# 运营行业工作计划范文优选26篇

来源：网络 作者：静水流深 更新时间：2024-05-06

*运营行业工作计划范文 第一篇>一、项目运营部全年工作目标1、建立健全部门管理体系，加强绩效考核，完善薪酬制度，制定有效的培训计划，打造一个有凝聚力、竞争力的和谐团队，3、推行新的运营机制（项目责任制），同时对部门费用进行科学有效的划分，从而...*

**运营行业工作计划范文 第一篇**

>一、项目运营部全年工作目标

1、建立健全部门管理体系，加强绩效考核，完善薪酬制度，制定有效的培训计划，打造一个有凝聚力、竞争力的和谐团队，

3、推行新的运营机制（项目责任制），同时对部门费用进行科学有效的划分，从而推动各业务板块健康快速发展。

4、按照企业的20xx年度目标规划，主动出击整合十堰市场，夯实基础，增加营收，把企业“专业、创新、协作、拼搏、服务”的经营理念贯穿与整体工作当中，力争实现全年经营目标的顺利实现。

>二、定岗定编及岗位职责

1、部门人员计划编制：a。b。 c。 d。 e。

2、项目运营总监岗位职责：

A、根据企业现实状况，制定适合本部门的考核制度；

B、根据企业下达的任务，保证部门足额完成年度和月度计划

C、加强、稳定团队建设，提高团队整体素质；

D、及时汇报、分析行业信息，广告产品信息，以促使企业及时调整策略；

E、严格执行业务工作流程，配合、协调其它部门的工作；

F、加强客户档案管理，每月按行业进行统计，并汇报统计结果，

G、严格执行企业回款制度，防止呆帐发生；

H、服从企业领导的工作安排，并严格执行。

3、项目经理岗位职责：

A、服从企业领导安排，遵守企业管理制度；

B、制定年度活动计划，并撰写策划方案；

C、加强客户档案管理，每月进行统计分析，并及时汇报统计分析结果，

D、根据年度规划，制定招商方案，并提前一个月进行招商，保证活动的顺利进行；

E、及时汇报工作进度，加强与部门主管及其它部门的沟通；

F、将售后服务纳入绩效考核中，对项目活动和工作进行及时有效的计划和总结；

G、服从企业领导的工作安排，并严格执行。

4、项目客户经理岗位职责：

A、服从企业领导安排，遵守企业管理制度；

B、协助项目经理开展工作，积极配完成部门主管及项目经理交代的工作；

C、日常客户拜访、确立目标客户和潜在客户、建立客户档案；

D、客户关系管理，保持与客户的有效沟通，提升开展业务能力；

E、及时汇报工作进度，加强与直接领导及其它部门的沟通；

F、将售后服务纳入绩效考核中，所有客户每月一次回访；

G、服从企业领导的工作安排，并严格执行。

**运营行业工作计划范文 第二篇**

20xx是新的开始，随着中国经济的迅猛发展以及公司规模的日益壮大，增强公司市场竞争力和业内影响力，最终实现公司全年经济指标(xx万工程签约额)是今年业务部工作的主要指导思想，因此，我们作为业务部门的主要负责人，如何顺应公司的发展潮流?如何完成今年的任务?如何制度化经营管理业务部门?实现这些目标需要投入的工作热情以及更加精细的个人工作计划。

>一、开拓

公司业务部经过历次变迁，20xx年最终确定总监模式，这使得业务部业务能力得以加强，但相对来看开拓力度就有所滞后，这一点应该在20xx年的业务工作中需要重点改善，及时掌握第一手信息，是决定业务的成败的主要因素之一。再者，没有敏锐的市场洞察力，就容易丧失目标，迷失方向，市场地位也得不到提升，一直是跟随市场步伐，而不是结合自身实力去引导市场走向。

“内外结合”是改善此现象的一项计划，所谓“内”

1、就是增加信息搜索人员(x人)，有一定的市场销售经验，能作到对公司重点服务的行业掌握第一手信息资料的能力。通过建立如金融、政府、外资企业等系统的工程档案。从而使业务部信息真正能作到点到面的控制能力。

2、把项目信息分成重点项目及一般项目两大类，技术部门的配合力度也可由级别的不同而不同，这样工程项目就可以分主次，以便集中优势争取重点项目的成功率。这样分类首先可以避免由于频繁的投标，成功比率不高影响技术部的军心，其次又可以使业务部门不至于感到有信息公司不重视，从而丧失搜索信息的信心。

4、利用业内人士提供的信息，20xx年就有一些成功的例子，这种资源是非常宝贵的，也是需要重点维系的，加强沟通与联系，使之成为一种制度一种习惯。这种资源还有很深的拓展空间，20xx年一定要加强处理，合作公司、设备公司的销售人员都是潜在的公司业务人员。这就需要公司在此方面的政策特殊倾斜。

>二、挖掘

要使今年的业务任务顺利完成，挖掘工作是一定要作的，需要发掘客户潜力，同时也要挖掘人员潜力。老客户的工程延续以及老客户介绍的新客户是当前公司最重要的一种业务手段，这类业务是公司的实力的体现，也是对公司服务的一种回报，但是此类业务还是有较深的潜力可挖的，换言之，业务部就应当担负起延续关系与挖掘潜在业务的工作。定期回访，及时反映，以及配合工程部门做好售后工作。这里还需要工程部门的协调与合作，业务部门承诺的事情其实基本上都是工程部门去实现的，步调不一致有些时候可能造成极其严重的后果。而人员潜力挖掘方面，就是提高工作技能、加快工作效率、提升专业知识的一个培训学习过程，定期的在公司学习专业知识，适时的参与社会上的一些专题会议、展览，以及勤下工地，深入到标书描述的每一个工作环节。

>三、管理

目前公司业务部门由两位总监在运作管理，有具体的分工以及职责，而基层员工目前只有五人，从公司的发展角度来看，是需要一个较为完善的管理制度来管理每一个部门的，特别是业务部这种直接可能影响公司发展好坏的部门。20xx年业务部门应该结合公司现有的制度，专门制订一套可行的操作制度，内容应当包括：奖惩机制、考勤补贴、差旅报销、培训计划、项目分析、每月总结等方面。

>四、协调

公司目前的项目一般时间都是比较紧凑的，为了完成任务，或多或少都会出现部门之间的工作步骤不一致现象，如何避免此类现象的出现，和尽量减少因此产生的不良后果，也是业务部门今年工作的一个重点。这就包括了与兄弟部门间的合作以及与客户之间的联系。

**运营行业工作计划范文 第三篇**

一、以“穿针引线”理念搭平台培养和树立两个意识

运营管理部的职责可以概括为“统筹、协调、监督、指挥”八字。重点在于板块内外的沟通协调，关键在于板块各部门的运行顺畅、有序，进而促进板块运行效率和服务质量的提升。要做好这些工作，就要在梳理好层层关系的基础上，进行“抽丝剥茧”，将板块各单位之间、机关职能部门与板块各单位之间、板块与其它单位之间串连、协调起来，运用“穿针引线”的理念，以全局视角，统筹协调促进各项运营保障工作。

一是要牢固树立全局意识。从全局看问题，从大局想问题，服务全局，服从大局。主动加强与各保障单位、驻场单位的协作配合，事事、时时、处处为旅客、货主、航空公司着想，加强沟通协调，密切配合，积极主动，全力抓好运营保障，为机场战略实现和长远发展出谋划策。

二是要树立真情服务意识。就是在充分调研的基础上，争取做好领导的参谋助手，替领导担当、为领导分忧，认真履行领导下达的任务。其次，为板块内各单位、板块全员服务，首先要做好各类信息的上传下达。从明确优质服务的标准，要求领导干部以身作则，注重员工培训，关心员工日常生活，制定合理的奖惩措施等五方面逐步培养树立良好的服务意识，努力提升整体的服务层次和水平;其次，通过走访、调研、撰文等途径和方法，寻找容易被忽视的问题，探索相应的解决办法;运营计划第三引入督办制度，及时收集各有关单位对机场下达各项任务的执行落实情况或未能落实的原因，并建立跟踪抽查机制，督促整改责任落实到位，使板块的安全保障有实实在在的效果。

二、尝试施行绩效考核全面提升科员的三个能力

今年，我部将在总结以往经验的基础上，以绩效考核为抓手，不断提\_部员工的工作效能和工作标准，增强全员风险意识和责任意识，转被动管理为自动自发，在提升干部员工的三个能力(系统思维能力、挖掘并解决问题能力、指挥协调能力)上下功夫。

在绩效考核方面:

一是科学合理设置考核指标。考核的各类指标必须紧密结合实际，细化量化到日常工作流程和工作标准中，突出工作重点，合理分配考核权重;

二是树立危机管理意识，逐步将危机管理理念和工具导入日常工作保障中，全面动员和解释绩效考核的意义，统一思想，避免员工的抵触情绪;

三是建立绩效信息的定期发布和分析制度，及时收集、定期分析发布绩效考核信息，树立全体人员的绩效理念，巩固和加强工作基础;

四是严格考核兑现，通过年度绩效考核评估，把评估结果与干部员工管理规定对接，兑现并保持考核的严肃性、持续性。

以绩效考核为抓手，着重推进三个能力建设:

