

营运述职工作计划书 营运经理工作计划(精选5篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。我们该怎么拟定计划呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

营运述职工作计划书 营运经理工作计划篇一

- 3、做好所管区域内新进商户的前期工作及开业准备工作；
 - 4、做好所管辖区域店铺管理统一化的推广和商品信息反馈工作；
 - 5、督促商户严格遵守公司的各项规章制度；
 - 6、做好店铺员工的督导及培训工作；
 - 7、根据对所管辖地区的市场调查，并提出相应的经营调整及建议；
 - 8、负责主持每日晨会和晚会，对楼层营业员进行管理工作
 - 9、了解所负责范围内专柜的销售情况，结合市场调研情况，优化专柜结构。
-
- 3、熟练操作office日常办公软件。
 - 5、熟悉商场装修管理、业态规划、公共设施规划管理；
 - 6、对数据敏感，熟练制作各项营业报表，编制分析报告；

- 7、熟悉招商流程、招商技巧、合同条款以及市场操作模式；
- 8、具备亲和力和沟通能力、执行能力较强，有良好的服务意识；
- 9、熟练应用微软word□excel□power point等软件。

营运述职工作计划书 营运经理工作计划篇二

2014年对我而言，是非常重要的一年。在担任支行营运主管期间，带领运营团队围绕“安全、优质、高效”的会计营运目标，坚持”安全就是增效“的理念，把做好支行的规章制度执行、内控风险防范、提升柜员服务技能、效率、风险意识作为目标而努力奋斗，发挥了自己在本职岗位上应有的作用，确保了支行全年会计工作圆满安全完成。

现将本人2014年会计主管工作情况汇报如下：

一、认真贯彻落实交通银行总行及分行会计管理工作的要求和指导精神，认真履行营运主管的职责。

2. 根据支行2014年年度人员内部轮岗的安排，认真分析梳理，对支行现有人员进行了岗位设置和不相容岗位的分工，落实完善了支行的岗位责任制和分级授权责任制，达到了人力资源的良好利用率。

3. 日常工作中强抓营运管理重要环节和风险防范。采用监督、检查、辅导、授权、审核等多种方式，按频度和质量要求，完成尽责事项、实施日常管理，做到有据可查、规范有序。加强对重点业务和环节的控制，对异常现金支付进行严格审批与报备；强化全员提高自助设备现金分流率意识，有效引导客户分流；库存现金限额管理和大额现金反假工作由专人负责，有条不紊；分析查找支行薄弱关键问题，合理解决问题，提高质效；定期组织全员对风险案例的分析和学习，

增强员工风险防范意识，规范柜面业务操作，防微杜渐。

二、强化内控管理，提升合规经营水平

1. 作为支行的运营主管，主要履行会计监督及防范风险的职能。我严格执行以经济资本为核心的风险和效益约束机制、以经济增加值为核心的绩效考核评价机制，努力追求业务发展和风险控制的内在统一。坚持“标本兼治、综合治理、惩防并举、注重预防”的方针，进一步完善防范案件的长效机制，努力从源头上防范案件的发生。加强合规教育，努力实现人人懂得合规、主动遵循合规、尽职维护合规的工作目标。使每个人加强警惕，做好内控管理，防范金融风险，实现无违规无差错。

2. 认真履职，正确处理内控与发展的关系，有效防控营运风险和合规风险。根据网点客户群体、业务发展需要，营造和谐的团队氛围，合规高效的营运执行力，为支行各项业务的开展、落地保驾护航。

3. 认真组织年终决算各项业务及账务清理工作，严格按照要求和规定，认真学习，精心组织，亲力亲为地做好各项准备工作：核对帐务、清理各项资金、年终决算测试、核实损益、编制报表、上报各类自查报告等。保证了2014年度会计决算的顺利进行，无差错事故发生。4. 重视银企对帐工作和电子对账推广工作，及时根据分行结算部下发的银企对帐回收的情况，主动联系加紧催收。特别是针对财务人员变动，地址变更等问题，支行克服时间紧、人员少、工作量大的困难，在年底将帐务及时核对完毕，进一步维护好我行与企业的良好合作关系。

