

2023年招商工作计划 招商部工作计划 (精选7篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

招商工作计划 招商部工作计划篇一

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。

- 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

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。

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

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

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。

XXX

20xx年 02 月19 日

招商工作计划 招商部工作计划篇二

首先，对于过去的20xx年，我差不多是在不断摸索中，甚至是可以说是在不断的碰壁中度过的。

在各位领导，尤其是王主任的悉心指导下，收获到很多过去所没有个人经验，个人能力得到了较大的提升。转眼，时间一年就过去了，招商工作虽说是细火慢炖的工作，但是对于各个阶段的目标还是需要时刻铭记在心。

20xx年考核在即□20xx年也已经开始了，对于20xx年的工作计划，首先我自己的第一感觉就是□20xx年的计划和工作要趁早，从一月份就开始，不能等过年，磨洋工。

我自己之前联系过几家市场化招商的代理公司，其中有一家叫做中国招商网驻南京分公司，最近电话联系的一个工作人员，一个东北的外派招商人员，24岁的小姑娘，标准90后。不仅现在还在南京坚守岗位，而且时常在江苏的各个园区进

行拜访，每周的拜访活动都很频繁。另一个，我自己也能感觉的到越是到年底，我们的政府和园区各位领导其实出访抑或接待来访也是较多的，工作较平时而言，只能看到是更忙了，所以作为我们招商部的一员，我觉得越是这样的时间节点，越是考验一个招商员。

其实招商确实应该如此，这个岗位是很特殊的，逢年过节，其实更是拓展人脉，进行多渠道招商的大好时机，平时出去招商，单位的大小领导不是出差就是开会，运气不错的话，也能遇到几个领导在家又很闲客气坐下来聊聊看的企业，基本现在的经济背景下，效益又不是很好，近期不打算扩张规模。

至于具体的20xx工作计划，我将从工作目标和工作方法两个大的层面来思考。

第一，就是工作目标，我要锁定自己的20xx工作目标。对于园区而言。目标自然是以20xx年上级的考核计划为具体目标，争取在我加入咱们园区招商的第二年的具体工作过程中，在王主任的带领下发挥更大的能量，为这个整体的目标的实习，不仅要多出力气，更要能够多出点成绩。除了整体的园区目标以外，我个人也给自己定下20xx的个人目标，再接下来的一年里，争取实现。

首先，招商部的人员得发扬好“钉钉子”的精神，“钉钉子”我感觉短短三个字，大家都知道，很直白，但是也很能说明问题，一个是，很适合我们新来的招商人员，“钉子”这个东西身子小，但是“脸”大，而且在“钉钉子”的时候，锤子每次肯定都是打在脸上的，所以形象来说，招商人员的“钉钉子”精神：“不能要脸”。再一个就是，“钉钉子”，不能想着一锤子买卖，再小的钉子要想定的准，打的牢，就得慢慢来，力气大，个个都想一步到位，要么不牢靠，要么方向是斜的，而且还很有可能锤子一下就砸在自己的手上。

所以20xx年我的第一个目标就是钉240颗钉子，主动出击还是很有必要的，目标分解下来以后就是每个月需要主动联系客商，并收集有效信息至少20条，每个工作日必须联系有效客商一位，将收集的信息加以归纳，以备筛选。

第二，完善数据库跟踪机制□20xx年，利用互联网及计算机，将项目信息加以归纳整理，做到每个项目信息跟踪进度，方便调取查看。在此基础上，采用“135”跟踪法，对目标对象展开有序的跟踪回访，“135”就是第一次联系后，只要不是拒绝的对象，就要继续跟踪，第一次跟踪的时间为首次电话或登门拜访后的一天以后，第二次就是距离第一次的回访电话三天以后，第三次就是距离第二次拜访的五天以后。频繁联系，争取将每一条来之不易的项目信息挖掘到最大价值。

