

农村预备党员申请书 农村预备党员入党 转正申请书(大全5篇)

总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。什么样的总结才是有效的呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

外卖骑手工作总结篇一

在县总工会的正确领导和大力支持下，我局深入贯彻落实党的精神，发挥工会组织的桥梁和纽带作用，活跃局精神文化生活，为实现工作目标任务发挥了积极作用。现将今年工作总结如下：

一、健全民主，积极维护职工的合法权益

(一)加强民主管理，发挥工会组织的作用。工会从民主政治建设入手，在坚持实施各项民主管理制度的同时，认真履行工会基本职责，并就职工关心的热点难点问题，积极搜集职工反映的问题及合理化建议，反映职工的意愿，建议提高职工福利，维护职工的合法权益，充分调动了职工的工作积极性。

(二)落实和健全政务公开制度。我们按照管理规范化的要求和政务公开制度的有关规定，建立和健全政务公开制度，确定公开的内容和形式，实行定期、定向公开。把职工反映强烈的热点、焦点、容易引发矛盾和滋生腐败的关键点、行政管理和改革发展的难点予以公开，接受职工的监督。

二、健全干部例会制度，促进民主管理

健全干部例会制度是加强民主管理的有效手段。今年以来，我们工会以加强制度化、规范化建设入手，充分发挥干部例

会民主管理、民主监督职能，建立上情下达、下情上递的信息管理机制。以干部例会为载体，拓宽民主参与渠道，及时反映职工心声，调动职工的积极性和创造性，为领导了解民情、职工参与管理、集中职工集体智慧搭建坚实平台，通过健全干部例会制度，进一步促进了单位的民主管理。

三、积极开展思想和业务教育，提高职工队伍的整体素质

我们工会立足于建设一支“有理想、有道德、有文化、有纪律”的职工队伍，工会按照“政治过硬、业务优良”的总体要求，坚持党的精神和“三个代表”重要思想为指导，采取多种形式加强职工的思想政治教育、职业道德教育和业务培训，进一步提高了职工队伍的综合素质。

(一)加强理论学习，采取多种形式开展政治教育。一是组织职工学习邓小平理论、“三个代表”重要思想和党的xx大精神等；二是开展共产主义的理想教育，使职工树立正确的世界观、人生观、价值观，爱岗敬业；三是开展职业道德教育、法制教育，培养职工的法纪观念。

(二)加强业务培训教育，提高职工的业务水平。为使职工适应改革形势的要求，完成各项工作任务，通过业务培训，进一步提高了职工的业务水平和业务操作能力，促进了队伍整体业务素质的提高。

四、积极为职工办好事办实事，增强工会的凝聚力

我们工会本着“群众利益无小事”的理念，把关心职工的生活、认真解决职工关切和迫切需要解决的问题，增强职工队伍的凝聚力和向心力作为一项重要的工作来抓。

一是坚持定期组织职工进行体检，使职工能及时了解自己的健康状况，及时发现问题及时医治，保障职工的身体健

二是组织职工参加各种有益的文体活动，丰富职工的业余生活，陶冶性情，促进职工的身心健康。

三是关心职工的疾苦，做到“三必访”，即遇婚丧嫁娶必访、职工生病住院必访、家庭出现矛盾纠纷必访，使职工切实感到集体的关怀和温暖，增强了工会的凝聚力。

虽然我局工会工作取得一定成绩，但也存在一些问题，今后的工作中，我们将不断加以改进和解决。

外卖骑手工作总结篇二

今年以来，市招商局紧紧围绕市委、市政府下达的全年招商引资目标任务早准备、早谋划、早行动，积极主动适应经济发展新常态和国务院62号文件出台后招商引资形势的新变化，围绕产业谋项目、精益求精抓服务，创新实践新形势下招商引资工作新举措，全市招商工作总体呈现项目求真务实、产业优化升级的良好态势，较好的完成了上半年预期工作目标。

一、上半年主要经济指标完成情况

据统计快报□20xx年1—6月全市在建重点招商项目823个，投资总额2806亿元；实际到位外来资金648亿元；完成全年到资计划1200亿的54%。1—6月全市实际到位省外资金512亿元。

1—6月全市新签约项目130个，协议投资额292亿元。其中，亿元以上新签约项目62个，协议投资额269亿元；工业项目63个，协议投资额148亿元。

1—6月全市新注册招商企业107个，完成年度计划的43%。

二、主要工作

(一)创新政策，适应新常态谋划新举措。去年底，国务院出台

《关于清理规范税收等优惠政策的通知》（国发〔20xx〕62号）文件后直接导致招商引资宏观政策出现新变化，为更好争取经济新常态下招商工作的主动权，我们积极行动，征求相关部门意见，会同市财政局研究提出了新形势下招商政策建议；同时研究代拟了鼓励各地在全市范围内以高新区为重点相互发展“飞地工业”的实施办法；配合市经信委研究制定了宜昌市支柱产业工作法。积极参与由财政部门组织起草的重点产业发展引导基金管理辦法、重点支柱产业扶持政策等与招商引资密切关联的配套政策的研究修订，争取新形势下招商工作的有利条件。

（二）突出产业招商，把握新常态实现新突破。按照八个重点产业招商规划，突出战略性新兴产业、先进制造业、现代服务业，明确高端食品、医疗器械、氨基酸、智能仪器仪表、显示器材、特色精细化工、新能源电池等主攻方向，大力开展产业招商、以商招商、园区招商。目前，借力市领导大员优势，三峡载电体工业园、中国联通三峡大数据中心、金龙客车、罗氏制药等几个重大项目正在紧密跟进。西安及安盾消防应急产业园、湖北高博科技汽车电池生产项目、旭双太阳能公司光伏发电项目、泓楚颐新能源5万吨增塑剂生产基地等一批项目已经签约。借中博会东风，成功举办了宜昌专场推介洽谈活动，邀请了境内外近200位客商参加，活动期间宜昌共签约27个项目，涵盖先进装备制造、电子信息、新材料、文化旅游等多个领域，协议投资额334亿元。文博会上，宜昌一批特色文化产业类项目在湖北专场招商推介会上进了重点推介，投资近20亿元的三峡大学科技文化产业园项目在会上签约。

（三）优化机制，立足园区狠抓产业招商。进一步优化机构设置和人员配置，八个产业招商分局分别对接现代服务业、电子信息产业和六大千亿产业，精干力量向一线和园区倾斜。重点围绕“一区六园”招商，通过飞地经济等政策加强城区产业项目招商。按照签约项目数、企业工商注册数、项目开工数、招商到资数将全年目标任务进行分解，落实到产业分

