# 奶销售工作总结（精选5篇）

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2025-03-12

*小编为大家整理了奶销售工作总结(精选5篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜上有名!!...*

小编为大家整理了奶销售工作总结(精选5篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜上有名!!!

奶销售工作总结(精选5篇)由整理。

第1篇：儿童奶工作总结

202\_年“世界母乳喂养周”主题活动总结

垦利县人民医院妇产科

世界母乳喂养宣传周是由世界母乳喂养行动联盟组织发起的一项全球性的活动，旨在促进社会和公众对母乳喂养重要性的正确认识和支持母乳喂养。202\_年8月1-7日是第23个世界母乳喂养周，今年的主题是“母乳喂养：致胜一球，受益一生”。8月1日，国家卫生计生委联合世界卫生组织、联合国儿童基金会和北京市卫生计生委在京共同举办202\_年世界母乳喂养周主题宣传活动，促使全社会积极鼓励和支持母乳喂养，拓宽母乳喂养的内涵，创造一种爱婴、爱母的社会氛围。先将我院母乳喂养周活动工作总结如下：

一、领导重视，积极促进母乳喂养

我院接到县卫计局基妇科关于“世界母乳喂养”主题活动通知后，院领导十分重视此次宣传活动，把这次活动作为我院巩固爱婴医院行动的成果，认真学习国家卫生计生委妇幼健康服务司副司长秦耕在讲话中指出，儿童是祖国的未来，民族的希望。亿万儿童健康成长，关系到国家的前途命运，出生人口素质的提高，关系到中华民族伟大复兴的中国梦。母乳喂养对于促进儿童健康至关重要，把搞好母乳喂养，为进一步提高母婴保健服务水平的 一项重要工作来抓。于8月1日制定了宣传活动方案，力争将此次“世界母乳喂养周”的宣传办成广大群众受益、政府满意的活动;既要广泛普及母乳喂养知识，又要加强爱婴医院的管理，巩固爱婴医院的成果。

二、积极开展母乳喂养的宣传及宣教活动 积极开展多种多样的母乳喂养宣传形式，在产科门诊、产科病区走廊、待产室悬挂 “母乳喂养宣传栏、张贴母乳喂养知识海报，发放宣传资料，大力宣传 “母乳喂养好”、“孕期保健”等，并以此为契机向已婚生育女性及孕产妇人群大力宣传今年“降消项目”的新政策，努力提高住院分娩，以保障母婴安全。举办孕产妇健康教育知识讲座，召

集了住院以及前来医院进行产检的30余名孕产妇及其家属参加了讲座，授课人员紧紧围绕”“母乳喂养好处”等知识做出认真细致的讲解，科学早已证实，母乳是6个月内婴儿最理想的食物。母乳中不仅含有婴儿生长发育所需的全部营养成分，还含有丰富的免疫物质。母乳喂养既能促进婴儿正常生长发育和身心健康发展，减少感染性疾病的发生，也有利于预防成年期慢性病的发生。同时，促进母亲的产后恢复，增进母子情感。可以说，母乳喂养有利于婴儿和母亲的健康，有利于家庭与社会的和谐，有利于出生人口素质的提高。保护、促进和支持母乳喂养已成为国际共识，受到听课人员的称赞。

三，加强爱婴医院的管理，巩固爱婴医院取得的成果

为了加强爱婴医院的管理，巩固爱婴医院取得的成果，在开展母乳喂养周期间，我院积极推行以产妇为中心的服务模式，加强产时保健，提高产时服务质量，提倡自然分娩，避免人为干预，降低剖宫产率，从而保证母婴安全。提倡母乳喂养，严格执行《母乳代用品销售管理办法》，废除奶瓶、奶嘴安慰品，坚决抵制推销商推销母乳代用品。加强和巩固医务人员的技能培训，要求严格遵守促进母乳喂养十项措施，我院结合临床实际情况长期不懈坚持对医务人员进行母乳喂养理论和操作技巧培训。学习培训的内容包括《母乳喂养技巧》、《孕产期保健知识》、《成功促进母乳喂养的十项措施》、《爱婴医院十条标准》、《母乳代用品销售管理办法》。通过学习要求工作人员必须掌握熟记母婴同室的重要性，母乳喂养的优点，按需哺乳，如何保证有足够的乳汁，准确掌握哺乳时母亲的正确体位等。婴儿的正确含接姿势及人工挤奶的方法。并大力开展相关宣传活动，广泛普及成功促进母乳喂养的十项措施的知识和技巧，努力提高母乳喂养率。 此次宣传活动在卫计局的指导及各级领导的关心帮助下、在医务工作人员的共同努力下圆满结束了，此次活动覆盖面积广、形式多种多样、内容丰富，不仅使广大女性增加了母乳喂养的认识和重要性，

医护人员自身也得到了一次学习，爱婴行动成果得到了巩固，母婴保健服务水平得到了进一步提高，还提高了很好的社会效益，为今后任重而道远的妇幼保健工作营造了良好的氛围。今后我院通过产科门诊、孕妇学校、产科病房等途径，进一步加强对产妇进行母乳喂养知识和技能教育。开设母乳喂养咨询门诊和咨询热线电话(2770004)，及时解决母乳喂养过程中遇到的问题，提高母乳喂养成功率的社会公益活动。 202\_-08-14 垦利县人民医院篇2：福利院儿童部202\_工作总结 工作总结 踏实肯干努力攀登，在单位组织、领导的关心教育和同事们的热心帮助下，我严格要求自己，努力工作，认真学习，使我在思想政治、工作学习方面得到了很大提高，思想认识更加成熟，政治理论认识更加深刻，业务工作能力也不断得到加强，按照年初院部工作会议的部署，坚持“以人为本、安全服务、发展创新”的工作方针，紧紧围绕孤残儿童为工作重心，不断提高护理技能，努力提升业务水平，顺利完成各项工作任务。

现总结为以下几点：

一、德

我坚决拥护\*\*\*\*\*的领导，以马列主义、毛泽东思想、\*\*\*理论和“三个代表”重要思想为指导，积极参加时事政治学习，不断提高自己的政治思想素质，加强素质教育理论学习，更新自己的教育观念，树立育人为本的思想。同时加强教育法律法规的学习，提高科学育保的知识，刻苦钻研业务，认真履行岗位职责，关心、爱护每一位幼儿，严格遵守院部的规章制度。

