# 地区经理月工作总结模板(热门6篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2025-04-01

*地区经理月工作总结模板1工作中，我能够摆正自己的位置，站在中层干部的角度和促进公司发展的大局看待问题，坚决贯彻执行领导的意图，经常教育员工“有条件要上，没有条件创造条件也要上”，引导员工端正态度，做到“只为成功找理由，不为失败找借口”，并且...*

**地区经理月工作总结模板1**

工作中，我能够摆正自己的位置，站在中层干部的角度和促进公司发展的大局看待问题，坚决贯彻执行领导的意图，经常教育员工“有条件要上，没有条件创造条件也要上”，引导员工端正态度，做到“只为成功找理由，不为失败找借口”，并且经常组织员工学习领导指示与公司文件，确保提高执行力;我还经常深入代理公司检查监督，及时传达上级指示精神，发现问题及时提醒，帮助其制定销售计划，改进销售思路，辅助其健康发展。

同时，在公司领导的帮助下，结合销售部实际，我进一步健全了部门管理制度，制定了规章制度，明确了部门员工的岗位责任，完善了责任制度和激励机制，落实奖罚政策，强化了对部门成员的管理，调动了员工的积极性和主动性。同时，我坚持以人为本，尊重员工的意见，采纳合理化建议;关心员工的生活，关注青年员工的成长，无论个人生活还是工作，都为他们提供力所能及的帮助，极力营造团结一致、相互帮助、相互协作、携手共进的氛围，充分发挥团队合力开展工作，打造爱岗敬业、朝气蓬勃的销售团队。

**地区经理月工作总结模板2**

1、情况概述客观地表述任务完成情况，取得的成绩，要用数据说话。比如：今年公司下达的销售任务指标是多少，实际完成了销售任务多少，超额完成任务或离任务的差距是多少，达到人均消费者多少，与去年相比增长率是多少，各项经用开支多少，完成利润多少。市场占有率多少，与去年相比增长了多少，产品见货率多少，是提高还是降低了。经销商网络情况如何，a类、b类、c类各有几家，销售队伍情况如何等等。只报大账和特别需要说明的数据，不需报细账，否则成了数据分析报表。

2、简要分析针对上述的事实（数据），简要分析其原因，是行业形势、竞品原因、公司政策、还是其它原因所致。

3、特别说明若是成功的经验，对公司其它市场有指导意义的，需要简洁、生动的表述成功的典型案例或经验，可让公司宣传鼓舞士气或在其它市场推广。若是区域市场运作上存在明显的不足或严重的问题，需要对不足之处和问题进行深刻的剖析，如网络构建问题、销售队伍问题、新产品开发问题、消费者沟通和启动问题等，要找出问题的根本性原因，分析清楚问题出在那一个环节段上，如广告促销火候不到，差几成。

**地区经理月工作总结模板3**

20xx年通过市场营销部全体同事的共同努力，产品调配部的有效工作及公司其他业务部门和行政部门的有力协助，截止20xx年12月，销售额创历史新高，已达\*万元，比20xx年全年提升30%。新开发专卖店家。纵观全年的工作过程，有喜有忧，有甜有苦，有欢有痛。

第一部分20xx年工作总结

市场营销部承担着公司管理模型和市场模型的建立任务，而公司下一步规划的前提就建立在一支过硬的销售队伍和市场网络上，目前的实际情况是销售队伍不硬，市场网络不稳。我们只有集中大家的优势，发挥团队的力量，群策群力，充分的尊重市场和事实，才能够取得成功。

一、统一思想，端正态度

1、关于态度

我相信在许多员工的述职报告中反映出了工作中很多的困难和问题，比如提货折扣问题、领导能力问题、加盟商的合作问题、支持力度等……，问题和困难自然不可避免，但我觉得，导致这些问题和困难不能解决的主要原因还是态度问题。态度决定一切。公司要建设好队伍，并达成目标，就需要运用管理工具对员工进行管理，并且也有权利管理到大家的每一个工作日。

在今年的工作中，市场营销部通过狠抓工作心态，灌输管理思想，使大家从过去的被动发货变为主动出击，从细微环节到整体工作布置，无处不体现树立良好工作心态的思想。但有些区域还或多或少地体现出一种等靠要的心态，遇到难题就消极地等待，或是公司来解决，或是千方百计向公司要政策、要钱。不错，我们在市场运作的初期有不少的问题，但如果什么问题都没有，还需要我们大家来干什么?如果作为一个区域经理，成天在自己的队伍和客户面前怨天尤人，怎能带领好队伍?

