

2023年家电清洗计划书(优质10篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

家电清洗计划书篇一

家电行业正在迎来新变化，绿色消费理念逐渐深入人心。为响应政府以旧换新惠民号召，着力推进绿色智能家电下乡活动，推动乡村居民消费提质升级，增强居民生活幸福感。tcl从今年3月份开始在全国开展“焕新季”、“家电惠民焕新潮”等大型以旧换新活动。

tcl全年计划开展以旧换新活动1800场，旧机回收目标100000台。截至2022年7月，已在全国开展活动700场，回收旧机40000台，销售智能绿色节能家电超过30000台。智能家电风潮盛行，消费者的购买需求出现了新一轮调整，75、85、98英寸超大屏幕智屏，以及一级节能新风空调销量增幅显著，其中，75英寸以上的超大屏幕智屏销量同比增长220%，一级节能新风空调销量同比增长340%。

为提高活动影响力，横跨多层次受众。tcl大力拓展多渠道推广。以tcl覆盖市县乡的2000家全品类专卖店为活动主场，辅以地大型商业企业联合促销，活动下社区，方便用户选择、体验新机，助力智能家电下乡。

随着国家低碳、环保政策的不断出台，促进绿色智能家电消费的政策得以逐步落实，绿色消费理念也越来越深入人心，家电企业智能化已经成为行业共识，绿色家电正成为家电领域新一轮消费增长点。

为进一步促进绿色家电消费，tcl特设立专项补贴，在国家授权家电拆解企业——tcl环保的补贴资源基础上，额外增加投入，即用户参与活动换购智能绿色节能家电时，可享受高额专项换机补贴。

家电消费是居民消费的重要组成部分，而智能家电作为实现家电行业增长的突破口，正在取代传统家电成为新的市场增长引擎。中国家用电器服务维修协会理事会主席团主席刘秀敏表示，若干措施的出台是政府惠民服务的重要举措，为推动绿色智能家电消费、家电产品创新，以及行业高质量服务发展带来积极影响。

据了解，tcl家电以旧换新活动，目前正在全国各大品牌专卖店持续开展。在政策和行业协会的支持下，tcl将通过打造更多绿色节能家电、“家电惠民焕新潮”活动、提升家电售后服务、畅通绿色回收环节等一系列实践，探寻绿色智能家电消费发展的新路径。（记者 王惠绵）

家电清洗计划书篇二

1、每周召开一次工作例会，在总结工作的同时，积极充分听取基层员工的呼声、意见或合理化建议或批评。

2、不定期开展团队活动。组织员工进行爱卫生、爱护小区周边环境的宣传等活动，增强员工的凝聚力和向心力。

为了提升服务水平，我们将推行_全员首接责任制_。每一位员工都有责任和义务接待业主与访客的建议，并在传递到服务中心，并有义务跟踪处理结果，通知建议人，使服务得到自始至终完整体现。树立以业主为中心，并在首接责任制的同时，推进_一站式_全新的服务理念。

