# 母婴护理与销售工作总结(18篇)

来源：网络 作者：清幽竹影 更新时间：2025-04-25

*母婴护理与销售工作总结1光阴荏苒，转眼20xx年即将过去，展望20xx回首20xx年来的工作，我厂\*\*和各位同事的\*\*和帮助下，严格要求自己，按照公司的要求较好地完成了自己的本职工作。通过一年来的学习和与工作，工作模式上有了新的突破，工作方...*

**母婴护理与销售工作总结1**

光阴荏苒，转眼20xx年即将过去，展望20xx回首20xx年来的工作，我厂\*\*和各位同事的\*\*和帮助下，严格要求自己，按照公司的要求较好地完成了自己的本职工作。通过一年来的学习和与工作，工作模式上有了新的突破，工作方式有了较大的改变，现将一年来的工作情况总结如下：

办公室的工作千头万绪有文书处理、报表核算、文件申报、会议安排、文体活动\*\*、培训计划制定和车辆管理等。面对繁杂琐碎的大量事务性工作，自我强化工作意识，注重加快工作节奏，提高工作效率，冷静处理各项事务，力求周全、准确，避免疏漏和差错。

（一）认真做好各种文书工作。

1、编写20xx年、20xx年度工作总结，年初做好20xx年度各级评先工作。对我厂上半年经营目标情况进行分析，为各项目标达标出谋划策，确保了我厂各项工作的顺利完成。

2、征求、收集、编写、上报“劳保用品发放标准”、《集体合同》、《工资集体协议书》、《xx水务管理\*\*》、《绩效管理\*\*》等反馈意见。

3、每月上报全厂工作小结、内部用水情况、车辆行驶情况，以及下月资金计划、工作安排等。内部用水全年共x桶（截止x月）。

4、全年会同办公室其他同事编写各类请示、报告x份。由本人主抓的\*\*报道工作今年也呈现良好态势，截至十一月份全厂有x名员工《xx水务》上发表反映厂里生产动态、好人好事的文章x篇，图片x幅；本人也发表各类文章10篇，图片x幅。

5、从今年x月开始，参与对部门绩效和员工绩效考核，制定绩效考核二级表单，编写综合绩效季度工作报告。

6、编写《新乡市城市供水三年发展规划及20xx年远景目标》、20xx年资金计划等。

（二）做好日常行政事务管理工作

1、全年接待各级\*\*视察、检查、慰问、访谈及来访单位参观学习多次。

2、定期联系清运厂区垃圾，全年共清运垃圾x奔马车，支出清运费x元。

3、\*\*员工填写《xx水务》读者问卷\*\*表x份。

4、向x灾区捐款x元，特殊\*费x元，衣物x件。

5、积极开展“水厂开放日”活动，编写水厂解说词，接待x小学学生参观。

6、参加冲洗清水池工作，并做好后勤保障。

7、公司\*\*每月为员工过生日，负责填写全厂员工生日贺卡，员工生日当天送到员工手中，并送去祝福。

8、探望员工及家属x人，参加员工及家属红白事13次。

（三）加强车辆管理，确保行驶安全。

全年大车行驶x公里，小车行驶x公里（截止x月份）。仅办公室开出的派车单就近x张。这离不开司机的辛苦和任劳任怨，其中小车司机不仅负责本厂车辆的保养、检验和故障上报等工作，还要负责公司大客车的验车、行驶。而大车司机不仅要保证车辆的行驶安全，而且一同参与维修工作。由于管理到位，全年未发生一起车辆安全事故。

（四）\*\*员工参加各种岗位培训和技术比武

1、为了提高员工整体素质，先后\*\*了调度、加药工、净\*\*等工种进行岗位培训和技术比武。

2、\*\*员工参加新乡市机泵运行工技术比武。

3、对xx泵站运行人员进行模拟倒闸操作竞赛，通过竞赛使运行人员掌握了倒闸程序的方法步骤，增强了实际工作中的应变能力。

4、为了使员工了解掌握绩效考核的目的和意义，制订了绩效管理培训方案，并为员工进行培训讲解。培训内容包括：本岗位绩效考评的内容及标准；绩效考核评分细则和说明。

常抓不懈因工作需要本人从x月份主抓水源地工作，我厂外线三个班组线长、面广、工作地点分散、人员不易集中，给管理带来一些难度。本人根据实际情况从员工人身安全、设备安全、水质安全等方面着手，迎难而上，解决了一些问题。同时赔青、内外协商方面积累了经验。

1、积极参与水源地赔青、协商工作，参与了xx井道路调整占地、xx养兔场附近管道漏水和xx一村民田地下管道渗水的协商谈判。

2、每周一到两次来到水源地班组，了解设备运行情况和掌握员工思想动态。

3、每周对xx截渗井和七里营井群报警器测试一次，及时发现和维护故障报警器，确保供水设备设施安全运行。

4、冬季来临前对xx截渗井管道、闸门用草绳缠裹，防止设备被冻。

5、七里营查井组夜间查井时马路上车辆较多，并且车速快，对员工人身安全造成威胁。我们购买了反光衣服，查井时穿身上，保证了员工人身安全。

6、坚持报到\*\*，每天各值班人员按规定\*\*时向厂调度汇报到岗情况。

**母婴护理与销售工作总结2**

母婴店九大经典的销售方法

1、二选一法：客户想买一种产品，在她犹豫不决时，千万不能问你要不要?假如你问的是要不要，她回答不要的概率有50%；比如内衣，你问要不要?她可能直接就说：不要!假如你问：要红色是黄色?不管选择哪个颜色。但结果都是购买了，除非她特别不想要，不然她就会受你引导。选择其中一个颜色了。

2、顺藤摸瓜法：客户进来后，了解她真正的意图是很关键的，但她不会主动告诉你，这就需要你通过提问得到答案。客户进来后，她开始看产品时，你就得主动的问：宝宝多大啦?客户给你一个答案后你再问：平时是用哪个牌子?最后再问：今天准备买点什么?三次问答后，营业员对客户就会有一个清晰的：了解，再推销商品时就很有针对性了。

3、在商不言商法则：真正的推销高手不向客户推销商品，只是和客户聊天，但像散文一样，形散神不散，聊天的主题是育婴和产品知识，让客户不知不觉中对你产生信任，客户一旦对你产生信任，就会主动的问你，像她的宝宝应该用哪些产品，这时候再开始销售商品，那就显得非常自然了，但做到这一点需要专业的产品知识和育婴知识，并且要具备一定能表达能力。

4、设身处地法则：客户之所以对营业员有戒备，是因为营业员都是从商家的角度介绍，假如你能从客户的角度介绍商品，就一定会特别容易的让人接受，因为只要你是真心的，客户就一定会感受到。

5、会员销售法：使用电脑软件来加强会员管理和会员卡预充值，例如：积分、打折、返现、赠送礼品等吸引会员多次消费。可安装使用下飞蝶母婴用品店管理软件，让电脑来帮您管理，既不易出错、又省人工成本。飞蝶母婴用品店软件支持条码扫描、小票打印机、钱箱、会员卡积分、打折、预充值与付款、会员生日软件自动发祝福短信等。可一键查任意指定时间内的（例如：每日、每月、每年）指定商品的销售量、利润、库存、存货总金额、提成、商品快过期信息等等。还赠送母婴店专用商品条码及价格库(1万多种商品信息)，不用您一个个输入，直接导入使用。软件分有单机版、连锁版

6、肢体语言配合法：每个人的说话速度、音量、表情都不一样，有的快，有的慢，有的说话时连比带划，有的说话时神情亢奋，但不管是哪一种，只有和自己语速、音量、表情相仿的人才会感觉到合拍，也就是我们日常说得：合得来，所以，在日常中沟通中，营业员要尽可能的配合客户的说话方式，急性子的，我们就要尽可能加快语速，用词简单明了；慢性子的，我们就可以慢条斯理的给她介绍，因为假如你说得很快，她会感觉你是嫌她烦，但不管是用哪一种方式，把核心意思表达清楚才是最重要的。

7、夸奖法：夸奖是消除客户敌对心态的最有效方法之一，有时一句得体的夸奖能在几秒钟之内与客户拉近距离，但夸奖是门语言艺术，夸奖不到位，客户无动于衷；夸奖过分，客户反感；什么时候开始夸，夸什么，都需要比较讲究 。

8、假设成交法：对于犹豫不决型和缺少主见型客户，假设成交法是一种比较行之有效的方式。指的是介绍完产品后，客户有购买意向，但未下决心时，营业员可以假设这些产品客户已经购物了，直接装进购物袋，然后吩咐收银员开单，只要不是大件商品，一般情况客户也就不会再说什么了，销售就好像是踢足球，假如临门一脚踢不进去，前面再完美的表现都无济于事，让客户购买是销售的终极目标。

9、借力销售法：在销售过程中，当感觉力不从心或无法占据主动姿态时，要及时的借助第三方力量促使成交，当感觉语言介绍不起作用时、可以递给客户厂家提供的宣传资料；当感觉找不到切入点，可以让别的营业员从另外的角度介绍；第三方的力量包括：厂家提供的宣传资料、其他营业员、销售记录、会员资料等等。

