

2023年车辆保险方案(精选8篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

车辆保险方案篇一

细分并选择保险的'目标市场

(1) 选择实验项目一保险市场需求调查，分组进一步分析相关数据。

(2) 选择某一具体的险种，并结合险种特点及不同客户人群的消费特点对客户进行细分。

(3) 根据选择的险种最终筛选出的适合对象并选择出目标市场。

在市场细分和选择目标市场的理论基础上，结合上次课内试验及课后调查的结果，让学生学会针对某一具体保险险种如何进行市场细分和如何选择目标市场，增强学生具体分析和解决问题的能力。

实验法、分析法、课堂讨论、实际操作

运用保险市场细分理论，选择适当的细分标准细分保险市场

(1) 让学生把握保险市场细分的基本理论依据

(2) 选择需要细分的保险市场

(3) 选择细分市场的标准

(4) 对某一保险企业进行分析

(5) 选择目标市场

车辆保险方案篇二

方案一：爱车套餐：总价值1953元

1，赠送基础保养一次，价值330元。

2，赠送四轮定位一次，价值364元。

3，赠送四轮动平衡一次，价值160元。

4，赠送电脑检测一次，价值200元。

5，赠送喷漆工时代金券一张（保险车辆除外），价值500元。
（注：用于单件喷漆余额不退）

6，赠送维修保养工时代金券3张，每张100元，价值300元
（注：用于一般维修及保养使用，每次仅限一张，单次工时超500元时可同时使用两张。）

7，赠送空气滤清器代金券一张，价值99元。

方案二：野营套餐：总价值1672元

1，赠送马自达原厂精品——折叠水桶一个，价值95元。

2，赠送马自达原厂精品——救生手电筒一个，价值45元。

3，赠送马自达原厂精品——电瓶搭线（2米）一个，价值78元。

4, 赠送马自达原厂精品——迷你折叠铲一个, 价值55元。

5, 赠送马自达原厂精品——信封睡袋□x3o□一个, 价值1399元。

方案一：爱车套餐：总价值3199元

1, 赠送基础保养一次, 价值531元（注：机油为全合成机油）

2, 赠送四轮定位一次, 价值364元。

3, 赠送四轮动平衡一次, 价值160元。

4, 赠送电脑检测一次, 价值200元。

5, 赠送喷漆工时代金券两张（保险车辆除外），价值1000元。

6, 赠送维修保养工时代金券5张, 每张100元, 价值500元
（注：用于一般维修及保养使用, 每次仅限一张, 单次工时超500元时可同时使用两张。）

7, 赠送汽油滤清器代金券一张, 价值444元。

方案二：野营套餐：总价值2672元

1, 赠送马自达原厂精品——折叠水桶一个, 价值95元。

2, 赠送马自达原厂精品——救生手电筒一个, 价值45元。

3, 赠送马自达原厂精品——电瓶搭线（2米）一个, 价值78元。

4, 赠送马自达原厂精品——迷你折叠铲一个, 价值55元。

5, 赠送马自达原厂精品——电子式车载冰箱一个, 价值599元。

元。

6、赠送马自达原厂精品——4人帐篷一个，价值1800元。

1、赠送喷漆工时代金券一张（保险车辆除外），价值500元。

2、赠送维修保养工时代金券2张，每张100元，价值200元
（注：用于一般维修及保养使用，每次仅限一张，单次工时超500元时可同时使用两张。）

3、赠送马自达原厂精品——折叠水桶一个，价值95元。

4、赠送马自达原厂精品——救生手电筒一个，价值45元。

5、赠送马自达原厂精品——电瓶搭线（2米）一个，价值78元。

6、赠送马自达原厂精品——迷你折叠铲一个，价值55元。

7、赠送马自达原厂精品——折叠提篮一个，价值95元。

备注：赠送精品可一次性支付给客户，其余优惠活动内容一次进店最多使用两项。

车辆保险方案篇三

模拟销售

（1）提前布置任务提出要求，各小组根据自己的兴趣和条件自行选择销售活动主题，进行成员的角色分工、撰写模拟销售具体方案、自行创设活动场景、准备有关产品和道具。

（2）各小组在现场展示过程中，每个成员都必须参与其中，此项目的成绩按照模拟销售业绩、现场表现、理论运用、团

队合作和创新手段的运用等几个方面综合评分测定。

在教学过程中，以小组为单位进行一次课堂模拟销售竞赛活动。模拟销售的目的是鼓励学生把课堂学到的营销哲学理念、思维方式和艺术技巧运用到市场营销的具体实践中，在模拟演练中加深学生对消费者和组织市场购买行为的理解，培养学在实际营销活动中的`市场拓展、市场沟通和市场应变的综合能力和技巧及创新营销手段的能力和意识。

