# 运营个人工作计划表(8篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-06-23

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。运营个人工作...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

**运营个人工作计划表篇一**

一、明确制定集团年度计划、全面合理工作布局、层层分解落实;

二、用业务流程体系进行工作规范、过程跟踪、督导培训与工作调整;

三、用进度管理表单进行执行力、效率和目标管控;

四、用质量管控体系进行工作质量管理、客户服务满意度和信任度、与经营思路调控;

五、核心团队建设，加强职业规划、建立晋升机制;

六、加强企业员工培训，提升员工素养与能力;

七、企业文化建设，实现团队向心力、凝聚力培育和团队满意度与信任度提升;

八、明确各岗位责、权、利，建立科学合理的激励机制。

(一)六月份目标：

一、协助人力资源部明确岗位职责，制定岗位说明书;

二、跟踪新流程的实施进展;

三、加强与赛普咨询公司的沟通，解决遇到的困难,建立计划管理体系;

(二)第三季度目标：

一、根据上半年集团公司整体的经营情况对各部门进行绩效指标评估，修订各部门经营指标的考评值，使其与公司整体经营保持同步。同时将不合理、不可控的现象进行修订;

二、对公司在开发项目进行项目里程碑节点制定，与赛普沟通，建立固定模版;

三、按计划推进《组织管理手册》、《组织权责管理手册》的实施，并对各部门推行过程进行跟踪与监督;

四、在制度建设与流程优化方面，对跨部门业务流程中存在的争议及时组织相关部门进行沟通，解决流程中存在的交叉、盲区等问题;

运营部工作计划第三十二篇

一是继续坚持业务经理例会制度。继续每月召开业务经理例会，丰富例会的形式和内容，提高业务经理的精细化管理，指出业务经理的工作重点和方向，提升业务管理能力和技能水平，实现巩固、学习、提高业务知识和加强风险内控管理的根本目标。

第三，加强对企业管理者绩效的检查。加大对业务经理履职情况的检查力度，严格遵循省级银行每季度检查机构数量不低于所辖机构总数25%的时间目标，年度检查必须覆盖所有机构。在检查的实施中，支行将采取现场和非现场的形式，通过观察、询问和检查等方式，对业务经理的绩效进行深入细致的检查。

二是抓好内部控制风险管理，严格操作操作风险

三是注重支付清算管理，提高清算质量

一是抓好资金归集结算管理。监督支付清算账户检查的实施，提高支付清算账户的会计核算质量，按照相关管理规定规范操作和管理，抓好资金支付清算业务的监控和管理，防范清算操作风险，确保各项管理指标符合省行规定和资金安全要求，完成省行各项支付清算指标。

**运营个人工作计划表篇二**

工作方面

在运营部，我负责的是微博微信内容的日常及维护，而微博微信是当代新媒体，对于信息的传播速度也是相当快的。

1)微博。微博作为中国互联网最火的新媒介平台，微博受到越来越多的关注，据不完全统计目前微博用户有3亿，日均以一亿条微博，6000万活跃用户在线。微博营销的效果日益显著，而作为微博负责专员，

我将做如下学习计划及安排：

1、熟练微博相关工具的操作。微博应用中有大量的微博工具，包括统计数据的微数据，该工具能计算出微博活跃度、传播率及覆盖率，对于今后项目活动数量统计是相当有帮助的。互动工具，查询该微博与好友互动率，为后期调整微博内容亦有帮助。除了这些数据相关的工具，当然还有协助微博发送的微博定时发送器，如时光机、皮皮时光机等，还有微吧、微话题等对于微博的内容及数据分析都有很大帮组，当然这一部分，还得自己去学习，应用及摸索。

2、微博广告推送软件的学习及应用。目前微博价值被越来越多的人发掘，微博广告推送这样一个全新的营销方式产生了。通过年龄，地区，关键字等，删选出项目受众人群，精准的送达项目信息。目前为止，我们所做的广告推送有晟通城项目及vvvvv新站上线活动推送，结果并没有达到预期效果。晟通项目产生仅一笔成交量。其中原因有我对于软件的不熟悉，以及对数据分析的不到位，后期，应加强对软件的应用，且与客服的联系，向其学习更多，更专业知识，以提升自身能力

