

2023年关卡策划工作计划和目标(优质5篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理工具。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

关卡策划工作计划和目标篇一

尊敬的董事长和各位亲爱的同事、员工朋友们：

下午好！

今天召开20xx年首季度工作总结与二季度动员大会，也是xx国际酒店试业以来的首次大会，首先感谢在座的各位：风雨同路一起历经筹建筹备，顺利进入全面试业的今天。

酒店20xx年首季度在董事长的领导下和各部门的辛勤劳动、相互协作下历经了中餐、娱乐、客房、西餐的试业，历经了工地环境向营业环境的转变、员工饭堂搬迁、办公室、员工宿舍的调整，经营环境和员工福利得到了进一步改善，特别是中餐的营业是整个酒店的里程碑、不仅实现了董事长对外界作出春节前营业的诺言，也为整个酒店试业奠定了基础，通过中餐、娱乐带来的人流和营业效应、逐步提高了酒店的知名度和员工士气，也提高了我们的经营信心，特别是3月份中餐超额完成了董事会下达的任务，在此让我们全体员工报以热烈的掌声祝贺。

（一）筹建、筹备工作由董事长作表彰，总办仅总结试营业状况，通过营业部门的相继试业，虽然比较顺利、但总体来说该旺的还没旺（比如娱乐）、该平稳前进的还没前进（比如客房、西餐），通过客人来检验我们的标准、酒店收到很多反馈意见，主要表现在以下几点：

1、酒店意识不强，感觉不到一个星级酒店的档次与氛围：酒店行业的文化核心是“礼仪”（礼貌、态度、仪容仪表、行为举止的简称），从一个员工准备上班（洗漱、面容、着装）、到迎接客人（笑容、标准动作、迎接距离、语气）、到为客人服务（速度、表情、语言习惯）、下班业余表现都体现在礼仪上。目前除娱乐的鞠躬礼值得我们其它部门学习外，各部门还需要认真参考《饭店行业礼仪标准》强化训练，酒店档次的体现将有一大半取决于“礼仪”的升华程度。

2、专业技能欠佳，不能提供有效的服务和优雅的环境：工作效率高低取决于专业技能的熟练程度，大部分工作岗位人员缺少对相关信息的收集、整理、记忆，如：菜式品种、价格、消费项目、相关政策等；缺少对各种作业工具练习，如：电脑系统的操作（点单、结算、预订经常找不到想要的东西）；缺少对运作流程的反复实践，经常做了这样忘了那样、工作速度非常慢；缺少自我学习完善的心态，因为培训无法一个个单独进行，新来的或没做过基层工作的直接做更高一个职位导致无从下手、出错不断。

3、互动能力欠佳，导致衔接不顺畅，影响客人满意：一个岗位只知道简单的本岗位知识，遇到一些小问题要这人帮忙、那人协助，拖延了时间。互相配合不足，一人做着一人看着的现象还时有发生。

4、营销意识还很淡薄，客人进店和消费的过程中没有得到重视：营业人员与管理者尚不愿接近顾客、甚至是客人要求也不去。

（二）在酒店自身管理方面也存在较多问题：

1、对部门组织结构的调整，认识不够：总认为少人、而不愿去尝试整合，也不愿花心思好好规划每个岗位的工作线路和量化比例。

2、执行的理解和速度：凡事要三令五申才能做到位，如标识化工作、能源节约控制表制作、电脑系统的投入使用、卫生跟进等。

3、管理者的自我约束和感染力：对歪风邪气的控制打压力度需要以身作则，对接触到的消极思想行为要有自我消化调节的能力，不要再允许扩散，这些主要体现在带头对公司提条件、找不满等方面。

