

# 制冷系统工作计划(实用8篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。我们该怎么拟定计划呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 制冷系统工作计划篇一

工作计划网发布物业公司工作计划书，更多物业公司工作计划书相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

以下是工作计划网为大家整理的关于物业公司工作计划书的文章，希望大家能够喜欢！

1、加强政治学习，统一思想认识，提高全体干部员工为开发区建设和发展服务的意识。将开发区的新形势、新发展、新变化传达给个职工，激发职工的工作热情。

2、加强职工业务技能培训。尤其是物业管理人员，分管理人员、维修人员、秩序维护员(保安)、保洁员等不同部门、不同工种要定期进行物业管理知识、专业技能训练，定期进行消防知识培训；对驾驶员定期进行安全思想教育。

3、继续在各部门推行承包责任制，由部门负责人负责本部门内部的所有事务，部门负责人对公司经理负责。

1)公司拟正式成立监管科，隶属于公司办公室，向办公室及公司总经理汇报工作。监管科于2019年初成立试运行以来，对公司的各项工作都有了很大的促进作用，但是监管力度仍然不够大，离公司领导对监管科的期许，还有比较大的差距。公司拟于下半年正式成立监管科，加强对各部门的检查考核，量化考核指标，每天考核两次，不走过场，不搞形式主义，

不怕得罪人，如实填写日考核表，月底总结考核情况报办公室，根据考核情况按公司奖惩制度进行奖惩。

2)对环卫队酝酿进行重大改革。推行承包责任制，环卫队实行队长负责制，队长签定承包责任合同，全面负责环卫工作。同时计划分路段进行承包，由监管科对各路段进行考核定奖惩；垃圾中转站(车队)实行队长负责制，队长签订承包责任合同，职责范围包括垃圾中转站、车队、安全保卫、渣土办；与驾驶员签订责任状，明确驾驶员的责、权、利，进一步明确发生安全事故后公司和驾驶员各自所承担的责任；对原垃圾站进行改造，新上压缩机组一台；强化服务功能，提高服务水平，加大对企事业单位的服务力度，拟增加封闭式保洁车、吸粪车及洒水车各一辆；拟接管经七路垃圾中转站。

2)办公室加强内部管理，对公司各部门劳动纪律及业绩的监督检查；负责仓库、汽车等事项的综合管理；组织经理办公会及班组长会议，每月进行工作总结并制定下月工作计划；安排监管科每天考核各部门工作；进一步加强物资采购、仓库管理、用油管理，材料进出必须有领导签字；油票由办公室统一开具经总经理签字后方可加油，并由办公室安排专人随同；汽车维修及购买配件由专人负责，办公室统一安排。

## 制冷系统工作计划篇二

### 1、认识贯彻市、县精神，牢牢把握公司发展目标

未来三年集团客户工作，既要妥善应对发展环境更为复杂、经营形势非常严峻、工作任务十分艰巨等困难和挑战，也要积极把握我国经济运行呈现诸多向好信号、信息服务需求具有较大潜力、公司影响力持续扩大等机遇和优势，善于从公司的视野分析和把握公司的目标要求，站在公司整体利益的高度谋划集团业务的长远发展。kpi单一导向的管理方式面临挑战，客户发展”大进大出“问题较为突出，重点加强集团客户的保有与发展，利用好20xx年下半年新兴多个重要集团

与我司达成战略合作关系的良好局面，高举td大旗，用好政策，推动td发获得国家和社会舆论的支持，促进与政府的关系，并为政企客户市场的争夺奠定先机，通过与政府合作赢得政府支持，为td建设创造良好的环境。

### 3、积极拓展集团客户的蓝海市场

- 加快农村市场拓展：坚持“139”发展思路，信息惠农，助力大市场的营销与客户捆绑，提升产品质量，增强客户粘性。  
加快校园市场拓展：持续大力提升城镇中小学学校覆盖率；围绕“家校互动”和“数字校园”，促进与政府合作；以“校园一卡通”为突破点，试点推广校园的信息化解决方案。

