# 企划部工作计划表(10篇)

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-08-09

*时间流逝得如此之快，前方等待着我们的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。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。企划部工作计划表篇一根据本年度工作情况与存在不足，结合目前公司发展状况和今后趋...*

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。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。

**企划部工作计划表篇一**

根据本年度工作情况与存在不足，结合目前公司发展状况和今后趋势，计划从以下方面开展工作：

1、进一步完善公司的组织架构，确定和区分每个职能部门的权责，争取做到组织架构的科学适用，保证公司的运营在既有的组织架构中运行。

2、完成公司各部门各职位的工作分析，为人才招募与评定薪资、绩效考核提供科学依据；

3、完成日常人力资源招聘与配置；

4、做好员工激励工作，建立内部升迁制度，做好员工职业生涯规划，培养雇员主人翁精神和献身精神，增强企业凝聚力。

5、大力加强员工岗位知识、技能和素质培训，加大内部人才开发力度。

6、弘扬优秀的企业文化和企业传统，用优秀的文化感染人；

7、建立内部纵向、横向沟通机制，调动公司所有员工的主观能动性，建立和谐、融洽的企业内部关系。集思广益，为企业发展服务。

8、做好人员流动率的控制与劳资关系、纠纷的预见与处理。既保障员工合法权益，又维护公司的形象和根本利益。

9、公司形象建设工作。

10、公司市场营销活动的参与和服务工作。

1、人力资源工作是一个系统工程。不可能一蹴而就，因此人力资源部在设计制订年度目标时，按循序渐进的原则进行。如果一味追求速度，人力资源部将无法对目标完成质量提供保证。

2、人力资源工作对一个不断成长和发展的公司而言，是非常重要的基础工作，也是需要公司上下通力合作的工作，各部门配合共同做好的工作项目较多。因此，需要公司领导予以重视和支持。自上而下转变观念与否，各部门提供支持与配合的程度如何，都是人力资源工作成败的关键。所以人力资源部在制定目标后，在完成过程中恳请公司领导与各部门予以协助。

3、此工作目标仅为人力资源部今后工作的基本文件，而非具体工作方案。鉴于企业人力资源建设是一个长期工程，针对每项工作人力资源部都将制订与目标相配套的详细工作方案。但必须等此工作目标经公司领导研究通过后方付诸实施，如遇公司对本部门目标的调整，人力资源部将按调整后的目标完成年度工作。同样，每个目标项目实施的具体方案、计划、制度、表单等，也将根据公司调整后的目标进行具体落实。

（一）完善公司组织架构

1。目标概述

组织架构建设决定着企业的发展方向，目前公司的组织架构还有待完善的地方。鉴于此，人力资源部在未来的时间内应该首先应完成公司组织架构的完善。基于稳定、合理、健全的原则，通过对公司未来发展态势的预测和分析，制定出一个科学的公司组织架构，确定和区分每个职能部门的权责，使每个部门、每个职位的职责清晰明朗，做到既无空白、也无重叠，争取做到组织架构的科学适用，保证公司的运营在既有的组织架构中运行良好、管理规范、不断发展。

2。实施目标注意事项：

（1）公司组织架构决定于公司的长期发展战略，决定着公司组织的高效运作与否。组织架构的设计应本着简洁、科学、务实的方针。组织的过于简化会导致责权不分，工作负荷繁重，中高层管理疲于应付日常事务，阻碍公司的发展步伐；而组织的过于繁多会导致管理成本的不断增大，工作量大小不均，工作流程环节增多，扯皮推诿现象，员工人浮于事，组织整体效率下降等现象，也同样阻碍公司的发展。

（2）组织架构设计不能是按现有组织架构状况的记录，而是综合公司整体发展战略和未来一定时间内公司运营需要进行设计的。因此，既不可拘泥于现状，又不可妄自编造，每一职能部门、每一工作岗位的确定都应经过认真论证和研究。

（3）组织架构的设计需注重可行性和可操作性，因为公司组织架构是公司运营的基础，也是部门编制、人员配置的基础。

（二）各职位工作分析

1、目标概述：

职位分析是公司定岗、定编和调整组织架构、确定每个岗位薪酬的依据之一，通过职位分析既可以了解公司各部门各职位的任职资格、工作内容，从而使公司各部门的工作分配、工作衔接和工作流程设计更加精确，也有助于公司了解各部门、各职位全面的工作要素，适时调整公司及部门组织架构，进行扩、缩编制。也可以通过职位分析对每个岗位的工作量、贡献值、责任程度等方面进行综合考量，以便为制定科学合理的薪酬制度提供良好的基础。详细的职位分析还给人力资源配置、招聘和为各部门员工提供方向性的培训提供依据。

2、实施目标注意事项：

1、职位分析作为战略性人力资源管理的基础性工作，在信息搜集过程中要力求资料翔实准确。因此，人力资源部在开展此项工作时应注意员工的思想发动，争取各部门和每一位员工的通力配合，以达到预期效果。

2、整理后的职位分析资料必须按部门、专业分类，以便工作中查询。

3、职位分析必须注意：搜集的信息可能仅局限于公司现有编制内职位信息。但向董事会提交的公司职位分析资料必须严格参照公司组织架构对架构内所有职位进行职位分析。未能从职位信息调查中获取到的职位信息分析由人力资源部会同该职位所属部门进行撰写。

4、该目标达成后将可以与公司组织架构配合在实际工作中应用，减少人力资源工作中的重复性工作，此目标达成需公司各部门配合，人力资源部注意做好部门间的协调与沟通工作。

（三）人力资源招聘与配置

1、目标概述：

人力资源的招聘与配置，不单纯是开几场招聘会如此简单。人力资源部要按照既定组织架构和各部门各职位工作分析来招聘人才满足公司运营需求。也就是说，尽可能地节约人力成本，尽可能地使人尽其才，并保证组织高效运转是人力资源的配置原则。所以，在达成目标过程中，人力资源部将对各部门的人力需求进行必要的分析与控制。考虑到公司目前正处在发展阶段和变革时期，人力资源部对人事招聘与配置工作会做到三点：满足需求、保证储备、谨慎招聘。

2、实施目标注意事项：

（1）招聘前应做好准备工作：与用人部门沟通，了解特定需求；招聘广告（招聘职位与要求）的撰写熟悉；公司宣传品；一些必需的文具；招聘用表单。招聘人员的形象。

（2）安排面试应注意：面试方法的选定；面试官的选定；面试题的拟定；面试表单的填写；面试官的形象；面试结果的反馈；

（四）员工激励

1、目标概述：

员工激励是福利政策的延伸与补充，福利政策事实上仅是员工激励的组成部分。其物质激励落实到具体政策上即成为员工福利，而员工激励则涵盖了物质激励和精神激励两大部分。做好员工激励工作，有助于从根本上解决企业员工工作积极性、主动性、稳定性、向心力、凝聚力、对企业的忠诚度、荣誉感等问题。人力资源部在工作中必须一以贯之地做好员工激励，确保公司内部士气高昂，工作氛围良好。

2、实施目标注意事项：

员工福利和激励是相辅相承的关系，工作的认真与否直接影响到员工士气、人才流动率、企业凝聚力和吸引力、公司整体人才层次、企业运作效率和公司的长期发展方向。人力资源部应站在公司长远利益的立场上，做好员工激励工作。

