

# 离婚协议书有一儿一女模版 离婚协议书 有一儿一女(模板5篇)

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 品牌部工作计划总结 销售工作计划ppt篇一

我公司市场部的工作在领导的正确指导及部门员工的努力下将2019年的工作划上一个满意的句号。为再接再厉，特做出市场部年度工作计划和内容提纲。

1 市场部职能

2 市场部组织架构

4 市场部2019年度销售工作计划

实行精兵简政、优化销售组织架构

实行严格培训、提升团队作战能力

把握市场机会、制定实施销售推广

信息收集反馈、及时修正销售方案

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划

是否科学、执行力度是否严谨。

直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。

全面协调各部门工作职能。

是企业的灵魂。

准确性

及时性

协调性

规划力

计划性

执行力

监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控

制定、督促、实施必要的销售推广。

专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。

销售客户档案统计、归纳、整理。

全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门

1 制定2019年销售工作计划:科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况,扬长避短、寻求机会、制定2019年市场部和销售部工作任务和工作计划。

2 实行精兵简政、优化销售组织架构:认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下,精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3 严格实行培训、提升团队作战能力:

集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识,形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训

销知识系统培训

业执行标准培训

“从优秀到卓越”——企业人在企业自律守则培训

销售人员职业道德培训

应用技术及公司产品培训(应用中心或工程师培训)

4 科学市场调研、督促协助市场销售:

5 协调部门职能、树立良好企业文化:

的提高和市场的发展。

研发部生产部:研发生产部门的职责是以市场需求为导向,通过市场需求,不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso- 2019质量体系,向市场推出竞争力产品。因此,市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息,使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标,

在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好的产品来赢得市场和客户。

**销售部：**销售部是企业的先锋部队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业“灵魂”的作用。

**财务部：**直接对总经理负责，如果说市场部是“灵魂”、销售部是“先锋”、是“轰炸机”，那财务部则是企业的“大闸”、是企业运作、健康发展的“动脉”，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把握企业的赢利，及时的为总经理提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部，在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

**市场留守、物流部：**直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产部，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部，更应该建议、指导、督促、协助他们的工作。

6. 把握市场机会、制定实施销售推广：

7. 信息收集反馈、及时修正销售方案

俗话说的好：“火车跑的快，快靠车头带。”一份工作要想有更好的成果，前面的领导人物起着关键的作用。没错，对于销售主管的我，也对2019年的工作做出了新的计划。2019年的工作已经做完，整体来说还算基本顺利。根据销售工作

总结回款情况，销售回顾，经营分析及业务来源等方面的问题，作为销售主管的我对于 2019年的销售主管工作计划有了新的方向：我的个人工作计划会明细化，但在实施的过程中将带领所有的组员们一起行动。2019年预计全年回款100万元以上，保持增长345.9%，预计第一季度完成15万元回款，第二季度25万元回款，第三季度回款30万元，第四季度30万元，南京市内终端用户预计扩增至150家，分销商增至70家。

定期检查核实经销高的产品库存，配合公司发货时间及物流工作，确保经销商的库存在短期内消化，不出现积压产品及断货现象，同时协调好各分销商的渠道，有销售网络重叠现象的，避免引起产品价格战。

实行奖罚分明制度管理体系，解决因产品价格大幅度波动造成的市场威胁，查找冲货根源，经核实无误后取消违规经销商的产品促销资格，时间为1年。相反，提供有效信息并持有凭证的销售商，公司给予相应的促销补贴政策。

进一步将产品深度分销，由原来的批发市场深入至农贸市场，在终端的走访中，针对信息的收集，寻找对产品需求量大的消费群。目前，浓缩果汁产品的需求量集中在咖啡馆、茶馆，我们还需要在产品质量和价格上寻找相应的切入点。

将对扬州、泰州、盐城、淮安、镇江、连云港、芜湖、马鞍山、安庆、淮南、淮北等苏中、苏北、及安徽局部市场进行开发，搜罗并设立特约经销商，享有与南京经销商同样的经销政策，实行自然销售，特殊区域可视情况而定，是否增派销售人员。

