

最新品牌总监月度工作计划(汇总5篇)

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。通过制定计划,我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务,并设定合理的限制。这样,我们就能够提高工作效率。下面是小编整理的个人今后的计划范文,欢迎阅读分享,希望对大家有所帮助。

品牌总监月度工作计划篇一

这篇关于《汽车销售总监个人月度工作计划》的文章,是大家整理的,希望对大家有所帮助!

一、工作目标

201x年我个人计划回款100万元以上,保持增长345.9%,预计第一季度完成15万元回款,第二季度25万元回款,第三季度回款30万元,第四季度30万元,南京市内终端用户预计扩增至150家,分销商增到70家。

二、工作措施:

1. 对经销商的管理

定期检查核实经销商的产品库存,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。

三、目标市场：

我将对扬州、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。

(一) 重点促销产品：

鸡汁和果汁在20xx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。

(二) 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，开拓空白市场。

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 and 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。

一;对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物，好稳定与客户关系。

二;在拥有老客户的同时还要不断从各渠道获得更多潜在客户信息。

三;要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四;今年对自己有以下要求1：一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

- 2: 邀约客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。
- 3: 对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。
- 4: 要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同事们交流，向他们学习更好的方式方法。
- 5: 对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。
- 6: 客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。
- 7: 自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。
- 8: 和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

品牌总监月度工作计划篇二

一、今年的主要工作内容

今年大部分的工作时间我都是在房地产行业度过的，由于领导比较信任，我的工作内容也非常充实，主要是负责日常的行政管理、物业检查、人事招聘、公司员工考勤审核、员工生日慰问、公司物资采购。虽然工作压力非常的大，但这也是我接受新事物，进步最快的一段时间。

我把我的收获和心得概括为几点：一是工作的标准永远

是“完美”，只有追求完美才能真正提高工作标准；二是不打没有准备之仗，任何事只能提前想，做在前，同时，计划永远没有变化快，做事一定要预备几套方案，并且要预留时间来处置突发情况；三是制度不是挂在墙上的，而是用来执行的，不能执行的制度不如不立；四是日久见人心，踏实做事，吃亏是福，但还是要学会多与人沟通，减少人与人之间的摩擦；五是做事多请示汇报总没得错；六是工作责任要明确到人，两个人分担责任等于没有责任；七是做事要注重把握工作的关键点，并不是“事必躬亲”；八是学无止境，多学习，少玩闹。

经手财务资金__元，无差错帐问题，并顺利移交财务__；与销售公司衔接工作中，我主要负责了__销售中心的建设及领导安排的其它事项。其中包括板房搭建、装修、沙盘制作、桌椅、空调等办公用品的采购。板房搭建前，我拒绝了对对方“好处费”，板房验收后，对方给的“好处费”我也悉数上交公司财务。我始终觉得该我要的我会去争取，但是，不该拿的我决不伸手。沙盘制作前我也是认真调查了武汉近十家模型公司，对比之下，我更换了原来与公司合作的单位，也为公司节约了将近万余元。与销售公司衔接过程中，我坚持每周收集两个项目的具体情况，让领导了解项目销售进度，发现问题也及时向领导汇报，并积极与销售公司沟通解决好问题。虽然许多的工作我还在摸索过程中，经验多有不足，但是做到了工作及时汇报，不越权办事，工作不推脱责任。

二、工作中存在的主要问题

今年的工作感觉进步比较大，但是许多的工作是建立在失误的基础上的，所以工作中也有许多的问题。一是工作统筹全局的能力较差；二是细节做得还不够；三是沟通协调做得不到位；四是工作汇报不够及时；五是总助工作定位还不太清晰；六是工作还是存在惰性。

三、明年的工作计划

明年的工作计划主要是要围绕如何当好总经理个来开展。

1、清晰工作岗位定位。总助的工作要求非常高，要有“大管家”的魄力和细心，要学会站在总经理的立场去分析问题，上要会协调领导，下要会联系群众。别的部门不管的，不该管的事我应当要去管。工作上要会把握好分寸，各个部门的工作情况要学会恰如其分地去了解掌握，参谋而不决断，坚决不能随便插手其它部门的事务，做到不揽权、不越权、不越位、不缺位。

2、立足本职，掌握工作的技巧，当好总经理的参谋助手。我现在首要工作

任务应该是找准工作的“切入点”和“着力点”。我的工作重点一方面是完成领导交办的工作任务，另一方面是学会搞好信息、决策、督查服务。平时要及时的捕捉信息，准确的反馈，善于发现和分析问题，给领导提供解决问题的决策参考。

3、高效地处理公司事务。今年回到公司发现总经理比从前更加务实和要求工作效率。明年的工作中，我会也会树立起更加强烈的工作时效意识，形成雷厉风行的工作作风。工作中遇到问题，将会积极的请示汇报，想尽办法在最短的时间内办好领导安排的每一件事。

4、协调好各部门及同事之间的关系。工作中我会以诚相待，多换位思考，尊重上级，理解同级，体恤下级，不欺上瞒下，不推脱责任，不抢功争好，不盛气凌人。我也会坚守基本的原则，不盲从，不当“睁眼瞎”，客观的分析“是与非”，不信谣，不传谣，不背后说人是非。我会加强自身修养，做好各方面的表率。

