

# 最新代理主管工作计划和目标(汇总6篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？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。

## 代理主管工作计划和目标篇一

围绕集团发展战略和财务年度工作目标，促进效益增长，完善财务管理体系，加强资金、资产、成本、采购价格的管理和控制。在把服务放在第一位的同时，建立规范的账务管理，积极配合业务部门工作的开展，加快科耐物业管理软件的投入使用。为全面完成物业的各项工作指标和工作任务，制定物业财务部20xx年上半年工作计划如下：

工作目标：

服务满意度90%；

控制亏损在20万元以内；

建立君华物业成本库；

1、物业财务部在集团财务中心的统一指导下，根据物业公司财务管理制度，结合物业财务工作的实际情况，建立一套详细完整的成本库，合理的进行成本控制，及时准确地向管理层提供最真实的财务数据。

2、负责公司资金计划的制定与跟踪对比，管理台帐的登记与财务状况分析，并向管理层提供财务报告，进行成本分析，提出相关的建议，力争控制半年亏损额在20万以内。

3、以服务为宗旨，与客服中心一起做好管理费的收缴工作。对于前期欠费的业主要与客服中心配合，一起商定催缴的办法，争取催缴率达到30%。把物业公司的收费工作推向一个新的台阶。

4、负责各种款项的审核，规范财务付款审核程序，进行新的财务制度的培训。主要是对物业公司各部门负责人及本部门员工组织一起学习新的财务制度，对以前修改的部分要进行重点的讲解，新的制度实施后，要严格按照制度执行。财务部门进行监督把关。

5、完成09年的年终财务总结，进行财务状况分析，编制财务报告。并且根据各部门提供的数据编制20xx年上半年资金计划，上报集团资金计划部，根据集团批准的资金计划，合理安排物业公司10年上半年每个月的资金，并与各部门协商对一些付款计划进行相应的调整。

## 代理主管工作计划和目标篇二

- 1、贯彻执行公司的各项经营策略；
- 2、满足顾客的需求；
- 3、满足员工的需求；
- 4、完成公司的预算；
- 5、实现公司的经营目标。

首先必须注意新老品项的更替，对滞销的老品项必须清退，做到决不手软，而对新品则无条件上柜，以丰富品项，但品项的选择不得以自己现有的排面为基础，对于试营业销售情况不好的新品应该找出原因，有选择性地下柜，让货架上所贩售的都为适销品项。

其次，是对库存的控制；这一点相当重要，大体上可以用几种报表来控管：厂商订货报表、即将缺货报表、可销天数大于30天报表和滞销报表。当然，从报表上反映的只是书面和数字的体现，只有从卖场上亲自接触所得到的数据才是最切合实际的。再次，是对陈列的管理。陈列的基础是台帐，一个规范、合理的台帐是成功陈列的先决条件，当然这又同对商品的外形、价格和销量的了解程度分不开，陈列的基本要求是最为重要的一点。店内促销，这是提升业绩，得到营业外收入的最主要方法和手段。

作为生意人，在达到即定毛利额的前提下，必须抓出一些引起强势的促销品项，有计划地制订出整月或整季度的促销计划，有目的地做促销。定期分析商品销量，与厂商商谈促销事宜。随时检查商品的排面，防止拉排面。另外，商品的清洁也不容忽视，要随时督导员工做好商品的清洁工作。每天的变价卡及pop要及时更换，以免发生价差。还有，就是每个月月底的盘点，切实掌握好库存的信息及货品安全。

人的头脑和精力是远远不够的，而主管的作用就是要让这些所有独立的个体形成强大的向心力和凝聚力。俗话说：“团结就是力量”，只有充分调动员工的积极性及创造性，才能把工作搞上去。关心自己的员工，能为他们着想，尽可能地反映他们的心声，同时协调内部之间的关系。另外，也只有这样才能让他们有愉快的心态和良好的精神面貌去面对顾客。

- 1、定期联系，规律拜访。不要等有事发生，再去找人家；
- 2、目的要明确，知道你要解决什么问题、要找对关键人物；
- 3、做好服务工作，不要做超出自己职权之外的许诺，事事有回音，不要忽悠；
- 4、带着改进措施，找关键人物沟通；