**母婴护理与销售工作总结3**

御宝感恩回馈活动方案

方案编号：

一、活动目的：

扩大品牌影响力，树立品牌知名度，促进销售，累积微信粉丝，累计VIP资源。

二、活动时间：

5月16日—6月13日（共29天）

三、活动对象：

御宝贝孕婴

四、活动主题：

御宝感恩回馈 五重豪礼相迎

五、活动内容

（1）8折优惠

购买春夏装享受8折优惠，VIP会员不享受折上折。

（2）双倍积分（5月30日该活动取消）

普通客户购买正价商品享受2倍积分，关注微信的VIP客户购买所有商品享受3倍积分。

注：此活动相当于9折。

（3）代金券（6月6日该活动取消）

当日购买正价商品满88元，送代金券10元，VIP会员当日购买所有商品满88元，送代金券20元。

当日购买正价商品满188元，送代金券30元，VIP会员当日购买所有商品满188元，送代金券50元。

当日购买正价商品满288元，送代金券50元，VIP会员当日购买所有商品满288元，送代金券70元。

（用于下次购买正价商品时使用，配饰除外，有效日期到6月6日。） 注：此活动要相当于折—9折。

（4）会员抽奖活动（6月13日该活动取消）

会员消费5月16日—6月13日累计100元，送抽奖卷一份。

6月14日现场抽奖公布并送神秘大礼包

（5）生日有礼

5月16日——6月13日过生日的客户，持身份证到店领取50元代金券一张，过生日的VIP会员，赠送50元代金券，用于下次购买正价商品时使用，配饰除外，有效期至20xx年6月13日。（以身份证上的阳历生日为准）

1、特价商品，会员不享受折上折活动。

2、没有细分品牌全部以“御宝”品牌代替。

3、所有活动范围不包括公司推出的特价区、保值区，特殊情况见活动细则。

4、用活动所赠送的代金券结算时，每件商品只能使用一张，只能用于购买正价商品，玩具、配饰、除外。

代金券只限于各自发放代金券的店铺使用，采用现金和代金劵1：1消费，并且多不退少补的原则，即购买20元商品时，需10元代金劵，另补交10元。即购买30元商品，需2张10元代金劵，另补交15元，剩余5元代金劵作废，不退不找零。

六、POP宣传

御宝感恩回馈 五重豪礼相迎

八折优惠 双倍积分

代金券

会员抽奖生日有礼

活动时间：20xx年5月16日——6月13日

**母婴护理与销售工作总结4**

五月的康乃馨，没有雍容华贵的姿态，没有浓香四溢的味道，只是清清淡淡的样子，就象母亲--想起妈妈亲吻的味道，想起妈妈拥入怀中的甜蜜……

长大后，还会想起小时候母亲的拥抱吗?还会有眷恋吗?还有人会跟母亲拥抱吗?不用每天，只是有时也好。如果没有，那就请在母亲节这一天给母亲一个拥抱吧。

如果你时不时的会跟母亲拥抱，那也请你在母亲节这天，给母亲一个更深情的拥抱，告诉母亲，你有多爱她。

一、 征文形式，能在论坛上让网友看到的任何一种形式，要有贴子实体，内容贴近活动主题即可。纯文本讲述,图片加旁白或其它形式均可，内容为拥抱那一瞬间的感受，最真实的。我们只想在最简单最明了的表述中，看到最深刻的情意。

二、在全区会置顶一个许愿贴，将在全社区进行置顶操作，让我们将我们每个人的母爱都说出来，让整个社区充满浓浓的爱意，更加体现网民的传统情怀。

活动内容二可自愿参加，活动贴将在5月12日开贴，请不要吝啬我们的爱，让我们把对母亲的爱说出来，让我们一起做一个见证。活动一不做最低要求，可\*\*发挥，贴近主题即可，只要让评委看到了最深情的爱意即可。

1. 一个id限原创首发，只发一贴。

2. 参赛贴发至大话搜狐，标签为[母亲节]+标题(自拟)

20xx年5月12日至20xx年5月18日(限活动内容一的参加时间，活动内容二将于14日撤顶)

20xx年5月19日至20xx年5月22日(为评委提名期间)

20xx年5月23日至20xx年5月25日(进行最佳感人奖的投票期间)

20xx年5月27日公布榜单并发放相应奖品

评委提名奖励：30人，之后进行网友投票角逐最佳感人奖励。

每人奖励社区猪年生宵礼物一套+送福猪一个。

最佳感人奖励：由全社区网友在评委提名的30人中选出10名参赛者获奖。

每人奖励社区实物中狐狸一只。

注：活动内容二：不设固定奖励看活动进行情况随机发礼物，礼物为社区猪年生宵礼物。

活动说明：活动评委预设5人。

其它待定。

母婴工作总结 (荟萃2篇)（扩展6）

——毕业实习工作总结-毕业总结 (荟萃2篇)

**母婴护理与销售工作总结5**

幸福妈咪站商业策划书

一孕婴行业市场现状分析：

1市场潜力

中国每年有─3000万婴儿出生，其中0─36月龄的婴幼儿约为7000万，儿童为亿，针对0－4周岁婴幼儿，消费群体就有8000万。 据中国第五次人口普查发布的统计公告数据，中国0─3岁新生儿用品家庭月消费为1500多元，中国的婴幼儿用品市场每年将超过5000亿元的市场规模。而目前这个市场却只开发了20%。 预测中国的最高出生率大约出现在，人口峰值为2028年，该时期我们也将迎来第五轮“婴儿潮” 。换言之，中国孕婴童产业尚有20多年的牛市，市场容量逐步增至2500亿-3000亿元的庞大规模。此外，由于居民生活水平显著提高，对婴幼儿产品的支出能力和水平不断增长，加上城镇大多数家庭现在只有一个孩子，婴儿用品，婴儿食品，婴儿玩具，婴儿服装，婴儿护肤品，婴儿药品和保健品，婴儿教育，每一类都是一个巨大的市场。

2市场机会和趋势

孕婴文化的推进使得传统的孕婴观念全面更新。现代生活对多功能、多样化、高技术含量的产品和完善、人性化的售后服务、专业指导的渴求与日俱增。 消费者的消费诉求

新生儿父母年龄的增大，文化层次提高，带来育养知识的渴求和健康意识的增强，但缺乏孕育实践，造成了传统育养观念与现代化文明进程的冲突。这使孕婴市场呼唤传统育儿与科学育养相结合，促进对全新护理实践的了解，增强全面护理、专业服务的意识，从而完成人生特殊时期的呵护与关爱。

不断递增的消费需求

孩子是父母的希望，民族的未来，“望子成龙，望女成凤”是天下父母的普遍心态，尤其是目前“6+1”（父母+爷爷奶奶+外公外婆共同抚养一个婴儿）的养育模式，使母婴市场具备了巨大的市场潜力。

3孕婴童市场需求6大动向

生活水平不断提高、中产阶级的迅速突起，城镇化进程的不断推进；80年代女孩将成为消费主体——她们更注重品牌和时尚；人们更加关注健康，更加关注下一代，对下一代的投资开始于胎儿甚至更前；孕婴童产品同时兼跨功能和文化两个价值区，成为高投资利润区；功能运用会快速催热市场，知性消费的快速覆盖；孕婴童的消费将会成为消费的风向标并成就中国新的礼品市场。

4电子商务（育儿网站+连锁门店模式）

育儿网站及其连锁门店所起到的作用可以满足母亲们的信息需求和交流分享需求，主要是因为母亲这个群体，很重视品牌和口碑，她们为什么会买网站上出售的东西？往往是因为在网站上交流了经验。由于很多育儿社区网站设置了“育儿日志”、“亲子日志”，它比其他社区网站容易有更大的用户黏性和更新率，社区网站也更容易获得商业价值的转换。更重要的是他能够起到教育、引导消费的作用。丽家宝贝总经理蒋涛认为：“妈妈们其实都非常需要帮助。从事这个领域的工作需要将很多好的观念灌输给妈妈们，公司员工需要具有专业知识，能够及时吸收国际先进理念，起到概念导入的作用。”汽车婴儿安全座椅是市场引入的新款产品，它能够给婴儿带来相当周密的保护，开始销量并不理想，当父母们逐渐理解了这一理念，安全座椅就获得了相当广泛的欢迎，在引导消费方面育儿市场的潜力相当显著。

