# 最新策划部工作计划(7篇)

来源：网络 作者：落花成痕 更新时间：2024-07-14

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。策划部工作计划篇一...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**策划部工作计划篇一**

x年刚刚过去，对于房地产经济行业的企业和从业人员，这是一个纠结的年头，是一个磨练的年头。在这一年中发生了许多重要的事情，主要源于政府对房地产市场的大力调控，严重影响了全国各地的商品房的开发和销售，许多在售项目销售速度变缓，还有许多未入市的项目也放缓了开发进度。纵观房地产市场中期调整过程，这是整个中国房地产发展的的必然，虽然伴随着调整的阵痛，但不会阻碍其长期健康的发展。我认为，不管行业是否调整、如何调整，都会在竞争中出现失败退出者和胜利者。只要认清了自身从事的行业发展背景，分析自己所在行业背景中的位置，找到自己的定位和优劣势，才能真正在行业中求得生存，成为强者!房地产行业如此，其他所有行业都是如此。

x年，合思策划部主要工作内容为三个方面，最主要的一个工作板块，是完成多个省内2、3级市场项目的前期调研和定位工作。其中，达州“海川达项目”在年中完成了第三阶段的策划定位工作，后续经过了与设计、开发公司几轮规划设计的调整和修改，项目进入报规阶段。川大江安校区的商业项目在完成市场调查和投资预算的工作后，也进入到了规划设计阶段。另外还有西昌和广汉项目完成了前期市场调查工作。

另一方面工作板块是配合公司高端物业租赁业务的开展而进行的协助工作，包括对成都城市综合体和商圈的调查研究，还有写字楼市场和相关业务开展的调查研究，同时还积极收集了一些商业物业资源和商家资源，完成了武侯精太科技园写字楼市场的调查工作。

同时，随着公司发展计划的推进，公司业务的长中短布局的实施，为满足业务量的快速增加，策划部必须不断壮大，快速提高自身业务水平。所以x年策划部在开展日常工作的同时，也不断进行培训和自我学习，目前人员只有2人，还将继续壮大，策划部是最需要专业水平、团队精神和工作激情的部门，所以这个团队的组建和提高也是明年部门工作中的重点之一。

总结的目的不在于简单记录，而在于通过总结发现和认识问题，进而不断的改正和提高。在以上所做几块工作中，我对部门工作中发现的主要问题做了几点归纳：

1、专业水平不够深。

在市场调查和项目研究中体现出的看问题深度不够，分析项目问题不全面，在与开发商沟通汇报时成熟度不够等等问题，都需要不断积累经验和提高。

2、工作细致度不够。

通过市场调查和日常工作中表现出来，工作执行过程注意力不够，统计分析数据经常出错，完成工作前没有认真进行检查。特别是检查工作，一般需要独自检查，然后交叉检查，最后提交审核，很多时候独自检查的过程都没有执行。

3、团队协作能力低。

策划不是一个人的思想与执行，公司的策划能力体现的是各个成员围绕一个目标，集思广益，各自发挥自己的职能与优势，共同完成这个目标。但是在策划部的日常工作中，合作与求助的现象太少，严重缺乏沟通。

4、工作激情不够。

营销行业不仅需要专业和技巧，更需要的是工作激情。销售与策划不分家，最可怕的就是把策划工作做成职能工作，以完成事项为目的，而忘了策划本身是以达成销售为最终目的。在日常工作中，往往工作没有做计划，工作目标不明确，过程当中只完成某块事情，自扫门前雪，没有主人翁的意识去对待一个项目的工作，都是平时容易犯的错误。与前一点缺乏团队协作一样，其主要原因是不了解自己所做工作的意义和目的，没有找到工作激情的原动力。这一方面也是x年部门需要注意改进的重要内容。

5、人际关系和社交礼仪能力不足。

作为乙方单位，平时还需要增强人际关系和社交礼仪能力，提升自身综合能力。除此之外，还有工作效率和工作方法等方面也需要提高。

二、x年公司年度目标计划分解及工作计划

x年公司年度总体营业收入目标为500万元，主要从以下三个业务板块得以实现：

1、销售代理。在已确定项目中完成销售代理佣金提成300万任务目标，其中郫县安德项目实现项目销售提成150万，达州海川达项目实现项目销售提成150万。另外计划新拓展销售代理项目2个，在年底或明年正式开始销售。

