

新团队工作计划(模板9篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

新团队工作计划篇一

延安文化产业投资公司作为一家处于高速发展期的企业，现有人才的缺口及后备人才的储备问题是迫不及待的。我司目前的营销部门正处于新老交替、逐步成熟和完善的阶段，作为新老员工各自肩负着不同的责任和使命：即老员工应该及时地总结和归纳自己的工作经验；与公司其他同事及领导充分沟通；完善和框架化自身的知识与技术能力以期能整理出一套行之有效的、可复制的和规范化的工作方法作为公司营销团队成长和发展的基础。而新员工则应该端正心态、虚心学习、以与公司共同成长为目标、恪守职业操守、踏实工作，以期快速进入工作状态，逐步成为公司销售的中坚力量。

本计划将完整地阐述对于我司新员工培训的思路与实施办法，欢迎补充。

- 1、使新员工了解公司的企业文化及业务内容
- 2、使新员工明确我司销售岗位的职责及职业操守
- 3、培养新员工正确的工作态度及方法
- 4、帮助新员工快速投入工作
- 5、贯彻公司的销售政策及团队建设方针

- 1、行业概况、企业文化、公司概况及业务范围培训

为新员工介绍我司所处之营销行业的发展现状；我司目前的市场地位及发展历程；我司的企业文化及组织结构；我司主营业务介绍；我司未来的发展战略和展望。

2、我司销售人员的工作职责及工作方法培训

我司销售团队目前的结构、人数、各职位的职能与职责；公司其他相关部门简介；业务流程培训；日常工作内容介绍；公司相关规章制度培训；工作方法培训。

3、经验传授与案例分析

4、实际操作培训

由资深销售带新员工进行电话邀约、客户面谈、方案制作、合同撰写等实际操作练习，由资深销售记录过程及进行评估。

5、新员工绩效考核

制定专门针对新员工的绩效考核标准以达激励之目的。制定专门针对新员工的工作制度以帮助新员工规范而快速地进入状态。

四、新员工培训计划的执行方案

1、第一天上午进行内容（1）的培训，时间约为10：00至11:00。并于上午尽量完成新员工的入职手续。

2、第一天下午进行内容（2）的培训，时间约为13:00至14:30。要求新员工工作必要的记录，讲师负责检查并提改进意见。

3、第二天上午进行内容（3）第一部分（除各种演练外）的培训，时间约为10:00至12:00。

该培训应以实用性、互动性为主，气氛务求轻松热烈，充分展现讲师的销售能力及个人魅力，这一点至关重要，藉此可大大提升新员工对我司及其工作的认同度与热情。

4、第二天下午进行内容（3）第二部分（演练）培训，时间约为14:30至16:30。此次培训的主要内容是复习之前的知识并借由演练检验新员工的掌握程度，讲师在演练过程中必须给与正确的意见和建议，纠正新员工的种种误解与错误。此次培训的互动比例应占到70%以上，是以新员工表达为主，讲师纠正鼓励为辅。

5、第三天上午最后由公司领导结训。时间约为11:00至12:00。内容主要是总结此次培训的成果、指出新员工的长处及不足、对新员工未来的工作作出展望与要求。

6、由第三天下午开始新员工正式开始上岗熟悉工作。

新团队工作计划篇二

良好的销售团队和销售策略是企业生存和发展的基础。销售团队作为企业核心团队之一，是现代企业生存的命脉。只有对其进行系统、客观、公正的绩效评价，才可能发现问题，从而有效地提升团队与组织绩效，实现销售团队与企业的共赢。

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

- 1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。
- 2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。
- 3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。
- 4、在市场操作层面，体现“两高一差”，即要坚持“运作差异化，高价位、高促销”的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

- 1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。

- 2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

- 3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。

比如，李经理根据企业方便面产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)□b(平价、微利上量产品)□c(低价：战略性炮灰产品)=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

- 1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大

的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行“一套价格体系，两种返利模式”，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源。

