

# 幼儿园户外体育活动 幼儿园户外体育活动 活动方案(大全5篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

## 营销工作计划篇一

我公司市场部的工作在领导的正确指导及部门员工的努力下将10年的工作划上一个满意的句号。为再接再厉，特做出市场部年度工作计划和内容提纲。

- 1 市场部职能
- 2 市场部组织架构
- 3 市场部年度工作计划
- 4 市场部11年度销售工作计划

实行精兵简政、优化销售组织架构

实行严格培训、提升团队作战能力

科学市场调研、督促协助市场销售

协调职能部门、树立良好企业文化

把握市场机会、制定实施销售推广

信息收集反馈、及时修正销售方案

## 一 市场部职能：

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

### 1. 市场部作用：

直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。

督促销售部年度工作计划的进行事实。

全面协调各部门工作职能。

是企业的灵魂。

### 2. 市场部工作标准：

准确性

及时性

协调性

规划力

计划性

执行力

### 3 市场部工作职能：

制定年度、季度销售计划、协助销售部执行。

协调各部门特别是研发生产部的协调工作。

组织销售部进行系列培训。监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控

制定、督促、实施必要的销售推广。

专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。

销售客户档案统计、归纳、整理。

全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门

## 二 市场部工作计划

1 制定11年销售工作计划:科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况,扬长避短、寻求机会、制定2018年市场部和销售部工作任务和工作计划。

2 实行精兵简政、优化销售组织架构:认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下,精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3 严格实行培训、提升团队作战能力:

集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识,形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训

销知识系统培训

业执行标准培训

“从优秀到卓越”——企业人在企业自律守则培训

销售人员职业道德培训

销售人员必备素质培训

应用技术及公司产品培训(应用中心或工程师培训)

4 科学市场调研、督促协助市场销售：

5 协调部门职能、树立良好企业文化：

行政人事部：行政人事部门的功能和职责就是直接对总经理负责、协调各部门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部人员工作情况，在市场部的建议和科学的数字、事件、和市场情况下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力，致力于销售的提高和市场的发展。

研发部生产部：研发生产部门的职责是以市场需求为导向，通过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso- 2000质量体系，向市场推出竞争力产品。因此，市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好产品来赢得市场和客户。

销售部：销售部是企业的先锋部队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的. 前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业“灵魂”的作用。

财务部：直接对总经理负责，如果说市场部是“灵魂”、销售部是“先锋”、是“轰炸机”，那财务部则是企业的“大闸”、是企业运作、健康发展的“动脉”，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把握企业的赢利，及时的为总经理提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部,在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

市场留守、物流部：直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产步，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部,更应该建议、指导、督促、协助他们的工作。

6. 把握市场机会、制定实施销售推广：

7. 信息收集反馈、及时修正销售方案

## 营销工作计划篇二

计划概要是对主要营销目标和措施的简短摘要，目的是使高层主管迅速了解该计划的主要内容，抓住计划的要点。例如某零售商店年度营销计划的内容概要是：本年度计划销售额为5 000万元，利润目标为500万元，比上年增加10%。这个目标经过改进服务、灵活。定价、加强广告和促销努力，是能够实现的。为达到这个目标，今年的营销预算要达到100万元，占计划销售额的2%，比上年提高12%。

这部分主要提供与市场、产品、竞争、分销以及宏观环境因素有关的背景资料。具体内容有：

1、市场状况。列举目标市场的规模及其成长性的有关数据、

顾客的需求状况等。如目标市场近年来的年销售量及其增长情况、在整个市场中所占的比例等等。

2、产品状况。列出企业产品组合中每一个品种的近年来的销售价格、市场占有率、成本、费用、利润率等方面的数据。

3、竞争状况。识别出企业的主要竞争者，并列举竞争者的规模、目标、市场份额、产品质量、价格、营销战略及其他的有关特征，以了解竞争者的意图、行为，判断竞争者的变化趋势。