拿破仑曾经说过，“人与人之间没有太多区别，只有积极的心态与消极的心态这一细微的区别，但正是这一点点区别决定了二十年后两个人生活的巨大差异。”因为你有所欠缺，所以你要比别人更勤奋，才可能赶超别人。经常有人会这样说——“如果当初我怎样怎样，那么现在我肯定会……”，人们常常只停留在这样的说法上，而不真正付诸行动，怎么会有好结果?

市场竞争日趋激烈，市场机制会愈趋规范，每个公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在面前，以一种什么样的态度去对待它，你就会得到一种什么样的结果。

2、关于目标

任何公司都有公司发展的目标，每一个在公司工作的员工也有自己的个人发展目标，在这个问题上，我认为有两点值得思考：

一是要将个人目标与公司目标统一起来。每个人都会有压力、有需求，但怎样使之与公司的长期和短期发展目标有机统一，使得在实现公司发展目标的同时，实现自己的个人目标。这就需要将自己的个人职业生涯规划融入到公司的发展当中，公司会不断的发展，要上新产品、要建自己的工厂、要上市……，只有上下统一起来，步调一致，才能往前走。这就需要加强相互沟通，达到构建一支优秀的团队和网络的目标。

二是实现目标要有一种正确的观念、方法，并将目标切实分解落实。只有可分解的、能实现的目标，才是可行的目标。今年初市场营销部通过将销售指标分解到每个人，每个加盟店，围绕目标紧密跟踪，穷追不舍，从而保证了全年销售任务的完成。另外，保持一种好的心态将会帮助员工渡过很多困难。

3、关于学习

相互学习，是市场营销部一年来始终灌输的一项行为习惯。有一位经济学家讲过这样一句话“不学习是一种罪恶，学习是有经济性的，用经济的方法去学习，用学习来创造经济。”我们应该从理论上、实践中和相互的交流中学习，不仅要注意学习的方法，更要有正确的学习态度。大家或多或少都有一种批判的吸收心态，也就是说在接受别人的观点或意见之前，带着一种质疑的态度，这是我们应该改正的。我们要以吸收的批判的态度来对待他人的观点和意见，即先以一种宽容、包容的心态听取别人的观点，然后经过自己的深思熟虑，对其观点加以批判性的接收。

就像我们组织开会和培训，公司花费金钱，同时让大家在繁忙的工作中挤出时间聚到一起交流和总结，如果不以一种学习的心态、以一种空杯的心态来对待，肯定学不进去。每个人都有优点，都值得大家相互学习，如果你无法改变自己的心态，也就不会进步。

我也经常对大家说，只有不断地学习、思考、总结，我们才能不断地提高和把事做好。

这个过程就像下围棋一样，起初从零开始，水平都差不多，慢慢知道了布局，有了进展之后，对水平低的就不屑一顾，自以为是，进入一个平台期;然后慢慢也就有了对更高水平的向往，如果继续学习和总结，就逐渐有了大局观，也知道了何以舍小保大，就这样在不断的学习当中进步，其实，工作中也是一样，你需要不断地学习、充实，销售部要尽力塑造一种学习的氛围，来培养一支优秀的团队。

4、关于团队

每一个区域经理在面对所属员工时，首先是长者，有义务有责任让下属开心的工作，要理解人性;不

要把那些江湖作风、老爷作风带到队伍中来，要让自己的队伍有安全感，能获得收益，能够不断成长;要努力培养下属，将自己的知识和技能毫无保留的传给他们，要抱着一种水涨船高而不是水落石出的心态来对待它;要切实加强团队意识，加强培训，建设一支真正优秀的属于公司的团队。

有句话说得好，“不参加培训的人不能当经理，不会培训人的人当不了大经理。”

