床集团生产, 配置华中数控生产的hnc—21数控系统)的z轴机械传动部件的装配和调整, 机床电气控制线路连接, 机电联调与故障排除, 精度检验与补偿, 试切件加工等任务, 并通过文字形式填写有关表格。

在本次观摩中, 我学习到了在进行数控机床的装配、维修与调试时的步骤以及一些注意事项, 受益匪浅。

### 1、机械装配与调试

根据机械装配图纸和技术要求, 完成机床z坐标轴的电机支承座、螺母座、轴承座、滚珠丝杠、轴承、伺服电机等零部件的清洗、定位、安装、调试工作, 并且保证机械精度。

要想进行好以上工作, 必须注意:

(2) 零件装配前和部装完成后，都必须彻底清洗，不允许有油污、脏物和铁屑存在，并应倒去棱边和毛刺。

(3) 工作时榔头与凿子头部不应有油，手上油污应擦净，防止因滑动而失去控制，发生事故。

(4) 压入平键及装卸轴承时，不得用铁锤敲打，应用木锤、橡皮锤等专用装配工具进行装配。

(5) 对轴类组件（如齿轮、轴承、垫圈等）以及箱体装配均应实行预装，达到工艺要求后，再进行装配。

(6) 组件或部件装好经检查合格后，必须加妥善防护措施，以防止水汽，污物及其他脏东西进入内部。

(7) 机床装配时，应注意整机和部件以及组件间的调整工作，如摩擦片、皮带、手把、主轴、丝杠等均应仔细调整，转动灵活，松紧一致，符合工艺规定的要求。

(8) 机床空装前，应检查箱体内和部、组件上有没有铁屑及其他污物以及多余物。

(9) 试机后应检查相关紧固螺钉、螺帽等的松紧情况。

## 2、电气安装与连接

根据电气原理图，完成电气控制柜中部分强电、控制信号的安装接线工作。对电气安装与连接线路进行安全检查后才能通电。

操作中严格遵守规章制度及电器安全规程，戴好防护用品。第一次上电之前、重新接线后都须进行检查、确认后才可上电，否则可能会造成损坏。

最重要的是在操作时要将总电源断开。

## 3、机电联调与故障排除

根据数控系统、变频器、驱动器等技术手册，查找并确定需要设定的数控系统参数、变频器参数、伺服驱动器参数，完成数控系统、变频器、驱动器模块参数设置。

通过 plc 程序完成机床限位、回零、急停、刀架动作等的调试，对可能出现的机床故障进行诊断和排除，这些故障通常分布在数控装置、变频器、伺服驱动器的参数设置，电路连接，电器元件，plc 程序等方面。

最后对数控机床的主要控制功能（如主轴转速、进给快移速度以及倍率等）进行测试，填写机床数控功能测试表。

由于现代数控系统的可靠性越来越高，数控系统本身的故障越来越低，而大部分故障的发生则是非系统本身原因引起的。系统外部的故障主要指由于检测开关、液压元件、气动元件、电气执行元件、机械装置等出现问题而引起的。

外部硬件操作引起的故障是数控修理中的常见故障。一般都是由于检测开关、液压系统、气动系统、电气执行元件、机械装置出现问题引起的。这类故障有些可以通过报警信息查找故障原因。对一般的数控系统来讲都有故障诊断功能或信息报警。维修人员可利用这些信息手段缩小诊断范围。而有些故障虽有报警信息显示，但不能反映故障的真实原因。这时需根据报警信息和故障现象来分析解决。

#### 4、精度检测与补偿

用专用量具和工装、工具对 z 坐标轴的平均反向差值、重复定位误差和定位误差等精度数据进行检测和补偿，填写机床精度检测报告。根据精度检测数据，判断实际精度是否达到国家标准。

#### 5、试切件加工

对机床的安装、维修调试的最终目的是加工出达到质量要求的工件，所以试切件的加工十分重要。

观摩心得：在本次观摩中，我深刻认识到作为一个数控机床维修人员的要求是相当高的，既要精通机械方面的知识，也要精通电气方面、液压方面、plc 编程方面、参数设置方面、以及数控机床的操作等各个方面的知识技能。数控维修人员便是要具备这些综合素质的人才。

而要成为一个优秀的数控机床维修人员，是需要更多刻苦的学习与实践才行。就像我们师傅们常教导我们的，要做好维修这个工作，只有不断学习，故障总是千变万化，每天都可能会遇到新的问题，所以不但需要精湛的知识，还要在多年的工作中积累丰富的经验。

个人建议：有必要的话，可以对员工进行关于数控维修这方面知识的一些培训。

作为一个刚来工厂不久的实习生，我对于能去 xx 观摩这次竞赛感到无比的幸运。在这次观摩活动中，我不仅学到了一些数控机床装配、调试与维修方面的知识，充实了自己。更重要的是，我接触到了很多这个行业里的前辈们，在向他们的请教和交流中，他们渊博的知识以及精湛的技术都让我感到无以言表的崇敬与敬仰。我深深感到作为刚毕业的大学生，我们在经验与知识上的匮乏，在学校里更多的是对于课本上的学习，而知识与实践是从来无法脱离的，所以我们要想提高自身，还需要很多的磨练。是要从零开始，认认真真一步一个脚印地学习的。