一是系统思维能力，即坚持立足整体、统筹全局、把握规律，对板块的决策、监督、执行系统进行优化整合，跳出板块看板块，建立健全制度体系，力争使板块运行呈现出态势;

二是挖掘并解决问题能力，即按照“三思三创”主题实践活动，以“五找八问”为载体，对照标准查不足，深入发掘板块安全服务和运行保障上所存在的问题，从机场与板块的实际情况出发，充分利用板块内外各种资源，制定解决问题的实施方案。同时，要善于收集板块各单位对实施方案的反馈，针对反馈的信息对相关板块运行制度加以修改和完善，使之更有效地为机场和板块服务，此外，要积极探索部门在服务板块建设、板块发展中存在的难点，收集机场职能部门与板块内各单位对安全服务保障方面的诉求，然后综合两方面，寻求体制机制上解决的途径，形成部门日常运作管理机制;

三是指挥协调能力，即在总结以往经验的基础上，统筹兼顾做好各项协调指挥工作，做好安全关口前移，做到风险预警、风险防范，防止临阵磨枪，使协调指挥工作的流程和程序更为合理。

三、细化流程、注重培训实现四个进步

指导实践的基础工作是规章、程序和制度，作为薄弱环节的基础建设仍是我部20\_\_年的工作重心:

一是要继续修订完善规程，以9000年审为契机，以流程、程序再造或改进为突破口，对涉及的制度、工作规程、操作流程进行优化和量化，做到将安全责任和目标管理细化到日常工作的各个环节，并定期开展规章体系的符合性修编，以适应不断变化的突发情况和不断完善的保障体系，实现安全工作的闭环管理;

二是注重培训，强化日常管理和监督，重点突出细节管理和全过程的有效监督，规范培训和考核机制，在关键业绩上、主要任务上突出量化，逐步实现考核的全面化、常态化和规范化。

以务实、精细化管理为主旨，以安全顺畅优质为目标，力促四个成效:一是运营管理有突破;二是安全保障有进步;三是统筹兼顾有成效;四是办事效率有提高。

**运营行业工作计划范文 第四篇**

一、项目运营部全年工作目标

1、建立健全部门管理体系，加强绩效考核，完善薪酬制度，制定有效的培训计划，打造一个有凝聚力、竞争力的和谐团队。

4、按照公司的20\_\_年度目标规划，主动出击整合十堰市场，夯实基础，增加营收，把公司“专业、创新、协作、拼搏、服务”的经营理念贯穿与整体工作当中，力争实现全年经营目标的顺利实现。 二、定岗定编及岗位职责 1、部门人员计划编制：

b. c. d. e.

二、工作人员

2、项目运营总监岗位职责：

A、根据公司现实状况,制定适合本部门的考核制度;

B、根据公司下达的任务，保证部门足额完成年度和月度计划 C、加强、稳定团队建设，提高团队整体素质；

D、及时汇报、分析行业信息，广告产品信息，以促使公司及时调整策略； E、严格执行业务工作流程，配合、协调其它部门的工作；

F、加强客户档案管理，每月按行业进行统计，并汇报统计结果， G、严格执行公司回款制度，防止呆帐发生； H、服从公司领导的工作安排，并严格执行。

3、项目经理岗位职责：

A、服从公司领导安排，遵守公司管理制度；

B、制定年度活动计划，并撰写策划方案；

C、加强客户档案管理，每月进行统计分析，并及时汇报统计分析结果， D、根据年度规划，制定招商方案，并提前一个月进行招商，保证活动的顺利进行；

E、及时汇报工作进度，加强与部门主管及其它部门的沟通；

F、将售后服务纳入绩效考核中，对项目活动和工作进行及时有效的计划和总结；

G、服从公司领导的工作安排，并严格执行。

4、项目客户经理岗位职责：

A、服从公司领导安排，遵守公司管理制度；

B、协助项目经理开展工作，积极配完成部门主管及项目经理交代的工作；

C、日常客户拜访、确立目标客户和潜在客户、建立客户档案；

D、客户关系管理，保持与客户的有效沟通，提升开展业务能力；

E、及时汇报工作进度，加强与直接领导及其它部门的沟通；

F、将售后服务纳入绩效考核中，所有客户每月一次回访；

G、服从公司领导的工作安排，并严格执行。

**运营行业工作计划范文 第五篇**

xxxx年营运部从强化基础管理，进一步规范及统一公司营运标准，使公司营运管理更加规范。以培训指导为切入点，紧抓全体员工的相关业务技能，以提升现场管理，强抓流程为主题，推进营运工作。营运部将围绕卫生管理、创新陈列、规范流程、提高服务技能、执行力等方面，进一步推动门店快速提升经营业绩，具体如下：

一、加强流程执行，强化现场管理

1.公司营运部定期巡店跟进、督促门店的各项经营、管理工作的落实情况，真实反映门店营运、管理现状，指导和督促门店将公司的各项管理制度落实到位。

2. 强化商品安全，强化问责制。门店的基础管理的点滴疏忽将对公司造成巨大的声誉和经济损失，这方面均有着刻骨的教训。营运部将高度关注质量安全，通过门店自查、总部抽查的方式强化门店质量安全意识，并建立问责制度，督促各环节对公司营运流程的严格执行。

二.狠抓基础管理、强化执行与落实：营运部与门店共同从员工服务标准、现场购物环境、卫生管理及陈列价签等方面提升管理水平，并强化检查跟进力度，采取营运部巡查、门店自查以及下发通报等多种形式，及时改进门店管理薄弱点。

三.加大门店的整改力度，落实整改结果，保证执行到位。

四.组织各项专业技能竞赛，提升专业技能和服务水平：营运部为提升员工专业技能，提升门店经营形象，通过开展各项技能陈列比赛，充分调动员工的创新意识，使门店陈列明显改善，从而提升企业团队凝聚力。

五.做好员工深层次的培训，提升员工综合素质：

不定期对质检员进行培训，结合门店的质量管理问题对质检员明确工作要求，促进门店质量管理规范化、标准化。

六、稳步提升顾客满意度, 提升服务质量：开展商品品类的商圈调查，重点收集商圈内客群对门店经营品类的意见，提升顾客满意度，强化聚客能力。

七、提高服务意识：加强员工主动服务意识，提升顾客忠诚度。优良的服务质量是超市培育忠诚顾客的重要途径，也是企业强有力的竞争方式。营运部将指导门店定期依照《员工行为规范》、《顾客服务手册》内容，规范员工行为、重申岗职流程、强化服务质量考核，提高全员服务意识和责任意识。同时，不断围绕顾客需求，实实在在提供

各种便利，力争从店面形象、员工服务等方面有效增进顾客的满意度。

八.推进会员管理，提升顾客忠诚度：强化会员卡的功能性提升会员卡的潜在价值，强化对会员顾客的锁定功能。

九.做好xxxx年的海报促销工作，并及时跟进。

以上九个方面的工作重点将贯穿营运部xxxx年全年工作的开展，我们将紧紧围绕公司年度工作目标，以管理为工作重心，提升单店效益，走业绩提升之路。让我们齐心协力、锐意进取、团结奋进，为公司经营能力提升而共同努力。

**运营行业工作计划范文 第六篇**

在物业公司“持续改善经营状况，持续提升服务品质”的“双提升”指导思想引领下，运营管理部以公司行政管理制度和质量管理体系文件为准绳，以服务、协调、监督、指导为宗旨，充分贯彻，严格落实，确保公司各项经营和管理目标的实现。为此，根据公司实际情况，制定运营管理部20xx年度管理计划。

20xx年，运营管理部主要从计划管理、质量管理体系管控、品质管理、培训管理、投诉处理、法律事务管理6个方面对一年来的工作目标进行全面规划和描述。

>一、计划管理

计划管理是确保公司经营指标和管理指标按时完成的重要手段，为此，运营管理部在20xx年加强计划管理职能。

1、经营指标计划管理。结合财务管理部，加强公司各部门预决算管理，确保经营情况始终处于可控制状态，每月初整合、反馈于相关责任人。

2、管理指标管理。以管理计划为突破口，确定工作内容、目标、责任人及完成时间，加强绩效管理，对未完成工作计划者，给予责任人确定具体的完成时间，并给予相应的经济处罚和行政处罚。

3、健全绩效管理体系。配合人力资源部，完善绩效管理体系，使目标、指标和成绩与薪资紧密挂钩，定期考核，严格执行、落实。并根据公司实际情况，建立起计划外奖励制度，激发员工的工作积极性，增加经营收入。

>二、质量管理体系管控

在质量管理体系上，通过对质量管理体系的整合，建立起符合康居物业原则的服务标准，使物业高品质服务贯穿于每个小区，使每个小区的物业管理在原有的基础上大幅度提升，促进富美地产的快速发展。同时，随着公司业务范围的不断拓展，结合相关部门制定相应的商业物业的服务标准及要求，用以满足工作的需要。

