

# 筹备期招商工作计划(通用10篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？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。

## 筹备期招商工作计划篇一

作为一家新开酒店，前期筹备工作千头万绪，客房部管理的区域广，面积大，稍有不周，将对开业后的管理产生较大的影响。

### (一)确定客房部的管辖区域及责任范围

客房部经理到岗后，首先要熟悉饭店的平面布局，最好能实地察看。然后根据实际情况，确定客房部的管辖区域及客房部的主要责任范围，以书面的形式将具体的建议和设想呈报总经理。饭店最高管理层将召集有关部门对此进行讨论并做出决定。在进行区域及责任划分时，客房部管理人员应从大局出发，要有良好的服务意识。按专业化的分工要求，饭店的清洁工作最好归口管理。这有利于标准的统一、效率的提高、设备投入的减少、设备的维护和保养及人员的管理。职责的划分要明确，最好以书面的形式加以确定。

### (二)设计客房部组织机构

要科学、合理地设计组织机构，客房部经理要综合考虑各种相关因素，如：饭店的规模、档次、建筑布局、设施设备、市场定位、经营方针和管理目标等。

### (三)制定物品采购清单

1. 本饭店的建筑特点。采购的物品种类和数量与建筑的特点

有着密切的关系。例如，客房楼层通常需配置工作车，但对于某些别墅式建筑的客房楼层，工作车就无法发挥作用；再者，某些清洁设备的配置数量，与楼层的客房数量直接相关，对于每层楼有18-20间左右客房的饭店，客房部经理就需决定每层楼的主要清洁设备是一套还是两套。此外，客房部某些设备用品的配置，还与客房部的劳动组织及相关业务量有关。

2. 行业标准。国家旅游局发布了“星级饭店客房用品质量与配备要求”的行业标准，它是客房部经理们制定采购清单的主要依据。

3. 本饭店的设计标准及目标市场定位。客房管理人员应从本饭店的实际出发，根据设计的星级标准，参照国家行业标准制作清单，同时还应根据本饭店的目标市场定位情况，考虑目标客源市场对客房用品的配备需求。

4. 行业发展趋势。客房管理人员应密切关注本行业的发展趋势，在物品配备方面应有一定的超前意识，不能过于传统和保守。例如，饭店根据客人的需要在客房内适当减少不必要的客用物品就是一种有益的尝试。

5. 其它情况。在制定物资采购清单时，有关部门和人员还应考虑其它相关因素，如：客房出租率、饭店的资金状况等。采购清单的设计必须规范，通常应包括下列栏目：部门、编号、物品名称、规格、单位、数量、参考供货单位、备注等。此外，部门在制定采购清单的同时，就需确定有关物品的配备标准。

#### (四) 协助采购

客房部经理虽然不直接承担采购任务，但这项工作对客房部的开业及开业后的运营工作影响较大，因此，客房部经理应密切关注并适当参与采购工作。这不仅可以减轻采购部经理的负担，而且还能在很大程度上确保所购物品符合要求。客

房部经理要定期对照采购清单，检查各项物品的到位情况，而且检查的频率，应随着开业的临近而逐渐增高。

#### (五) 参与或负责制服的设计与制作

客房部参与制服的设计与制作，是饭店行业的惯例，因为客房部负责制服的洗涤、保管和补充，客房部管理人员在制服的款式和面料的选择方面，往往有其独到的鉴赏能力。

#### (六) 编写部门运转手册

运转手册，是部门的工作指南，也是部门员工培训和考核的依据。一般来说，运转手册可包括岗位职责、工作程序、规章制度及运转表格等部分。

#### (七) 参与员工的招聘与培训

通常，客房部的员工招聘与培训，需由人事部和客房部共同负责。在员工招聘过程中，人事部根据饭店工作的一般要求，对应聘者进行初步筛选，而客房部经理则负责把好录取关。培训是部门开业前的一项主要任务，客房部经理需从本饭店的实际出发，制定切实可行的部门培训计划，选择和培训部门培训员，指导其编写具体的授课计划，督导培训计划的实施，并确保培训工作达到预期的效果。

#### (八) 建立客房档案

开业前，即开始建立客房档案，对日后的客房管理具有特别重要的意义。很多饭店的客房部就因在此期间忽视该项工作，而失去了收集大量第一手资料的机会。

#### (九) 参与客房验收

客房的验收，一般由基建部、工程部、客房部等部门共同参

加。客房部参与客房的验收，能在很大程度上确保客房装潢的质量达到饭店所要求的标准。客房部在参与验收前，应根据本饭店的情况设计一份客房验收检查表，并对参与的部门人员进行相应的培训。验收后，部门要留存一份检查表，以便日后的跟踪检查。

#### (十) 负责全店的基建清洁工作

客房部在全店的基建清洁工作中，扮演着极其重要的角色。该部门除了负责客房区域的所有基建清洁工作外，还负责大堂等相关公共区域的清洁，此外，还承担着指导其它一些部门的基建清洁工作。开业前基建清洁工作的成功与否，直接影响着对饭店成品的保护。很多饭店就因对此项工作的忽视，而留下永久的遗憾。客房部应在开业前与饭店最高管理层及相关负责部门，共同确定各部门的基建清洁计划，然后由客房部的pa组，对各部门员工进行清洁知识和技能培训，为各部门配备所需的器具及清洁剂，并对清洁过程进行检查和指导。

#### (十一) 部门的模拟运转

客房部在各项准备工作基本到位后，即可进行部门模拟运转。这既是对准备工作的检验，又能为正式的运营打下坚实的基础。

制定客房部开业筹备计划，是保证部门开业前工作正常进行的关键。开业筹备计划有多种形式，饭店通常采用倒计时法，来保证开业准备工作的正常进行。倒计时法既可用表格的形式，又可用文字的形式表述。以下是一份用文字表达的开业前工作计划，仅供参考。

与工程承包商联系，这是工程协调者或住店经理的职责，但客房部经理必须建立这种沟通渠道，以便日后的联络。

1. 参与选择制服的用料和式样。
2. 了解客房的数量、类别与床的规格等，确认各类客房方位等。
3. 了解饭店康乐等其它配套设施的配置。
4. 明确客房部是否使用电脑。
5. 熟悉所有区域的设计蓝图并实地察看。
6. 了解有关的订单与现有财产的清单(布草、表格、客用品、清洁用品等)。
7. 了解所有已经落实的订单，补充尚未落实的订单。
8. 确保所有订购物品都能在开业一个月前到位，并与总经理及相关部门商定开业前主要物品的贮存与控制方法，建立订货的验收、入库与查询的工作程序。
9. 检查是否有必需的家具、设备被遗漏，在补全的同时，要确保开支不超出预算。
10. 如果饭店不设洗衣房，则要考察当地的洗衣场，草签店外洗涤合同。
11. 决定有哪些工作项目要采用外包的形式，如：虫害控制，外墙及窗户清洗，对这些项目进行相应的投标及谈判。
12. 设计部门组织机构。
13. 写出部门各岗位的职责说明，制订开业前员工培训计划。
14. 落实员工招聘事宜。

1. 按照饭店的设计要求，确定客房的布置标准。
2. 制定部门的物品库存等一系列的标准和制度。
3. 制订客房部工作钥匙的使用和管理计划。
4. 制定客房部的安全管理制度。
5. 制定清洁剂等化学药品的领发和使用程序。
6. 制定客房设施、设备的检查、报修程序。
7. 制定制服管理制度。
8. 建立客房质量检查制度。