局、到人，实行全员、全要素招商。上半年以来，各产业分局外出推介洽谈项目150多次，面临严峻经济形势共完成签约项目32个，新注册招商企业21个，实现了时间过半任务过半的既定目标。

(四)整合资源，优化招商信息共享平台。充分运用全市的资源和平台服务产业招商工作，以严格考核，强化督办为抓手，抓好市直部门项目信息月报制。年初早行动，组织召开了产业招商项目研究、督办工作观摩会，剖析项目招引典型案例，总结分享产业招商工作经验，对全市广大干部向外广泛联络收集投资信息进行培训和再动员。同时发挥“互联网+”优势，搭建了全新的宜昌投资宣传平台，更新了“投资宜昌网”、开通了“投资宜昌公众微信号”，在新版投资宜昌网和微信平台中突出重点产业、投资平台、招商项目、经济环境介绍，以最清晰、简洁的方式向客商展示最想了解的内容。并通过多种渠道和方式在企业家、商会朋友和全市干部中广泛传播宜昌投资信息。同时，分产业及时公布招商项目，全方位宣传推介宜昌投资环境，扩大宜昌知名度和影响力，构建全方位、多角度、宽领域的招商引资信息网络。元至6月，投资宜昌微信公众号关注量突破1000个，通过各种渠道收集信息近1000条，筛选有效跟踪项目信息近200条。

(五)更新理念，全力打造项目服务品牌。新常态下，各地招商政策环境更加趋同，我们把服务项目落地、运营作为优化投资环境的重要举措，积极对接学习上海自贸区服务理念，把服务做优、做精、做细。我们把“创造新业绩、争做‘两为’好干部”活动与改进工作作风，服务企业、项目、客商“零障碍”服务品牌创建活动结合起来，组织开展企业大走访、大调研。对城区规上企业按产业分类，对应到人，组织各招商分局对全市规模企业现状和发展规划开展调研，摸清企业产品及原材料上下游生产销售情况和发展计划，向内挖潜寻找招商项目信息的同时，了解企业困难和需求，做好项目对接协调服务。全力配合市重点项目推进办公室搭建重点项目信息跟踪督查平台，实施信息获取跟进、项目签约、

落地开工、竣工投产全过程跟踪督查服务。为帮助紫泉饮料在产品上市前如期办理qs认证许可，专门安排一名党组成员为企业贴身、跟踪服务，多次协调省市质监、工商部门特事特办，到企业生产现场核实、取证，解决了企业燃眉之急。同时，我局积极主办、协办与招商引资项目建设有关的建议提案14件，满意率均达到100%。

(六)党建引领，以党建工作的新成效推动中心工作。紧紧围绕市委“新常态、新作为、新业绩”工作要求，以落实全面从严治党要求为主线，坚持抓党建促发展，把党建与招商工作有机统一起来，切实增强党组织的凝聚力、战斗力和号召力。紧密结合工作特点，扎实开展“学党规、守纪律、讲规矩”专题学习活动、“红旗党组、红旗党支部”创建活动、“创造新业绩、争做‘两为’好干部”主题实践活动、以“守纪律讲规矩作表率”为主题的第16个党风廉政建设宣传教育月活动和“三严三实”专题教育活动。党组书记先后为全体机关干部作了“严明政治纪律、严守政治规矩”的辅导报告、“三严三实”专题教育辅导报告。全局党员干部围绕“守纪律、讲规矩”和“三严三实”撰写心得体会25篇，开设专题宣传栏3期。组织党员干部重温入党誓词，观看《较量无声》、《忠诚与背叛》等警示教育片，参加党纪党规法律知识网络考试。把启动实施新一轮“三万”活动、巩固深化局党的群众路线教育实践活动成果推进整改落实、“百千万”工作与党规党纪专题教育、“三严三实”教育活动有效结合起来，深入联系的鸦鹊岭镇海云村走访慰问困难群众和老干部，送去慰问帮扶资金2万元。多方联系争取了价值3万多元的体育锻炼器材，帮助海云村解决了一直迫切期待的2.89公里通村公路硬化指标问题，为今年年底实现村村通客车打下了坚实基础，把活动成效落实在实际行动中。

三、当前招商引资工作存在的困难及问题

一是20xx年11月27日国务院发布《关于清理规范税收等优惠政策的通知》(国发[20xx]62号)，从统一税收政策权限、规

范非税等收入管理、严格财政支出管理等方面，全面叫停了各地现行的对招商引资项目的优惠政策，对以政策诱导为主的中部地区招商冲击影响很大。5月11日，国务院出台25号文件对税收等优惠政策专项清理工作予以暂停，给兑现招商引资优惠政策设立了过渡期，但是对于新的招商引资项目如何给予产业扶持政策仍然需要尽快研究。今后对战略性新兴产业、高科技产业项目采取投产后再进行产业扶持的方式处理。从今年以来的情况看，客商投资意愿、签约、项目开工受到明显影响。

二是20xx年国际国内受经济下行及金融环境趋紧的影响，企业投资意愿和信心不足。经济增长动力不足，企业大多求稳避险、扩张投资欲望下降，跟踪在谈项目与签约项目明显减少，招商引资工作难度增加、压力增大、成效降低，形势严峻。

三是国务院25号文件出台前，已签约项目在62号文件出台后遇到政策兑现困难和障碍，影响了项目的正常落地推进。

四是一些园区征地拆迁、供地条件、基础配套等因资金筹措能力有限，一定程度上制约了项目引进和落地。

四、下一步工作措施

当前国内经济下行压力加大，投资放缓、区域竞争激烈、资源要素制约、国家政策调整等复杂情况给招商引资工作带来更大挑战。同时，国家大力实施“一带一路”、长江经济带等区域发展战略，加快推进产业结构调整升级，也给我市招商引资带来新的机遇。我们将在市委市政府的坚强领导下，通过自我加压、主动作为、积极探索，全面完成全年工作任务。

(一)着力在招商引资工作理念上实现“三个转变”。由单纯依靠优惠政策招商向着着力打造营商环境一流的开放高地转变、

由粗放招商向定点定向精准招商转变、由单一的政府部门招商向政府部门招商与科技创新孵化器、企业产业园等市场力量招商相结合转变。坚持高端取向、着眼长远，综合考量项目投资额与财税回报率，注重引进科技含量高、发展前景好、土地利用率高、财税贡献能力强的项目，全面提高招商引资质量。

