

# 最新按摩店年度工作计划 春运按摩师工作计划(模板8篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 按摩店年度工作计划篇一

这一年多多少少还是有一些不足的，就我个人而言，我认为自己平时还是比较宽容的。无论是对什么事情，只要是他们解决不了的，我就会自己亲自来。我作为店长，就相当于大家的哥哥，我是走在最前方的人，也是最应该保持一个良好形象的人。所以我那些小缺点我会及时改正过来，不将它遗留到后续的工作中。只有改正了自己的缺点了，我才可能去面对一个更好的世界，也才能带着大家一同走向一个更好的未来。

如果你能选择你最想得到什么？

如果可以选择的话，我最想得到是经济上的独立，不去依赖父母和老公，用自己赚来的钱为自己买辆车，定期带着孩子和父母去各地旅游！

你的年龄+奋斗10年会是什么？

首先是积极向上的心态再加上绝对的服从。除完成好上级安排的各项任务外还要制定好自己每天的工作计划，并去努力完成。

店务管理系统

是由计划、组织、指挥、协调及控制等职能为要素组成的活动过程

指人与生俱来的以及通过后天培养，塑造，锻炼而获得的身体上和人格上的性质特点

店务分层次化管理系统模式（没有规矩不成方圆，分工明确利于管理）

### 1. 店内人员结构标准

店长、主管、顾问、前台、美容师、调理师、养生师、足疗师、调配师、保洁、库管、维修

### 2. 人员岗位职责定位

店长、顾问、美容师、调理师等人员的岗位职责

### 3. 合理化的薪金制度

薪资制度要根据店内顾客情况、费用对比、地区经济、消费标准等各方面综合制定。

### 4. 绩效比例合理分化

业绩绩效、出勤绩效、消耗绩效、消费绩效等分化

### 5. 目标规划设计执行

年度规划、季度规划、月规划、天规划、员工规划、顾客消费规划等方面执行

### 6. 阶段性提升培训标准

人员等级培训、营销培训、活动培训、心态培训等。

## 7. 多元化人员储备

员工流失导致顾客流失，储备人员，减少流失。

在过去的20xx年，不管成绩怎么样，都将成为过去。作为一个力求上进的人，我们应该向前看，向着我们美好的未来进军。20xx年不管是对于美容院，还是对于美容师自己，都是具有非常大的意义的，一切都是崭新的开始，我们要抓住20xx的尾巴，为崭新的20xx年的奋斗做好准备。下面就是作为美容师的我，在20xx年的个人工作计划。

## 按摩店年度工作计划篇二

时光流逝，在繁忙的工作中不知不觉我们就要走完201x而迎来20\_\_年。我是今年4月份加入\_\_大家庭的，回顾在\_\_的这半年的工作、生活历程，作为\_\_销售团队中的一员业务上取得了一定的成绩，并且和团队内其他同事建立起信任、合作、默契的团队关系。虽然未能完成公司制定的区域销售目标，但却朝着公司制定的目标努力迈进，当然未能完成是因为存在不少的问题，为了给来年工作提供更好的规划，我在此将本年度接收工作以来的情况进行总结并制定20\_\_年的工作计划。

### 述职部分

在我们\_\_环保节能电器有限公司里，我的职位是镇区业务，说到底就是负责\_\_在东莞市所下辖的6个镇(大郎、东坑、桥头、企石、横沥、常平)的直营销销售与协助代理商做好代管区域市场维护这方面的工作。从今年四月进入\_\_开始，我逐渐认识到作为一家成功运作的销售公司，除了拥有一批敬业忠诚团结进取积极主动能吃苦耐劳的销售人员，还需要一个高素质，英明果断，能把控市场起伏敢于决断的领导团队。这点，也是\_\_团队能够不断发展、壮大的因素之一吧。

从刚加入\_\_到8月，我是负责另外一个区域的工作，对于过去种种，这里就不做多提。8月份因工作区域调动，我来到了常平，刚来时我第一步做的工作是，对整个区域进行摸底，对区域内各个经销商(合作客户以及待合作客户)分布情况了解清楚，其次了解合作客户在合作中有没什么问题或建议，能否在自身能力范围内解决;未合作客户没有合作的原因是什么，以及确定后续有没有合作的可能，在接手以后的近四个月中，我所负责的区域内业务基本上呈上升趋势。各渠道门店年度销量大部分是上升的，并且综合电器业务方面，在两个镇上新开了门店。当然也有一家店面销量下滑，我总结了一下原因、经验，争取在来年的工作中扭转这一下降趋势。这其中直营区桥头、企石、横沥三个镇的销售业绩增长比较明显，当然这也离不开前任业务对市场良好的维护以及进入销售旺季的原因。而在电器三大类品种燃热、电热，厨具当中，厨具的销量最大，其次是电热，燃热最低。当然销量最大的厨具，在各个镇、店面的销量差异比较大。在企石、横沥二镇的一些店铺，有的厨具销量多大6个单位，而有的销量为0。这说明在一部分地区，对厨具的潜在消费需求有待于下一步在20\_\_年，就可以大力开发。这将是我们来年提高销售量的有力增长点。说到美的大家最熟悉的可能是它品牌下的其它产品，厨房电器和热水器对于美的来说算是后起之秀。而我们\_\_做的就是美的这颗大树下，拓张其在热水器、厨房电器领域的业务。

