

# 最新课程顾问转正后工作计划 线上课程 顾问工作计划(通用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。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间表和资源配置。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

## 课程顾问转正后工作计划 线上课程顾问工作计划篇 一

时间是最好的礼物！你付出了多少，就会收获多少！6年的时间，完成了孑然一身到人夫人父的角色变化；完成了一能不专到一专多能的技能增长；完成了电子技术工到市场营销师的职业转型。

人生的道路上，总会遇到很多很多的人。或亦师亦友，或惺惺相惜，或两面三刀，或八面玲珑，总之，感谢大家路过我的生命！在我职业发展的第一个6年，引领、指导、砥砺，助我进步！期待下一个6年，遇见更好的自己！（个人微信号[yzplls02]期待交流。）

这个是关于教育行业从业者使用的效率管理手册，希望有一些帮助吧！关于工作实质性的提高效率，深学邦出了一本关于教育行业的效率手册，借助教育机构市场、销售、运营等各个岗位的工作目标梳理，合理设计年、季、月、周度规划和总结表，配合工作流程管理表单，用数据说话，实现机构精细化运营和快速盈利。

多位教育行业企业咨询师，合计30-40年各岗位从业经验分板块深度分享，用接地气的语言、朴实的表述方式，向从业者和企业主传递自身所具备的技能要求及实操要点，真正达到

读完每一篇文章，都能学有所获，都能学完会做！

是整一年度机构运营的核心，只有确定了整体发展方向，才能渐进式的把各个指标分解到每一位执行者身上，同时也是厘清教育机构运营各项事情的核心。如果说，机构运营中的各项事情的执行是血肉的话，那么，年度计划表就是骨架！12个月的具体日历，帮助使用者更好的认知每个阶段所需要完成的工作目标，并随手记录一些工作安排。

归集全年各种国内外节日，用于机构完成全年大、中、小型活动策划，同时能够提前带给使用人员一些策划灵感，并快速梳理出各自岗位在市场营销方面可以参与的方向，真正的实现全员参与策划，全员贡献营销智慧！

市场、销售、校长每个月的具体指标设定，具体工作安排一目了然，通过将一整月目标分解到4周，清楚掌握每周完成进度，从而第一时间调整下周工作计划，以确保第一时间借助数据，分析并改善数据反映出来的问题，将所有工作中有可能出现的问题都杜绝在源头。

回首过去的一个季度，对比年度计划，有哪些关键指标达成了，有哪些指标没有达成？数据是最直接的反映。通过对3个月的数据汇总，运用科学的计算方法，核算各个岗位的均值，查缺补漏，及时调整！将每个季度出现的共性问题拿出来分析并给予解决方案。结合每个月的月规划表上设定的指标和具体工作，再运用月总结表来对一整个月的数据和工作内容进行复盘，复盘内容包括各个岗位的工作关键数据，以及在实际操作中的困难点分析，帮助使用者认清自己的产出和能力短板，最终为优化组织结构和提升个人能力指明方向。

每周的具体工作，每周的关键指标完成情况，每周的个人精力和时间分配，这些内容的总结规划，能够看出一个人的工作态度、方向感和时间效率。

# 课程顾问转正后工作计划 线上课程顾问工作计划篇二

上个月工作总结：做了什么？做得怎么样？存在哪些问题？计划怎么解决？

- 1、上月主要市场活动；
- 2、上月核心市场策略；
- 3、上月目标业绩、实际完成业绩、完成比率；
- 4、上月目标电话量、实际电话量、完成比率；
- 5、上月意向客户量、邀约成功率、成交率；
- 6、个人月、周电话量、意向客户量、邀约成功率、成交率；
- 7、学生来源渠道分析比较、宣传方式优劣比较；

最后总结：上月三大明显进步：

上月三大核心问题：

如何解决三大问题：

- 1、本月主要市场活动；
- 2、本月核心市场策略；
- 3、本月目标业绩、最低业绩、最低完成比率；
- 4、本月目标电话量、最低电话量、最低完成比率；
- 5、本月目标意向客户量、目标邀约成功率、目标成交率；

6、个人月、周电话量、意向客户量、邀约成功率、成交率；

## 课程顾问转正后工作计划 线上课程顾问工作计划篇三

在今年的“教育管理年”活动中，学校组织全体教师认真学习市、区两级教育局的有关文件精神，引导广大教师进一步明确学校管理的目的和意义，把开展“教育管理年”活动与进一步加强教师素质、提高业务能力结合起来，牢固树立“要给学生一滴水，自己要有长流水”的新型教师观、“敬业爱生”的新型学生观以及“以人为本，依法执教，文明执教，廉洁从教”的新型育人观。在教师的专业化成长上，我们关注每一位教师的发展，努力探索规范管理和人文关怀的结合点，创建“东边出太阳，西边圆月亮，千秋万物安康，人人有方向”的和谐有为的工作氛围。