课堂讨论、模拟演练、实际操作、

假设某一保险产品营销场景，选择两名学生，分别扮演营销人员和客户，通过整个演示过程，引导学生观察整个过程，并对营销人员的表现作出评价。

(1) 召集学生交代训练内容与训练方式，明确实训的目的和要求

(2) 学生分组

(3) 客户拒绝方式的调查

(4) 效果分析

车辆保险方案篇四

细分并选择保险的目标市场

(1) 选择实验项目一保险市场需求调查，分组进一步分析相关数据。

(2) 选择某一具体的险种，并结合险种特点及不同客户人群的消费特点对客户进细分。

(3) 根据选择的险种最终筛选出的适合对象并选择出目标市场。

在市场细分和选择目标市场的理论基础上，结合上次课内试验及课后调查的结果，让学生学会针对某一具体保险险种如何进行市场细分和如何选择目标市场，增强学生具体分析和解决问题的能力。

实验法、分析法、课堂讨论、实际操作

运用保险市场细分理论，选择适当的细分标准细分保险市场

- (1) 让学生把握保险市场细分的基本理论依据
- (2) 选择需要细分的保险市场
- (3) 选择细分市场的标准
- (4) 对某一保险企业进行分析
- (5) 选择目标市场

车辆保险方案篇五

为贯彻20xx年省公司业务发展战略，积极应对市场竞争，落实市公司总经理室“精英带动群英、群英带动全员”的要求，推动大单保费快速促成，带动我市个险业务的持续、健康发展，实现20xx年个险渠道首季业务开门红，经公司经理室研究特制定“黄金风暴”高端客户答谢会活动方案。

20xx年1月1日-3月26日

全市个险渠道首年期交保费8000万元，其中：十年期及以上首年期交保费2167万元，月均主险举绩人1790人。

xx店范围内的居民等人员（潜在的客户）

1. 发放的对象：所有参加“黄金风暴”高端客户答谢会到会客户

2. 发放规则等：

1) 所有到会客户每人赠送“十全十美”纪念册一份。

2) 所有到会客户及业务员会后可参加市公司举办答谢午宴。—1—

3) 到会客户意向签单可获赠礼品：

到场客户意向签单5万元获赠第五套人民币一套；

到场客户意向签单10万元获赠中国黄金千足金元宝一樽。

到场客户意向签单20万元获赠第四套人民币一套；

到场客户意向签单50万元获赠第三套人民币一套；

到场客户意向签单100万元获赠第三套、第四套、第五套人民币合订本一套；

3. “黄金风暴”高端客户答谢会活动组织及开展形式：

“黄金风暴”高端客户答谢会活动由市公司组织，春节前组织五场，春节后组织三场。各基层单位客户参会须购买门票，门票由业务员认购，市公司一次性售票。年前五场、每张100元，公司设答谢午宴。年前三场、每张50元，公司不设答谢午宴。市公司根据售票情况分配每场各单位到会名额。

每场预定客户120人，预定8场

1. “十全十美”纪念册预计960份
 2. 第五套人民币960人x40%预计384套
 3. 中国黄金千足金元宝960人x20%预计192樽。
 4. 第四套人民币960人x10%预计96套
 5. 第三套人民币960人x5%预计48套；
 6. 第三套、第四套、第五套人民币合订本960人x1%预计10套；
1. 到会客户领取签单奖品的须三日内回收保费，没有足额回收保费的从业务员佣金中扣除客户所领礼品费用。
 2. 客户十日内撤单的从业务员佣金中扣除客户所领礼品费用。

车辆保险方案篇六

今年以来，我县认真贯实上级关于农村有关会议和文件精神，牢固树立科学发展观，以市场为导向，以增加农民收入为核心，坚持“三个尊重”（尊重自然规律、尊重市场规律、尊重农民意愿），着力实现“三个转变”（选择耐旱作物和品种，由对抗性种植向适应性种植转变；增加和改善设施，由传统农业向现代农业转变；坚持舍饲圈养，由靠天养畜向建设养畜转变），大旱之年全县产业化水平进一步提升，农牧业生产各项工作稳步推进。