3、培养对新闻热点敏感度。微博发送同样包括热点话题的推荐，在热点话题上加上自己的项目精华传达给客户，这就是我们要做的。目前我负责的工作包括网站地产八卦类的天房夜谈。而这个专栏便要求对热点事实新闻有一定的灵敏度，及对事情的个人看法。而我本人需要学习的正是这一点，除了在空闲时间多看新闻之后还需要多看知名网站编辑点评。

4、微信内容处理。微信是在继微博之后又一新媒体，而各大企业也争相注册微信公众平台，作为微信维护员，在做好日常维护的同时应该多学习相关的知识及软件。

学习方面

1、除了本身工作的之时，更应该好好充实自己。在之前每天负责楼评，但是写的却不是那么有吸引力，作为购房者，可读性并不大，这有很大一部分是源于对项目的不了解，后期，应该了解网站没有楼盘项目的信息，项目位置，项目的优势，项目卖点，多读楼书，多看其它网站相关文章，加强学习，提升自己的能力。

2、尽快建成用户数据库。数据成为我们运营的必要资源，在完成工作之后抽时间做好数据库。包括在新浪认证微博获取客户信息;微博关注栏中相关关注中以及qq群内寻找客户资料，这都需要后期一点一滴落实。

3、多多参加学习讲堂等培训课。抓住机会多多参与培训课堂，向他人多学习。

以上是我近期工作安排及学习计划，在新的一年里，需要多看资料提升自己且多向他人学习，加强锻炼，提升个人能力。

**运营个人工作计划表篇三**

一、能够加强政治思想、政治理论学习，坚定理想信念，做好个人工作计划，与\_保持一致的重要前提，是保持奋发向上和与时俱进精神状态的动力源泉。

二、完成本职岗位工作的情况。一年来，我以负责的态度努力完成个人承担的各项工作，积极协助主任完成年度部门全部工作任务：

配合主任完成了对外协调迎来送往等日常的琐碎工作。

三、自身廉政建设和遵守纪律的情况。作为一名党员，一年来能自我严格要求，能自加压力，有忧患意识，有强烈的事业心和责任感，注重提高工作质量和办事效率，模范遵守劳动纪律和报社的各项规章制度，按时上下班，因我从事的是运营工作，经常加班加点，从不计较报酬，有奉献精神，在加强作风建设方面能做出表率。在工作中严格要求自己低调做人，高调做事，求真务实，善于与人共事，团结同志，能主动配合有关部门

负责人完成工作。

四、存在的主要问题和不足之处。一是政治理论学习的系统性和深度还不够，特别是具体事务性工作多的时候，对自己在理论提高方面要求的标准不够高；二是对下面办的频道调查研究比较少，懒于出差，存在着坐办公室多，到下边少的现象；三是如何在部门和岗位工作中坚持与时俱进、大胆创新做的有欠缺，意识还不够强。

上一页

**运营个人工作计划表篇四**

一、概要

本方案将从行业市场定位、营销策略及管理与盈利模式等展开构想，以期达到为决策者提供参考依据，文中省略了关于企业战略规划的细述，对部分标题内容仅做提纲性描述。

创办新公司的思路和情况

成为一家优秀的装饰企业是我们的梦想，并在此基础上努力做到最好，我们知道装饰行业是一个市场容量大，入市门槛低，同质化程度高，竞争激烈又极度不规范的行业。目前，多数企业采用公司设计师接单，项目经理分包等形式作为公司主要运营模式。

关于盈利，装饰公司的利润主要有以下几点：

（1）工程分包费

为了减少公司管理成本，通常装饰公司会将所签合同与实际支出的差价作为公司的毛利润（一般在30-40%），其余部分（60-70%）会转包给与自己有固定承包合同的项目经理，这样利润公司利润虽然比直接施工要小，但利润相对固定，各公司报价、材料、施工等值不同决定了转包比例也不同。注：一般情况下项目经理要拿出3%的工程价作为质量风险金压在公司，待工程保质期结束返还。

