

2023年团队课程总结 团队工作计划(精选7篇)

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

团队课程总结 团队工作计划篇一

一、指导思想

以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，以学校办学设想为纲要，紧密围绕学校德育工作重心，围绕素质教育这个中心。结合我校团队工作的特殊实际，切实加强中小学生的思想道德建设，充分发挥队员的主体作用，培养适应社会发展的国际型人才。

二、团队基础建设

1、我校有一个团总支，四个班级团委，两个大队三个中队。鉴于我校情况，成立学生会，配和校团委管理各中队工作。下设一个主席、一个副主席和六个委员，逐步培养学生的管理能力。

2、各班级建立班级工作委员会，于第三周上报班委名单。

3、小学部各班级做好入队前的队礼、队纪知识教育。计划在“五四青年节”吸收学生加入团队组织，尽快建立班级团队组织。

三、教育活动

教育活动原则上分为两大类，即常规教育活动与特色教育活动。活动以活跃每个学生的心灵、展示学生个性发展为宗旨。

（一）、常规活动

1、制订升降国旗制度，利用升降国旗活动、国旗下讲话等，对学生进行爱国主义教育活动。

2、建立“红领巾监督岗、红领巾卫生示范区、红领巾广播站”激励制度，以此为载体贯彻小学生日常行为规范，形成本校德育特色。

3、班级队课活动。根据班级的实际情况以及不同时期的教育重点，确定活动课的主题。自主组织，精心准备，达到触及学生心灵、提高学生能力的目的。计划校内交流每学期一次。

（二）特色活动

1、开展“触及心灵”的少先队活动。以“角色体验”为主要模式，以“实践—体验—成长”为主题。

2、各班建立“展示台”，展出学生名类作品，给每个学生成功的机会，活跃每个学生的心灵。

四、加强校园文化建设，营造舒适的人文环境

1、提高安全意识，加强安全教育与安全措施。

2、重视校园卫生与环境保护教育。

3、搞好班级育人环境布置，小学部设立学生展示台（展示内容可以是学生的高质量作业，也可以是学生自己认为比较得意的作品）。

4、重视中小学生的礼仪教育，做合格的育才人。达到人与环

境的和谐统一。

团队课程总结 团队工作计划篇二

一. 团队各阶段的管理方案：

突出问题：兴奋、紧张、新鲜感特别强，对工作充满期望；焦虑、困惑和不安全感；自我定位不清晰；对公司环境和企业文化还比较陌生；不熟悉产品知识和销售技巧；缺乏共识，一致性不够。

管理方案：以过程管理为主、严格控制销售人员工作行为；要清晰地告知业务员自己的想法与目的；为团队提供明确的方向和目标；宣布对队伍及每一位业务员的期望；帮助团队成员之间尽快熟悉；加强产品知识，销售话术，销售技巧及工作流程培训；建立必要的规范，树立威信；留意团队的好苗子。

培训内容：金融基础、行业基础知识、职业前景说明、公司运营模式、原油的特性、销售基础、成功之路。

2. 团队动荡期

突出问题：团队成员之间越来越熟悉；规章制度越来越清楚，产品和行业知识了解加升；聊天技巧的运用不够；对经理的依赖性较强。隐藏的问题逐渐暴露；销售人员开始不愿意找资料和聊客户；业绩不稳定；有挫折和焦虑感；决心开始动摇，怀疑目标能否完成。

管理方案：加强与业务员进行充分地沟通，了解每一个队员的情况；坚定队员的信念，对遇到困难队员进行一对一的培训，帮助队员和客户沟通，帮助队员完成销售任务；及时安排相应的衔接培训；对思想出现问题的队员及时进行纠正，

如果无法纠正则进行岗位调离或者劝退，一切也不能影响团队工作、影响公司销售业绩为优先。

突出问题：团队内的氛围进一步开放，队成员可以自觉完成分配的销售目标；能够进行自我激励；销售技能显著提升，意向客户资源也有了更多的积累，业绩逐步稳定；开始逐渐形成团队文化。

管理方案：要加强团队精神、凝聚力、合作意识的培养，要更加关心下属，解决他们工作和生活上的困难，倡导快乐工作、快乐生活。

突出问题：团队业绩越来越稳定，成员都有强烈的归属感，集体荣誉感强；他们具备娴熟的销售技巧，对工作非常有信心；能够及时沟通，协力解决各种销售问题，能够自由分享观点与信息，有必须完成任务的使命感。