- 1、制定遗失物品处理程序。

- 2、制定待修房的有关规定。

- 3、建立"vip"房的服务标准。

- 4、制定客房的清扫程序。

- 5、确定客衣洗涤的价格并设计好相应的表格。

- 6、确定客衣洗涤的有关服务规程。

- 7、设计部门运转表格。

- 8、制订开业前员工培训计划。

- 1、审查洗衣房的设计方案。

- 2、与清洁用品供应商联系，使其至少能在开业前一个月将所

有必需品供应到位，以确保饭店“开荒”工作的正常进行。

3、准备一份客房检查验收单，以供客房验收时使用。

4、核定本部门员工的工资报酬及福利待遇。

5、核定所有布件及物品的配备标准。

6、实施开业前员工培训计划。

1、对大理石和其它特殊面层材料的清洁保养计划和程序进行复审。

2、制定客用物品和清洁用品的供应程序。

3、制定其它地面清洗方法和保养计划。

4、建立ok房的检查与报告程序。

5、确定前厅部与客房部的联系渠道。

6、制定员工激励方案(奖惩条例)。

7、制定有关客房计划卫生等工作的周期和工作程序(如翻床垫)。

8、制定所有前后台的清洁保养计划，明确各相关部门的清洁保养责任。

9、建立客房部和洗衣房的文档管理程序。

10、继续实施员工培训计划。

1、与财务部合作，根据预计的需求量，建立一套布件、器皿、客用品的总库存标准。

- 2、核定所有客房的交付、接收日期。
- 3、准备足够的清洁用品，供开业前清洁使用。
- 4、确定各库房物品存放标准。
- 5、确保所有客房物品按规范和标准上架存放。

## 筹备期招商工作计划篇二

从国内经济发展较快的城市看，为了维护营销策划行业的合法权益，规范营销策划行业的行为，推动营销策划、广告传媒行业等相关单位树立品牌形象，提高各自核心竞争力，都已建立起了各自的营销策划行业组织，逐渐形成了行业组织，质量监督和产品生产组织各为一方的三方合作制约机制。由此，让我们更加清楚地认识到，成立盐城市营销策划行业协会的必要性。

近年来，伴随着盐城市经济建设步伐的不断提速，新的市场需要催生了我市营销策划行业的兴起与发展，这使我市一大批原本以广告设计、制作为主业的单位相继向品牌营销策划、市场运作创意方向转型，可以说，目前，我市相当多的广告企业正向着品牌策划，产品整合传播的发展路径进行探索性的前进与延伸，特别是国务院刚刚通过了江苏沿海经济发展战略之后，我们更加强烈的意识到，盐城作为江苏沿海海岸线最长的发展中的城市，未来的经济发展将变得更加快速，而作为社会经济发展风向标的广告传媒行业也必将会迎来一个全新的发展时期，这既是一次机遇也是一场考验。今年初，我们以《盐城九鼎广告·品牌与市场》杂志合作联盟单位为基础，于xx年4月正式向盐城市经贸委、盐城市民政局提出了成立盐城市营销策划行业协会的报告，此后，在市经贸委、市民政局、市劳动局等多个政府部门的关心支持下，盐城市营销策划行业协会的筹备工作全面启动，在此期间，筹备工作得到了张子学先生、倪海频先生、徐为坤先生、成



振中先生、于从文先生、彭志祥先生以及在座的企业老总们广泛响应，经过几个月的努力，经市经贸委、市民政局领导的大力支持下，盐城市营销策划行业协会拟定于xx年7月下旬择日挂牌成立，这将有力推动我市营销策划、广告传媒行业向着行为规范化、服务人性化、运作科学化的发展方向迈出喜人的新阶段。

同志们、朋友们，盐城市营销策划行业协会是在我市经济快速发展的大背景下诞生的行业组织，是我们这些从事策划传播人自己的事情，办好协会就是办好我们自己的事，这是一项高尚的事业，更是承前启后、策划与奠定后人的发展大计。这需要在座的同志们、朋友们在今后的工作中以饱满的热情、辛勤的劳动、卓有成效的工作，才能完成这项永载史册的光荣任务。

在肯定成绩的同时，我们也清醒地看到市营销策划行业协会在发展过程和日常工作中还存在不少问题和不足。比如，市营销策划行业协会履行职能的制度不够完善，民主办会还存在薄弱环节；市营销策划行业协会会员在行业中的覆盖面还不够宽，一些新兴业态和新发展壮大起来的企业未被吸收为会员，会员的结构比例还有待进一步调整；一些多年积累的影响协会发展的深层次矛盾协调解决不力，工作指导缺少针对性；思想观念还不够解放，工作中创新不够；业务发展相对滞后，组织建设还有待于加强加之经费严重不足也束缚了手脚。对本届市营销策划行业协会工作中存在的不足，建议下届市营销策划行业协会在这些方面努力改进，做出新的成绩。预祝盐城市营销策划行业协会在新一届市营销策划行业协会的努力下，开创性地做好各项工作，为盐城商贸流通业发展做出新的更大的贡献！

最后，预祝盐城市营销策划行业协会如期成立，祝我们事业蒸蒸日上。谢谢大家！

## 筹备期招商工作计划篇三

随着生活水平的逐渐提高，人们对结婚的要求也越来越高，应运而生的各类婚庆公司越来越多！每个公司的营运都大致相同，婚庆公司最大的热点在于婚庆的节目策划。

如今，各种奇异的婚典形式频繁地见于各类媒体，同时也被越来越多的年轻人所接受和认可。喜结良缘无疑是人生的一大喜事，但操办婚典却令人头痛。要把喜事办得隆重热闹而又体面省钱，自然少不了要东奔西跑，因而在许多新人及家人眼中，筹办婚礼是一件费时费力而又不得不为之事。如何少花钱也能让婚礼出新出彩，便成为筹办者最大的愿望。现在有越来越多的人将婚礼庆典交给婚庆公司打理。

从最初结婚时简单地照一张二人合影、亲朋好友吃顿婚宴，到现在照成套的婚纱摄影、参加专业婚庆公司组织的庆典，可见国人婚庆观念已有了很大变化。而且几乎半数以上的新人将吉日选择在“五.一”、“十.一”、元旦、春节期间，这必然形成结婚高峰期。结婚人数的增多，促使了婚庆生意的日益火爆。婚庆的业务范围主要集中在婚礼当天的服务上，包括婚礼的择日、婚礼主持、摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车（本文由（）大学生个人简历网提供）租赁、鲜花乐队、婚宴组织等。营销建议 1、由于婚庆的文化与风俗具有浓厚的地方特色，因此，经营婚庆要赚钱，地方特色不能少，要在个性化和地方特色方面下功夫。 2、每次组织庆典，都送给新人有特殊意义的小礼物，能很好的树立公司良好形象。

一场精彩的婚礼，一个好的司仪是一件无可厚非的事。如何挑选好的司仪是一件很重要的事。司仪需要控制现场气氛，语言生动活泼，编辑小的互动节目，使整个婚礼浪漫，融洽。而婚庆公司一般可以与一些司仪保持合作关系，根据司仪的经验和受喜好程度定制出场费。司仪可刻录一些现场光碟，

让新人根据自身的需要而选择适合的司仪，而司仪和婚庆公司的合作关系，也可为婚庆公司带来良好的声誉及利润。

a□大门 1、大门外鲜花海报2副(新人婚纱照/中英文文字) b□长廊 1、会场入口鲜花迎宾台(含签到本) 2、心愿气球 3、会场入口鲜花拱门 c□内场 1、铺满通道 拱门(鲜花装饰) 2、新人通道鲜花柱路引8对(连接白色冰绸)罗马柱 3、所有嘉宾席设精美台面花一捧 4、香槟塔一座(鲜花装饰) 蛋糕塔 5、烛台一座(鲜花装饰) 6、四角亭 d□主台 1、双层纱脉和冰绸做成大背景 2 流水灯 3 双心花环 4 新人名牌 (鲜花装饰) 5 冷火焰 f□光效设备 烟雾机一台，泡泡机一台 追光灯一台。

