

最新团队的作战计划 农机租赁团队管理方案(大全9篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

团队的作战计划篇一

为切实加强农业机械安全监管，落实农机安全生产责任制，提高拖拉机、联合收割机驾驶员和其它农业机械操作手的技术水*，发送农机安全生产技术状态，遏制农机事故的发生，进一步规范农机工作人员的职责，强化服务、岗位责任意识，特制定《xx镇农机事故责任倒查制度》，望自觉遵照执行。

农机事故是指农业机械在本行政区域内的乡村道路、田间、场院作业、行驶和停放过程中造*身伤亡或者财产损失的事故。

- 1、拖拉机、联合收割机登记、入户程序是否符合规定。
- 2、拖拉机、联合收割机年度检验内容、程序是否符合规定。
- 3、申领的驾驶证是否经过农机驾驶培训学校培训。
- 4、申领驾驶证的基本条件是否具备。
- 5、申领驾驶证各项登记、申领人信息记录是否真实有效。
- 6、申领驾驶证各科考试成绩录入情况。
- 7、超越权限、违法违规、办理拖拉机、联合收割机登记、入

户和办理拖拉机、联合收割机驾驶证业务的。

8、擅自增加行政审批、许可条件者或实施已经取消的审批、许可项目的。

9、对符合法定条件的审批、许可申请不予受理或者不予许可的。

10、超越权限和范围实施检查的。

团队的作战计划篇二

为全面贯彻落实全区宣传部长会议精神，持续推动xxx新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神及自治区第十二次党代会精神深入基层、深入人心，现就开展“党的十九大精神进万家”百姓宣讲活动制定如下方案。

紧紧围绕xxx新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神，结合贯彻落实自治区第十二次党代会精神，按照思想理论武装工作实现新突破的要求，整合各类宣讲资源，实施“三化管理”，通过多种宣讲形式，把讲理论、讲政策、讲故事结合起来，打造一批深受群众欢迎、有影响力的百姓宣讲队伍，着力推动理论宣讲工作往深里走、往实里走、往心里走，切实打通理论武装工作“最后一公里”，推动xxx新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神宣讲活动持续深入，真正在基层落地生根、开花结果。

（一）开展基层百姓大宣讲活动

讲师团在五市各选择一个乡镇（街道），建立“基层宣讲面对面”示范点，联合当地百姓宣讲员每季度在示范点开展1次理论宣讲活动。各市、县（区）参照自治区做法，整合宣讲资源，建立2—3个本级示范点。通过各级专家的指导带动和基层百姓宣讲员的积极参与，定期开展宣讲活动，在每个示

范点培育打造各具特色、群众欢迎的宣讲队伍，推动基层百姓宣讲常态化。

责任单位：自治区党委讲师团，各市、县（区）党委宣传部

完成时间□20xx年11月底

（二）开展全区理论“微宣讲”比赛

1、宣讲主题。紧紧围绕xxx新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神；围绕自治区第十二次党代会精神及“三大战略”“五个扎实推进”等重大战略部署；围绕培育践行社会主义核心价值观和弘扬中华优秀传统文化，引导干部群众坚定“四个自信”，提升思想道德素质和文化智力水平，为我区实现经济繁荣民族团结环境优美人民富裕、与全国同步建成全面小康社会目标、开启全面建设社会主义现代化新征程提供精神智力支持。

2、活动步骤。各市、县（区）在层层推荐、预赛分赛的基础上，以市为单位，每市推荐5名选手参加全区决赛。区直机关推荐xxx名选手参加全区决赛。拟于7月份举行全区理论“微宣讲”比赛决赛，组织专家评委现场打分，比赛结束后举行颁奖活动。自治区党委讲师团将组织获奖选手开展全区基层“微宣讲”巡讲活动，进一步转化比赛成果，加强交流学习，提升宣讲水平。

3、奖项设置。全区理论“微宣讲”决赛拟评选一等奖3名，二等奖6名，三等奖xxx名，优秀奖xxx名。根据各单位组织情况，评选优秀组织奖3个。

责任单位：自治区党委讲师团，区直机关工委，各市、县（区）党委宣传部

完成时间□20xx年7月

（三）开展专家专题宣讲活动

1、宣讲内容。系统阐释xxx新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神，阐释自治区第十二次党代会和自治区党委十二届二次、三次全会精神及“三大战略”“五个扎实推进”等自治区重大战略部署。

团队的作战计划篇三

一、严格执行持证上岗制度

公司应当根据《保险法》以及有关规定制订和完善保险营销人员的管理办法，加强公司内部监督、检查力度；不得委托无《保险代理从业人员资格证书》和《保险营销员展业证》或《保险代理从业人员执业证书》、《保险经纪从业人员执业证书》的保险营销人员从事保险营销活动。

二、完善团队管理制度

（一）公司应当明确被增员人员的标准、条件、培训方案、计划和业绩考核标准，不得仅以增员数量提供物质或者现金奖励。

（二）公司有关管理制度应明确保险营销人员可以只做业务，不增员和管理保险营销团队，且不得在计酬制度中有歧视性规定。

（三）公司应当与每一个招聘的保险营销人员签署书面委托协议。公司不得接受未签署委托协议的任何人的保险业务，不得向其支付保险手续费或类似费用。公司应对委托协议妥善保管。