（三）酒店管理是一个持续完善的过程，我想针对前期的不足和第二季度工作计划作以下10点布署：

2、全面推行自主营销，扩大营销范围和项目：响应董事长的全员销售政策、本月11号星期天开展《会员开发与客户数据库运用》培训、西餐、日本料理制作好精品小册子(以利于市民全面了解出品特色和服务)、拍摄酒店宣传片和效果图、营业部门做好第二季度五一劳动节、母亲节、儿童节的促销措施，特别是端午节值得好好策划(去年“一品”端午粽卖到断货)。加强专业营销队伍的营销力度、多渠道开拓会议及各种团体客源、连接网络中央预订系统gds全球预订中心和销售代理的发展签约。

3、做好酒店基础培训学习工作：滚动式持续开展各项培训活动、建立各级员工学习卡和培训档案、提升各项工作技能。

4、细化管理，落实监督体系：利用部门职能监督部门(如保安部对各部门的纪律性指标监督、财务部对成本指标的监督等)，制定各项工作指标、逐步推行量化绩效考核体系。

5、落实节约成本措施：做好夏季能源控制和宣导。

6、多元化建立编内、编外人力资源招聘引入渠道：积极参与招聘会、校企合作、广布网络等。

7、落实安全责任制：履行每日安全复查和重点区域三级检查制度(即自部门例查、保安部复查、总办抽查)。

8、做好沐足、桑拿、日本料理的开业前各项准备工作。

9、各部门仔细跟进工程，在工程队尚未完全验收之前完善工程不足，避免后期增加酒店工程部的工作难度。

10、努力克服各种困难，支持董事会营业滚动式投入环境改造和硬件投入。

酒店在开发区拥有配套齐备、规模档次最高的独有优势，只要我们有信心、互相配合，各部门负责人尽职尽责，带好自已的团队，勇于挑战，与总办、董事会团结在一条线上，我相信一定能达成目标，实现酒店的价值观和个人理想。

谢谢大家，总办工作报告到此结束，谢谢！

关卡策划工作计划和目标篇二

今年企划的主要工作思路围绕：有节过节，重大节假日：安排内外场的商家展销活动，热场旺场，创造经济效益；无节造节，保持高度的市场敏感性，以展会经济培养客户定势消费习惯，主动出击，联动各项社会资源，开展一系列造节活动，制造人气效益。(购物节，房展节，婚庆节，车展，饮料节，啤酒节，周年庆，化妆品节……)两大主题展开。

(一)、202*年全年大型活动主要包括：(略)

企划工作的目的第一是销售，第二是销售，第三还是销售。企划工作必须通过把握市场讯息，掌握市场焦点，充分利用政府资源，社会活动资源，媒体资源，带动各种展会经济，组织公益推广，拉动人气。企划设定xxxx广场自我定位不仅仅是简单的购物中心，消费场所，更多的是要扮演一个社会角色，成为一座

城市的文化活动中心,成为市民日常生活中必不可少的百姓大广场,成为社会各界人士的信息交流平台。

经过09年的一系列大型促销活动,为广场聚集人气、营造商业气氛、扩大万达广场在xxxx的品牌知名度起到了很大的作用,真正作到了商场前期运营的稳场、旺场的目的。在09年举办的活动所创下的影响力的基础上,延续以文化为主题的营销方法,202*年活动的侧重在两个方面:1。活动以精品为标准,即举办的每个活动都力求成为精品,因为经过09年的系列活动,为广场凝聚了很高的人气和知名度,而09年广场所欠缺的是具有较强影响力和较高美誉度的大型系列活动;2。09年的活动,大部分的活动是自行举办完成,虽然基本上都取得了不错的效果,但就客观的角度来看,一个活动由单一组织来完成,所具备的人力、物力及财力都有限,没有达到整合营销的运作效果,202*年企划部工作的重点之一就是有效调动了各主力店、商家的主动性,整合了主力店、商家的各种资源,达到了与广场内各商家优良互动的效果,充分调动广场自身主力店、商户所具备的潜在资源。

