

经营预算岗位概述 生产经营工作计划(精选8篇)

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？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。

经营预算岗位概述 生产经营工作计划篇一

灵活策略赢市场，扩大规模增实力，加强管理保利润。

经营方针是公司阶段性经营的指导思想；各部门、各商场专卖店和各部门管理的各项经营、管理活动，包括政策制订、制度设计、日常管理，都必须始终不渝地围绕经营方针展开、贯彻和执行。

二、__年的经营目标

(一)核心经营目标

__年，公司的核心经营目标是：

1.1亿，年度税后利润2200万元，增长率33.8%，税后利润率12%，资产回年率8%，保底利润1650万元。

在核心经营目标中，利润是能够反映公司经营质量的唯一指标，也是评价和考核经营团队的“核心之核”。

(二)销售目标细分

销售目标细分表(计算单位：万元/人民币)

上述销售目标的分解，按《__年度销售目标分解表》执行(附

件)。

三、主要经营策略

(一) 市场策略

1. 全公司必须以市场为导向，以营销为龙头开展经营和管理活动。公司制订相关政策，鼓励公司管理人员参与营销工作。
2. 国内和国外销售部必须整合各项资源，在__年上半年，采取一切措施，集中精力做好海外客户和国内经销商的开发、签约工作。
3. 海外市场的主攻方向是美国和欧盟、日本则是主要的家具进口国以及北美洲和俄罗斯市场进口量占世界总量的57%，并以“发展中东客户，继续开拓大洋洲及欧洲市场”为目标市场策略。
4. 国内市场应以“强势推进、快速占领”的策略，集中力量发展渠道经销商(计划30家，力争50家)，应以“稳步发展、适度调整”的策略发展直营市场。

(二) 产品策略

市场策略需要产品策略和价格策略的强力支撑和支持。

1. 国际销售应调整主打产品，从专业鸿基座椅产品向现代产品过渡，以做现代礼堂、影院及公共场所座椅为主。
2. 国内市场的产品策略按产品系列推进：
 - 1) 针对现代礼堂、影院及公共场所座椅产品，应“加强开发、推陈出新、完善细节”，为满足二、三级市场，适度扩充hj排椅系列。

2) 针对课桌椅、等候椅产品，推行“整合资源、全新导入、量力扩展、同步推进”的策略，以行业中等价位推广产品。

3. 生产部应根据上述策略和业务实际需求，制订产品的开发、采购和品质保证的相应计划，采取必要的行政措施，确保产品开发结构和生产结构的调整到位。

(三) 品牌与招商策略

品牌是产品营销的催化剂和拉动力。

1. 国际销售部应以“鸿基座椅”为主打品牌，以展会、网络等通路为手段，以海外采购商和经销商为目标大力开展招商活动。

2. 国内销售部应在中国区市场主推“鸿基座椅”品牌，采用以商招商、广告招商、专员招商、展会招商等手段，面向家具业、影院业、体育场馆、会堂、礼堂和意向投资者五类潜在客户展开强力招商活动。

四、实现目标的保障措施

(一) 生产资源保障

1. 公司新增投资100万元，增加生产设备，扩大生产场地或(参股、收购、外发)，确保产品生产年度销售实现营业收入1.1亿，冲刺目标1.21亿元和各项营销策略的实现。

2. 生产部作为二线部门，理应成为国际销售部和国内销售部的坚强后盾，必须始终围绕客户要求而非生产要求运转，必须按照一线部门的产品策略规划和实际定单需求，组织设计开发、物料采购、产品生产和品质控制等各项生产管理活动。

3. 按时交付合格产品，始终是生产管理的不容置疑的核心任

务。生产部应订立适宜的品质目标，采取适宜的控制措施，以适宜的品质成本，为经营一线准时提供合格产品。

4. 生产成本特别是材料成本的控制，将是考验生产部各级主管的关键所在，必须列入各部门主管的首要议事日程，必须以非常手段克服和消化各类涨价因素，以降低材料采购成本为突破口，以提升生产速度、提升单位时间产量、采用计件计酬方式为基本点，带动人工成本、能耗成本等在内的各项产品成本的降低，使主营业务的座椅材料成本控制在45%以内。

(二) 人力资源保障

1. 加快人才引进：以《__年人力配置标准计划》为基础，加快新增人员中的关键职位的引进和流失人力的补充，确保一、二线用人需求；建立人员淘汰和人才储备机制和计划，在__年5月31日前将应淘汰人员全部淘汰完毕，将储备人才全部引进到位。

2. 加强教育训练：建立培训体系，以素质培训为核心，对公司员工和加盟商进行系统的培训，提升员工和合作伙伴的职业和经营素质。

3. 建立合理的分配体系：建立起对外具有竞争性、对内具有公平性、对员工具有激励性的、包括员工薪资、福利、红利在内的分配体系；并在施行中不断地加以检讨和完善。

4. 建立合理的绩效管理体系：按照“有计划、分步骤、可量化、可持续”的原则，由常务副总经理牵头，以目标管理为基础，建立起工作绩效管理体系，按照分级管理、分层考核的原则，__年2月1日起，总经理对公司经营团队实施考核；至迟于__年4月1日起，各部门对中层干部(部门)和基层干部(作业组)施行考核；绩效管理必须与分配体系联动推行，以确保目标管理切实落实。

经营预算岗位概述 生产经营工作计划篇二

- 1、稳抓环卫，提高道路保洁质量，确保开发区环境卫生在全市领先。
 - 2、发展绿化，确保完成开发区下达的绿化养护及绿化保洁任务。
 - 3、积极拓展其他工程业务，提高经济效益。
 - 4、确保安全生产，加强安全意识，尤其是保证车辆行驶安全及道路保洁工人人身安全。
 - 5、提高全体干部员工的服务意识和服务理念。
 - 6、维护职工的合法权益，提高职工福利待遇，确保职工队伍的稳定。
 - 7、力争完成全年营业收入520万元，创利税20万元。
 - 8、积极拓展物业管理新业务，拟承接高铁国际商务区一体化物业管理。
-
- 1、加强政治学习，统一思想认识，提高全体干部员工为开发区建设和发展服务的意识。将开发区的新形势、新发展、新变化传达给个职工，激发职工的工作热情。
 - 2、加强职工业务技能培训。尤其是物业管理人员，分管理人员、维修人员、秩序维护员（保安）、保洁员等不同部门、不同工种要定期进行物业管理知识、专业技能训练，定期进行消防知识培训；对驾驶员定期进行安全思想教育。
 - 3、继续在各部门推行承包责任制，由部门负责人负责本部门内部的所有事务，部门负责人对公司经理负责。

