

白酒工作计划和目标 白酒业务员年度工作计划(实用8篇)

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

白酒工作计划和目标篇一

尽管在去年年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备今年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

1、努力学习，提高业务水品

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

**市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工

商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

电子商最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予更多的批评指正、指导和支持。

一是要进一步扩大生产规模，重点是扩大青稞白酒生产规模；

二是要做好市场销售，首要的工作是全力做好青稞白酒的销售工作；

四是要面向社会吸纳有才华的精英加盟公司，主要是销售精英；

五是要搞好安全生产，确保员工和企业的合法权益；

六是要以“以人为本、服务企业”为核心，加强企业文化建设，树立企业良好形象，增强企业内在活力。

(一). 积极参与行业标准的制(修)订工作

. 为了整顿和规范酒类流通市场的秩序，我们受国家商务部委托主持制订了《酒类批发业开业技术条件》和《酒类零售业规范》两个管理标准，并协助商务部开建了酒类产品信用档案。

. 面对水资源供求形势的日趋严峻，啤酒分会和中国食品发酵工业研究院接受国家发展和改革委员会资源综合利用司的委托，根据国家工业节水“十五”规划制订《啤酒行业节水规划》。规划分析了啤酒行业节水现状和主要存在的问题，提出了建立节水型啤酒企业的方向和目标，同时按照要求，通过各地区水资源和用水分析预测，编制了××年、年、年各省市地区的单位产品取水量和生产用水重复利用率定额，以指导各地区产业结构调整时的水资源安排。《啤酒工业取水标准》于××年发布，月，国家标准化委员会和发改委共同举办了个行业取水标准的发布和推进会，啤酒分会组织了主要啤酒企业参加，并在行业内进行宣传。

啤酒分会协同全国食品标准化中心、中国食品发酵工业研究院组织了几项啤酒行业标准的专题讨论会，其中《啤酒用糖浆》是新制订的发酵行业标准，《啤酒花及其制品》和《啤酒花及其制品分析方法》是年标准的修订，经过讨论，作了较多的修改。还对《啤酒麦芽》标准的修改和啤酒生产、标准的制订进行了讨论。

啤酒分会参与制订的《清洁生产标准—啤酒制造业》和《啤酒工业污染物排放标准》均于××年上报，等待批准发布。

啤酒分会参加了全国法制计量管理计量技术委员会的“定量包装商品净含量工作组”，参与国家标准《定量包装商品净

含量计量检验规则》的修订，参加了原国家质量技术监督局第号令《定量包装商品计量监督规定》的修改讨论。

《啤酒瓶》标准修订是行业内最为关心的问题，列入修订计划已三年，由于玻璃瓶制造业和啤酒行业对标准内容的分歧较大，使标准修订工作难有进展。今年月，接标准部门的《啤酒瓶》标准修订初稿，为了对啤酒瓶的理化指标进行核实，尤其要了解啤酒专用瓶的使用情况，啤酒分会又一次向啤酒企业发送了“啤酒瓶使用情况调查表”和《啤酒瓶》标准初步修改内容。此项工作得到啤酒厂的广泛支持，返回的意见较多，啤酒分会将整理有关意见和标准修订部门、中国已用玻璃协会进行沟通，坚持啤酒行业的关键意见，共同把《啤酒瓶》标准修订好。

. 黄酒分会在中国食品发酵标准化中心指导下由江苏省酿酒协会黄酒专业协会牵头，会同浙江省轻工研究所、浙江有关企业、江苏省相关企业起草了清爽型黄酒和烹饪黄酒标准。最后的函审稿在分会二届五次常务理事会上征求了意见，以后又以函审稿形式，发往有关企业征求意见。根据二届五次常务理事会的提议，要求制订“花色黄酒”和“糟烧”酒行业标准，要求列入××年的标准制订计划。

. 葡萄酒分会协助标准化部门修订了葡萄酒国标，现已修改完毕上报，等待上级审批发布；

. 酒精分会编写了酒精行业技术指标统计方法，编写了酒精行业统计资料和拟定了酒精行业职业教育培训考试的部份试题。参与完成酒精水污染物排放标准的修订，并于××年月日该标准获原则通过，待国标委审批。参与行业节水规划的制定工作，并获通过。参与二氧化碳国标的修改，参与固液白酒标准的制订工作。