### 4、充分利用大市场资源，多策略全面稳定集团客户存量市场

### 5、整合资源，主动出击，以一揽子解决方案实施全业务捆绑

6、集团客户维系保有工作，首先是集团成员在网稳定，其次进行集团客户的二次营销。中小集团客户市场将成为竞争对手关注和争夺的重点。加强行业聚类客户、区域聚位市场的拓展，实现中小企业规模扩散，增强对集团客户关键人和联系人的主动营销服务，全部比照vip管理。客户保有是一项长期工作，高度重视，常抓不懈，不仅以kpi为目标，对于ab类目标集团客户要力争全部保有，随着明年年竞争加剧，作为累计指标可能发生激增。任何一个重要客户被反挖，都可能产生难以预知的连锁反应。

### 7、加大对中小集团保有工作的重视，落实细化“深耕计划”

在对ab类集团客户实施全面争夺，中小集团已成为竞争对手关注和争夺的重点。新兴分公司存在着对中小集团关注程度不够和资源投入不足的问题。

### 8、动力100业务包是重要的集团产品组合营销市场策略

动力100业务包是经营存量市场重要手段，尤其中小企业客户的保有和拓展，是集团客户市场的一种新的营销模式，延缓价格战的利器。通过通信和信息化应用的组合，积极探索全业务能力，是动力100业务标识落地的营销传播抓手。实现支撑系统对集团业务组合营销的支撑能力；鼓励各省因地制宜、开拓创新，尽快完善通信、营销和办公包设计，加快支撑系统改造。

## 制冷系统工作计划篇三

新一年的销售工作到来，我的能力还有待提高，因此为了能够提升我的销售的能力，特制定了我个人的提升计划如下：

### 一、扩大销售队伍，加强业务培训

人才的引进和培养是最根本的，也是最核心的，人才是第一生产力。企业无人则止，加大人才的引进大量补充公司的新鲜血液。铁打的营盘流水的兵，所以在留着合理的人才上下功夫。在选好人，用好人，用对人。加强和公司办公室人沟通，多选拔和引进优秀销售人员，利用自己的关系，整合一部分业务人员，利用业务员转介绍的策略，多争取业务人员，加大招聘工作的力度，前期完善公司的人员配置和销售队伍的建立。另外市场上去招一些成熟的技术和业务人员。自己计划将工作重点放在榜样的树立和新榜样的培养上，一是主要做好几个榜样树立典型。因为榜样的力量是无穷的。

人是有可塑性的，并且人是有惰性的。对销售队伍的知识培训，专业知识、销售知识的培训始终不能放松。培训对业务队伍的建立和巩固是很重要的一种手段。定期开展培训，对业务员的心态塑造是很大的好处。并且根据业务人员的发展，选拔引进培养大区经理。业务人员的积极性才会更高。

### 二、销售渠道完善，销售渠道下沉

为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。合理有效的分解目标。

市场是公司的核心竞争区，在这三省要完善销售队伍和销售渠道。一方面的人员的配置，另一方面是客户资源的整合，客户员工化的重点区域。要在这里树立公司的榜样，并且建立样板市场。加以克隆复杂。

其他省市以一部现有业务人员为主，重点寻找合作伙伴和一些大的代理商。走批发路线的公司在销售政策上适当放宽。

如果业务人员自己开拓市场，公司前期从业务上去扶持，时间上一个月重点培养，后期以技术上扶持利用三个月的时间进行维护。

### 三、产品调整，产品更新

产品是企业的生命线，不是我们想买什么，而是客户想买什么。我们买的客户想买的。找到客户的需求，才是根本。所以产品调整要与市场很好的结合起来。另外，要考虑产品的利润，无利润的产品，它就无生存空间。对客户来讲，也是一样。客户不是买产品，而是买利润，是买的产品得来的利润。追求产品最大利润的合理分配原则，是唯一不变的法则。企业不是福利院，所以为企业创造价值最大化，就是管理的最基本要求。从发展才是硬道理到赚钱才是硬道理的转变。

