

最新部门年度人力规划方案 电力规划部门年度工作总结(通用5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

部门年度人力规划方案篇一

xx年，我负责xx地区各客户的收费工作，在日常的工作中，我积极发扬“千方百计、千言万言、千辛万苦”的工作精神，完成了电费按月结零，回收率100%，确保了电费回收工作圆满完成，为xx年划了一个完美的句号。

我自从事电费回收工作以来，工作中，我不断加强专业知识的学习，以适应工作的需要。xx年，全所普及办公自动化，收费全部实现智能化，我积极学习电力营销管理信息系统，认真学习mis专业知识，主动向mis培训人员请教，直到能够得心应手的应用，对mis系统进一步进行研究和领悟，在mis系统成功上线后，规范执行环节和细节，提高服务的及时性和准确性，在电费回收过程中为客户提供高效快捷的服务，让客户在交费的同时也能感受到愉快。

我还加强了国家电价政策和《供电营业规则》、力调电费办法以及有关规定的学习和了解，为做好电费回收工作奠定了基础。

在工作中我经常思考：假如我是客户，我们会希望得到什么样的服务？我觉得服务是电力收费工作的灵魂。作为供电所的收费人员，一定要把服务当成“事业”来做。在对客户服

务中，要真心做到一切为客户着想，情系客户，无私奉献，为客户排忧解难，这样才能以一线的抄表同志为纽带，在供电所与客户之间架起了一座沟通的彩虹桥。温馨服务就是给客户最需要的帮助。

“只有真诚的为客户着想，心贴心的服务，才能换来百分百的电费回收。”这是我对电费回收的切身体会。

电费回收工作是经营管理重要工作之一，抄表、核算、催电费、收电费看似平凡的工作，但其中的酸、甜、苦、辣却令人望而却步，电费回收过程中难免会见到拒人于千里的脸，听到暂时不能交上电费的诉苦声，做不尽的是难事、烦心事。这些都没有把我难倒，反倒让我树立了信心和决心，坚决完成电费回收任务。

在收费工作中，我总是要求自己当好用户的“电参谋”、“电保姆”。西山工业园区大工业用户比较多，我总是在每个月电费发行开始时，及时与用户进行沟通，电费帐单出来后也及时主动联系用户，告知电费金额，提醒客户备好电费资金，保证电费准确及时地到帐，使每月电费回收做到双结零。

“不要老抱怨客户，要站在我们的立场上解决缴费难的问题。”这是我常爱说的话。在收费工作过程中，我养成严谨、认真、仔细的习惯，树立了良好的人性化服务和亲情化客户服务理念，从用户的角度出发，想用户之想，急用户之急，贴心的向客户宣传选择的缴费方法，使电费回收工作逐步走向规范，对生产经营困难客户，依照管理办法建议客户采取按月交费、预存电费等手段预防电费回收风险，给客户也带来了缴费的方便。

我以优质的服务和良好的工作作风为座右铭，以客户满意为最大愿望，我对客户用诚心、热心、细心、耐心的“温馨服务”赢得客户的心，把客户看作是自己的亲戚朋友，看作是

自己的家人，把自己的工作变成传递温馨的窗口，树立了企业的良好形象。

由于地域广，企业用户分布散，出去工作，经常很晚回家，为了电费的回收，为了工作的圆满完成，我常常放弃休息，我的爱人腰间盘突出，不能长期参加劳作，而我因为工作关系却又不能常常照顾到家里，让我感到非常的歉意。

我除了安排好自己的本职工作外，还积极配合其我各班工作，健全大客户资料，收集大客户生产经营信息，了解每一个大客户的用电和生产经营情况，不但保证电费的按时回收，也为其我同事提供了方便。

在我的脑海里只有一个念头，那就是工作辛勤一点、细致一点、服务真诚一点，就没有做不好的工作。正是凭着这样一股的干劲，在平凡的工作岗位上兢兢业业，克服了工作和生活上的各种困难，以微笑服务赢得了客户的理解和支持，圆满完成了电费回收任务，为供电所的发展作出了自己应有的贡献。

部门年度人力规划方案篇二

人力资源规划是指根据企业的发展战略、目标及企业内外环境的变化，运用科学的方法对企业人力资源的需求和供给进行预测，制定相宜的政策和措施，从而使企业人力资源供给和需求达到平衡，实现人力资源合理配置，有效激励员工的过程。

一个企业的人力资源规划不仅可以确保企业在生存发展过程中对人力的需求，也是企业管理的重要依据。人力资源规划对预测中、长期的人工成本有重要作用，人工成本中最大的支出是工资，而工资总额在很大程度上取决于企业中的人员分布状况。在没有人力资源规划的情况下，未来的人工成本是未知的，难免会发生成本上升、效益下降的趋势。

