

汽车售后工作计划表 汽车工作计划(优质5篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理的工具。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

汽车售后工作计划表篇一

1、加强组织领导。公司成立以总经理××为组长，其他副总为副组长，各二级单位（部门）主要负责人为成员的春运运输领导小组，各二级单位结合实际也成立相应的.领导小组，确保节日运输安全、优质。

2、加强对驾驶员管理和教育。公司要求各二级单位在节前要专门召开一项驾驶员会议，交待安全注意事项，并要求他们从近期发生的几起重特大中汲取教训，不开超载和超速车、遇紧急情况采取恰当的措施，尽量避免和减少的发生。同时对参加节日运输的驾驶员逐一进行违章记分比对，对记满12分的驾驶员，一律不得从事节日运输，对违章三次以上未处理的驾驶员，原则上也不予参加节日运输。

3、加强对营运车辆的技术管理。公司要求凡参加节日运输的车辆，必须进行车辆安全检测，不合格的不予参加节日运输。同时要求各营运车辆必须配备有效的消防器材、应急锤等，不得私设小板凳或加座。

4、加强对客运站的源头管理。严格按照《汽车客运站安全生产规范》，健全并落实安全生产管理制度，规范例行检查、出站检查等安检工作，做到“易燃、易爆、易腐蚀”等危险品不进站、无关人员不进站、无关车辆不进站；超网载客车不出站、安全例行检查不合格车辆不出站、驾驶员资格不符

合要求不出站、车辆证件不齐全不出站、出站登记表未经签字审核不出站。

5、开展安全生产大检查，及时发现消除安全隐患。节前公司将组织人员对全公司的安全生产情况进行全面检查，及时发现消除安全隐患。

6、充分利用现有的监控设备和gps定位装置，全程监控进出站的人员、车辆。落实专人负责gps定位监控值班，发现违章行为及时提醒、教育，确保车站秩序良好，车辆安全运行。

7、签订节日运输安全责任状，落实安全责任。总公司与各二级单位签订责任状，二级单位与驾驶员、车主签订责任状、落实安全责任。

8、加强安全宣传教育，营造节日安全运输氛围。汽车客运站将充分利用横幅、站牌、电子显示屏、录像等，加强安全生产宣传教育，对过往旅客和驾驶员宣传交通安全知识，提高交通运输参与者安全意识和自我保护意识。

××汽车运输有限公司

汽车售后工作计划表篇二

企业迄今为止的组织架构严格来说是不完备的。而企业的组织架构建设决定着企业的发展方向。

鉴于此，行政部在xx年首先应完成企业组织架构的完善。基于稳定、合理、健全的原则，通过对企业未来发展态势的预测和分析，制定出一个科学的企业组织架构，确定和区分每个职能部门的权责，使每个部门、每个职位的职责清晰明朗，做到既无空白、也无重叠，争取做到组织架构的科学适用，尽可能三年内不再做大的调整，保证企业的运营在既有的组织架构中运行良好、管理规范、不断发展。二、具体实施方

案：

1、 企业组织架构决定于企业的长期发展战略，决定着企业组织的高效运作与否。组织架构的设计应本着简洁、科学、务实的方针。组织的过于简化会导致责权不分，工作负荷繁重，中高层管理疲于应付日常事务，阻碍企业的发展步伐；而组织的过于繁多会导致管理成本的不断增大，工作量大小不均，工作流程环节增多，扯皮推诿现象，员工人浮于事，组织整体效率下降等现象，也同样阻碍企业的发展。

2、 组织架构设计不能是按现有组织架构状况的记录，而是综合企业整体发展战略和未来一定时间内企业运营需要进行设计的。因此，既不可拘泥于现状，又不可妄自编造，每一职能部门、每一工作岗位的确定都应经过认真论证和研究。

3、 组织架构的设计需注重可行性和可操作性，因为企业组织架构是企业运营的基础，也是部门编制、工作人员配置的基础，组织架构一旦确定，除经企业总经理研究特批以外，行政部对各部门的超出组织架构外增编、增人将有权予以拒绝。

第一责任人：行政部经理

协同责任人：行政部经理助理

2、 组织架构草案出台后需请各部门审阅、提出宝贵意见并必须经企业总经理最终裁定。

汽车售后工作计划表篇三

机加工方面：

以公司各主要生产部门为主，积极做到全额、高效率完成各生产部门施工单加工任务。

维修方面：

制定详细的维修计划,贯彻以预防为主方针,根据公司的生产性质,设备特点及设备在生产中所起的作用,选择适当的维修方式。采取日常检查、定期检查、状态监测和诊断等各种手段,切实掌握设备的技术状态,加强修理的计划性,充分做好修前的技术及生产准备工作。修理中,积极采用合理的修理工艺,以保证修理质量、缩短停歇时间和降低修理费用。同时,结合修理进行必要的改善维修,提高设备的可靠性、维修性,充分发挥设备的最高效能。

设备管理方面：

定期对全厂各部门车间设备保养进行检查。建立完善的设备维护保养检查评比制度,在公司的配合下由工程部按照整齐、清洁、润滑、安全四项要求和管好、用好、维护好设备的要求,制定具体的评分标准,定期组织检查评比活动。检查结果在厂里公布,并与奖罚挂钩,以推动文明生产和全员性维护保养活动的开展。

厂内各部门车间的检查评比,以设备管理、计划检修、合理使用、正确润滑、认真维护等为主要内容。

设备制造方面：

为降低操作人员劳动强度,提高生产效率,提升公司的市场竞争

能力,结合公司生产性质实际情况,有选择性地设计制造一些应以满足使用要求和保证高生产率为前提,做到技术先进、经济合理、制造方便、安全可靠、且留有发展余地的自动机械。

