# 最新饮料基层员工的工作总结(优质10篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2023-12-25

*饮料基层员工的工作总结一xxx饮品控股有限公司是隶属于顶新国际集团旗下的外商独资企业，公司秉承集团“培育一流人才、生产一流产品、成就一流企业、回馈社会、永续经营”的企业使命、坚持“诚信、务实、创新“的经营理念及“勤、廉、能”的用人标准，以严...*

**饮料基层员工的工作总结一**

xxx饮品控股有限公司是隶属于顶新国际集团旗下的外商独资企业，公司秉承集团“培育一流人才、生产一流产品、成就一流企业、回馈社会、永续经营”的企业使命、坚持“诚信、务实、创新“的经营理念及“勤、廉、能”的用人标准，以严格的品质管理体系，为广大消费者提供“xxx”品牌系列饮料。“xxx”饮料以其在中国饮料行业中的明显优势及其鲜明特色，在市场上独树一帜，“xxx”品牌深入人心。高品质原料，世界先进的生产设备与工艺，良好的企业文化理念是其立足于市场的重要支柱。

高效的整合营销

高效的整合营销又叫做一体化营销，主张把一切活动(采购、生产、外联、公关、产品开发等)，不管是企业经营的战略策略还是具体的实施操作，都要进行一元化的整合重组，是企业在各个环节上达到高度协调一致，紧密配合，共同进行组合化营销。

(一)品牌优势

20xx年xxx茶饮料迅速走红，成为中国包装茶饮料市场的领导品牌。尤其是xxx冰红茶，自20xx年上市以来，始终保持者迅速投入，xxx一直致力于品牌经营。不断地提升和丰富品牌经营的内涵，是xxx制胜的法宝。多年以来，xxx一直保持着其青春、奔放、活力的产品形象。由于其强大的品牌力带动现金流的畅通，同样是xxx引以为傲的竞争力。

(二)价格优势

(三)广告优势

xxx一直注重产品宣传，让广告先深入人心，经常组织在一些活力四射的高等学府搞文艺活动或竞赛节目。但其更多的宣传来源于媒体广告，而且xxx饮品都是巨星代言，邀请明星做其产品代言一直是很多企业在提升品牌形象及内涵，获取消费者认知的同时令产品深入人心的一重要手段。例如冰力十足的张惠妹、自然健康的杨澜、绿色好心情的苏有朋等等。在品牌内涵上依托其10余年的生产经验和世界先进的生产设备，及时顺应市场需求进行产品开发，加大行销力度，并通过建立与消费者的良好互动关系确立了“茶饮料”老大的位置。

(四)通路精耕优势

通路的精耕细作指全面覆盖。xxx把全国划分为1500多个小区域，每个区域都有业务员负责。xxx要求每个业务员每天要拜访30家零售店，了解她们的销售情况及需求，搜集她们对于产品的意见和建议。

渠道精耕的实施要点是:第一，压缩层级;第二，分区管理;第三，突出服务。良好的客情关系对于双方合作十分重要，“通路精耕”的实施使xxx更加贴近市场，营销网络更趋紧密和稳定。因此，xxx只要有新产品上市，就可以保证在最短的时间内铺满全国各地的大街小巷。

(一)xxx饮品的品牌形象追求时尚健康、创新的理念。体现中国传统茶文化，追求个性;强调产品质量，推出多元化产品;信奉“通路”为赢，实行“通路精耕”的渠道策略;确保茶饮料的霸主地位，引导该市场潮流。

(二)xxx饮品的竞争策略

1.产品多元化策略

xxx在切入后之所以能将对手迅速甩开，关键在于能够在竞争产品的基础上进一步完善产品，跟随时代的进步，不断开发出能够满足消费需求的新产品。xxx历来讲求人无我有，人有我精的产品理念。

2.低价策略低价策略，扩大市场。全面降低成本，成为低价市场的领导者

3.促销策略“再来一瓶”是xxx的一个三年计划，通过较高的中奖率吸引消费者。而且“再来一瓶”对于新产品上市以及处理滞销产品都可以带来一定的效益。除此之外，xxx经常在卖场进行促销活动，集标兑换礼品是xxx最常见的促销方式。

4.宣传策略“轰炸式”的广告策略，采取的是利用报纸、杂志、电视、电脑、车体、条幅等媒体的全方位传播。我们必须认识到与品牌打造关系最为直接的是品牌的传播和形象塑造，xxx在打造品牌的道路上，尤为重要的一点就是长久以来一直依托于强势媒体，特别是保持着央视的投放。面对众多产品广告，xxx是投放范围最广的。

5.深度分销的渠道策略

xxx在通路上的特点之一是渠道下移，其销售网略已经深入到乡镇底层，这是xxx与竞争对手争夺市场的一个巨大优势。xxx渠道策略一般分为两种形式:第一种是直营，它是指一些大的连锁超市或者其他量贩式企业直接给公司打款，公司直接给其发货;不经过其他中间商。另一种是经销，这个是指公司先给各地的经销商发货使其产生一定的库存，然后由业务员去各个店主家进行补货，下订单，经销商按单送货消化库存。

