

消费调查方案设计 问卷调查的工作计划 必备(实用8篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。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。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

消费调查方案设计篇一

简介： 本课题全称为《甘肃省大学生食用早餐情况及早餐创业模式调查研究》，课题组以对大学生食用早餐情况的调查为基础，分析早餐市场，利用^v^?赖兹的心智定为理论为指导，研究出大学生早餐创业模式，得出的结论不仅有利于推广早餐知识，让祖国未来的花朵认识到早餐的重要性，进而让大学生强身健体，为祖国的建设做出更大的贡献，又能促进大学生自主创业，在一定程度上解决大学生就业难的问题，为国家分忧，意义重大。

详细介绍： 早在1999年兰州金太阳早餐公司创立之初，本课题指导教师就开始带领学生着手对该公司的运营模式进行跟踪采访。在长达20_年的时间里，课题组通过对甘肃省大学生早餐行为模式的调查采访，以及采访的早餐公司运作模式经验，逐步形成了本课题。 本课题内容包括甘肃省大学生食用早餐情况及早餐创业模式研究报告、甘肃省大学生早餐创业策划方案，以及图片、影像、电子资料等三大部分。

目的： 立足兰州早餐市场，走出一条大学生早餐创业之路。

科学性： 本作品有全面、客观的调查研究方法、强大的理论支持。我们通过访谈大学生、有关专家、早餐公司负责人，查阅相关书目，论证了早餐的重要性、大学生脑健康与早餐

的关系;结合^v^?赖兹的心智定位学营销理论研究出了大学生早餐创业方案。

先进性和独特之处：立足大学生就业难的实际，研究大学生早餐创业模式，指导大学生创业，传播早餐文化。不仅让大学生重视早餐，还通过自主创业的方式促进大学生就业。应用价值和现实意义 本作品是我们在掌握大量第一手资料的情况下，以新闻传播学专业为主，多个专业的学生共同合作完成的。

本作品不只停留于空想阶段，而是许多方案内容已付诸实施。我们注重实践,在实践的基础上边实践边研究，更具有指导意义。本组成员毕业以后,准备从事早餐文化的传播,更加紧密地结合了专业实际。因此，本方案是一个以实践主义为指导的创业方案,并不是纸上谈兵。现实情况表明，本作品具有相当高的实际应用价值和现实意义。

作品摘要：在笔者访谈的兰州大学、西北民族大学、西北师范大学这三所高校的75名在校生中，有60%的学生说自己及舍友没有吃早餐的习惯，20%的学生随便吃点早餐，20%的学生每天早上去食堂当回事地吃早餐。

消费调查方案设计篇二

本文是由上传的：教师自我发展计划书。

一、自我分析

我是一名小学语文教师。进入江桥小学工作已有十年的时间，在这十年时间里，我收获很多。学校的大力发展与改革，给了我们年轻教师很多机会与发展空间，使我积累了一些个人教学经验，也取得了一些成绩。

在教学工作上，我认真钻研教材，潜心研究教法，努力顺应

新课改的教学趋势，不断完善自己的课堂教学，形成了一定的教学特色。作为一名备课组长，我率先垂范，上好示范课，带领组内教师共同进步。此外，我也积极参加了学校的教科科研工作，是校全国级课题，市级课题主要参与者。当然，在语文教学中我也深感自己的文化底蕴不够丰厚，专业知识不很扎实，教育教学中的创新意识还不够，缺乏对学生心理状态、特征的认识和研究，在日常的自我学习中欠缺持久性和连续性。

二、自我规划

1、刻苦钻研，使自己成为一个专长性教师。

2、积极认真阅读教育类的杂志，不仅给予自己正确的引导，更使自己对教学各方面的内容有全面的认识与参照，同时也为撰写论文积累素材。

3、虚心向同事学习，多听课，多向有经验的教师学习。积极组织并参加每周的教研，开展好组内的研究课、公开课，借此机会向同组教师学习请教，在此基础上提高自己的教学质量。

4、认真贯彻二期课改精神，承担好一门拓展型课程，培养学生的创新精神和实践能力。

5、每年阅读一至两本理论专著，做好读书笔记。备课中能有所创新，写好教学反思，努力使自己业务水平再上新台阶。

6、一学期准备一节公开课，写一篇高质量的论文，力争在区级，校级刊物上发表。

7、深入学习信息技术，动手制作精致、实用的教学课件。

教育是一门大学问。工作中的成绩只代表过去，我深知：只

有逗号，没有句号；只有更好，没有最好。成为一名优秀青年教师是我追求的目标，在今后的教育教学以及教育科研工作中，我将加倍刻苦，努力提升自己，在快乐中成长，在成长中快乐。