2、商业租赁。商业租赁与代理销售业务任务目标为190万，此板块策划部主要工作内容为代理商业或写字楼项目的市场调查和项目营销推广的策略及执行工作。

3、策划顾问。计划x年完成2个以上项目前期策划顾问业务，顺利完成策划咨询及报告内容，实现至少10万元策划服务收入。

三、策划部年度工作计划

1、销售代理项目

策划部主要工作内容为针对进入销售阶段的项目开展相关服务，提供项目市场详细的市场调查报告，并及时有效的更新市场信息，关注相关政策动向;根据项目情况做出最佳的项目定位;制定详细的营销策略和计划;严格的执行营销策划及销售辅助工作，确保目前两个项目顺利完成年度销售任务。

郫县项目工作时间安排(预计6月正式销售)

x年2月，完成郫县及安德房地产市场调查及报告编写; 3月，完成项目营销推广策划报告，策划专员面试;

4月，落实策划专员入职培训，对接关于项目营销工作配合的其他合作公司，如搜房网、沙盘、广告设计与制作、售楼部装修、印刷等公司。同时根据营销推广策划报告完成广告设计的构思与文案工作; 5月，配合完成售楼部的装修与验收，沙盘的安装和验收，其他销售道具到位，配合销售部进场，对销售人员讲解策划部制定的销售相关培训内容，制定相关销售接待反馈表格等。同时督促外部户外广告的正常制作、安装和发布，并及时建立项目网络信息发布。针对项目正式营销前的市场跟踪调查。

6月，根据接待咨询情况的反馈，制定相应的符合市场的项目销售价格及销售政策，按计划完成开盘前的广告信息发布、开盘活动执行，争取开盘阶段迅速走量。

7月，对开盘期销售的情况和客户反馈信息及时收集统计，及时调整遇到的问题。

8—10月，持销期期间主要做好项目销售辅助工作，对销售信息、市场情况、销售资料等做到时刻关注。另外根据情况选择一些优惠活动或体验式活动吸引人期，提高成交。

11—12月，根据销售情况结束一批次销售，顺利完成二批次房源的宣传入市。

达州项目工作时间安排(预计10月左右正式销售)

由于其与郫县项目正式销售时间晚几个月，错开了郫县开盘前巨大工作量的时间。该项目策划工作安排x年2月完成市场跟踪调查，7月份完成项目营销推广策划报告，从8月份开始的工作安排参照郫县项目开展。

2、项目拓展

根据公司项目拓展要求，策划部将积极捕捉新项目信息，全力配合开展新项目提案、竞标及客户维护工作，年内力争完成2个销售代理项目的拓展工作。

3、日常基础信息的收集更新

在已初步建立的信息库里进行日常维护更新，包括房地产政策、成都商圈信息、建筑风格、户型和广告设计图库、公司网站信息等。这些数据做到坚持日常收集更新，形成工作制度，同时对开展营销的项目所在的市场情况建立起定时维护的制度，做到对一个项目市场的土地、房产市场动态、竞争项目及推广等情况的及时收集和统计，并与开发商保持良好沟通，树立好专业形象。

4、策划部团队建设与提升

根据代理项目推进时间，两个项目都在下半年开展营销工作，前期主要以市场调查和项目跟进为主，所以上半年策划部人员暂不增加，团队以自我学习、针对化培训和实地参考等方式进行业务水平提升。同时在一季度完成部门管理规章制度、招聘与培训、晋升考核制度以及薪酬奖惩制度的制定与实施。

项目销售开始前3个月左右补充2名策划专员，要求有过项目驻场或策划助理工作经验，相关素质符合要求，进行统一培训，能尽快上手。届时策划部团队初步建立，部门制度完善，能够有序的进行日常工作开展和新项目拓展。

策划专员招聘要求：

23-30岁，广告、市场营销、建筑及经济专业本科以上学历。 1年以上房地产项目策划或相关工作经历;

了解房地产营销策划基础、市场调研、广告设计、制作工艺。

具备较强的创新意识，能独立策划项目并撰写方案;较好的文字写作能力，能撰写专业分析稿件;

较强的口头表达能力;熟悉的电脑应用技能，包括常规软件word、excle、autocad、powerpoint的熟练操作。

善于学习，思维敏捷，逻辑性强，热爱策划工作。

诚实守信，具有良好的团队合作精神，具有迎接挑战的信心和对工作的激情。

策划专员工作职责：

协助撰写专项及月度市场调查报告;

协助制定及落实项目阶段性营销策划、推广;

协助制定地产项目之营销策略，协助策划经理完成项目日常提案、沟通及客户关系维护; 项目营销方案的执行;项目产品定位分析;

楼书、dm单等各种宣传资料、活动的准备、实施工作;

与合作单位沟通接洽.