**饮料基层员工的工作总结二**

今年一季度在全体销售人员与经销商的努力下，实现了开门红，产销量比去年同期增长%，其中瓶装水增长%，配制奶增长%，发酵奶增长%，碳酸饮料负增长%，果汁饮料增长%，茶饮料增长%，八宝粥增长%，纯牛奶、花式奶负增长%；但与整个饮料行业的增幅相比，我们明显落后于整个行业，整体饮料要比全国增幅少个百分点，其中瓶装水少个百分点，碳酸饮料多负个百分点，八宝粥多增个百分点，纯牛奶、花式奶全国增长%而我公司负增长%，反差极大，果汁饮料落后个百分点，而且从1月份开始增幅逐月走低，到4月份很有可能负增长。因此形势不容乐观，而且问题也确实不少，必须进行认真分析，加以改进，否则今年的计划任务无法完成，而且会影响到公司的可持续发展。

1经销商数量与经营能力不足以支撑我司销售业务的需要

全国中小客户的比例占客户总数的%，销售额仅占27%，这些客户一是明显感到资金实力、运营能力不足以帮助我公司控制市场，同时亦有可能不是主销我司产品，亦不是以我司产品为主要盈利，经销我司产品的盈利亦不能满足其生存发展的需要。同时%的中大客户亦有相当部分并非销我司产品为主，这样就会造成整体客户的忠诚度不高，网络抗风险能力不强，驾驭市场的能力不足，因此给市场的销售带来极大的隐患。

2经销商、业务员无法进行全品项销售

公司认为每个产品都有其生命周期与一定的市场容量，走到峰时肯定价格低了，厂商盈利水来亦都低了，而且要开始逐步走下坡路，因此要不断有产品更新，推出新产品来弥补。同时随着公司规模不断发展增长，竞争的要求也高了，每年增加10%—20%，就要增加10—20个亿的销售，而且不增加这点销售还不足以与大品牌进行竞争，因此公司近几年的品种发展很快亦很多，本来应该是增加我们销售的回旋余地，而实际上由于我们的业务员、经销商尚没有习惯与有能力来弹好这个钢琴，不能平衡各个品种的发展，亦没有能力去开拓市场，而公司也无法在全国同时开发众多产品的市场，因此造成目前新产品开了进展不快甚至夭折的局面，影响军心与信心，甚至带来后遗症。

3 经销商为盈利影响我司销售

最近发现不少经销商为了赢取高额利润而截留政策，有的放弃二批直做终端，而自己又没有能力全面铺货到终端，结果经销商是轻松了，做得少反而赚得多了，但我们的市场都丢失了，最近山东烟台、贵州泸州就是一个明显的例子，而且公司认为这种情况还不是少数。这也是目前二批空仓而不愿接货的重要原因，若不加以纠正，我司的市场占有率将会急剧下降，影响我们的竞争优势，因些各省必须认真调查，立即采取措施、重新建设二批网络将货卸下去。若经销商不愿执行可明确告诉他，我们自己直做二批，对其库存一概不负责任，既然其损害了我们的利益，我们当然亦不会考虑照顾其利益。

4 厂商之间关系不正常

的存在。

5 业务员素质水平尚不适应当前市场竞争的\'需要

**饮料基层员工的工作总结三**

近一年来，超市一部在营销上作了如下几方面工作。

一、我部凭借六年来积累的工作经验，不墨守陈规，主动探求市场信息，积极考察异地同业态商超市并参加全国各种商品交易会十余次。为我部的产品结构调整提供了直接的依据。截止目前，我部共引新4599个，增新商户20家，增加新品类2类。淘汰单品3154个。

二、我部坚持“善于学习”的金辇精神，不因循守旧。在原来固定不变的节日营销方式上增加新的营销元素。通过改变赠品品种的适用性缩短超市与顾客之间的距离;通过耐心地帮助顾客挑选商品，来解决顾客对产品功能的疑虑;通过一对一对顾客意见反复的讨论，拿出最佳的令宾客满意的方案;通过增加各局部区域的沟通时间，及时控制不良事态的发生或延续，来提高劳动效率。

三、在市调方面，我部不守株待兔。积极组织各班组对市场信息的收集和分析。通过间接渠道和生产商摸清变价环节，并积极配合市场部对本市同业态的价格，进行密切关注。在关键时期，响应政府控价政策号召，率先主动和经销商沟通，在兼顾多方利益平衡的基础上，务实的做好金辇价格形象工作。

四、在陈列方面，不照葫画瓢。我部现经营的品种比同等营业面积的超市要多许多。今年改变以往学其他超市品项管理的方法，转而发挥出我部包装产品经营多的优势，满足顾客挑选需求。学习诸如沃尔玛等外资超市的优点，改变端架堆头陈列的模式，把新品、促销品直接陈列在顾客最容易发现的地方;改变西区古板式陈列，取而代之的是更加通透、舒适、便捷的细节服务;改变第一磁石的陈列，将糖酒会的效果展示引入我部，更彰显金辇个性和气度。

