

2023年招商月度工作计划 招商工作计划(精选8篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。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。

招商月度工作计划 招商工作计划篇一

作为任何一个以营利为目的的单位来说——只有销售部才是唯一的赢利单位，其它的都部门均为成本单位。而我们公司的销售部充其量也只能算是守株待兔，以目前商业房地产市场的竞争激烈程度来看，销售部必需升级，从被动销售升级为有科学计划、有执行标准、有量化考核的主动销售。

实行置业任务分解，到人到片。而不是单纯依靠营销中心或营销中心的活动。可采取更为灵活的销售方式，全面完成年销任务，在营销形式上，应完善团购、中心活动推介、上门推介等方案，努力创造营销新模式，以形成自我营销特色。

新的一年，公司在2021年的基础上，应进一步扩大广告投入。其目的——一是塑造“珠贝城建材家居一站式购物广场”品牌，二是扩大楼盘营销。广告宣传、营销策划方面，应在广告类种、数据统计、效果评估、周期计划、设计新颖、版面创意、色调处理等方面下功夫，避免版面雷同、无效重复、设计呆板、缺乏创意等现象的产生。

2、明确招商任务，打好运营基础

1、进行市场一线信息收集、市场调研工作；

4、汇总市场信息，提报销售改善或销售开发建议

- 5、把握重点客户，控制客户的购买动态；
- 6、营销网络的开拓与合理布局；
- 7、建立、完善各级客户资料档案，保持与客户之间的双向沟通；
- 8、潜在客户以及现有客户的管理与维护；
- 9、配合本公司内相关部门作好推广促销活动；
- 10、按照推广计划的要求进行案场布局、宣传品的设计、发放；

“珠贝城”品牌建立时间较久，有一定的先入为主的优势。这个优势将继续扩大。另外的独立房产要做出差异化，在房产风格、市场情况和受众方面要有准确的定位。我们不光要学习，还要超越。

现在全县有两千多家商店、还没能好好的划分利用。另有各企业单位工作人员，由于工作稳定闲钱可用于投资，这些都是做市场的珍贵资料，由于销售部被动等客的惯性思维，这些东西都被放在那里了，很可惜。要充分利用，更快、更准的确定目标市场和目标客户。

公司所指充实基础工作，主要是指各部门各岗位的工作要做到位，做得细微，做得符合工作标准。小事做细，细事做透。务实不求虚，务真不浮夸。规范行为，细致入微。通过做好基础工作，改善内部工作环境和外部经营环境。该工作的主要标准，由行政部制定各部门《工作手册》，要求员工对照严格执行。为对各部门基础工作开展的利弊得失实行有效监督，公司在新的年度由行政部承办编制《员工工作动态》，每半个月一期。

企业的竞争，归根结蒂是人才的竞争。我们应该充分认识到，目前公司员工岗位适合率与现代标准对照是有距离的。2022年，公司应根据公司的实际需求，制定各类人员的招聘条件，并设置招聘流程，有目的地吸纳各类人才，并相应建立市场招商销售专业人才库，以满足公司各岗位的需要。

当然，没有实践的理论是空洞的，没有理论的实践是盲目的，接下来的工作就是加大实践力度。公司确定销售期望（目标）、制定战略方向，然后营销部下市场调研，到各个区域市场跑客户、走终端、查竞品，了解行情，熟悉各个区域的差别，计划能够达到的目标，制定可行的下一步运作方案。

招商月度工作计划 招商工作计划篇二

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，全面推进我县的招商引资工作。下面就是小编给大家带来的招商工作计划，希望能帮助到大家！

时间过得飞快，不过经意间我们又迎来了崭新的一年。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。

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。

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，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。

以上就是我们对于下一阶段工作情况的计划。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。

一. 项目介绍：

温州商贸城是由江苏奔宏置业有限公司出资建设的，该公司的重点项目——句容温州商贸城位于拥有南京御花园之称的句容市，是句容市政府20x年重点标志性工程，占地面积200亩，处于西环路和104国道的交汇口。辐射南京大都市经济圈，是周边地区目前规模最大的专业建材、五金机电批发市场。