一、制定每月、每季度的工作计划。充分利用现有资源，尽努力、限度的开拓广告市场。鉴于目前我们的终端数量有限

的情况在争取投放的同时，也会为未来的市场多做铺垫工作，争取有更多大投放量、长期投放的客户参与进来。根据终端数量的增长情况，有针对性地调整工作策略、开发新的领域。

1、在第一季度，以市场铺垫、推动市场为主，扩大***公司的知名度及推进速度告知，因为处于双节特殊时期，很多单位的宣传计划制定完成，节后还会处于一个广告低潮期，我会充分利用这段时间补充相关知识，加紧联络客户感情，中国教育总网文档频道以期组成一个强大的客户群体。适当的寻找小一些的投放客户将广告投放进来，但我预计对方会有要求很低的折扣或者以货抵广告费的情况。

2、在第二季度的时候，因为有“五一劳动节”的关系，广告市场会迎来一个小小的高峰期，并且随着天气的逐渐转热，夏季饮品、洗浴用品、防蚊用品等的广告会作为投放重点开发。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，广告市场会给后半年带来一个良好的开端，白酒、保健品、礼品等一些产品会加入广告行列。并且，随着我公司终端铺设数量的增加，一些投放量大的、长期的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的广告大战做好充分的准备。

4、年底的广告工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的终端铺设、客户推广，我相信是我们广告部最热火朝天的时间。随着冬季结婚人群的增加，一些婚庆服务、婚庆用品也会加入广告行列，双节的广告气氛也会在这种环境下随之而来。

我会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我的工作思路。争取把广告额度做到化！

二、制订学习计划。做市场开拓是需要根据市场不停的变化

局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要进行调整我的学习方向来补充新的能量。中国教育总网文档频道产品知识、营销知识、投放策略、数据、媒体运作管理等相关广告的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆(在这方面还希望公司给与我们业务人员支持)。

另外，在20xx年年末的时候，我报考了***大学的****专业，因为我了解到其中有很多的做影视前期、后期及管理的课程，广告部的管理、编播也会有很多这方面的工作，我将系统地、全面的进行学习，以便理论结合实际。好让自己在广告部能够发挥更大的作用。

三、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

以上，是我对20xx年的一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。20xx年我将以崭新的精神状态投入到工作当中，努力学习，提高工作、业务能力。

1、努力学习，提高业务水准

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

**市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

电子商最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予更多的批评指正、指导和支持。

一是要进一步扩大生产规模，重点是扩大青稞白酒生产规模；

二是要做好市场销售，首要的工作是全力做好青稞白酒的销售工作；

四是要面向社会吸纳有才华的精英加盟公司，主要是销售精英；

五是要搞好安全生产，确保员工和企业的合法权益；

1. 白酒业务员年度工作计划

2. 白酒业务员年度工作计划

4. 白酒业务员工作计划

5. 2020白酒业务员工作计划

6. 白酒业务员的工作计划

7. 白酒销售年度工作计划

8. 白酒业务员个人工作计划

白酒工作计划和目标篇二

转眼间，2019年就要挥手告别了，在这新年来临之际，回想自己一年多所走过的路，所经历的事，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，没有太多的业绩，多了一份镇定，从容的心态。

从2月开始进入公司，不知不觉中，一年的时间一晃就过了，在这段时间里，我从一个对产品知识一无所知的新人转变到一个能独立操作业务的业务员，完成了职业的角色转换，并且适应了这份工作。业绩没什么突出，以下是一年的工作业务明细：

进入一个新的行业，每个人都要熟悉该行业产品的知识，熟悉公司的操作模式和建立客户关系群。在市场开发和实际工

作中，如何定位市场方向和产品方向，抓重点客户和跟踪客户，如何在淡旺季里的时间安排以及产品有那些，当然这点是远远不够的，应该不断的学习，积累，与时俱进。

在工作中，我虽有过虚度，有过浪费上班时间，但对工作我是认真负责的。经过时间的洗礼，我相信我会更好，俗话说：只有经历才能成长。世界没有完美的事情，每个人都有其优缺点，一旦遇到工作比较多的时候，容易急噪，或者不会花时间去检查，也会粗心。工作多的时候，想得多的是自己把他搞定，每个环节都自己去跑，我要改正这种心态，再发挥自身的优势：贸易知识，学习接受。不断总结和进步，提高素质。

