

最新导游职业生涯规划(优秀5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

导游职业生涯规划篇一

方向二、转向管理岗位

当销售人员做到一定的时候，可以结合个人兴趣和组织需求通过横向流动即轮岗的方式，转向相关的专业化职能管理岗位，具体可以从三个角度考虑选择：如果还是对销售业务或相关的工作感兴趣，不愿意完全离开市场营销工作，公司的人力资源安排也允许，可以选择横向的相关岗位如：市场分析、公关推广、品牌建设与管理、渠道管理、供应商管理等。

如果有管理专业背景或者对管理感兴趣，可以发展的方向包括：市场信息或情报管理、行业研究、战略规划、人力资源管理、项目管理等。

如果在销售工作中在产品或行业的生产制造、运营、研究开发、设计等技术方面积累了优势，则可以往技术含量较高的岗位流动如：运作管理、售前技术支持、产品测试、售后服务等。

方向三、个人创业

有过销售背景的人出来创业，可以说是最适合不过的。企业要生存，首先要有市场，做好业务工作是很多创业者必须自己先行解决的难题。许多令人羡慕的成功人士都是从销售人员开始做起，在积累一定的资金、经验和资源后进行独立创

业而获得成功的。

销售人员进行创业最大的优势是经验和资源优势。一个有着丰富销售经验的人士比起其他创业者，对行业的理解、对企业的运作、对市场变化的感知都会有很大的优势。同时，他们很可能积累了资金和良好的产业链上下游的人际资源，了解行业的运作模式和成功关键，甚至于合理合法地把握了稳定的客户关系资源。

方向四、转做管理咨询和培训

如果离开本行业，重新开始新的事业空间，也是一种新的职业方向选择。比如有经验的销售人员改做管理咨询和培训也是不错的选择，许多管理咨询公司的咨询顾问、培训师都是从营销实践中转过来的，有些还是营销老总、总监、大区经理等，因为他们有丰富的销售经验和行业背景，更理解企业实践的营销环境，在做相关行业的营销管理咨询、战略咨询和专业培训时，尤其显得有优势。

导游职业生涯发展规划篇二

再不提升人力资源管理技能，身为hr的你，很可能就快拿不住那些大谈职业性格、职业测评的新人了□hr2.0时代已经到来。

hr□职业生涯规划时代到来

案例

技不如人□hr也败下阵来

lily毕业参加工作4年，一直从事人力资源管理的工作，岗位是招聘hr□她一直感觉做这个工作很有趣，能为公司招贤纳士，

同时在工作过程中还能见到各种各样的人，从形形色色的人身上，她也学习到不少。

但近一年里，她发觉招聘工作比刚毕业那时更难做，因为这些新人“想法多、很挑剔”。不少应届毕业生已经在面试中用xx性格测试的结果来谈论自己的职业性格，并强烈突出其中占优势的性格，大谈自己以此做出的初步职业规划。在她这个面试官做判断前，似乎求职者就已经将他自己拿捏准确，并放在一个“专业的”位置上了。

可到底这些新人是否真的优秀，他们的职业规划是否如他们所说的那么恰如其分呢？lily几乎在好几次面试中晕头转向。在这个微妙敏感、双方暗地角力的招聘面试过程中，其实她这个hr反倒处于了劣势。

眼看自己工作开展已经出现了各种危机和隐患，她心中开始萌生各种忐忑。

专家分析

1、职业规划从进校园到步入人心

，“职业规划”走进校园后，职业规划意识就开始在新一代大学毕业生身上产生化学反应。从不断涌现的各种职业规划大赛风潮和求职秀就能看出，很多大学生越来越有意识地通过各种渠道了解自己的职业性格，去计划、安排、定位自己的职业发展道路。

2、招聘必谈职业规划

从招聘流程来看，过去现在几乎没什么变化。但在面试中，面试官提问的内容和求职者回答的内容都发生了很大变化，而这很大程度上影响了招聘的结果。职业规划是会被面试官和求职者双方同时谈到的话题。

