

# 最新修理厂工作计划和总结(大全7篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 修理厂工作计划和总结篇一

一、经理职责：

1、据公司的总体经营规划，制定本部门的目标管理工作，计划和实施

措施，确保完成公司下达的各项任务；

6、收集各类相关信息并进行汇总反馈，为公司管理决策提供参考依据；

7、处理卖场发生的较大事件，维护公司利益，确保顾客满意；

10、组织并参与策划各项促销活动，力争促进销售的提高。

11、组织商场整体的商品盘点工作。

12、全面负责商场销售任务的完成。

楼层主管隶属于商场营运经理助理，楼层主管负责管理整个商场楼层的工作，楼层主管岗位职责是协助现场员工的正常运作，楼层主管岗位职责要求精力充沛，楼层主管岗位职责当然不止这些，下面是楼层主管岗位职责的详细描述。

楼层主管职责：

6. 要积极组织并参与策划有利于公司发展的相应促销活动；

7. 要承担本地区的销售任务；

10. 楼层主管岗位职责要求楼层主管努力学习相关的知识，对于复杂的事情要考虑到每一个细节，对于不同的员工采取不同的领导方式和督促方式。

商场客服部的工作职责：

商场的客服很重要，因为客服是直接面对普罗大众的服务的部门。商场客服部的工作职责，具有自己的特点，商场客服部的工作职责根据商场的具体要求，有着自己的内容。下面小编就商场客服部的工作职责做一个介绍。

商场客服部工作职责之员工岗位要求

- 1、注重部门礼仪礼貌，提供公司良好的外部形象；
- 2、维持良好的服务秩序，提供优质的顾客服务；
- 3、提供信息，做好顾客与公司沟通的桥梁。

商场客服部工作职责之岗位主要日常工作

- 1、每日检查员工礼仪服饰；
- 2、检查员工的客服工作流程，确保服务质量；
- 3、做好顾客投诉和接待工作；
- 4、以身作则倡导“顾客至上”的经营理念，杜绝员工与顾客争

执现象；

- 5、与政府职能部门协调、联系，保证商场良好的外部环境；
- 6、做好会员的招募和大宗顾客的拜访；
- 7、指导赠品发放、顾客存包和退/换货工作标准化作业；
- 8、制定客服员工排班表；
- 9、负责安排本部员工专业知识的培训及员工的业绩考核；
- 10、负责安排商场会刊的发放与追踪，确保执行商场的各种促销活动；
- 11、指导提货处工作按公司规范执行。

#### 商场客服部工作职责的相关工作

- 1、负责责任区域的环境卫生，为顾客提供良好的购物环境；
- 2、协助做好出/入口处的客流疏导和保安工作；
- 3、协助前区促销商品的理货、补货。

以上商场客服部的工作职责，从宏观把握到细节工作都做了总结，商场客服部的工作职责不多，但是想要做好，还是需要每天多一点的努力；商场客服部工作职责不是商场内的中心管理环节，但确是人们进入卖场后第一关注的环节。如何能让商场在第一时间征服顾客的心，那就得考验商场客服部的功力了。因此，按照商场客服部的工作职责，做好商场客服工作至关重要。

## 修理厂工作计划和总结篇二

### 一、2015年数据分析

截止到10月底，家电商场营业额为3644.3万元。

详情如下图： 单位：万元

月销售趋势图如下：

品类销售分析图如下：

厨卫及冰箱、电脑类完成较好。电视、空调、小家电、数码不算乐观。苹果新品上市对通讯及电脑类的销售有较大影响。电视专柜最多时有5个专柜无导购，而家电商场的电视品牌共10个，并且在去年销售份额占比很高的4个合资彩电品牌中，无导购的占3个品牌。现在仍有1个品牌无导购，两个品牌为兼职，仅有一个全职。诺亚舟及读书郎的撤柜是造成今年数码类销售不好的主要因素。去年格力空调“红四月”销售成绩极佳，与本年度空调销售平平形成鲜明对比。

