

销售工作计划表内容(实用5篇)

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。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，我们一起来看看吧。

销售工作计划表内容篇一

一是思想*程度不够。存在着理想信念方面，存在党员意识、宗旨意识、忧患意识淡薄问题。思想思维方式方面受条条框框束缚太多，按部就班，遇到实际问题时不敢闯，不敢试。

二是把握机遇能力不强。突出表现在思维层次低，运用现代理论知识分析和处理问题能力差，更缺乏战略性思维眼光，反应不敏锐，把握机遇能力差，应对医患关系，护患关系，医疗质量，医德医风等具体问题，以及在人才建设，学科带头人缺少有效的措施和办法。

三是改革创新意识不浓，主动性工作能力不强。存在深入基层不够，工作不深入、了解不够，解决问题不及时问题。表现在开展工作墨守陈规，执行政策经验化、教条化，缺乏灵活性，不善于结合医院及自身工作实际创造性地工作。对实习生、研究生、进修生的工作、生活关心不够，他们对学习等活动积极性不高。

1、加强学习，切实解决认识不足、办法不多的问题。

将学习贯穿到*思想、更新观念、拓宽思路、改进方式、提升服务的各个方面；坚持统筹兼顾，正确处理好开展深入学习实践科学发展观活动与做好当前各项工作的关系。把开展学习实践活动作为推动自己工作的重要动力，努力做到两不误、两促进。

2、加强作风建设。

把工作重点放在如何正确处理医患关系、护患关系和医疗技术服务等方面的探索与改进，努力加强在严格执行首问负责制、办结制和责任追究制行政管理，千方百计提高行政效率，切实做好新技术、新业务的技术管理工作，争取在减少医疗纠纷、保障医疗安全方面有新的突破，做到让服务对象满意、让群众满意、让领导满意。

3、努力促进加快学科建设的步伐，坚持以人为本，重视人才。

充分的发挥现有骨干主观能动性，充分调动年轻医务人员的努力学习及工作的积极性，加强科室团队协作精神、奉献精神 and 甘当人梯的精神。提高医疗质量，更好地为群众服务。

销售工作计划表内容篇二

减轻课业负担的关键是转变教育思想，教育思想决定教育实践，它在教学中起着十分重要的指导作用。素质教育要面向全体学生，使学生在德、智、体、等方面得到全面协调的发展。不断更新自己的教育观念，端正教育思想，树立以学生为本的教育思想，时时处处以培养学生的创新精神与创造能力为出发点，开展一系列的教育教学活动，真正实践减负。

