# 配送部年终总结

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-09-29

*配送部年终总结（精选3篇）配送部年终总结 篇1 乡卷烟配送年终报告伴随着网络建设的不断深入,怒江烟草实施了电话订货,网上配货,电子结算、现代物流的现代流通体系. 一、分管辖区的基本情况 xx年5月担任##乡客户经理,管辖的片区从与福贡县交界...*

配送部年终总结（精选3篇）

配送部年终总结 篇1

乡卷烟配送年终报告伴随着网络建设的不断深入,怒江烟草实施了电话订货,网上配货,电子结算、现代物流的现代流通体系.

一、分管辖区的基本情况

xx年5月担任##乡客户经理,管辖的片区从与福贡县交界的腊咱村,一直到与茨开镇接壤的月各村,人口总量近6000人,共有持证零售户16户.该辖区山区比例大,贫困人口多,贫困面大,贫困程度深,没有主要的支柱经济来源,是完完全全的农村市场。

二、全心全意的服务于零售户农村卷烟零售户分布疏散，资金有限，经营能力不强，经营随意性大。

大多边务农边经营，营业时间不稳定，农忙时经营的时间短等诸多问题。但我仍有决心干好此项工作。针对部分客户对计划投放卷烟有一些意见，我们在把握公司总体思路的同时，倾听他们的抱怨，站在他们的角度换位思考。客户在发泄不满情绪时，我全部接受，过后再耐心地给他们解释。同时也要求客户做好引导消费者适应各种口味的卷烟，把长期形成只买几个畅销品牌的客户作为重点引导实行诧异化服务。通过查看库存，整理柜台，倾听客户的每一句话。作为客户经理，我有义务提出的问题或遇到的困难及时帮助解决，要不断的收集市场信息。再走访过程中，灵活使用沟通技巧，通过各种方式的情感交流，准确了解客户的真正需求，使客户告诉你不知道的情况，说出他们真实的想法和意见。例如：问问客户对提供的服务是否满意?是否有需要改进的地方?如何改进等等，这样，有助于提示客户，表达我们的诚意，从而提高客户的忠诚度。充分利用电话订货系统，以细致的服务工作，做好提醒忘记订货客户工作。具体做法：收集经常忘记订货客户的名单，在走访他们时，为店主提供有效的提行服务。如在客户柜台边的挂历或日历上做好记号，以提醒不要忘记。告诉经营户路子要正，经营户要从正规的渠道进货，不能为一时的眼前利益而违规操作，这样不仅会影响自己在烟草公司的诚信度，而且一旦有假冒烟售出，也会失去消费者的信任，使自己名利双失。经营方式一定要随着市场的变化而变化，不能因循不变，一成不变，要时刻关注卷烟市场品牌的走向及消费情况，及时收集分析市场信息，以便及早组织货源，才能把握销售先机取得较好的效果。

今年x月份，州公司领导带领我们到德宏州考察学习，听取了德宏州公司领导的介绍，参观了他们的订货中心，物流分解中心，让我开阔了眼界，增长了知识，增强了做好卷烟经营的信心，这次学习考察，从他们的工作中看到我们的差距，转变了观念，增强了工作信心和工作责任感。牢固树立现代营销理念，把“客户至上，服务为本，诚信经营，共同发展”融入工作中的每一个环节和过程，努力提高自身的素质。在今后的工作中，我要更进一步转变思想及服务观念，最大限度的了解，满足客户的要求，其次要树立强烈的责任感和高度的责任心。有一股勇于进取积极、向上的劲头。不求能够做得尽善尽美。但求能够做的尽职尽责，我不辜负各级领导对我的信任和厚望，我以及新业务模式所赋予我的任务和使命。既然历史赋予我这个光荣的称号，只有用我的“耐心、诚心、真心”不遗余力的完成这一使命。

配送部年终总结 篇2

转眼间半年过去了，回顾这半年来的工作，在公司领导的正确领导下，全体员工的大力支持和积极配合下，面临新一轮的药品招投标工作，我公司对新招标的 1496个品规，积极联系、主动洽谈，争取签订更多的品种数，以满足医疗机构的申购需求，提高仓储率、配送率，落实“三统一”的配送政策。现将上半年的主要工作情况总结如下：

