# 最新销售部年度工作计划表 销售部年度计划方案(五篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-06-17

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。销售部年度工作计划表 销售部年度计划方案篇...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

**销售部年度工作计划表 销售部年度计划方案篇一**

一、全年工作总体思路：

现在，随着经济的飞速发展，私家车的数量也越来越多，汽车轮胎也相应的在市场上占据了相当大的份额，针对这一情况，我公司要积极树立以公司利益最大化为前提的目标，并且采取“针对性销售，扩大销售群体”的方针，坚持以“内抓管理，外树品牌”为重点，以目标管理的方式，认真扎实的落实各项工作。

二、销售业绩目标：

本年度，我公司的总体销售目标金额为450万元，实现的总体利润为\_\_\_\_万元。根据这个经济指标，我公司平均每月要完成\_\_\_\_万元的销售业绩。

三、具体措施：

（一）、加强内部管理，提高经济效益：

本年度，我公司将在原有的制度上进行进一步的完善，比如完善销售管理制度，并且要求各个销售人员要完全按照制度做事，切实做到有章可循，有法可依。以此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，以此提升公司的经济效益。

（二）、实行考核制度，增加员工积极性：

本年度，我公司会加大考核制度的实行，我们将会根据销售总目标，分别下指标，切实的做到责任明确，落实到人，绩效挂钩。一是在具体过程中我们会将每个月的销售目标分配到各个销售人员，并且将各个销售人员的业绩做真实的记录。二是出勤考核，销售部是公司的对外窗口，它既是公司的对外形象又是内部的风标，所以今年我们将会加强出勤制度的考核力度。三是对服务质量和工作态度进行考核，我们会将请每位顾客填写销售人员的态度和服务质量，并用做评鉴。

（三）、加大培训力度，提升整体实力：

本年度，我公司会根据实际情况对本公司人员进行系统的培训。一是积极培训销售人员的业务能力水平，比如我们会进行专业的销售技能培训、销售手段等，并将理论联系实际，从而使每一位员工在平时的每项具体工作和每个工作细节中不断的提高业务素质，以达到提高我公司整体销售实力的目的。二是我们将会对轮胎的品牌知识进行深入学习。我公司主要经营的是马牌，邓禄普，米其林，固铂，固特异等轮胎，因为所涉及的品牌较多，各个品牌的轮胎也有别不同，所以在具体的工作中，我们要求每个工作人员必须对我公司所经营的各个轮胎品牌知识了若指掌，做到心中有数。

（四）、加强团队建设，搞好人力资源管理：

人才是每个企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，所以建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。本年度，我公司将以建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项重要的工作来抓，我们将采取活动的方式来加强每个销售人员的团队意识和合作精神的培养，同时反复强调销售人员的责任感，在让大家增进情感的同时清楚认识团队重要性，以形成一个团结积极，具有良性竞争意识的优秀销售团队。

（五）、根据实际情况，调整销售策略：

本年度，我公司会积极的分析市场情况，并且及时根据市场变化情况做出一些调整和改变。比如在销售淡季，公司将会进行一些促销活动的开展，以吸引更多新客户，扩大客源。

总之，在新的一年中，公司还有很多工作需努力开展，还有许多事项要切实去落实。为此我们要紧紧围绕公司工作要点，结合公司实际，在20\_\_年度中承担应负的责任，为公司的战略目标实现作出自己应有的贡献。

**销售部年度工作计划表 销售部年度计划方案篇二**

一个成功的酒店，离不开成功的营销。旅游酒店业早已进入拼策略、拼品牌、拼创新的时代，要成为人们心目中理想的下榻地，仅仅有舒适的环境和微笑是远远不够的。如何吸引客源，提升酒店竞争力则是每一个酒店都在积极考虑的首要问题，而营销策略又是酒店策略的重中之重。作为酒店的市场营销部，我向各位领导汇报一下部门20\_\_年的工作计划

一、调整协议方案，与客户签定20\_\_年优惠协议书

酒店协议价格是基于对市场环境、顾客需求、酒店市场营销总体目标、酒店成本及竞争对手价格等多方面准确了解的基础上制定的，新的一年，面对新的市场竞争，我们将及时调整协议的优惠条款，留住我们的核心客户群，赢得客户忠诚度及满意度

