# 2024年运营年度工作计划和目标 运营年度计划(7篇)

来源：网络 作者：无殇蝶舞 更新时间：2024-06-30

*运营年度工作计划运营年度工作计划一年度经营计划工作是一项超前的专项工作，应实现下列预期目标：1、《\_\_公司年度经营发展计划(\_\_\_\_)》2、《\_\_公司年度财务预算计划(\_\_\_\_x)》3、《经营团队目标管理责任书(\_\_\_\_)》1、《产品运营年...*

**运营年度工作计划运营年度工作计划一**

年度经营计划工作是一项超前的专项工作，应实现下列预期目标：

1、《\_\_公司年度经营发展计划(\_\_\_\_)》

2、《\_\_公司年度财务预算计划(\_\_\_\_x)》

3、《经营团队目标管理责任书(\_\_\_\_)》

1、《产品运营年度行动计划和绩效管理办法(\_\_\_\_)》

2、《市场销售年度行动计划和绩效管理办法(\_\_\_\_)》

3、《产品研发年度行动计划和绩效管理办法(\_\_\_\_)》

4、《采购管理年度行动计划和绩效管理办法(\_\_\_\_)》

5、《制造管理年度行动计划和绩效管理办法(\_\_\_\_)》

6、《人力资源管理年度行动计划和绩效管理办法(\_\_\_\_)》

7、《年度人力标准配置计划(\_\_\_\_)》

8、《年度人工成本总量计划(\_\_\_\_)》

9、《员工薪酬管理基本规则(\_\_\_\_)》

二、组织管理

年度经营计划是一项跨部门、跨领域的策划工作，需要集体智慧，也需要民主和集中过程。为达成预期目标，整个工作计划的实施，由总裁办统一组织，财务中心和各部门按照分工落实。

组 长：

副组长：

成 员：

三、工作内容、步骤与时间表

1、销售预测：运营/销售中心根据第四季度合同和订单情况，预测\_\_\_\_年和\_\_\_\_年全年的产品销售量、销售收入，提出《\_\_\_\_-\_\_\_\_市场销售预测和目标计划》草案。(\_\_x10月20日前)

2、财务预测：财务中心根据运营和销售部门的预测，测算\_\_\_\_全年公司销售收入、成本和利润，并预先列出各项成本的基础数据，提出《\_\_\_\_年度关键财务指标预测报告》。(\_\_x10月25日前完成)

3、销售计划：运营和销售中心确定20\_\_年度销售目标、达成目标的关键措施和所需的财务费用、人力编制和人工成本等资源需求，提出《产品运营年度行动计划和绩效管理办法(\_\_\_\_)》草案、《市场销售年度行动计划和绩效管理办法(\_\_\_\_)》草案(不含绩效管理部分)。(\_\_x11月1日前完成)

4、研发计划：研发中心根据销售需求和市场情报，确定研发产品线、关键措施、所需的财务费用、人力配置和人工成本等资源需求，提出《产品研发年度行动计划和绩效管理方案(\_\_\_\_)》草案(不含绩效管理部分)。(\_\_x11月5日前完成)

5、供应计划：根据销售计划和研发计划，采购和制造部门研究确定实现销售目标的关键目标、关键措施和所需财务费用、人力编制和人工成本的资源需求，提出《采购管理年度行动计划和绩效管理办法(\_\_\_\_)》草案、《制造管理年度行动计划和绩效管理办法(\_\_\_\_)》草案(不含绩效管理部分)。(\_\_x11月10日前完成)

6、资源计划：人力资源部根据各部门的人力编制和人工成本需求，汇总、确定年度经营目标的标准人力配置、人工成本控制总量，提出《年度人力标准配置计划(\_\_\_\_)》草案、《年度人工成本总量计划(\_\_\_\_)》草案。(\_\_x11月14日前完成)