#### 出差个人工作总结篇七

本月从 20xx 年 9 月 5 日~9 月 13 日期间出差哈尔滨、长春、沈阳、北京及天津地区，本次出差的主要目的为：

一，了解各分公司及代理目前的经营状况并结合自我音箱品牌特性进行经营性的指导提议。

二，帮忙各分公司及代理针对各自区域市场的状况进行针对性的市场调整部署提议。

三，了解目前各分公司及代理针对多彩音箱反馈问题的收集，便于后期产品及渠道等进行调整规划。

四，排解对多彩音箱前期存在的问题意见，以及多彩音箱后期的产品规划沟通，渠道建设沟通，以此加强相互了解，信任，提高对多彩音箱产品的销售信心。

针对出差目的，经过与各分公司经理，店长，及各代理商的沟通交流，反馈的问题如下：

- 1，代理商的经营状况整体良性，但存在团队管理意识缺乏，基本没有产品培训，没有推广意识，没有严格的会议制度等是经销商普遍存在的问题。
- 2，代理商没有严谨的工作部署，日工作资料，周工作资料，月工作资料，年度目标等意识，只是为了做生意而生意，本着生意不好，可能就是卖场人气问题，或者产品问题，没有从营销的角度去寻找原因。
- 3，代理缺乏完善的人才培养梯队，人才十分缺乏，很难培养人，留人。
- 4，多彩音箱适合做什么样的渠道 多彩音箱目前的产品定位 怎样样去开展多彩音箱的市场推广 怎样样与厂家结合有部署的开展经营拓展计划 代理及分公司基本没有。
- 5，分公司目前对多彩音箱的重视程度因产品线太宽及因资金短缺时造成的音箱严重缺货存在很大的矛盾点。
- 6，目前的产品存在必须的问题，主要是：
  - 1、前面收到涨价后缺货的影响。
  - 2、产品屡次发生的外观磨花及本身产品的质量问题的应用分公司经理的对话(港湾 14: 20: 49: 那个 2100 音箱最近咋那多坏的港湾: 14: 21: 04 副机喇叭不响港湾 14: 21: 12: 2105 也有海底沙漠 14: 21: 23: 投诉港湾: 14: 21: 27 还有副机少脚座的港湾 14: 21: 31: 投诉不管用港湾 14: 21: 34: 不投港湾 14: 21: 41 说说而已)。其中港湾为一分公司经理。
  - 3、促销活动存在必须的问题，缺货后又开展，加上活动缺乏人员跟进，奖品的规划比例上不合理，导致为销售创造的拉力不大。
- 7，大区人员该怎样样去开展自我的工作 代理及分公司应关注音箱市场的什么 此也缺乏必须的意识。

所以，经过了解问题，分析问题，在与各代理及分公司经理交流，与各店长培训会议的时候特对每个地方提出了以下个人提议：

- 1，提议各代理，异常是在与哈尔滨世学牟总交流的过程中，异常强调开展周会，周会议资料形式(销售 kpi)，周培训会议制度等管理机制。

2, 提倡计划年度销售目标, 年度利润目标, 月销售目标, 利润考核目标以及绩效考核制度。以此来加强大家对企业发展构成共同的目标。

3, 代理的发展空间有限, 没有完善的考核制度, 培训制度等, 这样就很难去培养人, 当一个优秀的人才到必须时候, 没有太大的发展空间, 必将选择离去, 所以提议采取两种方式, 一是股份制方式, 针对优秀店长对店面入股(能够占干股), 并针对每上一年送予配比必须的股份;针对公司管理副手也按股份制。二是采取鼓励创业, 给予必须的市场空间, 给予产品代理, 让其成为自我的客户。以此来留住优秀的人才, 避免让其出去后成为竞争对手。

4, 多彩音箱目前的销售均价在 75 元左右, 在此价格线基本说是没有竞争对手, 因为音箱行业前 5 大品牌的销售均价均在 100 元左右, 当然我们的目标是要提高均价, 寻找竞争对手。但结合目前的产品状况, 多彩音箱在专卖店与机箱等同时摆在一齐(目前所有的音箱品牌基本都有单独的音箱专卖店), 很难构成专一形象, 同时公司一向的路线是走批发为主, 主要是结合机电, 键鼠渠道, 在零售方面十分薄弱, 所以此价格, 此形象, 缺乏零售, 必然很难构成音箱品牌影响力, 但本身具有多彩品牌拉力, 所以我们的主要渠道应当是批发, 主要对象就是 diy 装机商及笔记本销售店。主要的产品定位目前来说是中低端, 通路型产品定位。

