

工作方案和工作计划有区别 工作计划方案 (优质5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

工作方案和工作计划有区别 工作计划方案篇一

九月份(以养成教育为重点)

1. 组织队员学习《中小学生守则》、《小学生日常行为规范》；
2. “认星争优”活动的起步。(认星、创星、争优)
3. 完善队干值勤制度；
4. “红领巾”广播站的开播；
5. “红领巾”监督岗的成立；
6. 成立大队委；
7. 东南片教学活动小记者的培训；
8. “红领巾”迎宾队的成立；
9. 出一期“迎国庆”黑板报。

十月份(以爱国主义教育为重点)

1. 继续“红领巾”广播站的开播；

2. “红领巾”监督岗的工作进入正轨；
3. 新生入队仪式(十月十三建队日)；
5. 做好迎接片区活动的准备。

十一月份(以安全教育为重点)

1. 11月9日消防安全日，了解消防知识；
3. 大队宣传委员布置宣传栏；
4. 展示十月份“认星争优”中表现突出的人员名单，进一步观察监督实行“认星争优”活动。

十二月份(以迎新祝福教育为重点)

1. 结合“12.4”法制宣传日开展青少年法制教育活动；
2. 展示十一月份“认星争优”中表现突出的人员名单，进一步观察监督实行“认星争优”活动。
3. 做好“迎新年”歌咏比赛准备；
4. 出“迎新年”板报。

20_年9月5日

少先队辅导员

工作方案和工作计划有区别 工作计划方案篇二

1)集思广益：部门将继续确定富有吸引力及乐观积极的主题，同时在确定主题前将听取各班团支部意见联合各班团支部一起确定、拓展主题，让团日活动自主性更强，更具活力，对

于有创造性的意见我们会认真采纳及对待。

2)加强联系，取长补短：针对团组织生活活动中系部与系部联系不紧密，将采取在院团组织每次团日活动邀请外系组织部的成员来参团日或参加外系团日活动加强经验交流，由于每个系部的团日活动自成风格，每个系部的团日活动都有自己的优点和缺点，我们在吸收其好的创意的同时也反省其缺点，为日后团日进一步必革打下基础。

2、严格做好团员的发展工作，团员证的注册和管理工 作，做好大一的团员登记、团费收缴、团员组织关系的转接工作。认真做好团日活动的检查、督促工作，本学期的团日活动要力图创新，摒弃呆板枯燥，主题贴近生活，形式丰富多彩。确保每次活动能成功开展……推荐优秀团员作为党员发展的对象，协助老师做好这项工作。

二、工作创新

1、应用“美术与设计学院团总支团支书工作交流qq群”，在qq群中的共享中上传日常工作中需要的表格、通知及团日活动工作安排等，供各团支部下载。

2、发布组织部部门邮箱，并使之作为答疑邮箱，供我系全体团员对组织部的工作提出意见和疑问，由组织部负责解答，提高我们工作的透明度，做到公平、公开、公正，随时为团员们解决疑虑。

3、制定更加完善的团干考核规定，使评优有依据可循。

4、定期开展团支书会议，增进与基层各支部的交流和沟通。

5、加强与宣传部和记者站的合作，将好的团组织生活照片及团日活动海报做成宣传板展出和上传到网上，增强广大团员参与团组织生活的积极性。

三、部门沟通

- 1、加强与院系的联系，定期的进行工作总结与工作计划，虚心接受建议，改正不足，提高部门的工作效率。
- 2、加强与其他部门的沟通与联系，积极协助其他部门开展活动。
- 3、增强内部交流，想要做好工作，首先要从自身做起。所以在以后的工作过程中，要不段进行内部人员的交流，培养彼此间的默契程度，增强部门的团结意识。以增强部门凝聚力，树立组织部良好形象。所以，我们部门还会不定期的召开部门内部会议。
- 4、增强部门间的交流，在认真完成本部门工作的同时，主动了解其他部门的需要，并及时给予协助，积极配合工作，增强部门人员的人际交往能力。

工作方案和工作计划有区别 工作计划方案篇三

为进一步做好中小学校的食品安全工作，切实保障学校师生的身体健康和生命安全，根据市政府主要领导指示精神，决定在全市范围内开展中小学校食品安全专项整治工作，特制定本方案。

