

景区店铺工作计划(模板7篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

景区店铺工作计划篇一

*(杭州)某某集团公司是一家具有现代企业特点的大型企业集团，以生产经营现代中成药、保健品而闻名海内外。

然而，由于产品结构的老化，以及市场推广手段的单一，使得登峰公司的总体产品销售面临滑坡的危险。为了从根本上改变这一不利的局面经过周密的前期市场调查，决定借企业新品铁皮石斛颗粒的开发，引入外脑为铁皮新品的入市推广进行全案策划与推广。

- 1、初期主打市场为省城杭州，待杭州市场稳固后，再向省内其它地区或省外渗透。
- 2、通过8个月有效的市场策划与推广，使新品铁皮达到1500万的销售收入。
- 3、通过8个月有效的市场策划与推广，强化已有的终端销售队伍。
- 4、通过8个月有效的市场策划与推广，提升某某登峰的品牌形象与品牌信任度。
- 5、争取8个月有效的市场策划与推广，确立通过某某登峰铁皮的市场地位与声誉。

6、在完成铁皮产品的成功推广后，对其公司其它品牌进行包装与品牌整合。

用半个月的时间，对登峰现有180家终端进行了细致周密的调研；

用一个月的时间，对登峰数百名消费者进行了随机的访问；

对铁皮研制专家进行深度产品知识与市场趋势访谈调研；

对某某登峰公司全体员工思想动态进行深度访谈及问卷调研；

景区店铺工作计划篇二

目标责任书

二〇一一年度 为进一步发展壮大村集体经济，有效管理集体资产，促进各村（社区）高效快速发展，完成目标任务，特签订《dat镇发展壮大村集体经济目标责任书》。

一、发展目的认真贯彻落实市委、市政府及镇党委、政府关于发展壮大村级集体经济的有关要求，加强宣传引导，调动村级发展壮大村级集体经济工作的积极性，提升全体村（社区）干部的发展意识，建立发展壮大村级集体经济目标责任体系，推进各村集体经济规范、科学、可持续发展，达到收入增加、管理规范、群众收益的目标。

二、责任时间

201 年1月1日至201 年12月31日

三、具体任务及指标

1、成立组织，党(总)支部书记为第一责任人，明确村（社区）

干部责任及奖惩标准，村（社区）两委每月召开会议、调度工作，研究制定发展措施、年度计划，有发展目标、发展思路、发展项目。

2、盘活村集体房屋、门面、荒地、林地以及塘坝水库等村集体资产、资源，有发包合同、协议，年终有收入。

3、积极创办形式多样的村集体经济实体，因地制宜，一村一策，确保年终村级集体经济净收益在上年的基础上再增加1万元以上。

4、新发展创收项目。在中心村(社区)、集镇商贸区兴建或购买门面房、投资超市和餐饮娱乐等物业项目；利用集体非农建设用地、村集体土地和复垦节余地以及现有经营性资产，发展二三产业项目；采取林权拍卖、土地拍卖、集体土地盘活发展“农家乐”、生态休闲等观光农业项目等。

5、严格财务管理，坚决压缩一切不必要的非生产性支出，通过开源节支增加集体经济收入。

四、保障措施

1、镇党委、政府根据责任状要求，定期不定期进行督查调度，对措施不细、目标不明、任务滞后的，及时通报整改。

2、将发展村级集体经济工作纳入镇对村（社区）年度目标管理绩效考核、基层党建责任制考核的重要内容，按时兑现奖惩。

3、对发展壮大村级集体经济重视不到位、支持不积极、措施不得力、成效不明显的，镇党委将对其主要负责人和有关责任人进行诫勉谈话。

dat镇党委书记 村（总）支部书记

201 年 月 日

景区店铺工作计划篇三

- 1、文档要格式规范，打印复印要尽量节约成本。
- 2、做好了各类公文的登记、上报、下发等工作。
- 3、把原来没有具体整理的文件按类别整理好放入贴好标签的文件夹内。

