

执行力不到位一切等于零！（深度）

读后感 营销部王乙英

当我看到吴董事长发出这篇文章在公司群里的时候，我首先想到的这应该是一篇关乎营销的文章，于是打开阅读。边读文章我就一边琢磨，执行力这个词可以说伴随了我的整个职业生涯，尤其转入销售行业之后，几乎是天天挂在嘴边的三个字。现在借着这个机会，我想表达一下**有计划没行动等于零**这一现象。

计划是所有销售人员必须做的一件事，无论是日、周、月还是年度，都应该有所计划，罗列好行动计划，或者说是方案，有了计划，能够指引我们应该去做什么，应该提前准备什么，不至于到了跟前忙手忙脚，慌乱不知所措。计划的对应词是总结，所以日、周、月和年度还需要总结，总结可简单，也可详尽，根据自己或公司要求。自从来到金特尔公司，自从接触了厨余垃圾，每天下了班回到家都在回想工作内容的一部分，用餐时会想到我们以后要怎么分类，每天去扔垃圾时，我也会想到我们的生活环境，想到如果使用了我们公司的设备等等，每天睡觉前都会回想一遍今天的工作内容以及明天要做哪些工作。

当然，在工作中，我知道我还有很多不足，有时候也会出现有计划没行动，比如上周六刘总通知营销加班，还交待给我一个整理会议纪要的任务，并要求我在规定的时间内完成。我心里始终知道并清楚这个任务，但出于自身惰性的原因，周日就是没有过来公司完成这项工作，内心忐忑不安。直到周一下午才把交待的工作完成。

有计划有行动还要有结果，作为营销人员，要时刻谨记的标语，只有清晰的计划和目标，才可实施具体的行动方案，才能在日常工作中不断总结，不断领会，不断进步。

2020-3-20