

# 最新拓展业务计划书 业务拓展计划方案(优质5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。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面是小编为大家整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

## 拓展业务计划书篇一

一、获取信息：

- 1、定期做市场调查；
- 2、客户主动联系；
- 3、经人推介。

二、甄选信息，确定目标客户：

- 1、面积少于xxxxxxx平方米项目不接；
- 2、项目投入使用时间超过xx年的不接；
- 3、业主委员会非原则问题与物业公司纠缠不清的项目不接(限于成熟小区)；
- 4、维修资金不足或不到位的项目不接(限于成熟小区)；
- 5、物业管理配套设施不全，后续管理需要投入大量资金的项目不接；(以上各条主要针对全委项目而言)
- 6、档次过低的项目不接；

- 8、开发商或大产权主超过二家的项目不接；
- 9、公司资源配置达不到客户满意要求的项目不接；

### 三、谈判要素

- 1、先人后事，与对方相关联系人的关系极为重要，否则很有可能为他人作嫁衣；
- 3、知己知彼，尽量了解竞争对手的强项弱勢，取长补短；
- 7、在开发商不能确定应采用哪种管理模式时，应正确分析、引导并向其解释采取某种模式的原因，尽量注重实效。

四、根据开发商的主要需求确定公司所提供的方式，包括：全委托管理、驻场顾问管理、巡场顾问管理及专项培训。报价标准主要依据项目类型、规模、市场行情及开发商的目的、要求而采取不同的价格策略。

### 五、具体步聚(全委和顾问管理，专项培训暂略)

- 1、明确意向性目标后，由公司总经理或部门经理组织相关人员考察物业现

场，为管理方案的构想奠定基础。

- 2、财务人员根据拟承接的项目管理服务范围、类型、档次、标准进行初步的成本核算，与拓展人员及其他相关人员对项目的可行性和发展性进行分析并报批总经理，确定承接方式和报价金额。

- 3、制定方案。方案内容包括：

(2)拟承接的项目简介：周边情况、配套设施、建筑形式、居民结构等；

(3) 根据开发商的需求拟定服务方式和管理目标；

(4) 拟定管理服务内容，包括：

开发建设期间将提供的、管理服务内容、物业竣工验收期间的管理服务内容、住户入住及装修期间的管理服务内容、实质运作期间的管理服务内容。重点是实质运作的管理服务内容，大体分为为房屋管理、保安、清结、维修、绿化、社区文化活动等七大服务。

(5) 物质装备计划；

本着合理配置、保障利用的原则，列出员工住房、管理办公用房、营业用房的多少、面积大小以及所需的各类物品清单。

(6) 管理人员配备；

根据物业实际需求设置人员，力求精简、一专多能并能岗位互换。对各岗位人员制订出相应的岗位职责和入职条件。

(7) 管理规章制度；包括：

结合实际制定员工内部制度和约束各方的公共契约，应具有合法性、实用性、可操作性和约束性。

(8) 经费收支预算；

根据开发商提供的资料、实地考察以及财务初步做出的成本核算得到的数据进行大致测算，制定收支预算表。

(9) 相关费用；

(10) 提出经营、管理、服务的新思路

为提高管理水平，可在创建安全文明单位、实施科学化、规

范化管理、开展

开源节流、服务承诺等方面提出既务实又能体现创新的思路，以确保管理目标的实现。

(以上仅是方案的基本内容，至于详略取舍可依据实情而定。)

4、与开发商作进一步沟通，细化方案内容；全面核算管理成本并在确保公司利润的前提下确定相关费用、管理期限，为最终签订合作协议做准备。

5、与开发商签订合作协议，明确双方的权利及义务。

6、协议签定根据开发商要求，确定人员进场时间

## 拓展业务计划书篇二

为进一步加强和完善我公司业务结构体系，拓展公司业务链，进而提高公司经济效益。强化公司业务推广其目的在于为我公司开辟新的市场提供强有力的业务保障，最终巩固我公司在行业竞争中的有利地位，确保公司在激烈的市场竞争中立于不败之地，充分彰显我公司优秀的企业综合素质。