年销售门店对比图如下：

经营位置及人员问题是影响销售的主要因素。大部分到店顾客反映位置不好找。整个15年度导购离职率较高，老员工离职，新员工难招。大部分离职专柜空岗时间较长，新员工到位不久又离职，平均在岗时间约为两个月。再者，部分专柜仅配1个导购，不能满足整个营业时间内的顾客接待，导致顾客流失。

## 二、2015年工作总结

第二季度：老板老总签售会实现销售10.8万元；华帝老总签售会实

现销售6.5万元；“五一”节假日大型促销活动店内实现销售收入125万元；做好苹果iwatch新品上柜的销售推广；参加总部组织的羽毛球比赛；做好《营业员手册》的全员培训工

作。

第三季度“6.22svip店庆”当日实现销售收入34万元；配合电器财务总部进行上半年经销商品、固定资产的盘点，做到了账实相符；针对汛期，组织员工进行防汛知识培训，参加店内组织的防汛演习；全员学习电梯安全知识，提高安全意识；家电商场外围广告位落位。第四季度：苹果6s上市销售实现开门红；重阳节联合中润物业举办“进社区、免费检测水质”活动；做好国庆假期的大型促销活动，国庆期间实现销售128万元。“117”美的、小天鹅、康佳品牌节的专场活动；做好全品类“双十一”大型促销活动；“11.22”燕山银座店庆促销活动；防火和用电安全知识培训，着重强化了“四个能力”、“四懂四会”、火灾的报警、扑救流程。

### 三、2016年工作计划 1. 商品方面

不定时对员工进行销售技巧及服务、投诉案例培训，提高员工综

合素质。使顾客能享受到更专业更贴心的服务。5. 宣传方面

#### 1、2016市场部工作计划

伴随着万达购物广场的落成，市场部始终坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，快速确定了最合适的营销理念。职务分析，万达购物广场市场部，主要负责购物广场战略目标的规划，对市场“商场如战场”发展趋势做出预测，对目标客户的需求做出判断，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出分析。包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及网上资料、印刷资料、音像资料的制作。正常来讲他们并不大量接触零散的客户，而是紧盯住一个目标客户“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。因此，在下一年的工作规划中，将针对以下几点工作来

进行。

## 一、主要竞争对手分析

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在20xx年的工作重点。去年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发我们也通过网络了解和电话咨询等进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览旅游文化教育等形成互位交叉和资源共享购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发很值得我们学习和借鉴。这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了20xx年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向，即时做出调整。购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是20xx年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

## 二、广告公关

和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，

提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。

在20xx年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

## 重点工作规划

4、在网络上大肆宣传本购物广场20xx年度新一轮大型文化巡展活动。

## 三、购物广场销售区形象

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

新的一年中，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在dp

点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

## 重点工作规划

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

为的就是通过了解市场，分析市场，提高部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。

## 2、市场部2016年度工作计划

在这一年里，凭借前几年的蓄势，杭萧钢构不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公司股票在上海证券交易所上市。从此，一个杭萧钢构以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的新杭萧诞生了。公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司20xx年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订20xx年工作计划如下。

### 一、信息网络管理 1. 建立直接领导关系

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。（详见市场开发助理管理制度）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。

## 二、品牌推广

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。

### 三、客户接待

- 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。

### 四、内部管理

- 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。

## 修理厂工作计划和总结篇三

转眼之间20xx年已接近了尾声，回顾过去的xx个月，自己得到了快速地成长，无论是工作表现还是业务水平都有了很大的提升。取得这一成绩不仅得益于自己的努力工作，更得益于部门领导及各位主管对我殷切教导和细心培养。能荣幸地被评为“四季度劳动竞赛的明星员工”荣誉称号我感到骄傲与自豪。

下面简要概述一20xx年的几个工作重点：

4) 加班加点确保销售，为了能顺利完成销售任务，在客流高峰期，主动延迟下班时间，承担开据小票，整理打包的工作，尽自己的努力确保销售。经过十五天的辛勤工作，此次特卖共实现近百万元的销售，较好的完成了部门下达的销售任务。

