

2023年皮划艇策划 运营管理方案(实用9篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

皮划艇策划篇一

1、建群目的要明确。

社群的建立旨在依托又省app平台，利用微信社群工具，吸纳大量精准粉丝，通过社群的互动，教化，引导等，成功的转化成又省平台忠实使用者推广者。

2、群公告：

01、群规制度群福利。

b□不定期免费送一些热销的爆品，不定期红包，专家干货分享和咨询。

02、管理人员职责

分配好群管理人数和职责各项工作内容，群主职责（群管理、群维护、规章制度执行、策划群活动、爆品预告与推送、话题、图文推送等）咨询客服（回答群粉提出的各种问题、群内互动、敏感话题转私聊）

03、进群欢迎词

群管理人员见新人进群必须@他进行新人欢迎，例如：@小李欢迎亲进群，请您先看公告，希望本群能给您的生活带便利，祝您在本群聊的开心，如果打扰到您，您可以设置免打扰模式。

04群文化，群导向

群文化：每日问候，推送健康小知识图文或视频，搞笑，正能量视频，群讨论话题。

群导向：通过维护建立老客户关系，吸引新粉入群。

01、社区建群，设计广告宣发的内容（内容另附）附上群二维码，让粉丝一眼能直观的了解清楚本群是做什么的，输出的什么内容，能给粉丝带来什么，引导粉丝扫二维码进群。进群后预告家用常规爆款抢购时间，现金红包发放，手气最佳者免费精品礼品赠送。提醒新人进群看群公告，提醒遵守群规章制度，并按要求操作，例如：修改群昵称。（管理越规范的群给粉丝的信任感越强，越会引起粉丝的注重）

02、线上线下可同时推进，线上以先盘活现有社群，和通过拉群换群的方式。线下以社区楼栋门口或电电梯口张贴广告为主，每个社区以早上7点、中午11点-12点、下午17点半-20点时间段为主。员工以分区方式进行张贴，每个社区为一个独立的社群。

01、共同取向，社群所有成员要有一人共同的价值取向，就是你要保证所有成员都有一个共同的爱好，做不到统一，要在群内引导教化，那就是又省的文化，自用省钱，分享赚钱，只有这样，在社群的。互动中才会轻而易举。

02、采用实名制，对于新加成员一定要严格审核，条件不符合的人不要加，统一的群名片格式，让群规范大家才能认真对待，这样给大家看上去你这群很正式，不像随便聊聊的，

这样大家才会注视起来。

03、制度严明，要有一个制度来规范群的管理，写的可以明确一点，谁要违反了规定要遭受什么样的惩罚，都要写清楚。要让那些违反规定的人付出代价。

04、活跃社群，要让一个群活跃，群主本身就得活跃，身为一个群主也是一个带头人整天不说话，那还有谁会带头说话呢？当然，也要找一些喜欢聊天、活波开朗的人，这样能保证每天信息不断。

01、每日签到，从早上开始，起来就在群里打招呼，道个早安，也可以简单的发个小知识，健康养生类的，鸡汤什么的都行，只要适合多数人就行，同时也能带动其他成群里打招呼，就等于是群里签到一样，时间长了大家就会有这种习惯了。

02、红包带动分享，每一个小时，通过群控软件定时发送一款爆品产品，可以先发个红包带动一下，红包不必大，三两块钱就，名额也不必多，20个左右，越快抢完越让人感觉积极，发红包同时可以在红包里加上我们需要分享的商品名称或者一句介绍。比如说9.9某品特卖，某某商品限量抢购，当然也可以宣导公司，商品全部包邮，正品，7天无理由退换货等。红包一定要发的有价值，要起到宣传的作用，不能白发，虽然金额不多，带动氛围红包是最有效最直接最快速的方式，自然要利用好。不光要在红包上带有广告，还得趁大伙看到红包，抢到红包的同时，在群里多发些关于又省的介绍，比如又省的方便性，实用性、案例：每天收入多少，每单节省多少等等素材。可以是文字，也可以是图片，也可以是视频，这样长期以往，大家会对又省逐渐产生信任感。

03、选择群人气商品，多发布群成员更有兴趣的商品，可以通过长期对群成员的了解，基本也可以分析出来，哪些类目更多人喜欢，更容易下单的，所以尽量选择这些类目发布。

04、与老客户建立关系配合演出，让自己的老客户忠实客户，扮演配合的角色，为什么是老客户忠实客户，因为他们有购物体验，对平台和商品都认可，更认可你，那么简单让他们在你分享商品时配合一下，也不需要夸张，实事求是的讲就行，重点是配合你，响应你，因为客户一名顶你十句，客户之间更信任，更愿意听。

