

# 中班国庆节亲子活动方案及总结 国庆节 中班活动方案(优秀8篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 季度总结和下季度工作计划篇一

备注：基础人事管理工作主要包括员工档案、各项人力报表、内部员工档案管理与更新、劳资纠纷、人员招聘等工作。

二、人才招聘工作流程（按照公司用人需求，选择合适的渠道招聘，尽量使用节省的招聘工具，协助各部门选拔录用人才。

本月的重点工作：

- 1、建立招聘渠道。目前所建立的主要招聘渠道有：网上招聘现场招聘、学校招聘。
- 2、建立人才简历库，为人才储备和后期的人员招聘奠定基础。
- 3、根据招聘需求选择合适的招聘渠道，尽量缩小招聘周期，满足公司人员需求。

三、进一步健全和优化公司的人事行政制度

- 1、建立《劳动合同管理制度》，完成时间4月中旬左右
- 2、《年休假管理制度》，完成时间3月份

3、规范办公秩序与员工行为的引导。开展此项工作，以日常抽检作为主体，当场发现，当场进行处罚，抽检次数每周至少两次。

4、目前各项管理制度已基本建立起来，在制度的执行力方面做的还不到位。在后续的工作中，行政人事部将以“持续改善”为工作原则，来加大制度监督执行力度。

四、完善以绩效为导向的薪酬福利体系，完成时间4月中旬左右。

1、制订对外具有竞争性，对内具有公平性的薪酬结构。

2、建议对核心员工的薪酬考虑中长期薪酬方案

核心员工是企业价值的主要创造者，要有效激发关键员工的斗志，激励他们保持最佳绩效是关系到企业能否完成全年经营指标的关键所在。这里主要从两个方面入手核心员工的绩效管理 and 薪酬管理。我们可以确定企业的关键绩效指标，并由此确定核心员工的绩效指标，根据工作年限和绩效达标情况给予薪金调整。另外可以增加工龄工资，提高核心员工的忠诚度与稳定性。他们是企业不可或缺的重要资源和核心能力，有时甚至决定企业生死存亡。这种唇亡齿寒的依存关系，决定了对核心员工的薪酬管理要重点考虑中长期薪酬方案。

五、绩效考核机制的完善与推行

1) 严格执行绩效考核制度，每月按时统计考核数据，并进行分析、汇总。针对不同的岗位制定出切实可行的考核目标，并以绩效考核结果应用。与员工薪酬的调整、内部晋升、职位调整等形成直接对接。

六、劳动合同管理制度的制定和落实，4月中旬

1) 为了保障劳动者与单位的共同利益，减少和防止发生劳动争议。结合公司的实际情况，制定切实可行的劳动合同管理制度，并落实。

## 七、员工培训管理制度

1) 加强新员工培训：使新进人员了解公司概况及公司规章制度，掌握基本工作技能，以便于新进人员能以最快的速度融入公司团队中并更快胜任未来工作。

2) 加强与各部门沟通，调整各岗位人员的培训需求。针对培训需要制定可行的培训计划

## 八、员工关系管理。

1) 工作氛围：

1、借由绩效管理与培训，建立坦诚的沟通文化和工作氛围。

2、工作中强调轻松、高效，提倡工作与生活的平衡。

2) 沟通渠道：建立多种沟通渠道。处理员工咨询/投诉以及意见反馈，切实解决员工在工作和生活中遇到的实际困难。

3) 企业文化：在公司的支持下，倡导优派的企业文化与核心理念。

## 季度总结和下季度工作计划篇二

1、水库大坝安全检查工作。安排专人每日对水库大坝、输水洞、非常溢洪道、上下游启闭塔、迎背水坡、输水道等工程部位进行安全检查和巡视，并做好检查记录，保证工程正常运行。

2、安排专人自冰冻期开始破除进口启闭机室四周冰冻层，确保建筑物安全过冬。

1、水库备用发电机试车工作，利用备用电源测试工作闸门的启闭。

2、闸门除锈防腐和导轨变形维修的招投标等准备工作。

3、卷扬式启闭机更新改造项目的招投标等准备工作。

4、大坝坝坡维修平整项目的招投标等准备工作。

1、水库汛情信息系统、水雨情遥测系统和大坝变形监测系统的维修养护技术支持服务；完成水库渗流监测数据和变形监测数据的技术分析服务。

2、完成水库主体工程维修养护工作。

3、闸门除锈防腐和导轨变形维修的施工及验收工作。

4、卷扬式启闭机更新改造项目的施工及验收工作。

5、大坝坝坡维修平整项目的施工及验收工作。

1、闸门除锈防腐和导轨变形维修的施工及验收工作。

2、卷扬式启闭机更新改造项目的施工及验收工作。

3、大坝坝坡维修平整项目的施工及验收工作。

4、水库大坝安全检查工作。安排专人每日对水库大坝、输水洞、非常溢洪道、上下游启闭塔、迎背水坡、输水道等工程部位进行安全检查和巡视，并做好检查记录，保证工程正常运行。