重点促销产品：销售工作计划表鸡汁和果汁在2019年将被重点推广，两个产品的消化周期短，但在市场竞争方面优势不明显，准备将相应消化周期长的寿司醋、芥末油，辣椒油等停止促销，从而补贴鸡汁和果汁产品的促销，能起到重点产品的增量效果。

南京办固定人数5人，终端4人，流通1人，准备从终端调派1人兼跑流通市场，而原负责流通的人员兼跑省内周边城市，开拓空白市场。

每日晨会进行前日的工作汇报，端人员将负责的区域业务工作表格化，流通人员将市场信息和竞品动态提供给终端人员，终端方面的供求信息来自网络资料由流通人员安排解决，大家交换意见，进行信息沟通，为销售做好全方位的工作。

终端人员销售对象为市内酒店，宾馆、咖啡馆等，面对直接消费者进行服务，要求在谈判技巧和国语标准化的程度上有所提高，要有实际的终端业务开发率，流通人员销售目标是为产品打开分销渠道，通过分销过程，最终到达消费者，流通人员要具备清醒的思维，长远的战略眼光，善于沟通、分析、认真看待问题的启发性和套路背后的逻辑性，打开每一个产品流通的环节，确保产品顺利分销。

给予全体办事处人员进行定期的培训，在销售技巧及谈判过程上进行实战的演习。

对于2019年工作计划我心里已留底，我相信一切在于行动，把我们所有的计划和目标都付诸于行动，当我们年底再总结的时候一切会有不同的收获。

## **品牌部工作计划总结 销售工作计划ppt篇二**

时间： 年 月 日~ 年 月 日 部门： 填表人：

备注1□xxxx保留对内容进行修改的权利.

备注2:此为xxxx重要管理文件, 版权所有, 禁止复印、泄露。

业务员每天的工作都是按计划进行的, 这是非常必要的。优秀的业务员都擅于对自己的销售工作做计划, 做到忙而不乱, 对于业务员工作计划的安排, 是销售经理应该主抓的工作, 要想团队有战斗力, 必须每个人都清楚自己的计划, 并能有条理的执行。

1、业务员每天早晨开早会。

2、每三天对自己的销售工作总结, 并罗列下一步将进行的工作。

3、每周做一次销售情况分析, 找出问题, 互相讨论, 并参加一次销售培训。

星期一。走访所有重点终端客户, 并填报走访记录, 每月不得少于1次, 并将发现问题上报区域经理。

星期二。走访次重点终端客户, 了解市场情况, 每月不得少于3次, 每次不得少于10家, 并填报市场调查记录, 上报区域经理。

星期三。与重点终端客户理货员或兼职促销人员电话联系业务, 督促经销商送货(做到每3天联系1次, 并做好电话记录)。

星期四。每天登记经销商的库存与销售报表1次, 并每5天向公司汇报一次。

星期五。每旬与经销商分析一次市场形势, 检查资金到位情况, 制定发货计划, 上报公司销售内勤, 并抄报区域经理。

星期六。每月编写当月工作总结及市场情况以及销售计划汇总报告, 上报区域经理。

星期日。及时处理质量问题，分管区域市场质量投诉必须在8小时内进行处理，并以书面形式上报公司销售内勤。

## 品牌部工作计划总结 销售工作计划ppt篇三

1月：

- (1)开展“走基层访群众促和谐”文化进乡村系列活动
- (2)开展“温暖春运我们在行动”网络购票服务活动
- (3)开展“大年小戏闹新春”资源征集活动
- (4)免费上门办证、让图书借阅服务“零距离”
- (5)人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次
- (6)图书、电子阅览室流通不少于700人次
- (7)流通点资源配送，完善相应档案资料
- (8)完成上月报刊装订任务