## 总结部分

总结回首这走过的半年，我认为自己的工作通过自己认真的态度，不管是在市场方面还是个人能力方面都有所提升。

纵观\_\_面对的厨具、热水器行业，呈现出城市市场深挖高端产品潜力，农村市场需求将放量的趋势。而我主要负责农村或城镇的业务。厨电产业属于传统行业，竞争较为激烈，加上近年来国家对于房地产调控政策的出台，导致购置全套家电的需求降低，导致厨电市场增速放缓。不过随着人们对生

活水平的追求不断提高，新型厨房电器逐渐被人们所接受，加之上个世纪九十年代大规模普及的燃气灶、油烟机、微波炉等产品经过数年的使用已经面临更新换代。

近几年随着国家的家电下乡、节能补贴等政策的出台，农村家电市场需求呈现放量式增长态势，特别是厨电产品，尚处于开发初期，像消毒柜、电烤箱、油烟机等产品才刚刚开始在农村地区普及，未来有很大的增长空间。正因为农村市场待开发，更需要厨电厂商抓住细分市场的机遇，推出适合农村地区使用的操作简便、性价比高的产品，推进农村用户对现代厨房电器的认知，促进市场的进一步扩大。为此，整体厨房这一产业将成为我国厨电行业下一阶段的另一热点。另一方面，以洗碗机、净水设备、榨汁机为代表的新型厨房电器，目前仅仅是在高端消费市场有所建树，但整体市场的辐射以及用户拥有率还很低，未来出点生产企业应抓住厨房电器更新换代的契机，加快新型产品概念的推广，特别是与整体厨房的搭配或许能够极大的加速新型厨电产品的普及。未来，随着消费者口口相传的口碑效应，以及厂家的持续推动，各类新型厨房电器将不断进入消费者的家庭。

总之，我认为乡村市场的家电潜力还是非常大的，热度不减。

很荣幸能与各位同事共同进步，我也在大家的身上学到不少的知识。半年以来我心中最大的感受便是要做一名合格的销售人员不难，但要做一名优秀的销售人员就不那么简单了。我认为：一名好的销售人员不仅要为人谦和正直，对事业认真兢兢业业。

而且在思想政治上、业务能力上更要专研。我，作为一名年轻的销售员需要学习的东西还很多很多。所以我很感谢公司能让我在11月份有机会去到美的工厂总部参加美的全国旗舰店的一个培训，让我学习到了系统化的产品知识培训，顺带参观了美的现代化的宏伟壮观的生产流水线，更是有幸见识到芜湖总部的ka系统终端物料摆设及出样陈列标准化所带来

的视觉享受，对于我今后工作的开展有着莫大的帮助。

明年规划

通过这半年的工作，我很幸运学到了不少东西，业务上也努力做了一些成绩。但这还远远不够，尤其在新市场开发方面上还显得稚嫩。我将在未来继续多学，多思、多试努力把工作的更好。

我的计划

### 按摩店年度工作计划篇三

从一个对电气控制很不熟悉的外人逐渐向某种水平靠近，这不得不说是个进步，更不得不说是个超越，当然这完全要归功于公司上下领导和同事的大力支持与协助，在此深表感谢。

回顾刚过去的一年，用时间飞逝来形容难免显得有点伤感，似乎也先得很狼狈，但是这其中的点点滴滴唯有自己亲身经历过才感觉得出生活的韵味，也只有这样才能方显自己对工作的热情。

20\_\_年2月

20\_\_年新年伊始。在开始的岁月里，在很多人还享受在新春佳节的热闹氛围中时，我们就开始新千年的征程。公司将我安排在湖南博大电气有限公司实习一个月。带着梦想和执着我在湖南博大电气有限公司很快安下心来，很快进入预期状态，在那里我不仅可以像在公司一样做我自己想做的简单设计尝试，而且还可以零距离接触我先前一直没有接触到的并且今后经常要面对的实物元气件，可以说，虽然只有简短的一个月，却给我留下了极为深刻的感触。如果说工作马上就要真正开始，而这个月的用心和付出让我充满自信。

