

# 2023年物业市场拓展的工作计划和目标

## 酒店市场拓展工作计划(精选10篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。我们该怎么拟定计划呢？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。

### 物业市场拓展的工作计划和目标 酒店市场拓展工作计划篇一

- (1) 淡旺季采取适当决策，适当提高或降低价格。
- (2) 适当提高价格，并多打一些折扣。

#### 具体实施方案

##### 1. 实行销售优惠政策

可以与各个酒店，旅行社合作，相互推荐客户。共同发展。并对各大公司，政府机关，各事业单位及老客户实行优惠政策，建立业务关系。并建立完善的档案管理系统，为客户建档，对客户实行分层管理，对重点客户，一般客户，和有潜力的客户进行分类建档。详细记录客户所在单位，客户姓名，地址，全年消费金额以及给该单位的折扣等等。积极听取客户建议，完善反馈机制，及时修改销售决策。

##### 2. 建立灵活的激励营销机制。来争取客源

销售部应配合宾馆整体的营销体制，制订完善市场营销计划及业绩考核实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日志志综合考核营销代表。督促营

销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给总经理。

### 3. 中介开发：

宾馆为保证入住率至少要开发2家以上比较稳定的订房中介，结合2~3家次要中介的. 合作基本能保证酒店维持比较高的入住率。

### 4. 各部门密切合作，发展优势

宾馆各部门做好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥宾馆整体营销活力，创造最佳效益。加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐宾馆，宣传宾馆，努力提高宾馆知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

### 5. 热情周到的服务

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天候”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对服务，最大限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

### 6. 完善反馈机制，及时修改制定决策

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

# 物业市场拓展的工作计划和目标 酒店市场拓展工作计划篇二

物业工作计划，事先写好对工作的开展更有利哦，以下的2017年物业工作计划范文，欢迎阅读借鉴。

物业管理是以服务为主，客服中心是整个物业公司的服务窗口。为此，服务中心将把服务放在第一位，坚持“以人为本”的服务宗旨，规范管理、追求创新、至诚服务。不断提高江南世家物业价值，使物业发挥最大的使用效能。

工作思路：

强调成本控制意识和成本管理程序；

强调团队的有效运作和服务流程；

强调公众服务的规范化与特约服务的个性化；

强调“以人为本”的服务理念和服务的人性化；

致力于建立与业主有良好沟通的和谐社区。

目标设置：

客户综合满意率不低于 90%；

服务综合及时率不低于 85%；

业务技能培训 100%；

小区

绿化完好率不低于 90%；

绿化覆盖率不低于 60%;

管理费收费率一期逐步达到 70%;

二期收费率达到 90%;

生活垃圾日清率为 100%;

工作重点:

根据对20xx年的工作回顾和反思□20xx年将致力于加强规范管理、协调沟通、落实执行，以提高管理服务效能，营造和谐生活环境。

(1)制定、完善工作手册，使员工翻开手册即可操作，如《管理规章制度及操作规程》等。使每一位员工了解工作规程，熟悉管理程序，达到规范自我、服务业户的目的。

并对员工进行定期的业务、技巧、服务意识等方面的培训，通过不断的强化学习，不断提高服务中心员工水平。尽快带领出一支业务过硬、服务意识强的员工队伍。对进入服务中心工作的员工严格把关，定期进行考核评比，对不称职员工坚决撤换。

(2)小区的环境管理极为重要，如何为业户创造一个良好、舒适的居住环境，是我们非常重视的问题，以往的管理经验告诉我们，保洁工作责任到人，督导、检查、培训落实到位，才能充实发挥每个人的潜能，认真地去做好每天的保洁工作。积极宣传环保意识，使小区的环境卫生状况达到最佳状态。

(3)根据目前的收楼情况，强化对工程维修的监管力度，与各部门积极协调配合，完成收楼任务。

(4)对物业管理费收取率较低的现状，由于综合因素较多，将

通过定期开展社区文娱活动、定期安排上门家访及问卷调查等多种渠道与业户进行沟通，听取业户的意见。

接受合理的要求及意见，采取有效措施进行相应的整改，提高管理质量；对于超出管理标准的要求，按国家及有关规定向业主耐心解释，并加强对物业管理行业的政策宣传，以转变以往固有的观念，争取业主的理解，对经解释无效拒交管理费的业户，将通过法律途径解决，使管理工作得以顺利开展。

(5)加强社区文化的建设，建立与业主的良好沟通，共建和谐社区。

(6)协助成立业主委员会筹备小组，实行业主自治，共同管理。

20xx年我部重点工作为进一步提高物业费收费水平，在xx年基础上提高4-7个百分点；部门管理基本实行制度化，员工责任心和服务水平有显著提高；各项服务工作有序开展，业主满意率同比去年有显著提高。

