# 广东差旅机票订购工作总结(共3篇)

来源：网络 作者：柔情似水 更新时间：2025-05-30

*广东差旅机票订购工作总结1三、以后的计划1、进一步学习完善试验技能，尽可能的参加更多的实践，最终使自己能够独立设计一个试验并完成。2、不仅仅需要专业的知识，涉及其他方面的能力也需要进一步加强，比如营销、气象、地理等知识。3、需要更主动的去与...*

**广东差旅机票订购工作总结1**

三、以后的计划

1、进一步学习完善试验技能，尽可能的参加更多的实践，最终使自己能够独立设计一个试验并完成。

2、不仅仅需要专业的知识，涉及其他方面的能力也需要进一步加强，比如营销、气象、地理等知识。

3、需要更主动的去与领导交流，以后需要领导的多多支持与指导，争取把工作做的更好！

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：

**广东差旅机票订购工作总结2**

在领导、同事的指点下，熟悉并实践了大田药效试验的全过程。因领导具有丰富的经验，对出差的安排、试验的设计等都非常熟悉，让我学到许多有用的知识。读万卷书不如行万里路，古人诚不欺我！

1、做试验记录的时候要尽量的详细、准确，如时间、地点、事件3要素要准确的描述。

2、大田试验需很多课本以外的知识，比如1）语言能力，发现和当地的农户沟通的时候有一定的难度；

2)方向感，田里地形较复杂，标记不做好的话很容易混乱。

**广东差旅机票订购工作总结3**

DM单必须要发到人手上、街上；停放的自行车、摩托车、汽车都要夹放，行人、商铺都要发；行人中不要发小孩，商铺发放到老板手上，并作解释，若商铺中无人，则要放到商店里面的收营台上，不要放到门口柜台上。小区：每家每户挨着发，家里有人则敲门发到人手上，无人则夹在门把手上，并要放规整。楼盘：若在装修应发到装修工或业主手上，并询问客户信息，收集电话，予以装修工以小利进行帮忙介绍，若无人在装修则夹在把手上。

在行人发放中，必须要介绍活动主题、地点、时间。在所有发单过程中，若有人询问要耐心讲解，吸引客户来电，并对意向客户留电话，发单的目的只有一个吸引更多的客户来店面。

一场活动是否成功，销量能否超多提高，我们能决定的有三个因素：1、宣传是否到位：包括活动主题；资料；特价产品2、卖场氛围、卖场外围的包装、场内家具的饰品、灯光的调试3、导购：心态、信心、活动了解、专业知识、综合素质等。

广安活动做准备，这次就我和赵生健，整个卖场场内、场外的包装。场内氛围的营造，导购的培训，与商场老总沟通进行广告的制作，缺货的补充。

这次出差了解开业活动，促销活动的流程应准备的物品。一场活动应注重三个环节：1、活动的宣传2、卖场氛围3、导购培训，每个环节的工作都要做到位，活动才能成功。

总结：

广安卖场是一个综合卖场，卖场共三层楼，欧尔雅专卖在第三层大约500平米。

这次活动主题是“消防升级，全场裸卖。”宣传方法：1、秧歌队2、DM单3、老客户信息。DM单6万份兼职人员发放，早上9：00到午后11：30，下午14：00到xx：00无人带队，定点发放，资料未发放完。

卖场装修是两年前的与所摆产品风格色系不搭配，各区域家具高低、大小搭配不合理，不协调，部分区域太空、缺货，而把其它厂家产品进行填补，风格不统一，饰品摆放混乱，扑满灰尘。我们对整个卖场先做清洁打扫，然后和商场工作人员一齐作展场家具的调整，饰品的打扫与调配。灯光的调配，其它厂家的产品的清理，缺货的叫商场发货。卖场标签的规范，吊旗装订，从一楼到三楼贴了地贴，在卖场的前后门挂了灯笼。导购是卖了欧尔雅两年的，中间离开近几天刚回来，对我厂产品卖点并不了解，心态过于急躁，导购技巧缺乏。花了半天时间对导购进行了导购技巧培训，产品卖点的培训，重新树立了产品信心。