2月：

- (1)元宵节举办“灯谜猜猜猜奖品拿不停”活动
- (2)举办“有国才有家”中小學生爱国电影展
- (3)寒假自主学习·科普伴我行数字资源讲座
- (4)免费上门办证、让图书借阅服务“零距离”
- (5)人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次



(6) 图书、电子阅览室流通不少于900人次

(7) 流通点资源配送，完善相应档案资料

(8) 完成上月报刊装订任务

3月：

(1) “与雷锋叔叔同行”数字资源互动校园

(2) 诺茹孜节“阅读让我们的生活更精彩”热门图书展

(3) “走在成长的路上基层图书室管理员”业务培训班

(4)xx届三中全会、群众路线图片展

(5) 免费上门办证、让图书借阅服务“零距离”

(6) 人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次

(7) 图书、电子阅览室流通不少于600人次

(8) 完成上月报刊装订任务

4月：

(1) “我爱读书探寻世界读书日的由来”知识讲座

(2) 举办“4·23世界读书日——你选书我买单”活动

(3) 举办“弘扬宪法精神构建和谐社会”普法图书展

(4) 免费上门办证、让图书借阅服务“零距离”

(5) 人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次

(6) 图书、电子阅览室流通不少于500人次

(7) 流通点资源配送，完善相应档案资料

(8) 完成上月报纸装订任务

5月：

(1) 心声·音频馆数字服务进社区活动

(2) 举办“民族团一条心”互动联欢活动进社区

(3) 免费上门办证、让图书借阅服务“零距离”

(4) 人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次

(5) 图书、电子阅览室流通不少于500人次

(6) 流通点资源配送，完善相应档案资料

(7) 完成上月报刊装订任务

(9) 做好上半年工作总

6月：

(1) 对乡镇村业务(东风工程、农家书屋)工作督查、辅导

(2) 电脑入门系列培训之一开关机及基础维护

(3) 消防知识讲座

(4) 免费上门办证、让图书借阅服务“零距离”

(5) 人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次

(6) 图书、电子阅览室流通不少于600人次

(7) 流通点资源配送，完善相应档案资料

(8) 完成上月报刊装订任务

7月：

(1) 暑期阅读推广“我喜欢的一本书”征文活动

(2) 暑期“有国才有家”、科普视频、动漫电影展

(3) 阅读丰富人生、共建书香军营

(4) 暑期管理员志愿者服务招募

(5) 人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次

(6) 图书、电子阅览室流通不少于900人次

(7) 完成上月报刊装订任务

8月：

(1) “心向党系军魂”主体图片展

(2) 管理员志愿者服务体验活动

(3) 电脑操作实用指南之一—如何网上购物

(4) 人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次

(5) 图书、电子阅览室流通不少于900人次

(6) 流通点资源配送，完善相应档案资料

(7)完成上月报刊装订任务

9月:

(1)“浓浓师生情中秋话团圆”诗文朗诵会

(2)“播撒桑榆情传递敬老心”红色怀旧电影展

(3)免费上门办证、让图书借阅服务“零距离”

(4)人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次

(5)图书、电子阅览室流通不少于600人次

(6)流通点资源配送,完善相应档案资料

(7)完成上月报刊装订任务

10月:

(1)开展“开启悦读新时代”环保书画展

(2)开展“爱读书爱生活”优秀图书进校园活动

(3)免费上门办证、让图书借阅服务“零距离”

(4)人均新办读者证不少于3个、书刊外借不少于70册(人)次

(5)图书、电子阅览室流通不少于700人次

(6)流通点资源配送,完善相应档案资料

(7)完成上月报刊装订任务

(9)做好全年工作总

11月：

- (1) 做好农家书屋管理员生活补助发放工作
- (2) 电脑操作实用指南之一—如何发送电子邮件
- (3) 企业运营知识进企业宣传活动
- (4) 人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次
- (5) 图书、电子阅览室流通不少于600人次
- (6) 流通点资源配送，完善相应档案资料
- (7) 完成上月报刊装订任务
- (9) 对全年开展活动情况、数据进行汇总统计，拟撰写年度工作总结