5、安排专人自冰冻期开始破除进口启闭机室四周冰冻层，确保建筑物安全过冬。

## 季度总结和下季度工作计划篇三

20xx年，对本单位和自己来说都是不平凡的一年，说其不平凡，有两方面的缘由，其一是从大的、客观的形势看，对盐池联社下达了很严格的考核任务，因而，联社给惠安堡信用社下达的考核任务，尤其是信贷考核指标也很严格；其二是从自身看，自己调岗任客户经理，面临新的问题和压力。但无论如何，自己将在本社两位主任的带领和教导下、在同事的帮助下，虚心学习、积极进取、勇敢面对困难和压力，以实际行动为本单位顺利完成各项信贷考核指标尽自己的努力，也为自己以后的工作打下坚实的基础。具体工作计划如下，请领导审阅，不妥之处请批评指正。

面对新的岗位，实事求是的讲，自己的思想认识、业务知识、工作方法等方面还存在很大欠缺，这对于从事客户经理岗位来说是很大的障碍，所以，为了很快适应这一新岗位，把工作干好、干出成绩，要积极学习与信贷工作有关的各类业务知识、技能以及工作方法，学习途径一是相关书籍和资料；二是遇事多向两位主任请示、请教，勤汇报、多沟通，同时虚心向其他两位客户经理学习请教，也要经常和客户沟通，了解情况。采取这些方式，快速提高自己的工作能力。

一是根据从业这几年的体会，自己觉得，作为一个客户经理，不能只坐在营业室等业务、等客户、等存款，还需要认识到一点，就是随着建行和宁夏银行的入驻盐池，今后贷款也需要大力营销，所以我们要打破以往的“坐等”思维，要积极树立“走出去”意识，走出营业室，出去调查调查市场、调查客户，及时了解市场资金需求的方向和客户的金融服务需要，掌握第一手资料，在此基础上营销贷款，保证贷款规模稳中有增。

二是“走出去”对于存款营销工作也有很大裨益，降下身段、提高服务和宣传意识，到市场中去、到客户当中去，寻找优质客户，宣传我社的金融政策及服务方式，让客户充分了解我社一些金融服务的实惠之处，吸引客户入储我社。

三是加大有贷客户的资金“入社率”通过积极和有贷客户，尤其是有贷大客户的沟通，尽全力使有贷客户的周转及运作资金存取在我社、周转在我社、沉淀在我社，真正使这部分客户为我社存款稳定及增长发挥积极作用。

贷过程中，注重调查，严格甄选贷款客户和担保人，在条件允许的情况下，优先发放抵（质）押贷款，同时自己将会对每一笔贷款做好贷前调查、贷中审查和贷后检查，并且会把每笔贷款的“三查”做实做细，不流于形式和表面，确保每笔贷款在正常状况下放的出、收的回、有效益。四、尽己所能，积极收回不良贷款在保证自己新发放贷款质量的同时，要尽全力、想办法做好存量不良贷款的收回工作，以实际行动摒弃“新官不理旧账”的错误意识，要把不良降控工作作为一项长期性工作去做，多向领导和有经验的同事请教，寻求对策，加强与贷款当事人及担保人的沟通，多从当事人的角度出发想问题、想对策，同时，借助社会力量，运用社会舆论，多策并举做好不良清收工作。

## 季度总结和下学期工作计划篇四

xx年，全镇人口计划生育工作坚持巩固基层基础，积极稳妥执行现行计划生育政策，切实抓好出生人口性别比综合治理、流动人口管理、政策外生育控制、孕情发现等重点工作，完善落实人口和计划生育利益导向政策，确保年度人口出生率稳定在9%左右，自然增长率控制在5%一下，二多孩政策符合率90%以上，统计准确率在95%以上，出生人口性别比控制在115以内（其中，二多孩出生人口性别比控制在130左右），二多孩孕情掌握、早孕发现力争达到全市中上水平。免费孕前优生健康检查100%完成。市下达任务指标、利益导向完成

