

2023年出差的后续工作计划 后续工作计划简单共(模板8篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

出差的后续工作计划 后续工作计划简单共篇一

详细目标：继续开展整体护理，规范护理程序，增高整体护理病历质量，丰富健康宣教内容，更好的为病人进行整体护理。

实施措施：

- 1、学习《儿科学》，熟悉有关疾病的病因、病理及发病机制，丰富健康宣教内容。责任护士深入到病房，加强对患儿家属的健康宣教，增高用护理手段解决问题的能力，促进患儿早日康复。
- 2、听有经验的老护士讲课，学习整体护理经验。如遇模糊概念，大家一起讨论，共同解决问题。
- 3、参与教学查房，分析存在问题，提出改进措施。
- 4、电子病历及时评价，坚持每周检查2-3次，发现问题及时纠正并通知到责任护士，防止类似问题再次发生。

出差的后续工作计划 后续工作计划简单共篇二

一、 加强领导，组建机构，明确责任

我县农村危房改造工作，按照省市会议和文件精神要求及下达给我县的农村危房改造任务（587户，除鸭河工区）。为确保20xx年农村危房改造任务如期完成，县*领导多次召开会议进行讨论研究，成立了以主管*为组长，县*办公室副主任、住建局局长、*主任、财政局局长、审计局局长为副组长，县直有关局（委）和各乡镇乡镇长为成员的xx县20xx年农村危房改造工作领导小组，下设办公室。县*办公室出台和印发了xx县20xx年农村危房改造工作实施方案，县*于9月29日召开了全县由各乡镇主抓领导、村镇建设发展中心主任、县直农村危房改造工作领导小组成员单位参加的全县农村危房改造工作会。县领导进行了安排和部署。明确了目标任务、基本原则、工作步骤和责任主体。各乡镇按照县*工作部署和国家省市确定的建档立卡贫困户、低保户、农村分散供养特困人员、贫困残疾人家庭和收入低于国家贫困线倍的农户的危房改造和经济最贫困、住房最危险及就近就地改造的原则。以乡镇*为责任主体，各乡镇相继组建了以乡镇长为组长，主管领导为副组长，乡镇直主要负责人为成员的乡镇农村危房改造工作领导小组，制定了乡镇农村危房改造工作实施方案。各乡镇、村也相继多次召开了不同层次的农村危房改造工作专题会，认真贯彻落实农村危房改造工作会议精神。县、乡镇、村层层签订了农村危房改造项目建设承诺书和目标责任书，采取县督查检查，乡镇领导、乡干和驻村工作队包村，村干部包组户的方法，一级抓一级，层层抓落实。做到了任务分包到人，责任明确到人，严格绩效考评和奖惩，进一步强化了县、乡镇、村的责任。与此同时，按照省市《关于加快推进农村危房改造工作的通知》所确定的时间节点要求，县*和住建局先后多次召开了由各乡镇主抓领导、村镇建设发展中心主任参加的不同层次农村危房改造工作推进会，会上县领导做了重要讲话和工作安排，强化责任，要求各乡镇采取得力措施、攻坚克难、倒排工期、集中力量、抢抓时间、加快进度，着力推进此项工作深入开展。至20xx年11月12日前全县农村危房改造开工率、录入率、竣工率，“三率”全部达到100%。

二、 确定对象， 分解任务， 严格把关

按照省市下达的目标任务（587户）和农村危房改造实施方案要求，我县坚持重点扶持原则，以自愿分散建设为主，认真确定建档立卡贫困户、分散供养特困人员、低保户、贫困残疾人家庭和收入低于国家贫困线倍的农户。结合各乡镇实际，实行危房改造项目计划，任务、资金、目标、责任“五到乡镇”，即项目建设的计划下达到乡镇，任务落实到乡镇，目标和责任明确到乡镇。为把此项工作做细、做好、做扎实，除要求各乡镇对本辖区内的危房改造的工程质量、施工安全管理，建设标准和确定的级别等进行督查、检查外。还实施了农户申请、村评议、乡镇审核、县审批的补助对象确定程序和危改户一户一档的制度。同时，县*还组织督查中心、目标办和住建局对全县15个乡镇农村危房改造工作进行了督查、检查，实行一星期一督查，一站队一通报，其督查、检查结果和乡镇工作进展情况，在全县进行了通报。至20xx年11月12日前，全县587户农村危房改造已全部竣工完成。

