

最新党小组记录 党小组会议记录(精选5篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？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。

农贸市场招商工作计划篇一

一晃而过，弹指之间20xx年已近尾声，招商部全体同仁在集团领导的`亲切关怀下，在商业公司的正确带领下，同德同心，群策群力，全面推进xx购物中心项目调研、业态定位、招商洽谈和团队建设等工作，在取得了微小成绩的同时，也存在诸多需要改进的地方。现将一年以来的工作情况汇报如下：

根据xx购物中心项目实际情况20xx年的工作主要划分为三个阶段。

第一阶段：市场调研(x月-x月)。

第二阶段：项目定位(x月-x月)。

第三阶段：客户洽谈(x月-x月)。

(一)深入细致的市场调研，夯实xx购物中心发展基石。

没有调查就没有发言权，在浩淼无边的商海竞争中，市场调研是项目成败的桥头堡。大数据时代，要求我们要用科学的思维与方法来审视问题，夯实xxxxx购物中心项目发展基石。

基于此，由部门负责人xx带队，招商部全体人员积极参与，

赶赴xx及其周边各地区考察，并对区域内主力商家进行了专门访谈。重点对这些购物中心项目的运营现状、租金政策、品牌组合、消费客群进行了深入而细致的摸底。本着善取他山之石，精攻自家之玉的原则，此次市场调研工作，为xx购物中心项目定位、运作思路提供了详尽真实的基础资料和决策依据，是非常有价值、有意义的。

例如：商业调查数字分析汇总报告

1□xx市场大区域环境

2□xxx项目情况

3□xxx项目情况汇总

4□xxx项目情况汇总(商业)

(二)独到精准的项目定位，谱写商业大局。

项目定位是xx购物中心发展的核心与灵魂□xxxxx购物中心有别于其他任何一个商业项目，它依附于全球瞩目的xx酒店建筑群，服务于庞大的高端旅游商务消费客群，是独一无二的。如何发挥xxx的特有优势，又能兼顾xx的商业行情；既能引领并满足市场需求，又能规避和减少同质竞争；既能保证品牌质量，又能权衡租金收益，是招商部亟需攻坚的课题。经过十多次的项目研讨会，集思广益，反复斟酌，不断调整，精心论证，最终完成了以下报告：

□xxxxx购物中心项目业态定位报告》，创造性的提出打造会员制购物中心的概念，预计引进超过100家来自世界各地的知名品牌，为顾客带来奢华、艺术与国际化的生活体验，如同亲赴巴黎、米兰、伦敦、纽约等时尚大都会。在业态选择上，涵盖世界级奢侈品店、精品超市□xx商界领袖俱乐部□xxx酒吧

街、XX食街、XX巨幕影院等。在功能配比中，顺应市场趋势，又别具一格。体验业态占据XX%、高端餐饮XX%、精品零售XX%、顶级娱乐XX%、名品专卖XX%、配套服务XX%如图1。

图1 XXXXX购物中心项目业态组合配比

《XXXXX购物中心项目运作思路》，全面理清了项目运作思路，明确了时间进度与关键节点，制定了“主力店先行，以大聚小，逐步攻克”的招商策略。凝练了线上线下一体化运营思路（O2O模式占比40%）。

政策。明确了招商洽谈的基准商务条件。与此同时，全面完善了XX购物中心招商工具，统一了全体招商人员对项目的整体解读思路。

（三）卓有成效的项目招商，决胜商业标杆领地

1、招商团队全力以赴，超额完成全年指标

自20XX年XX月正式启动招商工作以来，招商部全体同事主动出击，从众多商家资源中大浪淘沙，筛选出适合项目的品牌客户，前往拜访客户100多次，吸引深圳、广州、上海等地30多批次客户前来实地考察XXXXX购物中心项目。招商部在XX个月的时间完成了总共XXX平方米、20多个品牌的意向签约；招商速度、品牌质量、租金收益均超过XX当地的市场行情，完成了商业公司赋予的招商任务。下表1显示的20XX年XXXXX购物中心签约情况。

