

幼儿园庆国庆活动合唱方案策划 幼儿园 国庆活动方案(优质8篇)

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。我们该怎么拟定计划呢?以下是小编为大家收集的计划范文,仅供参考,大家一起来看看吧。

驾校工作计划和目标篇一

几年的驾驶工作中,我严格遵守道路安全相关法规和有关章程,并在教学工作中不断学习新的车辆维护、维修技术和驾驶技能,在驾驶实践中逐渐树立起“严守规章、安全第一”的观念,在当年汽车性能、驾驶条件相对较差的情况下,不惧烈日酷暑,勤勤恳恳、兢兢业业,认真完成单位交派的各项运输工作,几年来未出现一起安全责任事故,为单位取得经济效益做出了自己的贡献。通过几年的磨练,我的驾驶技术也得到了长足的进步,每年均被安全学习组评为先进。

20xx年10月回到卫生防疫站从事驾驶工作,主要为防疫站食品卫生监督、计划免疫和消毒杀虫人员外出进行卫生监督、流行病学调查、儿童强化服苗、消毒杀虫工作驾驶车辆,由于疫情处理的特殊性,必须保证车辆的快速出动,因此平时我尤其注意车辆的维护和车况,并且从不计较个人得失,保证最快出车,利用自己几年驾驶过程中对全区道路的熟悉,总能保证在最短时间内利用最佳路线安全到达,得到了站领导和防疫工作人员的充分肯定。

20xx至今在从事驾驶工作同时,走上了车辆管理岗位,负责管理站内数辆摩托车和汽车的管理。本着“安全、高效、节约”的原则,我协助办公室主任制订了车辆管理制度,规范管理各类车辆,并对驾驶员进行不定期的安全和车辆维护培训。单位购车时积极为领导出谋划策,听取各位驾驶人员的

意见，根据自己对车辆的了解，购买的切合单位实际的经济实用、质量稳定的车型，特别在选择车辆定点维修单位时，多方考察，利用自己的业务知识为单位选定了质量过硬、价格经济的维修厂家，为单位节约了资金。

回顾二十多年来的驾驶和车辆管理工作，我主要取得了三方面的成绩：

一、始终坚持学习驾驶技术和车辆维修、维护以及现代化汽车管理方面的知识，几十年如一日，不断学习和充电，克服了自己文化基础差的弱点，靠着自己的钻研精神，为单位解决了众多的车辆故障和疑难问题，节省了单位的开支，保证了行车的安全。20xx年参加市劳动局组织的高级技术工人(驾驶专业)考试，取得了高级技术工人资格；20xx年获得重庆市人事局颁发的汽车驾驶中级证书；xx年参加市人事局组织的培训考试后，取得了汽车驾驶高级证书。随着驾龄的增长，我的汽车驾驶水平已经非常纯熟，对汽车性能的了解已不断深入，充分保障了驾乘人员的安全舒适，驾驶技能和车辆维护保养知识已经基本具备驾驶技师的水平。

二、二十四年来安全行车超过八十万公里，从未出现一起安全责任事故。我一直强化道路安全法律法规的学习，提高自身的安全意识，并在实践工作中不断总结经验，培养自己应对突发事件的心理素质。我热爱汽车驾驶工作，爱护车辆，工作一直勤勤恳恳、任劳任怨，遵章守纪，具有强烈的工作责任感、敬业精神和职业道德，用自己的良好表现赢得了领导和群众的认可。

三、在车辆管理工作中，积极贯彻上级有关车辆管理的政策、法令，并及时请示、汇报、研究、传达布置上级对交通安全工作的指示和要求，做好交通安全工作，每年按市车辆管理所和交通管理部门的要求进行所属车辆年检、驾驶员的年审，负责对驾驶员经常进行法纪、法规教育，并指导、考核兼职驾驶员操作水平，提供单位兼职驾驶员上岗审核意见，进行

车辆驾驶职业道德教育和安全行车教育，增强法纪观念，确保行车安全。

随着我国汽车工业的高速发展和新技术在汽车领域的大量运用，要求驾驶员不断掌握车辆驾驶、维护、保养以及管理的新知识和新理论，以此来推动单位车辆管理工作的规范化、合理化。在今后的工作中，我仍将坚持学习业务知识，提高解决疑难问题和车辆故障的能力，切实贯彻各项交通安全法律法规，努力提高车辆管理水平，立足本职工作，敬业爱岗，为单位的发展做出自己应尽的贡献。

驾校工作计划和目标篇二

周二的会议，的确不尽人意，从我个人的角度来说，对自己这半年的工作总结并不全面，下半年的工作计划也并不清楚。借此机会，再次审视自我，认清自我，同时确立自己明确的工作目标。