（四）公司应对增员保险营销人员的人员予以授权，被授权

增员的人员应当是与公司签订委托代理协议的正式保险营销员，并且没有投诉、误导等不良记录。

三、规范增员管理

（一）不得夸大误导佣金收入或者手续费收入；

（二）不得发布宣传保险营销人员佣金或者手续费的广告；

（三）不得以购买保险产品，交纳入司费用作为成为保险营销人员的必要条件。

被增员人员自愿购买保险产品的，依法享有投保人、被保险人的相关权利，包括知情权、犹豫期内撤单、变更或解除保险合同等权利。

四、规范押金管理制度除法律另有规定外，公司以保障保险单证、保险费或客户资金安全为目的向保险营销人员收取押金的，应当征得保险营销人员的书面同意，并在与保险营销人员签订的委托协议中约定押金金额，明确押金的收取方式、收取目的、退还时间与退还条件，不得因约定以外其他理由扣减押金。保险公司和保险中介公司应当向保险营销人员出具押金收据，加盖公司印章，并在公司财务系统中单独核算与管理。

五、维护保险营销人员计酬制度的知情权

公司应当提供给每个保险营销人员完整的计酬制度。公司修改计酬制度时，应当及时告知保险营销人员有关调整情况。

六、落实岗前培训和后续教育培训

公司应当保证保险营销人员完成不少于80小时的岗前培训，每年接受累计不少于36小时的后续教育，并对培训内容的合

法性和真实性负责。

七、建立健全保险营销人员的管理档案

公司应当及时、准确、完整地登记保险营销人员的个人基本资料、培训教育情况、业务情况、奖惩情况等内容。

现实中存在一些营销团队在发展的过程中逐步丧失前进的活力，举步不前，疲态尽显。这些团队中的一些人把寿险营销仅仅当作可有可无的兼职工作，不能全心投入；另一些人受团队中一些负面情绪的影响，随大流，混日子，得过且过；还有一些原来朝气蓬勃、意气风发进入这个行业的人员，发现这个行业并非想象得那么容易，对这个行业产生倦怠感，甚至对这个行业产生怀疑；这样一来，整个团队士气低落，团队的业绩每月徘徊在维持的边缘，甚至因为达不到公司的业绩要求而经常需要保护。一两个团队是这样的情况倒也难免，如果波及全局，那情况就严峻了。

本文从五个角度剖析如何激活团队，希望能够抛砖引玉，给基层的团队带来有益的启示。

一、坚定从业信心

在新人入司之初，就讲清楚寿险营销行业的特点，有助于坚定从业信心。过去我们靠“年薪二十万不是梦”这样的话来增员，事实上能够得到如此高收入的人毕竟是少数，如果新人进来之后发现并非那么回事，会有一种很强的挫折感。所以应该在开始增员的时候，就实话实说，讲清楚这个行业会面临的困难和挑战，同时也说明只要你肯努力、勤奋工作，按要求完成规定动作和拜访任务，就能够得到一份比较体面的收入，并且拥有别人无法体会的成就感，还能获得更快的成长。这个行业是相信努力的一个行业，推崇“公平、公开、公正”机制。不要神话这个行业，还原行业的本来面目，这样就不会产生很多人被增来之后，发现这个行业不像原来说

的天花乱坠，而产生怀疑和不认同，随即脱落的情况。

同时，如果我们能在增员的时候就说清楚适合这个行业人员的特点以及要具备的特质，比如说有百折不挠的意志、旺盛的精力、良好的沟通能力和人脉关系等，说明并不是任何人适合这个行业。也能避免后期诸多问题的产生。

现在很多从业人员没有把寿险营销业当作一项事业，认为这只是一个暂时的谋生手段，并未对这个行业投入全部的热情和精力。其原因是一部分人感觉这个行业不稳定，或者因为个别代理人的诚信问题而对代理人制度产生怀疑。在纽约人寿开业160周年庆的时候，其常务副总裁兼首席营销官埃瑞克·坎贝尔在上海说过这样一段话：“我从事保险销售和销售管理28年了，在这28年中，我每天都思考如何进行营销渠道的创新，可是最终我发现，寿险是需要人去卖的，而不是顾客主动买的，因此通过代理人销售永远是主流。”他还谈到，“纽约人寿100多年的实践经验证明了这一模式的正确性，我们将坚持这一方向，而不会把重点转向电话销售等方式”。这家曾经向罗斯福、尼克松等10位美国总统销售过保险的公司营销方面坚持其“百年不变”的代理人制度，这位营销总裁以自己将近30年的从业经历证明了这样一个道理：代理人销售已经在纽约人寿实行了100多年，而且实践证明是主流渠道，而大陆引进寿险代理人制度才仅仅10余年，很多人就因为一些现在显现的弊端对这个制度产生怀疑，认为代理人制度不会长久。应该说，现在存在的诚信问题、代理人整体素质不高的只是发展中存在的问题，并非制度的问题，这些问题需要通过改革一步步解决、改进，未来这个行业是充满前途的。

树立行业信心是激活团队的前提。团队中的每一个成员要清楚认识这个行业的前景和发展趋势，寿险营销是能够安身立命，实现人生价值。

二、树立发展热情

纵观我国保险业的发展，营销代理制从92年开始引入国内，至今仅仅13年，我国保险业还处于发展的初期，保险的密度和深度与发达国家还有较大差距，广阔的市场还有待进一步开发。