(二)着力在招商引资方式方法上求创新。积极探索新的政策支持方式，充分发挥好市政府即将出台的产业发展引导基金作用，开展产业招商。紧紧围绕我市主导产业，细致研究相关产业链条构成，多方位研究把握企业投资需求，做好做足项目包装推介等招商基础性工作，提高招商项目的“对接率”。抢抓机遇，积极创造条件，主动承接珠三角、长三角、环渤海等发达地区产业转移，补齐拓宽产业链条，提升产业竞争力和招商吸引力。积极探索开展楼宇经济、总部经济等非供地项目招商。

外卖骑手工作总结篇三

结下年度工作计划自 20xx 年 7 月入职以来，我便成为了中汇城的一名招商顾问，并为拥有这样一份工作感到骄傲和自豪。

(一) 本人上半年已完成的各项工作 1. 配合招商主管陈殿飞调研了全市服装市场，对全市各大服装市场有了一个深刻的理解，并且学会了如何与商家沟通来了解需要的信息，对调研行业市场有了一个很大的提高。

2. 在孙平经理以及孙殿成主管的带领下，完成了对市区内的五金建材市场及对齐市外县区的五金商户的调研工作，了解了齐市各县商户的购买力，对各县区的五金商户有了一个更加直观的了解，调研期间学会了如何去更好的与商家沟通，学会了如何配合同事调研了解想要的信息，在老员工的帮助下，让自己在工作方面有了一个很大的提高，从跌跌撞撞的

去与商家打交道，到自己能够单独的去与商家良好沟通，这次外县调研使自己进步很大，同时也掌握了随时处理各种状况的方法。

3. 在经过公司领导的培训过后，我被分配到招商四组，在公司刘总的带领下进行了新地块市场调研工作，收集了食品、服装等很多行业的一手信息，在调研市场期间，刘总给我们讲了很多的工作方法，以及对很多我们遇到的事情的分析，这使我们对调研工作又有了一种新的认识，同时也受到了很好的引导，让自己知道了做什么事都要有两手准备、多手准备，而不是莽撞的去办一件事情，做什么事情要对自己高标准，严要求，努力的去做好每一件小事情，通过领导的平时的讲述，使自己受益匪浅。

4. 五金建材一期交房工作马上进入尾声，最初公司领导对我们进行了交房培训，交房时每天晚上开会领导都会交待我们如何做好工作，如何处理随时的突发状况，这使我们在交房期间少走了很多弯路、错路，在这一个多月的交房工作里，我们经历了很大的考验，并且很好的完成了任务，五金建材一期的交房工作让我们对招商工作又有了一种新的认识与提高，同时对处理各种突发状况有了一定的心得，对一些房屋的参数与构造有了更加直观的认识，可以有效的帮助我们提高未来与商户沟通水平。

（二）本年度工作中自身存在的问题，日后的改进及克服措施 1. 在过去几个月的工作日子里，让我在很多方面有了一个很大的提高，同时也认识到了自己身上存在的不足，自己平时存在的与人沟通不好问题，正在逐步的改变，对如何在今后工作中去做好本职工作有了极大的信心，同时对于工作的理解协调方面也有了很大的进步，对未来如何去配合领导完成接下来的五金一期交房与招租工作有了更大的信心。

（三）下年度工作中自身有待提高的方面 1. 努力加强业务方面的学习，争取赶上水平比较高的同事。

2. 丰富业余有关房产方面的知识， 争取在接下来招商工作中发挥更多 的专业特长。

（四）下年度的工作安排及目标 在接下来的时间里我们除了要进行五金建材城一期的交房与招 租外，还将对 a23□a24 地块进行调研工作，相信我们会在领导的带 领下很好的去做好新地块开发及销售工作， 同时我们也对配合未来五 金建材城二期招商工作有了更加充实的准备。

希望公司能够给我们更 多更大的发展空间去进行招商工作，去配合公司做好招商工作。

（五）对管理各方面存在问题的反馈及合理化建议 无 在接下来的回望过去，在公司领导的教育和培养下，我对如何成为一名招商顾问有了一定的认识， 并且正在努力成长为一名合格的招 商顾问；从最初对中汇城项目的懵懵懂懂简单认识到对总公司在全国 在建已建项目布局深刻了解， 这些工作中积累的很多经验都使我迅速 成长，虽然我的缺点还很多，但是今后我将更加努力的去面对各种挑 战，完成领导的工作任务，配合同事工作，为我们的部门成为一个更 加团结的集体而努力，为今后招商工作的顺利进行而努力，为中汇城 的美好未来而努力。

外卖骑手工作总结篇四

招商前期准备工作

1、深入了解本物业结构和面临市场现状进行分析 2、对芜湖县本地零售市场开展市场调查 3、根据市调情况对本物业进行项目主体业态定位 4、充分分析了本物业结构和市场需要，确立了项目主体业态为 shopping mall 形式的购物中心业态。

5、根据项目主体业态进行业种分布和区域划分。确立了主力店加名品专业 店的业种配置 6、根据项目业态定位及业种配

置制定招商方案。

现阶段开展工作

进入 8 月份，招商部根据公司市场部制定的招商框架条款，展开实质性工作，在市场部领导下开展目标客户市场调研工作。并收集了商户对招商工作的意见、建议并进行了有效的解答，使首次接触我公司招商工作的商户能更好的去了解大唐国际城，为以后招商工作打下良好的基础。

8 月中旬，深入落实公司的招商团队筹建工作，并制定完善招商部各岗位职责，招商流程。通过岗位职责和招商流程的制定，对招商部员工现场进行了部署。

利用现有人力资源开展市场招商走访工作，除了完成市场部领导安排的日常性工作。招商部积极开展针对芜湖县主力店招商目标信息收集工作。根据信息收集情况，迅速分析消化，并锁定目标，开展了首次外联工作。目标区域为芜湖县周边地市宣城市、芜湖市、南陵县，重点展开了超市主力店和大百货方向的招商。

根据首次外联招商情况

一、超市主力店

1、有意向与本项目合作单位为上海华联超市，通过与其拓展部联系沟通，得知其在芜湖县拓展计划。

8 月 7 日合肥上海华联超市拓展部经理首次对本物业进行了实地考察，进行了拍照记录，并向公司领导提出了建议和入驻所需物业标准。

2、我方意向客户为乐天玛特超市公司（韩国企业），通过与其拓展部联系沟通，邀请公司拓展经理在芜湖县拓展计划。

并向乐天玛特公司中国总部领导提出了建议和入驻所需物业标准。

二、大百货主力店

1、芜湖华亿国际购物中心有限责任公司隶属于安徽华亿集团，其旗下共经营华亿国际购物中心 a□b 座两大百货商场，总经营面积 12.3 万平方米，共经营 1500 多个品牌，8 万余种商品。是目前安徽面积最大、品类最多、功能最全的现代化百货商厦。