（五）员工培训与开发

1、目标概述：

员工培训与开发是公司着眼于长期发展战略必须进行的工作之一，也是培养员工忠诚度、凝聚力的方法之一。通过对员工的培训与开发，员工的.工作技能、知识层次和工作效率、工作品质都将进一步加强，从而全面提高公司的整体人才结构构成，增强企业的综合竞争力。对员工培训与开发的投资不是无偿的投入，而是回报颇丰的长期投资。人力资源部计划对员工培训与开发进行有计划有步骤有目标地进行，使公司在人才培养方面领先一步。20xx年主要是根据公司整体的思路，围绕“1234”工程和时间管理来进行。同时，针对年轻同志进行一些业务知识的讲座和业务竞赛活动。

2、目标实施注意事项：

（1）人力资源部平时注意培训课题的研究与开发，及时搜集国内知名顾问咨询和培训公司的讲师资料、培训课目资料，结合公司需要和部门需求，不定期地向有关部门推荐相关培训课题信息。

（2）培训不能形式化，要做到有培训、有考核、有提高。外派培训人员归来后必须进行培训总结和内容传达宣贯，并将有关资料交人力资源部。人力资源部应注意培训后的考评组织和工作绩效观察。其结果存入员工个人培训档案，作为员工绩效考核、升迁和调薪、解聘的依据之一。

（3）人力资源部在安排培训时一要考虑与工作的协调，避免工作繁忙与培训时间的冲突，二要考虑重点培训与普遍提高的关系，尽可能避免某一部门某一个人反复参加培训，而其他部门却无机会参加培训的现象，综合考虑，以公司利益和需要为标准，全面提高员工队伍素质。

（六）人员流动与劳资关系

1、目标概述：

协调处理好劳资双方关系，合理控制企业人员流动比率，是人力资源部门的基础性工作之一。人力资源部将把此工作作为考核本部门工作是否达到工作质量标准的项目之一。要制订人员流动控制年度目标。

劳资关系的协调处理目标：完善公司合同体系，除《劳动合同》外，与相关部门一些职位职员签定配套的《保密合同》《廉洁合同》《培训合同》等，熟悉劳动法规，尽可能避免劳资关系纠纷。争取做每一个离职员工没有较大怨言和遗憾。树立公司良好的形象。

2、实施目标需注意事项：

（1）劳资关系的处理是一个比较敏感的工作，它既牵涉到企业的整体利益，也关系到每个员工的切身利益。劳资双方是相辅相承的关系，既有共同利益，又有相互需求的差距，是矛盾中统一的合作关系。人力资源部必须从公司根本利益出发，尽可能为员工争取合理合法的权益。只有站在一个客观公正的立场上，才能协调好劳资双方的关系。避免因过多考虑公司方利益而导致员工的不满，也不能因迁就员工的要求让公司利益受损。

（2）人员流动率的控制要做到合理。过于低的流动率不利于公司人才结构的调整与提高，不利于公司增加新鲜血液和新的与公司既有人才的知识面、工作经验、社会认识程度不同的人才，容易形成因循守旧的企业文化，不利于公司的变革和发展；但流动率过高容易造成人心不稳，企业员工忠诚度、对工作的熟悉度不高，导致工作效率的低下，企业文化的传承无法顺利持续。人力资源部在日常工作中要时刻注意员工思想动态，并了解每一位辞职员工的真正离职原因，从中做好分析，找出应对方法，确保避免员工不正常流动。

（七）其他工作目标

1、目标概述：

人力资源部的工作涉及到各个部门和公司工作的各个层面，日常工作中人力资源部还有许多不可预见的工作任务。此处其他目标是部门工作中比较重要的部分。包括：建立公司内部沟通机制；企业文化的塑造和宣贯等。

建立内部沟通机制，促进公司部门之间、上下级之间、劳资双方的了解与合作，建立健康、和谐的内部关系，避免因沟通障碍而导致的人际关系紧张、工作配合度低、缺乏互信等不良倾向；企业文化的塑造与宣贯，企业文化的形成是一个不断累积、不断传承、不断发扬光大的过程，在一个拥有良好企业文化的企业，员工的向心力和凝聚力会不断增强，企业的团队精神和拼搏精神也非常明显。

（八）企划工作

1、目标概述：

服务于公司的战略部署，服务于公司的业务需要，将公司不同的业务范围统一于公司整体的战略框架下，形成多元化经营的合力优势。为此，公司的企划工作要通过统一的对外形象设计、运用整体传达沟通系统，将公司的经营理念、企业文化和企业经营活动传递出去，以传达企业个性、品格和企业精神风范，与社会公众建立双向沟通的关系，并形成相应的核心竞争力，为公司创造效益。企划工作将侧重于内部形象建设、外部形象展示、服务体系的形成以及对外广告宣传。

2、实施目标需注意事项：

（1）公司的内部形象系统建设：主要是设计制作完整的视觉形象手册（企业vi系统），制作完成公司统一的办公用品，着重统一信封、信纸、便签、行文纸、礼品等；

（2）公司的外部形象展示系统建设：在形成了公司统一的视觉

形象后，必须向外界进行推广，显示公司的整体性和规范性。重点形成公司的宣传片及各业务部门的宣传片等。

（3）公司市场营销策略的研究、策划、组织、实施及相关业务协调与管理。根据公司年度广告预算，编制年度广告策划方案，撰写与设计各类广告文案，统一制作广告宣传品，选择广告形式及传播媒体，评估广告效果，协助作好市场推广工作。同时依据公司发展战略、市场目标、企业形象制定相应的公共关系计划，策划与实施公关活动，调动社会资源为企业的发展服务。根据市场动态、企业发展及资源状况，研究制定公司品牌策略及品牌规划方案，根据公司决策组织资源投入，负责企业形象与品牌管理。

**企划部工作计划表篇二**

1、市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。

2、适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3、注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4、目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

5、不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6、先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7、对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8、努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

1、制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑xx市地广人多，交通涌堵，预约时最好选择客户在相同或接近的地点。

2、见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

5、填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8、投标过程当中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9、投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸（设备安装图及管线图）。

10、争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11、货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12、提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

工作计划

1、定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。

客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2、对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3、利用下班时间和周末参加一些学习班，学习更多营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为公司做出自己最大的贡献。

**企划部工作计划表篇三**

一、销售情景

20xx―20xx年我们公司在北京、上海等展览会和惠聪、发现资源等专业杂志推广后，我公司的xx牌产品已有必须的知名度，国内外的客户对我们的产品都有了必须的认识和了解。

产品销售部肩负的是公司全部产品的销售，职责之重大、任务之艰巨，可想而知。建立一支能征善战的高素质的销售队伍对完成公司年度销售任务至关重要。\"工欲善其事，必先利其器\"，本着提高销售人员综合业务素质这一目标，销售部全体人员必须开展职业技能培训，使销售业务知识得以进一步提高。今年公司添用了网络版速达3000财务管理软件，销售和财务管理能够清晰的及时性反映出来。我们销售人员是在xx市xx―xx科技有限公司的培训下学习成长的，所学习的专业知识和公司内部信息都是保密的，大家必须持有职业道德。老板是率领销售部的，期望加强对我们员工的监督、批评和专业指导，让我们销售人员学习的专业知识，提升技术职能和自我增值。20xx年我学习了iso内部审核培训和会计专业知识培训，并获得了国家认可的证书。这一年来我们利用学习到的管理知识、方法在我们公司生产管理中充分实践，其显示效果是满意的。