今年先后派出十余名教师外出参加各学科的教育年会，外出学习教师返校后将所学教育理念和教学艺术以及自己的心得，在学校教研活动时间向全体教师分享，力求把学习成果化。学校在全任教师中树立终身学习观，鼓励教师不断学习，不断充电。今年我们还安排两位市级骨干教师参加市教育局在洛阳师院举办的市级骨干教师培训，此外学校还组织绝大部分教师参加了第三轮继续教育培训；并组织部分教师参加了区教委组织的各学科教学培训。

活动，并积极发挥学校指导教师团队的作用，由教导处组织、教研组则负责从学科教学所涉及的专业领域、教学中的常见的难点问题、学生及班级管理中的问题等方面对青年教师加以指导，指导教师则从备课、上课、作业、学生辅导、教学实践中所遇到的实际问题等细节方面对青年教师给予指导。在教学能力的培养上，教导处坚持对青年教师采用听推门课与自己申报课结合的培养制度，要求每位青年教师每月至少要申报上两次汇报课，听指导教师及同学科教师8节课，并写出听课点评，每月上交一份学习心得。在工作中我们、加强

分析和反思、认真参与督导，适时调整，使年轻教师在做中学，在实践中领悟，走上学习中研讨，实践中总结，总结中提高的成长历程。他们都深深地体会到平时“练兵”的好处，都不同程度地有了较大的提高。我们每月还抽出时间组织青年教师座谈会，了解青年教师的情况同时给青年教师明确思路 and 方向，帮助青年教师更好、更快的成长。

在校本教研方面，学校推进以新课程为导向，以课程实施过程中各学科所面临的各种具体问题为对象，以“建设学习型学校”工作为重点，以教师为研究主体，以课堂为主阵地，以研究和解决教师教育教学中的实际问题、总结和提升教学经验为重点，以行动研究为主要方式，以促进每个学生的发展和教师专业化成长为宗旨的校本教研制。

教研组是学校教学研究最基层的组织，是教师成长的摇篮，是教师进行教学和研究的主阵地。我校分设语文、数学和科任三大教研组，各组有教研组长、骨干教师和其他教师共同组成，由教导处引领组长主抓各组教研活动。每期各组围绕学校的中心工作制定切实可行的教学教研及教育科研工作计划，不断提高教研活动的质量，期初把好计划关，期末把好总结关。我校建立校本教研的三定制度，即定时间、定地点、定议题，本学期仍以教研组为单位开展校本教研，周二下午第三节为固定研讨时间；本期我们组织教师继续深入钻研教材，要求教师掌握教材体系、基本内容及其内在联系，抓住主线、明确重、难点，搞清疑点，把握关键。同时我们要求各教研组针对教学中热点问题确立研究专题，进行了教学经验转项交流传递活动。

## **课程顾问转正后工作计划 线上课程顾问工作计划篇四**

岗位要求：熟悉行政岗位的工作内容，有驾驶经验者优先

工作地点：丰台区南四环西路76号花乡桥东花乡奥莱村

薪资福利：

1. 保险：五险一金

4. 食宿：有空调的员工宿舍+丰富的员工餐

5. 其它待遇：年终奖+年假

9、北京市新时特物业管理有限公司

## 课程顾问转正后工作计划 线上课程顾问工作计划篇五

加入\_\_\_\_\_已经整整一个月了，在这一个月的时间里每天都过得很充实。包括去做市场活动，虽然有点晒，但是大家在一起很开心，经历了对岗位的重新认识和对校区的熟悉。在这里，我特别感谢我的主管和营销部的伙伴们对我的悉心指导，有时候感觉自己很不争气犯一些低级错误给让主管添乱。在这一个月的过程中，通过公司专业的培训，我了解到课程顾问行业的专业知识和特点。更重要的是通过和不同年龄和不同行业背景的客户交流中，使我的眼界和知识面更加开阔。

我认为作为一个好的课程顾问，其中很重要的是了解客户的需求并提供能满足需求的课程。当然，最重要的一点是具备良好的沟通能力。让客户充分信任我们。虽然从表面上看，我们卖的是英语课程，但从更深层次的方向分析，我们的销售是一个更好的未来的愿景，也给客户一个信息，通过我们的英语学习，他们可以实现他们更高更远的目标和愿望。我们的英语课程就像给他们安装了一双翅膀可以让他们飞地更高更远。但是，这对我们的交流沟通能力要求很高。我们必须在最短的时间内对客户进行全面的分析，找到适合并有效的沟通方法，从而与客户拉近距离。可能顾客的一个眼神，

