

软弱涣散党组织整顿报告服务能力提升 内容(通用5篇)

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

招商月度工作计划表篇一

一、收集、整理、市场行情、以及竞争对手等信息资料，提出分析报告，为部门业务人员、领导决策提供参考。

二、协助主管负责公司专卖店的拓展工作。

三、定期向主管汇报工作情况和意向客户跟踪情况，定期进行工作总结，提高工作计划性和有效性。

四、按照公司与部门下达的空白市场拓展任务编写年度、月度招商计划书并负责具体实施。

五、请遵守公司各项规章制度，服从管理。

六、具备较强的组织协调及沟通交际能力，勤奋敬业。

七、建立意向客户数据库，负责公司拓展资料的管理、工作及后期的立意向客户跟进与签单。

八、负责搜集意向客户提出意见与建议等信息的记录及回访工作。

九、负责拓展工作指标的月度、季度、年度统计报表和报告

的制作、编写，并随时答复领导对拓展动态情况的质询。

十、负责招商的前期谈判和合同签订，并负责开业前期的服务与管理。

十一、完成领导交办的其他工作。

一、协助收集、整理、归纳市场行情、价格，以及新项目、竞争对手、客源等信息资料，提出分析报告，为部门业务人员、领导决策提供参考。

二、协助招商主管负责公司电脑产品的招商工作。

三、定期向招商主管汇报工作情况和客户跟踪情况，定期进行工作总结，提高工作计划性和有效性。

四、按照公司下达的招商任务编写年度、月度招商计划书并负责具体实施。

五、严格执行公司各项规章制度，服从管理。

六、具备较强的组织协调及沟通交际能力，勤奋敬业。

七、建立电脑代理商客户数据库，负责公司招商文件资料的管理、归类、整理、建档和保管工作。及后期的电脑代理商的客户关系维护。

八、负责监查客户的意见或信息的记录及回访工作。

九、负责各类经营指标的月度、季度、年度统计报表和报告的制作、编写，并随时答复领导对销售动态情况的质询。

十、负责招商的前期谈判和招商书的起草、签订，并负责出租的后期管理及出租费用的按期收取。

十一、完成领导交办的其他工作。

招商月度工作计划表篇二

根据“三个年”会议要求，全区在两季度开展了“迎世博、争项目、百人百日招商大竞赛”活动，目前活动即将接近尾声。在整个活动期间，我局招商引资工作在区委区政府的高度重视及正确领导下，在乡镇的大力支持下，取得了一定的成绩。现将相关情况总结汇报如下：

一、取得的成绩及主要做法

“百人百日招商大竞赛活动”开展以来，我局招商人员共外出470天，新增有效信息41条，新增在谈项目23个，新增签约项目12个，其中外资项目4个，协议外资2045万美元；内资项目8个，市外注册内资4500万元。

具体来说，主要采取了以下四项措施确保落实：一是驻点招商增信息。我局根据乡镇产业定位和区域条件，选准重点区域、重点产业和重点对象，出台了局重点招商区域及委托招商工作计划。以上海、温州为重点，细分了长宁、闵行、浦东、静安、卢湾、温州、苏南等多个重点招商区域并指定了相关招商小组开展驻点招商。同时进一步梳理、增加了可合作的重点中介机构，加强沟通合作。二是月度考核比干劲。在进一步加强年度考核、季度考核机制的同时，我局今年在百人百日招商竞赛活动期间新增了招商人员月度考核，对每个招商部从外出时间、结识客商、新获信息、接待考察、签约项目五个方面实行每月量化考核，并设定起奖分值和名额，有利于激发招商人员积极性，形成各部之间你追我赶相互竞争的良好态势，取得一定成效。三是专业推介结客商。二季度，我局已经在上海长宁、静安、上海国贸中心等区域分别针对机械、电子信息、日韩企业成功举办三场专业推介会，共结识70多位中外新客商，并获得了一批项目信息，进一步提高了我区知名度，结识了有投资潜力的客商。另外，还组