芜湖华亿国际购物中心定位于中高档商场，以精品时尚为指引，服务社会主流群体，引领城市时尚潮流。商场 a□b 座分别于 20xx 年和 20xx 年开业，位于芜湖市最繁华的中山路步行街的中段，背靠镜湖旖旎风光，地理位置十分优越，交通便捷。内部装饰新颖、典雅、气派非凡，是城市商业特别是中高档商业的旗帜楼和标志楼。

20xx 年，华亿集团在保持稳步增长的同时，正式启动了华亿国际北楼二期工程建设。新建工程建成之后增加了 17000 平方米经营面积，与华亿国际购物中心 b 座贯通一体。同时还针对改造后的华亿国际 a□b 座重新定位□ a 座定位主题百货店□ b 座定位主力百货店，形成互补，强化优势，引进商务会所、高档餐厅、五星影院、健身、美容馆等，形成多业态、多功能的一站式服务模式□20xx 年初，根据芜湖市场和百货业态的未来发展需要，继续对传统百货业态进行更新和补充。

2、安徽雄风百货广场是浙江雄风集团投资并自主经营的第二家大型连锁百货商场，于 20xx 年 10 月 30 日开业，总建筑面积 40000 多平方米，是皖东南最具规模的大型百货商场（南陵县雄风百货）。

以“规模化、功能化、品牌化”为经营定位，面向城乡大众、

贴近百姓生活、引领时尚潮流，以先进的管理模式、流行时尚的商品和舒适的购物环境为广大消费者提供优质的服务。

8月中旬根据和以上的主力店沟通，并对其主力业态、经营情况，进行了实地考察了解。超市拓展以大卖场为主力店拓展，要求营业面积在1万平方米以上，百货主力店拓展以百货加生活广场的复合型业态，作为其主力店拓展计划，营业面积2---5万平方米，餐饮部分主力餐厅为当地连锁餐饮和国内知名餐饮连锁为主，美食广场是一个规划设计独具特色，装修别具有风格，尽量营造一个舒适的环境。

汇聚天下精美小吃，经营品种上绝不是千篇一律，在每个地区力求做出本地的特色，根据周边环境和当地人的饮食习惯来选择经营品种，以此吸引消费者。

公司招商将百货主力店芜湖华亿百货列为接洽第一目标，雄风列为第二目标。超市主力店韩国乐天玛特为第一目标，上海华联为第二目标。（其它百货和名品见附件）按照市场部领导指示招商部大唐国际城招商目标明确对于招商目标资源匮乏的现状和要求积极通过网络查询芜湖周边地市大型零售商，广泛收集他们的年度拓展计划和开店信息，为下步招商储备商户资源便于主力店招商开展。结合招商工作开展发现本项目的招商有以下特点：

1、是有助于稳定整个项目的经营，主力店占有整个项目一半左右的营业面积，其影响之大可想而知。知名度较高、有良好业绩记录的主力店可使项目更加稳定，且有利于项目的可持续发展。

2、是知名的主力店的入驻能够吸引投资商的眼球，刺激未销售铺位的销售，以及对中小店群的招商。

3、是主力店各自拥有一定忠诚度的消费群体，这一优点可以帮助项目在日后的营运中，能在保持一定量客流的基础上发

挥更大的效用；4、是主力店的进驻能够影响中小店的租金水平，提高项目整体租金表现为下一项目打下基础。

其次是在确定了主力店之后，再确定中小店群。其作用是按业态组合设计招入中小店群，以满足项目商圈内不同层次、不同需求的消费群的购物或消费需求。

，租期长短不一 主力店投资大，投资回收期长，其租期要求一般需八年、十年，有的长达十五年、二十年。其租金相对便宜的得多，一般在第四年起，租金开始递增，递增在2%~10%。由于本物业小业主较多业主文化与经济实力参差不齐使主力店招商工作难度加大，但是成功经营的主力店最终是有利于项目的可持续性发展。而中小型店的租期一般为3年左右，租金较高，一般在第三年起递增租金。

但是分块招商是一项长期永续的工作对经营管理公司管理水平，经济实力要求较高，现阶段公司不具备这样的管理实力和精力，也不可能长期负担下去搞不好又会出现空铺转让的状况。

地产商业的招商时间相对较长，从业态组合确定开始至项目全面营业，它可分为主力店和中小店群二个招商阶段。由于主力店决定项目成败与否，我们要先确定主力店，并按其要求重新规划设计业态布局、改造相适应商业设施，但这样招商落地周期较长；而中小店群则对形成后的商业设施改造要求不大，因而中小店群的招商可使主力店群确定之后才正式进行，当然项目在主力店招商期间可进行各类中小店的招商咨询登记工作。

1、是项目建设工期未定，招商部对项目的现有工程进度情况不了解，无法详细解答主力店给出的时间节点等问题。

2、主力商家从项目谈判到装修落位周期太长影响中小店群的入驻。

3、功能分区的招商进度影响了各类店的进驻决策，按照合理的功能分区计划，顺利入驻相应的商店或服务机构可使各类店的经营互动起来，对于项目和各店经营大大帮助。而一旦某一类商店或服务机构招不进来，则整个项目服务功能可能不尽理想，特别是能够吸引入气的各类主力精品店、餐饮店或同类店中知名店（特色店）没法进来时，更是影响了整体的经营。

4、主力店招商困难重重，有的主力店需要登门拜访等形式递送招商手册和项目讲解让主力店商户全方位了解大唐国际城项目工作进展。

（1）是招商人员需具备丰富的零售服务知识。招商人员必须熟悉商品或服务的类别及特点、商品或服务组合原理、价格面、产品线、房地产开发、物业管理等相关的基本知识；掌握市场学、经济学、管理学中的一些基本原理；了解租赁、消费、产品、销售等相关的法律法规。

（2）是招商人员需具备较强的招商技巧和谈判能力。由于招商难度大，这就要求招商过程中使用一些技巧，如制造某些位置有多家入驻的抢手局势等等；在招商前期，主力店的招商工作异常艰难，要在了解招商目标之后制定出吸引其入驻的条件和谈判策略，并争取同时分别与不同的多家主力店洽谈入驻意向、条件。