1) 公司拟正式成立监管科，隶属于公司办公室，向办公室及公司总经理汇报工作。监管科于20xx年初成立试运行以来，对公司的各项工作都有了很大的促进作用，但是监管力度仍然不够大，离公司领导对监管科的期许，还有比较大的差距。公司拟于下半年正式成立监管科，加强对各部门的检查考核，量化考核指标，每天考核两次，不走过场，不搞形式主义，不怕得罪人，如实填写日考核表，月底总结考核情况报办公室，根据考核情况按公司奖惩制度进行奖惩。

2) 对环境卫队酝酿进行重大改革。推行承包责任制，环卫队实行队长负责制，队长签定承包责任合同，全面负责环卫工作。同时计划分路段进行承包，由监管科对各路段进行考核定奖惩；垃圾中转站（车队）实行队长负责制，队长签订承包责任合同，职责范围包括垃圾中转站、车队、安全保卫、渣土办；与驾驶员签订责任状，明确驾驶员的责、权、利，进一步明确发生安全事故后公司和驾驶员各自所承担的责任；对原垃圾站进行改造，新上压缩机组一台；强化服务功能，提高服务水平，加大对企事业单位的服务力度，拟增加封闭式保洁车、吸粪车及洒水车各一辆；拟接管经七路垃圾中转站。

2) 办公室加强内部管理，对公司各部门劳动纪律及业绩的监督考核；负责仓库、汽车等事项的综合管理；组织经理办公会及班组长会议，每月进行工作总结并制定下月工作计划；安排监管科每天考核各部门工作；进一步加强物资采购、仓库管理、用油管理，材料进出必须有领导签字；油票由办公室统一开具经总经理签字后方可加油，并由办公室安排专人随同；汽车维修及购买配件由专人负责，办公室统一安排。

3) 绿化队实行承包责任制，分管经理签订承包责任合同，负责绿化队内部所有事务。在确保完成开发区下达的绿化带养护及保洁任务的同時，积极拓展其他绿化工程业务。

4、开源节流，节约各项经费开支，加强财务审计力度，尤其

是工程审计，提高公司的经济效益。

5、加大物业管理房租、水电费收费力度，确保费用及时回收。

6、改革公司工资分配体制。进一步提高临聘人员工资待遇以及改革驾驶员工资制度，宗旨是使多劳者多得、少劳者少得、不劳者不得，尽可能使工资分配趋于合理化。

7、加强安全生产管理，进行安全知识培训，包括保安职责教育、消防知识培训、车辆行驶安全教育等，特别是行车安全管理，通过每周进行一次安全思想教育，强化驾驶员的安全意识。确保20xx年全年无安全责任事故。

8、严格执行奖惩制度，细化奖惩条例。做到奖优罚劣，使人人有压力，人人有动力。

20xx年下半年，我们将以振兴徐州老工业基地为契机，参与推进开发区二次创业，以秦及各级领导的关心支持为动力，齐心协力，共谋发展，争取超额完成全年经济目标任务。

经营预算岗位概述 生产经营工作计划篇三

从踏上三尺讲台那天起，屈指算来，已有12个春秋。12年里，李菁老师在学校老前辈们的帮助，校领导的指导呵护，以及孩子们的满腔热情下，在班主任这个平凡却又艰巨的岗位上也足足干了12年。

他们班的每一位学生，都有一本厚厚的学生成长档案袋。档案袋里分为：自我介绍、我的奋斗目标、我的学习之旅、佳作园、丰富多彩的班队活动、荣誉栏、个性特长储蓄卡、回眸等八个板块。通过学生成长档案袋的建立，不但使生生之间、师生之间有了更多更深的了解，而且学生们在建立档案袋的过程中学会了评价，更重要的是学生自主意识及自信心都有所增强。

学期初，学生自己确定发展目标（评价表）、期中期末进行自评和互评，期末作出文字评价，加上班主任及任课老师在此基础上的评价和家长的话，改变了过去某一位老师主观臆断的现象。例如：她班有一位学生在“回眸”的学生的话中写道：“这学期她一无所获，两手空空，她自己觉得很自卑”。当一个孩子找不到自己的优点时，这是一件多么可怕的事情呀！因此，针对这点，李菁和一位任课老师分别写下了这样的话：读了你的小结，老师感到很心酸，这学期你就没有一点收获吗？不，有的。还记得你作为她班的广播操小能手参加校的广播操比赛的那一刻吗？还记得通过自己的努力曾使你父亲都不敢相信的漂亮的作业本吗？老师知道，其实你心底里也希望自己能成为一个成绩名列前茅的学生，但你能体会到这样一句话吗？成功等于九分努力加一分聪明。只要你真正的刻苦学习，比别人多花一点点时间，相信你一定会在下学期硕果累累的。任课老师写道：看着你有板有眼的做着广播操，说心里话，老师很喜欢你。她校的广播操获区优秀奖，有你的一份功劳，在这里，老师要谢谢你。希望在今后的岁月里更上一层楼。在学生成长档案袋的使用与评价的过程中，帮助学生发现了自己的长处，找到了自己的不足，制定了自她努力的方向，更重要的是使学生确立了自信心，这对学生今后健康发展意义重大。第二学期，该生不但毛遂自荐担任体育课代表，而且学习成绩也稳步提高。

1、班委的“招兵买马”

为了让更多的同学参与到班级建设和班级管理中来，也为了让同学有施展自己才能的舞台。因此李菁老师把五个中队委改为五个部门，分别是：学习探究部、劳动环保部、体育健身部、文娱活动部、宣传组织部。五位中队委就是此部门的部长，由他们自己进行公开，公平的人才招聘。每个部门可以招聘三名干事。同时她也公开招聘一位班主任助理。

五个部门除了负责相关的常规工作外，还必须设计组织一次和自己部门有关的活动。期末进行星级部门的评选。

2、用自己的魅力组建特色小队

小队长通过向大家进行介绍自己的小队的特色，来吸引同学们加入自己的小队。

3、定时定点召开班干部会议

通过这些改革措施的落实，同学们的自主意识得到了充分的发挥，在一支“快乐、民主、自立”的班委的带动下，形成了积极向上、乐观进取的班风。

自从调入上海市教课院实验小学，李菁就一直教住宿班。让孩子选择住宿的家长通常都是出于以下几种原因：有的是家里管不住，让老师来管；有的是家长忙，没空管；也有的是父母离异，没人管；当然也不乏想通过集体生活培养孩子的独立生活的能力。无论家长是出于哪种原因让孩子来校住宿，她都坚持做到“用她的真心换家长的放心、用她的耐心换家长的称心”。

