# 2024年4s店年度工作计划(四篇)

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2024-06-09

*s店年度工作计划一1、执行力较强，上级安排的任务，都按时完成，有问题第一时间进行了反馈。2、工作自主性较强，想到的，看到的，不用上级开口安排，都能自动自发去着手做好!3、沟通协作力比较好，在牵连到与别的同事或部门协力开展的工作上，总是能主动...*

**s店年度工作计划一**

1、执行力较强，上级安排的任务，都按时完成，有问题第一时间进行了反馈。

2、工作自主性较强，想到的，看到的，不用上级开口安排，都能自动自发去着手做好!

3、沟通协作力比较好，在牵连到与别的同事或部门协力开展的工作上，总是能主动的与其沟通，并达成一致，立即开展工作。

4、业务技能上有了新的突破，部门工作开展比较顺手。

弱项

1、舞台活动主持方面还须下大功夫改进学习。

2、语言表达，公众场面演讲组织还须学习提高。

3、容易冲动，感情用事，自我控制力还需要近一步加强。

改进措施

1、在天气不受影响的情况下，坚持做好舞台活动，多做互动，提搞自己组织表达能力，聚集人气。

2、积极参加公司组织的各种集会、活动、努力让自己融入团队，建设团队!

3、通过学习，训练提高自己个人素养，提高自己情操，更近一步学会管理，会管理，懂管理。以达到综合业务及相关管理技能提高!

二、作为一名管理层，我对自己所负责的分店或部门的评价:

强项

1、本部门团队执行比较好，表现在各店调整时人员调动，工作的开展。

2、本部门在编制精简的状态下，不减工作效率，不减工作任务。不减工作流程。

弱项

1、各个层次还是不够仔细，造成不应该出现失误的地方却出现的错误!

2、控制力，意识力不够强。

3、个人业务技能和管理技能还不够强。

改进措施

1、对待工作认真仔细，杜绝马虎大意，近一步提高执行力。

2、保持积极心态，杜绝外界因素的影响。

3、养成学习的好习惯，提升自己业务技能和管理水平。

4、努力做好团队建设，争取成为团队中不可缺少的一份子!

三、在同管理级别中，我认为自己的能力处于(请在括号内打“√”):

a、第一()b、第二(√)c、第三()d其他()

四、为什么我认为自己的能力处于这种水平?

答:尽管在日常的工作中积极主动，工作开展也比较顺利，但是在管理方面还缺少一定的主动性和管理魅力，在各方面还需要近一步加强!

五、我认为自己能力的提高需要通过(请在括号内打“√”):

a、不断自我反省(√)b、上司定期的指导和批评(√)

c、培训和学习(√)d、其它方式(√)\_定期与分店交流学习

1、业绩方面:

1、在总部期间，完成总部大海报制作，完成吴经理交待的其它任务

2、全年度分别调到各店支持各店正常运营工作，09年春节和五一均在公明店顶班，七月调至塘尾店庆，八九月桥头店调整升级，十一月调桥头店正常上班。

3、完善了桥头店调整后的相关买场遗留工作

4、对桥头店舞台音响设备进行了全面维修，目前已经能正常运转。

5、调到桥头店后积极主动开展了桥头店场外舞台活动。

6、建立建全桥头店本部工作流程，重新规划海报派发路线。

2、管理方面:

1、较去年相比，沟通协调力有了一定突破和飞越。

2、本部门工作开展较去年更加流利，顺手，协作力大大提高。

3、与直属上司在工作业务上的反馈和请示，比较及时到位，工作跟进有始有终。

4、在日常工作中敢管理，在涉及到相关人员问题上不怕得罪人，敢于与其就事论事，论清事实真相。

项目完成时限备注

2、制作好单店海报，保证零失误以店内海报档期为准

3、做好区域性装饰，季节性装饰。节日气氛布置以节日为准

4、保证周六、日舞台活动的开展。每周六、日

6、学习提升自己的业务技能。业务技能上新台阶长期

7、学习提高自己管理水平，争创管理水平和管理业绩创一流新高。长期

六、请对公司的未来发展提出个人建议:(可以是针对公司战略、经营路线、人事架构、高层工作作风等方面)

答:1、关注基层员工:基层员工流失是目前我们工作开展最大的损失，员工从进来到离开就学会了一个打标价签，放标价签。试问如果我们的管理人员你们从事员工工作时也是这样吗?员工需要成长，需要进步!

3、在周边与同行之间我们的服务始终都做不上去!服务是目前竞争的软实力，如果硬实力达不到一定水准，加强软实力的抗衡确实是一种有效的方法。

**s店年度工作计划二**

一、市场概述

润滑油产业是我国开放较早的行业之一，市场透明度较高，经历了混乱—整合—逐步规范的发展历程，主要体现在：品牌整合、资源垄断、价格上涨、营销理念转变、国际品牌加快中国布局等方面。近几年我国润滑油市场持续保持良好的发展势头，20xx年我国润滑油消耗量约为680万吨，增长达5%。随着产业结构调整的不断深入及国内市场的巨大消费潜力，将给润滑油产业的发展提供更多机会，这是润滑油产业近几年来，遇到的难得机遇!