1、管理处实行内部分工逐级负责制，即各部门员工岗位分工明确，各司其职，各尽其能，直接向主管负责，主管直接向

经理负责，同时各主管与管理处负责人签订《管理目标责任书》。

2、管理处实行定时值班制，改变工作作风，提高办事效率，向业主公布管理处常设（报修）电话，全方位聆听业主的声音。

3、制定切实可行的管理措施，推行_首问责任制_。

4、健全完善管理处规章制度，如管理处员工守则、岗位责任制、绩效考核制度、内部员工奖惩制度等。

5、月绩效考核工作尽量量化，建立激励机制与健全绩效考核制，根据员工工作表现、工作成绩、岗位技能等做到奖勤罚懒，激励先进、鞭策后进。

6、完善用人制度，竞争上岗，末位淘汰。真正为勤奋工作、表现出色、能力出众的员工提供发展的空间与机会。

7、加强内部员工队伍管理，建设高效团队，增强管理处员工的凝集力。

1、小区业主向政府物业主管部门有效投诉为零；向物业公司主管部门有效投诉为2%，投诉处理回访率100%。

2、小区业主对服务工作的满意率达90%以上。

3、急修及时，返工、返修率不高于2%。

4、治安、车辆、消防管理无重大管理责任事故发生。

5、房屋本体及设施、设备按计划保养，运行正常，无管理责任事故发生。

6、管理处拟成立社区文化活动小组，负责开展丰富多彩的社

区活动；充分利用宣传栏出一些内容涉及物业管理法规、典型个案、报刊摘要等内容的板报。

7、本年度记录、资料保存完整，及时归档。

8、物业管理服务费收缴率达95%以上；物业管理报告每年度向业主公布一次。

家电清洗计划书篇三

应用：对中小型商家的商品促销有借鉴作用

内容：

我在策划此案时，最先的反映就是要即刻抓住商机，全面展开市场调查；然后经过信息的收集、整理、分析、判断后，对其进行四定位：一是目标群体细分定位。二是产品概念创新定位。三是巧借东风捆绑定位。四是渠道服务联合定位；最后达到意想不到、事半功倍的效果。

xx年我以策划人的身份，与公司策划组成员们一起就公司在母亲节期间促销活动进行了全面的策划及操作。在策划中，通过一系列的针对市场的调查分析，我提出了“公司促销四定位”的策划思路。一是对公司进行了目标群体细分定位，用“抓两头带中间”策略锁定了目标消费群；二是运用产品概念创新定位，对公司原有产品概念进行了创新；三是巧借东风捆绑定位，巧妙的与有关单位合作，通过强强联合，共同进行促销，达到了互惠互利、共同发展的目标；四是进行渠道服务联合定位，利用公司自有的渠道再加上良好的服务，从而提高公司形象。通过这一系列的实施，不仅使得公司在母亲节期间的促销活动大获全胜，而且还使公司的形象得到飞越似地提升。

案例：

“游子吟：慈母手中线，游子身上衣，临行密密缝，意恐迟迟归，谁言寸草心，报得三春晖。”、“世界上一切光荣和骄傲都来自母亲”、“妈妈你在哪儿，哪儿就是最快乐的地方”、“世界上许多事物都是假的，空的，而母爱却是真的、永恒的、不灭的”；美国国会1914年5月7日通过决议，确定每年五月的第二个星期天是母亲节。母爱是无私的，更是没有国界。母亲一生为养育儿女呕心沥血，付出的最多。这一天正是提醒每位做儿女的要永远记住母亲的辛劳和养育之恩。为了纪念这个温馨的节日，人们一般都以赠送康乃馨来表达对母亲深深的爱恋，康乃馨是母爱之花，它是慈祥、温馨和真挚的代名词。在国外在这一天康乃馨是花市里的俏销货，其销量是十分惊人的。

a类消费群：25—45岁的消费群，此类消费者都是母亲节康乃馨消费的主力人群。此类群体或是处于事业的起步期、上升期，或已事业有成，由于性格、年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因，使得此类群体显得心态尤为成熟，能深切体会到做母亲的疾苦。

b类消费群：45岁以上的消费群，此类人群虽然对新事物的接受程度不如年轻人，但由于每年母亲节气氛的影响，在整个花卉消费群体中已占有3%的比例，说明其时尚心态渐起，是一支易被“感化”的群体，如果其儿女能够推波助澜，媒体广告刺激到位，则此类消费群可能成为一只“绩优股”，升值潜力很大，而且也是一个值得关注的社会现象。

c类消费群：18—25岁的消费群，他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。她将是影响b类消费群的一支“伏兵”，即不能放弃，而是要有针对性的进行市场推广。