该项目投资2亿多元, 建筑面积近70000平方米, 商铺面积达80000平米, 仓储面积35000平米。

二. 产品定位优势:

温州商贸城坚持以市场为龙头, 以产业为依托, 以物流为基础, 来打造该市场的集群经济、板块经济和名牌经济, 它的建成既顺应了当今商贸流通向大时尚集聚的趋势, 也符合该地政府倡导的大力发展民营经济的要求, 它高起点的定位、规划, 超前的建设理念, 长远经营思路, 是本地区一个融规范化, 品牌化, 专业化为一体最大的综合市场。经营项目分别有陶瓷洁具、石材油漆、灯具家具、木业制品、移门橱柜、五金低压电器钻业交易区等, 将句容建材装饰、五金机电消费市场进行了科学的规划整合和有效的管理运作。另外, 工商、技监、金融、供水、供电等及教育、餐饮、网络等服务设施一应俱全。温州商贸城是一座融展示贸易、仓储物流、科技服务、信息交流为一体的科技商贸城、文化城、信息城。

三. 交通概况:

本处于西环路和104国道的交汇口。到达句容市区只有1.2公里的路程。项目门口有公交2路10路汽车, 平均10分钟一班直达市区。项目距离南京江宁区只有20分钟车程, 距离南京市区只有40分钟车程。

分析:

1□s——优势

(1)地段——离句容市城市中心只有1.2公里, 规划的物流商贸区域, 对于大型的主题建材市场来说地段优越、位置显赫。

(2)交通——项目内有公交2路车直达市区10分钟一班, 10路车离项目只有5分钟的路程。

(3) 口碑——项目为句容市政府招商引资项目□20x年10强民营企业□20x年消费者信得过企业。

(4) 物业——项目占地面积200亩，该项目投资2亿多元，建筑面积近70000平方米，商铺面积达80000平米，仓储面积35000平米。是句容市最大的建材家具批发零售市场。

(5) 配套——配置自动扶梯、6500平米的大型停车场，还有宽24米的中央绿化带配置休闲区域，配套设施较为完备。

(6) 品牌商家入驻——一期，二期成功引进马可波罗瓷砖，冠军陶瓷，麒麟床垫，全友家私，皇明太阳能句容总经销，世友地板句容专卖店嘉宝莉油漆句容专卖，品牌影响力强大。