5、加强自我学习，提升个人能力素质。明年我将着重就房地产开发方面的专业知识进行加强学习，熟悉开发流程，了解

办事规律，争取明年能做到工作与各部门能准确对接。

一、组织建设

设立部门，明确部门工作职责并配齐人员：营销总监李涌、运营总监郑非、财务总监黄慧娟。由于我们团队只有 4 个人，缺少行政总监一职，所以行政总监一职暂时由我和财务总监黄慧娟共同担任，行政总监的工作暂时由我和财务总监黄慧娟来完成。

二、文化建设

注重企业文化建设，提炼盈众传媒的文化“合众共赢、激情创新”，既强调与集团的关系又突出公司传媒性质的特征。秉承“诚信立足社会，服务创造未来”的经营理念，秉持“卓越服务、快乐生活”的企业使命，坚持以客户为中心，主张“热心、贴心、省心、放心、开心”的五心服务通过不断营销创新、积极进取，取得了良好成绩，得到了社会各界的认可和鼓励。

三、团队建设

通过组织一系列活动来建设盈众传媒的大团队：组织盈众传媒高管赴南安参加摩尔拓展训练，培养盈众传媒团队的团结合作能力；组织高管参加职业素养及商务礼仪的培训，提高职业涵养；组织高管参加《企业文化：让企业拥有生命》的课程培训，使高管更清晰地认同公司文化。同时，在各项活动的开展过程中，我注意到给不同的同仁们创造不同的又适合他们个人的机会，让他们有机会表现自己，锻炼自己。

四、业绩建设

传媒与海上海国际酒店签署了合作协议，实现与实体公司的首次合作；同时，截至报告时，盈众传媒正与厦门佰翔酒店恒

品茶艺馆等几家公司进行项目洽谈中。

盈众传媒取得了如此的成绩与集团董事的支持和公司成员的共同协作是分不开的，但盈众传媒仅仅成立一年，显性的问题比较明显，隐性的问题仍然存在。我将会和我的团队共同努力，开创更好的局面，取得更优异的成绩。

2021 年已经过去，在这一年里，_大酒店在_公司和_公司的共同经营下有了较大的变化，两家股东投入大量的资金对酒店部分设备设施进行了更新和改造，荒废多年的 x 楼经过装修营业，弥补了酒店娱乐项目的空缺，使酒店的服务项目更加完善，针对客房异味的问题，通过打开窗户通风得到了根本的解决，同时对客房旧电视进行了更新，所有的这些给酒店带来了生机和希望。

一、加强业务培训，提高员工素质

前厅部作为酒店的门面，每个员工都要直接的面对客人，员工的工作态度和服务质量反映出一个酒店的服务水准和管理水平，因此对员工的培训是我们的工作重点，今年来针对五个分部制定了详细的培训计划：针对总机，我们进行接听电话语言技巧培训；针对行李处的行李运送和寄存服务进行培训；接待员的礼节礼貌和售房技巧培训；特别是今年七月份对前厅部所有员工进行了长达一个月的外语培训，为今年的星评复核打下一定的基础，只有通过培训才能让员工在业务知识和技能上有进一步的提高，才能更好的为客人提供优质的服务。

二、给员工灌输“开源节流、增收节支”意识，控制好成本

“开源节流、增收节支”是每个企业不矢的追求，前厅部员工积极响应酒店的号召，开展节约、节支活动，控制好成本。为节约费用，前厅部自己购买塑料篮子来装团队的钥匙，减少了钥匙袋和房卡的使用量，给酒店节约了费用(原来不管是

团队还是散客，每间房间都必须填写房卡和使用钥匙袋，通过团队房不使用房卡和钥匙袋后，大大节省了费用，房卡 18 元/张，钥匙袋 1 元/个，每天团队房都 1 间以上，一年可节约一笔较大的费用)；商务中心用过期报表来打印草稿纸；督促住宿的员工节约用水电；控制好办公用品，用好每一张纸、每一支笔。通过这些控制，为酒店创收做出前厅部应有的贡献。

三、加强员工的销售意识和销售技巧，提高入住率

前厅部根据市场情况，积极地推进散客房销售，今年来酒店推出了一系列的客房促销方案如：球迷房、积分卡、代金券、千元卡等促销活动，接待员在酒店优惠政策的同时根据市场行情和当日的入住情况灵活掌握房价，前台的散客有了明显的增加，入住率有所提高，强调接待员：“只要到前台的客人，我们都要想尽办法让客人住下来”的宗旨，争取更多的入住率。

四、注重各部门之间的协调工作

酒店就像一个大家庭，部门与部门之间在工作中难免会发生磨擦，协调的好坏在工作中将受到极大的影响。前厅部是整个酒店的中枢部门，它同餐饮、销售、客房等部门都有着紧密的工作关系，如出现问题，我们都能主动地和该部门进行协调解决，避免事情的恶化，因为大家的共同目的都是为了酒店，不解决和处理好将对酒店带来一定的负面影响。

