# 推荐产品经理述职报告完整版范本(9篇)

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2025-05-29

*推荐产品经理述职报告完整版范本一一、 工作态度端正，积极投身工作在这个大家庭中，我能够做到工作态度端正、勤奋努力，谦虚谨慎、戒骄戒躁，时刻以一个共产党员的标准严格要求自己，将公司的发展管理同自己的进步紧密联系在一起，尊重领导，团结同事，积极...*

**推荐产品经理述职报告完整版范本一**

一、 工作态度端正，积极投身工作

在这个大家庭中，我能够做到工作态度端正、勤奋努力，谦虚谨慎、戒骄戒躁，时刻以一个共产党员的标准严格要求自己，将公司的发展管理同自己的进步紧密联系在一起，尊重领导，团结同事，积极主动与大家沟通，与同事打成一片，主动为发展献计献策。

二、 遵守工作纪律，严格要求自己

团队是一支纪律严明的队伍，不仅体现在日常工作的考勤纪律，还体现在遵守业务制度等各个方面。在日常的工作和生活中，我坚决服从领导安排，能够做到处处严格要求自己，遵守行纪业规，恪守职业操守，严明工作纪律。

三、工作勤奋努力，取得一定成绩

按照部室领导的安排，今年以来，我具体从事产品经理及业务管理相关工作，同时承接一些职能监管部门对接等综合性事务，在工作我能够坚决服从领导安排，严格要求自己，保质保量的完成工作，按照岗位职责严格履职。

1、积极进行业务创新和市场开发工作：

产品经理是一个融思考力、沟通力、书写语言表达能力、高度熟悉产品习性及市场配置等各方面知识较为齐备的岗位，需要不断加强学习和思考。

(1)担保公司准入工作。

检及关系维护工作同时，我认真做好\*\*公司的准入工作，目前，已准入通过并签订合作协议。同时对申报的\*\*公司上报的准入资料也认真分析、积极与同行沟通，不断寻求业务合作的突破口。

(2)产品推广工作。

为发挥好上级行的综合协调与指导作用，妥善解决业务开展中遇到的困难及建议，在全市开展了产品业务发展中存在的问题、下一步计划及建议讨论会，并要求各县市结合区域经济特点和实际情况制定了市场营销方案，同时，特建立了产品专项业务进展台账，实时跟进了解该业务的流程进度，做好产品业务管理工作。

(3)产品推广工作。

为了扩大产品信贷业务的影响力，我市产品与我司联合举办了产品沙龙活动，向到会产品位企业主详细推介了产品业务。同时，为做好产品业务的跟踪维护工作，及时反馈产品贷业务最新动态，特建立了该业务的专项业务进展台账，实时跟进该业务的流程进度，并于每周一上午向部门汇报业务进度。

2、认真开展培训工作：

按照上级要求，我扎实落实制度宣贯与转培训工作。今年以来曾在各种培训会议及对接活动中讲授等业务，自身的能力也得到了提升。

3、积极配合完成其他工作：

按照领导的安排，我积极参与并认 真做好本部门的其他工作，参与活动，协助领导制定各种办法，完成一些活动的信息上报和资料上报工作，配合同事完成一些事务性的工作，和同事们一起积极营造良好的发展氛围。

四、工作展望

20xx年将是我们快速发展的关键年，新产品的推广和创新工作将日益繁重，在以后的工作中我将按照职责分工做好以下工作;

1、积极参与到企业发展与管理的活动中，为领导当好参谋，为客户经理和客户服好务，为银行发展建言献策。

2、扎实开展产品创新工作。

(1)认真开展市场调研，对目前市场需求较为强烈的业务进行调研。

(2)深入各县市，收集当地市场信息，不断积累当地市场特点等相关材料，为产品创新铺垫基矗。

(3)整理各同业机构的信贷产品特点，结合我行现有产品，制定信贷产品营销方案，包括我行与同业机构的产品特点、营销特点、我行产品组合的具体结合方式等。

(4)加强与合作方相关人员的沟通交流，争取合作方准入后能迅速与我行开展业务。

3、加强业务培训工作，不断提升客户经理从业技能。在信贷人员的培训中，采用真实案例，加强培训的实效。积极研究制度，在制度和应用中找到结合点。

4、认真做好领导安排的其他工作。搞好与其他同事间的协调配合，认真完成领导交办的其他工作，积极深入基层搞好调研督导。

**推荐产品经理述职报告完整版范本二**

一、20\_\_年产品经理的主要工作：

1、产品经理的基础工作：产品的设计、包材、宣传、会议支持等。

2、产品知识、卖点及相关知识的培训

3、了解市场需求，解决市场需求

4、产品维护和售后服务及相关的情报的收集、整理、分析。

5、重点产品的政策建议和推广服务工作，了解一线销售，帮助业务员去规划和销售产品，及时了解产品在市场中的反应情况，做出调整

6、做到市场调研不好，就不出新产品，做出一个新产品就要成为公司的主导产品，对重点产品做专门的销售进度表进行跟踪调查，及时了解市场情况，进行调整，打造出3个200万以上的大单品

7、做好业务员和公司之间的桥梁关系，及时沟通

8、严格把控费用的审批和费用使用过程中的监督工作

9、严格控制产品包材库存，给公司减轻生产压力

二、差距和不足

1、产品的设计包装还不够认真细致和精美，存在很多纰漏和瑕丝。会议、宣传的准备工作不到位，存在自身工作的不足。

2、对重点产品的推广力度和政策支持的贡献力不够。重点产品的关注点不对和时机把握不好，需要加强重视和力心调整。

3、产品的维护和售后不够系统和完善，维护工作应该在设计产品的时候就应该配套和做好预案。售后服务应该前移，做在产品使用的前面，而不只是后期的弥补和解决矛盾和问题。另外对重点产品和前沿产品的信息收集、整理、分析不够，工作只是做了皮毛，离完美还有很大差距。