从12月底来公司到6月，这段时间的工作总结如下：

1. 刚到公司，前两个月比较茫然，但我一心想着把工作做好，进入工作状态。初来乍到，学习是非常重要的，当然外贸部优秀的同事给了我不少帮助，从熟悉产品到开发新客户，一步步走来，过程虽然艰辛，但结果总是给人鼓舞。通过一系列的培训，产品知识，到电话营销，我知道了作为一个外贸业务员如何开始工作，进入状态，取得订单。开始的两个月，没有任何平台，这是公司对我的考验，也是我自己对自己的考验。就如野外拓展中的“空中抓杠”，只有克服自我，才能真正的成功。到第二个月，从网上大海捞针，到最后重点客户培养，最终出了样品单，虽然金额不多，但是却给了我信心。总结这一单，最重要的是客户积累，培养重点。这一点要得益于平时戴总让我们做客户档案，分析客户，并保持和客户联系的状态。只有这样才清楚自己目前客户的联系状态，进而掌握订单的状态。

2. 从二月份拿到阿里账号，我工作上上了一个新的台阶。这里想感谢公司给我这样一个可利用的优质平台，让我客户资源很快上升，并学会如何处理询盘，跟踪客户，并达成订单。三月份太阳能热水器客户开始积累，并取得南非客户的样品单，目前对方还在测试阶段，订单大概要8月份才能确定。总结这一单，并没有什么诀窍可言，最重要的是跟紧客户。虽然只是几百美金的样品单，但是在这个客户身上花了很大心血，记得2月底至3月份每天晚上都会和客户聊天聊到很晚，一般是客户提醒我该休息了，我才下线.....正因为如此，客户才如期参观工厂，并顺利下样品单。总而言之，跟客户的感情是需要长期培养，关系好了，机会自然就多了。

3. 4月和5月，我个人的业务都处于低谷期，太阳能电池板的样品单出了4个，热水器出了一个样品单。这段时间，可以说还是处于摸索状态，出单心急，所以每碰到一个客户，我都会花大量的时间和精力对付，也许是白费心思，但觉得是值得的，因为经过这段过程，我能够更好的判断客户的心理状态，判断客户下单的可能性有几成，哪些客户是优质客户。6月份下单的美国affordable solar也是这段时间培养出来的，时间虽然很长，但是最终我看准了这个客户，而且认定是优质客户，终于经过2个多月时间，定金顺利到账。总结这段时间我的付出，当然很多是不值得的，比如有些客户是考察市场，观望行情，这样的客户可以不用花太多的精力，这样的客户不仅难缠，而且很麻烦，问题一大堆，你要不停为他..信息，解答问题，到最后，他也不会下单，然后消失。像这样的客户要等他的订单，估计要一年或者两年时间。而美国客户，他问题也很多，根据我的判断，他有单，所以我会很耐心，很细致为他一一解答；因为他有单，我几乎每周都会打电话询问情况的，并记录对方的进展，到最后的程度是，对方一接到我电话，听到我的声音，就知道我是浙江华锦的tracy☐这个时候，我就肯定，这个客户下单，一定会下给我。当然结果也是这样的。

4. 6月份，询盘很少，新客户的开发也就比较少，有两三个

客户可能会下样品单。同时，跟老客户保持着紧密联系，尤其是出过样品单的客户。可以说，经过半年，我工作进入状态了，老客户差不多积累起来了，只是需要维护好，让样品单客户尽快翻单。同时，客户订单下了之后，配合其他部门，将客户要求反馈给. 购部，生产部，以确保订单准时并无差错，赢得客户！

上半年的工作总结大致如综上所述，虽然上半年总的销售额并不. 想，主要是因为客户资源有限，很多客户还处于培养阶段，而下单的客户也都是样品单，样品单金额一般都比较低，这就导致销售额比较低。对于下半年的工作我很有信心，也希望公司对我有信心。

会上我也给自己定了目标，这个目标是要用行动去实现的，而不是空谈。下半年总目标是12万美金。很难细化，每个月能做多少，但是我相信，如果样品单客户维护好，继续翻单，这个任务并不难，甚至可以做得更好。

就目前客户的跟踪情况的，7月份的工作目标和计划如下：

1. 顺利处理美国客户订单，70%余款收回，这样7月份至少可以完成3万多美金。当然不能只盯着一个客户。墨西哥客户太阳能电池板样品测试已成功，客户也比较满意，目前正在谈一个小柜的订单，根据和客户的联系情况的，以及私人关系，目标7月份拿下订单。对于这样的客户，当然是要像猫盯着老鼠那样，抓紧，不放松，有望7月中旬收到定金。所以给自己7月份的目标是5万美金。
2. 其余每个月的任务，很难细分，因为和客户的进展是在变化的。希望每月的任务能提前一个月定下来。
3. 还有一个主要的任务，帮助新业务员适应公司，尽早做出业务。目前，只有郑蓉是我负责，我会耐心为她解答工作中遇到的困难，并给予适当的指导，帮助她早日为我们公司外