2□w——劣势

(1) 由于早期句容商业市场没有成熟给投资者带来了忧虑。

(2) 句容老的建材市场由于产生的早在句容人的心里有的一定的认知度，目前新市场开始需要一定周期的培育。

(3) 项目临104国道道，车流快，人流被阻隔，有碍人气的聚集和商气的形成。

(4) 项目居句容市区以外，区域商业网点分布较稀，商业氛围不足。

3□o——机会

(1) 经济因素——股市衰退、证券市场萧条、银行存款利率太低，有效投资渠道窄；与此正好相反的是连年存款余额上升，大量闲散资金找不到有较好回报的投资方式。

(2) 政策因素——国家宏观经济调控失当，造成房价一路高升，

给投资者带来了商机。

(3) 市场因素——随着经济复苏，人均收入大幅度提升，消费水平提高，消费能力和消费总量迅速增长，商业行业日益兴旺，商业地产开发前景也越来越美好。

(4) 区域发展——本区域被政府规划为商贸物流区，本项目正符合本区域发展，在附近政府有意建造大面积的经济适用房，加大了本区域的人流量。

(5) 现行的产权式商铺推广模式，可以满足很大一批中小投资者的投资欲望。

4□t——威胁

(1) 国家相关法规明确规定“禁止返租”，而产权式商铺推广模式必须向投资者承诺返租。

(2) 工商局以及广告法对返租、回报承诺等禁止宣传，使本项目在推广中无法将信息传达到位。

(3) 国家对目前房地产的发展过热不断的控制，银行利息不段上调。

(4) 招商难度大，开业时若无大量商户进入，商场经营会遭致失败，还有可能引发市场危机。

(6) 商业市场竞争激烈、经营困难，若不能盈利或保本，将难以摆脱这一沉重负担而无法彻底解套。

五. 岗位职责：

招商部职责

一、部门本职：

2、负责招商洽谈工作，进行市场拓展和完成领导交办的其他工作。

二、主要职能：

1、计划安排：编制部门本职所管年度、月度指导工作计划；

2、业务开展：对部门本职所管业务进行信息搜集和业务开展；

3、规范制订：对部门本职所管业务组织制定操作规程和管理制度；

4、检查考勤：对本部门所管业务进行监督、检查和考核；

5、资料管理：对本部资料进行管理；

6、工作协调：协调与公司各部门的关系；

8、工作报告：向总经理提交部门工作报告；

三、管理范围：

部门本职所管理业务范围。

四、工作要求：

1、本部人员要严格遵守公司的各项规章制度；

4、对于应由本部解决的问题，必须在一日内给予明确答复；

5、同事之间，分工不分家，分职不分责，齐心协力完成工作。

招商部经理：

一、岗位职责：

- 1、履行领导所指派的工作；
- 4、建立及健全招商各项管理制度及实施细则；
- 5、评估部门下属各人员的工作业绩；
- 6、评估各项招商方案的工作效果；
- 7、定时向上级汇报招商工作情况；
- 8、定时开展市场调查工作并及时汇总上报；
- 9、建立完整的一套招商资料库。

二、领导责任：

- 1、对部门工作目标的完成负责；
- 2、对下属人员的工作质量、服务水平负责；
- 3、对下属人员的整体行为规范、工作秩序及精神面貌负责。

x年我局在县委县政府的具体领导下，努力地开展工作，超额地完成了县给我们定的目标任务。使全县招商引资工作取得了新发展、新成效。下面是我们一年来招商工作总结及x年工作打算。

一、目标完成情况

x年县下达招商引资目标任务，到位国内县外资金50亿元人民币，到位国内省外资金35亿元人民币。西博会督办项目9个，

履约率90%，开工率80%，资金到位率40%。

截止今年10月，全县招商引资工作到位国内县外资金累计达56.0466亿元，完成全年目标任务50亿元的112.1%，其中，到位省外资金累计达40.8756亿元，完成全年目标任务35亿元的116.8%，完成任务数排县第2名。引进新项目18个，投资额达56.6亿元，其中，亿元以上项目10个，5亿元以上1个，10亿元以上2个。西博会督办项目履约率100%，开工率100%，资金到位率41%，全面完成督办目标任务。

目前跟踪项目182个，在谈项目62个，其中有签约意向性的项目10个。

二、开展的主要工作

(一) 夯实招商引资基础工作

对全年招商引资工作进行了认真谋划，草拟并由县政府下发《x年招商引资目标任务的通知》，明确招商引资目标；修改完善全县招商引资考核办法，激发了各单位招商引资工作的主动性和积极性；建立单位主要领导外出从事招商引资工作制度，定期对相关情况进行通报，树立招商引资工作的重要性；建立重大项目推动领导小组，书记、县长多次率各相关部门主要负责人召开项目现场会，调动各方面要素，在用地指标、水、电、气等方面给予招商引资项目优先保证，在园区建设上全力保证征地拆迁、基础设施建设资金及建设用地指标，确保项目尽早落地开工建设。

(二) 精心组织开展一系列赴外招商促进活动

为努力开拓招商视野，捕捉更多的招商引资信息，今年，我县招商引资的触角将向广东、福建、山东、浙江等区域延伸，充分利用西部县场资源、能源价格优势、劳动力资源优势寻找突破口，招商引资的方式突出优势产业链招商、以商招商。

组织小分队分别赴江苏、广东、浙江、上海、等地开展招商活动，赴省外开展承接产业转移投资促进活动共计53次，其中，县级主要领导带队5次，县级领导带队9次，部门镇乡主要领导带队39次。加强与江苏、广东、等相关行业协会、商会的联系，与、深圳县钣金协会建立战略合作关系，拓展招商领域和方式，承接钣金、电子配套企业的产业转移，寻求更广阔的合作空间。