婚庆公司根据新人的需要选择所需要的装饰，不同的地域而控制装饰的定价，办置装饰的过程中设定所有装饰的价位，让新人有多项的可选择性。以上为大致一家婚庆机构需要筹备的事项。

1.酒店开业筹备各部门工作计划

2.饭店筹备计划书

3.协会筹备申请书

4.商会筹备申请书

5.大型会议筹备总结范文

6.饭店开业筹备计划书

7.酒店筹备开业计划书

8.影视筹备专员求职简历样本

## 筹备期招商工作计划篇四

一年来我们积极实施“走出去”的战略，进一步加大了招商引资的力度，今年4月份，经市、区对台办牵线，乡党委书记艾韦华带领一支招商引资小分队赴广东清远县深入考察调研杂交麻绿笋的种植情况，洽谈引进项目的有关事项，在上级部门的大力支持以及乡党委、政府的不懈努力下，台商江西万里绿邦科技有限公司于20xx年4月成功落户新溪，该公司法人代表姚春林，以主要从事食用笋业加工为主，预计在新溪发展杂交麻绿笋3000亩，其中核心种植区20xx亩，该项目首期投资450万元，租赁沙洲地1000亩，已种植麻绿笋592亩，压滤xx布核实到位资金200万元，目前，该项目已投入生产，安排就业人员67人，该项目的落户为新溪的经济发展注入了新的活力。在20xx年9月期间，乡长谢琪带领一支招商小分队远赴云南思茅、昭通等地，实地考察调研新溪南风酒酿造工艺在云南等地的发展状况，深入了解南风酒在云南的销售业绩，市场需求等情况，充分利用优惠的条件，优质的服务鼓励吸引在云南从事酿酒生产的新溪籍老板返乡参与酒业的发展与壮大，在乡党委的高度重视以及乡政府的全力支持下，新渝泗溪南风酒厂正式选址——新溪乡周公山，一期工程已于今年的10月份正式开工，该厂法人代表周新文，主要从事酒业的酿造与销售，计划投资200万元，工作总结《乡镇招商引资工作》。目前，已到位资金120万元，其中受让乡民兵示范基地旁(油茶山)80亩，计56万元。受让乡鱼种场水面60亩，租赁期10年，每年租金3万元，现已支付租金30万元，经初步预测，该项目今年即可完成销售收入10万元。正式投产后，我们有理由相信该项目将为新溪的经济发展提供更有力的保障。

新溪板鸭厂，始建于70年代，历年来，由于经营不善，濒临倒闭。今年我乡党委、政府通过本乡较为知名的私营业主肖炳儿成功地引进一外地客商李连红，通过转让新溪板鸭厂经营产权，在原有的基础上，翻新改造厂房及购置设备，成立

了以土鸭加工为重点的新余市新溪板鸭有限责任公司，该公司股东肖炳儿、李连红，主要从事板鸭、皮蛋、肉类等深加工为主的食品开发，计划投资100万元，现已完成投资80万元，安排就业人员35人，今年可完成销售收入达300万元。该项目的落户，为一方经济的发展注入了活力，为农民增收提供了一席之地。

为充分利用我乡沙石矿产优势，通过在新余召开招商引资洽谈会，经朋友介绍，在本乡上堡村建立以采沙、采石为重点的上堡第二、第四两大沙厂，其中第二沙场法人代表罗小保，投入资金120万元，安排就业人员9人，年完成销售收入120万元，第四沙场法人代表廖件根，投入资金120万元，安排就业人员9人，年完成销售收入100万元。

我们注重做好“筑巢引凤”工作，在加大了硬环境的建设力度的同时，进一步加强了软环境的治理力度，切实保护好外商的合法权益，努力营造开明开放、快捷高效的服务环境，建立健全服务外商长效机制。一是“亲商”。滤布每个外企均落实了一名联络员为外商提供全程跟踪服务；二是“为商”。对企业的困难和问题，凡属部门职责内的要速办“快通”，不能立时解决的要限时解决；三是“安商”。对破坏投资环境的人和事，除追究当事人的责任外，还要追究当事人单位或部门负责人的责任；四是“富商”。在工作中对外商优先安排接待，同时规定分管领导每周要走访一次外企，在企业生产遇到困难时，及时帮助他们“疏通”。

## **筹备期招商工作计划篇五**

计划一：明年注定是竞争空前的一年，结合去年的工作实际情况，在新的一年里一方面要广泛的收集客户资料，寻找上档次的主流品牌，了解客户的扩展规划以及经营计划思路。另一方面就是要定期对其他及周边城市招商部进行市场调查研究，了解对方的市场布局情况，投资厂商的变动和销售情况，以及客流结构等信息。

一、计划明年的招商工作目标初步为以下几点：

2、与同行业人员多交流，探讨摸索，创新招商知识；

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有意向客户及考察团体。

2、到台商聚集的城市收集客户资源，学习别人的成功招商案例，吸取别人失败的教训，从而成就自己的工作。

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、稳固目前现有台商，同时引进其他主流品牌厂家

1、眼睛不能仅仅放在新的投资上，也要服务好已有企业厂商，逢年过节为他们送去我们的问候，积极解决他们的企业实际问题，让他们有到家一般的感觉。

2、结合部门实际情况，更多的了解及引进其他有意向或主流品牌厂商，尽可能稳定目前现有的企业厂商，同时形成稳定的发展态势。

3、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。

四、积极的去推广本市开发区，使其能被更多的台商所熟知

1、抓住一切可以和台商企业交流沟通的机会，让他们了解德州经济开发区，向他们介绍现行的多项优惠政策。

2、市里或区里有什么活动项目，及时的、尽可能的联系自己所知道的所有台商，邀请他们来开发区实地考察。在新的一年里，积极主动的开展招商工作，使自己的业务能力得到更

多的锻炼和提升，也使自己的工作能有更多的优秀成绩。

通过工作计划的实施，切实的提高工作效率，发挥个人的主观能动性，高标准要求自己，争取为台办招商工作的开展贡献自己的力量。

计划二：今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，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xx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。

## 筹备期招商工作计划篇六

用科学发展观指导开放型经济工作，以招商引资为龙头，一坚持五突出（破）一抓一接轨，破解要素制约，开展xxx招商攻坚年xxx活动，主动接轨大上海、金苏南、浙江、广东、福建等沿海发达地区，建立招商、外贸外经工作新格局，以xxx开放带动xxx战略的实施推进我县经济结构调整和可持续发展。

科学发展观的核心是发展，没有发展，一切无从谈起。招商引资是最妙最快的投入，是发展的主要手段之一，是我县经济工作的xxx一号工程xxx□各级各部门在职任何时候、任何情况下必须坚持招商引资毫不动摇，要围绕经济建设这个中心，确保xxx一把手工程xxx顺利实施。要十分重视政策的引导鼓励作用，建立修改完膳鼓励招商引资和以民引外、鼓励出口、开放型经济考劾评比等四个政策文件。

## 2、突出园区招商，强化载体建设

进一步发挥开发区招商引资主战场作用。要加快和完膳基础设施建设，题高开发区的档次，明确产业定位，变成各具鲜明特色、服务配套齐全、运作规范透明、对外吸引力强的招商引资集聚区。要加大招商旨标的倾斜，健全招商机构、人员和功能，主动出击xxx选商xxx[]题高招商成功率，以高平台招引符合开发区产业定位的高质量项目入园投资。

## 3、突破群聚效应，强化产业链招商

认真现有外商（特别是台、港）投资扎根的源因（采购、营销、干部、、研发设计等五个本地化），利用群聚效应，抓住龙头企业，以带动同类型企业、配套企业、上下游企业一起来丰投资。以提昇产业层次、培养核心竞争力、做大做强支柱产业为要点，根剧我县产业结构调整和教育新兴产业的要求，引进资源节约、科技创新、生态环保的项目和技术，嫁接改造现有企业，延伸产业链，优化生产要素搭配，题高产出强度。