本季度的工作重点是协助主管管理小组，具体工作有：

1) 深入营业卖场，加强“走动式”管理。商场的一个重要特点就是直接面对顾客，是为顾客提供服务和完成销售，而恰恰因为一线工作有这样的特点，造成了一线服务工作有很强的灵活性和不确定性，营业员一个表情，一个手势，一丝语气变化都会影响到服务的效果，因而随时都会产生一些意外情况。而作为小组的管理者，只有及时准确了解、把握营业一线的各种信息资源才能及时、准确有效地解决处理好营业现场各类问题在走动中去发现问题，在走动中去寻找问题，及时发现专柜营业员的各种不良服务苗头，从而能够立即给予制止和纠正，避免矛盾的激化，避免不良后果的产生。只有坚持深入一线的走动式管理，才能使管理更具针对性和时效性。

3) 向主管学习，学习主管们好的工作方法，多请教工作中遇到的一些暂时处理的问题，同时多做记录，勤于思考，努力提高自身的业务水平。

只有不断地学习、思考、总结，才能不断地提高。这个过程就像下围棋一样，起初从零开始，水平都差不多，慢慢知道了布局，有了进展之后，对水平低的不屑一顾，自以为是，进入一个平台期；然后慢慢也就有了对更高水平的向往，如果继续学习和总，就逐渐有了大局观，也知道了何以舍小保大，就这样在不断学习当中进步，其实，工作中也是一样，需要不断地学习、充实，理论知识是基础，没有很好的基础，工作的质量和效果就得不到保证。20xx年工作的小结，我深切感受到实践是学习、锻炼和提高最有效的途径。我作为一名大学生在今后工作中要加强学习，不断提升自己，同时也希望领导给予我们更多锻炼的机会，请相信我们年轻人会随着中央商场的发展迅速成长。

## 修理厂工作计划和总结篇四

### 营运部岗位职责

#### 一、营运部工作职责

全面负责商场招商营运工作，制定销售计划及品牌升级、品类规划方案并负责具体实施，做好供应商及员工的管理服务工作。

#### 二、营运部工作主要岗位职能

- 1、熟知公司各项管理规定及工作要求；
- 2、熟知公司《商品流转程序》及各职能部门的业务运作情况；
- 3、熟悉商场整体运作流程；
- 4、熟悉商场所售商品结构和区域分布；
- 5、掌握顾客的消费导向；

- 6、了解商场各类商品陈列要求及技艺；
- 7、能够通过对市场信息的汇总和分析，了解市场发展的趋势；
- 8、掌握与商业有关的法规及行规要求；
- 9、向公司领导反馈商场经营管理情况；
- 10、根据市场变化提出各楼层经营对策；
- 11、协调营运部与各职能部门的工作关系，促进商品销售；
- 12、制定营业管理规范性工作制度；
- 13、定期对营业管理人员进行业务知识培训，提高管理人员业务素质；
- 14、负责商场各品类招商及品类规划工作。

### 三、营运部各岗位主要职能说明

#### （一）营运部总监工作职责

- 1、全面负责国泰百货的营运工作；
- 2、负责做好客户资料的收集、整理工作，建立客户档案；
- 3、负责市场信息的收集、整理，积极拓展营运渠道，及时撰写各种专题分析报告；
- 5、根据公司定位，做好品牌评估、品牌搜集、品牌引进的工作计划；

6、描述品牌的引进依据，写出该品牌的档次、品牌描述、目标顾客、商品

价格、竞争品牌等；

7、在公司总体计划前提下，负责编制年、季、月度营运计划，努力完成工

作并尽可能节约费用；

8、负责对目标客户进行跟踪、了解、接触、联络。

9、草拟商务谈判预案；做好商务谈判记录；按照工作流程，实施购销合同的签订。

调整、淘汰评估报告；

12、13、（二）营运部经理工作职责

2、贯彻落实公司的规章制度及部门岗位责任制；密切与有关部门的工作联

系，加强与有关部门的协调和配合工作；

3、拟写营运制度；明确营运工作标准；认真做好协调、指导、检察、考核

工作；

4、负责编辑年、季、月度营运工作计划，确保计划指标完成，节约开支；

5、负责市场信息的收集、整理，并进行归纳分析；掌握市场动态；努力拓

展营运渠道；及时撰写多种主题分析报告及月度工作报告，为领导决策负责入驻品牌的装潢、装修，协同有关部门对其审核；负责入驻品牌的跟踪、业绩反馈，协同其他部门对其进行考评。

