

最新配件计划员的工作职责 配件仓库工作计划(精选6篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。我们该怎么拟定计划呢？这里给大家分享一下最新的计划书范文，方便大家学习。

配件计划员的工作职责 配件仓库工作计划篇一

配件库管理制度（包括井下配件库）

一、队组配件库全部执行台账管理，做到账、物、卡三对口。

二、库房存放的配件要按类型分区摆放整齐，出入库手续齐全。

三、井下存入时，大型配件及油脂进不了库的要在干净卫生的地方存放，做到下有垫上加盖，做防湿。防腐油脂按类别牌号分区存放，并且做到标志明确。

四、电器材料及配件要放置在干燥的地方，密封的卷、挡板齐全，防止潮湿，引起绝缘下降起不到备用作用。五、更换下来的配件、材料、设备要及时上井移交机电工区防止丢失损坏。

六、因管理不到位丢失配件、材料、和事故造成损坏配件的要按矿有关规定对责任队组进行考核。

七、配件库内要干净整齐，照明灯具符合规定要求，防火设施完整齐全，易燃、易爆品要分区存放，库内严禁存放与库方无关的物品及个人物品。

配件计划员的工作职责 配件仓库工作计划篇二

(1) 市场状况:

(2) 位置状况:

(3) 产品分析:

(4) 竞争分析:

□5□swot分析

优势:

机会: 学院支持, 能经常在宿舍区摆摊销售, 方便让同学们熟知并支持;

威胁: 学院天翼店的招牌更加醒目, 更容易受同学们的关注, 学院外面有一条比较繁华的街道, 同学们经常出去逛街, 也会顺便在外面买需要的手机配件。

(1) 树立全员营销观念, 真正体现“营销生活化, 生活营销化。”

(2) 综合利用产品、价格、促销、服务等营销组合策略, 形成强烈的营销组合策略。

(1) 营销目标:

大部分广州市以外的新生都会在学校买一台手机, 因为他们要有帐号上网, 另外还有两只队伍和我们一样在买同样的产品, 同样的价格, 故而营销目标就是全部新(1000人)的1/3, 再减去不需要买手机的, 即200人。

(2) 市场份额目标：占领新生市场的20%。

目标市场□xx职业技术学院的新生

定价：手机（399）+卡（100）+宽带（300）=799

卡+宽带=400

(1) 20人指引，4人推销，2人填单

填单：办理此次套餐的一张凭证，完善前面的工作

(2) 在让此团堆上岗之前，将会对他们进行岗前培训，让他们对套餐有一定的熟悉程度，能够快速为同学们解答疑问。

配件计划员的工作职责 配件仓库工作计划篇三

一、策划时间□xx年12月02日

二、策划人员：李中华

三、策划对象：广东华逸达雨刮器有限公司

五、目

目前国内雨刷市场总体而言，存在品牌多样，品质参差不齐的现像，除几个外国品牌占据高瑞市场以外，其余都是国内的杂牌在混乱比拼，并没有形成有口碑传径的雨刷品牌，相对我厂此时拓展市场这不失为一个好的时机。本计划针对华逸达雨刷介入国内市场的行销希望设计出能在目标市场成功实现其目标的市场行销组合，并将它付诸实施，望见其效。

(1) 策划目的要对本营销策划所要达到的目标、宗旨树立明确的观点，作为执行本策划的动力或强调其执行的意义所在，

以要求全员统一思想，协调行动，共同努力保证策划高质量地完成华逸达雨刷介入国内市场，以东莞市及辖下各镇作为行销试点，以便作为全国各地的行销参考计划，意义重大！为使我华逸达雨刷产品进入汽车后方市场，渠道建设以汽车用品批发城、汽车用品专营店、汽车修理厂、汽车美容店为主要方向（前期）；开发成零售点，让华逸达的品牌彩盒爆光在市场上，以期成为本地爆光率最高的雨刷品牌，并接合广告宣传，最终让车主和零售员在心里沉淀出一个华逸达的形像，成为消费行为产生时在其心里的基本上拿货都是送货上门、现款交易的形式。（本地）

b□市场前景分析

2. 汽车保有量会执续上升，这一点不得怀疑，所以雨刷的总体需求量将一年比一年大，市场容量可观。
3. 从目前杂乱的产品竞争中可以看出，之所以这么多的品牌同时上市而且各有千秋，并非是品质和品牌的机会，大多是打的价格战，若打造强势品牌介入，在消费上形成取向性，其市场机会不可小视。