织人员赴西安作了服务外包专业推介活动。本月24日还将在上海举办一次以机械产业为重点的招商推介活动。

二、存在困难和问题

上半年全局招商工作取得了一定的成绩，同时也暴露了一些问题，主要有：

一是平台建设滞后。东部新区平台建设近年来得到强势推进，道路基本框架已经完成，承载项目的条件也在逐步改善。但与大项目客商的投资需求仍然存在不少差距，不少项目信息无法落地、已有项目推进缓慢等情况普遍存在。如八里店区域框架基本完成，但符合两规、面积较大的土地基本没有；织里、环渚区域有符合两规的土地但拆迁滞后，无法满足项目落户或迟迟不能推进。

二是人员流动频繁。招商人员流动性大是目前我局招商引资工作中的突出问题。由于用工性质、待遇、工作压力等原因，我局招商队伍极不稳定，带来招商人员业务素质难于提高。

三是外资引进困难。活动开展以来，我局始终把引进外资项目作为招商引资工作的重中之重。但由于现有产业配套、土地价格、外籍人士工作和生活环境等，尤其是在适合外商生活环境跟上海、苏南地区相比相差甚远，影响了外商投资区域的选择。

虽然百人百日招商大竞赛活动即将告一段落，但全区招商引资工作还任重道远。我局在接下来的工作中一方面要继续深化驻点招商和委托招商，加强招商人员外出力度，进一步增加有效信息，结识中外客商，拓展中介合作机构，不断推进招商引资工作，另一方面要进一步加强有效信息的洽谈，争取早在谈、早签约、早落户。同时要进一步重视招商队伍的稳定性和提高招商人员业务素质，提高工作水平。

招商月度工作计划表篇三

今年5月份，我有幸加入鞍山港龙国信置业有限公司招商部，成为其中一员。八个月以来，紧紧围绕招商工作，努力学习招商知识，不断改进工作方法，提高工作效率，努力完成各项工作任务，现将半年以来的工作学习情况简要汇报如下：

刚入公司的前7天，先学习的是企业理念和规章制度。通过对港龙集团规章制度的学习，使我加深了对港龙集团企业文化的了解与认识，熟悉公司各项工作的管理及执行流程，为我在港龙日后的工作奠定了坚实的基础，使我以最快的速度成为一名合格的员工。

任务完成情况：

（一）、市场调研工作：

对鞍山的新兴商贸城、景子街小商品城、长大商贸城、时代小商品城进行了详细的调研。

通过市场调研工作对业态布局、动线划分、品类组合、装修风格、租金价位、商户构成、商业配套、辅助设施等方面有了更进一步的了解。为在日后走访商户，品项落位提供了参考依据。

（二）、储备商户资源，为日后的招商工作做好铺垫。

招商过程是一个漫长的，循序渐进的过程，成功与否存在诸多的因素。在这八个月中，我走访了站前人防地下街，钻石城，海源小商品城，新兴综合批发市场，恒华乐雪批发市场，四隆广场，景子街，景子街小商品城，尊洛佳，凯特购物广场，立山时代批发城，长大商贸城，长大花鸟鱼市场，铁西联营商场，金派商场，腾飞家私城，沈阳苏家屯五洲城，五爱韩国城，沈阳韩百商城，岫岩荷花玉器批发市场，首山正

德广场，海城西关龙水金帝商场，佟二堡皮草城。在每次走访中，我都详细记录走访商户的详细信息，例如姓名，联系电话，店面面积，是否有租铺意向，租铺重点考虑的因素。一些商户虽然暂时未签单，但达到什么样的条件，可以达成签单。这样一来，一旦有合适机会，马上可以联系商户签单。目前根据个人的台账登记走访商户800多户，储备意向商户约50户。初期由于本人没有小商品市场招商工作的经验，因此招商时很吃力。小商品的业主多数是个体经营，并且需要的面积都很小，在招商过程中需要足够的耐心和坚强的意志力。而与招商品牌厂商的情感沟通；商务合作条件的谈判技巧，是需要我在工作中改善和提高的地方。

（三）、在招商方面取得的成绩。

截止目前招商面积为594.37平方米。其中包括生活用品，日杂用品，品牌女装，窗帘布艺，家具用品，箱包饰品，小家电等品项。并且和商户保持着友好的合作关系，为日后的转介绍商户，和日常管理工作，打下来良好的情感基础。在招商过程中，我还储备了一定量的餐饮，娱乐，休闲项目，可为二期招商工作储备资源。

