

运营个人工作计划 7 篇

运营个人工作计划 篇 1

一、站外信息发布网站发布

1、寻求高质量信息发布网站在其网站上发布物联网信息。每日至少__篇。

2、所发布*一律以站网站推广关键词（例如偶然物联网、智能、物联网应用等）为主，内容以站内*进行修改。能带链接一律网站链接。

注：这里要主关键词的排名：增加百度来访流量，在网站关键词中挑选_到_个主关键词，将挑选出来的关键词，在高权重的网站发布高质量的伪原创*，将关键词排名做百度首页位置。

三、QQ群和邮件营销推广

1、在以物联网为主结合物联网相关产业的信息交流 QQ群中，可以发群邮件、群共享里发布我网站新闻信息等方式，宣传网站推广的主题活动进行宣传和推广。

2、群发邮件，以与之相关的行业邮箱头发网站介绍与入驻邀请。在邮件内留有网站注册链接，和会员享受功能效果。

四、优先依靠优秀网络媒体宣传营销

1、可以网站提交新闻的网站，尽可能提交网站新闻。

2、尽可能在各大网站建立博客或者空间，定期的更新博客*。

3、在各大门户网站的知道类栏目，每天做 2 个问题。

五、微博营销

在主要的新浪微博、腾讯微博上每天一些网站新鲜资讯内容，或者吸引人们兴趣的话题。

六、每天半小时集体 SEOer

1、在百度贴吧发帖，顶贴。每人发一帖，然后互相顶贴。能带链接的尽量带链接。

2、论坛发帖，每人__条。内容自己找。

运营个人工作计划篇 2

一、抓业务经理管理，努力打造一支专业化管理队伍

继续对业务经理实行精细化管理，多渠道、多方式提升业务经理履职水平，培养业务经理组织领导能力，充分发挥业务经理在基层网点的管理与监督职能。

1、是继续坚持业务经理例会制度。继续坚持每月召开业务经理例会，不断丰富例会的形式和内容，完善对业务经理的精细化管理，指明业务经理的工作重点和方向，增强业务管理能力和技能水平，达到巩固、学习、提升业务知识水平和加强风险内控管理的根本目标。

2、是继续对业务经理进行全方位培训。继续实行部门联动，定期组织各条线业务部门对业务经理进行业务知识、风险防范和履职等方面的培训，促进基层网点业务水平和内控实力的双提升。定期对业务经理履职能力进行测评，借助支行组织的季度水平考试帮助业务经理顺利地、高标准地完成省行组织的各项测试，提高业务经理的工作水平。

3、是加大对业务经理履职的检查力度。加大对业务经理履职的检查力度，严格按照省行每季度检查的机构数不低于本辖机构总数的 25%，全年检查必须覆

盖所有机构的时间目标。在实施检查方面，支行将采取现场和非现场形式通过观察、询问、查阅等手段对业务经理履职进行深入细致地检查。

4、是严格执行业务经理轮岗和准入退出制度。对业务经理实施轮岗计划，根据业务经理个人素质、业务知识水平以及履职能力对业务经理进行岗位轮换。同时，支行将采取网点推荐，严格笔试和支行研讨的方式充实业务经理后备队伍。对于一些虽然已在岗，但却不符合所在岗位任职资格的业务经理，支行将适度采取淘汰措施，对业务经理进行岗位调整，进一步提升业务经理整体素质和履职能力。

5、是进一步强化业务经理绩效考核制度。根据《中国银行广东省分行经营性分支机构业务经理派驻制实施细则(版)》重新对白云支行业务经理考核制度进行修订，通过真实反映、客观评价业务经理工作绩效来提升业务经理工作积极性，促进业务经理队伍工作效能最大化，保障网点业务的稳健、持续发展。

6、是进一步提升业务经理队伍素质。建立业务经理内控信息反馈制度，保证业务经理派驻管理中沟通工作的实时性和实效性。不定期组织业务经理助理层面人员进行培训和座谈，及时与网点进行沟通，准确把握基层真实现状，努力提升营业机构内控管理能力，不定期组织业务经理开展户外拓展活动，增强业务经理团队凝聚力。

