

# 市场运营管理方案制度(大全18篇)

调研方案的制定需要充分考虑时间、人力、资金以及实际可行性等因素。小编整理了一些可以解决问题的整改措施，希望对大家有所帮助。

## 市场运营管理方案制度篇一

公司取名为武汉天子烧烤有限责任公司，公司的发展将立足于武汉市，打造武汉特色小吃。公司将建立在我的家乡武汉江夏，借鉴海底捞火锅的经营模式，采用科学的管理方式，努力将公司打造为理论与实践相结合的一流餐饮公司。

学习海底捞公司的经营文化，“体验美味、享受生活、拥有健康、共创卓越”的发展理念，倡导“用双手改变命运，靠勤奋实现梦想”的价值取向，公司上下形成了“同心同德，争创武汉一流餐饮企业；上下齐心，打造武汉第一火锅名牌”的创牌氛围。

优势：烧烤行业投资不多，但回报可观。烧烤的种类比较多比较吸引人，烧烤店在学生中是很热门的休闲、聚会场所。在江夏纸坊，烧烤以正规门面发展生意的地方较少，就市场饱和度来说，还未达到市场饱和，存在供不应求现象。

劣势：一是烧烤本身是不能多吃的，这点也制约着烧烤行业的发展，二是烧烤店存在很大卫生问题。

由于在江夏纸坊烧烤店分布不集中、店面较少，竞争相对平缓，行业威胁较小。

初步设想第一年投资20万元，由于个人和父母经济情况有限，打算实行入股原则，吸纳资金。门面选择在距离中百仓储部远的体育馆附近，这里不管白天还是夜晚，人流量都很大。初步打算10万元用于门面租赁和装修，5万元用于食材购买和

开业促销，另外5万元用于员工工资。

1、烧烤店分为三个部门，一是后勤采购部，二是前台服务部，三是后台厨房。初步设想招聘十个人，五个人负责前台，两人负责后勤，三个人负责厨房，任帆为老板。

2、工资标准：后勤和前台各位1900元/月、厨房为3000元/月

3、员工保障：设立员工奖惩措施，为员工办理相关保障，激发员工工作干劲。

开业前一个星期进行试营，运用各种促销手段，主要有以下几种方

一、打折优惠：试营期间打八折。这种方法是最直接的能够让顾客切

实得到实惠的手段，它能让顾客很直观的感到确实得到了便宜，心理上暂时得到较大的满足。缺点就是，打折多了，成本较高，打折少了，不能起到效果。

二、现金券：优惠力度与打折优惠相比，力度小了一些，实际上是一

样的折扣，但是需要两次消费。是一种牵制诱导消费性质的促销手段。试营期间消费满100送20，满200送50以此类推。

三、会员制折扣：会员制优惠促销是一种长期的优惠手段餐厅开业初

期，客源不足，会员发展的速度可以要客。试营期间，降低会员加入门槛吸引顾客。快些，以后如果人气已经聚拢，甚至每天就餐都会出现等位，排队现象，会员的发展就要减慢速度，甚至停止。

## 市场运营管理方案制度篇二

免费车辆需由公司总经理签署后，交由车场主管发行免费卡。

2、财务部同事与租户签订车位租赁合同，租约复印件交管理处财务部备案，同时知会车场主管车位出租情况。由车场主管发行月票卡。

3、每月由财务部根据租约的规定时间发单通知、催促承租人交缴租金。

4、租户在缴完租金后，凭缴款单位由车场主管对卡进行延期。

5、注意事项：

领取月票卡时，需向财务部缴纳100元/张作为押金。如因原卡遗失、损坏等原因，需重做卡时，需向车场主管阐明原因并出示缴款证明后方可重新领卡。

1、车辆驶至车闸旁取得泊车票，闸杆升起；

2、司机按车道标志指示驶入停车场；（注意服从保安员指挥）

3、车辆选择车位泊好，锁好车门，离开；

4、离开车场时，司机驾车并持时租车票驶经收银处缴费；

5、泊车未到十五分钟者，免收停车费，每小时5元/小时收取；

6、司机在缴完费后需尽快驶离大厦，以免阻塞车场出入口；

1、货车进入首层卸货时，需停泊在卸货区内；

3、货车收费标准与时租车辆一致；

5、货车在卸完货物、清点完毕后，需尽快离开，以便其他货车进场；

6、货车离场时，持卸货车辆停车证时租卡到收银处缴费。

1、摩托车进场后，由摩托车收费员发卡，一半悬挂于摩托车上，另一半由车主保管；

2、摩托车必须听从摩托车收费员安排，排放整齐；

3、摩托车出场时，需由摩托车收费员对卡进行核对后交付保管费方可离场；

4、摩托车收费标准为一元一张，月保费40元/月。

### **市场运营管理方案制度篇三**

第一条：本着顺应公司总体发展需求，经充分市场调研，由董事会讨论通过，对条件成熟、有良好发展空间的建筑市场以及与之相关的产业可设立分公司。

第二条：对已成立的分公司，按承包经营责任制模式，承包人实行竞争上岗，承包周期为xx年，竞争承包人的资格须经董事会讨论，董事长批准。

竞争承包人须具备以下基本条件：

1、以公司整体发展为己任，顾全大局，立足长远。

2、有较长年限的生产经营经历，对所竞争的建筑市场熟悉，有较高的管理驾奴能力。

3、有相应的经济实力，保证承包金的按期、足额上缴。

第三条：新成立分公司程序及要求：

- 1、新成立的分公司年承包金额不低于xx元人民币。
- 2、新成立的分公司年入账收入不低于xx元人民币。

## 第二节分公司管理

第四条：分公司应结合本单位特点，建立健全完善的管理体系，加强制度建设，确保经营、质量、安全生产、文明施工、综合管理、财务管理、队伍管理等各项工作到位，并将分公司管理体系报公司备案。

第五条：分公司人事管理实行定编、定岗、定薪。由分公司负责人结合分公司实际情况，制定分公司岗位任职资格、待遇、报酬等相关条件，报经公司总经理批准后实施。分公司使用员工一律实行竞聘上岗，但同等条件下，分公司员工应优先使用公司已在册的职工，分公司与所聘用的员工必须签订劳动合同，明确其岗位、职责、工资标准、福利待遇、保险等。

第六条：分公司临时聘用人员，本着谁使用、谁负责的原则，订立协议，协议必须明确具体期、岗位、待遇等条款，临时聘用协议周期原则上不超过一年。

第七条：分公司应大力加强企业思想文化建设，构建和谐、团结、积极进取的良好氛围，想方设法引进人才、留住人才、用好人才。

第八条：分公司应积极为员工创造继续培训教育的机会，以不断提高其业务素质和管理能力。

第九条：单位公章及合同章、资信材料、介绍信统一到总公司办公室领用，履行登记手续。

第十条：各分公司负责人对本单位的印章、资信材料的使用与保管负直接责任，由分公司负责人明确专人保管与使用，印章、资信材料的使用人必须坚持原则，要有强烈的事业心、责任感，有良好的职业道德，建立印章、资信材料的使用台账，使用情况及时向分公司负责人汇报，严禁为非法活动和违背公司经营方针的材料加盖公章、出具资信和介绍信。

第十一条：分公司财务管理：各分公司应设立财务科，财务人员配备不得少于两人。

第十二条：分公司的财务制度、财务行为必须依据国家法律法规进行，若出现违法违规行为，其责任由分公司负责人以及财务手续执行人共同承担，分公司负责人不得强制财务人员执行不符合财务纪律的行为。

第十三条：分公司必须建立质量管理机构，负责制订本分公司质量创优计划，定期检查在施阶段工程质量，有计划有组织员工进行施工操作水平和质量意识，积极引进新技术、新工艺，鼓励技术创新。