第三，拓展人脉，作为招商员，过去一年新认识了很多社会上的各行各业的人，既然是市场化招商，工作机制相对较为灵活，可以和各行各业的相关人员做朋友，其次也可以与同为招商战线上的其他园区的招商员成为好友。我给自己定立的目标是：每天新认识一个人，能够联系的上；每周新交一个朋友，可以偶尔嘘寒问暖一次两次；每月新交一个可以经常联系，互相帮忙的好朋友。这些人可以是公司的中高层管理人员，也可以是公司内具体负责项目投资的相关工作人员，也可以是其他园区的招商人员或者管理人员，一定可以为我的20xx的工作计划添翼助力。而且这样的添翼助力来的效果更加长久，既是是个人成长的可持续途经，也可以在后续的工作过程中不断提供帮助的捷径。

在具体的工作措施和方法上。

2、积极做好在谈项目、意向项目的推进工作。将有效的项目尽可能的加快速度去推进。

3、强化以商招商。

(2)不断拓宽服务领域，深化服务层次，配合园区的其他部门做好企业的相关服务工作，跟踪服务，竭力为企业排忧解难，营造一个宽松的发展环境，让落户企业宣传下蜀。

(3)经常性深入企业，及时掌握企业发展动向，捕捉招商信息。

(4)进一步建好项目信息库，做到管理细致，跟踪盯靠及时到位。

4、熟悉招商激励机制，调动各方面、多渠道招商引资的积极性。通过适当的政治鼓励和物质奖励，促使招商效果最大化。

5、发挥资源优势，拓宽招商引资领域。

宣传好、运用好“绿色建材产业园”“循环经济产业园”的品牌。集聚更多区域产业规划内的优质企业。绿色建材、电力能源、现代物流、装备制造作为我们园区的规划，也是招商部门的方向标。

找准方向，有的放矢

对于当下的经济新常态，我个人感觉方向要正确，首先对于招商地区而言，目前最能出效果和成绩的必然是南京及其周边地区。其次，对于目标企业而言，体量和生产工艺流程上最能出成绩的还是我们特色园区产业链上的上下游企业，尤其是近两年来，随着建华的公司升级改造，部分产能转型！应该可以带来更新的上下游需求。

招商工作计划 招商部工作计划篇三

3月份，我中心在“加快发展，科学发展，又好又快发展”指导下，进一步做好“招商引资年”和招商引资百日大会战活动，以项目建设为抓手，以项目洽谈为手段，全面推进我县的招商引资工作。

1、推进签约项目开工建设 与文水锦绣农牧发展有限公司投资的3000万只/年肉鸡养殖屠宰深加工项目、山西鑫四海投资集团有限公司投资的百万头生猪生态养殖加工项目要在3月上旬举行开工仪式；与山西国际能源集团（格盟国际）合作的六大板块项目：主要在煤层气（天然气）开发利用、旅游景区开发、镁及镁合金中、高端产品开发、硅藻土开发、风电开发、武介铁路建设等领域进行合作，目前在煤层气（天然气）开发利用、旅游景区开发领域要进入实质性阶段；与北京中科巴普科技有限公司的甲醇汽车产业化项目示范基地项目，协调做好项目前期工作，促进其早日开工建设。

2、促进在谈项目早日落地 重点对与新恒基国际(集团)有限公司的干细胞组织工程项目、与两弹一星国际基金会的“两弹一星国防教育园”及火箭兵摄影活动中心项目、与国际能源合作项目等签有意向的合作项目，积极主动沟通，为项目落地创造条件，力争早日由意向变为合同，落户建设。

今年，我们要有重点地组织参加“煤博会”“、高交会”、“能源博览会”、“中部博览会”等展会，为企业和产品走向市场搭建平台，把我县的企业和产品推荐和宣传出去，向会展要信息、要项目、要协议、要订单。目前，我中心正在为参加各种展会特别是5月分在珠海或深圳举办项目推荐会和8月份在太原举办的“中博会”做充分的准备工作。

通过网络信息发布和亲赴长治、太原等地洽谈业务的形式，积极寻求更多、更好的项目充实我中心的项目库或广泛开展洽谈，千方百计把能促进我县经济社会发展的好项目、大项目争取到我县并尽可能签订合作协议。