(一)继续加强客户服务水平和服务质量，业主满意率达到85%左右。

(二)进一步提高物业收费水平，确保收费率达到80%左右。

(三)加强部门培训工作，确保客服员业务水平有显著提高。

(四)完善客服制度和流程，部门基本实现制度化管理。

(五)密切配合各部门工作，及时、妥善处理业主纠纷和意见、建议。

(六)加强保洁外包管理工作，做到有检查、有考核，不断提高服务质量。

回顾xx年，工作中充满了艰辛与坎坷，却收获了成长与成绩，展望明年，迎接我们的是机遇和挑战。为此，客服部全体员工在明年的工作中将继续团结一致、齐心协力的去实现部门目标，为公司发展贡献一份力量。

前台接待是客服部的服务窗口，保持信息渠道畅通，监督区域管理、调度和协调各部门工作，是前台接待的主要职责。接待人员是展现公司形象的第一人，一言一行都代表着公司，是联系小区住户的窗口。

在工作中，我严格按照公司要求，工装上岗，接待来访人员以礼相迎，态度和蔼的接听和转接电话，仔细认真的处理日常事务，耐心听取业主反映的问题、需要解决的困难，细心解答并详细的记录，在第一时间安排人员上门服务。

每个月月末，将来电记录汇总，上半年共接到来电68个、去电130个，业主有效投诉2宗。业主的所有咨询来电，我们都给予满意回复；业主的报修问题，通过我们的及时联系，根据报修内容的不同积极进行派工，争取在最短的时间内将问题解决。

同时，根据报修的完成情况及时的进行上门回访或电话回访。业主的投诉，已上报有关部门协调解决。

通过这些平凡的日常工作，使我的工作水平有了明显的提高，受到了小区业主及领导的一致好评，也塑造了我们物业人的新形象。

(1). 修改和制定有关的管理文件, 这些文件包括但不限于:

a. 管理公约--对[xxxx]物业及其设备, 服务设施的管理、保养、保险以及维护所订立的规定, 达到对该物业的统一管理, 以保证该物业的所有业主和租户有效地使用其物业单元, 并规定各业主和租户对该物业的管理及公共开支所需负责的适当比例、

以及权利、义务。

b.用户手册--方便各业主及租户进一步了解"[xxxx]"的物业情况和管理运作规定,旨在保障"[xxxx]"全体业户和租户的利益而制定的手册。

c.装修指南--向各业主及租户详细介绍各业户在自己单元内进行装修、改造等工程必须遵守的规定和必办的手续,以及介绍"[xxxx]"物业设施情况,以协助和指引各业户进行内部装修时不影响整个物业的公共设备、设施、中央系统、楼宇结构和其它业户单元的正常使用的。

(2). 制定各项管理程序及规定,包括但不限于以下:

a.商铺物业交收程序

b.商铺装修的报批和验收程序

c.商铺装修的监控程序

d.公共地方的清洁、绿化的监管和监控的程序和规定

e.公共设备设施的监管维护和报修程序

f.投诉处理的程序

g.意外和紧急情况处理的程序

h.非办公时间出入商场的管理规定

i.货物出入的管理规定和大宗物品放行的规定

j.日常运作的物业管理程序和物业状况的管理规定

(3). 物业管理服务质量的控制和制度, 包括但不限于以下:

- a.各部门工作手册的制定(包括岗位责任制、工作程序和流程、工作细则)
- b.各岗位的(部门)纪律制度
- c.各岗位服务标准
- d.考核制度和持续改进的措施

(4). 在商场竣工前对商场设施管理的前期介入:

- a.参照商场的图纸设计, 为商场日后管理的方便与完善, 提早设计及更改有关设备设施及有关的`功能布局, 以避免重复投资或浪费资源。
- b.根据我们的专业管理经验, 向发展商早期提出合理化建议。如设备设施的选择, 管理设施的设置等等。
- c.早期熟悉商场设备设施情况, 协助发展商监督设备安装及调试, 监控有关工程质量, 并对商场的隐蔽工程进行早期的验收。

2. 对"[xxxx]"商场进行验收和接管

- a.对隐蔽工程验收和接管
- b.对楼宇工程质量的验收和接管
- c.对设备和设施的验收和接管
- d.对装修质量的验收和接管
- e.对各项工程和设备的竣工图, 使用说明书, 质量保证书等以



及图纸和文件资料的接收并存档。

f.所有交付给业户的商场物业单元,均由物业管理公司先验收接管后,再代表发展商交付给业户,并代业户跟进各项收铺时查出的遗漏工程问题。

### 3. 接管后的物业管理工作

包括但不限于以下:

(1)代表发展商向业户进行商场物业交收工作,并跟进收铺后的遗漏工程的完善工作。

(2)跟进"[xxxx]"工程的土建、机电设备设施、智能化项目、公共设施的各项遗漏工程,督促承建商完善各项遗漏项目。

(3)执行日常的保安管理。

a.利用先进的硬件设施,如电子巡更系统、对讲系统、闭路电视监控系统、烟感报警安全防范系统等,对"[xxxx]"商场物业实行24小时无间断的安全管理。

b.制定合适的各项安全管理制度,如“出入登记”,“每小时巡楼”,“紧急和意外事件处理程序”等做好安全管理,力求无罪案发生率。

c.制定合适的消防工作计划和制度,确保"[xxxx]"物业的防火工作安全可靠。

d.制定保安人员的招聘标准,促使保安员持证上岗,并进行业务培训 and 素质教育,特别强调“热情有礼、宾客至上”的服务意识,使保安队伍成为"[xxxx]"物业管理形象标志。

e.加强管理检查,建立考核和奖罚激励机制,坚持持续改进,保

持保安队伍的服务质量和水平。

(4) 执行日常的物业保养和维护工作。

a. 物业管理员每天定期巡视商场物业整体各部份, 检查物业状况及设备设施状况, 及时安排设施的维修, 易耗件的更换等。

b. 物业管理员每天巡视检查公共场所, 公共地方的清洁卫生标准及质量, 确保"[xxxx]"的高质量清洁水准。

c. 物业管理员每天巡视检查"[xxxx]"的室内外绿化保养及布置, 以及节假日的灯饰、促销活动, 外墙清洁等。

(5) 执行日常的设备保养维护工作

a. 制定和执行工程及机电设备的维护和保养计划, 建立设备档案、设备卡。

b. 对物业潜在的隐患提出整改方案及安排整改。

c. 对物业的设施进行定期维护和翻新。

d. 制定及执行设备维修计划及方案。

e. 制定及执行各项节能方案。

(6) 做好二次装修) 监控工作。

a. 按照《装修指南》规定执行二次装修商铺单元的装修申报、审批、监控和验收的程序制度, 确保装修单元不影响其它单元以及商场物业的结构和公共设施、中央系统等, 确保装修期间不发生重大事故和火灾、水淹等。

## 物业市场拓展的工作计划和目标 酒店市场拓展工作计划篇三

我是初次接触物业管理工作，对综合管理员的职责任务不甚了解，为了尽快适应新的工作岗位和工作环境，我自觉加强学习，虚心求教释惑，不断理清工作思路，总结工作方法，现已基本胜任本职。

一方面，干中学、学中干，不断掌握方法积累经验。我注重以工作任务为牵引，依托工作岗位学习提高，通过观察、摸索、查阅资料和实践锻炼，较快地进入了工作情况。

另一方面，问书本、问同事，不断丰富知识掌握技巧。在各级领导和同事的帮助指导下，从不会到会，从不熟悉到熟悉，我逐渐摸清了工作中的基本情况，找到了切入点，把握住了工作重点和难点。

(一)耐心细致地做好财务工作。自接手\*\*\*\*管理处财务工作的半年来，我认真核对上半年的财务账簿，理清财务关系，严格财务，做好每一笔账，确保了年度收支平衡和盈利目标的实现。一是做好每一笔进出账。对于每一笔进出账，我都根据财务的分类规则，分门别类记录在案，登记造册。同时认真核对发票、账单，搞好票据管理。二是搞好每月例行对账。按照，我细化当月收支情况，定期编制财务报表，按公司的要求及时进行对账，没有出现漏报、错报的情况。

三是及时收缴服务费。结合\*\*\*\*的实际，在进一步了解掌握服务费协议收缴办法的基础上，我认真搞好区分，按照鸿亚公司、业主和我方协定的服务费，定期予以收缴、催收□20xx年全年的服务费已全额到账。

四是合理控制开支。合理控制开支是实现盈利的重要环节，我坚持从公司的利益出发，积极协助管理处主任当家理财。特别在经常性开支方面，严格把好采购关、消耗关和监督关，

防止铺张浪费，同时提出了一些合理化建议。

(二)积极主动地搞好文案管理。半年来，我主要从事办公室的工作，\*\*\*的文案管理上手比较快，主要做好了以下2个方面的工作：一是资料录入和文档编排工作。对管理处涉及的资料文档和有关会议记录，我认真搞好录入和编排打印，根据工作需要，制作表格文档，草拟报表等。二是管理工作。到管理处后，对档案的系统化、规范化的分类管理是我的一项经常性工作，我采取平时维护和定期集中整理相结合的办法，将档案进行分类存档，并做好收发文登记管理。

(三)认真负责地抓好绿化维护。小区绿化工作是10月份开始交与我负责的，对我来讲，这是一项初次打交道的工作，由于缺乏专业知识和管理经验，当前又缺少绿化工人，正值冬季，小区绿化工作形势比较严峻。我主要做了以下2个方面的工作：一是搞好小区绿化的日常维护。二是认真验收交接。