第十四条：鼓励分公司工程创优，分公司单独创优工程所获得证书，可在各有需求的分公司间有偿使用。

第十五条：分公司必须建立安全生产管理机构，具体负责本单位安全生产管理工作，其成员由负责生产经营及安全生产管理负责人，各工程对、项目部安全管理人员，定期不定期进行安全生产检查指导，明确安全责任，杜绝安全隐患，制定安全管理应急预案等，若发生安全事故的应及时向分公司及上级主管部门汇报。

第十六条：分公司应充分重视经营管理工作，加大经营力度，经营方式灵活机动，把经营工作放到各项工作的重点位置，同时也要对承接的工程项目进行调研、认证，形成书面报告，尽可能规避风险，对投入较大的项目应及时向公司汇报。

第十七条：分公司应加强合同管理工作，签订工程合同时，应认真把握，细致研究，合同条款明确规范。

第十八条：分公司负责人在承包经营期满时，必须保证跨入新一轮承包期的施工产值不低于自身完成承包经营期三年平均产值的50%。

第十九条：分公司负责人有下列情形的，由总经理提议，董事会研究，可免去其分公司经理职务：

- 1、分公司负责人不顾公司利益，有与公司发展背道而驰的行为。
- 2、承包内不能按时足额上缴承包金的。
- 3、分公司出现重大质量、安全事故的。
- 4、经营方法不当、经营手段不力致使分公司严重亏损。

第十二条：分公司管理人员聘任。解聘由分公司负责人决定，报公司备案。有下列情形的分公司负责人可以直接解聘：

- 1、不适应所聘岗位要求，造成分公司工作被动。
- 2、因自身工作不力，造成分公司亏损或产生严重的负面影响的。
- 3、严重违背请销假制度，不请假离开分公司连续一个星期或累计达一个月的。

第二十一条：分公司在经营过程中，出现质量、安全事故、发生违法经营行为被相关管理部门处罚时，公司对分公司负责人有权实行追加处罚，被相关管理部门暂停经营资格的，按其年度承包金的1-3倍追加罚款，被相关管理部门吊销经营资格的，按其年度承包金的10-30倍追加罚款。在实施上述处

罚时，公司仍保留进一步追加处罚的权利。

## 市场运营管理方案制度篇四

随着近年来科技的进步，人们生活水准的提高。在物质和文明都高度发达的现代社会，“停车场是第一大堂”的概念早已深入人心，而停车管理团队的质量跟公司的形象密不可分，打造与其品质相符合的停车管理团队。是各发展的首要任务。阳光海天停车管理事业，拥有先进的停车场经营理念。利用现代化智能化的科技手段、先进的停车场管理经营理念，为客户提供全方位的停车管理、治安监控服务。

专为5a级写字楼、四星级以上酒店、高档商场、公寓等提供最优质、最专业的停车场运营管理服务。

阳光海天公司是实力保障，我们专注于每一个停车场项目，提供最细致、最专业的停车服务；先进的国际理念，结合服务中国停车市场的本土经验，让我们深谙客户需求，为业车与车主提供科学周到的停车服务。

我们提供的不只是停车场，让停车成为享受！“科学化、人性化、专业化、智能化”的现代停车服务管理理念，为业车与车主提供科学周到的停车服务。“一流的素质、一流的形象、一流的服务、一流的管理”为您公司打造一流的形象，让停车场成为公司的第一大堂。

阳光海天公司根据客户的需求，提供退伍军人、中专生、高中生及至大学生等多层次人员组成的车场管理团队。我们的停车场管理服务，是超出车主预期的服务，是方便车主的服务，是让车主放心的服务！

停车场运营管理服务是阳光海天最具竞争力的业务模块，在市场有极高的评价和品牌声誉。阳光海天年轻、靓丽、专业



的车管团队能为停车场提供如下服务：

阳光海天公司与全国各地56所签约，为应届毕业生提供实习及就业岗位，此外我们还与北京、本溪、长春、哈尔滨等地的部队合作，为退伍复转军人提供就业岗位。三年的努力与付出，使得阳光海天在业内愈加耀眼，阳光海天已经逐渐成为停车行业一面高昂的旗帜，正引领着停车行业的前进和发展。

“停车场是第一大堂”的概念早已深入人心，是一个公司品牌的象征，阳光海天拥有专业的培训机制，培训课程，以及管理体制，凭借专业培训及管理体系，从着装管理，形象培训，礼貌用语三方面，为您打造服务一流停车管理团队。

在物质和文明都高度发达的现代停车场，停车已经向更高层次的服务转型，让客户获得更满意的服务，是我们阳光海天公司的标准，我们的优势在于，完善的培训以及管理机制，让客户能够便捷的享受停车服务。节省客户的时间。享受星级引导服务。

近年来，停车场车辆安全问题频发，停车场的安全问题，已经逐渐成为众多消费者所关注的问题，而作为停车管理公司怎么样提升消费者的信任感，是公司停车运营管理中的重中之重，阳光海天公司，聘请专业的运营专家，对停车场的停放管理做了深入分析，制定了一套科学的，严格的停车场巡视检查制度。并通过专业的培训管理，每一个车管员，经过严格的培训，深入学习，严格执行，确保停车场的每一辆停放车辆的安全。

停车收费管理，是整个停车管理中占据举足轻重的位置。管理不善，成本费用增加，是众多停车场收费管理所存在的问题。阳光海天公司的专家团队，通过对各停车场的收费管理进行分析诊断，制定出了完善的收费管理体制。并通过我们的专业培训以及管理，为各大停车场解决了收费管理的顽疾。

解决问题：品牌形象问题，为您的停车场建立专业的，高素质的公司品牌形象

方案价值：标准的大厦礼仪形象，有效的提升公司形象，消费者满意度。

解决问题：乱停车问题，车主迷路问题，为您的停车场打造专业的运营团队。

方案价值：健全的车辆引导机制，有效的提高停车场车位利用率，节省客户停车时间。为您有效的提高停车场的效率。

解决问题：车辆安全问题，停车场安全问题。为您打造一流的停车环境。

方案价值：严格的停车场巡视检查，有效的保证客户车辆的安全。停车场安全。减少停车中带来的损失。为您公司减少停车场中所遇到的各种安全纠纷。

解决问题：停车场费用混乱，成本混乱问题。为您的停车场打造完善的财务机制。

方案价值：完善的收费管理机制，解决了停车场收费管理的顽疾，减少成本开支，避免各项费用混乱。保证您公司停车场的财务费用有效运转。

## 市场运营管理方案制度篇五

市场运营总监 上海睿缮生物科技有限公司 上海睿缮生物科技有限公司, 睿缮生物, 睿缮 职责描述:

1. 协助制定公司发展战略, 参与制订公司产品发展规划、经营目标、营销策略和计划;

3. 组织制订运营管理体系、工作流程与规章制度, 并监督执行;
4. 组建与管理销售团队, 制订系统的专业培训计划并实施, 提升团队业务能力;
5. 行政等主管部门保持良好沟通, 保障公司业务的正常开展;

任职要求:

- 1、 全日制大学专科及以上学历, 有5年以上市场销售运营管理经验者优先;
- 2、 良好的沟通技巧和组织协调能力, 富有激情和创造性;
- 3、 具备很强责任心、事业心, 执行力强, 有一定的抗压性。
- 4、 较强的业务拓展能力、团队管理能力, 业绩导向管理。

## 市场运营管理方案制度篇六

经济效益: 第一年实现纯收益300万元, 第二年2千万元, 第三年1亿元人民币。

社会效益: 三年成为河南汽车旅游服务规模效益品牌实力第一名, 成为河南旅游的知名企业。

### 二、运营战略

效益战略, 价格战略, 服务战略。

效益战: 效益永远是企业的第一任务, 第一追求, 终极目标, 企业必须为自己为员工为社会创造财富, 追求企业的高效益高成长快发展。效益最大化最佳化和跨越式发展。

价格战：价格战，是企业参与市场竞争的核心战役，是争取市场争夺消费者的最直接最简单的战争法则。价格战必须打，而且要打好打赢价格战。

服务战：服务力=竞争力，服务力-生产力。服务是企业经营管理的硬指标硬任务硬工程，服务工作做不好，特别是国宾汽车旅游服务企业，服务质量是企业的生命线。一定要把服务文化体系建设好，落实好，为企业赢得口碑，赢得发展。