三、抓好队伍建设，从基础入手，着力于运营人员的安全素质培养，保障支行的稳健经营。

1. 加强对监控录像的管理。严格按分行对监控录像管理回放

的要求，每周认真抽查回放录像，全月将所有柜员的监控均能全部调阅，在回放中发现柜员的不规范现象，耐心地给柜员讲解原因和后果，以减少事故隐患；对于发现的其它问题均能及时联系相关职能部门，督促完善，确保录像资料完整清晰和有效性。

2. 认真审核柜员的传票，及时处理后督下发的差错。加强对新行员和差错较多柜员的传票审核，使差错率得到较好的控制。遇后督的查询及差错下发，做到逐笔核对并与柜员共同分析差错原因晨会讲解，认真登记柜员差错台帐，督促柜员整改杜绝再犯。

1. 内部精细化管理有待提高，内控监控力度不到位。由于不能顾及诸多工作全权管理到位，员工的业务技能亟待提高，有时会疲于应付日常工作，管理精细化不高。

2. 风险监控意识与系统更新不同步。由于总行531系统上线及各项清理工作紧锣密鼓的开展，新业务系统内容更新加快，自身学习的节奏还需同步跟进，考虑不够全面。在今后的工作中，定会努力克服自身不足，及时学习和掌控，丰富自己的业务知识水平，更好把握规章制度，增强风险意识。

3. 支行服务还有待提高，员工的业务素质还不能达到适应银行高强度业务风险的能力，2015年主要从服务和制度的执行上及提高员工素质上入手，提高我们支行运营人员的工作能力和服务水平。

我们支行2015年营运工作重点计划：

1. 严格按照2015年会计结算工作计划，运用多渠道、多种工具更深入、更全面地开展会计业务工作，加强对会计业务重要环节的控制，特别是精细化的内控管理机制，推动奖惩积分考核机制，有效激励员工，业务及技能水平切实提高，积极争取等级柜员排列。 2. 加强支行会计人员会计操作规范和

风险控制辅导，尤其是加强对新行员的辅导培训。引导员工树立爱岗敬业、诚实守信、热爱交行、服务交行、奉献交行的职业道德精神，严格执行各项规章制度和业务操作规程，做到依法办事，合规经营，切实提高基层营业机构会计人员风险防范意识和能力，保障支行工作的稳健推进。

年要把营运工作做细做好，内部管理还要更进一步做实、很抓规章制度执行力、确保业务差错率有效控制减少、银企对帐单回收率达到分行要求、支行全年无案件、无较大差错事故。总结过去吸取经验和教训，更好做好今后的工作，若工作中的不足和欠缺请各位领导和同事批评、指正。

我会不断地加强理论和业务知识的学习，完善自我。以更饱满的热情投入到工作中，认真履职到位，把工作更加细化做到位，为交行的发展不懈努力，创造自己精彩的职业生涯。

2015-1-22

营运述职工作计划书 营运经理工作计划篇三

一、加强学习,提高素质

当前面临的是一个新的环境,结合自己以往的工作经验边学边适应新的经济形势,工作中不太明白的地方积极、虚心向同事请教,尽快掌握各岗位业务技能,同时,认真学习支行下达的各类业务文件,把握支行业务发展动态,以便在工作中正确处理好各种业务关系,很快就进入了角色。

二、进入角色,认真履职

作为一名营运主管我严格按照标准化服务的要求及自身的岗位职责,一丝不苟,认真执行,坚持每天晨会制度,把短短十几分钟的晨会做的有声有色,提高了员工的士气,振奋了员工的精神。坚持每天三巡检制度、每日碰头会、每周汇报会。有

力调动和激发了员工营销产品的积极性。结合优质客户管理系统,做好优质客户维护、营销与签约管理工作。

(1)、强化优质服务理念,提高柜台服务质量。以网点转型、标准化服务导入为契机。通过组织员工学习、观看流程及各岗位的服务标准及营销术语、技巧,进行讨论、写观后感体会、让员工通过游戏中感悟等形式,使员工对优质服务内涵有更进一步的理解,强化优质服务理念,并将服务理念贯彻到工作中,规范柜台服务标准,掌握如何化解客户的不满、得体解答客户等服务技巧,柜台服务水平有较大的改观。营销人员在大堂进行业务分流,客户引导,引导客户使用自助设备;业务咨询,产品宣传;优质客户识别和推荐,潜力客户的拓展;个人金融产品营销与服务,处理客户异议及投诉;维护营运环境和秩序。各岗位协调配合,有张有弛。多名员工因工作敬业、服务周到受到多数客户的赞扬。