该草案采取了“抓两头带中间”目标市场定位：即通过对a类消费群和b类消费的重点诉求，带动c类消费群的积极参与□a

类消费群的消费意识最强，需求最大，是主要目标市场，也是广告的主要对象。b类消费群虽然需求较小，但如果购买欲望被激发出来，也是一个不小的市场，而且其社会影响对公司的品牌建设将十分有利。

该草案的提出获得了董事们的一致好评。

我们发现，现在正流行一种代表着中华民族深刻文化内涵且历史久远的手绣品：十字绣。“十字绣”[cross stitch]产生于中国的唐代，在明清时代尤为盛行，和中国传统的很多绣法不同，它非常地简单易学，不论男女老少都可以轻而易举地掌握它，即可长久保存，还可享受到diy的乐趣，于是乎广泛的在年轻人中流行开来，应是我们寻找的理想的载体。同时，由于十字绣是从远古传下来的女红手艺，这样就为她与母亲节的结合找到了一个巧妙的切入点，即这个针对母亲节的礼品就叫“亲恩绣”（结合市场时尚理念还可叫“亲恩秀”或“亲恩show”）她不同于市场上销售的十字绣，我们赋予了她全新的内涵：“‘亲恩绣’show出母亲节，亲恩不能忘怀，饮水要思源”，寓示着亲情的执著、久远。而且“亲恩绣”本身就是一个很好的卖点。

于是，我们当即就此提出了另一草案，为公司发掘出的产品进行概念更新及重新包装应市，这次草案的提出，获得了董事们的一致认可，并要求我们即刻针对所重新定位的消费群、新开发的产品制定具体的促销活动方案，及尽快实施。

1支康乃馨：一心一意——母爱永恒篇；

3支康乃馨：三生有幸——母亲赞歌篇；

6支康乃馨：路路平安——游子吟母篇；

9支康乃馨：长长久久——慈母春晖篇；

虽然以上寓意早已有之，但却很少有企业在这上面下功夫、作宣传，而在温馨的日子里推出如此温馨的数字组合，母亲定会被浓浓的爱意所感染，经久难忘。而且每种组合我们都设计了新颖、时尚的贺卡，贺卡上注明了该组合的寓意。此次活动的推出，让许多人都对康乃馨所代表的深刻寓意加深了印象，极大的调动了消费者购买的积极性。甚至有部分消费者在5月10日打电话咨询每种数目的寓意。效果可想而知。

针对每类目标消费群，我们又推出了三大篇章：

- 1、妈妈我长大了篇：针对18---25岁的a类消费群，产品组合：6支康乃馨+1个“有福绣”+烫金贺卡。
- 2、妈妈我爱您篇：针对25---45岁的c类消费群，产品组合：33支康乃馨+1个“爱心绣”+烫金贺卡。
- 3、妈妈我感激您篇：针对45岁以上的b类消费群，产品组合：12支康乃馨+1个“牵手绣”+烫金贺卡。

丰富的产品组合极大的满足了各类消费者的需求，一改以往母亲节单调送花的尴尬，使母亲节变得更加富有内涵。

母亲节期间的销量是即时的，可以说，一年的光景中，这一天是最赚钱的，这一点与月饼的销售很相似。因此，公司的所有产品（主要指康乃馨和“亲恩绣”）均采用高价，具体价格（略）。

家电清洗计划书篇四

一、以^v一切以病人为中心，提倡人性化服务^v为理念，继续开展优质护理服务。 护理工作的重点依然是继续深入开展优质护理服务，继续推行责任制整体护理工作模式，为患者提供全面、全程、专业、人性化的护理服务。为了更好的开展优质护理工作，科室护理小组多次开会讨论护士排班方