20\_\_年3月

实习回来的我，接到的第一个任务就是忙于公司在5月份参加在上海举行的国际电机技术展览会的电气控制辅助设计。可以说这是我从事电气控制辅助设计相关方面工作的真正开始。在领导的直接领导下，设计任务如期完成，并达到了预期目的。这让我信心倍增。

20\_\_年3月~20\_\_年5月

中央试验室项目系统设计工作。由于当时我们工程部门人员组成相当特殊，尤其是我，因为刚毕业，严重缺乏相关设计方面的工作经验，致始工程设计工作从一开始就出现了很多另人难以想象的难题，曾经一度导致工程实际工作不能如期进行，更谈不上达到预期的目的，给公司上下都带来了很大负面影响。值得庆幸的是，好在领导有方，给了我莫大的鼓励和支持，我也尽我最大的努力尽快进入自己的角色，在夏季来临之前，工程设计任务终于有了很大进步和突破。所有的电气控制柜和试验台都按预期目标完成组装和生产并发往客户。虽然这其中有许多个不眠之夜(可以说不分白天和黑夜)，也放弃了好几个美好的周末(实际上当时没有周末之言)，连五一劳动节也加班加点，我谢绝了几位好朋友的好意之邀请，但是换来的是项目设计工作终于画上的一个圆满句号。似乎先前所有的疲惫和不快瞬间烟消云散，突然间让人也有种莫名的轻松和感动。在这个项目最为关键也最为艰难的时刻我们都挺过来了，心有千千结也有万万语，都化作一股豪情和喜悦伴随着自己，这其中的滋味不是随便谁能感受得到的，也不是谁能够随便体会得到，给人太多太多的不仅仅是回味，更是享受，而我是其中幸运的一名，工作总结《20\_\_年度个人工作总结及新年计划》()。

20\_\_年6月~20\_\_年8月

中央试验室项目系统总体安装和系统初步调试工作。也许这

这个时候很多人是最不情愿工作的，天气闷热异常，温度超高难以忍受，连喝水都成了问题。我多羡慕我那熟悉的办公桌，可以坐在办公桌上做自己想做的事。但是为了满足客户要求，保证工作进度，我们还是以一种饱满的情绪投入到现场工作当中，要知道项目设计完成可以说还只是开始，真正的工作还在后面。系统安装随着时间的一天天推移也逐渐步入完善阶段，也许是习惯了，再热的天好象在我们眼里已经变得不那么热了，相反我更加担心的是安装过程可能出现的我们没有发觉的问题，这是相当危险的。当时由于工作疏忽，导致高压进线侧跳闸，这给客户带来一定的经济损失。有了这次教训，后面的工作我更加仔细小心，经过仔仔细细的观察，经过反反复复的核对，后面的工作进行的还算顺利。在我自己心目中，这几个月是我成长最快的几个月，在某种程度上来说算是一种独立工作的体现，只可惜水平还很差。幸好我有一个好领导，他既给我工作上的肯定，必要时也给我由衷的批评和建设性的意见。有领导亲自牵头指导工作，我感觉工作顺利了许多，明显我比先前要大胆了很多，这真的要感谢我的直接领导的大力栽培。

20\_\_年9月~20\_\_年12月

这几个月的时间在某种程度上来说算是真正的独立了。主要是协助集成部做系统调试试验。明显达到预期的效果，自己在领导的大力支持和栽培下，也有了一定的进步。

回顾刚过去的一年，我参与的项目主要有：

1、公司参加的上海国际电机技术展览会的电气控制部分的辅助设计

2、 anyway试验台水泵控制系统上海

3、中央试验室地铁、地轨交流牵引电气传动试验系统



#### 4、604开关分断试验控制系统

吃一嵌长一智，之前所有的所有，一切的一切早已如过眼云烟。在经历种种困难之后，终于看到希望的曙光。回想之前的一切，我感慨万千。似乎喜怒哀乐应有尽有，酸甜苦辣味味俱全，欢乐与痛苦同在，伤心与开心并存，伤感与开怀携手，黯然和豁达并肩。先是不分昼夜和周末的加班，我忘记了疲惫；然后是炎热的夏季，我也记不清那太阳有多么的火热；再是冬季的严寒，两件秋季的衣服傲然面对，我不知道我自己是怎么挺过来的，但是我心里却只有一个目标，再坚持有一会，一切都会好的。值得庆幸的是，我坚持下来了，我承认中途有那种消极的想法，甚至打算放弃，但是每当我想起我们工程部领导亲自带头做我们下属做的事时，我很快醒悟了，我不可以放弃，也不能放弃。我一直为自己有这样一位好领导而自豪，也一直为自己一开始就能从事这样的工作而高兴，我是幸运的。只可惜自己还是让领导伤透了神，费尽了心，这也是我最痛苦也最纳闷的事。