三、 严格资金使用管理

为搞好资金使用管理。我县自20xx年以来，严格按照《中央农村危房改造补助资金管理暂行办法》等有关文件规定，加强农村危房改造补助资金的使用管理，其补助资金实行了专项管理、专帐核算、专款专用，健全了内部控制制度，严禁截留、挤占和挪用，一户一卡，由财政局在指定的（邮政）银行对危房改造户进行发卡。同时，县财政局会同县*、县住建局、县审计局、县纪委等部门进行了资金监督和管理。形成了县*领导批钱不管钱，县财局拨钱不管卡，乡*发卡不发钱，危改户凭卡去取钱、村组干部不得代领危改资金。20xx年农村危房改造587户，补助资金万元，待各乡镇逐户验收和县*组织农村危房改造领导小组主要成员单位抽查验收后，通过县财政局在指定银行实行“一户一卡”发放到危房改造对象户手中。

四、 存在问题和下一步措施

20xx年我县农村危房改造任务，虽然在11月12日前已经全部竣工完成，但农村危房改造后续工作很多，如：档案资料完善等目前各乡镇正在进行，加之各乡镇正在逐户验收，待乡镇逐户验收和县*组织农村危房改造工作领导小组主要成员单位抽查验收后，才能通过县财局在制定银行对危房改造对象户进行“一户一卡”发放补助资金。下步积极采取得力措施，加快推进乡镇农村危房改造逐户验收进度，争取11月底将农村危房改造补助资金发放到对象户手中。

出差的后续工作计划 后续工作计划简单共篇三

为更好的完善工作计划，调整运营思路，在确保现有市场销量的基础上，做好两手抓得准备，一手抓现有市场，争取产品组合，市场结构，企业管理的全面优化，一手抓品牌定位，经营策略的劳特斯品牌战略之路。为劳特斯在转型中积蓄力量。

重点工作：

- 1：调研市场在时间行程合适的情况下尽可能多的集中走访相关市场
- 2：开辟新的销售渠道橱柜品牌整合

受义乌亚新橱柜品牌销售负责人--先生的邀请前往义乌洽谈劳特斯不锈钢厨炊具同亚新实木橱柜的品牌合作，目的构建一个符合双方利益的合作模式。同时希望这种模式可以在橱柜市场火热的当下成为--明年新渠道的参考标准。目前正在接触的橱柜品牌有：亚新，金牌，好兆头，威发-西门子，柏林-西门子。

计划行程：

3号由--出发前往--，会见--及--x销售负责人 4号前往莆田会见柏林西门子经销商(其与集团领导有密切关系，是我方与对方合作的重要桥梁)

5号前往义乌，逗留2-3天与亚新品牌销售负责人就双方合作的模式做全方位的沟通。考察义乌市场，学习。

12号-15号回程

多方合作客户的汇聚，希望给双方营造我公司产品质量，品牌优势，市场前景的良好形象，为顺利合作添砖加瓦。

可能出现问题

2: 年底为各公司年终会议时间，橱柜品牌成行是否有时间上冲突，在会面期间要做准确落实。(亚新负责人已明确表示愿意来我公司考察)

准备物品

- 1: 我公司相关品牌资料
- 2: 我公司产品图册20本
- 3: 过往合作客户清单(展示，不外借)
- 4: 我公司新产品电子图册(以作备用)

预计费用5000元

出差的后续工作计划 后续工作计划简单共篇四

本人拟定于近期江苏地区出差事宜。向公司作预期出差计划，请公司领导审核，并恳请给予指导与帮助。

本计划包括两大部分：

出差工作计划、

出行时间、11月15日起到11月30日止。计划为期15天。

出行城市、南京无锡徐州常州苏州南通连云港淮安盐城扬州
镇江泰州宿迁

主要目的、

一、传达金御时空公司企业文化，销售理念。协助指导经销商当地品牌推广事宜。二、基本市场调查。

1、产品市场定位，品牌认知度，客户评价；

2、区域销售情况，地市分销商信息；

3、了解竞争对手品牌销售情况，市场占有率。

4、认真听取客户反馈，记录汇报市场最新信息

出差的后续工作计划 后续工作计划简单共篇五

经过九天对区域市场的开发，我们的产品也经历了一次考验，在我走访的九江、南昌、吉安、赣州这四个城市里生根发芽，在这期间里，开发了2家意向客户，第一家是南昌的首批打款在15万元左右，代理商需要公司提供更大的支持，但我认为公司无法做到，正在协商其它操作方法；第二家是赣州的首批打款在10万元左右，由于代理商没有做过厨卫，正在了解市场行情和品牌对比。