二、勤

我能自觉遵守院部各项规章制度，遇事能严格执行请假制度。工作中，不擅自离岗、串岗。平时，我工作踏实，能认真完成各项工作计划、认真对待每一位残疾及生病孩子康复情况的记录工作，利用休息时间努力专研专业知识，完成领导分配的各项工作。我以关注儿童成长生活的各项基本需求为起点和目标，发扬不怕苦、累、脏、难的精神，每天给孩子穿衣、洗漱、喂饭、接屎接尿„„不厌其烦、任劳任怨。积极搞好个人卫生，还定期为他们更新服装，发放毛巾、香皂、牙刷牙膏及牛奶饼干等并积极联系医院定期为儿童做健康查体，建立健全了个人健康档案，办理了儿童医疗保险，主动为残疾儿童联系医院治疗，坚持以人为本的宗旨。坚持早期发现早期干预早期康复的方针,通过积极开展引导式教育、聋儿听觉语言训练、特殊儿童的心理辅导和行为为矫治等活动，帮助孤殘儿童适应社会，提高生存能

力，努力使其成为对社会有用的人。

三、能

本年度我担任保育员的工作，工作中我坚持视如己出的对待每一个孩子，对他们好的行为或表现给予肯定，赞赏和鼓励，使孩子能够更有信心，更积极地做好力所能及的事情，培养他们独立的个性。他们在身心愉快的气氛中，生长也特别好，成为生理和心理都健康的孩子。在保育方面，我能积极主动地配合领导搞好工作，保证幼儿活动室、午睡室整洁、卫生，搞好幼儿毛巾、口杯、餐具的清洗和消毒。要求幼儿餐前便后洗手，培养幼儿良好的卫生习惯，爱护环境卫生，不乱吐乱扔，用我的爱心、耐心料理着孩子的日常生活。

四、绩

作为一名合格的保育员不仅要保证孩子的健康还要有一颗爱孩子的心，并且还要有扎扎实实的业务水平和能力。为了提高自身素质，在工作之余，努力吸收外界的信息和知识，浏览幼儿保育网站，翻阅幼儿保育杂志，不断的汲取知识。

五、不足之处 “人无完人，金无足赤”，我意识到自己在保育方面的经验还很欠缺，我一定会向经验丰富的同事虚心学习争取更大的进步，使自己在各方面再跳一跳。

在儿童部工作和生活总是那样令人回味无穷：孩子的纯真与质朴常会唤出我的美好童心，使我能用这颗心去理解他们，走进他们的世界。我真诚的理解和支持又呼唤和保护了他们可贵的童心，使他们能在人生的道路上迈出坚实的第一步。

儿童部 202\_-12-22篇3：儿童保健工作总结 20\*\*年儿童保健科工作总结 20\*\*年儿童保健工作在区妇幼保健院和中心的正确领导下,以“创建省级妇幼保健规范门诊”等活动为载体，以降低婴幼儿死亡率、提高儿童系统管理率为重点工作，努力提高儿童保健工作水平，在大家共同努力下，重点做了以下几方面工作： 创“省级妇幼保健规范门诊”工作

根据\*\*区妇幼保健工作要求及年初妇幼工作计划，今年我区妇保院申报创省级妇幼保健规范门诊，全区12家中心基层妇幼保健门诊创省级规范工作。该项活动得到中心的高度重视，为保障不失分，投入万元改善环境、添置洗手池、办公柜等设施，协调人员支援儿保科，让我们有时间自查、整改，最终通过区妇保院检查，为区妇保院顺利通过省规范专家评审做出贡献。

创新思路提高服务效率

由于辖区内有\*\*人才市场和\*\*\*\*区两个集体户口大户，每月户籍人口的一半以上需要我们跟踪确认，再加上2岁以上儿童往往容易错过体检，以往我们每月需要电话追踪或通知的人数超过百人，有些电话往往难以一次打通，费时费钱又效率低下。为节约成本、提高效率，我们利用“医讯通”的手机短信平台，采取短信通知的方式告知家长，留下联络方式，大大方便工作、方便家长。为提醒家长及时接种疫苗、到区妇保院建卡和及时体检，我们印制《告知单》，详细说明疫苗接种、卡介苗检查、42天体检等事项，在产后访视时一一发放。为配合做好《家庭健康档案》工作，采取在产后随访时建立档案，保证得到真实有效的居民健康情况。

换位思考赢得家长信任

我们两个工作人员都不是儿科专业出生，也未参加过规范进修学习，缺乏专家的水平、专科的技术。而辖区儿童人口多，家长整体素质高，包括许多三甲医院医务人员的儿童也在我们这里

体检。曾经有位家长一来就用不屑的口气说：“我告诉你们，我懂得比你们多!”为了能够赢得家长信任，我们除了不断提升业务素质、更新知识，还要依靠良好的服务环境、规范的操作、诚挚的服务态度来开展工作。为此，我们采取站在家长的角度来思考，来不断改进我们的服务。尤其是担任产后随访的\*\*\*，不顾自己的不便，每次家访都事先电话联络，在他们方便时上门，每次家访都避开产妇休息、吃饭等时间，有时已来到门口对方提出孩子在洗澡、产妇在休息等，要求迟点再来，\*\*\*也一样满足家属要求;一次一位住在下城区的家长由于不了解流程，延误了时间，\*\*\*就跨区上门随访;平时检查完也不是一走了之，不管多忙都会向产妇做好宣教，交流育儿要点，并把自己的手机号码提供给家长，像朋友一样对待产妇和家属，得到产妇和家属的普遍信任，每天向“\*医生”咨询的电话络绎不绝，常常有产妇向“\*医生”倾诉生活中的苦恼。许多孩子四个月来到我们科室体检时，家长会亲热的叫着“\*医生”走进来，并常常有家长送来满月的红鸡蛋、糖果到办公室。在门诊体检中，遇到一些由年长的奶奶、外婆带孩子的，我们都会主动抱上体检床;为了方便家长，09年我们取消回收收费单的做法，让家长交完费直接回去，我们自行查询缴费情况，避免家长带着孩子反复往返体检和缴费处;为了让孩子体检时更容易配合，今年我们在天花板上张贴漂亮的图案，在体重秤上挂上玩具，购置小椅子形式的体重秤;考虑到家长的不便，对非体检日期来体检的孩子一样给予体检;个别家长遗失“\*\*单”，明知每张单据可以给我们个人带来一定的收入，但考虑到家长的心情，我们从不强行要求补缴，避免发生其它中心曾遇到过的投诉事件。通过换位思考、通过以上措施，儿保每月平均达280体检人次，长期保持“零投诉”、“零事故”、“零差错”，服务态度和服务质量得到家长的普遍认可。 稳步提升系统管理工作