为了让家长能及时了解孩子在校的情况，她除了做好电访工作外，还结合每周二的晚自习及每周三5点到7点进行家长接待工作，让家长下班后也能找到她了解孩子的情况。虽然住宿班的学生家都住得很远，有的甚至住在嘉定，但她依然坚持利用暑假进行全员家访，平时坚持特事特访。

首先，她积极带领全班同学参加学校组织的每一次教育活动和比赛。如：5·8红十字捐款；校科技节艺术节；烈士陵园扫墓等等。活动前先介绍本次活动的目的，主题、经过；活动后及时小结，使同学们在每参加完一次学校的主题教育活动，思想上都有不同程度的认识和提高。

第三，以节日、纪念日进行中华传统美德教育。如：在今年的“三八”妇女节中，她给同学们布置了一项特殊的作业“给妈妈洗一次脚”，并要把自己的感受及妈妈的反应真实地记

录下来，并请妈妈也写写自己的感受。然后通过一次黑板报进行展示交流。当看到孩子们与家长通过文字在进行心与心的交流时，她的眼眶不禁湿润了。

苏霍姆林斯基曾说过：“有时宽容引起的道德震动比惩罚更强烈。”对此，她深有感触。在一次寒假家访中，李菁得知一位平时学生并不怎么样的学生为了让母亲高兴，把学校发的一项饼干谎称是他考试成绩的优异的奖品。面对孩子母亲灿烂的笑容和孩子那恐慌的眼神，她选择了善意的谎言。而在以后的日子里，她发现她做对了，第二学期一开学，孩子确实有不小的进步，她看在眼里，喜在眉梢。并且这种进步趋势一直保持到毕业。她想：当时，她要是说出事情的真相，孩子除了挨一顿打外，说不定会因此而自卑、甚至会在心里记恨她。她庆幸她选择了另外一种方法，不但获得了他的尊重，更使孩子自己有了进步的信心及动力。

经过自己的努力，李菁老师获得过区、校多次奖项，但是她从不骄傲，在班主任这个平凡的岗位上，刻苦进取，勇于实践，用心经营，以她的爱心谱写着班主任工作爱的乐章，祝愿她在这篇乐土上辛勤耕耘，茁壮成长！

经营预算岗位概述 生产经营工作计划篇四

在认真审视公司经营的优势和劣势、强项和弱项(swot)的基础上，公司发展战略中心对当前行业的竞争形势和趋势作出基本研判，将xx年的经营方针确定为：灵活策略赢市场，扩大规模增实力，加强管理保利润。

经营方针是公司阶段性经营的指导思想；各单位、各部门和各级干部的各项经营、管理活动，包括政策制订、制度设计、日常管理，都必须始终不渝地围绕经营方针展开、贯彻和执行。

二、xx年的经营目标

(一) 核心经营目标

xx年，公司的核心经营目标是：

年度销售收入6500万元，增长率93%，保底销售收入5000万元；年度税后利润780万元，增长率338%，税后利润率12%，资产回报率20%，保底利润360万元。在核心经营目标中，利润是能够反映公司经营质量的唯一指标，也是评价和考核经营团队的“核心之核”。

(二) 销售目标细分

销售目标细分表（计算单位：万元，人民币）

1. 全公司必须以市场为导向，以营销为龙头开展经营和管理活动。公司制订相关政策，鼓励全体员工参与营销工作。
2. 国际贸易中心和中国区营销中心必须整合各项资源，在xx年上半年，采取一切措施，集中精力做好海外客户和国内经销商的开发、签约工作。
3. 海外市场的主攻方向是北美洲和俄罗斯市场，并以“发展中东客户，继续开拓大洋洲及欧洲市场”为目标市场策略。

市场策略需要产品策略和价格策略的强力支撑和支持。

1. 国际贸易中心应调整主打产品，从实木产品向现代产品过渡，以做辅助材料为主(如柜身及门板)。
2. 中国区市场的产品策略按产品系列推进：
 - 1) 针对橱柜产品，应“加强研发、推陈出新、完善细节”，为满足二、三级市场，适度扩充2、2、3系列，必要调整4、5、6系列，少量改进7、8、9系列，增加低价位烤漆系列、中价

位实木系列，新上石英石项目。

2) 针对衣柜产品，推行“整合资源、全新导入、量力扩展、同步推进”的策略，以行业中等价位推广产品。

3) 针对浴柜产品，以“依据需求、适当投入，力推国贸、淡对国内”为策略，以出订单为主，以适度利润为目标。国内市场除非承接大量工程订单，否则，以较少精力投入。

品牌是产品营销的催化剂和拉动力。

1. 国际贸易中心应以“”为主打品牌，以展会、网络等通路为手段，以海外建材商、采购商和经销商为目标大力开展招商活动。

1. 公司新增投资400万元，增加生产设备，扩大生产场地，确保产品生产6500万元和各项营销策略的实现。

2. 生产中心作为二线部门，理应成为国际贸易中心和中国区营销中心的坚强后盾，必须始终围绕客户要求而非生产要求运转，必须按照一线部门的产品策略规划和实际定单需求，组织设计开发、物料采购、产品生产和品质控制等各项生产管理活动。 3. 按时交付合格产品，始终是生产管理的不容置疑的核心任务。生产中心应订立适宜的品质目标，采取适宜的控制措施，以适宜的品质成本，为经营一线准时提供合格产品。

4. 生产成本特别是材料成本的控制，将是考验生产中心各级干部的关键所在，必须列入各级干部的首要议事日程，必须以非常手段克服和消化各类涨价因素，以降低材料采购成本为突破口，以提升生产速度、提升单位时间产量、采用计件计酬方式为基本点，带动人工成本、能耗成本等在内的各项产品成本的降低，使主营业务的材料成本控制在46%以内。

(二) 人力资源保障

1. 加快人才引进：以《□xx年人力配置标准计划》为基础，加快新增人员中的关键职位的引进和流失人力的补充，确保一、二线用人需求；建立人员淘汰和人才储备机制和计划，在xx年6月31日前将应淘汰人员全部淘汰完毕，将储备人才全部引进到位。
2. 加强教育训练：建立培训体系，以素质培训为核心，对公司员工和加盟商进行系统的培训，提升员工和合作伙伴的职业和经营素质。
3. 建立合理的分配体系：建立起对外具有竞争性、对内具有公平性、对员工具有激励性的、包括员工薪资、福利、红利在内的分配体系；并在施行中不断地加以检讨和完善。
4. 建立合理的绩效管理体系：按照“有计划、分步骤、可量化、可持续”的原则，由人力资源总监牵头，以目标管理为基础，建立起工作绩效管理体系，按照分级管理、分层考核的原则□xx年1月1日起，总经理对公司经营团队实施考核；至迟于xx年4月1日起，各中心对中层干部(部门)和基层干部(作业组)施行考核；绩效管理必须与分配体系联动推行，以确保目标管理切实落实。

