

2023年自媒体运营工作计划 公司运营部门年度工作总结(大全5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

自媒体运营工作计划 公司运营部门年度工作总结篇一

过去的20__年可算是我工作上另一个转折点，更是一个新的开始。特别是接手营销策划工作，不知不觉，已有一年。回忆这一年的工作经历，有艰辛、有成长、有收获、更有前景。这一年既包含了太多的艰辛与不易，也取得了不错的工作业绩。成绩的取得离不开本人的勤奋努力，更与领导和同事们给与我的支持和帮助密不可分。现将今年工作总结如下。

一、工作业绩完成情况

完成营销业绩；完成营销物料的设计与制作；完成媒体推广的执行；完成公司领导交代临时工作；协助领导完成__排屋开盘准备工作；协助领导完成排屋客户交流会的组织落实；协助领导完成样板房展示的媒体交流会；协助领导完成样板房通道的布置展示。

二、勤奋学习是做好工作的基础

接触营销策划工作之后，才清楚明白到，工作量虽不大，却要学的是无比的多，营销知识永远是个无底深渊，但正因如此，我乐此不疲，越来越喜欢这份工作。我想作为一个置业顾问，不仅要精通卖房业务，对周边的一些知识也必须详细

了解，这样才能更好的为客户服务，让客户感觉我们无论是从企业品牌、社区环境、物业质量以及员工素质各方面都比其它楼盘有优势，坚定客户购买的信心。针对这个问题，我在日常营销工作中，充分发挥善于思考的优点，通过对同事的观察学习以及对经验的归纳，总结出许多新的营销技巧和客户维护方式，并在随后的工作中通过实践加以修改和完善。事实证明，知识和创意永远是无穷无尽的。

三、明年工作计划

做好营销服务工作。在工作中，我要认真细心地为客户着想，通过自身良好品质的展现和坦诚、礼貌、周到、用心的服务，赢得市场和客户的信任，在潜在客户和老客户的心中树立良好的个人形象和公司形象，从而提高企业知名度和企业房产产品以及自己的信誉，为公司房产产品现在及未来的营销成功奠定良好的基础，也为自己未来的发展积攒了广泛的客户资源。

做好营销策划工作。积极培养市场意识，经常调查市场，及时了解有关房产营销的各种信息，以及竞争对手及同类项目的发展动向。尤其是在与客户或准客户的频繁接触中，了解市场的最新资料，把握市场行情和发展变化趋势，认真听取客户对房地产产品的议论评价和一些合理化的改进意见或者建议，从而为制定正确的房产开发计划和市场营销策略服务。

认真学习企业文化。积极参加企业文化的学习和培训工作，深刻了解企业文化的内容，理解企业文化建设的重要性，进一步提高自己的敬业奉献精神，更好地服务客户推动各项业务的发展。提升自身综合素质。我将进一步加强学习，了解房产开发的整个流程，从产品研发到工程管理，再到营销策划等各个方面我都要有所认识。这样，在营销过程中，才能把客户提出的问题很好地反馈给上级领导，以便改进产品，提高居住品质。完成领导交代的临时工作。

总之，在这充满希望的新一年里，我将全力服务公司，热爱岗位，勤奋工作，继续学习，用使命般的激情面对客户，用认真严谨的态度面对我的职业，为客户制造感动，为公司创造利润！

自媒体运营工作计划 公司运营部门年度工作总结篇二

1、从x年、x年销量情况来看，每年销量较好的月份为1月、10月、11月、12月。每年销量最低点为2月，8月，但是在x年8月份销量反而是上升趋势，原因是8月份公司销售政策有了大幅度的改变，销售顾问激情较高，所以出现反常情况。而每年的5月、6月、7月份销量平稳，没有明显的上升和下降趋势，上升最明显的月份为3-4月，11-12月，所以每年要抓住这几个月份冲量，在销量较低的月份打好基本功，做好宣传，收集信息，培训员工基础知识和竞品知识。