7、财务预算：财务中心在上述各项计划和财务费用需求的基础上，进行财务需求的预先审查，编制达成经营目标的三套财务预算方案(盈亏平衡、责任目标值和争取目标值)，提出《\_\_公司年度财务预算计划(\_\_\_\_)》草案。(\_\_x11月21日前完成)

8、总体方案：总裁办根据战略方针和各专项行动计划，汇总编制并提交《\_\_公司年度经营计划书》草案、《经营团队目标管理责任书》草案。(\_\_x11月25日前完成)

**运营年度工作计划运营年度工作计划二**

一、召开部门半年工作会议，传达落实机场半年工作会议精神。

7月7日，运营管理部在运保部会议室召开全员大会，总结回顾上半年工作并对下半年工作进行动员部署，部门全体员工参加了会议，会议通报了上半年机场运输生产的有关情况及下半年工作的具体安排及机场挂牌、改制的最新进展情况，要求大家团结一心，为顺利完成机场各项运输生产指标做出自己应有的贡献。

二、编订完成iso9000部门管理手册。

《手册》对运营管理部的部门职能和权限、岗位设置和标准、岗位职责和条件作了明确阐述;对部门的工作程序、规章制度作了明文规定;对所使用的工作台帐与表格作了具体规定。《手册》还涵盖包括收发文程序，工作流程、服务质量巡查制度、机坪巡查制度、运行督导检查手段、运行督导模式、考勤制度、培训管理制度等一系列部门管理制度，为实现部门各项工作规范化、标准化、科学化管理奠定坚实基础。

三、强化候机楼卫生、服务质量及机坪督察工作。

按照年初制定的“创新提升年”总体目标与部署，结合实际，创新制定了“3检查+双督导”模式，督导员对照检查单逐项落实，在确保周而全的同时又兼顾针对性，做到流程规范化管理。该模式运作以来，已累计下发整改通知单30余份，候机楼卫生、服务质量进一步提升，机坪运行进一步规范。

四、组织开展板块各单位隐患排查治理专项行动。

为认真贯彻国务院办公厅文件精神，全面落实机场《20xx年度安全生产隐患排查治理暨百点排摸细查治隐患工作实施方案》的要求，针对高温、台风汛期临近、航延多发等情况，根据机场安委会部署，运营板块各单位开展了为期近一个月的安全生产隐患排查治理专项行动。各单位在接到通知后，立即成立相关工作领导小组，重点梳理各项安全措施落实情况，认真排查事故隐患，此次活动各单位共检查出83处问题和隐患，其中64项已完成整改，其余19项需上级解决的项目正抓紧制定完善相应整改措施，力争尽快完成整改，确保活动取得实效。

五、积极做好安全大检查。

根据机场部署，运营管理部结合实际，开展了以“查思想认识、查资源配置、查规章制度、查安全链条、查设施设备、查重点科室和人员、查责任落实、查隐患整改落实”为内容的安全大检查活动。通过开展安全大检查，进一步落实了安全领导责任、监管责任以及员工的岗位安全责任;通过深入查找安全生产隐患和管理薄弱环节，制定了切实有效的整改措施，确保部门各项安全工作平稳过渡。

六、完成机坪现场监管整改工作。

根据浙江局发明电(20xx)116号电报精神，对其中“机坪现场监管工作落实不到位，部门职责、人员配置及台帐记录需要改进，缺乏有效的绩效考核机制”的部分进行整改，经过前期的调研和摸排，在原安全服务督导室的基础上，制订了《运行督导室工作职责》、《安全督查工作职责》、《机坪巡视督查制度》等有关督导室日常工作的规范性文件，并立即纳入机场iso9000管理体系，正式实施。之后在明确部门相关职责的基础上，考察了杭州萧山机场和温州机场机坪监管工作，督导室根据宁波机场机坪运行实际，制定了《机坪安全综合检查单》、《作业时限专项检查单》、《设备车辆专项检查单》、《人员着装佩证检查单》等四种日常督查所需的检查单，并于6月份正式开始试运行。在运行过程中，部门对实际操作情况进行了跟踪，实行动态管理。为便于操作，9月初对检查单进行了适度调整，最终形成《机坪综合检查单》、《航班抽检单》。目前来看，此项工作对完善台帐、弥补督查员业务缺陷、及时发现处理运行当中存在的问题起到了积极推动作用。

