

# 最新经理年度工作计划的通知 经理年度 工作计划(优秀6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。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 经理年度工作计划的通知篇一

一、优化组织施工方案，提高科学管理水平。

20\_\_年以来，自己在施工管理中，始终把科学管理，优化方案放在工程管理的首位，经常不断地在研究和探讨适合工程管理，且可操作性强的施工方案，来不断满足工程需要和甲方需求。在每次施工方案的制定中，我都是不断根据工程的特点、难点，进行多次论证，并运用科学的态度，加大组织方案的科技含量。不断延伸方案中的科学管理渠道。

在粗钢筋连接上，我采用了cabr变形钢筋套管冷挤压连接技术，比压弧焊连接法提高工效三倍。

在模板支撑工艺上，原方案采用剪力墙支模穿墙镙栓的支杆为塑料管不能拔出，这样浪费太大，经研究我们把穿墙镙栓的塑料管自行加热，制成大小头能拔出的塑料管，减去剔凿设计破损率30，还节省费用1.\_\_\_\_元。

2、原模板采用小钢模支护体系，但在开发的清水砼施工技术工程上，宜采用大模板钢木组拼体系支护，减少模板之间的缝隙，施工缝无明显痕迹，从而取消抹灰层，经涂料装饰后，达到高级抹灰数据标准及使用功能要求，节省抹灰材料及人工，并减轻建筑本身的自重，减少模板费用的投入，避免因质量通病造成的大量修理费用发生。

在架子搭设上，原方案采用双排落地式外架子，大型工具使用数量太多，占用时间较长，而且租费成本高，为降低成本根据建筑物特点我采用工具式挂架子，即安全，又轻便，又节省大量资金。

## 二、严格质量管理，争创工程

“质量第一”是企业永恒的主题，更是自己追求的目标。我在多年施工中，能自始至终把质量放在首位，坚持了用质量来赢得企业信誉，来满足业主需求，来扩大企业建筑市场，为美化市容多创精品。20\_\_以来，我所坚持的措施有：

1、落实质保措施，提高监控到位。我坚持在项目上严细质保职能，分工明确。坚持做好各项质量文字交底和质量交接记录。确保每项质量施工都有文字交底。以便更好地指导生产人员按标准、按要求去操作。项目上的专职质量员，我主动给其一定的相应权力，让其主动牵好质量创优质，使他们进一步做好了质量监控预案，并协助整体基础上搞好了本工程质量管理的分工，确保质量监控无空白点。

2、重点部位，重点监控。对于工程易出现质量事故的施工部位，我坚持设专人把关，并做好监控管理，发现问题及时解决。

3、严格规范，提高作业水平。在质量管理中动员大家要严格按规范去验收，把住每一道工序，要把市优的标准落实到操作面，使参建人员都知道，干出什么样产品为市优标准，使产品一次成优，杜绝二次维修。

4、层层管理，人人把关。我始终坚持在项目上形成人人把关的质量管理氛围。质量管理不单质量员一人的工作，其它项目管理人员也要有质量指标。也要对质量创优负责。要在层层管理上形成操作人员对自己施工面负责，分包队要对承包区域负责。项目管理人员要对各自工程创优指标负责，项目

经理要对全工程创优达标负责，从而使工程质量管理严格处于受控状态下。

通过自己在质量管理方面的摸索，个人掌握了一些质量管理上的招法。为自己驾驭项目上的质量管理工作充实了力量。同时也使自己在历年施工中创出了一些名优工程。如：为保证理工学院教工住宅楼创优工程的实现，我从源头抓起，严把了材料的进场关，对现场所进各种材料，我协同器材管理人员，从材料目测、复试开始，加强材料的验收，不合格的坚决退场，为工程顺利创优把住了材料关，落实了创优措施，使该项目获得了市优，得到了建设单位的信任和满意，他们又将后续工程计划交给我们，由我们来施工他们觉得放心。为企业信誉和占领市场做出了一定的贡献。

### 三、合理安排工序，加快施工速度

做为一名项目上的指挥员，自己在注重工程施工方案、质保措施的同时，对生产进度的落实从不放松。特别是在多年的施工管理中，不管遇到什么样的困难，从未因生产计划管理而延误工期。在工期管理上，我一直坚持：

- 1、加强部位控制，落实计划安排，自己在日常的生产管理中，对施工部位计划比较清楚，到什么周期，完成到什么部位，我心中有数。由此在施工管理上，我坚持用施工计划指导和严细现场的作业安排，严格控制施工管理节奏，确保施工进度，按照计划去落实。