#### 新年计划

告别201x□迎来满是激情的20\_年，在这个辞旧迎新的时刻，心情除了激动还是激动，虽然心中还有太多太多的不舍，也有太多太多的感动，但是时间不允许我只停留在我曾经驻足过的地方，虽然那里有太多的美好让人无法忘记，时间也不留人，我只有打好背包收拾好行李清理一下自己的思绪继续我的征程和旅途。新年新气象，新年新起点，20\_年的最后一晚，我倒数着时间倾听20\_新年的脚步声，许下属于我自己和我们大家共同的美好愿望，心情无比澎湃。

新年伊始，在这个美好时候，我与千年又一次相约，许下自己在这新的一年甚至一生的诺言，做出自己新年的工作安排和相应的具体计划和目标。

- 1、继续自学s7200 plc编程。对每一条指令至少做到熟练应

用，尤其是在传送指令、转换指令、pid控制、算法、功能流程图等关键编程位置能够做到得心应手，争取能够实现简单的系统控制(只在程序上)。

2、继续对电气工程控制设计相关方面的学习。毕竟这还是我的弱项，也是我真正要挑战的，因为这是我的主要工作方向，也是我的目标，我先不求什么工程师的级别，也先不求工程师对应的待遇。好好学习先前做过的控制系统，学习里面控制的原理以及实现控制的方式方法，希望有所获。

3、收集相关方面的资料，尤其是一些经常要用的电气元器件，进行系统的分类和归纳。

4、培养能够独立工作的工作习惯，至少在施工现场能够独立工作，在工程项目设计上继续寻找自己的设计思想和风格，在领导的直接指导下，继续做相关的辅助设计，争取有所提高。

5、放开手脚大胆尝试，努力学习，争取尽早独立工作。

## 按摩店年度工作计划篇四

沿着时间走过的足迹,不知不觉间2021的年轮又画上了句号,迎来新的一年。将迎来新的希望、新的太阳、还有新的果实。回首15年工作,在项目开发的工作中,有硕果累累的喜悦,有与同事协同攻关的艰辛,也有遇到困难和挫折时惆怅,感谢领导给了我成长的空间,勇气和信心。时光过得飞快,不知不觉中,充满希望的年就伴随着新年伊始即将临近。可以说,年是公司推进行业改革、拓展市场、持续发展的关键年。现就本年度重要工作情况总结如下:

### 一、去年工作中存在的问题汇总

2、流量不稳定、没有达到预计的目标和提升,转化率不高,

导致客户流失率居高。

3、关键词的监控表制定(没有落实到位)。

6、没有为公司想新的想法，由于个人能力有限，没有给公司提出有用的营销策略建议，延误推广成效。(主导性欠缺、缺少沟通)。

7、缺欠学习交流，以致于整个推广工作达不到理想状态。虽然存在很多问题,但是我相信,只有把工作做细,做精,实施到实处,问题都是可以完美的解决的!

## 二、2022年工作计划

一期(现负责阿里巴巴分销工作)

1、刁氏分销目标与规划

2、分销渠道定位、开发、推广、维护

3、分销渠道的加盟招商、分销文案的撰写

4、分销商的要求和支持

5、分销商产品定价策略和盈利结构、结算方式

6、产品分销商的售后服务与分销商返点比例

7、分销商的日常管理和日常解答

二期(项目推广计划的安排)

## 按摩店年度工作计划篇五

健康产业或成为国民经济推动力据中国保健协会的不完全统

计:2009年,我国可统计的保健食品销售额已经超过了1000亿元人民币,保健用品销售额超过了800亿元人民币,而保健服务类的可统计数据则更令人惊讶:超过了2000亿元人民币。

但更值得关注的是,在今年4月召开的“中国传统医药文化传承与养生文化产业高峰论坛”上,则直指我国健康产业(包括保健产业、医药产业及与健康相关的产业)仅占中国国民生产总值的4%—5%,低于许多发展中国家。而在发达国家,这一比例普遍超过15%,如果按这一比例核算,中国健康产业未来的市场容量将是6000亿—8000亿元的大市常核心构想:以中医文化为依托 以针灸推拿绝技为核心竞争力 按摩手法治疗慢性疼痛及调理亚健康为卖点 以小型养生馆(投资5万元)为起步实体 创建中医保健养生会所品牌 注册相关行业品牌 开展全国连锁加盟.!