二存在的主要问题

1、购物地理环境局限性大

母婴用品（礼品除外）的消费主体为怀孕6-10个月期间的孕妇和新生儿，这两类特殊阶层的特定消费群体，活动不便，对安全性要求特别强。

2、销售方式单调、滞后

母婴用品卖场的销售仍采用传统的坐店销售模式，传统方式接待顾客。单调、滞后的销售方式造成市场终端呆板，产品滞销。由于母婴消费品群体的特殊性，该行业需要社区递送服务、人性化服务、便利式营销、亲情式营销等主动销售方式。只有新兴的模式才能为该行业注入新鲜的血液。

c、价格体系不合理

目前，国外进口产品与国内假冒伪劣产品充斥市场。一方面进口产品过高的价格令普通消费者望而却步，一方面质低价廉小店的产品又不能适应中层消费者的需求。

d、管理不规范

目前，除沿海部分发达城市外，国内母婴用品市场仍属初创时期，杂货铺式的商业店居多。能够提供规范管理，统一形象，高品质，中高价位的中高档品牌店将是市场的需求。

三 营销策略

评价一个企业经营好坏的一个关键标准，就是最终营销业绩（包括销售额、市场占有率、利润、知名度等）的高低，企业的营销实力，决定了企业营销业绩的高低，一个企业的成功与失败70%是由企业的战略目标和营销策略决定的，而30%是由企业的营销组合决定的，营销策略定位是企业整个营销过程的核心。

1体验式营销

体验式营销的兴起是由于企业对产品及服务在质量、功能上已作的相当出色，以至于顾客对特色和利益已经淡化，而追求更高层次的“特色和利益”，即“体验”。

体验式营销是要站在消费者的感官（Sense）、情感（Feel）、思考（Think）、行动（Act）、关联（Relate）等五个方面，重新定义、设计营销的思考方式。

通常，企业的营销人员为了达到体验式营销目标，需要一些工具所用来创造体验，我们将这些工具称之为体验媒介。作为体验式营销执行工具的体验媒介包括：沟通（communications）、视觉与口头的识别（visual and verbal identity）、产品呈现（product presence）、共同建立品牌（co-branding）、空间环境（spatial environments）、电子媒体（electronic media）与网站（web sites）、人员（people）。

未来的营销趋势将崇尚“体验”，企业只有为客户造就“难忘的体验”，才会赢得用户的忠诚，维持企业长远发展。

2、一对一营销

“一对一营销”的核心思想是：以“顾客份额”为中心，与顾客互动对话以及“定制化”。 公司要充分关注个体顾客的“顾客份额”上来，关注销售产品在顾客所拥有的所有该产品中的份额，并努力提升对这个份额的占有。

了解“顾客份额”的目的是用来对顾客进行区分，“顾客份额”又可称为钱夹份额SOW（Share of Wallet）。我们可以以顾客未来一段时期内的采购计划（Wallet）与现有钱夹份额（SOW）为二维标准，进行分类，把顾客归属到“需去争取的”、“需进行培养的”和“需进行维系的”三个不同的阶段，以便有针对性地进行市场营销活动并提供差异化、定制化的产品及服务。

这种营销策略的实现可以采取的方式有：捆绑销售、在一定范围内可变的配置、个性化的包装、提供灵活的送货以及个性化的售后服务、支付方式等。

3金字塔营销模式。

此种营销也称为营销终端营销管理模式。类似于古埃及的金字塔，即终端管理系统是以一个又一个坚固的基础，一层一层向上堆砌而成的。

主要包含以下方面：

1产品质量

产品质量是组成金字塔塔基的第一部分，也是金字塔中最重要的一部分，没有产品质量一切都无从谈起。产品质量是公司的生命线，销售人员是维护产品质量的最后一道防线。 销售人员则必须做到以下几项工作

（1）产品周转要坚持“先进先出、整洁卫生”的原则。

（2）控制货龄，经常检查终端的产品货龄，合理执行倍安全库存原则，避免终端存货过量。

（3）及时更换不良品

2产品市场终端铺货率

提升市场铺货率的主要方法有

（1）开发新客户

（2）提高不同产品对同一顾客的购买率

3产品包装：

根据客户的需求，可分为必备包装，应备包装，辅助包装

4零售价格管理

“物超所值”是其价格策略的目标，要确保零售价格的稳定、统一、具有竞争力，销售人员要做到：

a.终端所有售卖的产品必须要有明显的价格标志。

b及时向销售主管反映价格问题，并提出建设性的解决办法。

5产品陈列

1. 同类产品集中摆放。

2. 同一品牌垂直陈列，包装由轻到重。

3. 同一包装平行陈列。同种材质的包装平行陈列，不可混合排放。

5. 产品需陈列在终端最明显的位置，消费者最易见到的地方。

6. 要有明显的价格标识。

7. 做到产品循环，先进先出，过期产品须立即收回。

通过实施标准化的产品陈列，塑造良好的终端形象，并且杜绝断货，加快存货周转，从而产生一举数得的益处。

广告用品

在终端内充分合理地利用广告用品，正确地向消费者传递产品信息，可以有效地刺激消费者的购买欲望，从而建立品牌的良好形象。

1. 广告用品必须张贴于终端明显的地方，不可被其他物品遮挡。

2.海报或商标贴纸必须贴于视线水平位置，不应太高或太低，应以不挡住公司产品的高度为准。

3.及时更换已经褪色、损坏或附有旧广告标语的广告用品。

4.广告用品应附有合适的消费者信息并且信息内容和售点活动及所售产品相一致。

5.各种广告用品要经常保持整齐、清洁。

促销活动

促销活动定义为：通过提供额外的奖励而吸引和刺激消费者购买更多产品

1. 促销开始之前：要与终端客户沟通，保证所有促销品牌和包装按时铺货上架和陈列，向促销员说明促销活动的方法、时间和奖励办法等。

2. 促销活动实施期间：必须明确标示产品价格，且显眼醒目，及时向销售主管反馈促销执

行情况和存在的问题，正确传达促销信息，广告用品必须根据要求张贴、摆放、悬挂在终端客流量最大且显眼的位置，扩大产品陈列空间，占据终端客流量最大的有利位置。

3. .促销活动结束后：评估活动效果，总结经验教训

金字塔计划”里面的终端执行要素(塔基)是由下至上、从重要到次要、从基础到复杂排列而成的。所有的这些要素也都是互相关联、相互依存的，销售人员在工作中只有做好了金字塔下层的工作，那么上层的工作也才会有效果。

其实在营销方式的选择上，主要还在于根据实际情况入手：首先就是要有摸清自己的家底，了解自己的实际能力和现状，扬长避短进行发展；其次就是要将企业的成功经验或所谓的核心竞争力归结出来，进行进一步的提炼，制定出自己企业的标准化管理流程，以便于企业的进一步发展扩张；然后，公示在进行连锁扩张的时候要了解实际情况，要因地制宜，不能盲目照搬。

四 中小型孕婴店的日常经营与管理：

基于以上市场分析，特制订出以下的经营管理方案。

商品及市场定位：

从市场，商品，顾客方面分析：

目标市场主要集中为：

妇幼保健医院，女子医院，美容院，人流量大的街道

商品：定位为中高档，且能符合中高等消费者购买力

顾客：A家庭成员：如爷爷奶奶B亲戚朋友，主要是过节送礼，商家注重于产品包装盒礼品市场的开发。C主要源于潜在医院出入人流。

装修：

店内装修：一般嫩绿为主色调，营造童梦奇缘氛围的店铺。店面环境干净，整洁，不显得拥挤。

还有灯光柔和，便于顾客休息，营造轻松购物环境。

店外装修：不易过渡装饰，与店内氛围适合。

可经常拜访促销专柜，要叠放，给予顾客寻宝的感觉，促进消费。

店外可以用气球等廉价商品装饰，可以赠送顾客

营销方式：

1会员制，便于顾客管理。可以与顾客简历良好的文化氛围。但回访等耗费资金量大。 营销应侧重于于人流量大，无同类店，新顾客多，把潜在顾客变为现实顾客。

精致：店面精致与商品精致，购物单留下顾客联系方式，方面发短信进行节日问候。

专业：店员素质关系到公司形象。侧重于对店员职业素质和产品知识的培养和训练。包括婴儿保健事项，劣质玩具对孩子的影响等。

2宣传方式：到医院发放宣传手册，彩色照片更易于浏览，产品特性能得到充分展示，刺激购买欲望。黑白手册是产品特性丧失，但促销可用。

面向送礼的顾客，送礼时配有礼品包装，便于赠送

3注重于周边商家的互利双赢。

商家可以互相交换低价卷，促进彼此销售。销售主管应主动走出去，协商彼此合作的方法。 4店外促销：可以将低于50元的产品进行促销，可以增家顾客量，提高人气。

促销：

同日促销：全场折扣，现实抢购。

日常促销：现金返还，现时促销返礼。

其他还需要做好库存管理，人员调配、顾客服务、商品买卖、货品陈列、店铺卫生、营业目标等等。

五 人力资源管理：

人员是一个公司成才的基础，公司的成功是基于每一位员工的业绩成长。后备人才的缺失，会严重阻碍公司的发展

营业人员职责

1负责企业形象、品牌、产品的推广和销售

2负责现有顾客的维护和新客户拓展

3收集主要竞争对手的价格，质量，市场营销策略的信息，提供公司市场营销计划的建议。 4严格执行公司产品的陈列要求的生动化要求。

5接受公司的系统培训，并运用于销售过程中

6处理部门领导安排的其他工作

人员的激励与奖惩

在薪资上可以采用行业底薪+销售提成方式

平时注重对员工精神世界的关注，可定期开展娱乐活动缓解员工工作压力。主管要勤于同一线员工交流，以增强团队凝聚力。

在奖惩上，严格按照公司相关条例执行，尤其是主管要身体力行，坚决执行相关管理条例。 店长的自我管理

店长室店铺管理的核心，一个店就象一个家，店长也就是一家之长，家长要操心这个家的所有问题：人员调配、顾客服务、商品买卖、货品陈列、店铺卫生、营业目标等等。作为一个

**母婴护理与销售工作总结6**

时光荏苒，20XX年已经过去了，回首过去的一年，内心不禁感慨万千，在这一年里，我在院领导、科主任和护士长的关心与直接领导下及同事们的关心与帮助下，本着“一切以病人为中心，一切为病人”的服务宗旨，刻苦钻研业务知识，努力提高理论知识和熟练地掌握了各项临床操作技能充分发挥岗位职能，并以“服从领导、团结同志、认真学习、扎实工作”为准则，始终坚持高标准、严要求，始终把“安全第一”放在首位。较好的完成了各级院领导布置的各项护理工作，在同志们的关心、支持和帮助下，思想、学习和工作等方面取得了新的进步，现工作总结如下：