贸业务作出成绩。

我知道，对于工作的计划也许还不让人满意，在我个人的便签纸上面，每一天的计划，都一条条写下来了，每天的计划我相信是为我大的目标服务的，所以会脚踏实地做好。

1. 对待资源资源。在上面的工作总结中，我提到，网络平台是一个很好的资源，有了平台，业务上有了明显的进步，客户积累量也突飞猛进。所以希望公司在资源分配上，尽量做到公平公正，因为这个对每个业务员都狠重要！

2. 对待样品。因为上半年，我出的大都是样品，所以对这一点体会比较深刻，如果样品单客户能培养成定期下单的长期客户，那目标是很容易实现，也为公司的长期客户做出贡献。我提出这一点并不是说我的样品出了问题，相反，我出的样品，客户都比较满意，测试也很，所以我希望能继续保持下去。因为样品是客户对我们产品的初步审核，是我们取得订单的关键。

3. 对待来访客户。这一点只是细节，但是希望能引起注意。据我所知，我公司到访客户的下单率，并不.想。相比，我知道的一家工厂，他们公司硬件设备及各方面条件并不如我们公司，而对方到访客户的下单率几乎是100%。探其究竟，工厂对待客户细节等都非常的注意。客户到访，无论客户是否下单，都非的尊重。我也希望我们对远道而来的客人，表现出东道主的热情，并展示公司良好的企业形象。

这些建议，只是我个人的看法，如果能改进的，希望公司尽力改进，为公司业务，塑造形象而努力。我需要做的就是：为我的目标而努力！！

驾校工作计划和目标篇三

1、当真贯彻落实《构造文件材料归档范畴和文书档案保管期

限的法则》（国度档案局令第8号），鞭策、教导县直构造结束保管期限表的修订工作，当真细致地审批各构造单位报告的归档范畴和保管期限表。并对年年各构造单位文件材料的立卷归档工作进行监督与教导，使档案办理到达典范化、标准化。

2、构造档案信息化构筑

加强各构造、企奇迹单位档案信息化构筑，增进档案办理工作的电子化、数据化、当代化，包管档案作为历史资料保存不遗、不缺、不漏，结束电子文件的归档办理工作。

3、加强民生档案构筑

民生档案是与大家长处直接相干的档案，为此我们重点对社会保险档案工作和社区档案构筑工作加大监督办理力度，帮忙订定响应的办理方法，使其更好的为百姓办事。同时根据我县的实际环境，订定出切当可行的展开民生档案工作的方案，入手下手民生档案调研工作。

1、连续展开社会主义新农村构筑档案工作，加强试点乡镇、村档案室根本交易构筑，对未建档的行政村根据《档案法》中有关条目，加强监督、查抄、教导，同时建立乡镇、村档案交易工作的教导名册，使乡镇、村的档案办理工作渐渐到达典范化、标准化要求。

2、自动展开村级农民专业互助构造的建档工作，使农民专业互助构造根据档案所具有的真正性、靠得住性、科学性、健康稳步地向前成长。

1、民营企业档案工作

对已上报的范围以上民营企业和新增的民营企业，建档工作要做到身临其境，教导到位，使民营企业档案工作更好地为

县域经济办事。

2、国有企业档案工作

加强对国有企业档案工作的法律力度，对不符合《档案法》要求的企业，要下发档案法律查抄关照书，并责令其期限整改。对我县国有改制企业的档案工作进行办理和处理，并订定档案处理定见。

3、林权轨制改革试点档案工作

为更好地展开林权轨制改革试点档案工作，使档案工作与林权轨制改革工作同步进行，我局将与林业部分雷同，自动互助林业部分的档案工作人员订定《文件材料归档范畴》，建立健康档案工作各种轨制，并有响应的安定防护办法，借以保护档案的完好与安定，延长档案的利用寿命。

4、重点构筑项目档案工作

自动参加重点构筑项目档案的专项与完工验收工作。对验收结果拟写真实的验收报告、验收定见。根据《中华人民共和国档案法》的有关法则，对重点构筑项目档案工作进行法律查抄，如有违背法律标准现象，将对有关构筑部分下发档案行政法律查抄关照书，并责令其期限整改。

驾校工作计划和目标篇四

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息

四、对自己有以下要求

1、每月要增加x个以上的新客户，还要有到个潜在客户。

2、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。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、为了今年的销售任务我要努力完成xx台的任务额，为公司创造更多利润。

