

最新工作计划一般由以下几个部分组成 (大全5篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。我们该怎么拟定计划呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

工作计划一般由以下几个部分组成篇一

乙方(承运方)：

根据国家其它相关法规，经甲乙双方友好协商，本着平等互利的原则，达成如下协议。

第一条合作范围

- 1、甲方委托乙方承运由甲方指定的起运点至目的地的货物运输。
- 2、具体货物的托运内容，以出货时甲方发出的《派车单》为准。
- 3、甲方将合同区域的货物全部委托给乙方运输，不论货物多少统一以合同价为准。

第二条服务要求

- 1、乙方负责提供充足的车辆资源用于甲方货物的运输，运输车辆的车况和车型应符合甲方货物的安全要求。
- 2.1承运司机与车辆：

(2) 如因上述证件不齐全或伪造，由此带来的相关经济损失由乙方承担。

2.2 业务操作指令的安排：

(1) 甲方提前用传真方式向乙方发出《派车单》，乙方应在收到《派车单》后一小时内盖章确认，并确定司机姓名、手机号码、车牌号码一并回传给甲方。

(2) 乙方接到甲方托运通知及《派车单》一小时后，如不能派车装货，甲方有权自行调派车辆，如甲方自行调派车辆的成本高于与乙方的合同价格，此高出的费用由乙方承担。

2.3 装货的要求：

将货物安全送达目的地。

(2) 乙方司机在装车时应负责对所装货物的品种、数量、包装，认真清点、把关。

对于残缺或包装损坏的货物必须在装车时向仓库提出更换。

对于司机未履行以上约定致发生的一切损失由乙方承担。

(3) 装车完毕，乙方人员必须当场与甲方工作人员或仓库办理货物移交手续，并承担货物的安全保管及承运责任、在运输过程中造成损失的完全赔偿责任。

2.4 运输：

(1) 乙方在运输途中，不许中途换车，确因特殊原因(车辆故障或交通事故)需换车，必须经甲方书面(或传真)同意。

否则由此造成甲方货物损失或延误送达时间的一切损失均由乙方负责。

(2)乙方必须确保做好防火、防盗、防雨、防潮等工作，货物从装车后直到货物交付甲方指定收货人签收之前发生的损毁、被盗、丢失、淋湿、残损、交货不清、短缺等以及由此导致的损失均由乙方负责赔偿，按货物价格1.3倍予以赔偿(赔款在运费中扣除)。

(3)乙方在运输途中发生意外事故时，必须及时电话通知甲方，如出现货物损坏时，必须及时按甲方的相关指令要求报当地公安交通部门及保险公司，并保护好现场及货物，及积极配合甲方办理有关理赔手续，并承担保险公司赔偿后的剩余损失部分，如因乙方不及时报案、报保险公司和通知甲方，致甲方无法向保险公司索赔，乙方负全部责任。

(4)如乙方运输途中发生意外事故，需甲方人员出面协调处理事故时，其差旅费用(包括甲方委派人员食宿费、通讯费、交通费、处理事故应交费用和应酬费等)，凭发票或收据由乙方负责承担。

2.5卸货：

(1)将货物准时送达甲方指定之收货人，否则每延误24小时按人民币500元罚款。

该罚款在乙方运费中扣除。

(2)乙方必须严格按照《送货单》地址送货，乙方未取得甲方书面许可擅自改换送货地点的，罚款人民币20万元。

(3)乙方需确保收货单位和经手收货人的身份真实无误；核实收货人后，协助卸货，并在场监督，由于运输途中出现的货损、货差等情况当场确认清楚，并予当场赔付。

(3)卸货完毕，必须由收货人在收货单上加盖公章及收货人签名，如因特殊情况无法盖到公章，则需收货人签字的同时并

签上身份证号码。

2.6 签收单的返还：

(1) 每月1-15日的签收单必须在当月20日之前送交甲方指定工作人员；每月15-30日的回单在次月的5日之前送交甲方指定工作人员，由甲方登记签收。

乙方未按规定时间完整提报相关文件的，当月不予结算，延迟至下一个帐期进行结算。

(2) 若乙方无法如期将运输签收单交付甲方，并按每批次100元/天罚款。

(3) 凡出现签收单单据丢失或涂改或损毁，乙方负责复印件的补签，并确保能正常与客户办理结算。

否则，不予结算当次运费，并罚款500元/单。

2.7 信息反馈：

(1) 任何异常情况出现时，乙方必须于1小时之内，以各种有效途径反馈到甲方；(2) 乙方需确保司机的通讯畅通，如甲方客服人员跟单查询时每出现一次手机关机或无法联系到司机，则罚款100元/次(特殊情况需书面解释)。