(三)只有坚持原则落实制度，认真理财管账，才能履行好财务职责(四)只有树立服务意识，加强沟通协调，才能把分内的工作做好。

(二)食堂伙食开销较大，宏观上把握容易，微观上控制困难；

(三)绿化工作形势严峻，自身在小区绿化管理上还要下更大的功夫

(一)积极搞好与鸿亚公司、业主之间的协调，进一步理顺关系；

(二)加强业务知识的学习提高，创新工作方法，提高工作效益；

(三)管好财、理好账，控制好经常项目开支；

(四) 想方设法管理好食堂，处理好成本与伙食的关系；

(五) 抓好小区绿化维护工作。

## 物业市场拓展的工作计划和目标 酒店市场拓展工作计划篇四

计划书

三号团队

学号姓名工作

2012096107 胡扬 计划书撰写swot分析

2012096102董路安 计划书撰写财务分析、计划书排版

2012096101陈倩雯 计划书撰写评价和控制

2012096121王宇开 市场调研、制作ppt和视频

2012096116唐科 计划书撰写营销状况

2012096128周佳 计划书撰写营销状况

2012096110卢洪启 计划书撰写营销战术制定

2012096124徐良辰 计划书撰写营销战术制定

2012096105冯刘璐 计划书撰写市场营销战略

2012096114莫尧 计划书撰写市场营销战

计划概要

随着我国高校不断扩招和经济的发展，高校市场正成为一个巨大的消费市场，成为企业一个重要的、具有战略意义的市场。高校市场具有容量大、分布集中、稳健增长、连续性强等特点。针对大学生消费和高校市场的特点，企业应制定相应的市场营销策略，包括价格、产品、沟通和销售策略。因此，根据目前高校市场潜在的无限商机，研究和开发高校市场，对于广州蓝月亮具有重大的现实意义和战略意义。

“凡事预则立，不预则废。”做任何事情，必须做好充分的准备，才可能获得成功。遵照这个准则，我们新月营销团队11个人，针对广州蓝月亮实业有限公司进行了本次校园推广的营销策划，通过完整流程的调研准备、分析预测、目标确立、策略制定、创意表现、预算编制，制定出最大限度的符合企业实际和目前的高校市场环境的营销计划书，使其更具有可操作性和可执行性。

广州蓝月亮实业有限公司，秉承“一心一意做洗涤”的理念，将国际尖端技术融入中国人的生活，成为洗涤行业的潮流代表。为了进一步开发市场，扩大企业规模，挖掘潜在客户，面对高校市场这一巨大的市场，蓝月亮完全可以制定详尽而完备的策划方案，找准突破口，占据大学生洗涤用品的主导品牌地位。

本次策划主要想要达到的目标就是提高蓝月亮在大学生消费群体中的品牌知名度，增加产品初次购买率，并且培养蓝月亮的顾客忠诚度。由此，本计划书经过充分的市场调研和问卷分析，对目前洗涤产品的营销环境进行分析，从中发现存在的问题，并提炼出有利于企业发展的机会点，据此制定了贴合企业实际的营销目标；在营销战略部分，主要详细表述了我团队目标市场、产品定位、价格、分销渠道等多方面所要实行的具体战略；根据确立的营销目标和营销战略，制定有效的营销组合策略和营销实施方案；最后进行了财务预算分析和计划控制和评价方案的制定。

## 1、企业状况（公司概况）

蓝月亮，中国洗衣液领导品牌，连续五年全国销量领先。作为国内从事家庭清洁剂生产的专业品牌，旗下拥有衣物清洁护理、个人清洁护理和家居清洁护理三大系列产品。

蓝月亮公司奉行精雕细琢的质量方针，追求完美无暇的品质效果，蓝月亮人深知质量稳定的重要性。公司已通过iso9001国际质量管理体系认证□iso14001环境体系认证，为蓝月亮产品的质量稳定提供了进一步的保障。始终以消费者需求为导向，蓝月亮系列产品充分满足了现代家庭、宾馆、写字楼等各类场所的清洁需要。

十多年来，蓝月亮产品广泛地进入中国人的家庭，赢得了大众的真诚信赖。与国际洗涤业发展同步，为人们生活品质提高尽力，蓝月亮人，追求不息。

## 2、市场状况

洗涤行业是一个拥有多种产品的大市场，从大方面可以分为洗衣产品，彩漂漂白产品，柔顺剂等，另外洗衣产品主要有洗衣液，洗衣粉，肥皂等产品。虽然它们与该产品并非属于同类产品，但是却具有功能上的可替代性（因为大部分产品标明自己具有深入衣服纤维，瓦解多种顽固污渍的作用）。

男生对于洗衣粉和洗衣液各有所爱，女生多洗衣液情有独钟；

洗衣液在学校市场占有率中蓝月亮占有90%的份额；

男生和女生都比较看重功效，气味，以及产品口碑。

对于洗衣液的选择，价格和品牌是两个比较重要的选择标准。

相当重要的位置，是大部分消费者的首选。

### 3、产品状况

蓝月亮主要从事衣物护理类、家居护理类、个人护理类三大系列产品。衣物护理类：衣领净、丝毛净、丝绸宝、漂渍液、绿色柔顺剂、羊绒净、全效洗衣液、彩漂、卫诺衣物消毒液。

居室清洁类：强力型油污克星、全能水、强力厕清、洁瓷宝、除菌地板清洁剂、玻璃水、漂白水□q厕宝、果蔬净、84消毒液、橙油油污克星□q厕清□q渠乐、茶清洗洁精。

个人护理类：洗手液、儿童洗手液、卫诺消毒液。

在哈尔滨工程大学主要销售的产品种类有：蓝月亮洗衣液：手洗专用、机洗专用，分别有1kg替换装□500ml桶装□1000ml桶装；衣领净、绿色柔顺剂、洗手液、彩漂液等。

