

2023年纳爱斯招聘的要求 人员招聘工作计划及方案(优秀5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

纳爱斯招聘的要求 人员招聘工作计划及方案篇一

(一)统计指标信息不健全，不能形成统一的指标体系

从^v公布的相关数据可以看出，社会公众并不能短时间内找到相对应的人力资源和社会保障统计的相关指标。只是由于我国人力资源和社会保障并不能实现统一征缴所导致，各自的经办机构只是负责自对应的业务，这导致社会保障基金预算的口径不同。这也是由于社会保障的分工不明确，未能实现统一的社会保障模块。

(二)缺少相对应的社会保障指标，基础数据建立不健全

社会保障项目的体系分门别类，如果分类的内部存在错误，就会导致其内容不在同一层次。例如，新农合在卫生统计中，工伤与医疗分开统计等。我国社会保障统计仅有资金统计并没有基础数据统计，其各部门之间并没有建立起资金和对应的数据统计。

二、人力资源和社会保障统计指标体系的构建

(一)体系指标的形成

指标形成的第一步，人力资源和社会保障协调发展指标体系

的文章一般从运行有效度、数量以及质量等多方面展开结构建设，评估指标一般都是指经济增长指标，培训与开发，人才流动与配置。都全部着重人力资源的可持续发展，缺少与社会保障之间的协调。我们要全面覆盖区域人力资源与社会保障发展所包含的内容。为保证可行性，本课题在已有文献的基础上，在北京市的范围内选取有代表性的工作人员进行分析。第二步，在初始测量的指标项目中提炼出少量信度较高的项目，首先对该领域专家进行前期的调查，滤过重叠和效度较低的项目，归纳了一些项目测量指标，然后设计调查问卷，并对结果进行相关的分析，最终形成指标体系。

(二) 社会几大统计指标

1. 社会优抚的统计

社会优抚包括从事政府，军事以及其他特殊部门的工作人员及家属，是对社会优抚对象予以抚恤、优待等。这包括向优抚对象提供抚恤金，补助金，工作等。为退伍的荣誉军人提供一定的生活保障，对退伍军人的工作进行安置。所以社会优抚具有一定的保障作用，使军民更加团结，社会稳定。

2. 社会福利

社会福利有广义和狭义之分，广义是政府为社会大众保证良好的精神与物资生活，给予他们各种补助，更多的津贴以及多项服务。建立有利于人民的公共服务措施，使国家的福利达到新的一个层次。我们建立的人力资源与社会保障的服务系统更多上指狭义上的社会福利，指的是政府向社会弱势群体提供相应的服务于帮助，更好的提高弱势群体的生活和自理能力。在我国早期，人力资源社会保障的服务系统就已经有雏形，这个体系是由单位保障向社会方向转变过来，随着我国经济的快速发展，社会保障统计体系变成一个独立的系统，慢慢出现在统计年鉴中。这需要各部门一起努力。

3. 社会救助统计

社会救助是指收入达不到最低国家收入水平人员的保障与救助。一类是孤寡老人，残疾人和孤儿，无收入来源的人。二类是有一定收入来源但收入不高的人群，三是有一定收入来源，但发生意外事故后，没能及时自救，生活水平达不到我国最低生活标准的人群。因此，分为：专项救助，灾害救助，贫困救助等。

4. 社会保障统计

社会保险体系的核心是社会保险统计，包括劳动者群体，而社会保险可以为劳动者提供更进一步保险，具有补偿收入减少的性质。社会保险即我们通常所说的五险一金：养老，生育，医疗，工伤，失业，公积金。

5. 人力资源统计

人力资源统计是指我国的人力资源配置，研究劳动者数量。具体说人力资源主要分为：人员构成，人员流动，劳动报酬和指标的统计。

三、准确把握统计指标体系

(一)注重统计指标的系统性

统计指标是科学统计的基础，随着人力资源对社会保障服务对象的不断增加，其统计范围也在不断扩大，所以统计指标系统要全面、系统。即统计范围全覆盖，并且系统的把握各项指标的关联程度并把各项指标的有机结合起来。

