

# 最新三升四年级开学计划表 四年级开学计划日记(汇总5篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

## 团队工作方案 团队工作计划篇一

新年新气象，身为酒店部门经理，也为今年的工作安排设计了相应的经理工作计划。

### 一、加强学习讲奉献

工作要干好，首先要有一个好的工作态度，要树立正确的人生观、价值观。因此，今年我部将借助全国上下开展保持员先进性教育活动的春风，有计划、有针对性地开展提高员工职业道德素质的学习教育活动，帮助部门员工培养爱岗敬业与奉献的精神，树立全心全意的服务理念。同时，部门还将组织员工积极参加酒店的培训，并且根据酒店的年度主题的员工培训计划，部门自己也将定期组织员工开展酒店规章制度与业务知识的培训。通过培训、学习，来不断提高部门员工的业务技能与水平，提高办事效率。

### 二、严格纪律树形象

纪律是一个团体范围正常工作和生活所必须遵守的行为规则，是提高部门战斗力的有效保障。古人云：“无规矩不成方圆”。所以，必须要以严格的组织纪律作保障。组织纪律要常抓不懈，部门负责人要带头，从自己管起，彻底杜绝违纪违规现象的发生。部门员工的言谈举止、穿着打扮要规范，努力将总办打造成酒店的一个文明窗口。

### 三、创新管理求实效

#### 1、美化酒店环境，营造“温馨家园”。

严格卫生管理是确保酒店环境整洁，为宾客提供舒适环境的有效措施。今年，我们将加大卫生管理力度，除了继续坚持周四的卫生大检查外，我们还将进行不定期的检查，并且严格按照标准，决不走过场，决不流于形式，将检查结果进行通报，并制定奖罚制度，实行奖罚兑现，以增强各部门的责任感，调动员工的积极性，使酒店卫生工作跃上一个新台阶。此外，要彻底搞好防蝇灭鼠灭蟑工作，目前，正值鼠蟑的繁殖高峰期，我们要加大治理力度，切实消灭蝇蟑鼠等虫害。

花草是美化酒店、营造“温馨家园”不可缺少的点缀品，今年我们与新的花卉公司合作，加强花草的管理，要求花草公司定期来店修剪培植，保持花草的整洁美观，并根据情况即时将花草的花色、品种予以更换，力求使酒店的花草常青常绿，常见常新，给宾客以温馨、舒适之感。

#### 2、创新宿舍管理，打造员工“舒适家园”

宿舍的管理历来是一个薄弱环节，今年我们将加大管理力度，为住店员工打造一个真正的“舒适家园”。为此，一是要有一个整洁的寝室环境，我们要求宿舍搞好公共区域卫生，并在每个寝室设立寝室长，负责安排督促寝室人员打扫卫生，要求室内清洁，物品摆放整齐，并对各寝室的卫生状况进行检查和通报。

第二要加强寝室的安全管理，时刻不忘防火防盗、禁止外来人员随意进出宿舍，实行对外来人员的询问与登记制度，以确保住宿员工的人身、财产安全。

第三要变管理型为服务型。要转变为住宿员工的服务员。住店员工大多是来自四面八方，初出家门的年青人，他们大多

年龄小，社会经验不足，因此，在很多方面都需要我们的关心照顾，所以宿舍要多关注他们的思想情绪变化，关心他们的生活，尤其是对生病的员工，要给予他们亲情般的关爱，使他们感受到家庭般的温暖。

#### 四、节能降耗创效益

##### 1、加强宿舍水、电、气的管理

要加强宣传、教育，将提倡节约、反对浪费、开源节流的观念深入员工心中，增强员工的节约意识。同时更要加强这方面的管理。在水、电及空调的使用方面，我们将根据实际情况开放，并加强督促与检查，杜绝长流水、长明灯、长开空调的现象，并加强员工澡堂的管理，严禁外来人员进澡堂洗澡以及员工在澡堂内洗衣服等现象发生。

##### 2、加强酒店办公用品、服装及劳保用品的管理

我们将参照以往的有关标准规定，并根据实际情况，重新梳理，制定各部门的办公用品、服装及劳保用品的领用年限与数量标准，并完善领用手续，做好帐目。要求按规定发放，做到帐实相符，日清月结，并对仓库物品进行妥善保管，防止变质受损。