活动时间两天，第一天空上午停电，销量一万多，大部份客户停在一楼二楼。第二天有电了销量二万多，两天共销3万多。这次活动是相当失败的。我应作深刻的检讨，原因有：1、没有独立操作过活动没有经验，2、外围包装不到位，没有吸引更多的客户到三楼卖场3、场内家具，饰品没有调到位，卖场氛围不够好4、导购培训不到位，丢失此刻客户。在以后的工作中应对以上几方面进行认真、深入的学习弥补自己的不足。

xx年在公司班子的力支持下，我带领广财务人员紧紧围绕年度财务工作思路，不断夯实财务基础工作，规范财务业务流程，创新财务管理方法，财务管理体制，着力强化平稳、受控运行，为全面完成公司的各项目标做出了应有的贡献。

在国家^v^的审计过程中，我们全力以赴、自查自改、跟踪馈、及时协调，保障了审计工作的顺利进行。一诗司各单位成立了以一把手为组长的组织机构，以财务为主协调办公室，建立了顺畅的沟通机制，及时化解现场审计阶段发现的问题10余项；二是根据公司审前工作会的部署，及时安排和要求三省公司和机关各处室对照内控制度严格自查，整改不合规范事项200余项；三是会同三省公司和相关处室联合审查、共同把关审前和审计过程中提报的各项资料；四是针对审计组馈的32个审计记录，立即组织三省公司财务部门和相关部门认真核对、仔细研究，复讨论、修改三省公司及各部门的答复，从法律和相关政策法规的角度做出了合理解释。

通过严格、扎实、细致、周密的工作，公司接受住了^v^的严格考验，得到了审计组的较高评价。

在核算体系方面，以推进财务和资产系统上线为重点，组织本部及三省业务骨干，积极学习财务系统的各项管理和操作程序，积极改变核算流程，30人历时一个月，完成了近10万条信息的设置和账务初始化工作，顺利实现了和系统的并行。并行后的财务核算工作量成本增加，在原本人员偏紧、工作量偏的基础上，财务人员加班加点、任劳任怨、扎实工作，为进一步提高信息透明度、优化核算流程、提升对基层的监控力度打下了坚实的基础。

在零售费用定额管理方面，我们积极推导、演绎和引申建筑行业定额管理理念，在调研、总结和开发软件的三个阶段一直处于板块水平，得到了板块的认可，并托我公司实施软件开发和系统推广工作。目前系统已经开发成功，预计20xx年一季度在销售系统全面上线，为销售公司全面贯彻低成本发展战略、创新成本控制手段、实现管理向基层延伸奠定了坚实的基础。

在资金管理系统建设方面，通过近一年的调研、开发和推广，基本实现了对库站资金的实时监控，实现了与业务系统、零售系统的信息共享和系统自动控制，实现了资金的自动汇划、收付凭证的自动生成、账户余额的实时监控。为进一步降低资金顽、提高核算速度和质量、降低资金风险提供了方便、快捷的信息平台，是资金管理历程中的\'一次跨越式变革。

在资金管理方面，以降低冗余资金、加强现场稽核为重点，确保全年无重资金安全事故。一是持续推进银行上门收款、pos机推广和银行账户管理，有效降低了在途资金，保障了资金安全，截止xx年年底实现上门收款的加油站座数达到1241座，同比增加147座，上门收款率达到87%，同比提高2个百分点，比xx年提高73个百分点；pos机刷卡结算金额为亿元，同比增长倍；清理冗余账户、合并账户39个，账户数量维持在满足生产经营需要的最低限度内。二是积极贯彻落实资金安全稽查长效机制，各地市公司对加油站资金管理自查面达100%，由省公司组织的抽查和复查覆盖面平均达到60%，并根据板块《关于开展加油站资金专项检查的通知》要求和整体部署，成立了加油站资金专项检查领导小组和办公室，累计检查站库1500余座，检查覆盖面99%以上，发现和整改问题500余项，完成了板块下达的资金稽查任务，得到了公司督察组的高度评价。

在资产管理方面，通过明确转资流程和表单、组织制订预转资单价标准，结合国家^v^的.审计结果，督促三省公司进一步提高转资速度，截止xx年年底在建工程余额61596万元，与年初相比在建工程占资产总额的比重下降了个百分点。同时，依托资产系统，有效的解决了信息不对称的问题，全年共完成695万元固定资产的内部调拨，完成资产卡片的编制5万余张，充分发挥了存量资产的使用价值。并组织三省公司对各项资产进行了一次全面清查，对盘亏、毁损、报废资产的情况进行了一次细致的摸底统计，确定了符合报废条件的资产335项，为下一步优化资产结构、盘活低效或无效资产提供了数据支持。

