# 装饰品前期工作计划(共21篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2023-12-30

*装饰品前期工作计划1一九八二年九月我委发出《关于编制建设前期工作计划的通知》以后，有关部门都很重视，进行了传达、动员和具体部署，推动了建设前期工作的开展。前不久，我们先后同二十个部（局）进行了座谈，听取了各部门在开展建设前期工作中的意见和问...*

**装饰品前期工作计划1**

一九八二年九月我委发出《关于编制建设前期工作计划的通知》以后，有关部门都很重视，进行了传达、动员和具体部署，推动了建设前期工作的开展。

前不久，我们先后同二十个部（局）进行了座谈，听取了各部门在开展建设前期工作中的意见和问题。经过研究，现将这些问题的意见补充通知如下：

>一、关于“六五”期间进行建设前期工作项目名单问题

《通知》中要求在“六五”期间进行前期工作的重点项目为283个。在座谈中各部门要求增列186个。这批项目中有的同“六五”施工项目有重复；有的项目，按照分级管理的原则，应列入部门或地方的建设前期工作计划；而列入国家建设前期工作计划的项目只限于那些生产规模大、对国民经济发展和生产力布局有重大影响、协作条件复杂和建设前期工作量较大的重大骨干项目。经反复斟酌，列入国家“六五”建设前期工作计划的重点项目。确定为279项（项目名单附后）并已以计综字〔19xx〕一号文件下达，请即按此集中力量进行工作。

除前面279个重点项目外，一般大中型项目需要进行前期工作的，部门和地方可分别列入各自的建设前期工作计划，并报国家计委备案。

>二、关于建设前期工作各个阶段的审批权限

建设前期工作的内容，包括项目的可行性报告、设计任务书和初步设计。

列入国家建设前期工作计划的279个重点项目的可行性研究报告，凡是外部协作条件复杂、采用新工艺、新技术以及我们尚未搞过的新项目（如核电站），由国家计委审批；工艺比较成熟、协作条件不太复杂、生产建设都有经验的项目，由国家计委委托有关部门审批。它们的设计任务书，则一概由国家计委审批，其中特别重大的项目，由国家计委提出审查意见后，报\_审批。初步设计由经国家经委审批。

列入部门或地方建设前期工作计划的项目，凡属大中型项目的可行性研究报告，由部门或地方进行初审，在进行初审时，应按行业征求有关部门的意见。然后报国家计委，由国家计委或由国家计委委托有关部门审批。大中型项目的设计任务书由国家计委审批，其中个别重大项目由国家计委提出审查意见后，报\_审批。初步设计，由国家经委审批。

>三、关于落实外部协作条件问题

凡是列入国家“六五”建设前期工作计划的重点项目以及列入部门和地方的建设前期工作计划的大中型项目，它们的外部协作条件，诸如原材料、燃料动力的供应，交通运输的配合，矿产资源的落实，大型和先进设备的研制，新技术、新工艺的研究，等等，各部门、各地区之间均应相互提供资料，签署意向性协议。凡涉及全国平衡和国家重大方针时，需报送国家计委和国家经委进行研究落实。

>四、关于进行建设前期工作的费用问题

各项前期工作所需经费，仍按《通知》中的规定执行。即：勘察设计单位和科研单位承担的任务，凡有事业费和科研经费来源的，从事业费和科研经费中开支；没有经费来源，实行取费的单位按规定收取费用。勘察设计和科研单位收取的费用，凡是改扩建项目由原企业单位用生产发展基金安排；新建项目如没有固定资金渠道的，按照隶属关系，分别由主管部或省、市、自治区在固定资产投资计划内安排。

>五、关于技术力量不足问题

首先要充分利用现有的勘察设计和科研力量。进行必要的合理调配和予以合理安排。对某些项目或一个项目的某些科研专题，可以委托咨询公司和大专院校、科研单位进行可行性研究。此外，国家计委在今后制定高等学校的招生计划时，将考虑培养进行建设前期工作需要的各种工程技术和财经专业人员。目前，各部门和地区可以对某些急需的专业人员采用办短期训练班或其他办法加以解决。

>六、关于进一步加强对建设前期工作的领导问题

各部门、各地区要进一步加强对这项工作的领导，要集中一定力量抓紧、抓好。要宣传建设前期工作的重要性。要落实每一个重点项目前期工作的负责人，要建立责任制，要经常检查前期工作的进展情况，及时发现问题，解决问题，并定期向国家计委和国家经委反映建设前期工作的进展情况和问题。

**装饰品前期工作计划2**

现今社会有钱人多的是，许多人几乎天天都在动脑筋找寻新的事业投资。每一个怀揣投资创业的人都希望能投资成功，而投资创业成功的重要时期就是投资创业初期的细节准备。“万事开头难”，可是只要把投资创业初期的准备工作做充足，就能有事半功倍的效果了!

在创业初期，创业者应规划的细节包括：

一、重视并评估自己的财务能力 企业由人才、产品和资金所组成，自有资金不足，往往会导致创业者利息负担过重，无法成就事业。因此，创业青年要有\"有多少实力做多少事\"的观点，不要过度举债经营。

二、慎选行业 创业要选择自己熟悉又专业精通的行业，初期可以小本经营或投股东合作，按照创业计划逐步拓展。

三、要有长期规划 企业的发展，\"稳健\"永远比\"成长\"重要，因此要有跑马拉松的耐力及准备，按部就班，不可存有抢短线的投机做法。

四、先求生存 企业应先求生存再求发展，打好根基，勿好高务远、贪图业绩，不顾风险，必须重视经营本质，步步为营，再求创造利润，进而扩大经营。

五、精兵出击 公司初期规模必须精简，有效率，重实质，不要一味追求表面的浮华，以免增加费用。

六、要有意志力 有年度计划，有目标，有理想，就必须要有坚强的耐心与意志力来贯彻，愈挫折愈勇不达目标绝不中止。

七、策略联盟 创业要讲究战略，小企业更需要与同业联盟，也就是在自有产品之外，附带推销其他相关产品。用\"策略联盟的方式结合相关产业，不仅能提高产品的吸引力，满足顾客的需要，也能增加自己的竞争力与收益。

八、有前瞻性规划 经营理念、经营方针与经营策略均衡详细规划，结合智慧与力量，打好企业根基。

**装饰品前期工作计划3**

根据南京装饰行业客户信息将装饰公司分为高中低档三类公司，以科勒洁具作为敲门砖，重点发展中高档装饰公司!

2、准备好资料和名片

在已经对目标公司初步了解的基础上，进行上门拜访，找到关键负责人例如材料部经理，洽谈合作的可能性!对于无法合作的装饰公司，主要精力放在设计师身上!

3、对已经有的设计师名单，进行地毯式的电话、短信、QQ、飞信和微信等拜访，确定有意向与科勒合作的设计师!

4、对于设计师进行差别化分析：个性，爱好，设计和接单能力等，筛选有能力的设计师，再根据不同的特点，有针对性的与其接触，尽快的建立起合作关系!

5、通过已经其他品类的建材业务员介绍他们认识和熟悉的设计

6、将设计师进行分类：1、注重返点;2、注重设计效果;3、以上两者兼顾的!

7、在合作中，与设计师深入沟通，及时报备客户信息，避免因为一些主观原因而照成伤害设计师推单的积极性。

8、优化单点结算机制，缩短返点申请的时间，迅速、及时的将返点结算到位，这样可以保证那些注重返点的设计师，在以后还是重点推荐我们的产品

9、对于注重设计效果的设计师，在上门拜访以及后期沟通过程中，重点放在我们产品的文化，设计理念、风格等，确保他们在推荐产品时优先考虑我们!