率100%，信息化建设工作进一步加强，“村为主”工作机制进一步深入，业务能力进一步提高，群众满意度进一步提升，整体工作在全市力争保持中等偏上水平。

一是坚持打基础。扎实开展计划生育集中服务活动，大力推进“村为主”工作机制，突出抓好信息清理、孕情掌握、手术落实、社会抚养费征收，全员人口数据质量等几项重点工作。落实孕情管理奖惩措施，对孕情管理实行“月分析，月通报，月考评”。坚持长效手术落实机制，力争上环到位率90%以上，结扎率50%以上，二女扎50%。二是开展孕环检工作。加强每轮孕检工作质量与效率，力争做到重点对象见面率、参检率、准确率100%，努力提高孕情发现率，认真录入孕检记录，完善孕情监测系统，提高合肥市日常监测成绩，同时加大补检力度，个案追究力度，实行个案销号制。三是强化诚信计生管理。在鼓励群众积极参与的同时，积极的签订诚信合同到位，做到应签已签，应奖已奖。四是抓后进促平衡。按照合肥市前两年的“后进村”指标要求，继续抓村级各项工作指标完成，保持村级水平高位运行，村级工作平衡发展。

一是提升服务能力。加强业务技术的学习，做到常服务、服务、会服务，不断提升服务质量。二是做好免费孕前优生健康检查。围绕提高出生人口素质，积极推进出生缺陷防治，全面完成市下达的待孕夫妇免费孕前优生健康检查任务。三是开展生殖健康检查。进一步提高群众生殖健康服务，以市服务站医技人员为主，镇服务所医技人员为辅，坚持每年开展一次免费生殖健康服务，做到药具发放工作常态化。

一是重拳打击“两非”行为。对孕情非正常消失人员要早知道、早追查，发现一起查处一起□xx年力争突破1例省内大案要案。二是加大违法生育查处力度。重点查处本年度政策外生育人员，严标准、控人情，努力提高当年社会抚养费征收比例，充分利用法院起诉，强化征收力度，营造浓厚氛围，力争全年法院起诉4例，社会抚养费征收百万元。三是开展便民维权。严格按照省市各级有关工作要求，进一步的简化办

事程序，扎实做好网上办证工作，严格落实“四证”首问责任制，做到零投诉、百满意。树立维护稳定是第一责任的认识，加强隐患排查意识，坚决杜绝重大恶性案件发生。

进一步推进人口信息化建设，提高全员人口信息与流动人口信息数据质量，加强与公安、民政、卫生等部门相互协作、信息共享，确保全员质量得到进一步提升。一是加强全员人口数据提升。每月进行比对、更新、补充和完善全员数据，定期对人口进行清理登记，及时进行数据更新。工作的完成率、准确率纳入镇村考核。二是加强信息核实。对公安、民政、卫生等通报的每条信息要早核实、早上报，要做到无一漏档，上报及时，确保考核不失分。三是加强信息化队伍建设。每个村居要有一名专职微机操作员，确保信息及时录入、核对和变更；镇微机操作员责任强、能吃苦、会操作、业务强，对村级进行业务指导好、培训好。

一是抓好平台反馈率。对省内流动人口摸准地址，建立健全双向流动档案，及时平台反馈。二是加强跟踪服务。对流出省外的坚持寄单制，提高寄单率，对江浙等较为集中区域要定期开展外出追检服务。

一是落实利益导向政策。认真落实好奖励扶助、特别扶助、节育奖励、“三项制度”的奖励优待、提标扩面和城乡居民养老保险计生优待家庭政策落实，依法兑现独生子女保健费、放弃二孩一次性奖励、关爱女孩基金、人口基金等，扎实开展“生育关怀、幸福家庭”活动，加大对计生困难家庭的救助扶持，对失独计生家庭的关爱救助。

队伍是计划生育事业的根基，要保持计划生育队伍的稳定，进一步优化队伍建设，加大培训学习力度，切实提高计生干部业务水平和服务群众能力，着力打造思想好、作风正、懂业务、结构合理、精干高效、适应新时期人口和计划生育事业发展的高素质干部队伍。

坚持工作调度和约谈，镇上坚持每月13号、28号召开调度会；对阶段性工作不力、落后的村（居）单独约谈、限期整改、重重点督查，抓后进促先进，抓重点促平衡，抓典型促动力，及时扭转被局面。