五、对公业务发展具体措施

1、积极适应我行所处的市场环境的变化，在积极维护已有客户的同时，要拓宽思路、主动出击、寻找新客户，要从行业大户以及新客户、新项目的源头切入，扩大存款客户群。新

年伊始，我行就积极走访对公客户，在人民币汇率走高，美元汇率下跌的情况下，动员在我行开户的出口结汇企业，及早结汇，减少因汇率下跌所造成的损失，仅结汇业务就给我行带来近xx万元的新增对公存款。

2、利用各方资源，全面营销企业网银业务。以授信客户、集团客户为主攻对象，提高客户网上银行普及率，提高网银交易量。

4、针对我行所处市场的特点，如家电市场、钢材市场等商贸企业多、资金流量大、电汇业务频繁的现象，积极向客户营销银行承兑汇票贴现业务和汇款业务，提高我行的中间业务收入水平。

5□xx年我行将大力发展消费信贷业务，在继续做好金成房产住房按揭项目的同时，积极营销xx商户，争取在xx消费信贷业务上有所突破，以此带动中间业务和公司存款业务的进一步发展。

驾校工作计划和目标篇五

200x年，武汉医药零售市场处于一个“大躁动”和“大整合”时代：一方面，各路资本涌入医药零售市场，一批药店特别是平价药房和超市在竞争激烈的市场的风口浪尖不平静地开张营业；另一方面，随着gsp认证工作在零售行业中紧锣密鼓地开展和大型的初具规模的连锁药店的稳中求进，又一大批的单体小药店在一夜之间关门倒闭或转向经营。

2、回收了大量的具有安全隐患的应收账款，压缩了部门的整体应收款；

5、新开发普药配送客户45家，为公司新增普药回款860万

首先，注重部门的基础管理工作，实行“每天每周每月”三

级跳的管理模式，每天晨会、每天小结；每周例会、每周讨论；每月总结、每月清算，及时发现、分析并解决业务问题，确保了部门日常工作紧张而有序地进行。

其次，注重调整部门的人员结构及岗位安排。做到了人人有事做，事事有人管。规范了业务操作流程，实现了工作上的“计划---执行---监管”回路闭合。

第三，注重精简部门的操作品种。3月初，部门原有大小各类品种共50余个，通过筛选、转移，最后确定16个品规为部门常规供货品种，基本做到了“做一个，起效一个”，以适销对路的品种赢得了客户的青睐。

第四，注重完善零售终端客户网络。部门现有终端客户户头330个，其中连锁店26家，单店304家，门店累计700多家，终端网络拥有率达70%以上。

第五，注重应收账款的缩减，特别是降低了现款结算品种的应收款，没有以高额应收款作为高额回款的代价。

第六，注重从“上品规”中寻找“上量”的突破口，把品规尽量做齐全，不只是捡好卖的成熟品种来“送货”。

第七，注重促销手段和营销方式的更新，真正做好新品种的推广宣传工作，做真正的业务员，不做简单的送货员。

第八，注重减少送货数量增加送货批次，努力提高产品的流通和周转速度，一方面保证客户货源充足，另一方面避免了积压，和货款安全隐患。

第九，注重适时完善业务考核体系，使分配制度更合理、公平、透明，提高了员工的工作激情和积极性。

第十，注重营造“务实、扎实、老实；少说空话、多做实

事”的办事作风，杜绝了年轻人散慢、浮躁，小事不愿做、大事做不来的不端正的心态。

任重道远，知难前进□200x年度工作思路

200x年，终端部从发展战略上，依旧以“巩固和维护武汉医药零售终端网络；推广新品种，配送广普药”为部门主职。因为网络是通路资源，新药是利润源泉，普药是合作桥梁。

1、两手都要抓，两手都要硬。

两手抓：一手抓新药推广，一手抓普药配送

两手硬：新药推广：增加回款 压缩应收 确保毛利 打出拳头

普药配送：扩大区域 开发客户 提升比重 坚持原则

2、双重身份，双重考核

双重身份：既是新药推广人员，又是普药配送人员

双重考核：分新药指标和普药指标两块考核（新药指标为主要考核指标）

3、担子更重，激励更大

激励更大：奖优罚劣，多劳多得；工资定等级，奖金靠业绩；全年拿多少，只凭真本事。

（一）、新药推广目标：

3、构建“零应付，小应收”的账款体系。争取在200x年上半年实现终端部与公司的现款交易，不欠公司货款，不占用公司资金。同时，通过加大产品流速，尽量压缩部门对客户的