4、培训缺乏执行力这个行业普遍存在的问题，没有解决好，只培不训，在培训结果以及应用上还有很大空间和工作要做。

5、作为产品经理的很多工作都没有做，只是简单的做了一些基本的工作，产品经理工作还缺乏系统化、专业化。

6、执行力不够，问题拖拉时效性不够，协调沟通不足，专业技能还待加强。

三、20\_\_年对产品经理工作的认识和自我要求

1、岗位和工作关系

1、岗位名称：产品经理

2、直接上级：市场部经理

3、本职工作：公司产品的战略规划、开发、策划、推广、管理、服务和品牌建立

2、工作责任：

1、市场研究

(1)及时收集、处理所负责产品的各方面信息，做好产品的市场分析、销售策略分析工作;为本人和相关人员的决策提供依据。

(2)市场进行细分，选取目标细分市场信息，确定产品定位。

2、产品策划

(1)及时和设计师完成公司相关产品包装、样本、彩折、广告、其它各种附属图文资料的创意、设计等日常工作。

(2)协助公司领导层确定产品价格，根据市场变化及时提出调整价格的建议和方案。

(3)及时收集、整理、分析市场上相关竞争产品的各种资料和信息，协助确定产品发展目标及战略(制定主管产品的销售策略、宣传策略、培训计划等)。

(4)完成产品的商品市场化、市场调研、分析、策划，贯彻公司产品的市场营销方案和手段(协助制订产品总体销售策略)。

(5)负责对开发新产品进行市场调研，对产品的开发方向提出建议;参与新产品的.场前期推广及销售工作。

(6)负责新产品上市计划;产品组合规划;产品分销模式设定;产品销量规划;

(7)负责公司客户的管理，包括大客户的管理、档案管理、风险管理。

3、产品生命周期管理

(1)进行市场调研，对行业及相关行业的发展进行调研。

(2)负责对销售人员进行产品知识、市场和竞争信息的培训。

(3)建立与产品有关的专家队伍，并通过开展各种营销活动加强与客户的合作。

(4)做好产品从进入市场的引入期一直到衰退期的整个生命周期的规划、维护和管理。

(5)建立健全产品销售预测预报系统;

(6)提出产品退出的建议和方案，经批准后监控实施。

4、展会的设计安排

(1)有关展会的参加决定

(2)展会参加的设计、布置、人员安排。

(3)媒体宣传和企业、产品品牌的规划和宣传

5、证件开发、公共关系、突发事件的协调处理

(1)负责公司产品的证件开发和管理。

(2)协助销售人员解决好市场当中产品引起的纠纷和矛盾。

(3)协助销售人员做好政府采购、竞投标、紧急救护和避险等事件的处理。

3、权限：

1、公司产品线的制定、建议、开发权利。

2、所负责产品的年度促销、广告计划与预算以及市场费用的批准权利。

3、对各种市场活动监督与控制。

4、紧急情况的越级汇报权利。

四、自我锻造努力做好本职工作：

1、强化敏锐的观察力和精益求精的态度，能够从事情的表象中分辨出真正症结所在。“察人所未察”。

2、必须加强农药、化工、植保、管理等知识的学习，熟悉产品，视产品为老婆。

3、了解自己及竞争对手以及行业产品的发展。掌握市场动态的预见能力。

4、掌握成熟的表达、沟通技巧。建立良好的人际关系及团队管理能力。

5、不断自我检测和调整，让自己的失误更少一些，总结和发挥出更多的经验。

6、养成一些良好的生活习惯，学会日日阅读，时时思考。随手笔记。不管在什么时间与地点得到灵感，就随手记下。头脑风暴。不断思考，不断演化，提升思路。自我松弛。学会放松自己，会休息才会工作。

7、时刻要求自己，严格遵守社会职业道德。

**推荐产品经理述职报告完整版范本三**

\_总：您好!

今天，当我不得不怀着复杂的心情提笔时，心中充满了感慨和遗憾。今天算来差不多是我上任总经理五个月的样子，其间的酸甜苦辣，一言难尽。尽管这五个月已经取得了我们公司历史的业绩，但我还是决意离开，这种结局带给我更多的是沉重和反思。

一、反思走入公司的决策

1.是因为原因接受了任命，而非因为目的——我迈出的第一步就错了当初经过跟您和猎头公司协商，我对公司进行了为期三周的调研，呈交管理诊断报告后我选择了放弃。两天后您亲自开车到我家，而且告诉我，您组织过中层管理人员集体表决，一致通过聘我做总经理，并让他们每个人签了

“军令状”，如果某一天因为新任领导的管理需要，对他们进行调整或辞退，任何人不得有异议。我很感动，自感无法望孔明先辈之项背，无需三顾茅庐;也看您变革决心之大，告诉我把权力完全下放，可以大胆放手地去干;还有一点是我的私心——大学毕业二十年一直在外漂泊，中国人有个叶落归根的情结，而我们公司正好在老家，种.种复杂的原因让我接受了这份任命。

问题恰恰出在这里：是因为原因接受了任命，而非因为目的——我迈出的第一步就错了;而作为您，在各项条件尚未完备，尤其在您没有足够思想准备的情况下，就匆忙引进了一个总经理。

进入公司两个月后，在逐渐意识到公司过分注重短期效益，授权也远不够充分时，我提出了离开。是您的诚心再一次打动了我，是啊，来的时间毕竟太短，完全放权也存在风险，公司失败不起，而员工的渴望、管理的现状也确需引进外聘的高管;我同样也失败不起，作为从业多年的职业经理，更不愿意轻易看到自己的失败。

2.您需要的不是总经理，而是一个总经理助理或者执行副总企业发展之初，老板的主要管理方式是靠人治。

当企业十几、几十个人的时候，企业所有情形都能一目了然，问题一句话就能解决，当组织规模扩张到上百人的时候，自己那双眼睛已经远远不够用了，自己所到之处满眼都是问题，而且说个十遍八遍都不管用，就连睡觉都得睁一只眼睛。您招聘我的目的不仅因为自己飞得太高太快，感觉那些熟悉得连乳名都能随口叫出来的老臣已跟不上自己的思路及企业的形势，还希望借他人之手革除组织的痼疾，又能避免被人说成是炮打庆功楼的朱元璋似的领导。