表1 XXXXX购物中心签约比例统计

2、商业巨头竞相签约，进驻品牌质量突出 表2 XX月XX日后，新签意向统计表

随着这些品牌竞相签约入驻□xx购物中心项目招商取得突破性进展。

在进驻品牌质量把控方面，招商部通过对18个业态的xxxx多个商家的梳理，经过多次深入的沟通洽谈，签订了进驻意向的商家xxx多户，在谈品牌商家xxx多户。

(四) 高效出色的招商团队，护航xx购物中心项目发展

打造一支创新狼性的高效招商团队，为xx购物中心项目保驾护航，也是20xx年招商部门的工作重点之一。

自招商部组建以来，招商部始终保持在xx个人。

注重招商人员专业能力与职业素养的提升，组织了20多次培训，涵盖商业地产专业知识、招商技巧、客户沟通技巧、统一说辞、管理制度、工作心态等内容体系。

制定了灵活科学的招商队伍的激励与考核机制，包括招商日记制度、招商首问责任制度、业绩考核硬指标、业绩考核软指标等。

(一) 多措并举，进一步拓宽招商渠道

现阶段□xx购物中心项目招商以拜访，邀约为主，招商渠道单一，在会议招商、网络招商、活动招商等方面做的不足；面向的招商对象基本是品牌商家，对政府、商会资源的统筹利用、挖掘不够，尤其是在国家馆的招商方面，应充分考虑国际商会的桥梁作用。

(二) 主动沟通，进一步加强各部门之间协作

xx购物中心项目招商是一个系统工程，任何一个环节的疏落都会导致招商效果不理想，部门之间的沟通与协作是解决工

作难题，提高公司运转效率的重要途径，招商部应主动沟通，积极与兄弟部门协商解决，建立健全项目联席会议制度，形成整体合力，实现每个环节的有序衔接。

农贸市场招商工作计划篇二

今年以来，在县委、县政府的正确领导下，在全县上下共同努力下，我局紧紧围绕高新电子、汽车配件及旅游+开展主导产业招商、小分队招商、驻点招商、以商招商，加快推进落地重大项目建设，坚持生态立县，工业强县战略，全县招商引资取得了一定成绩，现将工作总结如下：

一、主要指标完成情况

1、实际到位资金：1-10月份，全县累计新签项目59个，协议投资额46.5亿元，到位资金7.65亿元，累计到位资金18.04亿元，同比增长15.8%，完成市下达目标任务90.1%。其中新签亿元项目16个，协议投资额37.9亿元，到位资金2亿元。1-10月份，全县直接利用外商投资764万美元，完成市下达任务数573万美元的133.3%，同比增长39.8%。

二、主要工作开展情况

（一）强化对外招商。一是继续实施招商引资“一把手”负责制。县委、县政府主要领导率先垂范，1-10月带队外出招商10余次，拜访了上海洪天、中建材、北京盛德等企业多家。二是持续开展小分队招商。副县长以上领导干部与联系乡镇、联系单位及部门结队外出招商，共开展小分队外出招商56次，拜会企业126家，并在本地接洽来访客156批599人。通过县党政领导和各部门的共同努力，今年来成功引进了东安太阳能、尚能风电、六股尖山泉水、洪天养老、溪口文化旅游、巴家坞精品酒店等一系列项目。

（二）强化项目推进。由县领导牵头负责，明确责任单位，

落实招商引资任务。一是推进中建材新材料园、齐云山旅游开发、黄山幸福新世界等重大在建招商项目建设；二是力促皖新物流园、智谷科技园、乐拓者旅游休闲中心、东安太阳能光伏分布式并网系统项目等9个重大招商签约项目早日开工建设；三是力争黄山科技职业学院、银沙滩至尊五星级酒店、中建材竹刨花板等意向性项目成功签约落地。