（2）公司正常的管理取费

一份家装合同主要分为直接费和间接费，直接费主要指的是工程中施工预算费用，管理取费属于间接费一般包括：设计费3%-5%、管理费8%-15%、税金及远程施工费等。

（3）施工辅料费

为了保证施工材料统一及企业利润最大化，很多公司会将工地常用辅材如细木工板、石膏板、木方、轻钢龙骨、乳胶漆、油漆等进行仓储，这样既能保证材料的统一性，又能避免项目经理的道德风险，同时也为公司创造一些额外利润，一般材料利润在15—25%之间。

（4）主材利润

装修主材主要包括：地板、瓷砖、洁具、橱柜、木门、窗帘等，现在越来越多的主材供应商会依赖装饰公司推荐提高销量，这给装饰公司进行资源整合提供机会实现合作，增加利润点。

新公司定位在10—15人之间的中小型公司，计划前期投入20万左右，预计年产值在300—400万，计划一年内收益，预设立部门有设计部，市场部，客户服务部，工程部，财务部等，采用垂直管理架构，这是一家规模小起点高、注重品质，具备团体作战又拥有激情的企业，寻找差异化，将每一个客户接触点做到极致！我们的目标客户群体定在中档以上（竞争激烈），和众多高手过招争夺资源以期完成产值，为此我们需要拥有超越对手的能力和相应市场的速度，以及强烈的服务意识。

二、在新公司明确了竞争环境和目标之后，执行力是实现经营目标的决定因素！

1.、公司预计成立时间

20xx年8月筹备—9月初开业

2、公司股东背景介绍及股权结构

3、公司业务范围

装饰设计，施工，材料，与家居有关的一切！

4、公司的目标和发展战略

20xx年8月—9月，是新公司筹划制定目标方案及分解战略步骤的准备期，至20xx年未，计划完成100万产值任务，实现完工在建样板房20—30个，在开业一年内实现品牌建立，产值任务达标，两年内形成设计，施工，材料销售等业务组合，进入合肥家装界主流品牌，为此，20xx年确定为“开局之年”，20xx年将是“产值年”新公司的营销策略，年度计划，工作步骤将会按照清晰的发展目标制定和实施。

三、市场机会分析

1、环境分析

装饰行业年产值近2万亿，年均增长18%，装饰装修已成为消费者仅次购房以外第二大消费支出。目前，家装业总产值首次超过了家电业、汽车业和牛奶业，装饰行业市场容量大，发展速度快，行业分布广，为一般传统行业所不及，是典型的朝阳产业，是拉动国民经济增长点重要力量。

合肥市20xx年gdp亿元，增长率，增幅达中部六省市之首。

合肥市商品房均价4150元/平米，随着前几年房地产的持续热销，大多数新房将集中在20xx年交付，每年新交付楼盘众多，合肥xx商品房销售1028万m2，xx销售800万m2，二手房和二次装修房约400万m2，加上望湖城、天鹅湖、报业园等三十多个单位集资房面积约200万m2，再加上历年存量房约500万m2，合计建筑面积达2928万m2，以每套100m2计，合计292800套，以其中一半准备装修计，需装修套数为146400套，以每套装修费（不含主材）35000元计，总产值达亿元，将超过xx家装约44个亿的总产值。滨湖新区等百万平米大盘交房量都在10000套以上，市场潜力巨大。品牌装饰公司所占市场份额不足20%，装饰成熟度低，消费者尚处于初级价格阶段，大多数竞争对手营销能力不强。另外，家装市场是一个低关注度的行业，也就是说消费者在没买房子甚至没拿房子的时候，是不会注意家装信息的。这个特点决定了我们能够通过短时间快速切入市场。

目前，装饰行业的竞争力主要体现在设计、施工和管理等方面上，而这些往往是经过一定努力和创新都能够获取相等的技术和能力。作为一家新公司我们需要充分挖掘我们的优势，在同样提供优质服务的同时我们要和大公司比价格，引导客户理性消费，和小公司我们要比精细比价值，比物有值，市场前景还是很乐观的！

2、行业（竞争者）分析

目前合肥市大小装饰公司预计有1000多家，普遍处于中小规模状态，其设计水平，营销策略，管理能力均不能满足市场需求，大多数公司集中在百花井，望城大厦，cbd，财富广场等地，其中产值在1000万以上的有7—8家，其中山水，华然，川豪，星艺，业之峰，大维属一线品牌，均有自身特点及客户群体。