二、巩固客户关系，有效地开发和利用客户资源

客户作为一种企业核心资源，拥有和保持更多的客户决定着企业今后发展的命运，因此有效地开发和利用客户资源，发展和巩固企业同客户之间的和谐关系，在最大程度上满足客户需求的同时实现企业的经济社会效益最大化

今年荣成不少科局负责人都做了调整，有一些新上任的领导我们还都不太熟悉，而有一些我们很熟悉的领导又调整到了新的科局，这对我们来开拓新的市场是非常有利的。正月以后各科局都会上省进京，我们要利用好这次机会，提前拜访各科局，以荣成各科局为媒介搭起与省厅之间关系的桥梁，搜集营销信息，为我们下一步工作奠定基础。年前我们通过拜访有关科局获得的会议信息已有五个，已确定的一个会议将在三月份召开。年后我们将继续追踪营销，力争会议在我馆召开

三、加大会议营销的力度与广度

通过这几年的会议接待，我们打出了石岛宾馆会议接待的品牌，良好的接待口碑，也为我们赢得了一定的市场。但是我们也清楚的知道我们的工作还存在着很大的局限性，市场局面并没有完全打开。对于会议的促销与会议市场的开发，信息的捕捉与建立多渠道的客户关系是相当重要的。

1、仍然以济南为依托。

继续做好济南及周边市场的宣传促销，巩固与济南各大厅、局单位的业务情感交流，。

2、建立公司类会议渠道。

公司类会议有以下几个特点：规模通常是百人以上，会议地点主要选择能提供良好会议、住宿、餐饮设施和服务的星级酒店，会议时间通常1—2天，培训会3—5天 。公司类会议有多种类型，主要有：销售会议、培训研讨会、新产品发布会、供应商会议、管理层会议和股东董事会。他们的会议分销渠道包括：公司本身、公司会议策划机构、会议管理公司、旅行代理商，行业一般是：保险，电信，信息技术，电子和电气产品，汽车和相关设备，医药，商业服务，交通服务，食品，机械制造等，所以我们一是要利用各种宣传促销手段，争取和他们的市场销售部、培训部、行政部和相关决策人员建立客户关系。。二是我们应该与这些会议策划机构，会议管理公司合作，把部分优惠让利于他们，同时以他们为平台，拓宽我们的销售渠道，以此发展我们的客户市场，达到一个双赢的结果，年前我们曾和北京强强酒店的副总坐在一起探讨，她说现在北京有很多酒店都是与会议公司合作，取得了很好的效果，如有需要，她愿意帮助我们联系北京的会议公司，看是否可以达成合作关系。

3、会议信息的追踪营销。

在所有的营销手段中，最终获得会议召开，人员销售扮演着非常重要的角色。对于销售人员来说，清楚地道会议决策人对于会议地点选择的步骤、标准和考虑的事项就显得很关键了。所以我们在获知会议信息的情况下，要多次上门拜访，深入了解会议具体情况及客户需求，要建立拉链式的客户关系，从而将信息转变为获得会议召开的有效途径。

4、会议服务的细节营销。

随着营销竞争日趋激烈，如何吸引客源，提升酒店竞争力则是每一个酒店都在积极考虑的首要问题。竞争就是就是细节营销的竞争。营销常因细腻而卓越。细节营销的灵魂是是真诚。所以今年我们对会议市场的宣传口号就是：轻松会议、完美体验。我们会为客户的每一次会议度身定做，提供最贴心的建议和设计；准确把握客户的需求，提供最细微的关注和服务

5、客户回访助力服务营销

客户回访能在客户中产生较好的辐射力，有利于提高企业及品牌在客户心目信誉度，通过持续的客户回访，把服务与销售紧密结合，在增进沟通提升客户满意度的同时，将回访从单纯的服务行为上升为有效的销售动力，为后期深耕大客户奠定了扎实的基础

四、和知名的网络营销平台合作。

比如订房联盟、协程网等通过成为会员，扩大宣传和知名度。在这些平台注册了信息，就会有会员去浏览，潜在的客人可以清楚地了解会员酒店的设施、房价、地理位置等，非常方便的为他们到达酒店提供指引，同时酒店可以自建网站，通过搜索引擎等推广手段让客人知晓酒店