**策划部工作计划篇二**

一部门职责：联系、协调各部门人员，策划协会大小型活动，，负责每次大小型活动、协会会议的事前场地布置及事后场地清理。

二成立目的：提高组织策划部的成员的组织策划能力,理论与实践相结合的能力，培养大家严谨周密的组织策划思维，提高大家的工作效率，更好地服务于口协，以及提高各方面的综合能力。

三具体安排：

在招新期间做好部门宣传，招收新干事准备，吸收更多有才之士加入组织策划部。 (一)

(二) 招干结束后，做好部门内部协调沟通，组织部门内部活动，增进内部成员沟通了解，建立融洽关系，同时让他们了解组织策划部工作。

(三)

(四) 邀请一些有经验的人员对组织策划部成员进行策划书写作培训，并以近期活动为例进行实际写作，为培训结果及时反馈。 组织部门成员积极参与协会大小型活动，主动与协会各部门成员交流，务必在最短的时间内与其他部门人员有效沟通，方便以后的工作安排在协会举办活动时，按各部门职责，合理调度各部门人员

(五) 每个成员在每次活动前都必须拟定一份策划书，也可以几个成员为一组集体商讨交一份，然后内部评估综合所长做出一份最好的作为本次活动最终策划。

(六)

(七)

(八) 每次活动完成，要求成员们交一份工作总结，反思，收获。 鼓励干事踊跃发表意见，在实际中观察他们各方面的能力，加以培养 部门内部定期聚餐或者举行外出活动，还会不定期组织与其他协会社团的相关部门进行经验交流。

四内部成员规范：

(一) 第一条部门成员须认真学习学生社团联合会章程及策划部工作手册，培养良好的责任感、归属感和组织纪律性，在工作中注意自身的形象，对外树立良好的部门形象。

(二)

第二条策划部每位成员须谨记部门口号“做最团结的策划部”，与同事融洽相处，互帮互助，发扬团队精神，并保持合理正当的竞争。

(三)

第三条充分发挥自己的创新思维及策划能力，针对大大小小的活动，按质按量上交策划书，策划书应具备创新思想及可行性。

(四)

第四条应积极参加学生社团联合会和部门会议及活动，不得以不合理的借口缺席或迟到早退，会议时须遵守会场纪律。

(五)

第五条部长要不断提高自身素质修养和专业能力，严于律己，做到以德服人，并主动为干事创造各种形式的业务能力培训的机会，让干事能够在各方面得到提升。

(六)

第六条干事应积极主动地配合部长完成各项工作，并本着谦虚诚恳的态度

向前辈们和同仁请教，在学习中不断进步，提高自身的专业水平和综合素质。在时间和条件允许的情况下，协助其他部门成员更好地开展工作。

五活动规划

(一)

(二)

(三)

(四)

(五)

(六)

(七) 九月本部门成员内部活动，旨在增进了解彼此熟悉，更好地沟通与合作。 十月初邀请有经验人员进行策划书写作培训。 十月中上旬在协会内部进行部门联谊，以便以后的活动开展 十月中旬组织与其他协会组织策划部联谊进行经验交流。 十一月部门外出活动 十二月每人上交一份工作总结 每次活动的策划书撰写:策划韶风杯的活动流程,舞台布置,四校联谊活动安排

**策划部工作计划篇三**

在这辞旧迎新的时刻，我们按照学校要求举行元旦文艺晚会，希望同学们积极主动，共同参与。元旦晚会的具体策划如下：

一、晚会主题：青春扬帆，温暖前行——暨迎元旦表彰晚会

二、晚会基调：喜庆、祥和、热烈。

三、晚会地点：一食堂三楼

四、晚会时间：根据学校安排确定

五、晚会思路：

1、晚会反映我系半年来所取得的成绩，鼓舞同学们的士气，继往开来，再创辉煌。

2、继承和发扬我系好的思想、好的做法，携手打造亲情班级、和谐班级、文明班级。

六、晚会节目要求

1、歌曲类：

(1)能够反映祖国发展，弘扬主旋律的歌曲(民族，美声类);

