

最新工程季度工作总结 季度工作计划(优秀8篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

工程季度工作总结篇一

一、市场网络建设：

目的：建立一支能与公司“同甘苦、共患难”的经销商队伍。据公司 300 公里内市场，实现无空白市场。

1、对已经开发市场的进行盘点，对于客户进行筛选。对公司忠诚度高，能积极配合公司的客户重点扶持。对公司忠诚度差，配合差的客户，进行调整。

3、其他新市场，选择诚信、实力强的客户作为我们的经销商。（以老客户介绍、朋友介绍等方式快速确定意向客户）

二、销量目标的达成：

目的：提升销量，确定客户五、六、七月份的销售方向和销售重点。完成销量160 万。（五月份 50 万、六月份 60 万、七月份 50 万）

2、拓展销售渠道，引导客户开发新的销售网点，增加新的销售增长点，并且要全渠道运作。（学校、网吧、社区店等）

3、提高铺货率，使消费者方便购买，又可以起到网点广告宣传的效果。要使市场铺货率达到 60%以上。

三、团队管理：

目的：打造铁的销售团队，打造高素质的经销商团队。

2、针对本大区团队主动性和执行力较差的现状，从自己做起加强自我管理，以身作则，加强本大区团队管理。要调动区域经理的积极性，同时强化团队执行力，打造铁的纪律。

3、提高整个团队素质，加强团队培训，购买图书、光盘等培训资料（包括如何做人、做事、提高市场操作技能等）。

4、本大区的销售团队同时还包括经销商和经销商的销售团队，提高经销商和经销商销售队伍的素质和销售技能，到每一个市场，要对经销商销售团队进行业务技能培训。

四、市场调研及新产品提报：

1、做市场调研，做好竞品信息收集、整理、分析工作，根据竞品信息，结合我们自身资源，调整销售方法，使之更适合市场、更有效。

2、把分析整理的竞品信息上报公司，对市场需要的产品进行提报，供公司高层参考。

工程季度工作总结篇二

备注：基础人事管理工作主要包括员工档案、各项人力报表、内部员工档案管理与更新、劳资纠纷、人员招聘等工作。

二、人才招聘工作流程（按照公司用人需求，选择合适的渠道招聘，尽量使用节省的招聘工具，协助各部门选拔录用人

才。

本月的重点工作：

- 1、建立招聘渠道。目前所建立的主要招聘渠道有：网上招聘、现场招聘、学校招聘。
- 2、建立人才简历库，为人才储备和后期的人员招聘奠定基础。
- 3、根据招聘需求选择合适的招聘渠道，尽量缩小招聘周期，满足公司人员需求。

三、进一步健全和优化公司的人事行政制度

- 1、建立《劳动合同管理制度》，完成时间4月中旬左右
- 2、《年休假管理制度》，完成时间3月份
- 3、规范办公秩序与员工行为的引导。开展此项工作，以日常抽检作为主体，当场发现，当场进行处罚，抽检次数每周至少两次。
- 4、目前各项管理制度已基本建立起来，在制度的执行力方面做的还不到位。在后续的工作中，行政人事部将以“持续改善”为工作原则，来加大制度监督执行力度。

四、完善以绩效为导向的薪酬福利体系，完成时间4月中旬左右。

- 1、制订对外具有竞争性，对内具有公平性的薪酬结构。
- 2、建议对核心员工的薪酬考虑中长期薪酬方案

核心员工是企业价值的主要创造者，要有效激发关键员工的斗志，激励他们保持最佳绩效是关系到企业能否完成全年经

营指标的关键所在。这里主要从两个方面入手核心员工的绩效管理 and 薪酬管理。我们可以确定企业的关键绩效指标，并由此确定核心员工的绩效指标，根据工作年限和绩效达标情况给予薪金调整。另外可以增加工龄工资，提高核心员工的忠诚度与稳定性。他们是企业不可或缺的重要资源和核心能力，有时甚至决定企业生死存亡。这种唇亡齿寒的依存关系，决定了对核心员工的薪酬管理要重点考虑中长期薪酬方案。

五、绩效考核机制的完善与推行

1) 严格执行绩效考核制度，每月按时统计考核数据，并进行分析、汇总。针对不同的岗位制定出切实可行的考核目标，并以绩效考核结果应用。与员工薪酬的调整、内部晋升、职位调整等形成直接对接。