通过加强协调、强化内部管理、提高税务人员业务素质，取得了较好地成绩。一是通过努力，实现了湖北地区增值税预征率的再次下降，年节约利税800余万元；二是通过力协调，湖北省黄石等地区税务部门纠正了在零售环节按收入比例征收印花税的违规政策，年节约印花税200余万元，摆脱了企业被动纳税的局面，净化了纳税环境，提高了企业在税企分配格局中的话语权；三是实现了中石油冠名机打发票的使用，为进一步提高内部管理水平、提升企业形象提供了优越的平台，是税企关系的一次历史性突破；四是组织了一次财税检查，查处整改问题20余项，并根据检查结果制定和下发了发票管理办法，规范了票据的使用，降低了税务风险。

受销售公司的重托，我代表销售公司向本次职代会报告20xx年的销售工作情况及下半年的工作计划安排，请予以审议。同时诚挚地请各位代表以高度的责任感，对销售工作给以支持、帮助、指导和批评。

\*\*年是销售公司注册独立法人的第一年，也是全面贯彻实施矩阵式销售的第二年，总部领导及各分厂领导乃至集团全体职工都对销售工作给以了极大的支持和关注，政策调整及后勤保障都在向销售工作倾斜。的工作，我们概括地说：“喜忧参半，压力与信心同在”，喜的是我们顶住了5月份原材料、外协外购件价格持续上涨，市场无序竞争所带来的压力;产品销售及货款回收比去年同期明显大幅度增长，至6月21日，共完成销售手扶拖拉机93727台，同比增长，柴油机104159台，同比增长 ，压路机336台，同比增长，肥料26500吨，同比增长 ，装载机262台，挖掘机7 台，电动自行车1046辆，旋耕机3237台，同比增长，收割机20xx台同比增长，共完成销售回款亿元，同比增长 ;同时处理多年积压不良资产万元。市场逐步规范，销售人员素质及销售管理水平显著提高;忧的是时间已近过半，产品销售、货款回收比年初我们的目标要求差距很大，这也是我们的压力，但是我们已充分意识到，总部在后勤保障、销售政策上都给了我们最大的优惠和照顾，各区域通过的摸索和经验积累，市场已逐步成熟并规范，这都为下半年的工作奠定了坚实的基础，这就是我们的信心。

纵观销售情况，没能全面达到总部要求及销售公司的预定目标，辜负了总部领导的期望，也有愧于各厂的大力支持，敬请各位领导及代表予以诚挚的谅解，并继续给以支持和帮助。

分析任务完成原因，有我们内部管理的因素，也有市场客观变化的影响。在内部管理方面，一是我们销售公司的总体管理水平不高，管理手段和管理理念短时间内没能有质的提高，驾驭市场和统揽全局的能力相对较低，在我们要求全面发挥矩阵式销售优势的过程中，针对市场出现的新情况、新问题，应对措施被动，不能创造性地开展工作，导致在竞争中没能显示出明显的优势。二是区域人员应变市场能力差，面对激烈而多变的市场竞争，不是想方设法说服我们的代理商或是寻找并突出我们的产品卖点，而是一味地等靠总部或销售公司政策的放松。年初江西市场出现了问题，总部及总公司对市场的规范使得各区域人员陷入迷茫，原有的销售模式从心底被打乱，更多的人缩手缩脚，不能放开去操作、去应对市场;三是产品质量问题再次成为制约销售的重要因素。06年，装载机仓促形成批量，连续不断的质量问题使得业务员倾力打开的市场近乎整个丧失，尤其小型装载机，可以说是卖一台退一台，经销商及客户不同程度地失去了信心，相对成熟的压路机产品，大问题不多，小毛病层出不穷，有的一台机器短时间内连续更换零部件达七次之多;就连我们的农机产品也并未按设想的一样，具有明显高出其它厂家产品档次的优势，反而是气孔、砂眼等质量问题较往年上升，许多经销商反映，今年我们的农机产品价格高出许多，而质量却同比明显下降。在外部因素方面，一是春节过后的原材料、外协外购件价格的持续惊人上涨，我们没有作好充分的思想准备，生产组织跟不上，旺季缺货，生产与销售局部脱节，保守地说，因为缺货造成的销售损失不会低于1个亿;二是农机产品短时间内的连续价格上调，使经销商利润减少，积极性下降，更重要的是助长了一些小厂家的竞争水平，不同程度地瓜分了我们的部分市场;三是工程机械销售在四月底以来，国家一系列金融政策和行政干预手段出台来抑制固定资产投资过热，形成“急刹车、硬着陆”的局面，客户购买力下降，加上我们集团推行的分期、承兑加价较高，使代理商及客户一时反应不过来，造成了工程机械销售进展缓慢。