具体措施：

（1）强化执行质量管理体系文件，定期考核，规范公司各岗位工作流程及标准，持续提高服务品质。

（2）对体系以外的服务项目，如商业街等，制定服务标准及要求，拓展服务范围。

>三、品质管理

1、整合公司质量管理体系，完善管理体系流程、标准，并进行试用、考核、修订，建立起更高的服务平台，提高服务品质。

2、会同人力资源部，分类分岗位设置书面考题和现场考核项目进行体系考核，全面了解服务过程中存在的薄弱环节，限期要求责任部门整改，制定纠正预防措施。

3、加强对各部门管理体系的考核和指导。运营管理部计划采取一区域项目交叉考核另一区域项目的方式，每季度考核一遍，让每个项目既是考核者，又是被考核者，充分掌握体系规范及标准，确保服务质量标准的实现。

4、以业主满意度为中心，调整工作方法，换位思考，开展精细化服务工程，不断修订体系文件，提高服务品质。

>四、培训管理

1、建立培训考核机制，确保各岗位培训达到既定的目标。

2、拓宽培训内容：充分利用康居物业自身的资源，拓宽培训思路，及时与地产相关部门沟通，利用富美地产多年的实践积累，结合培训需求，请各专业人士对欠缺部分通过现身案例说法、专业知识讲解和现场操作等充实培训内容。

3、培训绩效实行量化管理。对各项培训进行不同形式的考核，并评估培训绩效，保证培训效果。并且要做到多方协作，形成顺畅高效的协调机制和培训体系。

4、整合培训理念：

1）整合各种有效的培训手段、培训技术和培训工具；

2）整合物业内部和外部可以利用的资源，使之服务于培训；

3）通过整合，使培训成为传播的工具，把培训理念最大化。

5、加强与外部的联系，牵头做好外培和晋升培训。针对性的与专业培训机构合作，开发相关的培训课程，借助名家名师的培训拓展员工的思路和眼界，提升整体竞争意识。

6、针对各岗位的工作特点，分类建立详实的资料库，形成一整套康居物业的培训资料。

>五、投诉处理

1、结合长垣县实际情况，深入项目，了解业主投诉原因，掌握业主投诉心理，在维护公司利益的原则上处理业主投诉。

2、针对长垣县业主对物业管理认知度较低，投诉问题相对集中、甚至有些业主不讲理的问题上，制定有效的投诉处理预案，提高业主投诉处理效率。

3、加强物业管理法律法规的宣传。充分利用公司现有资源和各小区宣传栏，制作物业管理法律法规专栏，加大物业管理宣传，提高业主对物业管理的认知和接受能力。

4、建立快速反应机制。针对业主的一些重大投诉，建立快速反应机制，成立重大事件处置小组，妥善处理各项目紧急事件。

>六、法律事务管理

根据物业管理行业配套法律、法规颁布实施情况和业主普遍缺乏物业管理法律认识等现状，20xx年重点在：

1、配合服务中心、分公司，运用法律知识，协助解决客户投诉纠纷，总结经验教训，通过法律途径，对违约客户进行起诉，追讨欠费等，双月汇总并公布。

2、配合人力资源部，作好员工法律知识培训工作，规避风险，提高工作效率。

3、依据《合同法》的相关规定，对公司文件及合同进行审核。 总之，20xx年度运营管理部人员积极开展学习意识、创新意识、开源节流意识、换位思考意识、深入一线服务意识和团队协作意识，增强公司凝聚力，全面提高员工的职业素养和文化修养，促进公司快速发展。

**运营行业工作计划范文 第七篇**

>一、 运营模式

在已收回车辆中，挑选整车 辆，作为租赁车辆。以租赁的形式向口岸地区个体车主限时对外租赁。公司负责车辆保险及对车辆折旧程度的管控，但不保证煤源、及本公司的煤炭拉运。车主在租赁期限内，负责对所租赁车辆的日常维护、保养。行驶区间包括但不限于口岸各公司的进口煤炭业务、国内外调煤炭拉运、及国内矿区的拉运业务。

>二、 租赁模式

1、 承租条件：车主应以车辆运作为第一目的，对所租赁车辆做到爱护、不更换车身的备胎、配件，对车辆做好日常检查，及时进行维护、维修。

2、 租赁细则：双方就租赁时间、运营区间等协商完毕后，车主与公司签订租赁协议，并缴纳 万元保证金用以车辆损坏、折旧、更换有价值配件的担保。公司向车主发放车辆钥匙、行驶证。

3、 收费标准：车辆运营期间，为落实车辆的运营风险，保险必须由我公司代为购买。租赁前期，承租方向我公司缴纳 万元的保证金，之后按月支付 元的租金。租赁协议期满以后，承租方将车辆停放至我公司停车场，经双方验车结束，我公司返还前期缴纳的保证金。

>三、 风险承担

自车辆交付完毕起，车辆的使用权及违章、交通事故、车辆损耗等由车辆使用这承担。其中，我公司配合保险保案工作。租赁期限结束时，车辆使用者须保证车辆租赁初期的完整性。

**运营行业工作计划范文 第八篇**

一、目前状况

人员配置：

我司与设备已完成合并交接事宜，根据运营商业务发展状况配备业务员2名，由运营商业务部直属管理。

业务状况：

二、工作计划

(3)积极与局方搞好客情关系，拜访局方各地市分公司领导，寻求合作契机。

三、存在问题：

(1)目前经销商与局方合作较为稳定，关系紧密，加之局方结款周期较长，我司前期无法与局方达成深度合作。

(2)自20\_\_年12月1日起所有地市采购权已划拨省公司统一采购，造成局方采购量大幅下滑，各地市分公司所报产品需求大部分以天翼产品为主，社采产品较少，利润价差点数较低。

四、需要总部支持：

(1)目前我司产品资源匮乏，希望总部能为我司争取更多的国包产品资源;

(2)目前我司与局方合作正处于初级阶段，希望总部领导能莅临指导工作，在与运营商洽谈业务深度合作方面给予支持。

**运营行业工作计划范文 第九篇**

>一、提升坐销占比，全面深入推进坐销工作

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”

>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

**运营行业工作计划范文 第十篇**

转眼已到年底，20xx年已近在眼前，回顾20xx年的工作历程，虽然总体来说还算过得去，但不足之处也是很显而易见的；新年将即，针对本部门工作的特殊性质及特点，对下一年度工作进行展望和规划。

职务分析

企划，广意上讲应为规划、策划、实施及监督，即根据市场环境特点及变化，针对企业本身，为企业指定长、中、短期战略目标，包括为企业谋划各阶段可行性经营发展路线，企业形象包装、广告公关策划等；而根据我们商场本身性质及特定要求，暂时性企划的职权主要表现在整个商场的美陈及广告公关策划实施、企业自身形象包装，及各类活动的策划与实施三个主要方面。

因此，在下一年的工作规划中，将针对以上三个重点工作来进行。

>一、活动策划

思想阐述

就现阶段而言，我市各大商场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。

在重大节日策划方面，确定整个年度的文化主题，对于20xx年几个重要节日（如春节、三八、五一、国庆、元旦等），将围绕年度主题确定各大节日的主题，同时增加了“七一”和“八一”两大节日。组织各种革命历史题材的主题展览，致力于打造非盈利性的文化互动体验平台, 以拉伸品牌形象，强化品牌的正能量。

这就需要花大量时间做好各方面的调研工作，根据消费者思想及商场自身等因素综合分析来制定方案，这一点将是告别以往仅以折扣、降价为主要销售突破的\'第一步。

商场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是商场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡以至长春卓展购物中心家园卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为长春卓展家族的一分子、一部分，应是20xx年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

整个年度的文化活动为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及主题活动，强调与消费者的情感沟通，争取在消费决策前取得认同。文化活动要坚持不懈，打折活动决不能一个接一个进行，这样一来将会引发对我商场整个价格体系的猜测，对于我们的活动也就感觉参加不参加无所谓了（反正天天都一样，都有“活动”）。我们商场以后的发展方向给人的感觉应该是朝高档次进发，活动的策划工作将改变以往以直接利益为主导的策划重心，20xx年要转向以公益性服务为重心的休闲体验模式。始终以主题文化全程贯穿，并巧妙的植入品牌营销理念，通过文化整合，把商场原有的“牵驴式”促销氛围，整体营造成一个轻松愉悦的休闲体验环境，以公益性的姿态服务广大消费者。这一点我们目前已经走在所有商场的前沿。

主题文化巡展活动应尽量把握在一周至十天左右，让消费者对我们的活动产生饥渴感，达到只要我们一有活动，就能有明显绩效的目的和效果。

文化巡展工作重点规划

1、在活动策划方案制定时间方面，坚持以4T理论为基础，保证大型活动方案（如重大节日等）提前15—30天完成定稿，小方案提前10—15天完成，以便各部门有时间做好充分的准备和修改工作；

2、整个活动必须要主题鲜明，将原来“我们出资，广告公司制作”的模式，今年要彻底改成以租赁为主。策划人员要首先在2月份之前要完成明年巡展的展品的订制，在此基础做全程策划。为了更好地完善活动方案，使之更具可行性、实效性，在制定方案前一个月内做好相关活动的调研工作；

3、为确保年度主题巡展活动的有效性，在活动实施中，要与大连的公司紧密配合，可以请他们到长春来进一步深入了解我们的活动和商场的实际情况，最好派专业公关人员与大

连公司保持关系，并保证价格的稳定性；

4、对4月份的“海洋文化”主题展览，6月份的“中国船文化”主题展览，7月份的“革命历史”题材的主题展览要做好提前量工作。一定要确保整个展具和展品的按时到位，和纸媒的宣传工作，并提前做好品牌冠名工作，尽可能的让商家为我们的活动担负部分资金；