(二)注重统计指标的权威性

数据的真实性是统计工作的基础，人力资源保障统计指标关

系到社会的各行各业。这就要求我们遵守统计法规，确保数据的真实有效，把握好数据源头，做到不虚，不估。建立健全的科学统计机制，严格审核数据的真实性，做到统计数据不瞒报，不浮夸，经得起实践检验。

(三)注重统计指标的实效性

纳爱斯招聘的要求 人员招聘工作计划及方案篇二

大家好！

作为项目负责人，我深知岗位责任重于泰山、工程质量高于一切。在项目中以项目安全、质量为核心，把建好每一座楼作为重心，合理安排每一名施工员、安全员、材料员等，精心编制实施性施工组织设计、科学制定各项施工方案、合理安排各项工作计划。在前期工作中，经过细致严密的部署，积极展开每一项技术准备工作，做好技术交底、，确保后续工程顺利进行。通过分析讨论，多方复核，以保证工作的准确性。

严格遵照公司要求，认真执行公司规范。做好各项工作，及时编制各项方案、施工计划，认真审核，保证方案到位、计划得体、施工连续。科学合理计划安排施工员、安全员、质检员等工作人员到施工一线，分别在施工、进行安全管理与督促文明施工、做好质量检查，充分了解施工现场的各种情况，掌握施工进度，确保工程质量和施工安全，坚决杜绝“偷工减料”、“豆腐工程”及“三违”现象。对于不合格工程，坚决整改重做。

全面细致地审核施工图纸，做到施工前的“三个及时”，及时发现施工图中存在的问题和不合理情况，及时提交建设方进行变更处理，及时报告监理方、建设方确认并相应增减工程量和造价。

在熟悉施工图纸的基础上，明白设计意图，掌握工程特点和难点，确定技术难题，拟定解决方案；并组织计量人员详细核算工程数量，编制工程量清单，并对照设计方提供的工程数量，及时发现问题，做好工程签证工作。

根据公司的要求，认真组织编写施工日、周、月报，合理制定施工月、季度、年度计划，并对工程进度跟踪检查，实行动态控制管理，确保工程如期完成。

认真审查各分部分项施工方案、专项施工方案、冬、雨期季节性施工方案、施工事故应急处理预案，负责制定确保工程安全、质量的技术实施方案、施工组织设计以及与施工相关的环境保护等措施，建立健全安全、质量保证体系。

1、严格落实公司，召开得会议精神传达的每一位员工，把公司“德”“能”“干”“诚”精神充分带到工作中。

2、思想转变:要做好自己的工作，首先要知道自己的本职工作与岗位职责，端正态度，踏踏实实的做好每一件事，做好事前规划、事中检查监督、事后验收总结。千方百计为各项工作创造施工便利条件，不能等、靠，今日事今日毕，避免拖拉。

3、计划重要性:在做每一项工作之前，应提前对该项工作进行分析，制定切实可行的施工计划。理清头绪、分清主次，做好劳动力、材料、施工机具的需求计划。对比各种施工计划的优劣，选取最经济适用的计划进行施工。以避免杂乱无章，减少施工费用增加，缩短工期，创造更多的经济效益。

4、施工现场合理性:施工现场的布置必须考虑便于施工，包括材料的堆放区位置，施工机械的安装位置，运输通道的设置等。避免由于布置不合理而造成施工困难，材料周转时额外增加人工费用。

5、材料节约:项目部最终的施工目的在于盈利，我们能做的一是通过技术手段，二就是减少浪费，节约材料。现今物价普遍较高，小到一根扎丝，一枚铁钉，大到一块砖，一片瓦，都是我们节约的对象。积少成多，这样做不仅可以减少施工垃圾，更重要的是减少了人工清理及垃圾转运费用，还节省了材料，成本相应下降，利润空间也就相应增加了。

6、安全生产:安全生产事关个人幸福，企业发展。应提前做好危险源的识别，深入开展安全教育，使安全生产深入人心。对重点部位进行重点监控，确保有人施工有人管，无人施工有人查。做好临边洞口的防护工作。对违规操作人员坚决予以严惩，长抓共管，形成长效机制。