### 4、竞争状况

主要竞争对手：奥妙，汰渍，立白等洗衣产品。

#### a) 奥妙

奥妙推崇的是全自动，“奥妙全自动”能轻松去除各种污渍。注重给消费者留下“实惠实用”的产品印象，单件产品的价格较低且大多为小包小分量。

#### b) 汰渍

始终如一广告概念，塑造出汰渍的核心价值“具有很强的去污能力”。汰渍采用竞争性定价策略。竞争性定价策略可以有效攻击竞争对手，从竞争对手手中抢占顾客。

#### c) 立白



借优良的产品质量，树立了良好的品牌形象，立白拥有进入洗衣液行业的核心上风资源，即洗涤行业领先的研发实力与多年经营洗涤用品积累的品牌、渠道、终端等核心资源。

在哈尔滨工程大学这个市场中，各个洗衣产品所占的学校市场份额为：蓝月亮占51%，立白占16%，奥妙占12%，汰渍14%，其他占7%。

## 5、分销状况

分销商主要由船海助学超市，各个公寓小卖铺，11公寓商店，学校周边超

市。其中：

船海助学超市规模相对大一些产品较多，靠近图书馆流动人口较多。主要面向全校师生，与供应商关系比较密切，有时还会推出不同的促销活动，在产品价格上面相对其他销售点会便宜一点。

11公寓商店规模较小主要客户为餐饮店铺，为了迎合餐饮店铺的要求，一般销售价格低廉的产品。

各公寓小卖铺位于学生住所，最靠近学生的销售点，能随时响应客户需求。有稳定的客户群体，价格相对高一点，因为其占有有利地址具有不弱的竞争能力，但与此同时它很难再增加新的消费客户，产品销售量一般很难再有大的提高。

周边超市规模大产品数量多，面向的消费者群体很大组成较复杂，销售量很大。经常推出各种促销活动，产品价格会有所变动，一般会比学校相同场频价格低。但因为这里学校有一定距离，一般学生在假期或者需要采购的时候才会去周边超市购买洗涤产品。

## 6、宏观环境

人口环境：哈尔滨工程大学大约22000人，由于每年有毕业和新进学生人口数量不会有太大的变动。消费群体主要为在校学生，其他还有学校店铺，教职工和教职工家属。由于学生的时间比较紧张，他们需要简洁的能快速的洗涤方式。学生夏季洗衣大多为手洗，且夏季洗衣频率较为频繁，对洗衣液的需求量较高。冬季由于天气寒冷，热水供应不便，大多会采用洗衣机清洗衣物，对洗衣液的需求量会降低。其次由于学校人口比较密集，餐饮店铺相对较少，因此餐饮店铺对洗涤产品的需求也是占有一定比率，但餐饮店铺考虑到成本问题，他们会对洗涤产品价格会较为敏感。

经济环境：消费群体多为在校学生，学生作为家庭中的消费者，一般经济比较宽裕，但学生时间较为紧张，他们更愿意以金钱买效率，因此高效的能快速洁净的洗衣产品会更受青睐。相反餐饮店铺会跟注重产品的价格是否够实惠。

技术环境：相对于洗衣粉而言，洗衣液的技术含量较高，其主要成分非离子表面活性剂能够深入衣物纤维内部，洗后能使衣物蓬松、柔软、光滑、亮泽，并具有除菌和持久留香的效果。而且溶解速度快，易漂洗，pH值偏中性，不易损伤皮肤和衣物，也不会对环境造成污染。

## 物业市场拓展的工作计划和目标 酒店市场拓展工作计划篇五

物业管理是以服务为主，客服中心是整个物业公司的服务窗口。为此，服务中心将把服务放在第一位，坚持“以人为本”的服务宗旨，规范管理、追求创新、至诚服务。不断提高江南世家物业价值，使物业发挥最大的使用效能。

强调成本控制意识和成本管理程序；

强调团队的有效运作和服务流程；

强调公众服务的规范化与特约服务的个性化；

强调“以人为本”的服务理念和服务的人性化；

致力于建立与业主有良好沟通的和谐社区。

客户综合满意率不低于 90%；

服务综合及时率不低于 85%；

业务技能培训 100%；

绿化完好率不低于 90%；

绿化覆盖率不低于 60%；

管理费收费率一期逐步达到 70%；

二期收费率达到 90%；

生活垃圾日清率为 100%；

根据对20xx年的工作回顾和反思□20xx年将致力于加强规范管理、协调沟通、落实执行，以提高管理服务效能，营造和谐生活环境。

(1)制定、完善工作手册，使员工翻开手册即可操作，如《管理规章制度及操作规程》等。使每一位员工了解工作规程，熟悉管理程序，达到规范自我、服务业户的目的。并对员工进行定期的业务、技巧、服务意识等方面的培训，通过不断的强化学习，不断提高服务中心员工水平。尽快带领出一支业务过硬、服务意识强的员工队伍。对进入服务中心工作的员工严格把关，定期进行考核评比，对不称职员工坚决撤换。