进一步加大网络招商力度，我中心要在武乡政府网、山西省投资促进网上发布以外，又在独立开设的武乡政府招商网上不断发布信息，以寻找更多的合作机会。

我中心继续夯实项目库建设，3月份要将手续基本完善的具备

招商条件的好项目、新项目充实到项目库中，为今后的招商引资工作打下坚实的基础。

招商工作计划 招商部工作计划篇四

一是项目包装立足特色。做好项目的包装首先要明确项目的自身定位，努力挖掘优势资源，像是利用山地古村资源继续发展农业招商、民宿招商，利用“坡地村镇”建设打造林上经济，实现“一镇一品牌，一村一特色”、“房在林中、园在山中”新型招商理念，并以新观念、新思路，对项目进行设计、包装和策划，做到推进一批，开发一批，储存一批，充分实现招商选资和项目建设的良性发展，创建森林养生试点县。二是项目谋划细化分解。制定每个月工作的详细计划清单，做到“盯人、盯事、盯项目”。积极梳理重点项目需协调的问题，为项目推进做好服务工作。将已签约的项目，作为增强永商回归服务的重要环节来抓，通过狠抓项目落地，鼓励和引导更多的永商回乡创业创新，切实提高项目“履约率、开工率、投产率”，增强招商的延续性和实效性。

一是四大机制促督查。继续发挥四套班子领导的联系挂钩作用，健全招商选资工作常态化推进机制，分解责任，联合推进。继续优化招商选资环境，深入实施“四员”机制，强化县级领导专题督查行动____县纪委牵头的招商项目巡查机制，健全招商选资工作协调机制，督促各镇街、牵头部门做好项目推进。做好督查最深最严、服务最好最全、审批最快最优。

二是部门挂钩促联动。今年县政府出台了《____县部门单位挂钩帮扶重点招商项目的实施意见》。《意见》要求各挂钩帮扶部门单位根据《部门单位挂钩帮扶重点招商项目任务表》倒排时间，研究制定本单位的工作方案和推进措施，实行“一把手，一班子，一对一”的帮扶机制，加强部署落实，严格按目标任务和倒排计划时间节点抓好重点招商项目挂钩帮扶工作，并通过“一月一报”的形式将挂钩帮扶项目的每月进度报送至县考绩办。利用部门发挥自身职能优势，通过

挂钩帮扶重点招商项目，形成上下联动，部门齐抓的招商选资浓厚氛围，全力推进招商项目开花、结果。

积极组建在外异地永嘉商会以及商会基层党组织。以党建促进商会规范建设，让每一个在外永商都有一个“家”。我局做为永商的在内“娘家”，要实现内外联合、内外联动，充分利用“一网一会一报两库两微”的联络平台，特别是去年我们成立了永嘉招商服务局的公共微信、微博平台，第一时间将最新的招商动态进行发布。深入完善世界永嘉人信息库。认真筹备第五届世界永商大会，借此机会能够加强内外永商的联络与交流，共商发展大计。

以党的十八届五中全会精神、十三五规划____县委十一届十八次会议精神为指导，深入贯彻落实科学发展观，紧紧围绕县委、县政府的招商引资工作要求，全面实施“走出去”和“请进来”的招商战略，吸引更多的投资商来我乡投资兴业，全面掀起我乡招商引资新高潮，确保完____县下达的项目建设招商引资任务。

一个地方经济发展的快慢取决于人的思想观念转变和更新的快慢，特别是乡村两级干部思想观念的转变对招商引资起着至关重要的作用。乡里将分阶段组织乡村干部学习省、市、县有关文件精神，加强学习，更新观念，充分认识招商引资对地方经济发展的重要性。树立以经济建设为中心，政府为经济建设服务的理念。要依托工业来发展地方经济，增加农民收入。

我们在春节前后这一段时间，积极动员乡村两级干部、企业老板、部门负责人迅速行动起来，利用春节前后这一段在外人员返乡、亲戚朋友聚会的机会，积极搜索相关招商线索。

三要实行委托招商。邀请在外成功人士为经济发展顾问或招商联络员；

七是强化全民招商意识，把招商引资的任务分解细化到人，明确单位一把手为招商引资第一责任人。

今年我们要一方面抓好硬环境的建设，要加大项目资金的争取力度，搞好道路、电力、基础设施等硬件建设，为引进和发展企业创造良好的条件。另一方面要抓好软环境的建设，一是要情感招商，以良好的服务态度，优质的服务内容，以亲商、爱商、安商、富商的良好感情与行为感化客商，即要引得进，又要留得住。无论项目大小，我们都坚持服务为先，积极为他们解决生产、建设中的困难和问题。二是切实转变工作作风，改善服务态度，提高办事效率，进一步优化治安环境，让投资者放心投资，安心创业。