## 季度总结和下季度工作计划篇五

20xx年的.前三个月已经离我们渐渐远去，告别了寒冷的冬季又迎来了一个春暖花开。俗话说的好一年之际在于春，春天意味着一个新的开始，新的开始就要有新的气息。

在第一季度公司完成了部门的整合，各个系统部也逐渐的完善，当然我的工作也转向了更加的专业，公司的转化带着我们工作性质向更专业的方向发展，在这一点上已经很明显了。

在第一季度里，我完成了在港中旅最后的调试任务，过完了春节与\*\*\*开始承担软件园的前期，滨州小区的开工准备，济南军需仓库的设备维护，以及遵义仓库的门禁温湿度系统的硬件实施；编写吉林地税的初步建议方案与成都油库的初步设计方案。

在港中旅工程中最后的调试中，我碰到了很多有关弱电实施中没碰到过的实际情况，在调试工程中将原来的理论解决变成了实践解决，像这种提升自己技术水平的机会是很少能够碰到，我觉得这是我在成长中一笔可贵的技术财富。

在软件园的前期中，我只帮\*\*\*作了一些日常的工作，工程上接触的不是太多，在与\*\*\*日常接触上，我学到了在工程管理中与人处事的另一种方法，及各家之百长，补己家之短，这也是一个提高自身水平的机会。

在滨州小区前期，又碰到了与甲方、监理、配合单位等多方单位协调的艰辛，向这种艰辛也是一种过程的体验，也是一个自身业务水平提高的机会。

在济南军需仓库的维护上，前期实施人员没有留下任何文档，也没有在用户处留下任何关于工程的文档资料，这给后期的维护带来了很大的不便，且用户的培训做得也不是很系统，根本就不能在电话中进行指导性维护。因此，工程后期的资料汇总也是必不可少的。

在遵义项目的实施过程中，接触到了温湿度设备，虽然温湿度设备不是什么很难的东西，但这对我在今后的方案设计上又多出一条可以利用的素材。

在遵义的实施中，又出现了与软件脱节的现象，因此建议我们硬件实施的时候软件也能够进场，已做到顺利交接，最终为用户做出一个满意的工程。

在这个季度里，我觉得部门之间的沟通越来越少，这在我们相互之间的配合上出现了很多的不协调。虽然工作能够做好，但工作中出现的不和谐是可以避免的。每个人都有好几个任务，大家之间都不相互理解的话，工作是无法干好的。例如成都油库的前期建议方案编写期间，我身上有很多其他的任务，但这个方案有规定了时间，且各个任务又都几乎是同时完成，因此我在工作安排上就不能只按一个项目走，因此造成了一些不和谐的花絮，虽然都是为了工作，还希望大家都能互相的谅解以下。

2. 电子银行情况： 一季度末，我部开立银行卡 张，手机银行有效客户数 户，完成开门红占比 %□pos机 台。

年初，我部便召集员工召开了部门会议，研究部署开门红工作的开展。具体措施可归纳为如下几点。

1. 抓考核，调动工作积极性。年初，我部结合总行目标任务、考核方案等文件，根据营业部自身工作实际，将存款、电子银行及电子银行存量转换等业务指标任务分配到人，并制定了详细的考核方案，充分调动了广大干部职工的积极性，领

导身先士卒，职工各个争先，营业部形成了拉存款、抓电子银行业务的强烈氛围。

2. 抓宣传、塑农商行品牌。一季度开门红工作是营销旺季，我部十分注重宣传营销工作，共举办外拓活动15次，将责任片区落实到人，将员工分成小组，分别深入机关、企事业单位、个体工商户走访采集客户信息，宣传我行产品，提高客户对我行产品的认知度、满意度。1月13日，我部针对手机银行新平台登陆和存量客户转换率的两个指标，推出了“扫码有礼，惊喜等你”的一元扫码活动，到三月末，因此活动在我部扫描二维码登陆我行电子银行新平台和存量转换的客户就有328户，取得了很好的效果。我部1月27日我部与嘉艺舞蹈学校一起开展的“农信杯”大赛暨寒假集训汇报演出及抽奖活动，现场宣传我行的绥鑫卡、手机银行、卡贷通业务等业务吸引了很多孩子家长，并且进行了有奖答题互动，有效地塑造了农行产品的品牌形象，此次活动采集客户信息400余条，挖掘存款400余万元，现场1元扫码转账20多户。3月7日至3月9日，我部利用妇女节开展了送鲜花上门祝福的外拓营销活动，对我辖区内妇至以节日的问候，进一步增进她们和农商银行的感情，并借此采集客户数据，宣传我行产品，三天共采集数据1000余条，拓展pos机2户，取得良好的效果。