主观看法：我们的产品在市场的前景是非常好的，我本人对这个市场，对产品都很看好，我们的产品质量好，包装精美，品种齐全，售后服务好。

对市场而言，我们的价格比同类同品牌的产品要略低，但产品外观似乎是我们的瓶颈，无法和同类同品牌相拟比；但我们给了客户足够的利润空间的同时又给了他广泛的区域市场，减小其销售难度，这样一来，绝大部分客户都愿意了解我们的全部产品。

对于我个人的成绩来说，对部分地级市场都有了详细的走访和了解，了解到了客户的需求，在区域市场中开发出部分意向客户。我觉得这个成绩不是我预期想要达到的一个效果，任务虽然没有完成，但我还在努力也还有许多方面没有做到，对于地区市场做的过于急躁，在市场开发中做的不够细致，粗枝大叶没有给客户更好的引导。

对于我最近走访过的客户，他们目前都希望现在能有一款价格合理，质量满意的产品进入市场，对于方太、老板、帅康、樱雪、樱花、华帝、美的等几大品牌的价格贵、市场管控严格、价格透明，这几个点来说，我们的产品竞争优势很大，但是，这些品牌的牌子大，名气响，在老百姓心里已经根深蒂固，不利于我们的产品进入市场。个人认为，我们的市场切入点就在于我们给予客户的厂家支持、利润空间、足够大的区域市场，这样会充分调动经销商和批发商的积极性。

1、价位方面：市场上总体来讲，对于一个新品牌，要想打入这个市场，抢占市场份额，按目前的价格来看，只能说是具有一定的竞争优势，有一部分客户是用一种完全不接纳新品牌的眼光看我们的产品，还有部分客户是无法接受品牌的价格，只拿我们和一些擦边球品牌的价格相比较；记得南昌的一家客户跟我说，产品本身是可以的，但是作为一家新牌子，这个价格在销售过程中会增加一部分难度，但我认为这是一个比较保守的客户，哪个公司没有一个新开始呢，价格永远没有可比性。

2、产品定位：我觉得上述几大品牌在终端用户心里已经有了很深刻的印象，那么这样的一些品牌也就成了本行业的标杆，

因此有很多终端用户会用这些品牌的产品外观、品质盲目的去判断其他品牌，那么我希望，既然老百姓选择这样一种方法作为衡量好坏的根据，那我们的产品就应该保留其现有的长处，或者说是生产方面也以这些大牌子做标杆，做到老百姓喜欢什么样的，我们就生产什么样的!总而言之，产品的定位就要以大品牌为基准线，做到新的款式及时跟进。

在这里我要提出一点建议，现在无论是哪家大品牌的产品，都是厨卫产品列占有所有品类的主导地位，很多客户反应我们的厨卫系列产品不够新颖。而且终端用户也认为小家电产品和包装会比厨卫的高档一些。

4、销售策略：目前，我司销售支持政策非常大，可以以前期不赚钱形式去抢占市场份额，给我们销售人员在工作中带来很多协商的空间，我觉得一个新品牌想占领市场，无论通过任何形式，任何方法，都应该勇于尝试，想尽一切办法去进入到经销商的门店。如果没有政策支持大这一策略，那我想我这次出差连意向的客户都不会有了。

5、渠道方面：个人认为目前我们的品牌只是一个孩子，市场刚刚起步，认识我们品牌的渠道客户不够，市场认可度非常低，我觉得应该投入一些宣传到重点城市，可以有选择性的去挑一些优质客户，培养起来，会很容易引发邻省市的连锁反映，等到客户稳定，地级市场精耕细作之后，有老百姓拿着我们的vip防伪卡去找经销商买东西的时候，我会拿着我所有的发货单子和客户资源去找一家可以控制江西的省径代理商。

下一步的计划，我个人还是要把区域内没有到过的城市，未开发出来的城市逐个击破，巩固现有的客户资源，多了解经营情况，先得到终端用户的认可，然后才开发适合我们的省市级代理商，现阶段，想找一家代理商非常有难度，并且这次出差遇到阻碍我们成功最大并且最普遍的问题就是诸多批发商2和3月份展会已经选好了品牌及市场反映惨淡，给代