麦克风线材销售是我公司产品销售部工作的重点，销售形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。一年来，产品销售部坚持巩固老市尝培育新市尝发展市场空间、挖掘潜在市场，利用我公司的品牌度带动产品销售，建成了以xx本地为主体，辐射全省乃之全国的销售网络格局。

随着电子产品行业之间日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场营销过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益。销售部密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。产品销售部经过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立了稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集；要根据市场情景积极派驻业务人员对国内各销售市场动态跟踪把握。

回首一年来，我们销售部全体业务人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作取得了良好的销售业绩。成绩属于过去，展望未来，摆在销售部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们销售部全体业务人员一致表示，必须要发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自我的岗位职责，全力以赴做好年度的销售工作，要深入了解电子行业动态，要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的销售业绩。

福牛迎春，祝我们xx科技有限公司在20xx年的销售业绩更上一层楼，走在电子行业的尖端，向我们的梦想靠拢。

**企划部工作计划表篇四**

企划部工作计划

企划部工作计划

新生报到，因此招新已经是提上了日程的问题,宣传的方式有很多,比如画大型的海报,分发报名表,入班宣传,设点宣传.这些计划在之前就已经做好，并且实施了.1.招新 对于刚刚成立没有多少时间的嘉兴学院勤工助学指导中心梁林分部而言,注入新鲜的血液是非常重要的事情.而我们安排在国庆之后的招新工作必然会让成员花费很多的时间,为此我们企划部应当做好策划,使招新的活动可以有条不紊地进行.同时也减轻中心成员的负担.2.组织活动 大家相处的时间并不长,成员之间除了工作时间其他的接触其实也很少,加上招新进来的成员更加是陌生.为了加强成员之间的感情交流,好让以后的工作开展得更加顺利,成员之间的配合更加默契,应当适当组织一些活动,做一些活动的策划书,然后组织实施.一般活动的频率控制在一个月或者两个月之间.比如迎新的活动是必要的,同时送别那些老的成员离开也要写相应的策划书,做好活动策划.3.新成员的工作 由于新的成员对于办公室里面的职务以及具体的工作都不是很熟悉,作为已经进中心一段时间的我们必然要做好表率作用,企划部应当做一份关于如何让新成员赶快熟悉工作流程的策划书.让新成员对工作赶快熟悉起来.因此也可以加快勤工中心的壮大.4.拓展 中心有很多的工作还是由越秀转过来的，一方面是因为时间的关系,但是我们也应当努力地自己去拓展,正如新的指导老师在会议上面跟我们说的,梁林也要学会依靠自己站稳脚跟,然后生长起来.对

外的拓展必然是一个很热门的话题,作为企划部的成员，做关于拓展的策划也是必须的.在做关于拓展的策划书的时候要注意人员的分配.一、指导思想：

坚持以“三个代表”重要思想为指导，大力开展教育创新，全面实施课程改革，扎实推进素质教育，根据学校总体发展要求，结合我校教育科研发展的实际，以科研为导向，以课题工作为主线，以校本培训为特色，以团队建设为突破口，进一步规范学校科研工作，着力提高学校教育科研水平。

二、工作重点：

1、扎实开展课题研究，做好课题过程管理工作，把课题研究与课堂教学结合起来，教研与科研结合，使课题研究真正为教学服务。

2．做好规划课题研究工作，课题准备结题。3、做好教师的科研培训工作和骨干教师学习工作。

4、做好课题的研究实施工作，优化课题实验的制度化、科学化、常规化管理。

5、使教科研工作成为课堂教学的引领、支撑，为全面提高教育教学质量服务。

三、具体工作措施：

1、将教研、科研、教师教育三个方面整合起来，以课题研究为切入点，以教研活动为基础，以提高教师教育水平。每月二次科研学习，二次科研骨干学习，每学期至少一次科研相关内容的讲座。

2、以过程为主，立足于学以致用，向规范靠拢。通过全校教师参与的课题研究活动，让教育科研的意识在行动中得到体现。同时指导

全校教师在实施课题研究的过程中，做到学以致用。严格落实规范性管理，使教师的研究行为逐步与规范性、科学性的要求接轨。

3、召开课题成员研究会，学习结题报告的撰写要求，组织课题研究人员进行科研资料的收集、整理和归类工作，根据上级结题要求及时撰写结题报告。

4、本学期每位教师上一节体现科研成果的科研观摩课。设立评委小组，并组织教师对课堂教学进行评议，互相交流、探讨，总结相关经验上升到理论高度。

5、认真学习《特殊教育新课程的实施方案》，了解特殊教育新课程的指导思想、主要内容和现实意义，积极推进特殊教育发展。使新课程实施方案的理念深入到教育教学中。

6、以课题研究为抓手，建立和完善学校教科研网络，推进课程改革。

7、本学期着力组织教师积极参加各级各类的征文、论文竞赛。我们将传达信息，积极选送,把好质量关，让更多的老师享受成功的喜悦。

附送：

企划部年终工作总结

企划部年终工作总结

企划部年终工作总结

工作将近一年了。时间催促我即将告别20\*\*，憧憬激励我在20\*\*年开创事业的新高。为了更好地完成工作，总结经验，扬长避短，现将20\*\*年工作情况总结：

20\*\*年4月1日工作以来，我认真完成工作，努力学习，积极思考，工作能力逐步提高。伴随着鸿建房产的蓬勃发展，特别是20\*\*年又荣获xxxxxxxx，我所工作的策划部作为公司的宣传部门尤为重要。对外宣传的每一篇资料，每一句话都代表着公司的形象。所有，我在实际工作中，时时严格要求本身，做到谨小慎微。

此外，火车跑的快还靠车头带，由于刚参加工作，无论从业务能力，还是从思想上都存在许多的不足。在这些方面我都得到了公司领导、部门领导的正确引导和帮助，使我在工作能力提高，方向明确，态度端正。从而，对我的发展打下了良好的基础。

20\*\*年是我真真正正走上工作岗位的 其次，是能力问题，又可以分成专业能力和基本能力。对这一问题的认识我可以用一个简单的实例说明：以一只骆驼来讲，专业能力决定了它能够在沙漠的环境里生存，而基本能力，包括适应度、坚忍度、天性的警觉等，决定了它能在沙漠的环境里生存多久。具体到人，专业能力决定了你适合于某种工作，基本能力，包括自信力，协作能力，承担责任的能力，冒险精神，以及发展潜力等，将直接决定工作的生命力。一个在事业上成功的人，必是两种能力能够很好地协调发展和运作的人。

20\*\*年，我将以崭新的精神状态投入到工作当中，努力学习，提高工作、业务能力。积极响应公司加强管理的措施，遵守公司的规章制度。

企划部年终工作总结

一、企业文化、品牌建设方面： 1、企业文化的创建、提炼、发展;企业文化是企业发展的核心推动力，是一种新型的生产力，它为企业注入新的活力，它让公司里的每一名员工都能深刻的体会到企业的发展目标和精神，处处以企业文化来严格要求自己。为企业的跨越式腾飞打下了坚实的基础。