01、活动创意案，要求简单明了，把活动的创意展示出来，活动基本内容，活动主题，活动时间，活动要有热点性，有趣性，实用性。

02、活动执行案，活动分析，活动目的，活动形式，效果预期和目标，活动详细情况，费用预算，活动流程，活动规则。

例如：针对群内老客户，定期抢红包手气最佳者可送当天推送爆品，免费包邮到家。

拉20人进群者，可在原有加油额度上，奖励1000元加油额度等

新用户注册成功首日成功购买商品5单，可领取1000元加油额度

皮划艇策划篇二

2、可分配奖金包=奖金总包-全员计件积分奖金包

(一)全员计件积分奖金包分配

根据支行季度营销办法，实行全员营销计件积分。

1、单位积分奖金值=全员计件积分奖金包/全员计件积分汇总额；

2、个人计件积分奖金=个人营销计件积分x单位积分奖金值。

(二)可分配奖金包的分配

a□营销前台人员可分配奖金包的分配

营销前台人员为对公、零贷、客户服务经理

1、营销前台人员可分配奖金包=可分配奖金包x营销前台人员可分配奖金包系数；

2、营销前台人员可分配奖金包系数=上年同期营销前台人员(履职津贴+奖金总额)/上年支行(履职津贴+奖金总额)

b□非营销前台人员可分配奖金包的分配

非营销前台人员为高低柜营运柜员

2、非营销前台人员可分配奖金包系数=上年同期非营销前台人员(履职津贴+奖金总额)/上年支行(履职津贴+奖金总额)。

根据岗位风险，实行分类挂钩，营销前台人员、营销前台主管(含网点负责人、市场部负责人)挂钩比例为15%，非营销前台人员挂钩比例为10%，营销后台人员(含综合员、放款员)、非营销后台人员(综合管理员)、非营销后台主管(综合部经理等)挂钩5%，延期支付奖金返还按省分行办法执行。

a□营销前台人员个人奖金的分配

单位积分奖金值=营销前台人员可分配奖金包/营销前台人员积分总额。

b□非营销前台人员个人奖金的分配

非营销前台人员个人奖金分配实行“四挂钩”，一是与业绩考核挂钩；二是与内控考核挂钩，挂钩比例70%；三是与服务考核挂钩，挂钩比例30%；四是风险挂钩。

非营销前台人员个人奖金=[非营销前台人员奖金包 \times (0.7 \times 内控考核个人积分/内控考核总积分+0.3 \times 服务考核个人积分/服务考核总积分)+个人计件积分奖金] \times 90%

c 营销后台人员个人奖金=(营销前台人员平均奖金 \times 90%+个人计件积分奖金) \times 95%

d 非营销后台人员个人奖金=(全员平均奖金+个人计件积分奖金) \times 95%

e 非营销后台主管=(全员平均奖金 \times 调节系数+个人计件积分奖金) \times 95%

调节系数：正职为1.4，副职为1.3。

f 营销前台主管=所在网点或部门营销前台人员平均奖 \times 调节系数+个人计件积分奖金) \times 85%

调节系数：正职为1.6，副职为1.4。

为保障本分配机制顺利实施，对于个人当季或当年奖金(或收入)达到上年同期奖金(或收入)100%以上时，以上部分实行延期支付，超出部分进入个人奖金池(正值)；对于个人当季或当年奖金(或收入)低于上年同期奖金(或收入)50%时，支行给予借支20%，补足70%，借支部分进入个人奖金池(负值)，个人奖金池连续二年为负值，且金额越来越大的，调整岗位。

皮划艇策划篇三

为切实做好体育场馆向社会免费低收费开放工作，满足广大群众体育健身需求，现将安福县体育中心各体育场馆2023年免费或低收费开放工作方案公布如下：

一、体育场馆简介

安福县体育中心是完善城市功能，提升城市品位，建设宜居城市，满足群众运动、健身、休闲、娱乐需求的公益工程。该工程2009年11月18日奠基，2012年12月底竣工。包含体育馆、体育场、健身广场、体育公园、环场馆路和防洪堤，占地166亩，总投资1.5亿元。体育中心办公室是体育馆的运营单位，旨在服务全民健身；组织体育赛事。上级主管单位是安福县教体局。

