# 营运部年度工作总结和工作计划

来源：网络 作者：雾凇晨曦 更新时间：2025-07-15

*营运部年度工作总结和工作计划【5篇】年度工作计划可以根据具体需求，设置不同的时间节点和指标考核，便于及时掌握工作进度和效果评估。年度工作计划需要有明确的责任分工和实施方案，确保工作执行的规范性和有效性。现在随着小编一起往下看看营运部年度工作...*

营运部年度工作总结和工作计划【5篇】

年度工作计划可以根据具体需求，设置不同的时间节点和指标考核，便于及时掌握工作进度和效果评估。年度工作计划需要有明确的责任分工和实施方案，确保工作执行的规范性和有效性。现在随着小编一起往下看看营运部年度工作总结和工作计划，希望你喜欢。

**营运部年度工作总结和工作计划（精选篇1）**

一、经营

（一）市场调查和市场预测

酒店酒店必须确知自己的市场领域，顾客类型，顾客支付能力，顾客对环境，出品，服务等的需求，并预测未来发展情况。目的是寻找餐厅出品服务的市场所在。

（二）经营方针和经营策略选择

酒店经营方针是餐厅的发展方向和指针。它随餐饮业的性质、任务、环境条件和接待对象不同而变化。餐饮部以“通过一流服务和高效率管理，为宾客提供舒适、亲切、方便和带人情味的享受，把企业办成具有中国特色和国际水平的一流酒店”为经营方针。经营策略是经营方针的具体运用。

（三）经营思想和管理目标确定

酒店经营思想的实质是正确处理社政、企业、员工和消费者的相互关系，贯彻执行社政方针政策，确保餐厅坚持正确的经营方向，餐饮部主要坚持以下五个经营思想：

1、坚持正确的经营方向，改革管理体制，促进生产力发展的思想。

2、坚持不继改善服务态度，服务方式，提高服务质量，牢固树立“餐厅的一切活动都是为了满足广大消费者需要”的思想。

3、坚持以提高经济效益为中心正确处理社会、企业、员工和消费者相互关系。

4、坚持市场经济原则，讲信誉、讲卫生、讲质量、正确开展竞争，以优质服务在竞争中直接接受广大消费者的评判和检验。

5、坚持从长远利益出发，不断创新，进取，开拓，并将社会效益与经济效益一起抓，促进企业和国民经济共同发展。

6、坚持与互联网思维对接，办好自媒体，锁定粉丝群，把餐饮的美食节和各项推广活动及时传递给客户。

（四）经营任务

酒店采用灵活的经营方式，增加服务项目，扩大服务领域，搞好多种经营，将日常餐厅销售与美食节、会议、食品展销和宴会经营结合起来，采用多种销售方式，搞活餐饮经营。

二、管理

酒店在现代科学管理中，人们将管理分为九大系统，即组织、企业文化、人才指挥（亦称纵向指挥）、横向联络、检查反馈、预算计划、人才选用和招聘、培训、激励等。如果这九个系统都做得好，即管理做得好，那么这个餐厅就会获得良好营运，像一个精良的钟表，只要你一上发条整个餐厅会像钟表一样动起来。

（一）餐饮管理的五项基本要求

1、确保良好组织

酒店要求：管理员组织相应的下属，并把他们的行为纳入一个轨道，以利于实现组织目标。这是对管理的一项重要要求，否则以下各项要求就很难达到。

2、掌握客源，以销定产

酒店餐厅的出品一经做好即需尽可能快地卖与客人，以保证新鲜与质量。因为出品做好后是很难和时间保存的，所以要求管理人员必须根据订餐情况、市场环境、历史资料、当地气候、天气预报、节假日变化等情况，做好预测分析。每天、每餐次尽可能掌握就餐客人的数量及对花色品种和产品质量的要求，并据此安排食品原材料供应和生产过程的组织，以避免浪费，并防止产销脱节，影响客人消费需求和业务活动的正常开展。