5、对待苛刻问题的处理要有技巧，对方提的要求比较苛刻，叫我们无法接受的情况下，要保证不发生正面冲突，话语要软中带硬，要找准理由，据理力争。

我们是一个新进的的品牌，别人对我们这个品牌还不是很了解，这样，就需要我们的营业员认真细致的讲解给每位顾客听。根据我们现有的营业员的能力分析，对品牌，对包，对业务的熟悉度还不是很好，这就需要更加全方位的培训，要让我们的营业员对自己的品牌很有信心，对本公司充满希望。（培训资料附下）

总的来说，自营店的主管其实就是充当一个总的店长，自营店和公司的一个衔接。虽然我现有的能力还不是很强，但是我会以后的工作中，兢兢业业，努力学习。

商品的陈列是直接向顾客展示商品的价值的方式，因此，必须经常动脑筋考虑应该将“什么东西”以“多少数量”在“什么位置”向顾客“展示哪一面”，“用什么样的形式”来陈列。最好按照陈列指示图来排放。另一要点是尽量节约陈列的程序和时间，商品陈列的具体要求如下：有清洁感、耐看、方便触摸、易选、有丰富感。

(1)如果店铺里有垃圾或尘埃的话，您精心准备的物品其魅力将大打折扣，所以，如果您发现通道上有垃圾应该积极主动地去清理。

(2)商品如有污点或褶皱，会显得物价不符。因此我们应该认真打理商品，从平时就注意多加整理。

(3)多留意商品上是否积有尘埃，如果发现，应立即清理。

(4)通道应保持畅通，如果有妨碍顾客通行的杂物应该尽快清除，副通道也应该保持不要有器具妨碍通行。

(1) 陈列时应考虑到顾客的视线的高低范围，将商品摆放在顾客容易看到的地方，而且注意将正面对着顾客，在陈列时应注意摆放的位置能保证顾客可以看见。

(2) 在商品陈列时，要注意不要摆放太多，特别是黄金陈列线是顾客最容易注目的地方，适宜在中心摆放，希望向顾客推销或者是当时销售情况比较好的商品，以此为中心，周围可以进行有密切关联的商品展示陈列。

(3) 不要摆放过高，妨碍顾客视线。

(4) 货架上的照明灯是为了突出商品的个性，使之与其他商品有分别而设置的，应经常留意一下灯是否端照在商品上部。

(5) 不要让显示牌遮住商品的重点部分

(1) 除了要便于观看之外，为方便顾客了解商品的性质，在商品陈列时也要注意使之便于触摸。

(2) 不要在货架前摆放其他器具或障碍物，妨碍顾客的购物。

(3) 尽量避免将仅有一件的商品摆放在难取的地方或者是挂在墙壁上。

(4) 让顾客可以轻松地触摸商品。如果陈列不好，顾客的手一碰就会倒下来的话，顾客会产生不安感，对商品的价值产生怀疑。

(1) 应该按照分类表或陈列指示书将商品摆放在指定地点。

(2) 不要随意更改确定的每种商品的展示面数目及确定的展示面，如有必要就向上司汇报。

(3) 相互之间有关联的商品应尽量摆在一起，保持连续感，在摆放商品时，应将相关商品相邻而放，如有商品脱销或空架

上有空档的话，会影响店铺的整体印象。

(4) 商品上一定要有价格的标签。

(5) 价格标签脱落或价格标签与(pop)布告不同的话，会给顾客带来不必要的麻烦，如有发现，应立即更改。

有空档货架令人失去商品丰富多样的感觉。顾客购买商品后，应立即将相同商品填补货架上位置的空白。

店铺里充满种种色彩，这些色彩或给人清爽感，或给人温柔感，然而，假如色彩搭配不好，七拼八凑的话，会给人杂乱无章的污浊感，所以说，色彩有不可思议的神奇力量，我们应该利用和发挥色彩的力量，创造一个动人的对顾客们来说充满魅力的店铺环境。

(1) 色彩

大致来说可以分为两类

有色彩-----偏红、黄、蓝等色的颜色

无色彩-----偏白、黑、灰等色的颜色

(2) 有彩色的特征

排列比较好。

(3) 季节的颜色

颜色联想物

秋黄、灰黄、土黄：月亮、干草、土，天高气爽的收获季节，给人一种踏实的丰富感，用颜色应符合这一特征，以紫色、紫红、深绿的搭配为宜。

冬红、白、灰：圣诞节、春节等盛大的传统节日寒冷季节里，用暖色好，一般多用亮度较底的颜色，但想突出个性，则采用纯白的效果更好些。

#### (4) 暖色和冷色

冷色-----给人以水，天空的联想，如蓝绿、蓝、蓝紫色的颜色。中性色-----，既无暖感，又无冷感，如绿色、紫色等颜色，颜色给人的温暖感的层次为：红、橙、黄、绿、黑、青、的顺序。