(三)精细策划包装一批重点招商项目

根据我县产业发展方向及招商现实需要，充分挖掘当地及周边配套资源，由各镇乡和相关部门参与，借助优势资源，依托产业基础，在现有产业的上下游配套等方面深层包装项目，突出产业链条开发，包装了九顶山生态旅游开发、沿山生态旅游区、四星级酒店、机械加工铸造、中药材种植加工、玉妃泉饮用矿泉水扩建、早熟梨及大蒜深加工等19个项目，通过不同方式加强项目对外宣传力度，吸引外地客商投资绵竹。

(四)抓重大项目的引进及跟踪落实

着眼延伸产业链条，围绕环保、新能源和光伏能源等主导产业，以产业抓招商，以招商兴产业，全力打造食品白酒、机械、精细化工“三大百亿产业”□x年1-10月，全县新签约项目18个，其中亿元以上项目10个。如：由福建长乐传福针织有限公司投资20亿元新建川西国际商贸城、项目占地400余亩；由九一钣金科技有限公司投资2亿新建钣金生产项目占地350亩；由甘肃古河州酒业有限责任公司投资1.2亿元新建酒类生产项目。

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。

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□ 20x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。

一、坚持科学、理性、绿色、效益的招商理念

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。

二、明确三个目标：

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、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。

三、立足三个需求

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。

四、依托三种资源

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。

五、优化四种方式

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。

招商月度工作计划 招商工作计划篇三

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

招商月度工作计划 招商工作计划篇四

一、收集、整理、市场行情、以及竞争对手等信息资料，提出分析报告，为部门业务人员、领导决策提供参考。

二、协助主管负责公司专卖店的拓展工作。

三、定期向主管汇报工作情况和意向客户跟踪情况，定期进行工作总结，提高工作计划性和有效性。

四、按照公司与部门下达的空白市场拓展任务编写年度、月度招商计划书并负责具体实施。

五、请遵守公司各项规章制度，服从管理。

六、具备较强的组织协调及沟通交际能力，勤奋敬业。

七、建立意向客户数据库，负责公司拓展资料的管理、工作及后期的立意向客户跟进与签单。

八、负责搜集意向客户提出意见与建议等信息的记录及回访

工作。

九、负责拓展工作指标的月度、季度、年度统计报表和报告的制作、编写，并随时答复领导对拓展动态情况的质询。

十、负责招商的前期谈判和合同签订，并负责开业前期的服务与管理。

十一、完成领导交办的其他工作。

一、协助收集、整理、归纳市场行情、价格，以及新项目、竞争对手、客源等信息资料，提出分析报告，为部门业务人员、领导决策提供参考。

二、协助招商主管负责公司电脑产品的招商工作。

三、定期向招商主管汇报工作情况和客户跟踪情况，定期进行工作总结，提高工作计划性和有效性。

四、按照公司下达的招商任务编写年度、月度招商计划书并负责具体实施。

五、严格执行公司各项规章制度，服从管理。

六、具备较强的组织协调及沟通交际能力，勤奋敬业。

七、建立电脑代理商客户数据库，负责公司招商文件资料的管理、归类、整理、建档和保管工作。及后期的电脑代理商的客户关系维护。

招商月度工作计划 招商工作计划篇五

一、招商品牌量的积累

之前一直接触的属于全百货业态，工作中市调多是针对货品、活动、人员。招商方面资源也相对不集中，各类都有一点，但是也基本不全，加之都是站在成熟商场的的基础上进行招商，业绩和未来发展趋势相对直观，所以对于品牌客户相对有一定吸引力。从品牌资源量的累计方面相对比现在要小很多。

二、招商品牌沟通

由于现在招商的项目属于全新的商圈，全新的城市综合体，商户多数更熟悉昆明市场，投资也比较谨慎，所以就更需要我们的介绍让商户了解市场、项目、发展前景，打破对我们商圈原有的印象，建立信任感。

三、品牌位置的搭配

我们的项目，资源搭配和定位都比较明确，但是对于我来说，在品牌落位和周边品牌的搭配方面，也是需要我在通过市调中多看、多想中逐渐沉淀的，因为在以前接触的招商中，出现空位，明确品类就可以去按品类找品牌，但是对于现在的项目，更多被限制的并不是品类，而是适合，品类只要和项目定位适合，和周边规划搭配，就属于适合的，所以资源方面相对开放，就要善于思考和提出自己的想法。