## 4、突破500强，强化大项目招商

死盯硬粘，主动出击现有500强企业线索，力争500强投资有所突破。外地实践告诉我们：与其四面出击，不如主攻大项目。要列出一批500万、1000万美元的大项目，层层落实责任制，集中精兵强将打xxx歼灭战xxx[]引进一个，带动一片，鼓舞全局。

## 5、突破瓶颈制约，强化无地招商

千方百计破解土地、电力、资金、人才等生产要素的制约，盘活现有存量，强化无地招商。主要形式有：增资扩股、集约开发（题高产业层次、限定投资强度、建设多层厂房）、产业更新与企业转型、并购。

## 6、突破招商手段，强化队伍建设

### 筹备期招商工作计划篇七

她在群内输出美食烹饪知识，每周二期，提前预告下一期要制作的食材，让大家做好准备。

视频教学结束后，鼓励群员分享自己的作品。

除此之外还有红包互动，好玩的游戏互动，抽奖刺激，团购福利，固定时间到店免单等活动。

针对群内顾客主要购买力为宝妈+吃货这个群体，她还设计了线下瑜伽公益教学，舞蹈教学，亲子互助，画画等有趣的教学活动。

## 05

在成交前是需要铺垫的。

比如：首先组织一项当季产品团购。比如说现在的应季水果，不赚钱团购。这样可以1-2次后培养习惯，群员信任了，付款买单的习惯也有了，再进行成交。

这位同学设计的是门店的充值卡，在充值卡中，要设定好消费频次，从49到198到398到598不同的会员储值赠送产品和权限也不一样。

## 06

寻找群员中的铁杆。

群内活跃度最高的、或者是购买多的你可以通过私聊，见面的方式，变成你的团队一员。

比如她的设计是：

- 转介绍充值会员，赠送饮料一周，七天时间内每天一杯。
- 通过微信代转发会员充值，点赞分享者，获得一百会员卡一张。
- 用小程序拼团，组团可以3人、5人、10人，组织团越多价格低，同时这个团长就可以另外给好处，你可以把他发展为自己的裂变团队了。

通过这个案例，我们可以了解，社群计划书包括以下方案，供大家参考：

社群计划书：

- 1、从事的行业
- 2、我做社群的目的
- 3、我做社群的心态
- 4、我的群员性质
- 5、我的引流方式
- 6、如何运营群？
- 7、如何来成交？
- 8、如何来实现群裂变？

更具体的独家秘笈可评论区留言，私信交流。

好了，今天这个以高频实体店的计划书为例子的解读，你清

晰了吗？

非实体的和其他行业的社群计划书思路也大同小异，只是在细节和局部做些修改，使得你的计划书更符合自己的行业特征和顾客群体。

如果你学会了，请动起手来，写下你的计划。

每天十分钟，让生意变得简单！

我们下一讲再见！

## 筹备期招商工作计划篇八

紧紧抓住我县列入黄河三角洲高效生态经济区战略的机遇，围绕打造“一园三基地”目标，以高青经济开发区为平台，以引进大项目为核心，科学承接先进地区产业转移，优化创新招商方式，全面提高招商工作的水平，实现招商引资工作新突破。

1、项目目标:严格按照我县招商引资规定，选择投资大、技术新、税收高、能耗低的项目。

2、产业目标:立足我县实际，重点围绕“四新”（新材料、新能源、新医药、新信息）产业、高端装备制造业、精细化工业、现代服务业及文化创意产业开展招商工作。

3、区域目标:长三角、珠三角、京津及环渤海区域，省内济南、青岛、东营及市内行业对口并有工作基础的地区。

1、立足于我县现有企业做大做强的需求，从现有企业扩大产能、提升技术、注入资金(上市融资)、优化管理、拓展市场、培育品牌等方面开展工作。

2、立足于我县培植重点产业链的需求，围绕精细化工产业链、生物科技产业链、医疗器械产业链、特色资源深加工产业链、机械制造产业链的完善拉长开展工作。

3、立足于我县打造黄河三角洲“一园三基地”的定位，力争在低碳循环项目、战略性新兴产业、温泉养生文化及现代创意服务项目引进方面有所突破。

1、充分利用好我县企业的上下游客户资源，深入企业，联络沟通，捕捉招商信息，建立起以商招商信息渠道。

2、充分利用好招商局及各单位已建立起的重要人脉资源，拓展有效资源链，经常走访联络有关单位，建立起招商信息收集渠道。

3、充分利用好市招商局、高新区及省市相关行业协会、区域商会资源，积极联络交流，建立起信息沟通渠道。

1、小分队集中驻点招商。加强与驻地各类协会、办事处和大企业集团的联系，通过“捕捉信息，建立联系，登门拜访，活动洽谈，实地考察，巩固跟进”六步法，建立起辐射发达地区的招商网络。

2、以商招商。特别注重强化对已落户企业的服务，与外商多沟通，多联系，增进感情，优化环境，扩大信息资源，以期引进更多又好又大的项目。

3、大项目招商。积极探讨“飞地”招商模式，把争取的有限的土地指标向大项目和好项目倾斜，集中人力、智力，有针对性地做好项目策划工作，用大项目、好项目争取土地指标，做到项目和土地指标的有机结合。

4、园区招商。全面实施“区中园”战略，发挥开发区产业、政策和基础配套优势，瞄准国内外知名大企业、集团和高新

技术企业，拿出好的项目，积极推介，加强合作，寻求突破。

## 筹备期招商工作计划篇九

2015年，国内零售百货业发展可谓“风起云涌，变幻莫测”。无论是外资“大鳄”，还是民营“新锐”，为了争夺店铺资源，抢占销售通路，纷纷加快了开店步伐。“布局全国，快速扩张”已经成为零售商实现规模效益，确立市场地位的重要战略举措。

毫无疑问，在雄心勃勃筹划全国战略布局蓝图的同时，零售商必将面临激烈的竞争和严峻的挑战。资源需求的巨大缺口和在调配上“捉襟见肘”的矛盾，将随着多家新店筹备工作的同时展开而日趋激化；随着开店步伐的加快，对新店筹备管理工作的系统性要求也越来越高。为了完成开店目标，零售商必须选择科学的管理方式和控制手段，确保有限资源的合理配置和充分利用，以满足新店筹备的高效率和低风险要求。

项目管理作为一项先进的管理技术，其应用理论近年来有了长足的发展。在零售管理工作中应用项目管理技术，是对传统管理思维和工作方式的有力挑战。在创新意识逐渐成为企业运营决胜关键的今天，使用项目管理技术改进新店筹备的工作效率，是一种创新思维的实践过程。

同样包含启动、计划、实施、控制和收尾等五大环节的新店筹备工作过程，比较突出地显示了项目运行的特性，为项目管理技术的应用提供了可能：首先，和项目“有起点、有终点”的一次性过程特征一样，新店筹备以新店项目立项为起点，以开业为终点，也是一次性的工作过程；其次，项目存在风险，管理项目必须预测风险，控制风险，而新店筹备过程也存在风险，同样需要预测和控制；再次，管理项目对进度、费用和质量有控制要求，而新店筹备同样也存在对上述三个方面的要求；最后，项目由临时组成的项目团队实施并

管理，而新店筹备工作也是依靠组织抽调各职能部门资源组成筹备项目小组来开展工作，也需要组建临时性的工作团队。所以，将项目管理技术中一些有效的“管理工具”，应用到新店筹备工作当中，切实解决问题，提升新店筹备效率，是具有一定的操作可行性的。