体育馆内设篮球馆和游泳馆。球馆大厅2000m²设有2500观众席，可举办篮球、排球、羽毛球、乒乓球、体操、武术等赛事或大型集会和文艺演出等。游泳馆配有25*21m泳池和池水恒温循环系统，观众席500座，是室内游泳训练、比赛场所。

体育场位于体育馆东南面，是椭圆形封闭式田径运动场，内有400米塑胶跑道、足球场和田赛项目场地，东西两面的观众席、观礼台可容纳6000人就座。

健身广场在体育馆的南面，建有4个篮球场、2个网球场、1个笼式足球场、8个乒乓球台、2组健身路径，安装了各类健身器材，附有停车场。

二、免费或低收费开放项目、开放时间 & 收费标准

（一）室外免费开放项目、场地和开放时间

项目：篮球，羽毛球，排球，乒乓球，网球，足球，各类田

径项目

场地：体育场，健身广场

收费标准：全年免费开放

（二）低收费开放项目、开放时间及收费标准

项目：篮球，羽毛球，排球，乒乓球，游泳

场地：篮球馆，游泳馆

收费标准：游泳馆30元/次，篮球馆10元/次

三、举办体育赛事、体育活动、体育培训情况（见附件1）

四、群众参加体育赛事和体育活动、接受体育培训、进行日常健身服务情况

（一）室内体育场地

体育场核心区、体育馆和游泳馆计划全年接待不低于108000人次、月均接待不低于9000人次、日均接待不低于300人次，全年室内体育场地每万平米平均接待不低于58000人次。

（二）室外体育场地

体育场核心区、体育馆和游泳馆外围体育场地设施计划全年接待不低于720000人次、月均接待不低于60000人次、日均接待不低于2000人次，全年室外体育场地平均每万平米接待不低于460000人次。

五、为群众身边的体育组织服务情况

截至2022年底，体育场馆将为14个运动项目俱乐部（群众体

育组织)提供活动场所,会员总数将达到2300人(有关运动项目俱乐部、群众体育组织名单及其联系人、联系方式见附件2)

六、成本支出情况

2023年场馆开放成本支出预计最低为90万元,其中水电汽热能耗支出最低为35万元。

将本文的word文档下载到电脑,方便收藏和打印

推荐度:

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

皮划艇策划篇四

为充分发挥体育场馆的体育服务功能,制定了渭南市体育中心体育场馆运营管理办法,以下是办法的详细内容。

第一章总则

第一条、为规范我市中心体育场馆运营管理,充分发挥体育场馆的体育服务功能,更好满足人民群众开展体育活动的需求,促进体育产业和体育事业协调发展,根据《中华人民共和国体育法》、《公共文化体育设施条例》《国家体育场馆

运营管理办法》以及《事业单位国有资产管理暂行办法》等相关法律法规，制定渭南市体育中心场馆运营管理办法。

第二条本办法适用于渭南市体育中心的体育场馆。渭南市体育中心具有体育场馆整体经营权，负责场馆和设施的运营、管理和维护，为公众开展体育活动提供服务的机构。

第三条、在坚持公益属性和体育服务功能，保障运动队训练、体育赛事活动、全民健身等体育事业任务的前提下，按照市场化和规范化运营原则，充分挖掘场馆资源，开展多种形式的经营和服务，发展体育及相关产业，提高综合利用水平，促进社会效益和经济效益相统一。

第四条市体育局对体育中心体育场馆运营的监督和管理工作开展指导和检查，市体育中心负责具体运营。

第二章运营内容与方式

第五条按照以体为本、多元经营的要求，突出体育功能，强化公共服务，拓宽服务领域，提高服务水平，全面提升运营效能。

发展体育旅游、体育会展、体育商贸、康体休闲、文化演艺等多元业态，建设体育服务综合体和体育产业集群。

第六条结合当地经济社会发展水平、城市发展需要、消费特点和趋势，统筹规划运营定位、服务项目和经营内容，提高综合服务功能。根据运营实际需要，充分利用场馆闲置空间，依照国家有关标准和规范，合理开展适用性改造，完善场地和服务设施。

第七条建立适合自身特点、符合行业发展规律、与地方经济社会发展水平相适应、能够充分发挥场馆效能的运营模式。积极推进场馆管理体制创新和运营机制创新，推动场馆所有

权和经营权两权分离，引入和运用现代企业制度，激发场馆活力。采取参股、合作、委托等方式，引入企业、社会组织等多种主体，以混合所有制等形式参与场馆运营。通过连锁等模式扩大品牌输出、管理输出和资本输出，提升规模化、专业化、社会化运营水平。