提供依据；

6、负责抓好营运人员的考评与管理工作，关心员工生活及思想动态，做好

耐心细致的思想工作，防范经济犯罪；

7、在考评的基础上，提出对本组人员的奖惩建议；

8、积极、高效完成领导交办的其他工作任务。

### （三）营运部主管工作职责

1、完成职责范围内的各项工作任务；

2、热情接待每一位客户，注意沟通，捕捉有价值信息；

3、负责做好客户资料的收集、整理、建立客户档案；

4、掌握专业知识，熟知品牌定位，品牌描述、品牌内涵，准确表述出竞争

品；

5、熟知营运制度，并按要求收集、整理市场信息；掌握市场动态；拓展营

运渠道；及时向领导提交各种分析资料；

6、依据对品牌销售业绩的评估，提出对品牌优化结构的建议；

- 7、负责对客户的回访；
- 8、编制周工作计划，确保工作计划完成；
- 9、根据营运制度、工作指标、组织实施签订购销合同；
- 10、负责对已入驻品牌的跟踪、业绩反馈及考评；
- 11、根据总体销售指标制定分管区域销售任务，并负责具体实施。

#### （四）营运部柜长工作职责

- 1、负责分管区域内员工日常管理工作；
- 2、负责分管区域卫生保洁工作（专柜区域内）；
- 3、主持分管区域晨会、晚会，向员工传达上级的工作要求、促销活动细则  
及工作注意事项；
- 4、带领柜组人员做好陈列出样，检查营业员定岗定位情况；
- 5、检查商品标价签和降价签的使用是否正确、规范，要求一物一标，有货
- 6、妥善安排好柜组员工的轮流用餐，做到无空柜、无脱岗，按柜组员工实际出勤情况填写考勤表；  
到位当日通知顾客；
- b)在卖场配合值班经理做好现场的管理工作；

8、负责分管区域专柜商品盘查工作，要求帐物相符，做好记录。

#### （五）营运部仓管员工作职责

- 1、负责商品的分类、登记、入库、保管工作；
- 2、负责核对所管商品账物；
- 3、负责库存商品的安全，防止变质、虫蛀、污染等；
- 4、随时向领导提供库存商品数量，结构变化情况；
- 5、合理堆码商品，最大限度地利用仓库容积；
- 6、负责商品收、存、付过程中发生的问题，及时反映，并协助处理；
- 7、负责保持商场库区的清洁；
- 8、负责员工入、离职工装手续的相关办理工作；
- 9、负责对仓库物料进行每月计划性盘点并及时上报盘点表于财务部审核；
- 10、认真完成领导交办的其他工作。

## 修理厂工作计划和总结篇五

20xx年，在市运管处xx县交通运输局的正确领导下，我所以党的xx大和xx届三中、四中全会精神为指导，以开展党的群众路线教育实践活动和深化干部作风建设为动力，密切联系县域和本所实际，内强素质、外树形象，狠抓作风建设，强化行业管理、优化运政服务，较好地完成了各项工作任务，