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划。

比如□20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

一、健全和完善规章制度，从企业的“典章”、条例这些“母法”，到营销管理制度这些“子法”，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员“三个一”日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

二、强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

三、严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目

地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的“铁血团队”。

李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源“好钢用在刀刃上”，以求企业的资金利用率达到最大化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

- 1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。
- 2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。
- 3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。
- 4、吹响了“铁鹰”团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，

确定了“铁鹰”打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

新团队工作计划篇三

一、带领本公司共同努力超额完成公司下达的各项任务。

二、加强基础管理，强化量化考核指标。

1、对各项工作均事先予以量化，奖罚分明，使一切均有章可循，有章可查，分季度考核结合年终考核，业绩的好坏直接与奖金挂钩，做到奖罚分明。

2、坚决杜绝老好人思想，加大跟踪力度，强化监督职能，及时记录，适时引导，定期检查，避免一阵风。做到善始善终，杜绝*蛇尾现象发生。

三、对各项工作分工明确，各区域市场挂牌承包。

1、改变少数人硬性分派的做法，使员工共同参与制定相应的实施方案，择优选用。

2、明确各自的责、权、利，定期考核与年终考核相结合，并与同期收入、年终奖金相结合，对成绩优异者给予奖励，不能按计划完成的与同比例的收入，每下降一个百分点，减少同期收入。

四、建立市场网络，规范客户管理，加大市场开发力度。

1、理顺整顿治理现有资源，对客户、市场按升值潜力分为a□b□c三类市场，对潜力大、上升强劲的市场予以重点开发、维护、宣传。

2、对一些需更换客户的网络先培养其他替换客户，经一段时

间的扶持，不与公司发展相匹配的客户，则予以更换。

3、除传统的农资、供销、农业局的网络开发、维护外，同时重点开发粮油、邮政等农化网络。

4、强化驻点服务开发工作，依据市场情况分设一个办事处，强化市场的开发服务功能。

5、网络的建设要以终端建设为基础，掌握市场已有资源，促使市场占有率提升。

6、春节前应重点对鲁西北市场的开发与推广，改变公司春季淡的被动局面。

7、对市场各级客户均分类建档，并定期跟踪监督，及时调整，增加回访客户频率，增加相互了解，解决实际困难，增加客户忠诚度。

五、强化沟通机制，加速市场信息的收集与转化。

1、收集真实的市场信息，建立档案制度，重点对各区域的种植结构、用肥习惯及其他品牌的优势、宣传方案等对比找出差距，找出如何整改的信息方案。

2、制订定期的沟通机制，并建立有效的奖罚制度。

3、多与终端客户联系，了解一线资料。

六、加强学习，搞好团队建设。

1、除主动参与公司的各种培训外，重点要加强事后的总结与运用。

2、每次出发人员回来，要及时召集相关内部人员共同分享市场成功经验，分析总结遇到的疑难问题，共同探讨，相互促

进，共同进步。

3、主动与业务人员沟通交流，变听汇报式交流为主动谈话式交流，对发现问题应及时解决，从中发现人员的长处与缺点，以便合理安排工作，为其搭建合理的舞台，充分发挥个人的才能，加强团队的凝聚力。

七、强化服务认识，提高服务质量。

1、成立业务投诉电话，对由于业务人员自身问题造成的业务投诉，视情节予以一定的处分，并及时解决客户的投诉，增加其赞誉度。

2、结合驻点服务工作的开展，整合自身市场的信息及技术资源优势，帮助客户理顺、完善开发新的营销方案与实施及二级网络的建设。

3、对重点市场做到电视有影，广播有声，报纸有形，学者参与不遗余力的宣传公司产品，提升品牌形象。

4、取消专车制度为市场专车制，对业务车辆统一调度，形成地面范围化宣传，配合学者及当地经销商服务于终端客户，增加其赞誉度。

八、加大新客户，新产品的开发力度。

1、全年出发不低于240天。

2、世界不变的是在变，只有不断的推陈出新才能跟上市场发展的需求只有不断开发新客户才能更加完善销售网络，提高市场占有率，并制定最低客户数量，少则罚，多则奖。

3、通过细致的调研及时开发适销对路的新产品，并实行谁开发谁受益的奖励机制。奖励业务人员的参与性与时效性。

九、费用的控制

1、增设专门统一的内勤人员，增加账目透明度，定期公布各种业务费用数据。

新团队工作计划篇四

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

1、树立全员营销观念，真正体现营销生活化，生活营销化。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现两高一差，即要坚持运作差异化，高价位、高促销的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。