第八条以体育本体经营为主，做好专业技术服务，开展场地开放、健身服务、竞赛表演、体育培训、运动指导、健康管理等体育经营服务。

第九条在保障专业训练、比赛等任务的前提下积极创造条件对社会开放。按国家要求每周开放时间一般不少于35小时，全年开放时间一般不少于330天。国家法定节假日、全民健身日和学校寒暑假期间，每天开放时间不得少于8小时。因场馆类型、气候条件、承担专业训练和竞赛任务等原因，不能按照本办法规定对外开放的，可由是体育中心视具体情况自行制定开放时间要求，向公众公示。

第十条突出体育赛事和群体活动的承载功能，全年举办的活动中非体育类活动次数不得超过总活动次数的40%。自主举办具有自主品牌的群众性体育赛事，承接职业联赛，引进国内外知名体育赛事。

第十一条应当完善配套服务，优化消费环境，提供与健身、竞赛、培训等功能相适应的商业服务，不得经营含有奢侈和低俗内容的商品和服务。

场馆主体部分，包括场地和看台等，除进行广告等无形资产开发外，不得占用进行商业开发。场馆主体部分附属设施，包括除主体部分以外的室内附属用房等，可在不影响设施原有功能的前提下，适度进行商业开发。

场馆配套设施，包括按规划建设、与体育场馆或场馆群相配套的室内外非体育设施和用房，可结合城市发展需要，根

据规划和功能定位进行多元开发。

第十二条充分挖掘利用资源，采用多种方式加强无形资产开发，扩大无形资产价值和经营效益。涉及冠名、广告等无形资产开发的，应当符合工商、市容、广告、安全等相关规定，禁止发布和变相发布国家工商和广告法律法规中明确禁止的广告内容。

第十三条加强品牌建设，拓宽营销渠道，宣传普及健身知识，引入新型消费和服务模式，培育健身消费市场。

健全信息服务系统，建立客户维护体系，逐步建立网络服务平台，提供多样化、人性化服务，提升客户体验。

第十四条利用体育场馆经营高危险性体育项目的，依法办理审批手续，严格按照项目开放标准和要求开展经营活动。

第三章经营管理

第十五条市体育中心完善法人治理结构，建立科学决策机制，对重大事项决策、重要干部任免、重大项目安排和大额度资金使用事项应当实行集体决策。

结合运营需要，配备专业运营团队，合理设置内设部门和岗位，完善运行管理体系，健全管理制度，建立激励约束和绩效考核机制。

第十六条加强人才培养和引进，完善员工培训体系，建立符合场馆发展需要的人才队伍。

依法规范用工，相关专业技术人员必须持证上岗。

第十七条制定服务规范，明确服务标准和流程，配备专职服务人员，提供专业化、标准化、规范化服务。

开展顾客服务满意度评价，及时改进和提高服务水平。可以参与服务质量认证。体育场馆运营单位应当做好基础信息统计，加强健身人群、培训人数等数据统计和分析，动态调整经营策略和服务方式。

第十八条保证场馆及设施符合消防、卫生、安全、环保等要求，配备安全保护设施和人员，在醒目位置标明设施的使用方法和注意事项，确保场馆设施安全正常使用。

完善安全管理制度，健全应急救护措施和突发公共事件预防预警及应急处置预案，定期开展安全检查、培训和演习。

投保有关责任保险，提供意外伤害险购买服务并尽到提示购买义务。

第十九条所属房产出租、出借的，经营内容应当符合本办法规定和场馆运营规划，不得出租、出借给存在社会负面影响、易损害体育场馆社会形象的经营业态，且须符合国家和当地的相关规定。

体育场馆主体部分因举办公益性活动或者大型文化活动等特殊情况临时出租的，时间单次一般不得超过10日；出租期间，不得进行改变功能的改造。租用期满应立即恢复原状，不得影响该场馆的功能、用途。

第二十条开展无形资产开发、房屋出租等经营，应引入第三方评估，并采用公开招标或竞争性谈判等方式确定合作对象和价格等内容。

加强合同管理，规范合同签订、履行、变更和终止，相关协议涉及到本办法有明确规定事项的，需在合同中约定。

加强合同履行监管，及时制止擅自变更经营业态、擅自转租等行为，必要时按法定程序中止或解除合同。

第二十一条将运营经费纳入预算管理，并严格遵守国家相关财务规范，健全财务管理制度和体系，规范预算、收支和专项资金使用。

第二十二条应加强能源管理，采取节能措施，降低单位能耗，节约运营成本。

引入环卫、安保、工程、绿化等专业服务机构，提升场馆区域范围内物业管理和服务的专业化水平。

配备全面视频监控，实行动态管理，场地等重要场所监控录像保留时间不低于30日。

第二十三条公示服务内容、开放时间、收费项目和价格、免费或低收费开放措施等内容。除不可抗力外，因维修、保养、安全、训练、赛事等原因，不能向社会开放或调整开放时间的，提前7日向公众公示。

