# 最新公司月工作计划表(7篇)

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2024-06-24

*公司月工作计划公司月工作计划一20xx年新一年新气象，是充满激情的一年，努力总结去年工作中的不足，巩固好团队今年的管理工作，强有力的提高团队的凝聚力、向心力及执行力，促进团队成员之间的感情，用饱满的青春士气，把今年的业绩做的提升，通过进一步...*

**公司月工作计划公司月工作计划一**

20xx年新一年新气象，是充满激情的一年，努力总结去年工作中的不足，巩固好团队今年的管理工作，强有力的提高团队的凝聚力、向心力及执行力，促进团队成员之间的感情，用饱满的青春士气，把今年的业绩做的提升，通过进一步优化管理计划、精神文化建设和营销方案，深入推进天琪团队建设，坚定信心、众志一心、扎实完善今年的各项工作。做好今年的工作意义重大。

去年，我们团队业绩量做的离目标太远，营销计划的实施中遇到不少的问题。团队在营销宣传当中，无法拿到相应的礼品实物及模拟品，不能更好的做好宣传计划；银行网点维护方面，因银行业的竞争，对证券公司的客户经理，要求过高，对于信用及、基金及存款方面月度任务较重。导致我们的客户经理都在为维护好网点宣传方面进度迟缓，虽然是团队配合个人完善银行网点维护，可是对于存款难度还是较大；对于银行网点开发我们处于劣势，不能够在为银行提供存款和更好双赢“营销方案”达成双方的合作目的。没有一个很好的渠道开发，营销计划的开展难度就增加了。

团队管理进入了成长阶段，一些深层次的问题可能还会凸显出来，构建完善的团队管理计划尤为重要，综合计划改革今年进入实质性实施阶段，通过对于团队成员间的凝聚力，向心力，执行力及对工作的热情等现状存在的一些问题，作出新的优化计划，及时解决其问题，完善团队管理。

新的成员是团队的新鲜血液，是补充团队发展的重要部分，没有新成员的增加，大家庭的组成也是不可能的，公司对于招聘方面做出好的优化方案，以团队招聘细化。一并实施，善营销目标。

充分的认识形势问题和任务的目标，完善20xx年，团队新景象，新变化完善完成各项任务，好以下6个方面的工作。

1、日常管理：

①分组管理制度：工作中，将团队分成3个小组，通过把人数落实到分组，由小组长进行管理，提高其团队发展。并通过与小组长沟通，更深入的了解到团队每个成员工作上、生活上的情况，工作上进行良性竞争。

②日常一对一管理：工作中，多与团队成员沟通，了解趋于成员的展业情况及宣传中遇到的问题，及时指导，给予他们鼓励和支持。

③工作效率制度：工作中，要销售人员，熟悉自己的岗位职责：

1、千方百计完成区域销售任务；

2、努力完成销售中的各项要求；

3、负责严格执行客户开户手续流程；

4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报；

5、严格遵守公司各项规章制度；

6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；

7、完成领导交办的其它工作。

建立团队高效率的工作精神，团队以每个月15日之前完成当月工作情况，通过高效率模式对新员工进行影响，便于后期团队管理。

2、会议管理

团队会议是团队发展的重要环节，会议是现代管理的一种重要手段，销售人员对公司的指示精神理解不够，销售心态就不稳定，就不会严格按照终端思路开拓客户，工作效率就大大折扣。

①工作内容：通过会议中回顾和总结昨天的工作，进行业绩分析，认识到其不足，对其批评，共同交流，找到好的方法和途径，解决市场遗留问题，恢复市场肌体，提高工作效率。（内容：新增资产，开户数，客户疑问）

②会议精神：一天之际在于晨，周一是当周的关键日子，通过周一开会对上周工作不足进行批评指正，指正的方式决定了其主要意义，营销主要的成功方法，无异于精神支持和鼓励，使人有更高的上进心。周一对大家工作进行鼓励，调动起积极性，致使工作顺利完成。

③会议文化：会议中增加才艺展示，把个人优秀的一面展现出来，彰显其自信和人格魅力，鼓舞其团队士气，增强其团队向心力和凝聚力。

①网站招聘：通过助理在智联网招聘，招募优秀成员。

②人才市场招聘：结合人才大市场，进行招聘。

③校企合作：这个是创新招聘的一中新方式，目前还没有成功，通过与学校领导进行沟通，开办期毕业生校企合作，在毕业生毕业前进行培训，了解其优秀成员，招募到公司（在与深圳职业技术学院进行中）