## 1. 启动

以开设大型百货店为例，在确定新店店址后，零售商的各职能部门便进入新店筹备阶段。将新店筹备工作视同一个“项目”的展开，首先进入项目的“启动”状态。在启动阶段，组织通过对项目管理技术的利用，完成支持项目进入下一阶段所必须的各项准备工作。

第一、确定新店筹备项目负责人。为了使新店筹备项目负责人彻底发挥个人能力，全面负责对项目的操作管理，必须赋予项目负责人明确、清晰和充分的职责与职权。具体措施包括：在组织内正式发布项目负责人聘任通知；拟定有效的项目负责人管理职责文件；与项目负责人就项目绩效测评标准达成一致；向项目负责人提供必需的人员和资源等。一般情况下，组织开设新店会首先确定店负责人人选，但是，目前人力市场存在较为严重的供需矛盾，当组织同时面对多个开店任务时，不一定都能按时配置合适的店负责人人选。确定新店筹备时期的项目负责人选，是相当有必要的。如果选定人选在能力和经验上获得组织高层认可，则以新店筹备“项目负责人”的角色组建项目小组开展工作；如暂无合适人选，为了确保新店筹备工作按时开展，可选择能力稍逊的第二人选担任新店筹备“项目联络人”，由公司高层负责组建项目小组。项目联络人负责协调项目小组成员之间和各提供资源的职能部门之间的工作关系，确保小组成员和职能部门沟通信息传递渠道的顺畅，并向高层汇报项目进展情况。

选择“项目联络人”的方式，是一种合适人选暂未到位的“权宜之计”。项目联络人相对项目负责人虽然在管理能



力方面有所欠缺，但对组织整体扩张开店战略而言，却是唯一可供选择的办法。使用项目联络人，对组织高层和职能部门的关注和配合有着更高的要求，一旦有合适的项目负责人选，则应即时替换。

第二、确定“契约式”的新店筹备项目和组织职能部门的工作关系。新店筹备项目小组由各职能部门抽调人员组成，项目小组成员既要服从于项目负责人的工作安排，又要“听命”于职能部门经理的工作指令，形成“多头管理”的局面在所难免。当项目利益与职能部门利益存在冲突时，项目小组成员往往面临“两难”选择，从而影响新店筹备工作。根据项目管理理论，我们引入“契约”概念，将项目责任各方（职能部门、项目小组）之间的工作关系依据工作流程自上而下形成“管理契约”：作为作业流程的上游，各职能部门向新店筹备项目输送人员和资源，与项目小组的关系是：提供人员和资源以确保项目运转；而下游项目小组的任务，则是利用人员和资源完成新店筹备工作任务，对再下游的项目客户负责。上游部门对下游部门就项目合作事宜作出承诺，形成一种“契约”关系，有效确保对下游单位的工作质量。

形成“契约管理”关系的关键，是对职能部门和项目小组工作职责的有效规定和明确要求。为了避免以后形成的纠纷，在项目展开之初，职能部门、项目小组和项目客户应就新店筹备项目形成工作责任分配的“项目协议”（即：契约文件，也称“项目章程”），使各方在工作开始前达成对项目和自己方责任的一致认识。这样，在项目开展起来时，将会大大降低协调成本和管理内耗。

第三、确定新店筹备项目“干系人”与新店筹备项目的关系。新店筹备项目并非仅仅是项目小组的事情。事实上，很多新店筹备工作因种种原因而停滞不前，未能明确项目干系人及其应尽责任，致使各关联方不能发挥应有的作用，也是一个重要原因。如能明确项目干系人及其责任，充分发挥其应尽责任，新店筹备项目所需人员和资源能够得到保障，项目成

功率也必将大大提高。

新店筹备项目的干系人至少应包括：项目发起人、项目负责人（项目联络人）、项目小组、项目客户和各职能部门。

新店筹备项目发起人由组织高管担任，主要责任是在整个组织层面对新店筹备项目负责，包括协调高层关系，监督项目管理状态和确保稀缺资源到位等等。当组织同时面对多个新店筹备项目时，确定不同的项目发起人，有利于使组织高层切实把握项目进度和资源需求，及时解决一些影响新店项目的重大问题，避免组织最高管理者频繁奔波于多个项目之间，造成顾此失彼的失控局面。

项目负责人一般由组织专门负责新店筹备的职能部门委派，并在组织范围内发布正式聘任通知，以确立其对项目负责和支配资源的合法性。项目负责人对新店筹备项目的各项指标全权负责。项目小组由各职能部门抽调专业人员组成，进入项目小组的人员在管理上由项目负责人指挥与控制，技术和业务资源由所在职能部门提供支持。项目小组作为项目干系人之一，是项目实施的主要承担者。

传统观点认为新店筹备项目的客户，是接受项目开业经营的管理团队。从整体运营战略来看，应将组织最高管理者视为项目客户，由其委托由专业人员组成的验收小组对新店筹备项目进行验收和绩效评估。这样有利于使组织最高战略思想能够不变形地贯彻到所进行的每一新店项目之上，以促成组织整体战略目标的达成。

最后，负责提供资源的各职能部门，包括职能部门的负责人，也应成为项目干系人。由于资源输送的质量好坏，是影响项目小组开展工作的决定因素，因而职能部门操控资源的能力和效果的好坏，将直接影响新店筹备项目。各职能部门负责人实际上担当着对多个新店筹备项目的专项职能责任人的角色。

所谓项目干系人，就是指对项目而言，有利益和责任的各关联方。既然联系紧密，那么项目实施的好坏必然与项目干系人紧密相连，因此，针对某新店筹备项目在启动阶段就必须落实各干系人选，才能保障项目的正常展开与运行。

工具示例：某百货店新店筹备项目章程

## 2. 计划

新店筹备是多个职能部门参与，作业周期较长的项目。形成有效、清晰的工作计划是确保项目成功的第一前提。一些管理者认为“计划不如变化”，主张“轻计划，重操作”。其实所谓“变化”，不过是与计划比较得出的差异，计划始终存在并发挥“标尺”作用。新店筹备过程的各个环节都存在不确定因素，没有工作计划整个筹备工作势必在层出不穷的问题中迷失方向，滑向“泥塘”。

拟制新店筹备工作计划的主要工作内容包括：形成工作分解结构、确定关键路径；编制项目工作责任分配表；绘制甘特图。

第一、形成新店筹备项目的工作分解结构，并确定实施项目的关键路径。根据项目理论，工作分解结构用来确定新店筹备项目的工作内容和工作范围，对新店筹备项目的全部工作进行科学分解，将新店筹备工作分解为一个个可以确定资源和操作步骤的“工作包”，是编制项目工作计划的基础工作。形成新店筹备项目工作分解结构的基础上，确定项目实施的关键路径，用以核算项目大致的工期。

一般来说，新店筹备的工作分解结构和关键路径，随着组织开店工作经验的积累和总结，可以形成固化的指导性文件，在项目特征相似的情况下可以考虑直接应用。

工具示例：某百货店新店筹备项目工作分解结构

序号/工作分解结构/可交付成果[里程碑]

## 1市场调查

1.1城市商业政策调查/调查报告

1.2消费水平调查/调查报告

1.3竞争对手调查/调查报告

1.4.....

## 2规划设计

2.1建筑设计/[设计图纸]

2.2动线及布局规划/平面图

2.3商品品类规划/布局图纸

2.4资金计划/[资金供给计划]

2.5.....

## 3工程施工

3.1土建施工/施工验收报告

3.2装饰施工/施工验收报告

3.3设备采购与安装/[施工验收报告]

3.4.....

## 4采购招商

4.1 定向供应商接洽/定向供应商合作意向报告

4.2 招商酒会/总结报告

4.3 合同申报与确认/合同申报表

4.4.....

5 营销策划

5.1 广告招牌/招牌效果

5.2 媒体推广/媒体广告、软文及效果评估报告

5.3 新闻炒作/软文及效果评估报告

5.4 卖场导示系统安装/导示系统效果

5.5.....