总之，的销售工作可以说是历尽艰辛，喜忧参半，重要的是我们得以吸取教训和总结经验。回顾的销售，我们主要做了以下几方面工作：

1、销售制度逐步健全，绩效考核体系稳步完善而合理。

\*\*年是销售政策全面大幅度调整的一年，农业机械、工程机械、肥料等执行不同的销售政策、并根据不同的回款方式执行不同的价格和销售提成，根据总部的销售管理制度，销售公司以办公室为主，及时对费用及提成系数进行了测算，先后制定出台了《业务员薪给加级管理办法》、《费用报销审批制度》、《工程服务人员、三包司机、业务司机薪金费用管理办法》等十余项适合20xx年销售实际的配套管理制度。

考核改变了过去的单一任务考核形式，实行以效益为中心，即以产品销售和货款回收为主，兼顾资金管理、市场开发等七项指标在内的绩效考核，通过对业绩的考核累加，使业务员分级分等，按级按等加薪，形成一种相对永久性的激励。

2、严格规范市场运作，严谨销售作风，强化业务员忠诚度教育，着手培育的销售铁军已现雏形。

针对05年个别市场出现的不规范现象，销售公司主动并配合总部出台了系列规范措施。在费用控制上采取定向区域包干、权力下放、总公司调控;在风险防范上继续推行风险金保障制度和区域分片联保、业务员互保制度;对不规范合同、潜在风险合同，加大审批把关力度;配合纪委成立了市场核查清理领导小组，定期对区域的自查自纠进行督促和检查。

\*\*年销售公司重点强化全体业务员的忠诚度教育，培育销售队伍成为懂经营、善管理、求实效、讲奉献、作风严谨、团结一致的销售铁军，从业务员的日常行为开始到业务运作、市场谈判都严格按制度按规定要求及考核。我们在不同场合以不同形式，深入贯彻学习《棋行天下》中著名人物董明珠的销售理念及对企业的忠诚，强化培训业务人员的销售技巧、业务能力及提高对企业的忠诚度。6月1日，首期46名销售骨干人员封闭式脱产强化培训班已开始按计划军训及学习，将为销售铁军的培育起到先锋模范作用。

3、初步确立了以办公室为核心的销售信息中心，销售工作的灵活性和针对性大幅度增强。

根据矩阵式销售模式的特点，销售公司确立了以销售办公室为核心的信息中心，辐射各市场区域及后勤处室，从计划提报、生产组织、业务发货到市场销售、服务反馈，办公室积极协调各部门进行，通过办公室及时收集市场反馈的销售信息、产品质量、同行业产品市场状况以及售后服务等各种情况，汇总后报有关领导及部门，为领导决策调整及工作改进提供客观真实的参考，同时把集团生产情况及产品改进或总部决策等信息反馈到市场，便于市场灵活调整销售策略。信息中心的确立，使市场信息及总部决策在第一时间内汇融，销售的灵活性和针对性大幅度增强。

4、严抓内勤管理，严格区域考核，军事化管理与人性化管理相结合。

面对错综复杂的市场变化，面对纷繁交错的市场业务，销售公司通过严抓内勤管理及严格区域考核来弥补我们产品质量、价格、品牌无明显优势的不足。后勤处室严格按目标卡中的关键绩效考核指标考核，各区域按市场七项指标考核。5月份报请总部同意，对连续三个月销售业绩完成较差的区域，已有12位经理9位副经理被降级降职使用。在实行严格管理的同时，销售公司内部也大力推行人性化管理，结合总部对销售的优惠和照顾，我们自五月份开始推行集体出差迎往接送制;对\*\*年孩子高考的销售业务员，我们召开了慰问座谈会，每个考生发送了纪念品。

5、较成功地推行了目前国内较先进的厂、商、银联合经销模式。

在工程机械销售全国性银行按揭停止，工程机械销售受阻的情况下，我们与武汉道远公司、广东发展银行湖北分行经过探讨论证，三方相互多次的深入考察，成功地推行了厂、商、银联合销售模式。此销售模式弱化了三方风险，提高了生产厂的生产组织能力，有利于减少库存，实现订单式生产，更能促进产品销售，在局部地区提高产品市场占有率乃至垄断该市常

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！