# 运营部人事培训规章制度（大全）

来源：网络 作者：独影花开 更新时间：2025-07-15

*第一篇：运营部人事培训规章制度（大全）运营部人事培训规章制度（草案）第一条目的为使人事部能准确指导、有效配合、及时纠偏营业门店的人事培训工作。特制定本运营部人事培训规章制度，以下称“本规章制度”第二条适用范围本规章制度适用于公司运营部下属...*

**第一篇：运营部人事培训规章制度（大全）**

运营部人事培训规章制度（草案）

第一条目的为使人事部能准确指导、有效配合、及时纠偏营业门店的人事培训工作。特制定本运营部人事培训规章制度，以下称“本规章制度”

第二条适用范围

本规章制度适用于公司运营部下属各营业门店(以下称“营业门店”)的正式员工、派遣员工。

第三条 管理权限和职能

一、本规章制度及实施细则经由运营总裁批准后视为有效。

二、本规章制度由运营部及营业门店执行、由人事部配合执行及督核。

三、运营部为本规章的制度第一负责人，人事部为本规章制度的第二负责人及督核人。运营部有义务和责任配合人事部针对各营业门店对于本规章制度的督核。

四、本规章制度与人事部相关规章制度所涉及内容，重合或有冲突部分，由两部门总裁根据公司实际情况进行协商，共同制定相关制度及实施细则的营业门店版本与公司总部版本。由两部总裁达成共识，经共同批准后视为有效。若存在分歧，报行政总裁批复。

五、本规章制度的实施细则与人事部相关实施细则所涉及内容，重合或有冲突部分，由两部门总裁根据公司实际情况进行协商，共同制定相关制度及实施细则的营业门店版本与公司总部版本。由两部总裁达成共识，经共同批准后视为有效。若存在分歧，报行政总裁批复。

六、营业门店由该门店第一负责人指导营业门店的员工执行本规章制度。

第四条 招聘管理

一、营业门店的第一负责人根据运营部颁布的《运营部服务组人员招聘实施细则》（名称待定）进行统计并制定《下月招募计划》，并于当月统一时间汇总至

运营部与人事部。

二、营业门店《下月招募计划》统一上报三日内，由运营部及人事部共同批准后视为有效。

三、运营部及人事部有责任与义务对于营业门店所提报的《下月招募计划》进行审核与复查。

四、运营部管理人员有权根据《运营部门店间人员借调实施细则》（名称待定）进行人员统筹。被借调人员有权利根据个人意愿拒绝借调，同时运营部不得影响其个人发展。

五、营业门店的第一负责人根据《运营部服务组人员招聘实施细则》组织实施本营业门店的服务组人员招募。

六、人事部根据《运营部服务组人员招聘实施细则》协助提供营业门店的需求人员。

七、人员录用严格按照《运营部服务组人员招聘实施细则》执行。

八、运营部有权根据《运营部管理组人员发展实施细则》，向人事部提出《管理组人员招募计划》

九、人事部有权利与义务根据《运营部管理组人员发展实施细则》对《管理组人员招募计划》进行审核与复查。并由人事部组织实施营业门店管理组人员招聘。

十、运营部有责任与义务协助人事部完成门店管理组人员招聘。

十一、人事部享有运营部选择录用的服务组人员的最终录用决定权。

十二、营业门店工作人员考勤管理必须遵循《运营部考勤管理实施细则》执行。

十三、营业门店的第一负责人有权对于该门店违反《营业门店管理制度》的员工，进行相关处理并提出处罚。处罚证明必须由当时人、证明人及处理人三方签字视为有效。被处罚员工有权根据《公司管理制度》申请复议。

**第二篇：运营部规章制度**

一、运营部职责：

1、负责贯彻执行公司的整体宣传战略，领会和传达公司领导的战略意图，并负责制定公司中长期运营计划。

2、定期组织开展运营分析和调研工作，及时掌握同行的宣传动态，并为公司决策层提供切实可行的企划方案。

3、负责做好运营部内部管理工作，不断完善工作流程和工作制度，带头和督促完成各项工作任务。

4、做好员工的激励和考核工作，尽量发挥每个员工的最大潜能；通过定期开展分析和总结，提高员工的工作热情和工作能力；通过开展绩效考核，提高员工的工作效率。

5、负责运营部内部工作的协调和外部工作的接洽，将运营部工作实行流程化管理。

6、负责对外媒体联络和公关，建立和维护良好的媒体关系，在新闻和广告两方面与媒体加强合作，及时掌握媒体动态，了解媒体信息。

7、充分发挥集体智慧和创新思维，拓宽宣传思路，指导开展各类广告设计和新闻及营销策划，力求不断推陈出新。

8、组织编辑公司刊物文稿，促进企业文化建设。

9、美容院陈列总体规划及店内外气氛的设计，营造良好的服务环境。

10、负责公司网站建设、更新与维护。

11、设计、组织制作公司的各类广告宣传品及导示系统。

12、草拟公司整体性促销、主题促销及其他大型形象活动的方案并参与实施和跟进。

13、制作和维护、设计广告。

14、会同市场部做好各类会议营销的策划与执行。

15、负责网站商家的开发、跟进、维护。

二、运营部组织架构：

人员配置：共13人。

运营总监1人：

客服经理1人，客服专员4人；

平面设计师1人，网站编辑2人；

文案策划1人，美工1人；

后台管理经理1人，推广经理1人。

三、运营管理制度：

1、目的与原则：

运营管理是企业营销战略管理的重要组成部分；运营管理所要解决的就是如何制定运营战略，以何种方式、何种手段使顾客知晓、了解运营内容，继而产生兴趣，做出消费决策。

通过运营管理规范实现流程化管理，为公司及各区域提供服务，提高运营策略市场响应速度，争夺顾客，拓展市场；奖励顾客，增加销量，提高运营组织和实施效率，增强其市场效果。

2、内容与方式：

运营的主要内容与方式包括广告、网络运营、销售运营及公共关系。

（1）广告是指公司按照一定的预算方式，支付一定的费用，通过一定的媒体把商品、项目、优惠方案等信息传送给广大目标顾客的一种运营方式；公司的广告主要包括大型户外广告、美容院上线广告、媒体广告及广告宣传品。

（2）网络运营是指公司网站自向目标顾客对产品进行介绍、推广、宣传与销售，与消费者或用户进行网络交易的运营方式。

（3）销售运营是指运营部运用各种短期诱因，鼓励购买或美容院上线产品或服务的促销方式。

（4）公共关系是指公司通过第三者在报刊、电台、电视、会议、信函等传播媒体上发表有关公司产品的有利报道、展示或表演，以刺激人们需求的一种促销方式，以及通过企业赞助活动达成与社会公众的沟通，提高公众的认知度。

3、运营管理制度：

（1）根据公司的发展战略、运营目标和市场状况，由运营部于每年最后一季度末制定并提交公司运营计划、费用预算，经公司批准后组织实施。

（2）运营部负责制定运营方案的详细工作规程和细则，监督按程序实施，负责运营方案的拟定、报批、执行、总结的全程跟进工作；包括市场拓展所需的各项物料、方案的临时调整、人员的安排、物品的保管监督、效果的评估、总结。

（3）运营部统一管理公司各项运营工作，包括企划、后台管理、客户服务等活动的组织、实施，整理评估运营效果，提出初步运营工作总结，运营部汇总并撰写市场拓展工作报告，供公司领导和有关部门决策参考。

（4）运营部策划人员根据市场动态及时制定运营方案及具体实施办法，协助市场部开展市场活动，整理、评估促销效果，总结经验及资料的分类建档，协调各部门及本部门运营相关事务和传递工作。

（5）运营部设计人员负责拓展有关的市场广告方案及制作工作，及时了解市场动态，提出开展拓展活动的建议。

（6）各区域负责具体组织该区域市场促销活动，提出初步效果评估报告，根据本市场的实际情况，提出拓展建议及拓展活动申请。

（7）运营部主管负责公司整体市场拓展活动的指导，协调相关业务并对相关人员的工作业绩进行考核。

4、运营部所拟定的运营方案由运营部负责人拟定修改，经公司审核后进入实施阶段。

四、平面设计管理：

为了使运营部平面设计的工作有计划、有步骤的开展，现制定本制度：

1、各部门根据实际需要，填写《产品设计申请单》，交由部门负责人签字后移交运营部负责人。

2、运营部负责人审核此单各项内容是否根据要求填写完整，对于没有填写完整的严格退回；对于按要求填写的，根据具体要求及部门人员工作量情况，安排相关人员跟踪设计、制作。

