

烘焙店督导工作计划和目标 烘焙店工作计划合集(实用8篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

烘焙店督导工作计划和目标篇一

一、项目简介

背景：目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

前景：目前虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

二、主要产品

面包、蛋挞、冻品类（慕斯）、月饼、西饼 一般产品 蛋糕、生日蛋糕diy产品

三、服务计划

1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们一定会使用最安全、健康的食材。

2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。

3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。

4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

四、竞争性分析

目前市场上面包店的不足

1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。

2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。

3、产品种类单一，口味单调。

4、广告宣传不足，客户认知度不高。

5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场

6、缺乏特色产品。

我们的优势

1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，

无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算针对比较重要的原材料，与人合作，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

diy□

情侣：共同制作的甜蜜感，一起分享快乐

其他：亲手制作蛋糕送人以表示心意

五、营销策略

1、价格策略：针对产品的成本测算，合理定价。

2、产品策略：推陈出新，根据不同消费者的需求，开发出诸如低脂面包、营养面包、低糖面包等产品，满足不同口味和不同群体消费者的需求。

3、包装策略：以清新的风格为主，给购买者良好的购买体验。

4、促销策略：节假日店庆等开展促销活动，提高店铺的知名度和美誉。

5、外卖策略：3公里内免费送货，同时与单位或组织合作，发展代销商。

6、会员策略：开启会员卡制度，会员有折扣，给会员一点小优惠会让顾客感觉尝到甜头，增加购买率，增加品牌知名度。

本店特色：

diy为家庭带来新颖的娱乐休闲方式，为情侣提供温馨浪漫的环境，提高生活品味。

diy服务流程：顾客需提前预约，在约定日期内至店内diy专区，由一名店员指导，顾

客根据自己的需要选择蛋糕胚的形状和大小，然后自己动手，选择奶油或水果等原料，发挥自己的想像力，根据自己的需要做出蛋糕的样子，然后在店内包装好，带走。这样即满足了顾客的送礼形式，最主要的是表达了心意，一举两得。

六、投资与收益分析

资金需求：

4、证件执照：2000左右

5、工资：1名店长3万每年；3名店员共6万每年，总计9万/年。

装修和设备等是一次性投入，因此不计入年成本之内，粗略估计年固定成本在12万左右。

收入分析： 每日平均销售额500左右，月销售额3万，年销售额18万。（12万由父母出资所得）

七、风险与防范措施

风险：

- 1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。
- 2、蛋糕等产品属于高热量，女当今减肥当道的女性审美观念相冲突。
- 3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。
- 4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施：

- 1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。
- 2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品；对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包；对于老年人，我们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。
- 3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。
- 4、新店开业准备例如diy蛋糕大赛;diy巧克力拼图;新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大我们的品牌影响力增加。

蛋糕店创业计划书二

一、行业概况

明年就要从象牙塔里出来了，因为经济危机的影响已经自己对于餐饮业的兴趣打算毕业后开一家蛋糕店，蛋糕店有很大的发展前景，今下人们的生活好了，消费水平高了，对于生活品质的追求也就高了，综合性的蛋糕店已经成为城市消费的一大潮流。

二、蛋糕店概况

1. 本店发属于餐饮服务行业，名称为“麦琪下午茶”，是个人独资企业。主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。

2. 本店打算开在社区商业街，开创期是一家中档蛋糕店，未来打算逐步发展成为像安德鲁森、向阳坊、那样的蛋糕连锁店。

3. 本店需创业资金万元。

三、经营目标

1. 由于地理位置处于商业街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在商业街站稳脚跟，1年收回成本。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的知名品牌。

四、市场分析

1. 客源：本店的目标顾客有：到商业街购物娱乐的一般消费者，约占50%；附近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数量充足，消费水平中低档。