##### 3、加强车辆乘车卡及电话的管理

建立车辆使用制度，实行派车制，严禁私自用车与车辆外宿，并加强车辆的油耗、维修管理以及车辆的护养，确保酒店领导的用车及用车安全。对乘车卡和拨打长途电话也要实行严格的管理及登记制度，防止私用。

#### 五、内外协调促效率

总办是酒店对外的接待窗口，是酒店与社会各职能部门、各

单位进行联系、衔接、协调的重要部室。今年，我们将利用已有的外交资源，继续加强与有关部门的联系，为酒店的经营发展创造一个良好的外部发展环境。

同时，根据部门职能，我部将注重与店内各部室的衔接，协调各部室的工作，及时协调解决一些因衔接不到位而耽搁的事务，并对酒店的各项措施决定的落实情况进行督促，并编汇每月的工作会议纪要，使酒店各部门的工作月月有安排，日日有行动。

## 六、宣传、推介亮品牌

1、要提高文件材料的写作水平与质量，及时完成酒店各种文件、材料的起草、打印及发送工作，要加强档案管理，建立档案管理制度，对存档的有关材料、文件要妥善保管，不得损坏、丢失。

2、及时宣传报道酒店典型事迹，加大对酒店宣传力度，大力宣传酒店在三个文明建设中涌现出的先进典型，极力推介酒店，树立良好的酒店外部形象，提高酒店知名度。

总之，在新的一年里，总办全体员工将以新的起点，新的形象，新的工作作风，在酒店的正确领导下，与各部门紧密配合，团结一心，为酒店的发展与腾飞而努力奋斗！

## 团队工作方案 团队工作计划篇二

### 工作计划

2012年度我院按照上级各单位对我院的要求，改进了五个全科团队的人员结构，进行合理分工，对目标和任务都进行了明确。按照区域划分，本团队为怀远镇广大居民的均等化服务工作，现将2012年的全科团队工作计划布置如下。

## 一、整理消化之前未完成的部分任务

2. 整理之前的慢性病病人的随访档案，没有及时随访的及时随访。
3. 对部分未能及时随访的重症精神病患者及时随访。
4. 对2011建立的档案中不合格的居民档案进行修改或者重新填写。

## 二、开展2012年的均等化服务

1. 新建今年年满65岁的老年随访档案，以老年人、慢性病人和残疾人为主，保质保量，并且录入电子文档。
5. 做好妇保儿保、计免工作的宣传工作；
6. 与辖区内10%家庭签订家庭医生的协议，全心全意为社区居民开展全方位服务。
7. 完成其他的公共卫生或家庭医疗服务。

## 团队工作方案 团队工作计划篇三

20xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作提升一个台阶。下面我对一年的工作进行简要的总结。

今年我任公司销售部副经理，负责公司工程组，在公司任职期间，我不断的学习产品知识，并吸取同行业之间的信息积累了丰富的市场经验，现在对钢铁行业市场有了更加深入的了解和认识，可以清晰、自如的应对各种客户的各种问题，

准确的把握客户的需要，与客户建立了良好的沟通渠道，逐渐取得了客户的信任。经过我的不懈努力，取得了多为成功的客户资源，对自己的销售任务铺垫了坚实的客户基础。而且在不断的学习知识和积累经验的过程中，自己的能力、业务水平都比以前有了较大幅度的提升。

虽然一直在从事销售工作，有一定的销售知识与经验，但比较优秀的成功的销售管理人才，还是有一定距离的。本职工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位路上，对销售人员的培训，指导力度不够，影响销售部的销售业绩。这是我需要提升的重要方面之一，下面我就对我以及部门20xx年的工作进行总结。

## 部门工作总结

- 1、累计客户 位；
- 2、实现销量吨；
- 3、实现回款万元，回款率 %；
- 4、详细列举各个工程项目销售明细：

从销售业绩上看，我们的销售量较去年有了下滑，这不仅市场大环境的影响，更有我们工作做得不好的多种因素，销售工作在20xx年我们还是有很多失败的地方，有待我们大家一起努力，去改进去完善。

- 1、我本身以及部门销售人员在公司客户拜访量上比较少，以至于客户潜力开发工作停滞不前，客户拜访工作总体来说做的不好，这是销量没有提升的一个重要原因，也是我们需要改进的方面之一。
- 2、与客户沟通不够深入。销售人员与客户沟通过程中，不能