10、针对现在的小区了解南京小区的交付情况，针对重点的中高端小区，设法联系版主，通过带礼品拜访等，争取组织团购

11、与所有店面沟通好，在零售中发现中高端小区，以及对应的人物，这一点在小区团购中非常重要(在服务好前几户业主之后，对于发展该小区后期团购活动非常有帮助)

12、装饰公司有自己的小区开发团队，可以在跑家装的时候，顺带了解装饰。

1、按家装签单产值800万元计算，每单按半包性质5。5万计算，设计部全年签单146个，每月签单12个。

2、按目前设计部14。5%的签单率计算，市场部全年要完成咨询的准客户1006位，每月完成咨询的准客户为84位;如果设计部在明年能够加强人员素质教育，加大培训力度，提高设计师的签单水平，把签单率提升到29%，市场部全年要完成咨询的准客户达到503位，每月完成咨询的准客户为42位;按有效咨询准客户率为83。3%计算，签单率按29%计算，市场部全年要达到客户流量为604位，每月要达到客户流量为51位，

3、按开工率为65。5%、家装产值800元万计算，公司全年签单产值为1221。37万元，如果设计部与市场部一起配合，把开工率提高到85%，公司全年家装产值为941。2万元，净产值为800。02万元，比目标净产值还要超出120。02万元。

三、市场部人力资源安排

按公司计划每个业务员每人每月完成6位有效的准客户流量，明年市场部人员安排7人就可以完成目标。据行业分析表明常德的装饰行业销售人员流动性比较大，行业比较专业的销售人员少，为了顺利完成来年公司的工作目标，明年公司市场部要建立人力资源储备机制，每月确保7位稳定的业务员，市场部还要储备3位定向业务员作备用，随时可以补充的。

四、工作规划

1、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售团队，建立一支具有凝聚力，合作精神强的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有狼性的团队作为一项主要的工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

业务人员出工地，见客户处于放任自流的状态。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。

3、培养业务人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养业务人员发现问题，总结问题目的在于提高业务人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议。使业务员的业务能力提高到一个新的台阶

4。努力培养业务人员与设计师的协调沟通能力，协助业务员在十五天内掌握量房技巧，三个月内熟练掌握cad平面设计方案，能够做到在楼盘与现场业主沟通方案的能力。(业务员的学习计划在业余时间完成)

5、充分发挥业务员的潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

五、目标分配(按家装签单产值分配)

1、电话营销明年的目标200万元，市场部电话营销员、业务员接待的客户。

2、工程实地营销明年的目标150万元，工程部工程监理在工地接待的客户。

3、终端销售明年的目标250万元，市场部业务员在蹲楼盘和在楼盘里搞活动接待的客户，包括家协、房地产开发商、材料商举行的活动接待的客户。

4、网络销售明年的目标50万元，全体员工采用电子商务营销接待的客户。

5、回头客户明年的目标150万元，客服部接待的上门客户。

六、目标实现管理办法

1、根据\_\_市房地产分布示意图，各个楼盘的具体位置，楼盘动态，交房的具体情况;把\_\_市场划分为三个片区，业务员分三个小组，两人一组负责一个片区，把明年的目标转化计划，按全年时间分配落实到每一个片区，每一个楼盘，每一个小组，每一个人。

2、市场部建立楼盘档案，楼盘动态表，交房记录表，业务员跟进进度表，业主房子动态表。各个楼盘产生业绩评定分析，市场部要及时到楼盘物业了解。

3、市场部业务员每天有日志，周周有计划，月月有总结，季度有市场评审分析。

4。市场部明年的具体思路细节、操作办法的实施还需公司领导鼎力支持，各个部门紧密配合，各位同事的协助，相信市场部明年是有能力完成目标的。

**装饰品前期工作计划4**

>一、项目主体单位变更，资质申请（30天，9月20日至10月20日）

1、改变企业名称，变更营业范围，申请资质；

2、成立项目公司，申请土地变更受让方，申请资质；

>二、立项（20天，9月1日至9月20日）

1、办理部门：市建委政务大厅、市政府台城办公楼四楼

2、应备资料：

1）申请报告，报告应包括节能专篇（章）和项目招标内容；

2）区（县）级政府投资主管部门初审意见（限区（县）管企业）；

3）国有土地出让合同（原件）；

4）项目法人证书或项目业主的营业执照副本（内资企业），项目法人证书或项目业主的营业执照副本以及外商投资企业批准证书（合资企业）（复印件，提供原件供审查）；

5）资金证明文件：支付土地出让金凭证等；

6）环境保护行政主管部门出具的环境影响评价文件的审批意见；

7）南京市固定资产投资项目节能评审意见；

8）按规定须进行地震安全性评价的项目，附地震安全性评价意见；

9）按规定需提供的其他材料

>三、环评意见（30天，9月10日至10月10日）

1、办理部门：市环保局

2、应备资料：申请书、规划设计要点、可研报告、需环境影响申报表、项目总平方案

>四、地形图购买（3天（加急），9月17日至9月20日）

>五、规划外部条件

1、办理部门：城南规划局市政处

2、应备资料：4张地形图

>六、建设工程规划设计要点（3天（加急），9月20日至9月23日）

1、办理部门：城南规划分局综合处

2、应备资料：

（1）申请建筑工程规划设计要点

1）单位组织机构代码证副本（首次申报）

2）《南京建设工程规划设计要点申请表》1份（盖建设单位印章）3）立项批复

4）出示拟建用地的《国有土地使用权证》或权属证明（土地出让合同）原件，提供复印件1份

5）1：500现势性地形图（含规划外部条件）2份（用铅笔画出拟建项目的用地范围）

>七、建设用地规划许可证（3天（加急），9月23日至9月26日）

1、办理部门：城南规划分局

2、应备资料：

1）单位组织机构代码证副本（首次申报）

2）《南京市建设用地许可证申请表》2份（盖建设单位和申报单位印章）3）立项批复

4）现势性地形图6份（其中1份含规划外部条件）。

5）以拍卖、招标方式取得土地的提供土地使用权证或土地出让合同6）建设项目的可行性研究报告或总平面图1份7）规划局指定的其它图件

>八、规划方案专家咨询会及评审会（20天，9月26日至10月15日）

1、了解专家组成．上会时间．地点

2、通过与上会专家的沟通，从而对评审结果可控

3、规划局规委办拟定规划设计方案评选会议纪要，确定规划方案，同时对总平面布置及建筑单体设计提出相关意见及建议

>九、土地使用证（20天，10月8日至10月30日）

1、办理部门：南京市土地局市场办、利用处、地籍处、信息中心

2、办理流程及应备资料：1）土地登记申请书一套

2）国有土地使用权出让合同（补充合同）和使用条件（即外部条件）（原件）3）出让土地使用范围图（原件）4）放桩，勘测定界成果报告书（原件）5）项目批文（复印件）

6）土地用途变更费发票（复印件）7）出让金缴费发票（复印件）8）契税发票（原件）

9）拆迁、安置、补偿协议（复印件）（净地三通一平）10）交地确认书和附图（原件）

11）成交确认书（出示原件、收取复印件）

12）建设用地收回国有土地使用权公告（分局出具）13）总平面图（单位加盖公章）

14）企（事）业单位组织机构代码证书（复印件）15）企业法人营业执照（复印件）16）法定代表人、代理人身份证（复印件）

>十、文物勘查（10天，10月15日至10月25日）

1、办理部门：南京\_

2、应备材料

1）南京市地下文物考古勘探发掘申报表2）立项批复

3 3）地块红线图4）规划设计要点

>十一、地勘（5天，10月15日至10月20日）

>十二、消防方案审查（10天，10月15日至10月25日）

1、办理部门：雨花消防局

2、应备资料：设计方案（总平面图、建筑、水电、消防车流线分析图）、立项批文、设计要点

>十三、地铁方案审查（10天，10月15日至10月25日）

>十四、人防方案审查（10天，10月20日至10月30日）

1、办理部门：北极阁人防办公室

2、应备资料：

1）立项批文一份

2）划设计要点、方案意见一份

3）平面图一份

4）结合民用建筑修建防空地下室申请表》三份（可从市人防办网站下载）

5）地堪报告一份

6）人防方案图纸（A3白图一份）

>十五、规划设计方案审查意见（20天，11月1日至11月20日）

1、办理部门：城南规划局

2、应备资料：

1）已经通过专家评选咨询的，应提供会议记要一份；

2）规划设计要点

3）建设用地规划许可证

4）符合国家设计规范的规划设计方案图2套

5）各栋单体总平面图、平、立、剖（蓝图三份）及基础图电子文件（光盘一份包含单体电子图、总平面电子图、总平面数字报建版电子图、数字报建报表）

6）人防、消防、地铁方案审查批复7）立项批文8）申请报告

>十六、岩土勘查报告审查：（10天，11月20日至11月30日）

1、办理部门：市建委审图中心、市建委政务大厅16号窗口

2、应备资料：

1）岩土勘查报告设计审查报审表一式三份2）经市建委制定部门备案的工程勘察合同原件3）工程项目立项批文复印件一份4）设计要点通知书

5）建设工程方案设计批准文件含总平面图复印件一份6）岩土工程勘察报告

>十七、扩出设计审查（30天，11月20日至12月20日）

1、办理部门：城南规划局

2、办理流程及应备资料：

a、向测绘院申请建筑预放线，取得放大样成果图b、规划方案审查意见通知书及附图

c、向规划编研中心委托日照分析，取得日照分析成果d、向市建委申请召开扩初评审会，取得扩初评审会议纪要

e、扩出报建文本总平面图（含1：500数字地形图）、建筑图、单体平．立．剖图

f、消防、人防、地铁等部门扩初批复

由建委组织相关各部门（规划局、消防局、人防办、地铁）召开扩初评审会拟订会议纪要

（1）市人防办扩初报审

1）地下建筑：地下各层平面及主要剖面图，设计说明。

2）结构：人防部分结构布置图，设计说明及荷载取值。

3）通：平时、战时进风及排风系统图，设计说明。

4）排水：平时、战时给排水系统及平面图，设计说明。

5）气：强、弱电系统及平面图，设计说明。

6）面建筑：总平面图、所有地面一层平面图、剖面图。

7）防行政许可决定书一份（复印件）

8）平面图一份（蓝图）

（2）消防局扩初报审

需提交的相关资料：申请报告、上轮方案、批复扩初报建文本（总平面图．建筑．水电暖．消防车流线分析图）完成

（3）地铁扩初报审

>十八、基础及上部施工图设计（30天，11月20日至12月20日）

>十九、基础施工图审查，领取基础规划许可证（30天，12月20日至1月20日）

1、办理部门：建委审图中心

2、应备资料：

1）桩基设计文件报审表一式三份

2）设计单位资质证书副本（复印件）

3）规划设计要点及建设工程设计方案审批意见

4）建筑平、立、踣面图1套

5）结构计算书和桩基计算书各一份

6）桩基施工图设计文件1套

7）地质勘察报告1份

8）消防、人防、地铁审查意见

>二十、上部施工图审查（40天，12月20日至1月30日）

1、办理部门：建委审图中心

2、应备材料：

1）报审表一式三份（附表一为设计院填写并盖注册章，正文表格由建设方填写，并加盖公章）建筑节能设计申报表一式两份。设计院会连同节能计算书提供两份，自己要复印封皮装订，并加盖公章。 2）设计单位资质证书副本（复印件）