七、通知公告

根据上级意思，发布通知和公告，并督促大家执行，完成。

八、员工考勤和外出登记

- 1、对于出差人员的出入时间事件地点的登记。
- 2、力所能及的主动承接外出人员的工作。

九、接受行政主管工作安排并协助人事文员的工作

完成各种临时的指派工作，让工作有条不紊的进行。

十、安排约会、会议室及差旅预定

将事件按照标准、重轻急缓程度，排先后顺序。

2022行政前台个人工作计划范文二

一、上下班时要整理好前台的物品，察看一切电器是否完好，是否关闭好电源。当天看看备忘录还有什么事情要做。前台大厅是随时都要保持整洁大方。每天报纸要整理好。饮用水桶数发现不够时要及时叫罗先生送水。前台所需物品不够时，

都要及时申请购买如：纸巾、复印纸等。摆在会客厅、前台大厅里的宣传册不够时也要及时添加。传真机、复印机、打印机没有墨时，要电话通知赵先生加墨。如果前台的物品坏了如：窗帘坏了就要叫维修工维修；如果电话线路有问题就要求助电信局。有什么问题都要想办法解决。

二、接收传真，要注意对方传给谁，问清传真内容，以免接收到垃圾信息，接受到传真要及时转交给相关人员，要查收传真有无缺漏。如果对方是自动传真，可以不接收。发传真后要注意对方有无收到，是否完整清晰。复印时要注意复印的资料完整否，避免复印资料缺漏。收发传真、复印都要做好登记。如有信件也要及时交给相关人员。

三、前台接待客人，做好这项工作，最重要的是服务态度和服务效率。看到有来访客人，要立即起身主动问好。对第一次来访客人要问清楚对方贵姓，找谁有什么事，了解来访者的目的后通知相关负责人，其中也要了解是否把客人留在前台大厅还是会客室，还是引客到负责人办公室、会客室。接待客人要笑脸相迎，耐心细致，亲切大方。引客入座后倒上茶水，告知客人已通知相关负责人，请稍等。会客室夏天时开空调，冬天开窗，同时要让会客室无异味，空气流畅。

景区店铺工作计划篇四

为认真贯彻落实区安全委员会办公室《关于开展“五一”期间安全生产大检查的通知》文件精神，在“五一”节期间预防和减少一般事故，揭制较大事故的发生，确保“五一”节日期间全乡安全生产形势稳定，经党委、政府决定在全乡范围集中开展安全生产大排查活动，特制定本工作方案。

组长：

副组长：

成员：

领导小组下设办公室，办公室设在安监站。罗志发同志任办公室主任并负责具体办公。

从xxxx年4月28日开始。到xxxx年5月4号结束。

1. 在全乡范围内开展1. 道路交通、消防、非煤矿山、烟花爆竹、建筑施工、食品卫生、学校安全、森林防火等。

2. 开展打击非法违法生产经营建设行为专项行动。3. 隐患排查治理制度、责任措施落实情况，重点单位，重点环节隐患排查治理情况。

（一）加强领导，明确责任。要高度重视，认真落实“五一”期间安全生产大检查工作具体实施方案，一把手要亲自安排部署，分管领导要亲自带队检查。乡政府相关工作单位要按照职责分工，认真组织实施开展重点行业（领域）安全大检查。要切实按照“谁检查，谁负责；谁签字，谁负责；谁审批，谁负责”原则，认真细致地抓好安全防范工作，坚决克服麻痹思想，确保检查不走形式，取得实效。

（二）深化隐患排查治理，严厉打击非法违法行为。要始终坚持“安全第一，预防为主，综合治理”的方针，强化措施，超前防范，明确责任，精心组织，迅速行动，严格标准要求，逐项进行摸排检查，切实做到防患于未然，严防各类安全事故的发生。对排查出的一般安全隐患，要及时督促落实整改到位；对排查出的重大隐患，要做到整改责任、时限、措施、资金、应急预案“五落实”。同时，要严厉打击各类非法违法生产经营建设行为。