3、运营部负责人拟定《平面设计工作事项安排表》。

4、设计人员凭签过字后的申请表进行设计，根据要求进行素材寻找、定位、设计、制作。；

5、运营部设计人员填写制作打样费用预算，交由部门负责人签字。

6、设计人员严格执行运营部所制定的“设计工作周期表”执行，特殊情况需提前提出。

7、设计人员设计完后，经部门负责人审核确定后，打印出来交部门负责人签字，并交由总经理进行最终确认。

8、设计人员凭总经理签字确认单开始下单制作，填写《打样制作申请单》。

9、设计人员跟进物品的到位情况。

10、设计人员对所制作的物品进行入库，并告知需求部门具体的用途。

11、设计人员指导各部门如何进行物料的布置、展示。

12、每个月月初，设计人员需将上个月所做的所有物料进行费用结算，部门负责人签字后交总经理审核确认，最后由财务部打款。

五、后台网站管理：

为促进公司内外部信息交流与沟通，规范和加强公司网站管理与维护，确保信息网络安全、准确、及时地运行，特制定本规定。

1、网站是宣传企业文化与品牌、展示企业人文形象的重要窗口。

2、网站管理与维护遵循“总体规划、统一格式、分工负责”的原则；网站栏目的设立由运营部负责人确定。

3、组织管理及工作流程：

（1）网站信息的更新工作实行部门负责制，即由运营部网站编辑分别负责网站各子栏目的更新工作，定期对所辖栏目进行拟稿组稿、资料编辑（图片）等。

（2）运营部网站编辑负责所指定的模块信息、新闻等的收集、整理工作，并对上网内容的真实性和可靠性负责。

（3）所有上网稿件必须经运营部负责人审核后交由总经理确认后方可发表。

（4）公司运营部负责公司网站的建设、运行、维护和技术支持，并行使下列职权： a、公司网站的域名注册、通用网址、空间使用情况进行备案，保护公司网络品牌； b、负责与网站建设公司沟通协调解决网站所出现的问题； c、指导、检查、监督各部门网站运行、维护工作； d、监督、指导各部门网站形象设计，确保公司整体网站形象的统一； e、推广公司网站，提升公司网站的网络知名度； f、负责网站防病毒、防黑客攻击以及为网站的正常运行、日常维护提供技术支持与保障。

（5）运营部后台管理经理负责网站的文字审核、新闻发布，并行使下列职权： a、检查、审核公司网站内容的发布； b、检查、审核各部门网站涉及公司的内容，保证公司文化、品牌宣传的统一； c、更新公司网站中关于公司介绍、品牌与文化宣传、新闻等内容。

4、运营部后台管理经理负责本部门资料及相关信息的及时更新，网站的页面风格、宣传口径、vi形象、域名管理等要与公司网站保持统一。

5、网站由后台管理系统按照栏目责任制统一管理；网站各栏目由运营部后台管理经理进行管理，责任人主要负责所有栏目的内容的收集、更新和维护。

6、内容更新要求：

（1）网站的内容最少应每周更新一次。

（2）对于公司重大新闻或重大活动，应在活动结束后3个工作日内编辑好文字和相关图片及时上传，反映公司经营和管理的最新动态信息。

（3）对于公司重大促销活动信息，应提前3天在网站上发布促销信息。

（4）对网站固定栏目内容每月进行定期检查和更新。

（5）此项工作完成情况纳入对各部门负责人年终考核指标内容。

7、运营部每季度组织召开一次网站管理会议，后台管理经理、美工、网络编辑必须准时参加。人事行政部

二0一三年十二月一日篇二：运营部规章制度

污水处理厂日常管理制度

一、准时上下班，执行签到制度，迟到或早退者罚款10元/次（迟到10分钟；早退10分钟）；上班脱岗、睡岗者罚款30元/次；旷工者扣除当天工资并罚款200元（无故不上班，或上班迟到1小时以上，或提前1小时下班）。当月累计迟到或早退3次折算旷工一天，全年累计旷工5天（含5天）取消年终绩效。

二、员工调休和请假必须向厂长申请，上报运营部批准后方可调休和请假。未经许可擅自调休或未履行请假手续按旷工处理。

三、污水处理正常运转职责：集水井清除栅渣及漂浮物、提升泵运行及维护、水下搅拌机运行及维护、污泥回流泵运行及维护、风机运行及维护、压滤机运行及维护、清洗计量渠、提升泵站（含格栅、水泵、流量计）运转及维护、记录运行台账、厂区清洁卫生、杂草清除及绿化维护、污泥垃圾及时清运、禁止无关人员进入厂内、工业企业废水巡查、污水管线巡查、水质水量考核（达标排放、进水水质异常处置）、工作态度（执行运营部各项指令、主人翁精神、岗位责任）等。以上由运营部考核，发现一项未按运营部要求操作，罚款当班操作人员50元/次。全年累计处罚10次（含10次）取消年终绩效。

四、奖励：全年无安全事故、污染事故、生产责任事故；环保局及运营部考核优秀的污水处理厂，年终给予奖励。

五、本管理制度从2025年4月1日开始执行，解释权归江苏方诚环保科技有限公司。

江苏方诚环保科技有限公司

二零一四年三月

工艺人员工作职责

一、工艺人员考勤制度：准时上下班，迟到或早退者罚款30元/次（迟到10分钟；早退10分钟）；上班脱岗、睡岗者罚款50元/次；旷工者扣除当天工资并罚款200元（无故不上班，或上班迟到1小时以上，或提前1小时下班）；运营部批准后方可调休和请假，否则按旷工处理；

二、工艺管理人员职责：应具备各种设备操作运行技能、水质分析技能、应急事故处置能力、现场应变能力及良好沟通管理能力。对进水水质监管、工业废水监管、水质水量分析设备操作等台账检查、运行质态监管及优化（sv、do、水温、污泥性状、出水状况、达标状况、设备运行状况、污泥压滤状况、曝气量调节等）、厂区卫生监督、配合政府及环保部门检查、月度季度运行总结、各厂月度季度报表、安全考核、操作工出勤考核、操作工运转质态考核、水质水量达标考核（在线仪达标率95%以上）、管网巡查及泵站运行监管、重点工业污染源监管、污泥处置监管、计量渠及流量计监管、设备报修保养维护监管、驻厂工艺人员考核监管、制定污水厂应急预案、新进员工培训及考核、化验中心日常管理、完成公司下达运营部的其它任务。

三、驻厂工艺人员（含化验员）职责：应熟悉各种设备操作运行技能、掌握水质分析技能、具有良好的沟通协作能力。对进水水质监控分析、工业废水采样分析、记录化验分析台账、水质水量运行台账、污泥运行台账、熟悉工艺运行质态（sv、do、水温、污泥性状、出水状况、达标状况、设备运行状况、污泥压滤状况、曝气量调节等）、厂区卫生检查、同步采样、厂区用电用火安全、化验室及办公室卫生、完成运营部下达的其它任务。

四、维修人员职责：岗前培训合格方可上岗；用电安全、交通人身安全、维修人身安全；定期设备保养、防冻维护、设备及时维修、不定时设备巡查、维修材料采购及进出库管理；对污水厂日常设备维护状况考核；完成运营部下达的其它维修任务。

五、奖励：全年无安全事故、污染事故、生产责任事故；环保局及政府考核优秀，运营部工艺人员年终给予奖励。

六、本管理制度从2025年4月1日开始执行，解释权归江苏方诚环保科技有限公司。

江苏方诚环保科技有限公司

二零一四年三月篇三：运营部工作管理制度

运营部工作管理制度

随着公司的发展和门店数量的增加，为加强督导的门店运营管理，现运营部特制定以下制度。第一 根本准则 ? 强化市场意识，提高市场竞争能力，企业与客户的关系，让客户放心，使客户满意，与客户互动，并最终达成双赢，是运营部管理的目标。? 确立“用户第一”、“信誉第一”、“服务第一”，维护公司声誉，是运营部管理的方针。? 以迅速反应，快速执行为工作标准，以客户永远是对的为服务准则。第二 经营目标 ? 根据公司的中长期规划和生产能力状况，通过预测市场需求情况，进行全面综合分析，由我部提出初步的市场发展方案，报请公司审查决策。? 经过公司会议讨论，以确定的经营目标并作为编制我部市场发展目标的依据。? 我部根据确定的市场目标，制定我部具体的市场发展计划和具体实施策略，报公司会议讨论通过并实施。

第三 市场预测 ? 了解同行业市场发展走势，了解分析同类4d或5d电影院的销售情况，了解竞争对手在我司重点发展和推广区域的市场占有率有多少，分析竞争对手的市场营销措施和动态，研究和寻求开拓市场的新途径。? 加强对现有客户的了解和沟通，了解客户对产品质量的反映及技术要求，营业中出现的问题，运营部要在第一时间加以解决，满足用户要求。? 通过分析上月度的销售、季度销售组成和比例情况，预测下季度销售比率计划，确定销售的总体计划及市场运营手段。