2、网站的开发建设及专题的策划制作; 信息时代已经来临，互连网的触角早已覆盖了这个世界的每个角落，网站的开发建设是我公司在互联网上对外宣传的窗口，是让世界了解我们企业的最便捷的渠道之一，网站的成功开发建设使得我公司在同行业中脱颖而出。而网络专版、专题的策划制作更是从多方面展示了我公司的企业精神文化和品牌形象。

3、制作行政楼及生产基地的标语文化形象宣传; 企业的标语不只是简单的一句话，通过标语所传达的是企业的理念，它可以培养员工的工作热情及积极性，提高安全意识。从另一个侧面向员工和来访客户传递企业精神。

4、组织策划公司团体活动及社会活动; 策划组织各类活动，丰富员工业余文化生活，增强员工团队协作配合能力。提升企业在社会中的知名度和美誉度。

5、企业对外宣传用品的设计制作; 设计制作企业画册、手提袋、产品技术手册等一系列对外宣传用品。宣传资料是企业对外形象展示中最直接的传播方式，宣传资料的系统设计可将企业的内在气质和市场定位视觉化、形象化、感官化。

二、电子商务领域的应用及推广：

在电子商务、机械设备、陶瓷、化工、食品等行业平台注册网络商铺，并发布新闻软文信息、推广公司产品，使公司网站的访问量及pr值迅速上升;结合公司产品优化微波干燥设备、陶瓷干燥设备、工业微波设备、粉微波烘干设备等相关产品的关键词，目前80%的意向客户均是通过此类关键词搜索到我公司信息，并主动与我公司联系，欲购买我们的设备。

三、企业网络办公管理系统的开发建设：

随着企业跨越式飞速发展，公司规模迅速扩张，使企业面临着更多的挑战，只有加快现代化信息技术开发建设的步伐，才能使得企业的飞速发展更加顺畅。企业网络办公管理系统的程序开发完成之后，将会进一步完善公司现代化办公管理模式，提高工作效率，减少企业成本支出。目前该系统已完成数据库大体框架的构建。

根据企业目前的情况，特制定201x年工作计划及目标： 一、加快企业网络办公管理系统的开发进度，尽早投入实际使用。解决目前仓库管理中出现的问题。使企业的现代化信息管理更上一个台阶。

二、开发建设微波行业门户网站，利用门户网站这个具有公信力的平台，加大力度推广公司产品信息，弘扬企业文化。

三、创建企业内刊，内刊是企业发展的同步记录，通过企业内刊可以看到企业每个阶段的发展历程，累集起来，企业成长的足迹就会历历在目，起到传承企业文化的作用，搭建了一个员工与管理者沟通心声的平台，以一种文化的张力来渗透和凝聚人心。

四、建立电子商务中心，利用网上电子商务，降低企业销售成本，提高产品竞争力。在电子商务方式下，企业的商业机会将得到有效扩大，通过专业推广策划，将公司产品信息传递给需求群体。利用电子商务可以与客户进行业务洽谈，大幅度减少了人员出差的时间和费用，并省去了许多中间环节，提高了产品直销率，降低了经营成本，拓宽了营销渠道。

五、举行公司团体活动和社会活动，制造新闻事件，提升企业在社会中的影响力，增强公司员工的向心力。

201x年将是企业的又一个跨越年!在这新的一年中希望在领导的关怀指导下和各部门的积极协调配合下，把工作做的更好!充分发扬企业主人翁的精神，为公司新一轮的辉煌发展而共同努力。

企划部年终工作总结

不足：前期推卡全体同仁热情度都比较高，业绩善可，但后期出于各种原因，卡的销售就下滑比较明显，尽管销售部也曾经组织专门

人员对此项工作跟进，但也没有取得多大效果。原因，业务技艺的不足及工作热情度不高，导致都只是跑了个过场，没有实质进展。

改进：记得年初时董事会就提出年售卡3000万的指标，从目前来看，离指标还有一段距离，我们还需要把任务层层分解，同时各部门要指定专门的售卡人员，跟进这项业务，并对此人员多给予一点奖励措施和时间，我想重奖之下必有勇夫，只有将个人利益与企业利益有效的结合，才能真正发掘员工的积极因素。

二、个人学习及提升

在本职工作完成之余，通过计划性对城区各大超市调查及通过网络学习各大超市的策划营销理念而后进行分析，从而加深对超市策划营销有了进一步了解，同时还时刻关注本地消费者的消费心理的需求。坚持进行专业知识学习，用来提高个人的创新及逻辑思维能力，为超市的策划与树立企业形象工作打好坚实的基础。

三、心得体会

基于201x年度工作回顾及总结，也有一些心得体会来进行分享： 1、专业，来自沉淀

不积硅步，无以至千里。任何一个人的知识与能力的提升都是在工作与生活过程中，不断积累，不断修正，不断完善的。只有专业的沉淀与坚持不懈的努力，才能取得团队和个人的成功。我在具体的工作执行中，也是在有计划地完成专业沉淀，完成原始积累。只有达到足够的专业沉淀，才能真正做到厚积而薄发。

2、团队，在于有效沟通

没有一个团队是可以不通过培养和耐心的沟通就可以达到团结和谐的。只有有效沟通才有理解，有理解才有更好的合作，有好的合作

才能建立高效的团队，有高效的团队才可能有强大的专业公司。在企划工作中，没有个人行为，只有团队行为，唯有团队合作才能发挥强大聚集力量，达到事半功倍的效果。但在现实工作中，无论是领导者和团队成员之间，还是团队成员之间存在着或多或少的沟通障碍，这就要求发现问题及时沟通、及时协商和解决，在沟通中构建巩固和健全的团队精神。

3、学习，永无止境

八小时之内求生存、八小时之外求发展，我们铭记董事长的教诲，不断追求与探索。企划是一个复合型的行业，任何一个小的细节问题都需要大量的时间和精力去摸索、研究，对于一个优秀的企划人来说，学习应该是永无止境的，在学习本行业的营销企划知识之余，我本人及部门还有计划的学习了有关商业地产方面的知识，以备集团对综合型人才的需求。

四、201x年工作计划：

1、制定年企划促销大纲及全年度促销费用预算，并严格按计划部署实施，严格控制各项费用的开支。

2、为更有效的巩固目标消费群体，建议超市每月定期举办一次会员日

3、201x年以国家法定假日为重点举办大型促销活动，同时关注季节性商品及重大热点事件举办小型促销活动，以此有效的填补每月的销售目标差额。

4、多关注顾客意见表反馈的信息，根据广大消费者对本超市的印象与建议，建议每周例会上拿出来讨论和解决。以增加公司的信誉度，真正做到想顾客之所想，急顾客之所急。

5、加强本部门人员管理，重点加强对专业知识的培训，培养本部员工的团队协作精神和创新意识。

6、加强对公司文化的学习与宣导，开设公司内部刊物，提练文化精髓。

7、完善公司视觉形象的树立，借鉴国内外优秀企业的形象风格，加以改进，树立企业独有的风格。

8、完善公司网站宣传内容，对版块做创新调整，及时为网站提供新闻稿件。

企划部年终工作总结 一、工作回顾及总结

xx年年是本人参与项目执行工作最多的一年，在集团公司总经理和项目经理的悉心关怀下，个人得到快速的成长，工作效率及质量有较大提高，主要完成工作如下：

1、项目执行工作

百汇海隆广场项目是本人进公司来重点跟进的项目，主要开展市场招商调研、客户接待、文案活动策划执行方面的工作，具体如下：

完成百汇海隆广场项目策划推广文案、xx年度总结写作;项目前期招商接待工作;协助接待中心启用前期装饰安装工作;项目相关软文写作;跟进并实施项目宣传推广事宜;协助专题片制作组完成制片工作;持续跟进并协助报广设计、现场包装及物料设计工作，并充分运用报纸、电视台、广播电台、自办刊物等广告资源对项目开展了多渠道的宣传;完成项目阶段推广计划、客户营销活动方案写作等;协助项目推广工作的开展及媒体宣传的跟进工作。

