

最新公共卫生服务宣传月 基本公共卫生 宣传月活动总结(精选5篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

渠道月度工作计划篇一

一、重点目标简介：

建立xx经销商，组成的经销网络，大力做小区推广，宣传直接面向终端，协助经销商销网络的完善和形象的树立，实现品牌效应。

二、市场现状分析：

xxx市场规模庞大，在市场不断拓展过程中，品牌竞争已经出现，就客户而言，在对产品质量没有客观认知的情况下首选、免检产品，其次比价格，因此在产品质量有所保证的情况下，还要有品牌保障，促进品牌的快速成长便成为我们市场开发过程的重要组成部分。价格方面，竞争十分严重。部分厂家尽量不参与市场价格的恶性竞争，但在制定价格体系时不得不参考市场价格现状，尽量稳定自身在市场中的价格体系，维护经销商和自身的利益，取不同的策略稳定市场，制定统一的市场价格表，在市场上严格执行。

三、产品定位：

1、市场定位：零售中高档家装市场；

- 2、目标消费群体：终端家装用户；
- 3、价格定位：中档价格；
- 4、品牌形象定位：高品质重服务品牌形象。

四、销售模式的确定：

确定渠道销售，模式如下：

生产厂家-----销售部-----经销商-----终端消费

选择此渠道的原因：

- 1、与公司目前现状相符合，降低销售公司管理运作费用；
- 3、产品在销售过程中将市场风险化整为零，降低各个环节的经营风险；
- 4、众多的零售商，容易形成一张销售网络，有利于市场基础的建立和产品的品牌树立。该渠道上各相关因素的基本特征：由此可以看出，渠道客户看中的利润，因此我们在渠道建设时是否能给他们创造利益，深刻影响着市场开拓。

渠道月度工作计划篇二

随着社会渠道代理商的壮大和快速发展，综合卖场、专营店、代理点、加盟店的发展迫切需要一支专业化的服务支撑团队。

建设服务型支撑团队建议实行五个保障：

- 1、人员保障：细化分工，清晰职责；规范化的工作手册，推行渠道日记。

2、系统保障：代理商营业受理权限分级；系统培训；系统故障处理；提供一站式业务量统计系统和代办费查询系统。

4、培训保障：承接省市公司及外部培训机构的培训计划，针对店员、促销、代理商建立常态化培训制度。

1、营销支撑经理：负责促销活动策划、商业合作洽谈、代理渠道助销、物料陈列指导、营销人员培训。

2、系统支撑经理：负责营业受理权限分级及管控，电信系统的使用培训，发展量分析，主推套擦分析等。

3、结算支撑经理：负责业务提成统计与结算，空充机布放及返利，为代理商提供透明、清晰、快捷的查询及支付方式。

4、服务支撑经理：建设代理商服务热线及网络平台，加强渠道中心与代理商的沟通交流，为代理商提供新品推荐、调价通知、新政策营销技巧等指导，同时与流量经营中心合作为代理商提供广告制作□dm宣传单制作，彩铃制作等服务。

当前社会代理渠道的建设对电信而言是一个全新的课题，依靠几个人或者个别部门的支撑已经远远不能满足电信公司对社会渠道建设的更高要求，代理商始终是以利益为导向的群体，如何最大限度的发挥代理商的力量是各大运营商将来占领市场的主要手段之一，通过一年多的努力，我们已经建立起了自己的代理商队伍，而且已经见到了效果，虽然我们的社会渠道的价值还不是很高，对代理商的吸引力有限，但是，只要我们坚持发展社会渠道，坚持“运营商服务代理商-代理商服务用户-用户为运营商创造价值”的利益链条，就一定能够实现合作共赢的局面。

同行探讨请加qq771800526 微博：焦斌1984

渠道月度工作计划篇三

一个中心

两个强化

强化渠道布局

强化品牌打造

三个加快

加快开放渠道拓展

加快农村渠道拓展

加快核心商圈布点

四个提高

提高渠道经理能力

提高网点运营能力

提高门店销售能力

五个到位

培训到位

终端到位

人员到位

支撑到位

激励到位

六个统一

统一思路

统一品牌

统一形象

统一宣传

统一政策

统一活动

翼起合力

渠道为王

渠道月度工作计划篇四

一、授权店管理

渠道经理对授权店进行分期管理，运作引导期（建议至少 1 周）进行一对一驻店管理，运作成熟期（引导期结束后）对辖区授权店进行每月不少于4次，每次约1-2小时（不包含交通时间，时间长短可随具体情况而异）的一对多巡店管理，同时第三方市场研究公司对授权店进行定期巡查。