六、劳动合同管理制度的制定和落实，4月中旬

1) 为了保障劳动者与单位的共同利益，减少和防止发生劳动争议。结合公司的实际情况，制定切实可行的劳动合同管理制度，并落实。

七、员工培训管理制度

1) 加强新员工培训：使新进人员了解公司概况及公司规章制度，掌握基本工作技能，以便于新进人员能以最快得速度融入公司团队中并更快胜任未来工作。

2) 加强与各部门沟通，调整各岗位人员的培训需求。针对培训需要制定可行的培训计划

八、员工关系管理。

1) 工作氛围：

- 1、借由绩效管理与培训，建立坦诚的沟通文化和工作氛围。
 - 2、工作中强调轻松、高效，提倡工作与生活的平衡。
- 2) 沟通渠道：建立多种沟通渠道。处理员工咨询/投诉以及意见反馈，切实解决员工在工作和生活中遇到的实际困难。
- 3) 企业文化：在公司的支持下，倡导优派的企业文化与核心理念。

工程季度工作总结篇三

党委和政府、各级领导干部要强化安全生产红线意识，始终把人民群众生命安全放在第一位。各部门和各单位要按照“党政同责，一岗双责，齐抓共管”的原则，切实加强对安全生产工作的组织领导，落实属地监管责任，认真贯彻落实国家、自治区和市政府对安全生产工作的安排部署，强化安全生产责任制，完善安全生产控制指标体系，进一步做好20xx年安全生产目标管理任务分解和责任书的签订工作，认真制定年度安全生产工作计划，抓好各项工作的落实。

春运期间，公安、交通运输等部门要在道路安全隐患突出和易发生团雾、结冰等不利于行车安全的路段，对大中型营运客车、旅游包车、重中型货车、危化品运输车、校车等重点车辆开展严密排查，严查超速、超载、超员、违法占道、疲劳驾驶、酒后驾驶等违法行为。同时还要针对大雪、大雾、低温等天气情况，及时启动恶劣天气应急预案，做好道路交通疏导工作，确保各族群众出行安全。交通运管部门要对客货运企业展开拉网式排查和教育，对客运车辆严格执行“三品”检查制度，坚决查处乘客携带易燃、易爆、剧毒等危险物品乘坐交通工具行为；对安全管理制度不落实的，要责成企业限期进行整改、停业整顿，从源头上减少超载超限，严防重特大事故发生。公安交警、公路、农机等部门要加强对农村道路运输企业和个体营运车辆安全管理，加大对农用车

辆载人的安全监督检查力度，杜绝各种违章行为；教育、公安部门要以中小学校和幼儿园周边交通安全、校车安全管理为整治重点，严厉打击无牌无证、超员、超载、不符合安全技术标准的车辆接送学生的违法行为。

冬、春季节是火灾易发期，各部门和各单位要明确工作目标和重点工作，认真落实各项防火责任和防火措施。要结合冬季用火用电量增多和室内活动增多的特点，对大型公众聚集场所、易燃易爆场所、“三合一”场所以及高层、地下建筑，全面、深入、细致的排查整治火灾隐患。要突出学校、幼儿园、养老院、商场、宾馆、酒店、娱乐场所等人员密集场所，重点检查消防安全责任制是否落实，消防通道是否畅通，消防设施是否齐全等情况。对达不到消防安全要求的，必须停产整顿，限期整改，并监督落实，对存在重大火灾隐患的要无条件地关闭。要突出做好“春节”、“两会”期间消防安全检查工作，加强人员密集场所的安全监管，建立和落实以消防安全为重点的安全责任制，严防火灾等易造成群死群伤事故的发生。

农牧局要联合消防部门做好对森林、草场火灾的宣传教育工作，让广大职工群众掌握防火知识，增强防火意识，自觉加强明火管制，杜绝放火烧荒行为，同时做好森林、草场突发火灾的应急措施和应急预案。

公安、安监、交通、运管、质监等部门要加强对危险化学品、烟花爆竹、汽车燃气气瓶改装、民爆器材使用单位的安全监管，重点加强对运输液氯、液氨、液化石油气和剧毒溶剂等重点危险化学品车辆的检查，防止发生中毒、泄漏和爆炸事故。同时加大对危险化学品、烟花爆竹企业安全监管力度，严格经营许可制度，严格落实易燃易爆、剧毒、爆炸、放射性等危险化学品实名登记和流向信息管理制度，加大对节日期间烟花爆竹运输、存储、销售、燃放等各个环节的联合执法检查力度，坚决打击和取缔非法销售、运输烟花爆竹的行为，严格管控烟花爆竹产品流向，落实烟花爆竹购买人身份

信息实名登记制度，实现对烟花爆竹流向的全程监控管理，严防烟花爆竹流入非法渠道。进一步加强宣传力度，引导群众安全燃放烟花爆竹。公安部门要对民爆器材使用单位进行严格检查，严厉查处私藏爆炸物品的非法行为。

