

2023年展会陈列工作计划 下阶段工作计划 计划陈列(汇总5篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

展会陈列工作计划 下阶段工作计划陈列篇一

十一月是秋冬交替之际，且日温差大，应积极地加强幼儿保育工作，具体包括：加强晨检和了解附近地区流感等病情信息。一旦发现某病的第一例病症或传染源，应及时采取消毒、隔离等措施；重视幼儿服装的及时增减；午睡的盖被备毛巾被、薄被两种，便于随气温变化更换；特别加强有秋冬易发病史（如气管炎、哮喘）幼儿的关注和照料等。

结合十一月份学期过半和节日特点，应做好下列工作：

- 1、听取班组工作汇报。各班组根据学期工作计划重点，结合班级工作情况汇报。汇报应反映班组内成人工作情况和幼儿发展情况，既反映成绩也反映存在问题，也可提出希望园领导给予帮助的事宜。汇报可在全园进行，也可在组长之间进行，还可单独进行。全园进行可更好相互交流，组长之间进行可研讨问题，单独进行便于园长和各班针对性地磋商。汇报后园长应在全园会上作小结，肯定成绩，提出下半学期的希望。
- 2、全国性教研活动。在上月分年龄组举行教研活动的基础上，推举代表在全园进行交流和研讨。
- 3、进一步提高制订计划和记录效果的质量，针对具体情况帮

助能力弱的教师和新教师。

4、继续做好家长工作。结合教育要点更换《家长园地》，进行家访。组织好家长学校的讲座，小班可讲“家庭教育在幼儿成长中的地位和作用”或“幼儿卫生保健知识”，中班可讲“如何开发幼儿智力”或“如何培养心理健康的幼儿”，大班可讲“如何培养幼儿良好的学习兴趣、习惯和能力”或“自信心的培养”等。

5、结合重阳节组织好幼儿爱老、敬老的活动，如慰问本园离退休教师、慰问敬老院长者等。

6、组织年龄班之间的部分玩具交换活动。

展会陈列工作计划 下阶段工作计划陈列篇二

性别要求：不限

年龄要求：20—30岁

学历要求：高中以上

工作经验：不限

岗位职责：

1、负责做好接待、安排体验、做好服务

2、协助店长做好店内宣传及推广工作

招聘岗位二：

招聘人数： 5

性别要求： 不限

年龄要求： 20—30岁

学历要求： 高中以上

工作经验： 1—2年销售工作经验

薪资待遇： 年薪8-15万

岗位职责： 在职期间管理好一家店面并按公司要求完成日常工作及任务目标

岗位要求：

- 1、 1-2年销售行业工作经验， 业绩突出者优先；
- 3、 具备一定的市场分析及判断能力， 良好的客户服务意识；
- 4、 有责任心， 能承受较大的工作压力；

招聘岗位三：

招聘人数： 2

性别要求： 不限

学历要求： 大专以上

工作经验： 3-4年销售管理工作

薪资待遇： 年薪30万以上

岗位要求：

- 1、 3-4年销售行业工作经验， 业绩突出者优先；

- 2、具有较强的团队管理经验；
- 3、熟悉市场操作
- 4、有理想、有抱负、敢于挑战

公司总部地点：昆明市青年路滨江大厦写字楼9楼

联系人：夏副总

展会陈列工作计划 下阶段工作计划陈列篇三

一、商圈派单

适用项目：中高端、中端及中端以下

工作周期选择：基本贯穿整个项目营销过程，派单量最大的时间应选在蓄客期和强销期。拓客人员选择：根据各项目实际人员和项目体量安排，一般至少需要配备一名拓客主管拓客范围选择：项目周边和全市重点的繁华区域，人流量和商圈档次是商圈选择的主要标准。

工作目的：广泛传递项目信息和有效收集客户信息。

工作安排：

- 1、制定一个完整的拓客计划
- 4、对拓客商圈进行选取与划分，并事先进行踩点和绘制拓客地图
- 5、拓客人员执行拓客计划，在商圈进行大范围派单，并竭力留取客户信息
- 6、统计每日派单量和留电量，并进行拓客人员工作心得和拓

客技巧分享，提高团队士气 审核标准：工作审核标准依据派单量和有效留电量而定，要求每人每日合理派发单页的量应达到200-300张，有效留电量至少达到20-40组。根据项目体量、档次和推广力度不同，派发量和有效留点量两项数据可以根据项目自身情况做适当调整。

二、动线堵截

适用项目：中高端、中端及中端以下

工作周期选择：蓄客期和强销期

拓客人员选择：以销售员和小蜜蜂为主

拓客范围选择：项目周边各大主干道及路口，目标客户工作区域的上下班公交站点和沿途必经之路，以及去往日常生活中主要消费场所的沿途（如超市、菜场、餐馆等）

工作目的：向主力目标客群进行项目信息传递，捕捉意向客户

工作安排：

1、确定项目主力目标客群，分析客群相关信息点

审核标准：无

招式特点：

1、宣传覆盖范围广，信息点对点传播到达率高

2、对真正有购买意向的准客户说服力很强

三、社区覆盖

拓客人员选择：以销售员和小蜜蜂为主，可配备一名拓客主管

拓客范围选择：项目所在区域板块内的人员稳定聚集社区

工作目的：扩大项目影响力与知名度，挖掘周边潜在地缘性客户

工作安排：

- 1、将项目所在区域内人员稳定聚集社区进行划分
- 2、安排相关拓客人员携带相关道具进行有计划的扫楼和扫街
- 3、在社区居民聚集区进行项目海报和广告的张贴，并设立固定咨询点
- 4、在社区内部可安排一定的固定或流动拓客人员进行客户挖掘和维护
- 5、若条件允许，可开通社区看房专车，定期接待客户看房