**公司月工作计划公司月工作计划二**

1，设备设施安全管理工作必须坚持“安全第一,预防为主”的方针;必须坚持设备维修保养过程的系统管理方式;必须坚持不断更新改造;提新安全技术水平，能及时有效地消除设备运行过程中的不安全因素，确保重大事故零发生。

2，明确安全操作责任，形成完善的安全维修管理制度。

3、严格执行操作安全规程，实现安全管理规范化、制度化。

4，加强外来装饰公司安全监管，严格装饰单位安全准入条件。

1、加强维修部的服务意识。目前在服务上，工程部需进一步提高服务水平，特别是在方式和质量上，更需进一步提高。本部门将定期的开展服务对象、文明礼貌、多能技术的培训，提高部门人员的服务质量和服务效率。

2、完善制度，明确责任，保障部门良性运作。为发挥工程部作为物业和业主之间发展的良好沟心的纽带作用，针对服务的形态，完善和改进工作制度，从而更适合目前工作的开展;从设备管理和人员安排制度，真正实现工作有章可循，制度规范工作。通过落实制度，明确责任，保证了部门工作的良性开展。

3、加强设备的监管、加强成本意识。工程部负责所有住宅区的设施设备的维护管理，直接关系物业成本的控制。熟悉设备运行、性能，保证设备的正常运行，按照规范操作时实监管的重力区，工程部将按照相关工作的需要进行落实，做到有设备，有维护，出成效;并将设施设备维护侧重点规划到具体个人。

4、开展培训，强化学习，提高技能水平。就目前工程部服务的范围，还比较有限，特别是局限于自身知识的结构，为进一步提高工作技能，适当开展理论学习，取长补短，提高整体队伍的服务水平。

5、针对设施设备维护保养的特点，拟定相应的维护保养计划，将工作流程分细化。

**公司月工作计划公司月工作计划三**

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右,但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20xx年度的产品线,公司20xx年度销售目标完全有可能实现.20xx年中国空调品牌约有400个，到20xx年下降到140个左右,年均淘汰率32%.到20xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。20xx年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在xx市场则呈现出急速增长的趋势。但xx市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

根据以上情况在20xx年度计划主抓六项工作:

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年至20xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置

根据公司的\*\*年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在\*\*年04月—8月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

6、团队建设、团队管理、团队培训

第一阶段：8月1日—8月30日a、有的促销员进行重点排查，进行量化考核。清除部分能力底下的人员，重点保留在40人左右，进行重点培养。b、制定相关的团队管理制度及权责分明明晰和工作范围明晰，完善促销员的.工作报表。c、完成格兰仕空调系统培训资料。

第二阶段 9月1号-20xx年2月1日 第二阶段主要是对主力团队进行系统的强化培训，配合公司的品牌及产品的推广活动及策划系列品牌及产品宣传活动，并协作业务部门进行网点扩张，积极进行终端布置建设，并保持与原有终端的有效沟通，维护好终端关系。

① 培训系统安排进行分级和集中培训

业务人员→促销员

培训讲师＜ 促销员

② 利用周例会对全体促销员进行集中培训

9月1日-10月1日：进行四节的企业文化培训和行业知识的培训

10月1日-10月31日：进行四节的专业知识培训

11月1日-11月30日：进行四节的促销技巧培训

12月1日-12月31日：进行四节的心态引导、培训及平常随时进行心态建设。

20xx年1月1日-1月31日：进行四节的促销活动及终端布置培训

20xx年2月1日-2月29日：进行全体成员现场模拟销售培训及现场测试。并在每月末进行量化考核，进行销量跟进。

第三阶段：20xx年2月1日-2月29日

① 用一周的时间根据网点数量的需求进行招聘促销员工作，利用10天的时间对新入职促销进行系统培训、考核、筛选。对合格人员进行卖场安排试用一周后对所人的促销再次进行考核，最后确定定岗定人，保证在3月1日之前所有的终端岗位有人。