水、电、气、暖关乎民生，更是城市运行安全的“生命线”。做好各项公用事业安全生产工作至关重要。各单位要切实落实安全生产主体责任，要紧盯工作薄弱环节，时刻提高警惕，主动发现问题隐患，发现一处整改一处。要制定突发事件抢险抢修应急预案，公布维修、抢险和服务热线，并实行24小时值班制度，发现事故应按照规定时间到达现场进行抢险抢修，并按照规定及时报告有关部门。要定期开展模拟突发事件抢险抢修演练，提高快速反应能力。

加强对建筑施工工地的全面安全检查，重点检查员工宿舍的冬季取暖和用火安全，严防煤气中毒事故。认真排查施工工地机械等方面存在的安全隐患，严防坍塌、高处坠落、起重机械倒塌等事故发生。春季开工前要对施工人员进行安全教育培训，提前做好开工前的各项安全自检自查工作，为20xx年的安全施工打下良好基础。

冬、春季节是非职业性一氧化碳中毒事故的高发期，各单位要切实加强对没有集中供暖的棚户区、出租屋、地下室、加工厂、建筑留守工地等地点的安全检查和预防宣传工作。各单位要认真执行有限空间作业审批制度、作业监护制度和劳动防护制度，坚决落实先检测后作业的原则，对有限空间作业实行强制通风。按照“谁审批谁负责、谁主管谁负责、谁监护谁负责”的原则，落实作业安全责任制。切实做好对相关施工作业人员的安全教育、培训工作，要使每个作业人员都掌握有限空间作业以及预防沼气、硫化氢气体中毒等方面的安全生产知识。施工单位要为施工作业人员提供装备上的安全保障，杜绝冒险蛮干，积极做好有限空间作业突发事故的应急处置措施和救援预案。

各部门和各单位要针对一季度气候变化特点，督促有关生产经营单位及早开展风险评估、隐患排查和物资储备等工作。认真组织对自然灾害可能引发事故灾难的隐患点进行排查和除险加固，全力做好灾害性天气可能造成公路、电力、通讯、建筑施工等生产事故的防范应对工作。进一步加强气象部门与安委会各成员单位的信息共享和协调配合，及时做好预报、预警、预防工作。

各部门和各单位要制定和完善“春节”、“两会”期间安全生产事故应急预案，准备充足的救援物资和抢险装备，确保发生事故后能反应迅速、指挥得力、处置及时、救援有效。一旦发生安全生产事故，要及时启动应急救援预案，力争在最短时间内做到组织领导到位、技术指导到位、物资资金到位、救援人员到位，妥善处置，最大限度降低人员伤亡和财产损失。要加强安全生产应急值守工作，认真落实安全生产领导干部值班制度和事故专报制度，严格执行24小时领导干部带班，做到信息畅通，反应迅速。要加强事故信息报送工作，凡发生的各类重特大事故要按照规定及时上报；上报事故时，可先电话报告事故简要情况，后续报基本情况和善后处理情况，不得瞒报、延报和谎报事故。

“春节”、“两会”期间，各部门要认真贯彻落实市安委办《关于开展安全大检查暨“春节”、“两会”期间安全生产检查督查方案的通知》和《关于做好20xx年春节、“两会”期间安全生产工作的通知》（白安办发〔20xx〕1号）文件要求，党政一把手要亲自部署、安排安全生产检查计划方案，亲自带队深入现场检查，采取有力措施，把责任、任务、措施、要求落实到岗位、落实到人头，及时发现和消除事故隐患，督促指导并组织开展好检查、督查和整改工作。各部门要对频繁出现安全生产隐患的重点行业、重点单位加强督查、整改力度，坚决防范安全生产事故的发生，为20xx年春节和全国、自治区“两会”召开创造和谐稳定的安全生产环境。各专委会、各部门要于3月25日前报送一季度安全生产工作总结

（总结内容侧重于“回头看”检查工作安排，检查、督查发现的问题及整改落实措施等）。

工程季度工作总结篇四

1、“基智团”的工作

在费老师的指导下，第一季度的基金销售改革工作取得了实质性的进展。每季度重点基金投资策略报告、每月基金短语评价、基金对账单、季度定投基金投资策略报告、每周基金时事短信发送、基金发行信息短信发送等各项工作都有条不紊地展开。

3月份，在“银华90基金”销售过程中，做到及早安排、统一学习、互相竞争的局面，最终在本次基金销售中，取得500多万的成绩，排名公司第五名。

2、思考工作中存在的问题，妥善解决

每天下班回到家，安排自己十五分钟的时间，回顾一天工作中的得失，发现工作中的薄弱点，对于存在问题进行思考，自己设法提出可行性方案，次日进行及时解决。

1、增强基金客户的服务工作

目前，营业部需要从根本上转变经营模式，转变传统的经纪业务的过度依赖，需要将营业部转变成真正的营销客户中心。那么，我们的服务就是至关重要的了。

每季度举办特色基金投资俱乐部，每次会议都安排一个主题吸引客户前来参加。会议中，我们将以基金投资的实例、分析解决客户对于自己存量基金的疑问，并出具基金短语点评，从而使客户对自己帐户中的基金及时了解，适时采取必要的赎回措施。