五、不坐享其成。我部自编短信，主动回访，敲开了团购这扇大门。从元月份至今，共接下大小团购30余笔，金额总计129万余元。

近一年来，我部运营工作汇报如下。

一、今年我部经历了第二十次新班子的组建。我们发挥一部原有的工作作风，既讲究分工又要求合作，在短短的时间里理顺了日常工作。使得部门工作顺畅进行。

二、针对细节服务，为提升员工的工作的积极性，我部利用员工“千分制考核表”作基础，绘制出“超市一部形象大使笑脸累计统计表”、“一部优秀员工之星累计统计表”、“一部各营销柜组逐月完成比例综合分析表”等等，起到了很好的激励效果。

三、设备设施在今年表现出了问题多发期。5月至8月，我部冷链设备共保修18次，耽误销售21日，造成部门直接经济损失约5万元，物品损失6300元。借此，我们希望有关部门切实将设备的年检工作落到实处，尽量延长设备的使用寿命。

四、常抓安全工作。我部坚持从卫生死角清理开始，注重“防四害”工作的重要性，组织员工培训消防知识，组织员工应对突发事件的演练，为营造一个宽松、安全的购物环境而出谋划策共同。

五、金辇“勇于开拓”精神的基础是做扎实团队建设。我部坚持每年两次的团队活动，如积极参加电脑培训、主动加入知识宣传活动、自编自演文艺晚会、发放免费读书卡等团队活动。近一年来，我部共评出形象大使是庞粉叶、郭文艳、赵妮妮、崔利云、李贵、张云平、杨建鱼等;优秀员工是王三红、李云芳、刘燕芳、董波、靳会芳等。优秀班组，休闲食品组。我部针对员工入店、离店均进行沟通。班组推荐的，由部门牵头举行简单的欢送仪式。超市对他们为金辇所作出的贡献将载入史册。从20xx年1月1日至20xx年12月13日，我部共完成xx万元，已经与今年10月6日提前86天完成了全年任务指标。当然，我们离公司的要求还有一定的距离。我将会带领一部员工为来年的目标而持之以恒的工作。

借新年即将来临之机会，我谨代表一部全体员工祝愿超市生意红红火火，每位金辇人身心健康。

**饮料基层员工的工作总结四**

1经销商数量与经营能力不足以支撑我司销售业务的需要

全国中小客户的比例占客户总数的67.24%，销售额仅占27%，这些客户一是明显感到资金实力、运营能力不足以帮助我公司控制市场，同时亦有可能不是主销我司产品，亦不是以我司产品为主要盈利来源，经销我司产品的盈利亦不能满足其生存发展的需要。同时32.76%的中大客户亦有相当部分并非销我司产品为主，这样就会造成整体客户的忠诚度不高，网络抗风险能力不强，驾驭市场的能力不足，因此给市场的销售带来极大的隐患。

2经销商、业务员无法进行全品项销售

3 经销商为盈利影响我司销售

最近发现不少经销商为了赢取高额利润而截留政策，有的放弃二批直做终端，而自己又没有能力全面铺货到终端，结果经销商是轻松了，做得少反而赚得多了，但我们的市场都丢失了，最近山东烟台、贵州泸州就是一个明显的例子，而且公司认为这种情况还不是少数。这也是目前二批空仓而不愿接货的重要原因，若不加以纠正，我司的市场占有率将会急剧下降，影响我们的竞争优势，因些各省必须认真调查，立即采取措施、重新建设二批网络将货卸下去。若经销商不愿执行可明确告诉他，我们自己直做二批，对其库存一概不负责任，既然其损害了我们的利益，我们当然亦不会考虑照顾其利益。

4 厂商之间关系不正常

目前有相当经销商、业务员之间的关系不正常，主要表现在三个方面：一是我们业务员受经销商的制约并未按公司要求去运作；二是经销商受我们业务员的欺负，亦不按公司的要求去运作，有时不会给经销商带来损失；三是经销商与业务员关系太密切，甚至成为利益共同体，骗取公司的政策，牟取私利。这些现象都有不正常，必须坚决取缔！最近已连续发生几起区域经理联名经销商与销售人员上告现象，公司认为这种状况是绝不正常的，与公司行事的风格格格不入，一旦查明真相，坚决查处，公司认为有什么问题可以直接向上级反映，但决不允许帮结派；公司相信的是事实下成效，而不是相信人多与口头表面现象，各省要端正风气，我们厂商之间的关系应该是坦诚的、平等的、精诚合作关系，而不应该有其它的关系形式的存在。