应收款。

（二）、普药配送目标：

抓大放小，与武汉医药市场上的26家医药零售连锁巨头建立合作关系，通过谈判、协议等方式，逐步扩大它们在我公司的普药采购的份额。

（一）、新药推广回款任务量：

3、任务分解：分任务到个人，确定基数，同比增长；“保底”考核，“目标”激励。详见《200x年终端部业务人员新药月度任务明细表》（略）

（二）、普药配送回款任务量：

1、目标任务量：2400万元/月（含调拨）。

2、任务分解：分区定人；任务细分、纵向到客户，横向到区域。详见《200x年终端部业务人员普药月度任务明细表》（略）

部中有部；

组织关系不明细，指令无所适从；

部门有很多领导，实际却很少有人管；

公司通知发放不到、精神传达不到，otc人员无归属感；

等一系列影响工作情绪和工作效率的、低效的、不顺的局面。

（一）、新药推广方面：

2、凡终端部操作的品种，公司在对武汉市场上的客户进行销

售开票时，应与终端部执行统一的价格体系；或者完全不对武汉市场上的客户销售，统一由终端部对其供货。不要给客户留下“内外价格不一致”甚至“总经销商的供货价高于其它分销商的价”的印象。

（二）普药配送方面：

1、品种：购进一些适合于走零售终端药店这一条渠道的产品；满足零售药店采购的品牌及品规需求。我们可以通过综合这十几家连锁药店的经营品种目录，得出在零售药店中销量排在前500—1000位的品种，并将其采购到位。

2、价格：在销售政策允许的情况下，一步到位地将价格下放到同行最低，形成绝对的价格优势。

3、服务：完善进货计划收集、开票报价、配送运输、货物退换等全程服务系统，形成“对应人做对应事，专业人做专业事”的规范流程，提高服务质量。

4、考核：每月，公司以终端部普药配送实际回款金额的0.2%作为终端部普药配送的费用开支补贴，由终端部依据内部考核指标统一支配。

整体来说，部门从三大方面作出了相应的调整：

1、部门更加强调“计划—执行—监控—考核”的回路闭合；

2、完善了后勤服务工作，部门一切围绕业务转；

3、工作更具挑战性，回报更具刺激性。

（一）、新药推广方面：

1、废除主管制，打破基本工资固定制，实行业务员级别制和基本工作浮动制。

a□级别及基本工资：

b□级别确定条件：

一级：实际回款在15万元/月以上，或任务完成率为170%；
（以基数任务量为参照数）

二级：实际回款在8万元/月以上，或任务完成率为150%；

三级：实际回款超过1.5万元/月，或任务完成率超过118%；

警戒级：不符合以上三条任意一条者，均为警戒级；连续三个月处此级别的业务人员，调离岗位。

2、细分任务到每一个具体的业务员，

3、分客户到具体的业务员，将客户编号变为：“区域+姓名+数字”

4、实行“客户区域制”和“开发个人制”：

5、调整考核指标及奖罚细则：（详见附表□200x年终端部新药考核指标及奖罚细则》）

b□回款金额：回款毛利

要求：在客户接受的条件下，尽量以较高的供货价格向客户供货

奖罚：以回款毛利的8%作为月奖金；另2%作年终奖

c□应收账款

6、调整费用开支明细及标准

运输费：提前申请，经同意，如实核销；

促销费：依据标准，凭缴款单和同等金额的有效发票核销；

招待费：不得超过当月回款金额的1‰，事前申请；

其他商务：如开业、答谢、贺礼等，事前申请凭正规发票及收据核销；

除此之外，无任何开支项目。

（二）普药配送方面：

1、扩大区域

向郊区辐射。开发江夏、蔡甸、新洲、黄陂、东西湖五郊区的客户。

武昌、洪山、青山、汉阳、江夏、蔡甸江南片

乔口、江汉、江岸、新洲、黄陂、东西湖江北片

2、锁定客户

□客户开发原则：

千万百计巩固大客户，开发大客户潜力（区级批发单位、大型连锁药店）

若即若离保留小客户（对单体药店，只要现款交易即可合作）

3、明确任务

分区定人；任务细分、纵向到客户，横向到区域。（详见□200x年终端部业务人员普药月度任务明细表）

4、细化考核

原则：下滑惩罚、增长奖励；任务核算、按区统计

指标：回款金额、合作政策、应收账款、产出投入

业务员提成=（回款金额 - 任务基数）*0.2%

5、操作原则：

养笼中之鸟----巩固已有客户，开发潜力

捕漏网之鱼----开发空白客户，转移渠道

6、实施方法：推拉结合、批零统吃

推拉结合。推：由业务员走出去，送货上门；拉：请客户到公司，自行提货。

批零统吃。除同级批发商的调拨业务之外，其他的所有批发单位、医药、零售连锁药店的普药业务都可以做。

驾校工作计划和目标篇六

深入学习《幼儿园教育指导纲要》精神，以管理求生存,以质量求发展为宗旨，加强园本培训，进一步优化保教质量。把握《纲要》精髓，强化服务意识，规范各项管理，加强理论学习，遵循幼儿身心发展规律和学习特点，牢固树立以人为本的管理观念，将最科学的思想理念，渗透到幼儿教育日常管理的各个环节。