3）立项批文一份（复印件）

4）规划设计要点及工程方案设计批准文件含总平面图一份（复印件）

5）地勘报告原件

6）全套施工图设计文件一份，总平面图一份7）各专业相关计算书（结构、节能）

8）消防、人防、交管部门意见书

9）规划许可证复印件或所建工程各栋建筑面积一览表（建设单位、设计单位双方盖章）

10）初步设计批准文件复印件

>二十一、人防施工图审查（20天，12月20日至1月10日）

1、人防结构计算书一份

2、地面总平面图、所有有人防的地面工程的一层平面、剖面、给排水系统图、一层水施工图（蓝图）

3、防空地下室建筑平面施工图CAD盘、预案光盘一份

4、防空地下室施工图设计文件3份（建筑、结构、风、水、电、暖通各先报一套，经审查通过后再报两套

（1）结构：设计说明、总平面图、地面一层平面图、防空地下室各层平时战时平面及踣面图、出入口及设备房详图、节点大样

（2）结构：设计说明；墙板、底板、顶板、梁、柱配筋图；出入口及设备房结构详图；战时封堵详图（九七版）；构造结构大样；战时主要出入口防倒塌设计图

（3）暖通：设计说明，平战转换说明；平时、战时进排风系统及平面图；平时、战时进排风机房详图，滤毒间、简易洗消间详图；预埋件及节点大样图

（4）给排水：设计说明、平战转换说明；平时战时给排水系统及平面图；地面工程水系统图；地面一层给排水平面图；人防工程内泵房详图；预埋件及节点大样

（5）电气：设计说明；强、弱电系统及平面图；预埋件及节点大样

（6）人防工程平战转换预案

（7）人防行政许可决定书及人防初步设计复印件一份

>二十二、消防施工图审查（30天，12月20日至1月20日）

1、《建筑消防设计防火审核申报表》，有自动消防设施的工程应填报《自动消防设施设计防火审核申报表》，其中生产厂家、施工单位可暂不填写

2、申请报告

3、方案或初步设计消防审核意见书复印件

4、施工设计全套图纸（平、立、剖）

5、电气设计说明

6、给排水设计说明及室外消火栓图纸

>二十三、地铁设计施工图审查意见（20天，12月20日至1月10日）

1、办理部门：市公安局交通管理局业务科

2、应备资料：方案审查意见、单体设计图、技术经济指标立项批文

>二十四、防雷审查（15天，12月20日至1月5日）

1、办理部门：南京市防雷减灾中心、市建委政务大厅15号窗口

2、应备资料：报审表及建筑平、立、剖和电专业图

>二十五、规费缴纳：（3天，1月10日至1月13日）

1、办理部门：南京市城市建设费用征收处、市建委政务大厅35号窗口

2、应备资料：立项批文、设计要点及红线图、规划审批方案及总平面图、规划局核准的平、立、剖图纸、规划局核准图样电子文件

>二十六、建设工程档案报送责任书（2天，1月14日至1月15日）

1、办理部门：城建档案馆、市建委政务大厅10号窗口

>二十七、办理建设工程规划许可证（20天，1月15日至2月5日）

1、办理部门：城南规划分局

2、应备资料：

1）请审报告

2）总平面图（2份）

3）所有单体平、立、剖分层图（2套）

4）放大样图

5）土地证原件（复印件一份）

6）电子光盘

7）现势性地形图3份

8）日照分析成果

9）上轮扩出批复

10）各部门扩出批复

11）缴费凭证

12）网上公示及现场公示牌制作

>二十八、监理、施工单位招标（30天，2月5日至3月5日）

>二十九、监理、施工单位施工中标通知书，合同备案（10天，3月5日至3月15日）

1、办理部门：市建委政务大厅36号窗口

2、应备资料：

1）直接发包表

2）手续费交纳，开发商3成，中标单位7成、中标单位缴纳合同价1%的定额测定费

3）取中标通知书，合同备案

>三十、建设工程质量监督通知书（开发方办理）（10天，3月15日至3月25日）

建筑工程安全监督备案证（施工单位办理）（10天，3月15日至3月25日）

>三十一、工程劳动保险费：（5天，3月15日至3月20日）

1、办理部门：市建委政务大厅21号窗口

2、合同价款的（开发方代交）

>三十二、建设工程施工许可证：（15天，3月20日至4月10日）

1、办理部门：市建委政务大厅、建委基建处

2、应备资料：

1）国有土地使用证

2）建设工程规划许可证

3）施工现场情况说明

4）施工中标通知书/施工合同

5）监理中标通知书/监理合同

6）施工图审查合格书

7）防雷审查合格书

8）消防、人防、地铁施工图意见

9）施工组织设计方案报审表

10）安全防护、文明施工措施费支付计划

11）建设工程质量监督通知书

12）建筑工程安全备案证/通知书

13）施工单位安全生产许可证

14）建设资金保函或证明（可以出具银行对帐单，或工期在1年内资金占总造价的50%，工期在2年内的资金占总造价的30%，银行出具证明并加盖公章）

15）民工工资保障金缴纳证明（施工单位交纳）

16）工程劳动保险缴纳证明（开发方代交）

>三十三、办理销售许可证

1、商品房销售申请书

2、授权委托书

3、国有土地使用证原件及复印件

4、建设项目批文原件及复印件

5、建设工程规划许可证原件及复印件

6、建设工程施工许可证（原件及复印件）、施工合同（原件及复印件）、施工进度说明

7、规划红线图原件及复印件（1：1复印件）

8、预售房款监管合同

资金监管要自行作好资金投入证明、预售款监管合同备案表、建设工程形象进度表、预售款专用帐户监管协议书并加盖公章，且让其银行和监理公司加盖公章

9、前期物业管理协议及备案证明

10、地名办批复需要准备以下资料

1）地名命名申请（红头文件）

立项批文号、项目种类、地名所指具体位置、用地面积、实际出让面积、总建筑面积、总户数、绿化率、开工竣工时间、命名缘由

2）命名初审表

3）立项批文

4）建设用地规划许可证

11、预售商品房共有共用部位审核表需要准备以下资料：

1）项目总平面图复印件2份及原件

2）规划红线图复印件及原件

3）规划许可证复印件及原件

4）坐标放样成果表

5）房屋规划核准图（平面图、立面图、踣面图）复印件及原件

6）物业管理用房的部位和情况说明

7）人防工程修建批复复印件或南京市人防办结合民用建筑修建防空地下室行政许可决定书）及原件

8）房屋面积预测成果报告（测绘公司需3—4个工作日）

9）委托测算合同复印件及原件

10）共有共用部位设计功能情况说明

11）土地出让协议复印件及原件

12）开发商提供的销售门牌

备注：交齐以上资料后房产局测绘科需5个工作日审核，审核通过后通知开发商把共

有公共部位审核表交其公司加盖公章再送至测绘科等待其科长签字，预计需1—2个工作日所有复印件加盖公司公章，并审核原件

12、商品房预售方案、资金投入证明

13、白蚁防治需要准备以下资料：

1）《南京市房屋建设工程白蚁预防证明申请表》

2）房屋建设工程总平面图复印件各一份（规格为16开）

14、价格批复

根据物价批复制定一房一价，制成表格后一式五份交由其区物价局科长审核后开具物价联系单

15、入网认证收件收据

网上认证把相关窗口表和户型图以及相关楼盘基本资料交由房产局301窗口，并且同时根据房产局要求自行上传网上销售面积价格和资料

**装饰品前期工作计划5**

为烘托别墅氛围，突出中国传统节日的喜气，今年春节布置主色调以红、黄两色为主，以达到欢乐祥和的节日氛围效果。本职草拟20xx年春节酒店装饰布置方案，请领导给予指示

>外围：

1.外围树上植物用彩灯带围绕；

2、别墅门口两边各挂一个红灯笼

3.别墅窗户全部贴上鼠年剪纸图