3、求职者主管能动性增强□hr工作难度增大

相比职场上的前辈，他们非常强调要做自己感兴趣、适合自己的工作，但不愿被动接受“安排”，更加强调择业，而不是就业，应该说，这是观念上的一种进步。求职者主观能动性加强，看问题更贴合实际，从人才招聘和管理的角度来看□hr的工作难度在增加。

应对方案

提高专业度，让hr“道高一丈”

新生代的职场人有了职业规划的意识是件好事，这对入职后引导他们的个人职业发展会更有帮助。但同时□hr也要在技能和专业度上技高一筹，才能应对人才市场上的新形式，向阳生涯首席职业规划师洪向阳认为□hr们需要在以下四方面做出能力提升：

能快速进行人职匹配判断

不少求职者都是经过精心的自我包装才前来面试的，所以很多人在面试过关入职后，大家才发现，其实此人完全不能胜任工作。因此在面试交谈中□hr要能初步判断出求职者的职业定位和他的能力、职业价值观是否匹配，不能光看一再修饰过的简历，也不能只听求职者“一面之词”的自我评价。

最大限度让公司需求和个人发展匹配

持续关注新进员工，提高用人效率

很多新人进到新环境，可能会有浮躁，“大事做不了，小事不愿做的”状态，这不仅要帮助其纠正这样的心态，还要就要通过对企业员工职业规划发展的全盘考虑，厘清可能的发展通道，最大限度地发挥“用人效率”。

让“招多少走多少”的局面不再出现

前来中国职业规划师ccdm认证培训班学习的hr说：“加薪留人不管用，走的时候他们还留下按我的职业规划发展来看，需要更高平台类似这样的话让人尴尬，让人无言以对。”那么这样的情况，只有hr提高职业规划技能，充分帮助员工特别是核心员工做好职业规划，让员工意识到当前的组织正是实现其职业规划的良好平台时，“人才”们才会真正领你的情，才会踏踏实实留下工作，才算真正解决问题。

也许hr们并不认为有什么所谓的hr2.0时代，但职场新人们越来越难管，人力资源工作越来越难做的状况确实事实。向阳生涯认为，新变化、新特点、新趋势的出现，hr只有掌握了职业规划的专业知识和专业技能，才能应付2.0时代人力资源管理变革的新局面。

导游职业生涯规划篇三

销售人员选择销售行业一般是出于以下三个原因：

1、企业高层大多数都来源自销售人员。

如果是出于这个原因，则可以往销售管理方向发展。从单行业成功的销售经验发展出销售管理经验、行销策略经验或者是跨行业成功销售经验。

2、从事销售是实现创业的很好途径

3、即使你不想从事高层，或自己创业，你所具备的销售技能依然可以让你的工作、家庭生活事半功倍。

二、销售人员的职业生涯规划内容

清楚自己为什么选择销售行业以后，就明确了自己的职业生

涯规划起点。接下来就是正式的开始进行自己的职业生涯规划。

一份完整的职业生涯规划包括十个方面的内容[]a.题目及时间坐标;b.职业方向和总体目标;c.社会环境、职业环境分析;d.行业分析、企业分析;e.角色(贵人)及其建议;f.目标分解、选择、组合;g.明确成功标准;h.自身条件及潜能测评结果;i.差距分析;j.缩小差距的方法及实施方案。

1、题目及时间坐标

在职业生涯规划题目及时间坐标项目中，需要表达四个方面的内容：规划者姓名、规划年限、起止日期、年龄跨度。

写明规划者的姓名，目的是强调规划者的主宰心态。销售人员应该掌握自己的职业生涯命运，因此要在这里写上自己姓名，也是给自己的一份心理合同。

写明规划年限，目的是要分清是阶段性还是终生性职业生涯规划，比如五年、十年或终生职业生涯规划。需要强调的是，终生性是指职业生涯的终点，而不是人生的终点。在这里还要写明开始日期和终止日期，开始日期要详细到年、月、日，终止日期到年就可以了。

