

短期发展规划个人 公司发展计划书(优质8篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

短期发展规划个人篇一

二、市场分析

三、公司战略

四、公司运营

五、市场营销

六、投资与财务分析

七、风险分析

1.1公司

公司名称：某某装饰有限责任公司

注册资金：100万元。

资金来源：团队自筹资金30万，风险投资30万，长期借款40万。

公司宗旨：一个温馨的家是我们共同的目标

公司理念：用心、细心、诚心、创新

公司简介：某某装饰有限责任公司是一家引进先进的经营管理体系后优秀人才，提供装潢材料、工程设计、施工等一条龙服务的装潢公司，使得私人装潢不再东奔西走，忧心忡忡。家庭装潢为本公司的主营业务，公司发展初期市场为福州市，后期以福建省沿海城市为据点，加强人才培养，扩大公司的业务经营能力，以家庭、门面、办公室装修为主线，争取承接到更高投资的大型项目，并取得甲级资质。以建材的销售为另一主线，以短距运输业务作为建材销售项目的一副业。通过付出的诚信和努力赢得百姓的赞誉的口碑，打造自我的价值品牌。该投资项目资金投入量少，回收期快，利润高，随着中国经济的发展，该行业具有较好的市场前景和发展潜力。

1.2 市场

近几年来，我国的装饰装修市场发展迅猛，从而拉动了相关产业的高速发展，新型装饰材料不断涌现，消费者的需求量不断扩大，因此，有人说装饰装修产业是朝阳产业。但是，在我们看到发展的同时，也看到许多与行业发展不利的因素存在。如装饰房屋合同陷阱多，施工偷工减料、以次充好，环保指标不达标，装修工人无证上岗等违规操作使消费者蒙受巨大损失等情况屡见不鲜，同时也使整个行业信誉降低。较低的市场准入使大批无资质的企业和个人承揽业务，争相采用打折或送礼等手段激烈竞争，低价揽客。市场的无序竞争，不仅使行业中规范运作的厂商蒙受损失的情况屡见不鲜，同时也使消费者合法权益难以得到保障。

在未来两三年家装行业仍有较大市场。家装市场缺乏的是真是能提供装潢材料、工程设计、施工等一站式服务的老百姓信得过，具有一定品牌的装潢公司。我们的企业正是要抓住这样的机遇，做好做大做强我们的一站式服务装潢品牌。

1.3 投资与财务

公司股本结构中，初期投入资金100万，团队自筹资金30万，风险投资30万，长期借款40万。风险投资占30%准备引入3-5家风险投资共同入股，为分散风险，提高效益，合理增加负债，优化公司财务结构。，其中40万为长期借款(银行贷款年利率为6%左右)，资金主要用于公司提供装潢材料、工程设计、施工等一条龙服务。本公司的产品是技术型服务，是一项投资少，回收快，收益大的项目。

前三年估计盈利100万，以后通过先进管理降低成本，将利润率稳定在25%左右，风险资金在第3—5年撤出。

1.4组织管理

市场部：做好对外的宣传工作，利用一切有利条件宣传公司的优势，并及时向公司反馈信息。

设计部：负责为客户“量身打造”室内装饰方案，为了使设计取得预期效果，室内设计人员必须抓好设计各阶段的环节，充分重视设计、施工、材料、设备等各个方面，并熟悉、重视与原建筑物的建筑设计、设施设计的衔接，同时还须协调好与业主和施工单位之间的相互关系，在设计意图和构思方面取得沟通与共识，以期取得理想的设计工程成果。

工程部：协调总经理副总经理统一安排工程任务，监督、审核工程任务的正常进行，狠抓工程进度、质量、安全，以及公司形象。积极参与施工队伍的扩建、整合、改制以及对施工队伍的培训。把握好工地材料用量的审核关，做到不偷工偷料，不浪费材料。及时处理好工地的投诉及售后工程维修。

财务部：负责建立公司日常会计与税收管理，每个财政季度末向副董事长汇报本年财政情况并规划下个季度的财务工作；负责公司资金的筹集、使用和分配；负责日常会计工作与税收管理，每个财政年度末向总经理汇报本年财务情况并规划下年财务工作。

人事部：负责制定公司人事管理制度，实施并提出合理化意见和建议，合理配置劳动岗位控制劳动力总量；负责人事考核、考查工作；建立人事档案资料库，规范人才培养、考查选拔工作程序，组织定期或不定期的人事考核、选拔工作；编制劳动力平衡计划和工资计划。抓好劳动力的合理流动和安排。

行政部：负责公司的行政管理，合理配置公司管理人员和施工部管理人员。协调部门与部门之间的关系。

企划部：与设计部、市场部紧密配合做出有利于公司将来发展的策略。

二、市场分析

2.1 行业特点

1. 建筑装饰行业相比较于土建、房地产等行业规模较小。

虽然近年来装饰工程在工程项目中所占的投资比例有所增大，但是，由于装饰工程文化性、艺术性较强，在同一栋建筑物里也允许不同设计风格的单体出现。（这段与标题不符合。）

2. 装饰行业缺乏高技术含量，不需要大规模投资及大型机具设备，入门门槛较低。最初的装饰从业者多是从农村出来的剩余劳动力，只需要一把锯子、一柄锤子就可以从事装饰施工。即使发展到今天，这种状况依然没有从根本上得到改变，特别是家装。虽然施工管理人员的素质有所提高，但作业人员仍然以农民工为主，只不过将手中的原始作业工具变成手提式电动工具。而从施工技术的角度上来看，施工企业对新技术、新工艺的使用几乎完全受制于装饰材料制造行业，根本无法拥有自己的核心技术，形成技术上的优势。从目前施工现场的情况来看，装饰公司无论大小、成立先后，施工作业的手段几乎没有本质上的区别。