理商心理上不敢轻易下决定。

总之，老百姓喜欢的是包装颜色靓丽，价格合理，但看起来高档的产品，经销商喜欢的是没有竞争对手，利润空间大，便于市场控制，质量过得去的产品。目前，要做的就是要想着怎么样让我们的产品去适应这个市场，而不是让用户适应我们，我们要做的就是老百姓喜欢什么样的，我们就做什么。

出差的后续工作计划 后续工作计划简单共篇六

一、了解各分公司及代理目前的经营状况并结合自己音箱品牌特性进行经营性的指导推荐。

二、帮忙各分公司及代理针对各自区域市场的状况进行针对性的市场调整部署推荐。

三、了解目前各分公司及代理针对多彩音箱反馈问题的收集，便于后期产品及渠道等进行调整规划。

四、排解对多彩音箱前期存在的问题意见，以及多彩音箱后期的产品规划沟通，渠道建设沟通，以此加强相互了解，信任，提高对多彩音箱产品的销售信心。

1、代理商的经营状况整体良性，但存在团队管理意识缺乏，基本没有产品培训，没有推广意识，没有严格的会议制度等是经销商普遍存在的问题。

2、代理商没有严谨的工作部署，日工作资料，周工作资料，月工作资料，年度目标等意识，只是为了做生意而生意，本着生意不好，可能就是卖场人气问题，或者产品问题，没有从营销的角度去寻找原因。

3、代理缺乏完善的人才培养梯队，人才十分缺乏，很难培养人，留人。

4、多彩音箱适合做什么样的渠道？多彩音箱目前的产品定位？怎样去开展多彩音箱的市场推广？怎样与厂家结合有部署的开展经营拓展计划？代理及分公司基本没有。

5、分公司目前对多彩音箱的重视程度因产品线太宽及因资金短缺时造成的音箱严重缺货存在很大的矛盾点。

6、目前的产品存在必须的问题，主要是：1，前面收到涨价后缺货的影响。2，产品屡次发生的外观磨花及本身产品的质量问題，应用分公司经理的对话（港湾14：20：49：那个2xx0音箱最近咋那多坏的港湾：14：21：04副机喇叭不响港湾14：21：12：2xx5也有海底沙漠14：21：23：投诉港湾：14：21：27还有副机少脚座的港湾14：21：31：投诉不管用港湾14：21：34：不投港湾14：21：41说说而已）。其中港湾为一分公司经理。3，促销活动存在必须的问题，缺货后又开展，加上活动缺乏人员跟进，奖品的规划比例上不合理，导致为销售创造的拉力不大。

7、大区人员该怎样去开展自己的工作？代理及分公司应关注音箱市场的什么？此也缺乏必须的意识。

1、推荐各代理，个性是在与哈尔滨世学牟总交流的过程中，强调开展周会，周会议资料形式（销售kpi周培训会议制度等管理机制）。

2、提倡计划年度销售目标，年度利润目标，月销售目标，利润考核目标以及绩效考核制度。以此来加强大家对企业发展构成共同的目标。

3、代理的发展空间有限，没有完善的考核制度，培训制度等，这样就很难去培养人，当一个优秀的人才到必须时候，没有太大的发展空间，必将选取离去，因此推荐采取两种方式，一是股份制方式，针对优秀店长对店面入股（能够占干股），并针对每上一年送予配比必须的股份；针对公司管理副手也

按股份制。二是采取鼓励创业，给予必须的市场空间，给予产品代理，让其成为自己的客户。以此来留住优秀的人才，避免让其出去后成为竞争对手。

4、多彩音箱目前的销售均价在75元左右，在此价格线基本说是没有竞争对手，因为音箱行业前5大品牌的销售均价均在xx元左右，当然我们的目标是要提高均价，寻找竞争对手。但结合目前的产品状况，多彩音箱在专卖店与机箱等同时摆在一起（目前所有的音箱品牌基本都有单独的音箱专卖店），很难构成专一形象，同时公司一向的路线是走批发为主，主要是结合机电，键鼠渠道，在零售方面十分薄弱，因此此价格，此形象，缺乏零售，必然很难构成音箱品牌影响力，但本身具有多彩品牌拉力，因此我们的主要渠道就应是批发，主要对象就是diy装机商及笔记本销售店。主要的产品定位目前来说是中低端，通路型产品定位。

