

2023年招商日常工作计划(实用8篇)

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。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

招商日常工作计划篇一

一、经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。实际销售完成年度考核计划的130%，同比增长15%，所实现的纯利同比增长381%。确立了武商建二在青山区域市场的领先市场地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道104个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增长26%和13%。两个工程两手齐抓。“打造20个百万品牌”和“引进10个成熟品牌”的“两手抓”工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域领先优势。

二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然，2017年狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”体系，在一线员工中开展“服务意识”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。

三、“执行”观念深入人心，人力资源不断挖潜。以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。

问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。

问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。

问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而有扩大的趋势。

问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。

问题六：供应商渠道的整合在2017年虽有改变，但效果并不明显。

一、抓春节市场，确保开门红，誓夺年度目标 以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、准确把握市场定位，实施差异化经营 略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营的格局。

三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度 通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源 做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为2018年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应 要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

六、狠抓渠道优化，减小因供应商实力弱对经营造成的制约 在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取的政策。

七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销 2018年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。

八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型。 2018年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训“五个一”工程。同时，加大企业制度的执行力度，进一步规范全场员工的工作行为，形成和谐、规范的良好工作氛围。

招商日常工作计划篇二

1、在业务副总的领导下，全面负责招商部全体人员的管理，忠于职守，顾全大局，公平公正，全面履行经理责任，起模范带头作用。

2、依据市场状况及公司总体招商计划、项目操作进展情况，制定招商部工作计划、并按计划完成工作任务。

3、负责协调招商部与各个部门的工作关系。

4、招商工作的全面管理，对本部门人员的管理和培训。制定培训计划及考核，并落实考核制度。

5、参与大户的洽谈。

6、定期向上级部门汇报计划及总结，每月提交部门人员的各项指标评定，确定人员的选育方向。

7、安排招商人员的外出调研、客户拓展等工作，密切注意市场动态及客户要求，解答招商人员的相关问题，及时总结和反馈。

8、针对项目情况进行周边市场调研，随时掌握市场变化，出具调研报告，对项目执行政策提出合理化建议，参与制定项目规划布局和租金政策的过程，及时提出可行性建议。并对推广媒体进行必要的督导，对刊登广告及活动效果进行反馈、汇总和分析。

9、制定相应的招商方案计划和策略，根据项目情况制定招商任务并对任务进行分解，同时制定项目管理及考核体系。

10、建立、完善公司的客户档案资料库，随时补充，并进行分析归纳。

11、制定项目值班人员安排表，监督招商现场气氛和落实工作进度。

12、组织项目例会，随时掌控项目进展情况。

13、“节能降耗”。做好本部门财务预算，监督内部财务管理，控制成本，做到爱惜财物、节约支出、禁止浪费。

14、“鼓励创新”。提倡并激励部门人员拓展招商渠道和创新工作思路。

15、参加公司会议、定期召开部门内部会议，做好相关文字记录并汇总上报。

16、完成公司交办的其他工作。

招商日常工作计划篇三

工作计划网发布酒店部门经理每日工作计划模板开头，更多酒店部门经理每日工作计划模板开头相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

一、加强学习讲奉献

工作要干好，首先要有一个好的工作态度，要树立正确的人生观、价值观。因此，今年我部将借助全国上下开展保持***员先进性教育活动的春风，有计划、有针对性地开展提高员工职业道德素质的学习教育活动，帮助部门员工培养爱岗敬业与奉献的精神，树立全心全意的服务理念。同时，部门还将组织员工积极参加酒店的培训，并且根据酒店的年度主题的员工培训计划，部门自己也将定期组织员工开展酒店规章制度与业务知识的培训。通过培训、学习，来不断提高部门员工的业务技能与水平，提高办事效率。

二、严格纪律树形象

纪律是一个团体范围正常工作和生活所必须遵守的行为规则，是提高部门战斗力的有效保障。古人云：“无规矩不成方圆”。所以，必须要以严格的组织纪律作保障。组织纪律要常抓不懈，部门负责人要带头，从自己管起，彻底杜绝违纪违规现象的发生。部门员工的言谈举止、穿着打扮要规范，努力将总办打造成酒店的一个文明窗口。

三、创新管理求实效

1、美化酒店环境，营造“温馨家园”。

严格卫生管理是确保酒店环境整洁，为宾客提供舒适环境的有效措施。今年，我们将加大卫生管理力度，除了继续坚持周四的卫生大检查外，我们还将进行不定期的检查，并且严

格按照标准，决不走过场，决不流于形式，将检查结果进行通报，并制定奖罚制度，实行奖罚兑现，以增强各部门的责任感，调动员工的积极性，使酒店卫生工作跃上一个新台阶。此外，要彻底搞好防蝇灭鼠灭螂工作，目前，正值鼠螂的繁殖高峰期，我们要加大治理力度，切实消灭蝇蟑鼠等虫害。

花草是美化酒店、营造“温馨家园”不可缺少的点缀品，今年我们与新的花卉公司合作，加强花草的管理，要求花草公司定期来店修剪培植，保持花草的整洁美观，并根据情况即时将花草的花色、品种予以更换，力求使酒店的花草常青常绿，常见常新，给宾客以温馨、舒适之感。

2、创新宿舍管理，打造员工“舒适家园”

宿舍的管理历来是一个薄弱环节，今年我们将加大管理力度，为住店员工打造一个真正的“舒适家园”。为此，一是要有一个整洁的寝室环境，我们要求宿舍***搞好公共区域卫生，并在每个寝室设立寝室长，负责安排督促寝室人员打扫卫生，要求室内清洁，物品摆放整齐，并对各寝室的卫生状况进行检查和通报。

第二要加强寝室的安全管理，时刻不忘防火防盗、禁止外来人员随意进出宿舍，实行对外来人员的询问与登记制度，以确保住宿员工的人身、财产安全。

第三要变管理型为服务型。要转变为住宿员工的服务员。住店员工大多是来自四面八方，初出家门的年青人，他们大多年龄小，社会经验不足，因此，在很多方面都需要我们的关心照顾，所以宿舍要多关注他们的思想情绪变化，关心他们的生活，尤其是对生病的员工，要给予他们亲情般的关爱，使他们感受到家庭般的温暖。