6 现场管理

6.1 专柜装修/装修效果

6.2 商户进场/[进场检查确认表]

6.3 人员招募与培训/招募及培训记录

6.4 开业前总检查/[检查报告]

6.5 开业庆典/效果评估报告

6.6.....

工具示例：关键路径图

注：具有下划线的工作包线路为关键路径。

第二、编制新店筹备项目的工作责任分配表，确保项目干系人认真履行职责。识别新店筹备项目干系人，并组成项目小组后，应明确规定项目干系人的工作职责，使项目在各阶段都能得到人员和资源保障。分配工作责任应注意：新店筹备项目是一个复杂的工作过程，干系人责任应做全面规定，防止“有事没人做”；工作职责的规定应遵循“适度”原则，不应滥用人员和资源，导致“有人没事做”；项目干系人在项目进展的不同阶段其应履行的工作职责也有所不同，在制定工作职责时应考虑清楚。工作责任分配表可以在新店筹备项目操作日臻成熟后予以固化，成为指导性文件。

工具示例：新店筹备项目工作责任分配表

第三、形成新店筹备项目的工作计划——绘制甘特图。具有项目特性的工作，甘特图是比较适合的计划管理工具。甘特图可以直观地反应新店筹备项目的连续性和协调性要求，同时具有较强的执行“比照”特点。结合甘特图并利用其他项目管理工具，可以在项目实施的各阶段对项目的进度、费用和质量指标进行较为准确的考量与评估，向组织决策提供充分的参考信息。

利用工作分解结构、关键路径和工作责任分配表，就能进行甘特图的绘制工作。绘制甘特图应注意：各项工作任务应形成可交付成果要求，并识别一些具有“里程碑”意义的可交付成果；特别关注同时进行的不同工作任务的起止时段和状态要求，明确先后顺序和因果关系；将计划与执行结合在一起进行分析比较是甘特图的使用优势，因此在绘制完成后，可预留用于记录实际工作进展的空间，用于比较和修正计划。

工具示例：某百货店新店筹备项目甘特图

### 3. 实施

完成并确认项目工作计划，在确保人员和资源供给的状态下，新店筹备项目进入“实施”阶段。启动和计划阶段所做工作，是向实施阶段提供的一系列准备工作。新店筹备项目在操作层面上的工作成果，要靠实施阶段来予以实现。在实施阶段，由于各种未知因素的影响，整个工作呈现出明显的波动性和不规则运行状态，这对项目干系人，特别是项目负责人和项目小组来说，是一个接受考验的过程。

在实施阶段，首先要面对的，就是如何使项目小组协调一致，按即定的计划开展工作，达成目标。由于项目小组成员是由各职能部门抽调组成，成员之间相处会有一个“磨合期”。怎样使小组成员彼此在短时间内相互了解与信赖，是项目发起人、职能部门经理和项目负责人特别关注的工作：良好的组织文化有助于项目小组成员彼此之间的融洽相处和快速了解，同时，在组建项目小组时，如能充分考虑人员各自特点，有选择地组成性格互补的工作团体，是非常有助于开展工作的。

在实施阶段，很可能会因为资源分配和利益关系的矛盾引发冲突，如：招商与推广在广告投入上产生的分歧等。作为项目负责人，应充分作好解决小组成员纠纷，甚至是各职能之间纠纷的思想准备。在计划阶段明确责任分工是化解工作冲突的前提；项目负责人的个人魄力和处理冲突的经验是解决问题的重要支持；各职能对项目的契约限制也是合理解决冲突的参照标准；而项目发起人的影响和对稀缺资源的支配权力也是解决工作冲突的有效手段。实际上，工作冲突同时意味着新店筹备工作正在依据计划向纵深进展。项目负责人在处理冲突的问题上应该因势利导，变管理内耗为工作动力，激励小组成员完成项目的信心。

在实施阶段，项目很可能会受到各种不确定因素的干扰，如：在百货店新店筹备工作中，比较容易发生的问题是：组织与合作方由于合同协议不清晰而形成各种分歧，导致在项目实施时产生摩擦或扯皮，使新店筹备工作停顿下来。作为新店

筹备项目干系人，应充分考虑到这种情况发生的可能性，识别可能形成的制约项目的不确定因素，通过充分沟通协调，发挥项目干系人的优势，妥善解决这类问题。处理不确定因素引致问题的一般思路是：事前，预测发生的可能性，作好预防措施与紧急应对措施；事中，识别不确定因素引致问题的性质，评估自身资源解决问题的可能性，选择最优解决办法；事后，作好预防再发生措施，形成备忘，吸取经验。

在实施阶段，当几个新店筹备项目同时展开时，各职能在人员和资源有限的情况下，可能无法满足人员和资源同时向多个项目的输送要求，如：目前人才市场缺乏采购和运营管理人才，导致大多数零售企业对该类岗位的人力需求呈现供不应求状态。虽然从契约要求上可以对职能部门进行问责或追溯，但由于大环境影响，职能部门不能提供满足要求的资源是再所难免。如何合理配置有限的资源确保每个项目进展顺利，这才是解决问题的重心。解决资源紧缺的思路是：尽量错开单个新店筹备项目工期，使有限资源通过“时间换空间”，满足配置需要。但是，这种思路在现今店铺竞争激烈的环境下，显得有些一厢情愿。招募、培养和应用专业的新店筹备人才，也许是目前唯一可以解决同一时间进行多个项目筹备所需资源的方法。综合考虑多个新店筹备项目计划，合理安排有限的职能专业人才的工作量，使其同时兼顾多个项目，从操作上应该是可行的，如某百货店在面对多个新店筹备项目时，通过工作计划安排，使某策划经理在不同的时间段内分别参与多个新店筹备项目，基本满足了项目对人力资源的要求。但这种解决措施对项目负责人的管理能力有着更高的要求，也是不能忽略的。

在实施阶段，为了确保项目按计划有条不紊地实施，必须特别注意对项目“工作包”的管理。前面提到，进行工作分解结构的结果，是将复杂的项目工作解构为一个个可嵌入，可拆分的单元——“工作包”。对“工作包”进行分析可以对所需资源、费用和时间等条件作出比较精确的估量。在实施阶段，通过对“工作包”的控制，可以实现对整个项目的管



理控制工作。实施“工作包”管理应注意：注重对每一工作包的绩效指标的考量和监督；检查工作包任务完成后形成的可交付成果是否符合要求；确认实际工作是否依据计划要求按顺序执行工作包的任务要求等。

#### 4. 控制

衡量项目成功与否的重要指标，是对项目进度、费用和质量的控制结果的测量。进度指标是指项目是否在计划的工期内予以完成；费用指标是指项目完成后花费的总费用是否控制在预算之内；质量指标则是指项目可交付成果是否满足项目客户的要求。新店筹备项目同样面临这三个指标的综合考核要求。通过对新店筹备项目实施过程的全程综合监控，分别在进度控制、费用控制和质量控制三方面进行有效评估，发现问题及时调整，确保新店开业，是控制环节的工作目标。

进度控制方面，主要通过项目工作计划——甘特图与实际工作进度的比较分析来进行判断。在绘制甘特图时，会预留用于填制实际工作进度的栏目。新店筹备项目实施任何阶段的工作状态，都必须在甘特图中清晰地反映出来。通过实际进度与计划进度的比较，可以直观地了解实际进度与计划要求的差异，以便及时补充资源，或调整计划。同时，通过对计划中要求的可交付成果和“里程碑”完成情况的确认，也可以监控项目进度。可交付成果和“里程碑”都是具体的，实在的，可验证的项目工作指标，对它们的验证能够真实、准确地反映出项目的实际进度。