(三) 综合管理保障

市场竞争特别是出口贸易竞争的加剧，必然在技术壁垒上体现，客户必将更加关注体系认证等技术性措施；公司将xx年定义成为未来3—5年的经营发展奠定基础的“管理基础年”，高效顺畅的管理是公司核心竞争力的一个核心。

1. 由人力资源总监主导，集合内外资源，自xx年3月1日起，公司推展“建构管理体系，增强公司体质”活动，用6个月时间，建立起包括营销管理、生产管理、技术管理、品质管理、

经济管理等在内的顺畅的、高效的管理体系。

管理体系的建构，必须以“理顺脉络、提升效率”为目标，注重先进性与实战性、阶段性与前瞻性的有机结合，为必要时的体系认证打好基础。

2. 按照分权管理的原则，由经营团队成员负责，大力推进管理团队建设、骨干队伍建设、经营目标落实检讨等工作。

(四) 财务资源保障

经营预算岗位概述 生产经营工作计划篇五

一、市场营销、互联互通工作必须把握公司的总体目标和发展战略。

公司划归国资委领导，不仅仅是一个简单的隶属关系的改变，而是中国铁通的第二次创业，第二次崛起，要用3年左右的时间，将中国铁通建成有一定竞争实力、效益比较高、队伍比较硬、形象比较好、有特色的基础运营商，市场营销、互联互通工作，必须瞄准、把握这一未来中国铁通的发展目标和发展战略。

中国铁通一定要走自己的特色之路，即要做到“铁路市场做强；社会市场做优；多种经营做活”。要实现既定的发展目标，必须依靠“改革”“管理”两个轮子一起转，下一步改革的重点是要通过资本运作促进我们体制的改革，促进机制的变化；在管理上，要以战略计划管理为牵引，提升企业的整体管理水平。

二、市场营销必须在总结经验教训的同时，注意提高超前性、主动性和特殊性。

要研究城市未来发展规划，研究区域经济发展的规律，研究

消费群体的心理，市场经营要走在市场的前边，把握主动权；对客户的营销要主动出击，注意协调性；市场营销不可能处处开花、面面俱到，要注意发展的重点和方向。

三、市场经营必须靠体制、机制、建设来支撑。

企业各种机制的建设应有利于市场经营工作，特别是收入分配机制，营销人员的收入要和业绩挂钩。要以“市场引导建设，建设支持市场”为原则，把建设与市场紧紧结合起来，实现铁通公司的快速发展。

四、市场经营必须靠高素质的人才来保证。

随着形势的发展、随着企业的发展、随着电信市场的发展，要求我们必须培养高素质的人才。要以“坚定的信念、高超的水平、熟练的业务、灵活的方法”为培养标准，加大市场营销人员培训工作的力度，不拘一格发掘、使用人才。

经营预算岗位概述 生产经营工作计划篇六

（二）根据市场需要和企业能力，签订各项经济合同，编制企业的年度、季度计划，使业各项生产经营活动和各项工作在企业统一的计划下协调进行。

（三）充分挖掘及合理利用企业的一切人力、物力、财务，不断改善企业的各项技术经指标，以取得最佳的经济效果。

第二条：企业各级部门的主要精力，应放在各种计划的编制、执行、检查和考核上。

第四条：为保证全厂计划工作的正常开展，应加强综合计划机构，提高它在企业中应的地位和作用。各级有计划部门和归口部门也必须根据计划工作的要求配备专职（或兼职）的计划人员。

第五条：企业计划必须认真进行综合平衡，坚持“积极平衡，留有余地”的原则，不缺口，不“打埋伏”。

第六条：企业的各项计划是市场经济计划的基本组成部分，是企业生产经营活动的依据计划一经下达，各级各部门都必须发动职员，采取切实有效的措施，保证计划的实现。

第七条：统计工作是企业的一项基础工作，是监督检查计划执行情况的重要工具，应准确、及时、全面反馈计划执行情况，禁止弄虚作假。

经营预算岗位概述 生产经营工作计划篇七

安排专人负责制定员工培训计划，并组织员工参与各项培训活动，不断提高员工服务技能、技巧以及服务质量，提高工作效率。豆花问答网整理的业务销售经营工作计划资料，提供参考，欢迎参阅。

一、餐厅内部管理方面

- 1、参与制定合理的餐厅年度营业目标，并带领餐厅全体员工积极完成经营指标。
- 2、根据市场情况和不同时期的需要，与厨师长共同商讨并制定餐饮促销计划，并在实施过程中收集客人反馈意见加以改进。
- 3、制定员工岗位职责和服务标准程序，督促、检查餐厅管理人员和员工按服务标准对客服务，不断提高服务质量和工作效率。
- 4、抓好员工队伍建设，掌握员工思想动向，通过对员工进行评估、考核，为优秀员工提供晋升和加薪机会。

- 5、安排专人负责制定员工培训计划，并组织员工参与各项培训活动，不断提高员工服务技能、技巧以及服务质量，提高工作效率。
- 6、至少每月召开一次餐厅全体员工大会，分析、通报餐厅每月营运指标、收支情况，解决目前存在的问题；听取员工对餐厅内部管理和对外销售的意见及建议，让员工广泛参与餐厅的管理工作。
- 7、与厨房密切配合，检查菜品出菜质量，并及时反馈客人意见，改进菜品质量，满足客人需要。
- 8、建立餐厅物资管理制度，加强餐厅食品原料、物品的管理，安排专人负责食品原料、物品的领取和保管，检查前厅及厨房的食品、原料成本是否过高，确保各项成本的转进、转出得到体现，合理利用水、电等资源，减少浪费，降低费用，增加盈利。
- 9、抓好餐厅卫生工作和安全工作，安排专人负责检查餐厅清洁卫生，定人定期清洁整理餐厅各个区域，为客人提供舒适、优质的用餐环境。