消费调查方案设计篇三

广告公司创业策划书（一）

一、广告公司的机构设置与职能划分

具有一定规模的广告公司，除了应该设置客户部、创作部、媒介部和调查部之外，还应该设置行政办公室，作为公司的管理中枢。广告公司的组织机构设置框图如下：

在组织机构设置健全的基础上，还必须对各有关部门进行明确的职能划分，把责、权、利落实到具体部门。这样，才可能在分工明确的基础上实现各负其责、协调运行、相互制约和相互促进。

（注：以下国外的广告公司各部门人员配备和职责划分模式，国内广告公司目前很多分工及职务设置方法与此不同，有些分工及职务设置也不适合国内广告公司的发展情况。国内的广告行业尚处在发展阶段，各广告公司机构设置、人员分工均有差别。各公司的机构设置、人员分工应视具体情况需求量力而行。）

（一）客户部的职能和人员配备

客户部的任务主要是开拓客户并保持联络，与公司内其他各部门保持密切的联系。客户部是直接与客户发生接触的专职部门，负责接洽客户，协调广告客户与广告公司间的关系。在广告公司接触到一位客户时，首先由客户部作初步接洽，向广告客户提取有关必须的资料，如产品知识、市场情况、

广告费预算及市场计划等。客户部在对这些资料加以整理后，会同其他有关部门，研究这些资料，制定出初步的广告计划方案和工作日程，分由各部门执行。在广告活动进行过程中，客户部还负责与广告客户的联络工作和信息反馈，通报有关市场调查结果和广告活动进展情况。同时，还代客户负责对广告的设计、制作和实施过程进行监督。因此，广告公司的客户部在职能上扮演双重角色，对外代表广告公司的整体利益，对内则代表广告客户的利益。此外，在广告公司内，客户部还应承担公司的公共关系方面的工作（在无公关部的情况下）。

客户部门的人员配备和职责划分就是为了完成上述任务而设计的，其模式框图如第345页图。客户部的人员岗位职责划分为：

1、部主任

全面负责客户部的行政和业务管理工作，负责客户服务管理。对上，直接向总经理或副总经理负责，汇报工作；对下，检查业务组主管或营业主管的工作；并负责与比较重要的客户保持接触和联系或洽谈、引见。负责选聘、任用和考核客户服务人员。

2、业务主管或经营主管

全面负责所在经营组或业务组的业务工作和日常行政工作。对上，向部主任负责，汇报工作；对下，检查客户主任工作。还负责与较高层次和地位的客户企业决策人员、市场销售主管或市场经理保持接触，负责新业务的开发、调查，并发展原有业务。

3、客户主任

向部主任或业务主管负责汇报工作。负责按照所代理的客户

的广告计划和预算开展业务活动，为公司争取盈利。参与制定客户市场销售政策、发展广告目标和策略，并负责向客户简述广告的创作意图，介绍创作初稿，汇报工作进展。此外，还参与拓展新的业务。

4、客户经理

负责部分文件的拟写，负责向上级主管或客户介绍广告初稿，负责较小客户的业务洽谈和接触。

5、业务员

负责与客户的业务联络，送稿复审确认和审核制作的校样稿。在出席客户会议时，负责会议记录，并提交会议纪要。一般没有决策权，是在其他人员的指导下开展工作。要求对广告制作和媒介等很熟悉。

6、业务协调员

主要负责协调广告工作的进展，与创作人员和制作人员保持联系。督促检查各环节的衔接和完成，以保证按广告计划完成工作进程。负责保持与客户的日常事务性联系，代理有关文秘工作。在必要时，有权直接重新安排工作。

（二）创作部的职能和人员配备

广告创作部门的任务是负责广告的创作、设计和制作。他们对广告客户部和市场调查部提供的有关资料和意见加以分析，依照广告计划的要求，配合消费者的心态，完成创意方案，然后会同客户部门和调研部门，制定出整套广告方案，供客户审核，并在客户审核同意后制作，包括拍片、配音、印刷或摄影、绘画等。

这一部门一般又可具体地细分为创意文稿、美工、摄影和制

作合成等专职小组或专职人员，各负其责。创意人员搞创作意图，文稿负责广告内容的撰写，美工负责广告绘画和版式设计，摄影人员负责广告摄影、摄像，而制作合成人员则专门负责广告稿的合成制作，包括校对、印刷、配音制作等。