四、施工细节和工作流程的熟悉

一、加强品牌资料的收集

市场品牌数量庞大，但是招商往往是“百里挑一”，联系100个品牌顾客，或许只有一个能进行签约，由此就需要覆盖大量的品牌资源。所以针对于此，我将加大品牌资源的收集，从美团、大众点评、赢商网中提取需要的资源，进行走访和电话沟通，同时，多走访昆明的商圈，至少保证每个月昆明商圈全部走访一遍，及时发现新品牌和新规划。

二、品牌的沟通

通过资料收集后的品牌，只要是没明确拒绝的，多保持沟通，让对方对我们的项目由不了解、不感兴趣达到了解、接受，考虑等过程。同时，通过沟通中，多思多想，提高自己业务洽谈水平，沟通方面多培养自己的引导技巧，传递项目优势和对方兴趣点，多关注市场，提高自己专业知识的累计。

三、流程和进场施工细节方面的学习

由于项目为16年开业，其中有许多品牌涉及到施工进场，流程方面也有许多细节需要招商人员进行协调和处理，所以在自己往后接触的过程中，一定做好笔记，牢记所涉及的细节方面问题，保证处理过一次的不会忘记，能顺利处理第二次。

我清楚自己还存在很多的不足与缺点，需要不断的学习，要时刻以更高的标准衡量和要求自己的工作状态，进一步提高自我认识。无论在什么岗位我要始终以饱满的热情对待自己的工作，勤勤恳恳、尽职尽责、踏踏实实的完成自己的工作任务。重要的是自己在这样的工作岗位上、有这样的工作机会，是领导信任和支持的结果，正因如此，我将更加珍视自己的岗位，也希望领导和同事们一如既往的给予我指导和帮助，我也将加倍努力，争取更大的进步。

招商月度工作计划 招商工作计划篇六

对于市场类商业地产项目来说，其操作流程一般可分为四大部分，一是项目定位、二是营销策划、三是项目销售、四是项目运营。在整个项目的开发运作过程中，项目定位是先期的重中之重，将直接影响到项目的成败，在项目前期的设计方案中，就应根据项目所定位的业态来进行综合布局，并根据所需经营业态对建筑物的要求来进行建筑施工设计。而项目的成功销售，则可保障开发商拥有足够的资金进行项目的开发和运营。且成功的营销策划推广也可确保项目销售的成

功。

项目定位经初步确定后，须展开对当地及周边城市的市场调研，并组织行业内专家（如行业协会、品牌经营户、市场运营商）和设计单位会同开发商共同对项目进行研讨论证，经科学研讨论证后，交由专业人员执行。

在项目的设计阶段，应考虑专业营运、销售人员的介入，就项目的设计与销售、运营需求结合起来考虑，设计出适合运营要求的物业，为经营物业量身定做。比如：项目商业部分业态如何分布？比例是多少？项目销售与保留部分如何划分？设计的销售单元主力面积该多大？总价控制在多少？该销售单元是否便于所定业态的经营？等等。合理的销售分割有助于项目单价的提升和加快销售速度（去化率），提高项目的整体收益。

1. 市场经营项目定位：

结合本项目所处区域，组织专业人员展开前期市场调研工作，做好本项目区域定位和内部商业部分定位；进一步做好各楼层定位和楼层平面定位。

2. 组建项目前期招商部，培养招商人员，展开前期商户拜访：项目启动后招商部由本公司组织家居行业专业人员负责，成立招商小组，组织日常工作的开展，先期以市场调研工作为主。

在做市场调研的基础上，同期展开对主力店、大客户的前期招商工作，做好相关行业协会和行业专业媒体的沟通工作。

4. 各个区域分布和经营业态的划分：

具体区域和楼层定位经市调得出结论后再细分。

5. 制定市场租金和招商优惠政策：

市场租金收入目标一般定为三年一个周期，市场招商优惠免租期建议为3-6个月。收入目标也需经调研后根据当地情况制定。各项招商优惠政策及政府相关优惠政策根据实际情况制定。

6. 筹备招商发布会：

建议在项目开业前6个月内召开招商发布会，在发布会召开前，做好相关行业协会和专业家居媒体的互动工作，须与各主力店和大客户签订租赁协议；在发布会召开时进行现场签约活动造势，以便在发布会召开后根据招商情况进行租金的'提升。