今天看来，我们双方的定位就没有从根本上取得一致。您是想透过一个外聘的高管把自己的管理思路贯彻下去，您需要的不是总经理，而是一个总经理助理或者执行副总，无非为了促成我进来，冠了一个总经理的名头，尽管您对此一直讳莫如深。但我们配合的问题在于，老板您希望透过一个职业经理去改变下边时，却没有意识到系统问题的根源大多出在自己身上。职业经理依之，将因错位导致舍本逐末;反之，试图改变老板的结局，往往注定失败的是自己。

因此，我们公司招聘高管，必须在您认识并接受改变自己的时候。

二、反思战略思路的配合

一个企业的战略要统领全局，是企业发展之大纲。战略是基于企业使命的基础上，充分分析优势、劣势、机会、威胁等综合因素并配备必要资源的结果。企业不同的发展阶段需要配合不同的战略。

1.今天成功的经验，有可能是明天失败的根源先看一下我们公司的部分运营指标和问卷调查数据：

(1)几个主要运营指标：

20\_\_年销售额较上年增长-10.7%，20\_\_年增长率为2.3%;

质量方面：20\_\_年配套产品退货率为13.8%;

成本方面基本变化不大;

交货期没有统计数据。

(2)下面是摘录的部分调查问卷、访谈和文件记录的数据：

了解公司战略规划的员工占比：3.8%;

认同企业而留下的占比：5.1%;

员工公平满意度：29.4%;

越级指挥普遍性：74.5%;

?文件执行率：13.4%。

近几年业绩徘徊的原因全在这里：运营指标是结果，问卷调查的数据是原因。您对诊断报告是认同的，我们也不止一次沟通过，企业由快速增长变成停滞不前，已经说明企业发展遇到了瓶颈，长痛不如短痛，趁现在企业效益还好，市场还给我们喘息的机会，应尽快把工作重心放到规范基础管理上，否则受技术、人员素质、管理水平、执行力等诸多因素的制约，在质量、交期无法彻底保障的情况下，我们供货越多风险越大，等到我们的品牌信誉出了问题再去补救，就为时太晚!

事实上，在我进公司不久，您重新调整了20\_\_年的年度目标。这个目标是在前三年业绩徘徊的情况下，销售额增长32.8%。

回顾一下我们公司发展的历史，我们企业的发展，得力于老板您敏锐的市场洞察力和广泛的社会资源，我们是在行业竞争力极其弱小的情况下，借火爆的行业形势，靠低端产品和价格优势迅速膨胀起来的，我们赖以成功的增长模式就是复制规模。尽管您嘴上承认规范管理为第一要务，但内心似乎更偏好规模效益，做得更大，然后更强。但是，做大还是做强，要看企业发展的阶段，不是凭感觉或拍脑袋出来的。今天成功的经验，有可能是明天失败的根源。

2.老板的格局决定一个企业的战略，有什么样的战略就会有什么样的企业我曾在竞争比较激烈的行业做过，深刻理解残酷的市场竞争意味着什么。不用跟家电业比，即使跟普通竞争状况的行业相比，我们的生存都是问题。今天汽配行业的竞争形势已经从蓝海跨入红海阶段，但我们的思维还未从根本上转变。包括您在内的众多元老对此不以为然，企业为了快速赚钱难道还错了吗?要这么说，那我们的孩子为什么不中学毕业就去工作，而要选择上大学?上大学不仅不赚钱，每年还要花费上万元!

也许我们思路相悖的原因在于，在老板您的眼里，企业从无到有，是自己一点一滴心血的结晶，您对待公司更像是对待自己的孩子，尤其随着规模的发展，对企业命运的担忧可谓如履薄冰，容不得半点闪失，导致在战略决策的风险评估和选择上，倾向于经验避免失败。

但我一直在想，当行业形势迅速逆转后，我们怎么办?我们的核心竞争力在哪?

靠技术?管理?市场资源?还是价值链?我们都没有优势可言!

老板的格局决定一个企业的战略，有什么样的战略就会有什么样的企业!

三、反思对下工作的推动

一个企业的成功80%在于执行力，优秀的执行力可以弥补和发现战略的失误。而在我们公司有一个很奇怪的现象，同一件事情，不同的人安排会出现大相径庭的结果。下面从公司最基本的几个方面，分析一下我们不能有效推动工作的问题出在了哪里?

1.只换一个包工头，想领着原来一帮盖草房的泥瓦匠盖起高楼大厦是不可思议的一个公司，组织结构的确定要服从于公司的整体战略，然后根据企业发展的需要进行岗位分析，进而把合适的人员选拔到合适的岗位。而在我们公司，核心权力层都是跟随您十年以上的老部下，如果这不是问题，那您身边的司机，陆续做了部门经理、副总经理的时候，还感觉不出其中的问题吗?感恩的方式有多种，如果送出去深造，对彼此是不是一种更负责任的做法?当然，也许问题出在了因为待遇匹配了相应的职位。

建筑学中有一个很形象的比喻：只换一个包工头，想领着原来一帮盖草房的泥瓦匠盖起高楼大厦，简直是天方夜谭，除非队伍素质提升，要么服从统一指挥，可这在我们公司却难以实现。

2.老板不是救火队长

在公司组织伦理的管理上，您远没有意识到越级指挥对一个企业带来的危害。您对公司的情感是任何人无法比拟的。您喜欢事必躬亲，对企业的了解甚至哪个角落有个螺丝您都清楚;当您看到工人维修效率太低，挽起袖子就下手，或者认为哪个地方需要调整，现场就调动起资源。效率倒是有了，但结果是连他们的主管都不知情，原有的计划也被打乱。试想老板您担任了多年的“救火队长”，其结果是不是“火势”越来越大?问题也像您带的手机一样变得越来越多?对此我曾不止一次跟您沟通过，您也意识到其中的问题，但您认为自己就这个脾气。

3.一个个被架空的主管，员工会服从他们的管理吗?