（3）是需具备较强的评估能力。对租户的评估，其评估的内容包括资金实力、经营业绩、经营特色、注册资本金、管理层的管理能力、营业额及其增长率、财务状况、合作意愿程度等项目，并按一定标准进行量化评估，为选择租户决策提供科学的数据及报告。

（4）是需合理的招商推广策略。招商推广的好坏将影响到资金的预算和招商效果，招商推广策略应符合招商策划内容的要求，并围绕项目的市场定位、功能定位和亮点设计等内

容进行招商推广策略的制订和实施，以保证招商工作少投资，高效率。

1、九月中旬完成招商项目业态定位

整体定位为购物中心，内含超市主力店，百货主力店，专业主力店（餐饮）。

2、九月底完成项目招商基本原则制定

第一基本原则：先进行业态设计和招商工作，后进行规划设计。

第二基本原则：要维护购物中心的统一主题形象和统一品牌形象，事先进行统一的理念设计是基础。招商要始终注意维护和管理好已确定的经营主题和品牌形象。

第三基本原则：购物中心的招商目标要能够在功能和形式上同业差异、异种业态互补。

第四基本原则：购物中心经营方式的选择原则。第五基本原则：招商顺序原则。核心主力店先行，辅助店随后的原则；吸引人气较多业态先行，零售购物项目优先，辅助项目配套的原则。

第六基本原则：核心主力店招商布局原则，从整体布局上有利于人流进入主力店，同时也便于从主力店向其它区域回旋，通道好比血管，要方便人流的回旋。

第七基本原则：特殊商户招商优惠原则。

第八基本原则：租赁经营采用放水养鱼的原则。

第九基本原则：统一招商的“管理”要充分体现和强调对商户的统一服务。

第十基本原则：购物中心要具备完善物业服务系统，重视知识管理，为购物中心管理者、广大签约商户和顾客都提供便利。

外卖骑手工作总结篇五

医药企业要想做好招商工作，仅仅靠自己积累的那点优势资源是远远不够的，尤其是对开发区域性的中小企业来说则更是如此，那么，医药企业该如何做好招商工作?本文就介绍了医药企业做好招商工作的三大要点，可供参考。

医药企业要做好招商工作，可从以下三方面做起。

一、老客户管理提升

对于招商企业而言，经过多年的积累和沉淀每个企业手里都有很多代理商客户资源。其中很多都是与企业合作多年，忠诚度很高的客户，这也就是招商企业赖以生存的根本。而开发一个新客户的成本是维护一个老客户成本的十倍，企业销量的95%以上都是由老客户提供的事实，都证明了如何让老客户让提升销量则是企业的重要工作。

可是，通过与很多招商企业负责人的沟通和交流后，我们却发现，很多企业都没有很好的利用好企业手中的代理商资源，只是简单把这些客户作为产品和利益交易的对象。或许有些企业会讲：我们在老客户的维护上做了不少工作啊，比如逢年过节的礼品，每年的代理商会议，通过药交会与客户的吃饭沟通感情，不定期的与客户联欢等等。这些常规手段十分必要，但是不足以让老客户在经营公司产品上提升、突破。那么如何才能做好老客户的维护让其提升呢?除了以上的常规手段之外，不妨从以下几个方面着手：

1、大客户管理，提供专业服务

现在很多企业都建立了大客户管理部，由专门的人负责公司大客户的销售和服务。大客户对口服务的核心，就是要保证公司的销售稳定，同时希望通过专业化服务提升双方的合作数量和质量。而一对一有针对性的服务，更能让企业全面掌握核心客户方方面面的情况，有利于制定各种措施实现目的。

2、专业分工，走专业化之路

招商企业也要改变过去主管臆断式的经营策略，只围绕如何“招商“做工作，把产品从企业仓库转移到代理商的仓库就万事大吉，而忽视了如何经营代理商，让他们完成销售重新进货合作，保证整个销售链条的完整性。招商企业要协助代理商实现销售，就要了解代理商所面对市场的情况。让企业的每一个招商人员了解市场、了解经营，能真正协助代理商经营发展。这样一种思路指引下，招商企业要根据代理商所经营渠道的不同，将代理商划分为不同的渠道，详细研究渠道经营策略做好代理商的经营支持，走专业化之路。

3、让客户有生存、有发展

在目前的市场环境下，代理商在迷茫要远远大于企业的迷茫，他们在产品代理经营的同时，更加关注的是未来行业发展趋势，因为这关系到是否可以继续从事这个行业。但是，太多的招商企业则只是在产品本身做文章，吹嘘自己的产品如何如何好，如何如何有市场空间，如何如何赚钱，这个信息传达与代理商的需求是不匹配的，也就不会产生良好的效果。因而，招商企业要转换角度，从代理商需求出发，通过解读其所经营渠道的发展情况，为其今后发展指明道路，更能激发代理商的经营积极性。笔者曾经在今年五月份的时候，将河南省的二十余名大代理商集中在郑州，召开了一次大代理商联盟，以行业发展研讨和渠道经营模式创新为主题，通过笔者对他们的培训、他们感兴趣的疑难问题解答、以及降糖类产品的创新模式分析等板块，不仅仅在产品的销量上游巨大提升，还大大加强这些客户与企业的合作紧密程度。

二、 新客户开发合作

做好老客户管理的同时，招商企业发展的另外一个方面就是新客户的开发。可以说，哪家企业具备更强的新客户开发能力，那么这家企业的销量和利润就越有保障。新客户开发可以从以下三个方面着手：

1、 主动开发与被动获得相结合

前几年医药企业招商初期广告为王，只要媒体宣传做好，就会有大量代理商主动上门寻求产品代理。可是现如今，伴随着媒体的空前繁荣和代理商的越发理智，如果媒体信息发布不精准，效果不好，资源浪费严重。所以，就要把主动的电话招商与信息发布相结合。一方面媒体发布信息走精准化之路，另一方面可以通过获取尽可能多的代理商信息主动电话招商，可以最大限度的提升招商效果。

2、 讲诚信，讲效率，重双赢

在与新客户的沟通和交流上，招商企业要讲诚信。在合作上，要讲求效率和保证双赢，千万不能做一锤子买卖。在目前的经验环境下，坑蒙拐骗都没有生存的空间，合作双方不仅要保障自身利益，还要让对方盈利才是关键。

3、 协助经营，实现长期合作

而招商企业在新客户开发、合作过程中，很容易出现的就是双方在完成了一次合作之后，再也没有了下文。曾经安排相关负责人对自己所在企业进行了调研，以一个自然年为期限，发现一年之内通过宣传和开发获得合作代理商的数量是568个，平均每个月开发近50个。但是二次提货只占到不足20%，两年过后这批开发的客户只剩下不足40个依然在合作。究其原因，除了代理商转行之外，更大的因素是因为产品操作不盈利的主动放弃。所以，招商企业不仅要会招商，还要善于维护代