一、 主要工作

(一)由质管部部牵头，办公室配合定期组织人员开展质量

教育、培训和考核工作，持证上岗率100%。

(二)严格审查上下游资质，做到不从无证照途径购进药品;与上下游购销合同签订率100%。

(三)加强质量管理，入库验收，严把质量关，对在库品种养护得当，出库复核，实行电子监管码扫码工作，保证药品进存销各环节的质量。

二、配送情况

(一)医疗机构配送数

我公司执行药品“三统一”的公立医疗机构为82家，其中：三甲医院1家，二级医疗机构4家，社区卫生服务站11家，乡镇卫生院5家，村卫生室61家。医疗机构三方合同签订率100%;计划申购率95%以上;规定目录使用率95%以上;配送率85%，回款率98%。

(二)中标品种数

20xx年新签新标品种，基本药物112种，二级品种65种。我公司总品种数：基本药物中标品种数为356种，采购总金额为5570万，仓储率为88%;二级中标品种数 为284种，采购总金额为5600万，仓储率为21%;中标品种上半年采购总金额11170万元。

二、 存在问题：

(一)个别医疗机构拖欠回款及延迟回款事宜。

(二)个别中标企业对近效期药品和破损药品不予处理，这对我们的配送工作带来了诸多不便。

(三)个别中标企业不及时更换法人委托书。

20xx年6月7日

配送部年终总结 篇3

配送中心20xx年度工作总结

一、20xx年配送中心工作业绩汇报

1、配送工作量：20xx年1月至11月，配送中心包装配送蔬菜类农产品872万斤，大米、黄豆、花生等其它农产品约6万斤，合计总配送量878万斤。至今有固定配送网点共68家，其中超市专柜44家、加盟店12家、自营店2家、酒店客户8家、机关食堂1家、企业食堂1家。

2、人工成本方面：1月至11月，配送中心总花费人工成本176.7万元。其中配送管理人工成本29.4万元，占比16.6%，;包装人工成本95万元，占比53.8%;搬运人工成本52.3万，占比29.6%。20xx年蔬菜配送均摊成本为0.203元/斤，最高时3月到达0.319元/斤，最低时11月达到0.133元/斤。详情见附件《20xx年配送中心人工成本总结报表》。

二、20xx年配送中心工作进展情况汇报

1、20xx年12月底至20xx年1月初，配送中心跟着公司的的发展脚步成功从原淡水古屋配送中心搬迁至平潭新配送中心。在公司领导的指导下以及相关部门的协助，从新布局配送中心，低温操作间1间，预冷设备1套、大中小冷库各1间，简易真空包装机械1部。 2、1月至2月，由于年关将至，新配送中心面临着菜量多，招工难，并且还需配合公司完成菜心节蔬菜包装配送工作，以及50吨稻谷的晾晒的工作。因此，配送中心从新完善了《配送中心岗位工资结构表》，迅速招工，通过绩效考核激励，全体员工全力以赴，通过长时间加班，高效率工作，并且大部分员工为了工作而没回家过年，最终完成了所有配送工作。顺利度过年关。

3、3月至4月，配送中心调整完善《配送管理人员岗位责任制》，分工明确，责任到岗，让配送各管理人员明确自己该做什么，该承担那些责任，不但会安排自己的工作，还要安排并带动自己下属高效率工作。由于3月平潭农场人员紧缺，配送中心临时成立了15至30人的生产小组，到平潭农场协助生产，收菜工作一个月左右。

4、5月至7月，配送中心再次规划收菜区、包装区、配菜区，并开设多一个出货区的大门，配送开始执行5s管理，要求各区域无论是工作中还是非工作中整洁有序，产品、包装材料、工具、机械按要求分区摆放，并在各个区域制作显眼的标识。每日下班前对配送车间进行全面的清洁，整理。

5、8月至11月期间，配送中心重新完善《配送中心员工管理制度》、《配送中心绩效考核制度》、以及改进了农产品包装配送流程。并按公司要求，部门管理人员每周要求集中开一次例会，对上周的工作情况进行总结，并协商去找解决、改进的工作方法。8月中旬配送会议上明确了9月之后的均摊成本控制目标在0.15元/斤以下，并在之后在管理岗位中裁减了2名审核员工作，将该工作增加到配送主管、2名助理、1名文员的工作范围内。工人方面，每日给包装工、搬运工制定每日包装蔬菜数量任务，不达标者不但得不到奖金，还会受到相应的罚款，相对，超标完成包装任务的超出部分，给予更高的绩效奖励。配送中心通过不断的给员工施压与激励，成本控制虽然在8月至10月未能按照0.15元/斤达标，但对比上半年成本控制工作有明显的提升，并在11月以0.133元/斤的均摊成本超额完成了当初拟订的目标。