当层层都可以不服从安排，企业会是一个什么样的局面人事权的控制，将决定一个管理者的。我曾做过两个不同类型企业的总经理，虽不敢说取得过什么成就，但至少运做过他们品牌跃升至前几位。我非常清楚变革的艰难程度，在千名员工中近1/4是夫妻的复杂环境中，一招不慎甚至连自己怎么“死”的都不知道。在我们公司，人力资源部经理要接受双重领导，人事调整过分艰难。生产系统内部一个车间主管的任用上，根据其业绩已明显不适合，我建议其直接主管予以调整，主管说自己早想调整，但此人是您不久前直接任命的，强行调整会带来系列的问题。我曾三次跟您沟通过，但最终的结果是人事变动我事先都不知情：在其出问题后，您一怒之下当众拿下。如此一来，他的直接上级何在?部属有必要在乎他们吗?一个个被架空的主管，员工会服从他们的管理吗?

当层层都可以不服从安排，企业会是一个什么样的局面?

您告诉我，不听就狠罚。罚款就能解决所有问题吗?当罚款带来更艰难配合的局面下，对这些阳奉阴违的部属怎么办?

4.法之不行，自上犯之让一个人执行不太愿意做的事情时，只有两个办法：一个是通过沟通改变其观念，二是如果不执行意味着将出现其担心的后果。在纪律规范的过程中，为了有效推行企业的一系列举措，我首先实施了部分赢得民心的措施，然后草拟了企业基本规范十条，组织员工充分讨论修订、全员学习、考试并排名奖罚、执行日期事前公布、责任人处理、部门领导违纪率排名、定期张榜公布等，同时为了有效推动，实施了检查和处罚两权分立，并阶段性借用新入职人员检查。感谢您在这一点上的大力支持，实际看到的结果是，一路下来被罚的几乎都是一些主管，还有您倚重的那些员工。公司纪律也随之出现空前的好转。

但问题在后边，很多人开始提出异议，穿工作服重要吗?开会响手机能影响企业效益吗?还不如把精力放到多生产一个配件上。在元老们的眼里，他们就是把太阳叫出来的公鸡，企业是他们拼死拼活挣来的，大家拼来拼去拼到最后却突然发现一个陌生人仅凭那点所谓的资历就在坐享其成，不仅高高地坐在他们的头顶上，而且还要享受着他们为企业辛苦半生都无法企及的待遇，内心会产生极端的不平衡，恨屋及乌，自然对新推行的一些政策极具抵触情绪。而更要命的是您的态度也随之开始动摇。其实我的目的在于给员工一个信息——从现在起，凡是新颁布的文件都会以此为例，以便为将来推行新的管理制度铺平道路。心理学中，这叫“首因效应”或“第一印象”。

可是

还有企业文化建设与冲突，等等。

以上种.种问题，作为老板您心里也非常清楚，而且感受颇深，甚至对下面一个个小圈子能恨得咬牙切齿。但面对那些元老，您想变革又不能不投鼠忌器，导致这些棘手的问题一拖再拖。也许原因在于您承载了一个企业矛盾的核心，既有自身理性和感性的矛盾，也有自己超前思路与原有滞后管理团队的矛盾，还有与外聘高管管理思路和文化的冲突，还要面对各种矛盾的平衡，不同力量博弈的结果往往成了判定决策执行的依据;而更深层的原因在于，对新招来的人，除了不放心外，潜意识里总希望看到自己的某种影子，既想管住他，按自己的思路运作，又想让他干好。种.种原因导致了牵而不放，或者收收放放。

故此，公司的变革必须在您痛下决心的时候!

四、反思如何对一个管理者评价：我们的根本分歧在于，缺乏统一的价值评判标准管理中有一个很耐人寻味的数字，一个组织对某人的评价，如果30%的员工说好，50%员工不了解，20%的员工说差，按说人无完人，这个人还是不错的，事实上这种比例带来的结果却是近70%的人认为这个人不怎么样。原因是影响切身利益的那些人会不遗余力地大肆宣扬某人如何差劲，而认为不错的那些人是很少主动站出来纠正的，最后，那些不明真相的员工也就自然倾向于舆论宣传者观点。

现在我把任职期间与去年同一时期的几个指标简单对比一下：去年同期每月人均产量957个，我任职期间每月人均1158个，人均产能增长率约为21%;产销比率为98.7%;质量指标也由原来的总成品率93.6%提升为95.7%。人均产能、产销率、质量、成本等指标均创公司历史记录。按说这些指标的取得，不应该成为否认我系列措施的理由，事实上，我错了!

我们对一个管理者评价不是看业绩数字，而是就事论事，凭感觉。我知道，您耳朵里每天塞满了各种各样的声音，您知道吗?您的一个家庭会议，其影响程度超过我几个会议的总和不止。我知道您喜欢听这些声音，兼听则明，这本身没有错，但那些汇报者如果真正想解决问题(不含投诉)，为什么不直接找他的上级?而您又总是在有意无意地寻找支持您信念的信息。

记得我曾跟您探讨过n次，这个世界上，任何事情没有绝对的对与错，不是看过程，而应该放到某个特定的目的或环境中。这就是现实中为什么有人把某人看成战犯，有人却把他推崇为民族英雄;而做同一件事，在某一个阶段可能是正确的，而在另一个阶段可能就错了。

也许，我们职业经理只是站在绩效的角度上看问题，绩效上去了就自以为成功;而老板您更关心某种决策给组织带来的后果，评价是建立在信息传递者评价的基础上。

在对待具体问题的处理上，职业经理往往认为有益于企业发展的就要坚持，错误的就坚决否定;而站在老板的角度上，有时即使明知职业经理的做法正确，出于各种因素的考虑，也会断然否定，哪怕是牺牲掉。

我们的根本分歧在于，缺乏统一的价值评判标准。多年的外企经历一直促使我思考，是什么原因导致了国内企业的平均寿命不足2.9年?也许现阶段大多数企业需要的不是如何去创造成功，而是首先要懂得如何才能避免失败。这或许是中国培训业的悲哀。

l总，这次我离意已决。我真的太累，本来很多轻而易举的事情，在我们公司我却显得无能为力。每一项措施的推行都让我精疲力竭，到头来却多是半途而废，面对政策的随意性，我不知道接下来该怎么做?先要适应然后改变，谈何容易!那种缓慢的进程更让我后怕将来某一天成为公司的罪人。也许作为第一任外聘的总经理，本来就很难打破短寿的魔咒，与老板彼此陌生感也是一种常态。