每次会议前，必须设计有针对性的调查问卷。会议结束后，必须对调查问卷及时进行梳理，了解客户的内在需求，将客户需求进行登记并予以解决。

目前，营业部的基金销售工作遇到瓶颈，我们必须转变思路，化危机为机遇，将自身能够做好的事情做到。通过自己的努力，带领营业部的基金销售走出瓶颈。

2、整理基金客户名单，改进基金服务模式

对于个人而言，服务基金客户必须细化手中客户名单。将手中所有客户分为重点客户（资产大经常购买基金）、核心客户（偶尔购买基金）、普通客户（持有套牢基金）。对于重点客户必须每次沟通前打印基金持仓明细，根据营业部的基金短语评论，与客户保持两周一次的电话沟通；对于核心客户，根据营业部的基金短语评论，每月保持一次电话沟通；对于普通客户，将每月的基金短语评论寄送给客户，并每月保持部分客户的沟通工作。

3、注重融资融券的业务学习，发展融资融券的客户

随着券商竞争格局日趋激烈，发展新业务的赢利模式也势在必行。所以，今年融资融券新业务也作为了营业部重点考核的目标之一。

在每天下午收盘后，利用半个小时的时间对融资融券业务及柜台操作流程进行学习。遇到融资融券开户需求时，掌握实际开户流程，尽快分担开户柜员工的开户压力。6月30日之前，完成两个融资融券客户的开户指标。

作为营业部的一员，必须学习融资融券业务、发展融资融券客户，为营业部的发展作出自己的贡献。

4、团队成员互相支持，携手努力共创佳绩

心中理想的工作环境是团队成员和谐共处、各项业务由成员牵头组织学习并回答员工提出的疑难问题、部门之间互相支持帮助、学习成长热情高涨的集体。

作为营业部的一颗“螺丝钉”，虽然渺小，但是也能够发挥自己的长处。在基金业务学习中，把握基金的特点，找出基金的卖点，安排让“基智团”成员轮流主持学习，对每位成员的研究能力、组织能力、演讲能力都会有所提高。通过书籍、微博等传媒方式来吸收正面能量，然后在部门员工之间、营业部员工之间起到传播正面力量的导体。

5、完成六月投资分析考试，做到有计划，有安排

6月11日，又是一次证券从业人员考试。我要利用现在起的两个月时间，对学习章节、学习要点按“周”进行划分，每周突出学习重点，把握书中的每一个知识要点，完成章节的练习题，争取在六月完成投资分析的考试。

工程季度工作总结篇五

(1)，优势：企业规模大资金雄厚，价格低，产品质量有保证。

(2)，劣势：产品正在导入期，各方面还不成熟，客户不稳定，条件有限(没有自己的物流配送)。

总之老品牌占山为王，市场，客户稳定。要想在这片成熟，竞争非常激烈的无烟战场上打出一片天地。我们必须比别人付出10倍的艰辛。

二，产品需求分析

1，童车制造业：主要是：儿童车儿童床类。

2，休闲用品公司：主要是：帐篷吊床吊椅休闲桌等。

- 3, 家具产业：主要是：五金类家具。
- 4, 体育健身业：主要是：单双杠脚踏车等。
- 5, 金属制造业：主要是：栅栏、护栏，学生床等。
- 6, 造船业等等。

三，个人工作计划如下：

- 1, 以开发客户为主，调研客户信息为辅，两者结合，共同开拓钢管市常
- 2, 对老客户和固定客户，要经常保持联系，勤拜访，多和客户沟通，稳定与客户的关系。对于重点客户作重点对待。
- 3, 在拥有老客户的同时，对开发新客户，找出潜在的客户。
- 4, 加强业务和专业知识的学习，在和客户交流时，多听少说，准确掌握客户对产品的需求和要求，提出合理化建议方案。
- 5, 多了解客户信息，对于重点客户建立档案，对于潜在客户要多跟进。
- 6, 掌握客户类型，采用不同的销售模式，完善自己和创新意志相结合，分层总结。

四，对自己工作要求如下：

- 1, 做到一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。
- 2, 见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作。
- 3, 对所有的客户工作态度要端正，给客户一个好的印象，为