我校积极组织老师们学习有关肩负的文件和案例，让老师们明确肩负的意义和必要性。因此，师生关系得到了改善，课堂上师生互动，让学生自主地、富有个性地发展。

老师们的教学设计也能从学生的角度出发，确立学生在学习中的主体地位，努力改善教学方法，提高教学质量。

1、健全制度，落实“减负”责任。

实行减负工作责任制，校长为“减负”工作第一负责人，小

组成员各负其责，责任到人。学校与全体教师签订减负责任书。

2、定期检查，并将检查结果作为教师考核的重要内容。3、推行学生作业公示制度。

严格控制学生课外作业量。积极实行布置活动性、实践性家庭作业。严格控制了学生的作业总量，并利用校园网公布给家长。

(1) 布置作业，在“质”上狠下功夫，尽量不重复布置，有效地避免无效作业。

(2) 布置作业，在“量”上做到适当：每天的作业量严格控制，课堂作业，尽量做到了当堂完成，不留到课外去。

(3) 作业布置注重了“实”：作业布置，因材施教，具有一定的梯度。

(4) 作业布置努力做到少而精：根据当天所学内容，以及知识的重点和难点，精心设计，尽量做到不遗漏知识点。

4、加强了校本培训，努力做到认真备课，提高课堂教学效率，向40分钟要质量。

5、及时召开了家长会，积极向家长和学生宣传“减负”的目的和要求，听取家长、学生对“减负”工作的意见和建议，并结合学校实际按规定进行整改。

1、严格执行课程计划。没有随意增减课程门类、难度和课时，没有增加周活动总量。

2、控制了学生在校时间。

3、控制了学生作业总量。

4、教导处定期或不定期检查了教师的作业布置情况。

总之，我校在减轻学生课业负担方面，将一路既往按照教育局的要求，严格管理，切实减轻学生过重的课业负担，让学生快乐学习，健康成长。

销售工作计划表内容篇三

计划网专题频道工作计划栏目，提供与工作计划范文相关的所有资讯，希望我们所做的能让您感到满意！

(1) 市场环境

(2) 竞争品牌的状况。

主要分析 a □同季度竞争产品的销售情况；：消费者的评价(主要考察消费者对产品的品质认可度，价格认可度，服务认可度);c□市场费用投入情况;d□渠道布置情况(当经销商为地区经销商时，要清楚其在城区和县城的渠道布置，即产品通过不同类型渠道的销售情况，同为饮料，有时竞争对手在特殊通路卖得比我们好。

例如，在笔者工作的城市，银鹭八宝粥在火车站，汽车站这些特殊渠道的销售情况超过了娃哈哈、洪大妈。只有关注，才能够找到原因，进而制定突破策略。这就要求我们平时要多多关注竞争品牌，不要到写工作计划时，觉得写不出什么东西来);e□产品销售网点的数量;重点客户数量及在不同渠道的分布情况;f □二级客户的评价等)

(3) 销售团队

有战斗力的队伍在销售过程起着十分重要的作用，考察主要竞争品牌的销售队伍在08年相比07年是否有变化，特别要重视团队成员数量的变化，比如，王老吉在 06年的销售团队成

员数量只有5人，而在07年的人员数量迅速增长到12人，人员增加产生的直接效果是销量有了120%的增长。比较后，必须清楚竞争对手我们相比存在的优势，不要太去关注他们的不足，要看到他们的长处。

(4) 去年同期的销售目标及达成状况。如：07年第一季度a饮料在b地区的销售目标是3万件，结果只完成了2.5万件，一定要弄明白销量没有达到的原因。不要从客观上去找，而要从主观上去分析。比如：终端建设没有做到位，产品陈列面不够充分，业务员没有按照我们的作业标准作业，产品的分销率不够，二级批发的积极性不高。综合一分析，就会发现完全能够完成3万件的销量。因此在制定08年一季度的销售目标时一定要为目标的达到找到充分的支撑点。

如：08年一季度a饮料在b地区的销售量为3.5万件。接下来就是要摆论据了。比如，在城区新增加10个有销售能力的二级批发，开发4个乡镇市场，开发特殊渠道。如新开发10个ktv□这样下来你的工作计划就有说服力，上级看了后也很明白，知道你要做的工作是什么，不然那些只有目标而没有支撑目标实现的方法，不仅计划制定者不知道能不能实现，就连主管上级也不知道能不能实现。

1市场占有率：产品的市场占有率居于同类产品首位，显示出该品牌在市场中的领导地位。 2消费者认识：在众多消费者心目中，该品牌具有较高的信誉。 3 企业自身的目标：在饮料方面，求新、求异，拓展市场。

竞争对手分析：

统一、娃哈哈、康师傅，是茶饮料市场的主要竞争者，另外，可口可乐、百事可乐、健力宝也相继推出新型茶饮料。他们短期内虽不会对康师傅构成威胁，但是也为康师傅敲醒了警钟。

竞争态势总结：

现阶段康师傅茶饮料应该以统一、娃哈哈为主要的竞争对手，但同时也应该看到健力宝等企业的介入是一股不可忽视的力量。

附注：就冰红茶来说，仅只有统一和康师傅两家在争。据调查显示，中国的茶饮料市场暂时还是统一、康师傅等几家大企业的天下。康师傅的市场份额为 46.9%，统一占37.4%，两大品牌的市场份额达84.3%。康师傅占据茶饮料霸主地位，无疑是茶饮料市场最大的赢家；统一为市场渗透率增长第二的品牌。统一冰红茶无疑是康师傅的最大竞争对手，直接威胁着康师傅的赢家领地。