把公司产品的实际情况给客户讲解的十分清晰，有时不能真正的了解客户的想法和意图，对客户提出的某些建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不了解客户对我们的产品有多少了解或接受到什么程度，对销售工作造成了不良的影响。

3、工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4、新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

20xx年我们要把下面的几项工作作为主要的工作来做：

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓，分别利用不同渠道开展销售工作。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出勤，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

把握好现有的石油、石化销售渠道，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好电话销售与行

销之间的配合。

今年的销售目标最基本的是做到月月都有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩，我将带领销售部全体同仁竭尽全力完成目标。

今后，在做出一项决定前，应先更多的考虑公司领导的看法和决策，遵守领导对各项业务的处理决断。工作中出现分歧时，要静下心来互相协商解决，以达到一致的处理意见而后开展工作。今后，只要我能经常总结经验教训、发挥特长、改正缺点，自觉把自己谕于公司组织和客户的监督之下，勤奋工作，以身作则。我相信，就一定能有一个更高、更新的开始，也一定能做一名合格的管理人员。

20xx年我部门工作重心主要放在开拓市场，选取渠道和团队建设方面。当下打好20xx年公司销售开门红的任务迫在眉睫，我们一定全力以赴。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设，个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作习惯是我们工作的关键。

销售部：

20xx年12月15日

## **团队工作方案 团队工作计划篇四**

一、带领本公司共同努力超额完成公司下达的各项任务。



## 二、加强基础管理，强化量化考核指标。

1、对各项工作均事先予以量化，奖罚分明，使一切均有章可循，有章可查，分季度考核结合年终考核，业绩的好坏直接与奖金挂钩，做到奖罚分明。

2、坚决杜绝老好人思想，加大跟踪力度，强化监督职能，及时记录，适时引导，定期检查，避免一阵风。做到善始善终，杜绝\*蛇尾现象发生。

## 三、对各项工作分工明确，各区域市场挂牌承包。

1、改变少数人硬性分派的做法，使员工共同参与制定相应的实施方案，择优选用。

2、明确各自的责、权、利，定期考核与年终考核相结合，并与同期收入、年终奖金相结合，对成绩优异者给予奖励，不能按计划完成的与同比例的收入，每下降一个百分点，减少同期收入。

## 四、建立市场网络，规范客户管理，加大市场开发力度。

1、理顺整顿治理现有资源，对客户、市场按升值潜力分为a□b□c三类市场，对潜力大、上升强劲的市场予以重点开发、维护、宣传。

2、对一些需更换客户的网络先培养其他替换客户，经一段时间的扶持，不与公司发展相匹配的客户，则予以更换。

3、除传统的农资、供销、农业局的网络开发、维护外，同时重点开发粮油、邮政等农化网络。

4、强化驻点服务开发工作，依据市场情况分设一个办事处，强化市场的开发服务功能。

5、网络的建设要以终端建设为基础，掌握市场已有资源，促使市场占有率提升。

6、春节前应重点对鲁西北市场的开发与推广，改变公司春季淡的被动局面。

7、对市场各级客户均分类建档，并定期跟踪监督，及时调整，增加回访客户频率，增加相互了解，解决实际困难，增加客户忠诚度。

五、强化沟通机制，加速市场信息的收集与转化。

1、收集真实的市场信息，建立档案制度，重点对各区域的种植结构、用肥习惯及其他品牌的优势、宣传方案等对比找出差距，找出如何整改的信息方案。

2、制订定期的沟通机制，并建立有效的奖罚制度。

3、多与终端客户联系，了解一线资料。

六、加强学习，搞好团队建设。

1、除主动参与公司的各种培训外，重点要加强事后的总结与运用。

2、每次出发人员回来，要及时召集相关内部人员共同分享市场成功经验，分析总结遇到的疑难问题，共同探讨，相互促进，共同进步。

3、主动与业务人员沟通交流，变听汇报式交流为主动谈话式交流，对发现问题应及时解决，从中发现人员的长处与缺点，以便合理安排工作，为其搭建合理的舞台，充分发挥个人的才能，加强团队的凝聚力。