(2)小区的环境管理极为重要，如何为业户创造一个良好、舒适的居住环境，是我们非常重视的问题，以往的管理经验告诉我们，保洁工作责任到人，督导、检查、培训落实到位，才能充实发挥每个人的潜能，认真地去做好每天的保洁工作。积极宣传环保意识，使小区的环境卫生状况达到最佳状态。

(3)根据目前的收楼情况，强化对工程维修的监管力度，与各部门积极协调配合，完成收楼任务。

(4)对物业管理费收取率较低的现状，由于综合因素较多，将通过定期开展社区文娱活动、定期安排上门家访及问卷调查等多种渠道与业户进行沟通，听取业户的意见。接受合理的要求及意见，采取有效措施进行相应的整改，提高管理质量；对于超出管理标准的要求，按国家及有关规定向业主耐心解释，并加强对物业管理行业的政策宣传，以转变以往固有的观念，争取业主的理解，对经解释无效拒交管理费的业户，将通过法律途径解决，使管理工作得以顺利开展。

(5)加强社区文化的建设，建立与业主的良好沟通，共建和谐社区。

(6)协助成立业主委员会筹备小组，实行业主自治，共同管理。

## **物业市场拓展的工作计划和目标 酒店市场拓展工作计划篇六**

1综合管理部要紧抓基础管理，突出重点，不断加大对各管理处的监管力度。对一些发生过事故的小区，重点加强监督检查，对管理处相关负责人组织学习，分析原因。严格执行公司各项制度，对存在的发出意见书，落实整改，强化小区责任评估工作推进力度，使各管理处长效监管机制健全。

1计财部肩负着调控公司各项费用的合理支出，保证公司财务物资的安全的职责。明年财政部实行的新的会计准则，对财

务人员提出了更高的要求，很多账务的处理都要在充分了解经济业务实质的基础上进行判断后才能进行，所以，计财部要加强内外沟通，特别是与管理处的联动沟通，在做好日常会计核算的基础上，不断学习，提高团队综合能力，积极参与企业的经营活动，按照财政部会计准则和集团财务管理制度及物业的相关法律法规的要求，力求会计核算工作的正确化、规范化、制度化，做深、做细、做好日常财务管理工作。

1行政办办公室在今年工作的基础上，明年以公司对物业管理规范操作的要求为主线，着重在强化管理水平和岗位技能、规范服务标准和质量、不断创新员工培训内容等方面做扎实有效工作。强化办公室的协调职能，建立良好的工作氛围，与各部门、管理处保持良好的协作关系，创造和谐的工作环境。

1市场部明年要进一步完善各项规章制度，通过制度促使指标的落实。对物业市场形势进行调研，提供详细资料供公司参考。对标书制作做进一步细化，严格按照上海市物业管理相关规定和准则制定管理方案，并对商务楼板块按商场、办公楼予以分类制作文本，形成范本。

1人力资源部要着重检查、促进各管理处用工情况，避免违规用工，杜绝各类劳资纠纷的的同时，想方设法规避人事风险，降低人事成本，利用本市现行“就业困难人员就业岗位补贴”的优惠政策，享受政府补贴，为公司今后的规模化发展提供人力资源的保障。

物竞天择、适者生存。是放之四海而皆准的基本法则，也是市场竞争中颠扑不破的真理。虽然物业管理行业当前，由于物业市场的迅速扩大，竞争日趋激烈是由经济规律所决定的，我们要充分地提高核心竞争能力，物业市场的迅速扩大更是难得，为我们搭建了宝贵的全面参与市场竞争的舞台。

1实施成本控制战略，通过推行区域管理制度，消除资源的浪

费，建立快速反应机制，降低工作衔接成本，提高工作效率，提升服务品质。在降低成本的方案中，最大限度节省人力资源，全力拓展外部市场，广泛开展经营活动。

1承接高端物业管理服务项目。随着房地产业飞速发展，物业市场迅速扩大，依托现有市场积累经验，广泛地参与较大范围市场竞争势在必行，物业管理行业规模经营才能产生效益，只有走出去，参与到全面的、激烈的市场竞争之中，经过残酷的市场竞争的洗礼，我们才能发展壮大，而且才能在更大的范围打造服务品牌。

1扩展服务思路，由于我们直接地、经常地接触着销售终端——顾客(业主)。所以物业公司具备着其它行业不具备的独特优点。拥有广阔的物业市场为物业企业进入中介代理领域提供了前提。利用豫园品牌优势，商场商铺的经营管理也是我们可以涉足的区域。随着社会分工的明确和细化，物业的延伸必然会得到深远的发展。我们可以利用自身的优势，集思广益，思索物业延伸服务的可行性，挖掘出新的经济增长点。