团队要树立发展意识，主管首先要有发展意识，并能激发整个团队成员发展的热情。

首先自己要有热情。团队的领头人需要具备的最重要的特点是要有激-情。一个很聪明的主管，即使他知道所有的知识，他知道所有成功的方法，可是如果他对人生没有热情，或者是对他所做的事情没有热情，那他绝对不会是一个成功的领导者。在一次考核月冲刺的关键时候，某个业务部经理竟然出去游山玩水，这样对团队放任自流，对于一个体能还比较弱的团队来讲，只能是雪上加霜。

其次，要激发员工内在的激-情。作为主管，要具备最重要的一个优点是：要能调动别人的激-情。主管不能是孤胆英雄，不光要自己做的好，还要激励属员做得更好。每个人都有一种对工作的热爱，做好工作会给他带来满足感和自尊，这种满足感和自尊给人带来的愉悦，会反过来为其工作提供无穷的动力，而主管的工作就在于培养员工这种内在的动力。如何激励呢？主管要带头。有这样一句话“主管如果是坐下了，属员就躺下了”，主管一定要事事为人先，每月第一个出单，每天早会第一个来，“身教胜于言传”。团队的主管要发挥“头羊”、“领骑”的作用，并且加强自身的学习，通过这样潜移默化的感染、引领整个团队向前发展。

三、引进精兵强将

团队的活力很大程度上靠主管，但是，如果主管自身都缺乏激-情和活力，怎么办？俗话说：榜样的力量是无穷的，团队中还需要一些精兵强将，中流砥柱，通过他们的业绩、行为感染，激活其他人，形成感召力。身边的实例是最有说服力

的，一个团队中的绩优人力应该有一个合适的比例，他们是团队的标杆，大家会见贤思齐，以明星为榜样。如果团队中没有这些人，大家收入都处于低水平，团队中的成员，特别是新人看不到希望，这个团队只能是惨淡经营、死水一潭。

就寿险业发展的趋势来看，未来的增员更强调选才。整个寿险市场发展到今天，过去人力猛增的情况已经很难重演，未来的市场更需要精耕细作。如果还是沿用过去那种粗放增员的方式：“大鱼”增“小鱼”，“小鱼”增“虾米”，现在很多人不敢增收比他高的人，只敢向收入比他低的人开口增员，这样一来，每况愈下，进来的人一茬不如一茬。不把选好选才关，会导致客户质量差、团队整体素质难以提升，留存率低、负面效应等一系列问题，也导致了团队发展活力不足、踟蹰不前。雁过拔毛、不加选择的增员方式必将走投无路，被市场淘汰。

一个团队中的几个精兵强将，能够带动整个团队，甚至能影响主管的心态。有一个实例是这样的：以前一个团队的主管怨天尤人，整个团队气氛压抑，没有进取精神，在几个业务高手加盟团队之后，团队现在发展的蒸蒸日上，而且主管似乎也重新焕发了青春，全力以赴推动整个部门业务发展。

四、接受新鲜理念

一个团队带头人需要具备眼光、胸怀和实力。这三点中眼光尤为重要，你的眼光比别人看得远，别人才会钦佩你，才会跟着你干。以前有个人跟我说，我们村里面六层楼房子是最高的！然后他到了杭州见到满街的高楼大厦，再到上海看到88层的金贸大厦，看得眼花缭乱，才知道自己目光短浅。你的业绩在当地最好，以老大自居，但是出去到其他机构一看，业绩厉害的人这么多，原来自己的业绩根本不起眼！作为团队主管，一定要突破小富即安的思想，不能固步自封做井底之蛙，要以开阔的视野来谋求发展。

一方面，走出去，带团队出去交流、学习、取经，让属员通过自己的眼睛去见证。众多经验表明，一些优秀团队整齐划一的作风，高昂的士气，饱满的热情和旺盛的斗志会给所有的人一种震撼和冲击力。外边的世界很精彩。另一方面，引进来。俗话说：外来的和尚好念经。让一些富有经验的团队带头人，来做讲座，分享他们成功的经验。当然，一两次的这样的培训是不能完全解决问题的，关键是在培训后，能够根据自己单位的实际情况对比分析，找到差距，拿出措施和办法，并进行追踪，一步步进行改进和落实。

五、淘汰不适人员

通用电气已成为当今世界最有价值的公司。其前ceo杰克·韦尔奇的人才管理理念也成为外界关注的焦点。尽管杰克·韦尔奇已经卸任多年，但他的管理思想却依旧散发着光芒。他倡导的“活力曲线”已被全球大大小小的企业奉为经典。活力曲线区分出绩效最差的10%的员工然后坚决淘汰，他解释说，“好的我们一定要对他好，不好的应该让他走人。很多人也许会说这样很残忍。但我们这样想想，作为被淘汰的10%的员工，他们可能不适合这项工作，也就是他们的长处不在这里，我们为什么还要把他留在公司，影响他的长处的发挥，他们也许换个工作场所会发挥他的优势，会工作得更好”。有人说这样的做法太残忍。杰克·韦尔奇解释说“前20年你对他说你工作的不错，等到了53岁时，他女儿上大学时，你再解雇他，那才叫残忍，让一个人呆在一个他不能成长和进步的环境里才是真正的野蛮行径或者‘假慈悲’”。