三、年度计划

1、康师傅茶饮料品牌定位分析与销售目标：

定位分析：追求时尚健康、创新的理念。体现中国传统茶文化，崇尚个性。 强调产品质量，推出多元化产品。

信奉“通路为赢”，实行“通路深耕”的渠道策略。 确保茶饮料的霸主地位，引导该市场潮流。

销售目标：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环境是工作的关键。

三年各季度营业额(单位：万美元)

季度、第一季度、第二季度、第三季度、第四季度、合计

20xx年

55052 61000 60954 59211 236217

20xx年

80804 89657 90804 89578 350843

20xx年(计划)

2、营销组合选择(4p)

1) product[]推陈出新，扩充产品种类，适应不同的消费者口味

4) promotion[]在我的一项市场调研中发现，消费者偏向于降价促销的占到50.7%。

因此价格的定位于适度调整能够吸引到一部分消费者，次之是赠品和加量不加价。一些适时小礼物会起到很好的促销作用。

3、市场定位

通过康师傅的形象代言人我们便可知，其定位于年轻的一代。15—35岁是茶饮料的主要消费者。因此得青年者，得天下。不管是在产品包装上，还是促销方式上，我们都要从我们的目标消费者处着眼，方可赢得市场!

4、市场细分：

在当前茶饮料市场大战愈演愈烈的情况下，作为龙头老大的

康师傅茶饮料，必须做出进一步的行动，以确保自己的地位，从而引领其他茶饮料品牌走向发展。因此，我们有必要对市场进行细分。

(1) 不同年龄的消费者

目前，康师傅茶饮料的消费群体主要以年轻人为主，口味也是低糖清淡型，企业完全可以划分几个不同的年龄段，然后生产出适合每个年龄段口味的不同产品。

(2) 不同收入的消费者

康师傅茶饮料在市场上的价格都为三元左右，产品类别较单一。如果把人们的收入分为低、中、高，然后据此生产出低、中、高档产品，那么其市场无形中就扩大了。

(3) 不同区域的消费者

人们的消费习惯往往受地域的影响，如北京的人们爱喝花茶，安徽人爱喝绿茶等等。企业可以根据人们的这种消费习惯生产地域性的产品。

5、重点工作

1) 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。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。

2) 完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，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。

3) 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。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。

4) 在地区市建立销售，服务网点。根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

6、节日促销具体活动根据具体情况来安排

7、促销方式与工具

时间如指尖上的沙，总是留不住。总结了xx年自己的一些成果后，就意味着xx年个人销售工作计划的到来，刚接触销售时，在选择客户的问题上走过不少弯路，那是因为对这个行业还不太熟悉，总是选择一些食品行业，这给销售工作带来很多不便，这些企业往往对标签的价格是非常注重的。所以今年不要在选一些只看价格，对质量没要求的客户。没有要求的客户不是好客户。

xx年工作计划如下：

一；对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二；在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得 客户信息。

三；要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采

取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四;xx年对自己有以下计划

1: 每周要增加10个以上的新客户，还要有3到5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(幼儿园年度工作计划2018)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最好的，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。

一、市场分析

1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。
2018年度销售工作计划2018年度销售工作计划。

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。

一、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。

分销商和终端消费者的眼球。

加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

一、销售部获得利润的途径和措施

销售部利润主要来源有：计算机销售；电脑耗材；打印机耗材；打字复印；计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，***万元，纯利润***万元。其中：打字复印***万元，网校***万元，计算机***万元，电脑耗材及配件***万元，其他：***万元，人员工资***万元。