七、强化服务认识，提高服务质量。

1、成立业务投诉电话，对由于业务人员自身问题造成的业务投诉，视情节予以一定的处分，并及时解决客户的投诉，增加其赞誉度。

2、结合驻点服务工作的开展，整合自身市场的信息及技术资源优势，帮助客户理顺、完善开发新的营销方案与实施及二级网络的建设。

3、对重点市场做到电视有影，广播有声，报纸有形，学者参与不遗余力的宣传公司产品，提升品牌形象。

4、取消专车制度为市场专车制，对业务车辆统一调度，形成地面范围化宣传，配合学者及当地经销商服务于终端客户，增加其赞誉度。

八、加大新客户，新产品的开发力度.

1、全年出发不低于240天。

2、世界不变的是在变，只有不断的推陈出新才能跟上市场发展的需求只有不断开发新客户才能更加完善销售网络，提高市场占有率，并制定最低客户数量，少则罚，多则奖。

3、通过细致的调研及时开发适销对路的新产品，并实行谁开发谁受益的奖励机制.奖励业务人员的参与性与时效性。

九、费用的控制

1、增设专门统一的内勤人员，增加账目透明度，定期公布各种业务费用数据。

## **团队工作方案 团队工作计划篇五**

案例一 我的求职计划就是：一步登天

经过深思熟虑，王强为自己定下求职“六原则”：“钱多、事少、离家近、责任轻、升职快、福利好”。声称：我就是要一步到位，找到能满足我所有要求的公司。这样先后与5家企业面谈，竟没有一家企业要录用。临近毕业他尚未找到理想工作。

## 案例二 我的求职计划就是：一条路走到底

段某是某学校计算机专业的应届毕业生，听人说电力行业收入高、待遇好，加上家长对其求职的影响，将求职定位在大城市的供电局。但在市场上，她几乎每次都难觅供电局招聘的摊位，托人找关系也没有回音，但她仍执意要进供电局，以致许多求职的机会被她错过。

专家点评：守株待兔，贻笑大方。难道天下的求职者都是这样“执著”吗？职业指导专家建议：不要再犯傻！立即找一张白纸，制作一个适于你的职业清单。记住：至少列出30个职业！

## 案例三 求职计划有什么用？

小李认为求职计划没有用，找工作，成功地关键在于“包装”。他请专业人员制作简历，中英文各一份，加上经过艺术处理的封面，再制上一套西服。发信、招聘会、上网一下就送出了上百份；三个月过去，上网费交了不少，手机费直线上升，但是，工作一筹莫展。

专家点评：运筹帷幄，决胜千里。这就是求职计划的魅力

按照计划，张建在面试中，故意表现得很外向，夸夸其谈，主动出击，咄咄逼人，显示了作为一位才子的风采。他怎么也没想到，一切却适得其反。因为这个职位隶属财务部，需要有精通专业知识、做事认真，作风踏实，而他的表现只能证明，他不适合在这样的团队里工作。张建回到学校，

把“求职就这几招”的文章扔到一边。

## 案例五 明日去求职，今日赶紧“编”几条

李燕是个性格内向的女生，爱好钻研，经常在同学们参加各种活动的时候，她却独自在图书馆看书。她担心这个性格会影响单位对她的印象，所以在简历上编了几条参加组织的活动。面试时用人单位请她详细说说组织过程，她答不上，而被拒绝。事后，用人单位在面试评价表中写到：此人专业知识扎实，人品有疑问。

专家点评：求职计划不是“编”出来的，而是“设计”出来的。既然要设计，就有一套规则：目标、途径、时间表等等都要设计。当然，这一切都一个前提，就是实事求是！

王祥为自己制定了一个重点出击，速战速决的求职计划：一个月之内参加五次招聘会，争取面试20家。力争一个月之内，搞“定”。然而，在实际实施过程中，王祥才发现，自己的计划完全是纸上谈兵。三个月还没有找到工作呢！

找工作的平均周期一般是4个月。而且你必须争取在四个月中决心在每个工作日平均会见1.5个雇主，4个月是120天，120天乘以1.5，就是180个雇主！你要想缩短周期，那就增加每天的会晤频次，有人一天当中上午见2个，下午见2个。