1.\*\*年我区为提高儿童系统管理工作质量，要求基层儿保 医生严格核对出生人员名单，掌握本地区出生儿童生存及保健情况。我们积极与防疫、妇保、街道计生等科室部门核对名单，每月都要跟踪新出生人口，提高管理率。\*\*年完成0—3岁儿童管理\*\*\*\*人，3岁以下当年系统管理率\*\* %， 6个月母乳喂养率\*\*%。管理体弱儿\*\*人。对体弱儿采取专案管理，定期复查，确保了儿童的身心健康。 2.开展新生儿听力筛查跟踪活动，今年，\*\*区妇保院开始对听力筛查可疑患儿要求随访、追踪，追踪随访工作由各中心儿保科承担。这项工作分为两步走，一是门诊发现为通过的，二是对妇保院下发的可疑新生儿疾病及听力异常患儿名单做电话追踪，\*\*年\*\*儿童共计跟踪\*\*人。

3.做好5岁以下儿童死亡监测工作，特别是对辖区内省市级医疗机构儿童死亡报告监测工作。加强与疾控、计生的核对。\*\*年5岁以下儿童死亡\*人，死亡率3.37‟，婴儿死亡人数\*人，死亡率2.24‟，无死亡漏报。 4.配合残联开展残疾儿童筛查、上报工作。分别上报一例脑瘫、一例发育迟缓儿童。

加强流动人口妇幼保健工作

浙卫办妇社(202\_)7号文件明确了流动人口孕妇、儿童保健调查统计对象，尤其针对省内市外流动孕妇、儿童保健管理，要求在全省范围内开展以电子邮件方式的信息交流。我们自行设计印制委托书，为转出去的儿童提供方便。对要求到我们这里体检的儿童从不拒绝，并与本地儿童一视同仁，\*\*年0-3岁流动儿童管理\*\*\*人。

重视妇幼保健健康教育工作

依据省优生优育协会提出的育儿健康教育实施方案要求，育儿学校。开展儿童意外伤害健康教育工作，参加\*\*区儿童意外伤害健康ppt制作比赛第二名的好成绩。制定了\*\*街道儿童意外伤害健康教育培训计划，坚持开设育儿学校，育儿学校教育率从上

半年的20%提高到下半年的80%，达到全区水平，为普及卫生保健知识发挥了良好作用。 存在问题：

在\*\*年的区妇幼保健工作考核中，\*\*儿保扣分较多，在全区排名落后。很多方面是病案书写问题，其它中心进步明显，而我们还停留在以前的水平，造成落后局面。分析原因，除了与上级主管部门沟通不够、部分新开展工作业务生疏等因素，主要原因是自身重视不够，对儿保工作未投入全部精力。另外，对日常工作未能深入研究，满足于向家长传授浅显的育儿知识而缺乏学术上的经验总结。

明年主要工作思路

1.提升业务素质：安排一人参加提高班学习，写一篇论文。 2.着重做好体弱儿管理，增加指导记录。 3.配合新版健康档案工作，考虑要求家长提供户口本体检。 4.结合儿保医师掌握辖区情况的特征，配合中心做好慢病网络监测等工作。 5.开展新生儿甲低、pku、听力异常、残疾追踪新管理工作。 6.继续做好育儿学校，加强意外伤害预防。

希望中心：

人员-退出产后随访、整合入慢病科，专职慢病网络监测工作。

设备-为育儿学校购置话筒、小音箱。检查床、体重秤等设备的折旧更新。 20\*\*年儿保科业务学习计划

学习次数：每月一次

学习方式：与育儿学校相结合，每人轮流担任育儿学校主讲。 学习内容： 1.儿童意外伤害的预防(1月、3月、5月、7月) 2.儿童贫血的预防(2月、4月) 3.儿童呼吸道疾病的预防(11月、12月) 4.佝偻病的社区防治(6月、8月) 5.儿童营养不良的预防(9月、10月) \*\*儿保科

202\_年1月篇4：儿童奶调研总结报告

儿童奶调研总结报告

1、儿童奶现状及趋势

202\_-202\_年儿童酸奶产量与销量的统计表

所谓儿童奶，就是通过专业配方，在普通纯鲜牛奶基础上添加幼儿必须且日常饮食 通常供应不足的营养元素，如维生素a d、锌、铁等，在一定程度上优于普通纯牛奶，对儿童存在的营养失衡问题起到补给和辅助性作用，是专门针对儿童健康而设计的乳品细分领域。

据调查显示，目前，约八成以上的儿童每天至少饮用一次牛奶，近五成儿童每周饮用乳饮料的频率在1~6 次。这充分表明当前中国儿童的牛奶饮用习惯已经基本形成，但令人难以满意的是，七成以上的儿童仍在饮用成人普通纯奶和成人高端牛奶，在“有营养、增强免疫力、补充钙质、益智”等方面，这些成人牛奶经由儿童饮用后的功能效果并不算突出;另外，孩子的普遍偏食也使“全面营养”成为家长最大的未满足需求，

亟待专为儿童研制的儿童专

属牛奶填补这些空白。正是这一市场需求的驱动下，蒙牛“未来星”率先开辟儿童奶这一市场，伊利、光明之后也相继加入战团。据ac尼尔森数据显示，在去年常温奶总体销售额增长2%的背景下，儿童奶一枝独秀，取得高达56%的增长率。目前，中国儿童牛奶市场已初具规模，整体超过40 亿，而这一规模还远未达到市场饱和，因此儿童奶市场潜力巨大，成为增长迅速的乳业新兴市场。

2、中国儿童的健康现状

随着全球经济的迅速发展和人们生活水平的不断提高，人们的健康状况有了明显的改善。但由于饮食结构的不合理，如脂肪摄入过多等原因，高血压、高血脂、肥胖病、超体重、脂肪肝等疾病的患病率增加，并且向低龄化的趋势发展，开始逐步威胁到正处在生长发育期儿童的健康。

医学研究证明，肥胖和糖尿病、高血压、高血脂症、动脉粥样硬化等多种疾病有关系，这些疾病又被统称为“代谢综合征”。虽然在青少年时期，代谢综合征的表现一般并不严重，但是儿童时期的肥胖，可以使发生代谢综合征的各种危险因素聚集，给他们成人以后的健康带来不良后果。目前，肥胖青少年慢性疾病的发病率在显著上升，呈现低龄化趋势。据调查显示，超重和肥胖的15~17 岁少年代谢综合征的患病率比正常少年分别高10~20 倍。肥胖会给儿童少年健康带来心理上的负面影响，导致学习能力下降，出现自卑、缺乏自信、抑郁、焦虑等异常心理。更为严重的是，儿童少年期的超重和肥胖往往还会延续到成年期。可见，肥胖已经成为威胁儿童健康的一大隐患。