我们建议第一次写职业生涯规划的人，并不需要做长期的规划，特别是处于职业生涯初期的年轻人，可以从二年或三年的职业生涯规划开始。需要注意的是，写职业生涯规划的最短时间段是一年。一年以内的事情，可以在职业生涯现状分析中解决。

最后，要写明在本规划周期内，你的年龄跨度是多少，比如从27岁到31岁。目的是提醒自己，人生生命周期是单向性的，不可逆转的，强调时间的紧迫性。

2、职业方向和总体目标

职业方向指的是对职业的选择，比如销售管理人员、企业管理人员、律师、教授、医生等。职业方向的选择反映了规划者的职业生涯动机或主观愿望。

为什么一定要选择职业方向呢？因为新生活是从选定方向开始的。

我们每个销售人员在自己的职业生涯中有没有转圈子的感觉呢？我们的职业方向是销售员、销售管理人员、市场策划人员、或者是其他的方向？无数事实证明：真正有意义的人生往往是在确定职业方向、确定自己目标那一天才开始的。

3、社会环境、职业环境分析

每个人都生活在一定的社会氛围里，无论这种氛围是温馨还是恶劣，都要自然的去面对。外部的环境分析要做好以下几个方面的思考：家庭背景、经济状况以及发展环境等。比如确定你在哪个地区就业，是在北京就业还是广东就业还是海南。地域环境不一样，经济水平不一样，当地的文化环境也是不一样的，人才的储备、适用、竞争也是不一样的。

4、行业分析、企业分析

这一块包括以下三方面的内容：

第二、对一个组织，一个单位一个公司进行分析，因为每一个公司跟另外一个公司肯定有不一样的。

第三、分析一个岗位，天底下的任何一个工作岗位都有一些最基本的要求，比如讲你的敬业精神，比如说遵守纪律，语言的表达能力，团队的精神这都是共同的，但是有的岗位一定要有特殊的要求，比如说专业技能。比如市场拓展能力、

营销方案制定等。

5、角色(贵人)及其建议

这一块销售人员可以去请教一些你周围的专家、同事或者是朋友，衡量一下你所做出的职业选择以及职业发展路线。同事或者是朋友的建议往往能够帮助你发现一些你自己比较难以发现的盲点，进而完善自己的职业规划。

6、目标分解、选择、组合

职业生涯目标分解是根据观念、知识、能力差距，将职业生涯的远大目标分解为有时间规定的长、中、短期分目标，直至将目标分解为某确定日期可以采取的具体步骤。目标分解是将目标清晰化、具体化的过程，是将目标量化成可操作的实施方案的有效手段。

目标选择的结果是保留一部分目标，放下一部分目标，放弃一部分目标。放下不等于放弃，放下应该是主动的、有智慧的，暂时放下的目标有机会再重新拿起。

分解后的小目标之间可以进行时间上或功能上的组合，以便我们集中时间、精力和其它资源，去实现最有意义的或最有把握的目标。

7、明确成功标准

所谓成功标准，则是根据你的职业规划，你是否成功实现了你心目中的职业目标?这一点可以和你自身的职业价值观结合起来。例如：如果预期的职务没有得到是不是失败?如果得到是否代表全部成功?每个人都可以也应该对自己的职业生涯成功下定义。成功定义包括这样一些内容：成功意味着什么?成功时发生的事和一定要拥有的东西、成功的时间、成功的范围、成功与健康、成功与家庭、被承认的社会地位、被承认

的方式、能使自己满意的金钱数、想拥有的权势和社会地位等。

8、自身条件及潜能测评结果

制定职业生涯规划要求每个人真正了解自己，对过去的职业生涯做总结，依据个人背景材料，对自己的能力、潜力进行自省和测评，并明确自己的预期发展目标。将自己本身的条件、发展潜能、发展方向与环境给与的机遇和制约条件相比较，最终达到“觉醒”，即知道自己已经做了什么，想要做什么，能做什么。