**运营行业工作计划范文 第十一篇**

>一、目前状况

人员配置：

我司与设备已完成合并交接事宜，根据运营商业务发展状况配备业务员2名，由运营商业务部直属管理。

业务状况：

>二、工作计划

（3）积极与局方搞好客情关系，拜访局方各地市分公司领导，寻求合作契机。

>三、存在问题：

（1）目前经销商与局方合作较为稳定，关系紧密，加之局方结款周期较长，我司前期无法与局方达成深度合作。

（2）自20xx年12月1日起所有地市采购权已划拨省公司统一采购，造成局方采购量大幅下滑，各地市分公司所报产品需求大部分以天翼产品为主，社采产品较少，利润价差点数较低。

>四、需要总部支持：

（1）目前我司产品资源匮乏，希望总部能为我司争取更多的国包产品资源；

（2）目前我司与局方合作正处于初级阶段，希望总部领导能莅临指导工作，在与运营商洽谈业务深度合作方面给予支持。

**运营行业工作计划范文 第十二篇**

>一、抓业务经理管理，努力打造一支专业化管理队伍

1、是继续坚持业务经理例会制度。继续坚持每月召开业务经理例会，不断丰富例会的形式和内容，完善对业务经理的精细化管理，指明业务经理的工作重点和方向，增强业务管理能力和技能水平，达到巩固、学习、提升业务知识水平和加强风险内控管理的根本目标。

3、是加大对业务经理履职的检查力度。加大对业务经理履职的检查力度，严格按照省行每季度检查的机构数不低于本辖机构总数的25%，全年检查必须覆盖所有机构的时间目标。在实施检查方面，支行将采取现场和非现场形式通过观察、询问、查阅等手段对业务经理履职进行深入细致地检查。

>二、抓内控风险管理，严密运营操作风险

三、抓收付清算管理，提高清算质量

1、是抓好资金收付清算管理。督导落实支付清算帐务核对，提高支付清算帐户核算质量，按照相关管理规定规范操作与管理，抓好资金收付清算业务的监控管理，防范清算操作风险，确保各项管理指标达到省行规定要求及资金安全，并完成省行各项收付帐务指标。

**运营行业工作计划范文 第十三篇**

20xx年分公司营运部将继续按照“夯实基础、提档升级”的思路，从强化基础管理，进一步规范及统一分公司营运标准，使分公司营运管理更加规范。营运部将围绕价格、库存、执行力等方面，进一步推动门店快速提升经营业绩，具体如下：

>一、加强流程执行，强化现场管理

1.分公司营运部定期巡店跟进、督促门店的各项经营、管理工作的落实情况，真实反映门店营运、管理现状，指导和督促门店将公司的各项管理制度落实到位。

针对量贩工作的重复性和连续性，营运部除例行工作检查外，将每月进行一项重点工作的专项检查。并根据存在问题形成案例，对门店管理人员进行商品陈列、服务管理、流程管理等方面的专业培训。

2. 狠抓基础管理、强化商品安全，强化问责制。目前食品安全、价格欺诈等被上升到前所未有的高度，门店的基础管理的点滴疏忽将对分公司造成巨大的声誉和经济损失，这方面均有着刻骨的教训。

分公司营运部将高度关注质量安全，一方面通过质检员互查、分公司检查的方式强化门店质量安全意识，并在20xx年里建立问责制度，督促各环节对公司营运流程的严格执行。另一方面将加强与职能部门的联系，及时了解及掌握职能部门管理动态，加强控制及管理。

营运部将在各门店分区分片划分责任人，全面清查货架、高架、理货区等区域商品三期、标识。清查生鲜原、辅料的日期及标识。同时，加强对专柜、租赁客户经营面积、经营范围、商品质量及价格的管理，加大对客户的进货渠道、商品标识、证照办理、索证索票等重点环节的监督控制，真正确保为顾客提供安全的商品。

3.每月定期收集与解决门店在经营过程中上报的各类需求，督促并协调分公司各部门落实相关需求的解决方案。

>二、规范价格体系，提升毛利空间：

1.为进一步完善公司价格管理体系，提升整体经营毛利水平，对重点、敏感商品的价格进行实时监控，结合门店实际运行反馈情况，组织各种形式的市调工作。针对市场动态提出应变措施，对不同的类别制定不同的价格策略，对敏感商品、民生类商品，进行价格控制，确保低价形象。拟定相应的毛利率，细化各经营类别的加价标准，完善价格体系，提升分公司的经营水平。

2.严格控制商品的变价权限，更好的完善商品的价格管理。对套码、手工收银、前后台价格不一致、售价低于进价的商品及时跟进并处理。指导门店规范使用商品标识，做到一货一签，确保所有标价签、pop张贴正确，书定规范，并对门店价格执行情况进行检查跟进。

3.每日对营业销售情况进行分析比较，并对分公司所属门店前一天销售商品所产生的负毛利进行分析，及时找出原因，进行改进或调整。

>三、加强库存管理，提高库存周转

1.加快商品周转，合理掌控库存结构。重点对库存结构进行全面分析，及时调整。淘汰滞消品种，及时办理滞销商品退货。对重点类别、重点供应商，库存金额较大且库存周转慢的问

题商品进行监控，提升公司商品周转效率。

2.优化商品组合，分公司将组织下属各门店开展商品品类的商圈调查，重点收集商圈内客群对门店经营品类的意见，提炼有操作性的建议，对急待补充完善的品类反馈至分公司采购部，协同采购部、门店不断优化卖场品类管理，进一步锁定商圈顾客。

3.加强店间调拨管理。根据门店库存情况对经销商品进行调拨调剂，保持各门店库存合理调剂，定期查询各种在途单据，及时发现问题并跟进解决，不允许出现调拨在途超过一天的现象。

>四、提高服务意识。拓宽门店服务功能

1.加强员工主动服务意识，抓服务举措，提升顾客忠诚度。优良的服务质量是连锁超市培育忠诚顾客的重要途径，也是企业强有力的竞争方式。营运部将指导门店定期依照《员工行为规范》、《顾客服务手册》内容，规范员工行为、重申岗职流程、强化服务质量考核，提高全员服务意识和责任意识。同时，不断围绕顾客需求，实实在在提供各种便利，力争从店面形象、员工服务等方面有效增进顾客的满意度。

2.推进会员管理，提升顾客忠诚度：营运部将开展送会员卡的服务，主要针对在分公司购买过一卡通和量贩卡的单位进行送会员卡上门的活动。下一步将强化会员卡的功能性，开展会员独享价、会员换购、会员抽奖等多样的会员活动，提升会员卡的潜在价值，强化对会员顾客的锁定功能。

3. 便民服务是提升门店聚客能力的重要手段，为进一步拓宽便民服务项目经营范围，营运部与电力公司、自来水公司及公交公司已开始洽谈代收电费、水费、公交ic卡充值等便民服务功能的合作。营运部下一步将对比竞争对手，开发具有一定特色、独有的便民功能，与竞争对手形成差异化经营，提升公司聚客能力。

以上四个方面的工作重点将贯穿分公司营运部20xx年全年工作的开展，我们将紧紧围绕公司年度工作目标，以管理为工作重心，提升单店效益，走质量效益型之路。让我们齐心协力、锐意进取、团结奋进，为量贩公司经营能力提升而共同努力。

**运营行业工作计划范文 第十四篇**

>一、运营部部门组织架构和人员岗位职责

运营部是收集经营信息，掌握市场动态，做好公司对外服务形象的推广，是传递和推广公司文化信息和反馈客户意见的桥梁，对内做好协调安装、维护、数据巡查、报表统计、监控等工作，及时向管理层提供内部信息，供领导层决策分析。目前运营部共计19人，需要增加储备人员2—3名。

技术总工：薛嵩负责技术支撑，负责系统安装、系统维护和数据分析的技术支持，做好对内对外的培训，人员技能培训，技能考核等工作。配合做好部门考核和工作检查。

危险品监控中心的主要职责：主要负责全面扎实的做好委托监控服务单位的实时车辆监控，监控人员对委托监控服务单位车辆定时进行巡查，并填写巡检台账，对于超速、疲劳驾驶等违规行为车辆及时发送调度信息，违规未改正车辆立即联系驾驶员或联系企业负责人进行制止并记录到动态监控台账，做好车辆违规通知单的发放，联系企业尽快领取通知单，并在后期督促联系企业尽快给予监控中心反馈回复。做好通知单回执整理，做好托管监控服务单位的查岗回复工作。配合客服人员做好相关服务工作，做好上级领导来访检查工作。

负责公司危险品车辆的数据巡查，对于各家危险品公司下线车辆，不定位，摄像头，存储卡等问题及时反馈给企业，联系报修，并按照一日一统计、一周一通报、一月一汇总形式将相关数据形成报表发送给各家企业，每月做好危险品公司的数据巡查，数据分析等工作；对于公司二客一危查岗进行实时关注做好提醒等相关工作。

监控中心责任人：王晶晶；人员组成：陈超华（组长）、张阳、陈超、贾志远、丁光旭、王晓青。

>二、建立建全部门各项规章管理制度

没有规矩不成方圆，制度是一个部门不可或缺的基础。20xx年我们计划制定出以下部门制度，并且在实行过程中定期或不定期的更新修正，以下六大制度和流程的制定在20xx年2月底完成，后期在实行过程中逐步更新完善：