3、卫生，确保客人安全

酒店要求管理人员必须严格执行《食品卫生法》，从食品原材料的采购、验收、储藏、发料到加工、切配、烹饪、装碟和销售都要建立一套严格的卫生制度。

4、正确掌握毛利，维护供求双方利益

酒店要求管理人员正确执行餐饮价格政策，区别不同情况，如不同菜式、市场竞争价等，制定毛利率标准。既要发挥市场调节的作用，又要维护供求双方的利益；既要扩大销售又要在降低成本上下工夫。要定期检查毛利率执行结果，并根据市场供求关系作必要的调整。

5、适应多种需求，提供优质服务

酒店餐厅的客人来自五湖四海，消费层次复杂。必须根据客人的身份、地位、饮食爱好、消费特点和支付能力，研究不同客人的消费需求和消费心理，有针对性地提供优质服务。在产品上坚持多样化、档次合理；在产品质量上突出风味特点，注重色、香、味、形和原料的选择；在服务上坚持一视同仁，热情、主动、礼貌、耐心、细致、周到，以满足客人多层次的物质和精神生活需要，提供优质服务。

（二）餐饮管理五种常用方法

1、层次管理

酒店其主要特点是机构设置简练明确，垂直领导，责任清晰。一般分为：

酒店决策层（酒店行政委员会）制定、审查、批准发展计划的财政预算，任命高层管理人员，明确组织结构与福利待遇。

酒店经营管理层（总经理及餐饮总监组成经营委员会）向决策层负责，全权处理餐厅经营管理的一切事务，协调各部门之间的关系。如果餐厅规模不大，可由经理担任。

酒店业务管理层（餐厅经理/主管）贯彻落实上层指示，组织其主管部门实施业务活动。

酒店操作层（基层员工）按照程序规范进行具体工作，或接受上司指派，完成指标。

酒店层次管理的优点是规范出各级管理者的管理要限，使各级人员在其权力职责范围内得以充分发挥。

2、目标管理

酒店其主要特点是使工作有目标，并让相关人员朝目标努力。通常目标可让相关员工参与制定，以发挥员工的主动性，执行起来就不会有抵触，而且产生成就感。另外，还要采取与餐厅利润挂钩的奖励方法，激励员工将工作做得更好并争取更好利润。

3、控制管理

酒店信任是好的，管理是更好的。控制按理是引导员工做好工作，并发挥监督控制作用，及时发现问题和错误，并在造成实际损失之前纠正它。须注意的是，管理者的控制系统应有弹性，它只控制结果，而不是控制方式，要根据实情制定控制的松紧。

4、制度管理

（1）制度类型：奖惩、例会、培训、考勤、其他。

（2）制度作用：维持餐厅顺利经营的手段。

（3）优点：有依据、有约束，规范与警戒员工的行为。

（4）执行要求以身作则，赏罚分明。责备要及时适时，尽量用忠告和激励的语言；对屡犯不改的要断然处置。

5、人本管理

酒店人本管理的实质是尊重人格，注重通过情感的投入，缔造宽松、和谐的人际环境，从而引导、激励、调动一种积极向上、奋发进取的精神，过到管理上的理想境界。餐饮业的人本管理主要体现在以员工为本和以客人为本这两个方面。为此，餐厅应提出两个第一：顾客第一；员工第一。并据此深入开展人本管理。

酒店信任是好的，管理更是好的。作为管理员一定要敢于去管理。用人不当和敢于放权这个矛盾困扰着很多餐饮业高层管理人员，下列方法或有助于解决：

（1）首先学会识人。

（2）其次学会考验人。

（3）再次学会用人（，用人不疑，疑人不用，用人所长）。

（4）最后学会放权（高明的授权是既放权给下属又使其重视责任感。既检查督促，又令其人名有实）。

（5）用忠告、帮助、激励代替命令、检查、干预。

与部属坦诚想相见，创造一个宽松愉快的工作氛围。

（三）管理工作的五个要领

1、分析经营环境，设定管理目标

酒店分析经营环境的重点是：大力开展市场调查，掌握市场动态、特点和发展趋势，了解客人需求变化，同时掌握国家方针政策和对餐饮经营的有关法规和规定等，然后对这些调查资料进行认真分析，并和企业自身条件结合起来，最终达到确定经营方针、选择经营策略、确定经营风味，以及策划餐饮产品购、产、销活动的目的。