吐奶、厌食、腹泻等消化系统疾病也是儿童疾病中的常见病。由于小儿消化系统发育尚未完成、功能不大，胃壁又薄，容易发生消化不良，一旦遭遇疾病的影响，便容易引起消化道功能紊乱，尚不完善，儿童的胃液酸度较成人低(约为成人的65～70%)，消化能力较成人差，胃的容量引起腹泻等病。因此，消化道疾病在小儿常见多发病中高居第二位，仅次于呼吸道疾病。

因此，如何在人们生活水平不断提高的同时，保障儿童生长发育的营养和健康值得关注。 在目前乳品市场上，儿童类产品主要集中在中性。相对中性来说酸奶中的乳酸菌能有效的改善儿童的肠道健康，抑制有害病菌的产生，提高免疫能力，减少急性腹泻发病率。其次酸奶中的钙浓度极易被人体吸收，是儿童生长最好的钙来源。 而在此基础上丰富儿童奶的口味，以及添加营养强化的功能因子是现阶段从儿童健康出发开发儿童奶市场的主要研发方

向

3、202\_年儿童奶产品 3.1 蒙牛儿童奶产品

1.未来星儿童奶(优护型) 125ml/190ml 产品描述：特别添加dha藻油、益生元——促进消化，易吸收;益生元能增加孩子肠道中的有益菌群，促进孩子肠道蠕动，有助于吸收每餐的营养，更好地呵护孩子娇弱的肠胃。全面的营养配方，促进孩子脑部、骨骼、视力及肠胃的全面发育;

产品类型：全脂灭菌调味乳;

口味：原味;

实用人群： 3岁以上儿童; 2.未来星儿童奶(活力型) 125ml/190ml 产品描述：专为儿童设计的营养配方，富含17种营养元素，纯牛奶制造，奶香纯正，为儿童补充多种营养呵护孩子身体健康;

产品类型：营养强化全脂灭菌调味乳;

口味：纯牛奶(活力型);

实用人群：3-12岁儿童; 3.未来星儿童奶(智慧型) 125ml/190ml 产品描述：专为儿童设计的营养配方，富含17种营养元素，纯牛奶制造，奶香纯正，为儿童补充多种营养呵护孩子身体健康;

产品类型：营养强化全脂灭菌调味乳;

口味：纯牛奶(智慧型);

实用人群：3-12岁儿童;

4.妙妙果蔬草莓/菠萝味利乐包 125ml 产品描述：鲜奶制造，味道香香;添加果蔬汁，营养更丰富。多益组合，富含丰富的钙、矿物质群、维生素群，低聚异麦芽糖促进有益菌。鲜牛奶加果蔬汁，味道香香好营养;

产品类型：乳味饮料;

口味：草莓味/菠萝味;

实用人群：3-9岁儿童;

5.妙妙原味/草莓味利乐包/塑料瓶 125ml/180ml 产品描述：益组合满足营养口味全面需求，“比乳饮料更营养，比牛奶更美味”。多益组合富含多种营养元素，好喝又营养、益体、益智、益肠胃;

产品类型：配制型含乳饮料;

口味：原味/草莓味

实用人群：3-9岁儿童; 3.2 光明儿童奶产品 1.小小光明纯牛奶

产品特点：专为儿童调配，营养美味; 产品规格：200ml;

实用人群：12岁以下少年儿童; 2.“我是牛奶”营养配方鲜奶

产品特点：富含益生元、va、vd等，更适合孩子的娇嫩肠胃，独特的蜂蜜口味，让宝宝爱上喝牛奶;

产品规格：160ml;

实用人群：3-6岁幼儿;篇5：特殊儿童总结

凯里市炉山小学202\_～202\_学年第一学期

一(2)班关爱特殊儿童工作总结

唐燕琼 情况分析

本班共有学生64人，其中男生35人，女生29人，单亲家庭孩子5人，留守儿童1人，学习较困难有3人，调皮学生3人。

工作回顾

利用课余时间，对特殊学生进行相应的辅导，以满足不同层次的学生的需求，同时加大对学困生的辅导的力度。对学困生的辅导，并不限于学生知识性的辅导，更重要的是学生思想的辅导，提高学困生的学习兴趣。如汪玉婷、潘仕桥、龙大顺三位孩子，连自己的名字都不会写，开学初的前两个星期，每天中午都拿着他们的手叫他们写名字，但潘仕桥不管什么教，直到现在都还不会写“潘”字，每天我都利用休息时间叫他们数数、计算，同时叫他们家长每天到校接孩子，并叫家长回家怎样辅导孩子的学习，尽管如此，潘仕桥、汪玉婷到现在颁手指头数数都不会， 10以内的加减法跟不用说，龙大顺会一点计算。

潘琴、袁玉松、潘家庆、潘和华、杨靖都是单亲家庭，我不仅在生活上关心他们，课堂多给他们回答问题机会，利用他们的闪光点多表扬、多鼓励，，培养他们的学习兴趣。

每天利用中午休息的时间，指导他们完成当天的作业，每天出几道计算题让他们练习，有进步的给他们加分，使他们感到学习是一种乐趣，而不是一种负担。

做好家长的联系工作，经常和特殊儿童的家长会，向他们了解学生在家的学习情况，与他们探讨教育孩子的方法。发现学生有进步，即时向家长汇报，让家长在家也多鼓励孩子。

组织一帮一小组活动，鼓励优等生主动找一位需要辅导的学困生，利用课余时间，多辅导，同时，还要与科任教师齐抓共管，经常向科任教师了解学生的学习情况，如学生不完成作业的或者不认真完成的，统一思想，该怎样处罚就怎样处罚，对学生要严格要求，并且要持之以恒，一点也不能放松。教师说话要算数，说到就要做到，不能在学生面前失去威信。

功夫不负有心人，通过辅导，在这次期末检测中，汪玉婷、龙大顺两位同学从原来的十多分上升到四十多分，潘和华、杨靖两位同学刚入学时，不想动脑筋做作业，总是想抄袭同桌的作业，通过辅导、教育，这次期末考试潘和华同学数学的90.5分，杨靖同学数学成绩81.5分，特别是杨靖同学，因为妈妈离异，爷爷奶奶很溺爱，钱不学期动不动就哭，通过教育，现在比原来坚强多了。

