# 推荐年度防溺水警示语(7篇)

来源：网络 作者：沉香触手 更新时间：2024-09-12

*推荐年度防溺水警示语一1.构建工作室运行机制，健全制度，明确职责，初具活动形态。2.工作室成员制定三年专业成长计划，并按计划开展实践研究。3.完成“小学生班级日常生活与学生发展”现状调查与问题诊断研究，认识学生班级日常生活与学生发展的关系，...*

**推荐年度防溺水警示语一**

1.构建工作室运行机制，健全制度，明确职责，初具活动形态。

2.工作室成员制定三年专业成长计划，并按计划开展实践研究。

3.完成“小学生班级日常生活与学生发展”现状调查与问题诊断研究，认识学生班级日常生活与学生发展的关系，形成调查报告，并基于调研启动专题研究。

（一）专题学习

1.工作室成员自主学习推荐书目：专著《“新基础教育”学生发展与教育指导纲要》《教育常识》、杂志《人民教育》《班主任》《班主任之友》《中小学德育》《辅导员》等，不断提升教育敏感和理论素养。

2.工作室成员每月通过博客推荐阅读一篇文章，其他成员选择性阅读。

3.工作室定期组织阅读分享活动。

（二）专题调研

1.完成市区样本学校问卷调研信息输入、分析研讨并形成调研报告。

2.完成工作室成员学校问卷调研信息输入,初步清晰工作室成员所在学校班级日常生活的问题诊断和后续研究方向。

3.问卷调研情况汇总并进行比照分析，调研报告递交相关教育行政部门及科研单位，为后续研究巩固行政支持和专业指导互惠平台。

4.随着专题研讨的推进，完成成员所在学校、所在班级日常生活与学生发展状态的第一次实地观察、学生访谈等专题调研。

（三）专题研讨

1.各工作室成员根据已有实践研究基础在班级文化生活、组织生活、主题活动、班级与班级（年级）交往、班级生活与学校活动整合、班级与自然界交互作用、班级与社区（社会）交互作用等与班级生活相关的领域中选定研究主题，形成研究计划，开展研究活动。

2.根据工作室成员研究意向，组建小课题组开展合作研讨，资源共享，协作共进。

3.工作室层面本年度研究将以班级活动的现场研讨为抓手，做好前移性策划和后续性反思重建，初步形成基于学生发展的班级主题活动选题设计和评价参照。

（四）工作室建设

1.建立健全工作室各项管理制度，并按制度要求开展活动。

2.工作室成员制定个人三年专业成长计划，并按计划开展实践研究。

3.按要求建好博客群，完成相关过程资料积累。

4.做好工作室活动宣传报道工作。

5.加强工作室与相关科研人员、其他德育工作室的沟通，开展合作研讨活动。

一月：1.与教育局、工作室成员签订协议书。

2.制定年度工作计划。

3.撰写市区样本学校调研报告。

二月：1.各工作室成员制定个人三年专业成长计划。

2.各工作室成员完成所在学校调研报告。

三月：1.个人三年专业成长计划、学校调研报告交流。

2.讨论个人年度研究意向，组建合作研讨小组。

3.专题研讨活动：班级文化生活与学生发展（一）。

四月：1.阅读分享。

2.专题研讨活动：加强班级生活与自然世界的交互作用（一）。

五月：1.外出学习活动。

2.专题研讨活动：班级文化生活与学生发展（二）。

六月：1.阅读分享。

2.专题研讨活动：加强班级生活与自然世界的交互作用（二）。

七-八月：1.暑假读书活动。

2.完成学期专题小结。

九月：1.专题小结交流。

2.专题研讨活动：班级组织生活与学生发展——岗位建设（一）。

十月：1.阅读分享。

2.专题研讨活动：加强班级生活与自然世界的交互作用（三）。

十一月：1.外出学习活动。

2.专题研讨活动：班级组织生活与学生发展——岗位建设（二）。

十二月：1.阅读分享。

2.专题研讨活动：加强班级生活与自然世界的交互作用（四）。

3.工作室以及成员年度工作总结。

**推荐年度防溺水警示语二**

在认真审视公司经营的优势和劣势、强项和弱项(swot)的基础上，公司发展战略中心对当前行业的竞争形势和趋势作出基本研判，将20xx年的经营方针确定为：

(一)核心经营目标

20xx年，公司的核心经营目标是：

年度销售实现营业额8亿，冲刺目标12亿，增长率20%，保底销售收入8亿，年度税后利润14000万元，增长率43.8%，税后利润率35.8%，资产回年率8%，保底利润13000万元。