同时装饰施工对企业的投资压力比较小。装饰工程的作业环境划分得很细，很少有大的空间，不利于大型机具设备的展开，所以装饰工程所需的基本上是中小型机具，特别是手提式电动工具。机具的含量在工程成本中所占的比例较小，更换的频率也很高，如果是单项工程，基本上自己就可以解决机具设备的问题，企业不需要在机具设备上进行储备。同时，由于企业所承包的装饰工程标段规模越来越小，施工保函的数额不大，施工前期对工程款垫付的要求不高，则不需要大量的资金储备。

3. 装饰工程生产周期短，生产要素简单，需要的管理人员较少。

装饰工程的施工一般在建筑工程施工的最后阶段，由于装饰工程规模相对较小，同时业主往往将最后工期的压力加在装饰公司身上，造成装饰工程施工周期缩短。装饰工程施工现场分隔较细，不利于大型施工机具的展开，所以生产要素比较简单，机具只是一些简单的手提式电动工具，所涉及的材料种类虽然较多，但一般数量不大。项目周期短，项目管理人员相对土建工程数目较少，根据我公司的情况，一个项目经理部包括“五大员”在内一般只有七八个人。但是，由于装饰公司项目同时开工的数量较多，往往需要大量的人才储备，但是如果在某一个时段开工数量不足，又会造成人力资源的浪费或项目管理人才的流失。

4. 装饰企业设计投入大，设计管理困难。

在目前国内的状况下，装饰设计完全依附于施工企业，施工企业为了施工任务，需要在设计上投入大量的资金。由于装饰设计涉及的环节较少，需要配合的专业不多，从事装饰设计的人员往往结成很小的组合，一般五六个人，几台电脑便能完成一项装饰工程的设计任务。这种情况造成设计师对公司缺乏归属感，为哪家施工企业服务便打哪家施工企业的牌子。同时，设计人员流动性较大，往往一个设计人员有了一

定的设计能力和社会关系就立即从原先的设计组合中分离出去。这样，就造成了设计整合困难，公司虽然成立了多个设计室，但设计室之间缺乏配合和交流，因而无法在设计上形成规模优势。

2.2 市场描述

近几年，随着房地产业的不断升温，装修装饰等相关产业也迅猛发展。据统计，全国城镇建筑装修产值逾6000亿元，其中建材及居住消费占70%，约4200亿元。装饰行业以往是依附于建筑行业的一个分支，目前已脱离了这个母体，慢慢形成了独立的体系。分为家装和工装2大类，无论家装和工装，在我国还有很大的发展空间。

家装情况：房产公司最近几年到处开发，大量新楼盘。约有一半为自住，虽然国家大力致力于要开发精装房，但是事实上大多数交付的依然是裸房，也就是产生了大量的装修待装户。补：同时也遵循了设计个性化、私人化的空间。未来5年这个开发的力度并未减弱，城市化建设依然大踏步地进行，所以，装修待装户的行列每年还在持续。从理论上说，有多少二手房在换手，几乎就有同样数量的待装户出现了。这个数字也是非常可观的。

工装情况：总体前景更加美好，比如酒店业的装修周期为5年，一般来说，5年会有一次翻新，至于新建的酒店更加会不遗余力地投入装修。沿街商铺，因为竞争激烈，换手频繁，每次换手，都是一次装修机会的获得。学校/办公室，医院，也是装修的一大主要内容。

家装市场特点：随着人们家装理念的逐步成熟，不少装修的业主已趋向轻装修重装饰的简约家装风格，摒弃了华而不实的家装模式，那些曾被列为“时尚”过于繁琐的装修造型装饰已渐趋减少。业主有家居生活的深入体验，又有网络的讨论、交流、参考，基本可以确定适合自己的家装方案。业主

依自己个性、品味、喜好选购家居功能性产品同时兼具美观性：如门及门窗套、墙地砖、木地板、墙顶面漆或壁纸、厨卫吊顶材料、卫浴设备、厨房设备、电器设备、灯具、家具、布艺、配饰等——家装风格尽体现在其中。但是，有的业主在前期看家装效果图纸时感觉很好，后期完工时却感觉没有达到预期家装效果。家居装修最主要的工作还是在开工以后，简约不等于简单，而是要求施工质量更加精致耐看。工程施工繁杂琐碎，需要水、电、木、瓦、油诸工种的合理有序衔接。涉及到家居水处理设备、家居储物配置、供冷供暖系统、室内加层搭建阁楼、制作楼梯、阳光房、室内景致、庭院布景绿化……这些繁杂的施工项目都需要整体协调运作，家装工程才能顺利进行。家装是个性很强的事物，没有统一的模式，尤其是别墅装修，有几个不同层次空间过渡转换。在长期的家装实践中，我们深切体会到施工时仅靠几张前期设计图纸，是不能完全解决家装施工过程中出现的各种各样细节处理问题的，有许多局部细节处理问题也是图纸无法表达的，这也是许多装修业主在施工过程中感觉身心俱疲的主要原因。