- 2、加强施工组织，落实资源到位。为确保项目生产顺利，我时刻针对现场的料具、劳动力、材料等生产要素，做好调配，并根据工程进展情况，提前做好生产要素的测算，工作预见性要强，进而加强了料具、人力的合理配置，保证了施工不间断。

- 3、加强工程插入度，落实施工工效。针对工程多工种作业。

由其是抢竣工项目，在合理组织插入上是关键，多年的施工经验告诉我，无论是立体交叉作业，还是横向混合式作业，不管是逆施，还是正施，我坚持的宗旨是：统一协调，统一指挥、合理安排、见缝插针。

4、加强责任到人，落实分片包打。按照施工布置，自己习惯作法是把项目进度指标进行分解，责任落实到每个工长身上，按照旬保月、月保季、季保年的工作安排，做好层层包计划，落实项目上分片包打。

通过多年来，自己坚持和不断充实以上四项措施，使自己在工程进度管理上，创出了项目上的施工信誉。

#### 四、严细成本管理，提高工程效益

20\_\_年，针对项目成本，自己在往常施工中始终坚持效益是项目立足的根基，没有了效益，项目就意味着乏值。多年来，我在抓项目成本管理上，作法有两点：

一是抓项目成本分析制度、完善内部管理交口。自己带头组织项目成本员、定额员、预算员、器材员开好每月工程成本分析会。并要求成本员把当月的列支情况进行汇报，做到计划部位、预算收入、器材耗料、成本核算达到数字交圈、核算对口把住工程的实际成本。同时，在成本分析上，要求各大员要对下月工程成本提前预控，对易造成浪费的部位、现象，提前预测，并制定相应解决措施。把成本管理问题消灭在萌芽。

二是提高项目核算意识，杜绝不合理开支。节约挖潜项目是大户。我们项目多年来不断增强和改革自己的核算意识，不断校正自己的节约措施，在项目内部成本管理上注重节约。如小型工具制作，尽量内部加工。材料码放，尽量一次到位，减少二倒。文明施工，不追形势，追得是高标准。特别是在材料使用上，大家齐抓共管。形成人人算细账，人人会账的

管理局面。

## 经理年度工作计划的通知篇二

以\_\_精神为动力，以\_\_和\_\_重要思想为指针，全面贯彻公司的“务实”方针，以独家经销为龙头，以品质保证为基本依托，以开发商、设计院为突破口，以商业信誉为保障，进一步提高服务意识、质量意识、品牌意识，致力于推进\_\_建筑市场，推进我公司品牌的突破性进展，促进全市建筑质量的提高。

### 二、工作目标

- 1、抓好培训——着眼司本，突出骨干，整体提高。
- 2、老和潜在客户——经常联系，节假日送一些祝福留下好印象方便以后开展工作。
- 3、开发新客户——不断从各种渠道快速挖掘，积极推广公司品牌形象。
- 4、周、月总结——每周一小结，每月一大结。

### 三、实施策略

- 1、坚定信念。静下心，快速、融入、学习、进步。先做自己该做的，后做自己想做的。
- 2、加强学习，提高自身素养。

加强理论学习。学习实践水泥基渗透结晶性能优势与施工要点，学习商业运作，认真贯彻公司“务实”的方针，熟悉本行业各公司，学习各地先进经验。利用网络媒体及手中的报刊杂志、业务专著，认真加强学习、研究，及时掌握市场发展的动态和趋势，时刻站在学建筑领域的前沿阵地。

### 3、客户资源，全面跟踪和开发。

对于老客户，要保持关系。潜在客户，重点挖掘，舍得花精力。在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道快速开发新客户，积极推广公司产品、建立良好的品牌形象。

### 4、商业运作

找对人，说对话，办对事。善于分析，放开手脚，敢于表态！

### 5、走精干、高效路线

做到严谨、务实、高效，不折腾。不要贪多，做精做透很重要，碰到一个强大的对手或者榜样的时候，我们应该做的是去弥补它而不是挑战它。

## 经理年度工作计划的通知篇三

20xx年是酒店争创预备四星级旅游饭店和实现经济腾飞的关键之年。因此进一步提高员工素质，提高服务技能是当前夯实内力的迫切需求。根据酒店董事会关于加大员工培训力度的指示精神，结合本酒店实际，我拟在20xx年度以培养“一专多能的员工”活动为契机，进一步推进员工培训工作的深度，努力做好20xx年的全员培训工作。