2、个人学习及提升

在本职工作完成之余，通过计划性的跑盘工作及区域市场研究来熟悉市场情况，从而加深对海宁市房地产市场的进一步了解，同时还时刻关注行业政策的变化。

坚持进行专业文章及项目软文的写作，用来提高个人的写作能力及逻辑思维能力，为项目的策划推广工作打好坚实的基础。

3、工作总结

回顾xx年工作，本人感觉从专业能力及工作态度上，较之于xx年有了一定的进步和提高，主要表现在：

工作态度有明显进步;对项目策划推广工作的计划性与推动力有深刻的认识;能独立完成项目策划推广执行过程中的部分工作;策划报告写作能力有较大的进步;有意识进行专业提升及个人学习。

但同时还有许多的不足之处有待提高：

工作主动意识需要进一步加强;沟通及表达能力需要不断提高;执行工作中细节关注不够;专业提升及个人学习需有计划性并及时进行总结。

二、心得体会

基于xx年度工作回顾及总结，也有一些心得体会来进行分享： 1、专业，来自沉淀

不积硅步，无以至千里。任何一个人的知识与能力的提升都是在项目服务过程中，不断积累，不断修正，不断完善的。只有专业的沉淀与坚持不懈的努力，才能取得团队和个人的成功。我在具体的项目执行工作中，也是在有计划地完成专业沉淀，完成原始积累，并在今后的工作中修正。不敢求一步到位，将来再行完善。只有达到足够的专业沉淀，才能真正做到厚积而薄发。

2、团队，在于有效沟通

没有一个团队是可以不通过培养和耐心的沟通就可以达到团结和谐的。只有有效沟通才有理解，有理解才有更好的合作，有好的合作才能建立高效的团队，有高效的团队才可能有强大的专业公司。在企划工作中，没有个人行为，只有团队行为，唯有团队合作才能发挥强大聚集力量，达到事半功倍的效果。但在现实工作中，无论是领导者和团队成员之间，还是团队成员之间存在着或多或少的沟通障碍，这就要求发现问题及时沟通、及时协商和解决，在沟通中构建巩固和健全的团队精神。

3、学习，永无止境

企划是一个复合型的行业，除专业的策划推广知识外，还需要了解从项目前期规划、设计、工程建设及后期物业管理的方方面面。任何一个小的细节问题都需要大量的时间和精力去摸索、研究，对于一个优秀的房地产企划人来说，学习应该是永无止境的。

三、xx展望及建议 1、个人展望 专业能力快速提升

通过项目实践结合自我学习，快速提升个人专业能力，积累丰富的操盘经验，并及时的总结和调整。扩宽个人的知识面，积累丰富的专业知识，提高个人的口头表达和书面表达能力，真正做到一名优秀的策划人。

突破商业地产知识瓶颈

入职近二年来，参与的项目基本为商业地产项目。继住宅地产开发主流之后，商业地产现正逐渐成为地产开发市场的新宠儿。如果想

成为一名优秀的策划人，对于商业地产知识应该去充分的了解和学习，准确的产品定位、目标消费群体定位和招商是商业物业成功开发的关键所在。在xx本人将通过案例借鉴和自我学习，在商业地产方面有所突破。

参与团队建设

希望能够参与到团队建设中去，熟悉项目执行过程中的各个环节度，明确工作目标，提高工作效率，加强内部人员间的团结合作，互相紧密配合，充分挖掘集体的潜力。对工作的每一个细节进行检查核对，对工作的经验进行总结分析，从怎样节约时间，如何提高效率，尽量使工作程序化、系统化、条理化、从而更进一步，达到新层次，进入新境界。

2、对于公司的建议

个人认为，公司是一个能让员工价值有足够展示空间的企业，公司发展同科学管理模式的运用和团队、个人发展密不可分，一流的专业公司应同时具备一流的管理水平，技术和管理两方面都是不能偏颇的。我能有幸成为宝马的一员，也希望真正与团队一起，努力实现公司效益和个人价值最大化。

从公司层面来说，员工也需要得到公司的充分信任与认可，让我们在公司提供的平台上，可以尽情地发挥出各自的主观能动性，为公司创造更大的价值。

回首总能够发现差距，展望总能够找到力量。新的一年有新的开始，厚积薄发，学而知新的理念支持我在策划推广这个行业中一步一步往前走。

**企划部工作计划表篇五**

一、对销售工作的认识

1.市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。

2.适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3.注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4.目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取的市场份额。

5.不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6.先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7.对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8.努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

1.制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时选择客户在相同或接近的地点。

2.见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

5.填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8.投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9.投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸(设备安装图及管线图)。

10.争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11.货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12.提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

1.定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。

客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2.对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3.利用下班时间和周末参加一些\_，学习营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为公司做出自己的贡献。

**企划部工作计划表篇六**

1、杂志发放安排：中心点向西南方向移动。以京石公路为轴心周边社区附加公交站牌、地铁口等上班人群流动做大的地点散式发放。

2、下午3：：00以社区、平房、菜市场为主一对一发放。

3、周六日商超为主散发。

备注：每个社区发放情况要登记明确!发放不到的小区以社区附近站牌散发包围的方式来补充。

当月主要区域：分四个阶段：

第一阶段

西里社区、蒋家坟社区、小屯社区、大瓦窑社区、五里店第一社区、五里店第二社区、丰西路社区、油泵厂社区、大井社区、长安新城社区、京铁家园社区、民岳小区社区。

宛平城地区：辖6个社区、3个村委会：户籍人口20465人

城北社区、宛平城社区、城南社区、晓月苑第一社区、晓月苑第二社区、老庄子社区、老庄子村、永合庄村、北天堂村。

第二阶段

长辛店镇辖9个村委会：户籍人口31975人

张郭庄村、东河沿村、辛庄村、大灰厂村、李家峪村、太子峪村、张家坟村、赵辛店村、长辛店村。

第三阶段

云岗街道辖9个社区：户籍人口32894人

南区第一社区、南区第二社区、云西路社区、田城社区、北区社区、北里社区、翠园社区、镇岗南里社区、大灰厂社区。

第四阶段

王佐镇辖8个村委会：户籍人口37385人

西庄店中心村、沙锅村中心村、怪村中心村、魏各庄中心村、西王佐中心村、南宫中心村、庄户中心村、佃起中心村。

房山区：温庄子高佃村大宁高佃

社区一对一发放数量：50000左右

散发：60000

《开了》剩余数量20000左右对附近大学进行合作直投或散发!散发：学校门口，食堂门口等

以商家合作为主，以能提高合作商家销售额为前提，说服商家为我院对其顾客赠送购物送健康(卡)购物满多少可获赠购物送健康(卡)

序号发展渠道预计数量卡类备注

1药店/保健店6000健康大礼包(卡)

2商场/超市8000购物送健康(卡)

3美容院3000健康大礼包(卡)