二方案期限：自06月01日至月30日止。

三目标定位：

(1)力将在7月1日之前完成“天府广告市场”的开发任务。努力做到“家喻户晓”的宣传工作，并取得一定的经济成效。

(2)力将在年8月1日之前完成“海峡科技园区”广告业务推广计划并取得一定经济成效。

(3)力将在2016年7月1日之前完成《飞狐快讯》dm广告的投产

准备工作。

(4) 力将在2016年9月1日之前完成园林工程设计和装饰工程设计业务在“德通桥-花木交易中心-海峡科技园区”一带的推广任务，并取得一定成效。

四实施方略：

总经理制定任务书

业务部执行任务

业务部

制定工作计划/总结工作任务业务经理推出具体实施方案

反馈工作成果

业务员落实工作任务

五启动时间：本策划方案自二0一六年六月一日起正式实施(本方案一式两份，一份抄送业务部实施，一份送内务部备案)。

## 拓展业务计划书篇三

设置岗位：业务中心经理岗、风险管理岗、业务受理岗、信贷员岗、贷后管理岗和发放与支付审查岗；各岗位主要职责如下：

(一)业务中心经理岗

2、负责提出贷款产品需求，协助产品开发工作和制定贷款制度和产品的实施细则；

4、负责审核放款条件落实情况。

## (二)业务中心风险管理岗

2、负责产品开发工作。提供贷款产品需求，组织制定贷款制度和产品的实施细则；

3、负责组织审贷委员会对贷款进行审批；

4、负责组织贷款业务日常监控、贷后检查、逾期催收、风险分类等工作；

5、负责对贷款资产质量管理工作进行监控，包括逾期催收、资产保全等工作；

6、负责组织贷款业务检查工作，制定对贷款业务发展及管理工作检查计划。

## (三)业务受理岗

负责处理客户电话咨询、贷款申请，记录客户基本信息，并整理材料提交业务中心经理进行调查任务分配。

## (四)信贷员岗

4、负责本人所管户贷款的还款情况、贷后检查、逾期催收及风险预警等工作，负责对所管户贷款按期进行贷后检查，对形成的不良资产进行保全工作。

## (五)贷后管理岗

1、对客户进行电话抽查回访，落实是否进行了现场调查，是否遵守各项规章制度；

3期贷款催收工作；

5、负责贷款风险手工分类的初分工作和手工调整工作；

7、负责贷款业务统计、分析、各种业务报表打印及扣款单据的整理分类；

8、根据工作分配，协助管户信贷员进行权限范围内的资产保全、不良资产处置等具体工作；进行不良资产的移交、诉讼、清收等工作。

#### (六) 发放与支付审查岗

1、检查信贷员提交放款材料的完整性、填写的规范性。

3、负责贷款发放与支付的审查，作出意见，呈负责人审批；

4、负责打印每月贷款的扣款单等单据。

### 拓展业务计划书篇四

#### 1、目的

通过本方案，明确营销公司的业务承包实体地位，赋予其相应的管理职责权限；同时规定年度业务目标及其考核结算办法。

#### 2、适用范围

企业各相关部门据此为营销公司提供业务承包的良好环境条件；财务部据此为营销公司建立专账，并进行单列核算与会计监督；企业按本方案对营销公司进行工作指导、业务考核和承包结帐。