在核心经营目标中，利润是能够反映公司经营质量的唯一指标，也是评价和考核经营团队的核心之核。

(二)销售目标细分

销售目标细分表(计算单位：万元/人民币)

上述销售目标的分解，按《20xx年度销售目标分解表》执行(附件)。

(一)市场策略

要实现销售收入的大幅度增长，扩大市场覆盖面、扩大实质客户群，进而大幅提升订单量，是必然选择。因此，公司将20xx年确定为市场拓展年，投入资金开拓市场和专卖店，发展客户争取订单，对此应将采取措施：

(略)

(二)产品策略

市场策略需要产品策略和价格策略的强力支撑和支持。

20xx年公司的整体产品策略是亲民路线，即：在确保品质的基础上，在设计开发、选材和价格上，始终围绕客户需求，以客户需求为出发点和归属点，以适销对路为原则，降低单产品利润，提升总体销量，实现利润总量最大化。为此，应采取下列措施：

1.省代销售应调整主打产品，从专业产品向精致单产品过渡，以做精致单产品\*\*\*\*\*\*为主。

2.加盟市场的产品策略按产品系列推进：

1)针对直营产品，应加强开发、推陈出新、完善细节，为满足二、三级市场，适度扩充整体系列产品。

2)针对产品，推行整合资源、全新导入、量力扩展、同步推进的策略，以行业中等价位推广产品。

3.生产部应根据上述策略和业务实际需求，制订产品的开发、采购和品质保证的相应计划，采取必要的行政措施，确保产品开发结构和生产结构的调整到位。

(三)品牌与招商策略

品牌是产品营销的催化剂和拉动力。

经过近十八年的经营，\*\*服装已经成为行业的优势品牌，具有较强的号召力;在市场上和消费群中具有良好的美誉度。因此，20xx年，公司必须集合品牌资源，区分目标客户群，综合运用省代、专卖店、直销、展会、网络等通路，集中力量向国内市场推广\*\*、\*\*\*服装品牌。为此，相应措施如下：

1.\*\*省代销售部应以\*\*服装为主打品牌，以展会、网络等通路为手段，以省代和经销商为目标大力开展招商活动。

2.\*\*\*销售部应在国内市场主推\*\*\*服装品牌，采用以商招商、广告招商、专员招商、展会招商等手段，面向直营和意向客户展开强力招商活动。

(一)生产资源保障

(二)人力资源保障

(三)综合管理保障

(四)财务资源保障

(五)组织管理保障

1.由董事长(总经理)负责，与经营团队签定《目标经营责任书》，明确各责任部门的目标、责任和相应的权利。

2.由各责任部门副总(经理)负责，20xx年2月15日前，对各项目标进行层层分解，并与各级主管签定《目标管理责任书》，逐级明确目标、责任、奖惩等。各级主管的《目标管理责任书》统一汇集于人力资源部，实施归口管理。

3.由财务经理负责，20xx年2月15日前，出台《财务预算和成本责任控制办法》，明确各类责任人的成本控制项目、目标、责任和奖惩事项，并每月组织检讨和通报等工作。

4.由副总经理负责，20xx年2月15日前，以董事长(总经理)为授权方，与各责任部门副总(经理)签定《安全生产责任书》，明确年度安全生产特别是工伤预防的目标和责任等，确保年度重大事故控制为零。

5.由营销经理负责，组织每月/季 经营目标达成检讨会，总结成果，检讨差距，研拟对策，跟进结果。

公司高层清醒地认识到：20xx年的经营目标，是在全面权衡和全面分析的基础上制定的，是一个充满机遇和机会的计划，也是一个具有挑战和风险的计划;要将这一理想变为现实，需要全体员工的共同努力。

(略)

总之，公司希望并要求：所有\*\*从业人员，必须以全新的观念、全新的面貌、全新的行动，投身打造高效\*\*，实现业绩翻番的伟大征程中，为公司的跳跃发展作出更大的贡献!