理商，通过各种手段来协助代理商经营获利。

三、核心竞争力打造

而医药招商要获得更好的招商效果发展自己，更好的具备与上游生产厂家谈判的话语权获得尽可能多的好产品，还需要在自身的核心竞争力上下功夫。

1、 打造明星产品和明星市场

企业以产品为营销的先决条件，医药招商企业更如此。在招商企业的经营过程中，打造出企业的明星产品和明星市场，则是企业是否能有发展有突破的核心。

明星产品可以为企业引进更多产品资源助力，因为他代表了招商企业的产品运作能力。同时，又可以通过明星产品打造企业产品荣誉，并对市场和代理商形成品牌影响力，有利于招商企业吸引更多的客户加入到企业的代理商队伍中来。而明星市场，不仅可以保证招商企业的销量和利润，又可以作为企业的大本营，借以形成区域市场竞争力，取得市场话语权；还可以用来吸引更多的代理商，通过公司的样板给代理商提供一条切实可行的经营之路。

2、 走差异化和专业化之路

企业之间的竞争，终究要从同质化的红海中跳出来，进入差异化竞争当中，招商企业也如此。企业可以在综合研究市场和自身优势的前提下，通过渠道定位、产品分类、经营模式定位等等，建立起企业在某一方面的独有形象，并为此进行专业化运作，提升行业影响力。

3、 做客户的摇钱树

此外，还必须要改变一个观念，从“客户是企业的摇钱树”

转变思维为“把企业打造成为客户的摇钱树”，吸引客户通过跟随企业经营而获利。要做到这一步，就要通过研究产品、市场、渠道和客户实际出发，打造出一条切实可行易于复制的经营模式，真真正正的协助客户顺利实现销售而获利。

外卖骑手工作总结篇六

今年以来，我们按照市委、市政府的统一部署，结合组织部门工作实际，加大招商引资和联系企业工作力度，取得了较为明显的成效。全年完成招商引资合同投资6.8亿元，其中今年新增3.98亿元，实际投资1.6亿元，圆满完成市委、市政府下达的招商引资任务。

为确保市委、市政府下达给我部招商引资和联系企业的工作任务落实，部领导高度重视，成立了以市委常委、组织部长为组长，副部长为副组长的招商引资和联系企业工作领导小组，从部办公室、党政干部科、经济干部科、人才科、电教中心等科室，抽调有关人员组建工作专班，专班人员分工负责，对口联系，并落实了相关责任，定期深入企业开展调查研究，及时掌握企业的情况，主动为企业牵线搭桥，帮助解决问题，发挥了积极作用。

一是部领导带队招商。今年以来，我们充分发挥职能作用，把招商引资与招才引智结合起来，定向招商。部带领市直有关部门、重点企业和重要建设项目负责人，与市招商局及有关县（市）区，多次到广州及“珠三角”、上海及“长三角”和东南沿海发达地区以及国外人才聚集区，开展专门的招商招才、引资引资，先后到广东万家乐燃具公司、浙江中硕集团、上海望阳集团等知名企业进行拜访、交流，先后邀请了10余家企业高层领导来我市考察、洽谈，达成13项投资意向。目前，已有5家企业签订了投资协议，4户企业已办理了注册手续。二是招商专班主动联合招商。专班人员通过各种渠道掌握市场行情和招商引资信息，经常与市、县（区）、开发区（园区办）招商部门保持密切联系，了解我市各区重

点招商引资项目和市场需要，构建联合招商格局。目前，招商专班与有关县市区、高新区等地建立了招商联合体，形成了较好的招商引资氛围。三是专人驻点拓展招商。重点是在去年招商落户和有投资意向的客户中进行拓展招商，在已落户的老河口新昇变压器公司、宜城雅新公司及已达成投资意向的安能公司、上海望阳公司等企业，落实招商专人，定期上门服务，紧跟项目发展变化，及时协调解决问题，推进项目尽快落地。目前，襄阳安能生物发电、襄樊赛贝尔置业、谷城赛贝尔木业等4家企业已经注册完毕，进入建设阶段。

按照市委安排，部长重点联系武钢集团襄樊长材公司、襄樊发电公司两个企业及襄阳轴承和中百仓储两个重点项目。根据工作部署，工作专班在部领导的带领下，组织机关干部定期深入到所联系企业和重点项目，现场办公，为企业提供“保姆式”服务。

1、积极为武钢襄樊公司排忧解难，营造环境。一是积极协调华润燃气公司、市外环线建设指挥部等部门，克服困难，创造条件，改造燃气运输管线，确保了公司vd钢炉按期投入使用，为企业提高产品质量和产品转型提供了条件；二是主动协调市国资委、经信委、国土局等部门为该公司解决企业发展中难点问题；三是协调武钢集团公司解决襄钢发展问题，多次召开铸、锻造钢新项目协会，争取资金，推进新项目建设步伐。

2、主动为发电公司争取电量。襄樊发电公司是我市的重点企业，入网发电量一直是困扰企业发展的核心问题，部领导带领专班人员多次到公司调查情况，解决突出问题。一是仲初部长带队主动到省经委、电力公司等部门，积极作工作争取电量；二是召集市直有关部门到发电公司研究企业发展问题，协助发电公司及襄城经济开发区作好电能转化工作，促进企业共同发展；三是积极协调发电公司解决用煤问题。

3、加强协调，推进重点项目建设。在部领导的带领下，多次

到襄阳轴承、中百仓储两个重点项目进行考察督办，协调高新区及市直有关部门解决项目进展中的难题，确保了项目进展顺利。

外卖骑手工作总结篇七

业花了很多钱却没有招到商。

在河北尚村的皮草交易市场进行招商的过程中，还是有些收获的，这边的商户，都是很看好新疆的外贸皮草市场，但是就目前我们项目的进展情况，还是不宜组织他们过来考察，因为根据辛集皮草市场的招商情况，商户普遍反映新疆这几年的皮草市场存在滞销购买能力降低国外订单减少等情况，如果现在就组织商户过来考察我认为不太现实、因为皮草行业只有在冬季才是旺季，夏季时基本没有订单和零售，而且现在商户也不能入住，待商户入住后再装修店面、铺货、宣传、销售所需时间也差不多快要进入淡季。因此本人建议先做持续跟进，待项目进展比较适宜考察后，再组织人员针对他们整体招商。在与济南茶叶协会会长沟通过程中，并根据市场调查，我们了解到，当地的茶叶市场，也是具有规模的，并且茶叶市场也是需要很大的仓储配套实施，尤其是冷库的需求，并且济南的茶叶市场基本都是江浙一带的厂商及商户在此经营，经过多年的经营已经有了自己固定的客源，而且目前全国都在新建茶叶批发市场，如果进货我们可以考虑就进的批发市场，这样在物流成本上也可以节省很多，如果招商，我认为还是去江浙一带招商可能会有效果。