费用控制方面，在计划期拟制科学的项目费用预算是展开控制工作的前提条件。新店筹备项目工作分解结构的拆分结果——“工作包”对包括费用在内的资源需求已经有了比较准确的估算，依据工作包费用需求汇总整理的项目费用总需求应该还是比较精确的。但是，由于新店筹备工作存在众多不确定性因素，导致费用也存在波动可能，利用项目管理技术的“挣得值”计算方法，可以在项目实施的不同阶段，及时了

解费用指标是否超支，对费用进行管理控制。

工具示例：“挣得值”计算小知识

“挣得值”计算方法通过对项目进行到某一阶段的实际费用和预算费用的比较，分析项目费用是否超标，以及判断项目进度是否正常，是有效控制项目进展的项目管理工具之一。

“挣得值”，即：项目实际已完成工作量的预算费用，计算方式为：

“挣得值” = 项目实际已完成工作量 \* 项目工作量预算费用定额

费用偏差，即：判断项目某一阶段费用是否超标的分析指标，计算方式为：

费用偏差 = “挣得值” - 项目实际已完成工作量的实际费用

费用偏差计算结果为负值时，说明项目费用已经超支；为正值时，说明项目费用在现时阶段仍有所节余。

进度偏差 = “挣得值” - 项目计划完成工作量的预算费用

进度偏差计算结果为负值时，说明项目进度已经滞后；为正值时，则说明项目进度在现时阶段已经提前。

在质量控制方面，计划期确立系统的项目验收标准是确保质量控制的重要前提。新店筹备项目存在质量问题的工序环节相对集中在店铺工程施工和装饰施工、经营定位和招商管理等方面，在计划之初确定工程及装饰验收标准、经营定位标准和供应商商品引进标准，在实施阶段根据标准要求进行检查，就可以确保项目质量不会“走形”。

## 5. 收尾

随着各项工作任务接近尾声，和开业日的临近，新店筹备到达项目“收尾”阶段。为了使新店筹备项目划上完美的句号，在收尾阶段仍有一些相当重要的工作，包括：新店开业前的总体检查和工作移交；开业庆典；新店筹备项目的绩效评估和奖惩措施等。

如果各项工作均按计划进行并完成，距离新店开业日前一周，应组织新店开业前的总体检查和项目移交工作。新店开业前总体检查的标准，是依据计划设定的新店筹备项目的一系列验收标准，如：工程施工和装饰施工验收标准、供应商品牌进驻标准和包括导示系统、广告海报在内的购物环境验收标准等；新店开业前总体检查的责任主体，由项目客户——组织最高管理者委派，一般由各职能部门抽调的，未直接参加该项目筹备工作的专业人员组成检查小组，依据验收标准进行检查工作。在检查中发现的任何重大问题都将直接上报组织最高管理者并责令项目小组即时纠正，同时记录的结果也将作为新店筹备项目工作绩效评估和奖惩措施的依据。

项目即将结束，新店马上开业之前，正式的新店管理团队已经基本组成。常规的做法是：将到位的管理人员编入项目小组，以“副手”的角色参与新店筹备的后期工作，为熟悉并接管新店作好准备；另一种情况是：由于参与新店筹备的职能部门存在人力紧缺现象，对应职能的项目小组成员可能在管理团队相应的职能管理人员到位后，马上就要投入到其他的新项目之中，在这种情况下，管理团队的管理人员将提前进入角色，既担当项目小组职能工作人员，又在开业后担当该职能演变后的部门的管理人员，如：新店筹备项目小组的招商人员在新店开业后继续担任招商部的管理人员，项目小组的行政职能人员在新店开业后继续担任行政人事部的负责人等。

对于工作移交，前一种情况，由项目小组成员向其副手移交

工作即可；后一种情况，则在通过项目检查验收后，由项目小组成员直接进行角色转换，变为新店管理团队的管理成员，不需另做工作移交。对于新店筹备项目负责人和新店管理团队负责人——店总之间的工作和权力移交，仍然遵循这样的规律。但是一般情况下，这样的工作移交会随着店总的提前到位而有可能提前完成。

新店开业前的总体检查和工作移交是两项不同的工作，应在资源调配和人员安排两项工作区分开来，分别进行。一些零售组织为了节省资源，将两项工作同时进行，导致的缺陷是：由于检查与移交责任主体的混淆，致使验收检查工作草率完成，因为害怕追究责任，一些筹备中的问题被掩盖起来，不能被及时发现和纠正，为新店开业运营埋下隐患。

和一般项目有所不同，百货店的开业庆典仪式是非常重要的营销手段。成功的开业庆典对于百货店具有“一炮打响”的深远意义。因此，开业庆典是新店筹备项目收尾阶段的重要工作。开业庆典的操作规律是：开业十天前，确定开业庆典方案；八天前，开始相关媒体的广告投放工作；六天前，开业庆典所需资源采购到位；三天前，参加新店开业的贵宾邀请工作完成；一天前，开业庆典现场布置；开业庆典及活动效果评估等。

新店筹备项目随着开业庆典的结束而告以段落。开业后，一些具体的收尾工作无论完成与否，均由新店管理团队接管运作。由组织最高管理者授权，相关部门依据项目验收检查的结果，对整个新店筹备项目进行绩效评估工作，评估结果除了向项目干系人提出改进意见和建议之外，对于筹备工作过程中表现突出的小组成员和造成工作失误的小组成员将分别实施奖惩措施，形成及时的激励机制，促进下阶段项目工作质量的提高。

新店筹备项目结束，项目小组即时解散，小组成员返回所在职能部门。随着新的筹备项目的开始，各职能部门再行组建

新的新店筹备项目小组，开展工作。

作为一种新的尝试，我们预期：在新店筹备工作中应用项目管理技术，能够为零售商快速、高效率地开设新店带来或多或少的帮助。更为重要的是：在变化迅速、竞争激烈的市场形态下，零售组织以什么样的经营姿态和管理理念，才能在商业博弈中占得主动？项目管理意识在充分利用现有条件把握不可预知的未来方面，显现出出众的效能和非凡的魅力。希望在不久的将来，“项目思维”将成为零售组织所能赖以重用的管理思维。

从目前来看，采用项目管理意识至少可以解决零售组织在发展和扩张中面临的两个方面的问题。第一、随着业务范围的不断扩大，零售企业必将面对更多更广的未知的市场环境。在这种情况下，组织原先积累的经验所能起到的作用将会越来越少，很多时候，组织将可能面对一无所知的商业环境，如何在这种环境中以低风险的代价完成扩张任务，用项目技术和项目思维“武装”经营者的思想，显得尤为重要；第二、随着业务流程的日趋复杂，日常管理要求仅仅能够使企业保持现有的管理水平，而无法超越自己做出更高的提升。将企业管理提升作为一个“项目”来实施与改进，将使组织超越自我成为可能。

本文结合新店筹备工作，仅对项目管理技术的应用进行了比较粗浅的表述，身为零售组织的管理人员，我们应将自己的职业目光放高放远，积极学习包括项目管理技术在内的先进管理技术，以开放性的思维方式将其充分应用到日常工作当中，只有这样，我们的工作成果才会更加丰富，我们的工作前景才会更有希望！

## **筹备期招商工作计划篇十**

餐饮服务是组成酒店必不可少的部分，营业部门是酒店的重

要创收部门。在酒店各部门中，营业部员工集中，业务环节繁多，技术水平要求高，牵涉到知识面广；因此，加强营业部管理，对整个酒店的经营管理都有非常重要的意义；营业部主要负责餐厅产品销售和宴会服务工作，满足不同类型用餐客人的物质和心理享受需要。