### 一、指导思想

以饭店经济工作为中心，将培养“一专多能的员工”的主题贯穿其中，认真学习深刻领会当今培训工作的重要性，带动员工整体素质的全面提高。

### 二、酒店的现状

当前酒店员工服务技能及服务意识与我店四星级目标的标准

还有很大的差距，主要体现在员工礼节礼貌不到位，对客户服务意识不强，员工业务不熟等方面。

### 三、当前的目标和任务

20xx年度的员工培训以酒店发展和岗位需求为目标，切实提高员工认识培训工作的重要性，积极引导员工自觉学习，磨砺技能，增强竞争岗位投身改革的自信心，培养一支服务优质、技能有特色的高素质员工队伍，努力使之成为新时期不断学习、不断提高的智能型员工。

### 四、严格纪律树形象

纪律是一个团体范围正常工作和生活所必须遵守的行为规则，是提高部门战斗力的有效保障。古人云：“无规矩不成方圆”。所以，总办要搞好20xx年的全局性工作，必须要以严格的组织纪律作保障。组织纪律要常抓不懈，部门负责人要带头，从自己管起，彻底杜绝违纪违规现象的发生。部门员工的言谈举止、穿着打扮要规范，努力将总办打造成酒店的一个文明窗口。

### 五、创新管理求实效

#### 1、美化酒店环境，营造“温馨家园”。

严格卫生管理是确保酒店环境整洁，为宾客提供舒适环境的有效措施。今年，我们将加大卫生管理力度，除了继续坚持周四的卫生大检查外，我们还将进行不定期的检查，并且严格按照标准，决不走过场，决不流于形式，将检查结果进行通报，并制定奖罚制度，实行奖罚兑现，以增强各部门的责任感，调动员工的积极性，使酒店卫生工作跃上一个新台阶。此外，要彻底搞好防蝇灭鼠灭蟑工作，目前，正值鼠蟑的繁殖高峰期，我们要加大治理力度，切实消灭蝇蟑鼠等虫害。

花草是美化酒店、营造“温馨家园”不可缺少的点缀品，今年我们与新的花卉公司合作，加强花草的管理，要求花草公司定期来店修剪培植，保持花草的整洁美观，并根据情况即时将花草的花色、品种予以更换，力求使酒店的花草常青常绿，常见常新，给宾客以温馨、舒适之感。

## 2、创新宿舍管理，打造员工“舒适家园”

宿舍的管理历来是一个薄弱环节，今年我们将加大管理力度，为住店员工打造一个真正的“舒适家园”。为此，一是要有一个整洁的寝室环境，我们要求宿舍管理员搞好公共区域卫生，并在每个寝室设立寝室长，负责安排督促寝室人员打扫卫生，要求室内清洁，物品摆放整齐，并对各寝室的卫生状况进行检查，将检查情况进行通报。

第二要加强寝室的安全管理，时刻不忘防火防盗、禁止外来人员随意进出宿舍，实行对外来人员的询问与登记制度，以确保住宿员工的人身、财产安全。

第三要变管理型为服务型。管理员要转变为住宿员工的服务员。住店员工大多是来自四面八方，初出家门的年青人，他们大多年龄小，社会经验不足，因此，在很多方面都需要我们的关心照顾，所以宿舍管理员要多关注他们的思想情绪变化，关心他们的生活，尤其是对生病的员工，要给予他们亲情般的关爱，使他们感受到家庭般的温暖。

## 六、节能降耗创效益

### 1、加强酒店办公用品、服装及劳保用品的管理

我们将参照以往的有关标准规定，并根据实际情况，重新梳理，制定各部门的办公用品、服装及劳保用品的领用年限与数量标准，并完善领用手续，做好帐目。要求按规定发放，做到帐实相符，日清月结，并对仓库物品进行妥善保管，防

止变质受损。

## 2、加强车辆乘车卡及电话的管理

建立车辆使用制度，实行派车制，严禁私自用车与车辆外宿，并加强车辆的油耗、维修管理以及车辆的护养，确保酒店领导的用车及用车安全。对乘车卡和拨打长途电话也要实行严格的管理及登记制度，防止私用。

## 七、宣传、推介亮品牌

1、要提高文件材料的写作水平与质量，及时完成酒店各种文件、材料的起草、打印及发送工作，要加强档案管理，建立档案管理制度，对存档的有关材料、文件要妥善保管，不得损坏、丢失。