(3) 次日早上8：00前，乙方必须将运输情况真实地反馈给甲方。

第三条 运输价格

1、运输价格：按双方确定的附件《价格表》执行，附件中未列明地区的运价，以双方操作前书面确认的价格执行。

2、价格时效：价目表所述价格的时效与本合同一致，在合同

期内乙方不得以任何理由拒绝运输。

(如遇市场行情大的变化，应不少于7天提前和甲方协商解决，协商期间内按合同约定价格执行)

第四条费用结算

1、乙方需于每月的5日前，将上月相关单据(签收单，回执、各项票据、结算书)，交予甲方，甲方于10日内核对无误后予以确认，乙方按照确认无误的运输费开具统一的《内陆河运输统一发票》。

3、付款方式：支票、银行电汇。

第五条履约风险保证金

1、为确保本合同的严格履行，在本合同签订之时，乙方同意向甲方缴纳履约风险保证金人民币壹拾万元整。

2、该风险保证金在合同终止，双方结帐时予以统一清算，并于15个工作日之内予以结清;3、履约风险押金不计利息。

第六条违约责任

1、甲方对于乙方提供的服务未达到本合同服务标准的，甲方有权根据情况对乙方采取减少运输数量、暂停乙方运输资格、立即终止合同等处罚。

2、甲、乙双方任何一方如违反本合同有关规定，对方均有权单方面解除本合同，对于造成对方经济损失的均由违约方负责赔偿。

3、因乙方责任(不可抗力因素除外)造成货物逾期到达，产生收货单位拒收货物或退货，所有产生的费用及其它经济损失，均由乙方负责承担。

3、乙方不得在任何情况下未经甲方同意对承运之货物行使留置权，否则，由此造成的经济损失及法律责任由乙方全部承担。

第七条、特别约定条款

双方合作过程中，乙方或乙方工作人员不得以任何理由扣押甲方货物，如出现此种情况乙方将承担该货物价值2倍的责任赔偿。

第八条合同的时效及争议解决

1、本合同有效期自__年月日至年月日止；

2、本合同一式二份，经双方签字盖章后，双方各执一份，具备同等法律效力；

3、本合同未尽事宜，双方协商一致后，签定补充协议书，确认之后作为本合同的必要补充，与本合同具同等效力。履行期间，如因本合同发生争议，双方均应先通过友好协商解决，如协商不成，可提请深圳市人民法院予以裁决。

甲方：_____有限公司

乙方：_____

年月日

工作计划一般由以下哪几个部分组成篇二

时间如指尖上的沙，总是留不住。总结了xx年自己的一些成果后，就意味着xx年个人销售工作计划的到来，刚接触销售时，在选择客户的问题上走过不少弯路，那是因为对这个行业还不太熟悉，总是选择一些食品行业，这给销售工作带来很多不便，这

些企业往往对标签的价格是非常注重的. 所以今年不要在选一些只看价格, 对质量没要求的客户. 没有要求的客户不是好客户。

xx年工作计划如下：

一;对于老客户, 和固定客户, 要经常保持联系, 在有时间有条件的情况下, 送一些小礼物或宴请客户, 好稳定与客户关系。

二;在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得 客户信息。

三;要有好业绩就得加强业务学习, 开拓视野, 丰富知识, 采取多样化形式, 把学业务与交流技能向结合。

四;xx年对自己有以下计划

1:每周要增加10个以上的新客户, 还要有3到5个潜在客户。

2:一周一小结, 每月一大结, 看看有哪些工作上的失误, 及时改正下次不要再犯。

3:见客户之前要多了解客户的状态和需求, 再做好(幼儿园年度工作计划2017)准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4:对客户不能有隐瞒和欺骗, 这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5:要不断加强业务方面的学习, 多看书, 上网查阅相关资料, 与同行们交流, 向他们学习更好的方式方法。

6:对所有客户的工作态度都要一样, 但不能太低三下气。给客户一好印象, 为公司树立更好的形象。

7:客户遇到问题, 不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。

要先做人再做生意,让客户相信我们的工作实力,才能更好的完成任务。

8:自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的,你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