第四 销售计划及合同管理要求 ? 我部根据公司全年市场目标及，综合平衡，分步计划，并根据市场促销实施，信守合同，维护合同法规的严肃性。? 如无重大市场因素影响，严格执行公司制定的价格，如有连锁店要宣传或者促销等等，需事先经相关部门及公司领导确认后方可执行。? 每个月的5号之前回款，也就是说上个月底要跟客户沟通打款的事情，按照回款和追款制度，随时跟踪销售回款情况，必要时按追款程序做好追款工作。第五 日常工作要求 ? 加强店面工作人员的培训，提高店面工作人员理论知识，调动店面工作人员的积极性，不断改善工作。? 发现异常的能力：能在故障发生之前对异常进行识别和定义的能力，比如作业中投影仪走位，或者，风、雨、雷、电、雾，在作业中可能会发生的问题。? 处理异常的能力：恢复异常至原来的正确状态，确保设备功能正常作业发挥的能力。? 维护管理的能力：能按照规定的标准对设备进行保养和操作的能力。? 除此之外，在日常运行中，还应该做到，革除马虎之心，养成凡事认真的习惯，自觉维护好工作质量。? 工作要做到有计划、有步骤、迅速踏实地进行，工作中不扯闲话，工作中不要随便离开自己的岗位。? 实行决定的方案时，需要别的部门的人协助时,要事先进行联络，工作经过和结果必须向上司报告。? 工作到了期限不能完成时，要马上向上司报告，请求提示，任务实施时,遇到疑问和上司商量，虚心接受意见和批评，认真总结，相同的失败不能有第二次。? 对工作不能失去信心，更不要逃避责任，努力愉快地工作，工作中自己思想要活跃，通过工作让自己得到锻炼成长，相互理解、信任，建立同事间和睦关系。2 ? “三人行必有我师焉”，有问题时一个人搞不明白，很多人在一起商谈就明白了，互相讨论时，可以从不知到知。使自己明白不足，从而确定出好的意见和想法。? 语音清晰、语气诚恳、语速适中、语调平和、语意明确言简，与他人交谈，要专心致志，面带微笑，不能心不在焉，反应冷漠，发言简洁明了，条理清晰，认真听别人的发言并记录，不得随意打断他人的发言，不要随意辩解，不要发牢骚。? 运营部内部会议，按秩序就座，依次发言，发言时，先讲“××汇报”，结束时说：“××汇报完毕”。? 上下关系：尊重上级，不要看同事之间的笑话，在公众场合出现他人有碍体面，有违公司规定的行为时应及时善意地提醒，不要胡乱评议领导、同事或下级，更不能恶语伤人。第六 督导职责 ? 管理好客户，跟客户建立良好的关系，客户有如何问题我们应该在第一时间处理，让客户感觉到我们公司是一家，具有品牌管理、产品管理、运营管理的纪律。? 店面安装设备，店面装修验收跟进有那些。? 选址开始、店面是否装修、店面装修材料是否指定产品、天花板黑油漆是否漆黑、墙壁是否铺上黑色墙毯、地面是否铺上黑色地毯、电线图是否安全完成、消防设备是否完成、电插座是否完成通电、隔音棉是否完成、房间灯光是否照明、应急灯是否明亮、空调是否运作成功、电压是否运作成功、投影仪平台是否安全做好、地面卫生是否做好等工作。? 室外验收、灯箱广告效果是否好、x展架是否完成、亚克力招牌效果是否完成、led灯是否效果好、巅峰5d动感影院是否灯光效果完成、液晶显示屏安装是否好、预告片内容播放效果是否好、电源连接安全是否好、具体店外装修效果是否完毕等工作。? 设备安装验收，作业中投影仪走位、风、雨、雷、电、雾、雪的效果、电源是否安全运作、设备安装是否完毕、尺寸是否到位、播放影片效果如何、影片是否全部到位、店员是否学会播放、影片播放电脑是否正常使用、设备的螺丝是否安全完成等工作。3 ? 店面收银机管理和操作都要一一学会，同时要教会店面的每一个店员。? 店面培训；要求每一个店员都要学会介绍影片，销售技巧之内的话语。? 开业店面都要提前写一份完整的开业计划书，审批后发给客户开业用。? 每个月需要写各个店面宣传计划书，做好宣传工作、帮客户提升营业额、这是督导的工作（计划书一定要电子版发过去，如客户同意这个宣传计划书，需要客户签名再发电子版回来），我们方便安排。? 如果客户自己有写宣传计划书的话，就让客户把电子版发过来我们这边批示后才发回去（月底财务方便计算）。? 督导一个星期要去店面至少一天，主要去店面考察，去培训店面员工，要求每个店员都能成为巅峰专业销售员。? 考察中如发现员工不会介绍影片、客户有疑问店员答不出，设备出现问题等，要尽快帮助解决。第七 店面选址、装修、开业注意事项（可以了装修前准备资料，有图片）? 影院房子内部设计标准（标准参考数据如下）? 店面一定要按规定装修好，电线牵好、天花板油成黑油漆，墙毯、地毯同样是黑色，店面装修好后，方可设备入场，进行安装。? 普通型机台尺寸（长\*宽\*高）=1.8米\*1.42米\*1.54米 ? 豪华型的尺寸（长\*宽\*高）=2.04米\*1.7米\*1.94米 ? 房子的内部尺寸（长\*宽\*高）=6米\*3米\*3米（可根据实际情况调整，但长度不少于5.7米，以保证投影视频质量）（120寸房间近距离为5.7）（150寸房间近距离为7.5米）。? 房内承重架子的材料，建议（室内）为5cm\*5cm的空心方铁管，铁管请油成黑油漆防生锈，厚度建议在2毫米左右。? 房子的内层，用6mm或以上的木夹板（也可以是高密度板），并且在安放好投影幕后，其余墙身，全部贴黑色吸音棉布。? 做一个摆放投影仪和雪花机、雨水机等其他设备的平台承受的重量大概在50公斤左右下。

? 外层，需要在可见面装订上喷画布或装修设计，但必须包括的内容：巅峰公司名称、网站地址等，具体素材我们提供标准数据。4 ? 所有的电线，控制线的走法，可以参考“标准线路走法图”，所有的线，用线槽包好，以免老鼠光顾，注意，数据线（视频、音频）和电力线需要分开，不可以用同一条线槽。? 需客户准备工具及物资。? 铝梯，1把，用于安装调试。? 上落机台的台阶，规格长1.8米\*宽0.44米\*高0.35米两层。摆放在机台的两边（下面为模拟模型机台，机台以实物为准。不能并在一起放，要留个20cm的距离）。? 上面的台阶规格是豪华型和普通型的机台都可以用的；因为机台运做时会前后左右运动，产生左右距离，这里提出几点作为参考，以下的这规格只适合普通型的。? 规格是长1.6米\*宽0.5米\*高0.24米这样的台阶就可以并靠着机台放。? 叉车或手叉车，机台搬运或位置调整之用。? 橇钎及垫木方，机台位置微小调整之用。? 画线油漆及笔，以方便标好机台的位置，以免长期运行而造成的机台偏位。? 线槽。

? 场地需准备的电力。

一、220v六人机 ? 独立220v普通电，要求使用6平方线，以供应变频器、电机，其中变频器为3.7kw，电机功率为3.75kw，从总电表出来，需要安装一个规格为额定电流40a的空气开关，后再接入机台。

? 独立220v普通电，要求使用6平方线，以供应电脑、5.1声道系统、2台投影仪、5d特效等设备，以上设备功率共为7kw,从总电表出来，需要安装一个电流为40a的空气开关。? 要求使用总电表的规格为15kw /70a或以上。? 其他控制线路，由希力技术人员安装，客户方提供协助。5篇四：市场运营部员工管理制度1 市场部运营员工管理制度

第一章 根本准则

为使本人事作业规范化、制度化和统一化，使运营部门的管理有章可循，提高工作效率和职员的责任感、归属感，特制定本制度。第一条 强化市场意识，提高市场竞争能力，沟通企业与社会，企业与客户的关系，让客户放心，使客户满意，与客户互动，并最终达成双赢，是我部运营管理的目标。

第二条 确立“用户第一”、“信誉第一”、“服务第一”，维护公司声誉，重视社会经济效益，满足社会需要是我部运营管理的方针。

第三条 以迅速反应，快速执行为工作标准，以客户永远是 对的为服务准则。

第四条 第二章 经营目标

第四条 根据公司的中长期规划和市场运营状况，通过预测市场需求情况，进行全面综合分析，由我部提出初步的市场发展方案，报请公司审查决策。

第五条 经过公司会议讨论，以确定的经营目标并作为编制我部市场发展目标的依据。

第六条 我部根据确定的市场目标，制定我部具体的市场发展计划和具体实施策略，报公司会议讨论通过并实施。

第三章 市场预测

第七条 市场预测是经营决策的前提，同时也是提高竞争能力的重要手段，具体要求如下： 1．了解同行业市场发展走势，了解同类产品国内、国外全年销售总量和同行业全年的生产总量，分析饱和程度。了解竞争对手在我公司重点发展和推广区域的市场占有率，分析竞争对手的市场营销措施和动态，研究和寻求开拓市场的新途径。2．加强对现有客户的了解和沟通，了解客户对产品质量的反映及技术要求，分析提高产品质量，增加品种，满足用户要求的可行性。

第八条 通过分析上的国内、国外销售组成和比例情况，预测下国内各地区及外贸各占的销售比率，确定销售的总体计划及市场运营手段。

第九条 了解和分析国外客户的对产品的需求特点，分析外贸供求趋势，确定外贸发展目标，并制定相应的外贸市场开拓策略。

第四章 运营计划及合同管理要求

第十条 我部根据公司全年市场目标及近年来国内各地区和外贸订货情况，综合平衡，分步计划，并根据市场供求形势确定“以销定产”和“以产定销”相合的方针，留有余地，信守合同，维护合同法规的严肃性。

第十一条 如无重大市场因素影响，严格执行公司制定的价格政策，如有特殊情况需变更定价，需事先经相关部门及公司领导报批确认后，方可按变更的价格进行销售；如需制定必须经公司最高领导签字批准方可执行。