（三）强化宣传力度。一是完善招商宣传资料和项目库。通过到各部门收集资料、档案，对我县招商引资优势宣传材料进一步完善，让客商快速了解我县情况，增强投资意愿。二是充分利用活动平台。通过徽商大会、黄山旅游节、齐云山漫步大会等活动，积极宣传招商政策、发放招商宣传册，积极对接有意向的客商。同时，通过组织开展招商引资项目集中签约活动，加大宣传力度，扩大招商信息渠道，进一步推进招商引资工作。

二、存在的主要问题

从今年招商引资工作来看，主要呈现为：企业外向投资意愿不强烈，项目洽谈时间长落地慢；优质高新工业项目信息少，前来洽谈和落户建设的更少；受国家政策导向变化带来的新投资潮蜂拥而来，但省、市尚无具体的政策执行规范，洽谈把握难。

三、20xx年工作计划

一是积极主动开展招商。组建招商小分队，以“长三角”为主要目标，积极搜寻招商线索，主动上门招商。大力开展招商宣传，充分发挥网络招商、乡情招商、以商招商的作用。对有价值的招商信息，确定专人跟踪对接，确保项目落地。

二是抓好在谈项目落地。立足招大引强，进一步树立信心，强化对外招商，确保“粘住”一批项目：即加大与央企、名企的对接，中建材的竹刨花板生产线项目、新能源研究所项

目、中显生产基地，青岛伟业的银沙滩至尊酒店，黄山科技职业学院等一批重大项目签约落地。

三是全力做好招商服务。进一步理清思路，明确招商相关政策，完善决策程序；加快县经济开发区建设，完善工业招商平台；减化项目审批程序，促进项目早落地；建立项目专员制度，做好政企对接，积极做好项目金融扶持和上级资金政策支持。

农贸市场招商工作计划篇三

前言

第一部分 商业定位

第一章项目总体定位

一、前期沟通总结

二、项目总体定位

三、项目的功能定位

第二章商业业态定位

一、定位理由

二、业态定位

第三章商业名称定位

一、商业案名定位

二、博览城的解释

第四章商业管理功能定位

一、现有管理格局

二、金润物流的管理功能定位

三、现代化的管理体系

第五章商业经营业种定位

一、主题物流定位

二、经营业种定位

三、定位规划

第二部分 招商策略

第一章招商总策略

第二章招商阶段设置

第三章招商工作计划表

前言

商业物业是房地产业里经济价值最高的物业形态，在动态的经济大环境中，商用物业疲惫的活跃着——高回报刺激着巨资开发；而经营的艰难加大了风险。要让商业物业从“炙手”向“可热”转化，就要在分析大的物业环境下，结合项目本身，步步为营，攻克风险的城堡。

商铺时代的来临，催化了商业市场的竞争，加速了城市商业的繁荣，新兴商圈挑战传统商圈，随着城市改造步伐的加快和商铺概念的深化推广，市中心商圈和洪城大市场的商圈的

局面被打破，香江、鸿顺德纷纷涌现。本项目要在激烈的商战中占据最高点，就要做好工作中的每一环，而招商在工作环节中是关键的一环，它赢与否关系着销售战的再打策略。

要做好招商工作就要有一个好的招商策略来指导。我们的招商策略在“赢了再打”的总策略下，各工作环节环环相扣，做好“赢”的工作后，然后“再打”下一战役。

项目要生存，必须做好招商工作，积累前期客户；而招商的成功要有一个好的策略才能得以保证。但策略不是凭空而生的，是在市场的基础上，对商业准确定位后，在概念上创意不行，在经营上还要有思想。