下列文件是本计划书的相关文件或附件：

人力资源：

1、 组织结构;

2、 岗位职责;

3、 人力配置：

总经办：

4、 存档文件：

①20xx年财务预算计划：财务部

②20xx年度人工成本预算计划：财务部

③年度税后利润分配计划：人力资源部、财务部

④20xx年目标经营责任书(经营团队)：营销中心

⑤20xx年度销售目标分解表：销售部

⑥20xx年度绩效考核管理办法：销售部、财务部、人力资源部

5、20xx年行动计划一览表(初稿)：企业策划部(附件)

公司年度销售计划书基本目标

本公司年度销售目标如下：

(一)销售额目标：

(1)部门全体：元以上;

(2)每一员工/每月：元以上;

(3)每一营业部人员/每月：元以上。

(二)利益目标(含税)：元以上。

(三)新产品的销售目标：元以上。

基本方针

(一)本公司的业务机构，必须一直到所有人员都能精通其业务、人心安定、能有危机意识、有效地活动时，业务机构才不再做任何变革。

(二)贯彻少数精锐主义，不论精神或体力都须全力投入工作，使工作朝高效率、高收益、高分配(高薪资)的方向发展。

(三)为加强机能的敏捷、迅速化，本公司将大幅委让权限，使人员得以果断速决，实现上述目标。

(四)为达到责任目的及确立责任体制，本公司将贯彻重赏重罚政策。

(五)为使规定及规则完备，本公司将加强各种业务管理。

(六)股份有限公司与本公司在交易上订有书面协定，彼此遵守责任与义务。基于此立场，本公司应致力达成预算目标。

(七)为促进零售店的销售，应设立销售方式体制，将原有购买者的市场转移为销售者的市场，使本公司能握有主导代理店、零售店的权利。

(八)将出击目标放在零售店上，并致力培训、指导其促销方式，借此进一步刺激需求的增大。

(九)策略的目标包括全国有名的家店，以经销方式体制来推动其进行。

业务机构计划

(一)内部机构

1.服务中心将升格为营业处，借以促进销售活动。

2.于营业处的管辖内设立新的出差处(或服务中心)。

3.解散食品部门，其所属人员则转配到营业处，致力于推展销售活动。

4.以上各新体制下的业务机构暂时维持现状，不做变革，借此确立各自的责任体制。

5.在业务的处理方面若有不备之处，再酌情进行改善。

(二)外部机构

交易机构及制度将维持经由本公司代理店零售商的原有销售方式。

**推荐年度防溺水警示语三**

一、招聘的目的

为满足企业发展对人才的需求，为解决企业规模不断扩大对人才的迫切需求，与人力资源市场中的优秀人才供给不足的供需矛盾，以20\_\_年度企业经营计划为依据，结合公司的实际情况，为公司提供人力资源的支持。

二、招聘的原则

公司人才甄选以岗适其人、人适其岗、人岗匹配为宗旨;甄选过程以公平、公正、公开为原则;甄选内容从品德、知识结构、思维逻辑、专业技能、经验、综合素能等方面进行全面审核，以确保为公司推荐合适的人才。

三、招聘需求

各部门计划招聘人数图

四、招聘策略

拓宽渠道，多方纳才：内部重视员工潜在价值培养与挖掘，实施人才举荐与竞聘;外部进行同行业或跨行业同职等人才

**推荐年度防溺水警示语四**

转眼间又要进入新的一年——xx年了，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。出来工作已过4个年头，家庭、生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，我订立了xx年度公司销售工作计划书，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达8万元以上(每件4万元)。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

2、在第二季度的时候，以商标、专利业务为主。通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。以至于达到4.8万元以

上代理费(每月不低于1.2万元代理费)。在大力开拓市场的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，还有带来的无限商机,给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高，对规模较大的企业符合了《中国驰名商标》或者《广东省著名商标》条件的客户，做一次有针对性的开发，有意向合作的客户可以安排业务经理见面洽谈，争取签订一件《广东省著名商标》，承办费用达7.5万元以上。做驰名商标与著名商标业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等交办业务的进展情况。

4、第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源，找出有漏洞的地方，有针对性的做可行性建议，力争为客户公司的知识产权保护做到最全面，代理费用每月至少达1万元以上。

二、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我

的学习方向来补充新的能量。专业知识、综合能力、都是我要掌握的内容。

知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给与我支持。

三、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

以上，是我对xx年工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望xx年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求的客户，争取的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接xx年新的挑战。

**推荐年度防溺水警示语五**

一、加强业管工作，构建优质、规范的承保服务体系。承保是保险公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是保险公司生存的基础保障。因此，在20xx年度里，公司将狠抓业管工作，提高风险管控能力。

1、对承保业务及时地进行审核，利用风险管理技术及定价体系来控制承保风险，决定承保费率，确保承保质量。对超越公司权限拟承保的业务进行初审并签署意见后上报审批，确保此类业务的严格承保。保险销售工作计划由精品学习网提供!