登尼特人力资源规划重视控制人工成本，并且在人事决策方面，例如采取什么样的晋升政策、制定什么样的报酬分配政策等都有专业的指导建议。人力资源规划对调动员工的积极性也很重要。只有在人力资源规划的前提下，员工才可以看到自己的发展前景，从而去积极地努力争，有助于引导员工职业生涯设计和职业生涯发展。

企业的生存和发展离不开企业的总体规划。企业规划的目的是使企业的各种资源（人、财、物）彼此协调并实现内部供求平衡，人力资源作为企业内最革命、最活跃的因素，使人力资源规划成为企业规划的重点和中心。

在企业的人力资源管理活动中，人力资源规划不仅具有先导性和战略性，而且在实施企业总体发展战略规划和目标的过程中，它还能不断调整人力资源管理的政策和措施，指导人力资源管理活动，因此，人力资源规划又具有动态性，成为企业人力资源管理活动的纽带。

工作岗位分析、劳动定额定员、员工素质测评、人力资源信息系统等企业人力资源管理的基础工作是人力资源规划的重要前提，而人力资源规划又对企业人员的招聘、选拔、考评、调动、升降、薪酬、福利和保险，对员工的教育、培训和开发以及企业人员余缺调剂等各种人力资源管理活动的目标、步骤与方法做出了具体而详尽的安排，人力资源规划在企业人力资源管理活动中的重要地位不可忽视。

登尼特进入中国市场数十年，见证中国人力资源不断成长和渐趋成熟的风雨历程，对中国企业的人力资源规划有着丰富的实战经验。中国人才市场分析、解读《中国劳动合同法》中人力资源规划、劳动合同、劳动合同组成、企业的工资结构、社会保险、人力资源管理资料的建立、劳动生产力提升的诀窍、如何处理员工加班问题、如何规避人力资源的风险等等，登尼特为您提供全方位的企业人力资源解决方案。

登尼特十分重视企业人力资源规划的评估，这也是人力资源规划过程的最后一步，做好人力资源规划评估可以给下次人力资源规划提供参考。而人力资源规划者熟悉不熟悉人事问题的程度以及对他们的重视程度如何？人力资源规划者与提供数据和使用人力资源规划的人事、财务部门及各业务部门经理之间的工作关系如何？有关部门之间信息交流的难易程度如何（如人力资源规划者去各部门经理处询问情况是否方便）等等都是人力资源评估时应该考虑的问题。

除了上述应该考虑的问题之外，评估时应比较的因素还包括以下几个方面，这些因素可以对人力资源规划提供重要参考：

- 1、实际招聘人数与预测人员需求量的比较；
- 2、劳动生产率实际水平与预测水平的比较；
- 3、实际与预测人员流动率的比较；
- 4、实际执行行动方案与规划行动方案的比较；
- 5、实施行动方案的成本与预算额的比较；
- 6、劳动力和行动方案成本与预算额的比较；
- 7、行动方案收益与成本的比较。

人力资源预算是人力资源规划的强有力工具，它表明在未来计划期内，在财务上各种人事活动要花费多少资金，可用来指导从事人事职能的人们的行动而且，在预算期末，预算还可以作为实际费用相比较的基础因此，人力资源预算不仅有利于人力资源计划工作，也有利人力资源的组织工作和控制工作。登尼特从企业规模的大小实际出发，为企业量身定制出最合适的人力资源预算。

企业人力资源规划作为企业人力资源管理的重要环节，与企业计划关系紧密。要使人力资源规划真正奏效，就必须将它与不同层次的企业规划相联系。企业计划分三个层次：战略计划、经营计划及年度计划。在战略层次上，人力资源规划涉及如下问题，预计企业未来总需求中管理人员的需求，企业外部因素（如人口发展趋势，未来退休年龄变动的可能性等）及估计未来企业内部雇员数量。

其重点在于分析问题，不在于详细预测；在经营规划层次上，人力资源规划涉及对雇员供给量与未来需求量的详细预测；在年度规划层次上，人力资源规划涉及根据预测制定具体行动方案（包括具体的招聘、提升、培训、调动等工作）。

部门年度人力规划方案篇三

公司认真贯彻集团公司优化产业结构，抢占资源的战略意图，各项工作取得了较好的成绩。我们主要有以下几点体会：

年初，为适应电力公司成立、上市的需要，集团公司对电力公司及时进行了改组，对公司的领导进行了调整，领导之间做到密切配合需要有一个磨合期。一年来的运作证明，公司领导班子是一个团结严谨、高效务实的领导班子。电力公司的领导分工明确，开诚布公，团结协作，凡公司的重要决策都要集体讨论通过，领导办公会、司务会、业务例会已成制度；在爱岗敬业、不畏艰苦，不谋私利、廉政建设方面，领导始终做到以身作则；为了完成集团公司交办的任务，电力公司领导经常放弃休息时间，加班加点，为落实一些电力项目的开发，不畏艰苦，做到亲自踏堪现场进行项目调研；为解决电厂燃煤供应紧张问题，公司领导亲自到现场进行协调。领导以身作则的精神极大地激发了员工的工作热情，增强了员工凝聚力。