五、经营计划

1. 先是到附近几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的成本价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。
2. 开业金筹齐后，开始在各大蛋糕店“挖角”大学生蛋糕店创业计划书样本大学生蛋糕店创业计划书样本。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过去和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重考虑。
3. 据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。今天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。
4. 蛋糕店主要是面向大众，因此价格不会太高，属中低价位。
5. 可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以达到广告宣传的效果
6. 蛋糕店可以专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。
7. 经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以形成新的利润增长点。在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下非常流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。
8. 建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如折。一方面，这可以给消费者受尊重感，另一方

面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是如果消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他(她)为*先生、小姐，他们会觉得很受尊重。

9. 在桌上放一些宣传品、杂志，内容是关于糕点饮料的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。

烘焙店督导工作计划和目标篇二

会计报表体系

我部目前的会计报表体系主要包括：

日报：销售日报表、应收帐款日报表

月报：应收、应付报表、实际费用汇总表、往来明细表

年报：现金流量表、费用清算表、实际费用汇总表、往来明细表

日报和月报通过手工记账和电子手工输入形式制成，并进行必要的检验。

财务人员考核中增加一个项目，即会计报表数据准确性的考核。并以此作为衡量其工作质量的一个重要指标。对工作质量较差者实行处罚，比如末位淘汰制，以促进财务工作质量的提高。

1、资金管理

目标：减少财务漏洞

通过内部管理控制，合理筹措、统筹安排运用资金。

资金管理主要包括：存货的管理、应收帐款的管理。

存货的管理包括两个内容：存货的安全性、存货的合理性。商品进出库流程，严格出货管理制度，加强仓库安全设施等手段从根本上来保证。存货的合理性我部主要是通过合理的定货计划及合理的分货计划来保证。加强与供应商的沟通，尽量减少不合理的库存压力，并尽量争取适量的信用额度。一月一小盘，一季度一大盘，做到库存实账相符。

应收帐款的管理，制定客户信用额度表，长期合作客户可做月结算。合作次数较少的客户，做现金结账，收款发货。尽量减少应收账款。

2、 费用管理

费用报销管理详见报销管理制度，由各个部门负责人及公司领导共同商议得出。需要大家共同遵守，财务部门严格执行。

会计主管 -某某 出纳-某某

会计员 -某某

岗位职责：会计主管：对公司的财务管理负全面责任，拟定筹资，投资方案。

出纳：负责现金收讫，登记日记帐等

会计员：记录经济业务，组织会计核算；登记帐簿；对帐，结帐；编制财务报表。在会计主管的领导下，从事会计核算，登账，编制报表等某一方面或几个方面的工作。

学习管家婆财务软件，申请一般纳税人做前期工作。了解一般纳税人的管理模式及财务要求。

1， 控制应收账款，月底做应收应付报表，日常现金报销、支

出。应收账款明细每月初2号交领导审核，3号发到各客户财务，并要求盖章回传。

各银行明细账需在每月5号得出上月的明细及结存。每月15号封账，装订凭证。

2. 搜集客户信息，包括营业执照，法人代表身份证复印件，税务登记证等。电子版即可

3. 库存每月月底及时盘清，如有不符合之处，需打报告上报领导。

烘焙店督导工作计划和目标篇三

首先就必须让市场部从围绕营业部转、担当营业内勤的角色中快速转变过来，从事务型的办公室职能里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、 驻点营销

驻点市场的推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片面看法。（此工作策略需建立市场部有较宽松及多余的自由支配工作时间及较合理的人员配备条件下开展实施）

市场部驻点必须完成六方面的工作：

a□通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案；

c□指导市场做好终端标准化建设，推动终端门店健康稳定发

展；

d□针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

f□在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验，及时推荐给市场复制； 3、与营业部强强联合，营运部相互配合促进提升，成立品牌推广小组 市场部要在市场一线真正发挥作用，除了调整市场部定位及提升市场部自身服务水平外，还离不开一线部门的支持和配合。如果得不到市场一线的认可和有效执行，即使再好的方案，最终也只能是一纸空文。 由市场部和营业部两部门的主管和骨干组成品牌小组，由市场部确定活动企划方案，再由品牌小组成员发表意见，主要对方案提出看法和改进建议，对于需进一步修改完善的方案，由市场部负责调整；对于会议讨论通过的方案，由总经办最终确认执行，交营业部执行，由品牌小组负责跟踪执行进度和效果。而公司的态度和做法，决定了市场部能否与营业部实现共融和共荣。 品牌小组计划主要执行工作：