我的离开不是为了证明谁对谁错，那毫无意义，管理上也没有哪一种理论界定某种思路就一定对或错。如果老板不对，就不可能有今天企业的成功。我只是对公司未来的命运充满了深深的忧虑，希望通过这次离职促使彼此深入的思考，或许能对公司的稳健发展有所裨益。

我怀着极其复杂的心情，怀着对公司和您的感念，怀着希望公司成为百年品牌的良好愿望，一口气写了这么多，说的不一定对，却是我的肺腑之言。

感谢这五个月来对我的关心和照顾，您的心地宽厚、雷厉风行和敬业精神让我由衷敬佩。为了避免给企业造成一些不必要的负面影响，您可以考虑一种有利于公司的方式让我退出。

再次感谢!

此致

行礼!

辞职人：

**推荐产品经理述职报告完整版范本四**

职责

1、负责门店年度销售目标和盈利目标的达成;

2、协助完成门店人员架构设置、各职级人才筛选、薪酬体系建立、员工训练体系建立、营运标准体系建立、拓展体系建设等;

3、负责团队工作氛围打造;

4、负责规范门店工作流程，保证门店的各项工作有序进行;

5、负责跟进销售数据分析，策划并执行库存产品或滞销品的促销活动计划;

6、负责组织并安排订货会相关事宜;

7、负责处理门店日常工作和突发性紧急事务;

8、执行总经理下达的其它工作任务。

岗位要求

1、大专以上学历;

2、5年以上了大型卖场同职位运营管理经验;

3、擅长销售分析、人员沟通、人员训练和团队打造;

**推荐产品经理述职报告完整版范本五**

本人于20\_\_\_\_年1月份进入\_\_\_\_银行工作。在银行的一年时间里，本人担任产品经理一职。一年以来，在\_\_\_\_银行领导及同事的关心、支持下，本人尽责做好本职工作，现将一年以来的具体工作职责总结如下：

一、产品支撑工作

在进行产品支撑工作的过程中，认真学习各种产品是指，熟悉产品的具体操作，并在此基础上，在客户经理挖掘到客户需求后，根据客户的具体需求合理组合产品，设计出真正满足客户需求的产品。同时经过几次移动公司组织的产品经理素质提升培训，慢慢培养起自身的产品推介能力、客户沟通能力;在平时本人也十分注重关注通讯产品方面的最新资讯，学习其中的一些成功案例，并且经常思考这些案例能否真正运用到客户处，对有此需求的潜在客户及时挖掘出此需求，制定具体方案，并陪同客户经理前往客户处进行产品推介，及时做好产品支撑工作，提高客户的满意度。

在与客户达成一致意见、签定协议后，对方案的实施过程进行全面跟踪：如某客户处需要安装互联网专线，从派全业务建设需求单开始，先转交我司技术支撑人员，待其做完资源勘探后发回于我，本人再提交给支撑中心，若终端配置以及布线超出的情况下，还需填写配置申请单于集团大客户部主观及经理签字后传给支撑中心，最后支撑中心派施工单到我行，安排施工，施工开始后，经常与施工队以及客户联系，以便解决施工过程中的问题，确保按时完工，让客户及时使用，在客户开始使用后，适时进行上门或者电话拜访，了解客户使用情况以及存在的问题，将问题及时反馈给市公司，真正做好产品支撑工作，提高客户满意度。

过去的一年是进行全业务激烈竞争的一年，在这一年的时间里，手上经手完成约50条互联网专线、语音专线，并且完成\_\_\_\_地税一卡通项目，不段学习新知识，充实自己，真正地做好了产品支撑工作。

二、指标跟踪工作

在进行指标跟踪工作的过程中，本着认真、细心、严谨这六个字做好此项工作，经常与各县市的经营分析人员进行交流，遇到不明白的向他们请教，学习经验，并在借鉴他人经验的基础上，摸索出一套适合自己以及团队的指标跟踪及完成方式。

我行的指标主要分为年考核指标、季度考核指标以及月考核指标，针对不同指标时间上的差异性，合理安排时间，根据年考核指标来统揽全局，指导其他两个指标，并与季度考核指标以及月考核指标共同进行，将年考核指标融合到季度考核指标和月考核指标之中;使季度考核指标和月考核指标服务于年考核指标，在完成季度考核指标及月考核指标的时候，同时完成年考核指标。但是，指标有轻重缓急之分，不可能说做到完美，在这时候，舍去一些可以在后期完成的指标，重点完成目前紧急的指标。

具体来说，将需要完成的指标整在一个表格内，认真学习指标的具体口径，并将指标如何完成进行分解，落实到每个具体责任人，对其进行跟踪，定期提取数据，将数据缺口告知相关责任人，让其知道自身指标完成进度，积极与其和主管商谈，寻找完成方式方法，以确保各项指标准时完成。

三、培训工作

在对客户经理进行培训工作时，自身熟练掌握产品，学习产品的操作方式，提前准备好培训的各种材料，并且根据客户经理的薄弱产品进行重点推介，在培训的过程中与同事们一起学习成长，所谓“书山有路勤为径，学海无涯苦做舟”只有通过不断的学习，才能在科学技术日新月异的今天，在通讯行业全业务激烈竞争的严峻形势下，取得更好的成绩。

四、问题以及缺点总结

回顾一年来的工作，反省自身存在的问题及缺点，我认为主要由于进入银行的时间尚短，技术方面的专业知识不够全面，对一些操作流程也不熟悉，在工作中也走了一些弯路。但是，“实践出真知”，本人在工作中不断发现自己的错误，也及时改进了自己的错误。在今后的工作中，我会努力提高自身的修养，充分发挥自己的特长，克服不足之处，努力做出新的成绩。

