

一切为了运营！  
运营为了一切！

# 主要内容



运营管理的几种基本概念

意义、职能与公共关系

运营管理的模式定位

管理企业的组织构造与制度

运营管理的绩效测评指标

# 基本概念

---

- 什么是管理？
- 什么样的人能成为管理者？
  - 什么是运营管理？
  - 什么是专业市场？
  - 什么是市场开发？
  - 什么是招商与销售？
  - 什么是营销学6C理论？



# 什么是管理？

---

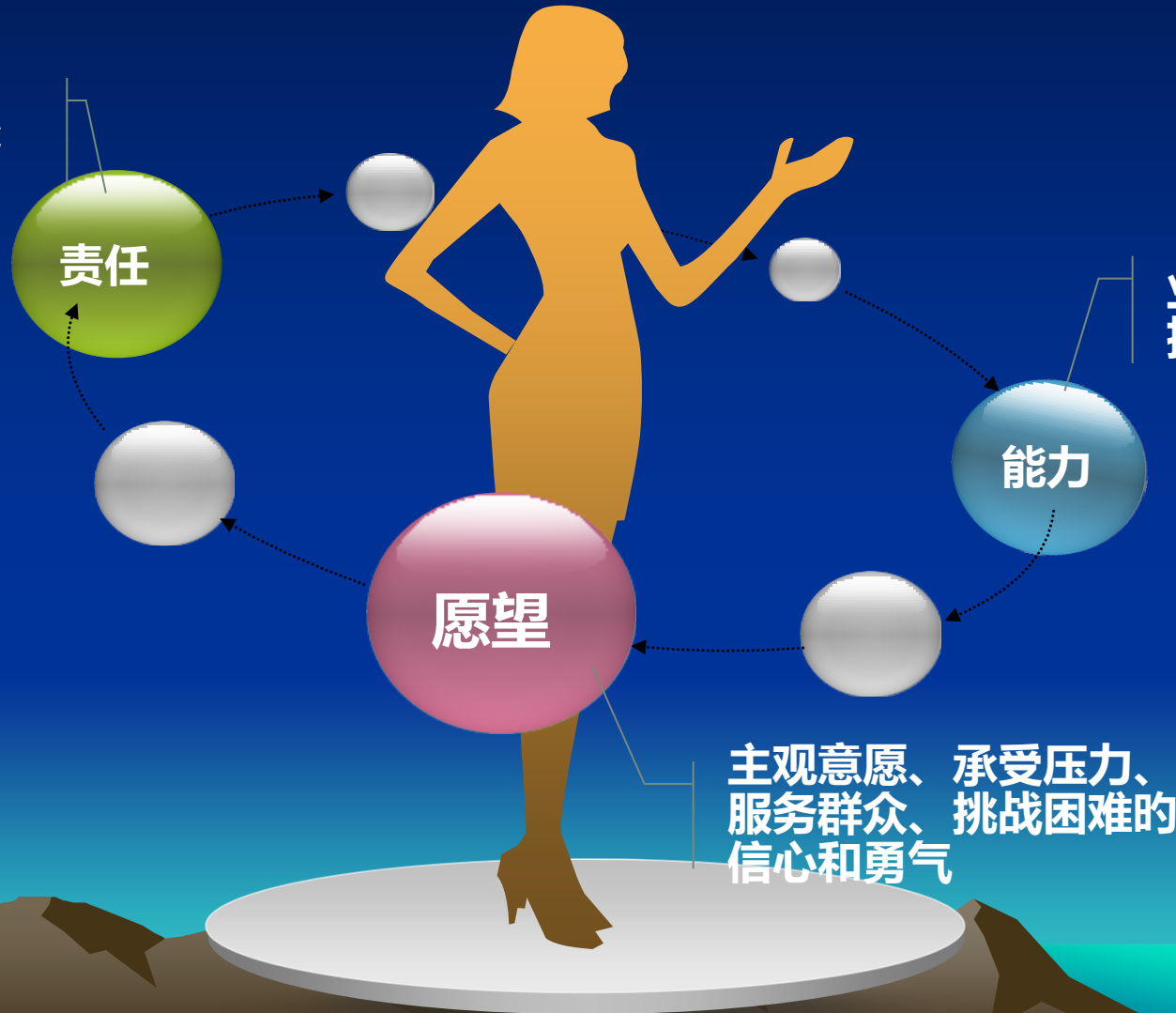
带领群众朝着共同的方向去努力实践，  
并实现组织目的的过程。

这一过程涉及：

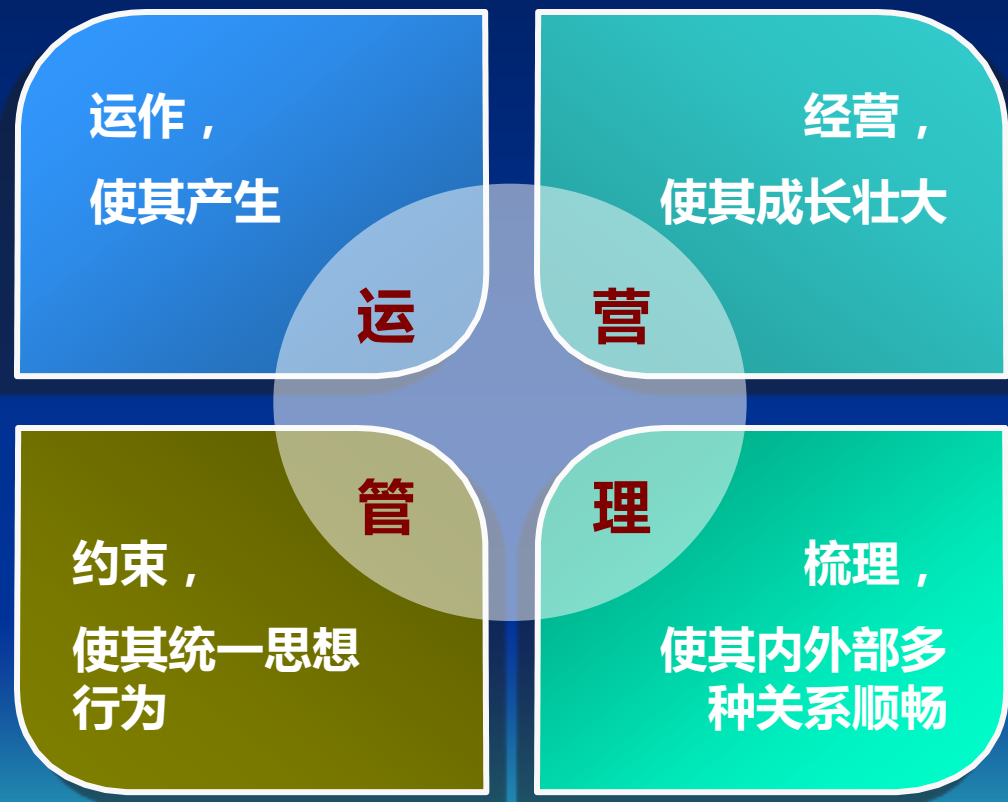
特定的环境背景、既有资源（人财物）、计划、组织、领导和控制。

# 什么样的人能成为管理者？

忠诚、使命感、  
执行力、问题处  
理者



# 什么是运营管理？



其本质在于：  
对内外公共关系  
与市场竞争行为  
两者之间的平衡与发展

# 什么是专业市场？

首先要了解什么是**商业业态**：

针对特定消费需求，按照战略目的，有选择地利用商品经营构造、店铺位置、规模、形态、价格政策、销售方式与服务等经营手段，提供交易与服务的类型化经营形态。

目前我国规划的商业业态有：百货商场、超级市场、大型综合超市、便利店、专业市场（主题商城）、购物中心、连锁专卖店、仓储式商场等八大业态。

# 八大业态之-----专业市场

以某一门类专业商品交易为关键，并辅以其  
其他关联类、互补类商品或者服务贸易的 大规  
模集中营业场合。  
专业市场开发商，就是这一场合的缔造者。

其主要特点是：

- 产品链式交易平台、
- 批零兼营、
- 产品品种多范围广、
- 集中贸易规模大、
- 服务配套设施全、
- 完全独立市场构造、
- 目的客流集聚程度高
- 物流支撑便利