（三）加强应急值守，严格事故责任追究。要切实加强“五一”节期间值班工作，明确带班领导和值班人员，严格落实24小时值班制度。要建立“五一”节期间安全生产预测和

预警机制，制定完善处置各类突发事件的应急救预案。要严格执行请示报告制度，领导小组对各类突发事件必须及时准确上报，工作不力、措施不到位，造成生产安全事故的，要严格追究相关责任人的责任。

景区店铺工作计划篇五

景区领导考虑到我们营销部人员配置较少，年初特从景区全体员工中，挑选了几位拔尖者，加入到我们营销队伍中来，并为每位新人员配置了专业工具，以此扩充我景区营销的战斗力。为了让他们更快更好的掌握旅游营销流程和相关事宜，多次召开营销技巧等基础知识会议，带领着他们熟悉周边的酒店、宾馆、景区等了解相关行业价格并和酒店宾馆签订合作协议，为我们2019年度接待做好基础工作。

借助以往发展大客户的经念，本着共同发展，互惠共赢的原则通过很长一段时间的谈判与协商，一步步把分歧减小求同存异于2019年度末至2019年初成功和江苏阳光联盟，南京环亚大通，浙江品质联盟，安徽黄淮海联盟等旅游巨签订重点合作客户协议。

在我部门全体同事的共同努力下，通过一年时间的学习和实践，我们圆满完成了景区交给我们的任务，并在10月底开始超额。

当然我部门在2019年有很多工作准备不到位，如与农家乐联合、 1

与兄弟景区景区的营销整合、新市场的开发等方面尚没有完全建立，景区宣传资料不齐和人员不足等等。

由于2019年景区建设对市场的影响，宣传和营销推广起动较平缓，各大市场的旅行社在年初也没有做较大的营销推广活

动，至目前各市场与我景区签订合作协议的旅行社家，输送的游客人。我景区与同程网和驴妈妈合作，游客通过网络了解到我景区，从而实现网络预订功能，和在网上开展互助游和自驾游活动。

一般合作旅行社

重点客户旅行社

全年累计达到1000人返10元/人；全年累计达到1500人返15元/人；全年累计达到2019人返20元/人；全年累计达到2500人返25元/人；全年累计达到3000人以上返30元/人；30元返利封顶。

按85元购票计算全年人数返利。学生团与老年团凭证件直接在景区购买优惠票无返利(专业学生及老年合作社除外)。

散拼市场分析：散拼市场的启动对于景区团队与散客市场的启动有着至关重要的作用，景区启动散拼市场，我们必须在每个城市选择一家旅行社进行合作，由业务员配合旅行社负责散拼市场的各项工作，景区只提供政策上的支持及相关印刷品资料。旅行社需成立一个专门的散拼中心，并安排专人负责散拼专线，每周定期拜访各大旅行社进行推介，同时做到每个旅行社门市部张贴景区散拼线路、价格。因为散拼专线具有不可预计的风险，景区将做好媒体宣传和景区接待工作，如住宿、餐饮、游乐、购物等，与各类型酒店宾馆签订团队住宿用餐等价格解决组织者的后顾之忧，寻找购物点为散拼组织者降低发车风险。业务员需要及时做好各家旅行社的沟通与协调工作，及时补充相关宣传资料，如海报、折页、展架宣传单等。

探险旅游：大学生精力充沛，活泼好动，多数酷爱体育运动，追求个性化，喜爱标新立异，且好奇心重，喜欢进行探险或令人惊心动魄的旅游活动。我们可以定期提供溶洞寻宝，登

山大赛，相约爱情故里等探险旅游活动。

生态旅游:新时代的大学生环保意识很强，许多高校还成立了环保社团。针对大学生崇尚自然、保护环境的心态，配合周边景区设计生态旅游产品，一定会得到大学生的青睐。

长三角地区省各大院校有千家，近几百万的学生，这是个大市场，是绝对不能忽视的市场，景区可以与这些院校的学生社团联合举办夏令营活动，或在这些院校的学生社团寻找几名学生干部做景区兼职销售代表，由他代开发所在学院的市场。