(2)、加强团队建设,发挥激励机制的积极作用。为进一步提高员工的工作积极性,员工的绩效分配考核按考核标准内容进行细化、量化,收到较明显的效果,为体现考核的科学性,按工作岗位不同设置不同的考核指标,为每位员工设立工作台帐,并让所有员工参与评议,每月将柜员评议、营销业绩、差错考核、扣分情况等一一公布,使考核更趋公平、公正、公开,由于通过各项指标考核,使员工收入有所差距,员工之间的工作热情、工作效率和对产品营销的积极性有了较大的提高。

(3)、积极拓展业务,实现我行各项指标圆满完成。一是做好存量客户的维护和精耕细作工作,始终把为客户服务作为服务宗旨,用客户的满意度来衡量我们的工作质量,时时以客为先,不断改进服务方式,务求取得以旧带新的效应。二是积极开展各项宣传、营销工作,开发新客户,并通过平日人情化的有效的沟通,增进彼此间的了解和信任,对待每位客户都做到询问、指导、宣传、营销,对树立我行业务品牌和业务拓展都起到了一定的作用。

三、廉洁从业, 树立形象

本人在职期间, 一直响应并贯彻执行上级行的有关方针、政策, 认真学习支行文件领会精神, 不断转变观念, 提高服务水平, 提高加强管理、严防风险的意识, 保持廉洁的工作作风。作为一名营运主管我本着团结所有员工, 以身作则, 在处理问题上本着公开、公平、公正的态度, 以事实为依据, 不偏袒, 以理服人。在工作之余, 不断加强学习, 提高自己的业务及管理水平, 努力做好一名合格的副手。

四、存在的不足及xx年工作计划

1、采取有力措施, 加强服务使存款稳步增长。优质服务工作要做到常抓不懈, 不滑坡, 不动摇, 除须制订和落实各项制度外, 还必须强化监督检查机制。优质文明服务永无止境, 重在坚持, 贵在落实。小小窗口反映出的是银行的整体面貌和信誉, 广泛征求客户意见和建议, 解决服务工作中存在的问题, 确保规范化服务标准落实到每一个工作环节, 树立银行优质、高效、快捷、安全服务的良好形象。一要充分发挥窗口作用, 强化柜台服务, 监督指导柜员适时运用营销术语, 开展三多服务, 让顾客感觉到我所办理业务是一种享受。二要充分发挥与客户经理联系合作的作用, 依托优质客户系统, 结合柜面服务, 在维护好现有优质客户的同时大力拓展新的优质客户, 进一步提升营销层次, 提高营销效率, 以多样化的金融产品带动存款增长。三要抓住节日期间个人业务综合营销的有利时机, 加大营销力度, 促进储蓄存款再上新台阶。

2、加强优质客户的维护与营销。网点功能转型, 核心在于实现客户分层、业务分流、功能分区, 让20%以上的中高端客户享受到建行最好的服务, 以此提升优质客户的忠诚度, 进而增进产品、服务的销售机会, 建立建行自己的品牌。针对优质客户在优化客户结构、提升业务发展质量方面进一步加强对优质客户的服务和拓展。在加强网点建设规范柜面服务的基础上, 结合优质客户信息管理系统和贵宾窗口的开设, 通过自助

设施、网上银行何电话银行为优质客户提供多渠道、全方位、多样化的服务。加大优质客户资产、中间业务产品的创新力度,促使优质客户服务逐步由单一产品向多功能产品服务转变,让其使用我行产品的种类和比例不断提高。

时代在变、环境在变,银行的工作也时时刻刻变化着,这都需要我跟着形势而改变。学习新的知识,把握新的技巧,适应四周环境的变化,提高自己的履职能力,把自己培养成为一个业务全面、思想合格的营运主任,做好上级的助手和参谋,工作上到位不越位。当然,在一些细节的处理和操作上我还存在一定的欠缺,我会在今后的工作、学习中磨练自己,在领导和同事的指导帮助中提升自己,发扬优点,弥补不足。