自我剖析：以目前的行为状况来看，我还不是一个合格业务员，或者只是一个刚入门的业务员，本身谈吐，口才还不行，表达能力不够突出。根源：没有突破自身的缺点，脸皮还不够厚，心理素质不过关，这根本不象是我自己，还远没有发掘自身的潜力，个性的飞跃。在我的内心中，我一直相信自己能成为一个优秀的业务员，这股动力；这份信念一直储藏在胸中，随时准备着爆发，内心一直渴望成功。

2019年工作设想

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，2019年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

依据2019年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点划分区域，

一是对于老客户，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。

二是在拥有老客户的同时还要不断从老客户获得更多的客户信息。

三是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相结合。

1、每月要增加1个以上的新客户，还要有几个潜在客户。

2、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

3、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。

4、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。

5、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。

6、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。

白酒工作计划和目标篇三

依照公司职业安全健康管理体系文件的规定、公司方针目标的要求[]20xx年职业健康安全管理体系坚持pdca循环、持续改进，体系工作坚持有计划、有实施、有检查纠正、有持续改进方法。做到：事事有人管，人人有专职，办事有程序，检查有标准，问题有处理，处理有结果的安全管理机制。不断完善公司职业安全健康体系。

公司本年度体系运行依照体系文件规定，注重保持内审、外审及管理评审在培训教育、危害辨识、重大危险因素控制、安全责任制落实、隐患自查、整改不安全隐患、应急演练等方面纠正措施的持续，避免不符合的再次出现。

一、 危害辨识与风险评价的实施

依据公司危害辨识与风险评价程序规定，1月份各部门负责组织本部门从事工作的所有人员进行危害辨识方法的培训，使员工在明确如何辨识的基础上进行辨识。必须对常规和非常规的活动，所有作业场所内的设施，所有进入作业场所人员的活动进行充分辨识，并避免照抄照搬往年辨识。具体实施按照危害辨识与风险评价实施方案进行。

2月份各部门评价小组对风险调查的充分性、有效性进行要素的检查、验收进行评价。并对发现不符合进行调整充实，完成本部门调查表的更新工作。

2月底公司组织评价并更新公司危害辨识一览表，确定公司级重大风险因素。

二、 法律、法规获取、识别、更新

各部门依照法律、法规管理程序，将接收、获取的法律、法规及其他要求进行识别，并负责及时向员工传达相关内容。

公司、各部门6月、12月对法律、法规的获取、更新、传达、培训教育的结果进行评价。通过及时更新法律、法规及其他要求，使法律、法规保持最新状态。

三、 逐级落实安全责任制，签订安全责任书

落实安全生产责任制，将安全生产责任制进一步层层分解、细化。根据班组、个人岗位的专业特点、量化部、室安全责

任，制定岗位、个人责任制并由上到下签订安全责任书或安全保证书。

标准要求：具备指标、目标、有具体量化数量等内容的责任书，并于1月20日前完成。

四、 开展全员培训教育

- 1、 坚持班组、部门、公司三级培训教育制度，组织员工学习并遵守。
- 2、 各部门依照体系文件规定完成培训教育程序的所有内容。使员工明确体系的内容及职责。
- 3、 公司对员工进行职业安全健康认证体系内审员培训。
- 4、 公司组织法人、安全管理员、特种作业人员、义务消防员、安全技术人员等各安全类别专业培训。

五、 协商与交流

各部门、工会组织依照协商与交流管理程序规定，在日常工作中注重内、外部信息接收的归纳、整理。依照公司体系运行要求与行业主管部门、行业协会、供方、承包方等相关单位进行交流，每月至少进行一次并形成记录。公司进行监督检查。

公司体系管理、合同管理、委外管理、设备管理依照职业安全健康方针、目标、公司制度与相关部门、委外单位进行交流，每月至少进行一次并形成记录。

六、 文件和资料控制

文件控制实施两级管理，公司各部门依据其职能，加强文件的收集、整理、保管、控制，依照程序要求进行文件更改、

收、发和保存，确保文件有效受控和有效利用。

七、持续运行控制

- 1、各部门对生产设备、设施运营按运行控制程序进行控制
- 2、各部门对供方、承包方提供的施工、维修、服务进行有效控制。公司监督检查。
- 3、工会组织定期收集职工、员工，对运行控制种的意见、抱怨，及时与相关方协商，并对安全健康管理过程行使监督职权。