一个产品的寿命是有限的，不断的补充新产品，一方面显示出公司的实力，一方面显示出公司的活力。淘汰无利润和不适应市场的产品。结合公司业务人员专业素质，产品要往三个有利于方面调整：有利于公司的发展、有利于业务人员的销售、有利于客户的需求。

产品要体现公司的特色，走差异化道路。一方面，要有公司的品牌产品。一个产品可以打造一个品牌。所以产品要走精细化道路。

四、长期宣传，重点促销

五、自我提高，快速成长

为积极配合销售，自己计划努力学习。在管理上多学习，在销售上多研究。自己在搞好销售的同时计划认真学习业务知识、管理技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

本人将以身作责，以实际行动来带领整个团冲击计划目标。

## 制冷系统工作计划篇四

吃碰胡喻示麻将游戏，表明一种娱乐方式。

麻将从娱乐的角度来说，它可以调节身心，锻炼心智，丰富生活，增加情趣。它有一些约定俗成的游戏规则。这就要参与者遵守牌规，既有利于娱乐生活，增进友情，又能锻炼和显示人的性格，还能看到人的品德。

二、公司宗旨

本公司致力于传播娱乐文化，并由此来帮助人们释放压力。

在这个许多人都为了事业忙碌的时代，生活节奏的加快使得人们的精神压力越来越繁重。由此，我们成立了吃碰胡文化娱乐传播有限公司来帮助现代人正确适当地释放缓解来自外界的压力。

据研究压力过大并得不到释放会导致的危害：

- 一、经常压力过大可能导致牙周病
- 二、压力过大容易导致饮食紊乱
- 三、压力过大会加剧过敏症状
- 四、压力过大可能危害皮肤健康
- 五、压力过大不利于手术后康复
- 六、压力过大会损害记忆力和学习能力
- 七、压力过大容易导致抑郁症
- 八、压力过大容易导致肥胖
- 九、压力过大会增加心血管疾病的发病率
- 十、孕妇怀孕期间压力过大易导致流产
- 十一、压力过大容易导致糖尿病
- 十二、强大压力下的孕妇生出来的孩子患有精神分裂症的可能性较高

我们会贯彻自己的宗旨，来帮助大家释放缓解压力。

### 三、公司简介

吃碰胡文化传播有限公司将会成立于20\*\*年5月13日，本公司立志于用麻将这种娱乐方式，帮助现代人释放压力，并能够以此结交天下朋友。本公司位于金海路2360号，有麻将室百余间，另有其他娱乐方式，帮助现代人娱乐减压。

### 四、公司管理

董事会：上海金海商务集团有限公司

总经理：李娇

技术兼宣传人员：鲍丹 黄雨琪 马磊

秘书兼博客管理人员：\*\*\*

## 制冷系统工作计划篇五

项目单位

地 址

电 话

传 真

电子邮件

联 系 人

[公司名称]

[日期]

目 录

摘要.....3

第一部分 公司基本情况.....4

第二部分 公司管理层.....7

第三部分 产品/服务.....9



第四部分 研究与开发	10
第五部分 行业及市场情况	11
第六部分 营销策略	13
第七部分 产品制造	14
第八部分 管理	15
第九部分 融资说明	16
第十部分 财务计划	17
第十一部分 风险控制	18
第十二部分 项目实施进度	18
第十三部分 其它	18

## 摘 要

说明：在两页纸内完成本摘要。

### [摘要内容参考]

- 1、公司基本情况（公司名称、成立时间、注册地区、注册资本，主要股东、股份比例，主营业务，过去三年的销售收入、毛利润、纯利润，公司地点、电话、传真、联系人。）
- 2、主要管理者情况（姓名、性别、年龄、籍贯，学历/学位、毕业院校，政治面貌，行业从业年限，主要经历和经营业绩。）
- 3、产品/服务描述（产品/服务介绍，产品技术水平，产品的