如果一个主管每次考核都需要保护，连续被保护了五、六次，这时候保护已经对他失去了意义，考核机制已经说明他不适合这个行业，连续的保护只能给团队带来负面影响，应该大胆的使其自然淘汰。另外，一些违反“诚信”原则的业务员，误导客户追求个人利益最大化、钻公司政策空子套取佣金等行为，无论他业务做的如何好，这样的人要坚决淘汰，以使团队正本清源，树立正气。

淘汰也是生产力，一是激活“休克业务员”；二是便于及时清除冗员，保持肌体活力。战斗力不是保护出来的，是激发出来和锤炼出来的。

人称“不懂it的it英雄”阿里巴巴网的ceo马云在接受《财富人生》的采访中说的最后一句话是：“今天很残酷，明天更残酷，后天很美好，但绝大多数人都是在明天晚上死掉的，见不到后天的太阳。”营销团队中很多人都是明天晚上脱落的，如果你希望成功的话，你每天要非常的努力。活好今天、你才能过到明天，过了明天，你才能见到后天的太阳！

团队的作战计划篇四

为确保疫情期间学校师生安全，根据上级单位疫情防控工作相关文件及学校实际情况特制定本方案。

一、警务室门口张贴警务室电话号码，方便来访人员在校外与保安交流。如（有事请拨打室内电话）

二、保安或其他物业人员在核对来访人员前要戴好口罩、手套，并保证和其他人来访者接触距离在2米以上。

三、保安需在警务室内锁定学校大门。

四、如其他教师或校外工作人员因工作需要申请进入，保安需向相关领导电话请示，经允许后登记在案方可进入学校，进入学校后，保安员要用红外测温仪进行检测体温并指导其扫描龙江健康码。

五、食堂送货车在上学、放学的高峰时间段不准进入。严格阻止推销员等外来无关人员进入校区。制止收废品者、捡破烂者、小商贩和其它闲杂人员混入校园。

六、新闻记者来校采访，必须持有记者证和采访介绍信，门卫要事先报告校务办并由校务办报告校长室出面接待。其他人员一律不得私自接受采访。

七、车辆一律不允许进入校园。

团队的作战计划篇五

蛋糕店创业计划书范文

一、市场分析

在蛋糕的消费过程中，顾客都会有“先入为主”的心理。如果第一次购买后，觉得这家蛋糕店的产品不错，就会认定这家。因此，对新开张的蛋糕店而言，必须要留住顾客。特别注意，现在人们都追求健康，不太喜欢高热量的食品。所以，打造健康蛋糕概念，会增加对顾客的吸引力，我们可以在每一款蛋糕或面包上注明原料、生产日期以及对健康的好处等。

二、设备投资

模拟方案以10平方米左右的小店为例。启动资产大约需万元。

1、房租5000元

2、门面装修约2000元（包括店面装修和灯箱） 3、货架和卖台投入约1500元

4、员工（2名）统一服装需500元

5、机器设备最大的投资：8万元（包括制作蛋糕的全套用具）

三、首期进货款

1、面粉、奶油等原材料，约6000元。

2、设备购买过程中，要特别注意质量，因为是长久使用。蛋糕的制作方法可购买光盘自学，这样可以节省不少成本费用。目前市场上《全套蛋糕制作教学光盘》一般17盘含70项目技术共200元/套。

四、济效益估算

1、月销售额（平均）：21000元据有关内行人士评估，如此一家小型蛋糕店的经营在走上正轨以后，每月销售额可达21000元。 2、每月支出：14033元房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区商业街、及靠近小孩子的地段（如幼儿园或者游乐场附近），约5000元。

3、货品成本：30%左右，约5000元人员工资：10平方米的小店需要蛋糕师傅1名，服务员1名，工资共计2000元。 4、水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，每月1333元 5、月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。1，装修风格：

a□连锁店的名字为：橙，黄，绿，青，蓝，紫等，用水钻打造梦幻的感觉，水钻给人静心，典雅，精致的感觉，利于吃糕点时的小憩，享受内心的恬淡，以及梦幻般的美好，不同颜色为主色的店，给人的感觉不同，这样有利于将“蛋糕”做大！

b□欧式风格，典雅，绅士的环境，特别上海是个有文化修养较高的城市，欧化的生活也逐渐被人所接受！

c□拓谷一样的感觉，让人忽然从上海的小资情调转移到谷地一样的好地方，清晰，自然，给人一种洒脱！装修材料多用天然的石头和特殊自然造型的东西，因为买的是自然加稍微人工的造型，所以成本比较高。

2，装修费用相对较低的方案：

像普通的店面一样，设零售区和蛋糕工作间，另外设几个吊篮和各式的桌椅□shopping累了的时候可以小憩一会，因为本店销售奶茶和冰淇淋。

蛋糕店创业计划书范文

一、项目简介

背景：目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

前景：目前虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

二、主要产品

面包、蛋挞、冻品类（慕斯）、月饼、西饼 一般产品 蛋糕、生日蛋糕diy产品

三、服务计划

1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们一定会使用最安全、健康的食材。

2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。 3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。

4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

四、竞争性分析

目前市场上面包店的不足

1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。

2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。

3、产品种类单一，口味单调。

4、广告宣传不足，客户认知度不高。

5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场
6、缺乏特色产品。

我们的优势

1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算针对比较重要的原材料，与人合作，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自