7. 招商文件及相关合同的制定：

须制定市场招商手册、定铺协议、租赁合同、消防责任书等。在发布会召开前须制定经营户手册、员工手册等。

招商发布会召开后，力争在2-3个月内完成招商签约工作，为开业做好准备。

9. 督促经营户进场装修：

在市场通过相关部门验收后，极力推进经营户进场装修工作。掌握经营户进场装修的进度，保证定期开业。

10. 协商确定开业日期及相关开业筹备工作：

应明确工程完工及验收日期，讨论确定开业日期，并以开业日期为节点，安排相关工作日程表及开业筹备工作。

1. 前期做好项目销售的相关辅助工作，以销售为中心，配合销售部做好相关市调、业态定位、客流动线、商铺划分、价格定位、公共部位装修等服务工作。

2. 搭建运营团队及做好组织架构图：

建议采取总经理负责制下的部门负责制，下辖部门：招商部、综合管理部、人力资源部、保安部、办公室和财务部。综合管理部下辖营销部、市场管理办、工程部。

3. 制定公司各项管理章程和管理制度：

在开业前制定的制度有：市场经营管理制度、各岗位责任制度、市场商品准入制度、商品先行赔付制度、商品价格管理及售后服务制度、装修管理条例、员工管理流程及奖惩条例、财务管理制度等。

建议员工收入分两大块为工资和奖金。工资由基本工资、三金、岗位津贴和各项补贴组成，每月按时发放；奖金为年终奖励，年底一次性发放。

5. 市场宣传推广策略的制定和实施：

招商前须做好招商手册一批、市场主楼户外广告位、道路指路牌若干、高炮广告若干、周边墙体广告若干、媒体广告若干，具体计划另行书面报告申请。

6. 与政府相关部门进行沟通联络：

在沟通联络的过程中，积极要求政府展开协调，使项目能划行规市，错位经营，避免引起其他商业综合体的恶性竞争。

操作过的项目：

1、浙江世纪建材市场：

位于杭州市萧山区新世纪市场园区，占地面积150亩，总建筑面积12万平米，业态为建材、家具类专业市场20xx年完成销

售、招商与开业。

2、杭嘉湖家居大市场——德清佳得利商贸城、卢球商贸城：位于湖州市德清县，占地面积300亩，总建筑面积26万平米，业态为服装、百货、建材、五金类专业市场□20xx年完成销售、招商与开业。

3、杭州宏丰家居城：

位于杭州市余杭区闲林镇，占地面积350亩，总建筑面积50万平米，业态为家居、超市类综合体，一期家具、建材市场于20xx年完成销售、招商。于20xx年开业。

4、宁波美家居国际家居博览园：

位于浙江省奉化市，占地面积50亩，总建筑面积6万平米，业态为建材、家具、橱柜类专业市场□20xx年完成招商与开业。

正在操作的项目：

米，采取先招商再销售的模式。现招商预定已达95%，销售工作正在筹备当中，预计今年10月份开盘。

2、杭州红星美凯龙金茂mall□

位于杭州市德胜东路九堡，占地350亩，总建筑面积46万平米，业态为以红星美凯龙为主力店的一站式家具mall□属大型综合体商业项目，一期商铺于20xx年完成销售，二期商铺正在热销中，今年底开业。

正在洽谈的项目：

1、中国（嘉善）木雕城：

位于浙江省嘉善县，占地面积80亩，总建筑面积12万平米，业态为木雕、红木家具类专业市场。

2、杭州新华东家具城：

位于杭州市艮山东路，占地面积150亩，总建筑面积20万平米，业态为建材、家具类专业市场。

2、项目招商总监及招商部人员在正式招商开始前的前期费用经双方协商确定，可采取包月形式。

3、招商奖励分成三部分：

第一是招商基本奖励，一般根据项目难易程度为2-3个月租金。第二是项目完成约定招商比例的奖励：一般约定招商完成比例为70%以上才有，数额经双方协商确定，一般在1个月租金内。