二、营销方面

- 1、利用各种媒体渠道广为宣传，增加餐厅在本地的知名度，并锁定目标客户群，加大对目标客户群的宣传力度。
- 2、建立常客联系档案，与客人建立良好的关系，并通过面谈、电话访问等形式征求客人意见，处理客人投诉，销售餐厅产品。
- 3、牢牢抓住小六汤包的企业餐饮文化，从餐厅的装修装饰风格 and 高质量餐品出品，以及热情温馨的服务，程度的展现这种小六汤包的文化主题和内涵，抓住了这一卖点，将使餐厅

具有无限的生命力。

三、经营战略

1、经营项目：我们要在避其锋芒的同时，发扬自己的特点，产品上不要以品种数量取胜，要集中力量，把“小六汤包”这一本餐厅的招牌产品做精做好，拳头攥紧了打出去才有力量。

2、产品在保持以汤包为主，弘扬陕西特色饮食的基础上，辅之精致凉菜、家常热菜、特制蒸碗，注重科学饮食、合理搭配，真正做到踏踏实实为百姓服务。

3、从长远来看，继续开分店，实行多店经营，是我们努力的目标。

今后的工作中，我将始终坚持“品质优良、价格低廉、环境舒适、服务周到”的经营理念精益求精，并以此计划为基础，很据餐厅的具体运营状况和产生的问题，不断改进。

一、确定周计划的时间。

是从周一到周日，还是从周六到周五，这要根据公司是如何进行考核与管理的；在每一天中包括白天与夜晚，尤其是周一至周五，周六、周日的时间要单独制定。

二、周计划的内容。

周计划的内容应包括工作、学习、与生活三大部分，尤其是生活中的家庭、聚会、旅游等都要安排进去，特别是周六与周日是如何利用的，当然这部分是个人所掌握的。

三、按事情的大小、重要性进行排列。

一定要分清主次，同时对完成的工作可分为自己独立完成、

需配合完成、别人完成等不同的类别，必须完成的一定要完成，一定要有工作台帐或工作任务清单。

四、按每天进行排列。

也就是要将这些事情安排到这7天中去7天的时间很短，一过周三，一周很快就结束，所以每天都要有一个日计划，要有日工作清单，这样与周计划可以相结合。

五、特别时间安排。

其实作为领导的大部分时间是安排及沟通，尤其是对上与对下都要及时地沟通，只有去沟通才能解决问题，问题的积压与不理解都是沟通不到位的问题。

六、周计划的检查。

每周三下午或周四上午一定要再检查一遍，看是否完成以及完成的怎么样？如果完成不好，那么就要采取措施，决定周六、周日是否加班，周计划是必须要保证完成的。

七、周计划的奖一般对周计划没有奖罚。

因为没有考核，所以应该对周计划制定相应的奖罚措施，一是对完成好者要奖，二是完成不好者要罚，并与月考核进行挂钩相连，并进行总结□

八、周计划的开会汇报不要超过1个小时，在会上不要对具体问题展开讨论，会后再专题讨论解决。

周会一般是互相交流与碰头，领导将各部门的事情、工作清单再安排理顺一遍，并结合月计划强调重点及问题的解决，所以会议不能太长。开会的时间大多在周五下午、周六或周一上午，不论什么时间，如何有利于工作的强力推进都是可

以的。

九、注意避免周计划制定时的问题。

- 1、抓不住重点与必须要完成的工作。
- 2、分工不清不知道谁来完成。
- 3、数字目标不清晰。
- 4、走过场，在一起说说而已，或者报上去没有检查。
- 5、与月计划中的周计划没有很好地结合。
- 6、工作任务量过大，根本就完不成，造成周计划经常落空。
- 7、部门经理是要最清楚一周每天的工作，而且每一个员工也要清楚每天都需干什么，同时部门经理也要有效管理好自己的主管领导，请求支持与配合的工作。
- 8、对事情的处理要能够统筹，不能就事论事，往往可能会有一些副作用的伴生，要统筹解决好。

一、食品推广

- 1、第一季度：佳节欢乐宴。建议一月份以早茶为卖点；二月份以年夜饭为卖点；三月份以私房菜为卖点。
- 2、第二季度：建议四月份以清明祭祖推出“金猪祭祖”、“鹅肉飘香”专题外卖活动；五月份以“瓜果飘香入菜来”健康菜肴推介；六月份推出“清凉一夏”活动月。
- 3、第三季度：建议七、八月份开展“十二星座美味手札”，根据十二星座的性格特点推出不同款式菜肴；九月份推出“澜亭”团圆月赏月活动。

4、第四季度：建议十月份推出“蚝”情万丈生蚝美食月活动、无“蟹”可击美食月活动；十一月份推出冬日进补炖汤系列、“烤烤你——一种热辣辣的迷香”炭烧美食节；十二月份推出“婺菜也spa”系列美食菜肴、“澜亭十大招牌菜”年度盛宴活动。

二、队伍建设

1、完善劳动用工制度、培训制度、提高员工整体素质

(1)严格劳动用工制度，餐饮部招聘新员工符合条件的择优录取，保证招工的质量。同时上级领导深入员工之间挖掘人才、不断充实队伍。通过现有员工介绍的方式招收有从业经验的服务人员。

(2)完善培训制度，为了使培训收到预期的效果，餐饮部管理人员首先明确了培训要具有“目的性”、“实用性”、“时间性”的指导思想。其次成立培训小组，再三是制定培训方案，采取理论与实际相结合、以老带新的方式分期分批进行培训。例如，每月一次管理培训、安全卫生培训；每周二次促销培训、服务知识、服务技能培训等。再四，定期进行考核，全年开展“推销手册”、“服务知识、技能”、“咨客服务规范”、“酒店管理知识”、“出品质量”、“促销业务知识”、“英语50句”、“礼貌用语”、“安全卫生知识”等培训。

(3)规范菜品试菜制度，为更好的推广我店餐饮产品，对推出的产品由厨师长定期做专项培训。

2、规范管理完善制度

(1)健全管理机构由餐饮部领导、分部门组成的质量管理小组。小组既分工又协作，由上而下层层落实管理制度，实行对管理效益有奖有罚，提高管理人员的整体素质，使管理工作较顺利进行。

(2)完善餐饮部的会议制度。会议包括年终总结会、季度总结会、每月经营分析会、每周例会、每日检讨会、班前班后会、财务监督稽查会、卫生安全检查汇报会等，确保上级指令得到及时落实执行。

(3)建立出品估清供应监督制度。为了限度降底估清品种，协调各分部门做好出品供应工作。每天早、午、晚市检查出品供应估清情况，对当市估清的品种设专簿记录，同时到有关分部门核实查证。并要求管理人员签名，以分清责任。