### 三、运营时间

20xx年8月至20xx年8月□20xx年5月至8月，为试运营期；第一年□20xx年8月至20xx年8月；第二年□20xx年8月至20xx年8月；第三年□20xx年8月至20xx年8月。

### 四、运营规模

第一年“公车公营”车辆规模不少于80台。第二年以后保持车辆规模在300台以上。

### 五、运营计划

#### (一)、效益计划

##### 1、品牌效益

品牌就是效益，品牌创造效益。影响力=生产力。企业的品牌，看是无形，实为有形，为企业的发展提供巨大的潜力与空间。只要企业认识到了这一点，这就是企业的第一发展力。

##### 2、规模效益

“公车公营”一定要上规模，有规模才有市场竞争力，才能争取更大的市场，才能创造企业的品牌。规模效益的另外一

层意识是，横向拓展企业发展规模，创造多元化经济效益与企业综合效益。

### 3、文化效益

以实击虚，用有形带动无形，用实业带动文化行业，在广告传媒、景区营销策划、以及旅游服务上广开财路。比如：车体、车内广告、车载传媒，景区班线开发及营销，景区营销策划，中国汽车旅游网、创办《汽车旅游》报刊等，为自己创造文化传媒平台，为企业创造品牌文化，同时为旅游发展提供服务，创造效益。

### 4、增值效益

多元发展战略，在车辆营销、站场建设、旅游集散中心、旅游景区等行业发展延伸，创造企业效益新的增长点，向企业产业升值运营方向发展。

### 5、营运方式

企业通勤班车；旅游包车；旅游班线；接机送站；会展服务等。逐步向服务车辆多元化、规模化发展，从租车服务向售卡服务发展。

#### (二)、价格战役

主产品价格战役。由于有了综合效益，才能在单项收益上实行价格战略，实施让利优惠政策，才能争夺市场，取得市场竞争的决定性胜利。单一经营的利益空间是十分有限地，没有战略的高度，就无法获得战术的胜利。用让利获得企业的大发展。

比如：旅游包车：制定价格底线，主导市场价格，让利客户，让利于民，用主导价格取得市场。

### (三)、服务品质

- 1、汽车旅游服务：一定要把汽车旅游服务质量做好做扎实，形成国宾服务标准品牌，建设国宾汽车服务企业品牌文化。
- 2、景区服务：大胆开发景区直达旅游班线，只要做成一个景区的一条班线班车，就会获得河南及周边省份旅游班线班车市场，创造出巨大的市场经济效益。
- 3、旅行社服务：成立“国宾汽车服务旅行社俱乐部”，会员单位享受优质优价服务，铸造企业品牌，赢得更大市场。

## 六、运营保障

### (一)、行动保障

敢想贵在敢干，事业都是干出来的。一定要付出行动，付诸于行动。不行动，一切都无从谈起。要敢为人先，敢于承担一定的风险，走在别人的前面，创新经营，而且时间就是机会，时间就是效益，时间就是生命。

### (二)、人才保障

事都是人干出来的。再难的事，只要有了人，就有了解决的可能。企业的发展，关键在人，关键在人才。合理的人力资源配置，是事业企业发展的第一保障。人才是企业的第一资本、第一生产力。

用人要重德才兼备。人才要重事业，轻名利，只有把事业做成了、做大了，利益就自然获得了。

### (三)、机制保障

企业要有一个良好的用人机制，要给人才一个创造价值实现自身价值最大化的平台。真正的人才，是追求创造价值的，

没有实现价值的机制与平台，是留不住大才和天才的！

#### (四)、资金保障

适当的运营资金保障，是事业成功的必须条件。这是一个资本运营的时代，四两拨千斤，点石成金，需要必要的资金支持。

#### 备注

规划都是指导性地、战略性地，规划在实施过程中，是瞬息万变的。目标不变，追求发展和利益最大化是总目标，具体实施是多变的、万变的。规划在不断地发展创新与完善中进行，只有这样，才会获得企业的科学发展，跨越式发展。

## 市场运营管理方案制度篇七

第一条 为了提高商场超市安全生产管理水平,加强安全生产监督管理,预防和减少生产安全事故,保障人民群众生命和财产安全,根据《中华人民共和国安全生产法》(以下简称《安全生产法》)及有关法律、法规,结合本市实际情况,制定本规定。

第二条 本行政区域内建筑面积在1000平方米及其以上、或者地下建筑面积在500平方米及其以上的商场超市的安全生产,适用本规定;有关法律、法规、规章对消防安全、特种设备安全另有规定的,适用其规定。

本规定所称的商场超市是指从事商业零售的店铺。

第三条 安全生产管理,坚持安全第一,预防为主,综合治理的方针。

第四条 市和区、县安全生产监督管理部门对商场超市的安全

生产工作实施综合监督管理；公安消防、质量技术监督等行政部门按照有关法律、法规的规定，分别对商场超市的消防安全、特种设备安全实施监督管理；商务行政部门依照本规定负责商场超市的安全生产行业管理工作。

第五条 商场超市应当遵守本规定和其他有关安全生产的法律、法规、规章；具备国家标准或者行业标准规定的安全生产条件。

不具备安全生产条件的，不得从事生产经营活动。

第六条 商场超市的主要负责人对本单位的安全生产工作全面负责，履行下列职责：

- （一）建立、健全并督促落实安全生产责任制；
- （二）组织制定并督促落实安全生产规章制度和操作规程；
- （三）保障安全生产投入的有效实施；
- （四）定期研究安全生产问题；
- （五）督促、检查安全生产工作，及时消除生产安全事故隐患；
- （六）组织制定并实施生产安全事故应急救援预案；
- （七）及时、如实报告生产安全事故。

第七条 商场超市应当制定有关安全生产的责任制、教育培训、检查、奖惩、事故报告、重点部位、设备设施、危险作业等管理制度。

第八条 商场超市应当依法对从业人员进行安全生产教育和培训；未经安全生产教育和培训合格的从业人员，不得上岗作



业。

安全生产教育和培训情况应当记录，并至少保存两年。

特种作业人员应当经专门的安全作业培训，取得特种作业操作资格证书，并持证上岗。

第九条 商场超市从业人员超过300人的，应当设置安全生产管理机构或者配备专职安全生产管理人员；从业人员在300人以下的，应当配备专职或兼职的安全生产管理人员，或者委托具有国家规定的相关专业技术资格的工程技术人员提供安全生产管理服务。

第十条 商场超市应当按照规定配备消防设施和器材，并指定专人维护管理，定期检查消防设施、器材状况，保证消防设施、器材的正常有效使用。

商场超市设有消防控制室的，应当安排专人24小时值班，值班人员应当做好值班记录。

第十一条 商场超市应当在有较大危险因素的部位、设备和设施上，设置安全警示标志。安全警示标志应当设置在明显位置，便于识别。

落地式玻璃门、玻璃窗、玻璃墙应当设有警示标志并设置在显著位置。

第十二条 商场超市安全出口的疏散门应当向疏散方向水平开启；不得以任何理由占用、堵塞或者封闭安全出口；安全出口的宽度不得小于1.4米，两侧1米范围内不得设置、堆放或者悬挂任何物品；安全出口门内门外1.4米范围内不得设踏步，并不得设置门槛。

第十三条 商场超市的营业区域内应当设置疏散通道。主要疏

散通道应当直接通向安全出口，宽度不得小于2.4米；辅助疏散通道宽度不得小于1.5米。

超市的收银区域应当设置无购物通道，按照收银区域的宽度每20米至少设置一个，宽度不得小于1.5米，无购物通道应设有明显标志。

第十四条 商场超市与文化娱乐场所设在同一建筑内的，商场超市应当配合文化娱乐场所经营单位做好人员疏散工作。

第十五条 商场超市的安全出口、疏散通道和楼梯口应当设置灯光型疏散指示标志，疏散指示标志应当明显、连续，设在安全门的顶部、疏散通道和转角处距地面1米以下的墙面上，指示标志的间距不得大于10米。疏散通道应同时设置蓄光型疏散指示标志。