(3) 市场机会与问题分析。

a□目前我公司和系列产品面临的问题如下：

2. 产品在品质上能否提高，须要突破目前市场上的雨刷品质，才方便树立形像，若与其它公司的产品品质相当，就会淹没在市场中。此点望技术部门着力解决。
3. 产品包装，市场上大多是纸盒，山多力在包装上值得学习。
4. 产品价格，待定（尽可能的提高胶条品质，配用好的胶条，然后价格可以适当的调高，结合成本制定合理的价格体

制，容易让市场接受，同时又给人以优质的产品，这样品牌形象自然建立)

5. 销售渠道，待定？

6. 促销方式，待定？

7. 服务质量，售后保证，待定（建议半年，因为众多公司以3个月为限，我们得有差异）

b□针对产品特点分析优、劣势。

5□x6□的优势在於外观上，雅阁的容量还可以，认为价格不能定的高了，我们主要在销量上下功夫，我以为品质比其它的好，价格又与其它的相差不大，这样更容易占有！

调查结果可以推出目前广大车主对劣质的雨刷很反感的，那些

2、3个月就坏掉的雨刷车主有严重的抵触心态，我们不能走这条路；而市面上大多的雨刷都是这个档次，且占去了大半的机会，我们的优势在於胶条，可以考虑用好的胶条，为品牌树立一个物美价敛的形像。

(4) 营销目标

目标：待定

(5) 营销战略（具体行销方案）

a□营销宗旨：

建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等，增加零售点。

b□产品策略:

2) 产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系。市场上都是保3个月的,我们是否可以考虑6个月? 技术部门能否解决? 解决不了可以检讨!

3) 产品品牌。要形成一定知名度,美誉度,树立消费者心目中的知名品牌,必须有强烈的创牌意识。

4) 产品包装。包装作为产品给消费者的汽车配件销售工作计划

工作计划就是对即将开展的工作的设想和安排,如提出任务、指标、完成时间和步骤方法等。制定一份合理的工作计划对于组织经济效益的提高是十分重要的。工作计划的为您《汽车配件销售工作计划》,助您的工作能顺利开展!

【汽车配件销售工作计划】

回首过去一年的销售历程,我经历许多没有接触的事物和事情;见识了很多从未见识过新鲜;似乎从一开始,新年带来的一切都是新发展、新要求,摆在我的眼前,昂首只能选择前进。

总体观察,这一年来我取得长足进步;不论与客户的谈判,还是销售经验与新客户的接洽工作,都在不断进步中。

理想中我的品牌战略:首先,我司是专业生产汽车配件,这是我们的最强的一项;其次,市场上其他一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场,但是我方仍应想方设法提高我们的品牌供货比例;再者,品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的,就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导,人们知道喝饮料首

选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传；另外，对企业的不断宣传可以提高我们品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展各地的市场份额应是我们的首要问题；如今我们在四川广安设立新公司，就是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理；我们也不能忘记客户关系管理的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系十分重要，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们！

下面我来分析一下目前我们产品的市场分布及各市场的情况：

3、其他片区：这个要自己写才行。

配件计划员的工作职责 配件仓库工作计划篇四

今甲方向乙方采购一批电脑，为友好合作，特定如下合同。

一、采购产品名称、价格。

1、甲方向乙方定购的电脑配置。共计_____总金额为：_____元。

二、产品的验收、售后服务及质保

1、乙方按照双方约定的配置供货，甲方按照配置单收货。

2、验收合格标准：所有产品部件均为合同附件之约定的部件。

3、乙方对所提供的产品在质保期内出现的质量问题，按照相应配件厂商质保标准提供免费维修、免费更换等无偿服务。

三、货款结算。

甲乙双方签订合同当日，甲方须向乙方交付所定电脑的全部货款，然后乙方组织定货发货，由甲方清点验收自提。

四、甲方的权利和义务

1、甲方和乙方应充分协商，制定本合同约定的机器配置。在配置确定后，若有任何调整意向，应及时乙方说明。如果乙方已经定货或者预付定金，则由甲方承担损失。

2、甲方有对电脑设备的采购建议和调整的权利，并有对乙方的工作的监督权。

3、甲方有按时交付货款的义务，如甲方因未及时交付货款导致的商品交付延期或其它损失，由甲方承担责任。

五、乙方的权利和义务

乙方保证按照配置单向甲方供货。如出现定制的配件型号无货或数量不齐时，则应及时向甲方说明协商调整，如因乙方单方面问题而出现有品种、数量、规格、质量不符合合同规定的，由乙方负责调换或退货。