一个细微的习惯性动作都会给我们提供某些客户信息。而我们的每一句话，每一个细微的动作，都会对顾客产生影响。人的心理是非常微妙的，所以这就要求我们要在和不同顾客沟通的过程中不断地积累。

在最初的工作过程中，我同样也遭遇了很多次顾客的拒绝。但是这些拒绝并没有把我\_，也没有让我气馁，反而更让我获益良多，我在不断的拒绝中不停分析原因，分析顾客心理，所有的压力都被成功地转换成了我更加前进的动力。这样我的工作对我来说更具有吸引力，我并没有惧怕被拒绝，反而会更加努力地克服困难。也许是我面对困难和失败的态度，使我更快地在失败中汲取了经验，从而一步步的通向成功。有的时候我很感谢那些曾经拒绝我的顾客，是他们让我产生更加努力和面对挫折的勇气。

除了勇气，我同时认识到专业知识该有多重要。这其中包括我对学校的认识，对课程设置的了解，以及对于英语学习等方面的专业知识，顾客其实是我们检验自己工作能力非常好的标准之一。我们也可以通过顾客的反映来检测我们的工作成果。任何顾客来咨询，都是对英语学习抱有希望，但是很多顾客对自己并不了解，更不了解要学什么？人人都说要学英语，但是并不是每个人都知道自己要怎么学英语？要学英语的什么内容？而这些，都需要我们作为课程顾问来帮助他们发掘的。所有这些都要求我们必须不停提高自己的专业知识和素养。首先我们必须充分了解学校的课程设置原理和结构，同时我们也需要了解英语学习的特点，和方法等。不同性格的人，不同行业的人都应该对英语有着需求，但并不是每个人学习的内容都是一样的。只有在全面仔细地了解顾客现有的英语程度，再结合他对学习的期望，然后量身制定出一份符合他们需求和现状的课程，只有这样我们才可以在市场中脱颖而出。当然，以上所有的一切都是建立在一个先决条件上，那就是我们要有心。只有用心地付出，我们的真心才会被顾客感受。专业知识可以通过学习去提高，良好的交流和沟通能力可以去练习，而唯独真心是没有任何方法替代的。

我相信，如果我们以真心去面对顾客，他们也一定可以感受到。

以上是我从课程顾问的角度出发，从自身的角度出发对工作的一些体会和感受。同时从公司的未来发展宏图上，结合市场的特点，我也有一些自己的认识。从目前英语市场培训来说，市场竞争十分激烈，但是激烈竞争的结果是适者生存，不适者被淘汰。从整个英语培训市场这十几年的发展过程中，可以看到市场的资源整合是必然的趋势，大的公司会凭借其雄厚的势力不断扩张市场，而小的公司则会在市场的竞争中挣扎，而大部分已经被市场所淘汰，而真正可以在市场上可以生存下来的公司，都是有其原因的。新东方的成功在于其实用性，简单来说他可以符合人们出国在最短时间内通过英语考试的需求，至于学生可以在课程学完后具体有多大的提高，那是另外一回事。因为他完全符合我们的应试教育的特点。这样，他自然有了自己的顾客群。

同样，英孚英语，华尔街英语也都有自己的目标顾客群体。任何一个产品，都应该有自己的目标顾客群体，不可能这个产品开发出来适合所有的顾客，如果是那样，也就相当于不适合任何的群体。所以，所有的英语培训机构也是在发展的过程中不断摸索前进，不断提出新的变化，新东方已经不是单纯的培训英语而转型成一个综合的教育培训机构了，他们的培训内容也已经覆盖各个不同领域，只有这样，他们才可以不断的壮大自己的市场。我认为，在未来的英语培训市场中，“专业”和“特点”是至关重要的两个环节。专业在这里是指，专业的机构，专业的课程设置，专业的教师，专业的工作人员和团队，以及专业的管理。这以上所有的专业内容是我们市场竞争中最重要武器。同时，特点在这里指的是我们的不同之处，我们美联英语不同于其他英语培训机构的特点是什么？只有不同才可以区别于其它。这就要求我们在产品开发上下更大的工夫，只有提供符合顾客实际需求的课程才可以满足顾客。而如何让我们变的不同，我想这应该是我们大家最应该考虑和关心的问题。

非常荣幸能够成为\_x的一员，并且还能与这个大家庭共同成长。通过这个大家庭，我也更加的清楚认识自己的价值所在，同时我也希望通过自己的努力，希望在未来能为这个大家庭贡献出自己的一份力量。