一、市场分析

二、营销思路。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,形成强大的营销合力。

4、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,李经理充分结合了企业的实际,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,李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。

加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

销售工作计划：

一、销售部获得利润的途径和措施

销售部利润主要来源有：计算机销售；电脑耗材；打印机耗材；打字复印；计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，***万元，纯利润***万元。其中：打字复印***万元，网校***万元，计算机***万元，电脑耗材及配件***万元，其他：***万元，人员工资***万元。

二、客户服务部获得的利润途径和措施

三、工程部获得的利润途径和措施

在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

四、在管理上下大力度、严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

五、要建立一个比较完善、健全的管理运行体系。

1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行,客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

2、尽量创造出一些固定收入群体,如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度,把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办*变成我们长期客户。

3、对大型客户要进行定期回访,进行免费技术支持,建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体,如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

4、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈,我们可以从服务、维修创造利润,比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

六、创造学习的机会

不断为员工提供或创造学习和培训的机会,内部互相学习,互相提高,努力把***公司建成平谷地*计算机的权威机构。

职工培训工作是人力资源开发、干部队伍建设与企业文化建设的重要内容,通过培训,可以统一目标、统一认识、统一步调,提高企业的凝聚力、向心力和战斗力。树立学习风气,不懂得要问,不会的要学。

培训内容:

一、爱岗敬业:回顾历史、展望未来,了解企业的光荣传统与奋斗目标,增强使命感与责任感,培养主人翁意识。

二、岗位职责:学习公司制度、员工纪律,明确岗位职责、行为规范。

三、岗位技能:学习从业技能、工作流程及在岗成才的方法。

培训方式:

1、公司内部定期不定期安排员工培训。

2、积极参与中心或公司组织的管理人员、技术员和全体员工的培训活动。

3、培训目标:为员工在岗成才创造条件,为企业提供员工积累。

我们是一个团结的集体,具有团队精神的集体,变成一支能够打硬仗的队伍。每个部门、每位员工,岗位明确,责任到人,个人奖金与部门效益直接挂钩。这样一来我们应该既有压力又要有信心,没有信心就不会成功,没有压力就不会使人在各个层面进步、提高。

同志们,时间是有限的、尤其是从事我们这个行业的,计算机技术的发展日新月异,一天不学习就会落后,因此现在我们在座的每位职工都应该要有树立时间意识、竞争意识,引用xx大精神里的一句话就是要“与时俱进”。

公司各个部门应互相配合相互协作、按时按量、完成领导交给我们的各项工作任务,努力去实现本次大会制定的121万利润指标。

工作计划一般由以下哪几个部分组成篇三

甲方(遗赠人): _____(写明姓名、住址)

乙方(受赠人): _____(写明姓名、住址)

甲乙双方就遗赠事宜达成协议如下：_____

一、甲方所有的_____ (写明遗赠财产的基本情况)，
在甲方死亡后赠送给乙方。其所有权的证明
为：_____ (写明证明甲方拥有所有权的证据名
称，如赠与房屋，就应有房产所有权证)。

二、乙方应于每月十日前给付甲方生活费_____元，医
疗补助费_____元(可以约定其他费用)。

三、乙方应在甲方去世后三十日内办理赠与财产的所有权转
移手续。逾期不办的，视为拒绝遗赠，其遗产可按法定继承
处理。

四、甲方应负对遗赠财产的维护责任，不得随意处理遗赠的
财产。如果甲方故意将财产损坏或者送给他人的，乙方有权
要求甲方修理、更换或者收回；甲方拒不修理、更换或者收回
的，乙方有权终止协议。

五、乙方应当按时给付甲方费用。逾期给付的，甲方有权要
求乙方履行协议。如果连续三个月不给付费用的，甲方有权
终止协议。

六、本协议自_____日起生效(可以写自公证之日起生
效)。本协议一式两份，双方各执一份。

甲方(盖章) _____

法定代表人(签章) _____

乙方(签章) _____

____年 ____月 ____日

工作计划一般由以下哪几个部分组成篇四

- 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，形成强大的营销合力。
- 4、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，李经理充分结合了企业的实际，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。

三、销售目标。

工作计划一般由以下哪几个部分组成篇五

- 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，李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：