3、20__年要提高二网及市场销量，预计至少达到总销量的30%，并且优化库存，坚守先进先出的原则。

二、各车型销量

1、从表中可以看出，优优是我们的主打车型，占总销量的63%，

其中优优基本型、特惠1型、标准1型三个车型销量最大，各占优优车型的24%，18%，19%。优胜二代占总销量的25%。在20__年低价位车辆占据比例较大，也是冲量车型。

2、优优柴油、优劲、优雅这些车型销量不大，应该作为我们的利润车型。

三、各人员销量

老员工中销量最高的是__，也是销量最平稳的一个，在新员工中，刘聪销量较平稳，高出辉销量直线上升。其它销售顾问销量时高时低，说明产品和竞品知识还不牢固，销售技巧有待提高。

四、客户抱怨及投诉

1、在全年销售过程中客户抱怨共计14次，投诉1次。其中3位客户抱怨合格证给予不及时，1位客户抱怨惠民补贴给予太晚，2位客户抱怨竞品车和二手车置换返利未及时给予，1位客户抱怨钥匙没有随车，1位客户抱怨我公司给客户安装的铝圈不是原厂铝圈，1位客户投诉合格证耽误时间太长。

2、在这些抱怨中，由于信息员及时与销售部沟通配合，最终关闭抱怨，没有考核。但是1位客户梅庆坤投诉合格证不及时，导致最终考核公司14000元，这也许是因为我们各部门沟通不及时所造成，给公司造成了很大的损失，在以后的工作过程中我们一定避免此类事情再次发生。

3、在以后工作过程中，首先要考虑事情发生的严重性，因为厂家客服部门是一个很严格的部门，并且考核严重，所以我们要引以为戒，加强各部门沟通，杜绝抱怨和考核。

五、客户满意度

1、由于我公司客服部门还不太完善，在回访客户过程中，客户对销售顾问的服务都很满意，但是有客户抱怨合格证给予不及时，其中有一位客户投诉销售顾问态度不好，造成客户抱怨，我已经向客户沟通了此件事情，也找此销售顾问了解了情况，确实存在销售顾问态度不是太端正的问题，没有和客户沟通好，我希望以后客服加强监督，销售顾问端正态度，提高客户满意度。

六、部门之间沟通问题

- 1、由于每个人的岗位职责不明确，导致部门之间沟通存在一定的障碍，遇到问题推卸责任，信息传达不到位，忽略时间观念，造成工作无法正常的进行。
- 2、每个人有时候要身兼多职，无法做到每项工作细致、认真。
- 3、每次例会解决不了实质性问题。
- 4、缺乏制度约束，导致人员不好管理，工作无法向前推进。

以上是我20__年的工作总结，展望20pc□回望20pc□望金泽所有同事在新的一年里有不一样的收获！

自媒体运营工作计划 公司运营部门年度工作总结篇三

来xx公司运营岗已经三个多月了，正值转正关键期，现将自己过去的工作情况总结一番。

- 1、收集、整理相关的业务资料
- 2、建立合同管理信息系统，录入合同资料
- 3、协助部门开展车位营销工作，拟制车位营销工作方案。其中合同管理信息系统已完全建立，并正式投入使用，经过一段时间的试用，已体现出合同管理规范、便捷的良好效果，使到期的合同得到及时的处理。

为了弥补刚踏出校门，社会工作经验方面的不足，同时亦是更快地融入恒基特色的企业管理文化的需要，一方面我通过留心观察同事的一言一行，遇到不懂的地方虚心向同事请教，另一方面则参加深圳职业技能训练中心举办的助理物业管理师的培训学习，通过一个多月的业务学习，获得了助理物业

管理师的培训合格证书，并能在业务工作中得到较好的运用。

1、开展房屋中介业务

1) 在二级市场繁荣、租赁置换频繁的管理楼盘可采用挂牌设点经营的方法，如宝安广场、莲花一村、海天花园。其中宝安广场可以在商务中心设置业务展示平台（可与嵩正票务中心共用平台），将管理处服务中心的部分职能转移至商务中心，既节约人力，又方便在第一线收集业务信息，还可以监督指导相关人员开展业务。而莲花一村与海天花园可采用管理处挂牌，指定人员兼职经营的方式开展试点，并在花园处设置相关的指引牌与业务介绍牌。

