

建材工作计划

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/zuowen/1692942826642055.html>

范文网，为你加油喝彩！



建材工作计划4篇

时间的脚步是无声的，它在不经意间流逝，迎接我们的将是新的生活，新的挑战，我们要好好计划今后的学习，制定一份计划了。那么计划怎么拟定才能发挥它最大的作用呢？下面是整理的建材工作计划4篇，欢迎大家分享。

建材工作计划 篇1

为实现20xx年销售目标，达到一定阶段的知名度，达到一定阶段的美誉度，需要每一个人的共同努力。下面是20xx年本人工作计划：

一、产品策略

（1）产品的包装

产品包装关系到产品的档次。在包装设计方案方面，在考虑成本的同时，更要体现出我们产品的高品质，高品位的内涵来。

（2）产品线策略

根据不同的细分市场，不同的产品细分，考虑设计不同的规格、不同的材质、不同的系列的产品，产品的个性化，差别化和系列化，是引导顾客，取得竞争优势的重要手段。所以我们将产品线划分为四类：第一类是创新系列，定位为市场“占位”产品，树立未来的高端产品形象。创新系列为“明星产品”，通过推广创新系列来带动整个产品线，作为企业追求利润的重点“占利”产品。第二类是时尚系列为的核心产品，时尚系列则确立为“占量”的角色。第三类是现代系列，定位于市场阻击竞争对手的防御性产品。

（3）产品的`名称

尽管浴室柜的购买形态偏重于理性，但浴室柜的使用情景却是极感性的。所以我们为每一个浴室柜起一个名字或典故，让冰冷的静物具有丰富生动的形象去感染客户。御致力于创造一个独特的浴室柜高端品牌，实现成为浴室柜行业领跑者。

二、价格策略

（1）价格定位

在价格方面，浴室柜高档产品将同等的国外陶瓷洁具品牌旗鼓相当，相差并不大；中低档产品价格与一般品牌的价格相当，极具价格竞争力。

（2）价格体系

区域总经销价、分销价、终端零售价、终端零售限价、首次工程报价和实际工程报价、出口价。每一个级别都有价差，在实际操作过程中应严格执行“价差体系”。

（3）全国实行统一的报价表

三、渠道策略

主推经销制，以省级市场为一个战略单位，以各省级市为各区域市场的中心，网络要达到地级市的市场。以下是渠道的形式和体系：

（1）进入终端零售市场（包括专业的建材店、大型建材超市、品牌洁具专卖店）以专卖店、专营区的形式，以适宜的终端拉动方式调动终端市场积极主推产品，形成品牌的张力。

（2）打入工程市场（包括装饰装修广告公司、建筑公司、房地产公司、设计院等）由于各地的市场状况都有所不同，将采取直接建设和产品总经销的形式共同开发进入市场：

第一可以利用自营店树立品牌形象，开发、带动和服务区域市场；第二可以促进与总经销的资源的整合，以达到强势品牌的目的；第三将总经销作为企业持久发展的战略伙伴，经销商是息息相关的利益共同体，共同分享品牌带来的丰厚的利润。

建材工作计划 篇2

一、工作目标

(一) 全市所有水泥矿山、水泥制造、水泥制品及其他粉尘排放企业有组织排放源达到《水泥工业大气污染物排放标准》,无组织排放源达到《大气污染物综合排放标准》。

(二)*市XX年3月底前淘汰辖区内所有水泥机立窑；藁城市、正定县、栾城县XX年5月底前淘汰辖区内所有水泥机立窑；其他县(市)、区于XX年9月底前淘汰辖区内所有水泥机立窑。

(三)XX年9月底前，*市完成对辖区内粉磨企业的综合整治，其他县(市)、区于XX年12月底前完成各辖区粉磨企业的综合治理。

二、工作任务

(一) 市***、市国土局、市规划局、市工商局、市环保局等有关部门负责，停止审批除“以大代小”项目外的水泥、石灰和采矿等排放粉尘的新建项目。

(二)*市***府负责，XX年3月底前将辖区内10座水泥机立窑全部拆除。

藁城市、正定县、栾城县***府负责，XX年5月底前将各辖区共4座水泥机立窑全部拆除。

高邑县、井陉县、矿区、灵寿县、平山县、辛集市、新乐市、行唐县和赞皇县***府负责，XX年9月底前将各辖区共49座水泥机立窑全部拆除(企业名单见附件6-1)。

(三)*市***府负责，XX年9月底前完成50家水泥粉磨企业66台磨机的综合治理工作。

元氏县、新乐市、平山县、正定县、晋州市、藁城市、灵寿县、赵县、辛集市、赞皇县***府负责，XX年12月底前对各辖区46家水泥粉磨企业共68台磨机完成综合整治工作(企业名单见附件6-2)。