第四章 监督管理

第二十四条接受市体育局对体育中心体育场馆运营管理工作的监督，建立健全科学合理的体育场馆运营监督管理责任制，并将工作监督和管理责任落实到具体部门；加大对体育场馆运营管理工作的指导力度，提供必要的培训等服务。

第二十五条市体育局应当建立健全财政资金补贴体育场馆开放服务的长效机制和政府购买公共体育服务的具体办法，保障体育场馆正常运行。

市体育局制定本级体育场馆运营目标和公共服务规范，开展运营目标考核和综合评价，并将运营目标完成情况和综合评价结果与预算资金安排、财政补贴或奖励、政府购买公共服务等经费安排、人员考核与晋升等挂钩。

第二十六条体育中心利用国有资产对外投资、出租和出借的，应当从经济效益、经营业态、形象信誉、安全风险等方面进行必要的可行性论证，并按照国家与当地国有资产管理规定，根据资产总额的相应权限要求进行报批或备案。

第二十七条体育中心将场馆的名称、地址、服务项目等内容报市体育局备案，并于下一年度1月31日前向市体育局报告以下事项：

- (一)场馆设施总体使用情况；
- (二)主要经营内容和服务项目调整情况；
- (三)对外开放时间及免费或低收费开放情况；
- (四)体育赛事活动及非体育类活动举办情况；
- (五)商业经营开发情况；
- (六)场馆无形资产开发情况。

第五章附则

第二十八条中心将建立体育场馆社会组织，发挥行业组织在制定行业标准、强化行业自律、维护行业权益方面的作用。

第二十九条本办法自2015年2月1日起施行。

皮划艇策划篇五

一、活动目的：

为了丰富幼儿的生活经验，提高幼儿对农贸市场的感性认识，注重社会教育资源利用，丰富学生生活，开阔学生视野，增

长学生的课外知识，让孩子的交往能力、语言表达能力得到很好的培养和锻炼。我园决定举行“参观农贸市场”系列活动。

二、活动时间：

20xx年12月8日

三、活动主题：

参观农贸市场

四、活动安排：

1. 参与对象：大班、中班

2. 活动要求：

(1)、让家长给孩子准备一个小书包，里面放少量的食品和水。

(2)、穿便于运动的服装。不用大人陪同，统一组织排队过去，每队前后各一名老师陪同，结束后返回幼儿园。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