七、收集汇总板块各单位“创新提升年”工作情况，并督导下一步安排。

为贯彻落实20xx年机场工作会议精神，积极响应宁波市政府“创新提升”活动有关要求，运营管理部年初制定了“创新提升年”活动的整体方案，将活动的目的、内容及有关要求发至所属板块各单位。日前，我部对板块各单位活动开展情况进行检查，并将活动阶段小结通报各单位。

八、部署开展支部创先争优活动，制定活动主题、载体及活动各阶段的部署安排。

九、积极开展“诚信与敬业”、“世博安保”、“安康杯”、“规范化服务达标竞赛”、“爱心捐款”等活动。

十、计量管理移交。

机场计量工作职能划入我部，日前相关资料、文件等台账已移交本部，下一步将着手准备10月份以及11月份的计量设备周检。

十一、会同安服部参加职工代表安全巡视活动，督促抓好整改项目的落实。

四季度工作计划

一、部门工作:

(三)、计量工作:在熟悉原有业务操作流程的基础上，做好完善提高。

二、板块工作:

(二)、拟出台板块绩效管理实施原则;

(四)、进一步调研板块运作的方法途径，使板块运作与明年的集团化运作接轨。

**运营年度工作计划运营年度工作计划三**

3、负责网店日常维护，保证网店的正常运作，优化店铺及商品排名;

4、负责执行与配合公司相关营销活动，策划店铺促销活动方案;

5、负责收集市场和行业信息，提供有效应对方案;

6、制定销售计划，带领团队完成销售业绩目标;

7、客户关系维护，处理相关客户投诉及纠纷问题。

(二)客服人员

工作职责：

3. 解答顾客提问，引导顾客进行购买，促成交易。

4. 为网上客户提供售后服务，并以良好的心态及时解决客户提出的问题和要求，提供售后服务并能解决一般投诉。

**运营年度工作计划运营年度工作计划四**

会计部将按照分行年度运营管理会议关于推进坐销工作，提出的“五个一”要求，抓紧贯彻落实，根据《分行网点坐销推进方案》、《分行网点转型竞赛办法》。结合支行所辖网点的实际情况，总结20xx年运营坐销工作的经验，与个金部共同探讨推进方案，努力提升坐销工作占比。

二、深化网点转型，狠抓服务管理

一方面继续深化网点转型，结合、路支行网点装修计划，讨论规划大厅布臵及柜位物理设臵;另一方面:提高业务处理效率，通过时长控制机制的推行，提高服务效率，提升客户满意度，严防柜面有效投诉。

三、提高结算质量，严控业务差错。

努力压降核心系统及集中业务系统差错率、冲抹帐率，尤其要加大集中业务系统管理力度，提高集中业务上线率，控制集中业务系统时长，杜绝业务发起不合格情况，培养柜员高度责任心与严谨的工作态度，着手细节，争取在下一阶段工作中取得更大突破。

四、加强现金管理工作

近年来区域经济发展带来的现金收付量飙升，为缓解我行金库的现金清分压力，今年下半年会计部与营业部拟与北京京北方科技股份有限公司合作设立现金整点外包服务中心，采用“管理内设、整点外包”的模式，拟将支行金库现金整点业务实行外包，走出分行系统现金整点业务外包模式第一步。

五、改善运营人员紧缺状况

20xx年起，已有18名员工离开运营岗位，包括向其他条线输送业务人才8名，辞职员工10名，造成柜面人手紧缺，后备力量不足，针对以上情况，结合下半年新员工入行，会计部将进一步考虑对各网点人员数量的合理配臵，结合支行的具体业务情况、地域情况和人员素质情况等因素，确保网点业务正常平稳运行。