创作部门的人员岗位责任划分为：

1、创作部主任

全面负责创作部的行政管理和业务管理，控制广告创作水平。监督和保障创作人员按广告计划工作日程和广告预算标准进行工作，负责向创作组和创作人员分配工作任务，重点督促和保证广告策略的实施。有权选聘、任命和考核创作人员。参与新业务的广告创作。对总经理或副总经理负责。

2、创作组

(1) 组长，负责文稿组或美工组的业务领导，代理创作部主任履行某些职责，总揽广告创作的全面工作，直接向创作部主任负责。

(2) 撰稿员，通常负责为一组特定的客户工作，负责广告文稿的构思。参加客户会议，并在必要时直接向客户介绍工作进展。负责所有媒介广告的文稿编写工作，必要时参与促销活动，要求能够理解、实施、解释市场策略和广告策略，能与美工、导演密切合作。现阶段，分工已发展到细分专职广告和专职广告文的阶段。

(3) 撰稿助理，在撰稿员的指导下，为一些较小的广告活动进行文字工作，实施撰稿员的广告构思，发展广告策路。在必要时，参加小客户的客户会议。要求能按广告预算开展一个广告活动。

(4) 美工导演，同撰稿员一样，通常为特定的客户工作，负

责广告画面构思，负责导演电视广告，必要时，亲自进行摄影和绘画。要求能理解广告策略。

(5) 美工导演助理，负责落实美工导演的构思，必要时进行绘画。两项职务分工，随着广告公司的发展已发生变化。美工一般不负责摄影及导演，而设有专职导演、摄影师、摄像师。

(6) 创作助理员，负责协调创作部（组）工作的正常进行，帮助创作人员完成广告的创作，收藏创作稿件和创作资料，帮助打印其他人所撰写的文稿。必要时，与有关政府部门联系，以取得广告的电视播映许可。

3、印刷制作组

(1) 组长，全面负责公司内有关报刊等印刷广告的制作工作。负责与有关制作单位洽谈业务，并对各种印刷技术的采用加以指导和提出建议。领导正稿员的工作，并对部主任直接负责，汇报工作。

(2) 正稿员，负责落实美工导演的设计草图和撰稿员的初稿。高质量地制作广告正稿，寄给报社、杂志或印刷厂，负责广告的美工技术处理。

(3) 美工，负责把美工导演的初步创意变成视觉上的具体图案，要求有快速绘画的才能。

(4) 排印，负责各种字体设计的选择和排版。要求熟悉印刷业务，并能很好地理解各种广告设计与各种字体运用的关系。

(5) 校对，负责印刷清样的文字校对工作，修正版面的印刷错误和文字错误。

(6) 制作助理，负责安排和料理广告制作材料的供应，保证

广告工期和制作质量。作为制作经理的助手，向其报告工作。必要时，参加广告制作。

4、影视广告制作组

(1) 组长，全面负责公司内有关电台、电视广告的制作工作。负责与有关制作公司洽谈。

(2) 制作经理，负责电台电视广告的制作监督、保证其按广告计划日程工作，并按预算标准完成广告片制作。

(3) 演员选派，负责挑选、面试用于广告摄制的演员和模特儿，向他们布置具体的要求，保证他们穿戴好合适的服饰，准时到场。

(4) 制作助理，负责为制作广告准备材料和道具，保证广告按期完成，保证广告质量。

5、创意指导，负责为创作部出主意或提出创意设计或构思的意见。

(三) 媒介部的职能和人员配备

媒介部门的任务是根据广告计划，制定广告活动的媒介策略，负责媒介的选择，并负责与有关媒介单位接洽和联络。在广告实施过程中，负责对广告的实施进行监督，检查印刷质量或播放质量。在广告实施后，代理媒介单位向客户部要求收取广告费。

媒介部人员的岗位责任划分为：

1、主任

向总经理负责。全面负责媒介部门的行政管理和业务管理工作，负责控制媒介计划和媒介订位，与各媒介单位洽谈合作

条件，全盘负责媒介部门的盈利。负责并参与开发新的客户和新的广告业务，为新的广告业务开介绍会，并亲自准备或拟写材料。要求了解媒介的最新发展，掌握媒介计划，能够使用电脑管理，创作有发展的新媒介的电脑程序。