色彩是出色推销员

你对色彩的了解有多少？

想一想我们的整个店铺，每一层都有很多色彩

吸引人的出色色彩陈列秘诀。

白-----纯净、清爽的感觉，白色与蓝色是最出色的搭配

黑-----充满浪漫、高格调的氛围。以黑色为背景，可以烘托出金色豪华 灰-----宁静、优雅的氛围，灰色具有稳重、优雅的弃置，与其他谈色搭配给人以成熟沉着的感觉。

#### (5) 无彩色的特点(白、黑、灰)

### 代理主管工作计划和目标篇三

销售回顾：公司产品的结构多层次, 系列组合，依托自身商誉优势, 在产品定位与市场策略上，近亲繁殖、扩张道路。从4个品牌，8类产品，由xx年11月初在流通领域中常见的辣根王，果汁，寿司酱油，鸡汁，直至后期逐步登陆市场的寿司醋，辣椒油、芥末油等，均在消费界取得部分认可。产品销售过

程是通过引导最终消费者，从而带动产品流通的策略，我们同时为销售商和消费者提供优质产品，至上的服务，直接有效的供求资源和网络信息，整个工作是在消费以及流通两个领域同步开展，使销售队伍——销售商——消费者之间进行整合。

1、经销商的定位，南京现有的两个经销商□a(XXX)与b(黄丽春)□a现有的销售网络集中在市内酒店宾馆，主营高档干货，餐料配送业务□b的客户群面向流通市场，同时也兼营终端业务□a和b的销售网络存在一定的互补性，同时也缺乏一定的成长性，他们因其客观因素限制，业务拓展能力不强，短期未能在原有的网络基础上进行业务延伸。

2、产品消化周期差异化，产品消化周期完全取决于消费者的使用量，这与各地区的饮食文化密切相关。公司的芥辣、寿司醋，芥末油消化周期较慢，同比之下，鸡汁、果汁、正处于市场成熟增长阶段，我们在为公司带来增量产品的选择上，需要准确定位。

业绩来源：销售商理念是考虑自利行为和风险因素，我们的终端销售队伍在消费界的推广效果，打消了销售商对风险因素的顾虑，从而选择了我们产品作为利润微薄的名牌产品的替代品，鸡汁产品在争夺劲霸的产品份额，果汁替代新的品牌，芥辣则抢占爱思必局部市场，而寿司酱油和醋更多的倾向于引导销售。此外，公司产品在消费界的客户根据不同层次性质区分为：大型餐饮公司或星级宾馆，中档酒楼，专业粤菜馆，咖啡馆等，产品分类全年销售比例如下：

南京地区前任经销商与公司战略方向和销售策略的意见上产生分歧，公司因故终止该经销商的产品经销权。然而该经销商竟以此为耻，并拉开了导火索，与南京办销售队伍为敌，浓浓得火药味将鸡汁、芥辣产品价格一降再降。甚至，不惜重金，余近求远，从别的区域采调公司产品低价冲击南京市场，使我们销售队伍在客户眼前的信誉和产品推广带来恶劣



的影响。

前期工作重心在南京，时间原因，未能及时将江苏中部、北部及安徽部分市场开拓，这些区域市场的工业产业密集度低，在消费水平和餐饮业的发展也较逊色，相对产品品牌竞争的程度上也明显的低，从战略的角度上，这些区域宜早开发，作为待机市场，先入为主。

经验总结，于xx年12月18日，南京办在双门楼宾馆天之味产品“厨艺大观”活动，收益匪浅，利用到场嘉宾的人脉资源，不仅提高了产品在厨艺界的知名度，同时也收集了很多业内人士资料和动态信息，以便后期的沟通与合作。

餐饮业宏观分析□xx下半年禽流感带来餐饮风波，南京市餐饮业全年零售额78.69亿元，下半年零售额仅35.75亿元，同比下降27.9%，大中型餐饮上客就餐率同比减少22.3%，禽流感已成为导致今年下半年餐饮业萧条的主要因素。