（四）、本年度招商业绩的分析：

1. 目前鞍山已有多家综合性的批发市场，以站前商圈为主的恒华乐雪批发市场，景子街小商品城，新兴市场，立山时代批发市场。根据今年的经济形势来看，每个批发市场的销售额都是呈下滑趋势。并且招商压力很大，空铺率上升。我司作为筹备中的项目，很多经营者会有诸如不知道何时开业，开业后不知道效益好坏等的担心，不敢选择入驻本项目，导致招商过程比较艰难，招商成效不大。

2. 本身的不足之处。独立完成工作的能力还不强，业务知识掌握不够，有时表达不够准确，人际关系不足，未能建立起有效人际关系链，在与相关部门沟通联络中，缺乏沟通技巧。

另外还有一些方面跟领导期望的相差较远，如招商意识不够，工作不够仔细等。对于一些犹豫不定的意向商户，思想工作做的不够及时彻底，导致商户最终未签约，或是签约其它的项目。

3. 一花独放不是春，百花齐放春满园。感谢部门领导和同事在我招商遇到瓶颈的时期，给予我帮助。使我坚持不断地学习理论知识、总结工作经验，加强自身思想修养，努力提高综合素质，完成了自己岗位的各项职责。正确的引导我招商方向，使我信心满满的面对招商工作。更加认真的进行商户的走访和回访工作。并周期性的进行早市和夜市的招商工作和dm的发放。

在五月公司策划的户外商户参展活动中，配合营销部工作，选择购买参展商品。筛选参展商户，并进行商品的拍照和商品陈列，商户的经营和返款。加深了与商户的沟通，为港龙品牌做了进一步的宣传。

在十月份公司进行投资户商铺交铺时，协助办理交铺手续，对于自营商户和投资商户有了进一步的沟通和了解。

20xx年工作计划：

1. 按照每月招商计划进行招商，争取努力完成招商计划；
2. 做好鞍山市场的调研工作，充分了解竞争店的招商政策；
3. 开发外埠市场，使更多的商家了解港龙，签约港龙。
4. 做好老商户的回访和沟通工作，利用老商户，拉动新商户的签约。

招商月度工作计划表篇四

为进一步加强机关效能建设，健全完善机关效能建设督查检查有关制度和机制，经委党组研究，现将机关效能建设督查工作的意见通知如下：

一、指导思想

以各项规章制度为抓手，以机关效能建设为主线，以科学发展观创新思维为方法，调动和激发全委人员工作积极性，营造一个人人争先进位、和谐奋进的良好氛围，扎实推进委各项工作协调发展，确保全年计划任务完成。

二、目标任务

紧紧围绕十个方面的工作，强力抓住十八大行动，力争2012年农委的各项工作位居全省农委系统先进单位，机关效能建设方面的工作位居全市先进单位。

三、措施要求

1、要进一步加强考勤制度建设，严格上下班制度，认真履行签到手续，杜绝在上班期间玩电脑游戏的现象。违反制度的，一次告诫，二次书面检查，三次通报，屡教不改的，按照有关规定和纪律，对当事人实行责任追究，视情予以处理。具体责任明确：委机关在水产楼办公的局、室、科的考勤由宗道云同志负责，委其他局、科、室和二级机构由其主要负责人负责。

2、要进一步加大招商引资工作力度，强化“招商引资攻坚年”意识，实行一岗双责，与各单位和部门年终业绩考评挂钩，奖惩兑现。对成效不大，完不成任务的，视情实行离岗招商。

3、要进一步认真抓好项目申报和执行工作，此项工作与有关单位和部门年终考评挂钩，各有承担项目的单位和部门，今年争取的项目要高于去年10%，总额要超过去年的10%。

4、要进一步完善工作计划上报工作，月度工作计划等要及时上报，取消周工作计划上报。月报上报时间为每月的22日前，委效能办将根据各单位和部门上报的时间和质量等情况，作为各单位和部门年终考评的依据之一。

5、要进一步严格和规范公务接待制度，根据工作需要，控制公务接待的标准和规模，要求今年的公务接待总额要低于去年的10%。

6、要进一步严格外出告知制度，委副职领导外出向主任报告；二级机构的主要负责人外出要向主任和分管领导报告；委机关各局、室、科负责人外出要向分管主任报告；委机关工作人员外出要向各局、室、科负责人报告，同时要在告知牌上予以告知。