二、内燃机润滑油市场特点及发展趋势

1、从市场结构来看，车用润滑油较工业用润滑油呈现出更加快速增长的趋势。

2、车用润滑油市场呈现出从低档向中高档升级的趋势，符合国ⅲ、国ⅳ排放标准的中高端产品成为厂家产品升级的对象和市场竞争的焦点。

3、在产品供应方面，供应主体日益集中在大型厂商之间，从而将原有的分散竞争改变为集中竞争。

4、中高端产品销售势头强劲，从整体发展趋势上看，sj、ch-4级及其以上级别油品的销售将会大幅度提升。

5、壳牌、美孚、嘉实多等国外品牌依旧在高端汽油机油产品市场占主导地位，国产一线品牌如：长城、昆仑等正积极向该市场迈进。

6、在柴油机油市场主机厂润滑油品牌成为快速发展的新生势力，如：玉柴、潍柴、东风、康明斯等。

7、渠道模式由长线渠道向短而平的渠道模式转变。

1 、 随着内燃机油市场的不断整合与淘汰，现已形成润滑油品牌三大阵营，以美孚、壳牌为主的国际品牌阵营，其几乎垄断了我国高端润滑油市场，该阵营中还有嘉实多、bp、sk、道达尔、福斯、埃尔夫、加德士、日本新石油等国际二线品牌。

以长城、昆仑为首的国字号阵营，其是中国市场最具竞争力的品牌，凭借其自有的资源优势，强大的渠道优势正在加大对中高端市场的进军的步伐。

以龙蟠、康普顿、莱克为首的民营品牌，该阵营发展环境较为苛刻，上有“国字号阵营”，左有“进口品牌阵营”，右有“山寨进口版阵营”，但其凭借自身的不断转变发展，突破发展瓶颈，在地域化和专业化方面取得了消费者的认可，成为我国最具生命力和活力的竞争者。

2、 主要品牌的渠道推广策略

3、终端的定义

服务类终端：修理厂、换油中心、4s店、特约维修站、美容保养连锁店、快修店等，服务类终端的特点是以服务带来的附加值为利润体现，销售价格均高于销售类终端。

国内外主要润滑油品牌参与高档车用油在初级阶段的竞争着力点都是通过销售网络布局—“抓住经销商”;以及展开各自的终端网点建设—“抓住服务、销售型门店”这两大方面来实现的。

美孚在高档汽机油上只推顶级产品—美孚1号合成油，渠道模式也另辟蹊径—“指定经销商-特约维修站/大型修理厂-消费者”，力图树立“服务于高档车辆、产品品质高”的品牌形象、达到高利润、竖专业形象的目的。

等汽车相关行业进行强强合作，对终端制作门头、pop宣传、店内装修、营建喜力换油中心等方式进行宣传，从而抓住“消费者”，达到引导消费需求。

国际阵营中还有一些品牌如嘉实多、埃索、道达尔、sk、bp、福斯、加德士、埃尔夫、康菲、马石油等品牌，其中有部分品牌在一些特殊领域还做的不错，拥有自己专业的拓展团队和服务团队，有些品牌可能已经退出中国市场，从总体上来看，国际品牌中的二线、三线品牌在中国市场并没有形成太大影响力，在中国市场的实际运作中也并没有建立值得称道的骄人业绩。

2、 市场规划 按地区划分

1.华北地区：北京、天津、河北、山西、内蒙古(5个省、市、区)。

2.东北地区：辽宁、吉林、黑龙江、大连(4个省、市)。

3.华东地区：上海、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、宁波、夏门、青岛(10个省、市)。

4.中南地区：河南、湖北、湖南、广东、广西、海南、深圳(7个省、市)。

5.西南地区：重庆、四川、贵州、云南、西藏(5个省、市)。

3.2、渠道建立

3.3、终端开发

① 公司的终端开发前期先以湖北为重点，配备相应的人员，主要以地级市汽配城、汽配修理集中地街道为开发地区。

②终端开发是拉动式销售的主要方式之一，是解决销售渠道不畅的主要手段。服务用油的终端客户主要有修理厂、修理点、小型配件专卖店、小型车队、小型润滑油专卖店、个体车主。

③终端客户开发模式：

销售(服务)类终端：关心价格、促销、宣传品。因此要求业务经理携带工具包(产品资料、各类海报、折页等)对其拜访、沟通，帮助店长码放 油品，给用户主动推介;通知 润滑油促销信息，了解用油需求，竞品情况;协调经销商和终端的协作;根据终端数量开展产品销售技巧交流会、现场促销会等。

直接使用类终端：关心有品质量、售后服务、喜欢带 润滑油 的小礼品。因此，除了有规律的拜访、用油感受询问外，联合经销商有针对性的开展技术交流会，为其车辆保养维护提供更好的指导，保持对 润滑油品牌的忠诚度。