六、争议的解决

本合同发生纠纷，甲乙双方应当及时协商解决，协商不成时，任何一方均可向合同签订地人民法院提起诉讼。

七、附则

1、本合同的附件，作为合同正式文本，具有同等效力。

2、合同执行日期：自双方签字盖章日起。

甲方：

代表人：

日期：

乙方：

代表人：

日期：

配件计划员的工作职责 配件仓库工作计划篇五

地址：

邮编：

电话：

传真：

乙方：

地址：

邮编：

电话：

传真：

乙方：

甲、乙双方本着平等互惠原则、经协商一致、达成如下协议，共同遵守。

甲、乙双方经协商共同达成一致，因乙方特殊原因，乙方不成立财务部，由甲方统一管理，甲，乙双方按合同规定进行利润返点。

第一条代理及授权利润范围

1.1乙方代理销售甲方的系列汽车包括《汽车贷款咨询；车务代理；违章代缴，照明设备，电子产品，汽车配件，销售及售后服务》。

1.2乙方的代理区为《贵州省都匀市》甲方授权乙方为以上贵州省都匀市个区经销的权限。

1.3乙方承诺每月向甲方的订货量不低于《3--5》辆，乙方负责保证年销售量不低于《25--40辆》否则甲方有权取消乙方代理资格。

1.4对于乙方代理的销售区域，乙方可以根据实际情况制订销售政策，原则上甲方不予干涉，但乙方对于自己以及下属经销商的经销行为负无限连带责任。

1.5甲方按每销售每辆，利润18%返给乙方：《超出年销售量甲方按利润35%返给乙方》。

第二条商标工业产权和保密。

1.1合同特指产品商标，图案及其他标记，属于甲方产权，经甲方书面批准后允许乙方使用，但本合同期满或终止时此种使用应随既停止并取消。

1.2乙方不得以任何方式侵犯甲方的工业产权。

1.3乙方在合同的有效期限内或合同终止后，不得泄漏甲方的商业机密，也不得将该机密超越合同范围使用。

1.4乙方不能用甲方公司营业执照复印件、注册商标、公司名称等向金融机构申请和抵押贷款。

1.5乙方不能设立财务对客户进行开收发票，乙方除公司指认设立营销部外不能成立其他部门。所有对公文件必须交由甲方审批。乙方不能私设公章。如需使用公司公章，必须按流程向甲方申请审批。

第三条违约责任

1.1如乙方违反甲方规定，实施了串货行为，甲方可根据乙方违规销售的实际数量除以《罚款》情节严重的甲方有权单方取消乙方代理权。

1.2如甲方不能按照乙方规定交货，乙方有权要求甲方进行整改和更换，以求达到乙方订单要求对于因此而发生的相关费用，由甲方负担。

1.3原则上禁止乙方擅自更改甲方车辆的标准配置进行销售，对于确需改装的乙方应提前向甲方立项取得同意后方可进行，对于擅自改装引起的维修费用和其他其他相关费用，甲方有权对乙方进行追偿。

第四条售后服务

1.1甲方为乙方提供的产品严格按照甲方提供的质保书和国家的相关规定进行质保服务。

1.2乙方在销售完成后应按甲方要求填写用户登记表，并应于每月定期以传真或其他形式向甲方返回用户登记表，以便于日后的售后服务和例行巡查工作。

1.3当乙方发生售后服务要求时，乙方应书面通知甲方服务要求和内容，甲方应在收到乙方通知的12小时内给予答复，确认服务内容和时间，同时甲方向乙方提供24小时售后服务热。

第五条合同效力

本合同一式二份，自双方签字盖章日生效。

甲方（签字盖章）：

法定人：

____年____月____日

乙方（签字）：

代表人：

____年____月____日

配件计划员的工作职责 配件仓库工作计划篇六

2、购机后要在一个月內回访机器使用情况，并将相关信息反馈给用户；

挖掘机部 程念

5、通过报纸、杂志、扫街式拜访掌握更多的潜在客户信息，为下个月销售计划做好客户资源铺垫。

挖掘机部

一、前三个月：

1、熟悉公司的企业文化，通过培训了解挖掘机的信息。

2、学习销售各方面的知识，多跑客户，建立好人际关系。

3、通过自己的努力卖出一台挖掘机

二、接下来一年时间：

与客户搞好更好的关系，通过老客户认识更多的客户。同时挖掘更多的新客户。在白天就多跑市场，利用公司的资源为客户处理力所能及的事。通过展示会，组织客户去柳工参加的方式宣传。晚上回家多分析新老客户的动态，以便更好的与客户沟通。争取每个月最少卖一台。

三，未来的五年时间；

在公司为我们提供的这个平台上，更好的发挥自己。努力实现自己的人生价值。在柳工实现人生的第一桶金。