1、制定出部门各个工作中心每位成员的岗位职责；

2、制定出部门日常行为管理规范；

3、制定每个工作中心的工作流程；

4、制定每个工作中心的排班计划；

5、制定部门应急措施和协调机制；

6、制定出各工作中心的绩效考核办法。

>三、工作目标

运营部将根据各中心工作设定工作目标，工作进行量化考核进行技能评比。客服中心：为了开展好客服中心的工作，为公司业务的快速发展构筑平台，实现公司销售突破5000万的目标，客服中心今年将继续实行量化考核，对客户单位和销售额进行考核，将每位客服人员负责的客服群体进行量化，对于客户辆和销售额进行考核，增加进行奖励，减少进行处罚。作为服务代表，应该在遵照公司服务要求的基础上，结合自身特点，找寻一种最适合自己的服务态度和方式，这样更能在服务过程中拉近与客户的距离，达到更好的服务效果。

除了客服中心原有的服务人员，今年我们将增加罗梦园、王磊2名优秀人员进行培养，从而更有效的开展好客服中心工作。下表为本年度客服中心组成与各自工作目标。

客服中心将继续加强做好客户日常服务工作，做好巩固并维护现有客户关系，急用户之所急，想用户之所想，做好超前服务，提升服务高度与深度。将客户回访做扎做细。充分挖掘客户个性化和特色化的需求，学习国家与行业主管部门政策要求和考核标准，做好行业部门的帮手，用户的良师益友，让服务创造价值。促进竞争优势的形成。现有业务能实现增值创收，做到稳中有升，确保现有用户一个不流失。

**运营行业工作计划范文 第十五篇**

在即将过去的20xx，有很多美好的回忆浮现在脑海里，在公司的重视好和培养下，个人取得了很大的进步，同时，也觉得有很多的不足之处。

作为一名店长深感到责任的重大，大半年的店面管理，工作经验，让我明白了这样一个道理：一是对于一个经济效益好的公司来说，一是要有一个专业的管理者；二是要有的专业知识做后盾；三是要有一套良好的管理制度。

作为公司的一分子，我要做到以下几点：一是认真贯彻公司的经济方针，同时将公司的经营理念及策略正确并及时的传达给每个店员，做好承上启下的桥梁作用。二是做好店员的思想工作的同时团结店员，充分调动和发挥店员的工作积极性，了解每位店员的优美所在，并发挥其特长，做到另才适用，增加增强本店的凝聚力，使之成为一个团结的集团。三是通过各种渠道了解同行信息，了解顾客的消费心里及习惯，做到知己知彼，心中有数，使我们的工作有针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。四是以身作则做店员的表帅，不断地学习提高自己的同时不断地向店员传输企业文化，教育店员要有全局团队认识，凡事要从公司整体利益出发。五是以热烈周到及细致的服务去吸引顾客，发挥所有店员的主动性和积极性，为公司创造更多更好的业绩！新的一年即将来临，成绩只能代表过去，我将以更精湛娴熟的业务，同时在公司的领导下来治理好我们枞阳店！力争在20xx年再创佳绩！

**运营行业工作计划范文 第十六篇**

>一、成立公司：

1、注册公司名称(代办费用为注册资本的1%左右，冠名江西需要200注册资本);

2、公司股权组成;

3、公司章程制定;

5、公司设计图;

>二、公司主营项目：

>三、公司运营部门：

1、广告部：

视频广告部：负责制作后期视频动画广告、户外LED屏、拼接屏等视频广告设计;后期还可扩展移动户外LED屏;

广告部人员配备：

经理1人：负责培训业务员，做好市场发展规划，协调各区域投放终端细节等;

商务1人：负责接电话，整理业务员反馈回来的单据信息及顾客信息，处理投诉，反馈客户要求给设计部，每天的财务登记等;

平面广告设计师1人：负责设计平面广告，客户现场取素材等;业务员：前期运作可以采取兼职模式;

2、耗材部：

打印耗材OA部：负责打印耗材销售、维保、OA办公维保;

**运营行业工作计划范文 第十七篇**

一、把握机遇，寻求商机，提升销售。

雷同的经营模式和营销手段只会导致同行业的恶性竞争。20\_\_年我们应根据自身优势和区域消费特点，把握机遇，捕捉商机，提升销售。通过开展差异化营销、调研和分析市场，掌握消费者的所需、所想、所求，来策划好营销活动方案，锁定消费群体，培养忠实顾客。例如：根据季节不同，举行换季特卖和回馈活动，带动销售；发挥微信平台，不间断地推出各类互动活动，如“你购物，我买单”等，聚集人气；开展各类公益活动，形成公司特有的企业文化氛围和良好的诚信服务。让消费者在各类营销活动中，既享受到真正的商品优惠，又可以得到一份意外之惊喜。

二、有节兴节，无节造节，聚集人气。

在市场激烈的竞争态势下，尤其是受到电商的不断冲击下，传统百货业将面临的是“一个顾客流失的时代”。尽管目前商场面临日常客流量不足，老顾客不断流失等诸多不利因素。但我们还是要发挥商业一条街优势，利用重大节日，抓住人气，减少客流量流失，以特色的营销活动、海边旅游的资源来创新营销活动。20\_\_年将围绕重大节日、假日黄金周、传统节日等开展各类营销活动，烘托节日氛围。另外，充分依托广场优势，通过场内折扣促销、场外推广展示，内外结合，营造气氛，刺激消费。

其次，将依托“双11”延展的“数字节”营销成功效应，积极探索，有节兴节，无节造节。可以尝试巧借日期的数字创造“节日”，例如：“3。14”、“5。20”、“8。18”、“11。11”、“12。12”等，形成特色营销活动环环相扣，从而吸引和锁定更多客户群体。通过耳熟能详的各种纪念日和创新“数字节”节，开展各类促销活动，以此进一步来聚集人气。

三、微信营销，会员互动，扩大影响。

微信营销以成本低廉、定位精准、粉丝众多、方式多元化、人性化以及信息到达率高等优势，被众多商家所热衷。目前，微信信息推送、朋友圈转发、微信会员互动已成为营销活动推广宣传的首选方式。微信营销不仅可以拉近与用户之间的距离，还能使营销活动变得更生动、更立体、更有趣，更利于营销活动的开展。20\_\_年，我们将借助微信平台，充分利用现有“微伙伴”功能，加大活动宣传力度及品牌推广。一方面要重点做好开发新会员，不断积累活动经验；另一方面有针对性地开展各类营销互动活动。例如：微信刮刮乐、大转盘、敲金蛋等。通过与粉丝间的娱乐互动，增强活动关注力、吸引力、参与力，扩大企业影响力。

四、强化优势，体验服务，留住顾客。

现代商品品质取胜的前提，服务是关键。随着生活水平的日益提升，消费者对商品品质、购物环境、服务水平的要求也越来越高。尽管实体店商品在价格上无法与电商相比，但是也有它的优势，对商品品质、购物环境、服务质量是看得见、摸得着。因为消费者对商品已经不在是单纯停留在购买阶段，而是更多关注品牌文化、温馨体验、诚信服务上。为此，20\_\_年，我们计划与化妆部联手开展购物满额享受专业化妆师提供的免费化妆活动；利用广场休闲吧，让消费者在消费的同时，提供购物的乐趣，享受舒服惬意，放松心情。在营销活动中不断的提供增值服务，以此来留住更多的忠实顾客。

总之，20\_\_年营运部将积极发挥自身经营优势，创新营销模式；注重服务提升，培育忠实顾客；满足消费需求，体现特色经营；扬自己之长，避自己之短，努力探索一条适合自身的营销新路，为完成20\_\_年公司销售目标作出积极的努力！

**运营行业工作计划范文 第十八篇**

转眼已到年底，20\_\_年已近在眼前，回顾20\_\_年的工作历程，虽然总体来说还算过得去，但不足之处也是很显而易见的；新年将即，针对本部门工作的特殊性质及特点，对下一年度工作进行展望和规划。

职务分析

企划，广意上讲应为规划、策划、实施及监督，即根据市场环境特点及变化，针对企业本身，为企业指定长、中、短期战略目标，包括为企业谋划各阶段可行性经营发展路线，企业形象包装、广告公关策划等；而根据我们商场本身性质及特定要求，暂时性企划的职权主要表现在整个商场的美陈及广告公关策划实施、企业自身形象包装，及各类活动的策划与实施三个主要方面。

因此，在下一年的工作规划中，将针对以上三个重点工作来进行。

一、活动策划

思想阐述

就现阶段而言，我市各大商场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。

在重大节日策划方面，确定整个年度的文化主题，对于20\_\_年几个重要节日（如春节、三八、五一、国庆、元旦等），将围绕年度主题确定各大节日的主题，同时增加了“七一”和“八一”两大节日。组织各种革命历史题材的主题展览，致力于打造非盈利性的文化互动体验平台, 以拉伸品牌形象，强化品牌的正能量。