第2篇：洗面奶销售策划书

一、概述

服务项目最重要的是皮肤的清洁，任何护肤疗程都是以彻底的清洁作为第一步骤，足以见得洁面的重要性。洗脸事实上就是给皮肤一个没有污染、没有侵害的状态，这样会有利于激发肌肤的活力，同时也让皮肤得到彻底的放松。要想彻底洁肤，选择好的洁肤产品是很重要的，譬如洗面奶。

二、策划目的

为了实现尔雅公司清怡牌洗面奶广泛进入市场，扩大市场覆盖面和市场占有率，满足消费者对肌肤的较高需求，获得广大消费者的认可，进而获得更多的利润，实现与社会共赢的局面。

近几年来，随着人们生活水平的不断提高，不论是男士、女士还是青少年，对面部肌肤都越来越重视，都希望找到一款适合自己肌肤的洗面奶来更加完善自己的肌肤，进而对洗面奶的需求量也不断增加，而且市场畅销的洗面奶种类也比较多。

三、市场分析

产品优势：产品质量好，价格合理

产品劣势：新品上市，知名度还未打响，打开消费市场尚需一定时间。

机会：洗面奶种类齐全，具有较强针对性，消费群体广泛。

威胁：同类商品较多，竞争激烈。

四、产品介绍

我们尔雅公司清怡洁面乳旨在解决皮肤清洁的三方面问题：一是要清洁掉沾染在皮肤上的一些灰尘、细菌和污垢;二是清除皮肤自身每天分泌出的油垢和汗液;三是清洁在皮肤上的化妆品。

以下列举几种功效较为突出的产品。

1、清怡磨砂洁面乳：有效去除老化角质

2、清怡黑炭强力洁面膏：强力吸除多余皮脂及皮肤污垢

3、清怡酷润洁面乳：清除多余皮脂，还有滋润效果

4、清怡美白洁面乳：使皮肤白皙、鲜嫩、有光泽

5、轻易去痘洁面乳：祛除导致暗疮的油脂及污垢，保持肌肤水油

平衡

五、目标人群

青少年、男士、女士

六 ，营销策略

产品定价：

主要分两类：

1、引领时尚类：提高高附加值的品牌价值，同时依靠过硬的技术力量，主要出售于大商场专柜。价格为50至100元。

2、日常生活用品类：满足人日常生活所需，此类产品主走超市、便利店、专卖店等地。价格为25元左右。

产品营销：新产品上市初期，公司推出赠送活动，即买任何一种洗面奶，赠送面膜(面膜种类齐全，可由消费者任意挑选一种)

第3篇：蛋奶、后勤工作总结

焦村小学学校后勤、蛋奶工作总结

后勤方面：

一个学期匆匆而过,我校后勤工作,遵循学校总体工作思路和后勤工作计划,以提供良好的物质条件和优质的教育教学环境为重点,在工作中坚持以“服务”为宗旨,强化后勤工作人员素质,提高办事的实效性。我们遵循学校总体工作思路,围绕教育教学这个中心制订了后勤工作计划,避免后勤保障缺位而影响教学工作。现总结如下:

1、努力改善教学环境和学习环境。开学初为每个教室安装了多媒体教学设备，为学校添置一台办公电脑。冬季时候为各办公室及各年级教室安置取暖炉具。

2、维修及时、服务到位。凡是影响到教学工作的事都及时处理。

3、配合政教、教务开展工作,基本做到一线问题需要后勤协作的,我们都是随叫随到,力争做到解决问题快、不留尾巴。

4、为了加强校园管理,我们还制订了《校园安全管理规定》、《校园安全紧急预案》、《校园安全防火制度》,从而保障校园安全,杜绝了安全隐患。

8、今年对学校资产进行了一次摸底清查,所有资产全部登记、建帐,管理日趋完善。

9、加强管理,开源节流。资金是学校的命脉。按照校长要求,学校后勤工作要有主动性、前瞻性、服务性、科学性、全局性。严格履行规章制度,积极开源节流、勤俭持家。做好收支有计划、有审批、有手续。

10、加强纸张和办公耗材的管理,实行由主管并负责纸张的管理,使纸张消耗大幅降低。

11、颁布执行《公物损坏赔偿制度》,使人为损坏公物现象得到有效扼制。

综上工作,得益于领导指挥有方、各部门协同配合,使后勤工作基本上做到了使人信赖,效率让人赞许,态度令人满意。

蛋奶工程方面：

一、建立健全各项制度 首先建立“蛋奶工程”组织机构及职责、“蛋奶工程”计划、“蛋奶工程”应急预案、“蛋奶工程”加工要求、“蛋奶工程”留样登记表、“蛋奶工程”实施方案、卫生制度等。

二、领导重视，严格把关

严把“蛋奶工程”蛋奶进货关，经验收凡不符合“蛋奶工程”合同要求的蛋奶坚决不要。严把“蛋奶工程”加工关，对加工过程实施跟中监督，对鸡蛋进行严格筛选和清洗、蒸熟蒸透，发现问题，及时提出，及时纠正。严把“蛋奶工程”发放关，由班主任和年级组长跟踪，使蛋奶准确足额发放到每个学生手中。

三、定期调查，不断改进

定期在学生中对“蛋奶工程”实施情况进行座谈交流，对学生提出的要求和建议不断改进，不断总结、不断完善，

总之，9月1日至今在我校实施“蛋奶工程”以来的4个多月以来，由于领导重视，学校“蛋奶工程”机构健全，制度健全、监督到位，管理和服务到位，值日发放人员、班主任、年级组长发放认真、负责，兢兢业业、责任心强，能够每天及时准确的将蛋奶发放到每个学生的手中，收到了良好的效果，得到了学生的好评。

焦村小学

202\_年12月

第4篇：“奶爸”的工作总结

“奶爸”的工作总结

孩子快二周岁了，我们升级做父母也快两年了，一直想写点儿东西，却发现很多感情像是春雨，润物细无声;很多感动就像是空气，置身其中却很难跃然纸上。每每提起笔，总感觉千言万语却无从下手，只能再悻悻的放下。思忖良久，终于鼓起勇气，用拙劣的笔触来表达一个新手父亲——“奶爸”的朴实心声。

我觉得自己对儿子的感情变化和这一年来的育儿总结可以用几首歌来表达，第一首是《情非得已》，第二首是《甜蜜的负担》，第三首是《亲亲我的宝贝》，最后应该就是《时间都去哪了》。