案，实行弹性排班，每个护士负责8-10个病人，注重年资新老、能力强弱的搭配，体现能级对应，以达到最优配置，满足优护要求，确保各项护理工作高效、优质完成。全科护士也积极探索，不断学习把优质护理服务做精、做细做到深入人心，以达到让患者满意、让社会满意、让政府满意的目标。此次的二甲评审更是给了我们一次学习与展示的机会，各级领导来我们科督促、检查、指导，加强了我们的工作理念，提高了我们的工作品质。开展优质护理服务后，责任护士能够了解本病区病人的病情，能及时发现本组工作的不足，并及时纠正，避免了差错的发生；基础护理做到位，晨晚间护理比以前更到位。

二、结合《中医护理工作指南》要求，深化^v以病人为中心^v的服务理念，应用中医护理技术，丰富优质护理内涵。

将中医基础理论、中医护理特色技术和服务流程融入基础护理和专科护理服务中，在遵循中医整体观念和辩证施护基本原则的基础上，将中医的饮食、情志、康复、养生、保健等护理知识运用到健康教育当中，制定中医健康教育处方，进一步完善中药足浴、穴位拔罐、耳穴埋豆、温灸等中医护理操作。

三、注重服务细节，提高病人满意度

休座谈会，发放病人满意度调查表，对服务质量高的护士给予表扬鼓励，对服务质量差的护士给予了批评教育。患者满意率基本达到95%以上。

四、加强病区安全管理和护理过程中的安全管理

1、我科主要为老年病人，入院宣教时，护士第一时间向病人强调安全的重要性，并进行坠床、跌倒的风险评估，并落实有效的防护措施，如：在高危病人的病床都挂防跌倒警示标识，向家属及病人交代注意事项，取得配合，在卫生员打扫

病区环境时，告诉患者请勿走动，并加上床挡。

2、建立科室质控护士护理质量督查小组，职责分工明确，每周开展质控检查有记录，认真落实各项护理安全规章制度。严格执行查对制度，在治疗、给药前至少同时使用两种方法核对患者身份，落实率100%。规范使用腕带标识，使用合格率100%。保证急救物品齐全，处于应急备用状态，定专人管理，班班交接，质控护士不定期检查，急救物品完好率100%。加强药品的安全管理，专人负责，每周清点。高危药品有标识，定点存放，定点配置。符合率98%。发生护理不良事件及时上报，有原因分析，并落实整改措施。

五、定期进行护士培训，抓好护理队伍建设，提高护理队伍素质。

以《中医医院中医护理工作指南》为指导，每月对不同层级的护士进行理论知识与技能培训，重点是中医基础知识、技能方面，提高了护士中医理论及技能水平，为中医特色护理服务的开展扎实基础，并经过考核全部掌握。

六、存在的问题

家电清洗计划书篇五

我在七星电器中担任的是九阳家电的产品销售工作，我认为一个销售公司的销售人员是至关重要的。因为顾客首先会接触到的就是他的相对销售人员。每一个销售人员的专业知识与善意的微笑甚至只是为顾客引导指路，都是最基础的工作也是最难胜任的工作。要想成为一个合格的销售人员，我们必须做到以下几个方面：第一：需要了解任何九阳小家电在七星电器公司中售前售中售后的优惠政策、注意事项与接待的方式方法与礼仪态度。第二：需要了九阳小家电，也就是我需要负责销售的产品性能与其专业的操作方法与内部结构和售后的相关服务。

首先，我更深地体会到态度决定一切这句话的含义。曾一度鄙视销售行业，因为曾经第一次做电器促销时，没能适应当时的工作环境，不讲究讲解技巧，最终得到销量低的结果。而看到周围的^v^湖们将自家产品夸大优点，回避缺点，忽悠顾客，这种唯利是图，尔虞我诈却换来销售楷模的称号，顿时对现实社会失望和气愤。然而再次干销售，我似乎成熟了许多，能客观理性地看这个问题。第一，产品质量问题在于研发及生产部门而非销售环节，作为销售人员，应该提高业务水平，掌握销售技巧，从企业利益角度出发做好销售工作。第二，销售人员应该相信企业，真诚对待顾客，尽全力为顾客做好服务工作。有了积极的态度，我的工作就变得充实而快乐而不是以前那样偏激。当小朋友经过我的柜台时我会主动提醒他到服务台领取赠品；当老年人来选购时我会给他推荐质优价廉，使用操作简单，适合老年人使用的小家电，同时结合小家电功能介绍一些使用方法；当中年人来选购小家电时，我则帮他选一款功能相对较多的，使用方法符合其要求的产品，并耐心地教他操作。总之，我在销售的过程中尽量让顾客满意，把快乐传递给他们。