微观分析：消费者要求在预算的约束下将效用最大化，根据消费者的偏好。而生产者在技术约束下，将利润最大化，在双方自利行为的交互作用下，以达到市场均衡，从现有两者均衡比例来看，以下是消费者的选择购买行为比例：

现代营销趋势更多的体现出上溯到生产领域，下伸至消费领域，而不是仅仅局限于流通领域。

xx年预计全年回款100万元以上，保持增长345.9%，预计第一季度完成15万元回款，第二季度25万元回款，第三季度回款30万元，第四季度30万元，南京市内终端用户预计扩增至150家，分销商增到70家。

## 1. 对经销商的管理

定期检查核实经销商的产品库存，配合公司发货时间及物流

工作，确保经销商的库存在短期内消化，不出现积压产品及断货现象，同时协调好各分销商的渠道，有销售网络重叠现象的，避免引起产品价格战。

## 2. 解决产品冲货、窜货问题

实行奖罚分明制度管理体系，解决因产品价格大幅度波动造成的市场威胁，查找冲货根源，经核实无误后取消违规经销商的产品促销资格，时间为1年。相反，提供有效信息并持有凭证的销售商，公司给予相应的促销补贴政策。

## 3. 销售渠道下沉

进一步将产品深度分销，由原来的批发市场深入至农贸市场，在终端的走访中，针对信息的收集，寻找对产品需求量大的消费群。目前，浓缩果汁产品的需求量集中在咖啡馆、茶馆，我们还需要在产品质量和价格上寻找相应的切入点。

## 代理主管工作计划和目标篇四

经过几代管理人员的不断努力，现在客房部已形成一套管理制度和操作流程。然而面对客人越来越多的'个性化需求，面对越来越多90后员工成为服务的生力军，仅仅靠一成不变的管理制度和操作流程显然是不够的，最重要的还是管理人员加强工作责任心，优化管理模式，有效实行层次管理，落实贯彻执行执行力，以“控制质量为主线”按计划，有步骤抓好各项管理工作。

1、深入学习贯彻执行力，培养扎实工作作风，注重管理工作实效。

执行力最关键在于管理者对各项工作的有效执行，他们对工作执行的好坏，直接影响到客人的满意度，直接关系到决策目标的实现与否。为提高执行能力，部门将努力坚持做

到“三多”，“三快”加创新。

(1)、管理人员坚持多到现场，多关注细节，多关心员工。

(2)、管理人员坚持快速传递信息，快速解决问题，快速培训员工。

(3)、管理人员要创新性的开展工作，首先要意识创新，管理人员要不断学习更新知识，用敬业精神勇于进行管理的探索与实践，在实践中完善，在完善中提高。

## 2、深化服务，完善设施，确保对客服务质量

(1)、深入认识服务的内涵，培养员工主动为客人着想的服务意识，养成“好客、善良、为他人着想”的行为习惯。

(2)、加强服务接待工作的计划性，分清各层级人员所负责任，控制好动态管理质量。对较大型的或重要的服务接待工作预先做好详细的服务工作计划，多考虑细节要求，做好具体的分工和职责，明确服务工作要求和岗位职责。

(3)在公司领导支持和工程部配合下要进一步做好客房服务设备设施的维修保养工作，提高对客服务效率，提升整体的格调和竞争力。

3、强化节流意识，加强物品管理，尽最大能力控制营业成本。完善成本管理控制制度，以规章制度严格管理全员日常所发生的费用；做实对物资设备的维护，使人人都有物品折旧概念，加强对物品能耗的有效调控；杜绝各类能源的浪费，要求部门各班组责任到人节约分厘，节约开支降低能耗。

## 4、明确职责，层层把关，确保的卫生工作质量

(1)、17年上半年考虑将客房的卫生清洁操作标准以图文形式

张贴在部门工作间，要求每个员工能熟练掌握，对房间卫生的检查实行“三级制”，首先是清洁者的自查，解决在操作上的存在问题；其次是领班的细查，解决在标准上的存在问题，保证每间房是合格产品；最后是主管的抽查，解决在普遍上的存在问题，并有针对性地进行培训。

5、提高警惕，常备不懈，确保部门的安全管理质量。咱们要时刻牢记“预防为主，常备不懈”的保安工作方针和“预防为主，防消结合”的消防工作方针，坚持内紧外松，认清从化地区特别是公司周边的社会治安形势，而且在部门内培育个个都是保安员，安全管理人人有责的氛围。