八、进行应急预案演习，补充、修订应急预案

3、4月份，各部门根据专业特点对所制定的消防、突发事故、设备机械事故、饮食卫生意外事故、交通事故等所制定的各种预案模拟突发事件进行演习，并验证应急预案的符合性、适宜性，对与实际应急不适宜进行修改。部门应根据作业特点考虑对应可能发生的突发事情且无急预案的制定并补充应急预案。

九、落实重大危险因素控制计划落实

制定并落实重大危险因素控制计划，落实制定目标、指标及管理方案的实施，持续培训、教育，加强现场监督检查，保持措施的落实。

十、绩效测量和监测管理

各部门负责相关专业运行过程的职业安全健康状况及体系运行定期监测检查，每月不少于一次。包括机械设备、实验、监测仪器的监测、校验。公司负责监督检查个部门落实结果。3月份前公司办公室负责对尘毒作业职工进行职业病及健康状

况的监测和统计分析。

十一、 体系运行评价

定期评价：公司体系运行、体系目标量化测量、法律法规管理程序的运行、绩效测量和监测管理的完成，阶段性检查结果、验证评价，由各部门汇总平时的运行检查，每季末月份定期评价并上报。

专项评价：危害辨识、应急预案演习、委外方运行控制等程序运行按文件要求各部门做专项评价。

十二、 内部审核、外部审核、管理评审

坚持持续改进原则在体系进一步完善提高的基础上，6月份进行内部审核，8月份由认证机构对本公司体系运行状况进行监督审核，12月份进行管理评审。当方针、目标发生变化、组织机构发生调整、最高管理者认为必要时等因素发生时，按体系文件要求增加管理评审。

十三、 坚持按计划、实施、有检查纠正措施、持续体系运行。

公司将分解年度计划，以月计划形式布置全月体系运行工作；各部门根据公司年度、月度计划对本部门体系工作按计划、实施、检查、纠正做出具体策划。以适应本部门体系运行。

白酒工作计划和目标篇四

1. 市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。
2. 适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3. 注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。
4. 目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取的市场份额。
5. 不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。
6. 先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。
7. 对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。
8. 努力保持的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

二、销售工作具体量化任务

1. 制定出月工作计划和周工作计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通拥堵，预约时选择客户在相同或接近的地点。
2. 见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。
3. 从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

- 4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办事项。
5. 填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。
- 6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。
- 7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。
8. 投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。
9. 投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸(设备安装图及管线图)。
10. 争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快速度响应工程商的需求，争取早日回款。
11. 货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。
12. 提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

三、销售与生活兼顾，快乐地工作

定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。客

户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2020白酒业务员工作计划范文五

公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作则，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达万元以上(每件万元)。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

第二季度的时候，以商标、专利业务为主。通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。以至于达到4.万元以上代理费(每月不低于1.万元代理费)。在大力开拓市场的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

第三季度的“十一”“中秋”双节，带来的无限商机，给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高，对规模较大的企业符合了《中国驰名商标》或者《广东省著名商标》条件的客户，做一次有针对性的开发，有意向合作的客户可以安排业务经理见面洽谈，争取签订一件《广东省著名商标》，承办费用达7.万元

以上。做驰名商标与著名商标业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等交办业务的进展情况。

第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源，找出有漏洞的地方，有针对性的做可行性建议，力争为客户公司的知识产权保护做到最全面，代理费用每月至少达万元以上。

制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、综合能力、都是我要掌握的内容。

知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给予我支持。

增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

以上，是我对工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望20年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求的客户，争取的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接20年新的挑战。

白酒工作计划和目标篇五

- 1、做好日常消防工作，有计划、有步骤的对主楼及各中心进行消防安全检查并建立完善的消防安全档案，对每天的巡查结果做好记录，发现问题及时排除，加强对各重点部位的巡

查力度，禁止无关人员进入重要部位。

2、保安部所有员工均为义务消防员，要求每位在职员工必须做到“四懂”：即懂得火灾危险性，懂得预防火灾的措施，懂得火灾扑救的方法，懂得火场逃生的办法；“四会”：即会报火警119，会使用灭火器材，会扑救初期火灾，会组织人员疏散。