“难以忘记初次见你，一双迷人的眼睛，在我脑海里，你的身影，挥散不去。”明明是一首写一见钟情的歌，用在我初见儿子的刹那却很合适。儿子生下来眼睛就大大的，有妈妈的影子却又比他妈妈的眼睛更漂亮，我记得跟孩儿他妈说的第一句话就是：还挺好看。小小的身体仿佛承载了很大的委屈，眼泪汪汪的样子，直到现在我还记忆犹新。抱着他的感觉只是那么轻、那么软、那么小，这一天我知道了这是我儿子，我当爸爸了。

“也许你已成为我的负担，日子有你过起来比较麻烦。”习惯了两个人过清净的小日子，每天有那么一个嗷嗷待哺的小动物，他还不会表达，吃喝拉撒睡都只会用哭或者喊叫来表达。一个月以后伺候月子的孩子姥姥回家了，只剩了我们一家三口，从手忙脚乱到有条不紊，真的不是只言片语就能言传的。好在孩儿他妈比较独立，一步步摸索着，和孩子慢慢的磨合、慢慢适应。下了班，如果工作上没有别的安排，我都尽量回家做饭、帮媳妇儿洗尿布、抱孩子，感觉这一年自己真的成长的特别快。首先心态上平和很多，脾气都让孩子给磨没了，变得更有耐心;其次，生活上更有奔头，以前两个人的时候，无论是精力还是经济上都比较的没有规划。有了孩子，媳妇儿的作息都随着他调整了，有时候我回家了，看娘俩都已经睡下，很多想说的话就硬生生憋回去了。孩子小时候一直用尿布，媳妇儿每天晚上洗到很晚，我曾经建议给他穿纸尿裤，结果被她否决了，说尿布环保又经济，只是后来孩子大了，腾不出手来洗尿布才开始用纸尿裤的，发现这东西果然挺烧钱。

“亲亲我的宝贝，想把一切美好的东西都给你。”媳妇儿怀孕的时候我就开玩笑说，小时候不用多带他，等他大了，我再用好吃的拉拢过来。结果出人意料，从三十多天起就发现他特别黏我。随着他慢慢长大，他对我的依赖也愈发明显了,每天上班之前、下班回家都抱着我不肯撒手。虽然嘴上不说，可是我的心里也是很得意的，得意之余面对孩儿他娘怨愤的眼神更加嘚瑟。原来父子之前真的有一种难以言表的感觉，不像母子之间那么亲密但是更有“战友”的感觉。比如，孩儿他妈在给孩子吃东西方面比较注意，什么放盐的、放糖的、色素香精的，通通不许入口，每次我看着孩子眼巴巴的看着我，就偷偷塞给他一口，从七八个月开始，他吃到口的第一个举动就是瞪着无辜的大眼看妈妈，让本来对我的行为感到气愤的妈妈觉得哭笑不得。

“时间都去哪了?”讲的是儿女感慨父母年迈，可是孩子的成长又何尝不是在眨眼之间?仿佛昨天你才来到我的身边，今天就到了牙牙学语步履蹒跚。真的想时间过得慢一点再慢一点，这样我就能多陪你一天，多抱你一会儿，多记录一些你的童年，留给你长大了慢慢看。有时候我也会自责，我不是一个把家庭放在第一位的好父亲、好老公，但是为了妻儿，我偶尔的缺席是为了给她们更好的生活。

有付出才有收获，202\_年，无论在工作上还是在家庭上我的付出收获颇丰，以后也将再接再厉。“父母之爱子，则为之计长远。”这句话，自从儿子出生我就视作育儿箴言，今后也将会一直严格地要求自己，让我家的“小树苗”长成为一棵健壮的大树。

化工办公室 刘玉田

第5篇：维他奶工作总结

关于乳制饮料网上销售工作总结

此次工作主要是从一号店和淘宝为主要搜索网站，以杏仁露为主要搜索目录进行查找，总结如下： 一号店(5星为最高的评价)： 也很好，两种口味，黑豆奶179人购买，原味也有130人购买。最后是光明、喜之康、阿华田、凤鸟牌(泰国)和雀巢分别有一种产品，光明、凤鸟牌、阿华田的销量都不是很高，喜之康的活力宝乳酸菌饮料有184人购买，雀巢的全仕奶巧克力，686人购买，可以说是当天单品最多的。

总体：悦活销量最高，其次是雀巢，下来是统一

淘宝：

由于淘宝店家比较繁杂，所以统计起来有点困难，只能算出大概的品牌销量，以一号店为主，作为对比。总体淘宝销售并没有一号店好，售价各不相同，所以没有售价情况的分析。

此次重点杏仁露，淘宝中多为杏仁粉之类，这些并没有统计，只是统计饮品饮料，销售75件。

统一阿萨姆奶茶销量仍然是最好的56人，其他3种口味(麦香、巧克力、草莓)销量平均，总体要不如一号店。哇哈哈的爽歪歪销售

量最高81人，其他比较平均，三得利的产品在淘宝上多了一种拿铁咖啡，销量很好，已有114人购买，维他奶的销售平均。悦活乳酸饮料的销售不如在一号店的，销售不是很好;蒙牛纯牛奶的销售很好，有437人购买(包括蒙牛特仑苏);小洋人仍然没有销售。

并没有其他企业生产销售，很多产品都围绕着牛奶的不同口味，网络的购买能力还是有限，造成像小洋人这样的产品无销售的情况，饮品身边最常见的产品，网络消费者往往追求的是低邮费、高个人利益、较好的品质，销售比较好的都是价格较低、产品宣传较好、运费更加合理的产品，如美汁源的产品，均比市面便宜5角，且每箱(6瓶)装也便宜了3.5元，消费者才会愿意购买;还有就是口味的问题，如悦活的u格乳酸菌饮料，购买者的评价很好，并且每箱(6瓶)也便宜了2.6元，建立了良好的口碑，价格也让消费者满意，提升了销量。

产品的质量和价格对销售起到了很大一部分影响，在网络销售中，消费者往往是追求自我利益的最大化，怎么样做到企业的利益部受损失的情况下，又能满足消费者，是网营的关键，以批发价格、优质的服务、低廉的运费、质量的保证、良好的口碑和广泛的宣传会让产品更受欢迎。 202\_年8月10日篇2：202\_.10.27 工作报告

共青团暨南大学深圳旅游学院十三届一任委员会

外联部

工作总结

团委外联部 徐虹

两周内联系的企业：中兴、士力架、德芙、威露士、娃哈哈、东一堂、可口可乐、雷柏、职友、晨光、维他奶、深报、日益隆科技、优斯比科技、诺亚思玩具、滨信峰科技、歌赖雅、中通、申通、怡宝、全明星溜冰场、游卡桌游、巴古斯酒窖、新东方桌球城、景德瑞瓷陶瓷艺术有限公司„„