四、节能降耗创效益

1、加强宿舍水、电、气的管理

要加强宣传、教育，将“提倡节约、反对浪费、开源节流”的观念深入员工心中，增强员工的节约意识。同时更要加强这方面的管理。在水、电及空调的使用方面，我们将根据实际情况开放，并加强督促与检查，杜绝“长流水、长明灯、长开空调”的现象，并加强员工澡堂的管理，严禁外来人员进澡堂洗澡以及员工在澡堂内洗衣服等现象发生。

2、加强酒店办公用品、服装及劳保用品的管理

我们将参照以往的有关标准规定，并根据实际情况，重新梳理，制定各部门的办公用品、服装及劳保用品的领用年限与数量标准，并完善领用手续，做好帐目。要求按规定发放，做到帐实相符，日清月结，并对仓库物品进行妥善保管，防止变质受损。

3、加强车辆乘车卡及电话的管理

建立车辆使用制度，实行派车制，严禁私自用车与车辆外宿，并加强车辆的油耗、维修管理以及车辆的护养，确保酒店领导的用车及用车安全。对乘车卡和拨打长途电话也要实行严格的管理及登记制度，防止私用。

五、内外协调促效率

总办是酒店对外的接待窗口，是酒店与社会各职能部门、各单位进行联系、衔接、协调的重要部室。今年，我们将利用已有的外交资源，继续加强与有关部门的联系，为酒店的经营发展创造一个良好的外部发展环境。

同时，根据部门职能，我部将注重与店内各部室的衔接，协调各部室的工作，及时协调解决一些因衔接不到位而耽搁的事务，并对酒店的各项措施决定的落实情况进行了督促，并编

汇每月的工作会议纪要，使酒店各部门的工作月月有安排，日日有行动。

六、宣传、推介亮品牌

1、要提高文件材料的写作水平与质量，及时完成酒店各种文件、材料的起草、打印及发送工作，要加强档案管理，建立档案管理制度，对存档的有关材料、文件要妥善保管，不得损坏、丢失。

2、及时宣传报道酒店典型事迹，加大对酒店宣传力度，大力宣传酒店在三个文明建设中涌现出的先进典型，极力推介酒店，树立良好的酒店外部形象，提高酒店知名度。

总之，在新的一年里，总办全体员工将以新的起点，新的形象，新的工作作风，在酒店的正确领导下，与各部门紧密配合，团结一心，为酒店的发展与腾飞而努力奋斗！

招商日常工作计划篇四

又到年初，商场招商经理怎样规划新的一年工作计划呢？下面是计划网小编为大家整理的：商场招商经理2018年工作计划，欢迎大家参阅，更多资讯尽在工作计划栏目！

商场招商经理2018工作计划（一）2018年注定是竞争空前的一年，招商部将本着公司利益结合项目实际情况一方面要广泛的收集客户资料，寻找上档次的主流品牌，了解客户的增店计划以及经营规划思路。另一方面就是要定期对其他及周边城市对手商场进行市场调查研究，了解对手市场的品牌布局情况，品牌的变动和销售情况，以及客流结构等信息。

一、计划今年的招商工作目标初步为以：

1、提升整体的业务水平

- 2、多学习，交流，探讨相关的招商知识及部门工作。
- 3、与同行业中人员多交流，探讨摸索，创新招商知识。
- 4、了解相关信息及时与领导及其他部门沟通，大家一起探讨，从而结合本部门实际工作进一步改进。
- 5、对济宁市去集中性商业进行有目的性市场调查
- 6、制定租金策略
- 8、制定新业态招商手册
- 9、加强招商专员的业务培训
- 10、与工程部对接物业条件的准确数据
- 11、配合销售部进行对商铺的营销工作
- 12、继续挖掘潜在或意向客户

二、尽可能多的增加预备客户资源

- 1、真诚礼貌的接待好上门的意向客户。
- 2、到其他及周边城市对手商场收集客户资源。
- 3、通过与客户间经常性的联络互动，及时了解行业的相关动态。

三、相关招商资料的准备

- 1、招商手册和招商说明书
- 2、委托经营合同(代为管理)，授权委托书

3、招商委托书

4、招商流程表

5、招商文案

四、招商方式

1、项目招商发布会

2、项目推介洽谈会

3、登门拜访(目标自荐)

4、网络招商

5、电话联系

6、面对面沟通

7、行业协会、政府机构

8、媒体招商

五、提升商场出租率，稳固商场现有的好品牌同时引进其他上档次的品牌

1、结合行业实际情况，更多的了解及引进家居市场上档次的主流品牌，尽可能稳定商场现有的好品牌，同时形成错位经营的稳定发展态势。

2、相关工作及时与领导及相关部门之间取得沟通，确保工作无误□ 20xx年招商部将全力以赴的去努力，去奋斗，去实现商场招租率在竞争中稳步提升发展。

商场招商经理2018工作计划(二)一、招商方面：

(6)2018年调整计划的制定，是指导整个续签和调整的重要文件，如何应对经营不善的商户掉铺以及引进目标品牌，并且提升租金收益，是调整计划重点考虑的问题。

(7)倒排计划的重新梳理，重点工作的周期要科学合理，不激进也不保守，结合公司整体规划特别是工程进度，为公司提供确定基本准确开业日提供依据。

二、营运方面：

(2)营业外收入的执行及挖掘，在保证部门预算80万完成的同时，不放弃任何一个产生效益的位置和机会。充分利用空余场地，挖掘广场内广告位资源。库房、广告位及内外广场的促销要与商户多沟通，既满足其经营需求，同时也增加了收入；利用公司的整体资源实现led屏的出租。

(13)倒排计划的重新梳理，根据实际工作反馈，制定各项工作的合理周期，补充漏项。

三、其他部门的配合需求：

满足提出的如下需求：

(5)财务部：在不违反财务制度的前提下，合理安排收款时间，尽可能的方便商户。

招商日常工作计划篇五

提交部门：总经办

提交人：李光超

日期：2015.1.26 2014年工作总结 前言：

2013年7月加入公司，任职副总经理，主管招商部和营运部工作，下面阐述我从入职以来的工作总结。

招商方面主要工作概述：

首先是市场调研并最终形成项目研测报告、商场整体定位、业态占比规划、品牌基数规划、品牌落位图、商场动线规划、租赁决策文件等一系列的招商前期工作；其次是部门人员组织架构的设计、团队组建、岗位职责、制度流程、合同文本、部门预算、招商倒排计划、租金执行政策、招商说辞、招商手册制定等一系列中期工作。从2013年9月初招商部同事开始正式招商，经过15个月的周期，不含超市计划签约面积22459平，实际签约面积20414平；完成签约率90%，已签约专柜预算收益1779万元，2015年全专柜预算收益1977万元，预计达成报批版的租赁决策文件计划的80%（以考虑免租期-报批预算收益指标高标准2477万元作比较）。