动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度□ diy□

情侣：共同制作的甜蜜感，一起分享快乐

其他：亲手制作蛋糕送人以表示心意

五、营销策略 1、价格策略：针对产品的成本测算，合理定价。

2、产品策略：推陈出新，根据不同消费者的需求，开发出诸如低脂面包、营养面包、低糖面包等产品，满足不同口味和不同群体消费者的需求。

3、包装策略：以清新的风格为主，给购买者良好的购买体验。

4、促销策略：节假日店庆等开展促销活动，提高店铺的知名度和美誉。

5、外卖策略：3公里内免费送货，同时与单位或组织合作，发展代销商。

6、会员策略：开启会员卡制度，会员有折扣，给会员一点小优惠会让顾客感觉尝到甜头，增加购买率，增加品牌知名度。

本店特色：

diy□为家庭带来新颖的娱乐休闲方式，为情侣提供温馨浪漫的环境，提高生活品味。

diy服务流程：顾客需提前预约，在约定日期内至店内diy专区，由一名店员指导，顾

客根据自己的需要选择蛋糕胚的形状和大小，然后自己动手，选择奶油或水果等原料，发挥自己的想像力，根据自己的需要做出蛋糕的样子，然后在店内包装好，带走。这样即满足了顾客的送礼形式，最主要的是表达了心意，一举两得。

六、投资与收益分析

资金需求：

- 1、店面租金：3万/年(30平米)横街中心小学附近
- 2、装修：1万
- 3、设备：2万
- 4、证件执照：2000左右
- 5、工资：1名店长3万每年;3名店员共6万每年，总计9万/年。

装修和设备等是一次性投入，因此不计入年成本之内，粗略估计年固定成本在12万左右。

收入分析： 每日平均销售额500左右，月销售额3万，年销售额18万。（12万由父母出资所得）

七、风险与防范措施 风险：

- 1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。
- 2、蛋糕等产品属于高热量，女当今减肥当道的女性审美观念相冲突。
- 3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。
- 4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施： 1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。

2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品；对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包；对于老年人，我们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。

3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制

了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。

4、新店开业准备例如diy蛋糕大赛;diy巧克力拼图;新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大我们的品牌影响力增加。

最新甜美蛋糕店创业计划书范文

2一、计划摘要

伴随着经济的发展，激烈的竞争是不可避免的，“烦躁”、“郁闷”成了人们经常挂在嘴边的话语;与此同时，现如今的孩子们缺少动手实践的机会;另外，“求异”的心理在大众尤其是年轻的学生群体占有不可或缺的地位。制作一个独一无二的蛋糕、糖果等食品，拥有一次非同寻常的亲自动手的过程，在小资、孩子、学生们的群体中拥有巨大的潜力!因此，为了缓解激烈竞争的压力，给孩子一个自己动手的条件，给年轻人一个独一无二的享受，我们的“diy食品连锁店”应运而生。考虑到我们大学生资金短缺的事实，决定打造个从小到大的产业，从简单的“diy蛋糕店”做起，打响自己的品牌，逐步扩大自己的产业，形成diy食品连锁一条龙。打造都市避风塘!

二、企业介绍

1、项目名称□diy蛋糕店——diy食品连锁店 2、项目宗旨：打造都市避风塘，引领年轻时尚!3、项目宣言：我的蛋糕，我的young!4□店面名称：

i cake——diy蛋糕店

注释1[i——我，i cake——我的蛋糕，就是diy蛋糕，自己动手制作，世上独一无二的蛋糕!2[i与“爱”谐音，就是喜欢蛋糕，喜欢我们的蛋糕店!。5、店面主题曲：

《甜甜的》——周杰伦

主要歌词：我轻轻的尝一口你说的爱我…… 每天会在店里播放一定的时间。6、宣传口号：

我的蛋糕，我的young!

注释[young有两个层面的意义，一方面，是我们面向年轻群体的体现，另一方面[young与“样”同音，即diy自己制作蛋糕，就有自己想要的样子!7、店面商标：

注释：上边一个蜡烛，是字母“i”的变换，左边缺失一块的圆就是蛋糕也是字母“c”与后面的“ake”连起来就是“cake”代表着蛋糕的意思，再和蜡烛在一起，就是我们蛋糕店的名字“i cake”!8店面地址：

选择学校附近，靠近年轻人聚集区，且交通便利的地方。（因为本项目主要的面对的对象就是年轻的群体，大家都会以简便优先的原则，且，学校因为其生源的不断更新性，致使能保证客源的持久性，所以选择学校附近的地段）。

三个备选方案：

1、海淀五道口华联附近临街旺铺出租

面积：50平米

房源描述：周边遍布很多高校交通便利的很绝大多数人耳熟

能响高校生们消费的集中地，消费人群不容质疑。是一个极好的商铺经营场。

2、民族大学西门附近的旺铺具备餐饮条件

面积：45平米

面积：40平米

房源信息：此商铺位于魏公村临街繁华地段，紧邻大学，临主路公交站牌集中，周边多家品牌餐饮，服装店，小吃奶茶店，人流量非常大，纯一层，面宽8米，上下水，动力电，能注册，适合各种服装饰品，品牌小吃，西餐茶楼等行业。9、店面布局：

风格采用多样化的布局，诸如：童话版、欧版、丛林版、温馨版……各各相互独立的不同主题风格的界面，以供不同人群的喜好。（本身就是一个diy店，就让它一“独”到底！每个人都有自己独特的意境。）