6、转变观念，按部就班，确保部门的维修保养质量

(1)、客房部将根据开房高低的规律，有计划进行周期卫生的清洁工作，并做好相应的档案记录。

结合部门员工“同吃、同工作、朝夕相处”的主要工作特点，部门要始终把对员工的工作放在重要位置上。管理人员要提倡正人先正己，以身作则的工作作风，多作批评和自我批评，加强与员工的沟通，培养良好的工作氛围要定期开展了“员工谈心活动”，虚心征询员工对部门管理的建议和看法，坦诚相对，知无不言，言无不尽，增强相互之间的信任，同时要教导员工相处之道，要学会相互尊重、相互包容、和谐共处、团结协作，从而形成良好的工作、生活氛围。

(1)、强化新员工基本功训练。

(2)重视岗位培训，持之以恒抓好班前班后会工作

业精于勤而荒于嬉，要保持良好的服务水准，离不开在岗的岗位培训。为此，要定期举行班组会议，和每天班前班后会，并做到每周一次小结、每月进行一次班组总结会，以加强员工与管理沟通人员的沟通和了解，互通情况，统一思想、提高认

识、明确做法、及时纠正和解决工作中出现的问题。有效的加强了班组的建设，加深理解，较大地提高了班组的合作意识，整体服务水平得到较好的发挥。

(3)、适应公司未来更新改造后的发展方向，做好后备力量的培养。

(1)、加强沟通互动，利用日常管理工作中出现的问题进行探讨，提高学习的积极性，钻研业务，培养过硬的操作技术和扎实的工作作风，进一步巩固和提高整体管理水平。

(2)、加强内部管理，抓好质量控制工作，强化“细节决定成败”的服务工作意识，树立“顾客至上，服务第一”的宗旨，精化为宾客服务的每一个细节，不断完善管理操作流程，把操作程序化、服务标准化和管理规范化落实到实际服务管理工作上，扎实基础管理工作。

(3)、继续完善成本控制制度，在不影响部门开房的情况下，以全面科学的数据分析来拟定节能措施，同时在员工队伍大力倡导节约节能之风，谋求最大利润。

(4)、加强团体建设，组织开展员工思想教育活动，增强相互间的信任，正确处理管理与被管理的关系，多做正面宣传，树立良好的职业风尚，增强企业的凝聚力和员工的归属感。

(5)、加强后备骨干力量的发掘和培养工作，进一步强化岗位成材的竞争意识，抓好业务操作培训和考核，以及人力成本的控制，培养一职多能，训练有素的梯队型员工队伍，走可持续发展的道路。

(6)、加强维修保养工作。

(1)、加强业务技能的学习才能发现问题的实质，并希望公司给予部门一些优秀先进员工给予外出培训、学习、观摩的机

会。

(2)、加强质量意识，将认为不是问题的问题认为非常正常的习惯看成问题，同时反应要快。对问题的敏感性要加强，不要养成被动整改问题的习惯。

3)、做好管理人员之间、员工之间的交流和协调，互相交换意见。以寻求相互理解，相互支持，相互帮助，达到共同进步的目的。

(4)、进一步强调信息传递的高效、畅通性。工作指令和任务必须在规定时间内完成，工作要讲效率。

(5)、加强重复问题的整改，越是难整改的问题越是要想办法坚决整改。

## 代理主管工作计划和目标篇五

20xx年是我们\*\*\*\*公司谋求发展的关键一年，也是我们公司的效益年、质量年。20xx年，在公司各部门的大力支持帮助下，通过分公司上下不懈的努力，在质量、安全、生产管理等方面都有了很大的改观。预计20xx年汽车销售行业形势将逐渐转暖，我们将抓住这个有利时机，提升服务质量、减少客户报怨量、提升维修产值、改善洗车服务质量，推进5s管理制度、加强车间设备及工具管理，力争在售后管理上取得新的突破。为实现这些目标，我们将认真做好以下几项工作。

我们将在认真吸取以前教训的基础上，把提升维修服务质量作为公司管理工作的重中之重来抓，采取多种措施保障安全生产无事故。一是坚持开展技能培训工作。将维修技能考核作维修操作流程为培训重点，不断强化员工主动服务意识。加强维修现场管理，做好车辆维修后检查工作。