**运营年度工作计划运营年度工作计划五**

1、每日论坛发帖x贴，内容主要以站内更新热点资讯以及商城相关介绍，可以以宣传的方式，同时也可作广告贴发布。

2、贴吧每日发帖x篇，内容偏重于与物联网知识和物联网商城栏目有关的，网站会员功能体系以及作用的宣传，和网站平台为会员推广的作用。

注：以上发布后做好发帖页面的标题和网址记录工作。

1、寻求高质量信息发布网站在其网站上发布物联网信息。每日至少x篇。

2、所发布文章一律以站网站推广关键词(例如xx网、xx网应用等)为主，内容以站内文章进行修改。能带链接一律网站链接。

注：这里要主关键词的排名：增加百度来访流量，在网站关键词中挑选x到x个主关键词，将挑选出来的关键词，在高权重的网站发布高质量的伪原创文章，将关键词排名做百度首页位置。

1、在以物联网为主结合物联网相关产业的信息交流qq群中，可以发群邮件、群共享里发布我网站新闻信息等方式，宣传网站推广的主题活动进行宣传和推广。

2、群发邮件，以与之相关的行业邮箱头发网站介绍与入驻邀请。在邮件内留有网站注册链接，和会员享受功能效果。

1、可以网站提交新闻的网站，尽可能提交网站新闻。(暂时没找到)

2、尽可能在各大网站建立博客或者空间，定期的更新博客文章(暂定以每个博客每天一篇为主)。

3、在各大门户网站的知道类栏目，每天做x个问题(以宣传网站为主)。

在主要的新浪微博、腾讯微博上每天一些网站新鲜资讯内容，或者吸引人们兴趣的话题。(每个小时发一条，转播不限)。

1、在百度贴吧发帖，顶贴。每人发一帖，然后互相顶贴。能带链接的尽量带链接。

2、论坛发帖，每人x条。内容自己找(人们关注的热点话题，有意思的东西)。

**运营年度工作计划运营年度工作计划六**

1.产品市场分析

1.1产品定位

1.2品牌宣传推广

真正的新品上市方案，是以软文推广为源头的，先做口碑营销以服务，信息，定位，示形，价格，创意为主的信息发布到各大网络平台（比如百度百科，百度知道......）全网络信息铺开推广方案，后期可以明确推那种类型的媒体，计划选择投放哪些媒体，推广的广告形式和排期，推广的文案和设计，完成的效果预期等等。

1.3.物流

1.3.1仓储建立

1.3.2可以考虑实体店建立(o2o长远发展考虑)

2.天猫（淘宝商城）开店流程

2.1.入驻要求

2.1.1招商对象：

2.1.2收费标准：

保证金不足额时，商家需要在15日内补足余额，逾期未补足的天猫将对商家店铺进行监管，直至补足。

2）技术服务费年费：商家在天猫经营必须交纳年费。年费金额以一级类目为参照，分为3万元或6万元两档。

3）实时划扣技术服务费（简称“佣金”）：商家在天猫经营需要按照其销售额（不包含运费）的一定百分比（简称“费率”）交纳技术服务费。

2.1.3加入天猫资质：

1）我是品牌/厂商，须提供：

企业资质：申请企业需持有大陆企业营业执照、税务登记证。

品牌资质：申请企业需持有中国商标权证书或者商标受理通知书。

服务资质：申请企业需遵守“天猫”7天无理由退换货、提供正规销售发票、积分活动等服务标准。

2）我是代理商，须提供：

企业资质：申请企业需持有大陆企业营业执照、税务登记证

品牌资质：正规品牌授权书（如果同时代理多个品牌在一家店铺销售可以提供正规的进货渠道证明）

服务资质：申请企业需遵守“天猫”7天无理由退换货、提供正规销售发票、积分活动等服务标准。

2.2.开店流程

2.2.1申请企业支付宝账号且通过商家认证

1）天猫要求您所提供的支付宝账号是一个全新的账号，不可绑定任何淘宝会员id。

2）如果您已经拥有了一个经过商家认证的公司帐号但不符合天猫支付宝的要求，您可重新申请一个帐户后，无须再重复进行一次商家认证，只需将新申请的帐号与原有的商家认证帐号关联即可，商家认证帐号关联请点此查看。