老年团市场:随着经济社会的发展、生活水平的提高和社会保障体系的不断完善，老年人对旅游的需求不断增长。注重慢旅游，喜欢休闲养生。“有钱又有闲”。面对节日放假期间人满为患的旅游形势，不受时间限制让老年人避开了旅游的高峰期，选择不太拥挤的淡季外出，这样既避免旅游高峰时的拥挤不堪，又为淡季旅游注入了活力，使旅游淡季不淡。老年团向来被认为是旅行社业务“鸡肋”——价格低、利润低、品种少、风险多、要求多，这一客户群只有在淡季时才受到旅行社重视，很多旅行社对这块市场踟蹰不前。没有形成一个系统的市场。我们要根据老年人的特点，合理设计线路，强调特色游。加强与专业做夕阳红的旅行社和老年大学等机构合作。

户外俱乐部□4s店、车友会:长三角地区各种类型的俱乐部有万家，每一家都有自己的稳定会员，每一家俱乐部每年都组织各种活动。现在有车一族越来越多，而4s店、车友会为了扩大本身的影响，也会组织较多的自驾活动来吸引客户，2019年一定要加大对自驾市场的推广力度。对于俱乐部□4s店、车友会，主要给予门票的优惠，均有年度返利；另外如果双方有大型活动合作，景区可以给予适当的支持，或者更低的门票折扣。

3、景区在接待团队游客时，这些农家乐作为补充，减轻酒店的用餐、住宿接待的压力。

6、景区可以将景区优美的景观照挂在农家乐的房间、餐厅、走廊等醒目位置，游客食住农家乐时随时随地都可以看到，以此提高景区的吸引力更好高效宣传景区。

针对景区与农家乐合作，只有直线沟通一一的签定合作协议，进行双方书面约定有关事宜，不损害双方利益下才有利与双方的发展。景区定期与各农家乐举进座谈会、交流会、培训会，向农家乐经营业主灌述“景区与农家乐是共荣共生的关系，没有景区的兴旺，就没有农家乐的兴旺，损伤景区形象就是损伤自己的形象”的思想，依托景区开发建设，助推农家乐发展，是一条景区农家乐和谐发展之路。

主动参加各种有影响力的社会公益活动 and 积极自行组织举办社会公益活动。提高在社会公众形象曝光率。在游客心中树立一个良好的形象，并得到很好的口碑。

“观蝶节”活动：景区基础建设完成，从建设期转为大力发展期，正式向市场推广，为了让市场了解和认识景区，举办大型得观蝶结活动。

1、正式开业时间：暂定2019年 月， 天。

2、邀请对象：省、市、县相关领导，旅行社负责人，相关俱乐部负责人，专家、媒体记者。

4、门票政策促销支持

2019年七次法定节日放假调休日期的具体安排如下

元旦：1月1日至3日放假调休， 共3天。

1月5日(星期六)、1月6日(星期日)上班。

春节：2月9日至15日放假调休，共7天。

2月16日(星期六)、2月17日(星期日)上班。

清明节：4月4日至6日放假调休，共3天。

4月7日(星期日)上班。

劳动节：4月29日至5月1日放假调休，共3天。

4月27日(星期六)、4月28日(星期日)上班。 端午节：6月10日至12日放假调休，共3天。

6月8日(星期六)、6月9日(星期日)上班。 中秋节：9月19日至21日放假调休，共3天。

9月22日(星期日)上班。

国庆节：10月1日至7日放假调休，共7天。

教师节 重阳节

善卷洞风景区营销部

景区店铺工作计划篇六

一、各项运营指标

1、经营指标

(1) 全年出租率98%，收缴率98%。

(2) 全年销售额3亿元，租金收入万元。

(3) 全年共引进品牌18个，其中进口类品牌0个□a+类品牌3个□a类品牌5个□a-类品牌2个□b类品牌3个。品牌优化率5%。

2、企划营销活动

(1) 全年组织活动：大型促销4次(、五一、周年庆、国庆)，团购活动10次，小区活动24次，其他节点活动40次(节、建材节等)。

(2) 全年不出现负面报道。

二、准确商场定位，开展特色营销

三、稳定经营秩序、增强经营信心

开业至今，因为开业时间短、远离市区商圈、交通不便、商户产品线不对路，营销手段单一，营业员技能差，市场适应期短等等原因导致部分商户经营状况较差，持续经营信心不足，出现退租苗头，商场将继续推行“商户座谈会”“商户代表监督员”“定点营销”“帮扶营销”等能保证与商户充分沟通的有效办法，在企划、营销、财务、培训等方面给予商户充分的帮助，稳定商户信心，维护品牌形象。