第十六条 商场超市应当在安全出口、疏散通道、重点要害部位和人员密集区域设置应急照明灯。应急照明达到地面的最低照度不得小于0.5勒克斯，断电后连续照明时间不得少于20分钟。

第十七条 商场超市在营业期间进行装修、维修、改造等施工的，施工区应当与营业区隔离，并采取安全措施，确保施工安全。

商场超市应当与施工单位签订专门的安全生产管理协议，明确安全责任。

第十八条 商场超市将营业场所、设备出租的，应当与租赁单位签订安全协议书，明确各自的安全管理职责。不得出租存在安全事故隐患的经营场所和设备。

第十九条 10千伏电压等级且容量在630千伏安及其以上的变配电室，应当安排专人24小时值班，值班人员应当做好值班工

作记录。

第二十条 变配电室应设置防止雨、雪和小动物从采光窗、通风窗、门、电缆沟等进入室内的设施。变配电室的电缆夹层、电缆沟和电缆室应采取防水、排水措施。变配电室出入口应设置高度不小于400毫米的挡板。

## 市场运营管理方案制度篇八

企业的定位：

在目前市场经济竞争十分激烈的环境下，一个新创办的新型企业对自身的内涵及条件应充分地了解，为使企业在今后的发展壮大中避免失误，少走弯路，企业在开办初期就应有正确的定位，制定好相关策略，落实好措施。一些成功发展史的经验研究证明，一半企业是在诞生后的头三年内被淘汰。为了使企业能够长期生存，稳定发展，立于不败之地，企业制定长远的发展思路是十分必要的。

一：企业根据自身的条件及经济实力，定位在董事长的领导下，总经理负责制。以商贸为主，多元化经营并举；自我累积，滚动发展；自我约束，规避风险；立足本地，面向全国与世界接轨的具有开拓创新精神；具有制约与激励机制相结合的现代股份制企业。

二：商贸为主，多元化经营策略

企业根据目前的经济实力及人才等诸多因素创办初期经营一些有把握的，没有风险的短、平、快有经济效益的贸易活动，对企业既定一些效益基础，挂靠国有控股企业，规避风险，建立使企业长期有效益的商贸基地，细水长流，使企业发展壮大有坚强的经济后盾和源动力。例如：与石化企业，有色冶炼企业，大型钢铁企业直接挂钩发展业务等。

### 三：企业的发展思路

企业的稳定发展，初步设想分为三步走：

a□用1~2年时间建立现代化股份制企业的管理模式，使企业初具规模。经营规模有较大发展，争创利润在100~200万元左右，办公条件、人员素质、机构设置、制度化、管理初具现代化。企业内部制度与监督措施相制约，员工的福利待遇与经济效益相挂钩的分配激励机制。领导高层管理人员做到责、权、利既统一又制约，企业风险终身的规范化管理。

b□在企业稳定发展的基础上，企业开拓创新一些新的领域，为企业第二步战略发展壮大增加活力。我们提倡开拓创新精神，是有计划、有程序、有市场，不是盲目的创新开拓，是经过充分市场调研基础上有规范、有风险防范意识的开拓创新精神。

c□在一、二步战略的基础上，企业有了长足的发展，有一定的经济实力，创办一些高科技含量的实体，使企业具有科、工、贸、研相结合的现代化企业。

企业的经营管理：

成功的企业=市场+人才+管理。因此，一个清晰的有领导能力的企业家都清楚地认识到，企业管理对一个企业的发展壮大，创办成功与否是一个决定的因素。要管理好一个企业的发展壮大，创办成功与否是一个决定的因素。要管理好一个企业，也是对一个企业管理人员综合素质的考验。在竞争激烈的市场形势下，为使新生企业的员工都有危机感，企业有一套行之有效的规范化管理模式，能有效地防范风险与失误的产生。

经营管理模式：

企业经营什么？怎么经营？是商贸企业开始运转时的关键，

因此，企业对市场的分析，市场的开拓，经验与政策的运用等捕捉好切入点。股份制企业是在董事会领导下的总经理负责制，并与责、权、利，企业的风险与个人效益相结合的管理模式。在经营方面做到制度与措施相结合，每一项业务的开展，做好详细调研报告，内容：市场分析——项目开发——市场开拓——风险的防范——经验政策等诸多因素和环节规范化管理。

市场调研

财务管理：

市场的竞争实质是管理的竞争。俗话说：“管理出效益。”一个企业的稳定发展，注重企业的财务管理是企业成熟的必然趋势。因此企业管理要强化财会的意识，提高企业管理层财务知识，学好财务知识是做好财务管理的前提。其次公司就不断完善财务管理制度，制度不完善，公司的经营无从谈起。财务管理制度化有助于企业提高市场的竞争力；有助于及时解决企业经营过程中存在的诸多问题。财务管理重点的关键是将制度措施运行起来，而重中之重是执行、控制、反馈。

制度包括：经营计划与资金管理制度

财务负责人工作责任制度

财务控制制度

投资筹资管理制度

会计管理制度

相应处罚规定

以上这些制度，企业在今后的运行中逐步制定及规范化，由财务部门具体落实实施。

规范费用管理：

企业要保持长久稳定的发展，除了开展积极有效地经营业务处，制定好一个费用开支标准，是费用管理的良好开端，企业应该在控制费用上多动脑筋，尽可能的削减日常开支，少花一块钱，多增一元钱的利润。在做到支出控制下，逐步提高企业制定增加收入利润的战略。

本省内出差补助40元，本市内出租四一律不报销，其它情况根据实际条件制定措施。

企业在今后的长期业务开展中为了使责、权、利，既结合又制约，规避风险，企业制定一个审批权限制度势在必行。

资产权限审批表

工作事项资金额度审核核准审批

贷款支付50万元以上财务部董事长董事长

5万元以上财务部总经理董事长

5万元以下财务部付总经理总经理

业务接待费用500元以上财务部总经理董事长

500元以下财务部付总经理总经理

其它

利润的分配：

创办企业的艰辛是众所周知的，企业内部既有公平的竞争机制相应分配也是至关重要的。制定效益分配激励企业所有人员，提高增创效益的热情。

分配方案：

根据企业实际情况制定，董事会确定进行实施。

风险的防范及措施：

由于目前激励的市场竞争中，人为因素的增多，造成市场不规范现象，企业为了防患未然，避免失误给企业造成的风险，企业对风险影响要有一套制度及措施。

在企业的业务开展中，资金的投向除前面提到的审批权限规定外，凡动用到资金，一律与个人利益相挂钩。50万元以下造成风险的个人跟踪负责，方法为：（根据公司自身制定）。

综上所述，制度措施及要求，这是企业管理的一种手段，并非企业的目的，为使企业增创效益，保持健康稳定，规范化管理，使企业发展、壮大才是我们真的最终目标。

## 市场运营管理方案制度篇九

我们公司的生产经营需要进行最优策划，虽然之前几年我们公司的业绩不是很好，但是每一年都在进步，这是一个很好的信号。说明我们做的都是不错的，我们要继续保持下去！

为了公司的最大发展，特别指定公司发展的策划书：

一. 公司简介：

本公司成立于本世纪初，是一家具有一定生产能力的实业公司。目前公司主要生产beryl产品，该产品在本地市场占有一定的

市场份额. 公司具有较强的产品研发能力和市场开拓能力. 力争在未来10年内上市, 做大做强, 在不久的将来成为国际知名品牌. 二. 企业战略:

在未来几年逐步开发**crystal** 和**ruby** 两种产品, 并根据各个产品在各个市场的利润调节各个产品生产数量, 在产品销量持续大且利润高的市场取得产品老大地位, 获得最大利润。

三. 营销战略:

从以上的分析图中我们可以简单判断各个产品在各个市场的需求量及它们的利润, 经过团队讨论及分析我们决定生产**beryl**, **crystal** 和 **ruby** 三种产品, **beryl**产品的销售重点放在国内市场及国际市场, 在第2~4年中以**crystal** 产品为我们的主打销售产品, 本地市场为我们主要争夺市场, 第5~6年以产品**ruby**及产品**beryl** 为我们的主要销售目标, **ruby**产品在争取成为国内市场老大, 在其他市场投入低的广告费取得部分定单, 两种产品具体哪种为主以两种产品定单的取得数量而定。

分析: 因为处于公司长期发展目标的考虑, 公司在第一年花大量现金在新产品的研发和生产线的开发安装上, 而对于市场竞争具有盲目性, 广告费定在5-7之间, 如果广告费过少, 可能导致成品积压, 现金流障碍: 而广告费投入不多, 对于本生就高成本的**b**产品很有可能毫无盈利可言, 因此广告费的投入是关键之一。

第一年的资金来源主要是长期借款和部分短贷, 因为预计新产品的回报周期将会较长, 因此现金不能支付还短贷的现象时有发生, 而贷款限额是2\*所有者权益一已贷, 在预计第二年所有者权益大缩水银行不肯房贷的情况下, 所以需要在第一年年末大量购入长期贷款以维持日常企业所需的现金流, 为未来企业运转打下基础。



# 市场运营管理方案制度篇十

集团副总裁(市场运营/公共关系vp) 岗位职责:

- 1、分管集团市场与产品运营系统,确保集团经营指标达成。
- 2、重点开拓与维护集团公共关系,促进对公资源的综合协调,积极推进集团产品市场化,营销规模化。
- 4、根据公司发展战略或总裁办公会要求,确定市场战略方向,市场营销策略,产品研发方向,品牌建设,公关活动等方面的具体方向和实施方案,实现公司的品牌价值和市场营销理念。
- 6、组建集团或者事业部市场运营团队,有效激励团队进行业务冲刺。

任职要求:

- 2、背景经验:10年以上大中型高新科技企业工作经验,至少8年以上市场产品管理运作经验(具备相同性质企业工作经验)。
  - 3、领导能力:带领团队充分发挥主观能动性,赏罚分明,奖惩有力,能上能下。
  - 5、个人魅力:掌大局,能分权,不怒不愠,严格要求,结果导向。
  - 6、领导能力:工作中能够不断督促下属,确保他人理解并接受领导的使命、目标、政策和工作安排,保证任务的顺利完成。
- 岗位职责:

- 1、分管集团市场与产品运营系统,确保集团经营指标达成。
- 2、重点开拓与维护集团公共关系,促进对公资源的综合协调,积极推进集团产品市场化,营销规模化。

4、根据公司发展战略或总裁办公会要求,确定市场战略方向,市场营销策略,产品研发方向,品牌建设,公关活动等方面的具体方向和实施方案,实现公司的品牌价值和市场营销理念。

## 市场运营管理方案制度篇十一

海外市场运营 职位描述:

5、精通投放,熟悉品牌以及pr等市场工作;维护公司以及海外kol和供应商的关系,确保合作关系的良好进展。

职位要求:

1、本科及以上学历,三年以上海外市场推广和广告投放经验;

3、具备敏锐的市场用户洞察力,了解各区域用户不同的文化偏好和市场热点;

5、良好的沟通技巧,能及时同步内外各模块的工作进展和合作推进;

6、优秀的抗压能力和项目管理能力,能同时支持多项目、多市场的并发工作。 职位描述:

5、精通投放,熟悉品牌以及pr等市场工作;维护公司以及海外kol和供应商的关系,确保合作关系的良好进展。

职位要求:

1、本科及以上学历,三年以上海外市场推广和广告投放经验;

3、具备敏锐的市场用户洞察力,了解各区域用户不同的文化偏好和市场热点;

5、良好的沟通技巧,能及时同步内外各模块的工作进展和合作推进;

6、优秀的抗压能力和项目管理能力,能同时支持多项目、多市场的并发工作。

## 市场运营管理方案制度篇十二

一、经营户应当持续所经营的店面、摊位卫生状况良好,定期做好清洁工作。店面、摊位及其附近务必做到无积水、无垃圾。

二、经营户应当做好防虫、防蝇、防蚊、防鼠工作。

三、经营户所经营的。商品应当摆放整齐,不得超过陈列台面,不得店外设摊,摊外设摊。

四、经营户应当对门前实行三包,不得随意将垃圾扔到过道等市场公共场所。

五、经营户应当配合市场管理人员的卫生检查,并服从管理。

## 市场运营管理方案制度篇十三

市场运营专员 高顿 上海高顿企业管理咨询有限公司,高顿教育,高顿教育集团,高顿 职责描述:

1熟悉财经教育用户,策划、组织、执行市场营销活动,推广品牌产品,吸引目标用户;

3负责全国市场运营管理工作;

4熟悉市场执行、推广流程,与其他部门协同合作,完成业绩指标。

任职要求：

- 1、专科及以上学历,有市场工作经验者优先。
- 2、学习能力强、善于沟通,有积极的工作态度和高度责任心。
- 4、熟练运用各项office办公软件

## 市场运营管理方案制度篇十四

西门市场位于资阳市老城区西门段中心区，是一个运营了20年有余的农贸综合市场，市场面积较大，日均人流多，承担着资阳市雁江区城区及周边居民日常生活的供应，作为资阳市城区居民不可缺少的重要生活配套设施。西门市场主要经营肉菜、鲜鱼、海鲜、禽类、水果、杂货、以及服装业等。其特点为：

- 1、市场面积虽大、但紧凑，物流量大、店铺多且密。
- 2、人流量大、综合性强、包罗范围广。
- 3、商铺分为个人和多个单位所拥有，经营户租用，市场管理难度大。

根据这几天对西门市场的走访调查，由于管理未到位，部分配套设施未跟上现在的发展，规范性较差，服务效能降低，主要体现以下几个方面：

- 1、占道经营严重；
- 2、无规范停车点，车辆随处停放；
- 3、流动摊位多，特别是菜摊，夹杂在各个通道上；

- 4、市场环境差，垃圾集中点的垃圾乱堆乱放；
- 5、市场内有乱搭乱建的现象。

根据西门市场特点及现状分析，西门市场的物业管理服务需提供的服务内容主要包括：

- 1、共用部位的日常维护与管理；
- 2、共用设施设备及其运行的维护和管理；
- 3、公共区域保洁服务；
- 4、管理区域内公共秩序、消防、交通等协助管理事项服务；
- 5、业主档案资料的管理；
- 6、收取物业费、水电费、垃圾清理费等各类费用。