二、抓内控风险管理，严密运营操作风险

1、是全力以赴保障 IT 蓝图顺利上线。做好各机构网点人员合理安排，兼顾日常工作和 IT 蓝图的培训学习，组织员工在投入大量时间学习新系统和新业务流程的同时，既要做好现阶段各项工作的跟进和处理，也要做好风险内控防范。进一步加强 IT 蓝图新旧线过渡期的内控管理，切实做到业务管理和内控措施同步，防范风险于未然，确保上线前后内控管理的连续性。根据蓝图会计核算调整方案，配合资金业务与支付业务、国债业务、内部往来业务及其他表内、表外业务与利息核算等总账账户进行的数据迁移工作，并完成收付业务外围系统的转培

训工作。做好全行思想动员，明确职责分工，增强制度执行力，做好 BGL新旧账户补录工作。

2、是继续开展常规检查，保持检查监督强度。根据运营工作检查安排，继续对网点进行运营内控检查工作，保持现场与非现场检查监督强度。采取组织人员对全辖运营业务进行常规检查、录像抽查、突击检查相结合方式，进一步加强人民币收付业务的检查，制订相关业务操作规程，规范员工操作，充分发挥各职能部门的联动作用，加强内控管理工作。

三、抓收付清算管理，提高清算质量

1、是抓好资金收付清算管理。督导落实支付清算帐务核对，提高支付清算帐户核算质量，按照相关管理规定规范操作与管理，抓好资金收付清算业务的监控管理，防范清算操作风险，确保各项管理指标达到省行规定要求及资金安全，并完成省行各项收付帐务指标。

2、是抓好网点业务培训。充分利用支行联动培训，对新规定、新要求进行讲解，确保第一时间将文件精神传达至各网点。组织网点一线人员开展人民币收付业务(含反假货币)培训，切实掌握现金收付业务管理和操作要求，提高反假货币鉴别能力、合规操作意识和服务水平。根据省行 IT 蓝图出纳业务上线进程安排，有序组织全辖 IT 蓝图出纳业务培训工作。

3、是抓好业务应急演练。继续组织网点开展现金业务应急学习和演练，提高各网点人员对现金业务突发事件的应急反应能力，妥善处理各类突发事件，防范现金业务风险。

4、是严格落实一线柜员上岗制度。按照人民银行每年反假货币上岗资格考试安排，统一组织未持证柜员参加考试。督促考试人员加强复习，提高考试通过率，努力实现一线柜员 100%持证上岗的要求。

四、抓现金出纳管理，严格落实出纳现金管理制度

1、是严格执行出纳管理及安全方面的有关规定。进一步抓好人民币收付业务的检查，完善我行人民币收付业务管理，提高收付水平。完善出纳中间环节的交接手续，严格履行岗位职责，严格执行各项管理规定，规范操作程序。同时，搞好反假币培训管理工作，提高柜员反假币能力。

2、是加大检查力度，规范网点出纳业务操作。对网点尾箱实施细则、人民币收付业务和 ATM 现金管理的执行情况进行全面、深入的检查，实现现场检查覆盖面 50%，利用视频联网监控进行非现场检查覆盖面 50%，全年现场及非现场检查覆盖面 100%的检查要求，力求防患于未然，降低出纳业务差错数量，防范出现重大问题。严格监控网点现金库存，结合我行实际情况，调整现金运转流程，提高现金流转效率，有效降低全辖现金占用量，减少无息资产占用。

五、抓银企对账管理，重视对帐风险防控工作

1、是明确岗位职责，加强对账人员管理。明确专职对账人员的职责，相对固定兼职对账人员，增强对账人员的责任心。进一步加强对帐管理的督导，落实辖内网点银企对帐岗位相互制约的要求设置，提高全辖银企对帐的意识，全面促进对帐回执回收率的提升。

2、是及时处理未达账项，提高对账质量。继续跟进落实银企对帐外包公司的监督管理工作，对余额不符的做到及时处理未达账项，用未达账项余额调节表进行调节，真正实现面对面对账。