一、在思想政治方面，积极拥护医院的各项方针和规章制度。

以病人为中心，严格按一名优秀合格护士的标准要求自己，视病人如亲人，坚持以质量为核心，病人的满意度为标准，牢固树立团队精神。

二、积极学习各项新技术、新业务。

作为一名外科护士，在工作中严格执行各项操作规程，遵守医院科室的规章制度，时刻注意保持无菌观念，对待工作认真负责，一丝不苟，加班加点，树立高度的`集体责任感和荣誉感，团结同志，凡事以工作为重。为患者提供全方位优质服务。

三、工作中，积极进取，严格查对，严谨细致，杜绝差错事故的发生。

在这一年的工作中我将克服自身的一切不足，取长补短，戒骄戒躁，不断完善自己，提高自己业务水平，争取在新的一年在各方面都更上一层楼，取得辉煌业绩。

四、为做好基础工作，我坚持严格要求自己，注重以身作则，以诚待人。

一是爱岗敬业讲奉献。我正确认识自身的工作和价值，正确处理苦与乐，得与失、个人利益和集体利益的关系，坚持甘于奉献、诚实敬业，二是锤炼技能讲提高。经过一年的学习和锻炼，细心学习他人长处，改掉自己不足，并虚心向领导、工程师和同事请教，在不断学习和探索中使自己在技术上有所提高。

五、严于律已，不断加强作风建设。

一年来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自己的准则，始终把作风建设的重点放在严谨、细致、扎实、求实脚踏实地埋头苦干上。在工作中，以制度、纪律规范自己的一切言行，严格遵守各项规章制度，尊重领导，团结同志，谦虚谨慎，不断改进工作作风；坚持做到不利于班组事不做。与班组成员心往一处想，劲往一处使，不会计较干得多，干得少，只希望把所有工作圆满完成。

护理事业是一项崇高而神圣的事业，我为自己是护士队伍中的一员而自豪。在即将过去的一年里，要再次感谢院领导、科主任和护士长给予的教育、指导、批评和帮助，感谢同事们给予的关心和支持。回顾过去，有许多进步和提高，同时也存在一些不足；主要是学习、技术上还不够努力，和有经验的同事比较还有一定差距，在今后工作中，我一定认真总结经验，克服不足，努力把工作做得更好。

在即将迎来的20XX年，我会继续发扬我在过去的一年中的精神，做好我自己的工作，急病人之所急，为病人负责，绝对不要发生因为我的原因而使病人的病情恶化，我对自己的工作要做到绝对负责，这才是一名救死扶伤的护士应该做的最起码的工作。

作为一名护士，我时刻的意识到我担子上的重任，我不会为医院抹黑，我只会来激励我更加努力的工作。在生活中我也是会严格要求自己，我相信我会做到为人类的护理事业作出自己应有的贡献！

**母婴护理与销售工作总结7**

20xx年，妇产科在护理部主任领导下，在护理质量管理委员会成员的共同努力下，较好的完成年初制定的护理工作计划，现总结如下：

1、病房管理平均分，合格率100%。

2、分级护理查一级护理3人，二级护理4人，平均分，合格率100%。

3、急救物品平均分分，完好率100%。

4、消毒灭菌平均分分，合格率100%。

5、安全管理平均分分，合格率100%。

6、三基理论考试平均分分，合格率97%。护理操作考试平均分分，合格率。

7、严重护理差错发生率为0。

8、护理事故发生率为0。

9、病房褥疮发生率为0。

1、护士长每日参加晨会及病房的床头交接班，每周进行两次管理查房，每周进行护理业务查房两次（其中一次为参加科室主任疾病查房，另一次为带领护士进行查房。）科室护理监控小组每月对本科室护理质量进行自查2次。

2、定时检查与不定时检查相结合

1）、定期检查：完成情况：重点环节质量12次，分级护理质24次，急救物品24次，安全管理24次，护理文件书写24次，毒隔离与无菌技术24次。

2）、不定期检查：护士长每周不定期进行两次管理查房，全年共104次。

3、完成护理业务查房12次，提升护理人员专科护理水平。

1、护理质量缺陷分析，还不够深入。

2、护理质量控制办法比较单一，收效有待进一步提高。

3、护理质量考核标准还不够完善，有待进一步的修订与提高。

护理质量持续改进，是永恒的主题，在新的一年里，我们将持续改善护理管理和服务医疗水平，充分发挥护士的潜能，促进护理管理、质量持续改进。

**母婴护理与销售工作总结8**

忙碌、充实的20xx年匆匆而过，盘点收获，总结教训，该留下踏实的脚步；沉淀积累，触动启发，的开端在的结束之后。新年将至，为的20xx年画圆满的句号。

科室人员偏年轻化，工作经验，专科知识欠缺，为护理服务质量，从基础护理工作入手，查房程序和交班制度，将晨间护理与交接班交流平台，细致的专科健康知识教育，和人性化沟通，的病人满意度，将核心制度本年度考核，每周考核一项，规范工作流程。服务质量，从改进工作细节入手：

1、改进查对，将传统的称呼病人床号、姓名，改为问病人姓名，让病人回答，查对差错的性。

2、改进备皮方法，使用一次性备皮刀，撤消民用备皮刀，将滑石粉润滑备皮改为肥皂液润滑备皮，工作和备皮。

3、推广使用家属陪护椅，只象征收取使用费，为病人。

4、护士交流沟通本，将日常工作质量控制内容，传达会议内容，交接须注意等写入沟通本，各班参阅，须开会才能传达的周期长、改进的弊端，质量持续改进目的。

5、联合都市宝贝照相馆，免费为新生宝宝出生照，将新生的喜悦留给，也留给病人全家，特殊的。

将工作细化，分工，文书书写由责任护士和质检员三人，开成管床护士责任下病历，责任护士把管，质检员质控的三级质控模式，的控制书写错误和不规范书写，书写质量。工休座谈、抢救药品、实习生讲课、学习分别责任到人，人人有事管，事事有人，大家科室管理，了大家的性。

产房管理，印制产科常见急症抢救流程，张贴在产房内墙，强化操作流程化，腕带识别制度，新生儿腕带配戴工作，产房交接流程并督导实施，产妇及新生儿安全管，疫苗上报及查对程序，疫苗管理。管理年验收标准，产房改进，配置消毒用品，待产室、隔离产房、及隔离待产室位置，以标准要求。

护理人员年轻化情况，制定操作训练计划，将基础操作项目纳入日常考核，每周检查督导一项，将常用操作项目逐一考核，尤医操作项目，制定操作标准，全员训练，并在操作考核中改进操作流程。操作技术，服务质量。

充实专科知识，派出助产一人到北京学习，护士长到天津及杭州进修学习，引进新的理念和技术，改进工作，技术，带动科室学习气氛，学习每月两次，中医护理技术项目，学习中医理论，级论文一篇，督导全科护士教育任务，专科知识学习。今年实习生人数多，为带教质量，制定详细带教计划及带教老师授课计划，每批学生专科知识两次，圆满全年带教任务。

一年的付出，算不上美满，总有与失去同在，充实与惆怅并行，不现状才是进步的开始，在又年度展开之际，努力启航，又奋斗的轮回。

**母婴护理与销售工作总结9**

为进一步规范计划生育技术服务机构\*\*执业行为，严厉打击计划生育违法\*\*行为，按照区市相关的文件要求，现将x县卫生\*\*所xxxx年开展计划生育技术服务的机构随机\*\*检查情况总结如下:

x县共有开展计划生育技术服务的医疗机构x家，其中妇幼保健所一家，医疗机构x家。均为国家随机\*\*抽检单位。

（一）\*\*执业情况：检查的x家机构中，取得计划生育技术服务执业资质的机构x家，且严格按照批准的业务范围和服务项目开展执业活动。抽查x家机构执业人员共xx人，持有《医师执业证书》xx人，执业范围均为妇科专业；xx人均持有《母婴保健技术考核合格证》，且能严格按照批准的服务项目开展诊疗活动，目前全县无开展人类辅助生殖技术及人类\*\*库的机构。