周围排满蛋糕制作的参考图片，大而且容易看，方便大家制作蛋糕。

三、市场分析

团队的作战计划篇六

为了进一步深入贯彻落实_、省委省政府和省教育厅关于疫情防控工作的有关要求，把疫情防控作为当前一项重大政治任务来抓，根据我校下发的《通化师范学院新冠肺炎疫情期间线上教学学生管理规定》文件精神，切实做好我院大学生思想政治教育和学生管理工作，保障学校师生生命安全和身体健康，打赢疫情防控战，特制定防控疫情期间学生管理方案，具体工作内容如下：

加强爱国主义教育。开展“【抗击疫情，众志成城】生科学子手写祝福，武汉加油！”活动；开展“我与父母共看红_”温情活动，传递正能量。

实行疫情“打卡”签到制度。各班班长每天通过班级群要求学生认真如实报告个人身体健康情况，再由班长汇总至辅导员处，做好学生的健康监测。

建立健康台账。学生每日的健康情况需登记备案，如发现发热、咳嗽等症状，要第一时间上报。

发布心理健康服务热线。在疫情期间，若学生出现难以排解的负面情绪，可及时寻求学校心理健康服务。

团队的作战计划篇七

自1954年管理大师彼得·德鲁克首倡目标管理(management by objectives，简称为mbo)以来，这一管理模式就逐渐成为当代企业管理中最重要的组成部分之一。德鲁克认为，企业的目的和任务必须化为目标，企业的各级主管必须通过这些目标对下级进行领导，以此来达到企业的总目标。如果一个范围没有特定的目标，这个范围必定被忽视。如果没有方向一致的分目标来指导各级主管的工作，则企业规模越大，人员越多，发生冲突和浪费的可能性就越大。

在了解目标管理之前，先来认识目标。就电话销售而言，经理正是在领导团队为实现目标而不断努力的过程中实现自己价值的。

【故事】

1926年，美国人艾德莉仅用14小时31分就成功横渡了英吉利海峡，以第一个游泳横渡英吉利海峡的女性而闻名于世。两年后，她从卡德那岛出发，游向加利福尼亚海滩，想再创一

项前无古人的记录。

那天天公不作美，浓雾弥漫，海水冰冷刺骨。在游了漫长的16小时之后，艾德莉的嘴唇已冻得发紫，筋疲力尽。她抬头眺望远方，迷雾茫茫，仿佛陆地十分遥远。“看来这次是无法游完全程了。”她这样想着，身体立刻瘫软下来，甚至连再划一下水的力气都没有了。

“把我拖上去吧！”她对护游小艇上的人挣扎着说。

“咬咬牙，再坚持一下，只剩下一英里了。”艇上的人鼓励她。

“你骗我。如果只剩下一英里，我早就应该看到海岸了，快，把我拖上去。”

于是瑟瑟发抖的艾德莉被拖了上来。就在她裹紧毛毯刚喝完一碗热汤时，海岸从浓雾中出现了，她甚至还看到了在海滩上欢呼等待她的人群。这时，她才知道艇上的人并没有骗她，她距成功确实只有一英里了。

对已经游了16个小时的艾德莉来说，游完最后一英里，并不是很难的事情。她之所以失败是因为她失去了目标。没有目标，成功即使触手可及，也会充满遗憾地擦肩而过。

1953年，耶鲁大学对毕业生作了一次关于人生目标的调查。当被问及是否有清楚明确的目标以及达成目标的书面计划时，只有3%的学生作了肯定的回答。20年后，相关人员再对当年的毕业生跟踪调查时，发现那3%的学生的收入远高于其他同学。

个人如此，团队亦然。没有目标就像没有目的地的旅程，团队没有办法为这个旅程做充分准备。而制定了目标，经理就可以根据这一目标指导队伍，制定相应的销售策略。除此之外，目标还有很多优点：

通过制定有挑战性的目标可以提高业务员的积极性和绩效；

可以作为业务员绩效考核的客观依据；

将每个业务员的工作与公司的整体发展目标联系起来，增加他们的集体荣誉感和归属感；

明确了对每个业务员的要求，有助于他们进行自我管理；

使业务员明确了解自己的职业生涯发展方向。

由此可见目标有多么重要！组建完队伍后，经理首先要做的事就是制定目标。然而，目标如何制定、又如何进行管理，并不是每个经理都掌握了。

目标类型

有一个古老的故事。有人问三个石匠在做什么，第一个石匠说：“我在混口饭吃。”第二个石匠一边敲打石块一边说：“我在做全国最好的石匠活。”第三个石匠眼中带着想象的光芒，仰望天空说：“我在建造一所大教堂。”

第一个石匠知道他要从工作中得到什么并设法得到它，他会“正确地工作，以便得到公平的报酬”，但不是且永远不会是经理人。第二个石匠认为技艺极为重要。当然，一个销售团队的成员应该竭尽所能，但这里也存在着这样一种危险：一个人在雕琢石块或聚集了很多下脚料时，认为这本身就是成就了。在团队中应该鼓励成员发挥他们的技能，但技能应该始终与整体目标相联系。第三个石匠才是真正的经理人。

很多经理正如第二个石匠，关心的只是工作本身。这可能使一个人把精力从公司和团队的目标转移开来，把职能性工作本身作为一种目的。而另一种情况是，很多经理知道团队目标的重要性，也会帮助业务员设立目标，但他们除了和业务

员一起设立的业绩目标外，就没有其他目标了。电话销售的业绩靠电话量取得，这个量包括高质量的电话资料量、拨打的电话数量、准客户积累数量等，经理如果只抓业绩目标，将无法对业务员的工作过程进行管理，也很难保证最后的结果。