从事施工管理工作多年，深深感受到工作的繁忙，责任的重大。大事、小事压在身上，往往重视了这头，却轻视了那头，有点头轻脚重，没能全方位地进行系统地工作。

1、工作开创性不强，安排工作落实不到位，往往始于安排而疏乎检查落实。

2、工作安排与检查验收不同步，致使有些工作环节验收不合格，造成返工。

3、“三检”制度落实不到位。

4、文明施工落实不到位，楼层及现场剩余材料堆放凌乱，码放不整齐，清理不及时。

5、与劳务公司班组、监理单位、业主单位及相关部门的沟通能力还需要进一步提高，特别是在调动合作单位的积极性方面和问题的预见性方面需要进一步加强学习。

以上问题虽不能影响验收，但把“查找不足赶先进，立足根本争先进”作为工作方针的自己，总觉得自己做的还不够，

在今后的工作中自己将努力做到更好。

回眸20xx[]我将总结经验，改正缺点，忘掉成绩，找出工作中的不足，以便在今后的工作中加以克服。认真学习好规范、标准及相关法律法规，掌握好专业知识，提高自己的工作能力，树立更高的目标，为公司的全面发展而努力！

纳爱斯招聘的要求 人员招聘工作计划及方案篇三

1. 人力资源数据分析

截止20**年6月30日，**集团总部员工人数共计141人(不含租赁中心)，本科以上学历达到91%，平均年龄34岁，集团男女比例：：1，上半年招聘完成率112%(编制内+编制外)；上半年集团员工离职率，在培训上集团人均培训小时数达到17小时，集团人工成本执行情况61%。

2. 制定及完善了**集团绩效管理体系。根据集团管理要求制定并完善了**集团年度绩效考核管理办法，包括办法的修订以及年度工作计划确定工作；同时制定**集团员工个人绩效评价管理办法和实施细则，包括个人绩效评价与考核结果应用细则。

3. 根据现行的人力资源管理办法，完善并发布三项人力资源管理办法。包括**集团员工培训管理办法、员工劳动合同管理办法以及员工奖惩管理办法，并组织完成各部门对内容的培训工作，目的在于优化管理流程，完善人力资源管理体系。

4. 根据20**年人力规划，科学岗位分析，引进各类专业人才。20**年上半年组织各部门重新完善了各岗位职责说明书，对职责明确、计划落实及界面划分起到推动作用。通过集团内部组织的专场招聘会以及7场校园招聘会，引进社会专业人才18人，校园人才8人，保证男女比例均衡的基础上，实现100%全日制本科以上学历，为集团业务发展提供优质人才

保障。

5. 健全集团内部员工培训体系，塑造员工良好的职业习惯。根据**集团20**年培训计划及上半年引进新员工的需求，成功组织了**集团招聘面试技巧和体验式拓展培训，通过《商海争锋》拓展课程，打造积极的企业文化，开拓新的工作思路，启发员工良好的职业习惯和价值观。同时建立了**集团内训师管理细则，为强化内训师培养及部门引导人职责目标奠定基础。

二. **集团人力资源工作问题与建议：

2. 绩效管理的工作需要兼顾奖罚分明以及工作绩效提升的双重功效。目前**集团绩效管理在奖罚机制不够完善，计划目标在制定和追踪落实方面不够系统化。同时绩效管理中提升组织及个人工作绩效的目标没有发挥出来。下阶段人力资源重点考虑目标计划科学落实的同时加强部门对员工绩效反馈的工作，目的在于有效改进工作绩效，实现组织发展与个人提升的双重功效。

3. 缺少对各经营生产单位人力资源工作的了解与指导。目前除年度人工预算审核以及人才培养计划有明确的规定外，缺少相关人力资源工作的了解与指导，人工成本控制与企业的科学编制及员工合理配置有密切联系，建议对企业年终部门编制核定进行核准工作。另外对各单位人力资源制度及管理流程的执行情况了解不充分，建议通过人力资源访谈或巡查方式了解各单位人力资源管理现状，同时定期给予人力资源专业的培训与政策宣贯。

三. **集团人力资源下半年工作计划：

纳爱斯招聘的要求 人员招聘工作计划及方案篇四

我们依靠自己的宗旨、文化、成就与机会，以及政策和待遇，

吸引和招揽优秀人才。在招聘和录用中，注重人的素质、潜能、品格、学历和经验。聘用员工本着“公开、公平、公正、择优”的原则，按照双向选择的原则，在人才使用、培养与发展上，提供客观且对等的承诺。