一、发展壮大主导特色种植业，促进产业结构升级

顺应自然气候特点和市场需求，进一步加大种植结构调整力度，按照“选择耐旱、早熟作物和品种，由对抗性种植向适应性种植转变”的思路，采取良种、节灌、覆膜等措施，大力发展适应性和设施性种植基地。今年全县农作物总播面

积70万亩，其中马铃薯、蔬菜、瓜类糖菜种植面积达40万亩，占总播面积的57%；覆膜种植面积16万亩，占总播面积的23%。

一是培育壮大马铃薯产业。马铃薯是适合我县气候特点而种植的一种耐旱性作物，几年来我们针对马铃薯品种杂、品质差的问题，努力培育优质品种。县财政先后拿出450多万元用于马铃薯良繁建设，目前马铃薯良种化程度已达80%以上，具备了每四年彻底更新一次品种的能力。今年我们继续按照良种化、专用化、标准化的方向，努力扩大种薯基地和优质专用薯基地面积，结合国家良补项目，新建马铃薯网室200亩，调入马铃薯原种200万斤，重点抓了长顺镇新富、朝阳镇特布、七号镇色庆沟、公腊乡堂地四个马铃薯良种基地建设。同时，通过运用新品种、新农艺、新技术，推广高垄栽培、坐水点种等适用技术，稳步推进旱作覆膜、喷灌种植。今年落实旱作覆膜马铃薯10万亩，每亩财政补贴50元新上马铃薯中型喷灌设备12台(套)，新增喷灌面积2500亩。

二是培育壮大蔬菜产业。今年我们继续把设施蔬菜作为顺应自然规律、规避经营风险的重要措施来抓，依托××农业开发公司的辐射带动，在××设施蔬菜基地三期工程的基础上，按照原温室大棚的模式，进行技术改进，新建120亩日光温室(按每座1亩、四位一体、全钢架下卧式模式设计)，每座建设成本8万元，每座农户自筹2.5万元(含农发基金项目贷款2万元)，其余整合退耕后续项目等资金予以补贴。目前工程已接近尾声，预计11月中旬可育苗生产。同时完善配套了占地4000平方米、配置高性能太阳能板、移动式苗床、微喷、产品检验测试室的智能化日光温室，切实解决日光温室茬口安排、蔬菜育苗提早上市等问题。此外，稳步扩大露地蔬菜种植面积，积极引进新品种、新技术，推广节水灌溉，节本增效，推广反季种植，弥补南方蔬菜淡季市场空缺，增加种植效益。今年全县蔬菜种植面积5.5万亩，新增设施蔬菜种植面积165.5亩(日光温室120亩、塑料大棚91座)。

三是培育壮大瓜类、糖菜等特色产业。覆膜糖菜、瓜类等特

色种植需水量相对较少，且在我县具有一定的种植基础，今年我们重点在品种选择、技术服务上下功夫，依托品质优势，创建和打造品牌，提升效益，全县形成了以七号镇农场、达拉盖等村为重点的万亩瓜类种植区和以、等地的2万亩糖菜种植区。今年我们还在覆膜无籽西瓜、葵花、莴笋等特色种植上进行了尝试，取得较好的效果，为明年推广普及奠定了基础。

四是培育壮大草产业。认真吸取去冬今春畜牧业因雪灾受损的教训，引导农民树立“以草定畜、以舍定畜”思想，走建设养殖的路子。依托玉米良种补贴项目，进一步扩大青饲玉米种植面积，建设牲畜“基本口粮田”，全县饲用玉米播种面积达到11万亩(覆膜玉米3.5万亩)。充分利用生态建设成果，把草业与生态建设工程结合起来，更新补植补种优质牧草12万亩。加大草业利用开发力度，购置饲草料加工机具650台(套)，建设青贮窖8000立方米，确保了舍饲畜牧业的饲草需求。

二、推进舍饲养殖步伐，加快现代畜牧业发展

一是培育壮大肉羊产业。从年开始，我们按照养殖区域布局，以建设肉羊舍饲育肥示范村为重点，按照“饲料、青贮、机械、圈舍、改良”五配套标准，示范村每村建配种站点1处(包括相关器材、种公羊、配种、防疫等)，每户饲养3—5只基础母羊、建设20平米暖棚，为每只基础母羊种植1亩饲草“口粮田”、贮藏1立方米青饲草。到目前为止，全县累计投入资金700多万元，建设30个肉羊养殖示范村，涉及农民1500多户。今年还投资600多万元，在长顺镇民建、七号镇八号等村建设年出栏1000只肉羊规模养殖育肥场8处。通过示范村与规模养殖场建设，既提高了禁牧舍饲、保护了生态，又提高了肉羊饲养与管理水平，扩大了养殖覆盖面，增强了示范带动力。全县预计年内出栏肉羊可达60万只，年末基础母羊存栏28万只。