第一部分 项目定位

第一章项目总体定位

本项目不是一个简单的商业地产或商业经营项目，因而在对它进行评介和探索其商业价值所在时，是在宏观区域市场范畴和大流通领域里寻找恰当的出路。

前期报告在充分的市场调查基础上，深入研究了南昌市的商业发展格局，并创造性的提出了“批发mall”的市场形象定位概念和物流中心定位。但是在市场定位方面，报告并未提出更多可供参考的选择。没有能够充分体现出本案的相对市场优势，“批发mall”的市场定位同样无法全面体现本案的核心竞争力，缺乏足够的市场引爆力。

鉴于此，我们针对前期市场调研报告中的部分内容进行了深度分析。

针对市场特点和本项目自身的优势，为加强市场引爆力，我司在原方案的基础上进一步对物流中心定位提升出主题物流概念。

本项目立足于服务周边市场，集批发、零商品展示交易、物流配送功能等为一体，具有强大辐射的大型现代化的主题物流中心。

1、功能组合

(1) 展示、交易功能区

该功能区是本案的主功能区。展示功能与交易功能区，形成了前“展”后“店”的格局，依托南昌对于江西极强的辐射作用，通过动态的展览展示提升本项目的辐射半径。

同当前批发市场的主要差异表现在：

集中主题规划，导购便利（吸收零售商业的优点）；

销售形式以开架式销售为主，统一结算，营造了良好的购物环境（良好的购物环境有利于吸引品牌或名牌企业进入、扩大零售和批发交易量；减轻经营人员工作压抑，营造舒适的工作环境）

可配计算机，进行客户管理，仓储管理（mis系统）-预留管线。

(2) 会展会议、推介培训服务功能区

该区域是市场的配套功能区，主要是提高本案的档次和水平；

组织国内和区域的各种专题交流会议和论坛；

(3) 零售功能区

零售功能区主要是拉动市场的人气，但是引入的零售业，不是按照商业中心区的业态引入，而是引入对批发市场经营有益的业态；引入的企业应该是行业的龙头，能够带动其它中

小企业和个体进入。例如，麦德龙的客户群有60-70%是团购客户，它走的是一种c&c的批零兼售的仓储式超市功能。

或者引入专业商店的品牌商家，如国美、苏宁等电器经销商；东方家园、百安居、好美家、欧培德等建材家居超市、法国的低压电器分销商企业蓝格赛等。将行业的巨无霸与小批发企业融为一体，借助大企业同小批发企业的错位经营，形成某种批发产品种类的集群。

同时，引入一定比例面积的超市，专营店，可以汇聚消费人流，增加本项目的出售或出租面积，降低投资商的风险，增加项目的成功率。

（4）休闲娱乐功能

本案的经营者既是一个庞大的经营群体，也是一个庞大的消费群体，一定对休闲娱乐功能存在着巨大的需求。一方面，为了业务的需要，接待客户需要一定的休闲娱乐设施，另一方面，批发业务通常在下午3-4点钟结束，需要一个消费的空间。同时，南昌洪城区域也没有较高档次的休闲娱乐设施和场所，在本案内建立一定的休闲娱乐设施，可以填补洪城区域相对缺乏休闲娱乐产业的需求。

该区域为配套服务区，以满足本项目经营主体和消费者需求为主导，兼顾洪城区域对于休闲娱乐的需求，可以规划批发商会所，设置各种时尚休闲的项目，例如健身房、桌球、乒乓球室、美容美发、壁球室、棋牌室等运动休闲项目；各种主题的餐厅、茶室；设置商务娱乐、餐饮和业余时间休闲活动功能等。

（5）仓储物流功能

仓储可以采用租赁自用和委托管理仓储服务区两种方式；

对于加工处理必须设计标准化的包装模式；

主要的功能有仓位租赁、托管、包装、加工服务、配送服务、验收货物、车库、租车。

（6）信息服务功能

信息服务功能区主要是收集、加工和处理各种行情，及时为入驻的企业发布信息，以指导企业生产经营活动，建立21世纪的智能化信息中心、成为行业市场信息发布中心是目标，主要功能为媒体发布行业信息、信息分析和收集、广告展新规划、展示广告设计、建立经济模型供求线、办媒体（杂志、报□□internet网络。