2、媒介经理

负责几个业务小组的工作和管理，代理部门主任的大部分职责。重点是代理其媒介方面的职责，研究重要的媒介策略的采用，与高级客户保持联系，并负责与媒介代表洽谈。

3、媒介组组长

负责一个业务组的媒介计划和媒介订位工作，参与向客户介绍媒介情况，参与媒介代表的洽谈，但不涉及或很少涉及一些特殊的媒介业务。

4、媒介计划员

在媒介组长或经理的领导下工作，负责执行已经制定的媒介策略和负责指定的客户业务。研究引用一些较为简单的媒介策略。

5、媒介助理

按媒介计划的要求，联系并取得媒介订位确认，兼做媒介部门一般性工作。

（四）市场调查部的工作职责和人员配备

市场调查部的任务是按照广告活动的要求，对目标市场开展调查，为广告主和广告公司制定广告计划，提供有关市场潜力和市场环境的背景材料，并就有关问题向广告主和广告公司提供咨询意见和建议，为广告决策以至广告主的市场决策

提供客观依据。

其人员岗位责任划分为：

1、主任

负责调查部的行政和业务管理，负责市场调查计划的制定，负责向总经理或客户企业高级人员汇报调查结果，提出市场策略建议和广告策略建议。

2、课题组长

负责某一客户的广告调查工作的计划，监督调查计划的实施。负责向部主任提出调查报告，向客户汇报调查结果和提出有关建议。

3、调查员

负责根据调查计划进行具体调查方案的拟订，开展调查活动，并根据调查结果进行分析研究，提出调查报告、市场策略和广告策略建议，并向客户汇报有关市场调查经过和市场调查情况，介绍调查结果。

4、记录员

协助调查员工作，负责有关文案调查资料、实地调查资料的收集和整理，负责记录有关谈话内容，提交谈话纪要，并负责有关打字、速记等工作。

5、资料组组长和资料员

消费调查方案设计篇四

今年，自治县^v^宣传思想政治工作按照县委宣传部统一部

署，结合我县档案工作实际，围绕机关建设、服务民生、构建和谐等工作认真开展。通过有力地宣传，机关营造了和谐、勤奋务实工作局面、充分调动了干部职工的工作热情，为提升印江档案对外影响起到正确的舆论导向作用。

一是成立宣传思想工作领导小组，并要求各股室按照各自职能职责抓好单位的宣传工作。

二是加强宣传队伍建设，围绕档案工作重点，创新宣传管理体系，由原来单一的从事宣传的办公室承担宣传工作，改为各股室相互协调配合的宣传工作格局。明确了各股室宣传重点，并纳入机关内部绩效管理。

一是年初对机关宣传思想政治工作作了安排，明确了宣传重点，并对各重点宣传工作进行分解，包括宣传文章、信息上报等量化到股室。

二是认真落实机关干部职工学习工作任务。根据我局今年工作重点，制定了详细的学习计划，并逐一落实，全年政治理论学习26次，上党课2次。

一是加强信息管理，及时报送工作信息。上报各类工作信息20条。

二是加强工作动态、工作信息工作。为了加强对档案工作的宣传，及时将档案工作动态提供给县领导参考，并送相关部门，使县相关部门对我县档案工作情况有更加全面的了解，同时也为县领导决策提供依据。全年共编制反映印江档案工作情况专刊《印江兰台》20期。

三是认真开展各种形式的活动。局党支部、工会、妇委会组织开展了丰富多彩、健康向上的群众性文艺、体育等活动，向外宣传我县档案工作。今年7月下旬，组织全体职工外出到上海等地考察学习，8月下旬又与县^v^□调查队到我县的避

暑山庄团龙村开展了拔河、跳绳比赛活动，通过活动的开展，向外宣传我县档案，提升了档案在外的知名度。

总之，我局一年来的宣传工作，虽然取得了一些成绩，但仍存在一定差距。今后我们将充分认识宣传思想工作的重要性，不断解放思想、与时俱进、开拓创新，把宣传思想各项工作落到实处，为加快全县经济又好又快、更好更快发展做出新的贡献。

消费调查方案设计篇五

统计工作涉及全社会的方方面面，工作难度大，如何搞好辖区统计工作，统计执法工作显得尤为重要。执法工作做得好不好，与统计执法人员的素质、队伍建设有密切关系。为了适应新时期的统计工作，我局要求专业技术人员利用业余时间多学统计业务知识，不但要精通本专业知识，而且也必须熟悉其他专业知识，并且利用以会代训等办法学习统计法律法规，培养了一批既懂专业又懂法律的统计人才，增强了统计执法工作的力量。