一、整治工作目标

本着对党的教育事业高度负责、对人民高度负责、对学生高度负责的精神，对全市每一所中小学校，采取拉网式集中整治的方式，排查学校食品安全隐患并进行整改，使全市中小学校校园食品安全状况有明显改善，集体用餐的卫生安全得到充分保证，保障青少年学生的身心健康和生命安全，确保全市中小学不发生重大食品安全事故。

二、整治范围

全市范围内的所有中小学校内的食堂、经营食品的商店、摊点。

三、组织分工

市、县(区)食安委办公室负责中小学校食品安全专项整治的方案制定、组织协调和工作指导。

市、县(区)教育局负责全市中小学校食堂和校园食品店经营者的管理工作，具体部署中小学校开展食品安全专项整治工作。

市、县(区)工商局负责中小学校校园食品店经营行为的监督管理工作，依法查处不具备市场主体资格的食品商店、摊点，打击制售假冒伪劣食品的行为。

市、县(区)卫生局负责对中小学校园内的食品生产经营单位(摊点)进行卫生监督检查，严肃查处无卫生许可证和健康证生产经营食品，以及制售假冒伪劣食品的违法行为。

四、整治措施

1、对学校商店、小卖部、摊点的整治。

检查其营业执照、卫生许可证、健康证等证照的持证情况，是否超范围经营；购进食品、食品原料、食品添加剂的索证索票情况及进货台帐；经营场所的卫生情况，卫生设施配备情况，销售、贮存食品用的器具卫生情况；有无假冒伪劣食品、“三无”食品和过期变质食品。对发现的问题，责令经营单位或个人进行整改；情节严重的，予以依法取缔。

2、对学校食堂的整治。

检查食堂卫生许可证、工作人员健康证等证照的持证情况；采购食品、食品原料、食品添加剂的索证索票情况及进货台帐；学校食堂的整体布局是否合理；卫生设施的配备情况，食堂内外环境卫生情况；食物清洗、加工、储藏、销售是否符合卫生要求；变质和过期食品是否得到及时清理；餐具的清洗、消毒、保洁是否符合卫生要求；洗涤剂、消毒剂、杀虫剂等有毒有害物质及工作人员生活用品的保管、摆放情况；学校自供饮用水源、购进的纯净水是否符合卫生和质量安全要求。对检查中发现的问题，责令食堂经营者限期整改；属承包经营且问题严重的，学校应取消其承包资格，改为自主经营或重新发包；食堂整体布局不合理的，学校应利用暑假时间进行必要的改造。

3、完善规章制度，建立长效管理机制。

检查各中小学校食品安全规章制度的建立和落实情况、食品卫生工作的日常管理情况。作为校园食品安全的第一责任人，各中小学校要建立和健全食品安全管理制度，建立食物中毒或其他食源性疾患等突发事件的应急处理机制，配备专职或兼职的食品卫生管理人员，不断强化食品安全日常管理工作；要切实加强对租赁学校房屋，从事食品生产经营行为的管理，与租房者签定正式合同，明确其食品安全责任，督促其健全食品购销台帐，落实索票索证制度；要求、督促学校食品生产经营单位自觉接受有关部门的监督检查；要加大食品安全宣传力度，建立经常性的宣传教育机制，大力宣传食品安全法律法规和有关常识，强化有关人员食品安全责任意识，增强广大师生消费信心和自我保护意识，构建健康、安全、和谐的校园环境。

教育行政主管部门要对各学校食品安全制度的落实情况，进行经常性的巡查和检查，坚决制止将学校食堂分散承包、多头承包，杜绝只承包不管理的现象；工商、卫生等监管责任部门，要密切配合，加大对学校食堂和校园内食品商店、小卖部的监管力度，进一步加强对学校周边饮食门店、商店、摊点的日常监管工作。

五、时间安排

全市中小学校食品安全专项整治工作分三个阶段进行：

第一阶段：准备阶段（6月29日-30日）。召开各有关部门参加的专项整治工作会议，并部署到各县区。各县区、各部门制定本地、本单位具体行动计划，抽调专人组成专项整治工作小组。

第二阶段：实施阶段（7月1日-__日）。

1、**排查隐患阶段**（7月1日-10日）。由各县区教育局牵头，根据本辖区内整治工作任务量的大小，对相关部门抽调的工作人员进行合理分组，分配工作任务，按照方案要求，拉网式排查学校食品安全隐患，并提出整改意见。市教育局对各地中小学校整改工作进展情况适时组织检查。