自身条件包括以下因素：兴趣、爱好、天赋、专长、知识水平、操作能力、身体条件、价值观念、情绪智力、家庭条件等。

潜能测评是进行自身条件分析的一个途径，但应注意以下两点：

一是认认真真做一次自我潜能测评。主要是测评自己的职业兴趣、职业人格、职业能力、职业知识，并请相关行业的成功人士或资深从业人员提出建议。潜能测评和别人的评价建议像一面镜子可以折射出你自己的特长和发展潜力。

二是千万不要太看重测评结果。因为潜能测试是针对一般情况设计的，并非针对某个具体人，设计者更不会知道你此时的志向。潜能测评能够帮助你找到的是你目前状况与自己期望达到的那个目标所要求的知识以及能力上的差距。看到差距后，放弃还是坚持你原定的目标，选择权在你自己手中。

9、找到差距

差距是一个人职业素质的现状与职业生涯规划目标实现所需要职业素质要求的差距，包括思想观念上的差距、知识上的差距、

心理素质的差距以及能力上的差距。实现目标的过程就是缩小差距的过程。分析目前的状况与实现目标所需要的知识、能力、观念等方面的差距，才能采取有效的行动。

10、缩小差距的方法及实施方案

实施方案要明确的时间坐标，并具有可操作性。缩小差距的方法，主要是教育培训、讨论交流以及实际锻炼三种方法。教育培训的方法侧重于向书本学习，讨论交流的方法侧重于向别人学习。而实践锻炼的方法是最根本的方法，就是去争取改变工作内容和工作方法，着重处理自己能力较差的工作。通过教育培训的方法、讨论交流的方法所取得的知识、观念都要通过实践锻炼来应用。

三、销售人员职业生涯规划的关键点

第一、职业生涯规划一定要清晰

职业生涯规划一定要清晰，应该是刚进公司时就应该考虑的问题，临时抱佛脚的思想要不得。

第二、给自己定位、确定自己的人生追求与发展目标。

人首先要学会分析自己，自己想做什么、能做什么、该做什么，只有认识了自己，才能给自己定位，如果，你刚刚工作，那么你就脚踏实地的做事，把公司的某个优秀的人做为你的奋斗目标，一年、两年或三年，一定要达到他的那种境界。如果你已身处营销行业多年，但还是没有成就，那么你就应该好好的问问自己，自己的发展目标是什么、是安身于现状还是要做职业经理人，或是自己创业。不论你想做什么，都要有自己的追求，只有有理想的人才会走的更远。一定要给自己有一个起码三年的奋斗目标，在这个三年中，你要学到什么，你的角色要发生什么变化(包括你的薪酬)，这些都应该是自己去考虑，而且为之去努力实现的。

第三，职业生涯规划需要考虑自身因素，但同时应该立足行业、结合企业。

一般情况，销售人员的职业规划为，基础职位的磨练只需要1-2年时间就足够，销售主管需要1-2年的磨练，区域经理2-3年，省区经理2-3年。很多优秀的人才，都在3-4年的时间做到销售总监的职位，但是要看你的营销处于一个什么行业，你选择一个什么样的企业，如果你选择的企业不是处于发展期，你再努力也没有用。

第四、不要轻易跳槽，也就是说每次跳槽都要有明确的目的。

第五、坚定的执行力。任何规划或者是计划都需要坚持的執行才有意义。

第五、任何时候信心比黄金还重要。只要你认真付出，只要你有才，只要你愿意努力，相信你的明天是辉煌的。

[销售人如何做职业生涯规划]

导游职业生涯规划篇四

多少年来，我们似乎只知道一个信念：知识，只有知识才是经济和事业的酬劳。但随着目前职业市场的激烈竞争，人们越来越意识到：如果自己要戴上船长的帽子，要驾驶事业的轮船，自我的人格与办事能力，有时比哈佛大学的文凭还要重要。可以预见，先为我们自己做一个全面而实用的职业生涯规划将会使我们中等职业学校的学生在众多竞争中脱颖而出，充分发挥自己的优势。以下是我个人的机电中专生职业生涯规划。