3.4、经销商管理

① 经销商管理的框架

② 对经销商的管理与合作

4、促销策略

4.1、促销活动开展的原则

年度促销活动的原则是实施“推动式”促销，活动对象向渠道倾斜，以实现将产品快速推进到终端。

4.3、促销的形式

①赠油促销

4.4、渠道促销

促销对象:一级经销商,

销售目的：提高经销商产品分销的的积极性，巩固与一级经销商的合作关系，实现产品快速推进到终端,增强其经销产品的信心。

促销方式： 年底返利促销、赠油促销

促销时间：年底返利促销-，换季油品促销

**s店年度工作计划三**

今年我们将结合单位实际情况，安排领导分管，由兼职工作人员负责，进一步健全健康教育组织机构;明确健康人员的工作职责，提高健教人员自身健康教育能力和理论水平;加强健康教育管理基础工作，定期召开小组成员会议，进一步完善健康教育资料;将健康教育工作列入工作计划，加强干部职工健康教育，把健康教育工作真正落到实处。

充分发挥健康教育网络作用，组织网络员、重点人群有计划、有步骤、分层次开展预防控制流行性感冒、腰椎间盘突出等易发性疾病的健康教育工作;同时广泛普及防治高血压、糖尿病等慢性非传染性疾病的卫生科普知识，积极倡导健康文明的生活方式，促进人们养成良好的卫生行为习惯。

一是利用“爱卫月”、“科普宣传周”、“学习日”进行卫生法规、健康知识宣传和普及，正确引导干部职工积极参与各项有益身心健康的活动，引导干部职工把被动的“为疾病花钱”转变为主动的“为健康投资”，从根本上提高干部职工自身的健康知识水平和保健能力。

二是充分发挥单位简报、网站等宣传阵地，宣传卫生常识、“慢病”的防治等知识，普及与健康相关知识。

三是开展健身活动。利用“五一”和“七一”等节假日，组织干部职工开展健身运动。

四是做好计划生育工作，提倡晚婚晚育、少生、优生、优育，提高人口素质;组织妇女病体检，为她们提供优质服务，保护妇女的合法权益。

**s店年度工作计划四**

1、强化预订的功能。将预订处这个岗位给予充分的重视，不断提高预订处的各项服务规范。

2、重视潜在的销售平台的开发。比如：自己酒店网站上预订的开动与完善，增加与点击率较高网站的链接。

3、维护好与网络定房公司的业务合作，做到诚信合作，尽量完善和规范合作细节，避免利益纠纷。

4、今年下半年推行“住店客人消费积分”以来，虽然效应还不是很大，但已经开始受到客人的关注。明年将继续推行这一制度，加大影响力，争取有更大的收益。

5、前台员工促销奖励方案推行以来，大大提高了员工的售房积极性，售房技能的高低在不同员工身上得到了不同的体现，酒店高价房的入住率也大有提升。xx年将继续推行这一方案。

1、认真执行部门内部已经制定的各岗位服务质量考评细则，对员工的工作质量给予正确，公正的评价，每月一次的工作例会，做好总结和案例分析。

2、各岗位管理人员加强现场管理与督导，以及现场培训，不能因过分的人性化管理而与员工打成一片而忘记自己的管理职能，从而丢失了管理的原则。需大力加强质检力度。

3、完善各类表单和操作程序：a前台入住登记单需改手工抄写为电脑打印格式，提高工作效率和质量。b欢迎卡更改格式，变一次性为可回收卡。c增印雨具租借收据。d增印行李标签e增印团队钥匙袋。f增印礼宾部客人指引卡(记录出租车号码，提供各项服务号码，酒店所处位置的简易图)。在操作程序上作好西软与公安报户口系统的网络对接，减少前台的劳动强度。

4、继续整理，记录宾客挡案，作好与宾客的联络。

5、重视安全防范意识，有效的执行公安部门的有关规定。

1、培训内容：围绕日常服务规范，制定每月培训计划，培训与考核，培训与日常质检相结合。

2、培训中突出以下几个方面的重点：

①技能考核内容，为参加各项服务竞赛的选拔打下基础。

②以各岗位的星级访查规范的细则为标准进行日常培训和日常检查。

③细行新员工的入职培训计划，完善对新员工的上岗考核标准。

1、在前厅各项意见征询中，礼宾部的服务主动性存在问题，明年的工作重点之一是运用各种方式，特别是加强现场指导，来强化礼宾部员工的服务意识，增加服务的主动性。

2、商务楼层的入住率在日益提高，但所配套的设施利用率还是很低，加强商务设施的提升，增加商务服务内容，并增大宣传和推销力度，为酒店向商务型功能酒店的定位增加筹码。

1、酒店已经引进一位“金钥匙”员工，明年前厅可以利用现有的资源，将\"满意+惊喜\"这一金钥匙服务理念，在酒店中推广，使之发挥更大作用。

2、通过金钥匙网络拓展酒店间服务协作空间，提升酒店服务形象，从而提高酒店的地拉。

计划完成营业收入：1900万元，出租率：73%;平均房价355元

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找