1、用人部门应根据需要提前一个月向综合部提交《人员需求申报表》（附表1），由综合部审核其是否超出人员编制。

招聘计划的内容分为以下三部分：

纳爱斯招聘的要求 人员招聘工作计划及方案篇五

1、品牌定位研究

2、品牌定位推广研究

定位说辞研究与建议；广告语研究与建议

3、推广执行策划（区域为广东、浙江地区）（略）

二、^v王老吉^v品牌推广策略的执行（略）

20xx年1月1日，成美红罐王老吉项目组（以下简称成美项目组）正式展开工作，在成立的项目组中，负责品牌定位制定方面的研究人员一共三人：总经理耿一诚、研究总监张婷、客户经理^v□

根据合同要求，成美项目组首先需要在45个工作日内完成红罐王老吉定位研究。

按常规做法，品牌的建立都是以消费者需求为基础展开，因而大家的结论与做法亦大同小异，所以仅仅符合消费者的需求并不能让红罐王老吉形成差异。而品牌定位的制定，是在满足消费者需求的基础上，通过了解消费者认知，提出与竞

争者不同的主张。

又因为消费者的认知几乎不可改变，所以品牌定位只能顺应消费者的认知而不能与之冲突。如果人们心目中对红罐王老吉有了明确的看法，最好不要去尝试冒犯或挑战。就像消费者认为茅台不可能是一个好的“啤酒”一样。所以，红罐王老吉的品牌定位不能与广东、浙南消费者的现有认知发生冲突，才可能稳定现有销量，为企业创造生存以及扩张的机会。

首先，对于当时销售额仅1个多亿的加多宝公司而言，寻求发展的同时更要考虑生存，也就是说，在寻求扩大市场份额的同时，必须先稳固住现有市场；其次，由于当时红罐王老吉的销量连续多年稳定在1个多亿，已形成了一批稳定的用户群，成美项目组认为，定位研究可以从这群现有用户中寻找突破：了解红罐王老吉满足了他们什么需求，在他们头脑中红罐王老吉和其他饮料或者凉茶之间到底存在什么差异，从而确定导致他们坚持选择红罐王老吉的原因。

在将这群稳固的用户群选择红罐王老吉的核心价值提炼出来之后，再研究该核心价值与潜在用户群对红罐王老吉的认知是否存在冲突，即现有顾客的购买理由能否延展到潜在用户身上，如果这个选择红罐王老吉的理由是潜在用户群体也能认同并接受的，同时该核心价值在产品力以及企业综合实力上能够确立，就可以确认寻找到了红罐王老吉开拓市场的最佳途径。

为了了解消费者的认知，成美的研究人员一方面研究红罐王老吉、竞争者传播的信息，另一方面，与加多宝内部、经销商、零售商进行大量访谈，完成上述工作后，聘请市场调查公司对王老吉现有用户进行调查。以此基础，研究人员进行综合分析，厘清红罐王老吉在消费者心智中的位置——即在哪个细分市场中参与竞争。

在研究中发现，广东的消费者饮用红罐王老吉主要在烧烤、

登山等场合。其原因不外乎“吃烧烤容易上火，喝一罐先预防一下”、“可能会上火，但这时候没有必要吃牛黄解毒片”。

而在浙南，饮用场合主要集中在“外出就餐、聚会、家庭”。在对当地饮食文化的了解过程中，研究人员发现：该地区消费者对于“上火”的担忧比广东有过之而无不及，如消费者座谈会桌上的话梅蜜饯、可口可乐都被说成了“会上火”的危险品而无人问津。（后面的跟进研究也证实了这一点，发现可乐在温州等地销售始终低落，最后两乐几乎放弃了该市场，一般都不进行广告投放。）而他们对红罐王老吉的评价是“不会上火”，“健康，小孩老人都能喝，不会引起上火”。这些观念可能并没有科学依据，但这就是浙南消费者头脑中的观念，这是研究需要关注的“唯一的事实”。

消费者的这些认知和购买消费行为均表明，消费者对红罐王老吉并无“治疗”要求，而是作为一个功能饮料购买，购买红罐王老吉的真实动机是用于“预防上火”，如希望在品尝烧烤时减少上火情况发生等，真正上火以后可能会采用药物，如牛黄解毒片、传统凉茶类治疗。