12月：

- (1) 做好“农家书屋”总工作
- (2) 电脑操作实用指南之一—网购火车票程序及技巧
- (3) “冬季话养生”知识讲座
- (4) 免费上门办证、让图书借阅服务“零距离”
- (5) 人均新办读者证不少于3个、书刊外借70册(人)次
- (6) 图书、电子阅览室流通不少于600人次
- (7) 完成上月报刊装订任务

## (9)年度工作总考评

# 品牌部工作计划总结 销售工作计划ppt篇四

## 一. 各项赛事:

### 1. 公共课“两课”比赛:

以备战20xx年“两课”评比为契机,积极推进“有效教学进课堂”活动。深化教学改革,不断提高课堂教学质量,提升教师驾驭课堂和学生学习的能力。提高教研活动的质量,有针对性地探讨教学方法和技巧,帮助相关教师提高教学水平。(1. 18. 召开“两课”动员,布置寒假撰写教案和ppt制作,3月份起各教研组选拔评比)

### 2. 职业英语技能大赛省赛训练和20xx年市赛选手储备和训练。

职业英语技能大赛寒假期间(2月17日起训练)至3月27日备战省赛,省赛结束后,着手对20xx年市赛选手选拔和训练。

3. 语文组组织举办第三届校园经典诵读比赛(五月份);英语和语文教研组集中培训学生参加暑期“三话”比赛。

4. 积极组织学生参加20xx年xx市中学生运动会(三月份冬季三项赛、五月份美瑞德健美操赛、七月至八月篮球赛、足球赛、排球赛、乒乓球赛;成立排球队,重点打造三大球和健美操运动,积极配合校工会开展教工体育活动、抓好各训练队日常训练工作。

## 二. 内涵建设

1. 数学、语文学科完成国示范教学资源库建设。

2. 加大引进硕士及以上学历的研究生充实教师队伍。(教师招聘)

3. 20xx年重点抓好撰写论文的学术水平和各级课题的实施研究。有序进行陈静老师主持的《网络环境下高职学生英语自主学习研究与实践》省级课题和朱彦老师主持的《职业学校英语自然拼读教学的实践与研究》市级课题研究;完成3位教师申请的学校3项课题研究。

4. 考教分离方案提议:各教研组(除体育、德育)根据新教材的推出,逐步建设与完善题库,建议学校采用抽取软件根据题库由学校相关部门形成考试试卷(可做到考教分离);另参照南京、南通试点情况进行调整。

### 三. 学生社团建设:

1. 完善学生社团管理(20xx年增加到14个),社团活动有计划、有巡视、有记录。

2. 继续组织好模型制作和科技实践协会活动,每学期争取发行校内以《科技新锐》为题名的小报刊物,面向学生普及自然科学知识,引导学生从事创新制作的思考和实践,为20xx年创新大赛作准备。

### 四. 文化建设:

在各系部的大力支持下,本学期完成7期《致能大讲坛》。

## 品牌部工作计划总结 销售工作计划ppt篇五

### 一、背景

对于建筑装饰行业来说,在消费者中形成品牌形象的企业非

常少，这与行业的特殊性有关。gl公司专业从事建筑幕墙、金属门窗、建筑装饰装修工程设计、施工及技术研发，承接建筑幕墙及金属门窗的生产、加工与安装。虽说公司已经有16年的历史，但由于其行业的特殊性，产品并非大众消费品，企业品牌推广的步伐也一直比较缓慢。

### 、对品牌的重视度不高

虽然gl公司高层领导已经在思想上意识到了品牌建设的重要性，但是在实际的实施过程中未给予资源的大力支持，在人员以及资金投入上都未达到一定的要求。加强公司全体人员尤其是高层管理人员的品牌意识，对企业的未来发展意义重大，必须引起公司的高度重视。