（1）市场调研报告：针对瓦房店市场的调研，主要重点调研对象是旺角新玛特、大伟时代广场、妇女儿童、步行街；其次是长兴购物、嘉泰商场、商业城、集贸。调研的重点是各个项目的业态、品牌、客流、营业时间、租金及扣率水平，同时也对瓦房店商业氛围及消费习惯的作出分析，主要看夜间客流的走向和消费者消费的倾向。一系列的调研为制定项目的研测报告提供第一手数据。

（2）招商前置的准备：首先是组建团队，以部门经理为主，临时抽调营运经理协助招商；其次是要做好各类招商文件，包括：招商手册、招商统一说辞、制度流程的制定与培训、初步规划图纸的交底培训、租金计划的交底培训、资源的收集并分配、分配招商工作任务等。（3）倒排计划的制定：根据公司要求2014年10月份开业，制定了一整套倒排计划，涵盖了整个招商工作过程中的所有工作内容和完成的时间节点，

作为招商工作的最高指导文件，招商部定期对倒排计划进行梳理和检讨，是完成招商工作的重点工作。

(5) 租赁决策文件的制定：根据公司要求，结合瓦房店市场的商业行情，同时参考大连市场中类似项目的收益状况，并考虑到市场商业大环境的前提下，制定了租赁决策文件，按照高标准和低标准两个指导价格，指导招商人员实际洽谈，也为领导决策提供依据。

整个招商过程中，应该说经历了很多波折，在市场大环境的影响下，招商工作面临着巨大压力，但总的来说，我们能够根据招商各个阶段遇到的各类问题及时分析和检讨，缕清思路，启动备选招商方案，基本上解决了问题，具体详述如下。

两大主力店签订的同时，对次主力店及重点品牌进行铺开洽谈。主要目标是引进快时尚品牌，优衣库[ca]作为重点引进对象，但是由于北区开店计划的制约，没有能够达成合作。引进快时尚的思路受阻后，招商马上调整思路，将重点偏向服装服饰集合店、精品集合店，服装服饰成功签下了拉夏贝尔集合店[vm]太平鸟、大嘴猴，这几个品牌的落位基本实现了商场地定位和档次；再加上一楼重点品牌好利来、苹果体验店、手表集合店、化妆品集合店的加盟，一楼招商基本成型。一楼招商的遗憾，首先肯德基签约比较晚，对观望品牌的招商没有起到很好的促进作用；二是屈臣氏，由于对方公司的决策前后不确定，以至于没有顺利引进，影响了一楼的品牌级次，虽然丹鸥美莎在经营实力和经营品牌、租金水平都符合要求，但在品牌影响力方面还是弱很；三是中国银行位置的空余，应该说这个位置是商场中最优越的位置，但是由于等靠中国银行，而其中途出现合作反弹，导致我们在整个一楼的规划、租金预测和资源储备方面出现了很大的危机；四是吉野家因为公司人员调整导致合作意向不明确，影响了招商进度的顺利进行，对于观望品牌的签约有很大的负面影响，二楼的招商是最坎坷的，目前的空铺数量也是最多的，主要是由于服装行业经营的不景气，应该说招商部在招聘人员方

面也是重点倾向服装类，招商部全体人员利用各种关系进行资源的收集以及全方位的洽谈，可以说大连区域内的服装商户基本都谈过；需要指出的是，由于布局规划和店铺面积过大对招商有一定影响。内衣集合店、运动集合店、皮草广场对招商达成率和招商进度有了保证，但是我们面对的也是同样的痛苦，那就是租金预算背了很多，从二楼我们可以总结出，业态比例规划中服装类比例即使放的已经很低，招商和租金达成也是最困难的，另外品牌级数也跟规划的差距很大，很多引进的品牌质量和运营能力也给后期的调整买下了隐患。

三楼前期招商非常困难，瓦市市场的童装优势资源集中，合作意向无法敲定，引进快乐星后的布局大调整，应该说是三楼招商工作的转折，两大次主力店分布项目南北，对于动线有很大的帮助，三楼满铺的招商结果还是比较不错的，虽然童装类的级别不是很理想，但是合同期可控，不再担忧三楼冷场的情况。需要提出的是汤姆熊的合作没有落下来，这是三楼乃至整个广场的遗憾，从另一个角度讲，娱乐类项目在购物中心的作用越来越明显，商户对城市和商场的考量上有了很严格的要求。

(3) 制度流程：根据以往项目的实操经验，结合以往项目，制定了部门制度流程，原则是保证营运工程中所有问题解决的时效性，去掉一些繁琐的程序，保证与公司内部、外部的处理口径要一致，综合各部门的意见和建议，形成报批版。

(4) 工程对接：商业规划期间以及商户进场前和进场后，与地产工程的对接尤为重要，由于前期的规划与实际招商进度及调整有很大的变化，在水、电、煤气、空调、消防存在各类问题，虽然在对接过程中发生很多矛盾和不配合，但是凭着一条宗旨——跟进催促，直到满足商业运营需求为止，基本上目前遗留的问题已经很少。

(5) 图纸评审：对各类图纸的评审，从营运角度提出意见和建议是一项非常重要的工作，虽然从某种角度讲，我们的专

业度不够，不能达到毫无遗漏或失误，但是也基本把事情解决在设计阶段，减少了各种浪费，保证公司的损失最小。

(6) 装修管理：装修管理是营运工作的重点，从招商部接到联络单后与商户建立联系开始，到交场、付尺、出图、审图、办理进场手续、施工监管、装修验收为止一些列的工作，需要营运人员的全部参与，关联着很多兄弟部门，这就要求每个人的业务水平和协调能力。以营运部一个全新的团队来说，做到目前这一点着实不易，付出了很多的辛苦，中间过程也出了很多纰漏和失误，但要从实践中总结经验，营运部在开业总结中要体现全面的系统的分析和检讨。