五、实施无线网络营销策略。

可以采用为客人发送短信和设置彩铃的方式，对外推荐酒店产品，宣传酒店企业文化，展示酒店形象，促进品牌宣传，拓宽酒店与外界沟通的渠道；

六、通过多听，多看，多学习，丰富自己的营销知识

新的一年又给予了我们新的希望，宾馆党委的全力支持，兄弟部门的密切配合都将成为市场营销部新一年努力工作的加油站。面对新的工作任务，我们深知我们责无旁贷，面对市场竞争的困难和压力，我们更有挑战的勇气和信心。面对领导的期望，新的一年，相信我们一定会圆满完成宾馆党委下达给我们的计划指标！

**销售部年度工作计划表 销售部年度计划方案篇三**

我个人认为首先做一下产品定位和市场分析，来确定可能的潜在客户有哪些。您代理的是一大品牌家具，价位属中高档，其消费群体必然有可观的收入和一定的经济基础。从整个家具市场来说，主要购买者包括以下几个群体：

1.购买新房者。新的房子自然要配新的家具，这是中国人的传统习惯。

2.新婚夫妇。很多新婚夫妇仍然是主要的购买力量。

3.因家具款式过于陈旧想更换家具款式的消费者。

宣传是提高家具销售量的第一步也是非常重要的一步。做好宣传后，会吸引足够的人气和潜在客户的到来，还会为下一步消费者的购买打下良好的基础。

明确宣传对象，尽可能缩小范围，不但会降低宣传成本，而且提高了广告的效率和精准度。您不希望在广告方面作过多投入，因此电视广告这种需要投入过多，受众范围非常大的宣传方式首先被否定。结合受众目标和产品特性，建议以传单和海报的宣传方式为主，如果您经济条件允许的话还可以采用电台广播的方式。

宣传时有以下几点需注意：

1.宣传时，产品定位首先要清楚，欧式品牌，中高档产品，因此不要轻言降价促销，自损身段，不到万不得已，绝不打价格战。宣传口号，我推荐的是“家具，打造高品质生活”，定位是追求高品质生活的高收入人群。是采用哪种高级进口木材作为原材料，哪种风格设计，产品有何与众不同之处，品牌地位如何，这些最好都讲清楚，一定要突出产品的差异性、

2.传单的制作。传单的制作需要下大本钱，决不能草草了事，您需要将这种欧式家具的最美一面通过传单展示出来，各种精美的家具款式要在传单上尽量都有，要通过这份传单充分调动消费者的好奇心和购买欲，要让消费者忍不住来看看这传单上的家具到底什么样。当然了，这说的可能有点夸张，不过要尽量通过这份传单展示店家的实力。

3.个人认为传单的发放地点有讲究，建议要覆盖这几个地方：

房地产销售中心、婚姻登记所、婚庆公司、你所在商场半径一公里内人流较大的地方。

4.寻求合作者。建议合作者为房地产商，婚庆公司，可以和其协商建立初步的合作协议，相互为其推荐顾客，或者交换客户资料，因为其顾客中有很大一部分是相同的。甚至可以省去前面的传单发放，由这些合作者代为发放，毕竟发传单的人不可能天天守在那儿。

第二，要把所有最漂亮的家具展示出来，不要把最好的款式放在仓库中。

面对面的营销是最重要的一环，它关系着交易能否成功。因产品为中高档产品，除非消费故意在价格上纠缠，否则不要在价格中纠缠过多。如果顾客对产品表现出一定的兴趣，销售人员应着重介绍产品特性，品牌内涵，以科学的数据和品牌辉煌的经历来让消费者了解熟悉这个品牌，消除消费者猜疑、犹豫的购买心理。毕竟，家具这种东西属于大宗物品，需要经过认真考察和深思熟虑，特别是一个陌生的品牌，难免会产生不信任感，销售人员的一个重要任务就是通过介绍产品和品牌来让顾客产生信任感。除此之外，向顾客介绍时，应着重突出产品的差异性，你和别人的家具不同，顾客才来买你的，而不是仅仅因为价格。