从今年抽查情况来看，被抽查的统计调查单位在统计基础方面，如建立台帐、上报报表的原始凭证、统计档案管理情况，以及统计人员持证上岗等情况都比往年好，依法统计意识增强，统计报表的数据质量有所提高。

社会上对统计工作的重视程度有了新提高。深入广泛地开展统计普法教育工作，反映在各级领导重视和支持统计工作，在人力和物力方面增加投入，为统计法制工作的开展提供了有利条件。

（一）强化报表工作。以提高统计数据质量为中心，加大工作力度，注意从数据源头抓起，采取各种有力措施确保报表工作顺利开展。一是加强专业报表、部门报表的协调性和互补性；二是对重要指标、主要数据、报表审核，严把质量关，

从而使全区统计报表反馈核实率降到最低，提高统计数据质量，做到无迟报、漏报及重大差错。

违法行为的企业6家。

20xx年诗司实行基础管理，打造品牌的一年，诗司发展战略的关键一年□20xx年也是我在公司参加工作的第二年。

在过去的一年里，在部门领导、同事的助和指导下，我的工作能力，业务水平有了很大的提高。通过一年的工作学习，我现在已经能够立的完成本职工作，并且也能够做好领导安排的各项临时工作。

20xx年我主要负责的工作是：统计报表的编制、上报；公积金的核算汇总缴纳；技术中心的出纳工作。现在针对20xx年我主要负责的工作，及下一年的计划做如下汇报：

消费调查方案设计篇六

20xx年安全生产工作总体要求：以党的xx大、xx届三中、四中全会精神为指导，以全面实施新《安全生产法》为契机，以落实安全生产_党政同责、一岗双责、齐抓共管_为主线，以健全责任体系、推进依法治安、夯实基层基础、突出隐患治理、整合社会资源、强化教育培训、加强队伍建设为抓手，切实强化_红线_意识和_底线_思维，进一步推动企业安全生产主体责任落实，全力实现_双下降、双确保_(事故起数和死亡人数双下降，确保不发生重大以上事故，确保安全生产各项指标在省控范围内)工作目标，为争当苏中新一轮发展_领头雁_、建设长三角北翼经济中心提供坚实的安全保障。

一、强化红线意识，健全安全生产责任体系

1. 严格落实安全生产_党政同责、一岗双责_。进一步推动各级党委落实安全生产_党政同责、一岗双责_制度，定期研究

安全生产工作，在安全生产理念、重大方针政策、干部考核选拔任用、重大隐患整改等重大问题上履行职责；加强对安全生产_党政同责、一岗双责_贯彻落实情况的督查，全年督查两次，并形成督查报告，报市委、市政府；定期向组织人事部门通报安全生产情况；推动各级党校和市行政学院将安全生产列为必修课，提高各级领导干部安全生产履职意识。

2. 严格落实属地和行业安全监管责任。督促各级政府全面落实属地安全管理责任，坚持安全生产与社会发展、社会稳定等工作同部署、同推进、同考核；根据_管行业必须管安全、管业务必须管安全、管生产经营必须管安全_的要求，完善《南通市党政部门安全生产职责》，督促相关部门、单位切实加强对本部门、本行业、本系统安全生产的组织、协调和督导检查，形成齐抓共管的工作格局。

3. 严格落实安全生产综合监管责任。强化安全生产综合监管，协调解决涉及多部门行业领域安全生产重点难点问题；督促各地将安全生产纳入综合目标考核，赋予分值不低于5%；强化对各县(市、区)和各部门安全生产目标管理考核工作力度，完善安全生产目标管理考核办法，对各地、各有关部门控制考核指标实施进度实行月调度、季通报、年中督查、年终考核，严格执行安全生产点评和_一票否决_制度。

4. 严格落实企业安全生产主体责任。强化企业主要负责人责任，把安全生产责任、措施落实到生产经营建设活动的全过程；推动企业认真落实隐患排查治理、高危企业领导带班、安全生产投入、安全教育培训、应急救援等各项规章制度；引导企业大力加强安全生产现场管理、管理机构、技术支撑、职业健康、安全生产责任险等基础建设和基础管理，狠抓基层安全责任和各项岗位责任制、安全操作规程等的落实；督促国有企业在安全生产工作中发挥表率作用；继续实行安全生产_黑名单_和约谈制度，强化行政和经济约束手段。