3. 问题与建议：

- 1、先确定目标，再全面招商
- 2、为客户订做全面解决方案
- 3、人员、媒体、大型主题活动立体化整合宣传推广策略
- 4、招商进度、质量、费用统一控制
- 5、构建的平台与政府形成互动

二：招商阶段、招商目标和时间安排

- 1、阶段划分
- 2、招商目标
- 3、时间安排

三：组织内部的建立（初步构思）

- 1、项目人员招聘

2、招商架构

3、招商机制 四：招商资料

1、招商手册和招商说明书

2、委托经营合同（代为管理），授权委托书

3、招商委托书

4、招商流程表

5、招商文案

五：招商方式、目标客户的确定

1、招商方式

2、目标客户

3、第三方招商网络平台的建立

4、招商的原则、注意事项、存在的问题 六：宣传策略

1、媒体宣传推广

七：招商费用预算及招商建议方案

1、招商费用

2、招商建议方案

八：招商政策建议方案 九：附件（附加内容）

一、招商策略

1、先确定目标，再全面招商

目标的确定分三步：第一，要达到的目标是什么；第二，围绕目标进行随后的一切工作；第三，目标是否得到了实现。

招商策划要有明确的目标和要求，才能保证招商策划收到预期的效果。

2、为客户订做全面解决方案

在这一策略的指导下，经过专业培训师培训的招商团队，根据实际情况灵活调整和实施租赁政策。例如，根据不同类型的客户提出的不同需求，为他们提出度身订做的解决方案。

3、人员、媒体、大型主题活动立体化整合宣传推广策略

在市场宣传推广方面，实行整合推广策略，为招商工作提供有力支持。一为媒体宣传，二为招商活动。

关键性招商活动如下：

4、招商进度、质量、费用统一控制 为把招商计划落实到实处，达到多快好省的目标。我们在招商进度、质量、费用上严格把关，统一控制。对招商费用进行精打细算，并采取以下措施对招商费用进行统一安排、科学分配。1)招商任务指标分解到人，成本分解到人。2)关键性招商费集中使用，避免零打碎敲。

3)重点保障优秀招商人才的工资待遇和奖励管理。4)重视大客户招商和关系招商，费用安排上予以倾斜。

5)经过精心策划的媒体宣传计划，实现精确、有效的传播，价值最大化。坚决避免宣传费用的乱用和浪费。

5、构建平台与政府形成互动

公关活动先行，如：举办全国性的论坛或座谈，邀请管、产媒介的权威人士。然后媒体报道紧随其后，造大声势形成一种轰动的效应。

二、招商阶段划分、招商目标和时间安排

1、阶段划分：招商筹备阶段、主力招商阶段、全面招商阶段、运营调整阶段四个阶段。

2、招商目标：根据客户的需要不断调整、优化的，原则上讲，招商工作不是招满了就结束了。

3、时间安排：

1) 2012年12月底，基本完成步招商的前期筹备阶段（例如对招商资料的准备、招商市场的分析等）

2) 2013年6月，确定目标主力招商对象，加以攻克。

3) 2013年12月底，在完成以上任务阶段之后开始进行全面招商，此阶段部不分主次。4) 2014年12月底，争取进入最后一个阶段运营调整。这个阶段是在其他三个阶段完成的 前提之下。

为具体化可执行，在时间安排上，此计划涉及的时间段为：2012年1月开始执行，截止到2014年。

三、组织内部的建立

3) 项目知识的培训，以使团队成员对项目有一个清楚的认识

2) 主动性，耐心和毅力

3) 在对外洽谈中，充分体现“灵活” 4) 加强对项目谈判的组织工作

2、招商架构

3、招商机制 1)、招商人员主要工作职责（初步建议）

(1) 招商一部主要负责重要客户的招商工作：1人

(5) 策划部暂定员两名，主要负责招商的策划、媒体计划的制定执行、招商文案的策划撰写和设计。一名策划，一名设计。（根据情况可增加）2)、招商机制的建立，是为了在招商团队中形成一种人性化的制度管理氛围，做到有章可依、奖罚分明，既讲究个人贡献、更注重团队精神，建立一系列的管理制度。（详细见附录人员薪酬及奖励方案-建议）

(1) 招商人员奖励政策的建立 (2) 招商人员处罚政策的建立

(3) 招商人员日常管理规范制度的建立

四、相关招商资料的准备

1、招商手册和招商说明书

2、委托经营合同（代为管理），授权委托书

3、招商委托书

4、招商流程图

5、招商文案

文本资料根据不同阶段、具体需求再行撰写！

五、招商方式、目标客户的确定

1、招商方式： 1)项目招商发布会 2)项目推介洽谈会

3)登门拜访（目标自荐）4)网络招商 5)电话联系 6)面对面沟通

2、目标客户划分：主要客户（会员客户）普通客户

两种客户的区别：（1）服务着眼点不一样：普通客户重在解决已经存在的问题，会员客户重在防患未然、未雨绸缪。（2）服务期限不一样：普通客户问题解决合作关系就结束，是一次性的。会员客户是日常关注、跟踪服务，是长期的。（3）要求不一样。会员客户除了和公司发生过愉快的业务合作关系外，还要求其本身执行力非常好，能不折不扣地执行我们的策划方案。执行力差的客户不能成为公司的会员客户。（4）优先度和待遇不同。与普通客户相比，会员客户可以随时进行决策咨询服务，环境策划布局和调理服务优先安排。（划分原则：投资大小、合作前景、合作关系）

2014年度 招商部工作总结

一、2014年工作进展与取得成效

根据**购物中心项目实际情况，2014年的工作主要划分为三个阶段。第一阶段：市场调研（*月-*月）。第二阶段：项目定位（*月-*月）。第三阶段：客户洽谈（*月-*月）。

（一）深入细致的市场调研，夯实**购物中心发展基石。

没有调查就没有发言权，在浩淼无边的商海竞争中，市场调研是项目成败的桥头堡。大数据时代，要求我们要用科学的思维与方法来审视问题，夯实*****购物中心项目发展基石。基于此，由部门负责人**带队，招商部全体人员积极参与，赶赴**及其周边各地区考察，并对区域内主力商家进行了专门访谈。重点对这些购物中心项目的运营现状、租金政策、品牌组合、消费客群进行了深入而细致的摸底。本着善取他山之石，精攻自家之玉的原则，此次市场调研工作，为**购