市场商会还是比较看好，也有全部入住的意向，初步计划用13、10、

16、（_一层）楼，作为开拓伊犁市场的根据地，近期自治区鞋业商会，会有一次所有会员参加的活动，借此秘书长会重点宣传我们国际广场，在沟通中也给予我们很多合理化建议，并提出要求：1、组织会长及商户巨头进行实地考察，费用由

我们承担2、要求把房租就伊宁市最低的政策提供给他们3、进驻以后商户由自治区鞋业商会进行管理4、制作介绍本案具体位置，及其项目优势等资料，免费贴放在自治区鞋业商会的宣传栏上，就人流量来看，具有比较大的广告优势。

5、待入住成功后要求付给自治区鞋业商会一定报酬。在沟通过程中可以通过贺秘书长引荐并帮助我们针对其他业态进行招商(列如副食品协会会长、眼镜协会会长、箱包协会会长、旅游商会会长)来进一步扩大我们的招商，为此我们将把乌鲁木齐做为重点并持续跟进。此次外地招商，虽然是困难重重，但是根据对外地市场的了解，及其招商过程，本人还是看好今后新发地国际广场的优势及发展，因此本人建议：1、重点针对乌鲁木齐市场进行招商，尽快与自治区鞋业商会达成合作意向并着手实施招商。2、待市场有一定人气后，组织尚村的皮草商户到实地考察。3、前期招商可不按业态划分进行招商，待形成人气后再根据业态进行划分及管理商户。4、如果由于市场体量太大商铺空置需要考虑自行经营的情况下，可根据外地所建立的渠道，选择价格低廉，产品质量较好的产品，来自行经营。

外卖骑手工作总结篇八

在过去的20xx年里，由于深受国家宏观调控以及全国范围内经济危机的影响，武汉市工业地产陷入新一轮观望等待僵持阶段，各工业园成交量大幅下降。虽然招商部在公司各位领导的带领下上下一心、竭尽全力的开展招商工作，但是成效不大，未能完成年初预定计划。为了实现公司20xx年招商业绩的龙腾虎跃，我们不仅要在领导的带领下埋头苦干，同时还要在岁末之际总结一年的得失，立足市场制定新的工作计划，争取来年超额完成任务。

客户带看次数：带看109组，租赁客户6组，购买客户2组

意向客户情况：租赁客户5组，购买客户1组

20xx年工作周期(20xx年1月1日-20xx年12月31日)

招商目标：1-3月份租赁3套厂房，销售1套厂房。

4-6月份租赁2套厂房，销售0套厂房。

7-9月份租赁2套厂房，销售1套厂房。

分析市场认清形势，依据市场变化灵活制定销售策略。

对于客户来讲买厂房或租赁厂房既要看价格也要看价值，但是在两者之间很多客户选择了价格。价格是客户考虑是否购买本园区物业的重要因素，相对于房地产市场，在有限的客户资源里，市场好的情况下价格好客户会买单，市场不好的情况下价格便宜，有竞争力客户才可能会买单。为了更好的把握乃至掌控有限的客户资源，为了使公司的利益最大化，我们要做足做好市场调查工作。

(1) 每个月为一个周期，对同区域竞争楼盘的销售租赁价格已经成交量做统计；以每两个月为一个周期，对全市同类型物业的销售租赁价格已经成交量做统计。

(2) 以半个月为一个周期，根据同区域竞争工业园销售以及租赁价格调整我们园区的销售租赁价格，或者是调整优惠幅度。

2、以租带售、推进招商，拉动人气。

目前项目最大的缺陷就是人气不足，空有靠近四环线、中法友谊大桥（直通汉阳，蔡甸）的好位置，没有把自身优势发挥到极致。如能引进医药行业龙头企业进驻，即能提升项目品质，又能带动人气。

3、拜访各行业龙头企业，建立健全客户信息、关注周边市场

为后期招商提供积累。

(1) 对各行业市场及龙头企业拜访（重点医药行业）备案留存，对客户及该行业的详细情况做好存档工作，经常沟通，为后期招商做好准备。

(2) 关注新项目、对周边工业园以及重点竞争园区做好调研工作，时刻掌握市场行情。

1、加强与区政府以及台商管理委员会的联系，定期拜访或电话拜访，获取相关招商信息。

2、加强与中介公司的合作，利用中介公司的客户资源完成公司招商计划。

3、以年度计划为目标，争取超额完成任务，做好季度、月度、周工作计划，并及时检查、修正和总结，及时依据市场调查数据向领导反映市场变化。

4、积累招商客户300组以上，意向客户30组以上。

通过这一年的招商工作的积累，主要有以下几条体会和思考：

1、领导对招商的重视程度是招商策略的制定和招商思路能否成功施行的决定因素。

一是领导对招商重视，使得招商中能获得更多的资源和协助，对招商方案的真正实施也有帮助。

二是对招商策略的重视，比如领导对园区的主体思路，对园区的定位，要建立工业园整体形象就得加大投入，不断创新。公司重视了，有人力物力做支持，园区整体形象才能提升，才能更好的招商。相反，倘若仍停留在“等、靠、要”的阶段，则只能走下坡路。

2、优化组织结构，畅通内部信息沟通渠道，明确责任，提高工作效率的是前提。提高工作效率的关键是明确个人工作职责，部门分工明确，发挥个人专长，完善组织架构，组织结构扁平化，保障信息沟通无障碍，事事有人做，人人有人管。

3、加快工业园的软硬件环境，提高营销推广实施力度。

20xx年要提高招商业绩，提高工业园的核心竞争力是当务之急，也就对园区硬环境基础设施、厂房建筑档次、工业园规划档次等和软环境物业服务、物业管理、园区文化建设等方面提出更高要求。

两个月来，招商部所取得的每一个进展，都是公司领导关心支持的结果，我们还存在着许多不足，所能做到的成果不大，实现目标的距离还比较远，希望通过总结学习，不断提升自己，按照今年既定的目标前进，做好每一件事。