4、分销状况。描述公司产品所选择的分销渠道的类型及其在各种分销渠道上的销售数量。如某产品在百货商店、专业商店、折扣商店、邮寄等各种渠道上的分配比例等。

5、宏观环境状况。主要对宏观环境的状况及其主要发展趋势作出简要的介绍，包括人口环境、经济环境、技术环境、政治法律环境、社会文化环境，从中判断某种产品的命运。

首先，对计划期内企业营销所面临的主要机会和风险进行分析。再对企业营销资源的优势和劣势进行系统分析。在机会与风险、优劣势分析基础上，企业可以确定在该计划中所必须注意的主要问题。

拟定营销目标是企业营销计划的核心内容，在市场分析基础上对营销目标作出决策。计划应建立财务目标和营销目标，目标要用数量化指标表达出来，要注意目标的实际、合理，并应有一定的开拓性。

1、财务目标。财务目标即确定每一个战略业务单位的财务报酬目标，包括投资报酬率、利润率、利润额等指标。

2、营销目标。财务目标必须转化为营销目标。营销目标可以由以下指标构成，如销售收入、销售增长率、销售量、市场

份额、品牌知名度、分销范围等。

拟定企业将采用的营销策略，包括目标市场选择和市场定位、营销组合策略等。明确企业营销的目标市场是什么市场，如何进行市场定位，确定何种市场形象；企业拟采用什么样的产品、渠道、定价和促销策略。

对各种营销策略的实施制定详细的行动方案，即阐述以下问题：将做什么？何时开始？何时完成？谁来做？成本是多少？整个行动计划可以列表加以说明，表中具体说明每一时期应执行和完成的活动时间安排、任务要求和费用开支等。使整个营销战略落实于行动，并能循序渐进地贯彻执行。

营销预算即开列一张实质性的预计损益表。在收益的一方要说明预计的销售量及平均实现价格，预计出销售收入总额；在支出的一方说明生产成本、实体分销成本和营销费用，以及再细分的明细支出，预计出支出总额。最后得出预计利润，即收入和支出的差额。企业的业务单位编制出营销预算后，送上层主管审批。经批准后，该预算就是材料采购、生产调度、劳动人事以及各项营销活动的依据。

对营销计划执行进行检查和控制，用以监督计划的进程。为便于监督检查，具体作法是将计划规定的营销目标和预算按月或季分别制定，营销主管每期都要审查营销各部门的业务实绩，检查是否完成实现了预期的营销目标。凡未完成计划的部门，应分析问题原因，并提出改进措施，以争取实现预期目标，使企业营销计划的目标任务都能落实。

### **营销工作计划篇三**

今年，我将一如既往地按照公司的要求，在去年的工作基础上，本着“多沟通、多协调、积极主动、创造性地开展工作”的指导思想，确立工作目标，全面开展20××年度的工作。现制定工作划如下：

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更多客户信息。

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、今年对自己有以下要求

1、每月要增加1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。

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6000台的任务额，为公司创造更多利润。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的'困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

## 营销工作计划篇四

通过网络营销工作的完成为公司带来效益是我的职责所在，至少当我从事这项工作的时候便在积极探索职业发展的方向，虽然在网上购物的人越来越多导致网络营销的市场十分庞大，但由于从事这项工作的人越来越多自然意味着竞争压力很大，因此我得在不断的竞争中创造更多优势才能做好这份工作，现制定以下网络营销工作计划并期待能提升自身能力。

首先我得利用公司的品牌效应来建立客户感兴趣的点，毕竟公司销售的产品也是客户日常生活中需要用到的，因此要根据客户的需求展开工作并努力说服对方，既要打消客户内心的顾虑从而提升自身言语的可信度，又要开辟新的宣传渠道从而吸引更多的客户，在这之中还要考虑到竞争对手的问题并积极进行应对，面对污蔑公司产品质量的情况需要用事实说服对方，而且存在恶意差评的现象也可以及时向领导进行反馈，毕竟以往也曾出现过竞争对手假装客户来故意给差评，因此要能够熟练应对这类状况并积极向领导进行反馈。

其次需要梳理客户信息并定期做好回访工作，由于客户是以网购形式购买本公司的产品，因此对于客户的个人信息以及购买商品信心要严格核对，确保购买产品类型以及客户住址

不会出现偏差，另外还要通过回访来了解客户的体验，对于投诉要虚心接受并反馈给部门领导，这样的话也便于对产品质量进行改善并帮助客户处理好售后问题，若是客户感到满意的话则可以适时推销公司的新产品，对我来说通过营销技巧的运用获得更多效益才是自己追求的方向。