2。【门店稽核管理制度】由品牌小组成员及总经办成员组成门店督察小组，建立门店稽查制度，不定期对上述第一条中规范内容进行稽查，稽查结果算入门店店长及责任员工绩效考核中，帮助公司建立统一的终端形象和后期品牌形象的管理维护； 品牌小组组成：

组长：市场部经理 副组长：营运部总监 顾问：副总经理

执行队长：营业部经理 组员：门店主管

备注：各项规范制度由整个品牌小组共同协商制定，经总经办批准确定后长期执行，后期门店运营管理中，品牌小组成员每次对门店进行巡店均为一次稽核过程，稽核内容如上，稽核过程中会根据各项稽核内容对门店店长及责任人进行现

场评分（相应巡店表格及评分标准会附带于各项规范制度中），最终由门店店长及责任人现场签字确认奖罚。

1、合理配置人员：

a市场信息管理员一名负责市场调查、信息统计、市场分析工作；协助相关品牌推广活动的执行。

b策划人员一名负责新产品推广策划、促销策划、广告语提炼和资料汇编；宣传方案制定等□□ c设计师一名负责公司日常宣传品的设计、跟单、下发监督使用等。

d客服专员一名负责公司日常线上现下业务咨询、投诉接待、大宗业务客户资料管理等。目前，市场部前三项工作统一由刚入职不久的市场专员及市场经理负责执行，市场工作仅限于被动应付执行，未能很好的主动出击，完成市场部应该实现的领导部门的职责，且20xx年间市场部间接性人员不足，市场部很多工作在一定程度上受限□20xx年，希望在合理完善的人员配置上，完成市场部应该起到的策略规划作用。

2、充分发挥人员潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

3、严格按照公司和营销部所规定的各项要求，开展本部门的工作，努力提高管理理水平使市场部逐步成为执行型的团队。

4、协调部门职能，主动为各分公司做好服务工作。

1、竞争激烈

近年来，公司同仁辛勤而有效的生产营运运作，奠定了扎实而迅速的生产营运管理经验，建立了有一定客户资源的终端连锁门店，为公司进一步开拓市场打下了坚实的基础。公司一直以来定位为终端社区档服务，产品销售及门店选址均较公司经营定位相吻合，但由于同行业某些品牌的大举发展及

成功的市场营销手段，外加今年来公司经营成本（原料成本、人工成本、铺租水电费用上升等）日益增加，且增加较多，使家家知品牌在市场竞争中变的前进艰难。

2、整合资源

我公司立足深圳23年，为深圳区域烘焙行业中起步较早的饼家之一，一直以来，家家知以深圳本土传统品牌进行品牌经营，传统品牌优势以成功进驻深圳社区居民消费者心目中。公司也有较强的人才优势，在科研开发、销售公关、企业管理、财务及法律方面，集中了一批优秀人才，为公司的发展和市场的开拓提供了保证。市场部作为家家知后期发展部门，虽然在20xx年中市场部工作成效未见显著，单经过一年的摸爬滚打，市场部工作开始由被动初触主动，对市场变化及市场变化应对较简易，后期活动开展中会相应占据主导地位。

3、市场调研

烘焙店督导工作计划和目标篇四

1、为优化各班职责，合理利用人力资源。

2、在实行量化考核中，护理人员积极参与新方案，增强了工作的积极主动性，培养勇于奉献，热爱集体的精神。

一年中存在问题主要有以下几个方面：

1、护理管理者的业务及管理水平需再提高，其管理创新意识欠佳。

2、护理人员积极进取的精神还未充分调动起来，经常是被动地去做。

3、科研工作护理管理的薄弱项目。

4、护理人员整体工作能力还有待提升。

5、流程及问题管理工作不到位。

20xx年，护理工作将借医院评审“二乙”之风，向一个制度化、规范化、科学化的发展轨道，立足大局，扎实工作，务实创新，提高护理工作质量，提高护理管理能力，提高护理劳动效率，提高护理工作的落实力，将护理工作做好、做细、做实，努力实现护理工作在新一年中有新突破、新跨越、新提升、新效果，为骨科医院的可持续发展，为等级医院的评审达标做到理想的成绩。

