

# 2023年部队通信兵述职报告 部队士官年终述职报告士官年终述职报告(实用8篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。计划书有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？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。

## 创业工作计划书篇一

转眼间，社团又经历了半个春秋，在校团委的领导和创业周的帮助下，我们南邮创业协会越走越成熟，在上个学期里，很荣幸被授予五星社团和全国十佳之称，但是，我们也深深地知道自身还是有很多方面的不足的，经过理事会的讨论，制定了xx年下学期的工作计划，希望能在全体会员的努力之下，能取得更大的成就。

### (一) 社团性质：

南京邮电大学创业协会（中文简称南邮创协），成立于xx年5月。它是在校团委领导下的依照国家法规和大学生规章制度，由在校大学生自发组织的社会实践类的公益性校级学生社团。

### (二) 发展目标：

1 对内发展，同各个社团友好竞争发展；对外发展，和其他高校社团搞好外交，让会员们走向外界锻炼实习。

1 争取评上本年度的校级优秀社团和全国十佳社团。

(三) 部门计划：在原来的基础上，增加文化部。其余7大部门保持不动。

文化部：为每期活动提供主持人；发掘人才，充分利用会员特长来丰富协会内部娱乐活动。

#### (四) 大型活动安排：

- 1、9月份在全校范围内策划开展全国大学生技术创业大赛；
- 6、11月中旬至下旬，承办创业周的创想20xx[]创业视频大赛以及创业新兴达人等相关活动。

#### (五) 常规活动：

- 1、文娱活动，由文化部组织内部的全体文娱活动，或者与学校文娱类社团合作组织活动，丰富协会成员的课余文化生活，同时也可以为会员提供发挥才华的舞台。
- 2、创业培训，积累前期的培训经验，设计出标准的课件，有计划有组织的向会员推广创业及社交知识；培养储备干部，为协会后续发展提供大量的人才。
- 3、部门培训，组织各位新部长及老部长进行内部培训，讲解工作流程及方法，提高工作效率，提高工作执行力（比如外联部如何拉赞助等）。
- 4、交流会，组织办公室值班交流，加强内部沟通，凝聚团队。

#### (六) 项目部计划：

- 1、与南京智途集团合作将原先的六格团队扩建为六格俱乐部；
- 2、通过“川粤时空”成功案例在校内强势营造创业氛围；
- 3、组建“唯爱”工作室，专门承接校园各种表白门以及生日惊喜活动，为后期成立婚庆公司做打算。

我创业协会依然会以“提高自我，追求卓越”为宗旨，会尽自己的最大可能让大家展示自己的才能，让大家的大学生活过得开心快乐，让有志大学生登上舞台，用梦想开拓未来！

\*\*大学创业协会 郑\*\*

xx年8月28日

## 创业工作计划书篇二

### 一、能力分析

- 1、我有经营的能力，要想发展自己的企业站住市场舍得投资，投资社会圈，自己的经营圈，建立良好的信誉，为顾客多着想。
- 2、对市场分析能力要强，有自己的见解能力，对突发事件要有预见性，能迅速正确的做出判断。

### 二、不足分析

- 1、对产品的售后做得不到位
- 2、对产品的定位不明确
- 3、发展慢创造能力慢

### 三、个人感想

通过这次学习，我学习到了很多知识加深自己的定位：

- 3、怎样发展壮大我的企业，诚信经营，学习电脑知识
- 4、善待理性的处理各种事情

- 5、合理的安排自己的时间，做到有头有序
- 6、学习别人的长处，补自己的身上的不足
- 7、把自己的身体养好，只有好的身体才能成就大事业

### (一) 定价和销售

拟将“破坏价格”和需求导向定价、竞争导向定价法交替使用，确保合理的价格。

### (二) 促销手段

- 1、价格适宜，以优惠的价格占领市场拉住顾客。
- 3、做顾客的顾问和助手，提倡在一定条件下的顾客少购买行为
- 4、宣传?售后服务专用车辆?媒体广告和软广告?产品及相关的宣传品(册)。
5. 面向产品合作，房屋装修离不开装修材料、家具、房屋装饰物品，产品合作则可利用装修公司与装修材料，家具及房屋装饰物品相互合作来实现利益的双赢。

我相信通过我的坚持我的企业一定会越来越好越做越大越强。

## 创业工作计划书篇三

有限责任公司

总投资额200万元。

由和自然人组成投资主体。

xx公司投资并控股，并以自愿原则吸纳以山东省质量技术监督局和xx公司员工作为自然人入股。其中xx公司作为主要投资方占40%股份；自然人总计占60%股份。

董事会设置原则(包括董事长、理事、股东代表的产生原则)

董事会职责和权限

董事会主要工作程序(决策程序、各项会议程序等)