营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%

或30%，确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，李经理根据企业方便面产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)□b(平价、微利上量产品)□c(低价：战略性炮灰产品)=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。

销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行一套价格体系，两种返利模式，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

(1)、促销体现联动，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。

(2)、连环的促销方式至少两个以上，比如销售累积奖和箱内

设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。

(3)、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场动销，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

(4)、服务策略，细节决定成败，在人无我有，人有我优，人优我新，人新我转的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了5s温情服务承诺，并建立起贴身式、保姆式的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。

通过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划，比如□20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

(1)健全和完善规章制度，从企业的典章、条例这些母法，到营销管理制度这些子法，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员三个一日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

(2)强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

(3)严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人

员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目的是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的铁血团队。

李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源好钢用在刀刃上，以求企业的资金利用率达到化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

- 1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

- 2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

- 3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了铁鹰团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了铁鹰打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

新团队工作计划篇五

围绕学校教育教学工作重点，以课堂教学为主阵地，以课程改革为核心，以电子书包的研究与应用为载体，以学生全面发展、教师教学水平不断提升为目标，以提高课堂教学效率、提高教学质量为根本，采用多种措施，多种研究形式，加大数学教学研讨力度，，扎实有序地开展数学团队工作。

1、自觉加强最新的、前沿的、有效的教育教学理论学习，努力提升自身的教学理论水平和教学研究水平。

2、围绕“电子书包进课堂”这一主题，深入探索电子书包的各项功能以及如何在数学课堂教学中有效的进行使用。

3、通过数学活动的开展，增强学生的数学意识，形成良好的数学校园文化，增强学好数学的信心，全面提高学生的数学素养。

1、充分采用集中学习、教师自学、网络学习等方法，使教师及时了解最前沿的教改信息，扩展教师知识视野，不断更新教育教学理念，丰富教师的教育教学理论，提升教师的理论水平和教学研究水平。

2、在团队教师自我学习的基础上，在每周的团队活动中有针对性的进行课堂教学研究。

3、围绕“电子书包进课堂”这一主题开展团队研究课活动。

4、组内全体成员积极互相听课，及时沟通交流，反思评课，取长补短，互相学习。

5、通过师徒结对，加强对青年教师的培养。每月指导青年教师完成成长汇报课，并有针对性的进行评课与反思。指导青年教师参加各级各类的比赛活动。

6、爱数学、学数学、用数学，开展丰富多彩的学生活动。

1、围绕“电子书包进课堂”开展研讨活动，深入探究电子书包的各项功能以及如何在数学课堂上有效地使用。

2、围绕“电子书包进课堂”这一主题开展团队研究课活动，并撰写教学反思。

3、开展青年教师成长汇报课的听、评课活动。

4、通过网络观摩学习信息化的数学课堂教学，并进行研讨、交流。

5、撰写教育教学随笔，提高教师博客的质量。

6、在全校学生中开展数学活动。

新团队工作计划篇六

深入学习贯彻新《义务教育法》，努力学习和践行科学发展观，紧密围绕学校中心工作，坚持以育人为中心，以少年儿童为主体，以少年儿童的终身发展为工作重点，努力培养青少年学生创新精神和实践能力，以服务少年儿童为工作宗旨，做好德育系列活动。通过各种校园文化活动，加强青少年思想道德教育和法制教育，促进学生素质全面提高，以昂扬的斗志和扎实的作风，为培养具有远大理想的创新人才，积极探索与学校发展相适应的工作新机制，不断开拓学校德育工作的新局面。