4ktv3000健康大礼包(卡)

预计投放数量15000-30000张

1、试纸药店增加60家大小不限，试纸铺6000条，每个合作点放药店专用卡100张共计6000张，原有合作药店进行客户维护，整理销售和其他家医院试纸的销售情况。

2、女性用品类合作：合作方式包装内附带会员卡、女性用品实体店免费体检卡的发放，或满额送卡的方式

3、十月底启动《健康基金储备c计划》活动，联系丰台合作商家10家。市场部全力执行。杂志跟踪报道。

总体：

1、网站结构优化：从网站结构、内容等方面对google、百度等搜索引擎进行优化设计;

2、网站推广手段：登录主要搜索引擎和分类目录，提交网页内容，在大型论坛注册进行宣传，论坛友情链接;

3、推广效果评价：对主要网站推广措施的效果进行跟踪，定期进行网站流量统计分析，认真分析推广方法的实效性，在重点上加大力量。

网络整体统筹

1.每天统计商务通对话质量与预约关键词。

2.每天统计关键词的转换率。

3.每天统计预约患者预约对话分析，进行学习。

4.每天统计疾病咨询，针对医院主推方向，来制定下一步方案。

5.每周制作一份网络部报表个企划主任汇报一周工作。

6.每月制作一份网络报表，制定当月工作总结与下月工作计划目标给总经理并汇报本月情况以及报告下月工作方针。

工作目标

1、降低当前访问中病人流失率,做到100%不流失。

2、提升对话质量,质量按照较好∶一般∶差的比值,比率达到85%∶10%∶5%的.几率。

3、进一步提升北京市内成功预约率≥80%,北京市内预约流失率≤20%,北京市内成功就诊率≥80%,外围省份病人按照实际访问量即时调整,争取就诊率≥20%。

4、电话咨询病人流失率≤10%,网络及电话投诉率≤5%。

主抓工作质量

1、加强业务理论知识学习，针对性强化病种的培训与学习工作。

2、不断优化工作质量，即时与临床沟通使其更好开展工作。

3、定期进行会议讨论、学习及互动交流工作，提升回帖质量及咨询人员工作积极性。

4、随时与企划部门进行沟通，了解医院宣传动向随时调整咨询工作。

5、根据科室工作人员的个人业务水平，取长补短，避免理论知识解答的漏洞。

杂志设计：

十一月万圣节(11月1日)hallowmas感恩节(thanksgiving)杂志设计感恩主题专刊。目录已经开始准备。

**企划部工作计划表篇七**

1、医疗市场分析

跟着国民生活程度的不段晋升，人们对医疗卫生消费提出了更高的恳求。从单一的杀人如麻演变成追求健康、寻求优质的生涯品德和以品牌为导向的破费活动。医院将面临一个理性花费的时代、常识经济的时代、寰球经济一体化的时代和微利时期。这些时代特点决定了我们的医院管理将逐步进入以患者满意度、忠诚度、医院知名度和美誉度为中心的品牌经营时代。医院只有增强品牌建设，履行品牌经营策略，才华发现优势，加强竞争才干。一个品牌所领有的巨大价值在企业经营中的主要性已经不言而喻了。中国每年的卫生支出濒临4800亿元，约占国民生产总值的5.3%，据业内人士估算，这一数字还将以10%以上的速度增添，市场潜力巨大。宝安作为深圳的第一大区占有近 200 万人口 , 其范畴已经能够媲美于内地的中等城市。对任何一个医疗服务机构来说 , 都是一个不可估量的黄金市场。但在现有的医疗市场的格式下，公破医院常设仍占据着大部分市场份额，随着民营资本和国外资本的不段涌入，经营模式和服务理念优势的彰显，医疗市场的格局势必颠覆。

2、医院优势

xx医疗是深圳一家按三级甲等医院的请求为标准建设的，集医疗、教养、科研、防范保健、痊愈为一体的最大的民营综合性古代化医院。是深圳市医疗定点医院、深圳市120急救网络医院、深圳市工商保险定点医院、深圳市商业保险医疗定点医院。医院依山傍海，风景秀美，述职报告环境幽雅。拥有各类先进的诊疗设备和过硬的技能人才步队。

3、医院的劣势

绝对公破医院，民营医院缺乏信誉度，人才队伍不够牢固，起步晚，品牌知名度不高，所处地段社区环境不成熟，交通不方便。

4、争对手剖析

1、宝安公民医院（全市第八人民医院，南方医科大学附属深圳宝安医院）优势特点

a 、优势特点长期经营 , 是宝安市场最老牌的医院之一。

b 、地理位置优越 , 位于宝安老城区 , 人口密度大，就医便利。

c 、医疗水平高。

d 、占领稳固的就医人群

2、西乡人民医院（广东医学院教养医院，天翻地覆的改造为患者供应更舒畅的治疗环境）优势特点

a 、地理位置优越

b 、服务品质较好

c 、每周二、五宝安日报健康栏目

d 、宝安的老牌医院 , 有较为固定的服务人群。

3、妇幼医院优势特点

a、专长突出

b、地舆地位优胜

4、阳光团体春天医院

优势特色 :

a、 地理位置优势（位于 107 国道、公路局对面）

b、 广告力度强（领有该集团下属的英雄广告公司为其推广，广告投入仅前期就好称100 多万元）

5、宣传目的：第一目标人群――深圳关外包含西乡镇新安镇及邻近最普遍受众，第二目标人群――关内最广泛受众。

6、广告效应：提高医院品牌的有名度、美誉度，在社会中形成良好的品牌效应。

7、销售促进：充分宣扬医院的品牌形象，包括企业的品牌形象和各科室的品牌形象。彰显医院各科室的医疗上风和服务品格。通过相关的公益广告活动提升医院在受众心目中的美誉度。

8、广告投放方向：在筛选广告投放时要充足考虑到医院的社会形象，对媒介的取舍宁少勿滥，求精求优。对各时段、各媒介要有充分的对比考量。多决定形象好，广告效应高的广告媒介。

xx医疗从建立起至今已走过一年，通过从前一年的广告投放，xx医疗品牌在宝安也有必定的著名度，基本上已实现其品牌的一个导入期。xx年我们的广告投放将将是一个品牌初步成熟的过程。在这个进程中咱们的广告计划应着重以下方面：

1、每个季度与社保局联合主办一次大型的公益讲座，树立起xx医疗在大众中的公益形象，提高社会美誉度。

2、医院形象代言人：聘请医院形象代言人，用于平面媒体的宣传。

3、医院外围安排轮廓灯，以加强附近居民及大众对xx医疗的印象。

4、在医院门诊四楼增设一个“儿童欢乐天地”。

5、病院内添置多个顾客见解箱“你的看法是咱们进步的力量”。

6、雇用或调派“关爱大使”，重要任务是将“关爱的信息”带给每个顾客，如主动向病人问好，为顾客解答问题，记录意见等。

7、公交车体广告：在宝安主要路段投放一定的公交车广告。

8、大型户外广告牌：在南头关口四处做一个户外广告牌，宝安主要路段安顿2至3个大型户外广告牌（不要与路牌指引重复），一是起到宣传的作用，二还可能用作路牌指引功能。

9、广播：冠名一个交通频道播送节目，覆盖有车族。

10、电视广告：每天在宝安电视台（翡翠频道）播放数次次1分钟医院广告，加强xx医疗在人们心中的品牌印象。如推出系列广告，医院形象---宏厚资本及超优质人道化服务；手汗医治中心----一朝去除手汗多的困扰；妇产科vip区----让太太做幸福女人；耳鼻咽喉----一根头发丝治疗酣症。