对此，我们在施工时还要根据实际家居空间装修效果，组织相关施工人员与业主共同对每个装修项目施工方案进行多种实际论证，对每一处施工细节处理，怎么做更合理、更美观、更符合业主意图，这是做好家装工程最显著特点，我们称为“二次创意”，这一创意过程也充满着业主的智慧。这样做，把前期设计意图与实际施工效果整体的结合在一起，保证业主得到预期家装效果。可以为业主在施工过程中节省大量的时间及精力，我们做的家装工程，业主基本可以正常的上班工作，不必为家装过多的操心分神。做好家居装修工程既需要一定的家装审美素质，又需要大量的家居装修实践积累，更需要高度的责任心。

2.3 市场趋势

改革开放的20多年来，我国建筑装饰装修行业获得的巨大的发展，为我国经济建设和社会发展做出了巨大的贡献。未来

的五年将是住房建设快速增长时期。住房建设高潮的来临，将为家居市场的繁荣昌盛带来新的景象，未来的家居装饰市场将会呈现以下六种态势：

一、新建住房装饰工作量将会保持持续增长势头，从现在各地情况看，别墅和高档公寓销售情况很不乐观，已经趋于饱和，这部分房屋的装修市场将会是昙花一现，持续时间很短。取而代之的将是经济适用住房和廉租房屋，每家每户的平均装饰造价将会呈下滑趋势。

二、小区住宅装饰将会成为整个装饰市场中的热点地带。从城市整体规划需要出发和住宅开发建设的发展趋势表明，规模建设，成片开发，配套服务已经是当前住宅开发建设的主流，这一走向要求有条件的装饰企业要把经营重点从零散分户装修转向集中攻打住宅小区装饰，从组织施工队伍各点出击转向组织集团军统一作战。

三、新建住宅一次装修到位将会逐步取代现在的毛坯房装修模式。国务院办公厅在转发建设部门《关于推动住宅产业现代化提高住宅质量的若干意见》中指出，“加强对住宅装修的管理，积极推广一次性装修或菜单式装修模式，避免二次装修造成的破坏结构、浪费和扰民等现象”。这个意见的提出，对房地产开发商和家居装饰企业带来了极大影响。据了解，建设部正在组织力量编制具体的事实方案，不久就会公布于世。这是新形势下对住宅装饰提出的新挑战。毛坯房交工，分散装修所带来的问题和困惑，迟早要由新的装修模式所替代。

四、使用功能与舒适美观的有机结合将成为家居装饰的主潮流。家居装饰的发展轨迹已经充分显现出将会向着实用化、工业化、专业化生产协作的方向发展，未来的住宅装饰更加注重使用功能的完善配套，摒弃浮躁、豪华、空洞等不切实际的做法，未来的技术工艺更加体现科技的进步和标准化制作生产，淘汰现实的手工作业多、湿作业多、非标准件多的

落后局面，将会对现有的企业生产经营模式提出新的挑战。

五、设计作为家居装饰的龙头地位将会更加明显和重要。家居装饰设计的技术含量和附加值将会很快体现在整体装饰活动中，创造可观的经济效益。以设计为主体的企业将会逐步取代现在的传统企业，在市场中占据主导地位。设计师的地位、所用和价值也将随着时代的发展日益重要和突出。

2.4 市场容量

家装行业经过的发展已经日趋成熟，众多品牌在行业竞争的不断冲刷与洗礼中逐渐壮大。据中国建筑装饰协会测算：全国住宅装饰装修总投资大约7500亿元，整个行业20的产值是1亿元。今后市场需求将会更大。

家装行业今后的路应该是往二级市场、三级市场或者更广阔的县域经济区域发展，转变过去只依赖一级市场的传统发展模式。县域经济不是过去传统的以传统的城乡、乡镇为依托，以农业生产为主导，而是以核心的县城和二级城市为主导，以发展第二和第三产业消费者为拉动的新型县域经济。国家宏观经济政策正好是县域导向，今年年初的大部制改革就是为了发展县域经济，以前的省、直辖市只管到了财政，现在县域经济的发展省把投资管理权、固定资产的投资包括财政一起下放给县域，这为下一步县域经济发展提供了空间。国家财政75%也会逐渐倾向于县域，因为过去的经济增长主要是都市经济发展，我们要制造县域区域更集中的8亿人口。现在国家现有的行政区有2862个，其中包括374个县级市，地处交通要道、市场前景好、国家重点投资的区域有8亿人，有2.38亿个家庭。那么我们的核心县市就有240多个，周边辐射了2400多个县和县级市，综合人口将近1000万。任何家装市场的普及率只要提高1个百分点，就会增加238万件的需求，消费量占全国总消费量的69%，是一级城市总和的两倍。

2.5 目标市场

家庭装修设计

随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。一般人由于受各种条件及审美观的限制，对居室的装潢往往缺少独特的眼光。

办公室装修设计

对于企业管理人员、行政人员、技术人员而言，办公室是主要的工作场所。办公室的环境如何、布置得怎样，对置身其中的工作人员从生理到心理都有一定的影响，并会在某种程度上直接影响企业决策、管理的效果和工作效率。