二、推进依法治安，提升安全生产监管水平

6. 强化安全生产行政执法。编制年度安全生产监督检查计划，规范行政执法检查的数量、频次、内容和形式；修改完善《南通市安全生产分类分级监管管理办法》，提高监管的针对性和实效性；采取全面检查执法与专项检查执法相结合的方式，定期组织开展专项执法检查；建立案件移交制度，稳步推进以安全生产监察支队为主的执法模式，逐步实现监管与执法相分离；指导和推动乡镇（街道、园区）积极办理执法案件，提升基层安监人员执法能力；以执法检查工作量、事前执法为指标，组织开展安全生产行政执法大比武。

7. 加强安全生产源头监管。严格行政许可，探索建立行政许可事中、事后有效监管模式，从源头上把住安全条件准入关；落实建设项目安全设施和职业卫生“三同时”制度，探索建立建设项目安全设施和职业卫生“三同时”行政审批联动机制，进一步明确和规范“三同时”审查范围、管理方式、审查程序；根据国家发布的相关行业领域落后的安全技术装备淘汰目录，进行全面清理、限期淘汰；继续开展安全生产“负面清单”管理，坚决杜绝禁止类、限制类项目。

8. 推进“打非治违”专项行动。巩固“七打七治”打非治违专项行动成果，将“打非治违”与安全隐患排查治理相结合，与企业安全生产标准化建设相结合，与重点行业领域专项整治相结合，建立安全生产领域“打非治违”常态化、制度化机制；加强对各地、各行业和领域“打非治违”工作的监督检查，进一步督促各县（市、区）和相关部门落实“打非治违”工作责任，坚决落实停产整顿、关闭取缔、依法处罚和严肃追责的“四个一律”措施。

9. 严肃事故查处和责任追究。出台《事故调查处理指导意见》，依法依规开展事故调查，进一步加大责任追究力度，严厉打击各种瞒报谎报事故行为；规范事故调查程序，提高事故调查效率，确保按规定时限结案并公布调查报告；认真落实事故挂牌督办、警示通报、诫勉约谈制度，以事故教训推动安全生产工作；强化党政同责，凡发生责任事故，除依法依规

追究政府及部门相关责任人责任，同时也追究党委及相关责任人责任。

三、夯实基层基础，不断筑牢安全发展根基

10. 强化基层安监机构和队伍建设。加大考核权重，全面落实《关于加强基层安全生产监管机构建设的若干意见》(通安监[201x]221号)和《加强全市村(社区)安全管理的指导意见》(通安办[201x]41号)要求，督促各地在乡镇(街道)、各类开发区、园区单独设置安监机构，按规定配足配强安全监管人员;要求各乡镇(街道、园区)指导各村(社区)建立安全管理委员会，年底前全市所有村(社区)达到有人员、有待遇、有装备、有制度、有工作日志_五有_标准;严格执行基层执法人员岗前培训和持证上岗制度，组织开展市、县、乡三级安全监管人员业务知识培训。

11. 抓好安全生产标准化持续运行和整改提升工作。按照_一级抓巩固、二级抓提升、三级抓整改、未达标抓创建_的要求，推动已达标企业安全生产标准化的持续运行和整改提升工作;开展安全生产标准化提档升级活动，并采取政策扶持措施，对获得一、二级标准化的企业给予一定的资金补助;继续推进小微企业安全标准化创建工作。

12. 强化应急救援基础工作。加强应急管理体系建设，完善值班值守、信息报告、处置决策、力量协调、现场指挥等应急管理制度;健全各部门之间与救援队伍之间的联动机制，督促有关单位在事故救援中各尽其责，相互支持，相互配合;加强高危行业企业应急预案评估、修订、备案和演练工作，提高应急预案的针对性和可操作性;继续举行市级应急救援预案实战演练，督促各县(市、区)举行县级应急救援预案演练。

消费调查方案设计篇七

20xx年，_保险公司支公司在分公司党委、总经理室的正确领

导下，经过全体员工的团结拼搏，开拓进取，在业务拓展、内部管理，树立形象等方面取得了较大的成绩。今年是全面实施总公司提出的“新一轮改革与发展战略”的第一年，为此，我们在年初就明确了今年的经营指导思想——围绕总公司提出来的“三个转变”，以“诚信天下，稳健一生”的文化核心价值观为指导，继续坚持“稳健经营，以效益为中心”，全面实施预算管理；进一步调整业务结构，加大业务推动力度；切实抓好两核体系建设，不断加强基础管理；继续深化各项改革，狠抓队伍建设，努力实践“三个转变”，全面提升管理水平，全力做强做大个险纯传统险、意外险两项业务，提高经营效益，扩大市场占比。内强素质，外塑形象，通过公司上下的团结一致，奋力拼搏，真正把东营建成一家精品公司。