二、客户服务部获得的利润途径和措施

三、工程部获得的利润途径和措施

在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

四、在管理上下大力度、严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

五、要建立一个比较完善、健全的管理运行体系。

1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

2、尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办*变成我们长期客户。

3、对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

4、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

六、创造学习的机会

不断为员工提供或创造学习和培训的机会，内部互相学习，

互相提高，努力把***公司建成平谷地*计算机的权威机构。2018年度销售工作计划工作计划。

职工培训工作是人力资源开发、干部队伍建设与企业文化建设的重要内容，通过培训，可以统一目标、统一认识、统一步调，提高企业的凝聚力、向心力和战斗力。树立学习风气，不懂得要问，不会的要学。

培训内容：

一、爱岗敬业：回顾历史、展望未来，了解企业的光荣传统与奋斗目标，增强使命感与责任感，培养主人翁意识。

二、岗位职责：学习公司制度、员工纪律，明确岗位职责、行为规范。

三、岗位技能：学习从业技能、工作流程及在岗成才的方法。

培训方式：

1、公司内部定期不定期安排员工培训。

2、积极参与中心或公司组织的管理人员、技术人员和全体员工的培训活动。

3、培训目标：为员工在岗成才创造条件，为企业提供员工积累。

我们是一个团结的集体，具有团队精神的集体，变成一支能够打硬仗的队伍。每个部门、每位员工，岗位明确，责任到人，个人奖金与部门效益直接挂钩。这样一来我们应该既有压力又要有信心，没有信心就不会成功，没有压力就不会使人在各个层面进步、提高。

同志们，时间是有限的、尤其是从事我们这个行业的，计算

机技术的发展日新月异，一天不学习就会落后，因此现在我们在座的每位职工都应该要有树立时间意识、竞争意识，引用xx大精神里的一句话就是要“与时俱进”。

公司各个部门应互相配合相互协作、按时按量、完成领导交给我们的各项工作任务，努力来实现本次大会制定的121万利润指标。

一、 客户关系的维系。

- 1、 对于老客户要保持联系、熟络关系、争做朋友、满足需求，最终达到销售签单的目的，最好能挖掘二次需求。
- 2、 对于新客户要使其理解产品、认同产品;相信公司、信任我。然后，推销产品，并不断开发新客户。

二、 工作细节的处理。

- 1、 下月要更加熟悉工作流程，熟悉业务内容。注意下月在客户拜访上多下功夫，提高说服力，多观察、多倾听、多尝试;对号段和各种增值业务的价位必须熟记。
- 2、 电话交流方式要灵活多样。针对客户的行业、年龄、语气等开展灵活多样的交流模式，提高电话约访率。
- 3、 不断学习，与团队共成长。学习业务知识的同时要广泛了解其他方面的知识，便于与客户多方位交流;与领导、同事之间要有良好的沟通，多交流多探讨促进共同进步，营造和谐向上的工作氛围。

三、 工作目标

争取下月工作成绩达到部门平均水平。

以上便是我十月的销售人员个人工作计划。计划与困难并存，请经理多多指导，我会好好努力克服困难，对自己负责、对工作负责、对公司负责！

销售工作计划表内容篇四

乙方：

一、经甲乙双方友好协商，在平等、自愿、诚实、信任、互利的基础上，根据中华人民共和国有关法律，就乙方加入甲方_____销售连锁组织，建立_____销售点，达成一致合同如下，共同遵守。

二、甲、乙双方在合同期限内各自承担自己的民事责任，相互之间无产权及归属关系，但必须按照甲方的统一模式进行管理，乙方在其加盟店中所代理的商品只能是甲方的产品。

三、甲方的权利义务

1. 甲方有权利要求乙方维护企业形象、商标、品牌及相关资料的完整。
2. 甲方有权对乙方不履约的行为提出质疑和采取终止合同。有权象法院提起诉讼。
3. 甲方为乙方免费提供技术培训和咨询。
4. 甲方为乙方提供质量合格的设备及耗材的相应文件文件，尽可能为乙方提供便利服务。
5. 甲方为乙方提供区域保护，每个区域只做一家加盟，以保护乙方的利益。