三、20xx年配送中心工作方法及配送流程管理总结

1、员工绩效管理方面

在20xx年7月左右，整治配送中心时，张总在开例会时，曾经说过一句话：“公司的60%的收入来源于深圳区，各区不管好坏，我只看数据说话”。从这句话中我们总结到一种更好的管理方式，数据管理。以前管理方式，一但出现问题，只是单纯的改变操作方式，并没有考虑到为此而造成的成本数据增加。后勤人员是花钱的，奖金就应该与成本挂钩，由于企业的利润最大化来源于成本控制，所以我们现在采取的管理方式是：“操作方式”与“成本数据”双管齐下相互结合的管理方式。

因此我们针对配送的绩效管理，又从新做了一次调整。

a、 设置每天最低绩效数量的要求“电网”：

就是要对每一份工作岗位，每天做最低的绩效要求!把每一份工作岗位都设立电网，碰到电网就受处罚或被淘汰!

包装工设置了包装绩效数量最低要求500斤/人，超出部分以每100斤1.5元给予奖励，不足500斤的无绩效奖，低于500斤且排名最后三名的,就触动电网必须扣除当天绩效奖1-3元。

b、设置月绩效“排行榜”：

每个月针对末位员工进行一次排行榜，前八位分别给予120-50元奖励，后三名且未 达到标准数量的分别扣除10元、20元、30元。

c、数据透明化、对比化管理：

配送中心员工个人绩效，实行的是：天天公布、天天对照、天天得比。

天天公布---每天都把绩效公布在光荣榜上。绩效数量越高排名就越前，荣誉感就越强，绩效

奖励金额就越多。

天天对照---今天对比昨天，明天对比今天。天天有对比才会有进步，才会有动力。

天天得比---透明绩效可以使员工之间形成一个相互对比，相互竞争。让员工明白：效率就是

一条“黄金路”，冲到排名榜越靠前，收获的“金子”就越多。有光荣榜的名，又有绩效奖金的利，名利双收。效率自然就高。

d、搬运实行包工包岗制：

管理给员工的承诺：个人利益必须与公司利益对接，你能给我省多少个人工，我就能给你相应比率的绩效奖励，有付出必有收获。比如：10个人的活你5个人能做完，我们就加入2个人的人工成本到绩效奖金内。公司节约了成本，个人的收益才能高。

e、实行员工淘汰制

“会耕田的牛多犁地，会哭的孩子多喂奶”的年代早己被淘汰在历史的长江里了。 配送中心现实行绩效考核原则是：“会耕田的牛多犁地就多喂草，不会耕田的牛就让他自然淘汰到屠宰厂，”。执行的口号是“看谁落后”。配送中心每半月统计员工绩效排名，做工满3个月的正式员工，在之后半月排名中，如果连续3个周期都在倒数5名之内，配送中心将无条件劝退该员工自动离职。

f、对配送管理人员进行工作施压，有压力才有动力。

配送会议明确“0.15元/斤”的目标后，要求配送管理人员在完成自己的岗位任务后，还必须积极参与到指定的其它配送环节的工作，各小组互相帮忙，以“精、准、快”的配送理念展开配送中心各项工作。

此绩效调整后所产生的效益

(1)、包装工方面，工作效率较快的优秀包装工为了争取更高的奖金，以及担心其它包装工超越自己的绩效，工作态度变得更加积极，工作效率更快。效率较慢的包装工，为了不“落后”，不被“淘汰”，采取“笨鸟先飞”，每天下午主动到岗加班争取更多的绩效数量，并不用任何加班费。 8月至11月期间，包装工的平均包装量为：7月542斤;8月591斤，同比7月增长9% ;9月679斤，同比8月增长15% ;10月770斤，同比9月增长13% ;11月988斤，同比10月增长28% 。实现了包装效率每月都大幅增长。

(2)、搬运工方面，采取承包责任制后，还制定了保底包装菜任务，超额完成的包装任务还有对应的绩效奖金。搬运工不但要做搬运的活还要参与包装的活，这样减少了无谓的搬运加班费用，并且还让搬运工为了得到更多的奖金，能积极主动的抢活做。搬运工从7月之前25人减少至11月17人。搬运成本从7月之前的5.4万元降至11月的4万元。并且搬运工作量增加了20% 左右 。

(3)、管理人员方面，通过任务分工的合理安排，保证各管理人员各尽其能，各尽所职。将工作量少的管理人员劝退或调离其他岗位，让有能力的人保质保量的干两人的活。配送管理成本从7月之前2.9万降至11月的2.5万。