明白了多彩音箱产品定位, 渠道对象, 那么就应当有部署的去开展音箱的推广工作, 重点在于四个方面:

一, 加强 a 类产品(重点主推产品, 2105, 2165, 2155, 2100)的样品摆设。

二, 加强 a 类客户(前 5, -10 名核心客户)的专柜, 展架摆设。

三, 加强针对摆样产品的维护, 主要是标贴(怎样样让音箱摆在装机店能让客户看到装机店的时候第一个看到的产品就是多彩音箱)。

四, 加强 x 展架及条幅横幅在卖场内像狗皮膏药一样大面积张贴。

多彩音箱目前的渠道体系, 主要在专卖店的陈列位置, 很难有单一的音箱品牌形象, 销售不好零售就很难提高产品销售均价, 产品销售均价提不上去, 高端产品出来后就很难销售, 没有高端产品就很难提高产品品牌形象。而目前先将产品线完善了再根据销量去开单独的音箱专卖店 还是先开音箱专卖店再完善产品线此成为矛盾点。经过与天津代理及其他代理的沟通, 目前天津开设的专卖店整体来说是不错的, 所以提议各代理:

一, 在适宜的位置拿专柜, 单独的壁柜, 并派一个销售人员在此, 按电脑城均价, 一个 3 米的专柜价格基本在 2k 左右, 一个销售人员的基本工资在 1k 左右, 专柜基本没有其它费用, 每一天 100 元左右的费用每一天基本是 2 对零售音箱就能回收成本, 一个人在一个位置, 专门的工作卖零售, 我想只要不是太笨一天 2 对应当是问题不大, 但同时对我们的品牌影响力, 对卖场的批发工作, 方便装机商带客户看音箱将是一个很好的推动作用。

二，提议个别代理，同时代理耳机或者笔记本配件的代理单独开设音箱专卖店，当然前期能够鼓励和允许同时代理其它品牌音箱，构成第二个公司，或者将此机会供给给那些有想法的优秀人员。

笔记本市场是我们产品的一个重点，笔记本音箱的配送经过了解基本是价格不超过100元的产品，最好的产品是一对音箱加上鼠标价格不超过100元，这是目前笔记本商家的需求心理，此价位段产品刚好是我们音箱产品强势的一方，如果单独卖一般笔记本客户会摆高端产品，来衬托笔记本的形象，天津，长春代理在这方面就做的相当不错，在一个区域针对hp，联想，华硕，ibm四个笔记本专卖店摆4款不一样的产品，在一个电脑城此四家每月就能够为其创造几百台的销售业绩，天津代理能联合三星促销，买三星笔记本送多彩音箱，一次性定单就有400台，笔记本客户还具有以下几个好处：

一，选择一家产品，很少更换，因为一个在一楼，对在diy区域内他们关注很少，也就是对品牌忠诚度较高。

二，销售稳定，并且根据笔记本大环境的增长呈上升趋势。

三，利润较高，笔记本客户一般为开票，对单独采购的产品均价能了解，但对于其它产品因熟悉程度固了解较少，所以能提高利润。

5，分公司及全线产品代理对音箱产品的重视程度从天津代理(单独做音箱)就能看出构成很大的区别，一个长春(单独做音箱)，天津这种小城市的销量居然是重庆，西安，南昌等个别中型的一倍。当然这和我们产品线太长，专一度不够有很大原因。同时在今年分公司及代理缺少资金的情景下，音箱目前还是在吃多彩的品牌拉力，还在跟随机电及键鼠的销售渠道，无法为多彩品牌创造单独的品牌影响力。所以，在资金缺少的时候很大程度上音箱的货源就会存在严重问题，此次出差，分公司的音箱货源基本无，在这样的情景下更谈不上去进行市场推广，所以针对此问题需向领导当面请示改善提议。

6，目前音箱每月都在做产品意见改善(要求一线反馈，总部汇总，改善后再发向一线反馈决议)，但一些问题还是改善不了，主要是细节性的问题，最近杭州分公司，武汉分公司连续投诉产品质量问题及发货少脚架等细节性问题，对一线销售人员的信心将有很大影响，所以此次回来后将请示吴总，针对此类问题进行彻底改善。

7，大区人员的工作开展基本没有头绪，要想领导别人首先要服务于人，要想领导分公司代理商就必须要想怎样服务于他，最好的服务就是怎样去帮忙他，那里指的帮忙当然不是简单的批下特价，而是需要怎样样去发现分公司弱点，迷茫点，怎样样帮忙去提高销量，用心的去想怎样样去帮忙一个人的时候我想能找到很多需要帮忙别人的地方。结合代理商及分公司，首先我们要明白我们要关注音箱什么也就是最简单的去看音箱市场什么在那里个人提出几点提议：

一，一进卖场首先看看外场的广告，什么品牌的广告做的最好，有无学习的地方能了解在这个市场什么品牌占有率有可能相对较高。

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/976151215233010102>