第十二条 市场部根据和月度生产计划及确定的销售合同，编报季度和月度销售计划，于月前十天报相关部门以便综合平衡产销衔接。

第十三条 参加各类展销会，在维系老用户的基础上，积极拓展新用户；在继续做好内销的同时，加大外贸工作力度，争取内贸和外贸齐头并进，共同发展。

第十四条 所有合同的制定和签署必须符合公司对合同的要求，做到规范统一。建立合同管理机制，管理好用户合同。

第十五条 逐步建立和完善客户档案，详细掌握客户市场活动，以便更好的为客户服务。

第五章 编制产品生产销售计划，组织回笼资金

第十七条 各种单据和产品录入必须准确规范，以便其他部门工作的正常开展。

第十八条 执行销售合同，必须严格按照订单供货期编制生产计划制单，及时将定单情况反馈至其他相关部门，以便相关部门安排生产。

第十九条 对订单要注意区分缓急，处理好主次关系。尤其是对初次合作的试量制单，应特别标注，为以后的销售打下良好的基础。第二十条 市场部开具的各种单证和发票，均要做好存根。

第二十一条 按照回款和追款制度，随时跟踪销售回款情况，必要时按追款程序做好追款工作。

第二十二条 确立为用户服务的观念，及时办理各种单证及发货手续。用户函电询问，当天内必答，如质量问题需派人处理，三天内与有关部门联纱，组织人员前往。

第三章 岗 位 责 权

第七条：岗位名称：市场运营部经理

直接上级：市场运营总监

下属岗位：市场运营经理，市场运营主管，市场运营专员，业务

员，市场运营内勤，市场调查员等

岗位性质：全面主持公司市场运营部门日常的整体管理工作 ； 管理权限：对本部门职责范围内的工作有指挥、协调、监督管理的权力；

管理责任：对所承担部门的管理工作全面负责。主要职责： 1．对公司产品营销进行规划，对各区域市场进行调研，根据本企业产品优势与特点，结合不同区域市场客户群体需求，配合营运部制订相关的营销政策，营销区域的划分，协助公司招商工作的规划与开展； 2．负责制订营销管理制度，编制本部门年季月销售的计划工作； 3．做好市场调查工作，对产品市场销售潜力的调查和分析；4．为公司产品进行市场定位，渠道定位，全面负责公司产品的市场开拓和管理工作；对销售管理办法的研究和改进，提出改进销售和开发新产品的建议； 5．对下属销售人员工作的考核、评比、激励，并加以制度化予以完善；6．本部门销售人员的销售成绩统计与分析；7．对客户环境的调研：客户的规模、产业链分布构成、购买力、同类产品竞争对手基本情况、竞争环境、竞争结构与规划、竞争内容与手段等分析；8．定期或不定期地组织对销售情况的分析和讨论，对各区域办事处的工作进行考察检验，对发现的问题给予及时的处理；并认真的听取区域销售人员的意见，对办事处的下一工作进行指导。9．严格执行资金使用和出差审批手续，加强对区域办事处销售人员的过程管控及营销费用开支的管理，防止损失，杜绝浪费，良好运用，提高效益。； 10．公司推行程序化层次负责制，区域经理主要对销售经理负责，销售经理直接对营运总监负责，小事周报，大事日报，重要事件及时报告，最迟距离事件发生时间不得超过四小时内；如有缺报漏包，当事人负担一切责任，同时公司保留法律追究的权利。

**第三篇：运营部培训计划**

2025运营部培训计划方案

一、总体目标

1、加强公司专业技术人员的培训，提高技术理论水平和专业技能，增强科技研发、技术创新、技术改造能力。

2、加强公司操作人员的技术等级培训，不断提升操作人员的业务水平和操作技能，增强严格履行岗位职责的能力。

3、加强公司员工的文化培训，提升各层次人员的科学文化水平，增强部门队伍的整体文化素质。

二、原则与要求

1、坚持按需施教、务求实效的原则。根据公司发展的需要和员工多样化培训需求，分层次、分类别地开展内容丰富、形式灵活的培训，增强教育培训的针对性和实效性，确保培训质量。

2、坚持自主培训为主，外委培训为辅的原则。整合培训资源。

3、坚持理论与实践的相结合，保证学有所用。

4、坚持培训人员、培训内容、培训时间三落实原则。一周内理论与操作技能培训时间不少于2次。

三、培训内容与方式

专业技术人员

1、由技术负责人定期进行专题技术讲座，进行新工艺、新材料及质量管理知识等专项培训，培养创新能力，提高理论知识水平。

2、有条件的话组织专业技术人员到同行业先进企业学习、学习先进经验，开阔视野。

3、对外出培训人员的所接受的新知识在公司内进行学习、推广。

四、要求

（一）领导要高度重视，各相关业务部门要积极参与配合，整理制定切实有效的培训实施课题，实行指导性与指令性相结合的办法，坚持在开发员工整体素质上，树立长远观念和大局观念。

（二）在培训形式上，要结合企业实际，因地制宜、因材施教，外培与内训相结合，采取技能演练、鉴定考试等灵活多样形式；在培训方法上要把授课、案例、研讨等方法相互结合。选择最佳的方法和形式，组织开展培训。

（三）确保培训效果的真实有效。一是加大检查指导力度，对培训中各类培训情况进行不定期的检查与指导；二是建立表彰和通报制度。对培训工作成绩显著，扎实有效的个人给予表彰奖励；对培训计划落实不到位，员工培训工作滞后的单位予以通报批评；三是建立员工培训情况反馈制度，坚持将培训过程的考核情况及结果与本人培训期间的绩效挂钩。实现员工自我培训意识的提高。

培训是帮助员工提高生存能力和岗位竞争能力的有效途径，努力提高员工学习的主动性，建设一支高素质的团队是每个部门义不容辞的职责。在公司改革和发展的今天，面临着很多的机遇和挑战，我们争取力争做到保持员工教育培训工作的生机和活力，把我们部门建设成一支能力强、技术精、素质高，适应市场经济发展的员工队伍，使其更好地发挥他们的聪明才智，为企业的发展做出更大的贡献。

运营部

2025年8月17日篇二：区域运营中心培训计划方案

上海××××有限公司

区域运营中心培训计划书

一、××运营中心培训会的基本概况

1、会议时间：

2025年3月13－14日（上午9：00-12：00，下午13：30-17：30）

2、会议地点：

成都泸天化大酒店（四川成都市中同仁路220号）

3、参会人员：

×××（董事长）、×××（四川运营总经理）以及下属所有员工和目标代理商，预计人数25－30人

4、会议主题：

产品

一、产品

二、产品三以及公司相关产品系列知识培训、施工组织技术培训

二、××运营中心培训会的总体计划安排

三、×××运营中心人员职责安排

1、××××运营中心（××××××）1）负责组织参会代理商，3月10日前明确参会人员具体名单； 责任人：×××× 2）负责落实会议室和会议餐等相关事务，3月11日前向总部递交详细的费用预算； 责任人：×××× 3）负责会议主持和相关人员接待工作，3月12日完成对会场的布置； 责任人：××××

4）负责对会议过程相关材料全面收集，3月15日召开会后会总结会议经验。责任人：××××

2、上海××××总部 1）负责拟定两个会议日的具体会议议程，3月11日前通报四川运营中心以便执行 2）负责提供会议物资和相关产品资料，如有特殊物资须在3月12日前落实到位 3）按照培训会议的费用预算向四川运营中心核销相关培训费用。4）××××主持公司总部产品的系列培训

四、××运营中心具体配套及支持事宜

注：培训费用实行共同分担，相互支持为原则。由于考虑到本次培训会的特殊性，公司总部将承担77%的费用支出。篇三：运营部2025年工作总结及2025年工作计划(总行版)大连分行运营条线2025年工作总结暨2025年工作计划

第一部分 2025年工作总结

今年大连分行运营部紧密围绕kpi指标，以“绩效、服务、风险、成本”为基本工作思路，在林首席运营官所倡导的“学习、主动积极、创新、服务”的运营文化思想的指导下，圆满地完成了各项kpi指标，同时注重团队建设，强化文化传导，为分行业务的发展提供了最佳的运营支持。主要情况如下：

一、倡导低碳环保，降低运营费用率

今年运营成本费用率为4.96%，比去年优化了44.77%，低于目标值0.34个百分点。

1、建立岗位业务量模型测评岗位饱和度，融合同质岗位职责，整合岗位配臵。集中处理中心将个贷抵押物保管岗和重空保管岗融合，缩减了一人编制。

2、开展“低碳环保，快乐运营”活动，通过优化日间业务流程和合理人员分工等措施，使得营业部柜员下班时间由晚7点提前至6：30分，同时由于业务流程的优化，营业部每日节约近40张a4纸，一年可节约14，600张a4纸。

3、大力推行电子对账，节约邮递成本。今年电子对账率为96%，全行排名第一，无纸化对账的有效推行不但减轻了客户邮寄的负担，而且也节约了邮递费用近10万元。

二、强化信息管理，提升内部服务品质

今年圆满地完成了sla各项指标。其中全行排名前三名的指标有外部客户满意度（9.5分）、个贷运营出账效率（0.1小时/笔）、个贷预约抵押登记办理效率（0.001小时/笔）和自助设备正常运行时间（23：45分）。网银开通率和金卫士开通率在11月份也分别达到了98.53%和95.85%，均超额完成目标值。