应对20xx在客户报怨上存在的一系列问题，我们将在20xx年

采取以下措施来减少客户报怨量，提高一次维修合格率。一是加强车间人员技能培训，强化员工服务意识。我们将与售后各部门合作，对相关人员进行定期的培训，使员工了解本职工作的重要性，且在平时维修现场中对员工维修质量意识不断强化，使其熟知职位可能产生的维修问题和避免方法。二是加强检验员的质量巡检工作，避免二次返修的发生，并要求其对返修情况记录在案，使我们有迹可循，便于维修后分析与研究。三是建立合理的奖惩制度，在考核机制中加入维修技能考核，与员工的收入挂钩，奖优罚劣。通过以上措施保证进站车辆一次维修合格率。

在提升维修工时前提下，建立新的产值奖惩制度，建议加入维修新增金额提成率。（根据任务委托书进行汇总统计）

加强洗车后车辆外观检查，提升洗车服务设施与质量。在无法洗车的时间里请维修技师和前台接待做好客户解释安抚工作。

在20xx年，我们将进一步加强车间5s现场管理，保持车间维修现场的整洁有序，推进5s管理制度，力争在20xx年售后车间5s管理工作不断提高，走上新台阶。

针对车间设备管理现状，制定车间维修设备及工具管理负责人，减少设备及工具使用不当造成的故障率，提升设备及工具故障及时报修率，设备及工具负责人对设备的日保、周保、月保制度化，定期检查，实施各种激励手段，引导员工运用正确的方法进行设备使用和修护。上述措施有效的保证了设备及工具稳定运行及正常维修使用，为按时保质交车提供了强有力的支持。

总之，为实现20xx预计目标，我们将知难奋进、开拓进取，不断创新的精神，从点滴小事做起，严格落实岗位责任制，内强管理，外树形象，力争通过扎实有效的工作，实现公司新一年的经营指标！

起人：\*\*\*

\*年\*月\*日

## 代理主管工作计划和目标篇六

做好工作，首先要有良好的工作态度，树立正确的`人生观和价值观。所以今年我们部门要用全国来保持共产党员的先进性教育活动春风有计划、有针对性地开展提高员工职业道德素质学习教育活动帮助部门员工培养爱岗敬业与奉献精神树立全心全意服务理念同时部门还将组织员工积极参加酒店培训并且根据酒店年度主题培训计划部门自己也将定期组织员工开展酒店规章制度与业务知识培训通过培训、学习来不断提高部门员工业务技能与水平提高办事效率。

### 1、美化酒店环境营造“温馨家园”

严格卫生管理确保酒店环境整洁为宾客提供舒适环境有效措施今年我们将加大卫生管理力度除了继续坚持周四卫生大检查外我们还将进行不定期检查并且严格按照标准决不走过场决不流于形式将检查结果进行通报并制定奖罚制度实行奖罚兑现以增强各部门责任感调动员工积极性使酒店卫生工作跃上一个新台阶此外要彻底搞好防蝇灭鼠灭蟑工作目前正值鼠蟑繁殖高峰期我们要加大治理力度切实消灭蝇蟑鼠等虫害花草美化酒店、营造“温馨家园”不可缺少点缀品今年我们与花卉公司合作加强花草管理要求花草公司定期来店修剪培植保持花草整洁美观并根据情况即时将花草花色、品种予以更换力求使酒店花草常青常绿常见常新给宾客以温馨、舒适之感。

### 2、创新宿舍管理打造员工“舒适家园”

宿舍管理历来一个薄弱环节今年我们将加大管理力度为住店员工打造一个真正“舒适家园”为此一要有一个整洁寝室环



境我们要求宿舍管理员搞好公共区域卫生并在每个寝室设立寝室长负责安排督促寝室人员打扫卫生要求室内清洁物品摆放整齐并对各寝室卫生状况进行检查将检查情况进行通报。

第二要加强寝室安全管理时刻不忘防火防盗、禁止外来人员随意进出宿舍实行对外来人员询问与登记制度以确保住宿员工人身、财产安全。

第三要变管理型为服务型，管理员要转变为住宿员工，服务员住店员工大多来自四面八方，初出家门年青人们大多年龄小，社会经验不足，因此在很多方面都需要我们关心照顾，所以宿舍管理员要多关注思想情绪变化，关心他们生活尤其对生病员工要给予们亲情般关爱，使他们感受到家庭般温暖。