第三是租金总额超过部分的分成，租金超额部分三七分成。

招商运营战略合作伙伴

儿童主题类：四季青儿童服饰城、织里童装协会、杭州中南集团（动漫）

影院：大地院线、韩国cvg影院、华大影院

招商月度工作计划 招商工作计划篇七

发挥好“国家农业产业化重点龙头企业”的示范带动作用，以建立从农田到餐桌的完整产业链实现质量保障及产品溯源，围绕保障酒的高品质抓好有机高粱生产，围绕促进白酒旅游产业发展开发更多特色农产品。

本项目投入了较大规模的现代农业设施，高、中、低档钢架

大棚设施和滴灌喷灌等农业设施配备齐全。为保证安全、优质农产品的生产，项目区将大量应用循环农业、生态农业技术，使园区具备了很强的现代农业科技示范功能。

结合项目建设的科研培训管理中心，本项目可以开展“循环农业技术”、“绿色、有机、生态蔬菜生产技术”、“现代设施农业技术”、“新品种新技术示范”、“特色养殖技术”等典型的现代农业科技示范和培训。

结合企业带动农户的共赢模式，农场还将开展农户生产技术培训、企业员工技能培训等多种针对生产者的科技培训，扩大农场的科技带动能力；通过农场整体环境的打造，项目还将实现都市农业体验、农耕文化展示、青少年科普教育等社会教育功能，将有效拓展了农场现代农业示范带动面。

园区的生产功能方面，全面采用生态和循环农业技术，种植业板 2

块以绿色标准为基础，不产生环境污染；养殖板块内容，立足于充分利用项目区土地资源，使用林下放养、生物发酵床技术、健康水产养殖技术，产生的养殖废污在园区内直接进行生物转化，不仅不会造成环境污染，还能够为园区种植业生产提供优质生物肥料；园区建设的固体废弃物无害化处理技术，使用生物技术（蚯蚓）对废弃物进行转化，转化过程中无污染产生，转化副产物为生物肥料，实现了农场农业生产的完整循环链。

通过对农场内溪水的综合开发、生态湿地建设、防护林地建设等方面的统筹建设，将有效提高项目区水土保持能力和抗洪涝灾害能力，改善项目区生态环境质量；结合园区的生态旅游功能开发和建设，进一步提升项目区人居环境质量。

和有机及地理标识产品四个层次，无公害保证了农产品的安全性，绿色标准则更加重视生态投入品的应用，有机则对生

产环境和产品质量提出了更高的要求，地理标识产品则强调原产地概念。

在整个管理过程中实现对育种制种、生产设备使用、种植技术培训推广、生物肥料供应、病虫害防治、品牌塑造、产品销售等各个环节的全程科学管理。农场内部采用三维立体信息管理，建设360度射频监控系统，配合终端服务器，可实现远程监管；同时，引入信息技术，建立网络信息平台，建立企业、农户和市场共同需求的技术、产品信息资讯，为企业及产品网络推广和营销奠定基础。

品牌农业是以品牌建立和综合运用为基本标志，以农业生产经营模式的全面改造为保障，以强化差异和特色竞争力为重点，以寻求产业市场优势和超额利润为目标的现代农业形态。品牌农业是农业产业化发展的必由之路，也是提高农产品综合竞争力、农民增收的有力保障。

本项目通过制定周密的宣传推广计划，积极争取“三品一标”等农产品质量认证，通过与政府、社会、新闻媒体、网络、广告或举办各种促销活动来宣传农场的生态理念，生态模式，生态产品，推销产品，扩大影响；积极通过与企事业单位洽谈，争取产品的订单销售。重视服务质量，搞好产品质量和分级包装。重视贮运环节，提高耐贮性，降低贮销成本。销售的产品要做到有追溯标签、有商标和品牌标志以及产品认证标志，做强做实企业特有品牌，成为农产品知名品牌。

我们期望的招商对象，一能尽量按照我们在农业方面的整体规划的思路，完善我们在设施农业和生态循环农业方面的相关建设；二能按照我们在产品质量和生产管理方面的想法，完善我们在农业物联网方面的建设要求；三能互相整合资源，完成从地头到餐桌的完整体系的构建。

招商月度工作计划 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、战略性新兴项目、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。