2、**落实整改阶段**（7月11日-__日）。各中小学校根据整改意见，认真落实整改措施。县区、各部门对照整治工作目标，认真做好自查验收和阶段总结，并于7月__日前将专项整治工作阶段总结书面上报市食安办，市食安办汇总后报市政府。

第三阶段：督查阶段（8月25日-31日）。市食安办组织相关部门，于新学期开学前，对各地中小学整改措施落实情况进行督查，并对整治工作情况予以通报。

工作方案和工作计划有区别 工作计划方案篇四

引导语：调研是工作执行的前提，没有调查就没有发言权。下面是小编为大家整理的三篇调研工作范文，欢迎采纳。

各区安全生产监督管理局，本局各处(室)、宣教中心：

一、深入基层开展调研工作是我局按照保持共产党员先进性

教育活动要求改进工作作风所采取的一项重要举措，全局领导干部和全体工作人员要高度重视，认真按照方案的要求贯彻落实。

二、各区安监局要积极配合市局开展调研工作。为便于市局开展调研，调研时请相关区安监局派工作人员(是否领导不限)陪同，并通知街道分管安全生产工作的领导参加。

与此同时，各区安监局也要参照市局的调研工作方案，采取切实有效的措施，深入基层开展调研。

三、我局工作人员到各区进行调研期间的食宿等有关费用自理，不得违反规定向基层单位提出要求；各区安监局、街道办不安排招待。

四、我局调研工作由办公室统筹安排。在调研工作方案具体实施过程中遇到困难或问题，请直接与办公室联系。

为认真落实全县财政工作会议精神，着力提升科学理财、为民理财的水平，深入推进学习型、服务型、效能型、创新型、廉洁型机关创建活动，为进一步提高信息宣传及调研工作水平，更好地宣传财政形象和取得的成绩，激发机关新活力，更好地服务全县经济和社会事业发展，特制定本计划。

坚持以党的十八届四中全会，中央、省经济工作会议，省财政工作会议和县委十三届二次全会精神，紧紧围绕财政工作重点，深入调查研究，关注热点、剖析难点、找准焦点，挖掘财政工作的新思路、新举措，提高财政工作的科学化、规范化水平，建立健全财政工作创新体制，进一步提升财政工作质量与效率，推动全年财政工作目标任务的顺利实现。

1. 信息工作：局各科室、单位全年被录用省级以上信息不少于1条，每人县级不少于2条。

。成立局信息、宣传、调研工作领导小组，强化组织领导。各主管局长是分管口信息调研宣传工作的第一责任人，各科室、单位负责人是第一执行人，广大信息员是具体落实人，细化分解任务，层层落实责任。科室、单位负责人要带头撰写信息、组织宣传和调研，确保完成任务。

各科室、局属单位负责人要结合工作职责和阶段性工作重点，积极组织开展调查研究，认真落实年度财政科研课题。对重点调研课题，实行课题组负责制，由局长挂帅、分管领导牵头，相关科室参加，组成专题调研小组集中进行攻关。

重视加强科室、单位之间协调配合，保证信息、宣传、调研工作的时效性。局办公室要加强业务指导，协助各科室、单位挖掘精品信息，宣传、调研文章，积极做好向省、市相关媒体推荐工作，努力扩大财政宣传、调研工作的影响。组织开展信息工作人员培训工作，进一步提升信息工作人员的水平，拓宽信息宣传工作的思路。

局办公室要加大对信息、宣传、调研工作的督查力度，每月严格对用稿情况进行登记、公布，及时反馈，每季度通报工作进度，每两个月召开一次宣传信息工作推进会，对工作不力的科室、单位，进行现场督办，推动该项工作的全面、有效开展。

对在报刊杂志上公开发表文章的个人，按省、市、县级3：2：1的比例给予奖励，对部级及以上的另作嘉奖。年终对信息、宣传稿件和调研文章进行评比，根据得分情况评选出信息宣传先进个人和集体，并给与表彰奖励。同时，实行一票否决制，将信息、宣传、调研工作列入科室、单位和个人年终考核，对完不成任务的科室和个人不予评先评优。

加强大学毕业生青工的教育培养

紧紧围绕新形势下服务企业发展、服务青年成长成才，突出

加强大学毕业生青工的教育培养，开展深入的调查研究，了解当前大学毕业生青工的工作生活状况和现实需求，找准团组织的工作切入点，更好地引导他们立足岗位、扎根企业、锻炼成才。