2) 如果管理处设点建立业务平台困难，可由物业经营部建立统一业务平台，由各管理处物业经营联络人向经营部业务平台提供相关的业务信息，而物业经营部通过建立的业务平台与专业中介公司进行业务合作推广，如专业公司提供客户资源，经营部提供业务信息，进行简单的业务合作，可避免恒基公司过多的成本投入，而恒基公司业务收入也极其有限，但可增加管理处的经营收益，如宝安广场9544.07m²（十月份数据）的空置物业都盘活的话，可增加管理处管理费及中央空调等费用的收入。

2、开展商业物业策划运营业务

商业物业的兴起是城市经济繁荣的必然产物，如：商业步行街、shoppingmall、购物中心、商业广场、大型会所等。此类商业物业管理的主要特点是既重视商业项目的前期策划与招商引资，又非常重视后期的商业价值的持续开发与运营管理。传统物业管理模式因束缚于清洁、绿化、维修、治安等日常管理，远无法达到此类商业物业前期策划与后期运营管理的要求，即使是国内已发展20多年的物业企业，也鲜有物业公司能够问鼎此类业务。目前物业公司开展这项业务的瓶颈主要为：高层次运营人才缺乏、引入高端人才成本高昂、商业

物业市场相对封闭、经验积累不足。但市场空白在另一个方面也意味着市场机会，如果物业公司在商业物业开发的前期就为开发商提供项目的策划服务，不但是实力的一种彰显，更为后期参与项目的运营管理赢得市场机会。

3、建立物业用品（工具、零件、设备）配送中心

物业用品（工具、零件、设备）小到一枚螺丝钉，大到一台机器，五花八门，种类繁多。可分为以下几大类：消防设施/消防用品、清洁用品、/停车安全设备、标识牌、工作服/鞋帽/手套/口罩、办公用品/文化教育、对讲机/电工仪器仪表、装饰材料、门铃、可视门铃/防盗报警等。无论是新成立的物业公司，或是物业用品日常消耗量大的物业公司，要备齐这所有的用品，至少跑遍几家专业市场，烦琐程度不言而喻，同时亦耗费大量的人力、物力及宝贵的时间。

1) 物业公司的品牌及专业优势

2) 了解客户的需求

3) 有一定的客户资源，如市场部与开发商及同行建立的业务联系3) 可提供用品以外，如技术指导、咨询等配套服务。

通过三个多月的工作实践，本人业已掌握了一定的业务技能，并能在工作中得到很好的运用，为了能够更专心和踏实地做好本职工作，希望公司领导可以给予一个转正的机会，给我一个机会，我可以支撑起一片天空！

自媒体运营工作计划 公司运营部门年度工作总结篇四

20xx年11月，我正式结束了在一家创业公司将近1年多的运营工作，再次踏上新的征程。

回首这一年，从公司最开始的30人时加入，到离职时公司已经扩张成为500多人的中型公司，一路走来，有苦有乐，虽有诸多遗憾，但更多的却是收获——而且这次的收获，与之前的工作经历有非常大的不同。