二、工作要点

(一)以“五大教育”为重点，全面提高德育质量

- 1、加强日常行为规范教育，加强检查督促。我们要在上学期开展的文明礼仪伴我行教育基础上，继续坚持以日常行为规范教育为抓手，着重对学生进行以文明礼仪为重点的基础文明养成教育，在教育和训练的过程中要坚持高标准、低起点、多层次、严要求、重训练的原则。通过严格的训练，努力使学生的行为规范外化为行为，内化为素质，逐步养成良好的生活习惯、学习习惯、文明礼貌习惯。要进一步强化管理中的学生主体意识和学生自我管理的意识及能力，充分发挥学生的主体作用，让学生自主组织活动、管理、评价，逐步使学生从“要我这样做”转变为“我应该这样做”，让良好的行为习惯内化为学生的自觉行动。
- 2、开展形式多样的少先队活动，提高德育实效。继续规范每周一的升旗仪式，以“五爱”为主线，做到学期有计划，周周有主题。要充分发挥红领巾广播站、黑板报、宣传栏等阵地的宣传作用，对学生进行“五爱”教育。要充分利用德育基地以及丰富的人文资源进行爱国主义、集体主义教育，引导学生树立正确的人生观、世界观、价值观。要充分发挥少先队组织作用，以重大节日、重要人物和重要纪念日为契机，通过丰富多彩的少先队活动，提高德育实效。
- 3、加强安全法制教育，利用多种形式和学生易于接受的方式，开展生动活泼的法制教育，营造良好的法制教育环境，提高学生的法律意识。尤其教育学生遵守交通规则，增强交通安全意识。
- 4、开展心理健康教育，组织广大教师学习心理知识，让教师明确对学生心理健康教育的重要性，加强对学生心理的引导。
- 5、开展“感恩教育”，把“感恩教育”作为德育工作的切入点，对全镇学生全方位地实施“感恩教育”，精心培育学校“感恩文化”。

(二)以“四项建设”为基础，完善德育工作保障机制。

基础必须夯实，才能给德育工作提供有力的保障，德育工作要持续发展，必须加强德育队伍、课程、文化、制度等方面的基础建设。

1、加强德育队伍建设。

(1)严格遵守教师职业道德规范，在全校教师中形成“敬业爱生、明礼诚信、平等合作、勤学乐教、廉洁奉献”的师德风尚，展示我校教师“让学生喜欢我的课，做学生喜欢的老师”新形象，形成我校以德育人新风尚，构筑润物无声铸师魂的新局面。

(2)从大处着眼，从小事入手，加强班主任队伍建设。继续做好班主任、辅导员队伍的培训工作，坚持每月召开一次班主任例会，邀请专家做班主任工作辅导讲座，学习了解《辅导员》杂志、《少先队活动》、《中国少年报》等报刊的新信息，认真填写《班主任工作手册》，通过总结交流、学习，不断提高班主任的工作水平和能力。

2、加强德育课程建设。

重视中小学德育课程的设置和开发、德育内容的优化和教材建设以及德育课程的实施和评价。加强社会实践活动，增加学生的参与度，提高学生对德育工作的认同感，提高德育工作的效率。

3、加强校园文化建设。

校园环境是学校精神文明建设的窗口，同时又是学校日常德育的载体。优美的环境氛围，高雅的校园文化，给人以奋发向上的力量。要努力净化、美化校园环境，引导校园文化气氛向健康、高雅方向发展。

(1)改善校园环境：保持校园的整洁和美丽，精心设计，突出人文主题，创设一个温馨的学校德育环境。

(2)搞好班级文化环境建设：各班教室张贴物既有统一标准，又充分张扬个性，办好班级黑板报、学习园地；在班级环境建设中体现学生全员参与的主体意识。

(3)开展首届校园文化艺术节，激发少年儿童对艺术的兴趣爱好，陶冶他们的性情，丰富他们的知识，培养和提高学生欣赏美、创造美的能力，发展他们的才能，使少年儿童在愉悦、向上的校园文化环境中活泼健康地成长，使艺术之星脱颖而出，形成良好的校园文化氛围，让其成为我校的教育特色。