一、加强a类产品（重点主推产品□2xx5□2165□2155□2xx0□的样品摆设。

二、加强a类客户（前5———xx名核心客户）的专柜，展架摆设。

三、加强针对摆样产品的维护，主要是标贴（怎样样让音箱摆在装机店能让客户看到装机店的时候第一个看到的产品就是多彩音箱）。

四、加强x展架及条幅横幅在卖场内像狗皮膏药一样大面积张贴。

多彩音箱目前的渠道体系，主要在专卖店的陈列位置，很难有单一的音箱品牌形象，销售不好零售就很难提高产品销售均价，产品销售均价提不上去，高端产品出来后就很难销售，没有高端产品就很难提高产品品牌形象。而目前先将产品线完善了再根据销量去开单独的音箱专卖店？还是先开音箱专

卖店再完善产品线？此成为矛盾点。通过与天津代理及其他代理的沟通，目前天津开设的专卖店整体来说还是不错的，因此推荐各代理：一，在适宜的位置拿专柜，单独的壁柜，并派一个销售人员在此，按电脑城均价，一个3米的专柜价格基本在2k左右，一个销售人员的基本工资在1k左右，专柜基本没有其它费用，每一天xx元左右的费用每一天基本是2对零售音箱就能回收成本，一个人在一个位置，专门的工作卖零售，我想只要不是太笨一天2对就应是问题不大，但同时对我们的品牌影响力，对卖场的批发工作，方便装机商带客户看音箱将是一个很好的推动作用。二，推荐个别代理，同时代理耳机或者笔记本配件的代理单独开设音箱专卖店，当然前期能够鼓励和允许同时代理其它品牌音箱，构成第二个公司，或者将此机会带给给那些有想法的优秀人员。

笔记本市场是我们产品的一个重点，笔记本音箱的配送通过了解基本是价格不超过xx元的产品，最好的产品是一对音箱加上鼠标价格不超过xx元，这是目前笔记本商家的需求心理，此价位段产品刚好是我们音箱产品强势的一方，如果单独卖一般笔记本客户会摆高端产品，来衬托笔记本的形象，天津，长春代理在这方面就做的相当不错，在一个区域针对hp联想，华硕ibm四个笔记本专卖店摆4款不同的产品，在一个电脑城此四家每月就能够为其创造几百台的销售业绩，天津代理能联合三星促销，买三星笔记本送多彩音箱，一次性定单就有400台，笔记本客户还具有以下几个好处：一，选取一家产品，很少更换，因为一个在一楼，对在diy区域内他们关注很少，也就是对品牌忠诚度较高。二，销售稳定，并且根据笔记本大环境的的增长呈上升趋势。三，利润较高，笔记本客户一般为开票，对单独采购的产品均价能了解，但对于其它产品因熟悉程度固了解较少，因此能提高利润。

5、分公司及全线产品代理对音箱产品的重视程度从天津代理（单独做音箱）就能看出构成很大的区别，一个长春（单独做音箱），天津这种小城市的销量居然是重庆，西安，南昌

等个别中型的一倍。当然这和我们产品线太长，专一度不够有很大原因。同时在今年分公司及代理缺少资金的状况下，音箱目前还是在吃多彩的品牌拉力，还在跟随机电及键鼠的销售渠道，无法为多彩品牌创造单独的品牌影响力。因此，在资金缺少的时候很大程度上音箱的货源就会存在严重问题，此次出差，分公司的音箱货源基本无，在这样的状况下更谈不上去进行市场推广，因此针对此问题需向领导当面请示改善推荐。

6、目前音箱每月都在做产品意见改善（要求一线反馈，总部汇总，改善后再发向一线反馈决议），但一些问题还是改善不了，主要是细节性的问题，最近杭州分公司，武汉分公司连续投诉产品质量问题及发货少脚架等细节性问题，对一线销售人员的信心将有很大影响，因此此次回来后将请示吴总，针对此类问题进行彻底改善。