采用体验式营销方式，顾名思义，就是创造更多的机会，从目标受众的角度着眼，让消费者体验，获得真实的、鲜明的感受。前面已经提到要把最精美的家具摆放在最显眼的位置，这样做还不够，要让消费者摸个够，试个够，千万别说“不买别摸”这种蠢话，不要打击

消费者的购买热情。很多人逛商场是瞎逛，看到了喜欢的就买，女人尤其是这样，而女性往往是相信自己体验过，因此千万不要“守身如玉”。

对待客户的态度一定要好，尤其是售后服务，作为一个新的品牌，前期是口碑形成的关键阶段，如果有一个顾客不满意，他所带来的负面效应可能是让你损失至少十个顾客。可以开展这样一个活动，让已有的顾客介绍新的顾客，如果介绍的顾客交易成功，可以赠送一份礼品给介绍他来的顾客。

我相信只要认真对待肯定会打开销量，取得开门红，祝您财源广进!

**销售部年度工作计划表 销售部年度计划方案篇四**

工作方向：

1.对经销商的管理

定期检查核实经销高的产品库存，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。

目标市场：

将对扬州、泰州、盐城、淮安、镇江、连云港、芜湖、马鞍山、安庆、淮南、淮北等苏中、苏北、及安徽局部市场进行开发，搜罗并设立特约经销商，享有与南京经销商同样的经销政策，实行自然销售，特殊区域可视情况而定，是否增派销售人员。

重点促销产品：

鸡汁和果汁在20\_\_年将被重点推广，两个产品的消化周期短，但在市场竞争方面优势不明显，准备将相应消化周期长的寿司醋、芥末油，辣椒油等停止促销，从而补贴鸡汁和果汁产品的促销，能起到重点产品的增量效果。

销售队伍人力资源管理：

1.人员定岗

南京办固定人数5人，终端4人，流通1人，准备从终端调派1人兼跑流通市场，而原负责流通的人员兼跑省内周边城市，开拓空白市常

2.人员体系内部协调运作

每日晨会进行前日的工作汇报，端人员将负责的区域业务工作表格化，流通人员将市场信息和竞品动态提供给终端人员，终端方面的供求信息和网络资料由流通人员安排解决，大家交换意见，进行信息沟通，为销售做好全方位的工作。

3.关键岗位定义，技能及能力要求

终端人员销售对象为市内酒店，宾馆、咖啡茶馆等，面对直接消费者进行服务，要求在谈判技巧和国语标准化的程度上有所提高，要有实际的终端业务开发率，流通人员销售目标是为产品打开分销渠道，通过分销过程，最终到达消费者，流通人员要具备清醒的思维，长远的战略眼光，善于沟通、分析、认真看待问题的启发性和套路背后的逻辑性，打开每一个产品流通的环节，确保产品顺利分销。

4.培训

给予全体办事处人员进行定期的培训，在销售技巧及谈判过程上进行实战的演习。

**销售部年度工作计划表 销售部年度计划方案篇五**

着眼公司当前，兼顾未来发展。为了提高公司产品的销售量和影响力，扩大公司的生产规模，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务，\_\_市蓝辉印务有限公司销售部特制定以下销售目标及方向。

一、计划拟定：

年销售目标：

1）：作业本年销售目标300万元/年。

以每年10%-20%的销售额递增。

2）：笔记本年销售目标200万元/年。

以每年10%-60%的销售额递增

2、销售方向：

1、本地市场，以\_\_市为根基，向周边县级市场拓展业务：

1）：\_\_市区各批发市场发展经销商，每个批发市场必须发展一名以上经销商（长青路批发市场除外）其他市场尽量全面发展客户。

2）：\_\_市区及郊区的文化用品零售店展开地毯式拓展。公司许配合零售文具店配货和配送。

3）：\_\_市区及郊区各学校以及学校内商店也需大力发展，潜力较大。

4）：延安地区每个县城的批发门市须努力开发，若县城批发门市无法做到客户资源意向可开发零售商，必须达到每个县城都多少有蓝辉印务有限公司的产品，或了解蓝辉印务有限公司的产品。