5 业务员素质水平尚不适应当前市场竞争的需要

近期走访市场召开了几个省的区域经理会议，发现我们的区域经理以上销售人员对公司的通报精神政策理解未到位，而且营销策略方式几乎没有，唯一的法宝就是一味低价倾销，生意越做越死，而且缺乏信心与激情。想当年我们的销售队伍确实是一支拉得出、打得响、过得硬的队伍，是一支让竞争对手闻风丧胆的销售队伍，是出一个新产品打响一个新产品的队伍，当年旭日升老总听说我们要做茶饮料立即传真到公司，希望宁可贴我们费用，让我们不涉及茶饮料，而如今我们是出一个新品败一个新品，搞得经销商都胆战心惊。而且当初人没有现在多，销售人员的收入出没有现在多（按人事部汇总统计xx年省能经理人均收入22.46万元，区域经理人均收入为9.14万元、客户经理人均收入为4.78万元）但效率与业绩都比现在高得多，而且据查止前通报亦未传达到各级业务员与经销商处，当然也更难说如何执行公司的指令与政策了，公司自去年以来规定了许多规章制度与工作程序亦未认真执行，因此公司认为迅速整顿队伍，激发销售员激情与斗志是当务之急，否则是打不好仗的。

6 广告宣传不到位，促销活动无力的状况亦没有得到改变

当前销售产品没有规划，没有整套的促销推广方案，广告策划卖点不突出，投放不合理的现象几乎没有改变，不痛不痒的宣传既未达到效果，又浪费钱财，投了广告也没有人管，到底做了多少，起了多大效果也无人知晓，甚至各省放弃了广告宣传，而将费用转移到价格促销上去，造成品牌基础下降，新品拓展不开，老品销售下降的局面，老本吃光，今后就更难办了。

7 内外勤配合不好，影响销售的局面亦没有得到改善

报站、调度不合理，发货不及时延误销售机会，一季度有的省一个多月未到货，这些地方的销售如何搞得上去？报站发货的节奏也把握不好，到的时候集中到、不到的时候一车都不到，要么造成积压、要么造成断货，销售员抢政策单品种过度压库，资金积压，影响其它品种销售，经销商代垫费用、政策兑现不及时，销售人员差旅费报销、工资奖金发放不及时，这些影响销售的因素非但没有改善，反而越来越严重，影响经销商与销售队伍的情绪。

**饮料基层员工的工作总结五**

今年一季度在全体销售人员与经销商的努力下，实现了开门红，产销量比去年同期增长16.77%，其中瓶装水增长26.4%，配制奶增长8.52%，发酵奶增长15.66%，碳酸饮料负增长28.97%，果汁饮料增长62.36%，茶饮料增长45.09%，八宝粥增长32.58%，纯牛奶、花式奶负增长49.33%;但与整个饮料行业的增幅相比，我们明显落后于整个行业，整体饮料要比全国增幅少5.21个百分点，其中瓶装水少2.76个百分点，碳酸饮料多负27.11个百分点，八宝粥多增26.13个百分点，纯牛奶、花式奶全国增长49.33%而我公司负增长34.99%，反差极大，果汁饮料落后11.82个百分点，而且从1月份开始增幅逐月走低，到4月份很有可能负增长。因此形势不容乐观，而且问题也确实不少，必须进行认真分析，加以改进，否则今年的计划任务无法完成，而且会影响到公司的可持续发展。

全国中小客户的比例占客户总数的67.24%，销售额仅占27%，这些客户一是明显感到资金实力、运营能力不足以帮助我公司控制市场，同时亦有可能不是主销我司产品，亦不是以我司产品为主要盈利来源，经销我司产品的盈利亦不能满足其生存发展的需要。同时32.76%的中大客户亦有相当部分并非销我司产品为主，这样就会造成整体客户的忠诚度不高，网络抗风险能力不强，驾驭市场的能力不足，因此给市场的销售带来极大的隐患。

公司认为每个产品都有其生命周期与一定的市场容量，走到最高峰时肯定价格低了，厂商盈利水来亦都低了，而且要开始逐步走下坡路，因此要不断有产品更新，推出新产品来弥补。同时随着公司规模不断发展增长，竞争的要求也高了，每年增加10%—20%，就要增加10—20个亿的销售，而且不增加这点销售还不足以与世界级大品牌进行竞争，因此公司近几年的品种发展很快亦很多，本来应该是增加我们销售的回旋余地，而实际上由于我们的业务员、经销商尚没有习惯与有能力来弹好这个钢琴，不能平衡各个品种的发展，亦没有能力去开拓市场，而公司也无法在全国同时开发众多产品的市场，因此造成目前新产品开了进展不快甚至夭折的局面，影响军心与信心，甚至带来后遗症。

最近发现不少经销商为了赢取高额利润而截留政策，有的放弃二批直做终端，而自己又没有能力全面铺货到终端，结果经销商是轻松了，做得少反而赚得多了，但我们的市场都丢失了，最近山东烟台、贵州泸州就是一个明显的例子，而且公司认为这种情况还不是少数。这也是目前二批空仓而不愿接货的重要原因，若不加以纠正，我司的市场占有率将会急剧下降，影响我们的竞争优势，因些各省必须认真调查，立即采取措施、重新建设二批网络将货卸下去。若经销商不愿执行可明确告诉他，我们自己直做二批，对其库存一概不负责任，既然其损害了我们的利益，我们当然亦不会考虑照顾其利益。