(二)、媒体推广

媒体投放主要以配合阶段的活动和广场促销为主,以电台广告、自有网络平台为重点,选择2家重点报纸(xxxx晚报和东南商报)进行活动与促销宣传。

(1)电台广告:广播在xxxx地区是发展较迅速的媒体,其低价优势,随着栏目发展的成熟,演变成为一个传播信息的优良载体。所以阶段性选择一个电台广播媒体配合,与电视和报纸媒体形成长线的呼应。主要选择:《经济娱乐频道》、《交通之声频道》。

(2)报纸广告:报纸媒体主要以活动告知、促销信息为主,以彩色半版、整版及专刊的形式主打xxxx当地主流报纸[xxxx晚报]、《东南商报》和《现代金报》。

(三)、广场内外气氛包装

202*年的气氛布置仍然延续“无限欢乐、情系万达”主题思想,在不同的季节通过颜色、图案、造型和材质等进行的诠释与演绎。

春季气氛包装:

1、今年是万达的品质年,如同追求精品活动的一样,场内的气氛布置也追求一种较高的品质与品味。春季这一季的气氛包装,主要集中在金座大厅的装饰上。以彩蝶飞舞,春意盎然为主题,采用亚克力加透明写真的雕刻蝴蝶、手编吊篮加花艺等手法来演绎一个春意浓浓的万达金座春天。

2、今年广场又举办了第二节风筝艺术节,虽然今年的全场里没有像去年一样布满了多姿多彩的精品风筝,但是,风筝节举办时不可或缺的主角——风筝,在整个场子里的布置仍然占据了大部分。今年风筝节的气氛包装,除了基本的风筝外,还兼具了“世博”这个主题,符合举国上下共同期盼08世博会举办的大气候,体现了广场与时俱进。另考虑到气氛包装的成本控制问题,整个气氛布置可以延续到世博会举办的8月份,可谓一举两得。

夏季气氛包装:

1、202*年是世博年,夏季气氛包装延续了风筝节期间的世博气氛包装,上已经提及,在此不赘述。

2、夏季气氛包装的另一个重点,将集中于长期以来的人气不佳的运动区。为了弥补这一点,在运动区设计了一个系列具有动感的运动人物造型。争取以吸引人群眼球的装饰来吸引广场的客流更多光顾这一区域,促进这一区域的销售。

冬季气氛包装:

以圣诞为主题,渲染整场的节日氛围。一共7个项目:金座、银座、一号门、二号门、三号门、一号门口圣诞树、内饰圣诞树,分别由三家竞标而得,整体圣诞节的美陈设计基调是紫色。

深度挖掘了政府资源,有效利用展会经济为提升广场业绩做出了诸多贡献。

关卡策划工作计划和目标篇三

2. 招新目的

3. 招生细节

(一) 招新对象

(二) 招新要求

(三) 招新形式

(四) 招新人数

(五) 招新时间及地点

4. 招新流程

(一) 前期宣传

(二) 报名面试阶段

5. 经费预算

附录一 校自律会20xx招新人员安排表 附录二 面试问题

附录三 招新评分标准

附录四 突发情况处理办法

附录五 招新排号表

关卡策划工作计划和目标篇四

全市二级以上建筑业企业、系统各单位、机关各科室：今年以来，全市建筑业紧紧围绕“做大做强建筑产业、服从服务全市城乡建设大局”的核心目标，不断加快产业结构调整步伐，努力开拓国内外建筑市场，坚定不移地实施“外出兴业和科教兴业”发展战略，持续整顿规范建筑市场秩序，取得了显著成绩。为总结经验，查找不足，认真谋划好明年的建筑业工作，现将20xx年工作总结及20xx年工作计划上报事宜通知如下：

各单位在撰写总结材料时要实事求是，注重实绩，做到条理清晰，简洁充实，重点突出，尽量用实例说话、用数字说话，字数限制在20xx字以内。

路和具体计划等。

（二）机关各科室要重点围绕以下几个方面撰写：1、全年工作目标完成情况（包括承担的局重点工作任务完成情况、科室职责履行情况等）；2、创新举措及亮点工作（包括制度建设、管理方式、服务方式方面的创新及获得的荣誉等）；3、存在的问题和原因分析；4、明年的工作目标、思路和具体计划等。