招商引资是我乡经济工作的重中之重，要领导带头抓，部门联动抓，发动全民抓，检查督办抓。要把招商引资作为衡量村干部工作成绩的第一指标进行量化考核，实行责任追究，坚持“一季一通报，半年一初评，全年总考核”，确保招商引资项目建设工作常抓不懈，常抓常新。

总之，我乡在县委十一届十八次全会精神后统一了思想，对整个经济的发展充满了信心和决心。相信，在县委、县政府的坚强领导下，我乡一定会做好今年的招商引资项目建设工作，为经济社会又好又快发展做出更大贡献。

招商工作计划 招商部工作计划篇五

2、商场进货管理委员会审批被招商企业的资格，并且不定期的对被招商企业商品的品质、种类、销售情况进行检查。

3、人力资源对导购员进行面试体检和岗前培训后方可上岗。

4、安保对导购人员的身份证、工作证、健康证、暂住证进行审核，与被招商企业签订安全责任书，工作总结《商场招商工作》。

5、行政部门发给导购工服、胸卡和借用财产管理工作。

6、百货商场规定一名经理专门负责被招商企业的日常管理工作，提供其营业执照副本、招商审批表、联销协议、商品样品、价格目录等各种证件。

1、百货商场对商场招商工作实行动态管理，被招商企业要积极配合，商场有权对无季节影响情况下3个月没完成工作任务的企业或不安商场规定做的企业提出终止协议。

2、被招商的企业也必须是具备法人资格的或者是生产企业授权的代理商。

3、被招商企业的商品必须实行三包，经营品种也必须是名特优新，杜绝假冒伪劣商品。

4、合同期限一般为六个月或一年，如果认为有前途再决定是不是续签。

1、招商工作择优招商。

2、按照不重复招商和申报在先的原则进行严格的筛选工作。

3、对合要求的企业先向商场提出书面申请，商场再提供一系列的证书，经进货管理委员会审批方可发给企业。

()

招商工作计划 招商部工作计划篇六

前言

第一部分 商业定位

第一章项目总体定位

一、前期沟通总结

二、项目总体定位

三、项目的功能定位

第二章商业业态定位

一、定位理由

二、业态定位

第三章商业名称定位

一、商业案名定位

二、博览城的解释

第四章商业管理功能定位

一、现有管理格局

二、金润物流的管理功能定位

三、现代化的管理体系

第五章商业经营业种定位

一、主题物流定位

二、经营业种定位

三、定位规划

第二部分 招商策略

第一章招商总策略

第二章招商阶段设置

第三章招商工作计划表

前言

商业物业是房地产业里经济价值最高的物业形态，在动态的经济大环境中，商用物业疲惫的活跃着——高回报刺激着巨资开发；而经营的艰难加大了风险。要让商业物业从“炙手”向“可热”转化，就要在分析大的物业环境下，结合项目本身，步步为营，攻克风险的城堡。

商铺时代的来临，催化了商业市场的竞争，加速了城市商业的繁荣，新兴商圈挑战传统商圈，随着城市改造步伐的加快和商铺概念的深化推广，市中心商圈和洪城大市场的商圈的局面被打破，香江、鸿顺德纷纷涌现。本项目要在激烈的商战中占据最高点，就要做好工作中的每一环，而招商在工作环节中是关键的一环，它赢与否关系着销售战的再打策略。

要做好招商工作就要有一个好的招商策略来指导。我们的招商策略在“赢了再打”的总策略下，各工作环节环环相扣，做好“赢”的工作后，然后“再打”下一战役。

项目要生存，必须做好招商工作，积累前期客户；而招商的成功要有一个好的策略才能得以保证。但策略不是凭空而生的，是在市场的基础上，对商业准确定位后，在概念上创意不行，在经营上还要有思想。