其次，我意识到和谐的工作环境和人际关系是工作顺利的保障。刚开始的时候我感到店里竞争激烈，尤其是在客流量小时，顾客进门就好比羊进了狼群的势力范围。由于我是新人，对环境还不熟悉，不敢冒进行事，只是观察周围情况并认真学习。我知道，各品牌都在进行多方面较量，惟有自信自强者才能胜出。我在遵守职业道德规范的同时还尽量帮助同事，每天早上我都提前到岗帮大家擦柜台。坚持了几天，我的努力得到了大家的认可，渐渐地也得到了大家的帮助。我想，我们之间既是竞争对手又是合作伙伴，既是不同品牌的代表又是同一家店的店员，只有互帮互助才能使彼此生意兴隆，全店的销售业绩也能更高。

我在这份销售工作中积累了很多销售实战场上的销售技巧，这都是自己在无数的消费者的问题面前一点点摸索出来的。

起初在七星电器销售九阳小家电时，我对小家电的认识还停留在使用上，为了作好销售工作，我逼着自己了解和喜欢小家电，明白了它各个元件的道理，现在已经能回答出顾客提出的各种九阳小家电方面的常识了。

在销售方面经验方面，小家电销售，比的就是耐心与合理的讲解，说其所用，也就是投其所好，需要在销售语言方面下功夫。比如我若在周末工作，我就会同顾客说，您的运气真不错！赶上我们的促销二重奏：暑期促销；周末促销，所以您都不用去别的地方看了，您在七星买小家电肯定不会吃亏了，因为我们的价格都是这么透明了。

首先，在价格上，不要急于求成直接报底价，因为这样会造成有些优柔寡断的顾客决定性的放弃，可能只差那么一小点的价格让步双方就妥协美满了，但是你无路可退，顾客一句你这价格还是不够低，都没怎么降价，我再去别家看看吧。所以我总结下来就是一定要先稳住顾客的脚步，大多数的顾客在购买家电上是盲目的，他可能今天只是来看看，但如果你懈怠了，你就放弃了一个明天的机会。

家电清洗计划书篇六

一是完善管理制度，细化工作标准

20xx年，我们将在原有的基础上修订和完善各种管理制度和工作标准。培养员工的自觉性和自律性，进一步加强人的管理，细化和量化各项工作标准。一方面方便操作人员熟悉自己应该做什么，熟悉到什么程度；另一方面，方便对保洁人员的考核和监督。在工作中，要继续坚持“定人、定岗位、定时机、定标准、定任务”的“五定”方针，针对具体工作采取有效措施，优化人员结构，更有利于今后拓展工作的开展。

第二，做好招聘工作，优化劳动力

随着住房公积金集团购房款的交付□20xx的第二栋和第一单元将进入全面装修入住期，公司海苑俱乐部即将装修开业。及时补充人员将是保质保量完成日常任务的基础。保洁部门根据实际工作量招聘1-2人。同时要时刻关心员工的生活，掌握思想动态，了解工作需求，化解内部矛盾。务实、努力、肯干，稳定人才，辞退优化体弱、懒惰、不服从工作安排的员工。