店面商场装修设计

对于店面装修设计，商业性门店量大面广，经营服务的项目和种类繁多，店面装潢并且由于在城市中所处的环境各异，其规模和设施的标准也各有不同，但装修的效果如何，直接关系到店的形象，因此对门面的装饰至关重要。

2.6 竞争分析

在市场竞争方面，充分考虑了市场的各种情况，现以波特的五大竞争力量分析：

现有竞争者：在市场上一些资历较老的装修公司，他们的资金较雄厚，知名度也比较高，质量相对有保证，但是他们要价也比较高。其次就是市场上的装修游击队，他们要价较低，但是质量无保证，没用售后服务，万一出现质量问题，无处追究责任。于是，我们公司就以管理和公司结构的优化，从而在两者之间找到一个平衡点，进而得到生存空间。

业主：很多业主都是门外汉，装修材料品质一般都不了解，

又因为当今建材市场鱼龙混杂，价格的透明度很低，价格方面也往往吃哑巴亏，劳务费用有时更是任人宰割。

潜在竞争者：百安居等家装巨头的入驻，他们在材料成本上占据很大的优势，于是价格上有时也会对我们造成不小的压力和冲击。

替代品：国外现在很多都是自己做装修，但是根据我国现在的国情与及时国人的思想□diy时代应该离我们比较遥远。

总结：在分析了竞争力量以后，总结：竞争的压力主要来自于现有的一些较大的装修公司，与及装修游击队，如果更多的百安居之类的公司入驻的话，也将造成不小的冲击。但是只要我们在质量价格和后期服务上不断完善，我们还是有很大的生存空间的。

短期发展规划个人篇二

1. 社员必须按时完成校内作业，在不影响学业的情况下参加社团活动。

2. 热爱体育运动，有合作精神和团体荣誉感

退者将记录甚至责令退社)

第一阶段

1. 建立羽毛球社团，确定社团名称和logo□确定指导老师

2. 招收社团新成员

3. 确立社团其他职务人选及岗位职责

第二阶段

1. 在社团初具规模之后，向学校申请羽毛球运动器具及活动经费的提供
2. 尝试开展首次社团活动：
3. 申请学校体育馆的修缮和改造，争取在半年内完成对体育馆的改造。

第三阶段

1. 每星期定期举行社员活动并定期邀请老师或教练指导社员活动：

- 1) 羽毛球常规训练

- 2) 社员羽毛球比拼

- 3) 羽毛球比赛新闻和羽球知识交流

- 4) 条件允许的情况下，开展校际争霸赛

3. 进一步提升一中羽毛球社团的知名度：

- 1) 校内张贴宣传海报

- 2) 老社员积极宣传并发展新社员

- 3) 利用《一中一月》、一中贴吧等多种媒体方式加大宣传

1. 关于羽毛球社团的发展前景

羽毛球是一项大众运动，对身体素质和体育素养要求不高，对全校大部分学生都是一个不错的运动项目。因此，一中羽毛球社团发展前景势必一片大好。学校应大力支持社团发展。社团建立初期面临一大难题，一中校内羽毛球的硬件设施十

分匮乏，社团缺乏吸引力，校方尽快改善该方面现状，建议大致如下：

1) 大力支持并努力提升硬件设施，加快场地建设，提供必要的活动经费

2) 对于社团活动和社员尽量持支持和谅解态度

2. 关于一中体育馆的改造

建议首先改善室内通风及屋顶漏水问题，之后铺设木地板，平时用作羽毛球场地，必要时可以用作室内篮球场和大型活动的场所。

体育馆的运作模式有两种可供参考。

1. 将体育馆外包，由承包商进行馆内管理，校内各社团提前申请使用体育馆。

2. 体育馆由校方或本社团管理，由社团成员来进行馆内清理和维护，活动的开展由各方协商决定。

短期发展规划个人篇三

全体同仁们：

当前，中国经济下行压力持续加大，多重困难和挑战相互交织，受宏观经济环境特别是房地产行业的影响，我们家具业作为房地产下游产业面临着巨大的困难和挑战。为了共同应对困难和挑战，与企业同舟共济、共谋发展。特向全公司同仁发出倡议如下：

一、我们要增强对公司改革和发展的信心，强化危机意识和大局观念，切实把思想和行动统一到公司的决策、部署和要

求上来。

二、在改革调整过程中，以理性平和、健康向上的心态理解公司暂时困难，推进改革创新，与企业共克时艰，共谋发展。

三、积极参与产品开发、市场开发，大力推进技术创新、技术攻关，立足岗位节能降耗、挖潜增效，加强和改善管理，深化改革，促进公司全年生产经营目标的完成。

四、勇于创新，追求卓越，努力使自己成为掌握新知识、新技能、新本领的知识型职工。

五、我是xx人，我为xx代言，树立新风，积极参与到公司品牌建设、宣传推广之中来，为品牌发声。积极主动关注公司公众平台，坚持转发每一条图文信息。

六、不故意诋毁公司形象、不散播公司不利谣言，主动维护公司良好的'形象；

七、减少电梯的使用。提倡员工上下班及办公期间上下楼层不乘坐电梯，而直接使用楼梯，电梯仅作为货物搬运时使用。逢节假日停用电梯以节约电力资源。

八、节约办公用品，实行无纸化办公。部门间的文件传递，除需存档或会签的重要文件，尽可能在rtx系统上流转、审批，以减少纸张使用；打印纸尽可能正反两面使用，非正式文件应采用单面废纸打印，以免浪费纸张；办公用品严格按照以旧换新的领用制度执行。