第一部分 项目定位

第一章项目总体定位

本项目不是一个简单的商业地产或商业经营项目，因而在对它进行评介和探索其商业价值所在时，是在宏观区域市场范畴和大流通领域里寻找恰当的出路。

前期报告在充分的市场调查基础上，深入研究了南昌市的商业发展格局，并创造性的提出了“批发mall”的市场形象定位概念和物流中心定位。但是在市场定位方面，报告并未提出更多可供参考的选择。没有能够充分体现出本案的相对市场优势，“批发mall”的市场定位同样无法全面体现本案的核心竞争力，缺乏足够的市场引爆力。

鉴于此，我们针对前期市场调研报告中的部分内容进行了深度分析。

针对市场特点和本项目自身的优势，为加强市场引爆力，我司在原方案的基础上进一步对物流中心定位提升出主题物流概念。

本项目立足于服务周边市场，集批发、零商品展示交易、物流配送功能等为一体，具有强大辐射的大型现代化的主题物流中心。

1、功能组合

(1) 展示、交易功能区

该功能区是本案的主功能区。展示功能与交易功能区，形成了前“展”后“店”的格局，依托南昌对于江西极强的辐射作用，通过动态的展览展示提升本项目的辐射半径。

同当前批发市场的主要差异表现在：

集中主题规划，导购便利（吸收零售商业的优点）；

销售形式以开架式销售为主，统一结算，营造了良好的购物环境（良好的购物环境有利于吸引品牌或名牌企业进入、扩大零售和批发交易量；减轻经营人员工作压抑，营造舒适的工作环境）

可配计算机，进行客户管理，仓储管理（mis系统）-预留管线。

（2）会展会议、推介培训服务功能区

该区域是市场的配套功能区，主要是提高本案的档次和水平；

组织国内和区域的各种专题交流会议和论坛；

（3）零售功能区

零售功能区主要是拉动市场的人气，但是引入的零售业，不是按照商业中心区的业态引入，而是引入对批发市场经营有益的业态；引入的企业应该是行业的龙头，能够带动其它中小企业和个体进入。例如，麦德龙的客户群有60-70%是团购客户，它走的是一种c&c的批零兼售的仓储式超市功能。

或者引入专业商店的品牌商家，如国美、苏宁等电器经销商；东方家园、百安居、好美家、欧培德等建材家居超市、法国的低压电器分销商企业蓝格赛等。将行业的巨无霸与小批发企业融为一体，借助大企业同小批发企业的错位经营，形成某种批发产品种类的集群。

同时，引入一定比例面积的超市，专营店，可以汇聚消费人流，增加本项目的出售或出租面积，降低投资商的风险，增加项目的成功率。

（4）休闲娱乐功能

本案的经营者既是一个庞大的经营群体，也是一个庞大的消费群体，一定对休闲娱乐功能存在着巨大的需求。一方面，为了业务的需要，接待客户需要一定的休闲娱乐设施，另一方面，批发业务通常在下午3-4点钟结束，需要一个消费的空间。同时，南昌洪城区域也没有较高档次的休闲娱乐设施和场所，在本案内建立一定的休闲娱乐设施，可以填补洪城区域相对缺乏休闲娱乐产业的需求。

该区域为配套服务区，以满足本项目经营主体和消费者需求为主导，兼顾洪城区域对于休闲娱乐的需求，可以规划批发商会所，设置各种时尚休闲的项目，例如健身房、桌球、乒乓球室、美容美发、壁球室、棋牌室等运动休闲项目；各种主题的餐厅、茶室；设置商务娱乐、餐饮和业余时间休闲活动功能等。

（5）仓储物流功能

仓储可以采用租赁自用和委托管理仓储服务区两种方式；

对于加工处理必须设计标准化的包装模式；

主要的功能有仓位租赁、托管、包装、加工服务、配送服务、验收货物、车库、租车。

（6）信息服务功能

信息服务功能区主要是收集、加工和处理各种行情，及时为入驻的企业发布信息，以指导企业生产经营活动，建立21世纪的智能化信息中心、成为行业市场信息发布中心是目标，主要功能为媒体发布行业信息、信息分析和收集、广告展新规划、展示广告设计、建立经济模型供求线、办媒体（杂志、报□□internet网络。

