

# 生殖健康保健服务的内容 保健工作计划(优秀7篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 生殖健康保健服务的内容篇一

做好秋冬季节常见病、多发病的预防工作;做好秋季的消杀、灭蚊工作，消灭传染病的传染源、切断传播途径，杜绝秋季传染病在园内的发生。

开展幼儿安全教育，提高幼儿的安全意识;安排科学、合理的一日生活、活动常规并执行。

并严格监督执行;幼儿膳食实行花样化、多样化，稀稠答配，根据季节、气候特点对食谱进行科学、合理的调整，定期召开“伙委会”，幼儿食堂不允许有凉拌菜、色素蛋糕、生海鲜食品;对伙食中存在的问题及时解决;开展幼儿心理教育，促进幼儿身心的健康成长。

杜绝一切卫生死角，做好教室内每天的通风工作，使幼儿有一个干净、明朗、清爽的生活环境;定期组织安全大检查，发现问题及时上报解决，以保证幼儿在园内活动的安全性。

1、室内定时紫外线消毒后，及时开窗通风，保持室内空气清新;

2、玩具、毛巾、桌椅、柜子每天用1：200或1：400的“84”消毒液浸泡30分钟或物体表面涂擦消毒。

3、保证毛巾、水杯专人专用，餐具、喝水杯餐餐高温消毒。

1、每月向老师和家长开展宣传卫生保健专栏。

2、建立家园联系，利用各种方式与家长保持联系了解幼儿在家情况，也使家长及时了解幼儿在家的健康情况，更好为幼儿健康服务。

## 生殖健康保健服务的内容篇二

1、制定农村及社区老年保健记录档案。分五部分组成：生活行为方式与习惯、生活自理能力评定、慢性病史记录、健康检查、健康状况评定、保健服务内容。

2、利用已完成的居民健康档案资料，搜集老年人生活行为方式与习惯、生活自理能力、既往史资料，补充到老年保健档案内。

3、组织医疗、预防保健人员深入居民家庭，开展健康检查工作。根据健康检查与老年人生活行为方式与习惯、生活自理能力评定、慢性病史记录，作老年人健康状况评定。

4、根据健康状况评定，区分健康老年人与有健康问题的老年人。

5、全面开展农村及社区老年保健服务对行动不便或生活自理能力差的老年人采取定期上门服务。

6、积极治疗有慢性疾病的老年人，如高血压、糖尿病、慢性支气管炎、肿瘤等，使老年人慢性病管理率达到90 %。

7、定期开展健康教育与保健咨询。

8、定期进行健康检查。及时处理老年期新发生的疾病，如

老年期感染、药物不良反应、精神心理障碍。

9、开展社区护理和康复指导。充分利用家庭、居民组、社区和社会资源。提供导向就诊，合理使用卫生资源。

10、设立健康保健服务热线。

## 生殖健康保健服务的内容篇三

为加强我园卫生保健工作，切实提高卫生保健工作质量，更好地贯彻落实《托儿所幼儿园卫生保健管理办法》，严格按照《托儿所幼儿园卫生保健工作规范》开展卫生保健工作，根据我园的实际情况，在区教育局的领导下，以园务计划为中心，认真实施有关文件通知精神，制定本年度的卫生保健工作计划：

以幼儿园《3——6岁儿童发展指南》为指导思想，认真执行《幼儿园、托儿所卫生保健制度》。

以培养幼儿良好的卫生习惯，自我保护能力为重点，以促进幼儿身心健康发展，创造良好的生活、学习环境，加强各班的班级常规管理，不断提高保育、保健工作的质量。

### （一）卫生保健

进一步完善各种卫生保健制度，认真组织全园教职工实施我园园本体系中的有关教育目标，贯穿于一日生活活动中。

1、严格执行新生入园体检，体检不合格者拒绝接收入园。

2、继续做好晨检和全日健康观察记录工作，认真执行一摸、二看、三问、四查的原则，发现精神、体温异常及时通知家长。

- 3、做好幼儿体格发育测量及评价工作。
- 4、坚持一学期两次的常规体检，一年一次测查中大班视力。
- 5、积极与有关部门协调，做好幼儿的预防接种、疾病防治（麻疹、水痘、风疹、手足口病及甲型流感）及传染病隔离、膳食均衡与营养分析、。
- 6、积极认真组织好生活老师搞好业务培训工作，全面提高保育质量。
- 7、负责患病幼儿在园服药工作，坚持认真、仔细、耐心、把安全服药放在第一位，做好“三对”：对班级、对姓名、对药名。
- 8、随时随地检查园内环境卫生、班级环境卫生及个人卫生，并随时记录卫生情况，与考核挂钩。