目前有相当经销商、业务员之间的关系不正常，主要表现在三个方面：一是我们业务员受经销商的制约并未按公司要求去运作;二是经销商受我们业务员的欺负，亦不按公司的要求去运作，有时不会给经销商带来损失;三是经销商与业务员关系太密切，甚至成为利益共同体，骗取公司的政策，牟取私利。这些现象都有不正常，必须坚决取缔!最近已连续发生几起区域经理联名经销商与销售人员上告现象，公司认为这种状况是绝不正常的，与公司行事的风格格格不入，一旦查明\*\*\*，坚决查处，公司认为有什么问题可以直接向上级反映，但决不允许帮结派;公司相信的是事实下成效，而不是相信人多与口头表面现象，各省要端正风气，我们厂商之间的关系应该是坦诚的、平等的、精诚合作关系，而不应该有其它的关系形式的存在。

近期走访市场召开了几个省的区域经理会议，发现我们的区域经理以上销售人员对公司的通报精神政策理解未到位，而且营销策略方式几乎没有，唯一的法宝就是一味低价倾销，生意越做越死，而且缺乏信心与\*\*\*。想当年我们的销售队伍确实是一支拉得出、打得响、过得硬的队伍，是一支让竞争对手闻风丧胆的销售队伍，是出一个新产品打响一个新产品的队伍，当年旭日升老总听说我们要做茶饮料立即传真到公司，希望宁可贴我们费用，让我们不涉及茶饮料，而如今我们是出一个新品败一个新品，搞得经销商都胆战心惊。而且当初人没有现在多，销售人员的收入出没有现在多(按人事部汇总统计xx年省能经理人均收入22.46万元，区域经理人均收入为9.14万元、客户经理人均收入为4.78万元)但效率与业绩都比现在高得多，而且据查止前通报亦未传达到各级业务员与经销商处，当然也更难说如何执行公司的指令与政策了，公司自去年以来规定了许多规章制度与工作程序亦未认真执行，因此公司认为迅速整顿队伍，激发销售员\*\*\*与斗志是当务之急，否则是打不好仗的。

**饮料基层员工的工作总结六**

在烟花爆竹中，我们欢欢喜喜的送走了20\_\_年，在已经度过的20\_\_年中，我们酒店的业绩取得了长远的进步，我们酒店工作也是在酒店领导的领导下，取得了业绩和管理上的巨大进步，这是一直以来我们最重视的事情。回首20\_\_年，我的工作做的不可谓不好，所以在新的一年中，我会吸取20\_\_年的经验和教训，取得更好的成绩!

前两年工作的时候，每到年末的时候总是要写年终总结的。记得那个时候我和同事们总是为写年终总结而头痛，总觉得平时就是那样的周而复始的做同样工作，没什么可写的。可是今年我却想用年终总结的方式来为今年来画下一个句点，来一个总结性的结束。

年初的时候我把工作了一年多的工作辞掉了。记得刚出来工作的一年多，虽然对任何工作都充满了干劲再累的工作也做的很开心，不过呢，因为那个时候年纪还小也很任性的，总是因为这样或那样的原因换了许多工作，这份工作是我我上学前的最后一份工作，也是我至今为止工作时间最长的工作。其实我还是蛮喜欢这份工作的，虽然餐厅服务员是累了一点，但是我是在吧台做饮料和冰淇淋的，不仅能让客人吃到我做的东西(最重要的是，我能经常吃到很多好吃的，嘿嘿!)，而且我也能做我很喜欢的咖啡，我很喜欢咖啡的，一直都有个愿望，就是开一家自己的咖啡店。在餐厅工作的一年多的时间里，只有刚开始的半年多最开心，每天都能和同一个班次的同事忙碌而开心的度过一天，那段时间真的很开心。这样的日子只持续了半年多，后来的日子却变了，同事之间开始勾心斗角，我更是被对班的同事当成了她升值的踏脚石，我第一次明白了什么叫职场。接着那些要好的同事们陆陆续续的辞职离开了，餐厅的人也越来越少，工作量也大了很多，经常是一个人干三个人的活，还要为考成高去学校补习，一系列的事情弄的我焦头烂额的，常常觉得很疲惫而且还有点失眠。终于去年年底我考进大专，今年开学前把工作辞掉了，辞掉工作后我感觉轻松了许多。虽然是轻松了，不过也因为没了工作给家里增加了不小的负担，父母也上了年纪，身体也不好，而我这么大了却还给他们增加负担，有是真的觉得自己很没用呢。只是，今年呢因为白天晚上都有课，而且也想休息一年所以一直没有找新的工作，明年我时间比较富裕再找一份兼职吧，给家里减轻一些负担，毕竟自己也这么大了，总是花父母的钱心里总是过意不去。