确保了全县道路运输安全无事故，县域道路运输保持了健康有序的发展势头，现就20xx年工作总结如下。

## 一、20xx年工作回顾

(一)深入开展党的群众路线教育实践活动。自3月26日党的群众路线教育实践活动开展以来，按照市处的统一部署，我所精心组织，周密安排，积极筹备，迅速在全所进行了动员部署和按计划推进，扎实抓好各茬次学习教育活动。一是抓好学习教育、听取意见环节。重点围绕8个必学内容，从所主要领导和每位班子成员做起，采取自学与集中学习相结合，重点研读与专题讨论相结合，学习理论与谈讨行业管理发展相结合，强化党员干部学教与抓好一般职工教育相结合，深入学教与具体整改相结合，发征求意见与面对面交流找问题相结合等方式，确保了学教活动有序开展。二是认真开展查摆问题、批评和自我批评环节活动。重点围绕为民务实清廉主题，按照大排查、大修检、大扫除的要求，通过自己找、上级点、互相帮的方法，切实开展批评和自我批评。在此基础上，认真撰写对照检查材料，并与8月27日认真召开了民主生活会。三是抓好整改落实、建章立制环节。按照立行立改的原则，针对查找出的“四风问题”，列出清单，制定任务书、时间表，并对照现有管理制度，进一步完善落实。四是认真贯彻落实中央《八项规定》，并结合实际加以整改，对内部管理各项规章制度及岗位职责进行了修订完善，严格按制度管事管人，严格考核岗位履职履责，不断完善了作风建设的长效工作机制。五是积极开展“行风建设深化年”和“三聚焦三整治一评议”活动，切实解决服务群众最后一公里问题，为企业和经营业户提供更直接、更及时的服务，努力打造群众满意运管队伍。六是进一步完善工作人员文明行为规范，加大政务公开工作力度，公开行政审批事项，公开办事程序，接受社会监督。七是广泛开展社会主义核心价值观专项教育，设立了社会主义核心价值观宣传栏。经过抓队伍、树形象，抓作风，提素质，在全所进一步营造出了风清气正、干事创业的良好氛围。

(二)以人为本，狠抓落实，道路运输安全管理各项措施全面落实。一是圆满完成春运工作20xx年道路运输管理工作总结20xx年道路运输管理工作总结。为有效应对春运客流量高峰，我所专门成立了工作小组，制定了实施方案，及时协调解决春运工作中出现的各种矛盾和问题，在全县设立3个春运安全检查服务站，抽调20多名执法人员对过往客货车辆进行安全检查，及时纠正违法违规行为，消除安全隐患。二是严格执行“三关一监督”的要求，落实安全责任追究制。实行“谁检查、谁签字、谁负责”的原则，使安全监管工作做到目标明确、要求具体、责任细化。三是强化安全生产源头监管力度。加强对春节、“五一”、端午、“十一”等重点节日及旅游景点的运输安全监管和运力调配，尤其对全县客运企业、运营客班车、车站逐一细查，严把源头管理和动态监管关口，对检查发现的问题，迅速下发整改通知书限时整改，确保了重要节日和重大活动期间的运输安全。四是认真推进客运企业安全生产标准达标工作和打非治违专项治理活动，深入开展安全隐患排查治理，严格与辖区客运企业签订安全生产责任书，指导运输公司开展消防演练，建立健全安全管理规章制度，强化对运输企业安全隐患的整改力度，全年未发生一起安全责任事故。

(三)依法行政，文明执法，行业管理进一步规范。

1、扎实做好道路运输安全综合检验工作。采取召开年审工作会，及时电话通知企业和从业人员，张贴公告等方式，有条不紊地做好审验工作，共审验营运车辆2680辆，其中，客运汽车360辆，审验率100%；货运车辆2320辆，审验率。截止11月初，我县完成客运量万人次，客运周转量万人公里；货运量万吨，货运周转量万吨公里；办理道路客货运输及相关业务经营事项234件，其中道路客运经营行政许可6件、货物运输经营行政许可201件，车辆维修许可27件。办理包车牌127车次。

2、认真抓好运输企业质量信誉考核工作，按时上报各种统计

报表。一是按照市处要求按时对辖区运输企业进行质量信誉考核，按照考核方法、步骤，认真组织实施，所领导亲自带队考核，通过对各运输企业道路运输安全、经营行为、服务质量、社会责任、企业管理等方面全面细致的量化考核，有效推动了企业快速健康发展。二是认真审核监督通村客运交强险和农村客运燃油补贴申报发放工作。根据省、市相关文件精神，多次监督指导客运企业召开会议制定燃油补贴核算发放方案，并进行公示，自觉接受群众监督，在确保公示无意见后，督促公司及时兑付。