2、蔬菜包装、配送、保鲜流程方面

去年年底，配送中心参考iso的管理模式，拟订了《四季绿如蓝农产品配送、保鲜流程》，并在之后逐步执行，期间大力监管农场采收流程，保证蔬菜从采收到进冷库的周期在一小时之类，并盖湿麻包保证蔬菜水分不流失。包装方面重新设计了新款opp袋，引进了蔬菜保鲜袋，真空包装机等，让各类农产品的精品包装更加美观。

3、包装材料以及周转物控制方面

a、包装材料方面，严格按照要求执行领用登记管理办法，要求包装主管每月必须对所有的包装物进行盘点，以及用量核算，保证包装材料无浪费情况。

b、周转箩筐，严格持续执行去年拟订的〈箩筐周转管理制度〉，保证每一个箩筐在周转过程中有登记，有盘点，并落实到对应的销售门店、送货司机、配送管理员、农场场长责任处罚制度，谁丢失一个箩筐处罚款20元/个。配送中心每一个脏箩筐有专人负责清洗。同比去年与前年的箩筐采购数据，20xx年采购箩筐8000个，金额约25万元;20xx年采购箩筐6000个，金额约20万元;20xx年采购箩筐20xx个，金额约7万元;箩筐成本上与去年比较为公司节省13万元。

4、对生产、配送、销售之间的协调管理

配送中心分为3大组，收菜组、包装组、配菜组;收菜组管理人员必须每日在蔬菜入库后，与各农场场长电话沟通当日蔬菜采收质量问题，如何解决。配菜组负责每日与各农场调配蔬菜采收计划，并将其数据汇总，然后在与各区经理以电话或邮件形式一起整理第二天的销售订货量，并将当日发生的配送、包装问题反馈配送组。配送组接到问题反馈后，及时针对对口负责人协调解决。

5、关于“农”对“超、企、校、酒店”对接工作。

a、20xx年4月，销售与配送各经理到东莞参加了由农业局与家乐福总部组织的“农超对接”工作的培训会议，并在之后本公司与家乐福展开了“农超对接”的相关销售活动，取得了满意的销售成绩。由于政府与公司高度重视“农超对接”发展前景。销售部与配送中心相

关人员对“农超对接”活动进行了全面的总结与反思，最终决定20xx年发展新销售模式，不但要做“农超对接”还需开展“农企对接”、“农校对接”，将计划开展酒店、机关单位、学校、企业配菜业务。

b、有了“四季绿如蓝”品牌的知名度，配送中心结合公司的生产模式以及配送模式与各潜在客户展开业务联系，在从“试着合作”到“稳定合作”。截止11月此类业务客户有惠州宾馆、鑫元大酒店、深圳茗兰酒店、四季渔歌、小隐山庄、惠元三宝等8家酒店客户。机关单位有惠阳区政府迎宾馆，检察院食堂、惠城区经信局、市发改局、区农业局等单位，主要以配送礼品菜类为主，企业方面有大亚弯核电，主要以礼品蔬菜为主。20xx年此类客户销售金额约20万元。

四、配送中心工作不足之处及需要改进方面总结

1、安全管理不足，本年配送中心出现工伤事件3次，累计经济损失约2万元左右。主要发生事故为搬运工扭伤、跌伤;上下班车祸、以及包装工被刀划伤等事故，以后配送中心要重抓安全生产，以防范于未然。每周配送例会强调工人注意安全，并在配送流程中避免危险作业。

2、蔬菜包装、配送流程的“精、准、快”做的不足，配送中心还有充分的改进余地。

3、不够融入公司，与公司各部门沟通工作做得不足。

4、机械化操作太少。

5、农产品深加工技术太弱。

6、配送、包装的创新意识不够，采取的新包装配送方式偏少。

7、绩效管理方式还不够完善，需要进一步改进。

五、20xx年工作计划

1、拟订与执行更完善的〈配送中心绩效管理办法〉，让有能力的人更强，每个人每一天都在进步。

2、以“创新、务实、”的工作作风，“精、准、快”的工作目标，全力完成20xx年每日的农产品配送任务。

3、采取多元化管理，及时适应以及配合生产部、销售部的工作，力争做为前线销售部的优质“供应商”。

4、引进更科学，更高效的机械包装设备、搬运设备。

5、研究更利于农产品保鲜、美观的包装方式。

6、加大力度扩展配送直销业务，让配送中心变成一个盈利部门。

7、大力向员工灌输“四季绿企业文化”“食品安全理念”。

8、加强对生产、配送、销售的协调管理工作，让产销更科学的结合，产生更高的利益。

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！