有组织的收集相关信息，并实行免费和有偿的服务；

创办市场自己的专业杂志和报纸，推介产品和邮购服务，发布推介的活动和企业形象宣传；

摊位展示主题设计服务，企业和商品的广告创意和设计服务，提高市场的整体形象水平；

借internet网络发布各种信息。

（7）商务办公服务功能区

由于本案的主要目标客户是企业，而不是个体经营者，在经营过程中，必然有的需要一定的办公空间，同时也存在诸多的商务活动。由于增加人员相对会增加成本，商务功能服务区就是代理商务服务。这些企业由于规模较小，资金能力有限，在商务活动中，迫切需要一个能够提供完善商务服务的办公环境。

会议室/中心：供入驻的中小企业召开各种会议使用；

俱乐部：中小企业家的乐园，一方面有固定的场所，另一方面可以获得许多的优惠和服务；

结算服务：是在银行统一指导和管理下，保证资金的安全性和经营过程的可信性；

会计、律师、广告、印刷等相关服务业的办公室；

商务办公区将成为大客户的办公场所和小型客户的交易场所，并提供各种相关的商务配套服务，与铺位交易形成互动。

（8）管理功能

管理是保证交易的正常化的基本保障

组织由政府有关部门、发展商和经营主体共同参加的市场管理委员会；

制定和修改市场的管理规定；

解决市场纠纷和分歧；

检查、监督产品的质量；

决定非营业时间的进出货、防盗、防火；

确定商品包装的标准；

处理紧急情况的问题；

组织有关推介、展示、培训等有利市场的活动；

争取政府的优惠政策，创造良好的市场平台环境；

成立具有行业特点的中介服务组织，专业商会，行业协会。

(9) 公共设施、环境服务区

完善的公共设施，才能保障批发市场能够正常运行。公共环境包括市场内部和外部。外部公共环境是市场的外部形象的直接体现，在建筑外观设计上追求时代气息，配套环境协调一致的主题风格，当然还包括公共停车场、良好景观环境、舒适工作环境、方便的购物工具、快餐吧等；内部环境设计购物动线通畅、清晰，空间利用率高，环境卫生整洁，给人们提供舒适的工作和购物环境，还包括电话、公共网络、供水、电暖设备、保安、报警、防火、餐饮配套等。

2、产业结构组合

门类配置标准 门类权重比例 门类细分

基

础

门

类食品类 35% 包装食品、礼装食品、保健品、绿色食品等

烟酒类 烟、酒、饮料等

服装类 各类服装、鞋帽、纺织品等

发

展

型

门

类家居类

35%装潢材料、五金、床上用品、美居用品、家具、精美工艺品、花卉等

电器类电视、音响、电饭煲、冰箱、洗衣机、空调、吸尘器、微波电器、消毒柜等

玩具、文具类儿童玩具、成人智力玩具、办公文化用品、乐器、小型科学器材等

潜质

型门

类休闲用品

10%体育健身器材、户外活动器材、钓鱼器材、老年保健器材、休闲体育服装及用品等

影象图书各类图书、期刊、电子影象制品

大综型传统门类日用小百货17%

特殊门类地方性土特产类3%

古玩类

二、商业业态定位

本项目的功能架构是由批发、零售、采购、配送及配套服务构成，是以主题物流为依托，集批发、零售、采购、配送及配套服务功能于一体的大型展示交易中心。

三、商业案名定位

为降低项目风险，本项目的商业案名定位为：

江西国际商品博览城

博览城是指以江西省庞大的资源为依托，集产品会展、交易、信息、服务功能于一体，具有一定档次，统一形象，统一经营。

农贸市场招商工作计划篇四

继9月29日，五台子办事处召开招商引资动员大会以来，充分利用辖区资源优势，不断改进和创新招商措施，优化投资发展环境，加大招商引资力度，到目前为止取得了明显效果。办事处具体从五方面做好招商引资工作。