11、宝安日报每周以软文形式开一个健康专题栏目，加深民众对xx医疗的认知。

12、1.1新年节，对医院环境要作相应的部署，比喻在大门口要做两个大灯笼，横幅等等要做出节日的气氛。

13、进一步完善医院的导视系统。

14、妇女节前一周在宝安日报和深圳晚报上各做3~4期妇产科的软文促销广告

15、5.1在宝城分辩点举办大型的义诊活动（健康快车进社区），邀请媒体作相关报道，并且印发相关健康和护理常识小手册。以提高医院在公家中的知名度和美誉度。

16、该年度父亲节和母亲节均以“表孝心，送爸妈体检更贴心”为主题辨别组织促销活动，并各在宝安日报出两期图文广告。

17、组织策划“5.12护士节爱心大行动”，在院内进行宣传，以院长的名义对院内各位住院患者送上一套祝贺早日痊愈贺卡和若干糖果，以此增进医患感情体现人性化关怀并在院内各个电梯和广而告之张贴海报，在院内挂横幅。并以此为内容在晶报刊发短讯一篇。

18、暑假针对老师考试费和诊疗费作一些优惠调解，并在宝安日报和晶报上做相应的宣传，既树立了医院良好的公益形象又拉动了医院的门诊收入。

19、组织策划“9.20爱牙日特别举措”，在院内进行宣传，院内个电梯跟广而告之张贴海报，在院内挂横幅。

20、10.1在宝城分辨点举行大型的义诊运动（健康快车进社区），邀请媒体作相干报道，并且印发相关健康跟护理常识小手册。以提高医院在公众中的著名度和美誉度。

21、11.8日院庆期间发展相关的诊疗优惠活动，并配合活动在宝安日报、晶报以及特区报等媒体进行软文广告宣传。

22、12.25圣诞节，针对医院各住院儿童患者谋划一次“xx医疗的温馨圣诞”活动。由医院员工拌成圣诞老人为孩子们逐个发放圣诞特点的小礼物、制作承诺卡由医院患者和员工填写挂圣诞树上。由企划部派人拍照在医院宣传橱窗中展示。

**企划部工作计划表篇八**

xx年企划部工作计划

1．宣传工作

（1）8月份接手企划部工作之前，作为新兴的医院，前期没有足够的广告支持，这不能不说是我们决策的失误。

（2）接手之后，医院做了整体的广告策划，宣传力度加大，医院的知名度得到一定的提升，营业收入也有了较为明显的增长，但是，宣传方面还有众多不足部分。

a．宣传方式单一。目前宣传主要是广告宣传，如开封电视台、本地报纸媒体、河南电视台都市频道等，这类广告见效快，但是成本偏高。

b．宣传内容有待充实。8月份以来，广告宣传策划核心为医院形象宣传，打响医院知晓率，品牌产品宣传相对较少，下阶段的宣传有待医院产品的不断开发。

c．广告效果不是很理想。虽然医院的住院病人有了比较明显的增长，但是距离理想的效果相去很远，广告效果有待进一步提高。

2．市场部工作

医院自成立以来，就成立了市场部。前期，市场部对提升医院的营业收入起到一定的作用，但是，由于疏于管理，市场部有点变质，违背了医院当初成立市场部的初衷，出现了不少问题：

（1）市场部工作内容单一。目前，市场部人员就是简单的市场开发，作为接触客户的第一线人员，市场部的功能没有完全发挥出来。

（2）考核制度混乱。成立8个月来，一直没有成文的考核制度，流程不够完善，严

重影响市场部员工的工作热情。

（3）人员管理混乱。市场部人员调配频繁，让员工没有归属感。

（4）业务模式不清晰。市场部缺乏合理的培训机制和良好的拓展业务方法，市场定

位应该说比较清晰，但是缺乏具体的实行措施。

（5）客户认证系统不完善。客户确认流程试行下去，需要强有力监督，并及时改善

和制度化。

（6）缺乏合理的日常管理、业绩管理、作业管理、计划管理等。

1．宣传工作

a．深度、广度宣传。针对我们的客户群，作有针对的宣传工作，更深度、广度的了解客户需求，达到更好的宣传效果。

b．宣传方式多样化、宣传媒体多样化，推广各种市场宣传策略。

c．针对市场需求，不断开发医院新的经济增长点项目，从而进行更针对性的宣传。

d．维持原有效果良好的宣传策划。

2．市场部工作

a．完善市场部各种流程、制度。包括人员管理制度、日常业务管理制度、客户认证制度、业绩考核制度、员工培训制度等。

b．细分化市场，利用医院的优势，寻求市场真正需求，清晰定位市场，拓展推广产品。

c．强化市场部推广方法，提高市场部员工市场推广效率。

d．完善市场部工作职责，真正让市场部做到服务、医疗价格、医疗质量、竞争对手的评价及对策、行业动态、客户满意度和忠诚度等各方面的反馈功能。

企划部 xxx

xx年12月3日

**企划部工作计划表篇九**

20xx年是本人参与活动执行工作最多的一年，在公司总经理和部门经理的悉心关怀下，个人得到快速的成长，工作效率及质量有较大提高，主要完成工作如下：

1、超市开业策划活动。

2、六.一少儿歌舞选拔赛。

3、元旦、圣诞双节活动。

4、超市一周年店庆活动。（由于超市活动较多，这里就不一一陈述）。

在本职工作完成之余，通过计划性对县城各大超市调查及通过网络学习各大超市的策划营销理念而后进行分析，从而加深对超市策划营销有了进一步了解，同时还时刻关注本地消费者的消费心理的需求。坚持进行专业知识学习，用来提高个人的创新及逻辑思维能力，为超市的策划与树立企业形象工作打好坚实的基础。

基于xx年度工作回顾及总结，也有一些心得体会来进行分享：

1、专业，来自沉淀

不积硅步，无以至千里。任何一个人的知识与能力的提升都是在工作与生活过程中，不断积累，不断修正，不断完善的。只有专业的沉淀与坚持不懈的努力，才能取得团队和个人的成功。我在具体的活动执行工作中，也是在有计划地完成专业沉淀，完成原始积累，并在今后的工作中修正。不敢求一步到位，将来再行完善。只有达到足够的专业沉淀，才能真正做到“厚积而薄发”。

2、团队，在于有效沟通

没有一个团队是可以不通过培养和耐心的沟通就可以达到团结和谐的。只有有效沟通才有理解，有理解才有更好的合作，有好的合作才能建立高效的团队，有高效的团队才可能有强大的专业公司。在企划工作中，没有个人行为，只有团队行为，唯有团队合作才能发挥强大聚集力量，达到事半功倍的效果。但在现实工作中，无论是领导者和团队成员之间，还是团队成员之间存在着或多或少的沟通障碍，这就要求发现问题及时沟通、及时协商和解决，在沟通中构建巩固和健全的团队精神。