2.2.2登录在线申请页面

1）登录在线申请页面：登陆天猫招商页面点击“立即加入天猫”。

2）在线参加天猫入驻考试：点击“立即入驻天猫”后阅读天猫商家须知并考试。

2.2.3提交信息

1）提交信息并线上签约：考试通过验证支付宝后在线输入申请公司信息及在线签订天猫服务条款、服务协议及支付宝代扣协议。

2）上传品牌logo：上传的品牌logo必须和商标局备案的一致。

**运营年度工作计划运营年度工作计划七**

1、运营要点：产品质量无疑在消费者心中无形建立一种信任，对于产品质量当然是关键，还需要有美观的形象出现消费者眼前，对于页面设计需要更加美观大方。需要练好内功的基础上，把握住有利的资源，更为重要，现在买家越来越成熟理性，我们应该在拥有流量的前提下精心做好店铺的内功，再以多渠道的方式引入更多优质的流量，从而提高转化率。跟踪客户会员信息，尽可能多做客户回访，建立会员关系信息。建立口碑回头客。做大型活动前的预告信息通知。

2、营销手法：整体营销策略：集中利用淘宝系统推广方式，发掘潜力热销产品并大力推广，利用热销品拉动整体销售，优化销售各个环节，树立公司形象，尽量避免客服沟通成本，逐渐建立口碑。产品营销设计：产品在整体营销中要有两类，分别是销售拉动型和利润贡献型，销售拉动型要考虑产品购买量，在产品利润上可以做到微利；利润贡献型要考虑到产品品牌、竞争情况等因素，保证整体营销的利润。利用八二原则来说，我们的80%流量是由20%的拉动型产品带来的，而我们的80%的销售业绩是有20%的利润贡献型产品带来的。产品营销分为培育期，成长期、成熟期三个阶段，充分考虑羊群效用，寻找一切可以快速拉动新品销售热度的推广方式，在不同时期实现不同的价值。

3、培育期：包含产品选择、产品设计和产品推广布局三部分。产品选择是利用数据分析、客户反馈和市场寻访三个方面来确定产品范围，确定合适的产品后，产品拍照和产品描述设计然后发布；产品推广布局是设计并实施培养期产品的推广业务，通过热销产品搭配、网站其他产品描述推广、直通车推广、淘宝帮派推广、站外推广等全方位的推广方式推动。

4、成长期：是指产品销量稳定并利用客户搜索和直通车可以自然带动销售时，这时期主要工作是巩固产品的推广，并冲击淘宝人气搜索的前十名。

5、成熟期：是指产品处于同类产品的销量前五名，搜索在前五位可以看到，通过搜索的自然流量就可以稳定产品销售，这个时期的主要工作就是改为通过搭配和描述中产品推广来拉动下一拨热销品的销售。提高产品连带，提升客单价。

6、 客户维护策略：对于客户细分为钢丝客户和一般客户，钢丝客户要通过qq群或者旺旺群等紧密绑定，让他们成为我们新品的首批购买推动者和口碑推广者，一般客户通过定期的邮件或者短信进行营销，吸引客户二次消费。（需要客服人员完成）

7、产品价格营销策略：尽量不进行价格战营销，老客户的打折优惠可使用vip制度，对所有人价格公平，商城正常销售最低折扣不低于7折 （淘金币、双11大促除外）

店铺装修方面，先解决内部视觉设计为先，页面设计相当重要，应该给予消费者一个清晰明了的页面设计效果，再给予铺垫式的推广手法，短时间内提升知名度，增加收藏量，提升转化率。