2、加强信息技术部门的管理，完善各类险种业务的处理平台，通过建设、使用电子化承保业务处理系统，建立完善的承保基础数据库，并缮制相关报表和承保分析。同时做好市场调研，并定期编制中、长期业务计划。

3、建立健全重大标的业务和特殊风险业务的风险评估制度，确保风险的合理控制，同时根据业务的风险情况，执行有关分保或再保险管理规定，确保合理分散承保风险。

4、强化承保、核保规范，严格执行条款、费率体系，熟练掌握新核心业务系统的操作，对中支所属的承保、核保人员进行全面、系统的培训，以提高他们的综合业务技能和素质，为公司业务发展提供良好的保障。

二、提高客户服务工作质量，建设一流的客户服务平台。随着保险市场竞争主体的不断增加，各家保险公司都加大了对市场业务竞争的力度，而保险公司所经营的不是有形产品，而是一种规避风险或风险投资的服务，因此，建设一个优质服务的客服平台显得极为重要，当服务已经成为核心内容纳入保险企业的价值观，成为核心竞争时，客服工作就成为一种具有独特理念的一种服务文化。

经过20xx年的努力，我司已在市场占有了一定的份额，同时也拥有了较大的客户群体，随着业务发展的不断深入，客服工作的重要性将尤其突出，因此，中支在20xx年里将严格规范客服工作，把一流的客服管理平台运用、落实到位。

1、建立健全语音服务系统，加大热线的宣传力度，以多种形式将热线推向社会，让众多的客户全面了解公司语音服务系统强大的支持功能，以提高自身的市场竞争力，实现客户满意最大化。

2、加强客服人员培训，提高客服人员综合技能素质，严格奉行“热情、周到、优质、高效”的服务宗旨，坚持“主动、迅速、准确、合理”的原则，严格按照岗位职责和业务操作实务流程的规定作好接、报案、查勘定损、条款解释、理赔投诉等各项工作。

3、以中心支公司为中心，专、兼职并行，建立一个覆盖全区的查勘、定损网点，初期由中支设立专职查勘定损人员3名，同时搭配非专职人员共同查勘，以提高中支业务人员的整体素质，切实提高查勘、定损理赔质量，做到查勘准确，定损合理，理赔快捷。

**推荐年度防溺水警示语六**

完成xxx工会换届工作。根据区域生产经营形势，及时与总部沟通，确定换届时间和具体事宜。每季度召开工会委员会会议。对工会工作的方针目标、工作任务、计划总结，在本季度内重点工作及重大活动;落实职代会作出的各项决定及民主管理方面的重大问题;工会换届前的各项筹备工作;闭会期间委员及会员代表的增补与确认;对工会各项工作的表彰与奖励等事宜进行审议。

从增强自身活力和凝聚力出发，对工会的组织体制、工作机制、工作方法和活动方式进行适时调整，在实现工会组织群众化的同时，加强工会组织的民主化和法制化建设，积极参加集团和地方工会相关培训，努力提高工会干部的整体素质。同时，确保工会组织覆盖率和入会率为100%，最大限度地把广大职工吸收和组织到工会中来，为工会及时增添新鲜血液。

分别在年初、年中组织各公司召开职代会和区域工作会。规范两个会议的议程和内容，职代会重点在统一思想部署工作，工作会重点在对标先进、示范引领。职代会审议行政报告、安全生产报告、业务招待费使用情况报告、20xx年度财务决算、20xx年度财务预算情况说明及相关材料。

通过平等协商，在职代会上对《集体劳动合同》、《工资集体协商协议》、《女职工专项集体合同》、《劳动安全卫生专项集体合同》进行审议，签订后报地方相关部门备案。

认真落实厂务公开制度，健全工作机制，丰富工作内容，通过召开职代会、实施厂务公开、出版《xxx》报、会议宣传、led屏和微信公众号公示等多种形式，规范公开工作，让职工了解厂情，调动职工参与企业民主管理的积极性，合力共进，共谋发展。