按照因地制宜、从实际出发的原则，积极推行西门市场规范化物业管理，切实解决市场脏、乱、差问题，创造良好的市场交易环境，提出物业管理目标：

- 1、建立物业管理专业团队
- 2、树立物业管理品牌形象
- 3、打造市场新秩序

在物业管理公司领导下设西门市场物业管理处，设客服组和工程。

秩序维护组，在管理处主任的带领下展开工作，完成物业管理服务任务。

客服组：主要负责客服服务、收取物业费、水费、电费等各类费。

用，市场清扫保洁、垃圾清运、公厕管护等，保持市场环境整洁干净无杂物和垃圾。

工程秩序维护组：主要负责公共区域的' 设施设备、水电，疏通污。

水管道等，维护市场秩序，调解经营户间纠纷，对乱停车、乱堆放、乱抛撒、乱设摊等现象进行规治等，保持市场的正常秩序。

根据市场现状，结合物业管理目标，西门市场物业管理整体工作思路如下：

1、须与拥有商铺的单位和个人协商，签订物业管理协议，搞好本市场的物业管理服务，是为创造良好的购物环境，使商铺得到保值或增值，无疑具有很重要的意义。

2、市场物业管理处应联合工商、城-管等执法部门开展市场环境综合整治工作，规范商家经营活动，达到市场摊位有序、卫生良好、管理规范的目的。

3、设置停车场（根据市场实际情况定），机动车、非机动车等不得进入市场，确保市场道路顺畅。

4、合理规范垃圾集中点，集中整治垃圾乱堆乱放现象。

5、彻底清查水电设施设备，防止偷水偷电，对地下水管道的进行排查，若出现漏水现象及时处理。

6、市场出入口设立导购图，摊位线（号）清晰明显。市场内设施布局合理、统一、规范、整洁完好，无乱搭、乱盖、乱

吊、乱挂、乱堆等现象。

7、市场分行划市，按蔬菜水果、日用品、肉蛋类、水产类等卫生要求进行分区管理。

8、市场摊位整齐，商品摆放有序，道路通道畅通，无出线、占道违章经营现象。

9、市场商铺、摊位只允许用作经营，经营户不得擅自改变商铺、摊位及配套设施原有结构或功能，牌匾制作统一规范。

10、经营户应服从管理，爱护市场设施及周围环境，不得随意摆摊设点，占道经营。建立市场违规经营行为处罚机制。

## 1、环境卫生

(1) 12小时保洁制度（工作时间根据实际情况定）。早晨6:00上班-中午12:00，下午14:00-晚上20:00时下班。以保证市场的卫生达到要求，每日的卫生全面清扫在市场人流低谷时和下班时进行，尽量减少对商户的影响。

(2) 垃圾分流处理。分为可回收和不可回收两大类，垃圾收集，统一采用垃圾袋进行袋装。

(3) 公共厕所每天清扫3次，分别在早上9时前、中午12时左右、晚7时进行，保持公厕内整洁干净。

## 2、设施、设备的维修与维护管理

在设备管理中导入环保、节能的管理理念，在降低运作成本的同时，尽可能为业户创造一个舒适的经营环境。

(1) 对设施、设备及有关场所、通道等进行标贴明显处，充分显示规范化管理模式。

(2) 供电变压器和主干电缆、电线、配电间等，按国家规定定期维修养护，发现问题随时修复，保证正常供电。从用户表到用户户内的维修实行有偿服务。

(3) 给水管道、供水总表每天巡查一次，消防设施每月试运行一次，发现问题随时修复，用户室内维修实行有偿服务。

(4) 排污管和化粪池每年雨季前，入冬前疏通清掏二次，平时每周检查一次，发现问题随时疏通清掏和修复，雨水和落水管随坏随换，用户室内维修实行有偿服务。

(5) 增收节支，加强成本控制，原材料控制，各类消耗品的管理和控制，在确保服务质量的前提下，做到计划采购、专人保管、合理领用。

### 3、秩序维护

(1) 秩序维护人员12小时工作制，分白班、夜班。巡逻人员实行24小时不间断巡视，确保及时发现问题和处理问题，巡逻人员采用徒步巡逻方式。

(2) 规范车辆停放，制止乱堆乱放乱设摊等。晚上巡查重点为治安安全隐患排除，发现不安全的因素及时进行解决。

(3) 积极协助公安机关做好市场内治安管理工作，对发生的偷盗、行凶、破坏等各种治安案件配合公安机关进行处理。

(4) 建立义务消防组织（物业管理处全体员工均为义务消防队员），在消防管理部门指导下进行消防训练和消防紧急问题处理。



## 市场运营管理制度篇十五

为了加强我办农贸市场的管理，确保源头食品安全，按照渭城区食品安全委员会办公室关于印发《渭城区农贸市场规范管理建设活动实施方案》的通知文件，我办决定全面开展农贸市场规范管理建设活动，特制订本实施方案。

农贸市场实施食品安全规范管理，落实市场主体责任、经营者第一责任人责任，有序建立和推进“准入指导把关、强化主体责任、流向追溯可控、典型示范带动”的农贸市场食品安全长效监管模式，打造事前、事中、事后全程监管，努力推动农贸市场食品安全监管工作上新层次，实现农贸市场源头“保安全”的民生保障功能。

（一）市场主体责任：市场主体责任、准入制度、索证索票溯源制度的落实；市场规划合理布局，划区归类经营，信息公布。

（二）重点整治范围：我办范围内农贸市场、农村集贸市场（包括自发的自由贸易市场）以及市场经营户，特别是市场中的流动散户。

（三）重点整治品种：粮食、食用油、肉及肉制品蔬菜、果品、卤制品、奶制品、豆制品、水产品饮料、酒、散装食品等各类食品，调味品等各类食品添加剂，市场经营户自制食品，冷冻冷藏的禽、畜肉及其制品。

（四）重点环节：市场中小作坊加工。

（一）清查经营主体资格。对市场内经营主体进行一次拉网式清查，严格按照《食品安全法》的有关规定，检查市场主体在准入资格审核把关，农民自产食用农产品贸易和流动摊贩严格检查其身份证明，确保可追溯性制度的落实。

（二）严格查处制售假冒伪劣食品和有毒有害食品行为。严格检查上市食品质量，重点查处销售无生产许可证、无经营许可证、无生产日期和保质期、无产品批准文号、未标示生产厂名、无质量合格证和以不合格食品冒充合格食品、未经检验检疫或检验检疫不合格的食品、国家命令禁止上市销售的食品、腐烂变质过期失效食品、超标食用或非法食用添加剂的食品、禁用限用农兽药的食品、非食品原料加工的食品；重点查处与消费者日常生活密切相关的假冒伪劣食品，依法查处食品销售中掺杂使假，以假充真，假冒或伪造他人厂名、厂址等违法违规行为；重点查处未按规定执行进货查验、索证索票、台账记录制度等行为。

（三）严格查处小作坊加工等环节。严禁无登记备案、从业人员无健康证开展熟食、熟食等加工经营活动。

（一）强化巡查力度，落实监管责任。加强对农贸市场及其食品经营者日常巡查监管力度。

一查食品经营者入市资格，主要检查流通许可证是否符合要求，食品从业人员是否具有有效的健康证明，是否有不符合法律、法规和规章规定食品经营要求的形式。

二查进货查验制度、台账制度落实，主要检查食品的来源是否从具有合法资质的供货方购进，批发企业是否建立台账，向零售商提供完整的单据作为零售商的台账，并建立相关档案；是否按照食品标签标注的条件贮存食品，是否及时清理变质或者超过保质期的食品。

三查食品包装标识，主要检查预包装食品标签标明的事项是否符合法律、标准的规定；散装食品在储存位置、容器、外包装上是否标明食品的名称、生产日期、保质期、生产经营者名称及联系方式等内容。四查食品质量状况，主要检查食品是否存在发霉变质、超过保质期，食品周围是否存在污染源，食品贮存环境是否符合要求，经营场所是否符合渭城要

求。五查食品经营者的管理制度，主要检查食品经营者的质量承诺，退市召回等制度；市场开办者是否履行食品安全管理法定义务，是否落实食品安全管理责任。六查活禽贩售与屠宰市场是否分离，动物检疫日票、禽类检疫票是否明示。

（二）强化上市食品质量检测与监控。采取定期、不定期抽样检测等性质，强化对农贸市场上市食品质量安全监控。主要检测项目：

- 1、水产品及其加工制品是否浸泡甲醛；
- 2、米、面、豆制品等是否添加吊白块；
- 3、食品中二氧化硫的含量是否超过国家标准；
- 4、食品中亚硝酸盐的含量是否超过国家标准；
- 5、肉制品是否添加硼砂；
- 6、干鲜水产品、肉类产品及肉制品、干果和米面制品是否浸泡双氧水；
- 7、新鲜肉是否注水；
- 8、检测蔬菜、瓜果中农药残留是否超标；
- 9、馒头、油条等是否添加明矾；
- 10、市场中骑车游动的散户，特别是打着陕北羊肉招牌的流动摊贩。