当然，一个好的职业生涯归案户不能过分理想化，应该从自身出发，立足社会。根据所学专业实事求是地确定目标，落实措施。

第一、我们应制定最关键的第一步，确定志向。

志向是事业成功的基本前提，没有志向，事业的成功也就无从谈起，我选择的是职业学校，因而我在就学时就已经确定了我的专业——机电技术应用专业，这个专业是机械与电子的结合体，在现今的企业中这个专业是最易被采用的，我想通过这几年的学习进入单位工作后成为一名熟练的技师，继而成为一名机电工程师。

第二、了解自身条件与对社会环境的适应性

首先，我们应该正确认识自己，了解自己，做出恰当的自我评估。

我是个兴趣广泛的男生，爱好学习，喜欢读书，热爱体育。我擅长摆弄家中不用的物件，例如电话、闹钟等等。我的性格开朗，我喜欢大声朗读、喜欢科幻小说，喜欢呼朋唤友，总是觉得“三个臭皮匠抵得上一个诸葛亮”，奉行“智者千虑，必有一失”。但同时又有些自我感觉良好，易以自我为中心。

在班上我担任着学习委员的职务，虽然我尽力做着的是老师分配的任务，但有时还是会和同学们发生摩擦，但我想这并不会影响我和同学们的关系，我不太会和老师亲近，其实我很尊敬他们，但我总是不善表达。

其次，适时评价外界环境因素对自己职业生涯发展的影响。

随着社会不断发展，科技不断进步，各行各业的自动化程度越来越高，电脑控制的普及程度越来越广，我所在的机电技术应用专业的适应性也就越来越强，无论是本地企业，还是外地企业对于机电技术应用专业的学生都是供不应求的。

因此，根据现学专业加上吃苦精神，毕业后选择一所好的企

业应该是不太困难的。据日本科学家研究发现，人一生工作所需的知识，90%是工作后学的。我想，经过我今后的努力我可以实现更大的理想，收获更多的知识，面对更多的挑战，赢得更多机遇。

第三、确定职业选择的正确性

首先是性格与职业的匹配：

我是个眼到手到之人，在动脑的同时我十分喜欢动手，机电专业除了要有较强的机械与电子的专业基础知识外，还应对动手能力有较高的要求，我想胆大心细是对这个专业最好的性格要求。

其次是兴趣与职业的匹配：

古人云“干一行，爱一行”，但我却认为应该是“爱一行，做一行”。因为你喜欢，你才会用心去做，我喜欢机械设计的巧妙精确，也喜欢电子线路的构思缜密。

最后是特长与孩子业的匹配：

当然我的特长有很多，有些特长只能作为一种爱好，但有些特长却可能成为一种职业。我擅于拆装家用电器和修理自行车这一特长定位成为我的职业，我想这是我选择这一专业的前提。

鉴于我的兴趣和爱好，我更加明确地肯定了我的志向——一名优秀的高级技术师。

第四、职业生涯路线的选择和职业目标的设定

导游职业生涯发展规划篇五

案例一：

从4月份开始，某内衣厂开始大量招熟手工人，并由原来的一天10小时工作制改为24小时倒班轮流工作，什么原因？为了赶货，因为旺季到来，公司大量的畅销品已经被客户们抢订一空，市场空缺很大，客户订单正如雪片般不断飞来。到了6月份，大量的货品终于被生产赶出来了，将仓库堆得满满的，但似乎产品又不那么畅销了，因为这几个款的产品的销售旺季已过，客户的响应已经不那么积极了，厂家无奈，只好将产品积压在仓库里。更麻烦的是，由于新招了不少工人，7月份，公司的生产任务却没那么多了，只好让部分工人放起了假，结果又导致流失了不少熟练工人。