为提高管理效能，激发员工积极性，我们以集团公司的考核制度为基础，结合公司实际制定了《职工考核办法》、

《目标管理办法》、《部门绩效考核办法》等制度;明确了各部门的工作责任目标,我们制定了年度部门工作目标表,人手一份,各部门对工作目标责分解到个人,凡事都有责任人;我们建立了业务例会制度,把业务例会布置任务完成情况作为部门绩效考核的主要依据,提高了考核的可操作性和公平性,及时地检查了各部门工作任务完成情况,促进了各部门工作的积极性。

随着电力体制深化改革的不断深化,电力市场环境发生了质的改变,我们面对的是激烈竞争。推进资本运营,成立方元电力公司并申请上市,对我们的工作提出了更高、更严格的要求。如何适应新形势下艰巨的工作任务,我们不墨守成规,及时转变观念,改进作风。把“以市场为导向,以客户为中心”作为我们开展电力营销工作的思路;严格按上市公司的要求,积极推进方元电力公司的各项工作全面完成。

建设一个善于学习的团队是提高我们战斗力的关键。为了适应公司上市的需要,我们的职工及时补充有关上市公司的相关知识;作为业主主持大型电力项目建设,我们经验有限,必须学习和借鉴国内外先进的项目管理经验,确保工程建设质量、安全、进度和经济性;为了适应电力体制改革,把握住政策的脉搏,从容应对国家政策调整对电力行业产生的影响,我们做到不断学习,研究政策,吃透政策,随时调整我们的策略,使我们的工作更具针对性。

【篇一：供电所季度优质服务工作总结】

优质服务是沟通企业和客户的桥梁,为了深入开展和落实七项电力惠民行动,09年一季度我所加强了优质服务的管理工作,以“优质、方便、规范、真诚”为行动指南,实行24小时值班制度,随时随地为客户排忧解难,一季度共接到报修客户121户,按报修承诺规定处理121户,完成承诺率100%,免费为客户更换灯头,开关,插座等电器设备78余人次,免费为客户安装更换家用保护器59余台,我所为武连镇39余户

用户，无偿迁移表计，得到了政府和群众的表扬，为广大电力客户提供了安全可靠电力保障。

客户服务部人员着装统一，使用文明用语礼貌待人，做到来有迎声，问有答声，走有送声，为了监督我所各项工作，还专门聘请7位在当地有威望的人做为我所行风监督员，随时随地监督我所各项工作，做到了一季度无客户投诉事件的发生。

2月3日绵阳电业局对我所进行了优质服务明查暗访检查。其中暴露存在的主要问题：服务意识仍然不强、员工安全意识淡薄、环境卫生差。通过此次事件我所立即组织全体员工认真学习本通报，加深员工对本次事件的认识，让全所员工牢固树立大局意识和服务意识，增强员工的工作责任心，加强责任意识和规则意识的培养，认真履行各自工作岗位职责，要将优质服务工作作为一项长期的、实效性的重要工作来抓，要从标准、效率、责任等关键环节入手，优化工作流程，健全问责制度，和优质服务事件说清楚制度，切实把改善服务质量从营业窗口延伸贯穿到所内管理的全过程，我所指定专人每天负责对营业厅、抢修值班等优质服务工作开展情况、人员履职情况进行检查，并做好详细的检查记录备查。

加强窗口建设，坚持“人民电业为人民”的服务宗旨，我所窗口服务人员严格执行《营业厅服务规范操作手册》的相关要求，如：起身相迎、起身相送、双手递接、先外后内、办一安二招呼三等。实行“一口对外”，做到进一次门，找一个人，交一次费，确保一次办成。不论是电力报修还是用电服务，电力投拆还是电力咨询，都做到“只要一个电话，余下的事情由我来办”的服务标准，大大的方便了用电客户。

我所客户服务窗口设在临时板房，在临时服务营业窗口按电业局[20xx]4号文的要求步入正轨，各种标示牌齐全规范，为方便客户及时了解安全用电知识，在临时营业厅摆放了各种宣传资料以及便民设施。供电所人员服务水平、业务素质都有了进一步提高，为客户提供了优质、方便、快捷的服务。

总之我所在加强内部员工管理的基础上，服务质量达到了较好的成绩。我们的成绩得到了当地政府的肯定和广大用电客户的称赞。我们将在以后的工作中再接再厉把优质争取做到最好。