人员管理方面：

XXXX年XX月XX日起，工程部维修组人员编制为x人。（正副主管各x名、技工x名、生产工x名）

严格遵守公司各项规章制度，遵守、奖励，违反、惩罚，最后使其养成遵守规章制度的良好行为。深化人员管理内容，提高自身职业技能，尊重人、把人放在第一位，让员工参与解决问题，实现目标，从参与，注重人的价值。满足人成长的要求，让员工感受成功和成就，感受生活的意义。

各部门技术交流：

继续同公司各部门进行技术交流合作，明确各部门的工作任务和职责范围，提倡主动支援、主动配合的精神，为提高公司的市场竞争力添砖加瓦。

工程部维修组□egd1947

XXXX年XXX月XX日

汽车售后工作计划表篇四

公司迄今为止组织架构严格来说是不完备。而公司组织架构建设决定着企业发展方向。

鉴于此，行政部在xx年首先应完成公司组织架构完善。基于稳定、合理、健全原则，通过对公司未来发展态势预测和分析，制定出一个科学公司组织架构，确定和区分每个职能部门权责，使每个部门、每个职位职责清晰明朗，做到既无空白、也无重叠，争取做到组织架构科学适用，尽可能三年内不再做大调整，保证公司运营在既有组织架构中运行良好、管理规范、不断发展。

2、 组织架构设计不能是按现有组织架构状况记录，而是综合公司整体发展战略和未来一定时间内公司运营需要进行设

计。因此，既不可拘泥于现状，又不可妄自编造，每一职能部门、每一工作岗位确定都应经过认真论证和研究。

3、 组织架构设计需注重可行性和可操作性，因为公司组织架构是公司运营基础，也是部门编制、人员配置基础，组织架构一旦确定，除经公司总经理研究特批以外，行政部对各部门超出组织架构外增编、增人将有权予以拒绝。

第一责任人：行政部经理

协同责任人：行政部经理助理

2、 组织架构草案出台后需请各部门审阅、提出宝贵意见并必须经公司总经理最终裁定。

汽车售后工作计划表篇五

销售数据表明：成绩是客观，问题是肯定存在的，总体上，销售部是朝预定目标稳步前进的。

那么，以下对这一年的工作做一个小结。

1、 培养并建立了一只熟悉市场运作流程而且相当稳定的销售团队。

目前，销售部员工共16人，其中销售顾问11人，销售助理1人，福特金融专员1人，市场专员1人，前台信息员1人□20xx年中除销售顾问有极少量变动外，各人员基本稳定。销售部各人员初到公司的销售经历参差不齐，进过部门多次系统的培训和实际的工作历练后，现已完全熟悉了本岗位甚至相关岗位的运作的流程。

销售部按照个人特长和业务水平进行了分组管理，共分为销售一组与销售二组，各组之间分工协作，相互监督、相互竞

争，既保证了工作的重点，又能及时防止工作中随时出现的问题，体现出协作和互补的初衷。

2、团队凝聚力的增强，团队作战能力的提高。

20xx年中销售部新员工的逐步增加，随着时间的推移，使我们由陌生变为熟悉，熟悉之间转换为亲密无隙的战友，紧密协作，同甘共苦，伴随着公司的发展共同发展成长。销售部小组团队的体制使销售人员与主管之间在工作上彼此照应，相互协作，配合上更加默契。随着逐步的融入团队，个人的小思想、小意识都在逐步消退，凡事都能从公司角度考虑，凡事都能从团队利益出发。

3、响应集团建设优质服务年的`号召，努力改善服务水平。

20xx年改善服务水平，提升服务质量，倡导有价值的服务理念，是20xx年度部门工作的重点。“优质服务年”活动开始以后销售部对自己严格要求自己，在工作中无论是对待每位客户，还是对各协调部门的员工都能够做到毫无抱怨、主动协调、主动沟通。销售部良好的精神状态及其所处的团队环境如同有力的双翼使服务水平得到不断提升，能做到不光是在店内能给以客户热情的服务，在生活中也热情的给客户提提供无偿的帮助，郑姝、刘江涛雨夜给客户事故车辆排忧解难，李颜在客户结婚的日子帮忙担当司机，给客户送车到外地、送附件等这样的事那就更是数不胜数□cvp二季度考核中，销售部以超过华中地区平均分7.6分，全国平均分4.2取得了区域领导的好评。

1、部分老客户维护不够，老客户转介绍较少。

20xx年销售部虽然在服务上和工作态度上较之前有不少改观。但是依然存在老客户维护不够的情况，在公司工作较长时间的销售顾问老客户基本过百，均未能达到10：1的转介绍成功率，在转介绍上流失的客户是很可惜的。

2、销售技巧仍然不足，与客户沟通不够深入。

本年度对销售顾问的培训，实练均有加强，但是销售人员在与客户沟通的过程中仍显技巧不够，有时候并不能了解客户的真正想法和意图，迅速反应能力欠缺。

3、单位客户无规划的开发，批售工作滞怠不前。

市场资源毕竟是有限的，是我们生存和发展的根本。对于各单位的市场需要有计划、按步骤的开发。哪些需要及时开发，哪些暂时还不能启动，哪些需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的。甚至具体到在什么时间采取什么样的策略，什么时间应该会放，应该面谈还是电话，都是需要考虑的问题。大客户经理位置空缺后，本年度的单位客户基本没有开发，也缺少具体信息来源，对蒙迪欧的销量也有一定影响。

4、人才培养及储备还需要进一步加强。

20xx年12月销售部也正式进入了qc导入阶段，如按照qc规范化，销售部在人员配置上还是不够。人员配置的充足也是销售目标达成的一个不可或缺的因素。