3、深入开展星级客运站创建活动，扎实推进精品线路创建工作。为更好的发挥示范辐射作用，我们将汉中南站列为创建三星级客运站，制定了创建工作规划，完善了工作措施，目前该站按照创建标准和时间节点，加大硬件投入，规范运营管理，服务水平显著提高，客运站面貌焕然一新。积极推进精品客运线路创建工作，将大河坎至小南海路段列为精品客运线路创建，通过召开动员大会，制定实施方案，定期检查评比，创建工作稳步推进。

4、建立健全基础台账，夯实道路运输安全管理。为把各项道路运输管理工作落到实处，解决基层站队怎么管好、管什么的问题，今年我们把部分基础台账的格式和内容进行了调整，建立了辖区客运企业及客运车辆台账、道路货物运输企业及车辆台账、驾驶员培训学校基本台账、维修企业基本情况台账、安全生产监管台账及综合汇总台账，通过六种台账的建立，使其掌握了辖区基本情况，有效落实了痕迹化管理。

5、开展运输市场治理整顿，严厉打击非法营运车辆。通过制定打击非法营运专项治理行动方案，加大宣传力度，印发通告及宣传标语，持续推进运输市场整顿工作。全年出动执法人员3800人次，检查客、货运输车辆10000辆次，纠正违章600余起。一是重点查处投诉举报的无证经营车辆、严厉打击非法营运的黑车。责成各稽查队对辖区的黑车做好前期调查取证工作，为开展集中治理整顿打下基础。二是开展客运

站及周边运输秩序专项整治工作。加强车站运营秩序管理，严禁各类车辆在车站乱停乱靠。加大对汽车站周边监管力度，严厉打击站外喊客揽客、转圈兜客和不进站经营等违规行为，对站内客车运营情况进行不定期、不定时检查。对汽车站内违反“三不进站、六不出站”和规定不规范经营行为进行整顿。三是认真开展全县道路运输旅游市场秩序整治，加大对违法违规从事包车业务车辆的打击力度，查处西安1辆私自组客的中巴车辆，及时消除安全隐患。四是按照市处统一部署，积极开展高速公路服务区及沿线道路运输经营秩序整治，重拳出击，严肃查处了非法运营违规经营行为102起。五是安排6个稽查队分期到宁强开展“两客一危”专项整治。

6、驾培维修行业平稳有序，道路运输从业人员继续教育培训工作稳步推进。加强驾培机构监督管理，提高驾驶培训质量。完成了全县驾校综合年度安检初审工作，全县累计完成机动车驾驶员培训5130人。扎实开展驾培市场专项治理活动，深入驾校检查教练员的配备情况、驾校的综合安检情况、ic学习卡使用情况、教学日志使用情况及安全生产的执行措施；认真落实《机动车维修管理规定》。一是开展维修市场整顿暨安全检查工作。对维修企业开业条件、经营行为和执行技术标准进行了专项监督检查，对县城和大河坎片区无证经营的维修企业进行清理整顿。二是严格执行道路运输车辆二级维护和技术等级评定制度，在全县实行了营运车辆二级维护作业全程监控。三是严格把好营运车辆营运资质关和技术状况质量关，全年对4010名驾驶员进行了诚信考核，纠正违章510次。四是积极培育发展维修市场，全县新增三类维修企业27家。五是积极做好道路运输从业人员继续教育培训工作，组织全县891名道路运输从业人员参加换发新版从业资格证培训工作。