关于学业呢，就没什么可说的了，学了近一年的日语。日本语真的蛮难的，所以我学的也不怎么样，去参加了日语二级的资格考试，结果要明年三、四月份才能出来。不过我已经有明年重考的准备了，因为这个考试是很难的，考试那天看到好多考了好几次的考生，所以我准备明年在好好的`学学重新去考。大专的课程刚开始还是蛮顺利的，可是第二个学期开始因为一些原因呢，总是心不在焉的，上课也不怎么听讲了。快放寒假了，我要趁这段时间收拾好自己的心情，来年要专心学习。我所在的这个刚开始也很开心，每天过的也很快乐，可是上个学期末发生了一些事情，现在班里已经很冷清了。怎么说呢，人总是会变的，不管刚开始是如何的好到最后总是要变的，幸亏去年工作的时候已经经历过了，再见到这样的局面已经是见怪不怪了，这要感谢在那家餐厅工作的经历，在那里我学到不少东西。

今年呢，我得到了两样东西，其一就是朋友。我现在呢有两个很好的朋友，一个呢是我在这个学校第一个朋友，她呢傻傻的，是大大咧咧的粗线条。跟她在一起很开心也很轻松，是个不错的朋友。另一个呢，对我来说就是个知己了。我和她经常在某个方面很象，两个人在一起时话总是很多，经常聊到很晚。我和她都在感情上经历了很多事，那个时候彼此分享着自己的快乐与痛苦，开解着对方。后来她收获了自己的幸福，现在正在甜蜜当中。我很谢谢她，她将总是爱做梦的我拉回现实，如果不是她我会沉溺在自己编制的梦里不可自拔，不是她拉我回现实的话我会越陷越深，到最后我会更痛苦的。所以我很感谢她的，在这里我祝福我的朋友们，希望她们来年继续着她们的幸福。

另一样东西就是一份痛并快乐着的感情。记得爱上他是开学后第二个星期的事情，却也在爱上他的那一颗便知与他是不可能了。因为，真的，我和他完全是两个不同世界的人，就像两条平行的线只是偶然的际遇让我和他交集在一个点上，总会有那么一天我和他都将会回到原来的轨道，还原成两条平行线。我想我和他只有一点相同吧，就是我们都觉得恋爱是件很麻烦的事情。爱上他，从一开始就是我自导自演的独角戏而已，无人剧场空旷的舞台，我上演着一个人的独角戏。他给我带来很多快乐，刚开始的时候经常和他吵架抬杠，每天过的无比快乐。为他哭过，流了两个多小时的眼泪;也为他痛过，第一次明白什么叫痛彻心扉;他也让我明白了很多事情，也让我长大成熟了不少。现在这场独角戏已经落幕，整整理一下，他给我留下很多东西，一首我为了纪念这段感情而写的歌，建了一个博客，写满了对他的感情与记忆，一些照片还有很多美好的回忆。我想这些对我来说已经足够了!记得一部电影里所过，爱一个人并不一定在他身边，只要他幸福快乐便好。所以就祝福他享福快乐吧!

饮料业务员工作总结模板

**饮料基层员工的工作总结七**

目前我们有许多品种由于没有专人专户销售，亦没有自始至终的关注，再加销售之前没有认真规划造成均未销起来，反而造成疑难库存，产生负面影响。公司认为并非是卖不掉而是我们没有去卖所造成的，因此要求销售公司将各类品种下达计划给各省，要求各省指定专人、专户进行销售，并制定销售人员的工资奖金政策，有的品种不要考虑成片开发，以方便发货，具体计划下达后各省亦要上报计划措施到销售公司跟踪监督与考察。

饮料销售业务员工作总结（三）

时间飞逝转眼间已经来到了20xx年，一年的工作下来，我对销售有了自己的认识。

对于现在做的销售工作，每天感觉自己就变了一个人。自己可以瞬间放一下一切，立刻全部投入，一年来感谢销售带给自己的快乐，感谢销售带给我的自信，同时也感谢销售带给我的动力。

其实销售不仅仅是只靠大数法则，当然夜路走多了自然会遇到鬼，但这不是业务经理的主要部分，去分清业务经理该做的不只是这一点点。

在我看来销售最有效的办法，从模仿开始，再到自我学习深入，直至自己开发作为销售新人，最聪明的就是，先把前辈的经验全部吸收再收入大量信息，再就是熟练的掌握专业知识，自信是销售的成功重要砝码。