二、工作重点

(一)、加强组织管理：

实现个性化，智能化的管理，建立幼儿园主体型、组织型、创造型的管理模式，积极营造“团结、合作、求实、创新”。

(二)加强教师队伍建设

1、建设一支结构合理，素质良好，具有现代教育思想的师资队伍。

2、加强幼儿园骨干教师的建设，充分发挥骨干教师的示范、引导作用，形成一批幼儿园教学骨干与特色教师。

3、严格规范教师队伍，加强常规管理检查，加大教师评估考核力度，做到考核与奖惩挂钩，全面提高教师综合素质，规范礼仪行为。

(三)加强学习和交流，将新理念落实到教育教学工作中。

以抓实教育教学活动研讨为核心，优化教学活动的组织，合理安排一日常规，优化区域游戏活动。

三、工作目标和措施：

(一)注重内涵发展，加大教师队伍建设力度。

1、抓学习、抓提高。

一，是抓师德学习。这是提高师资素质，促进儿童全面、积极、健康成长的根本保障。抓师德学习要与教育实践密切结合，联系实际来分析教师的行为，不断提出师德要求，使师德建设真正落实到教育教学的实践中去。二，是抓研究性学习。首先要随时学习新的教育理论，了解新的提高教学质量的信息，我们要鼓励教师充分利用现代化信息技术开展学习。如观摩研讨、写教育笔记、教育沙龙等。三，是大力开展岗位练兵。开展教师基本功过关练习：带班教师继续攻破琴法，

简谱，简笔画，舞蹈关(琴法以自弹自唱为目标);每周三四下午继续进行琴法，简谱，舞蹈。美术等培训。(每学期一个月时间)

2、抓队伍建设目标管理。

在抓队伍建设中，加强优秀教师培养，是不可忽视的。我们将继续以保教质量的全面提高为目标，继续组织教师听课、说课、评课等活动，指导教师的教育理念、教育行为上一个台阶。

(二)狠抓落实，不断提高教学质量

1、加大教师培训力度，使每个教师的文化素养和专业技能技巧在原有基础上得到不同程度的提高。

(1)邀请幼教专家作教育讲座，使教师领悟现代教育形式，创造教育新模式，指导教育教学工作实践。

(2)争取与创设多种学习机会。如组织教师到市、北京、等地参观、培训。

(3)因园实际，开展好园本培训。主要内容：教育教学工作培训、组织幼儿游戏活动指导、备课、体能游戏与幼儿发展、新理念下的幼儿园区域活动等等。

(三)优化育人环境，促进幼儿个性发展

1、强化教育教学常规管理，重视家园联系。

(1)建立科学的一日活动常规，细化每一环节的管理，发现问题及时解决。

(2)重视对个别幼儿的辅导，密切家园联系，召开家长会，提高家教园地的质量。

2、强化幼儿常规习惯的训练，重视习惯教育。(1)加强对幼儿的品德习惯教育。(2)养成良好的学习、生活、卫生习惯，把幼儿良好习惯养成落到实处。(3)丰富幼儿活动。一是丰富户外体育游戏活动的开展，体育游戏做到常换常新，让幼儿感兴趣，能积极参与。二是开展丰富多样的幼儿竞赛评选活动，节日庆祝活动等，创造机会为幼儿提供展示的舞台。三是丰富创新常规的春游远足、亲子运动会等，让幼儿在活动中锻炼成长。

(四)、加强教育教学质量提高幼儿园效益

1、强化常规教育细化每一环节的教学，注重习惯的培养。培养幼儿友爱、谦让、合作的精神，引导幼儿自主解决遇到的困难，重点培养幼儿阅读能力，提高训练表达与完整表达大致内容的能力和讲述故事的能力。大量开展以游戏促进教育的活动，要求教师多用鼓励的语言教育孩子表扬孩子。

2、开设钢琴，美术，舞蹈特长班，使幼儿得到全面发展，充分发挥幼儿的主动性，为幼儿创造表现自我的机会，增强幼儿的自信心和荣誉感。充分利用本学期节日，开展丰富多彩的主题活动和亲子游戏。对表现优秀、突出的幼儿，幼儿园将选送参加社会活动，充分展示本园风采。

3、加强特色教学力度：蒙氏数学和亿童音乐教学。(先培训后进入课堂)

(五)、家园共育

开展有特色的家园共育，展示教育的新内涵，充分发挥家长开放日活动的作用，调动家长的积极性。开设班级家长园地，有针对性的向家长宣传科学育儿、教养的知识。密切家园联系，让家长及时了解幼儿在园生活及在家表现，主动吸收家长意见和建议，促进幼儿个性发展，提高家长满意率。