物中心项目定位、运作思路提供了详尽真实的基础资料和决策依据，是非常有价值、有意义的。

例如：商业调查数字分析汇总报告

1、**市场大区域环境

2、***项目情况

3、***项目情况汇总

4、***项目情况汇总（商业）

（二）独到精准的项目定位，谱写***商业大局。项目定位是**购物中心发展的核心与灵魂。****购物中心有别于其他任何一个商业项目，它依附于全球瞩目的**酒店建筑群，服务于庞大的高端旅游商务消费客群，是独一无二的。如何发挥**的特有优势，又能兼顾**的商业行情；既能引领并满足市场需求，又能规避和减少同质竞争；既能保证品牌质量，又能权衡租金收益，是招商部亟需攻坚的课题。经过十多次的项目研讨会，集思广益，反复斟酌，不断调整，精心论证，最终完成了以下报告：《****购物中心项目业态定位报告》，创造性的提出打造会员制购物中心的概念，预计引进超过100家来自世界各地的知名品牌，为顾客带来奢华、艺术与国际化的生活体验，如同亲赴巴黎、米兰、伦敦、纽约等时尚大都会。在业态选择上，涵盖世界级奢侈品店、精品超市、**商界领袖俱乐部、***酒吧街、**食街、**巨幕影院等。在功能配比中，顺应市场趋势，又别具一格。体验业态占据**%，高端餐饮**%，精品零售**%，顶级娱乐**%，名品专卖**%，配套服务**%，如图1。

图1 ****购物中心项目业态组合配比 《****购物中心项目运作思路》，全面理清了项目运作思路，明确了时间进度与关键节点，制定了“主力店先行，以大聚小，逐步攻克”的

招商策略。凝练了线上线下一体化运营思路（O2O模式占比40%）。《*****购物中心项目租金调整方案》，结合市场调研资料及与品牌商家沟通的实际情况，调整了*****购物中心项目租金方案、优惠政策。明确了招商洽谈的基准商务条件。与此同时，全面完善了**购物中心招商工具，统一了全体招商人员对项目的整体解读思路。

（三）卓有成效的项目招商，决胜商业标杆领地

1、招商团队全力以赴，超额完成全年指标 自2014年**月正式启动招商工作以来，招商部全体同事主动出击，从众多商家资源中大浪淘沙，筛选出适合项目的品牌客户，前往拜访客户100多次，吸引深圳、广州、上海等地30多批次客户前来实地考察*****购物中心项目。招商部在**个月的时间完成了总共***平方米、20多个品牌的意向签约；招商速度、品牌质量、租金收益均超过**当地的市场行情，完成了商业公司赋予的招商任务。下表1显示的2014年*****购物中心签约情况。

表1 *****购物中心签约比例统计

随着这些品牌竞相签约入驻，**购物中心项目招商取得突破性进展。在进驻品牌质量把控方面，招商部通过对18个业态的*****多个商家的梳理，经过多次深入的沟通洽谈，签订了进驻意向的商家***多户，在谈品牌商家***多户。（如下表3）

表3 招商部品牌商家洽谈成效一览表

（四）高效出色的招商团队，护航**购物中心项目发展 打造一支创新狼性的高效招商团队，为**购物中心项目保驾护航，也是2014年招商部门的工作重点之一。

自招商部组建以来，招商部始终保持在**个人。

注重招商人员专业能力与职业素养的提升，组织了20多次培

训，涵盖商业地产专业知识、招商技巧、客户沟通技巧、统一说辞、管理制度、工作心态等内容体系。

制定了灵活科学的招商队伍的激励与考核机制，包括招商日记制度、招商首问责任制度、业绩考核硬指标、业绩考核软指标等。

二、2014年存在问题及改进思路

（一）多措并举，进一步拓宽招商渠道

现阶段，**购物中心项目招商以拜访，邀约为主，招商渠道单一，在会议招商、网络招商、活动招商等方面做的不足；面向的招商对象基本是品牌商家，对政府、商会资源的统筹利用、挖掘不够，尤其是在国家馆的招商方面，应充分考虑国际商会的桥梁作用。

（二）主动沟通，进一步加强各部门之间协作

**购物中心项目招商是一个系统工程，任何一个环节的疏落都会导致招商效果不理想，部门之间的沟通与协作是解决工作难题，提高公司运转效率的重要途径，招商部应主动沟通，积极与兄弟部门协商解决，建立健全项目联席会议制度，形成整体合力，实现每个环节的有序衔接。

（三）精益求精，进一步提升招商团队战斗力

招商日常工作计划篇六

□6□20xx年调整计划的制定，是指导整个续签和调整的重要文件，如何应对经营不善的商户掉铺以及引进目标品牌，并且提升租金收益，是调整计划重点考虑的问题。

（7）倒排计划的重新梳理，重点工作的周期要科学合理，不

激进也不保守，结合公司整体规划特别是工程进度，为公司提供确定基本准确开业日提供依据。

(2) 营业外收入的执行及挖掘，在保证部门预算xx万完成的同时，不放弃任何一个产生效益的位置和机会。充分利用空余场地，挖掘广场内广告位资源。库房、广告位及内外广场的促销要与商户多沟通，既满足其经营需求，同时也增加了收入；利用公司的整体资源实现led屏的出租。

(13) 倒排计划的重新梳理，根据实际工作反馈，制定各项工作的合理周期，补充漏项。

(5) 财务部：在不违反财务制度的前提下，合理安排收款时间，尽可能的方便商户。

招商日常工作计划篇七

计划是管理的一项重要职能，任何组织中的各项管理活动都离不开计划。有关招商经理2018工作计划，欢迎大家一起来借鉴一下！

(一)

2018年注定是竞争空前的一年，招商部将本着公司利益结合项目实际情况一方面要广泛的收集客户资料，寻找上档次的主流品牌，明白客户的增店计划以及经营规划思路。另一方面就是要定期对其他及周边城市对手商场进行市场调查研究，明白对手市场的品牌布局情况，品牌的变动和销售情况，以及客流结构等信息。