1、成立服务和流程优化团队，积极主动地优化柜面业务流程，出台了账户预审核等措施，使得开户办理时间有原先的45分钟降低为15分钟。

2、运营部推出了非工作时间出账的应急预案、出账预报制、限时服务等系列措施，提高了出账效率，减少了内部客户的等候时间，同时还编制了《客户经理运营服务手册》，提供最佳运营支持工作。

3、制定《营业网点电子渠道推广方案》，指定“渠道支持专员”，走出柜台，走近客户，专门负责指导客户正确的使用网银、自助设备办理业务。

三、加强沟通配合，提升转接水平

今年零售柜面转接达8笔/人/日，完成了目标值的266.67%，对公转接159个/日，完成了目标值的361.36%。在总行举办的“工会杯”现金管理重点产品运营转接劳动竞赛中，大连分行获得了“网点电子渠道笔数替代率”一等奖，分行营业部获“先进网点”的光荣称号，朱丽娟获“先进个人”的光荣称号。

1、与零售条线和公司条线积极沟通配合，区分网点细化指标，并建立了预警-跟进-通报的循环管理机制，2、通过开设“柜面营销课堂”，提升产品认知程度，并强化营销话术培训，提高柜员确定目标客户的能力及营销技巧。

3、开展“深度转接”、“公私联动”、“1+8营销”等系列营销活动，通过一定的奖励措施促进了网点和柜员的营销热情，同时在网点内组织柜面转接工作经验座谈，互相交流，分享经验。

四、持续流程优化，提高作业效率

今年按计划完成总分行集中项目和系统优化共22项，其中总行15项，分行7项。项目投产后运行正常。

1、落实完成总行流程银行项目。分行成立了流程银行工作小组细化分工，通过定期走访，发布短信及召开沟通会等方式及时向客户宣传流程银行的变化和影响，保障了流程银行（一期）等15个项目的顺利上线和系统稳定运行。

2、实施分行流程优化。通过实施大连银行代理信用卡还款批量入账、对公开户预处理、银行本票编押机集中保管与编押、代付业务作业流程优化等7个项目，成功解决了柜面日益增长的信用卡还款压力，提升对公开户作业效率，规范了业务操作，防范了运营风险，提升了客户落意度。

3、设计流程优化方案。通过征集流程优化方案活动，网点共提交了200条流程优化建议和方案，分行采纳了23条，有3条建议被总行采纳，同时网点还自主开发了开户申请书打印程序、新终端系统操作指南、整理了账户管理指引和开户资料模板，简化了作业流程，为网点日常培训提供了实用教材提供。

五、转变内控思路，推进dcfc项目

林首席运营官年初的运营月度例会上做了dcfc专题，分行的操作风险管控工作由此获得了新思路、新理念，从7月份开始将dcfc做为一项常态化管理的手段，认真贯彻执行dcfc，具体如下：

1、成立dcfc工作小组。工作小组由总经理助理牵头，负责项目的宣导以及分工落实，同时决定将该项目的执行情况纳入绩效考核。

2、配合总行制定检查清单。接到总行关于dcfc检查清单问题反馈任务后，分行工作小组召集运营监控室成员以及集中处理中心和网点的业务骨干开展集中讨论，结合业务实际提出修改意见并如期上报总行。

3、开展dcfc检查。从7月份开始在全行推行了dcfc检查，对检查发现的异常问题能够及时上报总行运营监控部门，并及时进行整改，有效的防范了内控风险。

六、建立统一标准，提升服务品质 今年客户等候时间vip客户99.6%不超过5分钟，普通客户99.9%不超过10分钟，在全行排名第一名；外部客户满意度评价中大连分行排名第一。面对外部客户的服务，运营部推行了标准化、特色化和优质化服务。

1、建立错峰服务制度、开设综合低柜、推广电子渠道和自助设备的使用等措施减轻柜台压力，减少客户等候时间。

2、勇于探索服务创新，通过排队机上张贴温馨提示标识、vip客户的预约服务管理、授权人员兼职分流等服务创新措施，加强客户分流，取得了显著的成绩。

3、与零售部共同制定了《关于进一步加强营业网点服务管理的通知》，突破了条线管理的框架，从网点整体管理的角度出发，加强了网点现场的管理，有效地改善了客户体验。

七、拓宽业务渠道，提升人均产能 10月份网点人均产能1141件/人/月，在全行排名第二，集中作业产能1067件/人/月，在全行排名第六。总体产能位居全行前列。我分行主要采取以下措施：

1、积极配合分行开展“百人千户”活动，运营部出台了一揽子支持方案，效果已初步显现。截止11月底，共开立对公结算账户1024户，开立企业网银939户，新增零售客户20，750户，开立零售网银用户11，875户，开立金卫士用户10，939户，使得网点人均产能有大幅提升。

2、运营部配合完成了供应链系统对接上线工作，汽车平台业务全年承兑电票1161笔，金额50.8亿元，纸票14，525笔，金额191.1亿元，为分行的供应链金融业务提供了最佳的运营支持。

八、完善内控体系，加强执行传导 2025年大连分行实现了“0”案件的安全运营目标。作业质量全行排名第一。

1、强化信息管理，制定《运营经理履职指引》，明确工作重点，同时以《运营早报》为基础平台，增加《风险快报》、案防文件夹等的信息模块，强化预警，有效控制源头风险。

2、拓宽检查维度，推行代班稽核制，由分行检查辅导员以代班形式对网点内控进行跟踪检查，针对账户、票据等重要业务实施滚动检查，提高内控的精细化程度。

3、加强跟踪落实，建立《内控管理信息表》，记录问题并定期汇总、分析，避免产生内控盲区。在案件多发的严峻态势下，督导小组走访网点，实地开展风险培训和警示教育，严把风险关。

4、加大奖惩力度，深入宣导“红、黄、蓝牌”亮牌制度，让每一名运营人员认清违规成本，同时提高违规处罚标准。

九、建立考核体系，有效推行kpi 为有效推进运营条线2011kpi指标，大连分行以“信息、执行、跟踪”为理念，在管控中寻求效率，在规范中寻求突破，在习惯中寻求改变，在实践中寻求提高，具体措施：

1、成立kpi项目中心，即“服务管理中心”、“风险管理中心”、“成本管理中心”和“团队管理中心”保证kpi指标的有效推进。

2、建立运营人员kpi考核体系，层层分解分行kpi指标，保证所有运营人

员的工作目标同分行运营kpi指标相一致，使每个运营人员都向一个目标前进。

3、定期跟踪，及时反馈。定期跟进运营人员的工作进展情况，对存在的不足及时沟通、反馈，并在下期工作中及时修正。

十、加强团队建设，提升专业素质

团队建设一直是运营工作的重点。今年在人行大连中心支行举办的业务技能比赛中，大连分行代表队取得了团队第二名的优异成绩，蒲晓娇以96.4分的优异成绩获得了大连市第一名。

1、今年分行进行了运营经理和主管公开选拨，经过笔试、面试共有2人成为运营经理后备人选，5人成为运营主管后备人员，为运营条线的基础管理储备了人才。

2、强化培训。今年人均培训共计40余小时，培训主要有货币反假、票据防伪、风险分析、系统项目和管理提升等20余项，同时结合差别辅导，专项辅导等形式全面提升了运营人员的业务素质。

3、先后向总行输送了8人参与平安银行新核心开发建设，事后监督系统开发等项目，为总行提供了最大的人力支持。

第二部分 存在的问题及反思

回顾一年来运营条线的工作，在总、分行的领导下，在全体运营人员的共同努力下取得了长足的进步，但其中仍存在着许多不足和问题，主要表现在：

一、培训成效有待提升

本虽完成了近40余学时的培训，但由于培训需求不清晰，培训者与参训者之间以相对独立的个体参与培训过程，导致培训形式化，参训者缺乏积极性，培训效果欠佳。

二、e化率指标有待改善

大连分行由于同城尚未开通“柜面通”渠道，因此通过大连银行代理信用卡还款业务尚需手工逐笔入账。从7月份开始，该业务量出现大幅攀升，月均达5000笔，占分行业务总量的5%。同时受汽车金融线上化推行进度的影响，保证金业务柜面交易占比依然较高，占全行柜面业务总量的35%，因此e化率指标提篇四：运行部培训计划

运行部培训计划

培训管理规定

一 培训时间2025.03.01-2025.06.30，培训期间每月考试一次。

二 培训内容：运行规程、运行系统图、现场设备及现场安装系统、运行仿真机、培训人员需要正确无误的核对运行系统图、在现场认真模拟实际操作。重点侧重于现场实际的运行操作。仿真机主要培训任务为机组的启动、停止操作及事故处理。

三 培训期间，在没有生产任务的前提下，各专业员工去现场查看运行系统及设备，正确无误的核对运行系统图，发现设计、安装、调试缺陷或不利于运行维护的缺陷要积极汇报。

四 培训期间，各值长、专业专责根据现场实际施工情况，合理安排。重点为运行规程、运行系统。重点讲解设备及系统启动前检查、启动前操作、设备及系统启动和停止操作、系统检修隔离措施、危险点预控、事故处理等。五 培训期间严格按照运行部仿真机培训计划，准时参加仿真机培训学习。六 培训过程中，为了尽快达到集控全能值班员，各岗位各专业人员一定相互学习，相互帮助，打破专业界限，试运期间由各位值长根据值内具体情况，合理安排本值人员跨专业学习。