如果说之前我在运营方面的成长是线性成长，那这一年的工作经历则是让我的能力有了指数级的提升。

为什么这么说呢？

因为在之前，我吸取的营养更多是来自于日常工作内容中的积累，包括做的新媒体、做的社区、做的活动、做的项目、做的合作等等。

例如，我做的活动越多，我的活动经验就越来越丰富；我合作的项目越多，我的执行就越来越好；我写的文章越来越多，我对于内容的感觉把握就越来越成熟等等。

这样的成长对于运营小白，或者刚入行的普通运营者来讲肯定是没有问题，甚至是多多益善的，而作为一名有着“一定运营经验”的我来说，这样的成长似乎已经无法满足。

所以，在去年的时候，我就在不断再思索未来的出路，包括尽快提升我运营的段位，不再拘泥于具体的项目，活动，内容，而是从更高的维度去看运营这项工作。

很高兴的是，或许老天听到了我的思索，故安排了我与这家公司的缘分，在为公司效力的这一年多里，我得到了我想要的。

所以，今天也来为大家分享一下我这一年的工作和思考心得。

不过因为篇幅有限，本次内容更多的是关于运营认知方面的思考，不会涉及到具体的实操讲解。

我再次强调，本篇文章不会涉及到任何的运营实操讲解。

01 运营要聚焦主要矛盾，先做减法，做深做透

在我和很多初创公司的运营团队交流时，我发现大家刚开始的打法都很奔放，大开大合。

比如上来就规划好要做微信公众号，微博□app等等。总之各项计划列的非常的周全。

我刚开始也会犯这样的毛病，刚到公司时，我接手了很多工作，包括几个公众号的运营，微博、社群等等乱七八糟都有。当时刚来也是干劲满满，认为凭我之前的工作能力，再配上几个小朋友，这些产品的运营完全不在话下。

我甚至还列了一份详细的工作流程计划表，包括每天要做什么，谁来做等等，总之不可谓不详尽。

但是做了之后，我才发现：我高估了自己以及同事们的力量。

拉来源源不断的实际转化用户。

我们是在为了运营而运营。

相信这种问题在很多互联网公司都非常常见。

但对于创业公司，创业团队，这样的运营等于慢性自杀。

因为对于创业公司来讲，每一天都是宝贵的，当这一天你无法尽快达成公司的主体目标，那公司离死亡线又会更进一步。

所以那时的我也很焦虑，整夜整夜的睡不着。

我当然也非常想帮助公司尽快找到破局点，但手上的工作占用了大量时间，食之无味，弃之可惜，所以主要目标工作都

进展缓慢。

后来老板找我谈了谈，建议我暂时不要在这些没有产出的工作上浪费时间，集中一点去打，尽快做出点成绩出来，如果当前的工作没有产出，那就可以先放弃掉。

有了老板的首肯后，我们就很轻松了，我们果断不搞微博了，天天更新并不会第一时间带来转化用户；公众号我们也暂时不更了，少发几篇文章公司绝对不会倒闭。

我们集中所有人员去快速推进微课和社群项目，用微课把社群做起来，再通过社群进行转化，最后终于达到了获取大量目标用户的目的。

而在做这些的过程中，我们又根据实际情况重新开启了公众号的运营，以及其他模块的运营，只是相对于最开始，我们的这次的运营是有目标，且无比明确的。

直到我离开这家公司时，这套运营手段依然在为公司提供源源不断的新客。

所以这是我在这一年里领悟到的第一个认知，抓住当前产品的主要矛盾，无论是推广矛盾，还是活跃矛盾，还是留存矛盾，集中所有人力资源，集中去解决。

解决主要矛盾的过程中，你会发现其他的部分，也都会慢慢盘活。

而那些很多为了运营而运营的事情，如果因为人手不够，时间不够，资源不够做不到最好，那还不如不做。

尤其现在的小创业公司，运营人手，开发资源，资金本身就是不足的，左分散一点，右分散一点，最后什么都没做出来。

所以在入职新的公司以后，我给自己定的原则就是：一定要解决产品的主要矛盾，集中力量去解决，不重要的工作该砍就砍，那些工作少做点，产品不会死，但主要矛盾不尽快解决，可能产品就真的要死掉了。

02 小步试错，正确后迅速通过系统化扩大成果

在我们做运营的过程中，除了钱之外，另一个不能浪费的就是开发资源。

我见过很多公司，领导拍脑袋，下属拍脑袋，上功能，上项目，完全没有经过任何的测试，结果开发人员开发了功能之后，不是用户想要的，没有用户去用，没有人去运营。最终彻底的荒废了。