山水，老客户较多，设计水平突出，设计师实行7=1团队合作模式，公司经常带领设计师去开拓视野、增强技艺，近期推出7年成长感恩回馈优惠活动，对材料采用招标的方式进行整合，《山水商城》和《山水生活》因缺乏必要的策划支撑以失败告终。

华然，品牌被公众认可，推出顾问式服务，服务好（有9个客服分工对所有订单进行跟进，客户人员很懂装修知识、服务技巧），公司成立时间长，是合肥市最早一批装饰企业，公司收费价格高，注重员工技能培训，占领了合肥一部分高端市场。

川豪，目前外地品牌在合肥做到最好的，有自己的橱柜，木门加工厂，合肥公司内有3000平米材料展厅可为客户提供一站式家居服务。

大维，前期以价格取胜，重视工程形象（项目整洁、堆放、着装整齐），带客户看工地促进签单，现在置地投资广场成立高端工作室，以此抢占高端市场。

星艺广东装饰品牌是目前合肥家装市场实力派，不过由于内部管理混乱，合肥市场现已存在两家独立广州星艺装饰，各做各的，让老百姓很迷惑。

百度，走综合性价比、套餐路线（28800），想走高端设计的路线。

城市人家，深根小区，走性价比路线，工程价打折，但管理费不打折。

提升品牌力度及售后服务、工程质量是目前竞争对手主要的策略之一，善于概念营销炒作却效果甚微，有得有失。

四、营销计划

1、家装营销形式

（1）业务员跟踪客户这是一种最传统的也是目前几乎所有装饰公司最常用的营销方式，通常是公司安排业务人员直接到小区发宣传单接触客户，主要工作方式就是通过简单介绍公司概况，工艺，尽量做到引起业主的注意，然后随其引入小区的办公点或展厅或样板间内，然后由主谈设计师详细与客户沟通，他们作为辅谈跟进补充。

（2）电话营销销，业务员或前期市场开拓人员通过各种方式或手段，从售楼处或物业公司处搞到大量客户资源。然后电话咨询或邀约，当客户积累一定程度可以通过公司组织“家装课堂”“家装直通车”等活动进行配合，不过客户不太喜欢这种方式，主要是对自己资源泄露反感。

（3）小区终端摆台活动，在业主办理入驻手续期间，以物业名义进行现场免费咨询等活动。定期的举办家装直通车等终端促销活动。另外，也可以利用小区公益广告牌提示牌，楼层提示牌，单元公告栏，车库入口提示牌，门卫的遮阳伞，信箱提示广告等，来进行宣传。

（4）展会活动，有选择的参加行业内和媒体举办的各种展会活动，针对的推出符合消费者口味的优惠政策，促成签单，提高品牌知名度和行业影响力，利用各种宣传方式，横幅，x展架，易拉宝等等。尽量抢占有利位置，维护公司对外整体形象。

（5）工地推广这是现在大多数中小家装公司（甚至大多数“游击队”）最有影响的营销方式.百闻不如一见，让客户亲临施工现场，亲眼观看施工工艺，亲自察看材料的真假，亲自体验现场工地的管理，这是赢得客户的关键所在，具体方式是公司的业务员或设计师，在通过初期的接触以后，引导客户，“说得再好，不如亲自看看施工现场”所以，有经验的设计师或业务员，会挑选一些优秀的施工工地去看，而一般的或有所欠缺的工地，哪怕距离很近，也不会带客户去，要不然前期良好的沟通会化作泡影。

（6）“家装套餐促销”或“家装解决方案”推出若干套餐装修，详细介绍其具体套餐内容，做到让消费者心理有数，打消他们的后顾之忧，体现透明、诚信装修的服务理念。

（7）样板房征集这种方式一般只针对重点楼盘实施。公司在小区征集一套零利润的房屋，然后进行装修后作为样板间推广。也有的公司直接投资小区买一套按揭的房子，在小区业主入住之前，提前全部装修装饰完毕，做得比开发商的样板间还好，家具电器等都全部配齐，这种方式，影响力极强，关键在于把握了时间，并且展示了公司强大的经济势力和设计能力

**运营个人工作计划表篇五**

“一切为运动员服务”是我们的工作重心;“打造三院体育强势”是我盲作的目标。人虽然变了,但是我们的目标不变!新年,新人,新的挑战。我们将踏踏实实尽职尽责的做好每一项工作，站在巨人的肩膀上，为三院的美好明天而奋斗到底!