七 培训过程中如果培训员工遇有疑问时，由各值长、各专业专责汇总疑问后，集中答疑。

八 培训过程中，培训人员成绩突出或作出突出贡献者，运行部将根据实际情况给予奖励。培训人员成绩突出或作出突出贡献者，今后工作中，绩效考核及岗位提升优先考虑。

各专业培训任务汇总

一 锅炉运行专业培训任务

二 汽轮机运行专业培训任务篇五：2025年运营部工作流程培训计划 2025年运营部工作流程培训计划

为更好的让运营部员工掌握部门内部的各项流程，特此制定如下制度：

1、针对新入职员工，部门统一时间及地点利用会议室进行流程的培训，并融入到实际工作，此项工作流程培训由运营部服务组服务组推进，每月11日开展此项工作；

2、各区域主管应按照公司流程指导区域内员工开展各项工作；

3、运营部员工不定期需参加部门内流程培训，针对目前情况对于部门流程进行改进及提出合理化建议；

4、运营部服务组定期对于各区域员工的工作流程如岗位工作流程等进行考核，并按照公司要求各岗位掌握本岗位的工作流程等；

5、将相关工作流程以书面形式下发到区域主管处，区域内不定期进行学习梳理。

**第四篇：运营部培训计划**

篇一：运营部培训计划方案 2025运营部培训计划方案

一、总体目标

1、加强公司专业技术人员的培训，提高技术理论水平和专业技能，增强科技研发、技术创新、技术改造能力。

2、加强公司操作人员的技术等级培训，不断提升操作人员的业务水平和操作技能，增强严格履行岗位职责的能力。

3、加强公司员工的文化培训，提升各层次人员的科学文化水平，增强部门队伍的整体文化素质。

二、原则与要求

1、坚持按需施教、务求实效的原则。根据公司发展的需要和员工多样化培训需求，分层次、分类别地开展内容丰富、形式灵活的培训，增强教育培训的针对性和实效性，确保培训质量。

2、坚持自主培训为主，外委培训为辅的原则。整合培训资源。

3、坚持理论与实践的相结合，保证学有所用。

4、坚持培训人员、培训内容、培训时间三落实原则。一周内理论与操作技能培训时间不少于2次。

三、培训内容与方式 专业技术人员

1、由技术负责人定期进行专题技术讲座，进行新工艺、新材料及质量管理知识等专项培训，培养创新能力，提高理论知识水平。

2、有条件的话组织专业技术人员到同行业先进企业学习、学习先进经验，开阔视野。

3、对外出培训人员的所接受的新知识在公司内进行学习、推广。

四、要求

（一）领导要高度重视，各相关业务部门要积极参与配合，整理制定切实有效的培训实施课题，实行指导性与指令性相结合的办法，坚持在开发员工整体素质上，树立长远观念和大局观念。

（二）在培训形式上，要结合企业实际，因地制宜、因材施教，外培与内训相结合，采取技能演练、鉴定考试等灵活多样形式；在培训方法上要把授课、案例、研讨等方法相互结合。选择最佳的方法和形式，组织开展培训。

（三）确保培训效果的真实有效。一是加大检查指导力度，对培训中各类培训情况进行不定期的检查与指导；二是建立表彰和通报制度。对培训工作成绩显著，扎实有效的个人给予表彰奖励；对培训计划落实不到位，员工培训工作滞后的单位予以通报批评；三是建立员工培训情况反馈制度，坚持将培训过程的考核情况及结果与本人培训期间的绩效挂钩。实现员工自我培训意识的提高。

培训是帮助员工提高生存能力和岗位竞争能力的有效途径，努力提高员工学习的主动性，建设一支高素质的团队是每个部门义不容辞的职责。在公司改革和发展的今天，面临着很多的机遇和挑战，我们争取力争做到保持员工教育培训工作的生机和活力，把我们部门建设成一支能力强、技术精、素质高，适应市场经济发展的员工队伍，使其更好地发挥他们的聪明才智，为企业的发展做出更大的贡献。

运营部

2025年8月17日篇二：区域运营中心培训计划方案 上海××××有限公司 区域运营中心培训计划书

一、××运营中心培训会的基本概况

1、会议时间： 2025年3月13－14日（上午9：00-12：00，下午13：30-17：30）

2、会议地点： 成都泸天化大酒店（四川成都市中同仁路220号）

3、参会人员： ×××（董事长）、×××（四川运营总经理）以及下属所有员工和目标代理商，预计人数25－30人

4、会议主题：

产品

一、产品

二、产品三以及公司相关产品系列知识培训、施工组织技术培训

二、××运营中心培训会的总体计划安排

三、×××运营中心人员职责安排

1、××××运营中心（××××××）

1）负责组织参会代理商，3月10日前明确参会人员具体名单； 责任人：×××× 2）负责落实会议室和会议餐等相关事务，3月11日前向总部递交详细的费用预算； 责任人：××××

3）负责会议主持和相关人员接待工作，3月12日完成对会场的布置； 责任人：×××× 4）负责对会议过程相关材料全面收集，3月15日召开会后会总结会议经验。责任人：××××

2、上海××××总部

1）负责拟定两个会议日的具体会议议程，3月11日前通报四川运营中心以便执行 2）负责提供会议物资和相关产品资料，如有特殊物资须在3月12日前落实到位 3）按照培训会议的费用预算向四川运营中心核销相关培训费用。4）××××主持公司总部产品的系列培训

四、××运营中心具体配套及支持事宜

注：培训费用实行共同分担，相互支持为原则。由于考虑到本次培训会的特殊性，公司总部将承担77%的费用支出。篇三：运营部2025年工作总结及2025年工作计划(总行版)大连分行运营条线2025年工作总结暨2025年工作计划 第一部分2025年工作总结

今年大连分行运营部紧密围绕kpi指标，以“绩效、服务、风险、成本”为基本工作思路，在林首席运营官所倡导的“学习、主动积极、创新、服务”的运营文化思想的指导下，圆满地完成了各项kpi指标，同时注重团队建设，强化文化传导，为分行业务的发展提供了最佳的运营支持。主要情况如下：

一、倡导低碳环保，降低运营费用率

今年运营成本费用率为4.96%，比去年优化了44.77%，低于目标值0.34个百分点。

1、建立岗位业务量模型测评岗位饱和度，融合同质岗位职责，整合岗位配臵。集中处理中心将个贷抵押物保管岗和重空保管岗融合，缩减了一人编制。

2、开展“低碳环保，快乐运营”活动，通过优化日间业务流程和合理人员分工等措施，使得营业部柜员下班时间由晚7点提前至6：30分，同时由于业务流程的优化，营业部每日节约近40张a4纸，一年可节约14，600张a4纸。

二、强化信息管理，提升内部服务品质

今年圆满地完成了sla各项指标。其中全行排名前三名的指标有外部客户满意度（9.5分）、个贷运营出账效率（0.1小时/笔）、个贷预约抵押登记办理效率（0.001小时/笔）和自助设备正常运行时间（23：45分）。网银开通率和金卫士开通率在11月份也分别达到了98.53%和95.85%，均超额完成目标值。

1、成立服务和流程优化团队，积极主动地优化柜面业务流程，出台了账户预审核等措施，使得开户办理时间有原先的45分钟降低为15分钟。

2、运营部推出了非工作时间出账的应急预案、出账预报制、限时服务等系列措施，提高了出账效率，减少了内部客户的等候时间，同时还编制了《客户经理运营服务手册》，提供最佳运营支持工作。

3、制定《营业网点电子渠道推广方案》，指定“渠道支持专员”，走出柜台，走近客户，专门负责指导客户正确的使用网银、自助设备办理业务。

三、加强沟通配合，提升转接水平

今年零售柜面转接达8笔/人/日，完成了目标值的266.67%，对公转接159个/日，完成了目标值的361.36%。在总行举办的“工会杯”现金管理重点产品运营转接劳动竞赛中，大连分行获得了“网点电子渠道笔数替代率”一等奖，分行营业部获“先进网点”的光荣称号，朱丽娟获“先进个人”的光荣称号。

1、与零售条线和公司条线积极沟通配合，区分网点细化指标，并建立了预警-跟进-通报的循环管理机制，2、通过开设“柜面营销课堂”，提升产品认知程度，并强化营销话术培训，提高柜员确定目标客户的能力及营销技巧。

3、开展“深度转接”、“公私联动”、“1+8营销”等系列营销活动，通过一定的奖励措施促进了网点和柜员的营销热情，同时在网点内组织柜面转接工作经验座谈，互相交流，分享经验。

四、持续流程优化，提高作业效率

今年按计划完成总分行集中项目和系统优化共22项，其中总行15项，分行7项。项目投产后运行正常。

1、落实完成总行流程银行项目。分行成立了流程银行工作小组细化分工，通过定期走访，发布短信及召开沟通会等方式及时向客户宣传流程银行的变化和影响，保障了流程银行（一期）等15个项目的顺利上线和系统稳定运行。