二是培育壮大该地乳产业。××××事件之后，根据市场对乳业需求的新变化、新需要，我们将牧场式园区化养殖作为今后奶牛养殖的必由之路，全县通过整合项目资金，加强基础设施建设，加大牧场式园区建设力度，引导奶牛养殖户向园区集中、向牧场式养殖方向发展。到目前为止，全县已开工建设牧场园区8处，其中已建成并投入运营的有4处，正在建设的有4处，全部建成后入园奶牛可达2400头。此外，我们加强对乳产业的科技培训与技术服务，进一步提高奶农的科学饲养管理水平，降低养殖成本；继续加强对奶源、兽药、饲料、冻精等市场的管理，严厉打击各类假冒伪劣产品和坑农害农事件，维护正常的市场秩序。

三是大力发展生猪、肉鸡产业。抓住国家扶持生猪、肉鸡产业发展的有利时机，认真落实各项政策措施，扩大生猪、肉鸡的养殖规模，促进生猪、肉鸡产业提质增效。到目前为止，全县已建成年出栏500口以上的生猪养殖场8处、5000只以上的肉鸡养殖场2处。

三、加强农牧业基础设施建设，夯实农业发展基础

一是大力发展节水灌溉。是一个水资源严重匮乏的地区，推广节水应用技术，实现水资源的有效利用，发展设施性农业，是我县农牧业可持续发展的必由之路，也是全县各级干部群众的共识。在具体工作中，我们因地制宜，坚持膜下滴灌、喷灌、软管微喷多措并举，宜大则大、宜小则小，争取利用3年时间完成全县水浇地节水改造工程，淘汰大水漫灌。今年全县新增喷灌面积0.25万亩，发展膜下滴灌1.5万亩、软管微喷0.3万亩。

二是狠抓农田水利建设。严格制定水资源开采审批制度，通过蓄住天上水，拦截地表水，合理开发地下水，不断扩大有效灌溉面积，今年全县新增有效灌溉面积1.2万亩。认真组织实施了二里沟病险水库除险加固，对其它年久失修的水利灌溉工程以及部分水毁工程进行了修复。

三是加强生态建设与保护。认真组织实施了国家重点生态工程，完成××风沙源治理14万亩、巩固退耕还林成果后续产业项目5万亩(其中能源经济林0.56万亩、补植补造4.44万亩)。深入开展全民义务植树活动，全面实施了“十里绿色长廊”工程(打造西起××××，东至××××的长5公里、宽2公里的护城绿色屏障)，今年重点完成了3000亩绿化任务，栽植各类苗木10万余株。继续加强通道绿化建设，重点对历年绿化断档和绿化成活率较低的地段进行补植补造，完成省际通道绿化92公里、县乡间通道绿化30公里。积极推进城镇绿化，重点完成了××生态公园、城区五街三路、机关单位、学校、厂矿企业和居民小区的绿化工程，栽植各类苗木50万余株。此外，切实加强森林草原禁牧防火和病虫害防治工作，认真组织开展了集体林权制度改革。

四、培育和引入农畜产品加工企业，着力提升龙头企业的辐射带动能力

一是从年开始，在新区规划建设了占地面积12万平方米，建筑面积5.6万平方米的服装园区，园区集服装设计、信息网络平台、展示、培训、管理、业务洽谈、交易等功能于一体。通过建设现代化的服装生产园区，促进了全县服装产业提质增效，为农民进城务工增加了工作岗位。

二是从年开始先后引入××蔬菜加工公司、××农产品公司在××镇××村投资兴建蔬菜交易市场，建设恒温库及蔬菜加工企业，到目前该市场已建成3500平方米恒温库，完成二期平方米恒温库及2000平方米防雨交易大棚地基工程。