二、关于参加团购网：

可才考虑参与各个团购网的合作，重点对象为拉手网、窝窝团、美团等重大团购网站，关于团购合作产品应根据工厂实质性库存需跟店铺安排，通过往期数据估算库存供应。更种公司资料备存，以应对各个团购网站的资料要求，与团购网站收录人员建立关系，长期合作。库存充足情况下可考虑参加组团。部分小团购网站可能因人气不足销量十分不理想，可继续维护关系，以备后期连续性合作，谨记，商家是以盈利为主，卖得出才是王道。不忽略任何一个拓展的机会，哪怕销量很少。

三、关于产品与库存问题：

专供网上销售的库存：一般而言一间常规的店铺大致需要50个产品填充整间店铺。考虑到自身的库存压货因素，我们可以压缩至40—45个款式，（后期关于客户维护设置店铺vip需要50个产品才能设置）部分款式可以无需拥有库存，按照二八法则，需要定位选择二个款式作为主推款式，平时库存应该保证控制在现货30—50个以上，以免出现客人投诉等情况，在后期筹备活动等其他因素我们再重新估算实际需要的库存数量，以备工厂下单生产，活动前一个星期内必须有决定。冲信誉等产品应考虑更多的因素。考虑是否压货以免加重工厂的压力。如主推款式需要报名团购网，则应纳入团购预售出数量考虑。

四、人员安排：

人员配备方面前期需要美工和客服另外两个重要的工作岗位，人员不足需要建立弹性团队。基本稳定后可以考虑招聘推广专员辅助店铺推广。

1、需要以良好的态度完成常规的客户信息回复，引导客人完成订单销售客人收货后不定期进行客户的回访，引导二次销售或者分享等工作。坚决做好有呼必应，有求必助。

2、关于论坛发帖等部分需要在客服有空闲时间后完成，保证每天发二篇以上，内容需要是论坛关注度较高的内容，以及旺旺群，qq群客服的关系维护，辅助店铺宣传推广。

3、负责每天的订单打印以及审核，配货等工作。增加人员后实行轮班制度。

美工：主要负责店铺的视觉效果，以店铺次重优化页面，配合促销改良整店铺提高访问深度，做好宝贝的详情描述以提高店铺整体转化率。产品摄影需要美工独立完成，可边做边学。活动期间辅助每天发货的包裹打包完成。

运营：主要负责整体规划、营销、推广、客户关系管理等系统经营性工作日常改版策划、上架、推广、销售、售后服务等经营与管理工作收集市场和行业信息，提供有效应对方案制定销售计划，带领团队完成销售业绩目标，解决客户纠纷问题。维系活动资源以及团购网关系。安排活动的筹备工作以及策划。

推广：前期暂行由运营负责完成，后期人员到再行安排。

五、店铺活动安排：

跟踪各大活动，如：双十二、淘金币，天天特价，等其他节日活动等详情需要参考淘宝活动的安排。

六、整体目标：

前一个月，主推款需要确定，以较低价格引入流量，服务好顾客，争取高评分，进行直通车推广，达一定销售数量要求参加淘金币活动，利用淘金币提升店铺品牌知名度，树立良好顾客印象，集中精力打造单一爆款带动店内其他产品，定期设计店铺活动，作引流作用，如：一元拍，满\_\_减\_\_，满\_\_+1元换购，店铺vip，单品包邮，全年包邮卡，等累积人气活动。定期参加一定的付费推广：钻石展位、淘客、超级麦霸、阿里妈妈推广、帮派广告位（直通车长期固定推广）等。以特殊手法引流但不可以做高虚高价格，再打低折扣销售，部分单品折扣不低于7折，除大促等淘宝大型活动外。二月后每天发单不少于30件。双十二活动后通过各种优化以及引流作用目标定于每天五十单以上！终极目标日单两百！长期优化老顾客。同时保证好评率在98.5%以上，按照转化2%的目标来计算，进步人数为uv1万！计划虽完美但执行很重要！

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！