皮划艇策划篇六

固定车位需对号停泊，非固定车位车辆进入停车场均采取就近泊车原则停泊。

免费车辆需由公司总经理签署后，交由车场主管发行免费卡。

2、财务部同事与租户签订车位租赁合同，租约复印件交管理处财务部备案，同时知会车场主管车位出租情况。由车场主管发行月票卡。

3、每月由财务部根据租约的规定时间发单通知、催促承租人交缴租金。

4、租户在缴完租金后，凭缴款单位由车场主管对卡进行延期。

5、注意事项：

领取月票卡时，需向财务部缴纳100元/张作为押金。如因原卡遗失、损坏等原因，需重做卡时，需向车场主管阐明原因并出示缴款证明后方可重新领卡。

1、车辆驶至车闸旁取得泊车票，闸杆升起；

2、司机按车道标志指示驶入停车场；（注意服从保安员指挥）

3、车辆选择车位泊好，锁好车门，离开；

4、离开车场时，司机驾车并持时租车票驶经收银处缴费；

5、泊车未到十五分钟者，免收停车费，每小时5元/小时收取；

6、司机在缴完费后需尽快驶离大厦，以免阻塞车场出入口；

1、货车进入首层卸货时，需停泊在卸货区内；

3、货车收费标准与时租车辆一致；

5、货车在卸完货物、清点完毕后，需尽快离开，以便其他货车进场；

6、货车离场时，持卸货车辆停车证时租卡到收银处缴费。

1、摩托车进场后，由摩托车收费员发卡，一半悬挂于摩托车上，另一半由车主保管；

2、摩托车必须听从摩托车收费员安排，排放整齐；

3、摩托车出场时，需由摩托车收费员对卡进行核对后交付保管费方可离场；

4、摩托车收费标准为一元一张，月保费40元/月。

皮划艇策划篇七

为进一步提升停车场管理质量，建立良好的车辆停放秩序，保障车辆停放安全，交通畅顺，出入有序，结合实际情况，现制订万达停车场外包经营管理方案。

总共有车位453个，其中地下停车场145个。生活区固定停车位98个，员工区固定停车位180个，露天临时停车位30个。生活区业主、职工车辆大约330辆。

1、随着娱乐业的快速发展，游客逐步增加，加上生活区业主、就职人员的车辆也急剧增多，而停车位有限，导致供需矛盾。

2、由于停车位有限，道路狭窄，车辆进出不畅通，影响交通，加上场地分散管理难度大，不少车主见缝插针，造成车辆停放不规范，严重影响了环境和交通秩序。

3、社会车辆、就职人员车辆、游客人员车辆未实施差别化停车收费。导致少数社会车辆长时间停放，严重影响车位的周转。

1、对主干道、车场车位、道路交通标志重新规划。

将东面主干道改为双向线(改双向车辆行驶和1.5米宽人行道)，西侧主干线改为单向线(只出不进)。

2、因周边无大型停放场，为了缓解万达停车难的问题，建议在现有停车位的基础上适当增加机械车库，解决车位少的问题。

3、为了提高车位周转率，实施差别化停车收费。，按二类停车收费标准进行收费，具体收费标准以物价部门批复为准。对游客游玩的车辆，凭公司当天有关凭证(当天证明等)，按现收费标准收费。

4、参照兄弟单位做法，能否调整员工、生活区住户车辆停放月保费。

5、为了进一步完善车场停车场安全管理，对重点路口、路段和高峰时段实行定岗、定人管理(正门道闸、北门道闸、地下停车场、单车停放点、路面等岗位，安排人员24小时值班。7:00—21:30西出口道闸收费员2人。7:00—18:30主要路段车辆指引和停放管理人员7人，大门进出入口处非法摆卖、车辆乱停乱放管理2人，停车场东路段车辆行驶指引、3号楼停车场、南楼路段、生活区停车场等部位)。

6、为确保车场及周边道路车辆停放、通行安全，按相关部门

要求车场及周边道路安装视频系统。

方案一：维持目前停车场管理现状，承包费在现行标准基础上上浮，要求营运期间，停车场使用的水电费、地下室机械车位年维保费、停车场管理系统设备设施的维护费、税费、保险费、相关证照的办理和年审、公共设施因人为损坏的维修费以及其他不可预见的行政事业性收费等，由承包方负责。停车场管理人员的住宿承包方负责安排。

案二：承包方年上交停车场承包管理费万元。承包方在方案一负责日常相关费用要求基础上，按有关部门要求，在车场内安装视频监控，负责停车场管理系统设备设施改造、重新对内停车位和道路交通标志标线设计制作(将放疗中心至水电科前路段改双向车辆行驶和1.5米宽人行道)等，所需费用由承包方负责。

方案三：承包方年上交停车场承包管理费万元承包方在案一和方案二的要求基础上，负责道路改造将车场周边主干路段改造沥青路面，具体改造方案广州市科马电子有限公司负责制定，费用由承包方负责。承包方可根据现有的停车场地，在不影响整体规划基础上，适当增加机械车库，解决车位少停车难的问题。

- 1、承租方必须遵守国家的有关法律法规，依法经营，遵守有关规章制度，接受监督、检查和管理。
- 2、承租方未经允许，不得对停车场进行任何改造。不得转租、转借他人，擅自改变用途或者不服从管理，有权提前收回场地并终止合同。
- 3、承包方在车辆管理中，不得扣押车辆停放者的证件和财物(若有争议纠纷应由相关部门解决)。
- 4、在停车场所发生的汽车车损、事故，由承包方报相关人员

处置，不承担责任。

5、承包方应按要求，疏导引导的汽车到位，按画线车位到车场停靠，不允许出现车辆乱停、乱放、拥挤、堵车，主干道、转弯路段、出入路口必须通畅、不得堵塞通道，要求车辆进出有序；防止车辆停靠丢失和损坏，车场的车辆停靠安全由承包方负全部责任，如在管理中存在车辆纠纷、丢失，赔偿问题由承包方处理解决。