各单位全年工作总结及明年工作计划请于20xx年x月20前报送到局信息调研室。

各单位的全年工作总结及明年工作计划由主要负责人亲自审核签字，用两种方式进行报送：一是报送一份加盖单位公章的纸质文档；二是报送一份用word制作的电子文档，电子文

档报送至tengzhoujzy@[]逾期未报送的，要由单位主要负责人说明情况。

联系人：

联系电话：

关卡策划工作计划和目标篇五

值此社团巡礼活动开始之际，我们公共关系协会积极抓住本次不可多得的机会。作为社团巡礼活动，我们积极准备，做了充分的准备，不仅要为公共关系协会树立品牌，而且要在全体会员中树立我们全心全意为我们会员服务的形象。

“ 内强素质，外树形象，展现魅力，铸造辉煌。

” 充分展现当代大学生的形象和礼仪，素质与品格，为我校大学生树立标杆。

我们将继续继承公共关系协会的优良传统与理念，希望能在同学心中树立一种礼仪的观念，能达到震撼他们感官的效果，以一系列的招募过程与一台视觉盛宴让他们主动地去关心和了解关于公关礼仪的有关信息，而不是被动的灌输一些他们不感兴趣也认为很枯燥的东西，我们相信活动将掀起一股“公关礼仪风”！

本次活动以擂台赛的形式依次决出周冠军、月冠军及年度总冠军。

周冠军评选：分为自我介绍、才艺表演、情景对话及公关创意设计四个环节。自我介绍时间为一分钟，体现了主办方试图初步考查选手综合素质的目的。情景对话，针对“现场应变能力”这个话题让选手自主选择讲述了各自的观点。才艺表演，形式多种多样，舞蹈、唱歌、即兴演讲等充分表现了

选手们风采。公关创意设计主要要求选手向主持人推销预先设计的物品并且使其在最短的时间内接受自己的物品。

第一关：自我介绍及参赛宣言

1分钟自我介绍:在短短的一分钟内把自己推销出去，介绍自己并把自己的优点和特长展示给大家。这一环节主要考察选手的表达能力，对主题的把握程度以及是否能在短时间内和他人良好的沟通等。

形象展示:在复赛前给了选手们充足的时间准备，这一环节包括：选手的精神面貌、台风、肢体语言等等。

在这一环节不仅要求选手可以全面，有个性，能较全面的描述自己。要求健康向上，有独特的风格，有创意，展现自己的精神风貌及对公关的独到见解，同时，个人的参赛感言必须紧扣公关主题，内容积极健康，展现当代大学生的精神风貌。

第二关：才艺展示

参赛选手按编号登场，进行才艺表演（自备）。要求健康向上，有独特的风格，有创意，展现自己的精神风貌及对公关的独到见解。同时，在这一环节必须能够有稳定的台风和强烈的现场氛围，充分和现场观众进行互动。

第三关：紧急应变

未被淘汰的选手就现场的氛围进行即时演讲，在这一环节主要考察选手的随机应变能力。

第四关：公关创意设计

选手现场抽取题目，五分钟准备后（其间由嘉宾表演节目）

向主持人推销其抽中题目的物品，在短时间内随机应变，以多种方式展示物品的功能和价值等并说服主持人购买其物品。这一环节主要考察选手的口才，反应能力以及对顾客心理的揣摩等。

月冠军评选：分为先声夺人、知识问答、合作比拼、才艺表演、二强争霸等环节。在这次评选中，主要考察选手的竞争意识和合作意识。

第一关：先声夺人

选手逐一以统一的面具形象（遮住脸）进行自我介绍（自由发挥, 展现个人特色、喜好），以自己的声音作为开场白。

作为决赛第一个环节, 开局要新颖特别, 吸引全场注意, 因此选手在这一环节只能通过声音来打动观众, 想在众人中脱颖而出就必须标新立异, 设计出与众不同的自我介绍, 以独特的声音和口才在短时间内吸引在场的观众。