四、优化品牌

做好品牌储备，各类后备优质品牌至少5个，尤其注重考察经销商的经营意识和能力。全年实现品牌调整面积10000平米。

五、着力强化行政管理

持续招聘，做好人才储备，全年储备输出一套商场管理团队，主管级人员6名重点在业务体系和物业安全方面，健全并加强

各部门和各岗位的绩效考核，推行月绩效考核制，合理安排岗位设置，逐步淘汰平庸员工，留住核心员工，年开展提升团队整体素质，增加工作效率，组建讲师队伍，每月组织学习、培训16小时，每月开展读书分享会1次，强化团队执行力。重视党工团工作。提高员工积极性，改善后勤福利，增强企业凝聚力。

六、开源节流

充分重视财务管理作用，完善成本控制体系，对各部门的支出进行预算考核，在制度上控制各项开支，管理出效益，增大利润。

七、完善顾客满意度的各项工作

做到顾客回访率100%，建立有效的三工管理模式，控制客诉率以内。初步建立顾客信息管理系统、厂家信息快速查询系统。

八、物业安保方面

确保全年无重大安全责任事故，全年进行机电、消防安全大检查各12次，重点防火区域检查48次。高压配电检修2次，空调机电设备检修保养2次，易燃易爆品等五项常规检查50次，夜间值班情况检查24次，细化商场营业结束后的安全工作清场流程。

九、基础管理和现场管理

每周召开“两会”，并及时撰写、上报会议纪要，每季度召开一次员工大会，强化商场各部门的服务意识，制定相应的监督及考核机制，真正做到一线部门为顾客、商户服务，后勤部门为一线服务。现场管理方面以综合巡检[5s管理制度]为纲，要求各部门制定详细的检查内容及整改措施，加强楼层

的互查、评比，并制定科学的奖惩方案。

景区店铺工作计划篇七

按照国家、省、市关于做好安全生产工作的总体要求，为全力做好全市旅游行业的安全工作，经领导研究决定，制定xx年我市旅游行业安全工作计划。

全员安全意识进一步提高，旅游安全生产秩序进一步规范，全面完成省旅游局、市政府下达的旅游安全生产各项指标；树立安全第一的旅游发展理念，建立旅游安全生产长效工作机制；实现旅游安全生产形势总体稳定，确保旅游行业不发生重特大旅游安全责任事故，确保全市旅游经济发展的安全环境。

（一）提高思想认识，加强组织领导，建立健全旅游安全生产工作机制

1. 从讲政治、保稳定、促发展的高度来认识安全生产工作的重要性。把企业安全生产工作作为一项重要议事日程来抓，成立由局主要领导任主任，其他局领导任副主任，各部门负责人为成员的安全工作委员会，下设办公室（设在行业管理处），具体负责旅游行业安全工作。同时，要求各区、县（市）旅游局、旅游企业根据各自实际情况，相应成立由主要领导直接领导的安全生产机构，确保有关安全生产的措施落到实处，做到安全工作有人抓、有人管，形成人人讲安全、上下齐抓安全的浓厚氛围。

2. 认真学习贯彻落实新《xxx安全生产法》，使各项法律法规和制度深入人心，自觉规范日常的工作行为。加强日常检查和专项检查，制定辖区旅游企业检查计划，按照各项安全生产规定，严格要求旅游企业实现旅游安全生产规范性管理，并要把检查考核结果与评先晋优、企业诚信评价挂钩，形成有效的旅游安全生产工作保障机制，保证各项制度措施落实到位。