(4)加强协调关系。酒店分工细环节多，一项工作的完成有赖于各部门之间的协调合作。

(5)提高综合接待能力。全面抓好服务规范、出品质量、使接待能力提高。在做好各类社团宴会、酒会、喜宴、自助餐、会议餐接待的同时，还做好高级领导和各大公司、酒店的各种类型宴会接订。

3、队伍的稳定：针对餐饮服务人员流动性较大的现状，为稳定酒店餐饮服务，建议我部将稳定队伍的工作作为__年工作重点。

(1)完善部门工作流程，降低员工工作强度，杜绝重复工作现象。

(2)健全奖罚制度，对有培养前途的员工给予宽松的发展空间和晋升机会，使员工产生对酒店的归属感。

(3)加强员工培训使其在店期间学习到相关从业知识。

三、开拓经营、发展增收渠道、扩大营业收入

随着餐饮业竞争的日益激烈，定期的市场调查、经营分析，准确的市场定位，才能使我们的产品保持长久的市场占有率。

- 1、与当地婚庆公司合作，签署互惠促销协议，开拓我店婚宴信息来源发展增收渠道。
- 2、切实落实好每月美食推广活动，通过系列经营活动，提高了知名度，取得良好的经济效益和社会效益。
- 3、开展联营活动，餐饮部与客房部等相互配合，共同促进经营。
- 4、全员公关，争取更多的回头客。对员工灌输公关意识和知识，销售部人员在旺场时充实到楼面与顾客沟通、点菜，以不同的形式征求他们的宝贵意见。逢节假日、客户生日向关系户电话问候。同时专人负责客户资料的征集及补充，并于日常例会期间及时沟通。
- 5、作好重要假期餐饮促销工作。
- 6、履行好定期市场巡查工作，对竞争对手的动态及时关注。

四、增强员工效益意识，加强成本控制

强调成本控制、节约费用的重要性，增强员工的效益意识，并要求员工付之行动。同时完善有关制度，明确责任，依据制度加强控制。完善《费用开支规定》、《原材料收、付、存制度》、《堵塞漏洞制度》、《原材料合理使用制度》、《办公用品领用制度》、《物品申购制度》等。

一、营造和谐氛围，打造学习团队；严管重教，少训多教。

管理工作不是单纯的照章办事，要以理服人，以德服人。“管”靠制度，“理”靠感染。员工犯错误，不能一味去批评、指责、处罚。重要的是对其进行教育，让他们反省自己的错误在哪里。及时进行改正，同样的错误下次一定不能重犯；多组织各类文体活动和培训课程，玩就玩个痛快，学

就学个认真、踏实。在丰富员工文化生活的同时又能补充到知识能源，永葆企业活力。

二、以销售维系为根本，婚宴市场是先锋。

首先，我们自己的思路要清晰，知道我们的顾客群，明白我们的服务对象，制定我们自己的服务模式，知道我们的顾客最重要的要求，恰到好处的进行销售与维系，用心去感受，真诚去体验。

其次是我们要让宴席接待成为我们的先锋官，系统全面的做好各项细节服务工作，带动我们的中餐零点稳中攀升，并且要让我们的婚礼策划人及司仪到全国各地去参加有关婚庆知识的学习与培训，使我们永发家园的婚礼做到，不拘一格。让每对新人都在草原兴发留下美好回忆，以此带动身边的亲朋好友，把平时的家庭聚餐、同事聚会、生小孩、过生日、过寿等宴请都来我们永发家园，并且能享受到家的感觉。

三、五常管理为标准，持之以恒是关键。

五常在我们的企业相对来说提的还是比较早的，但运用的如何、实施的如何，我觉得它与我们的执行力有直接的关系，我们的员工对此意识可能不强，但我们的管理人员必须有灌输、倡导、示范、检查、监督的意识，并对此有深刻的认识与体会，把它作为一项管理工具运用到工作中去，并与大家共同研讨此方法的好处，与以前的工作相比较，他们的思想就会慢慢改变，使员工形成自觉、主动的质量意识和规范意识，提高工作效率，提高服务质量。

四、培训学习不放松。

在工作中我们每个人都需要新的能量补充，企业因员工的努力而发展，员工因企业的成长而进步。我们永发家园倾力为员工创造学习机会与氛围，大力支持、帮助、督促员工不断

学习，成长进步。利用装修停业时间，为员工量身定做培训方案，使每一位员工都有新的知识补充，新的活力和新的激情，为我们企业发展做出努力，为我们自己的职业道路奠下坚实的基础。

五、安全时刻记，节约要认真。

安全是经营的基础，是我们工作的前提，每周四是我们的安全检查日，每餐的餐前、餐中、餐后检查一定要认真执行，水、电、液化气、企业财产等检查一定要落到实处，为企业承诺一份安全保障，把所有的易耗品归类、量化，并认真妥善保管，坚决抵制长流水、长明灯、物品浪费，职工餐浪费现象。

六、硬件维护保养不落下。

设施设备的维护与保养工作我们要养成良好的习惯，天天检查，及时报修，及时进行解决，让顾客每到一处感受到空气的清新、玻璃、餐具洁净明亮，花草充满生机，辅助设施整齐干净，给顾客留下优雅、温馨、惬意的美好印象。

在20__年的工作中，我们一定要按照工作计划严格认真执行每一项工作，把创新经营、创新管理、创新服务、创新出品，作为我们永恒的工作主题，让我们携手共进，再接再厉，再创新的辉煌！

专家点评及温馨提示：

2、年度工作计划，首先要让所有的员工清晰一年的工作重点，工作任务和工作内容，最重要的方向，一定要让我们所有的员工在新的一年里，有一个明确的方向！

4、年度工作计划需要查阅大量以前的工作数据，同时集合当前的形式和发展要求，结合所有年度的节日来进行制定，必

须要结合实际，不然会空洞让人无法明了。

5、此资料还可用来作为各部门工作计划制定前的培训资料。

餐饮部是整个会所营业面积，顾客停留时间最长，投诉高发区域。为了方便部门管理，激发员工热情，增强客户归属感，树立部门发展的方向，特作20__年工作计划，请领导给予帮助和指点。

一、卫生

众所周知，所有服务业中卫生是决定客流量多少的重要条件之一，清洁干净整齐有品位的环境会让我们的顾客有更好的消费体验。所以，为了给顾客和自己创造更好的消费和工作环境，我们必须有一个切实可行的办法，并且绝不徇私，公正严谨的去执行。那就是《餐饮部卫生标准》，我们会分区域及岗位细化的写出每一块卫生区域的标准，每班交接，每周清扫，每天检查，随时监督。