部门年度人力规划方案篇四

商品部具体工作内容：

1、 季度产品总体开发前，做好季度产品总体运作时间节点规划，规划产品开发、打样、生产、上市等起止时间段，有效控制季度货品总体进度。

2、 季度产品上市波段、品类结构、价位结构规划，同时协助设计部做好波段主题规划，款型等规划。

3、 季度货品销售数据总结，为下一季度货品开发提供数据支持。

4、 商品档案、资料整理，商品零售价制定，为评审会及订货会提供货品资料与订货支持。

5□ erp系统的商品信息的更新与维护。

1、 新品到仓入库跟进，并根据产品上市波段安排货品上市工作。

2、 了解每家店铺的货场面积、货架结构，计算每家店铺不同季节货品的铺货量及存货量，对店铺货品总量进行控制。

3、 每周对每家店铺进行货品销存分析，及时了解店铺每款、色、码产品的库存与销售情况，并与店铺保持沟通，为店铺进行补货、调拨、退货等工作。

4、通过巡店与数据分析，了解每家店铺的销售特性，顾客年龄结构，顾客喜好的情况，有针对性对店铺进行货品调控及季度订货指导。

5、与物流部的日常沟通工作。

6、整理收集店铺对货品方面的信息反馈。

1、每周、月、季度对货品、店铺销售情况进行总结与对比分析。

2、针对不同促销活动进行活动效果分析，为店铺以后活动推广提供经验总结。

3、了解公司总体货品的进、销、存情况，并进行销售预估，及时协助营销部提出相关促销与折扣方案。

商品的企划、管理、分析等工作必须以市场调查为基础，通过市场调查对市场同类竞争品牌、自身店铺情况、市场消费者需求等信息进行了解，以此来指导商品的企划、管理、分析等工作。市场调查主要内容有：

1、了解市场上同类品牌的价位、风格、产品结构、产品特点、上货周期、促销活动、畅销货品、销售业绩等信息，为公司自身产品改进提供参考。

2、了解公司自身店铺的情况，与店铺员工实地沟通，了解店铺顾客特点、顾客需求、店铺员工情况、促销活动情况、货品推广形式等信息，为货品管理与促销活动提供依据。

1、对技术部正确样衣进行技术支持与指导，配合设计部与技术部进行工艺版型的改进工作，确保公司样衣的正确与品质。

- 2、 收集整理面、里、配料统计表，并跟进面料入仓情况。
- 3、 负责每款产品的工艺单制作，详细规定每款产品的尺寸、用料、单耗及细节部位的工艺处理与品质要求。
- 4、 规范公司商标、尺码、洗标、吊牌等常规辅料的使用方法。
- 5、 与技术部、设计部配合，对工厂制作产前样进行审核，并对产前样的品质进行严格把控，制作每款产品的产前样确认单。
- 6、 及时了解店铺对货品质量问题的意见反馈，在后续产品中及时改进工艺做法，加强品质要求。

部门年度人力规划方案篇五

1. 建立直接领导关系。市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。
2. 构架新型组织机构
3. 增加人员配置：
 - (1)信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。
 - (2)市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4. 强化人员素质培训。春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使20xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度。在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作。

6. 动态管理市场网络。市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。

7. 加强市场调研，以各区域信息成员单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

1、为进一步打响“杭萧钢构”品牌，扩大杭萧钢构的市场占有率□20xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大杭萧钢构的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

客人接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客人接待工作是业务接洽的必要的提前和基础。如何按照公司有关规定和商务部要求保质保量地做好客人接待工作是市场部必须进行认真研究和探讨的重要课题。表面上看起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。因此，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要向各商务部领导和各办事处商务人员更多地了解客人的生活阅历、为人禀性、处事方式、兴趣爱好、饮食习惯、办事风格、企业价值取向、管理理念、产品特色、行业地位等等。仔细研究分析和琢磨推敲日程的安排，让每一位客人在最短时间内对杭萧钢构有全面的、清晰的、有一定深度的了解，对杭萧钢构的产品表现出限度的认同感，对杭萧钢构的管理模式和企业文化产生足够的兴趣。把长期地、坚持不懈地认真对待每一批客人和每一客人，使他们对杭萧钢构的接待工作满意作为市场部每一个接待工作人员的准则。从而以此来提高项目跟踪的成功率和降低商务谈判的

难度，达到提高企业经济效益的根本目的。为此市场部20xx年着重抓好以下几方面的工作：

- 1、督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客人的接待工作，确保接待效果一年好于一年。
- 2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。
- 3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。
- 4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

- 1、严格执行c版质量管理体系文件和管理体系标准文件，严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。

- 2、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

- 3、充分发挥本部门各岗位人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任心和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

- 4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成20xx年的营销目标做好质的服务工作。

5、配合营销副总经理搞好营销系统的日常行政管理。主动为各部门做好后勤保障工作和日常服务性工作。为他们创造更加良好的企业文化氛围和工作环境。