最后应该对每月绩效进行分析并分析当前工作的不足之处，绩效方面落后于人自然是没能做好工作的缘故，所以要多从自身分析并找到业绩不理想的原因，而且在结束当天营销工作以后也要强化对营销知识的学习，明白如何揣摩客户心理并多与对方进行沟通，经过对以往工作的总结自己对今后任务的部署相信自己能够凭借着这份职业发展的追求取得进步，在我看来这种注重工作细节的方法无疑是需要继续观察下去的。

我始终在追求公司效益的提升并认真走好营销工作，期待在接下来的网络营销工作中能再接再厉从而创造理想的成绩。

## 营销工作计划篇五

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相结合。

四：今周对自己有以下要求

1：每周要增加？个以上的新客户，还要有？到？个潜在客户。

2：一日一小结，每周一大结，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。
- 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: 为了本周的销售任务每月我要努力完成？到？万元的任务额，为公司创造利润。

## 营销工作计划篇六

杭州萧山众安假日酒店作为全球最大的酒店管理公司——洲际酒店集团旗下的连锁酒店，由浙江众安房地产开发有限公司投资兴建，是杭州最具商业活力的新区——萧山区首家国际品牌商务酒店，距杭州萧山国际机场仅20分钟车程，拥有各类客房、4层行政楼层和3层无烟楼层、建筑面积35,000平方米、餐饮休闲娱乐购物及会议设施齐全，其中位于五楼的海岸咖啡厅供应中西式的早、中、晚餐。安逸舒适的东海堂中餐厅位于酒店二楼，为顾客提供经典爽口的本地美食及传统粤菜，以及鲍鱼、鱼翅和多款粤式点心，还有15个精致高雅

的中式包厢供顾客选择。位于酒店一楼的圈圈吧提供点心、各式香茶和饮品。另有美食店提供比萨饼、新鲜出炉的面包、蛋糕、西饼和葡萄酒等，同时也可提供外卖打包服务，方便客人野餐和外出观光活动。休闲娱乐设施方面，3000平米健身会所、室内游泳池、桑拿按摩、美容美发沙龙和足疗等设施更是能让宾客获得充分的享受。酒店会议设施齐全，位于酒店四楼的宴会厅和5个会议室可同时接纳10—500人的多种类型会议。

区近几年来随着市政府、省政府各级机关的办公楼的落成使用，国际会展中心投入使用，附近的高级、豪华住宅区相继交付业主使用，使得本区商业活跃，经济发展迅速，目前酒店业十分看好，在市内，区酒店的入住率和平均房价是最高的。现在的情况是高星级酒店较少，只有大富豪大酒店等四家四星级酒店，另一家按五星级酒店标准设计和三家四星级酒店标准设计的酒店最快的可以在20xx年6月份完工试业，其余为三星级中下档、抵挡饭店、娱乐企业，大约有140家，从市场角度分析，现在中抵挡酒店市场日趋饱和，高星级酒店在两年内竞争不算激烈，可以从容采用各种应对措施稳定客源。

对于每个酒店来说，每个同档次的酒店都是自己的竞争对手，甚至某些不同档次的酒店也成为潜在竞争对手，但从目前情况看，在区甚至在本市称得上本店的竞争对手的不是在市区的五家五星级酒店，而是附近的四星级大富豪大酒店和没有评星的银座国际公寓会馆。

大富豪大酒店是一家按五星级酒店标准设计的和本酒店同时开业的，评上四星级的高星级酒店。该酒店以前卫的娱乐业和多变的饮食风味，利用互联网进行营销，赢得了本区域豪华住宅区比较富有的商业人士、香港、台湾和南洋华侨华人商人青睐。该酒店的优势在于娱乐业和饮食方面，该饭店被列为竞争对手另一个主要原因是该酒店按五星级标准设计，只是由于试业时期，出现部门之间合作配合不顺畅导致服务

