

最新装修运营方案(大全5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

装修运营方案篇一

装修活动策划方案

装修活动策划方案（一）

活动主题：“团结就是力量”团装团购主题活动。

如获优质工程奖，奖励业主2000元整。

装修活动策划方案（二）

餐厅“谢师宴”消费热潮渐高主要是由于学生消费群体的推动。随着高考“战场”的硝烟散去和无数莘莘学子即将走出大学校园，无论即将去向何方，为了感谢师长对自己的倾心教诲，大部分学生都会选择以“谢师宴”的方法来报答对老师的拳拳感恩之心，这也为广大餐饮经营者创造了绝佳的餐厅营销机会。

我们xx餐厅经过长期的经营管理，已经以优雅的餐厅环境、大众化的菜肴口味、公道实惠的消费价格、细致周到的餐厅服务获得了餐厅周边学校和社区消费者的认可和亲睐。而此次即将到来的“谢师宴”消费热潮更是餐厅提高消费经营收入和扩大餐厅品牌知名度和关注度的绝好机会，因此，餐厅特推出以“十年寒窗望金榜，九载熬油忆师情”为营销主题的

“谢师宴”营销活动，并制定了如下的xx餐厅“谢师宴”营销方案，作为此次营销互动的执行纲要，详细内容如下：

“谢师宴”已经成为餐厅宴会消费活动中仅次于婚宴的第二大宴席，可见所受重视的程度之高。当然，“谢师宴”消费热潮同各参与主体的共同推动是分不开的，我们下面从学生、家长及餐厅经营收入的考虑等方面来分析开展此次“谢师宴”营销活动的原因：

大部分学生认为，别的同学都在饭店办宴席，我不能不办，否则很没面子。

学生家长主要有以下三种心理：一是“别的家长都为孩子办了谢师宴，不谢师孩子有情绪，不能委屈孩子。”二是“谢师宴要宴请亲朋好友，参加别人谢师宴随了钱，为了捞回点也得办。”三是“孩子考上学是大喜事，亲朋好友聚宴庆贺可增加喜庆气氛，也可联络感情。”

1) 谢师宴菜单制定，要考虑到将菜谱与恩师联系起来，增加喜庆氛围，以博得学生和家长们的好感。

2) 针对价格高的菜肴，建议采用减量和出新菜品想结合的办法。

3) 谢师宴的价格要分为高、中、低等档次（下面有说明），合理拉大消费层。

4) 其他的酒水价格和其它服务的价格可根据酒店的实际情况灵活变动（但要针对酒店的纯利润来制定）。

1) 制作专门谢师宴套餐。可以根据实际的情况将“谢师宴”分“十年寒窗宴”468元/桌、“金榜题名宴”568/桌、“状元及第宴”668元/桌三个档次，菜名要经过合理包装，体现出浓浓的文化氛围（具体菜单见附件）。

- 2) 状元及第宴，豪情相邀。特别邀请高考状元（文、理科各1名），汇聚酒店共畅未来；赠送每位状元精美求学用品作纪念；金榜题名宴（请领导们充分发挥人脉关系，制作邀请函）。
- 3) 餐厅店内互动，款赠厚礼。餐厅联合学校或供应商，采用“一对一”的形式，签订互惠条款，共同为莘莘学子们准备优惠券。建议采用“双赢”方式，营销、财务及公司积极主动参与。
- 4) 桌桌有礼品，场场有惊喜。凡在酒店举办谢师宴的学子，不论消费金额多少，桌桌都可以得到口子窖五年陈酿52度白酒水一瓶（价值128元/瓶）。凡惠顾十桌（含十桌）以上奉送相同档次餐标一桌；消费五桌（含五桌）以上奉送学生求学用纪念品等等。
- 5) 餐厅为顾客免费提供停车场地，优先预定，免费照相、免费博士帽等。

装修运营方案篇二

- 1、外来竞争：目前xx市装潢装饰公司基本满足了市场需求，因此进入市场就必要改进观念。装修市场很乱，客户很迷茫，所以要从质量上征服客户。
- 2、内部进入者：掌握装潢施工技术的民工很多但很乱，但由于管理知识的奇缺，和拘于传统的经济思想，他们需要更好的发挥环境，而对于其他行业潜在进入者，施工技术是他们最大的障碍，又因为民工零散，组织意识不强，并且大多数人满足于当前现状，靠“陌生人”发动的感召力很难说服他们。