**推荐产品经理述职报告完整版范本六**

岗位职责

1、负责所辖区域、行业的信息安全服务产品销售任务，收集市场和行业信息;

2、负责销售区域内销售活动的策划和执行，完成销售指标;

3、维护及增进已有客户关系，开拓新市场,发展新客户,增加销售范围;

4、对公司客户进行科学的管理;

5、参与公司重要客户的谈判及成交。

任职资格

1、专科及以上学历，专业不限

2、一年以上销售工作经验,仪表端庄，表达能力良好,年龄在22岁至30岁之间;

3、具备较强的客户沟通能力和较高的商务处理能力，具有良好的团队协作精神，工作勤奋上进，脚踏实地;

4、有it软硬件产品、项目销售经验，并具有党政、教育、卫生客户关系资源优先;

5、能接受不定期应酬。

**推荐产品经理述职报告完整版范本七**

甲方：

乙方：

姓名：

性别：

年龄：

联系方式：

身份证号码：

家庭住址：

本着诚实、信用，友好合作互惠互利的原则，根据中华人民共和国合同法的规定，甲、乙双方就代理甲方产品的经销事宜达成如下协议：

一、甲方责任

1、 甲方委托乙方代理 产品，授权在 (区域)独家代理，在此区域内销售，代理期限为年;

2、 甲方向乙方提供有效的合法的相关手续资料;

3、 甲方对产品的生产质量负责，在产品有效期内，因产品生产质量问题而引起的纠纷，甲方承担质量引起的相应责任;

4、 双方合同一经签定，在乙方合法经营、及时支付货款和遵守合同及其规定的情况下，在乙方的合同期内，甲方不得无故中断产品供应，因由中断货源给乙方造成的损失由甲方负责;

5、乙方代理的甲方产品在销售过程中产生滞销，甲方给予退换(返货的发货费用由乙方负责)，期限自发货日起三个月内，超过此期限，不予受理;

6、甲方有义务保证乙方市场的稳定，杜绝其他代理商恶意窜货，保证乙方在代理区域内的独家代理权，如发现恶意窜货行为，甲方为乙方清理市场，并追讨窜货人或窜货单位赔偿乙方市场损失(赔偿标准：进货总金额的5倍);

7、甲方向乙方提供首批铺底货，铺底数量按甲方的招商政策执行，在代理结束后，乙方返还货物或按代理价格结算。

二、乙方责任

1、乙方代理甲方的产品在指定区域内独家经销，在代理之日起，三个月内不发生进货行为，视为自动放弃代理权;

2、乙方代理协议签定后，再次提货为现款现货，既乙方将电汇底联连同详细地址、货物名称、数量、收货人、联系方式传真至甲方，甲方查明款项进入甲方帐户后，一个工作日内将货发出;

3、乙方在代理区域内以通过正常途径、合法的宣传方式销售甲方产品;在销售上出现任何问题(非药品质量问题)由乙方自行承担，甲方可帮助协调处理;

4、乙方在销售过程中零售价不得低于零售价的最低限价，不得高于物价批准的零售价，不得低于甲方规定的最低供货价供给零售药店，一经发现，取消代理权，扣罚市场保证金，并追究相关责任;

5、乙方不得以甲方的名义从事非甲方产品的销售以及其他违法活动，否则甲方除追究其法律责任外，还要向乙方索赔50万元;

三、双方协定：

1、本合同经双方签字或盖章生效。

2、甲方负责将货物通过邮局、铁路和货栈发给乙方，费用由甲方负责(不包括航空快件、特快专递、公路短途运输)，发货方式由甲方决定，如因乙方责任造成发货失误，费用由乙方承担;

3、如因本协议发生的经济纠纷，则由甲方所在地仲裁调解，如调解无效，则向签约方所在地法院提起诉讼。

四、补充协议：

未尽事宜，双方协商解决。

甲方签字：

乙方签字：

单位公章：

印章：

日期：

日期：

经 办 人：

经 办 人：

**推荐产品经理述职报告完整版范本八**

从九月份到现在，我调动到营销工作已近3个月多月了，在这不算很长的时间里作为个人来说我是十分充实和宝贵的一段经历，加上我在我实习工作和在总部的培训加入st集团已经有一年多的工作时间了。如果把我个人的工作认识分成三个阶段，我现在已处第三个阶段。同时我也是按照公司对我们的要求和个人制定的学习计划循序渐进开展工作和锻炼自己。

以下我将从市场层面，渠道层面，和操作层面的门店管理以及财务核对谈谈我个人对我们帅康产品在渠道市场和销售的想法。

一、市场层面

建材超市作为电器销售的新兴渠道，市场规模和潜力巨大;从建材渠道来说就分：百安居，乐华美兰，东方家园，好美家，天津家居等子系统，从经营方式来说属于超市类型;而目前还有商铺租赁+部分超市如居然之家，红星美凯龙，康家等。而我们目前所面对的主要是以百安居和东方家园为代表的建材超市。从渠道管理上，建材超市相对国美，苏宁，大中，永乐等电器连锁，扣点较低，开单手续规范，超市相关商品关联性强，家居购物一体化;购物环境好等便利;同时销售容易受季节性影响，消费者认知度(门店数量较少)和接受度相对电器连锁来说不高，尚处于消费者市场成长期。据调查目前消费者在连锁渠道和在建材超市购买电器的比例为8：2，是机会!挑战!