营业部开业前的准备工作，主要是建立部门运转系统，并为开业及开业后的运营在人、财、物等各方面做好充分的准备。

具体包括：

营业部经理一般要提前2个月到岗。

到岗后，首先要通过实地察看，熟悉饭店的平面布局。然后根据实际情况，确定营业部的管辖区域及营业部的主要责任范围，以书面的形式将具体的建议和设想呈报总经理。饭店最高管理层将召集有关部门对此进行讨论并做出决定。在进行区域及责任划分时，营业部管理人员应从大局出发，要有良好的服务意识。

按专业化的分工要求，酒店的清洁工作最好归口管理。这有利于标准的统一、效率的提高、设备投入的减少、设备的维护和保养及人员的管理。职责的划分要明确，最好以书面的形式加以确定。

营业部管理范围较大，为综合利用所有设施，发挥最大的效能，员工餐厅由营业部统一管理。

要科学、合理地设计组织机构，营业部经理要综合考虑各种相关因素，如：酒店的规模、档次、建筑布局、设施设备、市场定位、经营方针和管理目标等。

1. 酒店的建筑特点：采购的物品种类和数量与建筑的特点有着密切的关系；例如，楼层通常需配置工作车，某些清洁设

备的配置数量、收餐车，得考虑是否能够直到洗碗间等等。

2. 行业标准：最低产品标准是营业部经理们制定采购清单的主要依据。

3. 酒店的设计标准及目标市场定位：餐饮管理人员应从本酒店的实际出发，根据设计的星级标准，同时还应根据本酒店的目标市场定位情况，考虑目标客源市场对餐饮用品的配备需求。如高档宴会的布置需要；婚宴市场的产品。

4. 行业发展趋势：餐饮管理人员应密切关注本行业的发展趋势，在物品配备方面应有一定的超前意识不能过于传统和保守；例如，餐饮部减少象金色，大红色的餐具与布置，增加一些淡雅的安排等等。

5. 其它情况：在制定物资采购清单时，有关部门和人员还应考虑其它相关因素，如：餐饮上座率、酒店的资金状况等。采购清单的设计必须规范，通常应包括下列栏目：部门、编号、物品名称、规格、单位、数量、参考供货单位、备注等。此外，部门在制定采购清单的同时，就需确定有关物品的配备标准。

营业部经理虽然不直接承担采购任务，但这项工作对营业部的开业及开业后的运营工作影响较大，因此，营业部经理应密切关注并适当参与采购工作。这不仅可以减轻采购部经理的负担，而且还能在很大程度上确保所购物品符合要求。营业部经理要定期对照采购清单，检查各项物品的到位情况，而且检查的频率，应随着开业的临近而逐渐增高。

运转手册，是部门的工作指南，也是部门员工培训和考核的依据。一般来说，运转手册可包括岗位职责、工作程序、规章制度及运转表格等部分。

通常，营业部的员工招聘与培训，需由人力资源部和营业部

共同负责。在员工招聘过程中，人力资源部根据酒店工作的一般要求，对应聘者进行初步筛选，而营业部经理则负责把好录取关。

开业前培训是营业部开业前的一项主要任务，营业部经理需从酒店的实际出发，制定切实可行的部门培训计划，选择和培训部门培训员工，指导其编写具体的授课计划，督导培训计划的实施，并确保培训工作达到预期的效果，工作计划《[工作总结]餐饮酒店的开业筹备工作计划》。

一般培训计划以倒计时的方式编定。员工一般要求两个月前到位，经过酒店整体的半个月军训后，由部门安排培训，餐饮培训的主要内容有：餐饮的基础理论知识；基本功练习；餐饮服务规范流程的训练；酒店主菜单培训；为培训团队的凝聚力，可在培训期间穿插一些团队合作的学习和训练等。培训结束，可组织一次大型的培训成果汇报会，也可从中发现一些优秀服务人员。

开业前，即开始建立餐饮档案，对日后的餐饮管理具有特别重要的意义。很多酒店的营业部就因在此期间忽视该项工作，而失去了收集大量第一手资料的机会。最好能与最初确定餐饮定位和功能划分的人进行一次沟通，领会他们对餐饮设计的意图。

酒店各部门的验收，一般由基建部、工程部、营业部等部门共同参加。营业部参与验收，能在很大程度上确保餐饮装潢的质量达到酒店所要求的标准。营业部在参与验收前，应根据酒店的情况设计一份餐饮验收检查表，并对参与的部门人员进行相应的培训；验收后，部门要留存一份检查表，以便日后的跟踪检查。

开业前垦荒卫生工作的成功与否，直接影响着对酒店成品的保护。在全店的基建清洁工作中，酒店各部门除了负责各自负责区域的所有基建清洁工作外，还负责大堂等相关公共区



域的清洁。营业部应在开业前与酒店最高管理层及相关负责部门，全面的清洁工作，共同确定各部门的基建清洁计划，然后由后勤部对各部门员工进行清洁知识和技能培训，为各部门配备所需的器具及清洁剂，并对清洁过程进行检查和指导。

营业部在各项准备工作基本到位后，即可进行部门模拟运转；这既是对准备工作的检验，又能为正式的运营打下坚实的基础。

制定营业部开业筹备计划，是保证部门开业前工作正常进行的关键。开业筹备计划有多种形式，酒店通常采用倒计时法，来保证开业准备工作的正常进行。

营业部负责人到位后，与工程承包商联系，这是工程协调者或酒店经理的职责，但营业部经理必须建立这种沟通渠道，以便日后的联络。

- 1、参与选择制服的用料和式样。
- 2、了解餐饮的营业项目、餐位数等。
- 3、了解酒店等其它配套设施的配置。
- 4、熟悉所有区域的设计蓝图并实地察看。
- 5、了解有关的订单与现有财产的清单。
- 6、了解所有已经落实的订单，补充尚未落实的订单。
- 7、确保所有订购物品都能在开业一个月前到位，并与总经理及相关部门商定开业前主要物品的贮存与控制方法，建立订货的验收、入库与查询的工作程序。
- 8、检查是否有必需的设备、服务设施被遗漏，在补全的同时，

要确保开支不超出预算。

9、确定组织结构、人员定编、运作模式。

10、确定餐饮经营的主菜系。

11、编印岗位职务说明书、工作流程、工作标准、管理制度、运转表格等。

12、落实员工招聘事宜。

1、按照酒店的设计要求，确定餐饮各区域的布置标准。

2、制定部门的物品库存等一系列的标准和制度。

3、制订部门工作钥匙的使用和管理计划。

4、制定营业部的卫生、安全管理制度。

5、制定清洁剂等化学药品的领发和使用程序。

6、制定餐饮设施、设备的检查、报修程

关家具、设备的数量和质量，做出确认和修改。

7、与财务总监一起准备一份详细的货物贮存与控制程序，以确保开业前各项开支的准确、可靠、合理。

8、继续实施员工培训计划，安排员工到长阳店实习。

1、与工程部经理一起全面核实厨房设备安装到位情况。

2、正式确定营业部的组织机构。

3、确定各区域的营业时间。

- 4、对所有餐位进行全面的统计。
  - 5、根据工作和其它规格要求，制定出人员分配方案。
  - 6、按清单与工程负责人一起验收，验收重点：装修、设备用品的采购、人员的配置、卫生工作。
  - 7、拟订餐饮消费的相关规定。
  - 8、编制营业部基本情况表(应知应会)
  - 9、着手准备餐饮的第一次清洁工作(招收专业人员或临时工)。
  - 10、空调系统安装与调试。
  - 11、电器.通信系统安装与调试。
- 1、全面清理餐饮区域，进入模拟营业状态。
  - 2、厨房设备调试。
  - 3、主菜单样品菜的标准化工作。
  - 4、准备模拟开业的筹备工作：确定模拟开业的时间，明确模拟开业的目的，召开部门会议，强调模拟开业的重要性。取得全员统一。
  - 5、制订宴请名单与计划、制订开业典礼方案。(正式开业)