一、计划今年的招商工作目标初步为以：

1、提升整体的业务水平

- 2、多学习，交流，探讨相关的招商知识及部门工作。
- 3、与同行业中人员多交流，探讨摸索，创新招商知识。
- 4、明白相关信息及时与领导及其他部门沟通，大家一起探讨，从而结合本部门实际工作进一步改进。
- 5、对济宁市去集中性商业进行有目的性市场调查
- 6、制定租金策略
- 9、加强招商专员的业务培训
- 10、与工程部对接物业条件的准确数据
- 11、配合销售部进行对商铺的营销工作
- 12、继续挖掘潜在或意向客户

二、尽可能多的增加预备客户资源

- 1、真诚礼貌的接待好上门的意向客户。
- 2、到其他及周边城市对手商场收集客户资源。
- 3、通过与客户间经常性的联络互动，及时明白行业的相关动态。

三、相关招商资料的准备

- 1、招商手册和招商说明书
- 2、委托经营合同(代为管理)，授权委托书
- 3、招商委托书

4、招商流程表

5、招商文案

四、招商方式

1、项目招商发布会

2、项目推介洽谈会

3、登门拜访(目标自荐)

4、网络招商

5、电话联系

6、面对面沟通

7、行业协会、政府机构

8、媒体招商

五、提升商场出租率，稳固商场现有的好品牌同时引进其他上档次的品牌

1、结合行业实际情况，更多的明白及引进家居市场上档次的主流品牌，尽可能稳定商场现有的好品牌，同时形成错位经营的稳定发展态势。

2、相关工作及时与领导及相关部门之间取得沟通，确保工作无误□ 20xx年招商部将全力以赴的去努力，去奋斗，去实现商场招租率在竞争中稳步提升发展。

商场招商经理2018工作计划(二)

一、招商方面：

(6) 2018年调整计划的制定，是指导整个续签和调整的重要文件，如何应对经营不善的商户掉铺以及引进目标品牌，并且提升租金收益，是调整计划重点考虑的问题。

(7) 倒排计划的重新梳理，重点工作的周期要科学合理，不激进也不保守，结合公司整体规划特别是工程进度，为公司提供确定基本准确开业日提供依据。

二、营运方面：

(2) 营业外收入的执行及挖掘，在保证部门预算80万完成的同时，不放弃任何一个产生效益的位置和机会。充分利用空余场地，挖掘广场内广告位资源。库房、广告位及内外广场的促销要与商户多沟通，既满足其经营需求，同时也增加了收入；利用公司的整体资源实现led屏的出租。

(13) 倒排计划的重新梳理，根据实际工作反馈，制定各项工作的合理周期，补充漏项。

三、其他部门的配合需求：

满足提出的如下需求：

(5) 财务部：在不违反财务制度的前提下，合理安排收款时间，尽可能的方便商户。

招商日常工作计划篇八

我们企业的计划有年度计划、季度计划、月计划、周计划这些计划明确了我们这个月要完成什么任务，这个季度要完成什么任务，以及当年要完成的任务。同样我们的工作也有这

样的计划，我们要明确这个月要完成什么任务。下面是豆花问答网小编整理的《招商副经理年终工作计划》，供您阅读，参考。希望对您能有所帮助！

一、负责本部的行政管理和日常事务

协助总经理搞好各部门之间的综合协调，落实公司规章制度，加强对各项工作的督促和检查，沟通内外联系，保证上情下达和下情上报，负责对会议文件决定的事项进行催办，查办和落实，加强对外联络，拓展公关业务，负责全公司组织系统及工作职责研讨和修订，负责公司车辆的管理。

二、人力资源管理与开发

1、组织架构的设计、岗位描述、人力规划编制、考勤管理的工作。

2、招聘使用

提供工作分析的有关资料，使部门人力资源计划与组织的战略协调一致，对申请人进行面试作最终录用和委派决定，对提升、调迁、奖惩和辞退作出决定，职务分析和工作分析的编写，制定人力资源计划，通过这些使企业内部“人、事相宜”即采用科学的方法，按照工作岗位要求，将员工安排到合适的岗位，来实现人力资源合理配制。

3、工作报酬

制定合理的薪酬福利制度，按劳付酬，论功行赏，通过报酬、保险和福利等手段对员工的工作成果给予肯定和保障。其次，促使员工提高士气和生产效率的各种激励策略也是对员工工作绩效的一种有效报偿。

4、培训开发

现在的市场无疑应是产品质量的竞争，说到底是人才的竞争，是一个企业整体素质的竞争。一个产品质量的好坏，也是一个企业所有岗位技能的集中体现，所以应把全员培训作为企业立业之本，追求全员卓越，以人为本的管理方式。

提供培训开发需求和待培训者名单，制定并实施培训开发计划：主要指职业技能培训和职业品质的培训，为员工发展提供咨询，规范在职培训开发的指导，通过培训开发来“提高员工能力”和“发挥员工能力”以此改进员工的行为方式，达到期望的标准。

5、人员考核

主要负责工作考核，满意度调查，研究工作绩效考核系统和满意度评价系统，制定纪律奖惩制度，以工作职责来制定绩效考核标准，通过这些活动可以公平的決定员工的地位和待遇，可以促进人力资源开发和合理利用，并且提高和维持企业的经营的高效率。

运用刚柔并济的管理模式，制定一套符合企业自身的管理制度，运用权利和组织系统，强行进行指挥、控制、命令、硬性管理来达到目的。

四、负责总务管理

没有后勤的保障，就保证不了生产稳定正常的进行。首先要制定相关制度；，加强对宿舍、食堂、水电、办公用品、零星修缮、部分固定资产、卫生、环境的管理。

五、安全保卫

加强对人员进出、公务访客、车辆物品出入、消防安全、防盗防灾、职业安全防护等的管理，同时对员工进行安全教育，贯彻“安全第一”“预防为主”的指导思想，创造一个安宁

祥和的工作、生活环境，保证公司员工的生命财产安全。

六、强调企业精神，创建公司的企业文化

企业文化不但能反映出企业生产经营活动中的战略目标，群体意识价值观念和道德规范，还能凝集企业员工的归属感、积极性和创造性，引导企业员工为企业和社会的发展而努力，同时企业文化还具有两种约束力，一种是硬的约束力、制度，一种是软的约束力、无形的，就是活跃企业的文化生活，良好的生活环境和业余文化生活。