6、如发生突发事件，纠纷，急救抢救和现场救护等临时需占用停车场所，承包方无条件服从安排和调度，不得拒绝。

7、员工、生活区住户按规定收费。政府机关和相关部门的公务的车辆不得收费(包括：政府机关和相关部门如公检法110、119，120急救车、救护车、水电气、消防监控设施、运送药品，送血及运输的设备材料等的车辆)。不允许社会救护车在停放和转运病人现象违者将按相关规定处罚。

8、来访的车辆(包括营运出租车)卸客即离开的，30分钟以内承包方不得收费。停车场如停车位已满，应立即出告示，告知车主本车场车位已满，并安排人员到入口处路面进行车辆疏散。

9、承包方的所有从业人员应在签约时向提供相关证件复印件，并按规定签订履行合同责任书。承包期间，如发现承包方从业人员有违纪违章或违反有关规定不服从管理的，有权责成承包方换人，承包方应及时更换。

10、要求从业人员应统一服装并佩戴上岗证，仪容整洁，着装整齐，文明礼貌用语规范，文明服务，礼貌待人。未佩上岗证及行为不当，有损形象的每次罚款200元。停车场招聘员工需经保卫科备案并考核。

11、承包方自行到工商税务部门办理车辆停靠许可证，税务

营业执照，并在停车场显目位置悬挂管理部门核发的车辆价格收费标准，收费许可证，必须按国家有关规定缴纳税金、工商管理费，如未交纳，则由承包人承担相应处罚。

12、承包方应严格执行政府规定的收费标准，按税收管理制度使用发票。不得使用假票和涂改及与单位不相符的票证，不得伪造有关证照和票据，如因违法违规给造成损失或不良影响的或在承包期内发生的投诉，由承包人负责解释、答复，情节严重的有权单方终止合同。

13、承包方应依据国家法律和地方有关部门规定，自觉履行防火安全、门前三包、综合治理及安全、保卫等义务，并接受甲方的监督检查。认真做好各项消防安全工作，不得在停车内非法存放易燃、易爆等危险物品和其他化学品。如有违反上述各项约定，将须承担包括甲方直接和间接损失在内的一切经济后果和法律责任。

14、承包方在承包期内应保护、维护停车场内的设备设施、绿化，停车场的卫生管理由承包方负责且必须符合卫生管理要求，如有重要检查及大型活动，承包方应无条件配合。承包方如有违约或违规，将追究承包方责任。

皮划艇策划篇八

绩效考核的作用工作成绩考评信息的主要用途之一,是对管理人员、员工提供反馈,让他们了解工作情况,分享了酒店前厅绩效的'考核方案,一起来看看吧!

一、总则

(一) 目的

本方案适用于对前厅各岗位工作人员的考核。

（三）原则

定性与定量相结合，公开、公正。

二、考核内容

岗位类别绩效指标评分标准分值得分

行李

服务行李运送

行李寄存主动热情，件数点清，发放准确，手续完善，每发生差错事故1次扣2分

服务态度热情、礼貌、周到，不向客人索取小费。每发生1次客人投诉扣2分

前厅

接待

服务入住接待手续办理不超过3分钟，记录准确，每发生客人投诉或出现差错，扣1分

分房熟悉房态信息，分房准确，每发生差错1次，扣1分

特殊情况

服务态度礼貌、热情、周到，每发生一次客人投诉扣2分

总机

接听电话语言规范、迅速及时，抽查中发生长时间无人接听或占线，1次扣0.5分

接受留言应准确记录客人姓名、房号、留言内容，并及时转告，发生1次漏转现象扣2分

商务

中心

服务服务意识态度热情，微笑服务，语言运用准确得当，每出现1次客人投诉扣2分

订票服务准确、及时，符合客人要求，每出现差错1次、发生客人投诉1次均扣2分

工作记录完整、准确，无人为差错，每出现差错1次扣1分

离店

服务客人离店

手续办理办理结账手续快速准确，提取寄存行李准确无误，每出现差错一次扣1分

离店信息

四、考核实施

s优秀90~100分薪酬上调3个等级或升职1级

a良80~89分薪酬上调2个等级

b好70~79分薪酬上调1个等级

c一般60~69分薪资待遇保持不变

d差60分以下减少5%的工资

皮划艇策划篇九

（一）电子银行业务发展战略不明晰

品牌建设相对滞后邮储银行电子银行业务发展起步较晚，目前仅仅作为传统物理渠道的补充，从战略性角度发展的中长期规划尚未明确。另外，邮储银行电子银行业务宣传力度不足，仅采用简单的、层次较低的宣传广告来推介，独立鲜明的邮储银行品牌形象还未建立，客户认知度不高。