公司树立形象。

4, 客户遇到问题，不能置之不理，一定要尽全力帮助他们解决。把我们的客服带给客户让他们感到我们公司温暖。买者省心，用者放心。

5, 要有健康的体魄，乐观的心情，积极的态度。对同事友好，对公司忠诚。

6, 要和同事多沟通，业务多交流，多探讨。才能不断增强业务的技能和水准。

7, 到十一月份，要有两至三个稳定的客户。保证钢管的业务量。

8, 十月份是个非常严峻的时期，业务刚刚开始，市场刚刚启动，对市场中的客户还不太了解。希望争取拿到一至二个定单。

五. 在以后的销售工作中采用：“重点式”和“深度式”销售相结合。采用“顾问式”销售和“电话式”销售相结合。

工程季度工作总结篇六

1、工作纪律

二零一一年我们制定、修订了各项规章制度，经过几个月的磨合取得了一定成效。所以在一二年的执行过程中虽然还存在着一些问题和不足，但总体上来看还是大有进步。绝大部分员工都能认真执行公司的各项制度，能严格的按照要求上下班打卡。外出工作或出差认真的填写我们登记表格，很少有迟到、早退的现象发生。工作方面大多数员工都能认真的积极主动地去做自己的本职工作不计个人得失。上班时集体打游戏、哄闹等不良表现有了很大的改观。虽然说有了一

定的进步但还存在着很多不足之处。其表现在：一是个别人上班迟到；二是外出登记、上下班打卡的意识不强；三是个别人上班玩游戏等现象时有发生。分析原因有二：一是管理不到位。应该充分发挥部门负责人的职能，不但抓好业务更要做好员工的综合管理工作从根本上解决问题；二是安排松散、不紧凑。各部门的工作安排应该张弛有度，充分利用好工作时间。

2、培训工作

培训工作是多项工作的一个重要组成部分，对此我们也费尽心思去做，总体上看貌似不错但总感觉没有达到预期效果。分析认为：一是任何工作都要围绕着公司的业务去开展，所以没有采取强硬手段要求员工按时参加培训，让步于公司的业务工作；二是有部分员工对于培训工作的认识不足，由于业务不对口，尽量找借口逃避培训；三是培训资料欠缺，反复讲几个内容就难免产生厌烦心理，但通过这段时间的培训也有很多优点。如：在讲公司产品时主讲人能够认真的不厌其烦的讲每一个细节，听讲人能够随时提问一些不解的问题，技术人员能够及时纠正错误，规范技术用语，碰到分歧的问题，大家进行热烈讨论，这样的形式很好，能够更深入的掌握产品的性能，面对客户应该会有很大的帮助。

3、招聘工作

随着公司业务的不不断扩大，现有的员工力量很难满足工作的需要。所以，由行政部配合余总参加了内蒙古人才招聘会，以及网上招聘等多种形式的招录工作，通过多天来的考核。本着优中选优的原则，我公司现招取了四名工作人员并充实到技术、行政岗位，为公司今后的发展奠定下基础。

4、安全防范工作

？在吸烟问题上经过几次强调有了一定改观，但是个别人有

时疏忽到处撒烟灰，希望引起重视、消除隐患。

？公司各办公区安装了监控，对安全防范起到了一定作用。

？公司保险柜已修好，对钱、物、票证等保管起到了一定的作用。

？技术部、市场部工作人员外出工作或出差可能需要携带仪器、手机等物品，为了落实责任到人避免遗失提高责任心，凡带出的电脑、仪器等要求做好登记，并办好交接手续。？天气渐暖，为了保持室内凉爽各办公室都要开窗通风，为了安全考虑，要求各办公室下班后检查窗户是否关闭、锁好门、关好窗、避免失盗。

二、行政工作

1、由于公司业务的不增长，现有的办公条件已很难满足需求。本月初在增加一个办公室的基础上，对办公区做了一个整体大调整，技术部、财务部都有了独立的办公环境，大大的改善了办公条件。经过全体员工的共同努力使公司办公区焕然一新。

2、改善了办公环境。我们又添置了一些配套的办公用品，如活动橱、办公椅、饮水机等。以及为了员工中午用餐方便配备了微波炉，解决了员工中午热饭的问题。

括各办公室、会议室、总经理办公室，经过一段时间的实施效果较好，希望努力认真落实。

三、第二季度的工作计划

1、工作纪律

在这方面的的工作虽然是好于过去但不尽如人意，存在着一些反复会出现这样或那样的问题。如在出勤、外出登记的执行

等就时好时坏，这就需要时时提醒员工去遵守。所以在今后的工作中：一是抓好员工的出勤管理；二是做好外出登记；三是严格要求员工上班工作纪律。

2、培训工作

培训工作一直以来做的就不是很扎实，除了存在着以上提到的问题，还有一些欠缺，需要逐步改进，所以在今后的培训安排上切合实际尽量把公司产品的宣教工作做到位，使技术部、市场部的工作人员熟练掌握产品性能，高标准严要求。