其实销售很简单自己总结就是以下几点：

1、首先必须明白什么是效率，因为客户资源有限。

2、要虚心和身边的前辈请教学习。

3、要大胆的说，会说，能说出重点。

4、必须学会倾听，说的再好，客户不关心，那么等于直接失败。

5、每天回家对着镜子念半个小时的书。

6、留意和工作有关的所有专业知识，包含信息、报纸和一些新闻都是必了解的。

7、要做到坚持不懈。

8、所有的收获和付出都是相辅相成的必须做好对自己心态的一个调整。

9、做好事情前提是做好自己。

10、理想是巨人，行动是矮子，那么就注定失败。

11、要善于沟通，善于观察。

12、要和上司搞好关系。

13、销售不仅是销售的是产品更是业务经理这个人。

14、要必须知道这个世界没有任何产品是销售不出去的只有不懂得如何销售的业务经理。

自己深深地知道销售压力大，也很辛苦、很累。但是自己发现自己开始享受销售所带给我的快乐，我愿意在销售这条路上走得更远。20xx相信自己会做的更好！加油！

**饮料基层员工的工作总结八**

近期走访市场召开了几个省的区域经理会议，发现我们的区域经理以上销售人员对公司的精神政策理解未到位，而且营销策略方式几乎没有，唯一的法宝就是一味低价倾销，生意越做越死，而且缺乏信心与耐心。

(1)配制奶

公司认为配制奶销售量还是很大，关键是差价不够与侵权假冒产品冲击二大因素，造成销量上不去，因此公司要求各省主动打击、打假办重点打击侵权假冒产品，同时要求各省尽量把零售价提高到4元/板，达到32元/箱，公司采取100ml奶平均每箱投放1.5元刮刮卡(果奶取消、1元/箱、220ml奶0.5元不变)的提高零售商的利润。对价格提不到4元/板的省份要求重推到终端为25—25.5元/箱，零售价确保4元/板(合计32元/箱)，经销商、二批商的差价保证在2—2.5元/箱，同时开展大规模的宣传促销活动，打开市场。公司随后还将推出酸奶与新包装，制定好合理差价，以渗透形式促销，逐步扩大奶的销量。

(2)系列

公司准备推出加果汁的系列碳酸饮料，改换包装，价格不变，平均每箱内投放1.5元刮刮卡进行促销，额度300万箱，随后降低为1元/箱，可乐与其它系列按每箱1元促销一个月，以后视情况再定。

(3)饮料

饮料必须确保零售价3元/瓶的底价，原有促销政策不变，另拿出10万短袖加上原已发合计17.79万件，按5—10箱配一件铺货到终端，并要求销售公司按已发促销服装与发货量进行认真查核，各省不得让经销商、二批商拿到后挪作它用，一旦发现要严肃查处，并加倍扣罚。同时要求广告部重点广告投入，各省要组织大型促销活动，务必在5月份将打响。

(4)瓶装水

目前经销商、二批商的库存偏大，销售旺季未到，目前价位低实质上是我们后促销假压库所造成的，我们停止促销后人家迫于成本的压力也在缓慢提价，故公司认为没有必要在近期再怎么促销。目前主要的问题是零售价偏低，零售卖1.5元/瓶，请各省按此价格铺货，铺货时按四箱送一箱到终端的形式去铺，决不要折成价格去搞。要求每个经销商铺一部分去试销，公司认为还是可以推开来的，农夫去年新包装到零售的价格达到3元多，仍销了一段时间，而我们1.5元/瓶，消费者好奇应该还是能接受的(原零售价在1.5元/瓶的可以按2元/瓶销售，各省自己按情况而定)。

(5)其它品种

目前我们有许多品种由于没有专人专户销售，亦没有自始至终的关注，再加销售之前没有认真规划造成均未销起来，反而造成疑难库存，产生负面影响。公司认为并非是卖不掉而是我们没有去卖所造成的，因此要求销售公司将各类品种下达计划给各省，要求各省指定专人、专户进行销售，并制定销售人员的工资奖金政策，有的品种不要考虑成片开发，以方便发货，具体计划下达后各省亦要上报计划到销售公司跟踪监督与考察。

**饮料基层员工的工作总结九**

时间飞逝转眼间已经来到了20xx年，一年的工作下来，我对销售有了自己的认识。

对于现在做的销售工作，每天感觉自己就变了一个人。自己可以瞬间放一下一切，立刻全部投入，一年来感谢销售带给自己的快乐，感谢销售带给我的自信，同时也感谢销售带给我的动力。

其实销售不仅仅是只靠大数法则，当然夜路走多了自然会遇到鬼，但这不是业务经理的主要部分，去分清业务经理该做的不只是这一点点。

在我看来销售最有效的办法，从模仿开始，再到自我学习深入，直至自己开发作为销售新人，最聪明的就是，先把前辈的经验全部吸收再收入大量信息，再就是熟练的掌握专业知识，自信是销售的成功重要砝码。