第一步 根据小区经济人流进行选址。 第二步门店装修布置。

第三步开业前要做好在小区中的宣传,使居民对它感兴趣

按摩店只需一次性投资,开业后在投入极少,又无库存积压,而且技术稳定,客户稳定,只需一两个人便可维持运转,几乎无什么大的风险,需要注意的就是机器的维护和原材料的投入。

安全问题也不必担心,制定好禁忌防范制度,以及安全方案,而且我们不是无人的全自助售卖店,有工作人员在现场监督。

- 1、人员数量上不能太多
- 2、团队人员差异不能太大
- 3、团队人员的学习能力
- 4、创新能力

- 5、自发的工作态度
- 6、工作效率提高
- 7、信任的作用
- 8、足够的耐心和毅力
- 9、保证沟通顺畅
- 10、信心和士气

（一）全面预算管理是对生产经营各个环节实施预算的编制、分析、考核，把企业生产经营活动中所有的资金收支均纳入严格的预算管理之中。而企业资金预算则是企业全面预算的核心，包括年度、月度预算。年度资金预算是测算年度内公司资金的流入、流出规模。另外按照资金的用途，还可将自尽预算分为 以下三个方面的预算：

- 1、经营活动现金流量预算：主要包括经营收入与经营支出预算。
- 2、投资活动现金流量预算：企业为了获取更多的盈利，扩大企业的规模必须进行有效的投资。它分为两类：一是长期投资，二是短期投资。

## （二） 加强资金的集中管理

- 1、统一银行开户管理，确保货币资金安全。
- 2、统一资金调度，强化资金运营监管。
- 3、统一资金信贷管理，确保筹资效益和安全。
- 4、统一资金过程控制，提高资金使用效益。

## （三）、推行内部审计制度

- 1、组织保证。

2、制度保证。

3、信息反馈保证

地点：洞井小区 投入成本

店面租金4个月6400元 盲人按摩师月薪3000元 店面装修3000元 设备原料费2000元，（包水电） 生活开销2000元 开展项目：

通过按摩保住日常开销，并在此基础上开张其他项目进行营利，月开销：按摩师工资1000元。材料费1000元，水电费1000元，生活费2000元，租金1600元，共6600元。由毛德志妻负责管理以及店面营销不开工资。按摩师每个人抽听提成25元。保证其3000一个月，通过店面营销，以及各自所在资源拉动客户。年底进行投资分红。第二阶段，当店面经营稳定后，介入可靠的保健品。作为盈利点。

一，医院作为技术依靠点，既可以利用其技术优势，又可以为医院提供病源，互利为目的

二，大多数同学朋友在医疗和保险行业，可以利用当医生，当老师，优势开展健康教育，引顾客，并提供技术支持。

按摩店只需一次性投资，开业后在投入极少，又无库存积压，而且技术稳定，客户稳定，只需一两个人便可维持运转，几乎无什么大的风险，需要注意的就是营销手段，客源的保证，以及人员的流动。

## 按摩店年度工作计划篇六

一抓外联区域的调整。把威海多年海外侨务工作的重点由过去的韩国、香港，调整为巩固韩国，挖掘日本，主攻美国、东南亚，拓展欧洲。二抓外联网络建设。继续实施“凝侨聚

力千百万工程”，确保与海外30个重点侨团、100名重点人士、500名华侨华人保持长期密切的联系。三抓信息库建设。高度重视对侨情资料的收集和整理，规范信息库侨情资料的管理和使用，对重点海外博士、华商和在威海工作的海归博士进行建档立卡。

一是继续推动“侨爱工程——百侨助百村”活动。选择100个新农村建设项目，利用侨网等媒体对外宣传，力争“侨助村”项目累计达到60个。二是落实“关爱工程”，促进侨界社会保障工作。继续落实好归侨侨眷的各项扶持政策，确保农村老年归侨人人拿到每月150元的困难补助。组织各级侨务部门每年坚持走访慰问侨户活动。继续认真做好侨界来信来访工作，处结率确保100%，三是推进社区侨务工作。在全市原有建立19个社区侨务示范点的基础上，巩固扩大到26个，进一步促进侨务工作在基层的深化，使社区为侨服好务，侨为社区做贡献。

一是充分利用平台促招商。去年，威海侨办积极争取，省侨联将文登工业园设立为“侨商投资服务基地”，又积极争取省侨办和省外经贸厅在文登南海和威海工业新区设立了“海外华侨华人投资创业基地”，在两个基地的努力下，效果明显。今年要继续抓好宣传，邀请更多的海外朋友来考察寻求商机。