而在这一年里，我可以很负责任的说。我们很多的推广手段，运营流程在最开始，都进行了小范围人工试错，正确后迅速上功能的办法，没有浪费任何的开发资源。

比如拉用户，我们会先拉他到我们的个人微信号里；让用户进行自传播推广，也都是运营人员先手工一个个给用户发素材等等。

这些操作虽然搞的我们都疲惫不堪，但最后的结果证明却是非常值得的，因为通过这些小步的试错，我们仅仅通过人工手动，就判断出这些推广方式是否真正有效。

如果无效，我们果断换其他方式，从而节省了大量的时间成本和开发资源。

我们在推进运营系统化的方面也是不遗余力。

接着上面说，当我们发现这种推广手段确实有效之后，那就不能再继续人工手动，农民工小作坊的形式了。

有效之后的下一个目标，就是扩量！

而光靠人手是永远无法满足这样要求的，即使满足，也会增加很多不稳定的因素，所以运营系统化就显得尤为重要。

所以我们果断为有效的推广方式，运营方式做了系统化的配置，很多工作都可以在后台进行配置，基本脱离人工，也不需要重复性的单独开发。

比如说我们发现通过h5活动拉新非常有效，那我们就把h5活动做了一套系统模板，每次只需要让设计师重新设计新的素材替换即可，无需开发人员重新开发，也达到了每周快速输出扩量的目的。

之前我们的一位运营人员通过人工手动的方式只能对接200名客户，甚至还会经常混乱，累的叫苦连天，但通过后台系统化的配置，他可以同时对接20000名客户，而且不会出差错，整个信息一目了然。

这就是我的第二个收获，通过运营流程系统化迅速扩大运营效果，当然这种系统化是建立在小步试验验证正确之后，你才能坚定的去推进。

03 划分工作模块，流程互相衔接，提高工作效率

我之前一直认为，一位运营人员同时做很多事情，成长会极为迅速。事实证明也确实如此。但其实这样的配置会大大拖慢运营团队的速度。

想想也明白，三个人同样的既做a□又做b□再做c□效率能高起来才快。

如果一个人负责所有的a□一个人负责所有的b□一个人负责所有的c□那工作流程不仅顺畅，每个人的工作效率也会大大提

高。

就和富士康是一个道理。

所以在我们运营的过程中，根据运营的流程，不断去拆分工作模块，并安排专人负责。

当模块拆好后，接下来就要搭建流程，做活动拉来的新客后，如何转接到负责沟通的同事？沟通之后，负责内容的同事如何通过内容不断来进行后续的维护？这些都需要不断进行系统和流程方面的优化。

这种团队配置的好处也在于分工明确，调度灵活。例如如果你想推广上进行扩量，那你只需在这个模块补人即可；而没有衔接好的话就进行相应模块的问责，各模块也方便制定统一的规范。

当整个工作模块以及流程跑通之后，你就会发现整个运营团队像不断转动的链条一样，有序而稳定的输出转化。

每个人虽然做的工作很单一，但却越来越拿手，目标也越来越明确。

当然这种模式在小的创业公司一开始并不能很好的实施，毕竟小公司人少，一个人要负责很多事情。但随着公司的成长，团队的成长，你的运营流程也要不断的进行调整，以适应快速发展的节奏。

至少现在来看，这种模块化，流程化的运营衔接还是非常适合大部分公司的，它的优势也显而易见，让每位运营人工作效率更高，更专注，做的更深。

04 后勤支援独立配置，运营也能快速敏捷

这一年另一个收获就是我终于找到了大部分运营团队无法快速敏捷的原因，就是因为给到的后勤支持不够，不够灵活，不够独立。

好的运营团队应该像特种兵一样，精干的几个人深入到敌方阵地，发现目标后呼叫飞机，火炮饱和轰炸，快速消灭目标。

然而现在的情况是，当运营发现目标之后，呼叫飞机火炮时，上头却告诉：对不起，你们的需求已进入排期中，预计一周后开始做，那这种情况还能打仗吗？还能快速敏捷反应吗？当然不能。