7、要进一步强化机关效能建设，委效能办要围绕委中心工作和任务，进一步加大督查检查工作的力度，定期和不定期地开展明查暗访，并将结果视情及时予以通报，切实把委机关效能建设工作落到实处。

招商月度工作计划表篇五

考核人： 考核期： 年月 考核时间： 年月日

考核内容

考核标准

被考核人及得分

20%

1、基本素质：指专业知识、学习态度、工作经验、品德修养等（3分）

好3分，较好2分，一般1分（考核得分可介于标准分之间，下同）

2、理解力和执行力：对完成工作的办法和思路，并能有效地处理各种问题，布置的工作能正确而迅速完成（3分）

强3分，较强2分，一般1分，较差0分

3、计划力：指自我工作的计划性和条理性以及对整体工作的统筹计划能力（3分）

强3分，较强2分，一般1分，较差0分

4、沟通力：指对内对外的沟通协调能力（3分）

强3分，较强2分，一般1分，较差0分

5、创新力：指创新意识，工作中的超前意识和预见性，并做出正确决定（3分）

强3分，较强2分，一般1分，较差0分

6、组织力：指能否有效地组织指挥下属开展工作，合理安排工作时间（3分）

强3分，较强2分，一般1分，较差0分

7、培训力：指培训下属能力，指导下属主动完成工作（2分）

较强2分，一般1分，较差0分

20%

1、纪律性：指出勤、考勤中的情况及其它纪律遵守情况
(10分)

2、积极性：指工作的积极主动性 (2分)

较强2分，一般1分，较差0分

3、原则性：指工作的严谨认真，坚持原则 (3分)

强3分，较强2分，一般1分，较差0分

4、协调性：指工作协调能力、全局观念、团队精神 (2分)

较强2分，一般1分，较差0分

5、责任感：指责任意识、工作责任心、是否推卸责任 (3分)

强3分，较强2分，一般1分，较差0分

60%

工作质量考核35分

工作失误、失职情况

考核标准、扣分标准详见后表

工作计划、总结、报表及其它材料上报情况及质量

月度工作计划和决议、决定执行情况

岗位职责考核25分

岗位职责履行情况

考核标准、扣分标准详见后表

考核内容

考核标准

扣分标准

被考核人及得分

工作失误、失职情况

1、被考核人有一般工作失误、失职等事件发生

每起扣1分

2、被考核人有较大工作失误、违纪事件发生

每起扣2至4分(直接责任扣4分，间接责任扣3分，领导责任扣2分)

工作计划、总结、报表等上报情况及质量

计划、述职报告、工作日记、报表以及其它应上报材料是否按时上交

延时上交扣2分/次，未交扣4分/次

工作日记、月工作述职报告、各种报表、总结、报告及其规定及上报的材料的编制质量

差扣2分/次

较差扣1分/次

月度工作计划和决议执行情况

月工作计划和公司决议、决定及布置的工作是否按时完成和执行

延时完成（执行）扣2分/次

月工作计划和公司决议、决定及布置的工作完成和执行情况

差扣4分/次

较差扣2分/次

岗位职责履行情况

按岗位职责分解量化考核，如招商文员：

- 1、做好商户的接待、咨询工作，未按要求做好扣2分；
- 2、做好部门文件、资料的打印、复印、收发整理、归档，未按标做好，每项扣1分；
- 3、按要求做好本部门电话的和内勤工作，未按要求做好或有投诉扣2分；
- 4、做好本部门招商合同、资料的保管、保密工作，工作出现差错或保管不当扣2分；
- 5、做好商户回访工作，并做详细记录，未做好扣2分；
- 6、做好部门工作的上传下达，未及时做好扣2分。

招商月度工作计划表篇六

1、先确定目标，再全面招商 2、为客户订做全面解决方案

三：组织内部的建立（初步构思） 1、项目人员招聘 2、招商架构 3、招商机制

四：招商资料

1、招商手册和招商说明书

五：招商方式、目标客户的确定 1、招商方式 2、目标客户

3、第三方招商网络平台的建立 4、招商的原则、注意事项、存在的问题

六：宣传策略 1、媒体宣传推广 2、大型主题招商活动

七：招商费用预算及招商建议方案 1、招商费用 2、招商建议方案

八：招商政策建议方案

九：附件（附加内容）

一、招商策略

1、先确定目标，再全面招商

目标的确定分三步：第一，要达到的目标是什么；第二，围绕目标进行随后的一切工作；第三，目标是否得到了实现。招商策划要有明确的目标和要求，才能保证招商策划收到预期的效果。