目前，物业公司在内部管理方面也就是“软”管理方面有了很大提高，如服务的及时性、质量、态度及标准化管理方面，但由于物业服务中硬件设施不到位，致使部分服务部分达不到需求。员工队伍整体技术含量低，在今后的人事工作中要加强对高技术、高能力人才的引进，并通过培训挖掘内部技术潜能，发现、培养和储备技术人才。公司目前处于发育阶段，与本市大型物业公司存在着差距，在走向市场的发展过程中缺乏技术能力、管理能力和竞争能力。

## **物业市场拓展的工作计划和目标 酒店市场拓展工作计划篇七**

本次活动不应急功近利，旨在以传统节日举行活动的方式达

到与政府部门、涪陵百姓交流的目的。营造本项目浓厚的社区文化气氛，欧式风格与中式文化的完美结合，为今后的销售打下坚实的基础。改善x公司品牌在x市民心中的. 形象，加深市民对x公司品牌忠诚度。

领导讲话、歌舞表演、现场互动、美食品鉴

来宾就位，领导祝福，主持人宣布活动开始

歌舞表演开始，来宾品尝美食

互动环节二，主持人现场出谜语，来宾上台猜谜语，猜中者奖励月饼一盒

活动当日下午6点看房车全部启动，接送嘉宾到达x山水城项目

现场物业接待以古装形式出现，进行现场礼仪服务

晚上11：00，活动结束后，看房车按班次轮流送来宾退场

邀请方式

信息发布

通过报版、短信、涪风论坛发帖、置业顾问邀请等方式发布信息。

## **物业市场拓展的工作计划和目标 酒店市场拓展工作计划篇八**

一、完善企业机制，强化基础管理l综合管理部要紧抓基础管理，突出重点，不断加大对各管理处的监管力度。对一些发生过事故的小区，重点加强监督检查，对管理处相关负责人

组织学习，分析原因。严格执行公司各项制度，对存在的发出意见书，落实整改，强化小区责任评估工作推进力度，使各管理处长效监管机制健全。

二、计财部肩负着调控公司各项费用的合理支出，保证公司财务物资的安全的职责。明年财政部实行的新的会计准则，对财务人员提出了更高的要求，很多账务的处理都要在充分了解经济业务实质的基础上进行判断后才能进行，所以，计财部要加强内外沟通，特别是与管理处的联动沟通，在做好日常会计核算的基础上，不断学习，提高团队综合能力，积极参与企业的经营活动，按照财政部会计准则和集团财务管理制度及物业的相关法律法规的要求，力求会计核算工作的正确化、规范化、制度化，做深、做细、做好日常财务管理工作。

三、行政办办公室在今年工作的基础上，明年以公司对物业管理规范操作的要求为主线，着重在强化管理水平和岗位技能、规范服务标准和质量、不断创新员工培训内容等方面做扎实有效工作。强化办公室的协调职能，建立良好的工作氛围，与各部门、管理处保持良好的协作关系，创造工作环境。

四、市场部明年要进一步完善各项规章制度，通过制度促使指标的落实。对物业管理市场形势进行调研，提供详细资料供公司参考。对标书制作做进一步细化，严格按照上海市物业管理相关规定和准则制定管理方案，并对商务楼板块按商场、办公楼予以分类制作文本，形成范本。人力资源部要着重检查、促进各管理处用工情况，避免违规用工，杜绝各类劳资纠纷的的同时，想方设法规避人事风险，降低人事成本，利用本市现行“就业困难人员就业岗位补贴”的优惠政策，享受政府补贴，为公司今后的规模化发展提供人力资源的保障。

五、拓展市场空间，保持企业持续稳定发展物竞天择、适者生存。是放之四海而皆准的基本法则，也是市场竞争中颠扑



不破的真理。虽然物业管理行业当前，由于物业市场的迅速扩大，竞争日趋激烈是由经济规律所决定的，我们要充分地提高核心竞争能力，物业市场的迅速扩大更是难得，为我们搭建了宝贵的全面参与市场竞争的舞台。

六、实施成本控制战略，通过推行区域管理制度，消除资源的浪费，建立快速反应机制，降低工作衔接成本，提高工作效率，提升服务品质。在降低成本的方案中，限度节省人力资源，全力拓展外部市场，广泛开展经营活动□□承接高端物业管理服务项目。随着房地产业飞速发展，物业市场迅速扩大，依托现有市场积累经验，广泛地参与较大范围市场竞争势在必行，物业管理行业规模经营才能产生效益，只有走出去，参与到全面的、激烈的市场竞争之中，经过残酷的市场竞争的洗礼，我们才能发展壮大，而且才能在更大的范围打造服务品牌。

七、锻造一支技术强、作风过硬的队伍，通过不断学习新知识、新技术，为公司的日渐发展储备人才。公司的飞速发展，人力资源是否能满足我们日益增长的需求，是摆在我们面前的课题。公司在向一级资质迈进的道路中，除却管理面积的要求，必须拥有具备中级职称以上的人员不少于20人，目前公司(含外聘)员工，仅有10名人员，距离还有很大差距。所以，要继续加大培训力度，扩展服务思路，由于我们直接地、经常地接触着销售终端——顾客(业主)。所以物业公司具备着其它行业不具备的独特优点。拥有广阔的物业市场为物业企业进入中介代理领域提供了前提。利用豫园品牌优势，商场商铺的经营管理也是我们可以涉足的区域。随着社会分工的明确和细化，物业的延伸必然会得到深远的发展。我们可以利用自身的优势，集思广益，思索物业延伸服务的可行性，挖掘出新的经济增长点。