协调各公司党群部积极配合企管部、安环部完成劳动竟赛评比。每月从绩效指标、基础管理、安全生产(环保)、专项管理达标、附加项等5方面组织评比，既要关注全年评比结果，也要注重日常，同时将完成利润情况作为各公司总体指标的挂钩。

建立合理化建议征集→经济技术创新→创新工作室的职工创新活动链条，每月进行评审奖励，强化激励时效性。对合理化进行分级瘦身，一般性的由工会进行鼓励，产生重大经济效益的提升为经济技术创新项目，经常性开展经济技术创新的职工纳入创新工作室，由公司给予人财物的大力支持，以此调动全员创新创效的积极性。规范创新工作室场地建设、完善制度，成员结构，加快建立项目，总结成果，充分发挥创新工作室作用。根据集团工会要求，完成年度集团重点经济技术创新项目立项申报工作。

开展“攻坚克难、指标承包”活动。从提高回转窑日生产量、熟料强度，降低熟料标煤耗、水泥综合电耗、等对盈利创效影响大的指标，组建骨干团队进行攻克。通过申报立项、组建攻坚小组、下达攻坚任务，由领导小组每月对攻坚克难考核结果进行审定，进行奖励，并在年度工作会进行总结和表彰。

开展“岗位大练兵，技术大比武”活动。结合xx市水泥行业职业技能大赛预赛要求，编制题库、组织培训，各公司分别开展技术比武，选拔参加市总工会中央控制室操作员、水泥巡检员、粉磨站深加工操作员决赛人选。配合xx市总工会、市工业和信息化局、市建筑材料工业协会举办好5月份在xxx进行的xx市水泥行业职业技能大赛决赛。

开展“拼搏三季度”技术创新竞赛活动。以能降低成本、降低能耗，提高效率和产品质量，解决生产瓶颈，确保安全环保，增加利润的技术项目进行申报，包括新技术、新材料、新工艺、新设备的引进，同时也包括原材料替代、工艺改进、设备改造、安全环保等项目的技术创新。广泛发动工会会员，努力扩大参与面，力争会员参与率达100%。

按照上级工会和区域党委要求，积极做好疫情防控和复工应急预案检查工作。体现工会组织的关怀，时刻提醒广大职工养成戴口罩，勤洗手，测体温，常通风等习惯，发放口罩、酒精、消毒液防护品，做好日常防控工作。

开展“两节送温暖”。春节、中秋前夕各公司分别为全体会员发放300元标准的米面油，进行节日慰问;开展慰问困难职工、小年包饺子活动，为职工送温暖，增强凝聚力。

组织“安康杯”篮球比赛暨xx区域第三届职工篮球比赛(含友谊赛)。由各党支部、营销公司5支代表队参赛。赛前进行三分投篮比赛，为正式比赛提前预热。场边安排啦啦队为球队加油鼓劲，啦啦队的气势作为赛事评选精神文明单位的重要依据。各企业分别举办至少一场政企篮球友谊赛，邀请政府相关部门进行。篮球队以本企业员工为主，适当邀请区域内其他企业2-3名队员增强球队实力，展现xx区域员工风采，加强政企联系，扩大在xx地区知名度和影响力。

工会与团委联合开展文艺汇演排练，节目以安全、环保、质量、企业文化等为题材，进行文艺节目原创。

通过开展“夏送清凉，冬送温暖”、金秋助学、职工子女升学奖励等活动，让职工及时感受到企业关怀和温暖。

开展“环保卫士在行动”主题活动，在植树节开展矿山、厂区义务植树，服务绿色矿山、绿色工厂建设。

继续开展先进职工疗休养，以公司为单位进行，进一步激发区域广大职工干事创业的内生动力。活动期间，按照分组进行活动，禁止单独自由活动;禁止通过微信朋友圈、小视频进行网络传播。

结合安全环保部对照集团工会相关文件要求，把开展“安康杯”竞赛活动，当成工会组织维护企业稳定健康发展，保护职工生命安全的重要抓手。通过加强组织领导、提升活动质量、注重宣传报道，使此项活动取得实效。做好过程留痕整理，为年度考核工作做好准备。

每月配合区域企业管理委员会、企业管理部完成专项管理达标工作，建立“日常检查、月考核、区域抽检”和“达标示范区”、“公开曝光”等形式，巩固提升“示范型”、“优化型”成果。