在未来的工作中，康复科全体员工依然会将“标准”的内容作为自身工作的准则，让标准成为习惯，而不是让习惯成为标准，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

烘焙店督导工作计划和目标篇五

相信有很多人都想开一家蛋糕店或着说西饼屋，可能是因为很多原因，比如没有资金，没有经验，没能技术。

一、项目背景

二、公司项目策化

1. 公司成立

2. 技术

3. 公司使命

4. 公司目标

三、经营环境与客户分析

1. 行业分析

2. 调查结果分析

3. 目标客户分析

四、经营策略

1. 营销策略分析

1. 1 品牌策略

1. 2 价格策略

1. 3 销售策略

1. 4 渠道建设

2. 蛋糕店策略实施

2. 1. 市场范围选择

2. 2. 重点宣传客户

3. 现场促销

五、营销效果预测与分析

1. 营业额收入 2. 客户特点 3. 消费特点

六、风险分析

七、经营成本预估

1. 原则

2. 初期投资

3. 第二期投资

八、项目小结

一、项目背景

随着人们生活水平的提高，物质文化生活的多样化，蛋糕逐渐成为人们日常生活中必不可少的食品，对于大学生尤其如此，但现在快节奏的生活和新兴的生活方式让不少大学生不愿意专门到蛋糕店去购买，鉴于此，我们开办了这个蛋糕店，旨在为大学生朋友们提供高质优异的服务和轻松便捷的生活方式。

二、公司项目策化

1. 公司成立

. 技术

蛋糕属于西方糕点，制作技术早已不是秘密，只要用心钻研，用料充足，或者聘请一个糕点师傅，在蛋糕制作上基本不存在问题。

. 公司使命

高效，畅通的销售渠道，以提供各种口味蛋糕为根本，兼卖鲜花及精美小礼品，为家庭经济困难学生提供兼职，为大学生创造最优质生活环境！

. 公司目标

立足大学城，服务长沙各高校，一步步发展壮大，从而辐射全国高校

三、经营环境与客户分析

1. 行业分析

“甜言蜜语蛋糕店”目标消费者定位为在校大学生。暂定的目标消费群以长沙各高校大学生为重点，将来逐步扩大市场，以湖南大学为例，各类在校生近3万人，而最新的统计表明，全国在校大学生有650万左右，这样的市场规模是相当庞大的客户这一现实，目标市场的容量将是相当可观的。

2. 调查结果分析

烘焙店督导工作计划和目标篇六

1. 本店发属于餐饮服务行业，名称为“麦琪下午茶”，是个人独资企业。主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。2. 本店打算开在社区贸易街，开创期是一家中档蛋糕店，未来打算逐步发展成为像安德鲁森、朝阳坊、那样的蛋糕连锁店。3. 本店需创业资金9.5万元。

二、经营目标

由于地理位置处于贸易街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在贸易街站稳脚跟，1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的著名品牌。

三、市场分析

1. 先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营

的“小花招”。2. 开业金筹齐后，开始在各大蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重考虑。

3. 据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。今天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

6. 蛋糕店可以专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

7. 经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以形成新的利润增长点。在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下非常流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。

8. 建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如9.5折。一方面，这可以给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是假如消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他（她）为*先生、小姐，他们会觉得很受尊重。9. 在桌上放一些宣传品、杂志，内容是关于糕点饮料的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。10. 无论是从店面装修、店员形象，还是蛋糕制作上，都要给顾客健康、卫生的感觉。蛋糕店一定要严格执行国家《食品卫生法》，这是立足之本。