股东分红原则和程序

员工薪酬方案

认证市场现状

## 1、低价恶性竞争

由于提供认证服务的机构不断增加和作为消费认证服务主体的企业对获取认证片面理解，同时认证市场的逐步减小，导致认证服务市场出现低价恶性竞争的局面。以为中小型企业提供认证服务为例，目前提供认证审核、注册服务的认证机构收费标准已经降低到xx年前的30%左右；咨询机构收费已经降低到xx年前的20%左右。

## 2、重视市场数量，不重视认证服务质量

提供认证咨询和认证审核、注册服务的无差别化，必然导致低价恶性竞争，而恶性低价竞争必然导致认证服务质量的降低。大量的客户从价格偏高的机构不断的流向价格偏低的机构，以xx公司为例仅xx一年就有258家处于暂停、撤销状态，暂停撤销率17%左右；xx版iso9000标准作废后，共有210家企业未在xx公司换版复评，流失率为14%；其中已转向其他认证机构42家企业，比例为3%；一直没有做认证换班工作企业

有168家，所占比例为11%，这些企业一直没有做换班工作的原因包括对对认证注册失去信心、已转入其他机构进行认证注册等。

为了挽回市场，众多认证机构和咨询机构又不断的降低收费标准，而收费标准的恶性降低导致认证服务质量大打折扣，同时又导致认证咨询市场的进一步流失。

### 3、市场需求在悄然变化

随着认证在我国的不不断推广，企业在接受认证服务的需求方面已逐渐从仅仅是获取一纸证书、赶时髦转化为导入先进管理模式、提升管理能力、提高企业竞争力等方面的需求。

从xx公司xx年顾客满意度调查的结果来看，回收的332份调查表中，有25个客户对认证中心提供进一步服务和帮助企业提升管理水平的意见和建议，关注认证服务质量和提升管理能力的客户约占到8%，这说明市场需求已经逐步向成熟化过渡。另外通过咨询机构、认证客户及政府主管部门反馈的信息显示，客户对认证机构的证后服务需求愈来愈强烈。

## 创业工作计划书篇四

1、医院物资（包括假体材料）进货上加强合同管理体制，对新产品新物资严格把关，配合领导层对医院使用物资，销售产品结构合理开发等的决策提供准确的数据依据，对药品，零星的医用物资等实行不定期的价格询查制度。

2、营销策划部实现大小开支项目在统一预算报批的情况下执行，按项目开支明细核定价格进行报销核算。

3、对医院的各手术、治疗项目的收费价格按照部门提议，财务测算成本后报批的程序进行，并逐步完善电脑信息系统的最低限价录入，实现底价预警提示。

目前信息系统存在以下几大问题：

4、本套系统在财务核算、档案管理、经营管理上三者难以形成有效的资源共享，造成无法进行信息统一披露及联查的体系。

要实现以上以收入实现制及收款核算制共存的模式进行统计信息披露，以及实现收款与物资发出相互联连、相互联动，实现毛利及时分析的功能，必须寻求新的系统软件或按本院的管理模式请求软件开发。

加强配合医院领导的决策，对固定资产的结构进行有效的分类、整理出重复可退出的设备进行清理，建立新增新建购置资产的审批制度，建立日常维修保养及定期检修制度，建立报废及转移资产的交接手续，对资产建卡建档的管理体制，确保资产的合理配量，高效运作。

假体：假体存货量已进行品种、规格、结构上的安全库存量设置，目前库存量已大部分超出安全库存数，只能继续消耗，少进多出的原则逐步加速存货周转，并进行换货处理，目前只余下麦格的假体在换货上存在很大难度。

医用物资及药品：目前药品已实现科室备用，科室领用在发货上进行限量控制以促进节约及减少损耗，如实行定额定量或与实现收入挂钩的原则，尚难于操作，医用物资及药品目前已进行合理归类但未进行安全库存量的设置。

化妆品：目前品种构成上较为简单难以树立本院独有的品牌概念，特别是配合生活美容部在护理用品、收费项目设置上难以体现层次感，销售的化妆品特别是雅漾产品毛利低，却又是本院的主销产品，产品品种构成上无法突出主次项目，制约本院的营利性收入（）。

目前对物资的采购仅化妆品在合同管理上已逐步进行，但并

未真正完善及落实体现合同制管理的原则，其他医用物资、假体由于有稳定的供应商运作，或是零星临时采购均未实现合同制管理，在换货、退货及结算上特别是化妆品有效期限管理上存在很大的被动局面，不利于物流周转的监督与控制。

## 创业工作计划书篇五

公司名称?星辰建材有限公司

主营业务?代理、销售、批发(以瓷砖为主)