3、对酒店所有员工开展消防知识教育培训，提高消防安全意识，每年进行不少于两次以上的全酒店消防应急演练，提高全酒店员工的应急处置能力。

4、提高酒店员工消防“四个能力”建设，即：提高检查消除火灾隐患的能力；提高组织扑救初起火灾的能力；提高组织人员疏散逃生的能力；提高消防宣传教育培训能力。

5、开展消防普法教育，提高员工消防法律意识。

二、治安管理

1、贯彻和落实重庆市公安局关于酒店治安管理的规定，实行群防群治，组织酒店员工认真学习酒店的治安管理制度及相关规定，从自身做起，狠抓落实。

2、加强对酒店主楼及各中心的巡查力度，防止可疑人员及无关人员进入酒店区域，进行偷窃及破坏活动。

3、做好全酒店各营业场所的治安保卫任务，做到预防为主，防止突发事件的发生。

4、对重要来宾，部门将挑选精干力量，组成专业警卫班进行24小时随身警卫，以确保重要来宾的人身安全。

5、对外来施工人员严格的加强管理，外来施工人员必须到酒

店保安部做好相关登记，办理相关的手续，接受安全教育和落实有关规定，经同意后方可进入，并对违反规定者给予相应的处罚。

6、加强内部管理力度，监督外来施工人员和酒店员工走员工通道，并对外出物品进行严格检查，并对员工的摩托车、自行车指定其位置的摆放，不得乱停乱放。

7、加强员工的培训力度，使其有较好的能力处理各种突发事件，达到办事高效的工作方针。

三、队伍建设及培训

1、加强和完善保安部的管理制度，对员工实行半军事化的管理，针对员工的优势和不足进行全方面的技能培训，来增强员工的全面素质，每周一、周三进行技能培训，并且实行晚点名制度，提高保安部员工的在位率。

2、树立保安部员工的整体形象，无论上、下班都严格规定，特别是对客服务、仪容仪表、礼节礼貌方面要做到主动给客人问好、服务、仪容仪表干净整洁、语言文明礼貌、尽量尽快地满足客人的要求。

四、日常工作

1、每日接班前对员工的仪容仪表进行检查，并对文明用语及业务知识进行培训(限用普通话)。

2、每日进行消防安全检查，并做好相关记录，开展防火宣传，制止违反酒店消防安全规定的一切行为。

3、增强保安部员工与各部门之间的协调能力，发扬传、帮、带作用，做到取长补短。

4、培养每位员工有良好的上进心及主观能动性，服从领导安排，履行办事高效的方针，以积极的心态完成上级交代的各项任务。

5、做好交接班工作记录，使每位员工对上班情况有所了解，保安部经理对值班记录进行严格的批阅。

五、内务卫生

1、保安部员工寝室每天必须保持干净整洁、严禁在寝室内乱扔乱放物品。

3、个人卫生必须保持干净整洁，有良好的个人形象，衣物必须勤洗勤换、员工必须勤洗澡、身上不能有异味，结合员工手册对仪容仪表的相关规定严格执行。

4、寝室设立室长一名并实行轮流值日制，将每天的卫生工作落实到位，室长负责对每天寝室的清洁卫生进行监督、检查，使寝室每天保持干净整洁，让员工有一个舒适的生活环境。

白酒工作计划和目标篇六

我是公司后勤负责食堂餐饮的___，下半年已经来了，在做好日常工作的同时，我也要紧抓卫生问题，让同事们吃得开心，吃得健康。我就下半年的工作做计划如下：

一、确保日常工作正常进行

日常食堂的工作，是需要做好，来让同事们可以好好的解决吃饭这个大问题。

早餐，尽量多元化，我们公司的同事来自不同的地方，有的喜欢吃甜，有的喜欢吃咸，有的爱辣，有的喜酸，像公司提供的白粥，下半年我们计划加些配菜放在食堂的自取区里面，

像榨菜，酸菜，咸鱼干，砂糖等等，因为大家的口味都不一样，一直以来白粥都是没有配菜的，可是这样虽然大家都是能吃的，但是却没有什么胃口，加了配菜，大家的选择也就更多了，还有鸡蛋，以前是只有水煮白蛋，下半年食堂决定也让同事们多一些选择，决定增加卤蛋，茶叶蛋，荷包蛋等。