3、是突出重点账户对账，及时调整重点对账账户名单。除完成规定的重点对账任务外，根据实际情况将新开户账户、新注册网上(电话)银行账户、新更换预留印鉴账户，以及业务发生频繁、资金异动等高风险账户纳入重点对账范围，定期将筛选出的重点对账账户名单及时下发各网点，由对账员进行对账，加大异常账户资金异常情况的核实和排查。

六、抓运营印章管理、重空凭证及会计档案管理，确保安全

1、是规范印章使用流程。规范辖属网点运营条线业务印章管理使用流程，落实对网点的检查和核对工作，发现问题及时跟进，切实防范案件风险。

2、是落实人员培训，配合重空凭证直配模式的转型工作。全力组织辖内各机构、业务部门对广东重空系统 2.0 版本进行业务培训及操作演练。同时，对重空凭证库存进行全面清理，确保我行顺利完成重空配送模式的转型。

3、是加强会计档案管理。加强对会计档案库的管理工作，按规定落实相关的清理归档管理工作计划，确保会计档案的完整性及安全性。



运营个人工作计划篇 3

随着网络的全面普及，电商部的设立已经是我们公司的必然趋势，所以公司也计划在今年中将完成电子商务部的设立工作。

一、电商部成立的原因

1、电子商务的成本低，省去了很多销售的中间环节；

2、电子商务直接面向消费者，信息反馈及时；

3、接触群体广，网络的发达使公司产品接触全国各地的消费者；

4、提升公司知名度，增加公司产品的曝光率；

5、分销渠道广，销量容易提升；（蜀信茶业 600 多万，竹叶青不做促销 200 多万，思普茶叶 1000 万）京东

6、淘宝天猫、京东商城、拍拍网、当当网等网购平台已经深入人心。

7、公司网站、微博都需要专人管理维护，各大门户网站也需要专业人员进行推广。

二、电商部职责

1、优化公司网络形象，负责对公司网站进行管理维护，及时更新，并提供技术支持。

2、建设、运营、管理京东商城、淘宝、天猫等第三方分销平台。

3、拓展线上分销平台，完成网络销售渠道建设工作。

4、管理维护好各个企业微博，增加微博的人气，做到天天更新。在各大论坛、门户网站发软文、公司新闻等，扩大企业的曝光率。

5、配合市场部完成产品的设计、广告图片的修改等工作。

部门职责：

1、公司电商运营与销售计划执行，对销售额与 ROI 负责；围绕销售目标制定可执行的运营方案

2、维持公司在天猫等电商平台的正常运营；按照运营计划实施各个岗位的工作；推广、活动策划、营销等

3、以客户为中心，通过运营带进销售驱动，同时提升产品与品牌影响力、用户与服务体验等

4、数据分析与挖掘，市场行情与用户、竞品分析；为公司新品开发和战略布局提供有效参考

5、建立运营部门内工作流程与制度管理体系、与其它部门协作流程，实现标准化流程管理，以及 KPI 考核

6、负责网络分销渠道体系的拓展与管理；以及后期其它电商平台开店计划实施与管理

部门目标：

1、销售额：300W/下半年；W%（9/10/11/12 月销售目标：20W/40W/90W/150W

2、健康合理的运营结构：投入产出比 ROI控制在 1：3——1：5；营销 10—15%、人员 10%、运营 25%、毛利 50%；转化 1%；目标完成率在 5080%；复购率 30%；

3、运营体系流程清晰，团队磨合与维稳；打造营销型运营团队； KPI考核合理。

运营链思路：天猫+整合流量渠道全网分销自建商城或平台+ O2O+品牌营销；

培育成长期：下半年；主抓天猫网店运营以活动策划为主、直通车和钻展、推广开始运作，搭建梳理运营团队，制定并优化工作流程标准化 SOP规范+KPI考核制度、梳理岗位协作，销售驱动支撑运营；官网建设与初期网站运营与品牌推广；微博微信微淘构建改造、创造用户需求炒作概念，侧重活动策划与事件营销、公益营销等；网店运营初期以美工和客服优先；详情页视觉与文案策划和标题关键字优化为关键；当然前期可能产品和上线进度，天猫审核、以及申报活动都可能会延缓计划进度；主要以实际情况进行预案与应变。