- 1、近五年参加工作的大学毕业生队伍的基本情况；
- 2、当前大学毕业生青工关注的热点难点问题和需求；
- 3、当前大学毕业生青工的思想状况；
- 4、本单位在大学毕业生青工教育培养方面的措施及存在的问题；
- 5、团组织加强大学毕业生青工教育培养的做法及意见建议。

各单位团组织要围绕五个方面的调研内容，通过数据统计、座谈交流、问卷调查、个别访谈等形式，开展深入细致的调查研究。调研结束后，要形成调查报告，突出总结性、实用性和前瞻指导性，坚持以事实、事例、数字为依据，达到观点新颖、分析透彻、逻辑清晰、数据准确、说理有力、措施具体，每篇不少于xx字。各单位调查报告要于4月30日前报送集团公司团委(xxxxxx00x1@xx)□

集团公司团委采取问卷调查、召开座谈会等方式深入调研，听取各方面的意见建议。在此基础上，形成调研报告。

各单位团组织要高度重视这次“调研”活动，作为凝聚青工队伍、全面推动工作、促进素质提升的一项具体措施抓落实。调研活动结束后，集团公司团委将对优秀调研成果进行评选表彰。

要注意把握参加调研人员的代表性，力求全面系统地掌握相关情况。要围绕调研内容，全方位、多层次听取大学毕业生

青工及其所在区队(科室)领导、同事的意见建议，把实情摸准、吃透。要制定推进计划，确保按时完成调研任务。

要坚持“调查”为基、“研究”为用，做到调查工作深入扎实、精益求精，研究工作紧贴实际、推陈出新，坚决杜绝闭门造车、凭空编撰等现象。调研报告既要有定性判断，又要有定量分析，避免以偏概全和主观臆断；既要有经验总结和问题分析，又要有对加强工作的意见和建议，使调研成果具有针对性和指导性。

工作方案和工作计划有区别 工作计划方案篇五

教育行业销售计划方案要怎样写?以下文书帮小编为大家整理的教育行业销售计划方案，希望大家喜欢!

义务教育(中学、小学)

1、 通过网络和电话等方式获取与该单位采购相关人员的姓名、部门、职务、联系方式、办公地点、个人背景资料(籍贯、爱好、住址)。客户单位的相关情况：单位性质、规模、办学特点、荣誉、资历等。

2、 采购计划，是否有与我公司销售产品的相关计划。

3、 询问该单位使用中的相关产品的使用状况，是否需要更新设备。

根据以上情况分析判定客户等级，分析其现在或将来要实施的采购活动的可能性。

1、 采购计划中的产品将使用在什么地点，及时的了解这些地点的环境情况：面积，使用人数等。

2、现正使用的产品的相关信息：品牌、型号、参数、数量、配置情况、购买时间、使用效果等。

1、项目的目标、功能、所需配置、数量、预算、采购流程等。确定后以最快时间做出我公司的方案。

2、详细了解可能与我公司产品产生竞争的其他公司的产品，并分析我公司产品的相对优势。

3、向客户详细介绍我公司产品的优势特点，并请其查看我公司提出的方案和建议。

4、向客户提出我公司的方案和建议，并向客户解释每项设备的功能，及方案的配置理由，了解客户对产品的技术要求等，及时修改方案。

5、了解客户项目实施的时间，根据项目的数据分析项目等级。

每天销售情况一定要做到准确记录，以便详细查看跟进，尤其是客户项目的进展情况一定要做到准确记录。与各客户之间的人际、利益关系等一定要处理妥当。

当客户确定接受我公司方案，及时拟定合同及细则，以传真或邮件方式等待客户确认，确认后约定签约时间，按时送达合同签约。

目前温州地区内衣行业形成以曼妮芬、嘉莉诗、美思、水中花、依之妮等为代表的品牌格局。但是伴随以黛安芬、安利芳为代表的国外洋品牌进入中国，日趋了解消费者的习性，已从培育市场到引导市场的转变，培养了一批忠实的消费群，占据着高端消费市场的大量市场份额。但没有哪一品牌市占率在10以上。