1、在一定区域内覆盖范围广，覆盖面不做过细分析，以基本全覆盖为主；

2、信息在相对的区域做到全面接触；

3、覆盖目标客源数量较大，精确性差，以量换质，用时间培养客户。

四、展会爆破

适用项目：高端、中高端、中端

工作时间选择：蓄客期和强销期。

工作人员选择：精英销售员。

工作地点选择：大型展会现场。

工作目的：通过展会向目标人群准确传递项目情况，并现场拉客。

工作安排：

1、事先与展会组织方联系，争取有利展位（如果在房展会上，位置选择避免与优于自身的项目相邻；如果展会为车展或者珠宝类展览则选择明显位置，此类展会更加适合高端和中高端的项目参加）

2、制定出众的形象设计，在展会上区别于其他同类型项目

审核标准：无

招式特点：

五、油站夹报

适用项目：主要针对中高端项目和投资型项目

工作周期选择：以蓄客期为主

工作安排：

1、分析各加油站的到客情况，尽量选择到客率高的加油站进行合作

的联系方式

审核标准：无

招式特点：

2、通过加油站派送宣传品，就很容易锁定这部分高端人群，把产品信息迅速传达给高端客户，中间没有任何停留，没有任何中间环节，迅速而有效。

3、直接锁定有消费能力的客户，广告浪费少，节省费用，有效性高；

4、由加油员一对一派送，中间不停留，迅速到达目标客户手中；

六、商场巡展

适用项目：所有项目类型均可

工作周期选择：蓄客期及强销期

拓客人员选择：以销售和小蜜蜂为主，配备一名拓客主管

工作目的：广泛传递项目信息，挖掘和收集客户信息

工作安排：

2、制定巡展顺序和时间表，按照节奏展开

1、增加了项目的接待处，扩大了项目的影响和客源的积累

2、巡展地点进而时间可灵活控制

3、对巡展地点的选择更具针对性，如高端项目则选择高端商业场所

七、企业团购

适用项目：中高端、中端及中端以下

工作时间选择：项目的蓄客期和尾盘阶段。

拓客人员选择：经理级以上或有特殊关系的业务员

拓客范围选择：项目周边的学校、医院、工厂园区等各种企事业单位

工作目的：通过与企业谈团购，以略低的价格换取项目的快速去化

工作安排方式：

2、与相关企业接触，了解企业欲团购的数量信息与可接受的价格范围

3、分析决定此企业是否适合团购本项目

4、在得到相关准确信息的情况下，与甲方联系取得甲方的同意和认可

审核标准：无

招式特点：

1、存在一定机会在短期内成交大量客户，对于快速去化项目有很好的帮助

2、甲方需要舍弃一定的利润，且团购价格的交涉与协调存在一定的难度

八、动迁嫁接

适用项目：普通及中高档住宅项目

工作周期选择： 营销全程

拓客人员选择： 以市场部人员及销售员为主

拓客范围选择： 项目同区域内拆迁小区， 其它区域内同品质拆迁小区

工作目的： 传递项目信息， 锁定拆迁客户

工作安排：

1、 事先搜查项目周边刚拆迁和待拆迁的区域

展会陈列工作计划 下阶段工作计划陈列篇四

1、 活动设总负责人， 由经理担任。 负责整个活动的指挥、 实施、 协调及问题的处理。 掌握活动的最终解释权。

2、 活动主持人， 负责活动的主持， 气氛的调动， 表演的讲解等。

3、 专人发放活动宣传单。

4、 顾客消费完毕， 专人负责发放代金券。

1、 8： 00~9： 30， 布置气球拱门， 检查布置、 产品咨询台、 产品展台、 皮肤测试台（电源及插座）、 奖品台、 摆放落地产品pop等有关未完成的细节。

2、 9： 30~10： 00， 总指挥组织个部门负责人开会， 主持人， 舞蹈演员、 乐队歌手等负责人之间进行协调。 5、 9： 30~10： 30， 锣鼓适时进行。

6、 9： 30~10： 30， 音响调试， 播放背景音乐。

1、10：30，开业表演开始。（流程见附表）

2、活动期间，主持人现场讲解，有奖提问（美容院地点、项目、特色、活动有几天等等），适时介绍第二、三天活动等。

3、活动期间，咨询同时进行，现场继续派单。

4、活动期间，根据实际情况，及时对活动节目进行灵活调整，各部门密切配合。

注意事项

一、活动期间，全员要以良好的精神面貌、完美的礼仪和周到的服务接待顾客。

二、活动期间顾客对奖励项目有疑问要及时回答，对于难缠的顾客，要强调赠送及奖励的免费性，美容院已经把很大的利益让给了消费者，寻求理解。

三、不得与顾客吵架，要心平气和，有争议，最好不要在众人面前解决。

四、有问题，要员工先解决，其次是美容美发组组长、店长，这样可以为经理解决留有充分的余地。难以解决的问题，向经理汇报。

五、经理要最终解决问题。

活动总结

活动结束后，要进行总结。全员参加，作好记录。从可行性、效果、人员组织、准备、实施、调控等各方面进行总结。找出不足之处，积累经验，为下次活动打下良好基础。

展会陈列工作计划 下阶段工作计划陈列篇五

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

巩固现金管理市场地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要。20__年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量；要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。20__年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加

强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升__部门服务质量，实现全公司又好又快的发展目标。

(三) 加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。