九、办公电脑严禁接入非工作需要或功率较高的外围设备，当电脑、暂停使用时应设为睡眠状态，并关闭显示器。

十、加强对公司车辆的调配，原则上去同一个地方出差的人员，尽可能共用车辆以节约资源；出车时必须严格按照出车

单上指定的出车地点，中途不得任意更改出车地点，避免借用公车办理私事；出车前，司机应登记好每辆车的车辆里程数以准确计算其实际油耗，对出差地点应提前设计好最佳的出行路线，以最大限度地为公司节约路桥费用和油费。

十一、加强生产设备的管理，做到修旧利废，挖潜增效。能重复利用的东西坚持再次利用，不丢弃，不舍弃，形成“节约光荣、浪费可耻”的良好风气。

十二、节约水电资源，养成随手关水龙头、关灯的习惯，避免水长流、电耗大的情况发生。

发展从来不会是一帆风顺的，困难和挑战是最好的磨砺。让我们更加紧密的团结起来，努力战胜前进中的各种困难和挑战，把经济影响带来的损失降到最低最小，把我们企业改革发展的步伐迈得更加稳健，为推动公司经济平稳、健康、持续发展做出更大的贡献！为公司品牌建设，争做代言人！

XXXXXXXXX有限责任公司

年月日

短期发展规划个人篇四

1、个人优势分析：

(1) 注重自身修养，乐于做好本职工作，能严格要求自己，始终以一丝不苟的工作态度，有较强的进取心。

(2) 语文基本功方面能严格要求自己。

(3) 在浦江，有一个优秀的语文团队，有许多外出学习的机会，促进我的成长。

(4) 能学习教育教学经验并参与实践。

2、个人不足剖析：

(1) 还不能真正了解各学段学生，把握学生的学习特点。

(2) 对教材的处理，缺乏自我创新、自我风格，更多地停留于别人的基础上进行再创造。

(3) 关于教育教学的理论知识还很欠缺。

(4) 不善于总结归纳，无法将自己的想法和实践活动整理成论文和课题。

把握现有的资源，努力提升自己。在平时要静下心来多看多听多想多做，成为一名学习型的教师，能不断完善自己的课堂，形成自己的教学特点，使自己成为孩子们的好朋友，让孩子喜欢上我的课堂。

1、提高自身业务能力，理论与实践相结合，做一个具备自己的教育教学风格和思想的个性化教师。在教学生不断思考，不断创新，做一个擅于思辨、不断创新的教师。

2、虚心学习，虚心请教，不懂就问，做一个善于研究、善于反思、善于总结，进行自我觉悟和提升的教师。

3、积极参与工各种教研活动，开阔视野，做一个有较强的课程意识和开发能力的教师。

短期发展规划个人篇五

一、企业经营模式

集中采购加工配送原物料，在各门店采用流水线作业出品，

为顾客提供自助式服务。

借鉴知名中西连锁餐饮品牌(如麦当劳、肯德基、真功夫等)的经营模式并根据地域特点加以改进。

二、企业主要产品结构:

前期产品共设三大块□a□襄樊牛肉面/汤粉系列配黄酒和豆浆;b□江浙汤包系列配各式粥品{玉米粥、红豆粥、清粥等};c□西式糕点系列配牛奶和咖啡等。

三、中心餐饮与直营餐饮

粉面系列和汤包系列由公司直属运营。

四、加盟餐饮

西式糕点系列邀请知名西饼品牌加盟(如妞妞、皇冠等)。

五、增值服务

后期规模允许的情况下,可设立与一卡通/公交卡一体的早餐卡,并对学生、老人、社会弱势群体适当折扣。在各门店增设一些便民服务项目(如寄存、邮寄、干洗等),实现真正的民生化。

六、服务质量控制

将顾客满意度与各管理层绩效挂钩,公司采取定期督导巡视、神秘顾客意见调查、消费者意见反馈等方法来监督服务质量并加以改善。

一、行业与发展前景

目前襄樊地区早餐市场仍处在就餐环境差、品质卫生差、服务意识差的三差阶段。没有一家专业正规的早餐品牌。由于早餐的低利润和连锁经营管理方法的欠缺，本地餐饮界无人愿意投资发展连锁早餐。与传统正餐、特色餐饮及夜市餐饮的白热化竞争场面形成了鲜明对比。

然而随着现代都市人消费观念的转变，越来越多的人愿意外出食用早餐来节约宝贵的时间，也越发在意早餐的质量。市场的格局正在改变，品牌早餐呼之欲出。早餐将成就一个前景无限的广阔市场。

二、客源市场分析

襄樊雄跨汉江两岸，城市规模位居全省第二，城区常住人口110多万，是名副其实的大中型二线城市，是国家产业向中西部转移的重点开发区域。目前地区产值、人均收入正在快速增长。