(2)青春、阳光、健康、向上，能够反映同学们们充满活力，反映教师无私奉献的歌曲;

(3)与以上主题相关的原创歌曲。

2、舞蹈类：

(1)积极向上、寓意深刻的艺术性舞蹈;

(2)具有校园时代气息的创意性舞蹈。

(3)喜闻乐见的街舞、现代舞、健美操、武术等;

(4)相关歌曲的伴舞。

3、曲艺(语言)类：

(1)喜庆、热闹反映校园生活的的相声、小品;

(2)经典的传统曲艺类节目;

(3)其它类型的曲艺节目。

4、其他节目

七、节目来源：

全体同学必须全部并积极参与表演节目的上报，每位同学必须保证有一个节目，如实在没有节目，须参加合唱类节目，合唱要求自己找好合作伙伴，合唱人员不得超过五人。

八、晚会参报节目要求：

能够围绕晚会主题，营造出喜庆、祥和的气氛，节目新颖，有创意，紧凑、连贯，能够将节目完整、艺术性地展示给现场观众。

九、节目报名时间及要求：

时间：12月30日一天时间。

要求：节目报名时间任何人员不得大声喧哗，不得因意见不统一而影响班级纪律。除宿管部人员以及\_\_等文艺部人员外，无事人员不得随意走动。

**策划部工作计划篇四**

为了丰富校园文化生活，打造文化校园，努力构建和谐校园，推动校园精神文明建设，展示我校特色和风采，激励广大师生团结一致，携手共创美好未来。经研究决定，我校将举办20\_\_年元旦文娱会演。现将本次活动方案及工作安排公布如下：

一、活动领导小组：

组长：

副组长：

组员：各班班主任老师

二、评委组成员：

三、活动安排及要求

1、参加对象：各班学生。

2、各班级必须准备2个以上节目，(一个节目必须围绕小学生日常行为规范。)

3、节目要求：节目内容积极向上，节目形式力求多样化(如歌舞、相声、小品、器乐等)，主题要突出，提倡各班表演集体节目，师生同台演出。

4、节目道具、服装等各班级负责准备，节目伴奏带一律采用碟片。

5、活动进程

12月25日对各班级准备的节目进行验收。

6、活动要求

(1)各班要高度重视，充分调动学生积极参与活动。

(2)严格按照活动进程，确保节目的初评和会演的顺利进行。

四、演出时间安排：

\_\_年12月31日下午2：00正式开始

五、节目初审小组

(负责文艺节目的编排、前期检查、演出顺序编排)

六、安全领导小组

组长：

组员：

七、主持人培训：

八、文娱会演现场工作小组：

(1)舞台布置：

(2)照相：

九、奖项设置：

一等奖2个

二等奖3个

三等奖4个

**策划部工作计划篇五**

一、元旦联欢晚会的目的及意义

辞旧迎新，在20\_\_年新年即将到来之际，为让同学们得到一次放松的机会，丰富校园文化活动，同时也为进一步推动学院文艺活动的发展，给拥有才艺的同学一个真正展示自我的舞台。

20\_\_年\_\_大学元旦文艺晚会将以农林学子独特的方式、新颖的题材、温暖的歌声对辛勤工作的老师致以节日的问候，同时对经历大学三年而即将面临毕业的学子带去最美好的祝福，祝愿他们在人生之路上前程似锦!

二、活动主题：收获 感恩 展望

三、对象地点及时间

\_\_大学全日制在校生

\_\_大学\_\_校区

20\_\_年12月31日 19：00

四、活动主办单位：\_\_大学校艺术团

五、晚会人员安排

六、晚会筹备阶段及任务分工(12月1日至12月26日)

1.前期宣传工作(11月24日——12月12日)

(1)征集晚会流程意见

校学生会为成功举办本次元旦晚会向全院师生征集意见，有关表演节目设置，游戏安排等，希望可以集思广益，充实、完善我们的元旦晚会。

(2)制作、张贴宣传海报和宣传单

宣传组制作宣传海报和宣传单，张贴于校各布告栏，并联系各班班长利用qq群等方式对全校师生进行宣传。

(3)积极动员

校学生会、各班委会将会充分调动全院老师和学生的积极性，广泛发掘并动员有特长的学生和老师参与到元旦晚会的表演、主持和礼仪服务中来。

2.报名征集工作(12月1日——12月12日)