- 1、继续加强培训，提高员工的综合素质，提高服务质量。
- 2、稳定员工队伍，减少员工的流动性。
- 3、“硬件”老化“软件”补，通过提高服务质量来弥补设备老化的不足。

4、提高前台员工的售房技巧，增加散客的入住率，力争完成酒店下达的销售任务。

新的一年已开始，前厅部全体员工将以新的精神面貌和实际行动向宾客提供最优质的服务，贯彻“宾客至上，服务第一”的宗旨。

个人总结部分：

一、完成的主要工作。

1、以认真的工作的态度及时准确的完成各月开票、认证、记帐、结帐和账务处理工作，及时准确的填报各类月度、季度、年终账务报表、并按时向各部门报送，及时准确的完成了税务的申报与缴纳，及时且顺利的完成了今年__万的退税工作。以及对各类会计档案进行了分类、装订、归档。

2、以严谨的工作态度及时准确的核签公司日常各类支出，并进行费用明细分类。及时准确的根据公司的资金情况和经营情况进行“资金预算”并提出合理的建议，以便让上层管理者能够及时的了解公司的资金情况并采取相对应的措施。

3、对公司各种证件的变更及年检负责，由于公司正处于发展初期，加上经营地址的变更，导致公司的各类证件需要发生相应的变更，除了今年_月份由于本人工作上的疏忽对__部门没有及时进行变更，导致__单的报关没能按照正常的报关程序进行，好在_总通过自己的人脉关系及时采用了其它的报关渠道才没有造成不必要的损失，在此做自我检讨，希望自己在以后的工作中能够更加严谨以杜绝类似的情况发生。除此以外，其它相关部门的各类证件都做到了及时变更和顺利年检。

4、对于上级领导交待的其它临时工作能够及时的完成。

二、加强学习，注重提升个人修养和综合素质。

品牌总监月度工作计划篇三

集团品牌总监 品牌战略制定, 品牌策划, 搭建品牌线上线下传播渠道, 品牌公关。

3、建立完善品牌部工作流程以及制度规范;从广告(cis物料统筹)、媒介、公关活动等几个方面全面统筹集团及区域分公司, 制定各个规范化流程并严格执行。

4、制定品牌推广费用预算及品牌部全年整体财务预算制定、控制以及完善激励考核制度;管理品牌市场推广团队, 并对团队成员和相关部门进行市场培训和指导。

5、建立传媒合作推广整理策划方案, 共同提升品牌价值;从专业人群至向光人群定制不同的宣传方案。 品牌战略制定, 品牌策划, 搭建品牌线上线下传播渠道, 品牌公关。

3、建立完善品牌部工作流程以及制度规范;从广告(cis物料统筹)、媒介、公关活动等几个方面全面统筹集团及区域分公司, 制定各个规范化流程并严格执行。

4、制定品牌推广费用预算及品牌部全年整体财务预算制定、控制以及完善激励考核制度;管理品牌市场推广团队, 并对团队成员和相关部门进行市场培训和指导。

5、建立传媒合作推广整理策划方案, 共同提升品牌价值;从专业人群至向光人群定制不同的宣传方案。

品牌总监月度工作计划篇四

1、建立健全部门管理体系, 加强绩效考核, 完善薪酬制度, 制定有效的培训计划, 打造一个有凝聚力、竞争力的和谐团

队。

. c. d. e.

2、项目运营总监岗位职责：

a□根据公司现实状况, 制定适合本部门的考核制度；

f□加强客户档案管理，每月按行业进行统计，并汇报统计结果□ g□严格执行公司回款制度，防止呆帐发生□ h□服从公司领导的工作安排，并严格执行。

3、项目经理岗位职责：

a□服从公司领导安排，遵守公司管理制度；

b□制定年度活动计划，并撰写策划方案；

e□及时汇报工作进度，加强与部门主管及其它部门的沟通；

g□服从公司领导的工作安排，并严格执行。

4、项目客户经理岗位职责：

a□服从公司领导安排，遵守公司管理制度；

b□协助项目经理开展工作，积极配完成部门主管及项目经理交代的工作□ c□日常客户拜访、确立目标客户和潜在客户、建立客户档案□ d□客户关系管理，保持与客户的有效沟通，提升开展业务能力□ e□及时汇报工作进度，加强与直接领导及其它部门的沟通□ f□将售后服务纳入绩效考核中，所有客户每月一次回访□ g□服从公司领导的工作安排，并严格执行。

品牌总监月度工作计划篇五

人才是企业最宝贵的资源，一切营销业绩都起源于有一个好的营销人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的营销团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

营销管理是企业的老大难问题，营销人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善营销管理制度的目的是让营销人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高营销人员的主人翁意识。

培养营销人员发现问题，总结问题目的在于提高营销人员综合素质，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，业务能力提高到一个新的档次。

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

今年的营销目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的营销任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日；以每月，每周，每日的营销目标分解到各个营销人员身上，完成各个时间段的营销任务。并在完成营销任务的基础上提高营销业绩。我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的营销团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。