（三）强化严厉查处工作力度。

一是对需取得许可证而未取得许可证擅自从事食品经营行为的，要立案查处；

二是对制售假冒伪劣食品和有毒有害食品行为的，要立案查处；

三是对经营来源不明、应当检疫而未经检疫的肉类食品的，要立案查处；

四是对未履行进货查验、索票索证的，要依法进行立案查处；

五是对市场经营者未履行食品安全管理责任的，要依法严处。

对于情节严重构成犯罪的，依法移交司法机关处理，绝不以罚代刑。

（四）强化经营者主体责任意识，督促食品经营者建立健全各项自律制度。积极引导和督促食品经营者建立健全十项自律制度，即食品进货查验制度，食品进货查验记录制度，食品质量承诺制度，食品协议挂钩制度，食品安全责任制度，食品安全管理制度，食品退市和销毁制度，食品运输、贮存及销售安全管理制度，食品经营从业人员健康管理制度，食品安全事故应急处置管理制度等。

（五）强化消费者自我保护和参与意识，落实食品安全举报有奖制度。全面落实《渭城区食品安全违法行为举报奖励办法》，充分调动群众的积极性，发挥公众力量，保持对食品违法经营行为的高压态势，及时消除食品安全隐患和危害因素，维护食品市场秩序，保障群众食品消费安全。

农贸市场规范管理建设活动分三个阶段进行。

第一阶段，安排部署阶段（20xx年3月12日到3月29日）。制订渭城街道办事处农贸市场规范管理建设活动实施方案，召开市场主办单位负责人动员会议，进行宣传发动，安排开展市场自查自纠工作。

第二阶段，组织实施阶段（20xx年3月30至7月29日）。按照区级部门统一部署，对重点品种、重点区域、重点环节进行全面深入、细致的拉网式检查监督，严厉打击制售假冒伪劣食品和有毒有害食品的违法犯罪行为，坚决取缔无证生产经营行为；同时健全农贸市场食品安全长效监管机制，确保群众“菜篮子”安全。

第三阶段，总结验收阶段（20xx年7月30日至8月12日）。对农贸市场规范管理建设活动进行认真总结。

（一）加强监管，完善制度。完善监督管理制度，进一步建立健全农贸市场日常巡查制度，经营主体不良行为和良好行为激励档案制度、公示制度、不合格食品追溯制度、问题食品下柜制度，引导、督促各类市场经营主体加强自律，认真做好进货登记台账、索证索票管理工作，对有条件的农贸市场要实施食品安全台账电子管理，做到档案记录齐全、亮证经营、诚信守法。

（二）加强宣传，营造氛围。在检查过程中加大宣传力度，大力宣传食品安全管理优秀农贸市场经营户，树立标兵；宣传此活动，提高市场主办者和市场经营户的自律意识；及时曝光农贸市场销售假冒伪劣食品的典型案例，使违法犯罪分子无处藏身，人人喊打；宣传食品安全知识和举报奖励政策，提高人民群众的自我保护能力和食品安全意识，营造人人关注、人人重视、人人参与食品安全监管的社会共同氛围。

## 市场运营管理方案制度篇十六

为引导员工积极向上，严明劳动纪律，维护餐厅正常的经营管理秩序，奖优罚劣，促进经营管理工作的开展，制定本条例。

### 第一章 奖励

第一条 奖励的种类分为：精神奖励和物质奖励；

第二条 精神奖励包括：表扬、通报表扬、通令嘉奖；

第三条 物质奖励包括：发放奖金、晋升工资；

第四条 在下列行为之一者给予表扬并发给50元以上100以内的奖金；

(2) 完成上级交办的重要工作事项，效果突出，受到上级领导肯定和好评的；

(6) 团结互助、关心他人和集体，当月为员工酒店做好人好事3件（含3件）以上的；

(9) 加班加点不计报酬、不要补休，当月累计达3个工作日及其以上的；

(10) 积极举报违纪违法案件，经部门经理室核查，情况属实的；

(11) 完成任务好，当月受到公司领导表扬3次以上的；

(12) 工作表现突出，在部门进行的评选活动中，被评定为部门优秀员工的；

(13) 其他类似于上述行为，应予奖励的。

第五条 有下列行为之一者，给予通报表扬并发给100元以上200元以内的奖金：

(1) 工作态度好，服务优良、当月受到酒店书面表扬5次（含5次）以上的；

(2) 拾金不昧，及时将物品上缴并帮助查找失主，金额

在3000元以上；

(3) 见义勇为，及时制止违法犯罪和各种破坏活动，抓获犯罪嫌疑人；

(5) 当月做好人好事5次（含5次）以上的；

(9) 爱护公物，在设备维护保养、物品保管等方面作出突出成绩的；

(10) 一贯工作表现突出，全年被评为区域优秀员工达3次（含3次）以上的；

(11) 在年终考核中，考核等级为优秀的；

(12) 其他类似于上述行为，应予奖励的。

第六条 有下列情形之一的，将给予通令嘉奖并考虑申请晋升工资；

(1) 在年终优秀员工评比中被评选为酒店优秀员工的；

(2) 在酒店精神文明和企业文化建设中，作优异成绩，受到酒店或上级有关部门表彰的；

(3) 维护酒店利益，使酒店避免直接经济损失，成绩突出的；

(5) 拾金不昧，及时、主动地将物品上缴部门或归还失主，金额在5000元以上的；

(6) 全年受到客人书面表扬10次以上，事迹突出的；

(7) 其他类似于上述情形，应予奖励的。

## 第二章 处罚

第八条 处罚种类：分为口头警告、罚款、书面警告、通报批评、辞退；

第九条 违反公司及餐厅规章制度情节较轻，够不上行政处分的，处以罚款。

罚款从本人工资中扣除；

第十条 给予行政处分的，如有必要，可以同时处以罚款，当月发生违章违

纪行为2次及其以上的给予加倍处罚或从重处分；

第十一条 有下列行为之一的，首次处以口头警告，2次及以上处以书面警告及罚款：

- (1) 不按规定位置佩戴工牌或员工证的；
- (2) 上班不穿工服或不按规定着装的；
- (3) 仪容不整、不修边幅、衣冠不整洁的；
- (4) 谈吐和举止粗鲁的；
- (5) 缺少酒店职业意识遇到上级领导和同事，不打招呼、不讲礼貌的；
- (6) 言行不文明，在工作中不使用礼貌用语的；
- (7) 当班时走路姿势不正或与他人搭肩牵手而行的；
- (8) 当月迟到、早退累计3次（含3次）以上或旷工一天以内的；
- (9) 当月上下班不按规定考勤卡的；



- (10) 代他人打卡或要求别人代打卡的；
- (11) 乘客用电梯或使用客用洗手间的；
- (12) 穿工作制服离店的；
- (13) 上下班不走员工通道的；
- (14) 上下班随身带包进店离店、不主动地向保安展示包内携带物品的；
- (15) 当班时擅离岗位的；
- (16) 当班时用酒店联系私人事务或接听私人电话时间超过5分钟的；
- (17) 在上班时间吃零食的；
- (18) 参加会议无故迟到的；
- (19) 随地吐痰、乱丢烟头、纸屑的；
- (20) 攀越围墙、栏杆、门窗的；
- (21) 在更衣柜内存放酒店用品的；
- (22) 下班不离开酒店，无故在酒店逗留的；
- (23) 本部员工在营业场所消费、娱乐的；
- (24) 在工作岗位大声喧哗或聊天的；
- (25) 当班时间收看电视或收听收录机或看与工作业务无关书籍的；

- (26) 未按要求完成工作任务，情节较轻的；
- (27) 工作粗心，出现轻微事故或遭到客人口头投诉的；
- (28) 管理人员、督导不力，产生工作事故，负有领导连带责任的；
- (29) 管理人员有侮辱、体罚员工行为，遭到投诉的；
- (30) 其他类似于上述情形，应予以处罚的。