（二）存在问题:检查的x家机构中，有两家单位未按要求开展终止中期以上手术查验登记工作及无相应\*\*，一家单位未按要求设置禁止两非警示标示，一家单位未建立孕产妇\*\*、婴儿\*\*以及新生儿出生缺陷报告\*\*；未建立禁止胎儿性别鉴定管理\*\*的单位有x家。

本次检查中，对个别医疗机构在经营过程中存在的其他方面存在的问题下达了责令限期改正的卫生\*\*意见书。检查未发现医疗机构违法\*\*开展计划生育技术服务的违法行为，年内无行政处罚案件。

**母婴护理与销售工作总结10**

20xx年匆匆而过，盘点收获总结教训，该留下踏实的脚步，沉淀积累，触动启发，良好的开端在成功之后，新的一年将至，为即将过去的xx年画了一个圆满的句号，总结一下汇报给护理部。

科内护士都能遵守院里制定的各项制度，服从领导工作上的调遣，彼此之间团结友爱，互相帮助，经常学习，不断提高自身素质修养，提高自身的护士形象。

严格执行规章制度，提高护理质量，踏实的从护理基础做起，确保安全医疗的根本保证，我科室人员少，又不固定，常有新护士过来充实工作，就安排护理老师一对一的进行理论技术学习指导，使她们尽快适应本职工作。在科室树立一种传帮带教的良好氛围，以老带新的方法巩固基础知识，训练基本功，丰富她们所学到的知识，运用到临床护理。

本年度制定的业务学习计划已基本完成，通过培训业务知识都有明显提高，科内学习利用交班后的时间，进行基础护理常规学习，护理文件书写学习，健康教育指导知识，及技术的强化训练。不断提高专科知识水平，更好服务于病人。

明确分工，防范工作漏洞，减少护理差错发生，坚持术后一级护理查房制度，重患床头交接制度，将工作细化责任到人，专人管理，如责任护士、治疗护士、助产护士、门诊护士各尽其责，杜绝了等靠病人喊护士的情况，提高了护理质量，门诊产科有专人负责消毒隔离人、并有记录，一年上环取环、人工流产、药物流产及各项妇检，无一例感染发生。急救药品定期检查，配合医生圆满完成工作任务。住院处分娩工作也有专人负责，包括急救药品，定期检查有无失效期，室内每日紫外线消毒照射两次，一年自然分娩89例无产后感染。病房护士分责任护士、治疗护士、巡回护士各尽其责，杜绝了病人喊护士拔针换药情况，住院病人及时得到接待，科内护士虽然人员少，但是明确了岗位责任，工作井然有序，忙而不乱，形成人人有事管，事事有人负责。大家共同参与科室管理，发现科室情况都能及时反馈，比如：马桶堵塞，下水漏水，窗户门锁出现问题，及时上报，同时得到后勤人员及时维修，为病人营造舒适的环境。

通过护理部及科内组织的例会学习，科内护士在工作中严格要求自己的工作作风，严格执行无菌技术操作，执行三查七对，上输液卡，并注明输液时间、家属签字，全年无一例术后输液反应，无差错事故发生，全年累计，静点3528次，肌注1152次，导尿323次，备皮327次，监护634小时，理疗1368次，会阴护理1378次，为新生儿接种疫苗724次，输血1600ml，在工作量大人员少的情况下没有叫苦叫累。当自然分娩与剖宫产术前术后发生冲突时护士跑里跑外没有怨言，在急情况下又充当助产士配合助产士帮助产妇顺利分娩，同时没有影响手术进行，有时在急诊急产情况下，科内护士能随叫随到参

加抢救工作，有时护士为病人送化验单，陪同做B超心电，减轻病人痛苦为抢救治疗赢取时间，我们科室护士就是这样默默工作，默默奉献，她们爱病人似家人。孔德磊为困难产妇端来鸡汤送来奶粉，郭永男为科室护理管理出谋划策，吴晓春王运梅在工作上尽职尽责，她们爱岗敬业的精神得到家属的认可。

认真执行消毒隔离制度，配液室每日两次紫外线照射，处置室每日一次紫外线照射，病房产妇出院后消毒一小时，台面、物体表面定时擦拭，并有记录，医疗垃圾分类包装，减少院内交叉感染。

一年的付出算不上完美总有获得与失去同在，工作上还不够仔细，护理理念还有待增强，服务态度还有待提高，不满足现状才是进步的开始，在又一个年度展开之际，只有努力起航进入又一个奋斗轮回。

**母婴护理与销售工作总结11**

随着整体护理内涵的拓展，护理工作已不再是单纯的发药、打针、输液，护士的职责已经拓展到健康管理这个范畴，健康教育已成为护理工作重要的组成部分。而神经外科作为一个特殊科室，病人起病急，变化快，病程长，合作性差，家属更换频繁，护士治疗护理任务繁重，健康教育工作难度较大。在神经外科护士长带领下，护理团队集思广益，摸索了一条属于自己的健康教育之路。

一、强化入院指导，认真履行告知义务 新入院病人由当班护士给病人先做入院指导，专业护士再次强化，最后由护士长来检查指导结果。强调管道维护、症状护理指导、输液指导、用药指导等等。

二、每周安排健康教育班次，并梳理了岗位职责，由责任组长承担 根据科室实际病员情况、住院时间长、各组责任组长对病人情况掌握全面等特点，每周排健康教育班次，由责任组长承担。先了解各组病人健康需求情况，根据所了解到的病人及家属的健康教育需求，有针对性地进行指导，如常见的病情观察合作要点、饮食指导、体位指导、气管切开护理指导、康复训练指导等方面，做到因病而异，因人而异，为1周内的健康教育工作落实提供依据和帮助。

三、由于神经外科专业的特殊性，部分重型颅脑损伤的病员由于疾病本身严重无法治愈(植物状态)、也有的因为经济原因带管出院，为了更好地体现整体、优质护理，针对这类病员，健康教育岗位护士在病员出院登记时作特殊标识，除了常规的电话随访，另外在每周的“健康教育”班时加强一次电话指导，必要时进入社区、家庭进行指导。

四、常规健康教育具体到每个人头，落实到分管床位，不论年龄，职称高低各分管一个病室的健康教育。不但增强了每个护士的健康教育意识，同时提升了护理团队整体的专业素养，加强了低年资护士的工作责任感。

五、温馨提示，丰富健康教育形式。制作气管切开警示卡，床头简短留言条，做到口头与书面并进，弥补因家属更换频繁，口头讲解不到位的不足，提高病员及家属的依从性。

通过神经外科独特的健康教育模式，提高了神经外科病人及家属的参与感，增强了依从性，保证了健康教育质量。

**母婴护理与销售工作总结12**

母婴店店员执行的结果，常常五花八门，与店长的要求相差甚远，有时甚至南辕北辙。出现这样的结果，原因可能是多方面的，但“子不教，父之过”，其实根源还是店长教导无方或教导不够造成的。

到底母婴店店长该怎样教好店员，带好团队呢？总结一个词：言传身教！

一、师傅带徒弟

学习求进步，方法有两种，一靠自己摸索，苦学、苦修、苦想，象陈景润攻克歌德巴赫猜想。二是寻找良师益友，向老师、专家、成功人士学习。

成功学大师哈维麦凯说，世界上所有的成功人士，都有一个共同的特点，就是他们每个人都有一个指导老师，一个教练，或者一个楷模。学开车、学电脑、学打球、学瑜伽，有老师指导进步神速，自学成才不容易，有时还会走火入魔。

母婴店店长应该成为\*\*最直接的老师。有经验的老师都知道，自己以为很懂的一些观念，除非你能够用语言清楚的表达出来，教到别人都能懂得，在此之前，你对这个观念还没有一个真正完全的了解。教别人的同时，对自己是一个再思考、再学习的过程，所谓教学相长，水涨船高。自己要提高，就要多教别人。“得天下英才而育之，不亦乐乎！”

从店员的角度来看，从店长身上得到指导，学到更多的知识、技能，自身的素质、能力得到提高，不断进步成长，不亦乐乎！

从公司的角度来看，店员、店长的技能提高了，对门店的目标更清楚了，公司的作战能力增强了，竞争力提高了，业绩超额完成了，不亦乐乎！

二、天天讲，月月讲，年年讲

\*的传统教育习惯于“填鸭式”，大多数企业的培训，也都在延续这种方式。

效果不好时，台上滔滔不绝，台下昏昏欲睡，盼着早一点结束；效果好一些的，听课时气氛热烈、热血高涨，培训结束后涛声依旧。

“今朝思量千百计，明朝依旧卖豆腐”。任何一个重要的观念要听七次以上，并且要教到别人都能懂得，在此之前，你对这个观念还没有一个真正完全的了解。一次门店培训，店长会讲到多少重要的观念？还没有真正理解之前，根本谈不上有效地执行。