这就需要花大量时间做好各方面的调研工作，根据消费者思想及商场自身等因素综合分析来制定方案，这一点将是告别以往仅以折扣、降价为主要销售突破的第一步。

商场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是商场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡以至长春卓展购物中心家园卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为长春卓展家族的一分子、一部分，应是20\_\_年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

整个年度的文化活动为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及主题活动，强调与消费者的情感沟通，争取在消费决策前取得认同。文化活动要坚持不懈，打折活动决不能一个接一个进行，这样一来将会引发对我商场整个价格体系的猜测，对于我们的活动也就感觉参加不参加无所谓了（反正天天都一样，都有“活动”）。我们商场以后的发展方向给人的感觉应该是朝高档次进发，活动的策划工作将改变以往以直接利益为主导的策划重心，20\_\_年要转向以公益性服务为重心的休闲体验模式。始终以主题文化全程贯穿，并巧妙的植入品牌营销理念，通过文化整合，把商场原有的“牵驴式”促销氛围，整体营造成一个轻松愉悦的休闲体验环境，以公益性的姿态服务广大消费者。这一点我们目前已经走在所有商场的前沿。

主题文化巡展活动应尽量把握在一周至十天左右，让消费者对我们的活动产生饥渴感，达到只要我们一有活动，就能有明显绩效的目的和效果。

文化巡展工作重点规划

1、在活动策划方案制定时间方面，坚持以4T理论为基础，保证大型活动方案（如重大节日等）提前15—30天完成定稿，小方案提前10—15天完成，以便各部门有时间做好充分的准备和修改工作；

2、整个活动必须要主题鲜明，将原来“我们出资，广告公司制作”的模式，今年要彻底改成以租赁为主。策划人员要首先在2月份之前要完成明年巡展的展品的订制，在此基础做全程策划。为了更好地完善活动方案，使之更具可行性、实效性，在制定方案前一个月内做好相关活动的调研工作；

3、为确保年度主题巡展活动的有效性，在活动实施中，要与大连的公司紧密配合，可以请他们到长春来进一步深入了解我们的活动和商场的实际情况，最好派专业公关人员与大

连公司保持关系，并保证价格的稳定性；

4、对4月份的“海洋文化”主题展览，6月份的“中国船文化”主题展览，7月份的“革命历史”题材的主题展览要做好提前量工作。一定要确保整个展具和展品的按时到位，和纸媒的宣传工作，并提前做好品牌冠名工作，尽可能的让商家为我们的活动担负部分资金；

**运营行业工作计划范文 第十九篇**

>一、店铺规划

1、产品规划

产品套餐规划：制作 喜贴，糖盒，喜字的组合套餐

产品活动规划：由于现在客单价太低，上活动比较不合适，所以规划出几个组合产品，如10个糖盒15元，50个糖盒80元等，申报相应的活动，如：一淘，淘金币

产品主推款规划：店铺有两种推广方式

1、店铺各个类目各推一款爆款，

2、店铺推一款受众度高的宝贝为爆款

产品优化：下面这款是烟雨家的一款优化产品页面要包括：

1、产品广告图（含结婚背景），

2、产品尺寸（做产品长 高 宽尺寸），产品组合销售图（喜盒，请柬，喜字），

3、产品组装流程

4、产品包装流程

产品上新：专人负责店铺的产品上新和产品优化，以便及时有效的完成工作。

2、 店铺装修

首页装修：首页装修以婚庆为主要元素

活动宣传：在页面多个区域展现店内活动—给客户一个现在买有优惠的感觉

>二、推广规划

1、 打造人气宝贝：以下三款打造人气宝贝

为什么打造人气宝贝：

1、人气宝贝不需要很高的销量，但引流效果可以增加淘宝的搜索权重，二个人气宝贝相当于一个小爆款的引流。人气宝贝的标准 ：转化率，跳失率，收藏量 宝贝评分 等四项基本指标一定要大于行业平均水平。

2、 打造直通车爆款：在人气宝贝中选出指标高的，众受度高的产品作为直通车打造爆款的对象，做直通车的时要产品的排名要高于行业平均水平的二倍店铺现在这款可以先定为做直通车爆款。

3、 钻展推广：分为二步份

1、 推广品牌页面：达到店铺品牌展现率，让店铺在淘宝上有一定的知名度

2、 推广爆款单品：增加爆款的成功率，及爆款的成长速度

3、 活动推广：店铺前期目标是提高店铺的人气

4、 淘金币：淘金币算是一种低投入达到增加销量的渠道

5、 一淘：无投入，只要规划好申报活动的产品附合活动要求就行

6、 聚划算：申报婚庆类目聚划算活动，本店参加特点—竞争力度底

>三、季度规划：

1月到3月份规划

1、 1月份：主要打造人四款人气宝贝 如：以下四款做人气宝贝预计:店铺流量提高到600-1000uv 平均转化率：3% 平均客单价：101元。

1月份日均销量：1800—3000元 月销量：6万至9万。直通车投入：每天70-100元 月投入：2100元至3000元

2、 2月份：主要打造爆款和产品上活动规划

1、 从1月份人气宝贝中选出一款做爆款

2、因在淘宝上搜婚庆用品，按销量排名第一页的成交人数为：542人。所以我们的爆款首要目标是：用最短的时间达到600个成交人数

目的：“婚庆用品”搜索流量大，排到第一页可以有效的提高店铺自然搜索，从而达到提高店铺流量和销量。

3、 产品活动规划：从1月份店铺活动款规划中选四款申报：淘金币，一淘，元包邮等活动。 目的：增加店铺的流量和产品在淘宝上的爆光率。预计：店铺流量提高到：1500-20\_UV 平均转化率：3% 平均客单价：110元

2月份日均销量：3300—6000元 月销量：10万至18万

直通车投入：每天100-200元 月投入：3000元至6000元

3、3月份: 主要维持爆款，和店铺活动策划

1、 维持的加速2月份的爆款

2、店铺活动策划：店铺策划更多的满就送，和其他小礼品。满：300送隐形文胸一个，或送婚房拖鞋二双 等等

3、 店铺规划4月份的聚划算款：申报淘宝婚庆类目更多的活动，及聚划算活动

预计：店铺流量提高到：2500-3000UV 平均转化率：3% 平均客单价：120元

2月份日均销量：9000—10800元 月销量：27万至32万

直通车投入：每天300-500元 月投入：9000元至15000元

**运营行业工作计划范文 第二十篇**

一、开拓

公司业务部经过历次变迁，——年最终确定总监模式，这使得业务部业务能力得以加强，但相对来看开拓力度就有所滞后，这一点应该在——年的业务工作中需要重点改善，及时掌握第一手信息，是决定业务的成败的主要因素之一。再者，没有敏锐的市场洞察力，就容易丧失目标，迷失方向，市场地位也得不到提升，一直是跟随市场步伐，而不是结合自身实力去引导市场走向。

“内外结合”是改善此现象的一项计划，所谓“内”就是增加信息搜索人员(2人)，有一定的市场销售经验，能作到对公司重点服务的行业掌握第一手信息资料的能力。通过建立如金融、政府、外资企业等系统的工程档案。从而使业务部信息真正能作到点到面的控制能力。把项目信息分成重点项目及一般项目两大类，技术部门的配合力度也可由级别的不同而不同，这样工程项目就可以分主次，以便集中优势争取重点项目的成功率。这样分类首先可以避免由于频繁的投标，成功比率不高影响技术部的军心，其次又可以使业务部门不至于感到有信息公司不重视，从而丧失搜索信息的信心。

二、挖掘

要使今年的业务任务顺利完成，挖掘工作是一定要作的，需要发掘客户潜力，同时也要挖掘人员潜力。老客户的工程延续以及老客户介绍的新客户是当前公司最重要的一种业务手段，这类业务是公司的实力的体现，也是对公司服务的一种回报，但是此类业务还是有较深的潜力可挖的，换言之，业务部就应当担负起延续关系与挖掘潜在业务的工作。定期回访，及时反映，以及配合工程部门做好售后工作。这里还需要工程部门的协调与合作，业务部门承诺的事情其实基本上都是工程部门去实现的，步调不一致有些时候可能造成极其严重的后果。而人员潜力挖掘方面，就是提高工作技能、加快工作效率、提升专业知识的一个培训学习过程，定期的在公司学习专业知识，适时的参与社会上的一些专题会议、展览，以及勤下工地，深入到标书描述的每一个工作环节。

三、管理

目前公司业务部门由两位总监在运作管理，有具体的分工以及职责，而基层员工目前只有五人，从公司的发展角度来看，是需要一个较为完善的管理制度来管理每一个部门的，特别是业务部这种直接可能影响公司发展好坏的部门。——年业务部门应该结合公司现有的制度，专门制订一套可行的操作制度，内容应当包括：奖惩机制、考勤补贴、差旅报销、培训计划、项目分析、每月总结等方面。

四、协调

公司目前的项目一般时间都是比较紧凑的，为了完成任务，或多或少都会出现部门之间的工作步骤不一致现象，如何避免此类现象的出现，和尽量减少因此产生的不良后果，也是业务部门今年工作的一个重点。这就包括了与兄弟部门间的合作以及与客户之间的联系。