2、为客户订做全面解决方案 在这一策略的指导下，经过专

业培训师培训的招商团队，根据实际情况灵活调整和实施租赁政策。例如，根据不同类型的客户提出的不同需求，为他们提出度身订做的解决方案。

3、人员、媒体、大型主题活动立体化“整合宣传推广策略”在市场宣传推广方面，实行“整合推广策略”，为招商工作提供有力支持。一为媒体宣传，二为招商活动。

关键性招商活动如下：

4、招商进度、质量、费用统一控制

决避免宣传费用的乱用和浪费。5、构建平台与政府形成互动

公关活动先行，如：举办全国性的论坛或座谈，邀请管、产媒介的权威人士。然后媒体报道紧随其后，造大声势形成一种轰动的效应。

二、招商阶段划分、招商目标和时间安排

1、阶段划分：招商筹备阶段、主力招商阶段、全面招商阶段、运营调整阶段四个阶段。

2、招商目标：根据客户的需要不断调整、优化的，原则上讲，招商工作不是招满了就结束了。 3、时间安排：

1)xx年12月底，基本完成步招商的前期筹备阶段（例如对招商资料的准备、招商市场的分析等）

2)xx年6月，确定目标主力招商对象，加以攻克[3]xx年12月底，在完成以上任务阶段之后开始进行全面招商，此阶段不分主次[4]xx年12月底，争取进入最后一个阶段运营调整。这个阶段是在其他三个阶段完成的前提之下。

为具体化可执行，在时间安排上，此计划涉及的时间段为□xx年1月开始执行，截止到xx年。

三、组织内部的建立 1、招商人员的招聘和培训

再大的项目也是人做的，人的因素在项目招商中起着最根本的决定性因素，因此招聘、选拔、培养一大批招商精英，打造一支强悍的招商团队，是招商筹备阶段的最核心任务。一个团队不仅需要专业化，更需要一体化。因此，对团队的培训尤其重要。目标是使整个团队具备完整的项目的知识架构、卓越的团队执行力和共同的价值取向，培训内容如下：

1)五个核心理念的培训 2)团队执行力的培训

团队成员的招商能力

5)招商礼仪和招商制度的培训（语言艺术、招商制度说明和合同解读等）

培训后的招商人员，应该做到： 1)重视第一印象 2)主动性，耐心和毅力

1)、招商人员主要工作职责（初步建议）

（1）招商一部主要负责重要客户的招商工作：1人

（2）招商二部主要负责客户资料和保管（分出主次与等级）的招商工作：3人

（3）招商三部主要负责其他招商客户的招商工作：2人

（5）策划部暂定员两名，主要负责招商的策划、媒体计划的制定执行、招商文案的策划撰写和设计。一名策划，一名设计。（根据情况可增加）2）、招商机制的建立，是为了在招

商团队中形成一种人性化的制度管理氛围，做到有章可依、奖罚分明，既讲究个人贡献、更注重团队精神，建立一系列的管理制度。（详细见附录人员薪酬及奖励方案-建议）

（1）招商人员奖励政策的建立

（2）招商人员处罚政策的建立

（3）招商人员日常管理规范制度的建立

四、相关招商资料的准备 1、招商手册和招商说明书

文本资料根据不同阶段、具体需求再行撰写！

2、目标客户划分：主要客户（会员客户）

普通客户

两种客户的区别：

（1）服务着眼点不一样：普通客户重在解决已经存在的问题，会员客户重在防患未然、未雨绸缪。

（2）服务期限不一样：普通客户问题解决合作关系就结束，是一次性的。会员客户是日常关注、跟踪服务，是长期的。

（3）要求不一样。会员客户除了和公司发生过愉快的业务合作关系外，还要求其本身执行力非常好，能不折不扣地执行我们的策划方案。执行力差的客户不能成为公司的会员客户。