午晚餐方面，我们在原有菜式的基础上，还决定增加几样特色菜，调剂下大家的胃口，之前食堂是没有卤味和凉菜的，现在既然早餐计划加卤蛋和配菜，那卤水也可以做其他的，像鸡腿，豆腐，鸡爪，鸭脖等等，而既然要做配菜，也可以食堂的师傅做一些凉菜来供应。给大家更多的选择，在日常的吃饭问题上，大家选择更多了，自然也就能吃好，也不再是以前那么单调的就几个菜，有些同事觉得食堂的饭菜不好吃，就自己点外卖，这样也不是太卫生。

二、确保餐饮卫生不出问题

卫生问题是我们后勤食堂最需要关注的问题，虽然时刻在抓，也会让同事们发现问题及时反馈，我们也好及时解决，但是在工作当中，我们还是需要多做，多抓紧，下半年食堂同事的健康问题要抓紧，体检做好，防护的口罩，帽子，手套要带好。每天做完工作之后，要把食堂清理干净，不能有死角的出现，积水要抹干净，不能滋生蚊蝇，同时还要做好防蟑，防鼠的工作，同时在食材的储存方面，也是需要注意卫生，不能出现采购了腐败了的食材。

食堂的餐具要做好消毒的处理，不定时的进行抽查，同时我们后勤部门决定下半年的每个月都发一张电子的匿名调查问卷给到同事们，让同事们反馈当月的卫生情况，以及觉得食堂哪些方面需要做得更好的地方，这样我们后勤食堂就能在反馈里更加有效的改进，而不是像之前那样只有一个投递纸质反馈的反馈箱了。

下半年，我们后勤食堂要抓好卫生，丰富菜式的同时，也要

把平时的工作做得更好，更好的为同事们服务，让他们从进入食堂，就感受到我们的服务，吃得开心，离开的时候也是满意的。

白酒工作计划和目标篇七

2019年上半，我们第一经营部在领导的正确领导下，在全体同仁的共同努力下取得了一些成绩，为了更好的开展下年的销售工作，总结经验、吸取教训，现将2019年的工作总结如下：

一、2019年销售情况

xx酒2019年实现销售收入824.79万元，较去年同期下降8.85%。其中xx酒六年完成销售额120.81万元，占总销售额的14.56%，福酒完成销售额374.65万元，占总销售额的45.39%，完成销售额11.97万元，占总销售额的1.45%□xx完成销售额103.23万元，占总销售额的12.50%□xx完成销售额159.39万元，占总销售额的19.30%□xx完成销售额34.86万元，占总销售额的6.80%。

从以上指标可以看出来，低挡酒的销售比例占多半，中档酒的销售比例太小，销售层次、比例不协调，地区发展不均衡。

二、2019年的工作情况

1、在2019年的销售工作中，对内加大了对业务人员的监督考核力度，优胜劣汰，逐步培养起了业务人员沟通、协调能力，对外不断寻求厂商合作新模式，调整产品结构，巩固核心市场，拓展新市场，紧跟市场消费需求的脚步，围绕市场需求发展。在白酒销售势态不明朗的情况下，积极开发适销对路、价格适中的新产品，迎合广大消费者的消费需求。

2、白酒的销售方面，工作方法灵活机动，一个市场一个策略，

甚至一店一策，将成熟市场做精做细，在差异化、具体化上做足功夫。上半年的销售工作不拘一格，就个别市场进行了会议营销，取得了不错的销量，同时在配备新颖独特的箱外礼品基础上进行了大面积的铺市、压货，提高了市场占有率，稳定了市场。

3□xx的销售工作走精耕路线，重点做好核心市场，以xx地区为骨干龙头，兼顾其他二三级市场。具体操作中將经销商、业务人员、市场任务结合起来形成利益共同体，与客户真诚沟通、紧密联系、同呼吸共命运，打造一批畅销市场、基础市场。同时致力发展外围市场逐步恢复产品的区域布局，使销售区域达到平衡。

4、经过半年多的努力□xx酒现已经成功上市，目前还处于招商阶段。

三、销售工作中的不足之处

2019年的工作中也存在不足的地方，外围的二三线市场比较低迷，开发力度不够，销售人员的基础工作不是很扎实，对核心分销客户的掌控明显不力，核心市场还有待于进一步的深挖。