② 所有工作都建立在基础工作之上

第四阶段：20xx年3月1日-7月31日

第四阶段全面启动整个xx市场，主抓销售所有工作重心都向提高销售倾斜。

第一：跟随进货源，保证货源充足，比例协调，达到库存最优化，习题尽量避免断货或缺货现象。

第二：招聘培训临时促销员，以备做活动，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

第三：严格执行公司的销售策略及促销活动，并策划执行销售促进活动，拉动市场，提升销量。

第四：跟进促销赠品及赠品的合理化分配。

第五：进行布点建设，提升品牌形象。随访辅导，执行督导。

第六：每月进行量化考核

第七：对每月的任务进行分解，并严格按照wbs法对工作任务进行分解做到环环相扣，权责分明，责任到人，工作细节分到不能再细分为止。

第八：利用团队管理四大手段：即周工作例会；随访辅导；述职谈话；报表管理。严格控制团队，保持团队的稳定性。

第九：时时进行市场调研、市场动态分析及信息反馈做好企业与市场的传递员。全力打造一个快速反应的机制。

第十：协调好代理商及经销商等各环节的关系。根据技术与人员支持，全力以赴完成终端任务。

以上是20xx年度的工作计划，如有考虑不周之处，请领导多多指导！！

**公司月工作计划公司月工作计划四**

1、招贤纳才，网罗公司发展专业人才。根据企业发展战略，适时调整用人政策，招聘专业人才，充实公司的技术力量，满足我公司长期人才需求。

2、立足岗位，加强培养。在做好引进人才的同时，根据我公司目前发展现状，注重企业现有人才培养，调配和有效利用现有人才资源，挖掘现有人才的聪明才智，扩展其才能，提升其进一步为企业发挥智力的积极性。鼓励立足本职潜心学习，主动帮助其解决有关实际问题;对现有人才中具有一定实践经验、有培养前途的，创造条件进行专门的理论培训，进一步拓宽知识面，尽早培养为企业自己的高级专业人才。

3、建立人才激励机制，使人能尽其才。在人才的使用上，逐步建立一整套“事业留人，感情留人，政策留人”的用人奖惩机制。鼓励员工发挥、创造，让员工参与到企业管理中去，充分发挥员工的聪明才智，调动积极性，实行自我管理;敞开渠道，鼓励员工为公司的发展献计献策，按贡献大小给予不同的奖励。使每个员工产生一种归属感和成就感，充分发挥才能，做到公司与员工在利益上的双赢。

4、鼓励学习，不断提高。

1、继续提高宣传力度，树立典型客户;

2、加大对优良客户的授权授信额度;

3、扩大在本行业、本地区的知名度和影响力，加大宣。

1、落实制度，强化问责机制，全方位化解信贷风险;

2、加强制度执行管理和员工管理，加强对制度执行情;

3、强化贷款投放和风险管理;

4、鼓励学习，不断提高。 随着公司各种管理法规的不断完善，逐步建立奖励制度，鼓励员工积极学习，考取适合公司发展的各种执业资格，为赢得市场做好人才储备。

1、继续提高宣传力度，树立典型客户。重点支持经济效益好、保全措施到位的企业及个人，在其产权明晰，手续齐全的前提下，集中信贷资金，为其提供各类信贷服务。

2、加大对优良客户的授权授信额度。在信用良好，资产状况良好的基础上，根据客户行业、性质及资产的实际情况，对客户授信额度进行合理的调整，优化审批环节，提高工作效率及服务质量。

3、扩大在本行业、本地区的知名度和影响力，加大宣传力度，积极主动地利用各种合适的媒介和载体扩大市场占领份额。

1、落实制度，强化问责机制，全方位化解信贷风险，加大贷款三查力度，明确清收责任，严禁向高风险企业和个人投放贷款，杜绝重放轻收的思想观念，加大贷后检查力度，及时发现贷款风险扩大趋势，杜绝新增不良贷款。严格考核，将贷款资产质量与信贷人员绩效收入直接挂钩。

2、加强制度执行管理和员工管理，加强对制度执行情况的检查和督办。

3、强化贷款投放和风险管理。因地制宜，确定支持产业和投放重点。深入研究各信贷项目中的风险点，有效防范风险。

4、提高服务质量，把握好重要数据、重点问题、重点环节和重点区域的分析和监控，有针对性的提出解决办法，为信贷工作提供参考。

5、强化信贷业务培训。以客户经理为首，带领区域内信贷人员对贷款客户共同调查、分析，使信贷人员在实际工作中不断充实自己的业务知识水平。实行信贷人员月例会制度。加强对信贷人员业务素质的培训，不断强化合规经营和尽职意识，分析典型案例，学习同行业先进经验，找出差距，纠正不足。定期对信贷人员进行专业培训，提高信贷人员分析问题和解决问题的能力。