3、行政工作

行政工作琐碎而繁杂，涉及到各部门的服务和后勤保障工作。虽然是我行政部处在新老交替的情况下，员工仓促离职新员工接手后缺少一个熟悉的过程。但我们在各项工作中克服困难确保各项工作顺利开展。

注：行政部1至3月份的具体工作因每星期都发到洪总信箱就不在此列举了。

行政副总：赵军

20xx年3月30日 星期五

工程季度工作总结篇七

1、项目名称：德州(以下简称)家装分公司家装项目发展计划(以下简称发展计划)。

2、主要内容：针对家装工程的发展而进行的合作计划，使之适应当代家装市场的近一步发展计划。

3、计划书纲要：短期内进行设计师资源整合计划，业务部资

源整合计划，工程部资源及人员整合计划。

1、发展计划由团队式管理共同完成，团队人员三名，分别为前台和业务部负责人、设计部负责人、工程质检部负责人组成。

2、团队人员组成：

1)负责前台及业务人员的负责人为原城市人家设计师，原兆丰装饰德兴店业务部主管，原兆丰装饰德兴店店面经理但当，经验丰富，对工作认真负责。

2)负责设计部负责人为原城市人家首席设计师，原兆丰装饰德兴店设计部经理但当，对客户把握度强，有一定的谈单水平。

3)负责工程质检部负责人为原元洲设计师，原兆丰装饰德兴店工程质检部经理，原兆丰装饰德兴店副总经理但当，拥有多年的工地管理经验及工地处理经验。

3、公司经营概述：

本公司适合德州城区及周边下县家装市场，及部分工装市场。

一个问题：你未来五年的发展目标是什么？

如果没有目标那可以先定当年的即第一年我们完成300万元。

300万元是什么概念？

1、平均每个单2万元，要完成150个单

2、平均每个月要完成25万元，13个单

3、平均每个设计师完成60万元，要5个设计师

4、平均签单率30%，要谈500个客户

5、平均每个月要谈40个客户，成交13个单

由此我们看出，不论完成多大的营业额，其实中心就是两个问题：

（一）、有足够多的人才

（二）、有足够多的客户

解决了这两个问题，我们就可以轻松实现既定的目标。

先解决第一个问题，那就是人才问题。无论我们做什么事业，无论我们的目标是多大，成功的第一步，就是对人才的建设。因此，我们从一开始就要把人才建设放在第一位，并且到什么时候也不能放松。

第二个问题就是客户，先分析下：

从业务流程角度，我们可以把客户分成以下四类：

（一）、所有客户——当地所有准备装修的客户

（二）、潜在客户——有机会与我们接触的客户

（三）、准客户——对我们比较有兴趣的客户

（四）、签单客户——我们已经签单的客户

签单客户从准客户中来，准客户从潜在客户中来，潜在客户从所有客户中来，详细说明一点，所有客户量是不会变的所以就应该想办法增加潜在客户量。

但是真正高明的营销思路，在于策划，而不在于人员！灵活性

的使用策略开拓市场才可以达到事半功倍的效果。

300万的目标马上就要实现了，但是目前德州市场还存在大量的家装公司，如何体现本公司的实力，这就要说说竞争力。

每一个客户在选择自己需要的产品时，必定首先要选择有特点的东西。

一般消费模式：

以我们自己做为一个消费者的角度来说，我们要购买一件产品，一般都会经历这样一个过程：

我们想要买一台手机，首先在我们心中有一个概念，就是我想要买什么样的手机呢？好，我想买一个带拍照功能和听歌功能的手机，明确了这个概念以后，我们就开始选择哪个厂或哪个品牌的手机比较合适呢？我们到市场上去，发现现在很多手机都带有上述功能，转来转去发现有一款手机款式特别好看，嗯，那就买这款了。旁边有一个营业员看见了，马上说，等一下，看我们这款手机，虽然款式差点，但价格比那款要便宜200元。哦？赶紧看看。另一个营业员马上说，等一下，看我们这款手机，价格和你刚才那款差不多，但是有mp4功能，能下载视频，能看电影看搞笑片，多好呀！真不错，就买这款了。那边一个营业员马上喊，等一下，看我们这款，同样带mp4功能，但是现在我们有个促销活动，买手机可以参加摸奖，最高奖是送你一台名牌手提电脑，最低奖是送50元的话费，来试一下你的运气，昨天就有一个客户摸走了一台手提电脑。是吗？这么好，那就试试我的运气吧！