酒店设定管理目标是分析经营环境的继续和深入。餐饮管理的目标设定，常见如下：

（1）按时间划分为长期目标、中期目标、短期目标；

（2）按内容划分为市场目标、销售目标、质量目标和效益目标；

（3）按层次划分为企业目标、部门目标和基层目标。

酒店设定目标，要坚持以提高经济效益为中心，以企业目标和部门目标为主，长短结合。因此要以调查资料为依据，通过预测分析，首先设定战略目标，然后形成市场、销售、质量、效益等具体目标，并通过目标的层层分解，转化成收入、成本、费用、利润等经济指标，落实到企业、部门、基层等各部人员。这样即能将各级管理至基层员工的注意力吸引到餐饮管理目标上来，向着共同的目标奋斗。

2、发挥规划功能，合理发配资源

酒店管理目标一经确定，就要根据其要求做好统一规划，以保证餐饮经营各部门、各环节的协调发展。重点是人力、服务项目和业务活动管理三方面的规划。

酒店合理分配资源是发挥规划功能的自然结果。餐饮管理资源主要是人、财、物和信息四大资源，合理分配的目标是要达到人力到位，物资流、资金流和信息流畅通，为完善餐饮管理目标提供资源保证。

3、督导次级经理，组织业务经营

酒店管理目标既定，在合理分配资源的基础上主要根据管理目标和任务，逐级督导，检查各级员工的工作，以保证管理目标和计划任务的顺利完成。组织业务经营和督导次级经理是同时进行的。其重点是督导各级管理人员去做好客源组织、采购储藏业务、厨房生产组织和餐厅服务组织等各项管理工作，它是一个复杂的过程，管理人员要深入实际，制定管理制度、操作规程，并充分发挥现场管理作用。同时要加强管理沟通，搞好内部协调，保证餐饮管理各项业务经营活动的顺利开展。

4、协调内部关系，创造团结气氛

酒店餐饮管理内部关系十分复杂，常常在资源分配、任务确定、人事交往、工作安排、利益分配等各方面产生矛盾或磨擦。只有正确处理好这些关系，才能使各级管理员和广大员工心情舒畅。协调内部关系经，要理顺餐饮管理体制，明确规定各级管理人员的职权和领导隶属关系，管理过程中发生矛盾或磨擦，要坚持逐级协调的原则，尽量避免越级指挥和协调。

酒店要创造团结气氛，必须有一个团结奋斗、开拓前进、办事公道、不谋私利的领导班子，它是形成企业和部门团体气氛的核心；必须把广大员工的注意力引导到餐饮管理目标上来，为共同完成管理目标而奋斗，它是形成团体气氛的纽带；必须保证广大员工在企业中受尊重，关心员工的物质和精神利益，使他们心情舒畅地工作，以企业为家，关心企业经营、服务质量、出口质量、经济效益，由此形成良好的团队气氛。

5、作好检查跟进

酒店工作已经开展，或者已经开花结果，这需要根据情况作好检查跟进，以保证餐饮管理各部门、各环节的工作顺利地朝着即定目标和计划任务进行，直至完成并跟进处理。跟进的意义是持续性的，这是因为，事情的完美是无止境的。再则，餐饮业的工作是不断循环的，只有不断地作好跟进，才能与时并进，使企业得以良好地持续发展。

酒店因地制宜地制定和推行一整套以当地相适应的经营管理方案是餐饮部在酒店中所处的地位和所应发挥的职能作用，也是品牌优势和潮流导向的作用。

**营运部年度工作总结和工作计划（精选篇2）**

伴随着电商“双11”销售的再一次刷新，电商销售占据整个零售行业半壁江山已是不争事实。不可否认，目前的网购已经不再是年轻一族的专利，吸引越来越多的消费群体主动加入了其中。面对如此电商迅猛的发展势头，实体店步履艰难，尤其是像我们这些中小型的单一百货店首当其冲，受到的影响尤为明显和突出。顾客流失严重、人气难以聚集、促销打折不再被吸引，销售逐渐下降。如何面对网购，恢复昔日人气？如何抵御同行竞争，扭转目前的经营困境？怎么开展适销对路的营销活动是营运部明年思考的问题和工作重点。为此，我们将做好以下几方面工作。具体如下：