2、外地市场：

1）：陕西省周围各省一级批发市场全力以赴发展代理商或经销商，暂时包括以下地区：西安、郑州、洛阳、太原、呼和浩特、银川、兰州、西宁、成都、重庆。

2）：每个省一级批发市场至少发展一名代理商或2-3名经销商，暂且根据市场客户的实力、信誉，对本产品的认识积极性等以及一些客观性情况而定。

3）：如果各省的一级批发市场，暂时很难做到市场的投入或投入后效果不明显，可以在其省内二级（地市级）批发市场发展经销商，使二级市场成熟之后包围一级市场，但二级市场至少做2-3家经销商，从而达到我们的销售目的，完成销售目标。

二、客户回访：

目前在国内市场笔记本种类偏多，技术方面不相上下，为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户之间的关系：

1）关系维护：

为与客户加强信息交流，增进感情，对一级客户每两月拜访一次；对于二级客户根据实际际情况另行安排拜访时间。

2）售后协调：

目前情况下，我公司应以：“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与客户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

三、价格政策：

1、定价原则：

1）：拉大批零差价，调动代理积极性；

2）：结合批量，鼓励大量多批；

3）：以成本为基础，以同类产品价格为参考，使价格具有竞争力；

4）：顺应市场变化，及时灵活调整。

2、目的

1）：树立蓝辉印务有限公司的产品标准形象，扩大其影响；

2）：作为奖励代理的一种方式，刺激代理商的积极性。

四、开拓创新，建立灵活的激励销售机制。开拓市场，争取客源：

销售部将配合公司整体新的销售体制，制定完善市场销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高销售代表的工资待遇，激发、调动销售人员的积极性。销售人员实行工作日记志。以月度销售任务完成情况及工作日记志综合考核销售人员。督促销售人员，通过各种方式争取团体和零散客户，稳定老客户，开展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

五、密切合作，主动协调：

与公司其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与公司其他部门密切联系，互相配合，充分发挥公司的整体销售活力，创造最佳效益。加强有关宣传，充分利用多种广告形式推荐公司产品，宣传公司，努力提高公司知名度。

以上几点请各位领导多提建议与意见，为了公司的宏伟蓝图，齐心协力，共同进步，使公司走向辉煌的明天，挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩。

\_\_年公司一直在稳步成长中，综合部的工作也在这一年取得了一定的成绩，同时在这一年中公司的管理也在逐步走上完善和正规。根据公司\_\_年的工作计划和目标，综合部根据部门的特点和职责，制定了\_\_年的工作计划。

综合部在\_\_年的总体工作目标是：围绕公司的经营目标，建立健全整套管理制度，完善公司员工社会福利，加强人力资源管理，高效率地配合其他业务和职能部门的工作，做好公司的后勤保障工作。

一、部门内部工作：

整合部门内部资源，提高工作效率。根据公司对综合部职能的调整，整合部门内部资源，重新确定部门人员工作内容，明确各人的工作范围及职责。加强部门人员专业知道的培训。根据公司对部门工作的调整及各项工作的开展情况进行相应的岗位编制调整。

二、后勤保障工作：

综合部对内与公司所有部门，对外与各种公司及政府打交道，兼具服务与管理双重职能，综合部的工作相对锁碎复杂，但综合部工作质量的好坏，完成任务效率的高低，直接影响着公司各个部门的工作目标实现，直接间接的对公司总体工作目标的实现产生影响。面对现阶段后勤工作的情况，\_\_年综合部将做好以下工作；

（一）做好后勤保障工作，加强与各部门工作的配合，保证公司各项工作正常有序进行。

1、根据公司业务开展加强与各部门工作的沟通及配合，不断完善业务流程，强化对各部门的制度化管理，加快信息反馈的速度，提高工作效率。目标责任人：\_\_

2、做好办公物品的采购和配给工作；目标责任人：\_\_

3、证件年检：3月底前完成；目标责任人：\_\_

4、合同登记认证工作：根据公司的营养收入情况，每季度或半年进行一次登记；目标责任人：\_\_

（二）配合公司标准化管理，加强制度制定落实工作，做到有据可依。

1、综合部配合公司的发展一直对公司的政策在做调整，但还有不尽人意之处，因此\_\_年急需完善公司的管理制度，并制定一套行之有效的奖惩制度。\_\_年春节前将完成员工福利制度、员工加班休假制度、奖惩条例、出差相关规定、采购审批流程、出入库流程、接待费用管理等制度的制定完善；