由于国家政策调控的影响，预计明年内信贷资金市场将面临更大压力，对信贷运营势必带来影响。因此，需精心组织，在确保运营资金能够在合法合规的前提下，拓展融资渠道，充分认识同业强劲的发展势头和市场竞争异常激烈的严峻形势，仔细分析资金市场走势，及早谋划，制定符合市场导向的信贷工作指引，及早准备信贷工作方案和计划，树立“任务有压力，完成有信心”正确工作理念，确保信贷工作稳步、健康、有序开展。

1、仔细研究国家宏观调控政策，积极营销具有实体经济平稳健康运行与自身可持续发展的优质客户。保持信贷总额的合理增长与均衡投放，注重通过提高贷款周转速度和运作质量来满足客户融资需求。加快非信贷融资产品的创新发展，积极为实体经济发展提供多渠道融资支持。

2、积极推进经营结构战略性调整，加快发展方式转变。主动适应经济金融形势变化，以加快发展方式转变为主线，对信贷项目担保方式深入研究，逐步提高抵质押担保比例，持续提升业务的竞争发展能力和盈利水平，不断增强发展的全面性、协调性和持续性。 最后，在\*年的工作中，要充分利用我公司具有的优势，既要看到公司发展中有利的一面，同时还有清晰的危机感，以及高度的使命感、责任感一如既往的为客户和社会提供满意的产品和服务，将产值做大，将公司做强，创造新的业绩，展示新的风采。

**公司月工作计划公司月工作计划五**

20xx年采购管理部在集团公司的正确领导下，围绕各项工作指导思想和工作主题，以降低采购成本，确保采购质量，提高采购效益为中心，真抓实干，拓展思路，求实创新。严格按照集团公司一体化管理制度，有序规范物资公司的采购进行管控，较好地完成了年初各项工作目标。

（1）合格分包商、erp系统正在逐步完善和优化。

（2）汽车配件以及油气等主要材料采购指导价格信息基本采取完成，正在策划发布方式。

（4）集团公司在物资材料采购以及招标逐步完善和规范，过程管控得到了加强，对超规模的采购项目招标严格管控，全程监管。

（5）erp项目物资管理模块经过多年的磨合，已经逐渐趋于完善，大大的改善工作效率以及物资盘库的准确性。

2.年度主题工作推进情况

20xx年是集团公司管理提升深化年，也是集团物资采购管理工作全面规划发展的第一年， 物资供应公司自成立后，迅速完成了部门组织架构的建立，规范部门岗位职责。一是高度重视管理提升活动工作开展，对采购管理提升工作进行了安排部署，岗位职责到位，责任到人。一季度以集团一体化管理体系文件为指导、完成了部门岗位职责和工作流程设计，配合其他部门理顺了采购管理职能划分，工作交接，积极与各分库，修理厂实现义务对接和职能界面划分。二是以集团现有制度体系为基础。二季度设计完善了集团采购管理业务流程、报表9份，细化采购管理涉及的物资，并建立“制度明确、流程清晰、审核到位、责任到人”的采购管理工作机制。三是建立完善合格供应商、供应商资源库和主要材料价格信息采集。查找自身管理上的不足，发现管理缺陷，督促跟踪整改落实情况。将集团的采购管理工作对外实行公开招标，先后组织了多次调研，分赴各同行企业，从“规范管理、集中采购、统一结算”层面进行纵、横向分析，对比相关企业在采购管理过程中的优劣势，学习同行企业的先进管理经验。把风险预防作为管控重点，结合实际，深入推进物资材料采购和材料招标工作，强化项目采购招标管控，对物资材料采购、物资材料招标规范流程，严格管理，全年对所有供应商招标文件认真组织评审、全程参与开标，有效防范风险，采购成本有了一定下降，招标效益明显。为实现财务业务管理一体化，将标准化管理在erp系统中固化，完成物料数据、供应商数据、客商数据收集、整理及系统录入，从上十万的物料数据中，通过制定物料分类、规格型号、描述及特征的编写规范，确保了系统数据的规范化和标准化，首次将采购规划和战略寻源工作固化于erp系统中，有利于项目材料采购统筹安排，合理采购。