二是继续紧密配合外经贸等部门在境外开展的一系列招商活动。

三是积极参与省侨办组织的“海外华商博士山东行”等活动宣传招商环境。争取上级侨务部门的支持，继续组织开展邀请“侨商看威海”活动。

四是继续抓好捐赠工作。广泛发动在威经商、居住的海外侨胞、华商、归侨侨眷和侨商企业，参与到“侨爱工程”活动中，为我市的社会公益事业做贡献。

通过召开这次会议，尽最大努力发动广大归侨侨眷和海外华商参与我市社会经济建设。

## 按摩店年度工作计划篇七

回顾20xx年度的企划工作，我们以扩大品牌知名度为工作重心，分别从报纸、户外活动、帝豪客户关爱、网络四个方面来进行整合性质的品牌宣传。

每个月度都在当地主流报纸做两到三期的硬广，兼有软文发布，每一到两个星期做一次户外巡展，适当做客户关爱活动，并且长期做网络宣传。除此之外，为了树立良好的形象，我们还积极参加了公益献爱心活动。参加本地区的车展，特别是11月份的车房联展，我们积极参与并且获得冠名权，去了良好的效果。

帝豪品牌在濮阳地区是新品牌，上市之初做以品牌知名的扩大为核心的宣传，其指导方向是正确的。20xx年度我们完全贯彻的这一工作核心。并且在品牌知名度宣传也取得了显著的效果品牌覆盖率达到百分之七十以上。取得成绩的同时，我们也发现了自身的不足，从每月销量上来看，每月的宣传力度不可谓不大，但收效却甚微。究其原因，是我们只是注意到品牌宣传了力度和覆盖面，却忽略了精确度，有对牛弹琴之嫌。枪声很大，致命率却很低。在有望客户分布鉴别方面缺乏准确的分析。而且在宣传内容方面长期单一化，没能够找到强有力的品牌诉求。

为了你不上面提到的缺陷，我们公司经研究决定了下一年的企划部工作计划。决定，有单一的品牌知名度宣传转变为，以提高服务质量为基础的品牌宣传为工作重心。从轰轰烈烈的宣传转变为和风细雨式的体贴入微的品牌亲和力宣传。部部为营。

具体到宣传手段，我们会继续网络性质品牌形象宣传。扩大



户外宣传力度，把户外活动宣传工作做足做细，部部为营，精确制导没一位客户。同时，做好店内活动，把老客户维护活动最为重点，他们是未来为品牌赢得好口碑有力力量。此外，我们在店内提高服务质量，除提升帝豪品牌美誉度外，也提高作为经销商4s店的品牌形象。一手做产品品牌形象，一手做整体4s店品牌形象。另外也会根据传统节日，每个一两个月做一次上规模性的活动，以提升其在社会上的曝光度。

回顾20xx年我们有得有失，期间的重重阻碍，并不能阻挡住我们前进的道路，我们会以积极的态度面对困难，以理性的方式客服困难，越挫越勇□20xx年，我们坚信，会打一个漂亮的销售仗。

## 按摩店年度工作计划篇八

今年以来，区会展办牢牢把握区委区政府“绍兴大城市建设的排头兵，接轨沪杭都市圈的桥头堡”的战略定位，按照“月月有展会、天天可时尚”工作目标，以“创新、担当、务实、高效”的会展文化，从纺博会具体承办、各类展会培育引进、会展体育中心综合利用、赛事活动举办保障等方面入手，努力促进柯桥会展产业可持续高质量发展，积极打造“一展多元”会展新格局、“文体共融”场馆新生态。

紧紧围绕服务纺织产业转型升级理念□20xx春秋两季纺博会在新品展示、展会搭建标准和服务水平均较往届有较大提升。春季纺博会设1392个国际标准展位，展览面积3.4万平方米，参展企业540家。三天入场门禁达48015人次，较上届春季纺博会增长20.4%，其中境外采购商达7525人次，较上届春季纺博会增长21.4%。秋季纺博会设1523个国际标准展位，展览面积3.4万平方米，参展企业526家，三天入场门禁达40192人次，较上届秋季纺博会同比例增长21.2%，其中境外采购商达8117人次，较上届秋季纺博会同比例增长15.9%。来自76个国家和地区的采购商到纺博会现场采购，尤其以“一带一路”沿线