奥莉服饰有限公司是一家由外销转型为内销的服装企业，公

司主导服装品牌是奥丽侬，该品牌是一、二线之间的中高档品牌，主要目标消费者群体为收入较高的白领阶层。奥莉服饰是典型的研发、设计、营销型的公司。

公司在温州地区主要优势是消费者品牌认知度较高，销售团队管理相对完善，劣势主要是服装库存积压问题较为突出。

- 1、品牌浙江地区年度销售总额计划达成200万元；
- 2、销售额增长率预计为21.6%；同比增长29%；
- 3、品牌预计实现毛利率32%，达成毛利润64万元；
- 4、从目前的市场占有率看，从目前的3.5%增长到6.5%；

按照公司区域划分惯例分配不同销售区域的年度销售配额：

瑞安、苍南等县市市场统一规划，预计下半年实现销售收入50万元。

年度销售计划除最终销售额作为业绩以外，还要考虑以下重点：

- 1、品牌市场建设的一大重点是探索并形成成熟的渠道管理模式，提高渠道运营效率，寻求本企业解决降低服装库存积压的有效方法。
- 2、通过扩大广告覆盖，提高品牌宣传的精准度来建立稳定的品牌形象。
- 3、加大电子商务方面的投入，重点拓展网络销售渠道，与网络代理商建立稳定的合作关系。

公司在发展前期尤为重视从区域重点是市场开始操作，以点带面，以强带弱，而温州地区也是如此，市区为重点市场，

周边县市为关注市场，而关注市场中分出潜力市场，以乐清和瑞安两县级市为代表。

此年度渠道建设的总路线依然是继承以往路线，循序渐进，稳打稳扎，但更加总是网络渠道的开发。

地区团队应继续不遗余力的开发区域内重点市场，寻找可靠、有潜力的县区代理商。同时深入了解代理商的资信水平，严格控制代理商的信用和资金风险。

对潜力市场以及市区重点市场的部分商场发展单店或连锁加盟商。前提是严格执行公司既定的连锁加盟商资格审核标准，规范加盟程序。

同时销售团队协助公司营销团队做好连锁加盟店的沟通及合作工作，协助公司对加盟商的业务联系以及经营指导等工作。

在品牌建设发力阶段拥有直营终端，有利于树立品牌形象，掌握最直接的顾客需求与联系客户的纽带，并及时调整产品方向和行销策略。直营终端不要求数量多，但一定要精，要有代表性，能符合自己产品的市场定位，能反馈出自己品牌特性出来。

为充分发挥电子商务的优势以支持企业发展，温州区要保证对网络渠道的重视和投入，支持和引导实体经销商建立网络销售店铺，积极与成功电商销售公司合作。

销售团队负责拓展网络代理商，定期举办网络代理商的交流会并对网商销售贡献做评估和分析。

1、低折扣

行内许多二线品牌一般是3.2---3.8折，专卖4.5折，奥丽依应该以3.0折招商、代理商可以4.2折招商，保证对专卖加盟

店吸引力和市场的竞争力。

2、大额的广告支持及高返利

行内许多二线品牌一般的广告支持为厂商各半且广告费以货品折钱而且力度不够。

a.首批进货达20万元者给与4万元的广告支持(广告形式的选择与发布由公司负责)。

b.年销售完成80万者返利7%等。

一般的品牌换货率为45天内没有补货的产品可以100%调换，凡补单产品不与调换。销售团队可以规定重点市场内的客户在100天内不管有没有补货100%换货但凡特价产品不与调换。

广告宣传不再只追求覆盖面，将更加重视传播的精准度。

1、专卖店的'形象建设

统一的、高质量的专卖店形象，给能消费者带来强烈的视觉冲击力，以及产生深刻的记忆提高品牌附加值。这方面要求自己专卖店形象的设计上严格把关。

2. 巡回演出(内衣秀)

以巡回演出(内衣秀)吸引媒体与消费者的眼球。奥丽依要展示自己品牌的时尚性，宣扬内衣时尚的趋势，这对于自己品牌的塑造与招商起到至关重要的推动作用，同时会吸引区内传统媒体与网络媒体的争相报道。

3、参与服装交易会

前期准备是市场开拓的先决条件这要求公司为业务人员提供

高质量的招商资料与行动目标。

1. 招商手册的完成。
2. 招商政策(详细的、合理的省、市级代理合同、专卖合同)
3. 高质量的图册。
4. 业务人员的培训(团队凝聚力、行业知识、产品知识、谈判技巧)