2、及时宣传报道酒店典型事迹，加大对酒店的宣传力度，大力宣传酒店在三个文明建设中涌现出的先进典型，极力推介酒店，树立良好的酒店外部形象，提高酒店知名度。

## 八、新员工入店培训：人事部

新员工入职培训每月开展一至两次(具体情况视新员工人数而定)，时间安排避开部门营业的高峰期，入职培训以一周为一个周期，每天利用下午14：00-16：30进行培训。

培训后人事部将进行考核，考核结果将作为员工转正的依据。

## 经理年度工作计划的通知篇四

新的销售年度，区域销售经理最重要的工作内容便是出台下一年度的营销工作计划。没有计划的销售是盲目的销售，销售人员就不了解企业的营销工作重点，甚至不明白产品增长点在哪里，日复一日机械地做简单的推销工作，同时，销售

管理的随意性和销售政策多变也容易导致营销队伍不稳定和市场混乱，销售人员的业绩优劣难于评价，面对竞争对手的进攻措手不及。只有在科学的计划指导下，各部门才能有条不紊地展开营销工作，明确销售目标与工作重点和努力方向，提高工作效率，也才能充分利用各种有利因素，挖掘市场潜力，确保完成企业下达的营销任务。

## 一、年度营销计划必须解决哪些问题

区域经理年度营销计划必须解决的问题包括以下内容：

1. 部署销售目标，安排销售计划。虽然区域市场的销售目标通常是企业的营销主管部门制定和下达的，但为了确保完成企业下达的销售目标，销售经理可根据实际情况做适当调整。销售目标与计划是考核销售人员业绩的首要指标，是整个营销计划的基石。部署销售目标，即在客观分析各片区的市场状况和过去1~3年的销售状况等因素的基础上，将整个区域市场销售目标分解到各片区；安排销售计划，即根据销售淡旺季、市场开发进度、销售成长等因素，将区域市场及各片区的销售目标分解到各个月份或各季度。可以把单价和包装规格不同的品种统一折算成标准件，分配销售额和销售量指标，这样既可以反映销售额的增长状况，又能反映市场份额的增长状况。

2. 提出利润目标，出台费用支出与控制计划。只有数量而没有质量的销售是没有效益的销售。区域销售经理应认真分析以往的财务报表与业务报表，结合年度销售目标、平均毛利润、销售费用等因素提出利润目标。为提高经营的平均毛利润，销售经理可将所经营的产品划分成确定的类别，如厚利品种、薄利品种、微利或无利品种，在经营过程中加大厚利品种的销售和市场投入力度，适当减少微利品种的销售投入，甚至取消某些微利或无利品种。

销售费用虽然受市场等因素的影响较大，但它确实是可以通

过计划来控制的，销售费用支出与控制计划的主要内容应包括：广告与宣传费用、促销费用、工资、奖金与福利费用，仓储与运输费用、固定资产折旧费用、办公费用、销售渠道（客户）费用等各项经营费用，应控制在全区域或各片区销售额的比例，并明确费用开支的各项具体规定，把费用控制状况列入各片区销售人员的业绩考核的内容。

3. 货款回笼计划。向各片区及销售人员进行发布新的销售年度货款回笼的要求与具体指标，强调与上年度相比有调整的方面，以及与销售人员工作业绩考核挂钩的办法。

4. 产品策略实施计划。提出明确的新销售年度的产品增长点，重点推广哪些产品，有哪些新产品即将上市，哪些产品在什么时候将被淘汰，并进行详细分析，使销售人员充分理解公司的产品策略，从而充分利用市场资源和发挥公司内部潜力。

5. 价格策略实施计划。价格是市场营销中最敏感的因素，不宜经常变动，但对上一年度价格体系的执行情况和市场反馈的效果进行总结，对一些不适应市场状况的产品价格在年初做一次局部的调整是必要的。价格策略通常与促策略结合实施。

6. 渠道策略实施计划。发展新的渠道增长点，或开发区域内尚未开发的片区市场，或优化分销网络，调整部分经销商或调整经销商政策、合作方式、待遇，发布新的经销商协议等内容，都应作出具体计划。

7. 促销策略实施计划。就渠道促销与终端促销的费用投入比例，整体促销费用的额度，本年度共安排多少次大型的渠道或终端促销，在什么时间、什么范围内执行，以及费用如何控制等内容作出具体计划。