管理方案：监控工作的进展，更加注重引导成员；培养优秀成员，引导成员制定具有挑战性的目标。

二. 各种会议的安排（15-20分钟）： 早会：目的是调动业务员的工作情绪，明确当天的工作目标。搞一些激励的小活动，对所有队员进行正面的激励。分享一些正能量故事。（15-20分钟）

晚会：主要内容是总结当天工作情况，分享当天的工作经验。安排第二天的工作，定期组织业绩好的队员进行分享。始终保持高涨的工作情绪。（15-20分钟）

周会：总结一周工作情况，业绩完成情况，世界各地财经要闻汇总。对本周业绩完成情况进行奖罚分明，对于完成激励案的小组一定要兑现承诺，未完成的进行相应的惩罚，做到奖励到人，惩罚到人。布置下一周的工作任务。

月会：总结一个月的销售目标完成情况，根据考核标准进行惩处。

团队课程总结 团队工作计划篇三

（2015---2016学年度第一学期）

土默特左旗金山学校

2015年9月

一、指导思想：

以科学发展观为指导，切实加强青少年思想道德教育。同时，紧紧围绕学校中心工作，与时俱进，开拓创新，继续发挥团队作为学校德育先锋的作用，使学校德育再上一个新台阶，推动学校的素质教育向纵深发展。

二、工作目标：

- （一）坚持“二个加强”，即加强常规管理，加强队伍建设。
- （二）加强学生日常行为规范教育，保持学生良好的行为习惯。
- （三）加强法制、安全教育、心理健康疏导，促进学生健康成长。
- （四）深化团队活动，从活动中培养和提高学生的素质。

三、工作重点：

- （一）进一步规范团队的组织建设和制度建设，增强共青团和少先队的战斗力、感召力。

1、切实加强我校团队组织和制度建设。健全团支部和少先队的组织机构，推进团队自身建设，树立好团队形象，充分发挥德育处、党支部的助手作用。

2、做好发展和培养团员工作。认真研究制定工作计划和培养发展新团员新队员的工作方案，加强对团队的宣传，并通过丰富多彩的团队实践活动，不断增强共青团的吸引力和凝聚力，依照团章的规定，按程序，有步骤地做好发展新团员和培养团员的工作。

3、抓好少先队基础建设，不断完善少先队各方面的职能。学期初进行大队委员的遴选。对选举出来的大队委员及时进行培训，明确干部职能，更好地发挥大队委员的作用，力争培养一批德才兼备的学生干部，并让他们参与学校的少先队管理工作中。各中队要设立更多类型的队干部服务岗位，实行民主选举和队干部轮换相结合的少先队小干部任职制度，并加强对他们的思想教育和技能培训。

（二）建设一个基础扎实的团队活动阵地。

1、建好广播站。培训好小编辑和播音员，使得每天的广播能够受到全校欢迎，并能起到积极教育和宣传作用。

2、建好雏鹰校园文化宣传栏。及时更换内容，营造优雅、活泼、趣味与知识并存的文化氛围。增强少先队文化的感染力，教育少先队员坚持佩戴红领巾和少先队干部标志。

（三）强化规范养成教育,促进学生良好习惯的形成1、抓好养成教育,培养良好行为习惯。

组织各中队和学生认真学习贯彻《金山学校学生日常行为规范》、《金山学校学生一日常规》，在行为规范方面具体做到：不带零食进校园，不带废纸进教室，不扔杂物在场所；同学间团结友爱不追逐打闹；推广礼貌用语与普通话。开展“校

园之星”评比宣传活动。并及时检查反馈,发现问题及时指正。

2、学校常规常抓不懈,创建积极向上校风。

环境。精心准备每周一的升旗仪式,努力使每次升旗都能使学生受到一次德育教育。

活动的正常化、规范化,促进学生身心全面和谐健康的发展。充分利用日常教育教学主渠道,开展好学校心理健康教育。通过课堂渗透以及教师与学生沟通,交往等,将心理健康教育真正落在实处。

(四) 以活动为载体,注重体验,提高学生道德素养。

1、结合重大节日和纪念日,开展主题教育。

2、开展各种青少年法律宣传教育活动。

充分利用国旗下讲话、板报橱窗、校园网等途径宣传普及法律知识,提高广大少先队员的法律意识和法制观念。邀请学校法制副校长定期开展法制讲座,以青少年喜闻乐见的法律实践活动,激发他们学习法律知识的兴趣,提升少先队员运用法律保护自己合法权益的意识。