外卖骑手工作总结篇九

一、工作总结：

回首__年物业部的招商工作，__商厦的出租状况基本平稳。从上半年出租率的持续下滑到下半年的持续提升，年初的出租率是88.27%，年中是82.58%，再到年末的90%，基本上达到了领导在年初时下达的招商指标，这也为明年的招商工作打下了良好的基础。

分析今年的招商形势可以用一波三折来形容，年初时由于以下几个原因致使__商厦的出租率持续下滑，给招商部全体人员带来了很大的工作压力。

1、大厦楼体的使用年限较长，各种硬件设施老化严重，多处于临界状态，出现故障的情况时有发生。

2、楼梯的瓷砖破损严重、墙面脏旧不堪，给看房的客户直观印象很差。

3、商住楼(公寓)价格体系咄咄逼人，中关村写字楼客户不断分流。

4、各职能部门缺编严重，致使服务质量下降严重。

来了信心。下半年物业招商人员以大客户为目标，以小客户为着眼点展开招商工作，在市场竞争激烈的不利形势下，物业部招商人员不畏困难，勇于开拓，团结一心，大厦空房相继出租，将大厦的出租率提升到了90%，较好的完成了招商工作任务。

在服务方面，今年大厦硬件设施连续出现故障，给物业管理服务带来很大困难，本着坚持“一切为了客户，为了一切客户，为了客户的一切”的原则，招商部及时有效的帮助客户解决困难，协调各个物业部门及时处理客户的报修工作，对不能及时解决的问题，努力做好解释工作。积极和客户进行有效的沟通，了解客户的诉求，不断完善我们的服务，维护我物业的管理形象。

二、我的建议：

1、是否可以考虑明年对b座更新一部货梯。现在电梯客货混用，严重增加了电梯的使用频率，对于电梯的保养和维护要求较高，故障发生的机率也较高，不利于更好为客户服务、提升物业形象。

工作带来被动的局面。

招商工作计划：

1、年末年初，是招商的黄金时期。近期大厦的招商形势不错，

有很多意向客户看房，我们应该抓住机遇，给客户留下深刻印象，增加他们签约的可能性，从而提高大厦的出租率，也给明年的招商工作奠定一个良好的基础。

2、巩固现有的租户，开发新客户，不断提高大厦的出租率。我们一定要维护好大厦的环境，给客户创造舒畅的办公心情，加强服务质量，从而减少老客户的流失问题。

3、对招商信息及时进行汇总和筛选，每天都有客户看房并留下联系方式，我们每天要对这些信息进行汇总，筛选意向客户、大客户，并做到及时地回访工作，把工作做在客户前面。

4、对招商工作中出现的问题及时进行总结，包括同客户说话的方式、回答客户提出的问题、揣摩客户的心理、谈判的技巧等等。

总之今年招商部较好的完成了公司领导下达的各项任务，也付出了较大的努力。在明年的工作中，我将一如既往的做好本职工作，积极地向各位老员工学习，弥补自身的不足之处，和其他招商人员一起多积累招商经验，运用自己所学的专业知识，努力完成领导布置的工作，拓宽自己的信息渠道，加大招商力度，使__商厦的出租率再上一个台阶。

外卖骑手工作总结篇十

岁岁年年，年年岁岁，似水流年中，我们又坚实的走过了一年。在过去的一年中，作为公司销售单元的招商部，在公司政策的引导下，在综合部及其他部门的鼎力支持和帮助下，经过部门同仁的拼搏和努力，向公司递交了一份不是非常理想答卷。现在，就请允许我向公司，向领导，向各位同事和嘉宾回顾和汇报招商部2013年度的工作。

一、销售数据

- 1、任务完成数据□xx
- 2、考核完成数据□xx
- 3、目标达成数据□xx
- 4、客户开发指标□xx
- 5、单品完成数据□xx
- 6、强势区域统计□xx

二、工作回顾

1、人员稳定，流失率低

在2013年中，招商部人员稳定性强，流失人员为2人，流失主要原因为个人家庭和工作距离等原因，不完全是政策的调整与考核的影响。

2、统一办公，规范管理

2013年5月份，为适应管理的需要，公司招商部整体跟随xx搬迁到新办公楼，结束了原来招商部人员原来两岸三地分散办公，难于统一管理的局面，改善了办公环境，提高了工作效率，降低了沟通成本，部门的工作在规范化，制度化方面上了一个新台阶。

3、重点客户，重点管理

在公司的支持下，把握机会，紧密和联盟对接，在联盟客户中选择和发展优势客户，成功的与山西亨达康，辽宁天龙。广西恒拓等客户形成了较紧密的合作。与各大型连锁药房，医药终端企业成功如重庆万和大药房，四川康永利，广东大参

林，广东思明等形成良好合作，达到销售预期指标。

4、综合人员，分工明确

作为综合部在河西的配套工作人员，对岗位进行了重新调整，3 内勤人员岗位有原来的湖南内勤与招商内勤统一整合成销售内勤和综合内勤，该整合可以与金隆作为商业平台，阿胶块统一发货2个决定一样，具有划时代的意义。整合后的河西内勤工作，分工更明确，效率更高，杜绝了以前出现的相互推拿的工作作风。

5、考评考核，初见成效

从7月份开始，招商部对日常工作形成量化，考核到日常工作内容，指导了大区经理的工作方向，规范了区域招商人员的工作内容。当然，在考评考核中存在部分不合理，或者说不符合现阶段需要的内容，我们在考核中逐步修改，有增有减。例如，在原有的考核中没有日常卫生考核的内容增加进去。而且，部门的考核都是公平，公正，公开的前提下进行，考评后及时公布考评结果，大家都能及时发现自己工作中的不足。

6、中层骨干，加强授权

在原有的部门垂直管理的模式下，2013年，我们加强了对大区

4 经理的授权，在政策范围内的业务问题，由大区，区域享有充分的自主权，实际证明，有限的授权，更能激励员工的工作积极性，脱离保姆式的管理。

7、基层员工，关注培养

公司在以中层员工为核心的基础上，关注和培养基层员工，

做企业就是做人才，企业的任何一环节都需要由员工来实现，所以员工是企业生存和发展的保障，基层员工就是我们事业金字塔下的基石。部门在对基层员工的规划上，以提供平台，创造机会为原则，业务过程中适当的政策和区域倾斜，加强交流和沟通，让基层员工能在体系内成长，发展。

8、规范市场，整合品规

市场唯一不变的是变化，客户唯一不变的也是变化，和客户的合作一般只有这几种... 5