

最新教师工作笔记本 电脑市场营销工作计划(实用5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

教师工作笔记本篇一

凡事预则立不预则废，为了下一年能创造更好的业绩，必须做好工作计划。以下是计划网小编为您整理的2018年电脑市场营销工作计划,供您参考，希望对您有所帮助，更多详细内容请点击计划网查看。

为了搞好**年我们公司电脑的销售情况，特制定了这份**年销售工作计划书。我到***公司主要负责电脑市场开发和业务方面的工作一年来，我已经完全的融入到了这个集体里。在一年里虽然存在着这样或者那样的问题，我们都尽量的解决了，在下一年里要从以下几方面入手：

首先要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货；勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理；内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分——培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的'信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率；员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。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

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站；打印机维修；计算机维修；电脑会员制。**年我们被授权为七喜电脑授权维修站；实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。能够完成的利润指标，利润***万元。

三、工程部获得的利润途径和措施

工程部利润主要来源：计算机网络工程；无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来更多的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他

部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点——无线网，和一部分的上网费预计利润在***万元；单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润***万元；多功能电子教室、多媒体会议室***万元；其余网络工程部分***万元；新业务部分***万元；电脑部分***万元，人员工资***—***万元，能够完成的利润指标，利润***万元。

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。

教师工作笔记本篇二

1、为了保证老师们能正常使用由不同课件制作系统编制的教学软件，教室电脑安装好了多种课件制作系统和播放软件。

2、为防止电脑系统感染病毒，安装了查杀毒软件，并且要求老师们每次使用u盘前必须先查毒，保证了电脑的安全。

为保证学校的财产安全，每次老师们、学生们用完计算机教室后，计算机教师应亲自认真检查电源是否关好，关锁好门窗，以防教室财务丢失。

由于计算机教室使用比较频繁，计算机教室应保持整洁，学校安排了每周进行大扫除，功能室教室要保证教室的卫生整洁。

1、根据学校工作计划和信息技术教育计划，制定学期上机实习计划。

教师工作笔记本篇三

根据学校本学期教育教学的总体目标要求和安排，集合计算

机教室管理使用要求，制定春学期微机室工作计划。

1、要保证学生在愉悦的氛围中学习，必须有一个良好的学习环境，所以应尽职尽责，经常打扫电脑教室，保持电脑教室有一个清新、卫生的环境，使学生在能舒适的环境下学习。

2、为了做好电脑教室管理工作，要求学生严守电脑教室规章制度，按老师要求进行正确操作，使学生在在学习之初便养成良好的习惯，为以后学习打下基础。

3、保持电脑教室整洁，常做清洁，延长各类设备的使用寿命；及时维护设备，保证每一台计算机正常工作。

进一步完善管理制度，保证按照制度执行，管好、用好软硬件资源，使学校现有的设备发挥最大的效益。在设备使用管理方面，做到及时记录，记录要及时、详细。学期初，根据学校总课表，制定好本学期计算机教室使用安排表，力求计算机教室能得到充分的、有序的使用，以期效用最佳化。

学生的信息素养是体现学校办学特色的重要方面。为提高学生的信息素养，彰显我校学生计算机应用水平。本年度从以下三个方面加以落实。

1、加强信息技术教育，提高信息素养。我校每周都开设信息技术课，按信息技术教材内容、要求组织教学。

2、积极组织课外活动，发展学生的信息素养。信息技术教育要特别重视信息技术的灵活运用能力和创新能力的培养，然而课堂的时间是有限的，为了给学生更多的提高自身信息素养的机会，我校结合学校实际，积极开展丰富多彩的课外活动，使课堂学习得到延伸。主要以学校信息兴趣小组形式，通过兴趣活动，让学生在活动中体验，在活动中提高素养。培养具有特长的苗子，力争在各级活动和比赛中取得好成绩。

3、学以致用，提倡用信息技术去解决一些学习和生活中的问题，鼓励学生使用计算机。积极创造环境，让学生在学、用信息技术的氛围中潜移默化，并成为一种习惯。

我校的校本培训，本着学以致用的原则，组织教师有目的地进行相应信息技术能力的培训，合理选择媒体制作软件，简化课件的制作过程，力争做到“短、平、快”。鼓励教师把自己的信息技术能力应用到日常教育教学之中，通过多种媒体制作软件，进行课件制作。充分利用学校网络优势，筛选网上资源，或直接为我所用，或整合于自制课件之中，提高课件制作的效率。同年级同学科互通、共享教学资源，并且不断扩充、更新资源库，避免重复劳动、重复建设。

教师工作笔记本篇四

凡事预则立不预则废，为了下一年能创造更好的业绩，必须做好工作计划。以下是计划网小编为您整理的2018年电脑公司销售工作计划,供您参考，希望对您有所帮助，更多精彩内容请点击计划网查看。