4、加强德育制度建设。

健全德育工作的激励制度。继续完善三好学生、优秀干部等评选制度，克服“三好学生”和优秀学生干部评比表彰中，以学习“成绩好”代替“三好”的不良倾向。建立优秀班主任、德育工作先进个人、优秀班集体等评比表彰制度，调动教师参与德育工作的积极性。

(三)要敢于创新，联系时代特性，改善德育的质量

1、德育方式和手段要跟上时代步伐：要充分利用好学校的多媒体器材和实验室，利用网络来实现教育目标。

2、德育管理要和家长配合

德育工作应放到整个社会大系统中去思考。要建立以学校教育为中心、家庭教育为基点，共同管理、相互支持的模式，加强和家长的联系，真正做好教育工作。

三、月份安排

二月份

- 1、总结寒假好人好事，做好防溜、巩生工作。
- 2、制订下发工作计划。
- 4、整理校容校貌，班级布置评比。
- 3、加强新《小学生守则》、《小学生日常行为规范》教育和训练，少先队阵地建设。
- 5、召开总辅导员会议。

三月份

- 1、学雷锋纪念日开展“雷锋精神永驻心中”系列活动。
- 2、“3·8”妇女节，开展感恩母亲系列活动。
- 3、“世界水日”开展“珍爱生命的甘泉”主题中队活动。
- 4、“3·12”植树节，开展“校园是我家，美化靠大家”植树栽花等综合实践活动。
- 5、全国安全教育周，开展“安全伴我行”“创建平安校园”等活动。

四月份

- 1、清明节开展“缅怀革命烈士”主题活动。
- 2、组织学习“预防未成年人犯罪法律知识”。
- 3、召开期中班主任工作经验交流会、家长会。

4、心理健康教育专题讲座。

五月份

1、庆“五一”国际劳动节开展系列活动。

2、五一长假学生安全教育。

3、开展以“沐浴阳光、展我风采”为主题的首届校园文化艺术节。

六月份

1、庆祝“六一”儿童节，召开表彰大会，举行文娱汇演。

2、期末安全教育。

3、德育团队工作总结。

4、开展“百名教师访千家”活动。

新团队工作计划篇七

共青团是中国共产党领导下的先进群众组织，是由先进的青年组成的先进团体。是学校开展各项工作的带头人，模范执行者。一个学校工作的成败，共青团的先锋模范作用是一个关键。为此，学校必须开展好团队活动，使团队起到应有的先锋模范作用。在学校的领导下，建立一支先锋模范队伍，这就需要定期活动，使每个团员过好团队生活，培养每位团员的先锋模范作用，并积极吸收新团员，扩大团队组织，使每个团员能健康成长，并在学生之中起到带头作用。

为完成、达到以上目的，特制定如下计划：

第六周、积极组织非团员学习团的知识，引导他们写入团申请。第八周、动员团员填写入团申请书。

第十二周、建立好团员的组织关系。

第十八周、讨论本学期的团队生活情况，做好本期团队工作总结。

新团队工作计划篇八

本学期，我校团队工作将紧紧围绕学校的工作，以党的“十八大”会议精神为指导，认真贯彻落实《关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》精神，针对我校实际情况，创新性地开展团队工作，使学校团、队工作与学生实际情况相结合，探索更适合学生年龄与身心特点、更适合社会发展规律的新举措，使团、队工作真正落实到学生的学习生活中。坚持以爱国主义教育为主线，以强化行为规范养成教育为重点，不断增强团、队工作的主动性、实效性，形成全员、全方位、全过程参与的模式，力争使团队工作上一个新台阶。