再进一步研究消费者对竞争对手的看法，则发现红罐王老吉的直接竞争对手，如菊花茶、清凉茶等由于缺乏品牌推广，仅仅是低价渗透市场，并未占据“预防上火的饮料”的定位。而可乐、茶饮料、果汁饮料、水等明显不具备“预防上火”的功能，仅仅是间接的竞争。

同时，任何一个品牌定位的成立，都必须是该品牌最有能力占据的，即有据可依。如可口可乐说“正宗的可乐”，是因为它就是可乐的发明者，研究人员对于企业、产品自身在消费者心智中的认知进行了研究，结果表明，红罐王老吉的“凉茶始祖”身份、神秘中草药配方、175年的历史等，显然是有能力占据“预防上火的饮料”这一定位。

这样定位红罐王老吉，是从现实格局通盘考虑，主要益处有四：

其一，利于红罐王老吉走出广东、浙南

由于“上火”是一个全国普遍性的中医概念，而不再像“凉茶”那样局限于两广地区，这就为红罐王老吉走向全国彻底扫除了障碍。

其二，避免红罐王老吉与国内外饮料巨头直接竞争，形成独特区隔

其三，成功地将红罐王老吉产品的劣势转化为优势

- 淡淡的中药味，成功转变为“预防上火”的有力支撑；
- 元的零售价格，因为“预防上火”的功能，不再“高不可攀”；
- “王老吉”的品牌名、悠久的历史，成为预防上火“正宗”的有力的支撑。

其四，利于加多宝企业与国内王老吉药业合作

正由于加多宝的红罐王老吉定位在功能饮料，区别于王老吉药业的“药品”，因此能更好促成两家合作共建“王老吉”品牌。两家企业共同出资拍摄一部讲述王老吉凉茶创始人行医的电视连续剧《岭南药侠》。

成美在提交的报告中还提出，由于在消费者的认知中，饮食是上火的一个重要原因，特别是“辛辣”、“煎炸”饮食，因此建议在维护原有的销售渠道的基础上，加大力度开拓餐饮渠道，在一批酒楼打造旗舰店的形象。重点选择在湘菜馆、川菜馆、火锅店、烧烤场等。

凭借在饮料市场丰富经验和敏锐的市场直觉，加多宝董事长陈鸿道当场拍板，全部接受该报告的建议，决定立即根据品牌定位对红罐王老吉展开全面推广。

“开创新品类”永远是品牌定位的首选。一个品牌如若能够将自己定位为与强势对手所不同的选择，其广告只要传达出新品类信息就行了，而效果往往是惊人的。红罐王老吉作为第一个预防上火的饮料推向市场，使人们通过它知道和接受了这种新饮料，最终红罐王老吉就会成为预防上火的饮料的代表，随着品类的成长，自然拥有最大的收益。

确立了红罐王老吉的品牌定位，就明确了营销推广的方向，也确立了广告的标准，所有的传播活动就都有了评估的标准，所有的营销努力都将遵循这一标准，从而确保每次的推广，在促进销售的同时，都对品牌价值(定位)进行积累。

这时候才可以开始广告创意，拍广告片。

品牌定位的推广

明确了品牌要在消费者心智中占据什么定位，接下来的重要工作，就是要推广品牌，让它真正地进入人心，让大家都知道品牌的定位，从而持久、有力地影响消费者的购买决策。

紧接着，成美为红罐王老吉确定了推广主题：“怕上火，喝王老吉”，在传播上尽量凸现红罐王老吉作为饮料的性质。在第一阶段的广告宣传中，红罐王老吉都以轻松、欢快、健康的形象出现，避免出现对症下药式的负面诉求，从而把红罐王老吉和“传统凉茶”区分开来。

为更好地唤起消费者的需求，电视广告选用了消费者认为日常生活中最易上火的五个场景：吃火锅、通宵看球、吃油炸食品薯条、烧烤和夏日阳光浴，画面中人们在开心享受上述活动的同时，纷纷畅饮红罐王老吉。结合时尚、动感十足的

广告歌反复吟唱“不用害怕什么，尽情享受生活，怕上火，喝王老吉”，促使消费者在吃火锅、烧烤时，自然联想到红罐王老吉，从而促成购买。