目标?打造瓷砖领域领先企业

宗旨?做强、做精、做准、做好、做妥、做稳

### 二、行业分析

#### 1、市场需求

近年来我国房地产产业发展迅速，使得我国瓷砖的生产和消费都获得了较大的发展。杭州房地产业的空前发展，紧紧围绕着房产伴生的建筑墙、地瓷砖市场需求巨大。随着个人收入和品味的提高，中高端瓷砖产品需求不断扩大。另外，随着基础设施改造、居民住房建设的投资也日益增加，伴随gdp的稳步增长，普通民众的收入也不断增加，且开始讲究装饰住房，瓷砖等建材商品需求日益上升，瓷砖市场前景广阔。

虽然在全球金融危机的笼罩下，国内各行业普遍受到影响。但我国总共5万亿元的基础建设投资计划对于建筑建材行业在较长一段时间内将有极大的推动作用，特别是对于建材行业拉动十分明显。市场对于该板块不可能只是短期炒作。从行业前景来看，建材板块在此次金融危机拥有较大的优势。目前建材行业景气度持续，未来行业集中度有望提高。



## a□实施创业的基本条件

??3?发起人、团队具有满足企业创办初期的资金需求能力。

## b□公司性质和主要经营范围

公司的法律形式采用有限责任公司形式，性质为混合经济。

主要经营范围为?瓷砖销售及其延伸产品的销售，室内装潢设计和室内装潢施工及其配套制品的销售，家居式空间相关用品的制造的原材料销售。

## 2、经营理念

做准、做精、做好。

作准?品牌掌控。

做精?品质控制。

做好?顾客和分销商的服务。为顾客服务以建立企业的美誉度，为分供方服务以提高质量。

## 三、顾客群体分析市场细分和目标顾客

### 1、目标顾客

a□终端顾客——指购买商品或服务，以满足居住和提高生活质量的人群。其特征是个性化的小量购买。按顾客需求分类，将市场细分为：普通商品房市场、高档别墅市场、商用楼市场、党政办公楼市场。普通商品房：企业首选的细分市场，既是企业的“发迹”市场，也是企业赖以生存的最大的市场，因此，企业将自始至终把它作为重点开发，保证该市场占有率。致力于为广大居民量身定做令顾客满意的设计、装修、

装饰服务;高档别墅区: 鉴于此市场顾客要求普遍较高, 个性化需求差异大, 消费者大部分有比较高的认知水平和鉴别能力, 实现回报率高的特点, 企业须发展到一定规模具备足够的技术和经验, 形成自己的品牌形象后, 才能重点进入这一市场。

政机关办公楼的要求相对简单, 只要与该部门职能、角色相当, 性价比合理即可。但收益率不是很高。所以此细分市场不作为重点市场。

c□装饰机构——指通过在设计装修中需要所涉及到的购买

d□分销代理——指八区以及其它地级城市通过销售进行营利的二级经销商。

## 2、顾客需求满足

b□以个性化的商品和服务满足终端顾客群中的不同层次的需要, 以整体化销售的方式满足这一类顾客对营造温馨居室和彰显文化品位的潜在需求。

c□以准时化服务满足工程客户群体的需求。

d□以有显见成效的方案和策划满足有特殊需求顾客的需求。

## 四、市场分析

### 1、市场格局分析

a□国产化高端品牌(诺贝尔、金意陶、露华浓、罗马利奥、马可波罗、斯米克、冠军、东鹏等)目前市场上此类品牌运营模式主要以展厅直销零售、家装公司的合作、工程项目、分销商等渠道来扩展在市场上的品牌知名度及市场销售量。由于它们在价格及厂商供货方面的优势, 这些品牌在杭州市

场走势相对还是比较平稳。

b□进口化高端品牌(宝路莎、雅素丽、蜜蜂、加德尼亚、希莉莎等)

目前市场上此类品牌运营模式主要以展厅直销零售、家装公司的合作等渠道来扩展在市场上的品牌知名度及市场销售量。由于它们在价格方面超高及供货周期略久、产品单一、配套产品不完善等原因，在工程项目及分销等渠道方面无法得到发展。

c□进口国产化品牌(道格拉斯、伊莎、伊加、芒果、维纳斯等)

目前市场上此类品牌运营模式主要以展厅直销零售、家装公司的合作等渠道来扩展在市场上的品牌知名度及市场销售量。实际上它们高端品牌定位上在价格及厂商供货方面也是很有优势。但在工程项目及分销等方面一直没有正确的去发展，有效的去发挥，还处在一个定格状态。

## 2、竞争对策

a□首先应正确选择品牌及品牌的定位

建议以进口品牌国内生产的为首选，相对在价格方面及供货周期方面可以达到有效的控制，打进口品牌的旗号以价格取胜国内高端品牌，充分的以展厅直销、家装公司合作、工程项目、分销等渠道有效的去发展及控制。

建议备选一个中档品牌作为配套产品的互补，尽量减少单个品牌所产生的产品单一、配套产品不齐全等现象。真正做到让顾客能有更多的选择空间及一站购齐，减少在同等条件下购买的顾客。在工程项目方面采购商也有更多的选择机会，提高签订率。