有合作意愿：深圳市景德瑞瓷艺术陶瓷有限公司、卡通u盘、游卡桌游

感悟：

1、抓住重点 企业负责人不会有很多时间和你沟通，联系的时候一定要挑重点，尽量不要老是打扰

2、有意愿的要赶快落实

3、清楚企业的类型、负责人的类型，和不同人说不一样的话，不一定要吹得天花乱坠，真诚也是很重要的

4、可以先闲聊，了解对方企业以及负责人，不要一上去就直接递名片，讲合作

5、利用以前的资源，企业的合作伙伴也可以介绍认识 “were here，just for you”篇3：202\_年11月店内营业情况总结 202\_年11月店内营业情况总结

营业额: 11月总营业额：20814.3，平均每日：693.81元。其中便当：89

35、饭团：11

41、香干和三明治：564.5。 便当销售数量排名

从以上便当销量可以看出四中这边学生大部分喜欢重口辣味的便当月底刚刚开始推出新便当所以暂时看不出新便当的销售情况。 十二月份营业额目标暂定为:21000元平均每天：677。

由于现在学校中午限制学生出门就餐购物导致中午营业额骤减，所以暂时12月营业额标准未比11月收入有所提高。

损耗：

库存：因为未完全盘点所以详细损耗每月记录暂无历史数据可以查询，从11月23日开始在进行全店盘点行动货品数量差额不大基本在10%左右，而且有部分商品的实际数量大于系统内库存数量。截止目前已清点374种商品其中(42种商品库存差异为负)(24种商品库存差异为超出)

鲜食：鲜食的损耗主要在黑椒鸡柳、推推乐、香草奶酪、三明治这4 种商品上，尤其是香草奶酪和推推乐现在几乎全部霉变无法销售。黑椒鸡柳由于以胡萝卜为主食材反复冰冻加热容易使得胡萝卜变碎渣状影响销售。

鼠患：仓库和店面内吊顶缕空层内有老鼠，粘鼠板、捕鼠笼基本无效，建议考虑投放香型鼠药以前我们公司用过一种红色的效果不错，是慢性的一星期后就有2-3只老鼠尸体在办公室内。

经营情况汇总建议： 1：彩虹推推乐、香草奶酪由于一次进货最少300元但是商品单价太高学生消费能力有限建议取消此2种商品销售，除非能和供货商沟通允许进货数量减少。 3：建议加快收银系统的更新进度如：计算找零系统，会员卡系统，网络订单提醒系统。★关于系统库存问题：发现系统偶尔发生即便打单消费后库存也未扣减的情况，此情况会对店内库存清点及营业员耗损评分造成严重影响建议让程序员优先处理此问题。 4：从11月20号以后开始偶尔出现店内每晚要求订餐的数量和品类与食堂第二天发来的货品有差异的情况，希望报单员如果是有什么原

因导致数量和品类出现差异问题要及时与店长沟通。篇4：雪兰牛奶问卷调查总结

市场调研报告

题目：关于雪兰牛奶满意度市场调查问卷 人员：杨丹 杨青青 黄添水 杨洪春

杨洪春 生德兴 陈永豪 专业班级：市场营销101班

时间：202\_.10.8--202\_.10.22 关于雪兰牛奶满意度的市场调查问卷

【摘要】：

雪兰牛奶消费者满意度调查分析报告是通过方案设计，问卷设计，问卷调查，数据处理，撰写报告等一系列的过程来完成的。此次市场调研主要是调查消费者对伊利的满意度，因此我们从消费者对伊利产品满意度(分为产品质量满意度，产品价格满意度，和产品种类满意度)进行调查，忠诚度(只选择购买伊利)为重点来展开的。 [关键字] 调研目的，调研方法，数据分析，结论建议，心得 引言

当今社会人们对健康越来越看重,对营养的要求也愈来愈高, 纯牛奶在日常生活中占据这很大的比重，关系着我们的成长，它能增强抵抗力、抗疲劳、补充蛋白质、补充人体所必需的氨基酸、容易消化吸收、物美价廉、食用方便，它们还可以滋润肌肤，保护表皮、防裂、防皱使皮肤光滑柔软白嫩，使头发乌黑减少脱落，从而起到护肤美容作用。纯牛奶含有高级的脂肪、各种蛋白质、维生素、矿物质，特别是含有较多维生素b族，是最好的营养品。所以在我看来,牛奶的市场容量较大.为配合雪兰牛奶扩大在津桥学院市场占有率，评估雪兰牛奶的营销环境，制定响应的营销策略，那么市场调查是很有必要。

调查目的

要求详细了解雪兰牛奶市场以及各方面情况，为该牛奶在长大的

扩展制定科学合理的营销方案提供依据，特撰写此市场调研计划书。

1、全面摸清企业品牌在消费者中的知名度、渗透率、美誉度和忠诚度。

2、全面了解本品牌及主要竞争品牌在津桥学院的销售现状。

3、全面了解目前津桥学院主要竞争品牌的价格、广告、促销等营销策略。

4、了解津桥学院消费者对纯牛奶消费的观点、习惯。

5、了解津桥学院学生的人口统计学资料，预测纯牛奶的市场容量及潜力。

调查数据统计分析

本次调查由我组成员完成了问卷，回收率为100%.有效问卷占100%。我们主要针对津桥学院的消费者，针对如何让雪兰牛奶在津桥学院扩展以及提高消费者的忠诚度问题，进行全面了解消费者对伊利的满意度调查，并且分析影响其满意度的因素，从而进行数据统计和分析。 以下是我们所设的问卷内容中所选出来的一些主要的问题进行分析。 (注：缺省表示在问卷调查过程中调查对象没有填写) \*被调查的对象的性别 男( ) 女 ( )

男19 63% 女 11 37% 1.您是否有喝牛奶的习惯? a是( ) b否( ) a 16 53% b 11 37% 2.您对牛奶的消费习惯是什么? a偶尔喝( ) b想喝就喝( ) c每日必喝( ) a 10 33% b 19 63% c 1 3% 3.您的牛奶史有多长?