随着公司的发展，会有更多的岗位和机会摆在每个人的面前，在团队建设的过程中，面临着一个信任与控制的问题，我们要运用各种表格加强过程管理。

5、关于管理

在公司里，我们每个人都处在一种角色的转换中，在下级面前是管理者，在上级面前是被管理者。而从另外一个角度，大家都是社会人、企业人，管理具有科学性和艺术性，要真正达到有效管理，在队伍出现问题的时候，沟通是一种非常重要且有效的途径。所以有的管理学家甚至说，管理就是沟通。其重要性不容置疑。

我们许多经理常常过份依靠自己的经验值，而不注重市场调研和来自市场一线的材料，这是一种错误的观念，必须改正。有没有管理一支团队的意识，在下属遇到困难的时候，有没有与他们一道进行协同拜访和辅导性拜访?

没有规矩不成方圆。管理是一种投入，我们要向管理要效益，不断完善各种管理制度和方法，并真正贯彻到行动中去。

二、总结教训，推广经验

1、财务意识有待加强

需要强调的是一定要严格按比例控制整个营运成本，同时，市场开发及销售费用属于个人借支，涉及到摊销问题，需要绷住弦，树立财务控制的态度。

首先要学会算帐，加强财务分析。各区域经理通过算帐、分析，对不同费用间的相互关系加强分析，做到有效的财务管理。既要算好市场的帐，要考虑怎样去进行摊销，又要算好投资的帐，把工作看成是自己的事，从自己的角度出发，什么事情该做，什么事情不该做。

所有的结果最终都落在财务指标上，要抛打紧用，先紧后松，加强费用分析与市场策略的结合。特别是区域经理，要尽量以各种简明扼要的形式如柱状图、饼状图、曲线图等加强分析，帮助本区域做好财务控制。

2、严格规范、有效管理

我们公司管理的大前提是预算制管理，对于年度计划，要将目标计划分解到每个季度、每个月、每一天、每个主管、每个加盟店、每区域、每个部门，每个经理。并认真思考要通过哪些通路、方法来达到目标。目标分解了就成了任务，任务是必须要完成的。

要加强目标管理和时间管理，同时经理们要严格要求对自己的管理，要以身作则，才能带好团队。比如，如果经理自己懒惰，有怎能要求员工勤奋工作?管理是要付出成本的，是成本就一定要出效益。下一步我们需要考虑上ERP系统，来简化管理的程序和提高管理的效率和质量。

3、人力臃肿，资源浪费

首先有一个用人标准的事情，我们一直倡导合适的就是的，不一定秀的就是的，在选人用人上，还要注重员工的忠诚度和专业性。

其次在形式表现上，员工的工作能力如沟通能力，工作效率和工作饱和度也是需要着重考虑的方面。最后要通过培训，采取不同策略，把销售主管个人资源与公司资源进行有效组合，达到整合资源，发挥团队优势的目的。

在对公司员工的培训上，主要从三个方面来进行，一是培养大家一个良好的工作习惯，通过经理的榜样作用，加强管理;二是通过召开会议如周会、系统的培训会议来全面对员工进行知识和技能的培训;三是通过市场运营过程中的传帮带，带好团队，优胜劣汰。我们现在是“优不胜，劣不汰”。只有让所有员工的长期目标和短期目标与公司的目标统一起来，涉及到现实的收益、成长的空间、实际能力的提高等诸多方面，只有在过程中不断地兑现和满足大家，才能团结稳定队伍并不断地吸引更多的人才加盟我们的事业。