>内围：

1、大堂正门玻璃贴上金童玉女图像其他全贴鼠年剪纸；包括咖啡厅；

2、总台前面布置一株假树上面挂满红包，中国节（小）下面放假的烟花，福字；（位置同圣诞节一样）

3、总台收银台放置金元宝（大的）；大堂；总台所有盆景绕满天星，挂红包；总台钟表下面挂两个大的中国节；项目展示区墙面挂两个大的中国节；

4、大堂项目展示区吊灯上方用红黄彩带吊成波浪形；挂宫灯一个

5、播放春节背景音乐，大年二十八开始播放。

6、大堂上方栏杆用红色彩带围挂；

7、大堂两边柱子各挂一个大的中国节；

8、商务中心通道挂红灯笼；一楼客房大门挂大红彩带；

>餐厅：

1、餐厅一楼通道挂红灯笼一直到自助餐厅门口，自助餐厅门框用大红彩带围挂；

2、二楼包厢通道吊顶筒灯与筒灯之间用红、黄两色装饰带做弧形波浪，3个弧形间挂一个红灯笼；

3、餐厅一楼玻璃和包厢玻璃全贴鼠年剪纸；包厢门贴大的福字；

4、包厢桌面转盘中间摆春节小盆景一个；

5、伦敦厅/柏林厅门口全大红彩带围挂，

6、空中俱乐部门口用大红彩带围挂，酒水吧台上方挂中国节，上方横梁挂红灯笼；

7、餐厅收银台放大的金元宝；

>客房：

1、客房楼层通道电梯口吊顶挂宫灯或菠萝灯；每隔3个房间挂红灯笼一个，客房所有楼层通道；

2、所有房间门上贴福字；

人员安排：由于工程部人员有限，布置那天全体员工一起进行；

道具购买：

大号红灯：2个

大对联:1副

大中国结：2个

中号中国结：4个

大号宫灯：1个

大假树：1颗

中号灯笼：60个

红黄彩带：20米

大红彩带：60米

金桔盆景：1个

横幅：1副8米

中号宫灯：6个

大金元宝：2个

假烟花：5个

大福字：7个

小福字：80个

满天星：20串

小中国节：20个

红包：40个

大鼠年剪纸：4张

中号鼠年剪纸：40张

鞭炮串：10串

**装饰品前期工作计划6**

>一、 概要

本方案将从行业市场定位、营销策略及管理与盈利模式等展开构想，以期达到为决策者提供参考依据，文中省略了关于企业战略规划的细述，对部分标题内容仅做提纲性描述。

>创办新公司的思路和情况

成为一家优秀的装饰企业是我们的梦想，并在此基础上努力做到最好，我们知道装饰行业是一个市场容量大，入市门槛低，同质化程度高，竞争激烈又极度不规范的行业。目前，多数企业采用公司设计师接单，项目经理分包等形式作为公司主要运营模式。

关于盈利，装饰公司的利润主要有以下几点：

>（1） 工程分包费

为了减少公司管理成本，通常装饰公司会将所签合同与实际支出的差价作为公司的毛利润（一般在30-40%），其余部分（60-70%）会转包给与自己有固定承包合同的项目经理，这样利润公司利润虽然比直接施工要小，但利润相对固定，各公司报价、材料、施工等值不同决定了转包比例也不同。注：一般情况下项目经理要拿出3%的工程价作为质量风险金压在公司，待工程保质期结束返还。

>（2）公司正常的管理取费

一份家装合同主要分为直接费和间接费，直接费主要指的是工程中施工预算费用，管理取费属于间接费一般包括：设计费3%-5%、管理费8%-15%、税金及远程施工费等。

>（3）施工辅料费

为了保证施工材料统一及企业利润最大化，很多公司会将工地常用辅材如细木工板、石膏板、木方、轻钢龙骨、乳胶漆、油漆等进行仓储，这样既能保证材料的统一性，又能避免项目经理的道德风险，同时也为公司创造一些额外利润，一般材料利润在15—25%之间。

>（4）主材利润

装修主材主要包括：地板、瓷砖、洁具、橱柜、木门、窗帘等，现在越来越多的主材供应商会依赖装饰公司推荐提高销量，这给装饰公司进行资源整合提供机会实现合作，增加利润点。

新公司定位在10—15人之间的中小型公司，计划前期投入20万左右，预计年产值在300—400万，计划一年内收益，预设立部门有设计部，市场部，客户服务部，工程部，财务部等，采用垂直管理架构，这是一家规模小起点高、注重品质，具备团体作战又拥有激情的企业，寻找差异化，将每一个客户接触点做到极致！我们的目标客户群体定在中档以上（竞争激烈），和众多高手过招争夺资源以期完成产值，为此我们需要拥有超越对手的能力和相应市场的速度，以及强烈的服务意识。

>二、在新公司明确了竞争环境和目标之后，执行力是实现经营目标的决定因素！

1.、公司预计成立时间

20xx年8月筹备—9月初开业

2、公司股东背景介绍及股权结构

3、公司业务范围

装饰设计，施工，材料，与家居有关的一切！

4、公司的目标和发展战略

20xx年8月—9月，是新公司筹划制定目标方案及分解战略步骤的准备期，至20xx年未，计划完成100万产值任务，实现完工在建样板房20—30个，在开业一年内实现品牌建立，产值任务达标，两年内形成设计，施工，材料销售等业务组合，进入合肥家装界主流品牌，为此，20xx年确定为“开局之年”，20xx年将是“产值年”新公司的营销策略，年度计划，工作步骤将会按照清晰的发展目标制定和实施。

>三、 市场机会分析

>1、环境分析

装饰行业年产值近2万亿，年均增长18%，装饰装修已成为消费者仅次购房以外第二大消费支出。目前，家装业总产值首次超过了家电业、汽车业和牛奶业，装饰行业市场容量大，发展速度快，行业分布广，为一般传统行业所不及，是典型的朝阳产业，是拉动国民经济增长点重要力量。

合肥市20xx年GDP 亿元，增长率 ，增幅达中部六省市之首。

合肥市商品房均价4150元/平米，随着前几年房地产的持续热销，大多数新房将集中在20xx年交付，每年新交付楼盘众多，合肥07年商品房销售1028万M2，08年销售800万M2，二手房和二次装修房约400万M2，加上望湖城、天鹅湖、报业园等三十多个单位集资房面积约200万M2，再加上历年存量房约500万M2，合计建筑面积达2928万M2，以每套100 M2 计，合计292800套，以其中一半准备装修计，需装修套数为146400套，以每套装修费（不含主材）35000元计，总产值达亿元，将超过08年家装约44个亿的总产值。滨湖新区等百万平米大盘交房量都在10000套以上，市场潜力巨大。品牌装饰公司所占市场份额不足20%，装饰成熟度低，消费者尚处于初级价格阶段，大多数竞争对手营销能力不强。另外，家装市场是一个低关注度的行业，也就是说消费者在没买房子甚至没拿房子的时候，是不会注意家装信息的。这个特点决定了我们能够通过短时间快速切入市场。

目前，装饰行业的竞争力主要体现在设计、施工和管理等方面上，而这些往往是经过一定努力和创新都能够获取相等的技术和能力。作为一家新公司我们需要充分挖掘我们的优势，在同样提供优质服务的同时我们要和大公司比价格，引导客户理性消费，和小公司我们要比精细比价值，比物有值，市场前景还是很乐观的！

>2、行业（竞争者）分析

目前合肥市大小装饰公司预计有1000多家，普遍处于中小规模状态，其设计水平，营销策略，管理能力均不能满足市场需求，大多数公司集中在百花井，望城大厦，CBD，财富广场等地，其中产值在1000万以上的有7—8家，其中山水，华然，川豪，星艺，业之峰，大维属一线品牌，均有自身特点及客户群体。

山水，老客户较多，设计水平突出，设计师实行7=1团队合作模式，公司经常带领设计师去开拓视野、增强技艺，近期推出7年成长感恩回馈优惠活动，对材料采用招标的方式进行整合，《山水商城》和《山水生活》因缺乏必要的策划支撑以失败告终。

华然，品牌被公众认可，推出顾问式服务，服务好（有9个客服分工对所有订单进行跟进，客户人员很懂装修知识、服务技巧），公司成立时间长，是合肥市最早一批装饰企业，公司收费价格高，注重员工技能培训，占领了合肥一部分高端市场。