营运述职工作计划书 营运经理工作计划篇四

一、2015年数据分析

截止到10月底,家电商场营业额为3644.3万元。

详情如下图: 单位: 万元

月销售趋势图如下:

品类销售分析图如下:

厨卫及冰箱、电脑类完成较好。电视、空调、小家电、数码不算乐观。苹果新品上市对通讯及电脑类的销售有较大影响。电视专柜最多时有5个专柜无导购,而家电商场的电视品牌共10个,并且在去年销售份额占比很高的4个合资彩电品牌中,无导购的占3个品牌。现在仍有1个品牌无导购,两个品牌为兼职,仅有一个全职。诺亚舟及读书郎的撤柜是造成今年数码类销售不好的主要因素。去年格力空调“红四月”销售成绩极佳,与本年度空调销售平平形成鲜明对比。

年销售门店对比图如下：

经营位置及人员问题是影响销售的主要因素。大部分到店顾客反映位置不好找。整个15年度导购离职率较高，老员工离职，新员工难招。大部分离职专柜空岗时间较长，新员工到位不久又离职，平均在岗时间约为两个月。再者，部分专柜仅配1个导购，不能满足整个营业时间内的顾客接待，导致顾客流失。

二、2015年工作总结

第二季度：老板老总签售会实现销售10.8万元；华帝老总签售会实

现销售6.5万元；“五一”节假日大型促销活动店内实现销售收入125万元；做好苹果iwatch新品上柜的销售推广；参加总部组织的羽毛球比赛；做好《营业员手册》的全员培训工作。

第三季度“6.22svip店庆”当日实现销售收入34万元；配合电器财务总部进行上半年经销商品、固定资产的盘点，做到了账实相符；针对汛期，组织员工进行防汛知识培训，参加店内组织的防汛演习；全员学习电梯安全知识，提高安全意识；家电商场外围广告位落位。第四季度：苹果6s上市销售实现开门红；重阳节联合中润物业举办“入社区、免费检测水质”活动；做好国庆假期的大型促销活动，国庆期间实现销售128万元。“117”美的、小天鹅、康佳品牌节的专场活动；做好全品类“双十一”大型促销活动；“11.22”燕山银座店庆促销活动；防火和用电安全知识培训，着重强化了“四个能力”、“四懂四会”、火灾的报警、扑救流程。

三、2016年工作计划 1. 商品方面

不定时对员工进行销售技巧及服务、投诉案例培训，提高员

工综

合素质。使顾客能享受到更专业更贴心的服务。5. 宣传方面

1、2016市场部工作计划

伴随着万达购物广场的落成，市场部始终坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，快速确定了最合适的营销理念。职务分析，万达购物广场市场部，主要负责购物广场战略目标的规划，对市场“商场如战场”发展趋势做出预测，对目标客户的需求做出判断，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出分析。包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及网上资料、印刷资料、音像资料的制作。正常来讲他们并不大量接触零散的客户，而是紧盯住一个目标客户“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。因此，在下一年的工作规划中，将针对以下几点工作进行。

一、主要竞争对手分析

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在20xx年的工作重点。去年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发我们也通过网络了解和电话咨询等进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览旅游文化教育等形成互位交叉和资源共享购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的

商业综合体转化;将原来的美陈的投资大量压缩全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发很值得我们学习和借鉴。这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理,引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商,这样我们将大大节省了20xx年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向,即时做出调整。购物广场的壮大,离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客,把顾客变为老顾客、忠实顾客,也将是购物广场发展的必由之路。因此,发展会员,推行会员卡,同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分,应是20xx年战略规划之一,而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

二、广告公关

和认同度;其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递,提升实效性。两相结合,才是相对完善的广告宣传。

长期以来,我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体,从实效性来看,的确具有一定的效果,但是作为主流媒体,欠缺的是无法将形象树立在市民心中,而对于现代广告营销而言,电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用,并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。

在20xx年,首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析,确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台,并根据该媒体特点制定长期宣传战略,使其切实为我们服务,达到真正广告宣传的目的。其次,在依托主流媒体进行形象宣传的同时,尽可能多地通过各种方式增加社会影响力,如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等,通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