总之，本学期的工作，我们继续以幼儿为中心，以质量为根本，以发展为主旨，全面提高幼儿园的业务水平。

驾校工作计划和目标篇七

1、提升理赔服务时效，严格执行公司理赔规定的服务时间，保证客户在最短的时间内完成理赔，合理保障客户权益。

2、提升服务水平，提高服务质量，提升客户满意度。

1、认真学习相关业务知识，提高自己解决问题的能力，缩短理赔周期，提高理赔时效，简化管理过程。

2、合并核损核赔岗位，加快案件时效，加强未决案件的跟踪服务，缩短结案周期。

3、加强承保前的告知工作。加强理赔时的一次性告知服务，

4、减少定损时的差价及修换分歧。采用工时标准化，配件系统维护的手段，推出无差价理赔服务承诺，减少分歧。

5、进一步提升理赔人员服务礼仪形象，特别在语言、行为、着装、查勘车管理规范中遇到的一些问题。采用制定标准，加强检查的手段确保理赔人员的服务态度优质化。

6、主动关心客户，减少信访投诉。认真执行出险客户回访制度，通过调度短信、赔款短信，提高结案满意度回访工作。对有可能发生纠纷的案件，提早做好防范措施。做到及时发现，及时整改。

与公司其他员工增进相互了解，做到业务沟通熟练。相互学习，共同进步，提升自己的工作能力和业务水平，真正成为领导的好帮手，同事的好搭档。

公司经济效益的好坏，直接涉及到的是每个人自己的根本利益。积极为公司发展献计献策，提合理化建议，树立公司利益第一的思想，克己奉公更好地为公司发展贡献力量。

为了更好的做好服务工作，努力提高现场服务效率，采取人性化服务，加快工作速度，提高服务质量，提高服务水平。全面树立公司新形象，真正形成优质文明高效的服务。

1、做到文明办公，做到环境整洁，语言文明，礼貌服务，规范办公行为。

2、提高工作效率，从各个工作环节都要保持高效，要使快速简捷、灵活的工作作风得到客户的认可。

3、做好跟踪服务，与客户始终保持经常性的较好沟通，确保客户的问题在最短的时间内得到解决。

1、根据历史数据及医院目前状况，与主管探讨目标客户销售增长机会

(1) 医院产品覆盖率及新客户开发

(2) 目标科室选择及发展

(3) 处方医生选择及发展

(4) 开发新的用药点

(5) 学术推广活动带来的效应

(6) 竞争对手情况

(7) 政策和活动情况

2、根据所辖区域不同级别的医院建立增长预测

3、与主管讨论

(1) 了解公司销售和市场策略，本地区销售策略

(2) 确定指标

4、分解目标量至每家医院直至每一个目标科室和主要目标医生

5、制定行动计划和相应的工作计划，并定期回顾

1、制定月/周拜访行程计划

(1) 根据医院级别的拜访频率为基本标准

(2) 按本月工作重点和重点客户拜访需求分配月/周拜访时间

(3) 将大型学术会议、科内会纳入计划

2、按计划实施

2、访前准备

(2) 制定明确的可实现可衡量的拜访目的

(3) 根据目的准备拜访资料及日常拜访工具(名片、记事本等)