网上经常在说现在电脑的销售是“卖一台电脑赚一把大葱钱”，这是有人形容微利时代已经到来时夸张的一句话。随着家用电脑的价格一在下调。电脑早已经不在是专业人士与有钱家庭的独有宠物。随便的一个普通家庭拥有一台电脑都不再是什么难事。因此电脑市场的销售一直处于稳步上升的阶段。但是客户虽然在不断增加，新进的电脑公司的竞争也越发加剧。电脑公司的整体利润的确在明显下滑。电脑市场的蛋糕只有那么大，而想瓜分这块蛋糕的人却特别多。作为一家电脑公司怎么才能在剧烈的市场竞争里守住自己的阵地，抢占最大的份额。我们试着分析以下几点。

一、经营思路的分析

电脑市场销售目前的两个疑惑

困惑一：规模越大 风险越大

首当其冲的困惑来源于经营的思考：在现有利润条件下，谁经营的规模越大、谁代理的产品越多，谁的日子越难过。一个明显的例子是：一家在多个电脑城设有门面，代理得有主流主板、显示器的电脑公司老总，却在羡慕一家只在一个电脑城开有门面、没代理任何产品、仅靠“炒货”装机的电脑公司。个中原因是：面对竞争产品的丰富多样化，代理商为推动分货商完成销售，忍痛让利代理产品，同样装一台电脑，代理商与分货商双方在报价上已没有太大差别，利润率也几乎没有差别、但代理商还得比分销商多承担运输、人工、售后服务费用，占用大量资金。如此一来，在微利时代，小公司日子反而好于大公司。

困惑二：技术爆炸扼杀高价机市场

除此之外，电脑业的技术爆炸也令微利时代商家困惑，以装机为主的**电脑公司，从今年初至今，只接到一台装机单价过万元的单子，其余客户装机大多选择在3000—6000元的价位。究其原因：在电脑技术爆炸的今天，低端家用电脑与高端电脑在实际的运用中已无太大差别，讲求实用的购机心理已经替代买高价机、追潮流的购机心理，高端机带来的高利润已经被电脑技术的爆炸式升级给扼杀。但是这样的困惑是正确的`吗？显然以上的两个疑惑建立在销售基础没有持续发展的基础上的。无论什么商品都有微利时期的到来（比如现在的空调、彩电背投等）。随着单台利润下降，我们只有用销售量来填充。全力扩展销售市场加大市场占有率。

二、电脑公司的销售分析：

电脑公司的销售模式分以下两种

- 1、 守株待兔等客上门法，有客人来了就马上招呼谈单。基本上的电脑公司都采用以上模式。

2、主动出击上门服务。

电脑公司在商务电脑有熟人的情况下也爱用这招。但是并没有什么具体计划或者规律性，感觉很被动。而家用电脑也就是去师专这样的学校搞搞活动。因为他们很难去发现可以上门服务的目标群。我想也没有精力去想这些。

3、 创造性销售

无中生有，帮助顾客找寻需求，自己创造买点，创造顾客

三、电脑客户分：

电脑的销售客户有两种：

1、商务电脑，学校党政机关等单位集体购买。（包含网吧）

2、家用电脑，私人家庭使用。

随市场的日益成熟，商务电脑的销售慢慢流向于较为合理的竞争。依托的是品牌与服务，当然有时候还需要一定的关系。但主要需求是营销人员快速的信息回馈，还有平常与各相关部门信息主管的良好沟通。

家用电脑是电脑公司平常销售业绩的最好证明。家用电脑的顾客现在我们可以大致归纳为以下三种。

1、现在准备购买的。也是第一次给家庭添置计算机的人。这样的人往往没有自信心。需要寻找熟人帮忙。或者爱咨询朋友。甚至拖着买过电脑。对电脑比较熟悉的朋友来帮忙选购。他们关注的往往是价格和售后服务。最容易受朋友的影响。

2、买了电脑不少时间，准备给计算机升级的人。这样的人群比较杂乱。爱跑熟店，关注的依然是价格和质量。

3、几年前购买电脑的老客户。现在已经到了该换机的时候了。他们的消费相当理性而聪明。因为使用电脑早，对电脑的知识比较渊博。对电脑公司的选择比较看重的是产品质量与相关服务。这样的客人是比较难缠。但是却是电脑公司应该最为看重的一群。电脑公司我们曾经做过调查，对于售后服务的满意度很差。一方面是每家电脑公司的客户群体都很分散。而技术人员普遍较少。另外一方面是针对老顾客的普遍不重视。他们以为电脑不是易耗品，很难重复购买。其实他们往往忽略了一家好的公司想要持续发展和做大。那么他们就不再是在销售产品而是不断的在创造顾客。使用过电脑的人往往养成依赖性，他们的电脑一旦过旧或者报废。二次购买率为百分之百。而通过已经购买过电脑的客户介绍而达成的业务也占了百分之六十有多。口碑宣传是所有广告里最好的，也是最容易被忽视的。最重要的是一个家庭往往拥有的不只一台电脑。