专家点评：何去何从，还是要先学会做个求职计划！

## 目标与计划案例

问题分析：

班长单方面制订目标及计划，在执行上出了问题。一，目标制订后应该告诉组员，并且要展开一个共同的美好憧憬让大家达成目标共识，这样在施行计划上不易产生不解与抵触。

二，计划需要明确告之，让组员知道这个计划的内容与实质，通过施行计划来促进目标达成。三，应妥善处理计划实施过程中出现的沟通问题。当组员出现抱怨时，未能及时疏导不良情绪。最终导致计划的执行力度不强。

老师分析：

1)班组长目标设定意义未阐释，员工未参与。2)

班组长必须有良好的执行态度。

3)

计划的可执行力。下属能力是否能够完成，计划本身有没有缺陷。4)

执行环境，领导风格。

结合老师分析之个人体会：

1，首先班组必须要有一个目标，以结果为导向建立目标。2，有目标之后，再制定实施计划。计划的制定，要得到执行者的高度认同，即让其参与计划制定。3，计划是否可行，且要不断分步达成。4，在计划实施中，要不断总结经验，改善实施。5，班组长在计划执行中，作为协调角色，一个观察者。帮助班组成员提高执行能力；总结经验，改进方法，让目标看得见；提升自我能力。

案例分析2：开发新产品与改进现有产品之争

袁之隆先生是南机公司的总裁。这是一家生产和销售农业机械的企业。1992年产品销售额为3000万元，1993年达到3400万元，1994年预计销售可达3700万元。每当坐在办公桌前翻看那些数字、报表时，袁先生都会感到踌躇满志。

这天下午又是业务会议时间，袁先生召集了公司在各地的经销负责人，分析目前和今后的销售形势。在会议上，有些经销负责人指出，农业机械产品虽有市场潜力，但消费者的需求趋向已有所改变，公司应针对新的需求，增加新的产品种类，来适应这些消费者的新需求。

身为机械工程师的袁先生，对新产品研发、开发工作非常内行。因此，他听完了各经销负责人的意见之后，心里便很快算了一下，新产品的开发首先要增加研究与开发投资，然后需要花钱改造公司现有的自动化生产线，这两项工作约耗时3-6个月。增加生产品种同时意味着必须储备更多的备用零件，并根据需要对工人进行新技术的培训，投资又进一步增加。

袁先生认为，从事经销工作的人总是喜欢以自己业务方便来考虑，不断提出各种新产品的要求，却全然不顾品种更新必须投入的成本情况，就像以往的会议一样。而事实上公司目前的这几种产品，经营效果还很不错。结果，他决定仍不考虑新品种的建议，目前的策略仍是改进现有的品种，以进一步降低成本和销售价格。他相信，改进产品成本、提高产品质量并开出具吸引力的价格，将是提高公司产品竞争力最有效的法宝。因为，客户们实际考虑的还是产品的价值。尽管他已做出了决策，但他还是愿意听一听顾问专家的意见。

### 案例分析3：从头起步

耐克公司的创意产生于1962年菲利普·耐特在斯坦福大学攻读工商管理硕士时写的一篇论文。1964年，耐特和他的来自俄勒冈大学的田径教练比尔·鲍尔曼创立了蓝带运动鞋商品公司，用来树立优胜者的形象。当年他们用小车后备箱拉着货在当地的运动会上售出了1300双跑鞋。但他决定全心全意致力于发展蓝带运动服公司时，耐特还以注册会计师为业，并于1969年称为会计学教授。1972年为蓝带运动公司按照神话中胜利女神的名字改为耐克。

从1972年到1990年，耐克公司有了巨大的发展。1972年的销售额为200万美元，到1982年，销售额达到1.94亿美元，平均每年增长率为82%。到了1990年，由于迈克尔·乔丹的加入，销售额有了惊人的发展，达到了20亿美元。即使在乔丹宣布退出nba前，耐特和他的同行门一直在不断地寻找商业机会。他们知道，虽然迈克尔有惊人的天赋，但它不可能打一辈子篮球。