(4) 重要客户拜访前预约

(2) 熟练使用产品知识及相关医学背景知识，熟练使用销售技巧

(3) 了解医生对产品的疑义，及时正确解除疑义

(4) 了解竞争产品信息

a□了解产品库存和进货情况

b□了解医院政策管理动向

c□了解竞争产品信息

d□与以上所有提及人员保持良好客情关系

4、拜访分析及总结

(1) 整理及填写拜访记录

(2) 拜访目标、销量达成情况分析

(3) 制定改进方案(smart)和根据工作计划

1、目标医院

(1) 与目标医院的药剂科、采购、库管、药房组长建立良好的合作关系，确保公司产品在医院内渠道畅通。

(2) 与目标医院内的相关学术带头人建立良好关系，获得学术支持，了解客户学术专长，与公司共同培养学术讲者。

(3) 与目标科室主任建立良好关系，确保业务活动受到他们的支持。

(4) 确保社保产品在医院社保范围内正常使用。

2、目标医生

(1) 每月做目标医院、科室和医生的销售分析和计划。

(2) 根据计划开展科室和医生的增量活动。

(3) 根据计划拓展医院、科室和目标。

1、及时认真和了解公司市场销售策略，如市场部活动季报等。

2、举行科内会。

(1) 按科室、产品制定科内会覆盖计划。

(2) 按计划举行科内会，熟练运用讲课技巧和学术知识达到产品宣传目的。

(3) 每月回顾科内会执行效果。

3、执行大型学术会议

(1) 按科室、产品制定学术活动覆盖计划。

(2) 按照覆盖计划邀请客户。

(3) 会前准备、计划、分工。

(4) 按照分工担任相应会议组织职责。

(5) 保证被邀请客户到会率90%以上。

(6) 会后总结、评估会议效果，提出改进建议和计划。

(7) 按大型会议主题，与目标医生进行会前预热和会后的相关科会。

1、熟练掌握公司产品知识，相关疾病知识和临床背景知识，与目标客户做专业的学术沟通。

2、练习演讲技巧，独立组织小型学术会议。

3、认真学习，熟练掌握每季度大型学术会议和科内会的主题和学术演讲资料。

4、认真学习理解公司提供的q&a资料，及时与目标医生沟通。

5、将目标医生的问题及时反馈给公司，并追踪答复。

1、掌握医院基本信息，建立医院档案，并定时更新(每月)。

2、建立目标医生档案系统。

3、及时(每月)掌握和反馈目标医院产品销售及库存情况。

4、建立科室销量跟踪系统。

5、建立科会和学术推广活动覆盖目标医生的计划和统计档案。

6、及时反馈竞争对手的基本销售状况(如促销手段、临床宣传方法、销量等)。

1、周会：递交周工作计划和总结，拜访行程等，及时反馈市场信息并积极参与讨论。

2、月会、季度会：有数据支持及分析的业务回顾和工作计划。

(1)销售数据回顾

(2)业务活动总结回顾

(3)竞争产品信息

(4)阶段销售计划

(5)经验分享

驾校工作计划和目标篇八

没有工作目标和每天时间安排的人，总是很悠闲，而有了明确的目标，对自己每天时间安排得比较满的人，是没有空闲时间的，每一点时间都会过得很有意义很有价值，所以，我们要养成每天制订工作流程表的习惯。

1、对家装业务员来说，工作表要把第二天要办的事、要见的人放在第一位，比方说和某客户约好第二天见面或量房，那你一定就要结合双方约定的时间和地点来安排自己的行程。最好在约定地点附近开展业务。

2、工作表要学会预留出一段时间，不能把时间计算得很紧张。比方说，原定计划上午在小区做业务，下午2：00去见一个客户，中间有半个小时的车程，而你就不能将时间排到下午1：30分才行动，至少应该留出半个小时的空隙，一则防止路上有意外，二则提前到场等待客户，给客户体现出尊敬感。

3、工作表要随身携带，随时查看。你不可能每天都按照工作一丝不变地去工作，但至少工作表能够让你抓住主要的工作。

二、每天时间安排

1、早会培训学习(8：00—8：40)

我们每个公司都举行早会培训，把业务员和设计师集中在一起，如果部门较大，也可以单开业务部门的早会。早会每天安排一个主持人，一个讲师，每人轮流做主持人和讲师，大家创造一个内部学习和培训、人人参与的平台，早会时间不能开得过长，半个小时到40分钟就行，内容可以循环推进。

2、设计跟进(8：40—9：00)

业务员参加完早会培训以后，要与设计师进行单独沟通，业

业务员可以将客户的新消息、新要求、新想法向设计师汇报，同时也要督促设计师的工作，以免设计师因自己的工作繁忙而耽误你的客户，与设计师沟通做到更好地协调与客户之间的关系。

3、打电话(电话拜访、电话跟进)(9: 00—9: 20)

与设计师沟通以后，业务员要对客户进行电话拜访或电话跟进，一般来说，到了九点以后，客户也过了上班初的忙碌期了，打电话正是好时候。业务员最好在公司里打电话，一则方便电话记录，创造更好的电话沟通环境，二则如果有客户需要量房，也好及时与设计部取得联系，客户有新想法也可直接与设计师进行沟通。业务员要养成每天跟进客户的习惯。

4、到小区展开行动(9: 30—17: 00)

这一段时间主要用于联系新客户，培育自己的客户资源。当然也要根据实际情况，如果小区交房，就要提前去小区，早会可以不开，电话可以不打。晚上回公司的时间也可早可晚，如果小区客户下班后较多，就可以晚回去。

5、回公司打电话(17: 00—18: 00)

如果业务员搜集到了很多的客户电话号码，我下午早回公司，在公司给客户打业务电话，这一段时间打电话的效果最理想。

6、晚上要进行客户分析

业务员晚上下班后，要养成对自己白天所联系的客户进行分析的习惯，可以结合公司推出的《客户分析表》，只有对客户进行准确分析定位，才能找到与客户进行更好沟通的技巧和突破点。第二天早上，要将客户分析的内容与设计师或主管进行沟通。

7、晚上要列出当天名单(客户、人际关系)

希望你每天都能在自己的名单上增加新的人员，将客户信息和新结识朋友的信息，完整地进行登记，每天增长的名单，就是你业绩持续增长的法门。