四、2019年工作计划

1、低档酒的零售会受到一定的影响，我们的工作重心应放在核心分销客户上，一定要做好城区、乡镇的卖酒大户的客情工作，同时要广泛联系落实学宴用酒，在一定程度上销量的提升取决于宴会用酒的多少，在这一点上一定要做好。

2、加强白酒的招商工作，招商成功后，公司给予重奖，提成按直提计算。

3、目前是新品入市的最佳时期，也是御赐佳酿招商的最佳时

机，因此，要全面进行xx的招商工作，对于招商成功的市场业务员、区域经理进行重奖。奖励标准：首单提货500件的市场，业务员(区域经理)奖励500元，首单提货1000件的市场，业务员(区域经理)奖励1000元。另外，提成按直提计算，不计销量，业务员每件提1.5元，区域经理每件1元。

最后预祝大家在2019的销售工作中再接再厉，取得更好的成绩。

白酒工作计划和目标篇八

产品[product]是指一切能满足买主某种需求和利益的物质产品和非物质形态的服务。产品策略是指企业根据所制定的目标，对产品组合的广度、深度和相关性进行决策。根据消费者需求情况和该产品本身的情况来决定该产品与竞争企业的同类产品相比在目标市场上的位置叫产品定位。餐饮企业的产品策略包括主打产品策略，主力产品策略，辅助产品策略，季节产品策略。

价格策略

价格策略是指企业为了在目标市场上实现既定的目标，给自己销售的产品和服务制订一个基本价格幅度和浮动幅度。包括以成本为中心的价格策略、以需求为中心的价格策略、以竞争为核心的价格策略。餐饮企业的价格策略包括高价位名牌策略，中价位品质策略，低价位大众策略。

渠道策略

在现代社会，绝大部分生产企业并不直接把制造出来的商品输送到最终消费者手里，而是需要一系列中间组织和个人的协调活动，这种活动的总和在销售学上就叫做销售渠道。效率是渠道设计的推动因素，虽然引入中间商会把产品的价格适当提高，但可以减少生产商和消费者所需要进行的交易次

数，因而可降低交易成本。渠道设计中的关键问题是：市场覆盖率、强度与等级、经销策略。餐饮企业的渠道策略包括自身所拥有的直营物理店铺渠道和加盟物理店铺渠道。

促销策略

促销是营销组合的重要组成部分，是指企业宣传产品和服务的优点，说服目标顾客购买企业的产品或服务的活动总称。促销策略是根据消费者的心理分析和促销活动规律的运用而形成的有效策略。包括：刺激——反应策略；需要——满足策略；配方策略。刺激——反应策略是指推广人员运用一系列刺激方法，引发顾客的购买行为。需要——满足策略是指推广人员运用技巧、诱发顾客需要，以实现销售目的的推销方法。配方策略是指推广人员根据已知的顾客需要配好对症下药。这种策略的特点是推广人员已知顾客的消费偏好及某些需要。促销策略包括广告策略、营业推广、公共关系、人员直销。餐饮企业的促销策略包括对上述促销功能的组合运用，以形成局部或某一时段的立体营销优势。

卖点广告

卖点广告〔pointofpurchseing〕是指在销售现场所有售卖广告的总和，包括：横幅、挂旗、水牌、展示、展板……的总和。

媒体广告

(1) 电视媒体。接受广告信息的人数多；广告成本昂贵，但接受信息者人均成本低；信息量小，不能保存，重复收视率不高。

(2) 广播媒体。接受广告信息的人数多；广告成本适中，接受信息者人均成本也低；信息量尚可，不能保存，重复收听率不高。

(3) 报纸媒体。接受广告信息的人数多；广告成本昂贵，接受信息者人均成本中等；信息量大，保存期较长，重复阅读率中等。

(4) 杂志媒体。接受广告信息的人数中等；广告成本适中，接受信息者人均成本中等；信息量尚可，保存期较长，重复阅读率很高。

dm广告

dm广告[directmail]是指直接邮寄广告，包括：直接邮寄产品说明书、直接邮寄消费规则、直接邮寄俱乐部会员通知、直接邮寄折让卡……等形式和内容。

sp广告

sp广告[spreadpurchasing]是指介于pop广告和dm广告的一种广告形式，是以直接派发折让券、优惠卡、礼品券……等形式和内容的直接营业推广。