7、大区人员的工作开展基本没有头绪，要想领导别人首先要服务于人，要想领导分公司代理商就务必要想到怎样服务于他，最好的服务就是怎样去帮忙他，那里指的帮忙当然不是简单的批下特价，而是需要怎样样去发现分公司弱点，迷茫点，怎样样帮忙去提高销量，用心的去想怎样样去帮忙一个人的时候我想能找到很多需要帮忙别人的地方。结合代理商及分公司，首先我们要明白我们要关注音箱什么？也就是最简单的去看音箱市场什么？在那里个人提出几点推荐：一，一进卖场首先看看外场的广告，什么品牌的广告做的最好，有无学习的地方？能了解在这个市场什么品牌占有率有可能相对较高。二，看看笔记本身旁分别摆的是什麼品牌的音箱产品，自己的有无？有的样品陈列位置如何？标签还有无存在？样品是否有灰尘？如果没有样品，能否有机会叫人或者自己去谈定？三，上电梯看看diy的广告及自己音箱的暴光度，标贴在上电梯的过程中是否有无随处可见？四，围绕卖场转三遍，一遍看看卖场的人气，整体装机量怎样样？哪些音箱批发走的好？自己的音箱卖了多少台？占有率大概多少？二遍看看哪些音箱品牌的样品暴光度较高，自己的音箱样品占

多少？还有哪些需要加强并且能够把样品摆进去的？三遍看看卖场的x展架及标贴还有哪些不在的？哪些没有贴好的？哪些需要加强的？哪里的音箱有灰尘？哪家的音箱样品或者标贴摆歪了等？要想把音箱卖好，主要还是不断去检讨自己，每去一次卖场都能改正一些东西，主要看样品，标贴，条幅x展架这些哪里做的如何就能够看出这个店面的工作开展状况。最后才是到自己店面及同行店面去了解。

一、明确后期产品规划，保留目前中低端产品特性，毕竟这是现有渠道，提议补充在xx元——140元产品外观上的个性化产品，在140元以上的欧美路线产品结构，以此在目前很难改变和增加产品优势的时候在外观上先进行创新改变。

二、了解目前笔记本市场针对单独音箱的需求仍为主流，并且市场销量将是一个很大的亮点。

三、了解目前音箱市场仍然是漫步者，麦博，三诺前三称霸，后面的品牌风起云涌，变化很大，多彩音箱的机会很大。

四、代理对多彩音箱的期望仍然具有很高的期望值，但需要我们在很多产品质量，供应上进行比较强的细节改正。

五、同时也了解到如爱国，三诺等一些好的市场推广经验及方法，个性是在北京市场了解到的，对于广州市场及深圳市场十分管用。

以上为此次出差的一些总结，不到之处还请领导指正，谢谢！

出差的后续工作计划 后续工作计划简单共篇七

一、任务落实情况

20xx年，省下达任务数1700户，我县落实2591户，其中新建20xx户，修缮510户□20xx年底已全部竣工入住□20xx年，

省下达任务1100户，已确定对象1143户，其中整村推进村南桥乡永墩村81户，已全面开工，竣工52户。

二、存在的问题

通过进行全面的自查自纠及专项整治行动，主要存在以下四个方面的问题：

一是宣传发动不深入。尽管各乡镇都做了大量的宣传发动工作，但在评定、落实危改对象、补助标准问题上、危改条件、认定程序、审核把关等环节宣传不到位，少数村组及农户对政策了解不深不透，存在把握不准确的现象。

二是政策公示不到位。按照政策程序要求，在对象确定，危改政策和补助标准“三项公开”，各环节必须建立健全的公示制度，将补助对象基本信息和各审查环节的结果在村务公开，乡镇政务栏张榜公示，通过自查自纠和专项整治有41户在对象确定程序上走过场，公示不到位。

三是存在拆户分户现象。今年7月份，我县要求乡镇开展对20xx年以来农村危房改造资金落实情况进行了自查自纠，摸查出拆户分户的有29户。

四是存在资金套取现象。在资金管理使用方面，虽然三令五申明文规定禁止任何单位和个人采取任何形式套取挪用惠农资金，通过自查自纠及专项整治，仍然有余坪乡市里村套取2万元危改资金挪作他用。

三、整改措施

一是层层落实工作责任。我们把抓好农村危房改造专项整治作为重点工作布置，召开专题会议，明确专人负责，并将整改会议精神传递到乡镇、到村、到组。采取不同形式的宣传措施，对不符合“四个一律”（即不符合政策条件的、未按

程序操作的、不是当年新建或加固的及资金拨付卡册不相符的情形)的一经查实,一律取消危改补助资金,使危改政策宣传纵向到边,横向到角。同时,各乡镇向县危改办递交责任状,农户与村委会、乡镇签署诚信书,做到了层层有责任,户户有人管。