国家的采购商增长明显。

1. 树立实效新标杆。坚持“引领全球纺织趋势，展示时尚科技魅力，推动产业转型升级，搭建供需贸易平台”理念，绍兴柯桥纺博会积极为供采双方搭建商贸沟通、信息交流、时尚推动的良好平台，为展会与产业的良性互动提供“柯桥样板”，为行业的进步积聚全新动能。一是服务柯桥推动产业转型升级□20xx春秋两季纺博会柯桥本土企业参展比率不断提升，成为柯桥纺织产业转型升级的重要窗口和平台，更多柯桥企业搭上家门口纺博会的快速列车，获得更多的贸易订单、掌握更前沿的纺织资讯，助力纺织企业产品创新、产业升级。二是精准招商促进经贸合作，今年的纺博会招商工作向邀请高品质采购商发力，加强与服装家纺类上市企业和中国纺织服装竞争力500强企业的精准对接，成功邀请到波司登股份有限公司、盛美服装有限公司、海澜之家股份有限公司等赴纺博会现场采购。新增四川、河南、湖北三个服装大省的新采购商。高品质采购商不仅提升展会的经贸效果，也对参展产品提出更新更高的要求，推动展会不断发展。三是对接市场扩大展会影响，继续加大与传统市场的联动，开通会展中心至市场区的班车，增加班车数量和频次，让来自全球各地参会买家充分享受到一站式的采购便利。同时开通现场图文直播，让更多没空来现场的观众第一时间通过直播观看现场实况并参与互动，下单订购。通过“直播+”的形式助力各参展企业实现品牌曝光、推广引流、营销转化等价值，进一步扩大展会的影响力。

2. 打造时尚新高度。纺博会作为行业风向标和洞悉行业发展新趋势的专业性展会，不断助推中国轻纺城持续繁荣，已成为柯桥的一张金名片。一是新品荟萃引领潮流，纺博会期间有超过45万款时尚面料精彩亮相，其中感温变色面料、反光纱线织成的面料、抑菌面料、醋酸面料、恒温材料、“三防”面料、速干面料等科技创新面料唱主角。近年来，柯桥本土纺织企业本着科技、绿色、时尚的发展方向，不断创新发展，携带最新研发的`原创、新型、环保、科技含量高等面

料和产品参展，持续为纺博会注入新活力。二是活动联动扩大影响。20xx春季纺博会期间，首次举办柯桥时尚周(春季)并与春季纺博会同期同步举办。秋季纺博会更是与首届布商大会、柯桥时尚周(秋季)三大活动同步融合互动，时尚周继续在会展中心设置分会场，世界布商大会嘉宾于9月21日集中参观纺博会现场，全新展示柯桥纺织产业与城市形象，进一步树立了纺博会的行业话语权与国际影响力，为柯桥纺织产业走出国门、走向世界打开新的大门。三是国际纺都打响品牌。20xx春秋两季纺博会进一步探寻时尚流行色，分别采用20xx最新流行色系“紫罗兰色”、“粉红孔雀色”作为整个展会的主题色，并将主题色融入现场氛围、产品展示，给参展商和采购商带来全新的观展体验，让更多的纺织业界同仁感受到柯桥作为时尚之都、柯桥纺博会作为时尚窗口的生动体现。

按照区委区政府提出的“月月有展会”工作目标，在办精办特春秋两季纺博会的基础上，充分利用会展中心场馆资源，加快柯桥产业展会特别是纺织产业展会的引进举办及其它消费类展会的培育扶持。截止目前共举办产业类展会15场，其它消费类展会10场，月均举办展会超过2场，基本实现了“月月有展会”目标。

1. 精心培育产业展。于年初摸排制定年度产业类展会计划表，按照清单化管理模式，按季度、按月度逐项对接落实各个产业展的举办工作，实现了产业类展会按计划举办率超过90%。已举办的15个产业类展会中，展览面积达到15000平方米有12场，参展企业达200家以上且现场专业采购商人数达5000人次以上的有11场。产业主要集中在纺织产业，涉及坯布、纱线、窗帘窗纱、纺织机械等柯桥优势领域。同时也在非纺产业展上实现了突破，成功引进举办了建筑产业和黄酒产业展各1场。

2. 鼓励壮大消费展。继续发挥中国轻纺城国际会展中心的地理位置优势及硬件条件，积极鼓励传统消费类展会做大做强，包括车展、家居博览会、家电博览会在内的一系列展会，不

论是规模还是现场销售都实现了提升，会展中心已成为柯桥及周边地区消费品重要的展示和销售中心。

3. 有效保障重大活动。敢打硬仗、敢挑重担，主动而为、积极配合，高质高效做好区委区政府安排在会展中心举办的各类重大活动的服务保障工作，相继成功保障世界模特小姐大赛、国家机器人发展论坛、绍兴发展大会越乡宴等重大活动，一系列大活动成为柯桥区对外开放的先行窗口，吸引诸多目光汇聚柯桥，同时也向全球发出柯桥声音。