川豪，目前外地品牌在合肥做到最好的，有自己的橱柜，木门加工厂，合肥公司内有3000平米材料展厅可为客户提供一站式家居服务。

大维，前期以价格取胜，重视工程形象（项目整洁、堆放、着装整齐），带客户看工地促进签单，现在置地投资广场成立高端工作室，以此抢占高端市场。

星艺广东装饰品牌是目前合肥家装市场实力派，不过由于内部管理混乱，合肥市场现已存在两家独立广州星艺装饰，各做各的，让老百姓很迷惑。

百度，走综合性价比、套餐路线（28800），想走高端设计的路线。

城市人家，深根小区，走性价比路线，工程价打折，但管理费不打折。

提升品牌力度及售后服务、工程质量是目前竞争对手主要的策略之一，善于概念营销炒作却效果甚微，有得有失。

>四、营销计划

>1、家装营销形式

（1）业务员跟踪客户这是一种最传统的也是目前几乎所有装饰公司最常用的营销方式，通常是公司安排业务人员直接到小区发宣传单接触客户，主要工作方式就是通过简单介绍公司概况，工艺，尽量做到引起业主的注意，然后随其引入小区的办公点或展厅或样板间内，然后由主谈设计师详细与客户沟通，他们作为辅谈跟进补充。

（2）电话营销销，业务员或前期市场开拓人员通过各种方式或手段，从售楼处或物业公司处搞到大量客户资源。然后电话咨询或邀约，当客户积累一定程度可以通过公司组织“家 装课堂”“家装直通车”等活动进行配合，不过客户不太喜欢这种方式，主要是对自己资 源泄露反感。

（3）小区终端摆台活动，在业主办理入驻手续期间，以物业名义进行现场免费咨询等活动。定期的举办家装直通车等终端促销活动。另外，也可以利用小区公益广告牌提示牌，楼层提示牌，单元公告栏，车库入口提示牌，门卫的遮阳伞，信箱提示广告等，来进行宣传。

（4）展会活动，有选择的参加行业内和媒体举办的各种展会活动，针对的推出符合消费者口味的优惠政策，促成签单，提高品牌知名度和行业影响力，利用各种宣传方式，横幅，X展架，易拉宝等等。尽量抢占有利位置，维护公司对外整体形象。

（5）工地推广这是现在大多数中小家装公司（甚至大多数“游击队”）最有影响的营销方式. 百闻不如一见，让客户亲临施工现场，亲眼观看施工工艺，亲自察看材料的真假，亲自体验现场工地的管理，这是赢得客户的关键所在，具体方式是公司的业务员或设计师，在通过初期的接触以后，引导客户，“说得再好，不如亲自看看施工现场”所以，有经验的设计师或业务员，会挑选一些优秀的施工工地去看，而一般的或有所欠缺的工地，哪怕距离很近，也不会带客户去，要不然前期良好的沟通会化作泡影。

（6） “家装套餐促销”或“家装解决方案”推出若干套餐装修，详细介绍其具体套餐内容，做到让消费者心理有数，打消他们的后顾之忧，体现透明、诚信装修的服务理念。

（7）样板房征集这种方式一般只针对重点楼盘实施。公司在小区征集一套零利润的房屋，然后进行装修后作为样板间推广。也有的公司直接投资小区买一套按揭的房子，在小区业主入住之前，提前全部装修装饰完毕，做得比开发商的样板间还好，家具电器等都全部配齐，这种方式，影响力极强，关键在于把握了时间，并且展示了公司强大的经济势力和设计能力

（8）网络拦截主要是借助网络工具，在较大的房产网站，如搜房或合肥论坛，还有社区网站上，在业主论坛上发布大量的公司和设计信息，这是目前比较流行的营销手法，但这种方式要求有专门的网络推广人员，利用网络来传递信息，速度快，影响面广，所以 必须讲究技巧与方法，最好是抓住各论坛的版主（斑竹）。这样公司的宣传帖子才不致 于“拍砖”。

（9）传统媒体的拦截报纸，电视，电台这些传统媒体，依然占据了大量的受众面，所以精心选择一个媒体，精心做好宣传策划与宣传突破口，一样可以取得比较满意的效果。当然还有其它的广告宣传方式比如：车身广告，站牌宣传栏，大型公共场合的灯箱广告宣传等等。

注：合肥各媒体描述

>2、营销策略与技巧

（1） 楼盘情报的收集

**装饰品前期工作计划7**

一、市场部

只有加大市场开发力度，结合公司的战略布局，进一步完善公司市场营销网络，才能为公司经营规模再上台阶打下了坚实的基础。由此，市场部的工作开展将通过以下三个途径完成：

(1)注重企业人才建设，增强企业竞争力。人才是企业发展之根本，市场部人员的充沛在公司对市场前期的开发起着至关重要的作用。因此，首要工作是市场部的建立。市场部计划招聘商务代表三人(可以针对市场营销专业毕业生)，市场部经理一人(一年以上装饰公司工作经验，可通过正常招聘渠道或鼓励同行业装饰公司市场部门人员跳槽)。公司年后正式上班前十日入职。在公司由部门经理培训十日后正式开展业务，并给市场部下发任务，三十个工作日内要反馈三十个准客户信息到公司。

(2)有针对性的在目标市场开展前期的广告宣传活动，例如一些刚交钥匙的小区(小区交房信息由市场部人员反馈)，可由设计部人员配合共同完成。

(3)与小区售楼部结合，掌握各小区准业主的电话等详细信息。由市场部人员技巧性的通过短信，电话拜访等形式，筛选并确定出一大部分的意向客户，并引导客户到公司进行更详细的了解与认知。

二：设计部

设计是准确反映公司形象的窗口，而设计师则是引领客户与公司达成合作的关键。因此在新一年里，设计部将做出以下调整：

(1)设计团队的充实。公司现有设计师两名，若在市场部充实，客户量稳定增长的情况下，目前的设计力量是远远不足的。在新一年里，设计部计划招聘设计师两人(两年以上工作经验)，实习设计师三人(环境艺术设计、室内装潢或相近专业毕业生)。招聘工作由设计部门经理负责，并完成后续相关的培训工作。公司年后正式上班前十日入职，培训时间为十日。培训内容除设计专业知识、设计师谈单技巧外，还要结合市场部准确了解到本地区的小区信息，户型详细信息等，以便于日后工作的开展。

(2)由部门经理根据工作情况安排实习设计师、设计师配合市场部到小区开展工作，加大工作力度，提高工作绩效。

(3)据公司现况，市场反馈订单为零，上门客户签单率为十分之一。公司熟人，熟人介绍相应成功率较高。综合各个因素，设计部在市场部完善的基础上，计划第一个月将市场部反馈客户的签单率定为十分之一，按照市场部一个月三十个准客户的反馈信息量，设计部签单数为三个;由于上门客户具备主观意识强，意向明确，相比市场客户竞争少等优势，设计部计划将上门客户的签单率定为十分之二，也就是签单数为两个;公司熟人，熟人介绍，优势更大，除去不可控因素，设计部计划签单率为十分之五。综上所述，以此类推，设计部签单数为六个，设计部第一个月签单完成量为十五万。在各部门工作协调稳定后，设计部力争在三个月内将市场部反馈客户的签单率提升到十分之二。

三：工程部

(1)工地由固定监理负责,将工作任务和责任落实到个人。

(2)招聘三个施工队，其中至少要有一到两个外地的施工队。并和施工队签订长期的合作合同，利于公司管理。

(3)制定更完善的工地管理制度、奖罚制度。加大工地整体形象宣传力度，统一施工队伍着装，注重队伍素质的培养，完善施工流程，突出独特的企业文化和施工理念。

四：公司内部管理整改方案：

(1)行政人员工作调整。除日常考勤，公司内部资料、客户档案管理外，在做好量房纪录，上门咨询客户登记基础上，还要协助市场部、设计部做好客户谈单进度的跟踪工作。

(2)在公司内，除设计部可以直接接待客户外，其他部门均应只起到一个引导作用，不跟客户谈过多的装修、设计方面的话题。例如有客户打电话到公司咨询装修事宜，行政人员在接到电话后可以说：您好。很高兴为您服务。我是公司的客服人员，请您稍等片刻，我会安排公司设计部专业的设计师来为您解答疑问。如果客户到店面咨询，行政人员可以说：您好，请在会客区稍等片刻。公司会安排业的设计师来接待您。之后的工作交给设计师来处理即可。

(3)公司店面内属于工作区域，严禁一切与工作无关的活动。公司内部的每一个员工都有责任和义务维持公司的形象。在店面内除对客户外，禁用“哥”，“姐”之类的称呼，称呼只有两种：工作职称或姓名。部门不同，分工不同，每位员工都应坚守自己的岗位，上班时间禁止串岗，擅自离开自己的工作区域。

**装饰品前期工作计划8**

一. 活动主题：

零甲醛 真健康!

大铭装饰20xx零甲醛环保之旅拉开帷幕!

20xx年，家居装修正式进入环保时代。

面对市场纷纷扬扬的绿色装修宣传，谁敢真正承诺家装零甲醛?

日，大铭装饰零甲醛环保之旅为您揭示真正的零甲醛健康!