案例二：

案例三：

某品牌在某省的总代理商，一心一意经营该品牌两年多，为该品牌在该省开拓市场立下汗马功劳。但今年4月份，他一次给公司传真了一份约20万元的订货单，可公司客户服务人员给他回传的配货确认单上却告之只能发7万元左右的货，因为其他货品暂时都没有。代理商勃然大怒，致电该公司老板痛发了一番脾气：这生意还叫人怎么做？我投那么多钱好不容易把市场渠道建设好，想着今年就靠这几个月旺季赚点钱，完成任务，结果你们连货都不能保证我的，我怎么向我下面的客户们交代啊。半月后，该代理商签约代理另外一个品牌，大量引进别的货品，以弥补货品的不足，经营重心也开始偏移。

做过文胸销售、生产的人都知道，每年上半年3~5月的销售旺季，一般只要是有一定规模的内衣（文胸）企业，几乎没有不断货的。旺季是客户生意最好的时候，却往往也是客户对

企业抱怨最多的时候，众多的抱怨都是围绕断货而产生的。断货所带来的危害是显而易见的：

2断货让营销人员无力可施，信心缺乏。营销人员最害怕这类事情，因为货品不是由他们说了算。这个季节，很多的营销人员在客户那里听到的可能最多就是缺货的抱怨，只能忙着夹在代理商和公司之间来协调货品问题，根本没有精力和心思去运作市场了。

有的企业在旺季断货率高达70%之多。每到销售旺季，时有做内衣经销的朋友和笔者诉苦，我发过去的单，某某企业往往只能给我发三分之一的货，这生意能做吗？帮我介绍介绍别的牌子吧！客户在这个公司拿不到货，肯定只能选择另外的品牌拿货了，所以，此时必然会出现客户的流动。

4引发企业一些内部矛盾

一般断货严重的时候，企业的各个部门都有比较大的压力，营销部门往往会迁怒于生产部门的生产计划，生产部门会说采购部没有及时提供物料，计划部门又会说营销部门没有做出准确的市场预测……，等等一些情况，使得企业员工内部不团结，影响工作情绪。

一般断货所缺的主要是畅销品，所谓畅销品，通常都是绝大多数地区都比较好卖的品类。畅销品也是和竞争对手竞争的最强武器，没有这武器，就等于把市场拱手让给了别的品牌。

为什么企业会断货呢？这其中有很多原因：

1文胸类产品生产周期长。

这首先是由于文胸类产品的特性所决定的，文胸产品看起来很小，但配件却很多，生产起来很麻烦。而且它的订料采购周期比较长，一件产品设计出来以后，从原材料采购到生产

出成品一般起码需要2个月左右，而且原材料购买的速度主要取决于供应商的工作效率。在内衣行业，好点的供应商大多是抢手的香饽饽，皇帝的女儿自然不愁嫁，你买她的面料通常还得看她的脸色行事。所以，很多企业意识到断货的时候，再去补单生产时候，就已经来不及了。

2企业计划性不够，对市场缺乏规划。

很多企业还处于原始的以产定销的阶段，先把产品生产出来，再由销售人员去销售，对市场缺乏有效了解，导致很多畅销品产品缺货严重，而滞销品则大量积压。通常企业的产品生产计划应该提前一定的周期制定出来，提前安排生产，贮备必要的货品，以迎接旺季的来临，不能等到旺季到来才救火般的去生产产品，那样肯定会错过季节。

3大客户押货，囤积资源。

一些有经验的内衣代理商在旺季到来时候，往往估计到公司会有可能出现断货的情况。所以对一些畅销的款式会疯狂吃进，大量订购。万一销售不出去，以后再利用公司的退货政策退给公司。有时候，两三个客户就垄断了公司某款产品，这样也造成一些畅销品在短期内迅速出现短缺，也使得其它客户纷纷抱怨，加剧断货的影响。

4企业发展过速

有些企业由于发展速度过快，网络铺展很过快，对市场发展缺乏正确的估计，生产储备量不足，也是导致企业断货的主要原因之一。