（一）网点拓展

2、对有合作意向的网点进行资格审核，包括证照核对及实地核查，把好网点审核第一关，提高渠道建设质量。

（二）网点维护

- 6、负责实时收集与反馈辖区内授权店的相关信息，并制定相关优化建议；
- 7、负责结合区域特色，协调落实授权店相关的户外营销活动。

二、直销点管理

渠道经理每月对每家直销点进行不少于2次的巡查，每点每次巡查时间约15-30分钟（不包含交通时间，时间长短可随网点星级及具体情况而异），同时第三方市场研究公司定期对直销点进行巡查。

（一）网点拓展

- 2、对有合作意向的网点进行资格审核，包括证照核对及实地核查，把好网点审核第一关，提高渠道建设质量。

（二）网点维护

- 2、负责对辖区内直销点进行业务监督、支撑和指导，受理直销点

提出的相关咨询和申请，并协助直销点做好相关客户投诉的处理；

- 5、负责实时收集与反馈辖区内直销点的相关信息，并制定相关优化建议；
- 6、负责结合区域特色，协调落实辖区内直销点相关的户外营销活动。

渠道月度工作计划篇五

本人从2011年毕业于电信工作至今，已经过了5年的分水岭。从刚开始在客户网络维护岗位转岗到前端，至今一直在渠道客户经理岗位上，我虚心向同事请教，从熟悉人员、熟悉商户、熟悉业务知识做起，使自己逐渐被员工和商户接受并认可，从而很快进入角色，担负起自己的责任，配合中心做好经营工作。

一、工作总结

（一）、执行公司政策。

随着竞争对手不断进攻，公司政策也是全面更新，时时调整。作为渠道经理，必须在最短的时间里学习，吃透各种政策。同时将政策全部正确地传达，落实，跟进，反馈。

面对更新较快的政策，首先要站在更高的角度理解，不要怀疑，不能迟疑，更不能被动接受。制定工作计划，按天或按周管控进度，实时调整，务必保持目标一致性。并及时检查工作，总结经验，弥补不足，使得下一次工作做得更好。

（二）、做好代理商支撑。

代理商的工作就是直接面向客户且为客户提供服务，他掌握政策的多少，深浅，服务态度的好坏直接影响了公司的形象。所以，最好代理商支撑，就是间接做好服务工作。和代理商建立恰当的合作关系，及时必要的沟通与打气，充分发挥代理商积极性，主动性。

政策沟通要正确、清楚、及时的做好代理商顾问工作事宜，及时处理代理商疑问、申诉、反馈和各种其它需求，做到不让代理商心存疑虑，故而间接影响业务发展。

（三）内部协调沟通

作为渠道经理，对上要对领导负责、对公司负责，对下要对代理商负责、对客户负责。加强自身内部沟通协调能力，可以减少工作摩擦，提升工作效率，事半功倍。具体来说就是向经验丰富的同事常请教；向上级领导多汇报；跨部门间常协作，多交流；对合作商多指导，常监督。

二、以后的工作计划

工作缺不了学习。不论职位高低，不论经验多寡，都需要不断地学习，不断提升专业知识和自我素养。在今后的工作中，要虚心学习，结合自身实际多学习、多钻研。加强专业知识的学习，使自己精通业务知识，成为行家里手、业务内行；同时还要学习先进的经营管理经验，提高自身的思想、组织能力、协调能力和判断力，力求能够理论结合实际，适应时代的要求，不断提高自身素质。

渠道月度工作计划篇六

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。xx年度内销总量达到1950万套，年度预计可达到2500万-3000万套。

目前在深圳空调市场的占有率约为2.8左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及xx年度的产品线，年中国空调品牌约有400个，到xx年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。

xx年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急

剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如、三菱等品牌在xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

根据以上情况在xx年度计划主抓六项工作：

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况定期进行拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在xx年至xx年度配合及执行公司的定期品牌

宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

根据公司的xx年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。

渠道月度工作计划篇七

1、工程施工面积万m²□一期住宅、商铺万m²□万m²□x项目万m²;其中新开工面积万m²□

2计划完成投资额万元，其中xx项目工程完成投资万元，完成投资万元，花园完成投资万元;x项目完成投资万元;旧城改造项目完成投资万m²□旧城改造项目完成投资万m²□

4争取新贷万元。

5创利税前万元，其中花园万元□x项目万元□x万元。

1、以xx项目□x项目尾盘销售和续盘销售工作为重点，保证公司发展的资金来源，争取全年回笼资金万元。

据分析□20xx年国家将在前两年宏观调控的基础上加强对房产

市场的合理引导和有效控制，未来一年，房地产市场将总体维持平稳发展的态势。全体销售人员要坚持以饱满的精神，积极的姿态，坚定的信心来面对销售工作，培养坚忍不拔的意志，锻炼高效专业的素质，全力以赴完成销售任务。在xx项目和xx项目的尾盘销售中要坚持以下几点方针：1要一如既往地提高销售技能，做好售后服务，让品牌效应不仅停留在建筑上，更体现在销售人员的专业素质上，把最好的服务带给客户，让口碑营销发挥最大的功能；2仍要积极拓展营销区域，重视周边乡镇的潜在购买力，争取最大的客源；3要多学习多借鉴，开拓新颖有效的营销方法，加快销售速度，努力实现xx项目全年回笼资金万元□xx项目万元。

由于地域差异，销售有其自身的特点，明年的现房销售是重头戏，是能否营销成功的关键。随着前期开发的12幢住宅的竣工交付，小区绿化和环境营造的跟进，我们相信必将引来一个良好的销售年□xx公司销售部要注重磨砺内功，打造一只过得硬的营销队伍，要抓住项目的优势特点，加强广告宣传，深化客户研究，找准有效的营销手段，实现全年销售资金回笼万元的目标。

2、坚持不懈，狠抓落实，按时完成、续建任务，确保一期12幢住宅按时交付使用。

3、与各有关部门积极沟通协调，努力解决

环保问题，确保x项目按计划开工建设。

xx项目原计划于20xx年底开工，由于受到神旺酒厂污水处理站环保问题的困扰，原定开工计划受到影响□xx公司须全力以赴和当地有关部门积极沟通，努力争取，力争在年初得到xx开发区委的明确结论，在此前提下，做好下一步工作。

4、争取新的项目，实现公司可持续发展目标。

发展是硬道理，除却资金问题外，土地储备，项目储备也是关系公司生存发展的命脉。公司在抓好已有项目开发建设的同时，必须开拓思路，抓住机遇，寻求突破，争取公司的持续健康发展。

年底前，在集团公司的领导下，公司已于物业集团多次接触，洽谈合作事宜，希望通过合作，优势互补，携手共进，取得“1+1>2”的共赢效应。通过协商，我们已就旧城改造项目达成合作协议，并于12月18日参与了该项目的挂牌竞投。在取得该项目开发权的基础上，明年的重点工作就是组建项目队伍，扎实做好地块拆迁、方案设计等前期准备工作。此外，公司还将就xx集团属下建设开发有限公司的改造项目进行前期合作谈判，将按照集团公司的指示，做好有关股权转让的财务评估、法律文书签订等工作。公司要在新形势下，结合实际，求变求通，谋求持续发展。

5、顺应企业发展趋势，调整机构设置，完善企业制度，规范工作流程，加强人才开发和培养，做好内部管理工作。

随着企业的发展和变化，部分机构和人员设置已不适合新的形势，公司要审慎分析，研究对策，理顺机制，调整结构，以利于开创新的局面。在未来的一年中，公司要进一步完善制度建设，规范工作流程，提升管理水平，要注重人才的开发和培养，加强企业核心队伍的建设。尤其要向先进企业学习优秀的企业文化，制定合理有效的内部培训和交流机制，提高员工的自我认知和学习能力，促使员工积极关心企业发展，参与企业管理，发挥每一个人的潜能，成就一支懂专业，讲纪律，具活力，勇创新的房产专业队伍。

虽然未来几年住房需求速度将放缓，但居民的住房需求仍将保持较长时期的上升，潜力巨大。我们坚信在国家的宏观调控政策逐渐显效，市场逐步规范后，中国的房产还将有长期的、广阔的发展空间。在新政的影响下，房产企业组织结构将得到调整，房地产行业内部将得到整合。现阶段是一个优

胜劣汰的整合期，谁在这个阶段稳固了自己，取得了生存的资本，谁就将赢得未来。我们面前的道路即是光明的，也是无比严峻的，我们必须坚定信心，稳住脚步，努力学习，奋力工作，注重品质，追求创新，才能在新的一年里开创出属于一片属于自己的美好天地！