安排计划等，明确主导的广告、宣传手段及其操作流程。

9. 市场出样目标与计划。明确区域内各片区市场本公司产品的布点率与出样率目标，以及各个阶段的市场出样执行与考核计划。市场出样状况考核是公司管理市场的重要手段之一，也应该有计划地在年初进行安排。

10. 人力资源建设与营销培训计划。明确人员编制的增补数量、招聘方法与甄选标准。“流水不腐，户枢不蠹”，对需要调整的片区主管或销售人员进行调整，以及对全年进行几次正式的营销培训的时间与费用等做具体的计划。

11. 各岗位员工的业绩考核办法调整计划。为适应新的形势，对业绩考核的内容与考核办法进行必要的调整，优化计薪计酬方法，做具体计划并发布，为落实年度营销计划服务。

12. 年度营销计划的其他有关内容。

## 二、怎样做好年度营销计划书

要做一份全面、翔实、可操作性强的年度营销计划书，我们必须遵循一些基本原则：

原则一：前瞻性与预测性。对不可量化的市场指标进行前瞻性的分析与评估。如：市场供求关系的变化趋势、市场竞争发展态势、商业业态发展趋势等。同时，对可量化的指标进行预测性的判断，做具体的计划和要求。如销售额（量）、价格、费用等。

原则二：挑战性与现实性。良好的业绩来自于实现富有挑战性的目标。营销计划书中的任务与计划指标不是轻而易举就能够实现的，但都是经过努力可以达到的，这样才能鼓舞销售队伍的士气。

原则三：全面性与综合性。许多区域销售经理的年度营销工作计划只涉及销售目标与计划，缺乏全面性，忽略了其他的

配套计划和控制性计划的内容，易于造成执行中的走样和障碍。

原则四：指令性与指导性。各项目标与计划指标是指令性的，一旦制定就必须按计划执行。同时，策略的安排则是指导性的，是实现目标与计划的措施。

原则五：权威性与说服力。营销计划要确保其权威性，才能得到贯彻与执行，要得到绝大多数销售人员的理解与认同，才能调动人的积极性。

制订年度营销计划书，必须掌握充分的依据，这些依据至少有以下几方面：

1. 正确领会上级营销主管部门新年度的营销工作精神。如：企业对本区域市场各项销售任务的安排，新产品开发状况及新产品上市时间，企业对本区域市场的支持力度、费用控制等方面的要求。
2. 学习和借鉴本企业其他区域市场的营销经验。将不同区域市场的营销管理与销售特征进行分析、比较、启发本区域的营销创新。
3. 分析本区域以往的各项业务统计数据与财务报表，找出各片区有关指标的变化规律，并究其原因。
4. 收集市场基本面的现状。如：各片区人口、经济状况、居民收入、投资状况、商业业态的转变等，并比较片区间的差异。
5. 研究市场竞争现状与发展趋势。
6. 充分听取销售人员的意见和建议

## 经理年度工作计划的通知篇五

xx年即将远去，回首xx年的工作，有硕果累累的喜悦，有与同事协同攻关的艰辛，也有遇到困难和挫折时的惆怅，时光飞快，不知不觉中，充满希望的20xx年就伴随着新年伊始即将临近，可以说xx年是公司稳定发展的一年，也是公司蓄意推进行业改革，拓展市场持续发展的关键年，也是行政部成绩颇丰的一年，现就本年度行政部重点工作并结合公司实际情况做以下总结和新一年工作计划与大家共同分享，希望大家针对行政部的工作多批评，指正，多提宝贵意见。

充分发挥员工的积极性与主动性，培养员工的多方面能力，促使员工成为一岗多能的万能工，加强各店之间的技术与学习与学习，提高部门整体的技术，技能。以多种形式加强与员工之间的沟通，积极推行公司的企业文化，丰富员工的思想与觉悟、加强企业文化的宣传与学习。扭转员工的思想和工作作风，提高部门的服务水平，从而为员工愉快地工作创造良好的条件，形成团结、紧张、活泼，和谐的氛围。

基于目前我们公司的能耗情况，节能潜力较大，工程部将集中精力进行设备的节能改造。20xx年，公司能耗定会控制在较为合理的水平。在维修材料及设备大修的管理上，坚持能自主解决的不找厂家、能回收利用或拼装使用的坚决不买的原则，整理各店分散材料的资源，分类管理，避免重复购买，在公司各店设备故障高峰到来之前，加强巡检保养，延缓设备的老化期，并严格控制维修成本。