二.客户征集

1、自营客户信息收集：号开始大铭装饰店面开始搜集客户信息及确定意向客户信息;由专人负责与客户联系，告知促销活动。

2、小区客户信息收集：4月至6月15日之间交钥匙的楼盘;小区可争取的所有广告位;是否可以随时进入的小区;是否可以组织团购的小区;是否可以在小区组织临时宣传;

3、网络客户信息收集：号启动网络宣传及团购报名。

三. 活动形式

签单无理由折

活动期间，签单即可在原有报价基础上享受装修费折超级优惠!

设计费全场3折

活动期间，签单即可在原有报价基础上享受设计费全场3折优惠!

铭牌享受 订单有礼

活动期间，交定金送大礼!

交定金500元送名牌豆浆机一台!

交定金1000元送精品电饭煲一台

**装饰品前期工作计划9**

>一、确定餐厅各区域主要功能及布局

根据酒楼总体建筑布置和市场定位，对营业区域要进行详细的功能定位。在进行区域分布时，要合理考虑餐厅各项管理流程；如送餐线路；服务流程的合理性；厨房工作流程的合理性；餐具收拾和洗涤的流程；足够的仓储场所和备餐间；尤其是多功能宴会厅要留有充足的餐桌的场地。

>二、设计餐厅组织机构

要科学、合理地设计组织机构，餐厅经理要综合考虑各种相关因素，如：饭店的规模、档次、建筑布局、设施设备、市场定位、经营方针和管理目标等。

>三、制定物品采购清单

饭店开业前事务繁多，经营物品的采购是一项非常耗费精力的工作，仅靠采购部去完成此项任务难度很大，各经营部门应协助其共同完成。无论是采购部还是餐厅部，在制定餐厅采购清单时，都应考虑到以下一些问题：

1、本餐厅的建筑特点

采购的物品种类和数量与建筑的特点有着密切的关系。

2、行业标准和市场定位

3、本餐厅的设计标准及目标市场定位

餐挺总经理应从本饭店的实际出发，根据设计的档次标准，同时还应根据本饭店的目标市场定位情况，考虑目标客源市场对餐饮用品的配备需求。如高档宴会的布置需要；婚宴市场的产品。

4、行业发展趋势

餐厅总经理应密切关注本行业的发展趋势，在物品配备方面应有一定的超前意识，不能过于传统和保守。

5、其它情况

在制定物资采购清单时，有关部门和人员还应考虑其它相关因素，如：餐厅上座率、餐厅的资金状况等。采购清单的设计必须规范，通常应包括下列栏目：部门、编号、物品名称、规格、单位、数量、参考供货单位、备注等。此外，餐厅在制定采购清单的同时，就需确定有关物品的配备标准。

>四、协助采购

这项工作对餐厅的开业及开业后的运营工作影响较大，餐厅总经理应密切关注并适

当参与采购工作。这不仅可以减轻采购部经理的负担，而且还能在很大程度上确保所购物品符合要求。餐厅总经理要定期对照采购清单，检查各项物品的到位情况，而且检查的频率，应随着开业的临近而逐渐增高。

>五、参与制服的设计与制作

餐厅的岗位较多，而且风格各异，中餐厅分为零点餐厅、宴会厅、包厢、风味餐厅等；为营造较好的服务氛围，在制服的款式、面料要加以区分。

>六、编写部门运转手册《管理实务》

运转手册，是部门的丁作指南，也是部门员工培训和考核的依据。一般来说，运转手册可包括岗位职责、工作程序、规章制度及运转表格等部份。

>七、参与员工的招聘

通常，餐厅的员工招聘与培训，需由人力资源部和餐厅总经理共同负责。在员工招聘过程中，人力资源部根据饭店工作的一般要求，对应聘者进行初步筛选，而餐厅总经理则负责把好录取关。

>八、抓好开业前培训工作

开业前培训是餐饮部开业前的一项主要任务，餐厅总经理需从本餐厅的实际出发，制定切实可行的部门培训计划，选择和培训部门培训员，指导其编写具体的授课计划，督导培训计划的实施，并确保培训工作达到预期的效果。

一般培训计划以倒计时的方式编定。由部门安排培训，餐厅培训的`主要内容有：

1、餐饮的基础理论知识；

2、基本功练习；

3、餐饮服务规范流程的训练；

4、餐厅主菜单培训；

5、培训团队的凝聚力，可在培训期间穿插一些团队合作的学习和训练等。

培训结束，可组织一次大型的培训成果汇报会，也可从中发现一些优秀服务人员。

>九、建立餐饮档案

开业前，即开始建立餐饮档案，对日后的餐厅管理具有特别重要的意义。很多酒楼就因在此期间忽视该项工作，而失去了收集大量第一手资料的机会。最好能与最初确定餐厅定位和功能划分的人进行一次沟通，领会他们对餐饮设计的意图。

>十、参与餐厅验收

餐厅的验收，一般由投资人、副总经理、工程部经理、餐厅总经理等共同参加。餐厅参与餐饮的验收，能在很大程度上确保餐饮装潢的质量达到饭店所要求的标准。餐厅在参与验收前，应根据本餐厅的情况设计一份餐厅验收检查表，并对参与的部门人员进行讲解。验收后，要留存一份检查表，以便日后的跟踪检查。

>十一、开业前开荒卫生工作

开业前开荒卫生工作的成功与否，直接影响着对餐厅成品的保护。很多餐厅就因对此项工作的忽视，而留下永久的遗憾。餐厅应在开业前与最高管理层及相关负责部门，共同确定部门清洁计划，展开全面的清洁工作。

>十二、餐厅的模拟运转

餐厅在各项准备工作基本到位后，即可进行模拟运转。这既是对准备工作的检验，又能为正式的运营打下坚实的基础。

**装饰品前期工作计划10**

一、公司xx年度要实现工程合同价不低于1500万元的经营目标，装饰公司工作计划表。要立足校内市场，积极开拓校外市常同时也要进行多种经营的尝试，力争有所突破，全面完成集团下达的各项任务。

二、对承担的所有工程项目，我们要进行强化管理。项目实施过程的质量管理是建设工作的重要环节，是工程开始施工直至竣工验收交付使用全过程的管理工作。建筑工程施工现场管理直接影响工程质量，工期投资的控制，安全生产、提高劳动生产效率，还能降低各种施工材料的损耗。现场施工管理是我公司加强企业化管理模式的一项重要工作。在xx年所承担的校内外各项工程中，要对现场管理组织落实第一责任人，严格按照《西北工业大学后勤产业集团工程项目管理办法》操作程序进行现场管理。同时要求承担项目的第一责任人，在施工管理、材料购置、项目验收及预决算上按公司要求的程序运行。力创优良工程，确保把满足顾客的要求作为公司经营的追求目标。

三、为了加强公司管理工作，公司将按照ISO9000质量管理要求，完善运行中相应的制度文件。年初公司初步制定了工程项目合同管理制度、工程结算财务管理办法、公司车辆管理办法、公司印章管理办法、复印机管理制度等文件。根据工作发展的需要，公司将拟定工程现场管理办法、工程验收制度、材料设备采购制度、预决算管理制度，为公司的发展奠定良好的基矗

四、由于体制的变化，工程项目按类由各项目部完成，公司要求各项目部要有全局观念，相互配合、相互支持、分工不分家。公司领导需做好协调和指导工作，充分发挥各项目部积极性，在项目部管理工作中需体现出公司在质量管理、成本核算和以人为本的经营思想。对项目实施过程中出现的各种问题，公司领导需及时进行协调，必要时可调动其他项目部给以支持，强化公司的管理职能，加强各项目部之间的工作协调关系。

五、公司在新的运行模式下，领导应进一步在转变员工不适应市场经济的旧观念上下功夫，努力使公司形成一个团结拼搏、以人为本、健康发展的企业文化。

**装饰品前期工作计划11**

20\_\_年是物业公司全体员工风雨兼程、齐心协力，不断创新的一年；是面对公司一次重大人事变革、人员调整、加快发展的一年；是公司管理目标、深化服务内容，紧跟形式发展步伐的一年。三个月以来，在公司\_\_总及\_\_总的领导下，在全体成员的勤奋努力、恪尽职守、不断更新中，公司始终坚持“服务一个项目，塑造一个精品”的公司宗旨，在上传下达、服务质量、内部管理、管家服务等方面取得了丰硕成果。

一、基本情况

按照公司组织架构及新领导班子调，物业公司现项目经理1人、保洁技工4人、秩序维护部5人，增设样板间管家3名，共计13人。几个月来，物业服务全体成员紧紧围绕为客户服务这一核心，扎扎实实、有声有色开展工作，针对东昌御府服务特点、人文环境、居住人群、周边环境等不同特点，我们着重在解决新问题、落实上下功夫、求实效，几个月以来，截止12月8日共接待客户1015人。

二、发挥服务特色、提升物业品牌

优良的服务方式是提升品牌的有效途径之一。几个月来，物业公司在提高服务质量、建立和谐关系、创造优质服务氛围中加大工作力度，完善工作程序，先后在东昌御府举行了公司开业、样板间开放、公司开盘管家一站式服务，进一步提升了品牌宣传，提高了物业服务对外业务联系和品牌推介。