重点工作规划

4、在网络上大肆宣传本购物广场20xx年度新一轮大型文化巡展活动。

三、购物广场销售区形象

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

在新的一年里，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在dp点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

重点工作规划

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

为的就是通过了解市场，分析市场，提高部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。

2、市场部2016年度工作计划

在这一年里，凭借前几年的蓄势，杭萧钢构不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公

公司股票在上海证券交易所上市。从此，一个杭萧钢构以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的新杭萧诞生了。公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大内在的要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司20xx年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订20xx年工作计划如下。

一、信息网络管理 1. 建立直接领导关系

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量（以个为单位）、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。（详见市场开发助理管理制度）7. 加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、品牌推广

1、为进一步打响“杭萧钢构”品牌，扩大杭萧钢构的市场占有率□20xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大杭萧钢构的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

三、客户接待

1、督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客人的接待工作，确保接待效果一年好于一年。

2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。

3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。

4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

四、内部管理

- 1、严格执行c版质量管理体系文件和管理体系标准文件，严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。
- 2、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。
- 3、充分发挥本部门各岗位人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任心和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

营运述职工作计划书 营运经理工作计划篇五

ecshop模板堂汇集最新电商资讯为您全面解读电商运营之秘！

一个电商团队，为什么需要一个运营总监呢？

其实，一个中小电商团队是不需要总监的，尤其是在这个移动互联网的时代。最基础的岗位是客服，最关键的岗位是人力资源。

只有发展到了一定地步，才需要运营总监。为什么呢？

因为变化太快了嘛，过去的企业经营靠管理，电商呢，靠沟通靠交流！无论多大规模的企业，离开这2点，必死无疑！

而总监的职责呢，最关键的一点是避免重大失误，虽然说创业就是靠错误累计出来的，但是对于大多数电商企业来说，避免方向性的错误还是非常重要的。其他的工作呢，比如把握方向，制定和调整规则、督促行动等。

打个比方吧，运营总监与飞机的机长很像，机长的首要任务就是要飞到正确的目的地。而且在空中，飞机上的所有重要事情都是要有机长来承担，那问题来了，老板呢，呵呵，飞机就是老板的，你机长再牛逼也不能把飞机开回自己家去吧。

那总监的具体工作呢？就是三板斧：策划、管理及培训。

这看起来与传统企业的总监也没什么区别嘛。对头，工作形式是一样的，但是工作方式和工作内容，与传统企业的总监完全不同。传统企业的总监更像是大巴司机，一个在天上一个在地上，在天上的那个遇到的问题当然要复杂的多，尤其是应变能力和适应能力。

回答这个问题之前，先说几个关键词：

1、 视野匹配：做为一个电商公司的总监，视野一定要比团队里的其他人要开阔一些，在移动互联的时代，跨界打劫已经成为了大概率事件，很多企业不是被同行打死的。典型的微信与短信、余额宝与银行等等。

2、 格局匹配：企业与个人一样，都有自己的格局，眼光盯在哪里很重要。格局决定了一个企业发展的速度和规模，后面详细聊。

3、 能力匹配：沟通能力、分析能力、策划能力、管理能力等等。不一定这几个能力都非常出色，匹配就好。

那么今天就和大家先说说视野吧，不知道各位电商兄弟们怎么理解视野，二哥对于视野的理解，就是思想以及思维方式的宽度。刚才也说了，避免错误是总监的重要工作之一，所以总监一定要有与团队相匹配的视野。那问题来了，二哥，不是视野越宽广越好么？这个还真不是，因为团队的工作还是要落地的嘛，无论多牛的想法，都需要团队的人、财、物配合和支持。

具体的呢，有以下4个方面：

一、流量：流量对于电商来说，就像空气、水对于人一样重要，没有流量就没有一切。马云是中国首富，就是一个卖流量的嘛，厉害吧，一个流量贩子，造就了一个中国市值最大的公司。具体到一个电商公司或者一个项目，流量来源至少几百种，夸张一点的说，有成千上万种来源，可以这么说，解决了流量问题，这个电商团队就不会垮。作为一个电商团队的总监，一定要会区分黑、灰、白3种流量，尽量别让团队掉进坑里，就算不小心掉进去，也能及时爬上来；还有就是一定要知道自己团队最需要、最优质的流量在哪里，怎样用最低的成本获取。