## （二）饮食与营养

- 1、严格管理好幼儿的膳食，每周制定带量食谱，食品品种随季节变化作调整，每学期进行一次营养分析，每周食谱向家长公布。
- 2、遵守开饭时间，不宜提早或推迟，做好餐前准备，餐后管理工作。分餐时要洗手，分发干菜、干点不直接用手接触。
- 3、幼儿在进餐过程中，教师要让幼儿情绪愉快，专心用餐，细嚼慢咽，不挑食，不剩饭菜，教师经常向幼儿宣传食物的营养价值及对生长发育的好处。

## （三）卫生习惯

- 1、睡眠习惯

足够的睡眠对幼儿身高发育起着重要作用，教师要做好睡前教育，教师和保育员为幼儿创造良好的心理环境，让幼儿愉快入睡。

## 2、盥洗习惯

培养幼儿养成良好的盥洗习惯。饭前、便后要洗手。

## 3、学会整理

幼儿活动室中，要养成那里拿的东西那里放，并归放整齐的好习惯。大班幼儿要学会自己整理床铺。

4、班级卫生习惯和行为规范合起来，在一日生活常规中多培养、练习。

### （四）清洁卫生、消毒隔离工作

1、幼儿实行一人一杯一巾专用制度。

2、餐具用消毒柜、活动室用紫外线灯或消毒液定时消毒并做好记录。

3、定期对幼儿的被褥、图书、玩具进行消毒。

4、做好疾病预防工作，把好晨检关，发现传染病及时消毒隔离，并及时通知家长送医院治疗。

5、园内环境卫生：由专人负责，每天坚持清扫一次，随时保洁，各种大型玩具每周坚持擦洗并消毒一次。

6、各班：每天一小扫，随时保洁，玩具每周清洗消毒一次，幼儿口杯每天坚持清洗，擦手巾每周清洗消毒一次，碗筷勺每餐清洗消毒，餐前桌子用肥皂水或消毒液擦洗消毒。

7、食堂：清洗消毒工作严格按照食堂卫生标准及我园制定的各种制度、规定执行，每周定时对餐具、用具及空气进行消毒。做好每天每餐的食物品尝、留样、观察、登记等工作，杜绝购买无证、腐烂、变质等有损于健康的食品。

#### （五）除“四害”工作

按照xx市创建国家卫生城市有关除“四害”达标的规定执行，定期购买除“四害”药品，对各班、各部门、环境严格按照规定进行消杀。

#### （六）宣传教育工作

根据季节以《幼儿简报》、宣传单、医务专刊等形式向家长及全体教职工宣传有关常见病、季节传染病的防治知识、预防保健常识、幼儿健康体检、幼儿卫生生活行为习惯等。

八月份：

- 1、制定全园卫生保健工作计划
- 2、更换卫生知识展板
- 3、各班各类物品清洗消毒（暴晒）
- 4、全园各班、各部门全面进行大扫除。

九月份：

- 1、全面做好各种器具的清洁、卫生、消毒工作。
- 2、制定秋冬季消毒时间安排表及保育工作安排表（各班生活老师根据各班幼儿具体情况制定健康教育计划）。
- 3、布置本学期的保育任务及要点。