集团采购管理提升工作尽管取得了一定成绩，但与集团公司的要求还存在很大差距。一是随着集团战略发展，采购管理工作的重要性凸显，集团公司已引起高度重视，部分物资在采购管理方面还存在一些漏洞，造成企业效益流失。部分采购管理制度不够健全，监管不全面，采购过程不规范，采购管理制度、规定没有得到有效执行与落实，成为摆设。随着erp系统的不断完善，集团公司的采购管理制度将逐渐完善，同时由于集团公司不断强大与发展，部分公司员工水平和专业知识相对低下，培训不到位。

3.工作亮点

物资材料招标管理有序开展，逐步规范，物资材料采购、物资材料招标全程参与，严格管控。截至11月底物资材料招标环节基本完成。

集团公司erp系统不断完善，通过对全集团采购管理业务现状调研、梳理，引进行业标杆企业的先进管理理念，创新提出“采购规划审核”、“价格信息维护”、“采购计划红线控量”等管理思路并在蓝图设计中实现，通过系统来解决 “集中采购难实现”、“价格管控不及时”、“数量经常超标” 等现实中的老大难问题。

集中采购平台的建立作为年度重点工作全面推进，物资材料的采购与合作双方建立了定期沟通协调机制，战略集采平台有效推进，运行良好，采购成本明显降低。

4.存在的主要问题与不足

一是部门及高新区分库、小蚌埠分库、小黄山分库、新二中分库、张公湖分库、珍珠小区分库管理人员专业知识欠缺，应加强学习和培训，按照集团三个“一批”人才培养举措，打造一致高效务实的采购管理团队。二是思维方式陈旧，管理理念滞后。必须改变观念，创新管理，培养应变能力，不断完善自我。三是团队工作激情和合力不强。注重团队培养，加强团队建设。

20xx年采购管理部将围绕集团公司工作主题和指导思想，更新观念，改变思维方式，创新管理手段，认真履行好服务、指导和管控职责。

1.全力打造集团公司供应链管理体系，培育项目低成本核心竞争力。行业内外环境的变化促使施工企业需要从供应链管理角度提升自己的核心竞争能力，根据集团战略规划，借助外部专业团队从供应链战略、组织管控、制度流程、绩效管理、能力建设、信息技术等层面进行研究，在一季度构建集团公司未来完整的供应链管理体系，二季度开始对体系进行宣贯、执行。

2.全面推进erp系统的完善和应用，助推集团一体化管理制度有效落地。在erp项目试点单位成功上线的基础上，分析得失，完善差异，总结经验，促使采购管理业务在系统完成，实现业务财务一体化。

3.继续搭建主要材料集中采购平台，挖掘采购规模效益。在20xx年对物资材料的市场调研和同行标杆企业集中采购调研、分析、比较的基础上，进一步完善采购不断完善和优化集中采购体系是20xx年集团采购管理工作突破的重点。

4.进一步完善（供应商）管理，做好对合格（供应商）的开发和维护。

**公司月工作计划公司月工作计划六**

目标导向是营销工作的关键。在新季度营销工作规划中，首先要做的就是营销目标的拟订，包括总体的销售目标、销售团队的建设、电话约访的数量、新客户开发数量、老客户维护流程、新员工培训纲要、员工工作状态、贵金属技术知识每日学习等，都要进行有效的规划，这样在我们日后的工作当中才会做到有章可循，有理可依，做到高效、高率。

首先要明确我们的工作目的，作为电话销售，我们的每天的工作目标就是一个，约访客户，对于每天打多少个电话，打这些电话当中能有多少对贵金属投资感兴趣的人，有多少人能约访来公司或者参见讲解会，我们要在这些问题当中明确自己的目标。

作为销售二部主管来说，主要的责任在于团队的建设，建立一支熟悉业务，相对稳定的电话营销团队，因为人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于一个好的销售人员，建立一支具有团队凝聚力，有合作精神的队伍。

1人员在部门建设当中，要不断壮大成员人数，比如可以队内转介绍，并制定奖励政策。以及在壮大队伍的过程中，积极配合行政人员做好新员工的培训工作。

2意向客户在对于我们手中积累的一些客户，我们要学会做好客户的分类工作，分为：a类客户和b类客户。a类客户属于非常有意想的，有投资意愿的可以分a类客户。b类客户属于对于贵金属投资不了解，但是在日后跟进的过程当中不是很排斥可以分为b类。我们要不断积累b类客户，把手中的b类客户转换成a类客户。