4、市场策略需融入准确科学的市场调查

各区域经理对市场都有不同的感觉，经验固然重要，但它并不是成功的必然。只有将感性和理性结合起来，理论与实践相统一，在市场直觉的基础上，加上科学的分析和研究，这样得到的成功才是一种必然。不妨看一则关于肯德基的故事：在准备进入中国市场的时候，肯德基针对北京王府井的情况先后派了两位职员进行开店前的调研，第一位职员在到达王府井后，看见熙熙攘攘的人流，凭直觉马上判断值得在王府井开店，于是回去后告诉公司说可以在王府井开店;另一位职员到达王府井后，在主要的路口开始计时统计通过的人流情况，按层次、按年龄加以分类，同时还对北京周围的鸡的来源以及养鸡的饲料等环境进行综合调查，最终通过数据分析，得出可以在王府井开店的结论。事实证明最终开店的结果是成功的，但两位职员得出结论的方法和过程并不一样，其差别我们可以很容易看到，所以第一位职员回去之后就被降职了。如果我们在市场操作的过程当中，能够把丰富的市场经验和准确科学的市场调查结合起来，则成功将会属于我们。

要学会分析市场，分清主要矛盾与次要矛盾，主要矛盾的主要方面与次要方面，抓住重点，才能有效地开展工作。比如山西市场，由于渠道很熟，开发一般的专卖网点可能相对比较容易，单已不符合大店潮流，但开大店相对比较困难，所以，下一步山西市场的重点就要适当向开大店倾斜，包括赠送营业道具等;而山东市场相对来说，市场开发力量较弱，所以在人员聘用的时候，必须考虑到开发能力和维护能力都很强的人。不同的市场，不同的环境，需要采取不同的策略。

在市场推广方面一定要抓住一个中心，结合主要与次要矛盾，有效避免东一榔头，西一棒槌的事情发生。

铺货销售是目前服装市场上，尤其是东北市场普遍应用的主要手段，但绝对不是的手段。从服装行业发展的趋势来看，只有能为加盟商全方位提供店铺解决方案，专业化、系统化才是未来的方向。我们只有综合运用这些手段，抢占先机，才能走在别人的前面。所以，现阶段首先必须从意识上上升到一种高度，体现出我们裤业连锁专卖的专业化、规范化的形象，有效整合各种资源和方法，有系统、有计划地去做市场推广，通过正确的市场策略的运用，来达到我们建设队伍、营建网络的目的。

三、明确目标，分解任务

各区域在进行目标分解的过程中，既不要保守，也不要画饼充饥，要本着实事求是、务实的态度，用经验值和科学相结合的方法，确定每个区域合理的、可实现的目标。

在目标确定之后，分解到人，到加盟店，到每季度、每月、每天。在这里，我要强调贯彻“事事落实，事事督导”这八个字，事事落实就是要既事事落实到人，也要事事落实到时间;事事督导就是要实行财务督导、层层督导和相互督导。通过加强过程的管理和监控，来确保目标的达成。

第二部分20xx年工作计划与展望

一、市场开发方面

1、确定重点工作方向：巩固根据地(河北)，丰满两翼(山东、山西)，解决后患(河南)。上述四省新建店35家。

2、暂停江苏、安徽的市场开发工作。

3、研究确定适合东北市场的经营模式，向沈阳办事处派驻长住代表(周期轮换)，辽宁新建店20家。

4、成立专门作战团队，集中有效兵力进军陕西市场，开辟新店15家。

二、营销管理方面

1、在员工沟通能力与语言运用上下猛药。不间断培训电话沟通技巧、商务语言运用与客户心理分析。

2、将各种业务指标落实到每人、每店、每天。20xx年销售额突破5000万大关。

3、将各项工作目标视觉化，建立健全每日工作跟进制度。

4、业务人员进行月度考核，实行末尾淘汰制。

5、在营销主管中逐渐融入男性员工。

6、完善各种营销工具的规范建设与资源共享。

7、加盟店与公司数据联网率达到90%。

8、市场部与营销部配合，实现移动办公。

**地区经理月工作总结模板4**

工作以来，我始终坚持“精益求精、一丝不苟”的工作态度，事无巨细，都以高度的责任感去对待。除了做好各站点的运营工作外，还重点做好下列工作：

1、做好对亭内外的卫生检查工作，保持亭四周的环境卫生、整洁，为家营造一个舒适的工作环境。

2、检查车辆数目，并认真登记车辆损坏数量。

3、每周不定期在中午或晚上对管理员在岗与脱岗情况进行督查，进一步提高管理人员的责任意识与在岗意识。

4、根据公司要求，努力跑广告，但由于市场形势严峻，个人经验缺乏，未能完成这项任务。

**地区经理月工作总结模板5**

年终快到了，作为区域销售经理应该拿出一份比较像样的总结报告，怎样的总结才能既让公司领导满意，又对来年的工作具有指导作用呢？笔者认为虽然漂亮的各种格式化总结报告很多，但是万能变不离其中，关键是要抓住二个要点：总结要客观、既有成绩也有问题，要用数据和事实说话，要分析存在问题的本质性原因；总结中还要有计划，既要将计划任务分解落实，还要有可行的方法解决存在的问题，并且找到其中的增长点，区域经理年终个人工作总结。