三、加强内部管理，充分发挥团队作用

公司主要下设管家客服、秩序维护部、保洁部三个主要职能部门与岗位。在服务中，我们注重发挥团队精神，大力倡导服务理念，提升服务水平，几个月的工作中显现出了出色的执行能力。

（一）管家客服部：管家客服部各项工作是公司的主线，面对广大业主服务、对上工作安排、对下业务落实等全面工作，主要通过管家人员进行协调、解决。几个月来，面对人员流动较大，岗位安排调整大的实际，公司加大内部管理，完善内部机制，对日常业务以区域为标准划分责任责任到人为基础。

（二）秩序维护部：秩序维护部是公司发展的窗口，人员形象及工作责任心彰显服务的特色。几个月来，秩序维护部范围调整人员，在思路转变，人员调整中发挥了较好的工作场面，确保了工作秩序的正常运转。做好工作，一系列的新办法提升了公司外树形象的动力。

（三）保洁部：保洁部是公司的名片。每天重复进行的工作彰显服务质量与服务能力。全年几个月来，本部分人员团结互助，积极肯干，不怕苦、不怕累、不怕脏，显出了较强的吃苦精神和服务意识。积极配合和努力工作，为物业保洁部赢得荣誉，体现了较强的团队精神。

（四）公司：公司各项工作在公司领导的亲临指导下，在耐心细致的工作安排中，先后在组织框架、人员调整、各部门管理，对内对外业务联接中发挥了重要作用。在各部门的衔接与任务安排中、在业务联系沟通处理中、对内业务梳理中，发挥了桥梁作用，在对物业服务区域重要事务处理、整体与建设中发挥了一定的作用。与此同时，繁杂琐碎的工作显示出了较强的工作执行能力。

四、20\_\_年度主要工作

（一）1、针对七月份开始业主入伙室内装修不断增多的实际，公司加大装修管理、电梯设备维护管理及公共设施管理力度，赢造良好环境。

2、有针对性地组织各部门人员进行培训与交流学习，进一步提升服务质量、服务理念、服务意识的形成。

3、加强内部专业人员培训，提高对公共设施的维修与养护

4、加大工程管理对屋面防水与室内起包户的维修与监管，创造良好的生活环境。

5、加大绿化整改力度，维护小区良好的环境。

6、继续加大对工作沟通与协调，力争在本年度提升80%以上。

7、制订实施有偿服务细则及办法，提高服务意识与能力。

8、制定各部门岗位竞争、奖罚机制，进一步提高员工的工作主动性。

9、加大对空置房、装修户、公共设施的巡查力度以及对业主室内玻璃更换、平开窗合页更换工作，减少安全隐患。

10、全面做好停车场、营业房管理工作，保障业主顺利营业与收房。经过一年来的艰苦实践，我们走过了公司转型的起步阶段，在新的一年里，公司全体成员主要以解决存在的问题为工作出发点和落脚点，继续努力、克服困难、团结拼搏、开拓创新，为争创年聊城市物业服务而共同努力奋斗。

（二）加强人力资源的培养与人才队伍建设

要加强培训和学习力度，以提高其业务素质和整体管理水平；加强对高技术、高能力人才的引进，并通过培训挖掘内部技术潜能，发现、培养和储备技术人才。通过与碧桂园物业共建物业管理专业实习基地，选拔优秀毕业生，加强人才队伍建设。

（三）20\_\_年我们将进一步创新完善工作机制和管理模式，进一步强化内部管理水平，继续巩固及完善现有各项制度，深化内部机制改革，试行定员定岗定酬及费用制度，继续实行小区经营目标责任制及管理目标责任制，向管理要效益；依托城建，充分发挥自身优势，希望能在继续做好每年交易会车管工作的基础上，把进一步开拓物业管理新市场当作一项重点工作来抓，促使公司的发展状况和经济状况有明显好转。

（四）加强企业和社区文化建设，20\_\_年继续将重点放在企业文化与社区文化的建设上，继续完善公司的网页、季刊，努力搞好小区的社区活动，把深入拓展企业文化与社区文化的建设作为我公司拓展服务深度与提升服务质量的突破点，继续推进党风廉政建设和精神文明建设工作，不断加强小区的物业管理工作，提升市场竞争力。

回顾公司的发展历程，我们深切的感到，我们每取得一点成绩是与公司领导的精心培养分不开的，每一点进步却浸透着公司及全体员工的心血和汗水，融入了团队拼搏精神与实干精神。公司给予了发展的良机和空间，我们要抓住机遇，安心本职工作，使年全面工作再上一个新的台阶愿聊城市信德物业管理有限公司更上一层楼。

**装饰品前期工作计划12**

一、《地产情报》栏目开展过程中遇到的问题和对策

自入职以来，参与了《地产情报》栏目的策划工作和具体栏目的开展工作。在策划阶段由于阅读了大量地产类书籍和吸取了多家地产网站的有用信息，帮助我积累了一定的房地产知识，但是，在具体栏目的开展过程中，仍然遇到了很多专业性问题。例如对于房地产的专业术语了解不够深入，对于唐山房地产市场的波动不够敏感，对于唐山房地产商的具体信息掌握的不够到位，与房地产商的沟通交流略显生涩，把握不住重点，得不到对方认可等等。这些问题的解决，需要不断学习，从最新的地产类书籍和网站上不断的获取信息，分析信息，提取有价值的信息。另外，大量搜集关于唐山房地产商的具体信息，尽可能全方位的了解他们的需求，知己知彼促成合作。所以，接下来还是要多学习，多研究，多思考，充实自己的大脑，丰富自己的阅历，这些都是工作所需的不可或缺的积淀。

二、日常工作中遇到的问题和对策

1、主要负责栏目：

《地产情报》栏目中的地产法苑、品牌中介、楼市万象、名企风尚、读者服务共五个栏目。在地产法苑和品牌中介栏目虽然第一期已经定稿，但是在栏目的开展的过程中却不是很顺利，地产法苑栏目联系了13家颇具规模的律所，亲自拜访了5家律所，最后选定了两家口碑好的大型律所近期合作。在沟通的过程中，大多数律所都愿意借助一个专业优秀的平台来展示自己，提高他们的知名度，对于我们《地产杂志》的样刊也很认可。但是过程是持久的，谈判也不是件可以轻易完成的事情。在谈判的时候，不仅需要耐心和技巧，还要坚持原则，坚持信念。我相信等我们的《地产杂志》真正上市的时候，肯定会得到更多业内人士的认可和支持，大家的辛苦总会有回报的。

3、《装潢情报》软文校稿过程中出现的问题和对策

4、前事不忘后事之师，工作亦是学习

**装饰品前期工作计划13**

>一、想办法制订每日工作流程表没有工作目标和每天时间安排的人，总是很悠闲，而有了明确的目标，对自己每天时间安排得比较满的人，是没有空闲时间的，每一点时间都会过得很有意义很有价值。所以，我们要养成每天制订工作流程表的习惯。

1、对家装业务员来说，工作表要把第二天要办的事、要见的人放在第一位，比方说和某客户约好第二天见面或量房，那你一定就要结合双方约定的时间和地点来安排自己的行程。最好在约定地点附近开展业务。

2、工作表要学会预留出一段时间，不能把时间计算得很紧张。比方说，原定计划上午在小区做业务，下午2：00去见一个客户，中间有半个小时的车程，而你就不能将时间排到下午1：30分才行动，至少应该留出半个小时的空隙，一则防止路上有意外，二则提前到场等待客户，给客户体现出尊敬感。

3、工作表要随身携带，随时查看。你不可能每天都按照工作一丝不变地去工作，但至少工作表能够让你抓住主要的工作。

>二、一天时间安排

1、 早会培训学习(8：00—8：40)我们建议每个公司都举行早会培训，把业务员和设计师集中在一起，如果部门较大，也可以单开业务部门的早会。早会每天安排一个主持人，一个讲师，每人轮流做主持人和讲师，大家创造一个内部学习和培训、人人参与的平台。早会时间不能开得过长，半个小时到40分钟就行，内容可以循环推进。2、 设计跟进(8：40—9：00)

业务员参加完早会培训以后，要与设计师进行单独沟通，业务员可以将客户的新消息、新要求、新想法向设计师汇报，同时也要督促设计师的工作，以免设计师因自己的工作繁忙而耽误你的客户，与设计师沟通做到更好地协调与客户之间的关系

3、 打电话(电话拜访、电话跟进)(9：00—9：20)

与设计师沟通以后，业务员要对客户进行电话拜访或电话跟进，一般来说，到了九点以后，客户也过了上班初的忙碌期了，打电话正是好时候。业务员最好在公司里打电话，一则方便电话记录，创造更好的电话沟通环境，二则如果有客户需要量房，也好及时与设计部取得联系，客户有新想法也可直接与设计师进行沟通。业务员要养成每天跟进客户的习惯。

4、 到小区展开行动(9：30—17：00)