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。

另外，“o2o”的经营模式已逐渐被网购一族所认同。而网上下单、网下提货的销售模式，也将逐渐取代网上下单、网上提货的经营模式所取代。今后在时机成熟的时候，我们想尝试开发现有“微伙伴”的“微店”功能，建立网络销售渠道。通过“微店”传递商品信息，实现线上线下互补的经营模式来锁定一批忠实顾客，直面应对网络冲击。

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！

**营运部年度工作总结和工作计划（精选篇3）**

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。

2、建立健全客户服务体系及人员配备，提高客户服务人员队伍素质，引导客户对网站的利用及重视；从而进一步提升网络营销价值。 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：

a.

b. c. d. e.

汽车板块：人员配备运营人员1名、编辑1名。 房产板块：人员配备运营人员1名、编辑1名。 家居建材板块：人员配备运营人员1名、编辑1名。 医疗板块：人员配备运营人员1名

二、工作人员

人才、旅游、相亲交友等板块：人员配备编辑1名

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。

5、项目编辑岗位职责：

A、服从公司领导安排，遵守公司管理制度；

B、浏览、采编、分类、梳理、审核、修改、删除、发布、策划、推广网站相关内容。

C、更新和维护论坛、网站首页、频道、专题网站等。

D、关注网站人气是否上升、话题是否适时。

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、具备强烈的市场和服务意识，配合业务开展工作。 G、服从公司领导的工作安排，并严格执行。

三、项目运营部年度业务总体规划

1、汽车板块：优化升级网站程序，继续以车展等活动（城区、城乡）为契机，大力拓展相关业务。通过十堰汽配商会，适度运营“汽配城网”。同时着手整合各品牌车友会，推出统一车友互动平台。同时与石油公司洽谈联名推出宝典中石油或中石化卡。

2、房产板块：优化升级网站程序，推出春季及秋季版十堰购房地图，与十堰房地产开发企业协会联合开展房展类活动。自行组织看房、摄

影、团购类活动。

3、家居板块：优化升级网站程序，充分利用现有QQ群，联合商家开展6场家装建材家电团购会，策划实施家装手册项目，联络交房小区开展家居类商家展示，同时开展线上设计师等活动。

4、医疗板块：服务好成熟客户，努力发展新客户，在稳定现有基础上，重视对医疗板块的创新服务和挖潜拓展，力争保持医疗板块客户稳定增长。

5、综合板块：人才、旅游、相亲交友等栏目的推广运营，提升网站的知名度，集聚人气，联络客户关系，产生双重效益。 四、年度活动计划表

五、业务收入年度总计划

项目运营部年度运营额度计划总额为60万元，主要收入来源为广告和活动收入。其中汽车汽配板块20万元（广告10万，活动10

万），房产及家居建材板块20万元（广告10万，活动10万），医疗板块12万元（广告收入），其它板块综合收入目标为8万。 六、预算营业收入分配模式明细

预算总业务收入：60万元(活动扣出基本业务支出、扣出直接回扣) 工资支出：1500（月薪）×6（人数）×12（月）＝10.8万元； 业务提成支出：60万×15％＝9万元；

绩效工资支出：1000（基数）×4（人数）×12（月）＝4.8万元 营销费用支出：60万×10％＝6万元；（招待、节日礼品） 税收支出：60万×10％＝6万元； 预算总利润：25.8万元

技术 3000（基数）×4（人数）×12（月）＝14.4万元 管理 20\_\_（基数）×3（人数）×12（月）＝7.2万元 办公 2.4(房屋) +0.6(电费)+其他