(1)进行节目征集和晚会主持人、礼仪服务人员的报名工作计划向全校师生征集12个节目于晚会当晚进行演出，另需要晚会节目主持人4人(男、女各2人)，现场礼仪服务人员6人。

(2)节目类型

独唱、合唱、舞蹈、相声小品、诗歌朗诵、音乐剧、乐器演奏、武术表演等形式多样的节目，力求新颖活泼，生动优美，意义深刻。

(3)报名须知

报名者应提交下列信息：姓名、年级、联系电话，另报名参加节目表演者还应注明节目类型和节目名称。

(4)报名方式

有意者请到各班班长处报名，由各班班长于12月12日前将节目征集情况报于各院文艺部部长，也可发送邮件到 ，直接向晚会节目组报名。

3.确定晚会节目、主持人和礼仪人员(12月13日---12月14日)

节目组根据报名情况和晚会策划方案，确定晚会表演节目、主持人和礼仪服务人员，并进行通知。

4.节目排练(12月18日)

节目组为保证晚会的观赏性，对节目进行彩排，以确定节目出场顺序，备注节目所需道具、灯光和音响要求。主持人在彩排后进行台词的组织。

5.中期宣传(12月11日——12月21日)

宣传组利用bbs、qq群、邮件等方式对晚会筹备的进展进行宣传，持续造势，扩大元旦晚会的影响力。

6.现场确定(12月21——12月23日)

宣传组确定晚会现场的灯光和音响情况，根据实际情况完成晚会现场布置方案。

7.摄像人员确定(12月21——12月23日)

宣传组联系并确定晚会现场的摄像人员.

8.服装、道具确定(12月19日——12月26日)

节目组根据晚会节目的需要，确定舞台服装和所需道具的租借、购买，后勤组在26日晚会开始前必须确保所有服装、道具到位。

9.晚会流程确定，主持人台词确定(12月19日——12月26日)

节目组确定晚会流程，完成节目衔接和编排工作，敲定节目单，审核确定主持人台词。

10.物品采购(12月19——12月26日) 由后勤组统一负责：

(1)按照晚会现场布置方案完成所需物品的采购

(2)设计抽奖方案，制作抽奖奖券，完成现场抽奖环节获奖观众奖品的采购

(3)完成晚会现场观众食品和后勤保障用品的采购

11.领导、老师邀请(12月22——12月26日)

校学生会会呈送请柬，邀请院领导、老师出席晚会。

12.后期宣传(12月20日——12月26日)

宣传组张贴海报，在校、院网站主页、bbs和qq群上发送消息，通知晚会举办的时间和地点。

13.晚会正式彩排(12月25日)

节目组通知全体演员、主持人和礼仪人员全部到场，按照晚会现场要求进行正式彩排。

14.现场布置(12月26日下午)

宣传组在晚会正式开始前完成现场布置，保证晚会的顺利进行。

15.演员、主持人、礼仪人员到位(12月26日17：30——18：30)

(1)全体演员、主持人、礼仪人员化妆完毕，到场确定走位

(2)更换演出服装，做晚会表演开始前准备

(3)礼仪服务人员开始迎宾，引导观众入席，并发放抽奖券

七、晚会现场环节

校20\_\_年元旦晚会计划以文艺表演形式为主，强调全体师生互动和参与，穿插幸运抽奖和游戏环节。

1.文艺节目表演

节目按照事先确定的出场序进行表演。

2.幸运抽奖环节

由校领导进行现场抽奖，凭入场时发放的抽奖券现场兑奖。预计进行3次抽奖，设置一等奖、二等奖、三等奖若干。

3.游戏环节

在晚会过程中穿插游戏环节，邀请师生上台共同娱乐，所有参与者均获赠小礼品一份。游戏征求师生意见，欢迎大家提供娱乐性强、参与度高、形式新颖有趣的游戏。

八、晚会现场任务分工

按照晚会现场需求，现将晚会现场任务分工落实到人，以保障晚会的顺利进行。

1.总负责人：

(1)监督晚会进行情况，对突发状况做出紧急处理;

(2)做好与到会领导、老师的沟通、协调工作;