从当前国家宏观经济发展，尤其是以房地产行业为上游产业发展来说建材渠道将会充满机会和挑战。以xx市场百安居xx年“五一期间七天满买厨卫电器送”活动案例来看，就具有相当的代表性。

分析如下：

具体活动内容是，在百安居购买任何品牌的烟机、灶具、消毒柜，满两千元即可参加返两千元橱柜券的活动。此次的活动百安居自己独自承担，表面上看白安居，我个人对此次活动有几点认识，认为百安居在这次活动中实际上并无严重亏损，首先我们来看一下，此次的返券的几点要求：

1、此券仅限于在百安居内购买任何品牌橱柜和橱柜的配件，且不可兑换现金。

2、此券在使用时必须在购买橱柜每满六千元仅能使用两千元抵用券。(不足六千元，此券无效)

3、此券有效期从5月1日—5月15日。

从券的这几点要求来看我认为，首先百安居抓住了大多数的顾客在选购烟机的同时需要订做橱柜，但由于百安居内部的几个品牌的橱柜一般比市面上的橱柜档次要高一点，价格也要高一点，平时有很多顾客是在百安居购买烟机但不在百安居订购橱柜，(因为，购买烟机的顾客远远多于订购橱柜的顾客)所以百安居流失了大量的橱柜顾客。此次的返券活动将烟机于橱柜互动起来，用烟机的销售带动橱柜，形成联动式销售，提高了烟机于橱柜的销售。

其次，关于返券的费用，百安居利用它作为建材超市的整体资源优势，用其他商品的利润来弥补电器返券所流失的利润。对于百安居的利润来源，我有这么几点认识。第一，提高销售自然可以弥补部分的利润，第二，由于橱柜的返点高于电器的返点，平均点位在25个点以上，水槽、拉篮等用券可以购买的商品的点位更高，水槽能达到33个点以上。第三，也是最重要一点，一般顾客在购买橱柜的消费层次在4000元左右，高档的顾客消费也不过在7500左右，达不到用券的要求，因此如果顾客想用券就必须提高橱柜的消费层次，选择价格更好的水槽或者提高橱柜单位延米的价格，进而加大了百安居的整体利润空间。

按某顾客在百安居购买一套烟机灶具，平均最低消费在以上，订做刚好6000元的橱柜，(其中水槽，拉篮，等小配件费用，板材费用4000元计算)百安居整体利润为：

\*20%+4000\*25%+\*35%=2100

扣去返券金额百安居依然有利润支持店面的运做，而事实上顾客的消费往往要远高于以上的最低值。

纵上分析，在该按例中，百安居虽然损失了部分利润，但并不会出现亏损，再加上板材，油漆等其他商品的整体销售，百安居依然有利润。与此同时，它还加大了在建材行业里的霸主地位。

借鉴百安居五一的活动，假设在相对成熟或销售空间增长较大的市场，如果能结合st牌水槽或橱柜同时推进，销售规模和利润不是没有可能有较大的增长!就目前我们烟灶(消)套餐搭配的形式，在某一中促销活动中如果我们的整体资源有限，无法像百安居做出如此大的促销规模，但我们可以烟机做平台，损失烟机的利润，用灶具来弥补烟机的利润，进而达到整体利润保障。

二，渠道层面

不同的市场渠道间的竞争存在不同的程度：渠道间的并购和牵制，用实力说话，大鱼吃小鱼是发展趋，总的来说家电连锁还是占据着很大的优势属于强势渠道，建材渠道目前属于开发成长型，而我们处于家电食物链的下游!而公司有效资源往往往优势渠道倾斜。在这段时间，我重视良好的学习习惯，培养自身对市场节奏的感觉和在理解握渠道间的平衡的意义。

在xx大中作为优势渠道，和国美，苏宁，建材超市等渠道共同上演着“三国演义”，“车，马，炮各有各的着”共同瓜分市场。“螳螂吃虫，黄鹊在后”。另一方面在我建材渠道内部如同一个小的市场同时存在：百安居，东方家园，天津家居，好美家和家福特，乐华梅兰以及永乐系统等子系统!“既要面对人民外部矛盾也处理人民内部矛盾”作为渠道销售助理，要解决各种问题，作为公司销售渠道之一，应该要有大局观点，要配合公司政策来制定本部门工作计划，任务分配，店面管理，落实到各门店主管，协调好本渠道的工作。

建材渠道在xx市场处于非强势地位，相对大中，国美等渠道来说门店数量少规模不大，销量较少，但单店效益较好。站在公司来说通常资源会向大中，国美等渠道倾斜。将有限资源合理配置，有的放矢，以确保整体销售完成!一样在我们建材渠道内同样夜会采用相似方式来处理各子系统之间的销售政策，以不同的时间段，不同的方式结合店面情况，争取渠道资源以确保销售任务的完成。

以xx市场建材活动为案例分析：时间11.21.到11.27. (xx大中，国美，苏宁各有店庆)

家园系统(6家)满返1000券店面承担，特价除外(店面部门间不得使用)

家居系统全场单机8折，特价除外(2家)

好美家系统指定小区按9.2折，其他均不参加(2家)

百安居全场满5000返500电器指定用券(4家)

尽管都是店面承担折扣费用，但实际中我们还是有选者性得参加了东方家园的活动，和百安居活动而没有参加另外系统活动或控制其他门店活动在一定程度以内，尽管有来自采购店面经理的压力但，但我们必须这样对待。合理利用系统竞争，通过政策倾斜配合公司其他渠道的销售，减少乱价发生的可能，同时在渠道内部有的放矢，把没有参加活动的系统失去的销量在其他门店抬起来。

从渠道来说同样它们在合并，开店的同时也对入场品牌加紧洗牌，只要我们的销售商品在该系统同类型商品中销售占比到一定程度，我们同样也有相应的发言权，

在实际工作中，我将协助管理的门店按销售标准重新划分，每周统计出单店销量第一，门店销售增长率第一，最落后地第一，欧式烟机，热水器和竞品占比等资料。有针对性的开展门店管理，发现问题，找出原因，最后解决问题(尽可能快的)对优势门店要继续保持，对有增长潜力的店要关注。尤其是在“金九银十”黄金周的备战工作尤其重要。

十一过后我将店面工作重点放在了门店调整和中小门店销量提高上，挖掘其销量增长来源。如东方家园西三旗店，来广营店，百安居马连道店。其中以西三旗店为例：该店由于前期各中原因销量落差很大。针对该店实际情况，接手前期没有完成样机处理工作，更替驻店促销员提高促销员信心，切实解决遗留的出样比例，陈旧，品种结构单一问题，终端生动化。改善店面关系，重塑店面对我st形象;在尽可能的情况下以最少的投入换得店面资源的支持。在接受任务后两个星期内在大家共同努力下，由周不到5000提高到周近2，月近1xx0销量有了很大的增长。另外一方面对于促销员管理我总的原则可以概括为：将心彼心，恩威相济;利情 法相结合，建立一种信任感。