如：陶瓷市场、电子市场、  
农批市场、汽配市场、  
小商品市场、建材市场等。



# 什么是市场开发？

## 市场 选址

城市条件、区域经济、消费力水平、市场发育成熟度、区位交通、有关配套环境、产业扶持政策、政府公共关系等；

两个层次：土地开发、房屋建设。三种方式：整体开发、分期开发、滚动开发；

## 开发 战略

## 投资 布署

按照开发战略分配资金投入节奏。并适时根据规划调整、市场变化、行业创新、资金回笼效率、工程进度等进行战略投资适应性调整。

组建培训营销团队、制定招商与销售各阶段计划、目的与策略；

## 营销 规划

## 运营 推广

建运营管理组织架构、制定运营管理措施、制定市场经营阶段性目的、构建市场竞争推广策略。

# 什么是招商？

## 前期招商：开发早期

根据市场定位引入大品牌出名商家形成龙头效应

## 中期招商：开业前期

利用龙头效应促引中小型商家与配套服务业进驻

## 后期招商：运营推广期

参加市场竞争，优化招商构造，提升经营实力



顾名思义：**招商引资**。全部者根据所掌控的产品、资源或建设某一交易平台，经过广告、推广、洽谈，吸引目的合作者投资进行联合贸易的经营行为。

值得一提的是，商业招商与招租的区别：



# 什么是销售？



对企业来说，销售就是发明、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人受益的一种组织功能与程序。

对客户来说，销售就是简介商品提供的利益，以满足客户特定需求的过程。

# 什么是销售？

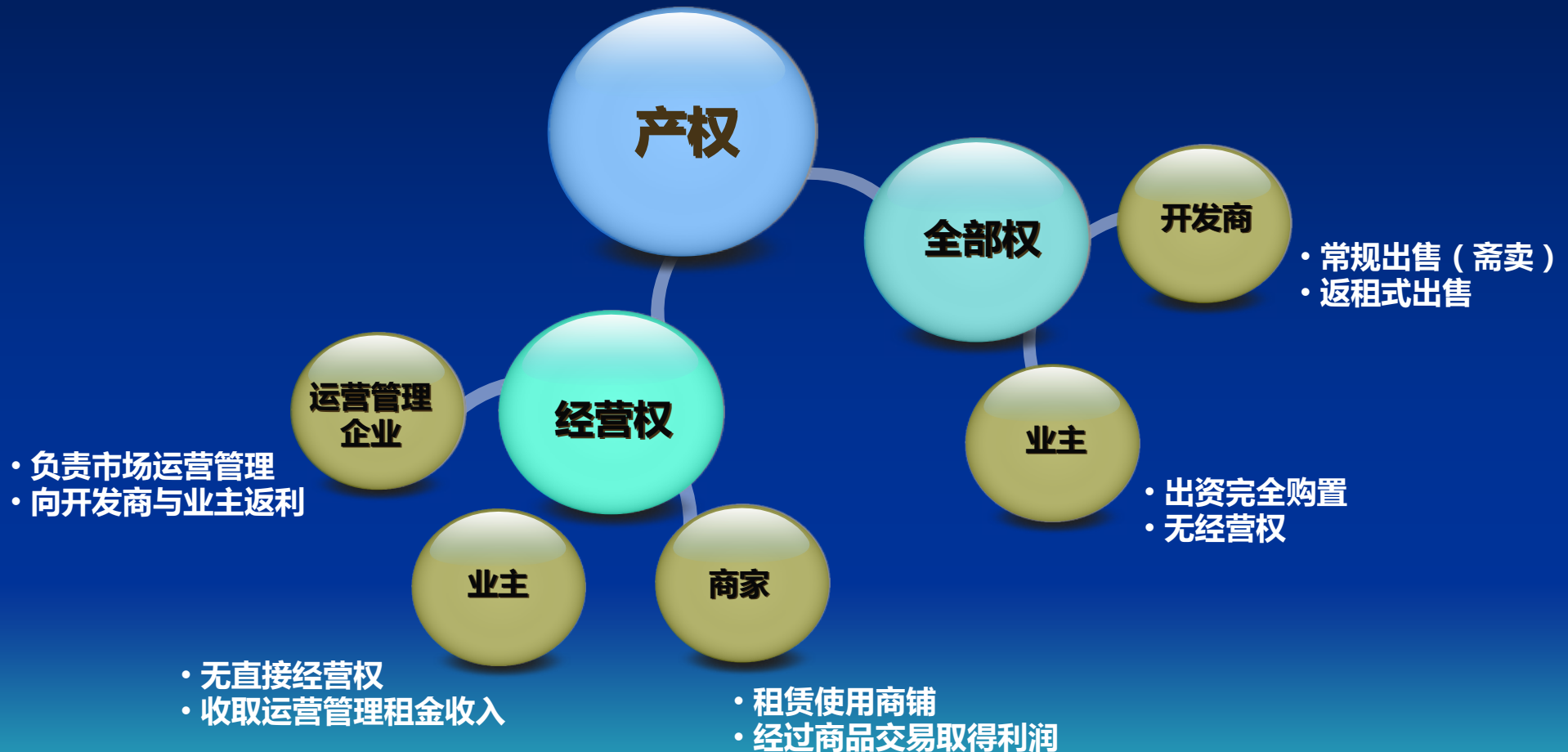
---

销售

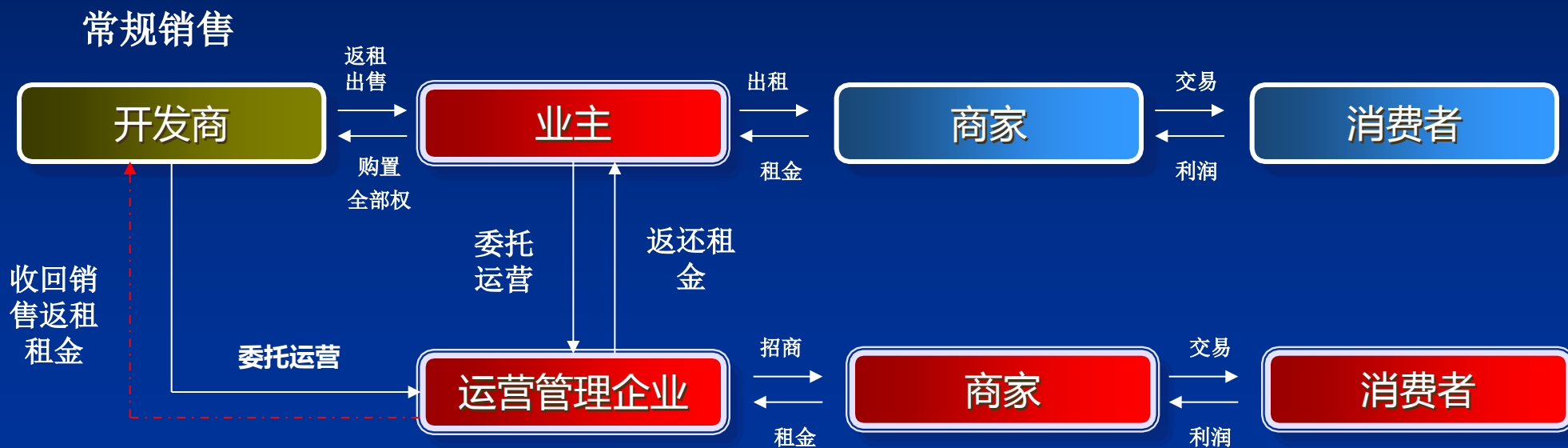
1、商铺的销售

2、市场的销售

# 产权式商铺的两权分离：



# 商业地产产权式销售模式：



返租销售：委托期内，业主无自主出租权，仅有收益权。

# 什么是营销学6 C理论？

4P

产品 ( Product )  
价格 ( Price )  
渠道 ( Place )  
促销 ( Promotion )