一是通过构建招商网络加大招商力度。由办事处经贸办牵头，搭建办事处各部门、社区、辖区单位招商网络。通过招商推介会、互联网等及时发布招商信息，把办事处、社区的地理区位优势、资源优势、政策优势推介出去，吸引投资。

二是通过强化措施提升招商效果。突出领导带头招商，强调以情招商、以商招商、以友招商，强化企业主体招商，充分利用闲置资产招商，深入开展项目招商。

三是通过完善机制落实招商责任。完善招商引资目标责任制，制定好招商引资奖励办法，并严格考核兑现。加大招商工作的督促落实，实行办事处领导招商工作定期汇报制度，根据招商进度及时调整措施。

四是通过社区宣传，加大招商引资力度。在社区醒目位置设立招商引资宣传角，印发招商引资宣传册，宣传西市区招商引资工作的政策，营造招商引资氛围。各社区召开新闻发布会和招商引资座谈会，利用在职党员进社区，开展一系列活动，同时号召有经验的专业人士献计献策，充分做好招商引

资工作。

五是通过加大协调服务力度，改善招商环境。把一事一议、特事特办机制坚持经常化，能现场审批、现场办结的立说立行。积极主动与招来的企业、投资商沟通联系，解决企业开办和发展中遇到的困难，为投资者提供便捷的服务。近一个月以来，办事处引进项目三个，有意向的项目三个，到位资金达到1400万元。从年初到目前为止，共引进项目30个，正在洽谈的有一个，有意向的一个，到位资金总额99580万元，完成年计划92%。办事处以招商引资加快了经济发展，街域经济发展态势良好。

农贸市场招商工作计划篇五

在新形势下，可依托我县的优势资源、优惠政策和优良环境进行宣传、推介。针对旅游、电商物流、新能源、新材料、生物制药、竹产品精加工、矿产品深加工等优势产业投资形势，结合大武县新兴产业投资有利资源环境、产业优势，制作新的《大武县投资指南》，并对外发放大武投资指南推介资料；利用传统媒体和互联网媒体在大武资讯报、石家庄日报、大武县政府站、大武资讯网、微信等发布有价值的项目信息，宣传大武的投资发展新环境，吸引客商来我县投资兴业。

在我县现有的优势资源的基础上，进一步加大招商小分队外出招商的力度并继续充实招商引资小分队。一是以“结识一批新朋友，洽谈一批新项目，促成招商在谈项目变成合同项目”，不断扩大招商引资实效。二是以“长三角”、“珠三角”等地为重点招商引资区域，并根据招商对象、招商项目的实际需求提供“一对一”的量身定制服务，主要围绕旅游、电商物流、生物制药、装备制造等领域进行精准招商，力争在今年引进1家世界500强来我县投资开发，以提高招商引资的成功率。

加强对大武现有可招商项目的调研工作，创新招商引资模式，优化招商引资环境，坚持创新引领、开放带动、绿色发展、精准招商、合作共赢的工作思路，全方位、多层次、宽领域地开展招商引资活动。要扩大可招商范围，加强现有企业、现有资源的科技创新力度，努力吸引一批有高新技术、环境友好的企业入兴（如今年入驻大武的新科生物科技生产项目），提高产品技术含量，增加产品附加值，特别是电商物流、生物制药、装备制造、毛竹产品精加工、矿粉深加工等领域，以更好地促进大武县经济继续稳定增长。

加大竹产业园区的招商引资力度，延长产业链，引进与竹产业发展密切相关的油漆、胶水、包装等配套加工企业，集竹文化展示、竹类经营、竹产品生产加工和观光旅游、科研一体的综合性、高档次竹产业生态工业园区。目前，招商局正在积极与浙江、广东、山东等地一些科技含量高的知名企业进行洽谈与沟通，如山东赛伯乐投资集团（主要生产生物基管道）等企业。力争引进一两家毛竹深加工企业落户我县，打造大武精品毛竹产业园。