第二关：知识问答

选手必须回答3道客观题和1道主观反应题。3道客观题包括生活、科普、文学、历史等综合知识，主观题是情景反应。

第三关：合作比拼

以安徽师范大学的历史、现状等相关内容为主题，选手事先以二人以上为一组进行分组编排，由专人辅导训练之后进行表演，通过歌舞、相声、小品、话剧等多种舞台表演方式，传达学校对学生成长和成材的关心，展现选手的团体合作能力。

第四关：才艺表演

选手自行选定形式展示自己表演方面特长。用以展现选手除口才外的其他方面的个人风采。

第五关：二强争霸

选出的二强进行最后冲刺，各回答一道主观题，内容是评价各个对手的优点和缺点，自己的长处与不足等，在抬高别人的同时，又要巧妙地令自己不被贬低，争取在观众与评委中的分数。

年度总冠军评选：分为先声夺人、知识问答、合作比拼、才艺表演、人气急升、二强争霸、颁奖仪式。在本次评选中，选手主要来自全年的月冠军，可以说全部是有过人之处“精英”，因此，本次评选必定盛况空前，所以我们必须对选手进行各方面的综合考察。

第一关：先声夺人

选手逐一以统一的面具形象（遮住脸）进行自我介绍（自由发挥，展现个人特色、喜好），以自己的声音作为开场白。

作为决赛第一个环节，开局要新颖特别，吸引全场注意，因此选手在这一环节只能通过声音来打动观众，想在众人中脱颖而出就必须标新立异，设计出与众不同的自我介绍，以独特的声音和口才在短时间内吸引在场的观众。

第二关：知识问答

选手必须回答3道客观题和1道主观反应题。3道客观题包括生活、科普、文学、历史等综合知识，主观题是情景反应。

第三关：合作比拼

以安徽师范大学的历史、现状等相关内容为主题，选手事先

以二人以上为一组进行分组编排，由专人辅导训练之后进行表演，通过歌舞、相声、小品、话剧等多种舞台表演方式，传达学校对学生成长和成材的关心，展现选手的团体合作能力。

第四关：才艺表演

选手自行选定形式展示自己表演方面特长。用以展现选手除口才外的其他方面的个人风采。

第五关：人气急升

在前台准备几个记分卡用以现场观众为自己喜欢的选手进行投票，最后得票最多的选手将获得最佳人气奖。这一环节主要是和观众形成互动，吸引全场观众参加。

第六关：二强争霸

选出的二强进行最后冲刺，各回答一道主观题，内容是评价各个对手的优点和缺点，自己的长处与不足等，在抬高别人的同时，又要巧妙地令自己不被贬低，争取在观众与评委中的分数。

第七关：颁奖仪式

主要由社团指导老师及学院领导为本次比赛的冠军、亚军、季军进行颁奖。主要用与激励同学们的积极性。

大赛每一关结束由评委按照评分细则给选手评分。

评分细则，满分10分。

1、印象分（1分）：

舞台形象：包括礼仪、走姿、站姿优美、富有亲和力、气质

幽雅，动作大方，表达自然。

2、语言表达（3分）

（1）口齿伶俐、吐字清晰、表达清楚、语言流利

（2）普通话标准

（3）语言具有感染力，感情表达恰如其分

3、现场表现（3分）

（2）应变能力：包括临场发挥，考虑问题的时间及情景搭配时的现场表现

4、特长才艺展示（1分）

5、整体效果好（0、5分）

6、具有一定的创新能力（1、5分）

本次活动为公共关系协会树立品牌、塑造良好社团文化的关键步骤，同时也可以为社会学院学生工作增添光彩，相信在团委及相关指导老师的大力帮助下，在公共关系协会全体会员的一致努力下，在全体同学的希望中取得圆满成功。