第三，加强技能培训，提高专业素质

清洁部门的员工应接受公司制定的各种规章制度和清洁理论知识的培训，使员工掌握清洁工作的知识，满足清洁工作的要求。对保洁人员进行理论知识培训，理论与实践相结合，重点培训保洁工具、材料的使用与搭配、保洁程序、电梯清洗与维护、除锈处理、垃圾桶清洗等相关具体操作程序。部门员工培训计划每年不得少于10次。

第四，实行责任管理，做好日常工作

每天清扫住宅走廊、道路、广场两次，每周清扫四楼、顶楼平台一次，确保无纸屑、垃圾、杂物。楼道灯、玻璃窗、防火门等公共设施每月清洗一次，确保无明显污渍、灰尘；每天清理清除一次垃圾，保持垃圾桶清洁无异味；地下停车场应特别指定，以确保标志清晰，地面整洁。

动词 □verb的缩写）加强安全教育，增强安全意识

清洁工作复杂，工作环境不确定，作业的安全隐患也相应增加。清洁的安全操作也成为我们工作的重中之重。我们不仅要加强安全教育，还要加强安全管理，培训员工清洁工作的安全操作和注意事项。既要保证自己工作的岗位安全，又要了解其他安全问题，能够处理。让员工知道安全的重要性，把各种危险消灭在萌芽状态。

定期对花木进行灌溉、施肥和喷药，防止病虫害。同时根据其生长情况，及时修剪，保持观赏效果。定期灭鼠灭蚊灭蝇等。、清洁和消毒电梯，有效防止有害生物的滋生。

在日常清理的基础上，我们需要做好雨季的防洪工作，并不时安排人员清理雨水排水口的垃圾和淤泥，以防止下水道堵塞造成雨水沉积。冬季应编制防雪计划，确保及时处理积雪周围的冰雪清除工作和室内防滑工作[]20xx年，将在2号楼和1号单元的每一层进行全面的“开创性”清洁工作，以便为业主随时接管大楼做好准备。对于公司领导临时安排的工作，要保质保量完成，不打折扣。

加强材料和清洁工具的管理，做到谁接收谁负责，清洁工具用旧换新，杜绝浪费。修理废旧工具可以为公司节省不必要的费用，努力以最低的费用达到最好的效果。

家电清洗计划书篇七

好的计划是成功的开始，古语讲，凡事“预则立，不预则废”就是这个道理，所以我明白拥有成功的职业生涯实现完美的人生。

1. 自我评价——自信与坚强

我给自己设定了不同时期的不同职业目标，为了能够实现这些职业目标，我会不懈的去努力，我的自信与坚强就是我实现这些目标最大的保障。

2. 职业兴趣——摄影类，制图类

我有较强独立思考能力和空间想象能力，喜欢去探索新的事物，去自然去享受自然，用自己的笔去描述自然。

3. 职业个性——敢于创新，坚持不懈

我是一个善于发现新事物和探索新事物的人，善于和别人沟通，敢于创新，敢于探索，总是坚持不懈！

4. 职业价值观——综合选择

我的人才素质测评报告结果显示我的职业价值观排在前三的是追求关系（8分），追求成就（7分），支持满足（5分），我的具体的是：首先在得到一份工作后要和自己的同事、领导关系相处的融洽，在这之后要追求自己的劳动成果，做好自己分内工作的同时，适当去帮助他人。在工作时也需要他人的支持！

5. 胜任能力

优势能力：

敢于创新；坚持不懈；具有积极向上的心态；对自己充满信心；有上进心；

劣势能力：

参考人才素质测评报告建议以及通过向朋友亲戚的了解，我对影响职业选择相关外部环境进行了较为系统的分析大学生职业生涯规划书（机械专业）大学生职业生涯规划书（机械专业）。