以丰富市民文化生活、繁荣城市经济、提升城市知名度和影响力为目标，积极探索体育中心场馆资源优化利用的新途径。加强与文化体育主管部门、演艺公司、传媒机构的联系对接，积极引进各类文体赛事活动到体育中心举办。

1. 高质保障体育赛事。全面做好20xx年度浙江毅腾轻纺城队在体育场的15个主场比赛的场地保障工作，特别是今年以来的草坪养护取得了长足的进步，得到主客队球员及中甲组委会的好评。成功引进浙江省幼儿足球总决赛在体育场举办，来自全省各地的22支幼儿园代表队参加了比赛，现场观众及随行家长超5000人次。

2. 积极引进文化活动。今年4月，张学友世界巡回演唱会再次在体育场举办，规模较20xx年更大，现场观众超30000人。今年10月连续举办两场周杰伦演唱会，累计观众接近60000人。浙江卫视“最优的我们”、“梦想的声音”第三季等栏目先后落户体育馆开机录制，观众及演职人员累计28000余人次。“公元20xx音乐节”也首次亮相体育场，广大柯桥市民踊跃参与。

3. 蓬勃发展其它活动。不断挖掘体育中心场馆资源价值，提升场馆的利用率，积极探索各类活动在体育中心举办的可能性。房产公司开盘、国家消防总局体能测试、汽车广告拍摄、绍兴国际马拉松宣传片拍摄等各类型活动选址体育中心，体

育中心已经成为柯桥综合性活动的一个绝佳举办平台。

以“一流的场馆、一流的管理、一流的服务、一流的效益”为目标，着力做好会展中心、体育中心场馆日常经营开放和管理服务工作，使场馆运行更加节约、有序、高效。

1. 经营收入稳步增长。随着“月月有展会”的有序推进，越来越多的展会活动在会展中心举办，会展中心收入稳步增长，同时各类大型文艺活动及栏目组的入驻，也推动了体育中心经营收入较快增长。会展中心、体育中心年度总收入有望突破3000万元，圆满完成增幅20%的年度目标。

2. 场馆开放安全持久。以安全第一、优质服务为宗旨，全民开放相关体育场馆及设施。截止目前累计安全开放超过280天，接待泳客超过12万人次，羽毛球、乒乓球爱好者约6万人次，跑步健身爱好者约7万人次，足球球迷约6万人次。

3. 内部管理科学有序。通过队伍建设不断整合人力资源，激发工作激情，提升工作效能，使得场馆运营更加顺畅，各类隐患妥善解决。截止10月底，会展中心场馆管理服务实现零投诉，游泳馆的水质及服务在全市位居前列。

紧紧围绕上级工作部署，深入推进“两学一做”学习教育常态化、制度化，充分发挥基层党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用，努力做好党员干部思想政治建设、机关党的基层组织建设、机关作风建设等工作，会展办系统党建工作和作风建设呈现新姿态。

1. 加强和规范党支部建设。规范开展“三会一课”组织生活，采取集中培训、工作交流、学习考察等方式，开展党务知识和业务技能的学习，促使干部进一步解放思想、转变观念、更新知识、拓展视野，不断提高个人素质和指导、服务基层的工作水平。积极主动参与“五星达标3a争创”工作，组织党员干部赴联系的王坛镇越联村、华舍街道绸缎社区开展帮

扶活动，落实专人对接服务，加强理论引导，协助制定“五星达标3a争创”工作规划和社区规划，统筹指导创建工作有序开展，并为越联村提供专项资金帮扶该村开展文化礼堂建设等工作。

2. 深入推进“两学一做”学习教育常态化、制度化。结合工作实际，制定出台了《推进“两学一做”学习教育常态化制度化的实施方案》、《贯彻学习党的十九大精神工作方案》，积极开展学习教育和“主题党日”活动，结合上党课、读书会、演讲赛、大讨论等活动形式，动员党员干部带头讲党性、重品行、作表率。以贯彻党的十九大精神为主线，开展了一系列“微党课”、知识竞赛、主题宣讲等丰富多彩的活动，形成了浓厚的学习贯彻党的十九大精神的氛围。

3. 深入推进党风廉政建设。深入贯彻落实党风廉政建设主体责任制。履行“一岗双责”、坚持集体决策、健全工作机制、强化内部监督、深化廉政教育，认真实施“三重一大”事项电子监察工作，完善财务管理等制度，进一步规范权力运行。逢会必讲廉政教育，主要领导及相关负责同志经常找干部职工谈心谈话，不断提高党风廉政教育的针对性和实效性，全年累计开展廉政教育10余次，约谈干部职工50余人次，进一步筑牢了拒腐防变的思想防线。