三是引入××肉食品加工企业在××镇××村建设集收购、加工、冷藏为一体的畜产品加工企业，投资3000万元、储藏能力为2000吨冷库已投入使用。

四是扶持引导蒙源、顺达等肉食品企业完成技改扩张，提升了生产能力。

五、构建社会化服务体系，推进产业化经营进程

一是加快农业科技转化和创新。今年引进马铃薯新品种试验示范19个，玉米新品种试验示范15个；测土配方施肥技术推广面积达到35万亩，使用配方肥面积15万亩；种植业引进推广水肥双节、扩垄缩株增密等适用技术；养殖业推广人工授精、胚胎移植、模式化饲养等先进适用技术。推行了农牧业典型观摩和现场培训活动，依托“阳光工程”，开展形式多样、内容丰富的技能培训，到目前完成科技培训200期，培训人员2.5万人。

二是不断提高农民组织化程度。积极支持各类农业协会和农合组织的发展，鼓励开展技术和信息咨询服务，促进产销对接，帮助农民解决生产经营中遇到的实际问题，提高了农民组织化程度和生产管理水平，保障了农民的合法权益。

三是优化农机装备结构，提高农机化服务水平。近年来，我们切实加强农机机械化推广普及力度，农机化水平得到不断提高。到目前为止，全县成立了6个农机专业合作社、2个农机化示范园区，通过农机购置补贴购入大中型拖拉机49台（其中80马力以上拖拉机7台），耕作机械50台（套），播种机械119台（其中马铃薯铺膜施肥播种机45台、铺膜施肥穴播机69台、种肥分层播种机5台），水泵107台（套）。

六、提高公共服务水平，加快新农村建设步伐

一是组织开展农村人口“三三制”分流工作。按照市委关于农村人口“三三制”战略部署，我县成立了工作领导小组，制定了实施方案，聘请××师范大学地理学院的专家、学者编制了《县村镇体系规划》。遵循“方便自愿、循序渐进、逐步推进”的原则，结合农村危房改造工程，积极探索农村人口“三三制”分流养老新模式，筹资240万元，建设了6个农村养老示范点，主要安置农村人口“三三制”分流剩余的鳏寡孤独人员。依托服装产业，大力实施无土移民工程，从年

搬迁移民以来，××移民一区安置移民户900户、3211人，二区全部建成入住后可安置移民2160户、7560人。

二是加快农村生产生活基础设施建设。推进农村能源建设，推广沼气工程，投资540万元，建设农村户用沼气池1000座。加强农村饮水安全工程建设，解决农村24个村、9990人饮水安全问题。

七、深入开展抗旱救灾工作，保障困难群众生产生活

年我县农牧业生产遭受了干旱、洪涝、病虫害等自然灾害，全县农作物除水地和覆膜作物外，其余全部成灾。干旱还造成了城乡水源地水位下降，部分乡村群众生活用水受到影响。灾情发生后，县委高度重视，切实加强措施开展抗灾自救工作。成立了救灾工作领导小组，实行县领导包乡、科局领导包行政村、普通党员干部包自然村的包扶制度，各部门各司其职、各负其责、通力合作，全力做好抗灾救灾工作。对全县严重受灾、口粮短缺、生活困难户实施重点救助。认真实施支农惠农政策，及时足额将各类补贴资金发放到户，确保了受灾群众生活安全。大力开展劳动力转移，积极引导农民进城从事服装、建筑等行业，通过劳务输出增加农民收入。

车辆保险方案篇七

我国保险代理机制形成时期较短，代理人素质参差不齐，管理培训手段相对滞后等原因，保险代理工作中存在大量违规行为，严重侵蚀着各家保险公司乃至整个保险业的社会形象，经常成为保险消费投诉和保险纠纷案件的焦点。在现行制度下，保险代理人作为连接保险公司和投保人的桥梁，对沟通保险供求、拓展保险业务发挥了重要作用。而客户回访工作又是保险代理人工作中的重点，保持与维系好客户的关系，对于拓展下一步业务与开发客户人群能够发挥出关键性作用。

二、营销策划目的

客户回访工作是公司在与客户订立人身保险合同或客户的后期服务请求完成后，公司对客户进行通知、确认及告知的过程。目的是向客户提示或核实与保险合同有关的重要内容，以保护客户权益、强化服务监督、提高客户满意度。并且在客户回访工作中，通过与客户的沟通进一步拓展业务及挖掘潜在客户。

三、客户回访的形式

如果可能，还要尽量想办法收集未成交客户的资料，并进行归类。无论是成交客户还是未成交，都需要回访，这是提高业绩的捷径。制定回访计划，何时对何类客户作何回访以及回访的次数，其中的核心是“做何回访”。不断地更新数据库，并记录详细的回访内容，如此循环便使客户回访制度化。日积月累的客户回访将导致单位的销售业绩得以提升。