开展xxx首席职工评选活动。首席职工评选要在程序上规范，在推荐人选进行多方审核把关，将技术比武作为推荐首席职工的重要参考，突出“技术优、贡献大”条件，组织参加集团首席职工培训。每年3月份开始履行集团首席职工待遇，并加强首席职工的日常管理考核。

积极动员公司全体职工参加xx市工会“一日捐”活动、职工互助保障计划，为职工续保办理“意外伤害互助保障计划”和“重大疾病互助保障计划”。

做好女工工作，维护女工的合法权益。利用“三八”妇女节，组织三个公司女职工通过网络妇女维权知识和健康知识培训和知识答题的形式，进一步提升维权和健康意识。结合企业管理部，5月份对女职工进行体检，建立健康档案。为女职工参保“女职工特殊疾病互助保障计划”。合理使用“母婴关爱室”，使之成为女职工健康交流、育婴分享的课堂和心理疏导、谈心交流的驿站，实现了一室多能、一室多用。

及时足额收缴会费，及时联系地方工会，做好经费返还接收工作。年初制定全年预算，收缴凭证齐全，台账清晰准确，做到位职工群众办实事、做好事、解难事，让工会经费真正惠及职工群众和工会会员。经审委员会按期对工会经费使用情况进行检查，严格把关，形成审议报告，确保经费使用合法合规。

**推荐年度防溺水警示语七**

20\_\_-20\_\_年，公司认真贯彻集团公司优化产业结构，抢占资源的战略意图，各项工作取得了较好的成绩。我们主要有以下几点总结：

一、团结严谨、高效务实的领导班子是全面完成工作任务的领导基矗

\_\_-20\_\_年初，为适应方元电力公司成立、上市的需要，集团公司对电力公司及时进行了改组，对公司的领导进行了调整，领导之间做到密切配合需要有一个磨合期。一年来的运作证明，公司领导班子是一个团结严谨、高效务实的领导班子。电力公司的领导分工明确，开诚布公，团结协作，凡公司的重要决策都要集体讨论通过，领导办公会、司务会、业务例会已成制度;在爱岗敬业、不畏艰苦，不谋私利、廉政建设方面，领导始终做到以身作则;为了完成集团公司交办的任务，电力公司领导经常放弃休息时间，加班加点，为落实一些电力项目的开发，不畏艰苦，做到亲自踏堪现场进行项目调研;为解决电厂燃煤供应紧张问题，公司领导亲自到现场进行协调。领导以身作则的精神极大地激发了员工的工作热情，增强了员工凝聚力。

二、建立科学合理的绩效考核机制是高效、高质量完成工作任务的保证。

为提高管理效能，激发员工积极极性，我们以集团公司的考核制度为基础，结合公司实际制定了《职工考核办法》、《目标管理办法》、《部门绩效考核办法》等制度;明确了各部门的工作责任目标，我们制定了年度部门工作目标表，人手一份，各部门对工作目标责分解到个人，凡事都有责任人;我们建立了业务例会制度，把业务例会布置任务完成情况作为部门绩效考核的主要依据，提高了考核的可操作性和公平性，及时地检查了各部门工作任务完成情况，促进了各部门工作的积极性。

三、转变观念，改进作风，是新形势下完成电力工作任务的关键。

随着电力体制深化改革的不断深化，电力市场环境发生了质的改变，我们面对的是激烈竞争。推进资本运营，成立方元电力公司并申请上市，对我们的工作提出了更高、更严格的要求。如何适应新形势下艰巨的工作任务，我们不墨守成规，及时转变观念，改进作风。把\"以市场为导向，以客户为中心\"作为我们开展电力营销工作的思路;严格按上市公司的要求，积极推进方元电力公司的各项工作全面完成。

四、加强学习是提高员工工作水平的重要途径

建设一个善于学习的团队是提高我们战斗力的关键。为了适应公司上市的需要，我们的职工及时补充有关上市公司的相关知识;作为业主主持大型电力项目建设，我们经验有限，必须学习和借鉴国内外先进的项目管理经验，确保工程建设质量、安全、进度和经济性;为了适应电力体制改革，把握住政策的脉搏，从容应对国家政策调整对电力行业产生的影响，我们做到不断学习，研究政策，吃透政策，随时调整我们的策略，使我们的工作更具针对性。