3建立完善的考核制度完善销售管理制度的目的是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。

1）工作态度考核

\*工作的执行力以及完成度。

\*与其他各部门员工的沟通，协作力。每月互动，以小纸条形式来写出同事的优点，票高者小奖励以资鼓励。

\*培训课程的学习力以及掌握能力。

2）业绩考核有效电话量，邮件数，意向客户数，约访数量

1完善的电话营销流程，一套完整的营销流程是对销售很有帮助的。电话营销部门，团队内要同意电话话术，要做到客户的每一个问题，有问必答，做到熟练应用，在统一的话术当中加入自己各自的话术特点，做到游刃有余。更快的提高整体的工作效率。

2制定员工月度考核机制，制定考核机制的目的是激发员工的潜能，让大家在规定的任务中完成任务，做到高效，高率。考核制度为月末淘汰制，员工奖励制，对于三个月连续销售业绩末尾者淘汰。对于连续三月销售业绩前三名者，提升为组长，带领团队，有资金奖励。

**公司月工作计划公司月工作计划七**

某家政公司主要经营：家教服务和家政服务。在家政人员与需要家政服务的人群搭桥的一种服务形式。家教服务主要包括家教信息的查询及信息的注册等等。家政服务像家庭保洁、家庭保姆、月嫂、陪护老人、照看幼儿、洗衣做饭、计时服务、上门服务清洗饮水机、抽油烟机、疏通下水道等。

公司自成立以来已经有4个年头了。我们公司本着\"先做人再做事，做好人做好事\"的理念创新经营科学快速的发展壮大。在济南市目前已经与近20几家学校（）个单位有了良好的合作关系并取得了良好的声誉。公司将加强管理创出名牌，为广大消费者得到满意的服务，为构建和谐社会贡献绵薄之力。

目标顾客描述：

通过调查和了解，走访了部分各阶层的需求人群，了解到了由于时代发展的速度较快，在现实的社会中人们的生活水平，物质水平提高了，生活质量较以前有了巨大的变化。人们正朝着快捷、便利、具有个性化、理性化上发展，很多人由于忙于事业对于家庭中的家务、老人和孩子（特别是孩子的学习和成长）无暇照顾，给家庭带来很多麻烦和困难。为这些人群提供家政公司服务，解决他们的实际生活中和困难，正是我们的目标市场和顾客。

市场容量或本企业预计市场占有率：

通过调查和了解，从中可以发现家政服务业正在趋于成熟，也被人们认可。希望由繁琐家务中解放自己的人群越来越多。因此，家政公司服务在市场的占有率也相应有了一定规模，她的潜在市场会有一定发展。家政服务是近几年产生的并逐步发展的新的服务业，某家政公司的开通，为家政公司服务搭建桥梁和社会服务平台，使家政公司服务具有良好的空间，其市场潜在容量与市场发展趋势将会是越来越好。

竞争对手的主要优势：干得早，已形成固定的客户群； .服务标准与模式也以形成； 管理经验与流程较清晰； 资金相对可有一定的积累。本企业相对竞争对手的主要劣势：.起步晚，需求人群还需要一定的适应期； .从业经验少，还需不断的积累经验； 经营理念还需加强。

1 市场调查：主要是对家政公司的暗访调查。了解他们的经营状况和赢利能力，以及他们业务的主要来源。

2销售渠道：网络与外跑相结合。

一边在外面跑学校，家政公司，一边在网站发布供应信息。

3 销售目标：

（1） 短期目标（2个月）： 短期目标以跑量为主，收集信息。在初期抓住主要真实客户，开发新客户三千左右，合作的大型家政公司3家，一般的家政公司12家。

（2） 中期目标（4个月）： 在建立良好关系的基础上，继续开发新客户，并在新客户中选中更优秀客户，加强维护。开发以介绍新客户并进。开发新客户三千左右。大型家政公司10家，一般的家政公司25家。

由于现对此行业的认知尚潜，所以能够设立的目标模糊且有限。就像小平同志曾经说过地，\"摸着石头过河\",在实践中做出总结。

以上销售计划，在日后会随着产品特点的了解、对手情况收集、专业度的提高、关系网的加强而进行改进。

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