其实，购买的过程就是选择的过程，就是比较的过程，看在谁家购买更合适，看买哪个品牌更合适。我们的目光，总是被那些有特点的产品或有特点的商家所吸引：

(1) 消费需求

(2) 需求定位

(3) 消费选择

(4) 方案对比(将各种供应产品供应方案进行对比，比较倾向于有特点的产品)

(5) 确定购买(最终选择最能打动你的方案，有可能突破最初的需求定位而选择最动心的方案)

消费者所关注的方案(产品)特点，就是我们的卖点，就是我们要与众不同的地方，要有真正能打动消费者(或突破消费者需求定位)的核心竞争力。

为什么很多家装公司的业绩不理想?就是因为没有形成自己的特色，没有自己的竞争力。

为什么业务员在散跑时，会说很难让客户感兴趣?那还是因为公司没有亮点，没有区别于其它装修公司的核心竞争力。

作为公司经理，我们要想提高营业额，就必须建立和培养自己的竞争力，尤其是要培养自己的核心竞争力。

家装竞争力方面：

品牌竞争力：品牌竞争力是一个总体概念，它是其它竞争力所形成给消费者的总体印象。产品竞争力：主要是指价格、设计、质量、工艺、材料等具体方面所具有的特别的优势。管理竞争力：指家装公司区别于其它公司的宏观与微观各方面的管理能力。

人才竞争力：指公司拥有特别优秀的某方面人才。

资本竞争力：主要体现在流动资金、分店规模等方面。

要在竞争中获取胜利，就必须使自己强大起来。只有强者才能战胜弱者，弱者是永远战胜不了强者的。所以，要培养自己各方面的竞争力，最终在当地成为行业中的精英！

投资总额：10万元

筹资渠道：由直接投资于家装部帐内，独立使用。

资金用途构成：

- 1、公司前期优秀人员的招聘，培训及学习。
- 2、硬件设施(如设计师培训学习资料，电脑工具，质检工作工具，)
- 3、广告投入及宣传单等广告类投入
- 4、市场运作及各共销合作伙伴建立。
- 5、短期运作资金投入。

工程季度工作总结篇八

20xx年的.前三个月已经离我们渐渐远去，告别了寒冷的冬季又迎来了一个春暖花开。俗话说的好一年之际在于春，春天意味着一个新的开始，新的开始就要有新的气息。

在第一季度公司完成了部门的整合，各个系统部也逐渐的完善，当然我的工作也转向了更加的专业，公司的转化带着我们工作性质向更专业的方向发展，在这一点上已经很明显了。

在第一季度里，我完成了在港中旅最后的调试任务，过完了春节与***开始承担软件园的前期，滨州小区的开工准备，济南军需仓库的设备维护，以及遵义仓库的门禁温湿度系统的

硬件实施;编写吉林地税的初步建议方案与成都油库的初步设计方案。

在港中旅工程中最后的调试中，我碰到了很多有关弱电实施中没碰到过的实际情况，在调试工程中将原来的理论解决变成了实践解决，像这种提升自己技术水平的机会是很少能够碰到，我觉得这是我在成长中一笔可贵的技术财富。

在软件园的前期中，我只帮***作了一些日常的工作，工程上接触的不是太多，在与***日常接触上，我学到了在工程管理中与人处事的另一种方法，及各家之百长，补己家之短，这也是也是一个提高自身水平的机会。

在滨州小区前期，又碰到了与甲方、监理、配合单位等多方单位协调的艰辛，向这种艰辛也是一种过程的体验，也是一个自身业务水平提高的机会。

在济南军需仓库的维护上，前期实施人员没有留下任何文档，也没有在用户处留下任何关于工程的文档资料，这给后期的维护带来了很大的不便，且用户的培训做得也不是很系统，根本就不能在电话中进行指导性维护。因此，工程后期的资料汇总也是必不可少的。

在遵义项目的实施过程中，接触到了温湿度设备，虽然温湿度设备不是什么很难的东西，但这对我在今后的方案设计上又多出一条可以利用的素材。

在遵义的实施中，又出现了与软件脱节的现象，因此建议我们硬件实施的时候软件也能够进场，已做到顺利交接，最终为用户做出一个满意的工程。

在这个季度里，我觉得部门之间的沟通越来越少，这在我们相互之间的配合上出现了很多的不协调。虽然工作能够做好，但工作中出现的不和谐是可以避免的。每个人都有好几个任

务，大家之间都不相互理解的话，工作是无法干好的。例如成都油库的前期建议方案编写期间，我身上有很多其他的任务，但这个方案有规定了时间，且各个任务又都几乎是同时完成，因此我在工作安排上就不能只按一个项目走，因此造成了一些不和谐的花絮，虽然都是为了工作，还希望大家都能互相的谅解以下。