公司的重要策略如果执行不力，就需要像一个传教士一样，天天讲，月月讲，年年讲，但不要像妈妈一样（啰嗦）。

三、示范

大多数人相信“耳听是虚，眼见为实”。

学太极拳，师傅都会打几遍完整的套路给大家看；学绘画，老师也会先画一些简单的图形，讲明要点，再让学生临摹；一些好的文章，都会配上相应的很多图片，图文并茂，来形象地说明自己的观点。

一个高明的作家，用无数赞美的语言描述一少女的美貌，读者还是想象不出这个人具体什么样子。但只要一看她的.照片，只要几秒钟就会记住她的容貌，有时候还可能终身不忘。

四、动手参与

销售技巧的学习，如果只按照我们培训部开发的教材念给店员听，第二天店员就忘了。如果店长配合产品展示，或叫店员亲自\*\*演示，叫其他店员扮演客人的角色扮演法，培训效果就更佳。

“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”，“百炼才能成钢”，“亲口持梨知酸甜”，游泳中才能学会游泳，在战争中才能学会战争。这些说法都告诉我们一个道理：听到的、看到的知识、经验，只有通过行动，才能转变为自己的经验，去指导自己以后的行为。

五、身教重于言教

店长培训店员的同时还必须注意自身形象的塑造，给\*\*一个学习的榜样。如果一个店长经常迟到、早退，那么他的店员也会有样学样。近朱者赤，近墨者黑。

——母婴店的销售技巧和话术 (荟萃2篇)

**母婴护理与销售工作总结13**

20xx年，县委、县\*及上级主管部门的正确\*\*下，公司紧紧围绕供水服务这个中心工作，抓重点求突破，真抓实干、不断创新，公司被x供水协会县镇委员会命名表彰为“全国优秀县镇供水企业”。

以人为本，狠抓队伍建设，不断提高\*\*职工队伍素质是做好供\*\*作的根本保证，公司牢牢抓住队伍建设不放松，始终把提高\*\*职工的素质教育放首位。公司\*支部把“抓好\*\*、带好队伍”作为\*建工作的重中之重，\*\*\*\*\*\*自身建设，狠抓\*风廉政建设的同时，结合“规范\*支部”创建活动，进一步完善了原有的规章\*\*，并提出“凡是要求职工做到的，\*\*\*\*成员和\*员\*\*要首先做到”，\*\*\*\*成员和\*员\*\*必须三个文明建设中起表率作用。

公司制定了教育、培训、宣传工作计划，\*\*\*\*职工通过思想\*\*教育、法制教育、职业道德教育工作，把\*的方针、\*\*等变为职工的自觉行动。此外，公司还坚持开展“假如我是用户”的讨论，引导职工换位思考；开展“十佳职工”、“先进集体”、“文明科室”评选等活动，激发职工的集体荣誉感，引导职工关心企业、爱惜自己的工作岗位，为企业塑造一个团结协作、健康向上的良好风气，进一步促进了企业的健康发展。

为进一步提高服务水\*，公司从接听电话、文明用语等服务规范入手，采用自学、集中讲解，以会代训等各种形式，积极\*\*职工认真学习服务规范和考核标准，要求各部门严格按服务规范开展工作。采用请进来送出去的方法，先后对安全员、管道工、项目经理、电工进行了技术培训和复审培训，窗口部门的所有职工均通过了市供水处\*\*的创建文明城市知识考核，截止到目前共有人次参加了各种培训、考核，培训合格率和持证上岗率均为x%。

十万吨新水厂一期工程年已顺利竣工，为确保新水厂按计划年高峰供水前投入运行，公司对新老水厂的交接运行进行了周密细致的安排，对操作人员进行了前期培训，对净水设施进行了精心调试。新水厂出厂水经\*门检测合格准予入网，于月日正式对外供水。

新水厂投入运行后，公司对新水厂的安全保供工作十分重视，净水厂根据公司提出的“管好用好新水厂、安全优质供好水”的要求，狠抓内部管理，做到经常巡视，严格按操作规程操作，严把水质关。此外，公司还投入万元对净水厂、取水泵房及城区个测压点进行实时自动\*\*，实现了视频管理，及时发现和消除不安全隐患，确保安全保供无事故。目前，新水厂运行正常，最高日供水量已突破万吨，城区实现了恒压供水，出厂水浑浊度始终保持左右，各项指标均优于国家饮用水卫生标准，全年水质综合合格率达x%。新水厂的及时启用为我县的跨越式发展作出了应有的贡献，整洁卫生的花园式工厂受到了前来视察的\*\*、\*委员们的一致好评。

由于\*\*\*\*的变化、邻里之间抄表难以及由于\*\*\*\*部门对于总表内的供水设施疏于管理而造成的总分表计量不符，使居民用户对历史形成的抄收方式产生了不满，这是引发供水服务矛盾的一个主要原因。面对这个历史遗留问题，公司从中看到了改进服务方式的方向。

为真正做到为民解忧，为民办实事，公司从年开始加大了抄表到户工作力度，通过发放社会服务卡、户表改造\*\*问卷等形式，大力宣传抄表到户改造。由于改造费用的问题，用户对户表改造的积极性不高，公司曾与房改办共同向县有关\*\*提交了对房改房三方承担改表费用的建议，因\*\*\*\*这个建议未能落实。

今年一季度，\*的网站“问计于民”上，许多市民提出“抄表到户”这个热点问题要尽快解决。为把这项民心工程办好，没有财政补贴及配套\*\*的情况下，公司经研究决定：把抄表到户做为年的一项重点工作来抓，抽调专业人员成立户表改造办公室，从月日起，采取公司贴人工费，用户每户仅需出元费用的办法，进一步降低改表费用，减轻用户的负担；对低保户等困难群体按照有关程序给予适当减免。

公司自降低改表费用以来，受到了广大用户的好评，也受到了县\*\*\*\*\*的关注。x月x日，县\*与部分市民\*\*对公司的户表改造工作进行了进行了专题调研，并到现场视察，对公司不等不靠，主动服务用户的做法给予了高度评价。截止到月底，共完成户表改造户，为户低保户等困难群体按照有关程序减免了部分费用。

20xx年是水务系统文明行业创建年，也是南京市文明城市创建年，公司认真贯彻落实上级有关文件精神，把创建活动纳入到日常业务工作中，与业务工作一起布置，一道考核。\*\*有关人员上街开展服务咨询、冬季用水知识宣传等便民利民活动，并把用户关注的户表改造、水价等文件依据、\*\*法规放入了\*的网站，便于用户查询、\*\*。

为进一步提高服务水\*，公司从接听电话、文明用语等细节入手，制定了《窗口服务管理\*\*》，\*\*了工作服，为管线所配发了有“自来水公司”标识的黄帽子。投入万多元，对营业窗口的计算机进行了升级，规范了公示内容，向社会公开招聘了名窗口服务人员。重新印制了“三来”服务信息单，严格实行用户签单\*\*；规范了投诉处理机制，使投诉处理有记录、有\*\*、有处理、有回访，形成闭环操作。为促进服务质量的进一步提高，公司\*\*成员与\*\*\*\*一道，对抄表准确性、水表环境、窗口服务人员服务质量等进行为期三天的突击抽查。

通过各项\*\*的落实，员工服务态度、工作质量有了根本的改变，窗口部门严格按承诺进行服务，他们急用户所急，特事特办，为用户解决了一些历史遗留问题及突发事件，受到用户的肯定，今年共收到用户赠送的锦旗xx面，表扬信xxx封。

为认真听取社会各界对供水服务工作的建议和意见，进一步提高服务质量，公司先后于月日、月日邀请\*委员和部分用户\*\*召开了户表改造座谈会、供水服务座谈会。会上\*委员和部分用户\*\*对户表改造提出了许多建设性的意见，并对公司的服务质量和服务效率给予了表扬。

这一年我们虽然取得了一定的成绩，但同时我们应清醒地看到存不足之处，\*\*职工的思想\*\*素质和业务素质还有待进一步提高；服务质量上离行风建设的要求还有一定差距；创建“叫得响、站得住、传得开”的知名服务品牌工作还有待进一步提高；改表到户工作仍需加大力度。

——游戏活动保育工作总结 (荟萃2篇)

**母婴护理与销售工作总结14**

XX年，我公司在\*\*、\*及主管部门的正确\*\*下，以\*\*\*列宁\*\*，\*思想，\*理论，“\*”重要思想和\*的xx大报告精神为指导，认真贯彻落实\*的xx届\*\*\*\*、区九届七次全会精神，认真贯彻落实\*的路线方针\*\*，深入开展实践科学发展观活动，以“安全、高效、优质、文明”供水为目标，紧紧围绕供水服务这个中心工作，抓重点求突破，真抓实干、不断创新，努力实践“\*”，“三个文明”建设取得了显著成果。