(一)切实加强团、队建设，充分发挥团、队干部的作用。

强化学生行为习惯养成教育，引导少年儿童养成良好的行为习惯，强化小学生仪容仪表、文明礼仪、尊老爱幼教育，努力营造宽松、和谐、向上的教育氛围。提高学生自律能力。

(二)结合节日、纪念日开展丰富多彩的实践活动。

通过孩子们易于接受的活动形式引领学生在自律中落实于行。以切实可行的行为规范管理机制引导学生、以丰富多彩的群体活动教育学生，以培养学生学会做人、处事为落脚点，坚持扎实、细致的原则，注重激励评价，以此熏陶感染学生在主动感悟、体验中明理导行。

(一) 抓好团、队基础阵地建设

1. 加强团队、队伍建设。

(1) 各在团、队中选拔一批小干部，明确任务，让小干部开展工作，提高学生的自我管理能力。各团、队成员要切实做好班队活动课，组织和开展生动活泼的班队活动，定期举团队主题活动。本学期，团、队部将引导团队成员在日常注意自己的行为，规范自己的行为，在服务他人，服务社会的体验中，培养社会公德，接受爱国主义和革命传统教育，使他们道德水平和文明素质得到提高。同时，团队部及时汇总资料，评选“优秀少团、队干部”、“优秀班级”。

(2) 本学期将培训一支新的校值日和校监督岗队伍。定期培训，让他们快速地适应并开展校值日工作。

(二) 加强教育阵地建设。

(1) 通过宣传、晨会、讲座等少先队阵地对学生进行法制、交通、消防、卫生、心理健康等方面的教育，帮助学生了解和掌握更多的安全常识、学习自护本领、提高安全防范意识和自护自救能力，全力打造“平安校园”。

(2) 经常与班主任老师联系、沟通，帮助解决孩子们在日常学习生活之中，生长发育中，遇到的困惑。在师与生的交流中，搭建一座桥梁，真正关注到孩子的心理健康成长。同时对所发现问题的同学且性格孤僻的学生进行心理疏导，让他们也能拥有一个健康的心理，在校园中 共同快乐成长。

(三) 加强文明礼仪教育，培养队员良好的行为习惯

1. 定期确定常规训练的主题。少先队及时进行抽查和反馈。

2. 加强日常行为习惯、卫生等方面的检查监督，提高监督岗

值日质量，促进我校精神文明建设。

3. 实行常规反馈制度。各项检查中出现的问题，由值日员直接向辅导员递交反馈单以起到提醒、强化作用。

(四)开展形式多样的团队活动，让队员在阳光下快乐成长

1. 各团、队组织队员学习《中小学生行为规范》树立文明形象，促进全校学生文明素养的形成。

2. 充分利用各个节日，开展形式多样的活动。

(1) “三八”妇女节开展“感恩母亲”等系列活动。

(2) “五一”劳动节期间，开展多种主题活动。激发学生热爱劳动，无私奉献的精神。

3. 本学期继续鼓励各班结合本班的特色，开展相应的团队活动努力营造良好的班级氛围，并力争在本学期内化为学生的日常行为，并结合此活动评选出文明团队，以创建文明的校园环境。

(见附表)

新团队工作计划篇九

一、市场分析。

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了

方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

二、营销思路。

- 1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。
- 2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。
- 3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。
- 4、在市场操作层面，体现“两高一差”，即要坚持“运作差异化，高价位、高促销”的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

三、销售目标。

- 1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。
- 2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。
- 3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。

比如，李经理根据企业方便面产品abc分类，将产品结构比例

定位在a(高价、形象利润产品)□b(平价、微利上量产品)□c(低价：战略性炮灰产品)=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

四、营销策略。

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进

入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行“一套价格体系，两种返利模式”，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源。

五、团队管理。

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划。

比如□20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

一、健全和完善规章制度，从企业的“典章”、条例这些“母

法”，到营销管理制度这些“子法”，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员“三个一”日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

二、强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

三、严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目的地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的“铁血团队”。

六、费用预算。李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源“好钢用在刀刃上”，以求企业的资金利用率达到化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

- 1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市

场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了“铁鹰”团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了“铁鹰”打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。