四、如何提升电脑公司的销售量

1、确立目标。

有了目标才有努力的方向，工作才能做到有的放矢。而目标也可以激发员工的动力与斗志。而我们的目标就是把“**公司做成最好的电脑品牌，我们的员工拿电脑行业内最高的工资。

2、塑造一个团队

现在电脑公司的员工流动性大、稳定性差、缺乏职业规划、缺乏上进心、缺乏团队合作、他们总是在工作上能够适应，但是却很难提供更高价值的工作。但是销售不再是需要个人英雄的时代，我们更加看重的是集体的力量。一个团队战斗力的根本在于每个成员的态度。因此我们以为一个销售团队应该充分沟通，统一思想。当然更加重要的是一个团队如果没有共同的利益是不可行的。因此打造一支过硬的销售队伍

是电脑公司走向辉煌的第一步。

3、创建销售平台。

有条理的建立营销档案，理顺关系网络。打造自己的信息网络（主要针对商务销售）

4、配合厂家加大宣传力度。

狠挖代理厂家的资源，针对性的利用各种广告手段增加**的知名度和美誉度。

5、推出自己独有的销售理念。

给自己的电脑产品增加附加值来吸引顾客和抗对手。我们推出的口号就是：我们打价值战，而不是打价格战。

6、主动出击，把销售战场摆到顾客门前去。

不间断的在外面搞促销活动（比如**几个大厂区），既可以加大**公司在人民心中的印象，突出知名度的同时又可以扩大销售量。

7、搞好同行关系，加大批发出货。

我们一直以为同行不是冤家，因为我们共同抚育这个市场。我们共同努力让消费者接受电脑，使用电脑。如果我们有敌人，我们的敌人也应该是消费者。在这样的心态下，我们用自己的服务，与优秀的销售团队来竞争。同时加大同行帮助我们销售产品的量。不与同行沟通的企业是永远无法完成自身的超越的。知己知彼方能百站百胜。

教师工作笔记本篇五

华硕电脑股份有限公司于1989年4月成立于中国台湾，以主板起家；十多年来致力于研发和制造高尖端科技产品和最物有所值的多种电脑及其零组件产品，业务涵盖笔记本电脑、台式机、服务器、显示卡、光碟机[dvd]等电脑资讯相关产品。在1996年和1997年，华硕被连续评为“中国台湾地区大型企业排名500”；华硕公司透过华硕设计师团队的独特匠心，具备中国血统的电子产品也频频亮相于全球设计赛事，并在日本g-mark奖、德国if奖、德国红点大奖中多次折桂。几年后面对严格限制电子产品使用6种有害物质的欧盟rohs认证标准，华硕又一次领军中国笔记本厂商，走出了顺利的第一步。

二、环境分析

1. 笔记本电脑市场前景分析20__年是全球笔记本电脑重要转折点，，世界经济形势险象环生，国际金融危机持续扩散蔓延，笔记本电脑行业受到严重冲击。面对严峻复杂的经济形势，行业适时调整发展策略，调整产品结构，并取得显著成效。笔记本电脑行业在经历了金融危机最困难的时期之后，正逐渐走出产销低谷，踏上了复苏之路，但国际贸易保护主义势力影响仍在，危机后的笔记本电脑行业，应改变发展方向，由产能壮大向品质、品种、规模和效益型转变。

2. 华硕笔记本电脑市场分析

(1) 未开发市场潜力巨大。调查显示，校园笔记本有33%以上的潜在市场未被开发，这是一个巨大的市场。在大学校园，大学生群体的独特需求成为市场主导力量，这为华硕笔记本电脑提供了一个新的机会：深入挖掘和满足大学生的需求。

(2) 笔记本替代台式机的步伐加快。随着笔记本电脑市场日趋成熟，价格不断走低，关注用户需求的新品迭出，笔记本电脑在用户心中接替传统台式pc的步伐也将进一步加快。校园

市场将会迎来笔记本电脑的普及高峰。

(3) 技术环境良好。笔记本电脑市场的每一次技术革新都给竞争者们带来新的市场机会。技术的支持可以使原本不能满足的校园市场需求变为可能。华硕的intel处理器规格及优势卖点介绍：

capella新平台架构介绍□45nm32nm□更小制程，带来更高晶体管集成度，更少发热量，获得更高主频。高性能低能耗的完美平衡。

-threading 超线程技术：英特尔?超线程技术--对于多任务，多线程应用性能提升明显！

(4) 品牌认可度低。华硕的品牌知名度还没有和国际知名品牌(联想□ibm等)达到同等的高度。如果能进一步提高品牌知名度，将会带来更大的市场效益。

3. 产品现状

1. 市场规模成长已趋缓，厂商低价抢单，华硕目前之成本竞争力仍不及一线大厂

2. 直接面对最终消费者营销企划上也面临到不同的挑战

3. 产业进入微利时代国内外品牌竞争惨烈

4. 笔记型计算机初期为扩大市场占有率，采中、低价位促销，逐渐地侵蚀到主机板的高毛利率。