计算机与控制学院第三届团委学生会已经成立，作为寄予厚望的一个部门之一，体育部今年将尽职尽责踏踏实实的做好工作，为三院争光。体育部全体人员坚信：我们一定会在原有成绩上基础上提高一个台阶!因为我们坚信我们有实力，我们坚信我们永远是最棒的!团委学生会所有的工作我们体育部都能够积极去参与，所有的困难和挫折我们都会积极的去协商解决，我们一定会展现给三院的所有成员一个全新的充满活力的体育部。本部门具体计划如下：

一、“五四”杯：体育部会做好一切关于五四的比赛工作：在已组建好的篮球、排球、羽毛球、兵乓球等队的基础上，挑选出各队负责人，制定训练计划，协助各球队建立良好的管理机制，并尽早的在07、08级选出一批优秀的球员，为“五四”杯做好充分准备。重要的一点是：储备人才，为学院体育事业长远发展奠定良好基础。关注三院所有的比赛的具体时间，并在及时张贴出海报宣传，以供我院学生得知比赛时间，到时能去为我院队加油;每天安排两到三个人去比赛现场值班以便为队员提供后勤服务，我部也会尽量保证运动员训练场地，使相关设施有良好的保证，并且开展人文关怀，使队员以的精神状态参赛，;力争获得预想的好成绩!

二、时刻关注即将开始的“冠军“杯，协助足协安排我院的传统活动之一的“四人制”足球赛。

三、在近期开展一次团委学生会和各个年级委及各协会联合举办的体育活动。

四、在下学期我部将会配合做好迎接新生入校工作，同时还会在新生中传播有关体育知识，增强同学们的体育意识，提高我院学生的集体荣誉感;同时引导我院学生体育活动的开展;举办一些有特色的体育活动，提高同学们的体育水平，增强同学们的身体素质和感情交流。

五、下学期体育部在新生接待工作结束后，会尽快安排院运动会的举办，为运动员训练赢得更多宝贵时间。院运会主要面向08、09年级学生，既为加强各年级、各班级之间的竞争和团结精神，也为我院参加学校运动会展开一次大练兵，07、08级主要以自愿参加为主，原院运动员必须参加，09级新生以班级为单位参加。

六、备战校运会。备战学校运动会，这是每年体育部的工作重点也胜作难点，不过我相信我们大家不会在困难面前低头，我们会聘请优秀负责的教练提供高质量的训练，提高运动员的激情。我们有信心也有能力出色的完成运动员的训练以及保障后勤工作，为我院能取得好成绩(保二争一)而奋战到底!

七、积极备战校篮球排球秋季联赛。我部仍然会尽早的组织的队员的训练工作，做好组织和后勤保障工作，我们一定会密切关注本次比赛，同时协同各年级委搞好本次的比赛工作。

八、体育部还会积极开展一些创新型的活动。并且我部成员也会积极乐意的帮助其他部门开展一切工作。

**运营个人工作计划表篇六**

全面贯彻党的教育方针，全面实施素质教育，开足课时，通过一些不同的教学方式，提高每个教师的业务素质和专业水平，不断促进学生的体育，促使学生德、智、体、等方面都得到发展，为提高全民族的身体素质奠定基础。

我校现有体育教师4人，全为兼职，没有一人是专业素质，同时每年课程在不断的变动，每个教师对这门学科的教学没有一定的研究，加上其他工作任务的繁重、事情多，难免在体育教学中投入的`时间有限，造成了一些教学任务不能顺利进行，影响着教学质量。

全校共有学生400余人，9个教学班。由于我校多年来坚持以育人为本的原则，全面贯彻党的教育方针，全面实施素质教育。在重视德育、智育的前提下，加大了体育课教学的开设，通过多年来的教学，学生学到了不少的不基本技术和技能，具有一定的体育素质，为上好这门学科打下了基础。另外学生活动场地宽敞，同时，也有一定数量的设施，给学生营造了一个美好的环境。