鉴于大武现在土地资源紧缺，建议一要盘活现有工业园区内以及县域范围内的储备土地，有针对性的根据现有土地进行有选择性的招商；二是建议政府对工业园区内已出让土地但没有开工建设的项目进行催建，并规定时间进行建设，如不开工建设则由政府按原价收回，进行重新出让，达到土地经济利用最大化。

针对企业产品销量低，销售市场没有打开而导致企业难以存活的问题，建议政府多引导企业加强市场调研工作，拓宽销售领域，多接订单，提高企业产量和销量，吸引电商物流等相关企业来大武投资发展。

农贸市场招商工作计划篇六

20xx年即将结束，招商部全体成员整装待发，期待在xx年的

工作中找到突破，为使得工作更加有条理有目标，我们规划下面的几项工作作为xx年招商部主要的工作来做：

打造一支专业、高素质的招商团队，是产业地产招商工作顺利进行的重要保证，一切招商业绩都起源于有一个好的招商团队，建立一支具有凝聚力、合作精神的招商团队是我们园区的根本。在一月份的工作中建立一个和谐、具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓，而且这也是招商部一项长期的主要工作□xx年要加强招商人员对《产业园区招商实战攻略》一书的学习，尤其是新加入我们招商队伍的。

招商管理是企业的大难题，招商人员外出，招商人员绩效，招商人员情绪管理，是提高园区业绩一个重要步骤。完善招商管理制度的目的是让招商人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高招商人员的主人翁意识。

培养招商人员发现问题，总结问题目的在于提高招商人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

寻找多种招商渠道与开拓新的招商方法是招商部成员xx年工作路线，在不断寻找新渠道新方向的基础上，改善招商方式与方法，提高业务效率。

今年的招商目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的招商任务，把任务根据具体情况分解到每月、每周、每日；以每月、每周、每日的招商目标分解到各个招商人员身上，完成各个时间段的招商任务。并在完成招商任务的基础上提高招商业绩。

产业园20xx年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的招商团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

农贸市场招商工作计划篇七

本站后面为你推荐更多招商工作计划！

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。

农贸市场招商工作计划篇八

为完善招商引资工作机制，落实好单位二季度招商引资工作任务，创造优质高效的服务环境，落实强化好“三项制度”和“一个保障”，特制定二季度工作目标。

坚持领导带头，拓展信息搜集渠道。首先从思想上高度重视招商引资工作，实行单位领导亲自部署，全员联动，狠抓落实，实行一周一汇报，一月一调度，一季度一考评的方法，确保招商引资工作有专人抓、专人管，确保单位二季度招商引资项目引荐信息不少于3条。其次继续坚持走出去，引进来的理念，大力依托大型项目建设，摸清项目需求，拓展招商引资信息引荐渠道有针对性的做好招商引资信息资源的整合和上报。

扎实开展招商引资抓签约、促开工“百日攻坚”活动，紧紧围绕盐化项目区和现代观光农业，积极开展对外招商引资推介活动和联谊活动，及时收集有效项目信息，确保搜集提供万元以上有价值项目信息3条以上，完成1个以上项目签订投资协议并正式开工建设。

继续通过外出学习、联谊、洽谈突出宣传我县的招商引资政策，进一步优化招商引资服务环境，对有意向合作的投资者实行无偿咨询服务，对引进项目做到服务零距离，规范零投诉。使客商进得来，留得住。

加强会议汇报制度，强化项目投资信息搜索后的跟踪联络，及时分析跟踪进展，建立项目跟踪管理台账，收集整理后及时上报，积极争取实现1个万以上项目落户。

县气象局

二0xx年五月七日