襄樊人一直有在外过早的习惯，每天早上大概有60%的人选择在外就餐。以目前人均4元的标准计算，这将是一个日均260多万的大市场(110万*60%*4元)。

三、市场竞争与对策

最大的竞争来自于无处不在且价格低廉的路边摊、面馆等。

安心早餐立志于做平民早餐工程，我们通过集中采购降低食品成本、流水线标准操作降低人工成本、科学选择店址降低铺租成本等一系列手段将运营成本压缩到最低，从而提供真正物美价廉、物有所值的早餐。

四、政府产业政策

市民放心早餐已被列为国家重点民生工程之一，各地政府都

有相应的扶持政策，在许多一二线城市已有经营发展良好的放心早餐品牌(如苏州一百放心早餐工程)。

安心早餐计划在人力资源方面也尽量吸纳下岗职工、外来劳工等社会弱势群体。努力成为地区下岗再就业示范企业。

一、营销目标

让安心早餐品牌深入襄樊市民心中，成为人们早上外出就餐的不二选择。

二、营销策略

- 1、赞助公益事业。
- 2、帮扶弱势群体。
- 3、积极参与社区活动。
- 4、适当回馈社会。
- 5、永远不做高投入的广告宣传。

三、营销队伍建设计划

在各门店运营稳定的情况下，公司成立推广部，设立推广经理一名，各店设推广代表一名。

推广人员主要职责：收集顾客意见、推动顾客关怀文化、组织推广活动、商圈调查等(参照麦当劳、肯德基推广组工作模式)。

四、cis计划

mi(思想识别系统)：在公司内部大力推行企业经营宗旨永远

致力于为顾客提供卓越的用餐价值，使之融入所有人思想行为中去。

bi(行为识别系统)：带动公司积极参与社会公益活动，以实际行动实践一个企业的社会责任；日常工作中严格执行操作标准，追求高水平的qsc(品质、服务、清洁)，让顾客感受到真正的价值。

vi(视觉识别系统)：统一制服、招牌、餐具、标识等。注册安心早餐商标，经营及对外活动中，使用统一logo□

五、餐饮文化活动营销策略

- 1、将安心早餐的牛肉面系列打造成襄樊地区特色饮食代表之一。
- 2、把健康营养作为品牌发展战略重心，让顾客真正吃的安心。

一、项目建设内容与规模

1、中央厨房：

仓库：干湿货仓各一个

加工间：面条加工档、包点案、饮品档、味料档。

配送：租赁两厢货车一台(需具备冷藏功能)。

2、门店：

营业面积300-400平方米左右，可摆放10-20张散台；厨房建设成半透明式，使顾客可以看到整个操作过程；厨房分为3个档口：面档、包点档、西点档；大厅设自助点餐柜台(顾客先买单，凭电脑小票到各档口取食品)。

二、项目选址与地区概况

选址标准：1、人流较大的居住区、市场、医院、商超、写字楼、学校等附近。

2、竞争者聚集点。

3、注意规避高铺租带来的经营压力。

项目地区概况：襄樊地区早餐多集中在江边、各大医院、菜市场、学校或居民小区等附近。大多是零散经营，店铺面积在30-50平米左右，且占道经营现象普遍，周边卫生条件差。

三、建设成本控制

1、店面基本装修费用3万元左右。

2、硬件设施及餐厨具购置费用2.5万元左右。

3、加工中心装修及设备费用5万元左右(前期以空调房暂代保鲜库，以冰柜暂代冻库)。

4、办公设施投资3万元左右(电脑自动化办公、收银、物控系统)。

5、其它设施约2万元。

一、公司长期发展战略

在经营宗旨指导下寻找合理的利润增长点，让安心早餐品牌持续良性的稳定获利。

二、战略发展目标

将安心早餐建设成为襄樊乃至湖北地区最成功的早餐品牌。

三、企业经营发展战略

尽一切努力降低运营成本以提供价值不凡的产品给每一位顾客。

一、公司组织结构

前期分店人员配置：店经理一名，储备干部一名，推广代表一名，洗碗工一名，员工6名(依照营业情况安排员工数量)。

后勤中心人员配置：后勤负责人一名，工人6名。

二、管理机制

- 1、建立标准的运营流程
- 2、建立系统的训练系统
- 3、建立完善的晋升机制
- 4、建立完善的. 督导机制
- 5、完善数字化管理
- 6、规范服务标准
- 7、建立顾客满意度管理体系
- 8、强化员工职业心态建设
- 9、强化服务过程督导

三、人力资源计划

- 1、公开透明的晋升机制

2、持续循环的学习培训

3、不断储备管理人员

4、努力提升员工满意度

四、企业文化

尊重个人、追求卓越、共同成长。

一、营业收入预测

前期将产品定价高于市场同行15%(提高品质、服务、清洁的附加成本)，各门店前期预计日均营业额在2500元左右，以人均6元的消费水平，每天接待客人400人次左右，预计营业额年增长率60%，一年后日营业额达到4000元左右。

二、营业成本

食品成本(原物料)：35%

运营成本：(能源、损耗、运输、税、铺租等)25%

人力成本：(人工)13%

管理成本：(间接人工)2%

净利润：25%(利润率与营业额成正比)