a一年以内( ) b 2-5年( ) c 60-10年( ) d十年以上( ) a 4 13% b 15 50% c 5 17% d 7 23% 4.您在喝牛奶时，是否制定品牌? a 不是( ) b是( ) c 不一定( ) a 3 10% b 5 17% c 22 73% 5.您知道以下哪些牛奶品牌?(多选) a 蒙牛( ) b 伊利( ) c雪兰( ) d哇哈哈( ) e 旺仔( ) f 光明( ) g 维他奶( ) h 特仑苏( ) i 其他( ) a 26 87% b 38 93% c 26 87% d 13 43% e 23 77% f 15 50% g 6 20% h 23 77% i 6 20% 6.您听说过雪兰牛奶这个品牌吗? a听过，很熟悉( ) b 听过，但不熟悉( ) c 没听过( ) a 18 60% b 12 57% c 1 3% 7.您曾经购买过雪兰牛奶吗? a 有，经常买( ) b 有，但很少买( ) c没有( ) a 6 20% b 18 63% c 5 17% 8.您是通过哪种渠道购买雪兰牛奶的? a 校内超市( ) b学校附近小超市( ) c 家乐福或沃尔玛等大超市( ) a 12 40% b 10 33% c 5 17% 9.您认为购买雪兰牛奶的渠道如何? a 非常方便( ) b 方便( ) c 一般( ) d 非常不方便( ) a 3 10% b 16 53% c 9 30% d 1 3% 10.您喜欢雪兰牛奶的原因是?(多选) a价格低( ) b包装好( ) c口碑佳( ) d购买方便( ) e 口味好( ) f 产品质量有保障( )

喜欢 24 80% 11.您不喜欢雪兰牛奶的原因是?(多选) a价格高( ) b包装差( ) c口碑差( ) d购买不方便( ) e 口味不好( ) f 产品质量没有保障( )

不喜欢 5 17% 12.如果您没有买过雪兰牛奶，在什么情况下会选择尝试一下?(多选) a促销活动( ) b 降低价格( ) c产品试饮 d增加新品( ) e亲友推荐( ) a 13 43% b 4 13% c 6 20% d 9 30% e 18篇5：职来职往 1. 梦想不是理想，需要一步一步去走，笃行日新，脚踏实地

生命的意义是什么，生命本没有意义，就是你追求什么，它就有什么样的意义

一个口是忠，两个口是患

(这句很棒，适用于整个中国式交往吧，说的是对直属领导和 间接更高层领导的做法) 经得起谎言，也受得了敷衍，忍得了欺骗，忘得了谎言，宁愿相信世界有鬼，也不相信男

人那张嘴

人有四种，一种叫熬日子，一种叫混日子，一种叫过日子，还有一种叫奔日子

我不解释，我解释就是掩饰，掩饰就是编故事，我就先不解释，我先倾听

再强大的忍一进医院，就会觉得很弱小，再强大的心灵，也会需要很照顾

宏图志，平常心，只要不断向前，总会有机会

媳妇要温良恭俭让，而不仅仅说是态度好

行政助理不只是需要，有形有色有礼有仪，它更需要有心有脑

产品营销有一个产品策略，产品不是是什么卖什么，而是它当成什么卖最合适

豆浆，一块钱，它加一点儿奶叫豆奶，卖三块钱，它加一些维生素，叫维他奶，就卖五

块钱了

从老板的角度讲呢，其实是这样，就是你是团结好人做好事，团结能人做大事，团结坏

人是为了不坏事，本质是这样

我支持你做，哪怕是公关，哪怕是其他行业都行，宁愿为去做过的事情后悔，都不要去

为想做而没做的事情遗憾。

现在这样一个上市公司，那每一次品牌向上的力量，都来自于向下的研究，或向下的推

动。从长线角度来讲，对他倾向得分，发展得意和商业得力都有好处。 其实对她来讲，恐怕不是在想所谓的梦想，或者是事业，我觉得对她而言，就是安身立

命吧，认真负责无憾对吧，养家小康无忧。

军人呢，有一个好的地方，叫内有信仰，外有良知。但是呢，初来进职场的时候，需要

是上有想法，下有做法。 这个焦虑主要是来自于昨天没有做好的，成为今天的问题;明天想要的，成为今天的烦

恼;所以其实内心会有挣扎。

《职来职往》达人的职场智慧

李响 职场高帅富...申晨 走好职场高...刘同 职场bug影...穷人因人而富，富人会因脉而贵。

如果你那不能胜任的话，不能研究学习的话，你无非就是给军事家讲政治，给政治家讲

体育，换个以为就能得到这个收益，不行的。实际上在面试过程中间，见专见业，还要见情

见性啊，

你的那个心性的部分呢，

是有一点胡同的，

有一点小江湖的，

这个是需要去调整的。

务必把一件事啊，做深，做足，做透，那个钻研深扎精神，是必要要考虑的。

在这个舞台中间啊，沿着这个悬崖边跳舞的有两种人，一种叫狂而不傲，第二种叫痴而

不呆。其实痴迷一专业，其实是我们挺欣赏的。不过呢，我需要提醒的是什么呢，是那个如

果有梦想没实践，

他往往等于零，

有实践没技能等于零对吧，

有技能没市场还是等于零对吧，

即便有市场他没有途径还是等于零。

做事不忽悠，想事不忽悠，做事不晃悠。

万事随缘，但不放弃努力。

在卖东西的时候，生客是卖礼貌的，熟客是卖热情的，小气卖实惠，苛刻的人卖细节，

这些都是在产品之外要考虑的。

军人是讲什么的，政治合格，作风优良，纪律严明，军事过硬，保障有力。

销售这个板块要考虑的是，想对路，找对人，说对话，做对事。 如果自己是那个鱼，就别去迷恋天空，如果自己是那个鸟，就别去痴情海洋，分清楚好

吗。

我们其实都做不了什么大事，都是用一些大理想来做好小事。

一拍脑袋，就这么干;一拍胸脯，没有问题;一拍大腿，出事了;一拍屁股，走人了!

你轻轻的来，又轻轻走，挥挥一挥匕首，不留一个活口。 咬字千斤重，听者自会动容 【职来职往】无论是工作还是做人，

傻子才用嘴说话;聪明的人用脑子说话，智慧的人用心

说话。

——

杨石头

【职来职往】在工作方式的选择上，男人关注的是大气，女人关注的是细节。

——

杨石头

【职来职往】企业用人的态度是：二十岁时看此人可不可教，

三十岁时看此人可不可用，四

十岁时看此人可不可捧。 ——

杨石头 【职来职往】在职场中，

太多人分不清楚什么叫做理想，

而什么又叫做梦想。理想是理智的

梦想，

在实现理想的过程中，

需要一步一步去完成。

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！