正是由于遵循了这一指导思想，截至12月6日_保险公司支公司共实现保费收入16431万元，完成全年任务计划的122%，到今年11月份的市场占有率为 25%。其中，个险新保保费收入(含意外险)1610万元，完成年度计划的%，同比增长20%，全省达成率第八名；意外险完成474万元，完成年度计划的103%，同比增长60%，提前一个月完成全年任务。团寿险完成2546万，完成计划的195%，提前半年超额完成任务；中介代理保费实现保费收入万元，完成年度计划的%；个险续收保费元，完成年度计划的100%。与去年同期相比，业务结构更加合理，经济效益大幅度提高。同时，公司在当地保险市场的占比和社会影响都有了非常大的提高，全年新保总量居市场的第二位。

回顾今年的工作，可以概括为以下几个方面：

一、抓业务、抢市场，实现各项业务的快速发展

业务发展是公司的生存之本。我们一直把如何提高业务平台，扩大市场占比作为工作中的重点。全面贯彻落实“稳健经营、以效益为中心”的指导思想，积极推进业务结构的战略性调

整。按照省公司的统一部署，中支公司总经理室带领广大员工迅速转变观念，提高强烈的市场竞争和危机意识。严抓基础管理，拓宽业务渠道，以纯传统险和意外险作为两大业务发展重点。牢固树立“诚信天下、稳健一生”的经营理念，不断优化业务机构，提升业务质量，在业务结构、质量、规模、效益等方面都实现了新的突破，得到了全面的发展。

1、在个险业务方面

按照年初制订的总体战略，以标团建设为重点，突出培训，强化增员，稳扎稳打，健康发展，管理一步一个脚印，成绩一步一个台阶。顺利实现“首季开门红”后，又积极配合参与省公司开展的“四五”联动对抗赛活动，我公司全体员工和广大营销员，以忘我的工作热情，高度的荣誉感、责任感和必胜的信心，积极投入到了这场为荣誉而战的战斗中去，取得良好的竞赛成绩。在省公司“_”联动业务竞赛中，我们也获得小组胜出奖，战胜×。全年个险保费和增员率在各家保险公司下滑的情况下，继续保持稳步增长。

2、在团险业务方面

在市场非常艰难的情况下，抓住有力时机，大力开拓渠道业务，“绿色救助”、“小额信贷”“建工险”等都已经走上了良性发展的轨道。在今年12月份，我公司与胜利油田顺利续签了“职工团体商业医疗保险合同”。这个合同的签定，为我们公司带来巨大的社会效益和社会影响，为公司的有续发展奠定了坚实的基础。意外险业务规模迅速扩大，赔付率不断下降。在东营各个保险公司的业务都没有增长或有所下滑的情况下，我们的意外险业务对比03年度实现了较大幅度增长，市场占比不断扩大。

3、银行保险方面

今年，面对竞争异常激烈的市场，在强化对银行客户经理综

合素质培训的基础上，进一步加大了对渠道的管理和维护，对银行渠道进行了梳理，对其架构做了调整，使渠道管理更具有专业化、规范化，使红利来和小额信贷险业务都得到了健康发展。在费用下调的情况下，我们的红利来趸交业务仍然完成了6755万元，顺利完成省公司下达的任务。

4、续收业务方面

在加大客户服务专员技能技巧培训的基础上，强化区域管理，加大银行代收知识的培训，当期达成率不断提高。按照省公司和市公司的考核，各项指标全部达标。尤其在省公司组织的“争先创优”活动中，一直战果辉煌。

二、抓重点、带全盘，实现了规模和效益的同步发展

按照“三个转变”的要求，我们注重全面提升管理水平，全力做强做大个险纯传统险、意外险两项业务，不断扩大市场占比，提高经营效益。在今年的工作中，公司上下团结一致，奋力拼搏，较好地完成年初预定工作目标，工作中有以下几个亮点：

1、县区框架基本搭建完成，县区班子建设初具规模

东营原来没有县区架构，为使×太保寿险有一个长足可持续地发展，必须将机构延伸至各县区。今年上半年，在这种思想指导下，根据省公司有关要求，我们开始搭建县区架构。通过本地培养、同业引进等措施，让一批优秀的人才走上了县区领导的岗位，到目前对县区的管理框架搭建已基本完成，并按照省公司《县区机构管理办法》进行了实质性运作，为05年的业务发展做好了机构和干部的准备。