看到这个举例，互联网的朋友非常能明白我说的飞机，火炮轰炸是什么。是技术开发资源。

而在这家公司里，我们运营团队始终保持着较高的快速敏捷，这种快速敏捷也是有原因的，因为我们有一支独立配置的技术团队。人不多，四个人，前后端+测试，再加个产品经理。

当我们运营发现很多手段亲测有效之后，独立配置的技术团队可以迅速开发我们的需求，并快速上线，让我们先跑起来。

我再次强调，这支独立的技术团队只为运营而服务，而产品的重大需求则有总的技术团队来负责。

这样的独立技术团队不仅配置在我们运营部门，销售部也有独立技术团队，客服部门也有独立技术团队。

所以各个部门的工作都非常的敏捷，齐头并进。

试想只有一支技术团队，各部门如果有需求，先进需求池里排一排，着急的互相插队，部门抢资源等等，那这样下去，运营工作肯定是无法敏捷高效的。

最后写到这，我们来总结一下。本篇文章主要归纳为以下几点：

运营要抓住产品的主要矛盾，重点解决主要矛盾，其他暂时都可以忽略。

解决过程中小步试错，发现有效果后迅速通过系统化支持快速扩大成果。

根据用户体量的成长不断划分运营团队的模块，使每个人专注一件事情，做精做专做多做快。

如果有可能，想敏捷运营，对于任何手段都能快速反应，最好争取一只可以独立支配的技术团队。

因为篇幅的有限，我能写到的暂时就这么多。

不过这一年，我在运营上的认知提升，远远不是以上曲曲四点就能说的清的，还有很多很多。

再重新回看这一年，我也做了很多项目，很多有意思的活动，很多有趣的内容，但这些相比我在整体运营认知上的成长，价值是微不足道的。

这种认知，指数级的成长让我更加快乐，也更加兴奋！因为它会使我之后的每一次运营决策都会更加的精准，更加的有效。

本文最后，我也想提醒你一下：

并不是我告诉你了这些内容，你就真正的吸收了，消化掉了，可以到处告诉别人，大喊：啊！我的运营水平提升了，我好牛啊，你们快来雇我啊！

即使是我，也需要对上面的内容进行反复的实践，不停地打

磨，最终才能真正变成自己的东西。

这也是我跳槽新公司的原因，我也希望能在新的公司，新的产品，把这一年所领悟到的，做的好的，没有做好的，重新在另一个产品上去推进一遍，相信一定会有更多的收获。

自媒体运营工作计划 公司运营部门年度工作总结篇五

即将成为过去的xx年，是我们药业公司发展史上具备开创性意义的一年。在过去的一年里，公司面对着抢抓机遇加快实施中药现代化工程设置装备摆设，推动gmp认证和千方百计确保公司外部市场产品需求两大中心工作任务。

一方面，国家对未通过gmp认证的药品生产企业实施的停产措施，迫使我们抓紧时间完成公司gmp认证所需相关硬件设施的设置装备摆设和软件的配套完美。另外一方面，公司外部市场的成熟和发展，也对我们的药品生产、质量保障和办事程度提出了严苛的要求。所有这一切，都给我们带来了无形的压力和动力。

第一，在保运转，保市场供应的思想指导。

第二，是在国家地盘政策日益严格的情况下，先后办理了公司现址临近振兴街的xx□***地盘和公司原租用的38.***地盘的征用手续，办理了国有地盘使用证，彻底解决了公司自成立以来长期悬而未决的用地问题，为公司的发展奠定了坚实的基础。

第三，在公司资金严重短缺的情况下，开创性地运用现代房地产开发管理模式引进资金，使金甲综合楼破土动工。

第四，是在公司中药现代化工程设置装备摆设陷入困境的情

况下，解玉武司理临危受命，采取积极的合作与协作方式，顺利完成了工程主体车间封顶的年内工作方针。

第五，是通过县、市及省科技主管部门，成功将我公司的大孔树脂吸附法生产山楂叶总黄酮项目申报为国家级星火计划项目，从而使我公司成为国家级重点科技项目实施单位，大大提高了公司的知名度和美誉度，进一步拓宽了公司的发展空间。

企业员工培训工作总结就会最好检验企业是否成功的保障，我们也也可以通过这次企业培训的最终结果找出更好的方式方法，这一切都是人力资源部门人员努力的结果，也是企业全体员工共同努力的结果。所以我们要经常性的举办员工培训活动，增加员工的工作能力。