新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。)

4、研究与开发（已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平、竞争力及对外合作情况，已经投入的. 研发经费及今后投入计划，对研发人员的激励机制。)

- 市场工作计划书 • 教学工作计划书 • 会计工作计划书
- 招商工作计划书

- 服装店工作计划书 • 项目计划书 • 企业计划书 • 培训计划书 • 创业计划书模板

5、行业及市场（行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测。)

6、营销策略（在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制。)

7、产品制造（生产方式，生产设备，质量保证，成本控制。)

8、管理（机构设置，员工持股，劳动合同，知识产权管理，人事计划。)

9、融资说明（资金需求量、用途、使用计划，拟出让股份，投资者权利，退出方式。)

10、财务预测（未来3年或5年的销售收入、利润、资产回报率等。)

11、风险控制（项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施。)

第一部分 公司基本情况

公司基本情况：

公司名称

成立时间

注册资本

实际到位资本

其中现金到位

无形资产占股份比例 %

注册地点

公司性质为：请填写公司性质，如：有限公司、股份有限公司、合伙企业、个人独资等，并说明其中国有成份比例和外资比例。

公司沿革：说明自公司成立以来主营业务、股权。注册资本等公司基本情形的变动，并说明这些变动的原因。

目前公司主要股东情况：列表说明目前股东的名称及其出资情况，如下表：

股东名称	出资额	出资形式	股份比例	联系人	联系电话
------	-----	------	------	-----	------

甲方

乙方

丙方

丁方

戊方

目前公司内部部门设置情况：以组织机构图来表示本公司的  
独资、控股、参股有公司经及非法人机构的情况：

以图形方式表示，如：

投资者1

投资者2

投资者n

公 司

下属机构m

下属机构1

下属机构2

公司曾经经营过的业务有

公司目前经营的业务为

目前主营业务为

公司目前职工情况：

最好列表说明，如下表：

员工人数	专科文化程度	大学本科	硕士(中级职称)	博士(高级 职称)
------	--------	------	----------	--------------

人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例
----	----	----	----	----	----	----	----

管理人员

生产工人

公司经营财务历史：列表说明：

(单位：万元)

销售收入

毛利润

纯利润

总资产

总负债

净资产

负债率

净资产收益率

公司近期及未来3—5年要实现的目标(行业地位、销售收入、市场占有、产品品牌以及公司股票上市等)：

公司近期及未来3—5年的发展方向、发展战略和要实现的目标：

## 第二部分 公司管理层

董事会成员名单：

序号	职务	姓名	工作单位	学历或职称	联系电话
----	----	----	------	-------	------

1 董 事 长

2 副董事长

3 董 事

4 董 事

5 董 事

6 董 事

## 制冷系统工作计划篇六

1、中国房地产业还会迅猛发展十几年，这是创业的良好时机，建筑设计行业发展前景大好。

2、扩展产业，增加资金积累，为以后的事业发展打下更坚实的基础。

3、建筑设计公司所需资金投入少，但效益大，亏损的几率几乎为零。

4、社交，以老舅的社交能力成立设计公司是正确的，不成立设计公司反而是一种资源浪费。

5、我与老舅的合作，老舅主管外，我管设计方面，分工合作。

### 二、成立设计公司的计划步骤

1、公司成立之初有两种形式选择，一是注册自己的公司，然后以我和别人合作形式做设计，出图找挂靠公司。二是完全挂靠一公司，有活后拿到挂靠公司合作。公司成立之初不是以盈利为最终目的，争取在成立后的一年内摸清建筑设计市场的动态行情，并初步建立自己的设计班子。