2、内部管理工作进一步加强，管理工作不断改善

管理的专业化、集约化、规范化水平进一步提升。今年，从

总公司到分公司都高度重视管理工作，有关管理的文件一个接一个，我公司对这些文件都及时进行了转发，并结合实际认真进行了贯彻和落实。可以说，今年的管理力度、深度和广度，是近几年都没有过的。在工作中，我们按照上级公司的要求，始终坚持“一手抓业务，一手抓管理，两手抓，两手都要硬”的原则，结合自己的实际情况，顺应业务发展的要求，全面加强和改善各项内部管理工作。通过各项规章制度的贯彻和落实，我公司的内部管理工作进一步加强，管理水平进一步提升。向管理要效益，通过管理促发展。通过一系列的措施，促进了团队的稳定和管理工作的加强，内控机制得到了强化，风险得到了有效的控制，减少了浪费，降低了成本，实现了增收节支。在财务管控方面，坚决做到费用不超支，今年中支公司在费用方面的压力非常大，在面临费用紧张的情况下，公司一方面抓业务发展，一方面抓费用管控，实现了年底的费用节余。由于我们管理到位，省公司还将我们作为调查基地，并在×举办了全省两核调查员培训班。

消费调查方案设计篇八

4、消费者对产品的要求

五、制定抽样计划

1、实施分层抽样

a□以所属领域特点为分层标准

b□按比例抽取一个样本量为500的样本

2、样本要求

a□家庭成员中没有人在通讯业务公司或经销岗位工作

b□家庭成员没有人在最近半年中接受过类似产品的市场调查

c□被调查者经常使用手机、固话等通讯工具

六、设计问卷

通过对“一号通业务”市场的了解，对消费者资料的调查，总结分析，进行问卷设计。

七、调查进度

第一阶段：初步市场调查 1天

第二阶段：制定计划 2天

审定计划 半天

确定修正计划 半天

第三阶段：问卷设计 1天

问卷修改确认 半天

第四阶段：实施计划 2天

第五阶段：研究分析 2天

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。

八、信息整理分析

1、通过对调查目的和搜集信息的整理，对问卷的设计并进行整理分析。

2、根据问卷调查情况绘制数据表格

九、调查预算(略)

市场营销调研计划篇三

一、超市冷柜背景分析

随着市场经济的发展，人们的工作生活变得日益繁忙，被世界誉为现代化革命的标志产品冷柜以环保、健康、省时、省力、方便、卫生、安全的特点迅速走入寻常百姓的家庭和各大超市卖场。人们日益体会到了冷柜带来的高效和便利。目前冷柜在超市中普及率很高了，冷柜已经进入快速的增长期，冷柜的生产和销售每年均保持在相当高的增长水平。在这样的形势下，冷柜企业应该一方面抓紧时间进行生产规模的扩张，另一方面积极拼争国内、国际市场，以期在未来的市场竞争中处于更为有利的市场位置。

但是由于现今产品的同质化程度较高，差异化缩小，为改变这一趋势，我们应当从性能发展，节能、环保是众多用户所热门关注的方面出发。

为进一步针对超市冷柜应用普通中空玻璃和我司真空玻璃耗能情况，我们做了这次市场调研。

二、调查目的

本次市场调查在特定的超市卖场中冷柜耗能情况进行调查访问和观察法等以达到以下目标：

- 1、了解冷柜在各大超市卖场的都有哪几种，以及是哪些品牌和型号，尺寸。
- 2、了解单台冷柜的日耗能量是多少。
- 3、了解低温冷柜在超市日耗能总量是多少，
- 4、了解低温冷柜占超市总耗电量的百分比。

三、调查内容

在北京各大超市卖场，便利店针对超市冷柜应用普通中空玻璃和我司真空玻璃耗能情况进行分析调查。

四、调查方法

以问卷调查为主：在特定的超市卖场便利店对超市方进行问卷调查。

原因：1、调查时间和调查人员有限，只能在特定的地点进行访问，数据代表性可能不够。

2、问卷调查形势比较简单，方便我们对消费者进行调查

3、问卷调查结果容易统计，数据真实可靠

五、调查进度

第一阶段：初步市场调查

第二阶段：制定计划 审定计划 确定修正计划

第三阶段：问卷设计 问卷修改确认

第四阶段：实施计划

第五阶段：研究分析

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。