### 、员工工作动力不足、专业水平低

### 、缺乏对品牌的准确定位和系统规划

gl公司对品牌的定位不准确，造成了企业对外宣传的关键点不明确，每次的品牌推广活动便很难向目标消费者传达一致的信息，无法在消费者心目中形成清晰的品牌形象。gl公司对于品牌的推广缺乏系统性，导致品牌宣传的效果无法持久，难以实现品牌推广的最终目标。

## 品牌部工作计划总结 销售工作计划ppt篇六

经过上半年的努力，我们在经营治理上和市场营销上已经取得了一些成绩，为下半年的工作开好了头，打好了基础，但下半年的市场竞争将更加激烈，我们只有更加努力地工作，才能保证公司的持续发展，才能完成总公司交给的任务。

提高干部员工的思想水平和综合素质依然是下半年的工作重点之一，下半年公司要继续抓好员工的思想教育工作，提高



员工的思想水平，综合素质，使员工能认真贯彻公司的指导精神，心往一处想，劲往一处使，为建设和谐中联，促进公司持续发展而奋斗。

通过各种方式和途径提高干部员工的理论和业务水平，定期举行干部培训，提高干部的治理能力和思想熟悉，有条件的的话，组织员工到相关培训机构进行专业及英语培训。

继续做好党建工作，上好党课，提高干部的政治理论水平。

对入党积极分子加强考查，把优秀的员工吸纳到党内来，发挥党员作用，引导全体员工奋发向上。

安全质量是公司进行市场营销的最大资本和最好武器，是公司进行市场营销的基础。

在市场相持阶段，只有确保安全质量，才能有条件、有资本、有底气向船东营销，否则只会让客户反感和不信任。

下半年，公司要在狠抓生产治理，确保安全质量上下功夫，要加大现场的巡查力度，对任何不按操作流程作业的作为予以及时处理，要加大考核力度，对安全质量事故，从重从严处罚。

下半年公司要进一步细化治理，对岗位职责和 workflows 再进一步细化，做到权责分明、任何工作都要有人负责，有人监督，避免漏洞的发生。

对现有已不适时宜的规章制度加以修缮，提高规章制度的可操作性和可执行度，果断贯彻落实。

对一些还未规范的事项及时出台相关制度和机制进行调整规范。

在业务服务上采用创新服务，提高服务质量及客户满足度，根据客户的需求和特点，为客户量身打造服务计划书，及时准确地为客户提供所需的数据。

挖掘增值服务的潜力，让客户感受到没有我们的服务，他们的工作会不方便和不顺利，从而使客房更信赖和依靠我们。

在市场营销上采用创新手段，积极收集相关信息，和客户建立互信互利的关系，尽所能地帮助客户解决工作和生活上的难题，用诚意感动客户，用实力吸引客户。

进一步理顺和船东、码头、代理及相关单位的关系，加强和各单位交往，积极参与各单位组织的活动，提高知名度及影响力。

回顾过去的半年，在这市场“相持”阶段，我们面对激烈的市场竞争，没有感到丝毫的畏惧和恐慌，厦门中联人继续高举着理货改革的旗帜，发扬创业时的艰苦奋斗精神，一如既往地迈着坚定的脚步朝目标前进。