以企业为导向

6C

客户价值 ( Customer Value )  
客户成本 ( Customer Cost )  
客户便利 ( Customer Convenience )  
客户沟通 ( Customer Communication )  
  
市场机会 ( market Chance )  
市场变化 ( market Change )

以客户为导向

4R

关联 ( Relevance )  
反应 ( Reaction )  
关系 ( Relationship )  
回报 ( Reward )

以竞争为导向



# 主要内容



运营管理的几种基本概念

意义、职能与公共关系

运营管理的模式定位

管理企业的组织构造与制度

运营管理的绩效测评指标

# 意义、职能与公共关系

## 意义

### 提升运管水平层次

- 保障后续经营
- 保障后续开发
- 保障资金回笼

## 职能

### 完备商业服务

- 营销推广集约
- 经营行为统一
- 市场拓展服务
- 行业资讯服务

## 公共关系

### 完善内外公共关系

- 内部管理关系
- 外部政府关系
- 媒体合作关系

专业市场  
运营管理的基本工  
作内容和性质：

# 服务



# 五大职能：

运营管理五大职能

作业基本面

市场

招商

销售

管理

公共关系

# 市场职能：

---

- 1、入驻商家现阶段经营对策辅助；
- 2、区域市场、竞争对手的调查分析；
- 3、旺市商业应对策略的制定；
- 4、市场运作内、外部公共关系的拓展与维护；
- 5、阶段营销推广和商业活动的筹划组织和执行。

# 招商职能：

---

- 1、一期一阶段开业后的补位招商（涉及项目业主的商铺转让、经营商户的转租等）；
- 2、目的商家的贮备工作；
- 3、不同业态商家的合理布局及引导；
- 4、招商政策的进一步调整与细化。

# 销售职能：

---

- 1、充分关注媒体市场行业动态，及时公布行业市场最新资讯；
- 2、加强行业、产业特征分析，引入“龙头商家”带动群体销售；
- 3、经过加盟项目推介、区域外项目考察等多种形式，为具有实力的业主或经营者“嫁接”和导入产业链上下游“追随者”；
- 4、帮助入驻商家寻找、开发、稳定终端客户，引导和哺育项目所处区域的市场，增进区域商业迅速繁华，提升市场拥有率；
- 5、项目区域内市场细分和空白的捕获，辅助和引导商家调整经营业态和策略；

# 管理职能：

---

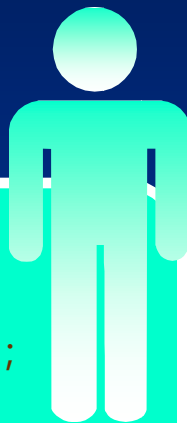
运营管理

1、经营行为管理

2、消费行为管理

# 管理职能：

## 经营行为管理



- 1、商户档案管理；
- 2、建立评估体系对商户进行等级评估；
- 3、建立市场管理的各项规章制度；
- 4、建立和完善商业管理的多种流程；
- 5、代办服务：工商税务等证照的帮助办理；
- 6、特约服务：商务、中介、委托等有偿服务；
- 7、租金管理供暖等费用的代收代缴；必要时能够请职能部门上门服务；

## 消费行为管理



- ① 销售筹划与宣传促销管理；
- ② 建立和完善市场VI系统；
- ③ 经营秩序和公共安全管理；
- ④ 退换货、投诉等售后纠纷调解；
- ⑤ 助学、文化等公关公益活动；
- ⑥ 商户关系管理和维护；
- ⑦ 商城电子商务平台的管理和维护；



# 公共关系职能：



# 主要内容



运营管理的几种基本概念

意义、职能与公共关系

运营管理的模式定位

管理企业的组织构造与制度

运营管理的绩效测评指标

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/058051123116006111>