二、服务

服务的概念是相对的，好与不好最终由受众群体来衡量，那么，我们该怎么确定如何对待我们尊贵的客户呢？其实有一句话说得好“刚开始时面对面，最重要是心贴心”，我们相信机械式的，千篇一律的服务已经没有了竞争力，应用企业的文化做出自己特色的服务手段才是我们的出路，本年度在服务培训中我们要落实《服务流程》，《服务标准》，《细节服务》，《顾客分类需求》。以循序渐进的办法坚持培训，理论实操相结合，从员工中选出合适的管理员接班人。逐渐强大团队，为下一年的旺季打好基础，让顾客满意打造公司良好的口碑。

三、安全

我们是餐饮行业，顾客进店时冲着我们提供的服务来的。如果连最基本的安全都有问题，那么，后果绝对是不容乐观的。人身安全，财物安全，食品安全，隐私安全，环境安全等都是日常管理中不能忽视的存在，如何保障及发现安全问题尤为重要。一切潜在的安全问题都是我们需要去探查和解决，我们会结合店内实际情况，完善预案，制作成册，逐一排查。并根据风险的高低同餐饮部所有人员一同学习落实。也希望公司在这项给予大力支持。

四、人员

员工是企业的根本，所以对员工的培养，帮助就显得尤为重要。在本年度，我们将以公司制度为前提，奖罚分明，一视同仁。以人情化管理为辅，关注员工在工作和生活中遇到的难题，并给与最贴心的鼓励和帮助，让员工觉得受重视，有价值。满意的员工带来满意的顾客，满意的顾客带来满意的企业，满意的企业成就优秀的员工。让我们一起关爱员工，关爱顾客，关心和关爱所有帮助我们成长的人。

五、销售

酒香也怕巷子深，我们不能坐等顾客上门，所以，整合部门资源，主动销售时很有必要的，这也是我们工作中主动服务的内容，好的东西要让大家来分享，我们会把公司除净桑外的服务项目添加到服务流程里，在二次服务时捆绑二次销售。其次，申请销售人员对我们进行销售技能和话术的培训。

六、成本

不管赚多少，如果开支比收入大，那么我们永远都在亏本。我们会查清楚固定资产数量及状态，每月清点易耗品的使用状况，水果按照在场人数按量申购，确保不浪费，不积压。水电合理调配，按需开关，尽量留住公司培训出来的员工，不增加人事成本。在不影响对客服务的前提下，根据财务数

据及要求，做好配合工作。

一、销售访问

服务流程 工 作 步 骤

1、基本要求

2、访前准备（1）

□2□

销售访问原则上必须穿职业装，端庄清洁、大方得体；

□3□

销售访问必须携带品；

价格资料（保密），客户公司信息资料，酒店宣传资料若干份，酒店新闻报道集、酒店图片册、记录本、名片、计算器、便用签、信封等。

□4□

销售访问时必须遵守外事记录，处处体现酒店形象；

□5□

销售访问一般应事先做好预约；

□6□

一个公司的销售访问一般以半小时为宜；

□7□

会谈中应不时将会谈要点做好记录；

□8□

访问结束后，及时填写销售访问报告。

□1□

3、走访客户他客户一无所知就盲目上门拜访；

□2□

做好计划：根据现有客户和新客户的重要程度做好销售访问计划；

□3□

□4□

确认见面时间、地点；

□5□

准备洽谈提纲（问题、推销内容、推销方式）。

□1□

事先做好预约；

□2□

□3□

□4□

如是老客户，或有过哪怕一次预订的客户，首先应表示感谢；

□5□

□6□

4、记录

5、跟踪落实

6、拜访技巧如有投诉、即表歉意，做好记录，保证跟进；

□7□

□8□

我方应简短明了把谈话时间限制在半小时之内，除非对方确有兴趣再谈。

返店后，记录所谈内容及下次拜访时间、计划和重点（1）

如有预订，立即处理；

□2□

如有投诉，返回后按程序上报，并把结果通报对方；

□3□

如有可能的预订，记录在日历表上，并在预订之前适当时间联络跟催；

□1□

充分准备：支支吾吾、无目标者绝对不能说服对方购买你的酒店产品；

□2□

酒店说明：带去酒店说明让客人拿在手中；

□3□

新闻宝岛：带上有关酒店的新闻报道，它会使拜访更有说服力；

□4□

□5□

客户名单：用高品质的纸张打印一张主要客户的名单，以显示酒店的实力；

□6□

客户感谢：准备一些客人的感谢信，以显示酒店的优质服务；

□7□

长期关系：强调希望建立长期合作的关系，不要急于销售；

□8□

互惠互利：我们不是“推销”而是“互惠互利”，为客户提供更多的选择。

二、开发新客户

服务程序

工作步骤

1、访前准备

□1□

掌握分工负责区域内目标客户分布情况；

□2□

对选择的目标公司进行充分的调查、手机资料；

□3□

确认有潜力的客户；

□4□

对手分析：这家公司现在主要与哪家酒店往来，为什么？（5）

制定进攻的策略：用什么销售策略来争取该客户；

□6□

拟定拜访要点；

□7□

准备好拜访所需用品

2、走访客户

□1□

带上所有必需品。（见销售访问）；

□2□

明确谈话的重点，如自己酒店长处、争取得重点等；

□3□

寻找对方的特点希望和要求；

□4□

提出酒店可以满足上述需求的方案；

□5□

解答对方提出方案的疑虑或提问；

□6□

克服困难，提出交易条件：使用客房数及优惠；

□7□

如不成功，表示感谢，留着下次再来的理由。

3、记录 填写《销售访问报告》，详细记录所谈内容，并拟定下次拜访时间、重点。

三、电话销售

服务流程 工作 步骤

1、做好准备

- (1) 制定电话销售计划；
- (2) 了解、熟知本酒店产品和客户情况。

2、电话推销

- (1) 主动问好；
- (2) 主动介绍自己姓名，酒店名称，想与谁通话；
- (3) 开门见山设法找到要找的人，触及话题；
- (5) 认真倾听注意对方的放映，并有意识的提问；
- (7) 语言措词上，用比较通用、对方熟悉的词汇。

3、接听客人问询

- (1) 在电话铃响三声内接听电话；
(手边拿好笔和记录用纸)；
- (2) 主动问好，讲明自己身份；
- (3) 语气平和，语调轻松，用词得当；
- (4) 抓住中心，解答详尽，主动推销，掌握分寸，适可而止，切忌强卖；
- (5) 做好要点笔录；