3、加强未成年人思想道德建设。

开展弘扬民族精神教育、日常行为规范教育、法制教育、心理健康教育、节能环保教育、安全教育、食品卫生教育、诚信教育和感恩教育。增强广大青少年的荣誉感、责任感,激发爱国热情。

四、具体工作安排:

九月: 教育主题: 尊师

1、制定团队各级各类工作计划。

2、布置教室，出好第一期板报。

十月： 教育主题：爱国

1、庆“国庆”手抄报比赛、演讲比赛、征文比赛。

2、庆祝建队节

3、开展“微笑行动”系列活动

十一月： 教育主题：守法

1、开展法制教育讲座

2、经典诗文朗诵及写字比赛

3、开展“反邪教警示教育”活动

十二月： 教育主题：明理

1、开展“读书节”系列活动

2、举行踢毽子、跳绳、拔河比赛

一月： 教育主题：创新

1、庆“元旦”系列活动

2、班主任工作经验交流

3、布置寒假活动

团队课程总结 团队工作计划篇四

一、市场分析

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品（档次）向上走，向下移（通路精耕和深度分销），寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的等等。

二、营销思路

- 1、树立全员营销观念，真正体现营销生活化，生活营销化。
- 2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。
- 3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。
- 4、在市场操作层面，体现两高一差，即要坚持运作差异化，高价位、高促销的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。

营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

三、销售目标

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，李经理根据企业方便面产品abc分类，将产品结构比例定位在a（高价、形象利润产品）b（平价、微利上量产品）c（低价：战略性炮灰产品）=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。

销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

四、营销策略

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行一套价格体系，两种返利模式，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

（1）、促销体现联动，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，

有效挤压竞争对手。

(2)、连环的促销方式至少两个以上，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。

(3)、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场动销，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

(4)、服务策略，细节决定成败，在人无我有，人有我优，人优我新，人新我转的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了5s温情服务承诺，并建立起贴身式、保姆式的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。

通过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

五、团队管理

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划，比如□20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

(1) 健全和完善，从企业的典章、条例这些母法，到营销管理制度这些子法，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员三个一日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

(2) 强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分

为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

(3) 严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目的是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的铁血团队。

六、费用预算

李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源好钢用在刀刃上，以求企业的资金利用率达到最大化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

- 1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。
- 2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术

性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了铁鹰团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了铁鹰打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

团队课程总结 团队工作计划篇五

1、it工程师:20名

计算机及相关专业大中专以上学历;要求熟悉和掌握各种计算机软硬件基础;有较强的沟通和领悟能力,能够独立的完成工作;勤奋好学,工作积极努力;有责任感和团队精神,能承受工作压力。

2、美工设计人员:3名

男女不限户籍不限,居住地在公司附近者优先考虑;大专及以上学历,需有一年以上相关工作经验者优先;善于沟通,工作主动;形象良好,为人亲和;诚实守信,性格务实。

3、会计:2名

会计、财务管理类相关专业大专以上学历,持证上岗;受过财会专业资格认证、财务管理技能等方面的培训;1年以上财会类工作经验;能熟练使用财务软件及其他办公软件;熟悉企业会计工作流程及国家财政法规;有较强的工作独立性,主动性,开拓意识强,有良好的团队合作精神;本地户口。

4、销售人员:6名

识，熟悉培训流程；具备良好的沟通能力；能独立开展工作并承受较大工作压力；积极、自信、敬业，具有开拓精神；有团队精神和人员管理经验，有亲和力，具有一定的文笔写作能力，具有较强的随机应变处理突发事件的经历和能力。有培训工作经验者优先，男女不限。

组长:xxxxxx(公司人力资源部部长)

副组长:xxxxxx(公司综合部部长)

成员:xxxxxx(销售部副部长)

xxxxxx(生产部副部长)

xxxxxx(行政管理科科长)

1xxxxxx日报；

2xxxxxx晚报；

团队课程总结 团队工作计划篇六

客房部工作重点：

一、加强员工的业务培训，提高员工的综合素质

前厅部的每一位成员都是酒店的形象窗口，不仅整体形象要能接受考验，业务知识与服务技巧更是体现一个酒店的管理水平，要想将业务知识与服务技巧保持在一个基础之上，必须抓好培训工作，如果培训工作不跟上，很容易导致员工对工作缺乏热情与业务水平松懈，因此，本职计划每月根据员工接受业务的进度和运用的情况进行必要的每周一次培训，培训方式主要是偏向授课与现场模拟。同时在每月5日前向总办与人力资源部上交上月的培训总结与本月的培训计划进行