## 修理厂工作计划和总结篇六

- 1， 执行公司各项政策，完成公司下达的销售目标。
- 3， 按计划有效的制定公司年/季/月度销售，组织领导下属

完成长期和短期目标。

4， 根据市场发展和公司规划，协助总经理制定总体销售战略，销售计划及量化销售目标：制定每周、每月及全年的销售计划。 5， 拟定公司规章制度并监督执行落实。

6， 管理和分配各店长正常工作，做好对员工技能考核和工作考评。

8， 负责协调公司和品牌公司之间的业务往来和沟通工作。

9， 销售经理应在总经理的领导下，和各部门密切配合，认真做好自己的本职工作。本着对自己负责为公司谋利的原则，督促和加强对员工的管理，正确合理的行使公司赋予的权利。

11， 制定下属的考核目标并定期沟通绩效评估结果、提出改进建议，帮助下属员工提高工作业绩，增强团队凝聚力和合作精神，以建立一支高效的销售团队，支持销售目标的达成。

12， 管理、培训并考核销售人员，帮助选拔、补充、发展销售队伍，注重人员培养与团队建设。

## 修理厂工作计划和总结篇七

很幸，有机会结识了以为曾经在家具行业“行走”的老家具人王总，带着我这个进入工厂制造只有8年的楼梯人，去参观了位于在江苏省某市的原来的家具行业的黄埔军校——xx家具工厂，目前已经被已经崛起的华东地区的家具业巨头所收购。

一行数人，来到了有上海后花园之称的某市，中午宴请我们的是第二任的该家具的原厂长——张总，现在已经是当地经济开发区的招商主任了，原来的xx家具工厂就是一个国营的企业，曾经做海外的订单——美国和日本的家具订单，是这

个行业内响当当的企业，这次带我们前去的王总就是当时为了赶海外的订单，长期住在工厂，原来工程的技术骨干，他现在还能记得清清楚楚，可见的当初之盛况。

丰盛的午宴过后，我们就进入了工厂参观，要知道对于我来说，能看一个大的家具企业真是一个极好的机遇，因为国内建材行业之间的相对封闭，我们很难在同行业之中，能互相的学习，大家总是认为这会被对手赶上，那就根本不要说彼此进行管理经验的探讨了！而其实对于我们楼梯这样年轻的行业，是很需要学习我们这个行业中的几位老大哥——“家具”、“木门”、“橱柜”的，他们比楼梯行业发展要早十几年甚至更久，他们的发展之路，其实在某种程度上，就会是我们楼梯行业的未来，当然他们所走的曲折的道路，也是需要 we 加以认真借鉴的。正是出于这样的动机和态度，让我能跳出楼梯行业来回看这个行业，效果反而是出奇的好。我也看了不少的建材行业工厂和木门厂，包括南方的家具厂、木门厂、楼梯厂等，但是在华东地区的家具厂，真的很难得能看到，确是一个很好学习和反思的机会，当我看到还在继续“服役”的老的机器设备，听王总说起他们在当时的那个年代的盛况，真的有些慨叹人生的意味了。

1、仓库——目前这么大规模的家具厂，在木材的运作上，已经很少了，看看他们的木材的库存，要比我们工厂的还少，这其实说明了两种状况，一是家具行业的发展，已经到了不需要太多的木材的境界，而我们还是在木材的圈圈内打转，这是我们急需关注和调整自己的地方。

2、物流——我看到了五星级酒店的家具订单，那个酒店可以说在全世界都算是著名的，家具工厂要做大，没有工程订单是断断不行的，大批量的定制，以及与高端精装的工程项目的合作是一个工厂提升品质的充分必要手段。

5、工厂的贴皮车间——人工的缝制为主，木皮都在50丝左右，拼花是个好的工艺！

6、工厂的缝纫车间——软包的自我完善，部件批量的定制

7、工厂的打包车间——记忆中就是看见到处是有轨的地线，导轨来运输大的产品部件，这样就不容易损坏已经成品的产品。

最后，我要说的是，家具行业的现在就是我们楼梯行业的未来，我们楼梯行业应该向家具行业看齐，同时要有不断学习的态度，因为，现在我们的这个业态还是一个初级的状态，我们会有很多的放弃，很多的重建，很多的创新，谁能在这个行业看的越远，也就能走的更远！