2. 电子银行情况：一季度末，我部开立银行卡 张，手机银行有效客户数 户，完成开门红占比 %□pos机 台。

年初，我部便召集员工召开了部门会议，研究部署开门红工作的开展。具体措施可归纳为如下几点。

1. 抓考核，调动工作积极性。年初，我部结合总行目标任务、考核方案等文件，根据营业部自身工作实际，将存款、电子银行及电子银行存量转换等业务指标任务分配到人，并制定了详细的考核方案，充分调动了广大干部职工的积极性，领导身先士卒，职工各个争先，营业部形成了拉存款、抓电子银行业务的强烈氛围。

2. 抓宣传、塑农商行品牌。一季度开门红工作是营销旺季，我部十分注重宣传营销工作，共举办外拓活动15次，将责任片区落实到人，将员工分成小组，分别深入机关、企事业单位、个体工商户走访采集客户信息，宣传我行产品，提高客户对我行产品的认知度、满意度。1月13日，我部针对手机银行新平台登陆和存量客户转换率的两个指标，推出了“扫码有礼，惊喜等你”的一元扫码活动，到三月末，因此活动在我部扫描二维码登陆我行电子银行新平台和存量转换的客户就有328户，取得了很好的效果。我部1月27日我部与嘉艺舞蹈学校一起开展的“农信杯”大赛暨寒假集训汇报演出及抽奖活动，现场宣传我行的绥鑫卡、手机银行、卡贷通业务等业务吸引了很多孩子家长，并且进行了有奖答题互动，有效地塑造了农行产品的品牌形象，此次活动采集客户信息400余条，挖掘存款400余万元，现场1元扫码转账20多户。3月7日

至3月9日，我部利用妇女节开展了送鲜花上门祝福的外拓营销活动，对我辖区内妇至以节日的问候，进一步增进她们和农商银行的感情，并借此采集客户数据，宣传我行产品，三天共采集数据1000余条，拓展pos机2户，取得良好的效果。

3. 抓转型，提高服务质量，夯实业务发展的基础。我部作为总行第一批试点转型机构，自20xx年10月实施转型工作以来，严格按照转型要求员工，经过半年的运行，每次都顺利通过总行验收，获得客户的一致好评。通过网点转型，优化了我部内部管理效率，指标化、过程化的管理，提高了员工的工作效率和服务质量。主要表现在：一是客户等待时间明显减少。通过进行数据测量发现实施转型工作以来，前来办理业务的客户虽不见减少，但客户等待时间明显减少，平均每个客户办理业务的时间较转型前减少2到3分钟。二是差别化服务提高了客户接受服务的耐心。在营业大厅内，虽人流如织，但秩序井然，大堂经理分流导引客户到高柜、低柜、自助服务区，提高了对每个客户的关注度，让客户觉得温暖。三是员工的营销意识逐步加深。通过培训一句话营销，前台人员在办理业务时，积极向客户推荐我行的电子银行业务及新产品，柜员转介潜在客户，零售客户经理深入挖掘客户潜在的金融产品需求，积极推荐适合的产品及服务，进一步增加了我行中高端客户群体。

4. 抓单位存款，进行分层营销。营业部对公存款余额占总存款余额的四分之三，因此，我部始终紧抓住这项业务，各级进行分层营销，派专人跟进对公业务，进一步维护和财政、各部门客户的同时还在积极拓展新的机构客户。年初，我部通过社会关系了解到贫困户住房建设贷款分险基金的相关信息，我部通过和财政对接，做了大量的工作，从2月份就派专人跟进，与财政签订了相关合作协议，于3月11日到账专项资金3740万元。去年我部就了解到我县财政局将成立的农业担保公司，经过半年时间和财政的对接，3月我部成功开立了农业担保公司账户。

第二，我部普遍存在做事慢、拖、做事不积极主动的情况，缺少团队意识，遇到事情都来等。工作安排后，无人理，更无汇报反馈。比如工作安排下去做得怎样？到什么阶段？没有反馈，或者干脆不做，要重三四道的安排。

第三，服务意识不够强，对服务工作的认识不到位。我部虽按照转型七步曲在办理，但总体看上去亲和力不强，态度冷淡，速度慢，客户有疑惑时解释不到位，不愿多说两句。

第四，网点转型时提的一点一策，很多策略的施措都要根据网点自身的特点来制定，要求不死板，让客户满意。但现在内训师都要求一个版本，没有做到一点一策。我行是转型的第一批机构，关于硬件设施的设置，总行没有跟上网转的进度，网转了以后，除4台取款机外，我部无一台自助设置，全是人工服务。

第五，各岗位职责不明确，不清楚。