2、公司成立后第二年，公司算正式的成立，有自己的设计小组，但仍以挂靠的形式出图。

3、公司稳定以后，公司有自己的资质，可以完全的独立设计任务。也可以发展其他产业，比如打图公司，文本制作公司等！

### 三、待讨论的问题

1、公司成立后的名字。

2、何时成立公司，并以何种形式成立。

3、公司成立之初要否设立自己公司的办事处。

4、公司在何处成立？沈阳 大连还是盘锦。

5、挂靠公司的选择。

### 四、公司的管理

老舅任公司的总经理，主要是承揽设计任务，以前公司其他事情的管理我任公司的副总经理，主管设计任务的实施以及设计进度的监督管理及与甲方的设计方面的沟通，其次力所能及的承揽设计任务财务以及其他管理随公司的发展慢慢吸收相关人才。

### 五、公司成立资金的投入与利润分成

由于是挂靠其他单位，所以前期投入不会太多，所以前期投入有老舅承担大部分，后期公司发展由我和老舅一起追加投资。公司所得收入前期按四六分，我四老舅六，后期待定。

### 六、信念

抓住机遇，一切皆有可能。努力，奋斗（初期涉及我的工作方式，我是否要辞去现有工作）。

## 制冷系统工作计划篇七

转眼间又要进入新的一年，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。出来工作已过4个年头，家庭、生活和工作压力驱使我努力工作 and 认真学习。在此，我订立了20xx年度公司销售工作计划书，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作则，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达8万元以上(每件4万元)。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

2、在第二季度的时候，以商标、专利业务为主。通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。以至于达到4.8万元以上代理费(每月不低于1.2万元代理费)。在大力开拓市场的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，还有20xx带来的无限商机，给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高，对规模较大的企业符合了



《中国驰名商标》或者《广东省著名商标》条件的客户，做一次有针对性的开发，有意向合作的客户可以安排业务经理见面洽谈，争取签订一件《广东省著名商标》，承办费用达7.5万元以上。做驰名商标与著名商标业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等交办业务的进展情况。

4、第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源，找出有漏洞的地方，有针对性的做可行性建议，力争为客户公司的知识产权保护做到最全面，代理费用每月至少达1万元以上。

学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、综合能力、都是我要掌握的内容。

知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给与我支持。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

以上，是我对20xx年工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望20xx年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求更多的客户，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接20xx年新的挑战。

## 制冷系统工作计划篇八

为确保本次集合资产管理计划顺利发行，本公司内部特成

立“集合资产管理计划工作小组”，其中营销策划组、销售管理组、客户服务组具体负责本次计划的营销组织工作。营销组织架构 集合资产管理计划工作小组销售管理组客户服务组营销策划组。

一组织安排 本集合资产管理计划发行期间，对于代销活动的组织安排□xx证券有限责任公司以下简称“本公司”拟定了以下基本思路：通过与代销机构建立良好的业务合作关系，充分调动代销机构的积极性，在为代销机构提供人员培训、市场推广、业务指导、客户服务等全方位支持的基础上，充分发挥代销机构现有的资源优势。将本公司代销业务管理体系与代销机构业务营销管理体系有机结合，形成一个资源共享、优势互补的集合资产管理计划代销业务营销体系。在本次计划的代销组织安排中，营销策划组负责整个代销活动的组织策划，与代销机构共同协商确定宣传定位、推广方式、宣传推广实施方案等，共同组织系列宣传材料，联合开展投资者辅导工作。

销售管理组负责代销机构的市场调研，组织实施业务培训、业务指导与业务考评工作，及时准确地传达相关信息。在发行过程中与代销机构管理部门一起巡视各代销网点，督促销售活动的开展，就发现的问题及时提出整改意见。客户服务组负责为代销机构的客户提供全方位、优质的客户服务，收集客户的反馈信息，跟踪市场反应情况，及时准确地上报相关情况。