其实销售很简单自己总结就是以下几点：

1、首先必须明白什么是效率，因为客户资源有限。

2、要虚心和身边的前辈请教学习。

3、要大胆的说，会说，能说出重点。

4、必须学会倾听，说的再好，客户不关心，那么等于直接失败。

5、每天回家对着镜子念半个小时的书。

6、留意和工作有关的所有专业知识，包含信息、报纸和一些新闻都是必了解的。

7、要做到坚持不懈。

8、所有的收获和付出都是相辅相成的必须做好对自己心态的一个调整。

9、做好事情前提是做好自己。

10、理想是巨人，行动是矮子，那么就注定失败。

11、要善于沟通，善于观察。

12、要和上司搞好关系。

13、销售不仅是销售的是产品更是业务经理这个人。

14、要必须知道这个世界没有任何产品是销售不出去的只有不懂得如何销售的业务经理。

自己深深地知道销售压力大，也很辛苦、很累。但是自己发现自己开始享受销售所带给我的快乐，我愿意在销售这条路上走得更远。20xx相信自己会做的更好！加油！

**饮料基层员工的工作总结篇十**

（一）.种植业结构调整步伐加大。

20xx年我区本着农业增效、农民增收的原则，种植结构调整又取得较大进展，总播种面积\*\*\*.\*\*亩,其中，粮食面积\*\*.\*亩，占总播种面积的\*.\*%，比去年减少\*\*亩，减少\*\*.\*%；经济作物播种面积\*\*\*.\*\*亩，占总播种面积的\*\*.\*%，比去年增加\*\*.\*\*亩，增加\*.\*%，其中棉花种植面积继续扩大为\*\*\*.\*亩，占总播种面积的\*\*%，比\*\*年增加\*\*\*亩，增加\*\*.\*%；受土壤重茬的制约，西瓜面积减少到\*\*.\*亩，比去年减少\*\*\*亩，减少了\*\*.\*%；粮经占地比由\*\*年的\*：\*\*调整到\*：\*\*，种植结构更加合理。目前来看，棉花丰收在望，预产基本与去年持平。

（二）.果品业布局优化。

不断对老果园进行嫁接改造，以水晶富士、水晶梨、美国红地球葡萄等优良品种替代老品种，增加科技含量。优质果品形成规模，嘉禾果业集团已注册“嘉木”红提葡萄商标，“嘉木”牌红提葡萄被认定为\*\*年第七届中国（廊坊）农产品交易会名优产品，产品已打入北京及南方市场。

（三）.畜牧业发展势头强劲

截止到\*\*月份，全区共存栏奶牛\*\*头，比去年同期增加\*\*头，增加\*\*%；生猪出栏\*\*\*头，比去年同期增加\*\*头，增加\*\*.\*%，养猪积极性空前高涨，养猪效益好于往年，规模化养猪呈现良好势头，现存栏\*\*头以上的养殖场（户）\*\*个比上年增加\*个。我区\*\*村养殖小区正在加紧建设中，另外还有两个村正在谋划建设养殖小区。预计全年生猪生产将比去年有较大发展。由于禽流感的影响，鸡的存栏量相应减少现存栏鸡\*.\*\*万只（其中蛋鸡\*.\*\*万只，比去年同期减少\*.\*\*万只），今后鸡的养殖要向规模化发展，根据日前的养殖现状，预计全年鸡蛋产量及鸡出栏将低于去年。羊存栏\*\*头，比去年同期增加\*\*头，增加\*.\*%；全区奶牛养殖场（户）每天向加工企业提供优质鲜奶达\*\*吨，建成奶牛养殖小区\*个，国有奶牛场一个，六个机械化挤奶厅。

（四）南美白对虾养殖面积继续增加

自\*\*年我区引进南美白对虾试养成功以来，管区领导十分重视，通过电视台录制节目广为宣传，聘请技术人员对养殖员工进行培训，加强技术服务，积极帮助养殖户购买优质虾苗，解决供水、供电等一系列措施，群众养殖积极性空前高涨，养殖面积逐年增加，\*\*年南美白对虾养殖面积\*\*亩，比\*\*年增加\*\*亩，增加\*\*%。养殖成功率比去年提高\*\*%左右，预计总体效益好于去年。

二、农业产业化经营情况

1.大力发展奶牛业，实现乳品产业化。

近年来，我场遵循“突出特色、发展优势、培育龙头、强化带动”的思路，以产业化经营为突破口，围绕乳业立场，充分发挥三鹿乳业高效龙头的拉动效应，做大做强龙头企业，发展壮大龙型经济，不断增强辐射带动能力，收到了明显的效果。龙头企业\*\*公司自从与\*\*集团联营以来，充分发挥集团优势，经过近几年的发展，企业现有职工\*\*多人，拥有固定资产\*\*万元，是生产奶粉和保鲜奶的中型国有企业，加工设备有两条奶粉生产线，四条由芬兰依莱克斯德公司引进的超高温灭菌生产线，日处理鲜奶能力\*\*吨。\*\*年共收购鲜奶\*\*\*吨，加工奶粉\*\*吨，日处理鲜奶\*\*吨。大力发展奶牛业已成为管区调整农业产业结构的重中之重，\*\*大会把“调整优化农业，做大做强乳业”列入管区总体发展方针，并制定了发展措施，一是加快奶源基地建设，进一步完善优惠政策，在场地、资金、技术服务等反面给予大力支持，引导和鼓励集体、个体、场内、场外各类主体投资，大力发展饲养奶牛，到目前共吸引外地养殖户到管区养牛\*\*户，饲养奶牛\*\*头。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！