（二） 供应商分析

目前汉中材料市场也显得很乱，不过供应还是充足。所以当客户进入公司，非常重要的是让客户订材料品牌，订材料价位。在做客户预算。从而赢得客户信任。

（三） 市场规模及行业发展：

预计市场在未来十几年将与房地产业随着西部大开发的进一步深入保持快速发展，直至总体经济发展进入稳步发展时期，本行业也将进入平稳、健康的发展时期。

（四） 市场细分和目标顾客：

按顾客需求分类，将市场细分为：普通商品房市场、高档别墅市场、商用楼市场、党政办公楼市场。

1、普通商品房：企业首选的细分市场，既是企业的“发迹”市场，也是企业赖以生存的最大的市场，因此，企业将自始至终把它作为重点开发，保证该市场占有率。致力于为广大居民量身定做令顾客满意的设计、装修、装饰服务。

2、高档别墅区：鉴于此市场顾客要求普遍较高，个性化需求差异大，消费者大部分有比较高的认知水平和鉴别能力，实现回报率高的特点，企业须发展到一定规模具备足够的技术和经验，形成自己的品牌形象后，才能重点进入这一市场。

3、商用楼：提供高品质、具有浓重商业氛围的写字楼、商业会议楼装潢设计和装修、装饰；以及宾馆房间、餐厅、会议中心等商业场所的装潢设计、装修、装饰业务。

装修运营方案篇三

1□xx装饰公司建立客户逐步质量认定制，本公司实施客户逐步质量认定制，工程从材料进场到竣工验收，均请客户共同参与，每一步均需有客户认定签字，每一道工序验收前，质

检员或项目经理应教会客户如何进行检验。

2、并有完善的咨询体制：客户咨询,电话咨询、客户上门咨询、设计师上门咨询。

3、客服员每日接待新客户时,要与客户填写“客户洽谈单”,并对客户就公司情况做简单介绍。

4、客服员根据客户的需求推荐合适的设计师为客户服务。客服员定期协同设计师电话回访填写“客户洽谈单”的客户,征求客户对公司的服务意见。公司为客户免费提供看房,参观工地,专人讲解。并与客户修改、认定,我们会充分了解您的需求,最大限度的贴切您的意愿设计。

5、而此时公司的设计人员会绘制详细图纸,图纸、预算需经设计主管审核、签字。合同签订后,三天之内会给您出齐详细施工图。而后签订施工合同,客户交首期款,签订合同后,我们会让客服员为您培训《客户须知》及必要的家装知识。我们与客户签订的合同一式两份,客户、财务部各一份。公司的财务部保留合同及图纸原件。交给客户的施工合同、合同附件、报价单、图纸等资料应装订成册。并且图册应付公司专用标准首页。

6、签约时客户需支付合同总造价的50%,工程过半后支付合同总造价的35%,接近工程尾期支付合同总造价10%,竣工验收合格后支付其余尾款(5%)。同时也建立客户工程档案,公司的工程统计员将把您的档案编号,建立客户工程档案,填写工程资料明细,向相关人员发放工程管理表格。客服员会及时完善《客户管理档案》,以便为客户做好服务。而后进行跟踪服务,保证客户入住之后的装饰质量。赢得公司的双重效益。

装修运营方案篇四

公司采用二级分包的运作模式

形式：

1. 二级分包一般他们接到工程以后，截留了自己的利润然后分包给下面的队伍，下面的队伍就做起了小老板，以该项目所涉及的工种分包给那些工人。
2. 优点：价位相对要低一点，在管理上要少了一个环节。
3. 缺点：公司没有比较完备的管理机制，技术力量比较缺乏设计水平不高，队伍的稳定性比较差更多的时候他们的队伍是拼凑型的，如果碰上好的队伍也能做出好东西来。一般他们把这样的好东西，作为样板房来吸引消费者，当客户看上了这样的质量的样板房，要他再达到这样的质量效果的时候他就没办法了，因为由于他的业务的策划的不均匀，这些队伍早就分散了，所以对消费者来说有不安全感。

市场营销

立足市场

公司之所以能在市场上立足并发展，除了把握住大的发展趋势外，还应当培养核心竞争优势。一个公司要做大，所先要认准行业。当进入一个发展前景好的行业后，就应当借助核心竞争优势使企业从行业中拔尖，并抢占市场份额，挤兑竞争对手。第一，我们公司愿意花比别的公司更高的成本比率，用以广告的宣传和业务人员的培养，业务的推广的战略位的高度拉到同行业的最高水平。目标是成为本地区同行业中最重视宣传和推广的装修单位。第二，我们要进入建材销售的行业，从而控制了材料成本的同时，为公司增加了收入，同时也增强了企业的抗风险能力。