3. 抓转型，提高服务质量，夯实业务发展的基础。我部作为总行第一批试点转型机构，自20xx年10月实施转型工作以来，严格按照转型要求员工，经过半年的运行，每次都顺利通过总行验收，获得客户的一致好评。通过网点转型，优化了我部内部管理效率，指标化、过程化的管理，提高了员工的工作效率和服务质量。主要表现在：一是客户等待时间明显减少。通过进行数据测量发现实施转型工作以来，前来办理业务的客户虽不见减少，但客户等待时间明显减少，平均每个客户办理业务的时间较转型前减少2到3分钟。二是差别化服务提高了客户接受服务的耐心。在营业大厅内，虽人流如织，但秩序井然，大堂经理分流导引客户到高柜、低柜、自助服务区，提高了对每个客户的关注度，让客户觉得温暖。三是

员工的营销意识逐步加深。通过培训一句话营销，前台人员在办理业务时，积极向客户推荐我行的电子银行业务及新产品，柜员转介潜在客户，零售客户经理深入挖掘客户潜在的金融产品需求，积极推荐适合的产品及服务，进一步增加了我行中高端客户群体。

4. 抓单位存款，进行分层营销。营业部对公存款余额占总存款余额的四分之三，因此，我部始终紧抓住这项业务，各级进行分层营销，派专人跟进对公业务，进一步维护和财政、各部门客户的同时还在积极拓展新的机构客户。年初，我部通过社会关系了解到贫困户住房建设贷款分险基金的相关信息，我部通过和财政对接，做了大量的工作，从2月份就派专人跟进，与财政签订了相关合作协议，于3月11日到账专项资金3740万元。去年我部就了解到我县财政局将成立的农业担保公司，经过半年时间和财政的对接，3月我部成功开立了农业担保公司账户。

第二，我部普通存在做事慢、拖、做事不积极主动的情况，缺少团队意识，遇到事情都来等。工作安排后，无人理，更无汇报反馈。比如工作安排下去做得怎样？到什么阶段？没有反馈，或者干脆不做，要重三四道的安排。

第三，服务意识不够强，对服务工作的认识不到位。我部虽按照转型七步曲在办理，但总体看上去亲和力不强，态度冷淡，速度慢，客户有疑惑时解释不到位，不愿多说两句。

第四，网点转型时提的一点一策，很多策略的施措都要根据网点自身的特点来制定，要求不死板，让客户满意。但现在内训师都要求一个版本，没有做到一点一策。我行是转型的第一批机构，关于硬件设施的设置，总行没有跟上网转的进度，网转了以后，除4台取款机外，我部无一台自助设置，全是人工服务。

第五，各岗位职责不明确，不清楚。

## 季度总结和下季度工作计划篇六

1、项目名称：德州(以下简称)家装分公司家装项目发展计划(以下简称发展计划)。

2、主要内容：针对家装工程的发展而进行的合作计划，使之适应当代家装市场的近一步发展计划。

3、计划书纲要：短期内进行设计师资源整合计划，业务部资源整合计划，工程部资源及人员整合计划。

1、发展计划由团队式管理共同完成，团队人员三名，分别为前台和业务部负责人、设计部负责人、工程质检部负责人组成。

2、团队人员组成：

1)负责前台及业务人员的负责人为原城市人家设计师，原兆丰装饰德兴店业务部主管，原兆丰装饰德兴店店面经理担当，经验丰富，对工作认真负责。

2)负责设计部负责人为原城市人家首席设计师，原兆丰装饰德兴店设计部经理担当，对客户把握度强，有一定的谈单水平。

3)负责工程质检部负责人为原元洲设计师，原兆丰装饰德兴店工程质检部经理，原兆丰装饰德兴店副总经理担当，拥有多年的工地管理经验及工地处理经验。

3、公司经营概述：

本公司适合德州城区及周边下县家装市场，及部分工装市场。

一个问题：你未来五年的发展目标是什么？

如果没有目标那可以先定当年的即第一年我们完成300万元。

300万元是什么概念？

- 1、平均每个单2万元，要完成150个单
- 2、平均每个月要完成25万元，13个单
- 3、平均每个设计师完成60万元，要5个设计师
- 4、平均签单率30%，要谈500个客户
- 5、平均每个月要谈40个客户，成交13个单