1、内强素质，\*\*作表率。公司不断提高\*\*职工队伍素质是做好供\*\*作的根本保证，公司牢牢抓住队伍建设不放松，始终把提高\*\*职工的素质教育放在首位。公司\*总支部把“抓好\*\*、带好队伍”作为\*建工作的重中之重，\*\*\*\*\*\*自身建设，在狠抓\*风廉政建设的同时，带动公司工、青、妇并结合“规范\*支部”创建活动，进一步完善了原有的规章\*\*，并提出“凡是要求职工做到的，\*\*\*\*成员和\*员\*\*要首先做到”，\*\*\*\*成员和\*员\*\*必须在三个文明建设中起表率作用。

2、深入开展\*风廉政，\*\*倡廉建设。坚持抓教育、不断提高\*员及各层管理人员\*\*倡廉的自觉性。公司\*总支部和各支部坚持“三会一课”\*\*，公司的大小会议也经常重温“四大纪律”“八项要求”，常敲警钟，防微杜渐。坚持抓\*\*管理和科学决策20\_年自来水公司上半年工作总结20\_年自来水公司上半年工作总结。对公司的经营方针发展规划、资本运作、管理人员的选拔、大额资金的使用等进行反复研究、论证，按照\*\*议事的原则，实行\*\*集体讨论决定。建立和健全\*\*，落实责任。公司与各科室签订了《北流市自来水公司实施\*风廉政和反\*\*\*\*“\*\*\*”工程责任书》。

3、继续设立北流市自来水公司市民素质教育学校，成立了相应的工作\*\*小组，制定了《市自来水公司XX年学习培训计划》与《市自来水公司XX年学习培训计划实施方案》，规定周二、周五为公司全体\*\*职工学习时间，印发了学习资料1000多份。举办了学习“四项\*\*\*\*”培训班，开办了一期学习“四项\*\*\*\*”宣传专栏。

4、营造宽松的学习环境，建立激励员工学习的长效机制。征订了各类报刊杂志、学习刊物22种供广大员工学习阅读。

5、本月底，公司女工到市计生站进行妇检，妇检率达100%。

1、今年来，在各级\*委、\*和上级部门的部署下，开展了学习实践科学发展观活动，通过\*\*学习讨论，写心得体会，广大员工对城市供水服务理念有了更高的认识，增强了服务意识和责任感。

2、不断完善管理\*\*，降损增效，一方面加强输差管理、降低供水成本和水损;另一方面，加强抄表收费;再者，加强对机关、个体的稽查，特别对洗浴、餐饮、洗车、旅业等用水户的检查。

长期以来，公司就非常重视安全生产工作，成立了安全生产工作\*\*小组，全面落实安全生产的各项工作措施。特别是最近的强降雨天气频发，公司各\*\*\*\*\*\*，高度警惕，切实加强\*\*，全面防范安全事故发生

加强教育，增强安全意识。公司对安全生产的宣传教育，常抓不懈，定期或不定期\*\*学习安全生产的有关\*\*规定，岗位操作规程、安全生产事故教训和季节性宣传教育等，帮助广大员工牢固树立“安全第一”的观念。

1、安装工程：1-6月新增管网1758米，新增用水户1225户。

2、供水：1-6月供水总量为：抄表量380、4万吨，售水量379、9万吨，售水收入529、4万元，水费回收率达99、9%，水质综合合格率达99、8%。

3、城区给\*\*程配水管网已完成安装。

1、派出下乡指导员3人;

2、在植树节活动中捐款3000元;

3、在抗旱救灾活动中捐款1000元。

——水厂年终工作总结 (荟萃2篇)

**母婴护理与销售工作总结15**

母婴健康工程关系到辖区内妇女儿童的身体健康。根据县卫生局对我院母婴健康工程建设的相关要求，我院进行了一系列工作，现将20xx年的母婴健康工程工作总结如下：

成立母婴健康工程建设\*\*小组及项目技术小组，院长亲自担任组长。定期开展母婴健康进展情况报告会议，听取工程建设中存在的问题及建议。技术小组积极参与相关科室的疑难重症病历的分析，讨论，制定相关病例的诊治计划，参与制定\*\*相关科室的业务知识学习，积极提高科室业务水\*。

1、人才建设：积极\*\*院内业务学习，按计划进行业务培训。\*\*相关医务人员参加省、市、县级培训，共有30人次参加培训，共计培训246学时，一人到省儿保进修三个月。

2、硬件投入：台式低速离心机一台，电热恒温水槽一只，优利特-300型尿分仪一台，海尔医用保存箱一台，人流吸引器一台，优化医疗设施，提高医疗服务质量。

3、完善基层母婴保健网络建设。妇、儿保人员均由相应的妇产科、儿科医师担任，设有专门的办公室，开展妇、儿保门诊。每村设立一名公共卫生卫生联络员，由村\*\*担任，负责本村的妇、儿保工作。社区责任医生协助开展妇女、儿童随访及管理。

本年度我院通过各科室共同努力，各项指标均按要求达到母婴健康的各项指标。

1、孕产妇\*\*率、可避免孕产妇\*\*病例、因产科出血\*\*的孕产妇三项指标均为0。

2、婴儿\*\*率为0。

3、孕产妇系统管理率达96%。

4、孕28周县级筛查率达95%。

5、产妇住院分娩率为100%，高危孕妇住院分娩率100%。

本年度根据年初制定的经费预算，我院在硬件设施及人员培训中投入了大量资金。

1、台式低速离心机一台投入万元。

2、电热恒温水槽一只投入万元。

3、优利特-300型尿分仪一台投入万元。

4、海尔医用保存箱一台投入万元。

5、人流吸引器一台投入万元。

6、母婴健康教育宣教投入万元。

7、人员进修培训投入资金约万元

1、我院地处山区，交通不便，给日常妇女、儿童保健工作带来了不少困难。

2、人才引进困难，因卫生院待遇相对较低，工作环境相对较差，不能有效引进人才、留住人才。

3、医疗设施不能满足业务的发展，病房的住院条件相对落后，导致部分病源外流。

4、“母婴健康工作“建设应该受到社会的\*\*\*\*，需要全社会的共同参与，才能更好地利于工作的开展。

**母婴护理与销售工作总结16**

因此，店长需要站在经营者的立场上，综合的、科学的分析店铺运营情况，全力贯彻执行公司做为一名店长不只是需要理解上级下达任务和目标。还要为了达到这一目标需要做什么，怎么做才能达到最佳的效果。每一位顾客的资料都不应该一成不变，而是要不断丰富，要注意对每一个顾客细节资料点点滴滴地积累，这样，在与顾客沟通中才能让顾客真正感受到关怀。此外，通过对同一名顾客消费资料的连续分析，将为对该顾客制订有针对性的服务与销售策略提供最直接的依据。外出派单是获得新顾客资料的最直接有效的手段，特别是应该在客流不够充足时，将此作为一项日常工作，一方面可以将人力资源利用得更加充分，同时也可以通过这一工作更加的了解客户。电话跟进客户则是向外延伸服务的有效手段，对服务情况进行售后追踪，将大大有利于新顾客和有流失迹象的顾客关系的巩固。总之，要做一名合格的店长，必须要做到顾全大局，里外兼顾，宣传是带动店面发展的命脉，只有有了足够的新客户店面才能活起来。同时，服务质量和对客户的了解也是不容忽视的，否则之前的一切将会白费，将是毫无意义的。

另外，店面的经营管理也要常抓不放，这是店面运营的基矗第一要建立逐级管理制度，岗位职责分工细化，自上而下。使工作事事有人管，件件能落实，防止死角现象的出现。

第二要注重店内人员的培训工作，培养员工、销售人员的集体荣誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位员工、销售人员充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到p懂业务、会管理的高素质人才。

第三要建立分明的奖惩制度，以激励和约束员工、销售人员的工作，使全店成为一支团结协作的集体，在竞争中立于不败之地。

第四要创造良好的外围环境，协调好与政府部门的合作关系，以减少不必要的麻烦。

一句话，市场是良好的，形势是严峻的。假如在短期内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场我会认真执行公司的品牌策略，全力发挥店长的职能。在以后的工作中要努力改进，在新的一年里我会更好的做好自己的本职工作，用责任心做事，用感恩的心做人，让盛世的生意做的更大。

**母婴护理与销售工作总结17**

一、同每一个店员进行单独沟通

与店员进行沟通是店长的主要工作职责之一，也是必须掌握的一种沟通技巧。只有沟通得好，很多工作才能顺利展开，不断提升团队的凝聚力，提高销售业绩。

店长为什么要同每一个\*\*员工进行单独的沟通？单独沟通的好处是什么？

店长作为一名管理者，如果对自己的\*\*员工都不了解，不知道每个员工的能力特长，就没办法“因人设岗”。

就会造成员工在工作时很难最大化发挥自己的能力：事情做不好的同时，还会影响员工工作的积极性。时间一长，员工的工作兴趣和激情就会被消耗殆尽，然后是无尽的抱怨，或者直接辞职走人。