3、学习，永无止境

企划是一个复合型的行业。任何一个小的细节问题都需要大量的时间和精力去摸索、研究，对于一个优秀的超市企划人来说，学习应该是永无止境的。

公司xx年（02月5日至12月31日）年的总销售额4699333.5元。20xx年总的销售目标是要突破10000000万元总销售额。即日平均销售额30000万。

在目标销售总额的前提下实现扭亏为盈。

从一月份实际的销售数据来看（602157.7元），可能只能够完成计划额的80%，所以在以后的月份中，我们还要弥补一月份的销售的不足，因此压力还是存在的。但我们不能够因为有压力就对指标产生怀疑，而且我们不会再更改销售指标，所以大家都要努力。

当然，我们的最终目标是利润指标。如果年终利润指标没有达到，即使销售指标达到，那么我认为我们还是没有完成计划。

在20xx年里我的对公司建议如下：

1、基于蓝山县城交通不便利与我超市的地理位置的情况下，建议公司组建“飞龙专线购物专车”。以此手段来拉拢飞龙的固定消费群体，从而达到公司的总销售目标。组建“飞龙专线购物车”有以下几个优势：

1、能树立飞龙超市在蓝山消费都心里良好的企业形象，形成良好的消费者口碑。

2、能很好的引导消费者消费。

3、作为公司一个移动的宣传。（例如：活动；企业形象等宣传）。

4、能为公司拉动人气。（例：一些想到飞龙购物的顾客，由于现代生活的需求，就不会舍近求远的去选择某个超市购物，如果超市有了自己的专线购物，即给广大消费至飞龙购物提拱极为便利的购物条件，从而选择飞龙购物。）

“飞龙专线购物车”路线分为二条：

第一条：飞龙超市至古城加油站，途经县电影院—供销大厦—物资公司—老车站—塔峰镇—畜牧市场

第二条：飞龙超市至柳树桥，途经东门口—西外—党校—县汽车站—中医院—招商大酒店—职业中学—民族中学

**企划部工作计划表篇十**

为更好地执行本部门职能，充分调动内部能动性并协调与其他部门和各分站的联系，企划部应对新的一年做出新的工作计划。以下是一篇企划部新年工作计划范文，希望对大家有帮助。

企划部的主要职责分三个方面：一是企业内部文化的建设，二是企业对外的宣传形象构建，三是产品品牌的建设和推广。至于公司战略的制定，需要各部门共同协商，才能确定。为更好的完成企划工作，我将近期任务和工作流程设计出来。

第一，当前的任务主要围绕产品进行

需要尽快设计出各卖场的统一布置风格，包括色调、样式、材料、摆设等，以免在铺市过程中，产生混乱。而统一的风格，容易对消费者形成多次视觉冲击，形成记忆。室外广告尽量利用橱窗，需要设计橱窗广告的统一风格。

需要统一展台设计、横幅、海报、彩旗、易拉宝、dm单及公司宣传册。另外，促销人员的服装、名片、工作牌、绶带也要统一设计。展示风格也要确定。

企业网站的建设。主要起名片作用，展示企业文化和产品，以及内部沟通。

行业网站的建设。主要起推广作用，利用点击率，推出产品和企业。

报版设计、软文宣传。

需要配备人员，设计一名、文案一名、网管一名。

第二，前期准备工作做完之后，就是配合产品上市的问题。

一、产品促销活动的制定、执行、监控和评估

二、公关活动的制定、执行，包括软硬广告的安排;文稿图片收集;媒体联系，关系协

调等

三、dm单的派发。

包括夹报、路派、中邮直递、户对户派发、与其它卖场等互换派发等。

第三，活动流程(大纲)设计

a、工作分配表

每周活动策划案确定后，制作工作安排表和人员分工单，以及时间总控表。 b、现场监控

对每一个活动进行现场监控，及时弥补准备过程中所遗漏的或突发事件，同时进行现场拍照。

c、结案：

对每个活动进行总结，每周一下午交结案报告，并将与活动有关的所有文字资料和图片资料整理成文档，归类备案。

d、请款

提前四天填写请款单，将活动所需的经费到位。

e、提前三天填写礼品请领单，到仓库了解库存情况，对于活动中所用的而库存中没有的物品填写物品申购单，确保所动所需用品的到位。

f、人员管理/人员安排

对每一个活动所需的人员配备进行统计和安排，并提出人员支援，或要求招收促销员。另外，确保广场活动和演艺活动的演艺人员和派单人员的到位。

g、活动场地的安排：

对公司活动所需场地进行合理安排，避免场地的过分拥挤和冲突，确保每周都有活动在做。

h、设备管理

对活动所需设备进行合理调配、保养、测试，对所需的设备进行进出库的调试。 i、制作物清单

每个活动所涉及到的制作物填写一份制作物清单，交由设计，内容包括：活动名称、制作内容、数量、设计要求、文案、图片等。

j、海报文案

从策划案中提炼活动内容及主题，同时交由设计制作海报。

k、活动场地布置

包括活动现场的设备布置、海报架和背景架布置、指示牌及宣传单的布置、活动所需用品的布置。

l、活动后清理

每次活动结束，将所有有关该活动的物品(包括桌椅、海报架、背景架、指示牌、宣传单、kt板等)清理干净。

第四，宣传策划设计(大纲)

a、计划制作每次活动的宣传计划和媒体配合情况。

b、写稿准备活动报道原稿或形象宣传文稿，公司、产品宣传资料等。

c、记者关系协调好各大媒体的记者关系，保持良好的合作关系。

d、发稿请款提前申请媒体公关费用和礼品。

e、资料归档(制成档案表)内容包括：客户资料;已发文稿资料(原始和复印件资料);企划案(对策划案收集文稿或电子文本);记者名单;媒体资料;广告合同整理;广告样稿收集;dm收集;有关政策及市场动态资料收集。

f、广告合同广告合同的制作、登记、保管、签订、备案、交财务等，同时制作合同

登记表。

g、广播稿的拟定对所有的活动拟定广播稿，内容包括：活动名称、时间、地点、活动厂商、活动内容等宣传信息，另外，设计不同节假日的大众性广播稿。

第五，dm单的派发流程(大纲)

a、制作dm派发计划针对企划活动，确定是否要派发dm，如何派发，派发对象等。 b、确定dm派发费用，填写费用申领单。

c、派发人员、地点确定。

d、派发监督

e、派发方式：路派、夹报、中邮、户对户等。

第六，设计流程(大纲)

a、设计方案在确定策划案后制作设计方案。

b、卖场布置节假日或大型活动卖场的布置。

c、请款填写有关布置用的请款单。

d、配合营销部制作有关销售的各种图片资料。

e、配合活动执行制作有关活动场地布置的效果图，及时交由公司审批。

f、整理资料归档所有设计稿;签字确认过的稿子原件;设计稿电子文本;印刷品成稿全部归档。

g、制作流程的确定。

第七，策划工作流程

a、每月第一周策划例会制作下月活动方案，布置本月活动执行。

b、每月第二周策划例会讨论策划案，编写成册(活动方案、媒体计划、活动经费预算、设计计划、制作物清单、公关计划及费用)

c、每月第三周审批

d、每月第四周前交由财务

通过一年的品牌宣传可提升公司品牌形象，为公司以后发展打下坚定的基础，为其它部门更好的开展工作提供更好的品牌形象。品牌在厦门家居行业中有达到中上品牌效果，通过对网络的推广的投入，让更多的省内客户了解公司品牌信息，全国各大家居门户网占有公司品牌信息。 “华尔居”品牌可在福建区域同行业中稳步占前5强。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找