总之，水无常型，只要对具体的卖场有所认识后，摸清脉络，分主分次，才能在门店管理上学到更多的知识，提高对一线终端，核心门店的掌控能力。及时处理各种突发事件，做好销售，不断积累自己的经验。

三、财务核对

建材渠道到财务工作是相对于其他渠道来说较为烦琐的，主要体现在以下几个方面：各子系统对帐，转销售，店面财务核对时间不统一;各子系统办理对帐所需要基本手续不同，办理转销售和排款支付时间较长;有时开票号码和销售金额错对，扣除费用不明等情况。而作为建材渠道电器销售属于特殊定单单产品，如果涉及到退货，导单情况出现，手续繁琐。因因此对于建材渠道来说对财务工作尤其重要。在平时的工作中，几乎每一笔业务来往都要记录在电脑数据库中，工作量也很大，工作必须很细致。在进三个多月的工作中我对财务知识也有了一定了解，熟悉了财务结算，核对帐务，和税务票据的核对流程;知道了如何合理的加快对帐流程和效率，缩短回款周期;但仅仅知道这些我觉得还远远不够，以后随着地方市场的精耕细做，对一名优秀营销人的考核必将是全面的和科学的，更加注重效益以利润为导向做市场，做单店效益。如果不懂财务知识犹如“盲人摸象”。

通过在sk实习和工作，从到总部再到，让我体会到了两类不同市场。如果说xx市场是一杯纯正的果汁，清醒诱人。那么如同是一杯上好的红酒，值得好好回味体会。不同的土壤酝酿出来的地域文化和市场成熟度，决定了不同的市场策略。回想在这三个多月的经历对我们来说都有不同的体会。

**推荐产品经理述职报告完整版范本九**

一年以来，在移动公司领导及同事的关心、支持下，本人尽责做好本职工作，现将一年以来的具体工作职责总结如下：

一、产品支撑工作

在进行产品支撑工作的过程中，认真学习移动公司的各种产品，特别是我们的集团产品，熟悉产品的具体操作，并在此基础上，在客户经理挖掘到客户需求后，根据客户的具体需求合理组合产品，设计出真正满足客户需求的产品。同时经过几次移动公司组织的产品经理素质提升培训，慢慢培养起自身的产品推介能力、客户沟通能力;在平时本人也十分注重关注通讯产品方面的最新资讯，学习其中的一些成功案例，并且经常思考这些案例能否真正运用到客户处，对有此需求的潜在客户及时挖掘出此需求，制定具体方案，并陪同客户经理前往客户处进行产品推介，及时做好产品支撑工作，提高客户的满意度。

在与客户达成一致意见、签定协议后，对方案的实施过程进行全面跟踪：如某客户处需要安装互联网专线，从派全业务建设需求单开始，先转交我司技术支撑人员，待其做完资源勘探后发回于我，本人再提交给支撑中心，若终端配置以及布线超出的情况下，还需填写配置申请单于集团大客户部主观及经理签字后传给支撑中心，最后支撑中心派施工单到我司网络部，安排施工，施工开始后，经常与施工队以及客户联系，以便解决施工过程中的问题，确保按时完工，让客户及时使用，在客户开始使用后，适时进行上门或者电话拜访，了解客户使用情况以及存在的问题，将问题及时反馈给市公司，真正做好产品支撑工作，提高客户满意度。

过去的一年是中国移动进行全业务激烈竞争的一年，在这一年的时间里，手上经手完成约50条互联网专线、语音专线，并且完成地税一卡通项目，不段学习新知识，充实自己，真正地做好了产品支撑工作。

二、指标跟踪工作

在进行指标跟踪工作的过程中，本着认真、细心、严谨这六个字做好此项工作，经常与各县市的经营分析人员进行交流，遇到不明白的向他们请教，学习经验，并在借鉴他人经验的基础上，摸索出一套适合自己以及团队的指标跟踪及完成方式。

我司的指标主要分为年考核指标、季度考核指标以及月考核指标，针对不同指标时间上的差异性，合理安排时间，根据年考核指标来统揽全局，指导其他两个指标，并与季度考核指标以及月考核指标共同进行，将年考核指标融合到季度考核指标和月考核指标之中;使季度考核指标和月考核指标服务于年考核指标，在完成季度考核指标及月考核指标的时候，同时完成年考核指标。但是，指标有轻重缓急之分，不可能说做到完美，在这时候，舍去一些可以在后期完成的指标，重点完成目前紧急的指标。

具体来说，将需要完成的指标整在一个表格内，认真学习指标的具体口径，并将指标如何完成进行分解，落实到每个具体责任人，对其进行跟踪，定期提取数据，将数据缺口告知相关责任人，让其知道自身指标完成进度，积极与其和主管商谈，寻找完成方式方法，以确保各项指标准时完成。

三、培训工作

在对客户经理进行培训工作时，自身熟练掌握产品，学习产品的操作方式，提前准备好培训的各种材料，并且根据客户经理的薄弱产品进行重点推介，在培训的过程中与同事们一起学习成长，所谓“书山有路勤为径，学海无涯苦做舟”只有通过不断的学习，才能在科学技术日新月异的今天，在通讯行业全业务激烈竞争的严峻形势下，取得更好的成绩。

四、其它工作

在做好以上具体工作的基础上，认真地完成好公司主管、领导交代的其他临时性工作，不计酬劳，任劳任怨、加班加点，按时保质完成工作。

五、问题以及缺点总结

回顾一年来的工作，反省自身存在的问题及缺点，我认为主要由于进移动的时间尚短，技术方面的专业知识不够全面，对公司的一些操作流程也不熟悉，在工作中也走了一些弯路。但是，“实践出真知”，本人在工作中不断发现自己的错误，也及时改进了自己的错误。在今后的工作中，我会努力提高自身的修养，充分发挥自己的特长，克服不足之处，努力做出新的成绩。

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！