有组织的收集相关信息，并实行免费和有偿的服务；

借internet网络发布各种信息。

(7) 商务办公服务功能区

由于本案的主要目标客户是企业，而不是个体经营者，在经营过程中，必然有的需要一定的办公空间，同时也存在诸多的商务活动。由于增加人员相对会增加成本，商务功能服务区就是代理商务服务。这些企业由于规模较小，资金能力有限，在商务活动中，迫切需要一个能够提供完善商务服务的办公环境。

会议室/中心：供入驻的中小企业召开各种会议使用；

会计、律师、广告、印刷等相关服务业的办公室；

商务办公区将成为大客户的办公场所和小型客户的交易场所，并提供各种相关的商务配套服务，与铺位交易形成互动。

(8) 管理功能

管理是保证交易的正常化的基本保障

组织由政府有关部门、发展商和经营主体共同参加的市场管理委员会；

制定和修改市场的管理规定；

解决市场纠纷和分歧；

检查、监督产品的质量；

决定非营业时间的进出货、防盗、防火；

确定商品包装的标准；

处理紧急情况的问题；

组织有关推介、展示、培训等有利市场的活动；

争取政府的优惠政策，创造良好的市场平台环境；

成立具有行业特点的中介服务组织，专业商会，行业协会。

（9）公共设施、环境服务区

完善的公共设施，才能保障批发市场能够正常运行。公共环境包括市场内部和外部。外部公共环境是市场的外部形象的直接体现，在建筑外观设计上追求时代气息，配套环境协调一致的主题风格，当然还包括公共停车场、良好景观环境、舒适工作环境、方便的购物工具、快餐吧等；内部环境设计购物动线通畅、清晰，空间利用率高，环境卫生整洁，给人们提供舒适的工作和购物环境，还包括电话、公共网络、供水、电暖设备、保安、报警、防火、餐饮配套等。

2、产业结构组合

门类配置标准 门类权重比例 门类细分

基

础

门

类食品类 35% 包装食品、礼装食品、保健品、绿色食品等

烟酒类 烟、酒、饮料等

服装类 各类服装、鞋帽、纺织品等

发
展
型
门

类家居类

35%装潢材料、五金、床上用品、美居用品、家具、精美工艺品、花卉等

潜质

型门

类休闲用品

影象图书各类图书、期刊、电子影象制品

大综型传统门类日用小百货17%

特殊门类地方性土特产类3%

古玩类

二、商业业态定位

本项目的功能架构是由批发、零售、采购、配送及配套服务构成，是以主题物流为依托，集批发、零售、采购、配送及配套服务功能于一体大型展示交易中心。

三、商业案名定位

为降低项目风险，本项目的商业案名定位为：

江西国际商品博览城

博览城是指以江西省庞大的资源为依托，集产品会展、交易、信息、服务功能于一体，具有一定档次，统一形象，统一经营。

招商工作计划 招商部工作计划篇七

- 1、梳理业态（餐饮、服装、珠宝眼镜、医药、咖啡茶庄、影院、超市、娱乐、儿童、鞋帽、通讯、家居、古玩文玩、户外健身、文创）品牌（目前500+以上），包括公司性质、联系人等信息，适时开始联系沟通。
- 2、推进主力品牌的谈判沟通，原则上以超市、影院□ktv□大型电玩的联络和引进为主；儿童游乐□3c□服饰、餐饮等为辅；同时接洽可签意向，可用品牌logo的商家。
- 3、品牌调研及落位，主要是友谊现有品牌为基础，并积极与友谊公司取得对接，联系沟通下一步工作。
- 4、进一步对蓟县以及周边县市的商业项目进行调研，完善凯旋城租金费用的调研和报告。
- 5、与策划部沟通，完善目前的宣传资料，包括宣传单、楼书□ppt文字资料、音像、视频、微信推广，为招商会做准备。
- 6、与建筑设计部门沟通提出以及改进更有利于商场未来经营的设计方案和工程条件。
- 7、与合约部沟通合同、意向书、加盟协议等文本的审查与制作。
- 8、项目沙盘说辞演练，提升锻炼招商人员解说能力。

招商部