提高维修、运行人员的服务水平，为公司打造品牌提供坚强的硬件保证。以一线部门满意为起点，以客人满意为终点，努力提高维修，检修质量。

(1) 积极围绕着安全，防火，防盗。开展工作

(2) 树立服务意识，加强沟通协调。更好的完成公司相关的外

联工作。

(3) 加强检查，及时整改，在工作中正确认识自己

(4) 开展常规检查，把安全防火工作落到实处。

(5) 要加强与员工的思想交流，掌握员工的心态和稳定性

(6) 改进工作服务程序、加强主动性、协调性、协调与各部门之间的工作

(7) 合理调控设备的经济运行，严格控制跑冒滴漏的现象

(8) 加强材料，设备及配件的市场价格管理，详细各个配件，材料的价格，以便很好的控制成本。

(9) 严格控制外委项目、水、电、维修项目必须自行解决。大型设备维修尽量控制外委，控制费用。

(10) 修旧利废、深挖员工自身的潜力。

(11) 加强人员服务意识的培训，工作技能的培训争取人员一专多能，改善二线形象促使行政部工作质量更上一个台阶。

(12) 坚决落实公司关于能源管理的规定，加强监测各店的水、电、气、油的使用情况每月费用进行对比，并通报至各使用部门，以便使用部门的成本控制。

(13) 搞好五号店建设、搞好中央厨房建设。

以上是行政部新年工作计划，在这里进行简单的叙述以便大家对各部门今后工作的. 监督和指导。

## 经理年度工作计划的通知篇六

公司要我做产品经理前，做个工作计划。用了两天时间，加上田经理的咨询和修改，写了个20xx年大概工作计划。

此工作计划仍为草稿。工作后，按照实际情况重新修改。工作内容主要分三大类，其中前两类为工作进入正轨前的准备工作。最后一项日常工作，为进入正轨后的工作内容。本计划最后，是一张时间表，标明各个任务估计需要完成的时间。

### 1.1，了解公司

工作开始后，用大概一周左右，了解公司业务流程，认识这个业务链条上相关同事。包括销售经理，销售工程师，销售助理等。准确定位自己的工作范围，工作内容，及在公司中的位置。

理解公司的企业文化，并尽快融入其中。

### 1.2，初步熟悉需要推广的产品

用大概一周的时间，熟悉公司需要推广的产品。包括各个产品的规格，工艺，特征，以及同行业其他公司产品之间的替代或竞争关系。和原厂沟通，详细学习产品的技术细节。

以bcd公司为例，其拥有的产品线比较广泛，电源管理方面的ic种类也比较多。它的产品在市场上和utc等公司的产品重合比较多，替代性强。工作中需要详细分析其中产品的差异，特别是bcd产品的优势特征。

比如说创达公司主页上有推广bcd公司生产的as339电压比较器。这类芯片应用范围非常广，制造厂商也多。现在市面上较流行的还有ir2339、ani339、sf339和lm339这几款基本都可以互换。

对于everlight公司的led类产品，其主要关心的参数有波长，亮度和一致性。对创达公司所代理的也应当详细了解。对于竞争对手的产品，应当积极尽快整理出来，以此将市场进行细分。

## 2.1，公司内部市场信息整理

估计需要一周时间，通过和销售工程师的谈话了解整个行业的.市场状况，公司在该行业中的细分市场定位，以及竞争对手状况；并通过销售人员初步接触公司客户，将这些客户信息归类，方便日后统筹管理。

## 2.2，客户端市场信息整理

从内部整理出的市场信息中，和销售人员进行协商挑选出有代表性的客户，做出时间表，同销售人员一起拜访。通过客户端，了解所销售产品在市场上的反馈，更深入地掌握客户所关心的产品的关键技术参数和客户的需求。

## 3.2，对市场需求大的产品，做库存备货预估

3.3，每日与个别销售同事详细review工作情况，每周简单与所有销售同事review工作情况；并定期给销售人员做产品培训。

3.4每月做工作计划及竞争对手的分析报告。

3.5，对客户投诉及时做出反应，协助客户解决应用难题。遇到疑难或重大问题，积极与原厂沟通，共同解决客户端的技术或产品质量问题。

3.6，和原厂建立畅通的沟通渠道和良好的关系。充分利用原厂可利用的各种资源，并争取价格和交期优势。

3.7整理并挖掘出对产品可能有需求的市场，与销售工程师一起拜访这类市场的个别客户，看是否能够扩大产品应用范围。