2、加强制度更新管理工作，制定制度的编号，并通过公司内网及时发布、汇总、保存公司的全部制度，对于制度的逐步完善加强新旧制度的更替及时存档；

3、加强公司相关制度的监督、检查、落实情况，并做好整理和反馈工作；

4、加强公司资料档案、部门档案文件及员工档案的管理，做好公司相关数据的存档备份工作，统计各部门文件档案情况，进行分类后制定相应的归档制度及流程，加强公司内网及crm软件的应用。

（三）确定公司的组织机构，明确部门职能及合理的岗位编制，为绩效考核提供依据。

1、确定和区分每个职能部门的权责，使每个部门的职责清晰明朗，春节前完成；目标责任人：\_\_

2、根据各部门的实际情况，制定合理的部门岗位职责，并贯彻执行；同时对各岗位制定《各级各类人员岗位职责规范》，4月底前完成，目标责任人：\_\_

（四）配合公司发展规划，加强企业形象建设。

1、预计在年初租赁4001房间，可利用其位置优势制作公司的logo、部门指示牌等；目标责任人：\_\_

2、因公司业务的发展员工队伍在不断壮大，新员工随时都在增强，各部门工作相对独立，大家沟通的机会不多，致使很多员工一起工作很久却互不认识，建议为员工胸卡便于大家互相了解，同时对外公司的形象亦会有提升。

（五）加强企业文化建设，进一步提升企业凝聚力。

1、每年至少组织一至两次员工集体活动（春游、秋游）；目标责任人：\_\_

2、进一步提高员工福利，为员工提供工作餐、至少三次员工福利（元旦和年终组织聚餐及联谊活动；正月十五发元霄；中秋节发月饼；三八节为女员工准备礼品；五一、十一发放过节费；目标责任人：\_\_

3、年终举办年终工作总结及联欢晚会，对公司及各部门上一年的工作总结并对优秀人员进行表彰，同时确定公司下一年度的发展目标及计划。目标责任人：

4、提供根据公司业务开展情况不定期组织羽毛球、游泳比赛等活动为员工减压。目标责任人：\_\_

（六）对外协调工作，保证各项工作的有序开展。

加强订餐、订卡、快递及物业公司的配合。做好相应资源的储备，以保证有序更替。

（七）做好部门财务预算的进一步控制。

在保证公司正常运作的运物资供应的同时，尽量降低采购费用，控制物品发放和设备采购、维修费用；目标责任人：\_\_

（八）根据公司项目运作情况做好配合工作：

协调安排公司目标的分解、市场调研、信息收集、对外联系等等。目标责任人：\_\_

三、人事工作

现在的企业都提倡以人为本，随着公司的日益发展对人事工作的要求也越来越高，综合部\_\_年对人事工作仅限于配合各部门完成人员面试及报到的通知、员工入职、岗位调动、离职等相关手续的办理，人员档案也是员工的入职表及学历、身份证明的复印件等最基本的信息，甚至还涉及不到人力资源管理的内容。\_\_年综合部的工作重点及难点就是人力资源管理工作。而针对人力资源管理的相关经验也入于学习的摸索阶段，经验的不足也严重影响着此项工作的开展。鉴于此，综合部\_\_年对人事工作主要从以下方面开展：

（一）制作完整的员工

员工手册是员工入职后对公司及规章制度认识的第一本手册，因此制定好员工手册，是\_\_年人力资源的重要工作。

（二）制定各岗位的薪资结构，推行薪酬管理。

确定各岗位级别工资，服务年限工资等，使之更加科学合理化，提升企业的凝聚力。4月底以前完成，目标责任人：

（三）加强招聘管理，做好人员储备配给。

1、网络招聘与51job建立常期的合作关系，以保证公司各岗位人员的储备，同时加强纸媒广告（前程周刊）的投放力度（预计每月一期小版位），保证销售人员及急缺岗位的人员配备；特殊岗位需求如项目经理亦可以参加大型人才招聘会；目标责任人：