七、塑造企业形象

1、企业精神形象，它对于员工有强大的凝聚力，感召力，引导力和约束力，能增加员工对企业的信任感，自豪感和荣誉感。

2、企业环境形象

因为创造良好的企业环境，是企业生产经营活动顺利进行的前提和基础，而充分认识企业环境的特征又是创造良好企业环境的基础。

3、企业员工形象

制定《员工日常行为规范》，因为良好的员工素质和形象，是企业形象的重要构成要素。员工的仪表装束、言谈举止、工作能力、科学文化水平、精神风貌、工作效率等都会给社会公众一个整体印象。

总而言之，行政部工作的最终目标就是确保公司的正常运作及生产，稳步，正常的进行，为企业创造经济效益。

一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作。

作为一名销售经理，自己的岗位职责是：

- 1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；
- 2、努力完成销售管理办法中的各项要求；
- 3、负责严格执行产品的出库手续；
- 4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；
- 5、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度；
- 6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；
- 7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量销售经理工作好坏的标准，自己始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其它销售经理勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己能积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过实践证明作为销售经理技能和业绩至关重要，是检验销售经理工作得失的标准。今年由于举办奥运会四个月限产的影响，加之自己对市场的瞬息万变应对办法不多而导致业绩欠佳。

二、明确客户需求，主动积极，力求保质保量按时供货。

工作中自己时刻明白销售经理必须有明确的目地，一方面积极了解客户的意图及需要达到的标准、要求，力争及早准备，在客户要求的期限内供货，另一方面要积极和客户沟通及时

了解客户还款能力，考虑并补充完善。

三、正确对待客户投诉并及时、妥善解决。

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以销售经理应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照公讣制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

四、认真学习我厂产品及相关产品知识，依据客户需求确定代理的产品品种。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对公司生产的涂料产品的用途、性能、参数基本能做到有问能答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、价格和施工要求。

五、涂料产品市场分析

涂料产品销售区域大、故市场潜力巨大。现就涂料销售的市场分析如下：

(一) 市场需求分析

涂料应用虽然市场潜力巨大，但北京区域多数涂料厂竞争已到白热化地步，再加之奥运会过后会有段因奥运抢建项目在新一年形成空白，再加上有些涂料销售已直接威胁到我们已占的市场份额，虽然我们有良好的信誉和优良品质，但在价格和销售手段上不占优势，销售任务的加30%，销售经理的日子并不好过；可是我们也要看到今年取得三合一认证，为明年

打拼多了份保障，如果上三版市场，资金得到充分的支持，还是有希望取得好销售业绩的，关键是公司给销售经理更大更有力的支持和鼓舞。

(二) 竞争对手及价格分析

这几年通过自己对涂料市场的了解，涂料生产厂家有二类：一类进口和合资品牌如杜邦、上海开林、上海国际、海虹等，此类企业有较强实力，同时销售价格下调，有的销售价格同我公司基本相同，所以已形成规模销售；另一类是和我公司生产产品相等，此类企业销售价格较低。

六、__年销售经理工作设想

(一) 依据__年区域销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在钢构厂供货渠道上，一是主要做好原有的钢构厂供货工作，挑选几个用量较大且经济条件好的做为重点；二是发展好新的大客户，三是在某些区域采用代理的形式，让利给代理商以展开销售工作。

(二) __年首先要积极追要往年的欠款，并想办法将欠款及时收回，及时向领导汇报，取得公司的支持。

(三) __年自己计划更加积极搜集市场信息并及时联系，力争参加招标形成规模销售。

(四) 为积极配合代理销售，自己计划在确定产品品种后努力学习代理产品知识及性能、用途，以利代理产品迅速走入市场并形成销售。

(五) 自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质。

(六) 为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。

七、对销售管理办法的几点建议

(一) __年销售管理办法应条款明确、言简意赅，明确业务员的区域、任务、费用、考核、奖励，对模棱两可的条款予以删除，年底对销售经理考核后按办法如数兑现。

(二) __年应在公司、销售经理共同协商并感到满意的前提下认真修订规范统一的销售管理办法，使其适应范围广且因地制宜，每年根据市场变化只需调整出厂价格。

(三) __年应在情况允许的前提下对销售经理松散管理，解除固定八小时工作制，采用定期汇报总结的形式，销售经理每周到公司1-2天办理事务，如出差应向领导汇报目的地及返回时间，在接领导通知后按时到公司，以便让销售经理有充足的时间进行销售策划。

(四) 考虑销售经理实际情况合理让销售经理负担运费，小包装费，资金占用费，减免补偿因公司产品质量等原因销售经理产生的费用和损失。

(五) 由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，__年领导应认真考察并综合市场行情销售经理的信息反馈，上下浮动并制定出合乎公司行情、市场行情的公司出厂价格，以激发销售经理的销售热情。

在过去的一年，我们公司的业绩因为全球金融危机的影响，没有出现很大的增长，不过暂时金融危机对我们公司的影响也不是很大，不过我们一定要警惕，金融危机下，没有哪一个公司是安全的，说不定今天好好的公司明天就倒闭了，所以我们一定要警惕，警惕金融危机对我们的影响。

在以后的岁月里，我的工作一定会越来越努力的，尽量不会出现任何的差错，这对我是必须要要求的，我对自己的要求是最严格的，一定要做到为公司的事业尽出自己的努力！

一、安全管理

- 1、设备设施安全管理工作必须坚持“安全第一,预防为主”的方针;必须坚持设备维修保养过程的系统管理方式;必须坚持不断更新改造;提新安全技术水平,能及时有效地消除设备运行过程中的不安全因素,确保重大事故零发生。
- 2、明确安全操作责任,形成完善的安全维修管理制度。
- 3、严格执行操作安全规程,实现安全管理规范化、制度化。
- 4、加强外来装饰公司安全监管,严格装饰单位安全准入条件。