装修运营方案篇五

注册资金：100万元。

资金来源：团队自筹资金30万，风险投资30万，长期借款40万。

公司宗旨：一个温馨的家是我们共同的目标

公司理念：用心、细心、诚心、创新

公司简介：某某装饰有限责任公司是一家引进先进的经营管理体系后优秀人才，提供装潢材料、工程设计、施工等一条龙服务的装潢公司，使得私人装潢不再东奔西走，忧心忡忡。家庭装潢为本公司的主营业务，公司发展初期市场为福州市，后期以福建省沿海城市为据点，加强人才培养，扩大公司的业务经营能力，以家庭、门面、办公室装修为主线，争取承接到更高投资的大型项目，并取得甲级资质。以建材的销售为另一主线，以短距运输业务作为建材销售项目的一副业。通过付出的诚信和努力赢得百姓的赞誉的口碑，打造自我的价值品牌。该投资项目资金投入量少，回收期快，利润高，随着中国经济的发展，该行业具有较好的市场前景和发展潜力。

近几年来，我国的装饰装修市场发展迅猛，从而拉动了相关产业的高速发展，新型装饰材料不断涌现，消费者的需求量不断扩大，因此，有人说装饰装修产业是朝阳产业。但是，在我们看到发展的同时，也看到许多与行业发展不利的因素存在。如装饰房屋合同陷阱多，施工偷工减料、以次充好，环保指标不达标，装修工人无证上岗等违规操作使消费者蒙受巨大损失等情况屡见不鲜，同时也使整个行业信誉降低。较低的市场准入使大批无资质的企业和个人承揽业务，争相采用打折或送礼等手段激烈竞争，低价揽客。市场的无序竞争，不仅使行业中规范运作的厂商蒙受损失的情况屡见不鲜，

同时也使消费者合法权益难以得到保障。

在未来两三年家装行业仍有较大市场。家装市场缺乏的是真是能提供装潢材料、工程设计、施工等一站式服务的老百姓信得过，具有一定品牌的装潢公司。我们的企业正是要抓住这样的机遇，做好做大做强我们的一站式服务装潢品牌。

投资与财务

公司股本结构中，初期投入资金100万，团队自筹资金30万，风险投资30万，长期借款40万。风险投资占30%准备引入3-5家风险投资共同入股，为分散风险，提高效益，合理增加负债，优化公司财务结构。，其中40万为长期借款(银行贷款年利率为6%左右)，资金主要用于公司提供装潢材料、工程设计、施工等一条龙服务。本公司的产品是技术型服务，是一项投资少，回收快，收益大的项目。

前三年估计盈利100万，以后通过先进管理降低成本，将利润率稳定在25%左右，风险资金在第3—5年撤出。

组织管理

市场部：做好对外的宣传工作，利用一切有利条件宣传公司的优势，并及时向公司反馈信息。

设计部：负责为客户“量身打造”室内装饰方案，为了使设计取得预期效果，室内设计人员必须抓好设计各阶段的环节，充分重视设计、施工、材料、设备等各个方面，并熟悉、重视与原建筑物的建筑设计、设施设计的衔接，同时还须协调好与业主和施工单位之间的相互关系，在设计意图和构思方面取得沟通与共识，以期取得理想的设计工程成果。

工程部：协调总经理副总经理统一安排工程任务，监督、审核工程任务的正常进行，狠抓工程进度、质量、安全，以及

公司形象。积极参与施工队伍的扩建、整合、改制以及对施工队伍的培训。把握好工地材料用量的审核关，做到不偷工偷料，不浪费材料。及时处理好工地的投诉及售后工程维修。

财务部：负责建立公司日常会计与税收管理，每个财政季度末向副董事长汇报本年财政情况并规划下个季度的财务工作；负责公司资金的筹集、使用和分配；负责日常会计工作与税收管理，每个财政年度末向总经理汇报本年财务情况并规划下年财务工作。

人事部：负责制定公司人事管理制度，实施并提出合理化意见和建议，合理配置劳动岗位控制劳动力总量；负责人事考核、考查工作；建立人事档案资料库，规范人才培养、考查选拔工作程序，组织定期或不定期的人事考核、选拔工作；编制劳动力平衡计划和工资计划。抓好劳动力的合理流动和安排。

行政部：负责公司的行政管理，合理配置公司管理人员和施工部管理人员。协调部门与部门之间的关系。

企划部：与设计部、市场部紧密配合做出有利于公司将来发展的策略。