1、家庭环境分析

我们家在农村，父母在私营企业上班，家庭经济状况一般，在农村，大家最喜欢攀比的就是家庭状况，还有就是子女的就业情况，大家对我都有很大的期望。

2、学校环境分析

我就读的学校是南通农院，它是一所综合性全日制普通高等

学校，学校专业特色鲜明，有着独特的办学理念，学校教学设施齐全，师资力量也比较不错，教学质量也在不断提高，总而言之，我们学校在同行列的大专院校中排在前列。

3、职业分析

机械制造与自动化这个职业在目前是一个很热门的专业，而我们在这方面的人才也不是很多，现在的社会是靠机器发展的一个机械化的社会，所以在这方面就业比较良好。

4、社会环境分析

我国目前就业形势都趋向饱和，但我认为在机械设计和机械制图方面还需要更多人才，而职业市场对技能型人才技能技术要求较高。同时面向这方面的人才也在不断增多。

5、职业环境分析

随着我国发展的不断深入，工业产品的需求不断增加，同时这方面技能人才的需求也在不断增长，我认为只要掌握好一门技能，在机械行业也是可以找到一份好的工作的。

我生长在*经济比较发达的沿海城市，沿海城市的就业状况较好，对人才的需求量较多，而需求量多可对人才技能技术要求也很高。

职业分析小结：

我认为周边给了我一个良好的就业环境，但这并不代表不需要危机感，只有更好的充实自己，才能在就业中取得相应的优势。

家电清洗计划书篇八

乙方：_____（客户） 丙方（服务人员）

经甲方推荐，乙方雇佣丙方做_____服务，服务费为每月_____元，服务地点_____。

经过三方共同协商达成以下协议：

一、甲方的权利和义务

- 1、甲方在推荐前对丙方进行培训及职业道德教育。
- 2、甲方跟踪了解丙方服务情况，对丙方的服务进行指导、监督。

二、乙方的权利和义务

- 1、乙方对家中的贵重物品妥善保管(如加锁)，以免发生误会，否则发生问题乙方自己负责。
- 2、乙方如果对甲方提供的服务不满意，乙方可以享受2次更换服务权利。
- 3、乙方须向丙方交代其家中电器、燃气等设别的使用，因乙方交代不清发生意外的，责任有乙方承担。
- 4、乙方未经甲方同意不得将甲方转为第三方服务，或约定地点，否则将算乙方丙方违约并承担相应损失。

三、丙方的权利和义务

- 1、严格遵守服务中心的规定(如服务人员服务范围与行为规范等)，认真做好服务记录。

2、若丙方在乙方家中工作超出试用期后，丙方要求解除合约的，甲方有权扣除丙方五日工资。

3、丙方要自尊、自爱、自信、不得失礼偷窃行为，如有违法、为违规违纪等，责任自负。

4、丙方在乙方家中时不得随意离开，有事请假，按时返回，如上下班的路上发生意外，雇主与本公司一律不承担责任。休息如有乙、丙双方协商安排。工作汇总要主动、自觉，多听乙方意见，家电、燃气等设备要按规程操作，如有违反规程操作发生意外事故的，责任自负。

5、丙方每月休息四天，具体休息时间由乙、丙双方相互协商，如遇法定节日(包括元旦1天、春节3天、清明1天、五一1天、端午节1天、中秋节1天、十一1天)应给予日工资双的加班费补助或放假或提前出岗。

6、丙方应于服务期满当日回甲方处报道，合同有效期内及合同终止后三个月之内，乙方不得与丙方自己建立雇佣关系，否则甲方有权追究服务人员责任，乙方和服务人员应分别向甲方支付两个月的服务费作为赔偿。