2、配合各部门做好人员的初试（主要从任职经历、工作经验、人员素质等方面进行）、入职通知、入职手续办理、制度讲解等工作。目标责任人：

3、加强新聘人员资料的审核力度，包括学习经历及工作经历。目标责任人：

（四）完善人事档案管理，规避用工风险。

员工档案内容逐步完善，为规避公司的劳动风险，春节后与全体员工签定正式的劳动合同。加强员工薪资、岗位调整、保险资料、个人资料、离职交接等档案的完善。目标责任人：

（五）员工福利与激励政策。

1、做好养老、医疗保险等相关资料的统计整理工作，做好相应的方案，以备随时启用；目标责任人：

2、设立全勤奖（奖励方式）、加班补助、

3、员工聚餐、生日会、婚嫁等福利；

4、设立部门及各人奖项。

（六）建立绩效考评制度。

确定考核形式、考核项目、考核办法、考核结果及考核重申等制度。

四、财务工作：

预算管理：项目预算费用控制、各部门预算费用控制。

财务核算：发票开据、现金的收支管理、费用的审核与报销、会计报表的编制、会计审核、财务核算、内部报表、销售管理、税务政策及纳税申报

五、综合部财务支出预算表

一、集体林权制度改革方面

1、按时完成集体林地家庭承包任务。继续落实林农对集体林地的承包经营权，巩固扩大家庭承包改革成果。将一些矛盾突出、纠纷较多、产权不清的村的林地按照林改政策进行确权；对联户发放的大证，要逐步细化达到一户一证，真正落实农民的集体林地承包权，尽快达到均户到户率70%以上。

2、林权管理机构逐步健全，积极设立林地纠纷仲裁庭。我市先后成立了\_\_市林权管理中心和\_\_市农村土地承包经营纠纷调解仲裁委员会林地承包仲裁办公室。随着农村林地价值的不断提高和林权制度改革的不断深化，林地承包经营纠纷越来越多，因此做好林地承包经营纠纷调解仲裁工作非常重要，计划成立林业仲裁庭。20\_\_年需解决人员、场地、人员和资金问题，使林权管理中心正常开展工作，建建设成林地纠纷仲裁庭，妥善处理林权纠纷、化解矛盾，依法对林地纠纷案件进行调查、调解、审理和仲裁。

3、集体林权流转更加规范。面对林权流转管理工作的新形势，出台《\_\_市林权流转实施细则》，加强对森林资源的流转进行规范，建成林地交易流转信息平台，进一步提高我市林权流转管理，保障广大农民、林业经营者和投资者的合法权益。

4、稳步推进林权抵押贷款工作。一是要规范和健全林权抵押登记，完善林权登记管理和服务，对林权证的内容可靠性、准确性进行确认，在林权抵押期间，未经金融部门同意，不发放林木采伐证，不办理流转手续，确保抵押权人的合法权益。二是要积极鼓励担保收储机构为林权抵押贷款进行担保收储，帮助解决林业资源的融资水平。

5、加快林下经济发展。积极扶持林下种植种药，加快纸坊、小屯等乡镇养殖基地的建设，争取上级对林下经济发展的资金支持，使林下经济产值达到1亿元。

6、积极扶持林业合作组织建设。明年计划发展5家合作社，使合作社达到35家。入社农户数2805户，带动农户增收580万元，积极争创省级示范社，推选市级林业专业合作社。

二、公益林的建设

落实好我市现有省级公益林面积1.6万亩的管护任务，加强对补偿资金的管理和使用，建议市政府尽快划定市级公益林16.1万亩，加快市级公益林建设的步伐。

三、积极推进服务型行政执法建设

在全局开展推进服务型行政执法建设活动，推进文明执法，树立林业系统良好形象。加强林业行政执法服务体系建设，提高林业行政执法效能。充分发挥行政服务中心的作用，凡与企业和群众利益密切相关的行政审批事项，都纳入了行政服务中心办理。积极推行“一个窗口受理、一站式审批、一条龙服务”运行模式，我局的所审批事项均在审批大厅一次性办理。全年不出现林业行政执法违规违纪问题，不发生因重大失误引起的行政诉讼、复议和群体性信访事件发生。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找