这一段时间主要用于联系新客户，培育自己的客户资源。当然也要根据实际情况，如果小区交房，就要提前去小区，早会可以不开，电话可以不打。晚上回公司的时间也可早可晚，如果小区客户下班后较多，就可以晚回去

5、 回公司打电话 (17：00—18：00)

如果业务员搜集到了很多的客户电话号码，我建议下午早回公司，在公司给客户打业务电话，这一段时间打电话的效果最理想。

6、 晚上要进行客户分析;

业务员晚上下班后，要养成对自己白天所联系的客户进行分析的习惯，可以结合公司推出的《客户分析表》，只有对客户进行准确分析定位，才能找到与客户进行更好沟通的技巧和突破点。第二天早上，要将客户分析的内容与设计师或主管进行沟通

7、 晚上要列出当天名单(客户、人际关系)希望你每天都能在自己的名单上增加新的人员，将客户信息和新结将近朋友的信息，完整地进行登记，每天增长的名单，就是你业绩持续增长的法门。

**装饰品前期工作计划14**

回顾过去的一年，我和各位员工一起在自己的工作岗位上付出了很大的努力。服装行业每年开年都面临着人员招聘及人员流失等问题。我在董事长的安排下积极配合综合办，生产车间进行人员招聘，做员工的思想稳定工作，同时还协助综合办解决劳资纠纷工作，为公司领导分忧解难。前期虽然做了大量的工作，人员仍流失了一部分，由于人员流失，缝纫车间缺少技术辅导员，我主动承担了此项工作，并积极配合缝纫车间进行技术辅导及产品检验入库工作。

在年\_\_月为了迎接《\_\_省工业企业质量信用现场核查》工作，在公司\_\_总的带领下，做了大量的准备工作，整理资料，认真做好企业的各项制度及工艺流程编制。如《生产工艺单》《产品检验报告》等等，终于于年\_\_月\_\_日以优异的成绩获得了a\_\_信用企业。接着为申报《\_\_省计量合格确认体系》工作也做了大量的工作，同时利用此次机会完善了公司多年存在的一些顽固性问题，以前面，辅料库长期以来只记流水账，面，辅料入库和领用均没有建立台账。技术室于裁剪车间样板领用没有正规的交接手续，经常由于样板缺少产生争议。裁剪车间收发裁片给缝纫车间无台账，以及各项单据填写涂改，不签全名的问题严重。在此项工作中都得到改善。于年\_\_月\_\_日顺利得通过专家的认可。年\_\_月\_\_日又迎来了《iso9001：\_\_质量体系认证》升级工作，经过两天紧张的工作，顺利通过。使企业又提升了一个台阶。虽然取得了这些成绩，但是我深知我们企业存在的问题远远不至这些，有待于在今后的工作中将进一步去改进和完善。

我们\_\_服装公司一直以来是以民族服装旗袍，礼服，中老年女装，棉衣为主。今年\_\_月在\_\_总的思路引导下，我积极配合开发了中老年羽绒服，从羽绒服制版，打样的技术性辅导，工艺的指导到生产配置的机械，我都投入了大量的精力，包括羽绒，拉链，钦扣等辅料的购置都亲力亲为，多打听多比较，力求以的质量，的价格进辅料。对所进原辅料质量层层把关。顺利地使羽绒服开发成功，并取得了可喜的成绩。

一年的工作就这样结束了，在年的工作中我做到了尽心尽职，没有出现过重大失误，年的工作尽管取得了一定的成绩，但是还有许多不足之处。没有创新性的思路，个别工作做的不够完善。在今后的工作中我将会努力差找自身的不足，以便在以后的工作中加以克服。同时还要多找经验，掌握好产品的重要性，提高自己的工作能力，加强责任感，及时做好各项工作，不断的总结与提高，不断的让自己充实，提高自身素质，适应企业的发展与公司进步，与员工们共同努力，把各项工作做的更好。

**装饰品前期工作计划15**

>一、公司现状分析

金立基公司从1996年进入粘合剂行业，经过10多年的发展，已经在印后包装行业这个细分市场取得了不错的成绩，但是业务的发展还是局限在珠三角尤其是广东地区。而据不完全统计整个广东省生产同类产品的厂家不下500家，而胶水行业是一个技术门槛相对较低的行业，导致了行业竞争已经呈现一种白热化状态，带来的直接后果是市场的萎缩和毛利率的下降。公司要想取得进一步扩张和规模效益，已经不能仅仅局限于珠三角市场，另外国家区域经济的振兴计划让长三角以及中西部地区的工业呈现快速增长的过程，其中当然包括印后包装行业，公司管理层在此种环境下做出走出广东、开拓全国市场的决策是非常英明的。我有幸能够参与这场抢占全国市场，塑造金立基品牌的战斗中，感到非常自豪，但是也深感任务的沉重，以下是我根据公司决策层制定的销售计划而做出的区域市场开发计划，仅作参考，希望能对公司有所帮助，请帮忙斧正!(此计划以华东区为目标区域)

>二、工作目标

根据公司整体规划，今年6到12月份华东区6省2市(浙江省、江苏省、四川省、山东省、安徽省、湖北省、上海市、重庆市)共承担销售指标1092万，其中包括直营店3家(销售定额180万，每人每月万)，开发大、中型专业客户(终端)13家以上(销售定额720万，每人每月30万)，开发经销商4家(销售定额192万，每家每月8万)。充分利用行业内大客户影响力和杠杆效应，带动中小客户的销售。另外通过设立直营门店以及广告宣传等方式让当地市场对金立基的产品和服务有个初步的了解，透过经销商和业务人员的努力，实现业务的快速增长和品牌形象的初步建立。

>三、具体执行

华东市场是金立基从来没有涉猎的空白市场，没有任何经验作为借鉴，并且今年留给我们的时间并不多，任务的艰巨程度可想而知。要想保证销售任务能顺利地完成，必须要有一个完整而细致的规划作为指导。

其中尤为重要的是5月15号至6月底这一个半月的时间。不仅要做好区域办公地点以及直营门店的建设工作，还要确保实现销售指标的完成，对这一个半月我的具体安排如下，

第一阶段(5月8号至6月30号)

1)区域市场的进一步细分(5月8日)

区域经理和营销人员一起细分区域，要把握以下几个原则：第一，为了方便区域经理的管理工作，区域办事处所在城市要由区域经理亲自负责。第二，公平原则，每个营销人员所负责区域以及承担指标成正比，指标可以根据以后市场的实际情况作适当调整，第三，自愿原则，营销人员可以根据自己的实际情况选择自己熟悉或者有优势的区域，前提是其他人员也同意。若两个营销人员选择同一个区域，则采取“抓阄”方式决定。区域一旦划定短期内将不会再做更改，营销人员必须严格遵守公司规定，不得跨区销售或报价，特殊情况需报区域经理批准方可。

2)业务员spin技巧培训(5月10日上午)

1.首先，利用情况性问题 (situation questions)(例如贵司生产什么样产品?…)来了解客户的现有状况以建立背景资料库(行业、产品、目前选用哪家供应商…)，从业人员透过资料的搜集，方能进一步导入正确的需求分析。此外，为避免客户产生厌烦与反感，情况性问题必须适可而止的发问。

2.然后，营销人员会以难题性问题(problems questions)(如你的保障够吗?对目前所使用产品满意吗?…)来探索客户隐藏的需求，使客户透露出所面临的问题、困难与不满足，由技巧性的接触来引起准保户的兴趣，进而营造主导权使客户发现明确的需求。

3.其次，营销人员会转问隐喻性问题(implication questions )使客户感受到隐藏性需求的重要与急迫性，由从业人员列出各种线索以维持准客户的兴趣，并刺激其购买欲望。

4.最后，一旦客户认同需求的严重性与急迫性，且必须立即采取行动时，成功的从业人员便会提出需求-代价的问题(need-payoff questions)让客户产生明确的需求，以鼓励客户将重点 放在解决方案上，并明了解决问题的好处与购买利益。

在营销人员进行客户拜访之前，要通过一对一的面谈去了解每个人的心理状态，并作出一些有针对性的培训，这样做的目的第一是消除营销人员的紧张心理提振士气，第二是解决有些新业务员对营销实战技巧方面的欠缺，保证其能够较好的完成第一次的陌生拜访。

3) 办事处的前期筹备工作(5月12--14日)

区域经理应该在5月11号出发去上海进行办事处的前期准备工作，花不超过三天的时间物色一间合适的两房一厅或者两房两厅作为区域大本营，租房选址原则：一，环境安全、交通便利;二，价格实惠;三，手机信号良好，四，房间最好能有少量家私(床、衣柜、办公桌、热水器等等)。要确保成本控制在公司预算范围之内。区域经理租好房后及时向公司汇报，并帮助购置办公以及居住的必用品(如电脑、电话、打印机、传真机、床、热水器等)。

4) 客户资料的收集以及电话预约(5月15--22日)

<h2 style=\"text-ali

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！