1、按照中国证监会《证券公司客户资产管理业务试行办法》规定，对代销机构进行资格审查，以促使代销机构的各项业务准备工作符合要求，确保集合资产管理计划的销售活动顺利开展。

2、获得批文前，销售管理组配合代销机构对其一级分支机构开展市场调研、业务培训，培训内容包括本公司xx证券“xxxx”集合资产管理计划简介、集合资产管理计划投资指

南、本集合资产管理计划业务规则与业务流程以及客户服务介绍等。同时要求代销机构对其下一级分支机构开展业务培训。

3、获得批文后至发行前，营销策划组与代销机构确定整体宣传推广方案，并组织实施，在发行公告刊登日前将所有宣传材料送达代销机构指定营业网点。销售管理组为代销机构一级分支机构提供强化培训，配合各重点地区举办路演推介会，为发行工作进行市场策动。

4、发行期间，营销策划组与代销机构共同组织宣传推广活动；销售管理组负责各地区代销机构的巡查工作，现场解决销售过程中的`有关问题，向本公司总部及时准确地传达相关信息；客户服务组为销售活动提供全面客户服务支持。

5、发行结束后，按照中国证监会的有关规定要求，由销售管理组与代销机构共同对整个集合资产管理计划销售活动进行总结，对各地区发行工作进行考核评价，总结内容包括发行组织安排、销售业绩及客户服务等。

一组织安排 本集合资产管理计划发行期间，直销部分主要针对机构客户及资金量充裕的个人客户。本公司根据客户需求特征及地域分布情况，对直销组织活动安排如下：

1、机构设置 目前，本公司在全国设有24家营业部以及北京、上海2个地区管理总部，为直销客户提供高效、优质服务。公司集合资产管理计划工作小组负责直销业务的统一管理与协调工作。

2、人员安排 为做好本集合资产管理计划的直销工作，本公司将充分调动各方面资源，周密计划，统筹安排。在集合资产管理计划发行期间，从各部门抽调人员组成路演推介领导小组与各地区工作组，具体如下：

1路演推介领导小组负责对整个路演推介工作的统筹安排与监督实施。负责人：张跃；2北方地区工作组负责华北、东北地区直销客户的路演推介、开发工作；3华东地区工作组负责上海、江苏、安徽、浙江、福建、山东等地区直销客户的路演推介、开发工作；4南方地区工作组负责深圳、广东、广西、湖南、湖北等地区直销客户的路演推介、开发工作；5西部地区工作组负责重庆、四川、云南、贵州、甘肃、新疆等地区直销客户的路演推介、开发工作；根据直销客户的特点，各工作组应由销售管理组及本集合资产管理计划相关投资、研究人员组成，从计划的产品、投资、研究等方面向机构客户进行推介。

1、获得证监会批文前前的直销客户走访工作 自着手本集合资产管理计划的发行准备工作开始，本公司便将核心客户群的培育作为工作重心，与重点客户保持密切联系。为确保本集合资产管理计划的顺利发行，本公司按照四大地区的分工对潜在客户进行了走访，介绍了公司的运作情况以及产品的投资理念等内容，同时与客户加强了沟通，了解了客户需求，为确定本集合资产管理计划的销售活动安排提供了决策依据。

2、获得证监会批文后的路演推介工作 1本公司内部进行各地区路演推介活动的动员工作，协调一致，合理安排；2各地区路演推介工作组全面展开实际工作，加强对各地潜在客户的推介、开发工作；3在各地地区的路演推介活动，注意与代销机构的协同配合，防止销售活动出现混乱。

3、本集合资产管理计划发行期间的直销活动 1在就近接受各地直销客户认购的基础上，深入挖潜客户资源；2对首次认购金额超过500万元的客户，本公司提供上门开户及认购办理服务；3发行期间不断跟踪核心客户，落实认购意向；4向本公司总部及时、准确地传达相关销售信息；5路演推介领导小组根据各地地区的销售情况，动态调配公司资源。