因此，每位经理都要像第三个石匠，知道自己在打造什么，显然，这需要一个目标组合才能实现。除了业绩目标，还有很多目标可以和业绩目标进行组合，以保证完成公司下达的销售任务。来看这些目标：

1、按组织结构分类

公司目标：公司的发展目标、年度销售额、季度销售额、月销售额等；

团队目标：每月业绩目标、团队发展目标、在公司所有部门中所处地位的目标等；

经理目标：职业生涯发展目标、培养后备经理的目标等；

业务员目标：职业生涯发展目标、每月个人业绩目标等。

2、按时间长短分类

长期目标：一年目标、三年目标、五年目标等；

中期目标：本季度目标、半年目标等；

短期目标：本月签单目标、本周签单目标、意向客户积累目标、每日电话量目标等。

3、按对象分类

财务目标：每月完成的销售额目标、赚钱目标等；

家庭目标：储蓄目标、买房买车、每月给父母的赡养费、给孩子买钢琴等；

学习成长目标：配笔记本电脑、读一本书、听培训课等；

娱乐目标：买摄像机、旅游等。

.....

这只是一些基本的目标。关于目标的设定，经理们可以有自己创新。

任何销售团队必须形成一个真正的整体，每个成员所做的贡献虽然各不相同，但他们必须为共同的目标而奋斗。只有这样，他们的贡献才会融为一体，才能产生良好的整体业绩。

目标管理可以使团队成员亲自参与到目标的制定中来，从而实现成员的“自我控制”，进而努力去完成工作目标。而由于有明确的目标作为考核标准，对业务员的评价和奖励也显得更客观、更合理。

简言之，目标管理就是经理和业务员一起制定目标，并让业务员靠自己的积极性去完成目标，在工作中实行“自我控制”的一种管理方法。

目标管理是实现业绩的保证

【故事】

曾经有人做过一个实验：组织三组人，让他们分别朝着十公里以外的三个村子步行。

第一组不知道村庄的名字，也不知道路程有多远，只告诉他们要跟着向导走。刚走了两三公里，就有人开始叫苦。走到

一半时，有人几乎愤怒了，他们抱怨为什么要走这么远，有人甚至坐在路边不愿走。越往后，他们的情绪就越低落。

第二组知道村庄的名字和路段，但路边没有里程碑，他们只能凭经验估计行程时间和距离。走到一半时，大多数人就想知道他们到底走了多远，比较有经验的人说：“大概走了一半的路程。”于是大家又簇拥着向前走，当走到全程的四分之三时，大家情绪低落，疲惫不堪，觉得路程似乎还很长。这时，有人站出来：“只有四分之一，快到了！”大家又振作起来，加快步伐。

第三组不仅知道村子的名字、路程，而且每一公里就有一块里程碑。人们边走边看里程碑，每缩短一公里，便有一阵快乐。行程中，他们用歌声和笑声来消除疲劳，情绪一直高涨，很快就到达了目的地。

当人的行为有了明确的目标，并且把行为与目标不断加以对照，清楚地知道自己的行进速度及与目标的距离时，行为的动机就会得到维持和加强。人会自觉地克服一切困难，努力达到目标。

团队的目标很容易具体到人和事上，每位业务员手中的准客户数量、客户质量、每天实际电话量、每天积累的意向客户数、每月签单量（数量和金额）、团队本月目标、个人的月目标等，每一项都是具体的、可衡量的，并且是环环相扣、循序渐进的，少了其中任何一环都可能使最终的结果不理想。只有收集客户资料的目标达到了，才能达到电话量的目标；只有电话量的目标达到了，才能积累一定数量的准客户；只要达到一定数量的准客户，才能转化成最终签单客户，从而实现个人的业绩目标，最终完成团队的目标。这就是一个在目标的指引下完成目标的过程。

团队的作战计划篇八

为确保公司能够及时、有序、高效地应对可能发生的疫情，预防和控制疫情的发生和蔓延，保护员工的身体健康和生命安全，特制定本工作预案。

（一）普及疫情防治知识，提高广大员工的自我防护意识。

（三）建立快速反应机制。及时采取有效的防控措施，预防和控制疫情在公司的发生和蔓延。

组长：（总经理）

副组长：（总经理助理）

成员：

领导小组负责全面协调，组织全厂防治工作。

（一）宣传教育开展多种形式的宣传教育，增强广大员工公共卫生意识和自我保护能力，培养良好的卫生习惯。

1、进行防治知识、方法的分类培训。

2、发放预防知识材料、转发相关文件。

3、有计划地利用通知栏、公告栏、健康教育课等多种宣传方式，对所有员工普及防范的有关知识。

（2）预防措施

1、严格公司门卫管理，登记进出时间、姓名、联系方式等信息，及时掌握各种人员流动情况。

2、改善卫生设施与条件，加强对生产车间、办公室、食堂、

宿舍等人群聚集场所的通风换气和公共卫生设施及公用具的消毒，搞好环境卫生。

3、坚持检查、登记制度，做好情况统计分析工作，一旦发现发热、呼吸困难、深呼吸感到疼痛、心跳加快、感冒好转突然病情恶化、寒战等情况，及时上报。

2、突发性的预警应急反应应急措施

(1) 预警级别根据疫情的预警级别划分为一般事件、重大事件和特大事件。一旦达到疫情预警级别，防治工作领导小组将启动应急措施及应急反应方案。

(2) 应急反应疫情发生，防治工作领导小组将按照上级部署，启动应急工作预案，开展公司防控工作，落实各项防控应急措施。

(3) 应急措施

1、严格信息报告制度保证疫情发生后在第一时间上报。

2、避免人群聚集和流动原则上不组织参加各类大型集体活动。严格控制外来人员进入，切实加强对公司人员出入的管理。

3、加强环境的清洁及消毒工作

对生产车间、办公室、食堂、宿舍、会议室、厕所等人群聚集的场所按照相关要求，安排专人负责定期进行消毒、保证空气流通。加强对各种物品的预防性消毒工作。

团队的作战计划篇九

1:活动目的:

通过一系列的团队素质活动，增强学员对团队和他人的信任感，培养团队协作精神，以及压力的释放的方法，以此让学员有更积极乐观的心态来面对生活和工作。

2:活动概况

(1)活动主题

快乐工作，心中有梦；团结奋进，开拓创新；(2)活动地点

工程技术中心全员(注:可带家属，门票费用与餐费自理。)

另:工程技术中心副主任级以下员工参选优秀员工，当选优秀员工者可另享有温泉一次。

游戏一:破冰、分组

扑克分组目的:分组

材料:一副扑克牌活动程序:

4、最后所有人都介绍完之后，看有没有人站错队伍的，如果有要为他应属的团队做出一个贡献，形式和内容由该小组集体决定。

5、确定好小组后，每个小组给自己组取个名字。

分享:

1、站错队的人，为什么会站错——自己对别人的理解不够还是别人表达的不够清楚

2、如果是表达不够清楚的——沟通的准确性

游戏二:团队建设

活动:同舟共济

材料与场地:每组报纸20张, 胶带一卷, 空地操作程序:

- 1、 每组利用报纸和胶带制作一个可以容纳全体成员的封闭式大圆环, 将圆环立起来全队成员站到圆环上边走边滚动大圆环。(可以先给学员看下效果图, 让他们做船的时候有个参照, 另外一定要求船的宽度必须保证所有成员的脚步在上面, 如果脚碰到地面就算溺水, 属于扣分行为)
- 2、 全程进行记时比赛, 从做“船”至到达目的地, 如果“船”在中途破了, 全组许停下来将“船”修好, 再继续前进, 但记时不断, 最后船必须保持完整。
- 3、 速度最快的一组, 每位组员将获得一个小礼物作为奖励。

分享:

- 1、 在做船时是怎样分工合作的呢?你在你们小组任务完成中做出了哪些贡献?
- 2、 船在前进中, 你们是怎么做的, 为什么要那样做?
- 3、 一个团队中的我们保持一致很重要。

游戏三:情绪释放

活动:说出你的烦恼活动时间:40分钟

材料:a4报纸若干张, 中性笔若干只

活动规则:

- 1、 小组成员围坐成一个圈, 给每一位学员发一张a4的白纸

2、每位成员在白纸上写下自己近段时间最感烦恼，或者最困难，最有压力的，并且不知道该如何解决的问题(记住白纸上不用写下姓名、部门，只要写出问题)

4、每个人在拿到的问题上写下针对这个问题的建议，和鼓励的话;写完后按顺时针的方向传给下一位成员，当拿到自己的问题时，不用写，直接传递下去。

5、所有成员都写好后，再由指导者将问题收上来，发给问题所有者。

分享:

1、分享大家给他的建议

2、分享自己得到大家关心和帮助的感受

3、和给他建议的成员拥抱以示感谢

活动:千千结

活动时间:10分钟活动规则:

1、所有成员手牵手围成一个圈，并要求所有成员一定记住自己的左右手分别牵的是那位成员的手。

2、指导者下令所有成员都松开自己的左右手，在圈内走动，和在组织中还没有交流过的成员握手、拥抱，但直到指导者叫停时，所有成员都停止走动，原地不动。

3、在不动的情况下，去牵原来的左手和右手的成员，一定不能牵错。当所有成员都牵好后，开始结节，解开后变为原来的圆圈。

目标:

通过团队建设，更好地实现目标，强化团队激励及控制，提高战斗力，增强生命力，激发创造力。

活动总结:不管我们工作的道路上有多少结，只要我们能团结一心、齐心协力，任何困难也阻挡不了我们的前进。

活动具体时间安排

1. 集合时间:早上07:30
2. 集合地点:新日阳光广场
3. 出发时间:08:00准时出发
4. 目的地:09:00到达江苏常州东方侏罗纪公园
5. 中餐自理
6. 返回集合时间:下午17:00准时在公园入口集合。
7. 18:00就餐。

组织纪律及注意事项

1. 安全第一——每次活动中至少说三次“安全第一”，出发前、出发时、下撤之前；
3. 守时——遵守活动时间安排，是对组织者和大家最基本的尊重；
4. 行动——一切行动听小组组长指挥，步调要一致统一；
5. 环保——垃圾袋随身携带，环保从我做起；
6. 自助——自己的装备自己背。户外中提倡互助，不赞成

做“奶妈”；

7. 互助——一起出去，安全回家，发扬团队协作精神；

8. 冷静——遭遇意外要冷静，不惊慌、乱走，及时联系同伴并等待救援；

注：分8个小组，各小组成员游玩期间跟随组织，不得私自脱离组织。