#### 3、管理职责和权限

### 3.1 管理职责

营销公司作为湖北博盈投资股份有限公司的所属部门，对企业汽配产品的营销业务实行承包经营，从售前的市场开发、售中的发运调度，到售后的货款回收和三包服务负完全责任。

3.1.1 把握政策机遇和行业动态，根据企业生产能力和经营目标，最大限度地争取市场份额。

3.1.2 搞好产品发运调度，按合同保证安全正点交付。

3.1.3 制定科学合理的薪酬方案，充分激发营销业务人员的聪明才智，确保年度经营目标顺利实现。

3.1.4 建立健全售后服务体系，及时处理客户投诉，努力维护博盈品牌形象。

3.1.5 根据市场情况，负责地提出产品开发和持续改进建议。

3.1.6 负责应收帐款的管理和回收工作，呆滞欠款按规定移交法律事务部组织清收。

3.1.7 认真做好市场信息的搜集、处理工作，逐旬编发《市场旬报》，逐月编发《市场分析报告》，逐月编制《三包服务报表》，提交企业经理层及各相关部门参考。

3.1.8 维护和完善产品可追溯系统，组织对供应商的质量索赔认定，督促本企业制造、检验环节的质量责任追溯处罚。

### 3.2 管理权限

作为业务承包实体，营销公司具有相对独立的人事调配权、薪酬分配权、自主调控权和应急处置权等。

3.2.1 有权决定业务员的聘用、区域定位和职务升迁，操作程



序可参照企业相关制度，聘任决定须报企业人力资源部备案。

3.2.2有权制定承包体内部二次分配方案和包干费用内控办法，经企业审定后实施。

3.2.3有权组织相关部门对销售合同、特殊订单进行评审，编制要货计划。

3.2.4有权合理组织产品的发送运输工作。

3.2.5有权受理客户投诉，组织三包件的确认、责任的分解和损失的落实。

3.2.6有权组织三包退回产品的返修、加工和回收再利用，并报请企业财务部认定其有效价值。

3.2.7有权汇同企业质量部认定对供应商索赔额度，以及企业内部制造、检验环节的质量追溯处罚。

3.2.8有权提出产品开发

3.2.9有权组织企业产品推广展示、品牌形象宣传及市场公关活动。

3.2.10在不违背企业根本利益的前提下，享有营销业务管理全过程的自主调控权和应急处置权。

#### 4、年度目标和考核指标

##### 4.1年度目标

xx年度汽配产品销售收入目标任务为2亿元，其中桥总成销售收入万元，精品齿轮及其它零部件销售收入万元。

##### 4.2考核指标

4.2.1 销售收入全年目标任务2亿元，分解到月(单位：万元见下表)每月同时考核当月任务完成情况和累计任务完成率。

4.2.2 销售回款率全年综合指标为96%，按上月止累计销售回款率调节当月分配系数。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 拓展业务计划书篇五

### 1、目的

通过本方案，明确营销公司的业务承包实体地位，赋予其相应的管理职责权限；同时规定年度业务目标及其考核结算办法。

### 2、适用范围

企业各相关部门据此为营销公司提供业务承包的良好环境条件；财务部据此为营销公司建立专账，并进行单列核算与会计监督；企业按本方案对营销公司进行工作指导、业务考核和承包结帐。

### 3、管理职责和权限

#### 3.1管理职责

营销公司作为湖北博盈投资股份有限公司的所属部门，对企业汽配产品的营销业务实行承包经营，从售前的市场开发、售中的发运调度，到售后的货款回收和三包服务负完全责任。

3.1.1把握政策机遇和行业动态，根据企业生产能力和经营目标，最大限度地争取市场份额。

3.1.2搞好产品发运调度，按合同保证安全正点交付。

3.1.3制定科学合理的薪酬方案，充分激发营销业务人员的聪明才智，确保年度经营目标顺利实现。

3.1.4建立健全售后服务体系，及时处理客户投诉，努力维护博盈品牌形象。

3.1.5根据市场情况，负责地提出产品开发和持续改进建议。

3.1.6负责应收帐款的管理和回收工作，呆滞欠款按规定移交法律事务部组织清收。

3.1.7认真做好市场信息的搜集、处理工作，逐旬编发《市场旬报》，逐月编发《市场分析报告》，逐月编制《三包服务报表》，提交企业经理层及各相关部门参考。

3.1.8维护和完善产品可追溯系统，组织对供应商的质量索赔认定，督促本企业制造、检验环节的质量责任追溯处罚。

#### 3.2管理权限

作为业务承包实体，营销公司具有相对独立的人事调配权、薪酬分配权、自主调控权和应急处置权等。

3.2.1有权决定业务员的聘用、区域定位和职务升迁，操作程序可参照企业相关制度，聘任决定须报企业人力资源部备案。

3.2.2有权制定承包体内部二次分配方案和包干费用内控办法，经企业审定后实施。

3.2.3有权组织相关部门对销售合同、特殊订单进行评审，编制要货计划。

3.2.4有权合理组织产品的发送运输工作。

3.2.5有权受理客户投诉，组织三包件的确认、责任的分解和损失的落实。

3.2.6有权组织三包退回产品的返修、加工和回收再利用，并报请企业财务部认定其有效价值。

3.2.7有权汇同企业质量部认定对供应商索赔额度，以及企业内部制造、检验环节的质量追溯处罚。

3.2.8有权提出产品开发

3.2.9有权组织企业产品推广展示、品牌形象宣传及市场公关活动。

3.2.10在不违背企业根本利益的前提下，享有营销业务管理全过程的自主调控权和应急处置权。

#### 4、年度目标和考核指标

##### 4.1年度目标

xx年度汽配产品销售收入目标任务为2亿元，其中桥总成销售收入万元，精品齿轮及其它零部件销售收入万元。

## 4.2考核指标

4.2.1销售收入全年目标任务2亿元，分解到月(单位：万元见下表)每月同时考核当月任务完成情况和累计任务完成率。

4.2.2销售回款率全年综合指标为96%，按上月止累计销售回款率调节当月分配系数。