## 五、定价与销售

1、第一年销售计划不求赢利，只求打开市场。

2、定价和销售渠道

拟将“破坏价格”和需求导向定价、竞争导向定价法交替使用。

3、促销手段

a□价格适宜。

c□做顾客的顾问和助手，提倡在一定条件下的顾客少购买行为

d□宣传?售后服务专用车辆?媒体广告和软广告?产品及相关的宣传品(册)。

e□不设购买金额下限的随品赠送，印有企业标志的独特定制的工艺品。 4. 面向产品合作 房屋装修离不开装修材料、家具、房屋装饰物品，产品合作则可利用装修公司与装修材料，家具及房屋装饰物品相互合作来实现利益的双赢。

具体策略：

合作1，主体寄托于公司的房屋装修设计软件，可以利用房屋装修设计软件做出该合作产品的三维立体效果图并注明品牌，实现植入性广告。公司公关部可以在公司所在地的装饰，材料及家具市场对合作者进行业务合作洽谈。公司对目标合作者可以免费为其推行为其三个月的植入性广告。三个月后，合作者会根据这段时间的营业额来决定是否进行长期的正式合作。如果可以进行正式合作，在业务日常推销和软件设计推广品牌，合作可定期支付一笔广告费用。真正意义上实现

双赢!

合作2，因为如今许多房地产商需要向客户直接提供成品房，公司公关部可以接洽房地产商，譬如通过投标的形式与房地产商达成合作。公司接到此项目首先可以提高自己在市场中的声誉，在市场上更具有竞争力;其次是提升公司的营业额。

## 六、人员及组织机构

1、总经理?1名?(负责公司整体运营、方向把控)?

3、采供部 1名?(负责产品采购、跟单进货)?

4、售后物流部 3名?(产品装卸、配送)?

### 一、个人基本情况

我叫×××，性别男，现年××岁，初中文化程度，×××年在××××××专卖，店名为《××××》开店四年以来一直是由妻子和一个店员经营，由于我的店面处于县商业繁华阶段人流量很大，所以生意一直很好，在开店以前，我两口做曾今做过服装展销会，每年能赚三至五万元。经过多年以来的经营与考察自认为建材这个行业在未来我们县的发展前景很为广阔，于是与20xx年在县城东关冠森建材市场租了两间66.12平方米的门面房，做起水暖建材生意，店面为《红祥水暖管材》今年刚一年时间。

### 二、企业概况

我所经营的企业位于×××冠森家具建材市场四号楼

13号、18号，我的企业主要以经营：上水管(tvc管、附件、管件、配件)下水管(ppr管、附件、管件、配件)电线、线管、线槽、洁具、蹲便器、坐便器、水箱配件、洗脸盆、吊柜、

各种龙头及附件，花洒及附件、各种晾衣架、纸巾盒、小五金等。我的企业工程项目主要以：工程建筑、民房建筑、材料设计安装与维修、工业建筑、民区建筑、配套建筑水暖安装与改造等。

### 三、市场评估

的生意发展更强更大。

### 四、优势与劣势

#### (一)我的优势

1、最初我也做了两年多的安装水暖，对同行的发展也做了详细的市场调查与分析，和我们过硬的师傅请教学习过很多水暖安装应注意的事项，我本人也经过很多的专业培训。所以技术精湛。

2、我的技术已经得到很多顾客的满意，服务质量也得到了顾客的信耐。

#### (二)我的劣势

自己对经营这个方面还没有达到最精，由于是跨行营业，商品种类太多，店面经营时间不是太长，所销出的商品质量自己没有很大的自信，对产品顾客服务还没有达到尽善尽美，还不能达到所有顾客的需求，但我很有信心，我相信通过我的努力和坚持不懈一定可以克服这些困难，把我的生意做好。

#### (一)定价和销售

拟将“破坏价格”和需求导向定价、竞争导向定价法交替使用，确保合理的价格。

#### (二)促销手段

3、做顾客的顾问和助手，提倡在一定条件下的顾客少购买行为

4、宣传?售后服务专用车辆?媒体广告和软广告?产品及相关的宣传品(册)。

5. 面向产品合作，房屋装修离不开装修材料、家具、房屋装饰物品，产品合作则可利用装修公司与装修材料，家具及房屋装饰物品相互合作来实现利益的双赢。

## 六、固定资产和流动资金

我的企业固定资产有25万元，流动资金有10万元，可容纳就业人员4人(含自己人员)。

## 七、总结和期望

通过创业培训，使我学会如何经营和管理企业，我相信通过我的不断努力，以及政府的扶持帮助，我的企业会越来越好，越做越强越大。我决定自己筹备一点再向政府贷款×××万元，来扩大和改善我的企业。