2、实施分行流程优化。通过实施大连银行代理信用卡还款批量入账、对公开户预处理、银行本票编押机集中保管与编押、代付业务作业流程优化等7个项目，成功解决了柜面日益增长的信用卡还款压力，提升对公开户作业效率，规范了业务操作，防范了运营风险，提升了客户落意度。

3、设计流程优化方案。通过征集流程优化方案活动，网点共提交了200条流程优化建议和方案，分行采纳了23条，有3条建议被总行采纳，同时网点还自主开发了开户申请书打印程序、新终端系统操作指南、整理了账户管理指引和开户资料模板，简化了作业流程，为网点日常培训提供了实用教材提供。

五、转变内控思路，推进dcfc项目 林首席运营官年初的运营月度例会上做了dcfc专题，分行的操作风险管控工作由此获得了新思路、新理念，从7月份开始将dcfc做为一项常态化管理的手段，认真贯彻执行dcfc，具体如下：

1、成立dcfc工作小组。工作小组由总经理助理牵头，负责项目的宣导以及分工落实，同时决定将该项目的执行情况纳入绩效考核。

2、配合总行制定检查清单。接到总行关于dcfc检查清单问题反馈任务后，分行工作小组召集运营监控室成员以及集中处理中心和网点的业务骨干开展集中讨论，结合业务实际提出修改意见并如期上报总行。

3、开展dcfc检查。从7月份开始在全行推行了dcfc检查，对检查发现的异常问题能够及时上报总行运营监控部门，并及时进行整改，有效的防范了内控风险。

六、建立统一标准，提升服务品质

今年客户等候时间vip客户99.6%不超过5分钟，普通客户99.9%不超过10分钟，在全行排名第一名；外部客户满意度评价中大连分行排名第一。面对外部客户的服务，运营部推行了标准化、特色化和优质化服务。

1、建立错峰服务制度、开设综合低柜、推广电子渠道和自助设备的使用等措施减轻柜台压力，减少客户等候时间。

2、勇于探索服务创新，通过排队机上张贴温馨提示标识、vip客户的预约服务管理、授权人员兼职分流等服务创新措施，加强客户分流，取得了显著的成绩。

3、与零售部共同制定了《关于进一步加强营业网点服务管理的通知》，突破了条线管理的框架，从网点整体管理的角度出发，加强了网点现场的管理，有效地改善了客户体验。

七、拓宽业务渠道，提升人均产能

10月份网点人均产能1141件/人/月，在全行排名第二，集中作业产能1067件/人/月，在全行排名第六。总体产能位居全行前列。我分行主要采取以下措施：

1、积极配合分行开展“百人千户”活动，运营部出台了一揽子支持方案，效果已初步显现。截止11月底，共开立对公结算账户1024户，开立企业网银939户，新增零售客户20，750户，开立零售网银用户11，875户，开立金卫士用户10，939户，使得网点人均产能有大幅提升。

2、运营部配合完成了供应链系统对接上线工作，汽车平台业务全年承兑电票1161笔，金额50.8亿元，纸票14，525笔，金额191.1亿元，为分行的供应链金融业务提供了最佳的运营支持。

八、完善内控体系，加强执行传导

2025年大连分行实现了“0”案件的安全运营目标。作业质量全行排名第一。

1、强化信息管理，制定《运营经理履职指引》，明确工作重点，同时以《运营早报》为基础平台，增加《风险快报》、案防文件夹等的信息模块，强化预警，有效控制源头风险。

2、拓宽检查维度，推行代班稽核制，由分行检查辅导员以代班形式对网点内控进行跟踪检查，针对账户、票据等重要业务实施滚动检查，提高内控的精细化程度。

3、加强跟踪落实，建立《内控管理信息表》，记录问题并定期汇总、分析，避免产生内控盲区。在案件多发的严峻态势下，督导小组走访网点，实地开展风险培训和警示教育，严把风险关。

4、加大奖惩力度，深入宣导“红、黄、蓝牌”亮牌制度，让每一名运营人员认清违规成本，同时提高违规处罚标准。

九、建立考核体系，有效推行kpi 为有效推进运营条线2011kpi指标，大连分行以“信息、执行、跟踪”为理念，在管控中寻求效率，在规范中寻求突破，在习惯中寻求改变，在实践中寻求提高，具体措施：

1、成立kpi项目中心，即“服务管理中心”、“风险管理中心”、“成本管理中心”和“团队管理中心”保证kpi指标的有效推进。

2、建立运营人员kpi考核体系，层层分解分行kpi指标，保证所有运营人员的工作目标同分行运营kpi指标相一致，使每个运营人员都向一个目标前进。

3、定期跟踪，及时反馈。定期跟进运营人员的工作进展情况，对存在的不足及时沟通、反馈，并在下期工作中及时修正。

十、加强团队建设，提升专业素质

团队建设一直是运营工作的重点。今年在人行大连中心支行举办的业务技能比赛中，大连分行代表队取得了团队第二名的优异成绩，蒲晓娇以96.4分的优异成绩获得了大连市第一名。

1、今年分行进行了运营经理和主管公开选拨，经过笔试、面试共有2人成为运营经理后备人选，5人成为运营主管后备人员，为运营条线的基础管理储备了人才。

2、强化培训。今年人均培训共计40余小时，培训主要有货币反假、票据防伪、风险分析、系统项目和管理提升等20余项，同时结合差别辅导，专项辅导等形式全面提升了运营人员的业务素质。

3、先后向总行输送了8人参与平安银行新核心开发建设，事后监督系统开发等项目，为总行提供了最大的人力支持。第二部分存在的问题及反思

回顾一年来运营条线的工作，在总、分行的领导下，在全体运营人员的共同努力下取得了长足的进步，但其中仍存在着许多不足和问题，主要表现在：

一、培训成效有待提升 本虽完成了近40余学时的培训，但由于培训需求不清晰，培训者与参训者之间以相对独立的个体参与培训过程，导致培训形式化，参训者缺乏积极性，培训效果欠佳。

二、e化率指标有待改善

大连分行由于同城尚未开通“柜面通”渠道，因此通过大连银行代理信用卡还款业务尚需手工逐笔入账。从7月份开始，该业务量出现大幅攀升，月均达5000笔，占分行业务总量的5%。同时受汽车金融线上化推行进度的影响，保证金业务柜面交易占比依然较高，占全行柜面业务总量的35%，因此e化率指标提

**第五篇：新媒体运营部规章制度**

运营部规章制度

为完善运营部管理，提升其工作效率及工作质量，更好地实现公司整体经营战略，特制定本规章制度。

第一章 总则

1.1管理机制：

公司运营人员由公司运营部负责管理和调配，在运营经理的领导下开展工作，并对其负责。

1.2运营人员基本要求：

积极宣传、维护公司的品牌和产品、服务形象；进行媒体业务拓展，按计划开发、建立并维持稳定的新媒体资源；充分发挥集体智慧和创新思维，拓宽宣传思路。

第二章 岗位职责

2.1 内容运营专员：

2.1.1负责自媒体（官网、公众号、小程序等）平台的内容策划，包含材料收集，文字编辑及互动管理。

2.1.2 跟踪行业热点，结合实际情况，制定、完成策划内容。

2.1.3 参与线上线下活动的专题策划、文案拟定、软文等撰写以及活动实施工作。2.1.4分析各平台运营效果，整理有效数据，复盘推广数据，作出有效调整。2.1.5协助推广运营专员分析网络人群搜索行为，完成关键词挖掘，细化，并策划软文 2.1.6协助推广运营专员定期梳理汇报自媒体平台数据，研究用户思维，提出优化建议及执行计划。

2.2 信息渠道运营专员：

2.2.1 收集并整理行业热点实时，新闻报道，关键词等反馈给推广运营专员和内容运营专员。

2.2.2 通过招聘网，市场部资源，收集并整理幼教行业招聘信息。

2.2.3 负责公众号（广东幼教智库、百里教育），小程序（广东省幼教平台）招聘板块内容 的文字编辑，排版，并做好对接工作。

2.2.4 整理行业标杆媒体，协助内容运营专员进行选题储备。2.2.5 收集行业干活资源，定期整理给内容运营专员。

2.3推广运营专员：

2.3.1 参与线上线下活动的专题策划、文案拟定、软文等撰写以及活动实施工作。2.3.2 负责自媒体（搜狐、百家号、知乎、百度知道等）平台的内容策划，包含材料收集，文字编辑及互动管理。

2.3.3 收集并分析网络人群的搜索行为，完成关键词挖掘，细化，策划软文。

2.3.4梳理现有新媒体矩阵平台数据，研究用户思维以及平台规则，提出并制定可实施优化建议及执行方案。

2.3.5 日常维护并优化公众号内的自定义菜单栏，自动回复，关键字回复。

2.4运营经理：

2.4.1负责公司产品优化，完成公司对产品的发展诉求。

2.4.2负责市场新媒体营销的策划，包括话题策划，执行策划，推动工作，评估总结。2.4.3制定公司自媒体（官网、公众号、小程序等）平台的运营计划和日常运营工作安排。