四、乙方的权利义务

1. 获得区域经营甲方指定的产品的权利、商号及管理制度的使用权。
2. 乙方提供在当地工商部门核准经营的相关文件和本人身份证明。
3. 乙方于签约后一次支付配货押金____元、实际金额为人民币作为加盟定金(乙方违约此定金不退换), 余额____元人民币在签约后天一次付清, 合同才正事生效。配货押金按年销售返款达____元以上可以退还____元的标准, 直到各级加盟店押金退完为止。
4. 乙方销售上述产品时仅限第一项约定的区域范围内, 其零售价上下浮动不得超过甲方零售价的, 批发价不得出售。如果乙方超过区域销售, 一经查实, 甲方可以将产品收回, 并处以罚款。
5. 乙方必须积极配合甲方的定期或者不定期的对账工作, 并将每个月营业情况反馈给甲方。

五、产品的收发货及费用

1. 甲方发货实行款到发货, 按照订单或汇款单发货。
2. 产品采用乙方委托甲方代办方式, 托运费由乙方负责。
3. 乙方应该3天内对产品进行验收, 验收以甲方发货单为准, 如有少发、错发情况, 附在发货单上传回甲方核查补发, 如果无误, 乙方签收, 将单据传回甲方。如甲方在货到乙方10天后没有受到未收到乙方单据, 则视为该批货物全部验收入库。
4. 乙方须退还所购产品, 如属甲方质量问题, 甲方负责免费调换;如属乙方自行换货, 如包装不影响再销售, 乙方需承担

折扣价后30%的包装运费。

六、遇到本合同未尽事宜，由甲乙双方通过协商另行补充条款，作为合同不可分割的部分，且与本合同效力等同。

七、本合同甲、乙双方代表签字即生效。本合同一式两份，双方各执一份，如果发生争议，协商解决，协商不成的，可向____仲裁委员会申请仲裁或____人民法院提起诉讼。

销售工作计划表内容篇五

1、开展红黄蓝绿主题活动。在秋天迷人的季节里，让孩子们运用自己的感官发现秋天是多姿多彩的，玩玩色彩游戏，做做彩色球、彩色花……在有趣的活动中，建构自己的语言、空间、数理、交际等各项智能。

2、开展香香的蔬菜主题活动。和幼儿一起去看一看、闻一闻、做一做、尝一尝，让幼儿发现蔬菜原来时如此丰富多彩。

1、对幼儿进行安全防范教育，培养幼儿的自我保护意识和能力。

2、随着天气变冷，教育幼儿做好防寒保暖工作，学会照顾好自己。

3、定期清洁、消毒幼儿生活用品和教玩具，保持室内外环境的清洁。

2、用各种颜色的树叶运用印染、拼贴等方法制成“美丽的树叶”布置活动室。

3、请幼儿收集蔬菜图片，在活动室布置“香香的蔬菜”主题墙饰。

4、与幼儿一起将收集的蔬菜实物布置成蔬菜展。

5、在活动室墙张贴各种运动项目的图片。

6、有意识在活动室内放置一些圆形、椭圆形、半圆形的物体。

1、与孩子共同收集不同造型的树叶，最好能告知树叶的名称。

2、经常带孩子到菜场去买菜，帮助孩子认识和了解蔬菜

3、在家中多让孩子帮忙摘菜，洗菜，做一些简单的凉拌菜和蔬菜沙拉。

4、带孩子一起收集有关人体、动物运动的资料。

1、户外活动时用彩色玻璃纸观察太阳、花草树木，着重感受太阳的变化以及花草树木的颜色。

2、将散步时捡到的树叶收集起来，供游戏用。

3、每天吃饭前让幼儿说说蔬菜的名称。

4、准备较多数量的皮球，供幼儿开展球类运动。

5、平时注意检查户外大型运动器具的安全性，提醒幼儿注意安全。

6、向家长宣传运动对孩子身心发展的意义。