监督。

二、加强员工的销售意识和技巧，提高入住率

酒店经过了十九年的风风雨雨，随着时间的逝去酒店的硬件设施也跟着陈旧、老化，面对江门的酒店行业市场，竞争很激烈，也可说是任重道远。因酒店的硬件设施的陈旧、老化，时常出现工程问题影响对客的正常服务，对于高档次的客人会随着装修新型、豪华酒店的出现而流失一部份，作为酒店的成员，深知客房是酒店经济创收的重要部门之一，也是利润最高的一个部门，因此作为酒店的每一位成员都有责任、有义务做好销售工作。要想为了更好的做好销售工作，本职计划对前台接待员进行培训售房方式方法与实战技巧，同时灌输酒店当局领导的指示，强调员工在接待过程中“只要是到总台的客人我们都应想办法把客人留下来”的宗旨，尽可能的为酒店争取住客率，提高酒店的经济效益。

三、加强各类报表及报关数据的管理

今年是奥运年，中国将会有世界各国人士因奥运会而来到中国，面对世界各国人士突如其来的“进攻”，作为酒店行业的接待部门，为了保证酒店的各项工能正常进行，本职将严格要求前台接待处做好登记关、上传关，前台按照公安局的规定对每位入住的客人进行入住登记，并将资料输入电脑，客人的资料通过酒店的上传系统及时的向当地安全局进行报告，认真执行公安局下发的通知。同时将委派专人专管宾客资料信息、相关数据报表。

四、响应酒店领导提倡“节能降耗”的口号

节能降耗是很多酒店一直在号召这个口号，本部也将响应酒店领导的号召，严格要求每位员工用好每一张纸、每一支笔，以旧换新，将废旧的纸张收集裁剪成册供一线岗位应急之用。同时对大堂灯光、空调的开关控制、办公室用电、前台部门

电脑用电进行合理的调整与规划。

五、保持与员工沟通交流的习惯，以增进彼此的了解便于工作的开展与实施

计划每个月找部门各岗位的员工进行谈话，主要是围绕着工作与生活为重点，让员工在自己所属的工作部门能找到倾诉对象，根据员工提出合理性的要求，本职将员工心里存在的问题当成自己的问题去用心解决，做力所能及的。如果解决不了的将上报酒店领导。让员工真正感受到自己在部门、在酒店受到尊重与重视。

六、做好部门内部的质检工作

计划每个月对部门员工进行一次质检，主要检查各岗位员工的仪容仪表、礼节礼貌、岗位操作技能与综合应变能力。质检人由部门的大堂副理、分部领班、经理组成。对在质检出存在问题的给一定时间进行整改，在规定的时间若没有整改完成将进行个人的经济罚款处理。

其中：

六月份的工作计划：

- 2、协助营销部做好团队接待、散客预订接待工作。
- 3、培训前厅部员工对客服务技巧，提高员工的对客服务意识。
- 4、协助营销部做好6.1儿童节套票会餐与父亲节相关活动的接待工作。

团队课程总结 团队工作计划篇七

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现

状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

- 1、树立全员营销观念，真正体现营销生活化，生活营销化。
- 2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。
- 3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。
- 4、在市场操作层面，体现两高一差，即要坚持运作差异化，高价位、高促销的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。

营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

- 1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。
- 2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。
- 3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，李经理根据企业方便面产品abc分类，

将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)□b(平价、微利上量产品)□c(低价：战略性炮灰产品)=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。

销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行一套价格体系，两种返利模式，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

(1)、促销体现联动，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。

(2)、连环的促销方式至少两个以上，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。

(3)、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场动销，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

(4)、服务策略，细节决定成败，在人无我有，人有我优，人优我新，人新我转的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出

了5s温情服务，并建立起贴身式、保姆式的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。

通过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划，比如□20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

(1)健全和完善规章制度，从企业的典章、条例这些母法，到营销管理制度这些子法，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员三个一日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

(2)强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

(3)严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的铁血团队。

李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及

其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源好钢用在刀刃上，以求企业的资金利用率达到化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

- 1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。
- 2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。
- 3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。
- 4、吹响了铁鹰团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了铁鹰打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。