耐克公司的另外一个促销手段称为“耐克镇”。“耐克镇”由体育用品博物馆、体育用品商店和游乐场组成，目的就是树立耐克公司“精力充沛、富有生命力”的产品形象。耐克镇里还有三维广告、巨型渔缸和篮球场。起初，耐克公司在俄勒冈州的波特兰和伊利诺斯州的芝加哥各建一座耐克镇，还计划是耐克镇遍布全球。为索尼公司建造类似商店的大为·曼费雷迪说：“这只是树立公司形象的一部分，它决定公司在世界面前的形象。”这个创意强调的是形象，而不是开销，所以这里的商品不打折。当芝加哥的耐克镇开业后，每周吸引大约5000名顾客，每人平均消费50美元。

为了适应不断的变化的市场需求，耐克公司的管理者开始向各方面发展。1992年，耐克公司专门建立了销售耐克产品的专卖店。这一年，耐克公司的全部利润中的1千万美元来孕育3家专卖店和两个耐克镇的销售。尽管耐克公司是从汽车后备箱销售运动鞋起家的，但他在运动服销售的发展上比运动鞋发展更快。

思考题：耐克公司根据外部的变化，采用了那些决策发展自身？

#### 案例分析4：目标管理

某机床厂从1981年开始推行目标管理。为了充分发挥各职能部门的作用，充分调动一千多名职能部门人员的积极性，该厂首先对厂部和科室实施了目标管理。经过一段时间的试点



后，逐步推广到全厂各车间、工段和班组。多年的实践表明，目标管理改善了企业经营管理，挖掘了企业内部潜力，增强了企业的应变能力，提高了企业素质，取得了较好的经济效益。

### 1. 总目标的制订。

该厂通过对国内外市场机床需求的调查，结合长远规划的要求，并根据企业的具体生产能力，提出了19××年“三提高”、“三突破”的总方针。所谓“三提高”，就是提高经济效益、提高管理水平和提高竞争能力；“三突破”是指在新产品数目、创汇和增收节支方面要有较大的突破。在此基础上，该厂把总方针具体化、数量化，初步制订出总目标方案，并发动全厂员工反复讨论、不断补充，送职工代表大会研究通过，正式制定出全厂19××年的总目标。

### 2. 部门目标的制订。

企业总目标由厂长向全厂宣布后，全厂就对总目标进行层层分解，层层落实。各部门的分目标由各部门和厂企业管理委员会共同商定，先确定项目，再制订各项指标的指标标准。其制订依据是厂总目标和有关部门负责拟定、经厂部批准下达的各项计划任务，原则是各部门的工作目标值只能高于总目标中的定量目标值，同时，为了集中精力抓好目标的完成，目标的数量不可太多。为此，各部门的目标分为必考目标和参考目标两种。必考目标包括厂部明确下达目标和部门主要的经济技术指标；参考目标包括部门的日常工作目标或主要协作项目。其中必考目标一般控制在2—4项，参考目标项目可以多一些。目标完成标准由各部门以目标卡片的形式填报厂部，通过协调和讨论最后由厂部批准。

### 3. 目标的进一步分解和落实。

部门的目标确定了以后，接下来的工作就是目标的进一步分

解和层层落实到每个人。

(1) 部门内部小组(个人)目标管理,其形式和要求与部门目标制订相类似,拟定目标也采用目标卡片,由部门自行负责实施和考核。要求各个小组(个人)努力完成各自目标值,保证部门目标的如期完成。

该厂在目标实施过程中,主要抓了以下三项工作。

### 1. 自我检查、自我控制和自我管理。

目标卡片经主管副厂长批准后,一份存企业管理委员会,一份由制订单位自存。由于每一个部门、每一个人都有了具体的、定量的明确目标,所以在目标实施过程中,人们会自觉地、努力地实现这些目标,并对照目标进行自我检查、自我控制和自我管理。这种“自我管理”,能充分调动各部门及每一个人的主观能动性和工作热情,充分挖掘自己的潜力,因此,完全改变了过去那种上级只管下达任务、下级只管汇报完成情况,并由上级不断检查、监督的传统管理办法。

### 2. 加强经济考核。

虽然该厂目标管理的循环周期为一年,但为了进一步落实经济责任制,即时纠正目标实施过程中与原目标之间的偏差,该厂打破了目标管理的一个循环周期只能考核一次、评定一次的束缚,坚持每一季度考核一次和年终总评定。这种加强经济考核的做法,进一步调动了广大职工的积极性,有力地促进了经济责任制的落实。