相信只要我们紧紧团结起来，众志成城、不畏艰苦，迎难而上，我们一定会取得最后的胜利。

在过去的工作中，有成功的，也有失败的，有做好的，也有做的不好的，不管怎么说都成为历史。

现在接到一个新产品，我的口号是：不为失败找借口，只为成功找方法。

我的季度个人销售工作计划具体做法是：多跑多听多总结，多思多悟多解决，勤动脑，勤拜访，必须做到：“铜头铁嘴橡皮肚子飞毛腿”。

做一名刚强的业务员。

下半年工作计划如下：

(1)，优势：企业规模大资金雄厚，价格低，产品质量有保证。

(2)，劣势：产品正在导入期，各方面还不成熟，客户不稳定，条件有限(没有自己的物流配送)。

总之老品牌占山为王，市场，客户稳定。

要想在这片成熟，竞争非常激烈的无烟战场上打出一片天地。

我们必须比别人付出10倍的艰辛。

1，童车制造业：主要是：儿童车儿童床类。

2，休闲用品公司：主要是：帐篷吊床吊椅休闲桌等。

3，家具产业：主要是：五金类家具。

4，体育健身业：主要是：单双杠脚踏车等。

5，金属制造业：主要是：栅栏、护栏，学生床等。

6，造船业等等。

2,对老客户和固定客户，要经常保持联系，勤拜访，多和客户沟通，稳定与客户的关系。

对于重点客户作重点对待。

3,在拥有老客户的同时，对开发新客户，找出潜在的客户。

4,加强业务和专业知识的学习，在和客户交流时，多听少说，准确掌握客户对产品的'需求和要求，提出合理化建议方案。

5, 多了解客户信息，对于重点客户建立档案，对于潜在客户要多跟进。

6, 掌握客户类型，采用不同的销售模式，完善自己和创新意志相结合，分层总结。

1, 做到一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

2, 见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作。

3, 对所有的客户工作态度要端正，给客户一个好的印象，为公司树立形象。

4, 客户遇到问题，不能直之不理，一定要尽全力帮助他们解决。

把我们的客服带给客户让他们感到我们公司温暖。

买者省心，用者放心。

5, 要有健康的体魄，乐观的心情，积极的态度。

对同事友好，对公司忠诚。

6, 要和同事多沟通，业务多交流，多探讨。

才能不断增强业务的技能和水准。

7, 到十一月份，要有两至三个稳定的客户。

保证钢管的业务量。

8, 十月份是个非常严峻的时期，业务刚刚开始，市场刚刚启动，对市场中的客户还不太了解。

希望争取拿到一至二个定单。

9, 在年最后一月中要增加一至两个客户, 还要有三个至四个潜在客户。

为下年打下坚实的基矗

采用“顾问式”销售和“电话式”销售相结合。

## 品牌部工作计划总结 销售工作计划ppt篇七

平面设计(包括□dm单、海报、招牌、广告类) 文案编撰(工程设计文案的支持)

渠道拓展(新店开业、渠道引援、异业合作等)

品牌部人员岗位人数构架: 满编4人

渠道拓展: 统筹整个部门的工作事项, 年方案和计划的实施, 协同其它部

平面设计: (企业宣传□vi手册、画册设计□dm单、海报、招牌)

二, 20\_\_年投入多个重大节日活动主题

制定重大节日活动主题(春节活动、国庆、中秋、), 在一些商业区、广场等场地组织人员现场活动宣传。

春节活动: 主要针对过年探亲送礼, 加大优惠促销等宣传力度, 提升品牌对客户的回馈, 在一些人流量较多的区域做现场主题活动宣传, 并对企业团购给予相关的团购价。

国庆活动：针对所有的加盟商门店的区域市场做一套营销宣传，提升全国所有加盟门店的形象和影响力。

中秋活动：此期间主要是家装旺季，力推新产品上市，并对全加盟区域市场加大对品牌的宣传力。并在一些商业广场做一些品牌文化的主题宣传展示。

### 三，加强品牌的文化建设和渲染

建设企业文化，充分发挥人的作用，是当今世界企业发展的一种趋势，是经营企业的新思想、新观念。调动和科学组织广大职工的积性、智慧和创造力，是现代化管理的高层次选择。优秀的企业文化能让员工思想统一，而思想统一才能步调一致，步调一致的团队才有战斗力。建设企业文化，增强企业的凝聚力和在市场上的竞争力，使企业生存和发展的根本战略。企业要真正步入市场，走出一条发展较快、效益较好、整体素质不断提高、使经济协调发展的路子，就必须普及和深化企业文化建设。

包括企业品牌企业文化画册、产品手册、完整的企业cis形象的导入，相关设计元素的提炼和一些配套硬件设施的生产制作，企业文化、理念、管理、营销的建设。