十、去知名物业公司参观学习

十一、拟定物业公司组织架构和销售期间物业管理人員编制

配备

十二、各岗位操作规程的制定，部分装裱上墙

十三、为开盘招聘和储备保洁、保安、工程人员(保安、保洁各2人)

十四、选定管理、保安、保洁人员、维修工作服装；

十五、保安执勤用品、保洁物资准备

十七、拟定开盘物业配合方案、营销期间物业管理工作和临时工作纪律

十八、对保洁、保安、工程、办公人员进行相关专业技能培训和现场指导

十九、拟定销售期间物业管理服务统一说词

## **物业市场拓展的工作计划和目标 酒店市场拓展工作计划篇九**

一、在xx旅行社目前规模较小，且经营能力有限。所以，可以选择在这些细分市场上占有绝对的市场份额。据调查，整个南昌市，甚至江西省的旅游市场上，还没有哪家旅行社是专做商务会议旅游及奖励旅游这一细分市场的，所以我们可以通过这个旅游市场上的空白点来给自己的旅行社做一个市场定位，正如美国学者肯罗曼珍曼丝所言：定位的精义在于牺牲，只有舍弃若干要点才能重点突出。从而使自己区别于众多的竞争对手，避开市场竞争形成的经营压力。利用集团公司所能带给我们的优势条件，迅速占领市场，成为这一市场的主导型的旅行社。

争取在20xx年承办10个以上的会议团，可采取以下营销计划：

1. 在旅行社设专门的公务旅游业务组。可以提供比如代订饭店客房、代办交通票据和文娱票据，代客联系参观游览项目，代办旅游保险，导游服务和交通集散地的接送服务等，为会议主办方排忧解难，做好后勤保障工作，为与会代表提供丰富而周到的服务。
2. 制定一句旅游业务的宣传口号，可以通过一句琅琅上口的宣传口号反映出我社的市场定位。我认为(让我代理你的移动)比较合适。
3. 通过一切渠道获取有关\*机关、各企事业单位的商务会议信息。
4. 主动出击，承办其商务会议及旅游业务。
5. 提供周到而丰富的系列服务。
6. 加强与主办方的联系，形成稳定的回头客。

二、除了做好公务旅游这一市场外，旅行社传统的休闲旅游这一块业务要继续做，并且要稳步发展，力争2014年达到组团和地接人数xx人次的预期目标。

- 1、在旅行社成立休闲旅游业务组。
- 2、在休闲旅游业务组内部又可细分为组团业务和地接业务两大部分。
- 3、根据不同的业务特点，采取不同的营销活动。力争做一个客户便留住一个客户，建立完整的客户档案，因为维系一个老客户比去发展一个新客户容易地多，可以更容易形成客户对我们的品牌忠诚。
- 4、加强与外地组团社的联系与沟通，主动地向他们提供我们

最新的地接价格以及线路的变化，并根据他们的要求提供所需的线路和服务，并有针对性地实行优惠和奖励。

5、主动地走出旅行社，走访南昌各大机关单位、团体、学校、医院、企业等，甚至是深入大街小巷，上门推销我们的旅游产品，这样不仅仅是推销产品，也是在做最廉价的广告宣传。

三、配合集团做好厚田沙漠的销售工作。我社计划2014年在集团公司的领导下，利用沙漠景区的优惠政策，做好厚田沙漠景区的团队和散客的销售工作。目前已和湖北海外旅游集团公司取得了意向性联系，操作实施计划正在筹划之中。

## 物业市场拓展的工作计划和目标 酒店市场拓展工作计划篇十

时间如流水，眨眼间我们就告别了忙碌的20xx[]迎来了崭新的.20xx.在20xx年的工作中，我们有付出也有收获。为了更好的开展下一年的工作,再接再厉，取得更好的成绩，特拟订20xx工作计划。

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

所以市场部的工作是至关重要的，我们必须严格的要求自己，在工作的同时不断的提高自己的业务水\*，及时的给自己充电，学习各方面的知识。

1 制定14年销售工作计划:科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况,扬长避短、寻求机会、制定20xx年 市场部和销售部工作任务和工作计划。

2 实行精兵简政、优化销售组织架构:认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下,精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3 严格实行培训、提升团队作战能力:

集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识,形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训

销知识系统培训

业执行标准培训

“从优秀到卓越”——企业人在企业自律守则培训

销售人员职业道德培训

销售人员必备素质培训

以上就是我对于下一年的市场部的工作计划。在新的一年里,我们一定要不断的牛奶,团结一致,把我们的工作做到最好,为公司的发展做出我们的贡献。