由此我们看出，不论完成多大的营业额，其实中心就是两个问题：

- （一）、有足够多的人才
- （二）、有足够多的客户

解决了这两个问题，我们就可以轻松实现既定的目标。

先解决第一个问题，那就是人才问题。无论我们做什么事业，无论我们的目标是多大，成功的第一步，就是对人才的建设。因此，我们从一开始就要把人才建设放在第一位，并且到什么时候也不能放松。

第二个问题就是客户，先分析下：

从业务流程角度，我们可以把客户分成以下四类：

- （一）、所有客户——当地所有准备装修的客户
- （二）、潜在客户——有机会与我们接触的客户

(三)、准客户——对我们比较有兴趣的客户

(四)、签单客户——我们已经签单的客户

签单客户从准客户中来，准客户从潜在客户中来，潜在客户从所有客户中来，详细说明一点，所有客户量是不会变的所以就应该想办法增加潜在客户量。

但是真正高明的营销思路，在于策划，而不在于人员！灵活性的使用策略开拓市场才可以达到事半功倍的效果。

300万的目标马上就要实现了，但是目前德州市场还存在大量的家装公司，如何体现本公司的实力，这就要说说竞争力。

每一个客户在选择自己需要的产品时，必定首先要选择有特点的东西。

一般消费模式：

以我们自己做为一个消费者的角度来说，我们要购买一件产品，一般都会经历这样一个过程：

我们想要买一台手机，首先在我们心中有一个概念，就是我想要买什么样的手机呢？好，我想买一个带拍照功能和听歌功能的手机，明确了这个概念以后，我们就开始选择哪个厂或哪个品牌的手机比较合适呢？我们到市场上去，发现现在很多手机都带有上述功能，转来转去发现有一款手机款式特别好看，嗯，那就买这款了。旁边有一个营业员看见了，马上说，等一下，看我们这款手机，虽然款式差点，但价格比那款要便宜200元。哦？赶紧看看。另一个营业员马上说，等一下，看我们这款手机，价格和你刚才那款差不多，但是有mp4功能，能下载视频，能看电影看搞笑片，多好呀！真不错，就买这款了。那边一个营业员马上喊，等一下，看我们这款，同样带mp4功能，但是现在我们有个促销活动，买手机可以参加摸奖，最高奖是送你一台名牌手

提电脑,最低奖是送50元的话费,来试一下你的运气,昨天就有一个客户摸走了一台手提电脑.是吗?这么好,那就试试我的运气吧!

其实,购买的过程就是选择的过程,就是比较的过程,看在谁家购买更合适,看买哪个品牌更合适.我们的目光,总是被那些有特点的产品或有特点的商家所吸引:

(1) 消费需求

(2) 需求定位

(3) 消费选择

(4) 方案对比(将各种供应产品供应方案进行对比,比较倾向于有特点的产品)

(5) 确定购买(最终选择最能打动你的方案,有可能突破最初的需求定位而选择最动心的方案)

消费者所关注的方案(产品)特点,就是我们的卖点,就是我们要与众不同,要有真正能打动消费者(或突破消费者需求定位)的核心竞争力。

为什么很多家装公司的业绩不理想?就是因为没有形成自己的特色,没有自己的竞争力。

为什么业务员在散跑时,会说很难让客户感兴趣?那还是因为公司没有亮点,没有区别于其它装修公司的核心竞争力。

作为公司经理,我们要想提高营业额,就必须建立和培养自己的竞争力,尤其是要培养自己的核心竞争力。

家装竞争力方面:

**品牌竞争力：**品牌竞争力是一个总体概念，它是其它竞争力所形成给消费者的总体印象。**产品竞争力：**主要是指价格、设计、质量、工艺、材料等具体方面所具有的特别的优势。**管理竞争力：**指家装公司区别于其它公司的宏观与微观各方面的管理能力。

**人才竞争力：**指公司拥有特别优秀的某方面人才。

**资本竞争力：**主要体现在流动资金、分店规模等方面。

要在竞争中获取胜利，就必须使自己强大起来。只有强者才能战胜弱者，弱者是永远战胜不了强者的。所以，要培养自己各方面的竞争力，最终在当地成为行业中的精英！

**投资总额：**10万元

**筹资渠道：**由直接投资于家装部帐内，独立使用。

**资金用途构成：**

- 1、公司前期优秀人员的招聘，培训及学习。
- 2、硬件设施(如设计师培训学习资料，电脑工具，质检工作工具，)
- 3、广告投入及宣传单等广告类投入
- 4、市场运作及各共销合作伙伴建立。
- 5、短期运作资金投入。