单独沟通的好处首先能让新入职的员工感觉到自己的重要性，让员工初步获得存在感和价值感；

其次，单独沟通更有利于对每一个员工内心想法、需求、期望等信息的深度挖掘，因为单独面对面更容易说服和打动对方，是对方能尽可能的敞开心扉说出心里话。

只有员工愿意和你交心沟通的时候，从工作到个人再到家庭，你们无所不谈的时候，你才算是真正了解这个员工。

二、了解员工的特长

学会和\*\*员工进行沟通是店长管理的基本流程之一，“了解员工特长”才是沟通的关键。知道员工的特长才能在分配工作任务时做到有的放矢，合理安排，有效提升门店的经营效率，提高销售业绩。

“知人善用”是对婴童店长管理能力的要求。店长若了解\*\*员工，但却不知道将什么样的员工用在什么样的工作岗位上，这是人员管理上的失败。

如在一个100\*左右的婴童门店里，可能导购人员加上店长最多不超过6个人，人员的合理安排很重要。每个\*\*的员工的工作能力也不一样，有的员工手脚快，做事麻利，但不擅长和顾客沟通，有的员工手脚慢，但嘴巴甜，擅长和陌生人搭讪，而有的员工手脚既不快，嘴巴也算不上甜，但长相姣好，在店门口一站就能吸引过路人的目光，也算是一个特长。

所以，对店长来说，熟悉了解每一个\*\*员工，知道所有人的特长就能很容易将他们安排到相应的工作岗位上，主要目的还是为了店面的\*\*经营，并最终提升销售业绩。

三、每一项工作都要责任到人

店长制定的每项工作内容，一定要严格按照相关时间节点要求，将每一项工作都责任到具体的人，并提出明确的要求。

每一项工作都责任到具体的人，这样既锻炼店长的管理能力，也能提升员工的工作效率，做到日事日毕、日清日结，不养成拖拉延误的习惯才能真正的锻炼我们自己，使我们养成良好的工作习惯，并从中获得快速的职业成长。

其次，将每一项工作责任到人，在店面经营过程中发生任何事情都能寻根觅源，找到具体的事因，这样既不冤枉任何一个员工，也不会姑息任何一个员工。当然，最终要的还是当事情发生后，能根据具体负责的员工找出具体的原因，然后通过总结分析，避免下次再犯同样的错误，以此达到提升店面经营效率和管理水\*的目的。

四、让每一个员工都把事情做好

“把事情做好”是对员工的最基本要求，但若要求团队里的每一个员工都把事情“做好”的确是一件不容易的事。

店长如何通过管理流程来\*\*员工把事情做好？这就要求店长必须具备很强的执行能力，也就是说店长首先就要在工作的各个环节上严格要求自己，只有店长按流程严格去执行了，员工才有可能从一开始像鸭子一样被赶着上架，慢慢变成像鸟儿一样天黑就会主动归巢。

譬如，在婴童门店里，店长可以在店内放一块白板，把团队各成员的近期工作安排全部排写在白板上，然后通过开晨会的方式沟通检查每个成员的工作进度，对需要加快进程的伙伴给予提醒，并强调最后的时间节点要求，明确相关责任。只有这样，店长才能清楚掌握店内的每一项工作的进展，要求每一位员工都把事情做好。

五、日常工作内容顺序和细节

在门店的日常工作流程中，哪些顺序和细节是店长必须掌握的？从员工“到岗”到最后“闭店”都有哪些工作要处理？

譬如很多婴童店都是要求员工要提前20~30分钟到岗，并由店长亲自负责考勤。在正式营业前的这段时间，员工更换工作服、整理个人仪表、清点整理陈列货品、打扫店内卫生、备好零钱，然后店长还要\*\*200秒左右的晨会，相互检查店员仪容仪表、昨日工作总结和今天工作安排、调整心态、鼓舞士气、分享总公司及行业新资讯等。

营业中，迎宾人员的语言、表情和动作规范，如何巧妙的留意顾客购物信号并主动上前提供帮助？导购人员专业的产品解说，顾客购买服务、休闲区服务、现制饮料等服务。

营业结束前还要进行相关数据账单的统计，如填写日销售报表、当天的商品进销存记录、补货单、顾客订单、顾客挡案信息反馈表等。最后是关店前的商品数量盘点、卫生打扫、电源安全检查、店内设施检查，以及关灯锁门后再检查卷闸门有无锁好等些细节性工作。

**母婴护理与销售工作总结18**

场外促销主要借店外人流量加特价产品来吸引人气，可以把顾客带到店里推销其它产品，一箭双雕。如果店铺前面空间较大，人流量也不错的，可以采用店外促销，效果好，要求花车为，主数量要多，形成气势，花车周围用有吸引力的内容做成促销海报围起来。 有关系的还可以与商场联系在门口做促销专场，那更好，人流量大。如果有条件的最好用大的遮阳蓬，一来可遮阳二来防下雨，还要注意与城管的关系，要得到批准，以免产生不必要的麻烦。

在短期内可以快速拉动销售、生效快，增加消费者的购买量，对消费者最具有冲击力和\*\*力。直接品牌打折在促销中采取的最常见、也是最有效的促销策略。

现在市场诚信度不高的情况下，到处是促销，到处都充满着消费陷阱，面对纷扰的市场环境，作为消费者，有时分不\*伪，面对众多的促销活动有点无所适从的感觉。 因此，在这样的大环境下，进行货品打折，是最直接的方法，也是消费者最容易接受的方法缺点是不能解决根本的营销困境，只可能带来短期的销售提升。

不能解决市场提升的深层次题;同时，产品价格的下降将导致企业利润的下降，而且，产品一旦下降，想要恢复到以前没有折价的水\*，可能性非常小。乱打折会打击消费者对品牌的忠诚度。

内衣店铺新品一上市就进行促销现在已很常见，他们主要是想通过旺季多抓顾客，以提高老顾客数量，在新品牌店铺居多，一般新品促销主要是通过赠送小礼品，不采用新品直接打折的方法。

\*节日比较多，都是大搞促销的.好理由，如元旦、情人节、三八妇女节、\*\*\*、母亲节、教师节、端午节、春节、元旦等等这些\*传统的节日，因为在这段时期，消费力量激增，是内衣销售的黄金时期，所以，每个店铺都想抓住这种契机，抢占市场，竞争的花样也是多样性，可以打折也可以送礼品。最好配上促销宣传，门口的横幅比较显眼，加上会员促销短信效果会更好。

主题促销，是创造一个主题，然后以围绕主题展开促销活动，让消费者认为这是名付其实。如店庆、门面装修、厂庆、节假日等，事出有因，促销更要如此，不明不白的促销不能引起顾客的认同感。有句话说得好，“没有理由创造理由也要促销”。

是指两个或者两个以上的品牌或者公司合作开展促销活动，一般是在两个知名品牌之间展开(更多精彩尽在世界工厂学堂频道)，讲究的是强强合作，实现双赢的目标。基本上，两个不对等的品牌之间是很难开展联合促销的。

服装店铺可以联合化妆品、美容院、女装店等一起做促销。这样一种互动的促销\*\*，能有效整合两个品牌的资源，集中优势，把促销活动做大做好，又在一定程度上节省了

双方的资金，因此，是一个不错的方式。

但也要注意：在合作伙伴的选择上一定是产品相关。另外，双方在交换赠品时，注意金额等值的折算，费用分摊的原则举行的促销活动。

消费券促销，不单在节假日可以做，在\*时也可以做。

这也是提前完成消费者者竞争的一个方法，如果有消费时她可能直接来你的店，这是对竞争对手的打击。可以印刷消费券，一共十二张，折扣自己定，但不要伤害会员的感情，比如一件七点五折，会员才八点五折，就不行。

可以到有关第的各单位发放，可以联合其它店铺促销时用，最好是指定的点，不要在大街上随便发，这样会让顾客不够重视。

目前，开展对会员促销的店铺越来越多，通过买一定金额可以达到什么级别的会员，不同级别的会员可以享受正价产品的折扣，这是长期的。还有会员的其它促销比如对会员提供一款特殊价格的产品或礼品，每个月有固定的时间对会员进行促销，可以是特价，可以是送赠品，也可以是免费送小礼品做服务，如果会员很多的还有可以做会员促销专场。

很多店铺都有特价专区，划出一个区域用花车或落地架陈列特价产品，一是为了与正价产品区分从而不影响正价产品的销售，二是让消费者容易找到，实行特价专区的要在花车和落地架上有相应的宣传内容。

从维护形象的角度看，买赠更体面些，送赠品可以创造产品的差异化，是一种常规性的促销\*\*，具体做法是买满多少金额的货品，赠送相应的物品，以达到增加销量的目的。 选择赠送的礼品时，要考虑这一消费群体的喜好，送一些女性用品，如丝巾、雨伞、袜子、肩带、洗衣袋、洗衣液等。在做这类促销活动时，应特别注意，礼品一定要精致，因为，相对来说，赠送的礼品的金额不大。如果因此而采购一些质量不好的礼品，对于促销活动、对于企业品牌都是伤害。

——母婴活动主题方案 (荟萃2篇)

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找