（二）电子银行业务产品创新能力不足

自助设备使用有待提高邮储银行电子银行业务产品创新能力较弱，以个人网银为例，尚未开通跨行资金自动归集；电子银行支付商户数量较少，商户类型需拓宽；自助机具的智能化水平较低，功能单一，自助开卡、缴费、理财等功能尚未开通。邮储银行自助设备、电子银行业务体验终端等硬件配备不足，已配备的使用效率有待提高。

（三）电子银行业务营销机制不健全

专业人才配备落后邮储银行电子银行业务缺乏科学的经营考核机制，存在“重开通、轻维护、弱反馈”的现象；营销手段较为单一，过于依赖网点传统营销方式，微信、易信等新型网络营销工具利用不足。电子银行业务的发展离不开大堂经理的配备，但当前很多网点未能配备大堂经理，而柜面员工又缺乏对电子银行业务的深入了解，营销电子银行业务的主动性、积极性较差。

（四）电子银行业务风险防范机制建设滞后

数据安全易受到威胁邮储银行缺乏统一的电子银行操作规程和风险管理办法，管理人员、柜员等对电子银行业务风险点不明晰；风险事件发生后，由于部门之间的权限不清晰，不能及时做出反应；科技技术保障力量薄弱，数据安全易受到威胁。

（一）实施电子银行优先战略

加强电子银行品牌建设邮储银行应尽快组织实施电子银行优先发展战略，总行层面要制定电子银行业务发展的中长期规划，自上而下加速推进电子银行的应用，构建线上线下一体化金融服务体系，适应互联网金融发展的新趋势。具体来讲，对电子银行发展所需资源配置要给予倾斜，积极整合产品、渠道，强化电子银行对各项业务的支持力度，不断提升市场竞争力。邮储银行可以委托专业公司设计邮储电子银行的特色品牌，加大在高端媒体的宣传，逐步树立鲜明的电子银行形象。加快电子银行体验中心建设，开展客户体验工作：对于不信任电子银行的客户，要不厌其烦地向其宣传电子银行业务及其优越性，让其逐渐接受电子银行服务方式；对习惯使用电子银行的客户，要强化客户体验与反馈，让邮储电子银行品牌逐渐深入人心。

（二）加大电子银行产品创新力度

提升自助渠道服务能力邮储银行应加速电子银行新功能的研发推广和既有业务的优化升级，加快推进中间业务和表外业务的电子渠道化，扩大电子银行业务覆盖面。加强同更多电子商务企业的合作，拓展水、电、煤气、招投标平台等公共事业类、政务类平台，引导各省叠加区域特色业务自助功能，为客户提供更多的增值服务。同时，邮储银行应加大自助设备、电子银行体验终端等硬件的投放力度，加快离行式自助银行的建设，拓展电子银行各类渠道，强化对自助设备的运营管理，做好自助设备的使用引导，提升自助设备使用效率。

（三）健全电子银行营销考核机制

提升员工专业素质邮储银行应尽快制定科学的绩效考核方案和奖惩措施，尽快将电子银行客户渗透率、激活率和替代率纳入对网点经营业绩的考核，以此调动各级对电子银行营销的积极性。邮储银行总部应对电子银行营销活动进行包装策划，完善现有“手拉手、大学生网商大赛”等营销活动平台。邮储银行还可以依托网点经营管理转型，通过交叉营销大力发展电子银行客户。针对电子银行从业人员素质较低的现状，邮储银行一方面应引进懂金融、懂营销的专业人才充实到大堂经理队伍，充分发挥大堂经理的引导作用；另一方面要加强员工培训，强化员工电子银行营销意识，尤其对一线员工要系统性开展电子银行业务知识、营销策略等知识培训，提高其营销以及维护电子银行的技能。

（四）完善电子银行风险防控机制

切实保证数据安全邮储银行首先要制订科学化、体系化的电子银行业务规程和操作规范，使业务操作有据可依、有章可循。二是要建立完善的电子银行风险内部控制机制，明确界定电子银行业务各环节的责、权、利。三是要增强银行员工风险防范意识，防范和控制电子银行各环节的操作风险。在电子银行业务拓展上要做到“依法合规”，可以把电子银行纳入日常业务检查范围，定期对电子银行业务的开户手续及操作流程进行检查；定期对柜面操作人员进行风险提示，规范业务操作，加强对业务办理操作过程的风险控制。