二、工作计划

- 1、加强维修部的服务意识。目前在服务上,工程部需进一步提高服务水平,特别是在方式和质量上,更需进一步提高。本部门将定期的开展服务对象、文明礼貌、多能技术的培训,提高部门人员的服务质量和工作效率。
- 2、完善制度,明确责任,保障部门良性运作。为发挥工程部作为物业和业主之间发展的良好沟心的纽带作用,针对服务的形态,完善和改进工作制度,从而更适合目前工作的开展;从设备管理和人员安排制度,真正实现工作有章可循,制度规范工作。通过落实制度,明确责任,保证了部门工作的良性开展。
- 3、加强设备的监管、加强成本意识。工程部负责所有住宅区的设施设备的维护管理,直接关系到物业成本的控制。熟悉设备运行、性能,保证设备的正常运行,按照规范操作时实监

管的重力区，工程部将按照相关工作的需要进行落实，做到有设备，有维护，出成效；并将设施设备维护侧重点规划到具体个人。

4、开展培训，强化学习，提高技能水平。就目前工程部服务的范围，还比较有限，特别是局限于自身知识的结构，为进一步提高工作技能，适当开展理论学习，取长补短，提高整体队伍的服务水平。

5、针对设施设备维护保养的特点，拟定相应的维护保养计划，将工作流程分细化。

三、做好能源控制管理

1、提高所有员工的节能意识

2、制定必要的规章制度

3、采取必要的技术措施，比如将办公用电和大门岗用电分离除原来路灯和电梯用电(它们收费标准不一样)，进行地下停车场的照明设施设备的改造，将停车场能耗降到最低；将楼道的灯改造为节能型灯具；将楼道内的照明控制开关改造为触摸延时开关。

4、在设备运行和维修成本上进行内部考核控制，避免和减少不必要的浪费。

5、直接找厂家订购设备配件，统一购买备品备件，按设备保养周期进行保养。以便及时更换，确保设备发挥节能作用，减少维修成本。

四、预防性维修

1、预防性维修：所有设施设备均制定维护保养和检修计划，

按照设备保养周期既定的时间、项目和流程实施预防性检修。

2、日常报修处理：设施、设备的日常使用过程中发现的故障以报修单的形式采取维修措施。

3、日常巡查：工程部各值班人员在当班时对责任范围内的设备、设施进行一至两次的巡查，发现故障和异常及时处理。

五、健全设备、设施档案，做好维修工作检查记录。

为保证设备、实施原始资料的完整性和连续性，在现有基础上进一步完善部门档案管理，建立设备台账。对于新接管的威尼斯小区，由于房产公司配套设施安装滞后的原因，做好设施设备资料的收集跟进工作。

六、设施设备维保工作

1、严格执行定期巡视检查制度，发现问题及时处理，每日巡检不少于1次。

2、根据季节不同安排定期检查，特别是汛期，加强巡视检查力度确保安全。

3、根据实际需要，对各小区铁艺护栏，铁门和路灯杆除锈刷漆。

4、根据实际需要，对各小区道路，花台，墙面进行翻新处理。

我们工程部将通过开展以上工作，展现我们公司的服务形象，为业主提供更为优质贴心的服务，为我们物业公司今后的发展创造更好的条件。

计划是管理的一项重要职能，任何组织中的各项管理活动都离不开计划。有关招商经理2018工作计划，欢迎大家一起来借鉴一下！

（一）2018年注定是竞争空前的一年，招商部将本着公司利益结合项目实际情况一方面要广泛的收集客户资料，寻找上档次的主流品牌，明白客户的增店计划以及经营规划思路。另一方面就是要定期对其他及周边城市对手商场进行市场调查研究，明白对手市场的品牌布局情况，品牌的变动和销售情况，以及客流结构等信息。

一、计划今年的招商工作目标初步为以：

- 1、提升整体的业务水平
- 2、多学习，交流，探讨相关的招商知识及部门工作。
- 3、与同行业中人员多交流，探讨摸索，创新招商知识。
- 4、明白相关信息及时与领导及其他部门沟通，大家一起探讨，从而结合本部门实际工作进一步改进。
- 5、对济宁市去集中性商业进行有目的性市场调查
- 9、加强招商专员的业务培训
- 10、与工程部对接物业条件的准确数据
- 11、配合销售部进行对商铺的营销工作
- 12、继续挖掘潜在或意向客户

二、尽可能多的增加预备客户资源

- 1、真诚礼貌的接待好上门的意向客户。
- 2、到其他及周边城市对手商场收集客户资源。
- 3、通过与客户间经常性的联络互动，及时明白行业的相关动

态。

三、相关招商资料的准备

- 1、招商手册和招商说明书
- 2、委托经营合同(代为管理)，授权委托书
- 3、招商委托书
- 4、招商流程表
- 5、招商文案

四、招商方式

- 1、项目招商发布会
- 2、项目推介洽谈会
- 3、登门拜访(目标自荐)
- 4、网络招商
- 5、电话联系
- 6、面对面沟通
- 7、行业协会、政府机构
- 8、媒体招商

五、提升商场出租率，稳固商场现有的好品牌同时引进其他上档次的品牌

1、结合行业实际情况，更多的明白及引进家居市场上档次的主流品牌，尽可能稳定商场现有的好品牌，同时形成错位经营的稳定发展态势。

2、相关工作及时与领导及相关部门之间取得沟通，确保工作无误。

20xx年招商部将全力以赴的去努力，去奋斗，去实现商场招租率在竞争中稳步提升发展。

商场招商经理2018工作计划(二)

一、招商方面：

(6)2018年调整计划的制定，是指导整个续签和调整的重要文件，如何应对经营不善的商户掉铺以及引进目标品牌，并且提升租金收益，是调整计划重点考虑的问题。

(7)倒排计划的重新梳理，重点工作的周期要科学合理，不激进也不保守，结合公司整体规划特别是工程进度，为公司提供确定基本准确开业日提供依据。

二、营运方面：

(2)营业外收入的执行及挖掘，在保证部门预算80万完成的同时，不放弃任何一个产生效益的位置和机会。充分利用空余场地，挖掘广场内广告位资源。库房、广告位及内外广场的促销要与商户多沟通，既满足其经营需求，同时也增加了收入；利用公司的整体资源实现led屏的出租。

(13)倒排计划的重新梳理，根据实际工作反馈，制定各项工作的合理周期，补充漏项。

三、其他部门的配合需求：

满足提出的如下需求：

(5)财务部：在不违反财务制度的前提下，合理安排收款时间，尽可能的方便商户。

招商副经理岗位职责

招商工作计划

招商工作计划

招商年度工作计划

招商工作计划