三、财务分析结论：

餐饮行业现金周转较快，在前期投入后，后续不再需要大笔投入。

安心早餐采用中央厨房集中配送，前期门店较少的情况下，

运营成本相对较高，随着门店的增多，间接成本将会逐渐降低。

预计一年收回投资。

一、资金需求及使用计划

前期投资30万元，其中基建费用约24万元，剩余6万元作为运营流动资金。

预计一年后，安心早餐扩张到5家门店，在这个过程中再行追加20万元投资。

后续发展只依靠营业所得利润即可。

二、投资建议及股本结构

1、现金投资方承担全部资金投入，持有安心早餐品牌80%股份；

2、计划执行人(以下简称管理方)持有安心早餐20%股份。

3、合作双方需严格执行《合作守则》，及时追加投资，不可挪用、撤出或变相转移共有品牌资产。

三、投资者权利安排

1、现金投资方负责对公司财务状况、投资策略进行监督。

2、管理方负责公司全面运作。

3、公司财务对合作双方透明。

四、投资方介入公司业务程度建议

1、投资方一般情况下不可介入公司业务，只对公司财务状况进行监督。

2、在公司营运出现严重失误，导致无法正常运转或严重损害安心早餐品牌形象时，经董事会投票决定，可由投资方另行委派管理者，双方股权结构不变。

五、风险投资退出程序

1、自正式运营之日起，三年内投资方不得以任何形式撤出投资。

2、期满，经双方友好协商达成一致后，投资方可撤出资本并归还股权。

注：未尽详细处参照《合作细则》

一、行业风险及对策

早餐行业属低投入、低风险、低收益的行业，只有通过高客流做高营业收入才能保障有利可图。因此必须通过提高品质、服务、清洁等综合价值使品牌在同业中占据主导地位。

二、市场风险及对策

襄樊早餐市场消费偏低(近两年提高不少)，价格竞争风险大。安心早餐的定价略高于市场同行，我们通过提高整体就餐质量来让顾客感受到物有所值。

三、经营风险及对策

早餐的利润率低，在经营过程中最大的风险莫过于浪费和内耗。公司建立完善的利润管控体系，在人力资源方面也尽可能做到人员结构扁平化、工作高效化。

五、不可抗力及对策

建立良好的公共关系，在不可抗力事件发生时，争取各方面的支持。

短期发展规划个人篇六

资产在万元以上的个体营业主客户。五、综合运用我行已经开发成熟的金融产品，整合形象包装，打好营销“组合拳”，对我行金如意理财包、户信息通、96558、如意银联卡以及个人综合授信、住房按揭、汽车消费信贷业务等金融产品进行系统的宣传营销。六、要及时做好客户的回访工作，要让客户实实在在地体会到宁夏银行的真诚服务。要让他们记着宁夏银行固原支行，客户如有其它方面的要求时应尽可能的去满足，提高办事效率。

扩在营销区域，对周边优良客户选择营销。四、加强全额银行承兑汇票业务营销办理。

3、积极开拓中间业务，进一步落实代理业务的操作情况，做好各种代收代付等中间业务的市场开拓，特别是财政代发工资和高薪水行业的工资户进行营销，进一步加强同已协作单位间更深入的业务合作，拓宽中间业务营销渠道。

二、加大信贷营销工作力度，努力提高信贷资产质量和综合效益。

在固原属于经济相对落后地区，工业基础薄弱，但商贸流通较活跃加支煤炭、电厂、石油开发、飞机厂投建、淀粉加工特色产业都将成为拉动固原经济的重要增长点，在*年我行坚持“服务地方经济、服务中小企业”的市场定位，重点仍然将紧紧围绕城市居民、优良中小企业及个体私营业主开展业务，对于中高端白领客户和个体私营业主，抓住他们心里，积极把如意白领通和综合授信贷款业务进行宣传，另外作好房屋

按揭和优良中小企业及个体私营业主流动资金贷款，加大与担保公司的合作解决担保难的问题，要选择一些好的客户去做，通过信贷杠杆来迎得客户，要将客户存款、信贷等业务一揽子放入我行，以我行利益为基础，要多为客户着想处处为客户出点子，想办法，取得客户信任，从而达到双赢的目的。

2、进一步加强

国家宏观经济和产业政策、区域经济政策的研究，把握重点，积极支持优势行业客户，优化信贷投向。在有效控制风险的前提下，根据客户具体情况有针对性地进行信贷投放。对电信、电力、石油、烟草等垄断性行业，要加大力量营销、积极介入，争取市场份额，做到优质客户不放松、有发展前景的信贷市场不放松。

3、转变经营观念，充分发挥票据贴现及银行承兑汇票业务的短期融资功能，银行承兑在固原发展较慢，多数客户只是表面了解，认识不到位，小部分虽然在其他专业银行办理，但时效性不强，不能满足客户业务发展需要。这就是一个机遇，在*年只要我们宣传到位，服务跟上，我们就能争取到这部分客户在我行办理业务。另外加大内外部贴现力度，增加票据贴现量，增收创利。

短期发展规划个人篇七

今年转到技术部门来一直为了自己目标努力!奋斗，勤奋学习，刻苦工作，今年我的计划有三点：

2、表达能力，在转到技术部门以来!