4、各班加强安全保护教育，让幼儿学会一些安全知识，学会相应的自我保护能力和应变能力。

5、做好幼儿身高体重的测查、评价、登记工作。

6、建立并召开膳食工作委委员会议。

十月份：

1、检查日常的保育工作和消毒工作是否落到实处。

2、检查各班幼儿每天的户外活动时间，积极开展体育锻炼，增强幼儿体质。

3、各班进行卫生知识宣传教育，预防秋冬两季传染病的发生，控制发病率。

4、召开伙委会会议。

5、全面进行大扫除。

6、完成幼儿健康体检评价及果统计；

7、对新生幼儿进行卫生行为习惯培养的测评；

8、办卫生专刊一期。测中班幼儿视力。

9、筹备幼儿“健康快车”（利用网络资源与家长联系，使其了解幼儿在园生活、成长等情况）。

十一月份：

1、测大班幼儿视力，

2、协助疾控中心做好冬季传染病的防治工作，召开创卫小组

会议一次。

3、对幼儿食谱进行随机抽查一周进行营养分析。

十二月份：

1、完成幼儿体检工作及健康评价。

2、作好学期、寒假幼儿安全教育

3、做好资料的收集整理归档工作。

## 生殖健康保健服务的内容篇四

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x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优化资源配置，使其利用最大化。比如，通过市场分析x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，机会，通过swot分析x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，整合和营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的“精神”纲领，是营销工作的方向和“灵魂”，也是销售部需要经常灌输和贯彻的营销操作理念。针对这一点x经理制定了具体的营营销合力。

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x经理充分结合了企业的实际，销思路，其中涵盖了如下几方面的内容：



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x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x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。

营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有效保障x经理根据方便面行业的运作形势，结合自己多年的市场运做经验，制定了如下的营销策略：

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。

4、促销策略，在“高价位、高促销”的基础上，开创性地提出了“连环促销”的营销理念，它具有如下几个特征：

一、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。

二、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。

三、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。

5、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，在服务细节上狠下功夫。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，x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。

x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x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□x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。

在这个模块□x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。

2、团队管理，明确提出打造“xx”团队的口号，并根据这个目标，采取了如下几项措施：

一、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。

二、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。

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□x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“xx”团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了“xx”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。

## 生殖健康保健服务的内容篇五

一直以来，“健康第一”是幼儿园教育的首要任务。健全的身体是一个人做人、做事、做学问的基础。幼儿离不开生活，生活离不开健康教育，幼儿的生活是丰富多彩的，健康教育也应把握时机。

健康既是幼儿身心和谐发展的结果，也是幼儿身心充分发展的前提；健康是幼儿的幸福之源；离开健康，幼儿就不可能近尽情游戏，也不能专心学习，甚至无法正常生活；幼儿时代的健康不仅能够提供幼儿期的生命质量，而且为一生的健康赢得了时间。因此，我认为健康教育要充分考虑到本班孩子的年龄特点和个别差异，无论是进行幼儿健康教育还是试图改善幼儿的周围环境、都要依据幼儿身心发展的特点，否则不仅不能促进健康，而且可能有损健康。

本学期我们中班组在教育活动中把促进幼儿身心健康成长当成首要任务。促进幼儿身心健康发展既是幼儿教育的根本目的也是幼儿健康教育的终极目标，《纲要》中对幼儿健康发展提出几点：

- (1) 身体健康，在集体生活中情绪安定、愉快。
- (2) 生活、卫生习惯良好，有基本的生活自理能力。

(3) 知道必要的安全保健知识, 学习保护自己。

(4) 积极参加体育运动, 动作协调、灵活。

这也为我们中班组的健康教育活动中提出了明确的培养目标。本学期主要做法如下:

树立明确的知道思想。一个健康的幼儿, 既是一个身体健全的幼儿, 也是一个“愉快”、“主动”、“大胆”、“自信”、“乐于交往”、“不怕困难”的幼儿。《纲要》再三强调让幼儿主动活动, 健康教育的第一条件就是尊重主体、积极、创造性地活动。幼儿健康教育既然将促进幼儿的健康作为最直接的目的, 其教育过程就不应使幼儿感到压抑或受到伤害, 然而日常生活中与之背道而驰的现象却司空见惯, 值得我们反思。因此我们十分注意在幼儿的整日生活中充分发挥幼儿自身的主动性和积极性, 努力将幼儿的兴趣与必要的规则相结合. 幼儿在宽松的环境中尽早建立起各种良好的健康行为。

和利用, 有效地促进幼儿的发展。在幼儿健康教育实施中, 我们不仅重视幼儿园物质环境的创设, 而且应重视幼儿园心理环境的创设, 本着幼儿身理和心理的需求, 我园于本学期购置了大量的幼儿可选择的活动器材, 以此来引导、鼓励幼儿大胆、积极地参与活动, 同时还培养了幼儿大方友善的交往能力。

## **生殖健康保健服务的内容篇六**

1、重点加强对新入院护士、聘用护士、低年资护士的考核, 强化她们的学习意识, 护理部计划上半年以强化基础护理知识为主, 增加考核次数, 直至达标。

2、加强专科技能的培训: 各科制定出周期内专科理论与技能的培训与考核计划, 每年组织考试、考核2—3次, 理论考试要有试卷并由护士长组织进行闭卷考试, 要求讲究实效, 不流于形式, 为培养专科护士打下扎实的基础。