**运营行业工作计划范文 第二十一篇**

>机动部工作人员进行运营转型工作计划精选样本

金融危机以来，矿山的可持续发展能力遭遇全方位的严峻挑战，竞争力、盈利能力、市场影响力、经济效益都受到不同程度的冲击。基础不牢，地动山摇。通过主动与先进的国有企业和民营企业对标，查找短板，公司对于夯实基础管理、促进管理提升的必要性和紧迫性有了更深刻的认识。 运营转型是强化基础管理的重要载体，是培养和造就公司管理人才队伍的重要手段。深化运营转型要注重做好以下几点：

>坚定信心，明确目标，全面开展“深化运营转型、促进管理提升”活动 。

运营转型以战略转型为目标，战略转型以运营转型为支撑。实现预定目标，我们要坚定不移地贯彻落实公司管理提升动员大会精神，按照领导提出的要求，全面开展“运营转型、管理提升”活动，以科学的态度认识和对待运营转型，突破自我、突破常规、突破经验，更加清醒地认识到我们与先进企业的差距，我们与卓越目标的差距，下大力气改变企业管理粗放的状况，告别过去的经验主义，逐步用科学的思维和工作方式优化生产、消除浪费、改善指标，共同打赢控亏增盈攻坚战。

领导重视、骨干引导，培育持续转型的有效机制 领导班子的重视和参与程度，是运营转型工作能否持续并取得成效的关键。按照专家看法，只有在公司高层认可度和参与度超过90%，中层认可度和参与度超过60%，员工的参与度超过30%的基础上，运营转型工作才能达到临界“引爆点”，才能具备自我固化和持续改进的基础。各单位领导干部，特别是一把手，要承担责任，承担使命，全身心地投入运营转型，真正做到“真学、真信、真用”，要充分调动周围干部员工的积极性，营造促进精益、合力控亏的浓厚氛围。我们每一位员工都要带头转变观念，从我做起，主动参与，影响他人，作运营转型的坚定引领者和实践者。

开放自我，提升能力，实现理念、行为持续转变 “我们正在穿越过渡期，旧的理念正在出局，新的文化正在新生。”在运营转型的催化下，我们的企业正在孕育着新的变化，害怕担责、处事本位、凡事被动的思想正在渐渐远去，“开放、坦诚、阳光”的氛围正在逐步形成，改变、突破、超越的自我需求愈发强烈。

>运营转型，理念先行。理念的核心是开放自我、突破自我。

实现理念转变，要坚持“三个开放”：一是开放的思维，从外面看问题，认清并跳出旧有的思维和固有的传统，暂停判断，保持好奇，用新的眼光观察自我；二是开放的心灵，从里面看问题，深度潜入，退思自我，换位思考，深挖冰山，感知自我；三是开放的意志，从根源看问题，放下旧我，连接当下，接纳新我，采取行动，持之以恒，获得新生。

各级管理者要主动走出舒适区，开放自我、提高自我、领导自我。要通过理念的转变，促进行为的转变。只要干部主动开放、主动转变，并长期保持，员工对干部的信任与支持就会越来越多，就会有越来越多的人团结到我们周围，与我们并肩战斗，长期坚持，我们这支队伍一定会具备强大的凝聚力和战斗力，无坚不催、无往而不胜！

要进一步加大车间、班组和一线员工的宣传、培训力度，不断提高运营转型深度和广度，形成“上层带动、中层推动、基层拉动”的浓厚氛围，建立持续转型的长效机制。

>面对现实，结合实际，坚决打赢效益下降攻坚战，切实维护员工切实利益

领导变革、推动转型最重要的原则是“面对现实，结合实际”。在运营实践中，要坚持做到“5个结合”：一是与战略目标和年度目标相结合，做好计划分解和问题跟踪，确保目标按计划落实；二是与日常生产经营改善相结合，将工具和方法应用于当前的重点、难点工作，提高实战能力；三是与培育高素质、高技能团队相结合，加强辅导和培训，建立机制，提高技能；四是与构建精简、高效的管理架构相结合，优化层级、完善流程、精简业务，提高效率；五是与培育先进理念文化相结合，提高企业凝聚力、战斗力和向心力，提高员工幸福感和满意度。

公司各单位要以运营项目为载体，夯实基础，强化素质，培育队伍，促进经营业绩实现根本性好转。

各单位要突出成果固化，突出推广完善，突出实战能力，切实解决生产经营中的难点、重点问题。各单位要总结经验，既不能急功近利，又不能贪大求全，确保稳扎稳打，取得真正实效。各单位要顾全公司全局，以板块的全系统流程改善为主线，精简流程，提高效率，减少等待，实现业务流程再造。各单位要主动参与运营转型，主动参加培训，主动开展内部诊断，问题发现一个，整改一个，收益一个。

运营转型工作任重而道远，它需要我们每名员工的积极行动起来，发挥我们的光和热，从我们身边很小很小的工作做起，不要吝啬自己的智慧，不要吝啬自己才能，也许只是一个不起眼的举动，或许就能对我们的工作转变起到积极的推动作用，而更重要的是我们习惯的养成，养成贵在坚持，我们有了坚持，我们的企业也将永远立于不败之地。

运营转型，犹如逆水行舟，不进则退。任何一丝的懈怠，任何一环的缺失，都将导致工作的反复。我们要充分认识运营转型的长期性、复杂性和艰巨性，坚定不移地扎实推进，实现理念、行为、效益的全方位转变，全面促进企业持续发展，争做矿山龙头企业。

**运营行业工作计划范文 第二十二篇**

本人\_×，自\_\_年\_月份进入公司经营部开始试岗，距今已有三个多月，现将本人任职物业经营部业务助理的工作情况向领导总结汇报如下：

一、岗位职责履行情况

物业经营部是一个新成立的部门，相关的业务及业务规范亦在拟定当中，现阶段我主要协助部门做好前期的基础管理工作，主要包括：

1、收集、整理相关的业务资料。

2、建立合同管理信息系统，录入合同资料。

3、协助部门开展车位营销工作，拟制车位营销工作方案。其中合同管理信息系统已完全建立，并正式投入使用，经过一段时间的试用，已体现出合同管理规范、便捷的良好效果，使到期的合同得到及时的处理。第一、三项的工作亦在有序的开展中。

二、学习情况

为了祢补刚踏出校门，社会工作经验方面的不足，同时亦是更快地融入恒基特色的企业管理文化的需要，一方面我通过留心观察同事的一言一行，遇到不懂的地方虚心向同事请教，另一方面则参加深圳职业技能训练中心举办的助理物业管理师的培训学习，通过一个多月的业务学习，获得了助理物业管理师的培训合格证书，并能在业务工作中得到较好的运用。

三、业务设想及建议

由于物业经营工作在行业内是一个比较新的课题，现阶段行业内亦无成熟的经营模式可借鉴，我认为\_公司应结合自身的实际情况，从以下几个方面着手，构建恒基公司的特色经营平台：

1、开展房屋中介业务

房屋中介业务市场前景广阔，\_公司进入房屋中介业务，有其独特的客户资源、信息资源及物业资源的优势，但同时也面临着市场竞争激烈、人力资源紧张、成本投入有限的压力，综合分析公司的优劣势，个人认为可以采用两种方法开展这项业务：

1)在二手市场繁荣、租赁置换频繁的管理楼盘可采用挂牌设点经营的方法，如宝安广场、莲花一村、海天花园。其中宝安广场可以在商务中心设置业务展示平台(可与嵩正票务中心共用平台)，将管理处服务中心的部分职能转移至商务中心，既节约人力，又方便在第一线收集业务信息，还可以监督指导相关人员开展业务。而莲花一村与海天花园可采用管理处挂牌，指定人员兼职经营的方式开展试点，并在花园处设置相关的指引牌与业务介绍牌。

2)如果管理处设点建立业务平台困难，可由物业经营部建立统一业务平台，由各管理处物业经营联络人向经营部业务平台提供相关的业务信息，而物业经营部通过建立的业务平台与专业中介公司进行业务合作推广，如专业公司提供客户资源，经营部提供业务信息，进行简单的业务合作，可避免恒基公司过多的成本投入，而恒基公司业务收入也极其有限，但可增加管理处的经营收益，如宝安广场9544㎡(十月份数据)的空置物业都盘活的话，可增加管理处管理费及中央空调等费用的收入。

2、开展商业物业策划运营业务

商业物业的兴起是城市经济繁荣的必然产物，如：商业步行街、shopingmall、购物中心、商业广场、大型会所等。此类商业物业管理的主要特点是既重视商业项目的前期策划与招商引资，又非常重视后期的商业价值的持续开发与运营管理。传统物业管理模式因束缚于清洁、绿化、维修、治安等日常管理，远无法达到此类商业物业前期策划与后期运营管理的要求，即使是国内已发展20多年的物业企业，也鲜有物业公司能够问鼎此类业务。目前物业公司开展这项业务的瓶颈主要为：高层次运营人才缺乏、引入高端人才成本高昂、商业物业市场相对封闭、经验积累不足。但市场空白在另一个方面也意味着市场机会，如果物业公司在商业物业开发的前期就为开发商提供项目的策划服务，不但是实力的一种彰示，更为后期参与项目的运营管理赢得市场机会。

3、建立物业用品(工具、零件、设备)配送中心

物业用品(工具、零件、设备)小到一枚螺丝钉，大到一台机器，五花八门，种类繁多。可分为以下几大类：消防设施/消防用品、清洁用品、/停车安全设备、标识牌、工作服/鞋帽/手套/口罩、办公用品/文化教育、对讲机/电工仪器仪表、装饰材料、门铃、可视门铃/防盗报警等。无论是新成立的物业公司，或是物业用品日常消耗量大的物业公司，要备齐这所有的用品，至少跑遍几家专业市场，烦琐程度不言而喻，同时亦费耗大量的人力、物力及宝贵的时间。所以，如果有这么一家可以根据客户要求集中配送上述用品的配送中心，为其提供物业用品配送，安装，使用指导等一系列服务，必然大受欢迎。有专业背景的物业公司建立物业用品配送中心主要有以下优势：

1)物业公司的品牌及专业优势。

2)了解客户的需求。

3)有一定的客户资源，如市场部与开发商及同行建立的业务联系。

4)可提供用品以外，如技术指导、咨询等配套服务。

四、个人展望

通过三个多月的工作实践，本人业已掌握了一定的业务技能，并能在工作中得到很好的运用，为了能够更专心和踏实地做好本职工作，希望公司领导可以给予一个转正的机会，给我一个机会，我可以支撑起一片天空!