质量下降而被评为四星级，现在他们经过整改，经营日趋成熟，市场占有率不断上升，目前正为评五星级而努力，顺利的话□20xx年年底就可以评为五星级的了。他们的不足是太注重娱乐和餐饮业（也是他们的优势），称不上严格意义的商务酒店，而本区旅游业是以商务活动为主，导致他们客源不稳定，也由于娱乐业和餐饮业容易模仿，酒店要不断对娱乐业和餐饮业进行创新才能保持客源。

银座国际公寓会馆是一家国际知名财团控股的商务型国际公寓，虽然没有参加评星，但其按五星级标准设计的商务套间，拥有十万多平米高级写字楼，商务设施一应俱全，类似于有家的感觉的长住型饭店，却兼有完善的商务作用，该公寓除了拥有国内外30多家国内外知名企业进驻外，在散客方面很博得西方商务客人的欢心，因此，在商务方面，银座国际公寓牢牢掌握着一部分成功的事业型客人，原因是这部分客人偏执于工作，对于娱乐和饮食方面却不讲究，独立自主惯了，有一个完善的服务环境就很符合他们的心意了。他们的优势是商务服务周全，家居式公寓服务体贴入微，他们的不足是缺乏娱乐恶化餐饮方面的服务，加之上帝式的服务标准化缺乏一种亲切感，使人如住后有一种莫名的压抑感，不符合中国人的生活习惯，至少会缺少本市政界和政界相关客人。

本酒店的优势：现今是区唯一的五星级酒店，在品牌和档次上就有一定的独占性和排他性，拥有庞大的高级、豪华商务活动场所和完善的商务服务，可以招揽到商务、展览、学术会议方面的顾客。拥有齐全的高档娱乐餐饮场所，可以招徕商界、政界、文化界等各界宴请和高级、豪华住宅区的客人。由于政府微妙关系，吸引了31家国内外知名企业进驻。此外，酒店营造的龙文化特色氛围很获得政界人士、商界名士、海内外华人华侨的认同。

酒店不足：高处不胜寒，有些散客对酒店有一种畏惧心理而不敢入住，而我们的宗旨是“让每一位顾客慕名而来，满意而归”，在公关上陷入了托大误区。在娱乐和餐饮上项目虽精品

不少，但创新不多、更新不快，在与大富豪大酒店竞争中，在价位和项目创新上处于劣势。在商务方面，本酒店虽然服务设施完善，但在宣传方面，却不能体现出来，在广告策划上没有反映出我们的品牌和优势，在与银座常住型客户竞争上处于守势。

为使销售过程与销售小组活动的关系正常化，制定顾客发展模型，对顾客进行销售前研究，以收集并预测顾客愿望，分析其销售潜能。然后探索和分析其特定需求，进行个性化销售宣传，决定竞争者类型及范围。接下来制定满足目标顾客需求的明确的协议书，以得到顾客的认同。第四步是实施具体策略营销，尝试添加满足或超越顾客需求的增值产品或服务。第五步，随时追踪监控服务反馈信息，保证顾客满意最大化。最后是了解时尚趋势，精心研究客户未来需求以保持和扩大伙伴关系。

20xx年稳定客源依然是政府部门关系户，酒店写字楼长租户，回国观光华人华侨，参加商业、贸易会展的商务客人和各种各类会议客人，这部分客源稳有70%以上。机会客源，节假日、节庆日本市重要企业举行的庆功会和庆祝会，附近高级、豪华住宅小区住户举行的各种宴请，三个黄金周的旅游者，这种客源占到15%。潜在客源是换了口味，改变观念的其他酒店的客人（包括市区酒店的），根据过去经验，大约有10%。这就是酒店几年入住率来一直达到95%以上的原因，因为5%用于控房调剂。

## 营销工作计划篇七

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在xx市场上□xx产品品牌众多□xx天星由于比较早的进入xx市场□xx产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有

很大的问题，主要表现在

1)销售工作最基本的客户们访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户们访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月xx天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户们量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户们工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户们沟通的过程中，不能把我们公司产品情况十分清晰的传达给客户们，了解客户们的真正想法和意图;对客户们提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户们对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

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。

现在xxxx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户们，面对小型的客户们，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户们对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为xx市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。鉴于我们公司进入市场比较晚，产

品的知名度与价格都没有什么优势，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。在xxxx市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

在下半年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

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，见客户们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，约好的客户们突然改变行程，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。

## 5) 销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。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。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。