(6) 如客户有意预订，立即敲定，达成口头协议，或安排约会时间地点；

(7) 确认客人的话已经说完，感谢客人并待客人放下电话再挂电话，切忌催促客人结束电话。

4、确认跟踪

(1) 记录电话销售情况；

(2) 如客户有意预订，迅速给对方发出书面确定书；

(3) 资料归档；

(4) 知会销售部经理 销售助理工作总结

【网络综合-销售助理的工作总结怎么写】

作为一名销售助理，销售助理的工作总结怎么写？请下下文阐述及范例。

客户档案管理是销售管理中的重点，销售管理的很多工作都可以通过客户档案管理来实现。比如客户维护、业务员管理等。然而有不少的公司在实际工作中，并没有充分的发挥客户档案的功能，一方面源于他们对客户档案的重要性认识不足重视不够，另一方面是因为他们缺乏一套有效的管理方法。所以在他们那里，客户档案只是一种客户信息记录了，其功能最大限度的也仅只是为了备查之用。

在这里我要给大家介绍一种叫动态客户管理的方法。动态客户档案管理是围绕客户档案建设，不断的对其中客户信息进行更新，修改，以及基于它进行的销售目标制定，客户维护，业务员行为管理，业绩考核，销售指导等工作的一种管理概念。所以从某种意义上讲，动态客户档案管理更是一种观念。

现在我就从动态客户档案的设计及使用一一阐述，希望能为各位朋友提供一些参考。

一、动态客户档案设计

每个公司都会设计一份客户档案表，但是有不少的公司在他们看来，客户档案只是客户信息的备忘本。所以栏目设置得越多越好。基于这种思想，他们设计出来的客户档案就非常详细，有很多甚至把客户的一些不着边际的信息都设计进去了。然而这种设计就不可能支持后面的管理工作了。因为，第一信息太多太杂很不利于操作。我们经常看到不少的业务员的客户档案上其实是一片空白。其次这样设计出来的客户档案一定篇幅很大，往往是一大张表格。所以不便于保存管理。

动态客户档案设计强调客户档案是为销售实践服务的。业务员在拜访客户前是必须要事先翻查客户的相关信息，以便为拜访时提供话题等方面的支持。同时业务员在结束拜访以后需要对本次拜访进行简单的备忘记录。这些必须记在业务员所持有的客户档案上，以便为下一次拜访提供备忘，同时也为自己合理分配拜访时间频率提供依据。考虑到以上因素，所以业务员所持有的客户档案必须是篇幅短小，便于携带。如果设计成卡片最好。其次业务员所持有档案卡必须留有每次拜访纪要的记录空间，所以业务员持有的客户档案表更趋于反映拜访过程。

同时，销售部也必须配套设计一份客户档案。这份档案主要是用于制定销售工作计划任务，进行客户维护和销售控制等。所以越详细越好，对篇幅要求不高，只要便于存放翻查即可。另外这份表格必须反映客户的订购记录，以便进行客户购买习惯及重复购买方面的分析。所以销售部保存的这份档案表更趋于反映拜访结果。

这样，两分表格一大一小，一份反映拜访过程，一份反映拜

访结果。这种设计就为以后的相关销售管理工作提供了支持。现在很多企业都实现了信息化，这又大大的简化了工作量。

二、动态客户档案的填制

1、客户档案的编号应体现一种规律性，从编号上就应该能够立刻反映一些初步客户信息如性别、地域或级别等，另外要求档案要按一固定的标准归类，如地域、级别、性别等。同时在封面上写有目录备查。

2、对客户档案的资料更新，修改等明确规定。一般来说，需要专门制订相应的管理制度。在每次业务员回公司参加例会期间统一安排更新。经理应对整个过程实行监督控制。对于业务员填满须更换的老档案卡及时回收，分析，并附在档案表上。

三、基于客户档案进行的销售管理

1、制定销

销售工作才能越做越好。

动态客户档案管理是一种观念，在此我只能粗放式的进行略述，但我希望能起到抛砖引玉的作用，希望能与各位交流。

业务销售中层职员工作计划

销售经营承诺书范文

业务销售工作汇报

业务工作计划

业务工作计划

经营预算岗位概述 生产经营工作计划篇八

通过已建立的居民健康档案，掌握所建档案居民患重性精神疾病人员情况，在专业机构指导下对在家居住的重性精神疾病患者进行治疗随访和康复指导。

(一)对所有的重性精神疾病人员建立电子化管理信息档案。

(二)对重性精神疾病患者进行登记和管理，在专业机构指导下对在家居住的重性精神疾病患者进行定期随访和治疗。

(三)在专业机构指导下对在家居住的重性精神疾病患者进行康复指导，接受康复服务指导的重性精神疾病患者100%。

(四)开展以倡导体质健康、心理健全为核心内容的居民健康生活方式的健康教育活动，提高居民心理健康知识和精神疾病预防知识知晓率。

(一)工作范围

在有专业指导下社区已建立电子居民健康档案的人群。

中开展工作。逐步扩展至全办事处所有居民。

(二)工作内容

1、建立和完善当地重性精神疾病管理治疗队伍，负责管理治疗工作的指导检查、重性精神疾病的评估、管理治疗、随访、管理和相关资料收集整理。

2、建立重性精神疾病患者档案。依据已建立的居民健康档案，对有重性精神疾病的患者进行登记，并由精神科医生诊断复核和进行危险性评估。

3、提高相关人员的专业能力。对相关人员开展对在家居住的重性精神疾病患者社区管理知识和技术的培训，规范重性精神疾病的诊断和治疗标准，提高追踪随访重点病人的能力。

4、定期随访。在专业机构的指导下，对在家居住的重性精神疾病患者至少每季度随访1次，每次随访要询问病情、了解治疗情况，对用药、康复等进行健康指导；每季度对管理的患者进行1次评估。对患者的全年随访及管理率需达到100%，提供健康行为指导的比率达到100%。

5、开展宣传和健康教育。开展重性精神疾病管理治疗工作重要意义的宣传：加强精神疾病防治的健康教育促进居民对此项工作理解、支持和配合；通过大众化的信息手段，开展多种形式的精神卫生知识健康教育，倡导体质健康、心理健全的生活方式。

参考中央补助地方公共卫生专项重性精神疾病管理治疗项目申报对患者的登记、随访、治疗等方法 and 标准开展工作。

自20xx年起，依据建立居民健康档案工作的开展情况和专业机构条件情况，逐步完善相关工作，覆盖全乡100%的重性精神疾病患者。

按照已建立的居民健康档案申重性精神疾病患者数，对管理治疗率、随访率等相关指标进行评估考核。

孟石岭卫生院

20xx年x月x日