⒈行业市场容量变化。今年汤逊湖地区又新开了阳光海岸度假村及沃特豪斯别墅群、卧龙山庄。这使得整个汤逊湖地区的整体接待能力加强不少，同时彼此的竞争也加强了。

⒉品牌集中度及竞争态势。市区会议周边化的趋势正在形成，业以形成规模的地区有：黄陂的木兰天池、孝感的观音岛、蔡甸的度假村、沌口的海滨城、鄂州的凤凰山庄、江夏的汤逊湖、咸宁方向的汤池温泉等。其中江夏地区的品牌优势就集中在荷田会所与梦天湖之间。正处在中心地带的我们在地理上有得天独厚的优势，今后要发扬并强化，如：加做从澳门山庄到宾馆门前的路边广告等。同时在销售上注意路边宾馆环境吵杂的劣势，随时调整销售策略。

⒊竞争市场份额排名变化。从年的市场竞争份额排名第四(排名依次为：梦天湖、荷田、汤孙湖山庄、宾馆)上升到第三。整体的知名度也较上年有大幅度的增加。同时固定客源增加到多个;

⒋渠道模式变化及特点。年的销售以单个的主体为主，销售的模式单一。今年我们建立了业务分类整体直销、旅行社及会议公司分销、网络统售的多重销售模式。

⒌终端型态变化及特点。年的宾馆销售是水平的，即市场与销售一起完成，做市场与完成销售没有分开。今年，我们已将两项工作在概念上分开，并着手进行市场的培植：今年我们建立有效客户档案个，其中企事业单位户，特殊宴会客户个，分销单位户。今年的销售终端形态形成漏斗型(即：市场广泛开拓客源、销售做好服务归口)，并向社会上的销售双轨制方向发展。

⒍消费者需求变化。仅仅为客人提供住房服务、餐饮服务、娱乐服务已不能满足会议市场需求。今年开始征对消费者需求的变化我们将团队客户分为一般商务团队与特殊旅游团队。有征对性的开发周边旅游线路条。

⒎市场主要竞争对手今年销售表现。“知彼知己，百战不殆”这句话教会了我们很多的东西。寻找标杆企业的优秀营销模式，挖掘自身与标杆企业的差距和不足也是我们今年的主要工作。在全年的销售工作中，梦天湖的连锁信息管理，极具亲和力的社会关系网销售、汤孙湖山庄的多重销售、荷田的定项纵深客户管理等，都值得我们学习与借鉴。

五、本年度部门工作总结

⒈部门建设。上半年部门人员充足，市场体系完整。下半年人员不足，市场体系失效。

⒉部门人员培养。市场部现有人员名。经过大半年的打磨，他们已基本掌握市场销售运作。但业务技能及专业精神方面仍需加强。由于部门人员少、任务重，故专业技能培训不够。

⒊与其他部门的配合。与并宾馆其他部门的配合比较好，在群策群力方面还应加强。

六、新年度工作计划

“运筹于帷幄之中，决胜在千里之外”。新年度营销工作规划我觉得要强调谋事在先，系统全面地为宾馆新年度整体营销工作进行策略性规划部署。但是我们还要明白年度营销工作规划并不是行销计划，只是基于年度分析总结的策略性工作思路，具体详细的行销计划还需要分解到季度或月度来制定，只有这样才具有现实意义。

⒈目标导向。营销目标的拟定是来年营销工作的关键。在新年度营销工作规划中，首先要做的就是，全年总体的销售目标、费用目标、利润目标、渠道开发目标、终端建设目标、人员配置目标的拟定，其中：销售目标为万年，费用目标为万年，渠道开发目标为条年，终端建设目标为个人年，人员配置为人。

⒉产品规划。根据消费者需求分析的新产品开发计划、产品改良计划有：扩充宾馆产品大类，变不畅销主打产品为副属产品(如将大使套变四人间，提供团队会务组消费并加强日常销售)、将民族文化村与宾馆搭配、将教工俱乐部与宾馆搭配、将旅游线路与宾馆搭配等。

⒊品牌推广。市场形象推广计划有：《高校后勤宾馆销售高峰论坛》大会、汤逊湖品牌推广策划《名节名丸》。

⒋团队支持。为了保障来年营销工作顺利高效地实施，宾馆还需要通过苦练“内功”来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力，以更好的发展客户、保留客户!

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！