（二）明确行业领域内重点部位和重要场所, 抓好排查整治

1. 以旅行社投保情况为重点, 加强对导游员的安全教育、保障车辆安全运营; 严格审查各旅游企业投保是否齐全、有效, 对未按规定险种要求或未及时续保的旅游经营单位, 要督促其及时投保和续保, 以保证出现意外事故情况时, 为游客和企业减少损失。
2. 以旅游景区、旅游节庆等人员密集场所为重点, 按照“谁主管, 谁负责”、“谁审批, 谁负责”和“属地管理”的原则, 市旅游局配合相关部门认真检查督导, 确保各项安全保障措施到位, 防止火灾、拥挤踩踏等各类事故的发生。
3. 以星级饭店为重点, 市旅游局配合消防、安监等部门对消防手续不齐全存在事故隐患的要实施挂牌督办, 确保整改到位, 依法履行审批手续, 完善各种安全措施。按照市安委会的要求, 稳步推进全国安全生产标准化示范城市建设, 配合市安监局、消防局启动星级饭店标准化创建工作。
4. 以治理火灾隐患为重点, 深入开展事故隐患排查, 在治理上要保证整改资金、措施和监控到位, 对存在重大安全事故隐患的旅游经营单位, 要挂牌督办, 并会同有关部门责其限期整改或停业整顿, 对整改不合格、危及旅游安全生产的要依法关闭或取消经营资格。

（三）加强教育培训, 深入开展反违章活动

市旅游局将组织对局机关人员和各区、县（市）旅游局人员以及旅游企业负责人进行安全生产培训教育; 各旅游企业必须建立健全以安全生产责任制为核心的安全生产规章制度, 开展好本单位安全生产培训教育活动。要深入持久地开展隐患排查和治理工作, 逐步使反违章活动成为企业和员工的自觉行为。

（四）加强应急演练，提高旅游突发事件的处置和救援保障能力

各区、县（市）旅游局要指导辖区旅游企业完善应急处置和救援预案，要督导旅游企业增加对安全基础设施设备的投入，加强安全队伍建设，开展安全教育培训和各类应急救援演练，特别是对突发火灾和交通事故的救生和处置，不断提高旅游从业人员的安全防范意识，提高突发事件的处置和救援保障能力。

（五）加强旅游安全生产信息化建设和应急管理工作

对旅游行业安全生产进行动态监管，定期通报，适时警示。建立安全生产监督管理基础信息、重大隐患信息、应急救援资源信息、安全生产专家信息四大数据库。根据《xx市旅游突发公共事件应急预案》，各单位要进一步完善突发公共事件应急预案，建立健全应急救援机制，发生重特大事故，一定要在第一时间启动应急救援机制，做到迅速上报、指挥有力、抢救及时，把人员伤亡和财产损失降到最低限度。

（六）加大宣传，开展好百日安全生产专项整治活动

深入贯彻落实2014年12月17日全省安全生产工作电视电话会议精神，全面落实省、市安全生产有关要求，进一步加强旅游行业安全生产执法检查，强化隐患排查治理，要按照《xx市旅游安全生产百日专项治理活动方案》要求，做到主要领导亲自抓，分管领导负责抓，责任部门具体抓，完成好安全生产百日专项治理活动，确保“两节、两会”等重要时期的安全生产形势稳定。以宣传安全法律法规为重点，加大旅游安全宣传教育力度，增强旅游从业人员和游客的安全意识，确保突发事件发生时不慌不乱，将损失降低到最小程度。

（七）加强“黄金周”和节日等重要时段的安全检查

各旅游企业要高度重视“黄金周”和各类旅游节庆活动的旅游安全工作，建立健全黄金周突发事件应急预案，做好应对各类突发事件的应急救助工作。各景区做好旅游高峰期和人员密集场所防止出现事故，配合相关部门对用车单位、用餐单位的质量进行监督；各旅行社严禁使用非法从事旅游客运的车辆及带病运营、超载运营、超时运营等危及游客安全的车辆，做好对旅行社导游人员的安全防范教育；各星级饭店要加强食品卫生和消防安全意识，严格按照食品卫生操作规范和流程进行操作，加强对店内消防设施和消防通道的自查工作，消除隐患。