**运营行业工作计划范文 第二十三篇**

20\_\_年，在分公司指标管控严格的思想指导下，减少空驶公里，严格控制运营公里投入，关注人次的完成，运营专业做如下安排：

一、每月一次调度例会，一季度一次专业培训;

二、根据两级公司运营部要求，随时调整行车计划;

三、每月安排上下旬五峰客流调查，节假日根据分公司要求查询假日五峰客流;

四、月底汇总运营指标，随时关注早晚高峰出车及车次完成情况、公里完成情况等;

五、随时回复运营原始意见及下转投诉、并分析，杜绝大间隔零容忍，控制运营原始意见件数，严格考核质量类运营原始意见。

六、随时检查各站调度员各项具体工作，严格按要求评分并考核;

七、根据上级公司提质增效的要求，决定取消11路接送班车，并改为孛罗营驻车，每月可节省930公里无效公里;并报告申请将四惠驻车车辆全部改为孛罗营驻车，实施后每月可再节省360公里无效公里，并减少三方驻车带来的不便。

八、11路三部班车纳入运营，充分利用人员及车辆;30路加气可适当调整跨线运营，至34路天坛南门加气，减少空驶公里，整合一切资源，减少公里浪费。

九、每月与团支部配合对线路站杆站牌进行检查清洗。

**运营行业工作计划范文 第二十四篇**

>一、项目运营部全年工作目标

1、建立健全部门管理体系，加强绩效考核，完善薪酬制度，制定有效的培训计划，打造一个有凝聚力、竞争力的和谐团队。

3、推行新的运营机制（项目责任制），同时对部门费用进行科学有效的划分，从而推动各业务板块健康快速发展。

4、按照公司的20xx年度目标规划，主动出击整合十堰市场，夯实基础，增加营收，把公司“专业、创新、协作、拼搏、服务”的经营理念贯穿与整体工作当中，力争实现全年经营目标的顺利实现。

>二、定岗定编及岗位职责

1、部门人员计划编制：

. c. d. e.

2、项目运营总监岗位职责：

A、根据公司现实状况,制定适合本部门的考核制度;

B、根据公司下达的任务，保证部门足额完成年度和月度计划

C、加强、稳定团队建设，提高团队整体素质；

D、及时汇报、分析行业信息，广告产品信息，以促使公司及时调整策略；

E、严格执行业务工作流程，配合、协调其它部门的工作；

F、加强客户档案管理，每月按行业进行统计，并汇报统计结果，

G、严格执行公司回款制度，防止呆帐发生；

H、服从公司领导的工作安排，并严格执行。

3、项目经理岗位职责：

A、服从公司领导安排，遵守公司管理制度；

B、制定年度活动计划，并撰写策划方案；

C、加强客户档案管理，每月进行统计分析，并及时汇报统计分析结果，

D、根据年度规划，制定招商方案，并提前一个月进行招商，保证活动的顺利进行；

E、及时汇报工作进度，加强与部门主管及其它部门的沟通；

F、将售后服务纳入绩效考核中，对项目活动和工作进行及时有效的计划和总结；

G、服从公司领导的工作安排，并严格执行。

4、项目客户经理岗位职责：

A、服从公司领导安排，遵守公司管理制度；

B、协助项目经理开展工作，积极配完成部门主管及项目经理交代的工作；

C、日常客户拜访、确立目标客户和潜在客户、建立客户档案；

D、客户关系管理，保持与客户的有效沟通，提升开展业务能力；

E、及时汇报工作进度，加强与直接领导及其它部门的沟通；

F、将售后服务纳入绩效考核中，所有客户每月一次回访；

G、服从公司领导的工作安排，并严格执行。

**运营行业工作计划范文 第二十五篇**

>一、20xx年的经营方针

在认真审视公司经营的优势和劣势、强项和弱项的基础上，公司发展战略中心对当前行业的竞争形势和趋势作出基本研判，将20xx年的经营方针确定为：

灵活策略赢市场，扩大规模增实力，加强管理保利润，完善结构升效率。

经营方针是公司阶段性经营的指导思想；各部门、工厂各车间的各项经营、生产、管理活动，包括政策制订、制度设计、日常管理，都必须始终不逾地围绕经营方针展开、贯彻和执行。

>二、20xx年的经营目标

（一）核心经营目标

20xx年，公司的核心经营目标是：

年度销售实现营业额\_\_\_\_\_\_\_\_万元，冲刺目标\_\_\_\_\_\_\_\_万元，增长率 %，保底销售收入\_\_\_\_\_\_\_\_万元，年度税后利润\_\_\_\_\_\_\_\_万元，增长率 \_\_\_\_\_\_\_\_%，税后利润率\_\_\_\_\_\_\_\_%，保底利润\_\_\_\_\_\_\_\_万元。

在核心经营目标中，利润是能够反映公司经营质量的唯一指标，也是评价和考核经营团队的“核心之核”。

（二）销售目标细分

销售目标细分表（计算单位：万元/人民币）

>三、主要经营策略

（一）市场策略

要实现销售收入的大幅度增长，扩大市场占有率、扩大实质客户群，进而大幅提升订单量，是必然选择。因此，公司将20xx年确定为“市场拓展年”，投入资金开拓市场，发展客户争取订单，对此应将采取措施：

1．全公司必须以市场为导向，以营销为龙头开展经营和管理活动。公司制订相关政策，鼓励公司管理人员参与营销工作。

2．销售部必须整合各项资源，采取一切措施，集中精力做客户的开发、签约工作。

（二）产品策略

市场策略需要产品策略和价格策略的强力支撑和支持。

20xx年公司的整体产品策略是：在确保品质的基础上，在设计开发、选材和价格上，始终围绕客户需求，以客户需求为出发点和归属点，以适销对路为原则，降低单产品利润，提升总体销量，实现利润总量最大化。为此，应采取下列措施：

1．设计开发新产品的数量和速度要适当提高，确保在市场的足够竞争力；

2．采购环节要进一步完善流程，适当降低采购价格，监督采购质量降低采购成本；

3．生产部应根据上述策略和业务实际需求，制订产品的开发、采购和品质保证的相应计划，采取必要的行政措施，确保产品开发结构和生产结构的调整到位。

（三）品牌策略品牌是产品营销的催化剂和拉动力。

**运营行业工作计划范文 第二十六篇**

一、活动主题:

情迷中秋月--大型灯谜活动

>二、活动时间:

9/8-9/12

>三、活动地点:

商场一楼中厅

>四、活动内容:

活动期间，凡在本商场一次性购物满50元(含50元以上)即可参加猜灯谜活动，猜中者可获得精美礼品一份;每天限送礼品200份，先到先得，送完即止

(一)、活动细则:

1、活动期内，凡在本商场购物单张小票金额满50元(含50元以上)，即可参加猜灯谜活动;猜中者可获得本商场赠送的精美礼品一份，一张小票限领一份奖品。

2、 每天送出奖品200份，数量有限，送完即止。

3、 顾客凭有效的销售小票先到一楼中厅兑奖处核实参加活动资格,再到谜语悬挂处选择谜语.

4、每张谜面编号(1至200号)，顾客记住谜面编号或取下谜面，到中厅兑奖处，向工作人员报出谜语编号及答案，最多限猜三次,仍猜不中者将取消兑奖资格;如猜中正确答案者，在登记表上签名确认后，即可领取精美礼品一份。

5、猜中者在获得奖品后，工作人员将后备的谜语替换原来猜中的谜语，以便后面的顾客猜谜。(采取这种方式即可增加活动的趣味性及参与性，又能减少工作人员的工作量)

6、营运部安排3名工作人员专门负责兑奖工作，核对顾客小票是否符合猜谜条件，顾客猜中后，认真填写xxx赠品领取登记表xxx，请顾客签名后，方可发放奖品;并在顾客的销售小票及电脑小票上加盖活动专用章，避免重复领奖。

(二)、活动配合:

1、 营运部：安排兑奖工作人员3名，其中指定组长1名，并负责活动期间场

内突发事件处理。

2、 防损部：活动现场秩序维护及奖品、物品防盗。

3、 策划部：活动方案及相关文稿撰写、指导中厅布置及活动气

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！