(3)安排相关人员晚会结束后打扫场地，整理物品。

2.宣传组：

负责晚会现场的拍照工作。

3.节目组：

(1)负责晚会现场控制，指导晚会现场舞台表演

(2)负责演员候场、出场，保障晚会顺利进行

4.后勤组：

(1)负责晚会现场后勤服务工作;

(2)负责晚会现场纪律维持工作;

(3)指导、协助礼仪服务人员完成抽奖、发奖事宜。

5.剧务组：

负责晚会现场所需道具的摆放和回收。

九、会后总结工作

1.总负责人：

(1)召开学生会专门会议，总结本次元旦晚会筹办过程中所取 得的经验和教训;

(2)敦促各部、各工作组完成善后工作。

2.宣传组：

(1)负责晚会结束后的宣传报道，包括发布晚会新闻稿件、制作晚会图片展板等。

(2)联系晚会光碟制作，并负责光碟的分发。

3.节目组： 策划节目，安排演出

撰写工作总结，为今后工作的开展积累相关经验

4.后勤组：

(1)负责归还租借的道具和服装;

(2)清点并归置剩余物品;

(3)收集所有购物票据，进行报账。

十、预算

**策划部工作计划篇六**

策划工作目标：

1.完成并达到以xx医院的名称为第一要素品牌推广和品牌建立的总目标。

2.让企业的销售工作更轻松，使销售额不断上升。

3.参与企业的经营和发展战略制定，并对企业的管理水平和管理质量等诸方面经营内容提出自己的见解和意见。

为了完成和达到以上3点目标，我将战略高度来初步的制定一下几点工作要点：

1.用最短的时间来客观且准确的了解掌握xx医院的综合经营状态;了解哈尔滨市医疗企业的综合经营状态。

2.对各个方面的信息和数据进行整理和分析，在对过去客观经营优劣认知的基础上，扬优弃劣，进一步实行开放式经营。

3.用站在哈尔滨市和全省的高度视野来看待和整合企业各项资源，突出优势资源。与xx医院的内行人士和企业的高层共同制定新一阶段的企业经营与销售战略。

4.整合企业各项资源过程中，尽量利用已有的资源，有效建立起本部门的组织架构，并合理的进行岗位设置和人员配置，并且按照既定的销售战略和宣传思路对有关人员进行必要的指导性的培训。

5.我的工作重点是以整体销售战略为出发点，品牌的有效推广为主，以市场信息反馈，医院的销售额和品牌推广费用的节约化和使用多样化为运作思路来制定具体的操作模式。

6.运用包括宣传在内的多种运作模式来有效的进行品牌推广运作。

7.与各个部门沟通，协调，以品牌经营为基础，品牌销售战略为枢纽，品牌建立为目标，统筹管理，销售，品牌推广等运营部门共同协作.并提出自己的见解和建议，以供其他部门参考。

8.让人们知道并了解xx医院是黑龙江省一家有品味，值得信赖的有着突出医疗优势的重点医疗单位。

**策划部工作计划篇七**

一、根据医院实际，找准营销部职能定位，充分发挥营销部应有的作用。

医院营销策划部在医院整个职能系统中应该充当一个什么角色，如何定位，这对于营销部有效地发挥职能作用是十分重要的，因此，我们对营销部的职能定位是：战略规划、市场拓展、品牌推广、客户管理、科室指导、服务培训。其主要任务是：

1战略规划：充分利用各种信息，对医院的优势、劣势、机会与威胁进行分析，从战略角度做出医院的营销发展规划，为医院领导的经营管理决策提供依据，做好医院领导的参谋和助手。

2市场拓展：通过拜访客户、市场调研等多种形式积极拓展市场，增加医院客户量，提高客户忠诚度。通过引进先进的医疗技术、设备和资金，或者输出我们的技术与管理品牌，广泛开展医疗技术项目合作或其它相关项目的合作，提高医院市场占有率。

3品牌推广：与医院宣传和医务部门密切配合，充分利用各种传播媒介、健康讲座、义诊、举办联合活动等整合营销模式，做好医疗服务项目的推广与宣传工作，不断提高医院的社会声誉和品牌形象。