网店运营计划核心（）：

1、运营规划和计划、目标与成本控制预算；组建运营团队、管岗管人、任务落实到人；岗位工作流程标准化 SOP规范制定、KPI考核定制；准备工作：仓储物流体系设计、包装等；客服体系；营销推广资源共享与分工；

2、产品定位、风格定位、拍摄图片、天猫上线上新、详情页制作、店铺管理与内功、装修与视觉营销、策划文案；

3、网店推广引流（主抓站内直通车、钻展、淘宝客等持续性）、养词；基础排名优化；关联搭配与套餐优化

4、活动策划、大促策划（开业大促、中秋活动、重阳活动、双 11 限时购、双 12 秒杀大促）；其它活动：满减/优惠券/+1 元换购/新品 0 元购等

5、站内帮派淘江湖微淘等传播推广体系构建；引流与提升转化率，内容营销为主，主推生态排毒和肠道营养健康

6、站外 SNS与微博品牌推广引流体系；与品牌营销部合作完成品牌传播进度

7、会员等级与积分制方案；会员关怀；用户体验提升；老客户优惠活动

8、分销体系建立与拓展；计划在 12 月开始构建拓展分销渠道体系

9、网店上线计划：9 月初天猫上线；11 月底铺设淘宝 C 店 1 家；12 月底分销渠道计划初期 10 家 C 店，

10、日常维护管理、网店优化、数据监控分析来调整运营方向（店铺、行业、用户、活动数据等）；

11、团队统筹协作与部门协调沟通、供应链的管理梳理（产品、市场、仓储、物流等）

12、电商核心要素：柔性供应链与价格、用户体验、运营推广

第一阶段：准备孕育期（8 月）

1、运营团队准备（运营、美工、客服、仓管、推广、策划）；初期美工和客服优先；计划在 8 月 10 日前完成；预算人员成本 2W/月/6 人。岗位工作流程标准化 SOP规范制定、KPI 考核定制

2、仓储物流准备（制定公司内部的仓储发货流程规范，选择价格服务合适的快递公司，制定全国物流价格表）

3、经营商品准备（根据淘宝指数与巴巴哈卖家工具数据分析；考察市场针对同行竞品分析，做出热销爆品的价格战略方案，初步制定有竞争力的引流款、主推款、活动促销款、利润款等产品方案）；选品计划在 8 月 15 日前完成

4、根据每个季度的 SKU数进行全年的销售目标分解；主推款、促销款与当季的 SKU数配比；PV、UV 转化率、客单价目标分解；广告投入与其他活动资源的配比。计划在 8 月 18 日前完成。

5、运营与营销计划细化（制定店铺开业促销计划，进行站内和站外相结合的推广）；计划在 8 月 20 日前完成。

6、基础人员的产品知识学习及服务话术培训（目前主要针对客服及仓储物流）

7、天猫上线准备：准备拍摄产品、美工图片处理、产品上传、宝贝标题关键词优化、描述页策划、广告文案、店铺装修等；店铺风格定位与选品；计划在 8 月 28 日前完成

8、天猫上线开业准备、预热（制造行业热点话题，通过软文或者其它植入点形式进行品牌宣传以及开业促销宣传，发布平台如微博、网易、新浪、搜狐等）

第二阶段：开张期、试运营（9 月）

1、店铺装修、描述页优化，塑造品牌形象（从店铺装修、品牌介绍及殊荣、设计理念、顾客需求上着手，给消费者留下深刻的印象；统一设计包装盒、包装袋、品牌形象小礼品等）；正式上线；计划 9 月 3 日前上线。

2、开业大促活动策划优化与实施，聚划算，0 元购（满 100 送 100 优惠券）；活动总结。

3、中秋大促：提前 10 天准备。9 月 9 日前完成。

4、网店推广引流开始运作（主抓站内直通车、钻展、淘宝客等持续性）、养词；基础排名优化；关联搭配优化

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/217036034200010023>