一、当年市场工作总结

1、情况概述

客观地表述任务完成情况,取得的成绩,要用数据说话。

比如：今年公司下达的销售任务指标是多少，实际完成了销售任务多少，超额完成任务或离任务的差距是多少，达到人均消费者多少，与去年相比增长率是多少，各项经用开支多少，完成利润多少。市场占有率多少，与去年相比增长了多少，产品见货率多少，是提高还是降低了。经销商网络情况如何，a类、b类、c类各有几家，销售队伍情况如何等等。只报大账和特别需要说明的数据，不需报细账，否则成了数据分析报表。

2、简要分析

针对上述的事实（数据），简要分析其原因，是行业形势、竞品原因、公司政策、还是其它原因所致。

3、特别说明

若是成功的经验，对公司其它市场有指导意义的，需要简洁、生动的表述成功的典型案例或经验,可让公司宣传鼓舞士气或在其它市场推广。若是区域市场运作上存在明显的不足或严重的问题，需要对不足之处和问题进行深刻的剖析，如网络构建问题、销售队伍问题、新产品开发问题、消费者沟通和启动问题等，要找出问题的根本性原因，分析清楚问题出在那一个环节段上，如广告促销火候不到，差几成。

二、明年工作计划

1、要全面

将总体的目标任务分解成各个阶段、各个区域的子目标。将任务落实到人（经销商和对应的销售人员），对各种资源进行合理的配置。用表格、数据说明，力求仔细、认真、全面、准确。或者可以用附件的形式详细说明，但是年终总结一定是少不了明年的打算，如果公司的习惯是单独行文的，那么在报告里只要把简要的打算、主要的思路表现出来就可以了。

2、要到位

目标需要有措施的支持，通过什么措施、配置什么资源，达成什么目标。先落实有把握的目标，期望达到的目标要另行说明，不能混为一谈，否则就会让领导感到不踏实、不到位、不放心的感觉，自己也容易搞糊涂，误将理想当现实。

3、要有突破和亮点

突破，一般可以从今年存在的主要问题着手，今年的主要问题已经在总结中分析清楚了，公司领导也早已看在眼里，要集中精力抓一个问题，虽然一个市场问题可能是成千上万，但是只要解决了一个主要矛盾其它矛盾就会迎刃而解。通过正确的方法、严密思维、准确有效的措施努力在突破中创造出新的销售增长点和亮点。

市场、销量、品牌还需要厚积薄发，一年解决一个主要问题，上一个台阶，而且是说到做到了，第二年你再写这样的报告，领导就相信你，就能得到应有的支持。这样的市场年终总结报告是领导最愿意看到的报告，也是实效性的报告。

**地区经理月工作总结模板6**

为了做好“安全生产月”活动的宣传工作，公司于5月份就积极搜集、整理各项安全月活动资料，并及时下发车间进行宣传、学习，同时，将“安全生产月”活动主题和相关宣传标语，制成4条宣传横幅，于5月30日分别悬挂于公司的醒目位置，营造了良好的活动氛围，拉开了“安全生产月”活动的序幕。公司于6月1日组织员工学习总经理的安全讲话，6月7日组织了一次以安全月活动为主题的黑板报竞赛，本次黑板报竞赛主题鲜明，版面新颖，形式多样，内容丰富，广泛宣传了党和国家安全生产法律法规、方针政策和公司管理制度，以及安全生产技术知识，推动全员牢固树立“加强安全法治、保障安全生产”的理念，为“安全生产月”活动的顺利开展做好了铺垫。

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！