1、培养有体育特长的学生，发展他们的体育特长，开发他们的体育潜力。

2、组织教师进行集体备课，研究教学方法，提高教师的业务水平。

3、充分发挥每位教师的主动性、积极性，加强教师对体育课的认识，知道体育教学在义务教育中的重要地位。

4、培养学生爱好体育的兴趣，养成锻炼身体的好习惯。

让学生初步掌握体育的基础知识基本技术和基本技能，促进正常的生长发育。

1、采取集体备课的方式，在教学方法上互相学习，经验上互相交流，取长补短，不断改进教学方法，提高教学质量。

2、督促每位教师按课表上课，反对重主课，轻副课的现象。

3、严把备课关，上课关，杜绝打无准备之仗的现象，提高课堂效率。

4、加强教学常规管理，按时进行常规月查，促使每位教师更好地去完成教学任务。

二月份 制定计划

三月份 常规月查

四月份

1、筹备春运会

2、常规月查

五月份

1、召开春运会，

2、常规月查

六月份

常规月查

七月份

体育检测

**运营个人工作计划表篇七**

电子商务平台团队成员是关系整个项目启动推进和后续运营的关键，需要专人构建。

1、项目负责人：整体运营。

4、后台程序员：实现后台的程序功能。

结合公司现有的电子商务岗位资源进行合理的整合，欠缺的岗位需要人力资源进行岗位招聘填充，整体岗位进度在4月中旬到位。

根据公司两个系列产品的特性和电子商务项目长远发展考虑，需要摈弃现有的单系列产品的电子商务，需建立切实符合两个系列产品的新电子商务平台。电商域名定位原则——简短、易记、切题，与企业及其产品密切相关。一个成功的域名就如同一个的品牌，一个的商标，会给企业带来无形的资产价值！

运营部工作计划第三十四篇

xx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。

公司业务部经过历次变迁，xx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xx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。

利用业内人士提供的信息，xx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，xx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。

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。

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。xx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。

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。

**运营个人工作计划表篇八**

一、人员确定及职责：

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。

客服：前期人员不足单一客服任务比较繁重，部分任务运营会给予帮助，工作如下：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2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。后期根据销售情况适当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。

推广：负责不定期策划淘宝商城营销活动；负责公司淘宝交易平台推广工作；策划并制定网络店铺及产品推广方案（包括淘宝推广、seo、论坛推广、博客营销、旺旺推广等）等营销工作；研究竞争对手的推广方案，向运营经理提出推广建议；对数据进行分析和挖掘，向运营经理汇报推广效果；负责对店铺与标题关键字策略优化、橱窗推荐、搜索引擎营销、淘宝直通车、淘宝客等推广工作。

第一步：

方法 ： 宝贝上架，自然浏览和钻石展位观察宝贝受欢迎程度，进行初选 流量级别 ： 30--50uv

交易量 ：每天1单左右交易

策略：观察店铺流量情况，为下一步运作打好基础 第二步：

方法：分时段宝贝上架，获得基础流量。（建议宝贝200以上） 流量级别 ：100uv—300uv 交易量 ：每天1—10单交易

策略：开源节流，一周左右集中流量打造1-3款爆款，销量10--20 第三步：

方法：直通车、淘宝活动（试用中心等）（日消耗50-100元) 流量级别：基础流量+（70uv—180uv） 交易量：每天3—20单交易

策略：流量持续攀高，集中流量打造1-3款爆款，销量:30--60 第四步：

方法：直通车加大、钻石展位加大、淘宝活动申报（天天特价、淘满意、聚划算等）。 流量级别：300uv—1000uv 交易量：每天5—50单交易

策略：流量继续攀高，集中流量打造1-3款爆款、销量200--300 第五步：

方法：直通车、钻石展位、淘宝活动申报（天天特价、淘满意、聚划算等）流量级别：500uv—20xxuv 交易量：每天10—100单交易策略：1-3个爆款基本成形，开始关联营销，会员营销，获得长尾流量 三.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。2月后每天发单不少于30件。双12活动后通过各种优化以及引流作用目标定于每天50单以上！终极目标日单200！长期优化老顾客。同时保证好评率在98.5%以上。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找