二是建立长效工作机制。根据农村危房改造任务数,严格按照实施标准和条件,对筛查后的危房户逐一进行实地核实,在确定危房改造对象上,制定完善的制度,实行“阳光”操作。并按照“户主自愿申请、村委会和调查小组调查核实、村民代表会议评议、村委会张榜公示、乡镇审核、县审批、与农户签订协议、县监督”程序进行。

三是完善镇村公示程序。公示不到位的4个镇未公示的41户,下发整改通知书,要求各乡镇督促各村在15天内重新在村务公开栏进行公示。对在农村危房改造程序上走过场、不真实的予以坚决取缔。

四是建立*受理登记。针对少数乡镇违规操作,群众意见大,*投诉增多的的问题。县危改办建立农村危房改造接待登记台账,对来信来访的意见认真采集登记,做到与乡镇及时对接,处理结果及时反馈。

五是发挥乡镇主体作用。协同纠风办、减负办下发整改通知,督促乡镇村将所拆户分户资金整合落实到位,对极少数村农村危房改造资金拆户分户的29户的相关村干部、镇办村干部由乡镇纪委监察室作戒勉谈话,数量较多的由乡镇长约谈。

六是强化纪检监察作用。针对余坪乡市里村套取挪用农村危改资金2万元,县纪委已受理并责成,该乡纪委立案调查,现已对市里村支部作出严重警告处分,责成乡纪委收缴补助资金上交县纪委,坚持边查边改,做到令行禁止。

四、下一步工作建议

一是进一步强化组织领导。农村危房改造是一项民生工程、惠民工程，是县委、县*为民办实事工程，也是年终绩效考评的重要内容指标。建立健全主要领导牵头抓、分管领导直接抓、各有关单位协抓共管，一级抓一级、层层抓落实的工作机制，为农村危房改造推进工作提供坚强有力的组织保障。

二是进一步提高工作效率。加强危改办建设，配足配齐工作人员，保证农村危房改造推进工作有人做，有人落实。同时，要按照规定落实好工作经费，保证农村危房改造办公室工作正常高效运转。

三是进一步加强资金监管。要健全资金管理制度，加强财政监督、审计监督和社会监督，任何单位和个人都不得挤占、截留、挪用危房改造资金。

四是进一步规范审批程序。各乡镇要严格按照补助审批程序办事，认真执行三级评议、公示和“五级告知”制度。

五是进一步加大联合整治。由县纪委牵头，建立联席会议制度，会同住建、审计、财政等部门组成专项整治工作组，定期召开部门联席会议，研究农村危房改造专项整治有关工作，查处农村危房改造工作不正之风。

出差的后续工作计划 后续工作计划简单共篇八

我系xx乡xx村xx屯农民，全家(几)人，现有泥砖房x间，约xx*方米，其中一间厨房，一间房间。

自建房至今，已有x年，加上年久失修及连续几年遭遇风雨自然灾害。自(年份)年起，房屋出现了许多裂缝，房顶上的瓦片经常出现漏水现象。目前房屋已经摇摇欲坠，墙体开裂、倾斜、梁柱霉烂脱节、房顶透亮，瓦片脱落，险象环生，已经成了危房，不能住人了，危及全家生命安全。所以想我是多么想把我家的住房改造一下，能够让我的家人住进比较安

心的房子，不必要每一天担心房子倒塌的问题。

我全家(你还能够把自我家里的具体状况写上去，还能够加上自我的想法，等等)，家中十分贫困，是贫困户，一年除了种地收成和我一个人外出打工，没有什么经济来源。老父老母已八十高龄，年老多病，已不能下地劳动上山干活。儿女此刻双双读书，供读艰难。但是由于家里真的十分困难，没有剩余的钱来改造我家的住房，我自我是心有余而力不足，没有经济条件来改善我家的住房条件，让家人住的安心，由于经济困难，无法重新建房。

现欣闻*的农村危房改造工程和有关惠民政策，及保护人民群众的生命财产安全，让多少风雨飘摇中担惊受怕度日的危房户远离危险，喜极而泣!所以我想请求补助，恳请村委及乡*及时核查危房险情，帮忙向上级申请给予危房改造救助资金为盼。我保证，我申请的补助只是为了改善我家的住房问题，绝对不进行其他与这无关的事情，恳请领导批准!特此申请。

申请人□xxx

xx乡xx村xx屯某某

x年x月x日