**营运部年度工作总结和工作计划（精选篇4）**

一、早班

1、每天按时组织员工早会，主要讲述工作中存在的问题及提出改善要求；讲解公司的要求，宣传团队精神，增强员工的凝聚力和向心力。

2、检查员工考勤，查看员工是否按规定打考勤卡？是否有员工迟到、缺席？仪容仪表是否整洁？是否按要求着装、佩戴工牌？

3、打完上班卡后，不允许任何员工用工作时间吃早餐；吃早餐时间应在打卡前；查阅交接班本是否有未完成工作需跟进？

4、安排员工当天工作，包括计划性工作和日常工作安排。

5、检查晚班工作是否到位：堆头、端架、排面是否加齐货？仓库整理是否达到标准？地面卫生是否干净？

6、检查是否有变价商品？变价商品、促销商品价格标签或POP是否更换完毕？

7、检查通道是否畅通？（通道不能有清洁工具、纸皮的物品妨碍顾客购物）

8、安排员工盘点负库存商品。

9、督促员工及时加货，不能空堆头、排面，并及时整理堆头、排面，使堆头、排面始终饱满、整齐。

10、检查员工是否按要求进行清洁工作？清洁效果是否达到要求？

11、安排员工及时将到货商品运到适当的位置。对于供应商商品（验收后方可运到卖场）立刻安排员工上货；对于自采商品必须确保商品已验收，方可上货架。

12、安排员工整理仓库及需退货商品整理工作。

13、处理营业中顾客退换货。

14、有需要时，参加现场商品销售服务工作。

15、安排员工及时回收“孤儿”商品。

16、加强卖场巡视，指导员工工作并督促完成。

17、不定时（通常每小时一次）进行卖场巡场，监督员工工作纪律。

18、处理卖场突发事件。

19、下班前半小时对卖场、仓库进行全面巡视，对应完成而未完成的工作督促员工及时完成。每天必须最少一次到各个仓库巡查一遍，及时做出整理、整顿。

20、与中班主管一起巡场交接班，共同检查卖场商品加货、上货、陈列情况和仓库整理情况，同时沟通昨天晚班工作情况。

21、写好交接班本。

二、中班

1、与早班主管一起巡场交接班，通过15—20分钟的时间了解昨天晚班工作完成情况及交接事宜完成情况，需要继续完成的工作，总结、改善早班员工工作上存在的问题。

2、查阅交接班本是否有未完成工作需跟进？

3、检查是否有变价商品？变价商品、促销商品价格标签或POP是否更换完毕？

4、检查通道是否畅通？（通道是否有堆放商品、纸皮、纸箱、购物车、购物篮等物品妨碍顾客购物）

5、安排员工继续完成早班员工未完成的工作。

6、督促员工及时加货，不能空堆头、排面，并及时整理堆头、排面，使堆头、排面始终饱满、整齐。

7、安排员工及时将到货商品运到适当的位置。对于供应商品（验收后方可运到卖场）立刻安排员工上货；对于自采商品必须确保商品已验收，方可上货架。

8、安排员工整理仓库及需退货商品整理工作。

9、处理营业中顾客退换货。

10、有需要时，参加现场商品销售服务工作。

11、安排员工及时回收“孤儿”商品。

12、加强卖场巡视，指导员工工作并督促完成。

13、不定时（通常每小时一次）进行卖场巡场，监督员工工作纪律。

14、处理卖场突发事件。

15、下班前半小时对整个卖场、仓库进行巡视，对应完成而未完成的工作督促员工及时完成。每天必须最少一次到各个仓库巡查一遍，及时做出整理、整顿。

16、与中班主管一起巡场交接班，共同检查卖场商品上货、陈列情况和仓库整理情况，同时沟通昨天晚班工作情况。

17、写好交接班本。

三、晚班

1、与中班主管一起巡场交接班，通过15—20分钟的时间了解昨天晚班工作完成情况及交接事宜完成情况，需要继续完成的工作，总结、改善中班员工工作上存在的问题。

2、阅交接班本是否有未完成工作需跟进？

3、检查是否有变价商品？变价商品、促销商品价格标签或POP是否更换完毕？

4、检查通道是否畅通？（通道是否有堆放商品、纸皮、纸箱、购物车、购物篮等物品妨碍顾客购物）

5、安排员工继续完成中班员工未完成的工作。

6、促员工及时加货，不能空堆头、排面，并及时整理堆头、排面，使堆头、排面始终饱满、整齐。

7、安排员工及时将到货商品运到适当的位置，尽快上货架。对于自采商品必须确保商品已验收，方可上货架。

8、安排员工整理仓库及需退货商品整理工作。

9、处理营业中顾客退换货。

10、有需要时，参加现场商品销售服务工作。

11、安排员工及时回收“孤儿”商品。

12、加强卖场巡视，指导员工工作并督促完成。

13、不定时（通常每小时一次）进行卖场巡场，监督员工工作纪律。

14、处理卖场突发事件。

15、做好一天的收店工作：

①关门前半小时，全面巡场，督促员工完成当天必须完成的工作。

②检查堆头、端架、排面整理及加货情况是否到位？

③仓库是否整理到位？

④通道是否无堆放商品、无纸皮、纸箱、购物车（篮）、货架配件等？

⑤“孤儿”商品是否全部收回？

⑥检查清洁卫生是否完成到位。

⑦写好交接班本。

⑧确保所有人员离场。

四、每周工作

1、安排员工进行市调（每周至少一次）并及时反馈给采购作出改善行动。

2、建议适销对路的特价商品。

3、每周一次的卫生检查。

4、员工培训计划表。

5、每周工作总结。

五、每月工作

1、完成员工的考勤表。

2、对员工考核及评分，并提出优秀员工建议名单。

3、制定下月的排班表。

4、统计当月滞销单品、临期商品并与采购沟通进行处理。

5、每周每月工作总结。