第十二条 有下列行为之一的，并处以书面警告及通报批评并罚款：

- (1) 当月迟到、早退累计5次（含5次）以上或旷工2天（含2天）以上的；
- (2) 伪造病假单，骗取病假或编造理由，骗取其他假期的；
- (3) 请假超过规定时间一天以上的；
- (4) 损坏公物和客人物品，价值在500元以内的；
- (5) 对宾客不礼貌，与宾客争辩的；
- (6) 拾遗不报，金额在500元以内的；
- (7) 服务质量差，业务技能不熟练，未能及时为客人提供满意服务，遭到客人投诉的；
- (8) 私自向客人索取小费，物品或其他报酬的；
- (9) 不服从工作安排，不行上级指示的；
- (10) 工作措施不力，未能按要求完成工作任务的；

(11) 违反操作规程，给酒店造成损失金额在1000元以下的；

(12) 工作麻痹大意，未能及时发现和排除事故隐患，给酒店成损失的金额

在1000元以下的；

(13) 搬弄是非，诽谤他人，影响团结的；

(14) 侮辱、谩骂、恐吓他人，影响恶劣的；

(15) 当班时擅自离岗，给工作带来影响的；

(16) 携带酒店物品离店的；

(17) 上班时睡觉的；

(19) 使用酒店电脑玩游戏的；

(20) 下班或离岗，不锁门或忘记关闭电源、水龙头开关的；

(21) 铺张浪费，不节约水、电给酒店带来损失的；

(22) 在酒店工作和生活区域乱写乱画的；

(23) 损坏酒店及餐饮部声誉和形象，情节较轻的；

(24) 违章违纪不接受教育或处罚的；

(25) 参加会议无故缺席的；

(26) 其他类似于上述情节应予以处罚的；

第十三条 有下列行为之一的，给予书面警告及通报批评并罚款：

- (1) 在营业场所吵闹，扰乱酒店秩序的；
- (2) 涂改、伪造单据和证明的；
- (3) 工作粗心，出现工作或服务质量的事事故的；
- (4) 对检举违章纪行为的人进行打击报复的；
- (5) 拾遗不报金额在1000元以内的；
- (6) 工作中与宾客争吵，造成不良影响的；
- (7) 无正当理由拒不接受工作安排，经教育仍不改正的；
- (8) 劳动纪律松散，当月被口头警告2次（含2次）以上的；
- (9) 玩忽职守，导致发生责任事故的；
- (10) 不按规定收发，登记保密文件的；
- (11) 工作消极怠工，当月工作失误或完不成工作任务2次（含2次）以上的；
- (12) 违反操作规程，造成设备损坏，损失金额在1500元以上的；
- (13) 遇到坏人坏事或他人求助时，有意躲避的；
- (14) 发现损害酒店及餐饮部利益的行为不制止，不报告的；
- (15) 违反消防规定，导致出现责任事故，情节较轻的；
- (16) 丢失工作制服或员工饭卡或更衣柜钥匙，隐瞒不报的；

(17) 背后对领导和同事不负责任的乱发议论，列中生有，进行人身攻击的；

(18) 造谣生事，写匿名信，诬蔑陷害他人的；

(19) 工作中弄虚作假，欺骗组织和同事的；

(20) 其他类似上述情形，应予以处罚的。

第十四条 有下列行为之一的给予辞退：

(1) 工作严重失误，给酒店及餐饮部和客人带来损失的；

(2) 工作中违反操作规程，造成设备损坏，损失在5000元以上的；

(5) 参与或变相赌博，被公安机关处罚的；

(6) 在酒店打架、斗殴的；

(7) 观看或传播淫秽书籍、录像的；

(8) 酗酒、吸毒的；

(9) 经常违反劳动纪律，屡教不改的；

(10) 借工作之便，损公肥私、中饱私囊的；

(11) 蓄意破坏公物或客人物品的；

(12) 恶语伤人、侮辱谩骂或殴打客人与同事的；

(13) 拒不服从工作分配，经教育仍不悔改的；

(14) 工作严重失职，造成不良影响的；

- (15) 试用期，经考核不合格的；
- (16) 年终考核为不称职的；
- (17) 当月旷工3天（含3天）以上的；
- (18) 当月迟到、早退累计达8次（含8次）以上的；
- (19) 工作不负责任，玩忽职守，给酒店造成严重经济损失或严重损害酒店声誉的；
- (20) 违反计划生育规定，超计划生育或无计划生育的；
- (21) 品质恶劣、道德败坏，乱搞男女关系，造成不良影响的；
- (22) 其他严重违纪行为，应予辞退的。

### 第三章 组织实施

第十五条 餐厅的奖励和处罚工作由部门经理具体组织实施，经理应本着高度

第十九条 各区域根据所在部门奖罚条例对员工进行奖罚，奖励或处罚金额在50元以下，由区域自行决定，报行政办公室备案；50元以上报由行政办公室核准，下发奖罚单。

### 第四章 申诉和申诉的受理

第二十条 奖励或处罚，如果与事实不符，员工可以向行政部申诉，申诉可以以书面形式进行，有关具体事项请按照《金果湾餐厅员工奖罚条例》。

#### 1、餐厅运营组成立

1) 餐厅配电额

2) 餐厅排风量

3) 上下水

## 2、餐厅的布局设定

2) 设立vip独立用餐面积200平米。出于节约成本的考虑，该餐厅可以与员工餐厅共享一个厨房，但该餐厅应设置在离厨房较近的地方。

3) 卫生间面积30平米，男、女各设置1个蹲位，4个洗手池。

4) 办公室及其它配套150平米，不设置零售店。

## 3、员工餐厅位置及区域划分

1) 位置为地下1层；

2) 区域分普通员工区与vip贵宾区。

## 4、就餐时间与人数

1) 周一至周五早餐；中餐；晚餐；

2) 周六、周日中餐；晚餐。

3) 早上就餐时间为7:30-9:00；

## 5、装修风格

1) 员工餐厅装修风格

一般员工餐厅的装修风格以实用、简洁、卫生为主，定位于快餐店的装修风格，可适当考虑设置绿植、背景音乐、电视。

## 2□vip餐厅装修风格

vip餐厅装修风格定位于星级酒店的西式精修风格。

## 6、餐饮种类

### 1) 按价位分

### 2) 按餐饮方式分

员工餐饮方式分为套餐和零点餐□ vip餐饮方式分为自助和零点餐。

## 3□vip特别餐饮定\*\*务

在餐厅的vip服务区，同时提供按vip人员个人口味、习惯来专门制作食物，在体现人性化的同时，不失vip客人的尊贵。

## 市场运营管理方案制度篇十七

为全面加强商品质量管理，切实保护消费者合法权益，确保广大人民群众的消费安全，根据《消费者权益保护法》和《产品质量法》的要求，制定如下方案：

1、自觉履行商品经营者的.义务，保证所经销的商品符合保障人身财产安全的要求，保证所经销的商品应当具有的质量、性能、用途和有效期限，并自觉承担“三包”责任。

2、不销售不符合保障人体健康和人身财产安全的商品。



- 3、不垄断货源、哄抬物价、强买强卖、欺行霸市、迫使他人接受不平等或不合法的交易条件。
- 4、不掺杂使假、以假充真、以次充好、短斤少两，不销售假冒伪劣产品。
- 5、不销售有毒有害、失效、腐烂变质的商品和不合格的商品。
- 6、不使用不规范、不合格的计量器具销售商品。
- 7、不销售应当检验、检疫而未检验、检疫的商品或检验、检疫不合格的商品。
- 8、不销售和国家明令禁止上市或淘汰的商品。
- 9、不销售危害消费者身心健康商品，不对商品作引人误解的虚假宣传。
- 10、本单位（个人）若违背以上承诺，除接受相关执法部门处罚外，还要依法承担对消费者所造成的损失。
- 11、自觉接受市场监管部门的监督。
- 12、自觉接受广大消费者的监督。

## **市场运营管理方案制度篇十八**

工作职责：

- 4) 负责对运营数据进行关键指标分析, 对用户进行行为引导, 提高用户黏性, 发现产品新的机会和改进点, 推进产品的优化迭代, 并相应调整运营策略。

任职要求：

4) 具有良好创业精神和责任担当, 使命必达的勇气, 能承担高负荷工作节奏

5) 较强的团队合作意识, 跨部门沟通能力和项目推进力。