4客户管理：建立重点客户档案(包括团体与个人)，做好各项跟踪服务与信息反馈工作。利用多种形式与客户发展和保持良好的关系，建立忠诚客户群。特别是要加强大客户的营销关系管理，提高与大客户的关系层级，形成利益共同体。抓好客户服务中心的管理工作，为顾客提供诊前、诊中、诊后完善、全面、高品质的一体化服务。指导全院临床科室、临床医生和护士运用数据库对到院顾客开展全程服务与管理工作，形成院、科、个人三个层面的客户群，对院、科、个人三级客户群进行立体管理，消灭服务盲点，提高顾客对医疗服务各环节的满意度。

5科室指导：经常与各职能部门和临床医技科室进行沟通与协调，对全院医疗服务营销活动进行指导，协调各科室的医疗服务行为与竞争行为，使医疗流程更加合理，缩短客户等候时间等。

6服务培训：做好医护人员和其他人员的营销培训，配合相关业务部门做好服务技能培训，指导科室开展营销技能训练，提高全员营销水平。

根据以上职能定位，将制定营销部工作职责范围和相关制度，今后营销科将按照职责范围规定，规范化地开展营销工作。

二、利用整合营销手段，加大品牌推广力度，不断提高医院的知名度与美誉度。

整合营销是指对各种可以利用的营销手段进行有效的整合，以提高营销效果。我们要采取有效措施加大医院品牌的推广力度，在不断提高医院知名度的同时来提高医院的美誉度。具体要做好以下几项工作：

1、做好医院网页、院报、各种宣传品等院内传播媒介的有关工作，让的群众了解医院，认识医院。

2、积极主动的与有关医学和医院管理学术团体、学术杂志建立广泛的联系，在行业内的媒体上刊登文章，在学术会议上交流文章，尽可能多地利用各种机会介绍医院的技术、管理、改革与发展情况。

3、积极主动地参与各种学术活动，在不给医院增加经济负担的情况下，主办或者协办有关培训、学术交流、等活动，展示医院的品牌形象。

4、按照医院明确优势项目，打造品牌科室的思路，做好医院品牌科室、重点专科和特色项目的推介与推广工作，争取在社会上树立几个知名科室和知名专业。

5、引导专家认识扩大自身知名度和奠定学术地位的重要性，营销科要与业务部门紧密配合，增加我院专家在各种公开场合的露面机会，尽可能创造条件让他们成为不同层次学术团体的专业委员，本专业学术刊物的编委，政府或社区有关健康委员会的委员等，如果我们能做到提到某个专家的名字就知道了我们医院，或者提到了我们医院就能知道某个专家的名字，那正说明我们的医院和专家都有了品牌形象。

6、要医务科和临床科室协作，在周边单位和社区开展健康教育促进行动，有针对性地开发一批健康教育课程，并和宣传我院特色与优势有机地结合起来。由营销部负责课程联系与讲授安排，医务科和临床科室提供保障支持，在普及健康和保健知识的同时，不断扩大医院和专家的知名度。其基本做法是：选定专家或者专科医生确定课程名称制作课件确定课程，建立健康课程菜单营销科和保健科向客户推荐举办讲座。

三、对本市其他医院的营销、客户服务工作进行调查了解，了解同行和竞争对手的服务战略与战术.

营销部人员要对本市其他医院的营销与客户服务情况进行情报搜集，了解同行和竞争对手的服务战略与战术。对照我们的运作办法，与所了解到的情况进行对比分析，积极吸收兄弟医院的好做法好经验，不断改进我们的工作。在全面调查了解的基础上，要写出调查报告呈交院领导，并在适当的范围内做分析报告。具体安排为一季度内对海珠区所有医院进行调查了解，二季度对市内大型医院调查了解，三季度有选择的对市内其它医院进行调查了解，四季度做出总结报告。

四、加强客户关系管理，建立客户数据库，对不同的客户进行分层次管理。

医院客户关系管理(crm)是指医院运用信息技术，并通过充分的交流与沟通，获取、保持和增加可获利客户的营销过程。客户关系管理通过将人力资源、医疗业务流程与医学专业技术进行有效整合，最终可以使医院以更低的成本，更高的效率满足客户的需求，从而让医院限度地提高客户满意度及忠诚度，挽回失去的客户，保留现有客户，不断发展新的客户，发掘并牢牢地把握住给医院带来价值的客户群。客户关系管理是医院营销管理的核心，我们要建立客户数据库，对不同客户进行分层次管理。数据库营销是指通过搜集和积累客户大量信息，经过处理，准确掌握，确定目标客户群，使促销工具具有针对性的营销策略。

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