备注：以上为每周每月必须完成的工作，两个执行营运主管必须在规定的时间、每周每月安排的工作当中内按质按量完成。否则，未按要求完成者罚款10—50元。

**营运部年度工作总结和工作计划（精选篇5）**

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。

作为我们而言，活动，毋庸置疑是一定要做，但是如何在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，要掌握市场变化，在招数上出奇，以奇制胜。网络购物对我们实体商业冲击较大，目前对我们而言如何提高策划水平推动招商,拉动客流,是我们20\_\_年的工作关键。

20\_\_年我们对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发,我们也通过网络了解和电话咨询等,进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的,完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4T商业营销模式为基础,以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览,旅游,文化教育等,形成互位交叉和资源共享,商场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩,全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发,很值得我们学习和借鉴.这一点我们企划部已经开始学习和贯彻《商业4T营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了20\_\_年商业美陈的投入。

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；

5、做好中庭吊饰电动吊挂传动系统的改造工作，必须在3月份前全部完成，保证工程质量。今年商场的`中庭吊饰将压缩一半的成本，全部在花瓣雨网购买；

6、整体DP点美化原计划在广告公司的订做，目前通过友好协商已解除合同。我们正在拟定计划，派人去大连协商进行统一采购，经过测算比原计划投资节省一半。

二、广告公关

思想阐述

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象，提高美誉度和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将卓展形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。

在20\_\_年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。

其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展慈善公益活动等，通过社会舆论提升长春卓展购物中心在市民心中地位和认知度。

重点工作规划

1、做好公司对外形象宣传工作，即公司主流广告媒体的选定工作，根据前期已收集的各广告公司、广告媒体资料，结合公司实际进行深入分析，确保在20\_\_年2月份之前，将广告媒体选定方案定稿落实，加快企业对外形象宣传的步伐；

2、为了更好地提升商业城的知名度、美誉度及社会影响力，新的一年中将开拓、尝试利用舆论宣传，通过新闻报道等低价位宣传形式，促进口碑效应；

3、安排好公司对外广告发布的一切相关手续的申批、审核工作，确保广告发布方面的可靠性、合法性；

三、商场销售区形象

思想阐述

综合起来，商场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于商场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

在新的一年中，商场内部布置整个围绕年度文化主题，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各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在DP点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高商场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

重点工作规划

1、为弥补在橱窗方面的不足，对于每次橱窗的内容更换，做到提前半个月做好对橱窗设计风格及材料各方面的落实工作，以保证橱窗的正常出样；

2、开拓思想，以人性化、温馨化为基础，结合文化做好商场各方面氛围设计工作，如电梯、天花扳、指示牌等，改善商场消费环境；

3、配合商场活动做好各项有关商场活动氛围的设计工作，确保商场活动的卖场气氛。 总结：对于企划部来说，一直以来缺乏的就是合作，通过部门各项工作的开展，积极增进部门内部的协作关系，互帮互学共同提高。组织研究各种商业营销模式，结合商场现状，了解市场，分析市场，提高部门工作的准确性，实效性，从而提升企划部整体工作能力。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找