11. 食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业职员必须持有“健康证”。

五、财务估算

启动资产：大约需9.5万元

设备投资：1. 房租5000元。2. 门面装修约2000元（包括店面装修和灯箱）3. 货架和卖台投进约1500元4. 员工（2名）同一服装需500元5. 机器设备最大的投资：8万元（包括制作蛋糕的全套用具）首期进货款：面粉、奶油等原材料，约6000元。

月销售额（均匀）：21000元。占有关内行人士评估，如此一家小型蛋糕店的经营在走上正轨以后，每月销售额可达21000元。每月支出：14033元。房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区贸易街、及靠近小孩子的地段（如幼儿园或者游乐场四周），约5000元。

货品本钱：30%左右，约5000元。职员工资：10平方米的小店需要蛋糕师傅1名，服务员1名，工资共计2000元。

水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，每月1333元月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。

六、风险及制约因素分析：

由于蛋糕店不是所在街道或者小区的第一家店，顾客很难改变一贯的口味，所以就得花费更大的财力物力和“花招”来招揽顾客。

内容仅供参考

烘焙店督导工作计划和目标篇七

主要经营范围：（应详细、具体与营销计划中的“产品或服务”内容相关联）

以经营符合广东人口味为主：糖水、糕点及咖啡饮料。

糖水：（1）汤丸、芝麻糊等

（2）炖木瓜、炖雪梨等

糕点多是配合糖水而出品，如小蛋糕、蛋挞等

企业类型：

以往的相关经验（包括时间）（在工作经历中总结有助创业项目的经验）

1984. 8—2007. 1在企业工作时，曾负责过商品销售及促销工作

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）（学历教育、职业教育及主要的课程，及对创业项目的帮助）

2008年参加了职业指导师班的学习，并取得《职业指导师》资格证书

本次参加了创业培训班的学习，对创业有了更多的想法。

三、市场评估

目标顾客描述：（目标消费群体：即企业提供产品、服务的对象。只有确立了消费群体中的某类目标顾客才能展开有效的具有针对性的经营事务。

目标消费群体特征：性别、年龄、性格、宗教、民族、习惯、爱好、收入水平

本店选址在革xx139号——光大花园横门附近。

商店周边有小区的居民、学生、路人、驾校学员，但没有经营甜品的食店。

市场的容量或本企业预计市场占有率（市场的容量即市场需求，预测市场的现实和潜在的需求量；市场占有率即市场的份额，在同类市场或行业中所占的比例，表明企业的商品在市场上所处的地位）

烘焙店督导工作计划和目标篇八

1、认真做好护理人员职业道德教育工作，端正护理人员的工作和服务态度，充分调动护理人员的积极性切实做到“以病人为中心”为患者提供满意的服务。完成党关于群众路线教育实践活动的学习，使群众观念更加深入人心。全科医务人员全心全意为人民服务，以为患者提供满意的服务为原则，认真完成各项工作。

每月组织一次护理查房，讨论科室内疑难病例的护理要点及注意事项，使护理人员在护理查房过程中收获更多的知识；不定期进行晨间提问，督促护士加强业务知识及护理核心制度的学习，提高护理人员学习的积极性。

3、对新进护士进行科室各项中医护理技术操作的培训以及科室各种仪器使用的培训，使其能熟练掌握各项常用的中医和傣医护理技术操作及相关的理论。

4、为了迎接等级医院评审工作，对医护人员应要掌握的相关的医院感染知识及急救技能知识进行了培训及考核，特别是手卫生知识，消毒隔离知识及心肺复苏相关知识等。为了更好的服务于患者，让病人减少痛苦，护理人员必须具备良好的职业技能及扎实的专业知识。为此科室注重护理人员的业务素质的培训。在院护理部的严格要求及组织下，积极参加全院的业务培训及讲座，并保证了出勤率达到98%以上。

存在的不足：

- 1、护理人员的整体素质仍有待进一步提高，仍需加强“三基”及专科理论知识学习。
- 2、护理质量仍需进一步提高，护理质量管理有待完善。
- 3、个别护理人员危机感不强，工作欠缺主动性；学习缺乏积极性。
- 4、医疗护理安全有待加强。
- 5、责任制整体护理及健康教育有待进一步加强。