四、相互约定事项

1、丙方在乙方家工作试用期后，乙方要求解除协议，甲方扣除管理费300元外，丙方服务工资按天计算收取。乙方保证丙方每天适当的休息时间。

1、乙方与甲方签署合同后，如乙方不用甲方服务人员，必须提前10天通知，使甲方能及时对员工工作作出调整和终止合同，否则按日服务费的70%缴纳误工损失费。

2、丙方欲中途解除协议，需提前一周告知甲方和乙方，方可终止协议。否则甲方不支付丙方的工资。

3、出市区服务增加相应费用由乙方负担往返路费。

六、服务期限自_____年___月___日至_____年___月___日，
月休___天。

七、本协议一式叁份，自签字之日起生效。

签约日期：_____年_____月_____日

家电清洗计划书篇九

《家电业务员工作计划》是由工作计划网工作计划栏目小编为大家推荐，本站时刻更新，您可以常登陆工作计划网工作计划栏目借鉴。

第一：跟随进货源，保证货源充足，比例协调，达到库存最优化，习题尽量避免断货或缺货现象。

第二：招聘培训临时促销员，以备做活动，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

第三：严格执行公司的`销售策略及促销活动，并策划执行销售促进活动，拉动市场，提升销量。

第四：跟进促销赠品及赠品的合理化分配。

第五：进行布点建设，提升品牌形象。随访辅导，执行督导。

第六：每月进行量化考核

第七：对每月的任务进行分解，并严格按照wbs法对工作任务进行分解做到环环相扣，权责分明，责任到人，工作细节分到不能再细分为止。

第八：利用团队管理四大手段：即周工作例会；随访辅导；述职谈话；报表管理。严格控制团队，保持团队的稳定性。

第九：时时进行市场调研、市场动态分析及信息反馈做好企业与市场的传递员。全力打造一个快速反应的机制。

第十：协调好代理商及经销商等各环节的关系。根据技术与人员支持，全力以赴完成终端任务。

小编推荐：

新业务员工作计划

业务员工作计划精简版

家电清洗计划书篇十

（一）关于调查对象基本情况

本次问卷面向全校发放，共计调查125人，其中男生44人，女生81人；教师3人，学生122人；学生中，大一同学101人，大二同学14人，大三同学6人，研三1人。虽然本次调查的对象主要为无三下乡经历的大一同学，对这项活动的了解相对较少。但根据问卷结果显示，大家对三下乡活动的热情普遍较高，94%的被调查对象都认为大学生有必要参加该活动，其中更有42%的同学认为非常有必要。

（二）关于实地调研时间

关于暑期三下乡实地调研的时间，从我们调查统计的数据来看，10%的同学选择一个星期以下，78%选择为一个星期到两个星期，剩下12%则选择两个星期以上。由此得出，大部分同学在时间问题上更倾向一个星期到两个星期，在这样一个相对合理的时间段内，调研队伍既可以从容地安排各项事宜进

程，又能一定程度上避免过度占用大家的暑期时间，从而保证参与积极性。

（三）关于参与活动目的

暑期三下乡社会实践活动使大学生能够将自己在校所学的先进科学的生活观念在广大农村传播，紧密结合他们所学专业理论知识，在农村开展多种形式的先进科技文化知识和生活观念的宣讲活动。通过调查，我们发现西财学子希望从这个活动中收获和体验很多。大家普遍希望能够借三下乡服务社会、了解社会现实、提升自身能力、实现个人价值，分别有、84%、的同学选择。

相比较而言，增加学分和争取评优评先占比例较低，说明大家并不是完全带着功利心去做三下乡这个活动，而是真正想从中提升自己，服务社会并收获成长。

但关于三下乡与评优的问题，71%的被调查对象表示认同“三下乡”活动与学分及评优评先相挂钩，他们中大多数人认为这将会鼓励大家积极参与，在进行社会实践经历成长的同时，获得实质性的奖励和认可。但也有部分参与调查者持反对意见，认为奖励制度违背了三下乡的实质和出发点，这类活动应该更注重培养学生的价值观，尤其是在我们这种财经类院校。结合上一题的分析，同学们希望在服务社会、了解社会现实、实现个人价值的同时获得相应的学分。这样看来，三下乡与学分及评优评先相挂钩一定程度上只是社会实践的助推剂，它不是必然，但却对同学们参与的积极性有很大的影响。