2.4.4组织召开团队的各项会议，并做好会后的反馈工作。

2.4.5调研用户市场，跟踪推广效果，了解用户需求，分析用户行为，建立运营手段，提升用户活跃度及粉丝数量。

2.4.6负责运营团队的招聘、培训、辅导、激励、业务评估，形成一支优秀的运营团队。

第三章 工作制度

3.1 运营部的目的与原则：

运营部所要解决的就是如何制定运营战略，以何种方式、何种手段使顾客知晓、了解运营内容，继而产生兴趣，做出消费决策。运营部与市场部共同管理规范实现流程化管理，为

公司及业务员提供服务，提高运营策略市场响应速度，争夺顾客，拓展市场；增加销量，提高运营组织和实施效率，增强其市场效果。

3.2 内容与方式：

运营的主要内容与方式包括广告、网络运营、营销运营。

3.2.1 广告是指公司按照一定的预算方式，支付一定的费用，通过一定的媒体把商品、项目、优惠方案等信息传送给广大目标顾客的一种运营方式；公司的广告主要包括中职院校广告、行业媒体广告及网络广告宣传。

3.2.2 网络运营是指公司网站，小程序，公众号自向目标顾客对产品进行介绍、推广、宣传与销售，与消费者或用户进行网络交易的运营方式。

3.2.3 音效运营是指运营部运用各种短期诱因，鼓励购买或小程序上线产品或服务的促销方式。

第四章 网站管理制度

4.1 网站管理行为规范：

网站管理与维护遵循“总体规划、统一格式、分工负责”的原则；网站栏目的设立由运营部负责人确定。运营人员可提供栏目建议。

4.2 网站管理及工作流程：

4.2.1网站信息的更新工作实行部门负责制，即由运营部内容运营专员负责网站各子栏目的更新工作，定期对所辖栏目进行拟稿组稿、资料编辑（图片）等。

4.2.2运营部内容运营专员负责所指定的模块信息、新闻等的收集、整理工作，并对内容的真实性和可靠性负责。

4.2.3所有上网稿件必须经运营经理审核。

4.2.4涉及公司项目，上网稿件必须经运营经理审核后，交由总经理确认方可发布。

4.3 运营经理行使下列职权：

4.3.1公司网站的域名注册、通用网址、空间使用情况进行备案，保护公司网络品牌。4.3.2负责与网站建设公司沟通协调解决网站所出现的问题。

4.3.3指导、检查、监督网站运行、维护工作。4.3.4网站形象设计，确保公司整体网站形象的统一。4.3.5推广公司网站，提升公司网站的网络知名度。

4.4 运营部运营人员行使下列职权：

4.4.1定期检查公司网站模块的运营情况，排除故障。

4.4.2检查网站涉及公司的内容，保证公司文化、品牌宣传的统一 4.4.3更新公司网站中关于公司介绍、品牌与文化宣传、新闻等内容。

4.4.4网站各栏目由运营部内容运营专员进行管理，责任人主要负责所有栏目的内容的收集、更新和维护。

4.5 内容更新要求：

4.5.1网站的内容最少应每周更新三次。

4.5.2对于公司重大新闻或重大活动，应在活动结束后3个工作日内编辑好文字和相关图片及时上传，反映公司经营和管理的最新动态信息。

4.5.3对于公司重大促销活动信息，应在活动开始前3天在网站上发布促销信息。4.5.4对网站固定栏目内容每月进行定期检查和更新。4.5.5此项工作完成情况纳入对负责人考核指标内容。

第五章 新媒体管理制度

5.1 新媒体管理行为规范：

新媒体运营与维护遵循“统一方向、不同格式、独立负责”的原则；栏目的设立由运营部负责人确定，运营人员可提供栏目建议。

5.2 新媒体管理及工作流程：

5.2.1新媒体内容的更新工作实行部门专人专职，即由运营部运营人员负责新媒体各子栏目的更新工作，定期对所辖栏目进行拟稿组稿、资料编辑（图片）等。

5.2.2运营部运营人员负责所指定的模块信息，资料等的收集、整理工作，并对内容的真实性和可靠性负责。

5.2.3所有新媒体发布稿件必须经运营经理审核。

5.2.4涉及公司项目，上网稿件必须经运营经理审核后，交由总经理确认方可发布。

5.3 运营经理行使下列职权：

4.3.1新媒体运营矩阵的建立，管理与维护。

4.3.2指导、检查、监督新媒体运营情况、维护正常工作秩序。4.3.4新媒体形象设计，确保整体风格形象的统一。4.3.5推广微信公众号，提升新媒体平台的知名度。

5.4 运营部运营人员行使下列职权：

5.4.1定期检查新媒体自定义模块的运营情况，排除问题，优化模块。5.4.2检查新媒体涉及公司的内容，保证公司文化、品牌宣传的统一 5.4.3更新新媒体咨询、公司报道等内容。

5.4.4新媒体平台各栏目由运营部专人进行管理，责任人主要负责所有栏目的内容的收集、更新和维护。

5.5 内容更新要求：

5.5.1新媒体平台的内容每天需更新一次，内容把控由运营经理审核。

5.5.2对于公司重大新闻或重大活动，应在活动结束后3个工作日内编辑好文字和相关图片及时上传，反映公司经营和管理的最新动态信息。

5.5.3对于公司重大促销活动信息，应在活动开始前3天在新媒体平台上发布促销信息。5.5.4对新媒体固定栏目内容每月进行定期整合，更新。5.5.5此项工作完成情况纳入对负责人考核指标内容。

第五章 小程序管理制度

5.1 小程序管理行为规范：

小程序运营与维护遵循“统一方向、不同格式、独立负责”的原则；栏目的设立由运营部负责人确定，运营人员可提供栏目建议。

5.2 新媒体管理及工作流程：

5.2.1小程序内容的更新工作实行部门专人专职，即由运营部运营人员负责新媒体各子栏目的更新工作，定期对所辖栏目进行拟稿组稿、资料编辑（图片）等。

5.2.2运营部运营人员负责所指定的模块信息，资料等的收集、整理工作，并对内容的真实性和可靠性负责。

5.2.3所有新媒体发布稿件必须经运营经理审核。

5.2.4涉及公司项目，上网稿件必须经运营经理审核后，交由总经理确认方可发布。

5.3 运营经理行使下列职权： 4.3.1小程序商城商品完善优化与维护。

4.3.2指导、检查、监督小程序运营情况、维护正常工作秩序。4.3.4小程序形象设计优化，确保整体风格形象的统一。4.3.5推广小程序，提升小程序的知名度。

5.4 运营部运营人员行使下列职权：

5.4.1定期检查小程序自定义模块的运营情况，排除问题，优化模块。5.4.2检查小程序涉及公司的内容，保证公司文化、品牌宣传的统一 5.4.3更新小程序咨询、公司报道等内容。

5.4.4小程序平台各栏目由运营部专人进行管理，责任人主要负责所有栏目的内容的收集、更新和维护。

5.5 内容更新要求：

5.5.1小程序企业朋友圈的内容每天需更新一次，内容把控由运营经理审核。5.5.2小程序招聘信息内容每天需更新一次，容把控由运营经理审核。

5.5.2对于公司重大新闻或重大活动，应在活动结束后3个工作日内编辑好文字和相关图片

及时上传，反映公司经营和管理的最新动态信息。

5.5.3对于公司重大促销活动信息，应在活动开始前3天在新媒体平台上发布促销信息。5.5.4对新媒体固定栏目内容每月进行定期整合，更新。5.5.5此项工作完成情况纳入对负责人考核指标内容。

第六章 运营部管理规则

6.1运营部负责官方网站，小程序，公众平台等自媒体的开设及使用情况进行统一管理。6.2严格控制管理账号和密码的知悉范围，未经许可，不可将公司管理账号密码告知除运营部外的他人。

6.3公众平台，小程序，官网的信息发布实行分类管理制度，对于行业资讯、行业干货，招聘资讯等一般性信息由运营经理审核后由各负责人自行发布及回复。

6.4官方网站、小程序、公众号等自媒体内容应严格遵守国家法律法规及有关规章制度，避免包含情绪化的的个人观点或看法。

6.5栏目负责人不得擅自发布尚未对外公开披露的公司经营管理情况和公司内幕信息，严禁发布没有根据的谣言或未经核实的传言，不得发布有可能影响市场部业务运作的信息。

6.6上班期间，禁止私自运营个人自媒体账号，以及利用公司平台宣传个人自媒体账号。6.7公司自媒体等平台，如有用户留言咨询，12小时内必须回复，并记录咨询数据。6.8每周一14:30开部门周会，汇报上周各平台数据并对比上上周数据，分析并提出问题，制定可执行的优化方案。

6.9每月1号14:30开部门月会，汇报月度各平台数据并对比上个月度数据，分析每周的优化方案执行效果，并进一步提出可执行的优化方案。

第七章 办公设备制度

7.1电脑使用实行专人专用，未经使用人许可不可随意使用。

7.2未经许可任何人不得更换电脑软硬件，拒绝使用来历不明的软件和光盘。7.3禁止使用、传播、编制、复制、电脑游戏，严禁上班期间玩电脑游戏。7.4积极探索、分享办公软件，提高工作效率。

第八章 附则

8.1 本管理办法由公司行政部负责解释。如公司出台新的规章制度，则按新的规定执行。8.2 本管理办法自发布之日起实施。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！