(1) 建立“工作质量联系单”来及时反映工作质量和服务协作方面的情况。尤其当两个部门发生工作纠纷时,厂管理部门就能从“工作质量联系单”中及时了解情况,经过深入调查,尽快加以解决,这样就大大提高了工作效率,减少了部门之间的不协调现象。

(2) 通过“修正目标方案”来调整目标。内容包括目标项目、原定目标、修正目标以及修正原因等，并规定在工作条件发生重大变化需修改目标时，责任部门必须填写“修正目标方案”提交企业管理委员会，由该委员会提出意见交主管副厂长批准后方能修正目标。

目标管理实际上就是根据成果来进行管理的，故成果评定阶段显得十分重要。该厂采用了“自我评价”和上级主观部门评价相结合的做法，即在下一个季度第一个月的10日之前，每一部门必须把一份季度工作目标完成情况表报送企业管理委员会（在这份报表上，要求每一部门自己对上一阶段的工作做一恰如其分的评价）。企业管理委员会核实后，也给予恰当的评分。如必考目标为30分，一般目标为15分。每一项目标超过指标3%加1分，以后每增加3%再加1分。一般目标有一项未完成而不影响其他部门目标完成的，扣一般项目中的3分，影响其他部门目标完成的则扣分增加到5分。加1分相当于增加该部门基本奖金的1%，减1分则扣该部门奖金的1%。如果有一项必考目标未完成则扣至少10%的奖金。

3. 在这个实行目标管理的案例中，你认为现今环境下还应该做哪些修正？

### 管理学计划案例分析

赵先生是一家大电子厂的制造经理。该公司的管理部门最近安装了一些新机器，实行了一呼简化的工作系统，使每一个人包括自己在内感到惊讶的是，提高生产率的期望并未实现。实际上，生产开始下降，质量降低，离职的雇员数目增加。他认为机器没有任何故障。有使用这种机器的其他公司的报告，这些报告坚定了他的想法。他也曾要求制造这种机器的公司的一些代表对机器进行过仔细检查，他们报告说，机器运转正处于最高效率。赵先生怀疑，问题可能出在新的工作系统上。但是，他的直接下属并非都持有这种看法，他们是四个基层主管人，每人负责一个科组，还有一个是他的物资

供应经理。他们对生产率下降的原因看法不同，分别认为是操作工训练差、缺乏适当的经济刺激体制和士气低落。显然，对这一问题各人有各人的想法，下属中存在着潜在的分歧。

1. 分析这位制造经理所面临的问题，并猜测他将采取怎样的步骤或程序（有几种可能方案）2. 请对造成生产率下降的原因进行分析。3. 请提出你的对策建议。

提问者： 小敏敏1-一

级

最佳答案

生产效率降低，存在3个潜在的可能性：

3，系统和员工都没问题，在于熟悉程度不够，需进行磨合，或进行适当的培训以帮助尽快提高生产率。

个人认为，问题的根源应该出在以上3条潜在可能性上，这样，您所提的问题2，就分析完毕了。

问题1和3可以合并：

如果最终员工工作态度、熟练度问题全部解决后，生产率还是提高不了，那么不得不怀疑这套系统是否有问题，或者是否适合本公司了。

## 团队工作方案 团队工作计划篇六

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局

及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

- 1、树立全员营销观念，真正体现营销生活化，生活营销化。
- 2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。
- 3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。
- 4、在市场操作层面，体现两高一差，即要坚持运作差异化，高价位、高促销的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。

营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

- 1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。
- 2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。
- 3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，李经理根据企业方便面产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)∶b(平价、微利上量产品)∶c(低价：战略性炮灰产品)=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。

销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行一套价格体系，两种返利模式，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

(1)、促销体现联动，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。

(2)、连环的促销方式至少两个以上，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。

(3)、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场动销，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

(4)、服务策略，细节决定成败，在人无我有，人有我优，人优我新，人新我转的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了5s温情服务承诺，并建立起贴身式、保姆式的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。

通过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利

实现做了一个良好的开端。

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划，比如□20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

(1)健全和完善规章制度，从企业的典章、条例这些母法，到营销管理制度这些子法，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员三个一日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

(2)强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

(3)严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目的是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的铁血团队。

李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源好钢用在刀刃上，以求企业的资金利用率达到化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了铁鹰团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了铁鹰打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。