市场维护包括开拓期的维护与稳定转型期的维护。要求对奥丽侬重点市场客户要有选择性，而且要求代理商一定要严格执行公司的政策，对终端一定要严格要求特别是县级级以上地区自己品牌专卖店形象的设计上等要严格把关，包括：店面位置、营业面积、门头招牌、形象墙的设计□pop的布置、产品的陈列、开业宣传、员工素质及自己品牌产品的比列等。

1协助代理商完成招商计划 ， 督促代理商实施宣传工作。

2. 督促代理商经常的补充货品增加销售，积极协助其处理不良产品最大限度的减少换货率减少公司库存压力。

3. 公司业务员的定期巡场，特别是终端的详细资料(以备公司后期接管防止资源流失)及竞争品牌的动向等。

4. 季度的全国性的促销计划与实施等。

根据温州区域的销售目标，团队成员总计12人，其中2名负责加盟连锁店，2名负责大卖场，2名负责网络渠道开发，2人负责业绩考核。

在品牌创立并趋于成熟的阶段，温州地区销售团队要在公司下列规章条例基础上细化、完善。

a□销售人员管理条例

b□加盟店管理条例

c□营业员管理条例

d□销售渠道的销售政策的制定。诸如退换货的条件，返利，奖励，惩罚政策，销售渠道的价格管理。

具体细则，可先制定出草案，在实施过程中总结完善，并应密切注意业界领先者、竞争对手、追随者的动向，采取相应的对策，也要随时观察市场动态，消费者动态，随时修正不合时宜的计划。

(一) 培训目标

- 1、提高销售效率：经过培训可提高销售效率，同时降低销售成本。
 - 2、加强自我管理：销售人员必须组织和分配时间以取得销售的成功。
 - 3、增强士气：目标不明是士气低落的重要原因，因此，销售培训计划必须要让受训者明确他们在企业和社会的目标。
 - 4、促进沟通：培训能使销售人员明确为企业提供顾客和市场信息的重要性，并且了解这些信息是如何影响企业销售业绩的。
 - 5、改善顾客关系：能帮助受训者明确建立与保持良好顾客关系的重要性。
- 1、销售技能和推销技巧的培训：包括推销能力、谈判技巧，如重点客户识别、潜在客户识别、接近客户的方法、顾客服

务、应对反对意见等客户异议、达成交易和后续工作、市场销售预测等等。

2、产品知识：具体内容包括：本企业所有的品牌、产品属性、可变性、品牌理念等方面的知识。

3、竞争知识：具体包括：了解竞争对手的产品、客户政策和服务等情况，比较本企业与竞争对手在竞争中的优势和劣势等。

4、企业知识：具体包括：企业政策，例如企业的报酬制度、企业规定的广告、产品运输费用、产品付款条件、违约条件等内容。

培训方式力求多样化并追求投入与收益的相对最优。主要通过课堂培训、现场培训、个案研讨法、角色扮演法、户外活动训练法等展开。

1、企业内部培训专家：企业内部专职的培训人员，他们负责管理和协调企业的销售管理部门以及建立销售机构的培训和开发计划。

2、企业销售人员：一般选择企业高级销售代表。

3、销售经理：了解销售人员的弱点并非常了解行业和产品特点，效果较好。

4、外部培训专家：可以是销售培训的专业顾问，也可以是著名商学院销售学科方面的资深讲师。

以下三点作温州销售团队薪酬激励体系的补充：

1、绩效工资占员工标准工资的50%。绩效工资与员工的绩效考核成绩挂钩，用来考核员工销售任务计划内的销售任务、

货款回笼、销售费用控制、产品品种结构、信息收集工作的完成情况。

绩效工资分为月度绩效工资和年度绩效工资，月度绩效工资占考核工资的20%，年度绩效工资占考核工资总额的80%。

3、对于员工节约的费用，公司将提取员工费用节约额的70%作为费用节约奖金发放给该员工。

细化为项目费用，包括销售过程中的广告费用、人员推销费用、促销费用、物流管理费用等。

总费用:150万元

项目费用：销售网络建设70万元；

广告策划活动、促销活动30万元；

销售团队建设 30万元；

物流管理费用10万元；

其他10万元

当然，好的计划只是市场拓展的第一步，重要的还是计划的执行，市场拓展的效率80%来自执行力。市场拓展不是孤立存在的它依赖于企业的管理水平、营销队伍的凝聚力、营销人员的沟通能力、产品质量、设计水平等企业成功的诸多因素。因此，加强内部的管理才能使自己品牌腾飞。