对达不到要求的粉磨站，全部予以关停。

治理标准如下：

1.各水泥粉磨站水泥生产企业完善各主机排放口治理设施，水泥生产磨机、包装机、提升机、破碎机等主要生产设备的排放口中的颗粒物和气态污染物最高允许排放浓度及单位产品排放量不得超过《水泥工业大气污染物排放标准》gb4915 - XX表2规定的限值，实现达标排放。

2.所有物料装卸必须入棚入仓，物料搬倒必须在三面封闭的棚内(厂房)进行，所有物料禁止露天堆放。

3.原料仓、水泥均化仓及仓下下料口必须采取封闭措施，物料输送必须封闭进行，并安装布袋除尘器，实现达标排放。

4.水泥储存在封闭的厂房内存放，销售外运在封闭的货台内进行装运。

5. 散装水泥必须入仓，在散装口安装移动式除尘设施。
6. 实现办公区与生产区的隔离，加大绿化力度，厂区绿化面积达到厂区面积的10%以上，办公区绿化面积达到30%以上。
7. 进入厂区道路硬化，运输原料及产品的车辆必须覆盖。
8. 作业场所颗粒物无组织排放监控点浓度不得超过《水泥工业大气污染物排放标准》gb4915 - XX表3规定的限值。

(四) 井陉县、平山县、灵寿县、*市、赞皇县、元氏县、行唐县和矿区***府负责，对辖区内淘汰的石灰土立窑生产企业加大监管力度，防止死灰复燃，并按照“以大代小”原则对石灰生产企业升级改造。

建材工作计划 篇3

为了让自己以后的建材销售工作计划更好地进行，现在本人的建材销售工作计划如下：

一、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。

二、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。

建材工作计划 篇4

一、想办法制订每日工作流程表

没有工作目标和每天时间安排的人，总是很悠闲，而有了明确的目标，对自己每天时间安排得比较合理的人，是没有多余时间的，每一点时间都会过得很有意义很有价值。所以，我们要养成每天制订工作流程表的习惯。

1、对家装业务员来说，工作表要把第二天要办的事、要见的人放在第一位，比方说和某客户约好第二天见面或量房，那你一定就要结合双方约定的时间和地点来安排自己的行程。最好在约定地点附近开展业务。

2、工作表要学会预留出一段时间，不能把时间计算得很紧张。比方说，原定计划上午在小区做业务，下午2：00去见一个客户，中间有半个小时的车程，而你就不能将时间排到下午1：30分才行动，至少应该留出半个小时的空隙，一则防止路上有意外，二则提前到场等待客户，给客户体现出尊敬感。

3、工作表要随身携带，随时查看。你不可能每天都按照工作一丝不变地去工作，但至少工作表能够让你抓住主要的工作。

二、一天时间安排(仅供参考)

1、早会培训学习(8：00—8：40)

我们建议每个公司都举行早会培训，把业务员和设计师集中在一起，如果部门较大，也可以单开业务部门的早会。早会每天安排一个主持人，一个讲师，每人轮流做主持人和讲师，大家创造一个内部学习和培训、人人参与的平台。早会时间不能开得过长，半个小时到40分钟就行，内容可以循环推进。

2、设计跟进(8：40—9：00)

业务员参加完早会培训以后，要与设计师进行单独沟通，业务员可以将客户的新消息、新要求、新想法向设计师汇报，同时也要督促设计师的工作，以免设计师因自己的工作繁忙而耽误你的客户，与设计师沟通做到更好地协调与客户之间的关系

3、打电话(电话拜访、电话跟进)(9：00—9：20)

与设计师沟通以后，业务员要对客户进行电话拜访或电话跟进，一般来说，到了九点以后，客户也过了上班初的忙碌期了，打电话正是好时候。业务员最好在公司里打电话，一则方便电话记录

，创造更好的电话沟通环境，二则如果有客户需要量房，也好及时与设计部取得联系，客户有新想法也可直接与设计师进行沟通。业务员要养成每天跟进客户的习惯。

更多 实用文体 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/93_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发