我一直在努力学习表达能力，总体来说一年比一年要更专研，我希望在这下半年里自己能更有效表达自己方式语言，更希望公司各位销售能多给我们上上表达方式和说话方式销售技

巧，这样自己想表达说出的话更能让客户明确，清楚的传达到客户那。

3、十月份想转销售部门，计划如下！

1、首先先学会如何制作报价单,然后再学习如何合同上一些细节,

2、转销售以后再这几个月多跑几个地方,比如,施耐德,中建电子,和一些工程策划人!更重要利用身边每一个资源,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,送一些小礼物或宴请客户,好稳定与客户关系。

3、销售目标希望一年比一年增长百分之5---10就好,如果能做得更好我会努力!

短期发展规划个人篇八

二是善于探究和反思，积极撰写教学论文和参与各种教学研究，积极承担各种公开课；

三是能灵活处理课堂事件，有亲和力；

四是“活到老学到老”，坚持做“学习型”教师，注重专业知识和理论的学习，不断提高自己的专业知识水平，增强“与时俱进”的能力。

个人缺陷：

第一，在教学中，每次都在尽力准备教材和学生，希望因材施教，但又苦于上课时间有限，不能面面俱到，很矛盾。有时，让学生组织课堂教学活动的行为被低估了，他们总是担心不能完成任务或达到预期的效果。课堂教学更倾向于引导和启发学生，要求学生进行自我归纳和提升，学生很难做到。

第二，教育教学类书籍阅读量有限，专心讲授理论的时间有限，出去交流讲座或学习的机会很少，训练也很少。写的教学论文不是理论性的，往往每次都是在课堂或者经验总结中记录。还是很难突破。

第三，教学资源有限，创新性和原创性有待加强。

个人职业发展目标

短期目标：

- 1、在为期一年的“国培”计划中，我们要每天签到，与全国各地的朋友交流，分享资源和教学经验，努力在教学等方面取得长足的进步。
- 2、继续做好高三英语考试的备考工作，团结学科组和备考组的老师，共享需求和资源，为今年的中考尽心尽力。

20xx至20xx三年目标：

- 1、通过国培计划，全面提升自己的能力，以后还会继续关注这个培训。根据车间的学习要求，认真完成各项培训学习任务，提高各方面综合素质，不断创新优化课堂教学模式，认真反思教学，撰写教学论文。
- 2、多学习相关理论知识，积极推进“自主学习、合作探究、强化教学、解惑—培训测试”的新一轮课改教学模式，组织本科教师编写校本教材，在我校试用，逐步形成自己的特色并推广，关注教育改革形势，关注教育新动向，努力更新教育教学理念，努力把课堂小组活动落实到位，形成我校特色课改项目。
- 3、积极参与各种有利于自身发展和成功的研究

长的教研活动，继续发挥自己的优势和特长，多思多省，不断从个方面全方位提升自己。

具体措施

1、教学工作方面：狠抓落实，相互配合，相互体谅初三的英语教学进度相对较紧，如何在有限的的时间里抓好教师的教和学生的学是一个亟待解决的问题。作为备课组长，我会积极发挥备课组内各位老师的集体智慧，备课组内相互配合，相互体谅。同时，针对本级学生的英语学习情况，出好复习提纲，给学生复习，针对学生的薄弱环节，能及时拟好模拟题，让学生复习，巩固提高。同时，我非常重视抓好学生的基础，从实际出发，了解学生的需要。在课堂上，授课过程中教学目的明确，教学重点突出，并时刻注意和学生的互动，调动他们的课堂积极性，随时调整教案和组织方式以尽量兼顾各层面的学生，重视在课堂40分钟提高学生学习效率；课后辅以适量练习巩固，以锻炼思维和打好基础为主要目的，不搞题海战术，对于学生课后的请教耐心解答主动帮助基础较差的学生，使他们恢复信心，还通过对比学生每次的月考形成学习对手，对于进步较大的学生进行适当的奖励和精神鼓励，在班中形成良好的竞争氛围。

2、备课活动方面：积极参与，取长补短我所在的初三英语备课组坚持每周集体备课，备教材、备重难点、备学生；认真钻研教材，突出重难点和中考考点，注重基础知识的巩固，做到教学进度统一；同级老师之间互相听课，相互评课，取长补短，做到了大家共同进步。

4、自身发展方面：积极进取，敢挑重担。多渠道收集阅读教科研前沿信息，充分利用本次培训的珍贵资源，认真完成本次培训任务，勤于思考与反思，以此为契机不断提高自己的教科研水平，同时定期进行教育教学理论的学习，让自己在进行每一项教研活动都能有充足的理论依据。继续积极参与各项教学教研活动，如公开课、教学设计比赛等，发挥自己

的特长，也不忘在教学中积极反思和撰写学习心得体会。

所需要的支持

一、学校同事、领导、家长、学生多方位的理解、支持和配合。

二、理论支持和有经验的专家或教研员的支持和指导。

三、锻炼和检验的平台，与外校多联系和合作。

努力的方向和反思：

继续努力钻研教材与相关教学理论，提高教学基本功，为提高教学成绩打好理论基础。并加强有关外语教学理论的学习，积极主动反思教学中的得失，多向有经验的老教师请教，在教学中不断探索，提高自己的业务水平和教学成绩。通过这次“国培计划”的契机，将自己学习到的好的理论和资源与本校老师共享和探讨，争取带动本科组的老师，争取大家共同进步。