2、注重客户细分工作

客户回访前，一定要对客户做出详细的分类，并针对分类拿出不同的服务方法，增强客户服务的效率。总言之，回访就是为更好的客户服务而服务的。

3、明确客户需求

确定了客户的类别以后，明确客户的需求才能更好地满足客户。特别是最好在客户需要你之前，进行客户回访，才更能体现客户关怀，让客户感动。

售后服务再多一些，还是觉得我们的产品应该在改进一些。实际上我们需要客户的配合，来提高我们自己的服务能力，这样才会发展得越来越好。

4、确定合适的客户回访方式

客户回访有电话回访、当面回访等不同形式。从实际的操作效果看，电话回访结合当面回访是最有效的方式。按销售周期看，回访的方式主要有：

定期做回访。定期回访的时间要有合理性。如以保品销售出一周、一个月、三个月、六个月....为时间段进行定期的电话回访。

提供了售后服务之后的回访，这样可以让客户感觉到我们单位的专业化。特别是在回访时发现了问题，一定要及时给予解决方案。最好在当天或第二天到现场进行问题处理，将用户的抱怨消灭在最少的范围内。

节日回访。就是说在平时的一些节日回访客户，同时送上一些祝福的话语，以此加深与客户的联系。这样不仅可以起到亲和的作用，还可以让客户感觉到一些优越感。

5、利用客户回访促进重复销售或交叉销售

客户的口碑来提升新的销售增长，这是客户开发成本最低也是最有效的方式之一。开发一个新客户的成本大约是维护一个老客户成本的6倍，可见维护老客户是如何重要了。

6、正确对待客户抱怨

客户回访过程中遇到客户抱怨是正常的，正确对待客户抱怨，不仅要平息客户的抱怨，更要了解抱怨的原因，把被动转化为主动。建议单位在服务部门设立意见搜集中心，收集更多的客户抱怨，并对抱怨进行分类，例如抱怨来自办理业务自身不满意、来自服务人员的不满意(不守时、服务态度差、服务能力不够等等)等方便。通过解决客户抱怨，总结服务过程，提升服务能力，更好地满足客户需求，为客户提供更好的业务。

客户回访是客户服务的重要一环，重视客户回访，充分利用各种回访技巧，满足客户的同时创造价值。

车辆保险方案篇八

父爱如山，父爱无边。通过此次活动，各机构增添了父亲节的浓厚节日气氛，赢得了客户与一线伙伴的认同与赞许，提升了客户体验与满意度，彰显了公司品牌形象。

1，父爱是如此的含蓄，不像母爱来得那么明显。然而，父爱和母爱一样，都是那么的伟大。我们用隆重的典礼欢祝母亲节的到来，但是，又有多少人知道父亲节是哪一天呢？其实，父亲不需要任何花哨的礼物，父亲只希望自己的孩子能够长大、成熟。但这并不代表父爱就可以被忽略。在父亲节即将到来的日子里，让我们用行动来向父亲证明自己已经长大了，已经成熟了，并且可以用实际行动来感恩父亲对我们付出的种种。

1，父亲，您辛苦了！

1, 让公司员工借助父亲节吐露内心的真情感言，表达对父亲的感恩之情。

2，加深公司员工对父亲的感情，在内心深处更进一步领悟父爱如山似海的内涵，感受父爱的无私和伟大，学会理解、关心父亲。在以后的工作生活中，从点滴做起，以实际行动来回报父亲的养育之恩。

3，增进员工与公司之间的感情，让员工学会感恩，学会以实际行动去报恩。

1，公司全体员工

1，6月10日——6月15日

1, 6月10日至6月13日16:00点确定好达到活动要求标准的员工名单。

2, 6月14日至15日对10名员工的家庭进行走访,对员工的父亲进行节日慰问。

1, 本次活动以公司在职员工人事档案为基础,随机挑选10名在职员工家中有超过60周岁的父亲的家庭进行走访慰问。

2, 本次活动由人力资源部主导,csr专员及义务员工进行协作.如可,可请电视台及山南户外网网民协同.

1, 慰问金:每户200元10户=20xx元

2, 慰问卡片:每张10元10张=100元

3, 横幅: 中巴车上用,约5米=50元

4, 其它: 约300元(饮水/误餐)