3、基本技能考核：属于规范化培训对象的护士，在年内16项基本技能必须全部达标，考核要求在实际工作中抽考。其他层次的护士计划安排操作考试一次，理论考试二次。

## （二）、加强人文知识的学习，提高护士的整体素养

1、组织学习医院服务礼仪文化，强化护士的现代护理文化意识，先在护士长层次内进行讨论，达成共识后在全院范围内开展提升素养活动，制定训练方案及具体的实施计划。

安排全院性的讲座和争取派出去、请进来的方式学习护士社交礼仪及职业服务礼仪。开展护士礼仪竞赛活动，利用“5.12”护士节期间掀起学礼仪、讲素养的活动月，组织寓教于乐的节日晚会。

## （三）、更新专业理论知识，提高专科护理技术水平。

随着护理水平与医疗技术发展不平衡的现状，各科室护士长组织学习专科知识，如遇开展新技术项目及特殊疑难病种，可通过请医生授课、检索文献资料、护理部组织护理查房及护理会诊讨论等形式更新知识和技能。同时，有计划的选送部分护士外出进修、学习，提高学术水平。

（一）年初举办一期院内护士长管理学习班，主要是更新管理理念、管理技巧及护理服务中人文精神的培养，当今社会人群对护理的服务需求，新的一年护理工作展望以及护士长感情沟通交流等。

（二）、加强护士长目标管理考核，月考评与年终考评相结合，科室护理质量与护士长考评挂钩等管理指标。

（三）、促进护士长间及科室间的学习交流，每季组织护理质量交叉大检查，并召开护士长工作经验交流会，借鉴提高护理管理水平。

（一）、继续实行护理质量二级管理体系，尤其是需开发提高护士长发现问题，解决问题的能力，同时又要发挥科室质控小组的质管作用，明确各自的质控点，增强全员参与质量管理的意识，提高护理质量。

（二）、建立检查、考评、反馈制度，设立可追溯机制，护理部人员经常深入各科室检查、督促、考评。考评方式以现场考评护士及查看病人、查看记录、听取医生意见，发现护理工作的问题，提出整改措施。

（三）加强护理过程中的安全管理：

1、继续加强护理安全三级监控管理，科室和护理部每月进行护理安全隐患查摆及做好护理差错缺陷、护理投诉的归因分析，多从自身及科室的角度进行分析，分析发生的原因，应吸取的教训，提出防范与改进措施。对同样问题反复出现的科室及个人，追究护士长管理及个人的有关责任。

2、严格执行查对制度，强调二次核对的执行到位，加强对护生的管理，明确带教老师的安全管理责任，杜绝严重差错及事故的发生。

3、强化护士长对科室硬件

设施的常规检查意识，平时加强对性能及安全性的检查，及时发现问题及时维修，保持设备的完好。

（一）、在培养护士日常礼仪的基础上，进一步规范护理操作用语，护患沟通技能。培养护士树立良好的职业形象。

（二）、注重收集护理服务需求信息，护理部通过了解回访卡意见、与门诊和住院病人的交谈，发放满意度调查表等，获取病人的需求及反馈信息，及时的提出改进措施，同时对护士工作给予激励，调动她们的工作积极性。

## 生殖健康保健服务的内容篇七

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，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，整合和营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的“精神”纲领，是营销工作的方向和“灵魂”，也是销售部需要经常灌输和贯彻的营销操作理念。针对这一点，李经理制定了具体的营营销合力。

李经理充分结合了企业的实际，销思路，其中涵盖了如下几方面的内容：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。



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。

营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有力保障。李经理根据方便面行业的运作形势，结合自己多年的市场运做经验，制定了如下的营销策略：

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。

4、促销策略，在“高价位、高促销”的基础上，开创性地提出了“连环促销”的营销理念，它具有如下几个特征：

一、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。

二、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。

三、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。

5、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，在服务细节上狠下功夫。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。

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化，从而不偏离市场发展轨道。

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。2、团队管理，明确提出打造“铁鹰”团队的口号，并根据这个目标，采取了如下几项措施：

一、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。

二、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。

三、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。