# 2024年企业策划书(通用9篇)

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2024-05-20

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。企业策划书篇一举办“深蓝·宜宾企业峰会”，乃集中宜宾企业家之智慧，高举宜宾经济发展之大...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**企业策划书篇一**

举办“深蓝·宜宾企业峰会”，乃集中宜宾企业家之智慧，高举宜宾经济发展之大旗，共谋宜宾人民之福祉，是一件利国利民的大事、好事。

（一）、峰会的举办，将促进宜宾经济、科技、文化的发展，改善城市形象、提升城市知名度，有助于确立宜宾——四川新城市中心地位。

1、拉动城市建设，促进城市功能的充分发挥，带动宜宾旅游、商业、交通等硬件设施的发展。

2、提高城市知名度，提升都市形象。峰会的举办，将成为全川乃至西部地区人民议论的话题，吸引全国人民的眼球。

3、改善投资环境，推动宜宾经济发展与国际接轨，提升宜宾经济发展的内涵与层次，促进信息、技术、资金的流动。

（二）、峰会的举办，将开阔宜宾企业家的视野，改变企业经营管理思维，提高企业经营管理水平，建立科学的企业管理体系，实现企业的永续经营和发展。

我将之归纳为：结识朋友，增进了解，谋求共识，扩大视野，改变思路，共图发展。

（三）、峰会的举办，将对会议的主办方、承办方，带来实在的利益。

在本规划中，峰会的主办方为：宜宾市政府；承办方为：宜宾工商业联合会、宜宾深蓝企业咨询有限公司。

峰会的举办能促进宜宾的全方位发展，对政府的利益，此不赘言。

峰会举办的目的——“协助地方经济发展，实现企业永续经营”，本来就属于工商业联合会的一项工作内容，为宜宾发展献计献策工商业联合会更是义不容辞，峰会的举办将促进和带动工商业联合会工作的开展，其作用是无庸置疑的。

峰会的举办对会议的实际承办方——宜宾深蓝企业咨询有限公司，虽无眼前的实际利益，但在政府和社会各方的协助下，如果运作统筹的好，收支的平衡是有保证的，而且峰会运作过程中积累的政府、企业、传媒的资源，将对深蓝日后的\'发展，起到积极推动作用。

二、前期筹划

（一）、寻找合作伙伴。

主办方：宜宾市政府。

承办方：宜宾工商业联合会、宜宾深蓝企业咨询有限公司。（深蓝具体负责） 协办方：由营销公关情况确定。（须支付一定赞助费，经额暂定1万元）

（二）、此阶段工作流程。

1、深蓝与宜宾工商业联合会接洽，取得其对峰会举办的支持和参与。

工商业联合会的支持和参与，使峰会的筹办由一个企业的单方行为转变成全社会、各行业的共同心声，从而使峰会的举办取得广泛的社会基础。而工商业联合会的半官方性质，也能增加峰会的公信力，扩大其宣传和影响力，起到四两拨千斤的妙用。

2、积极运筹，充分利用传媒和社会资源，将峰会的意图转变为政府的行为。有了政府的支持和参与，峰会的成功就有了可靠保障。

3、在获得政府和工商业联合会的支持和参与后，着手成立峰会筹备组，以全面领导峰会工作。

筹备组人员名单

组长：市长或副市长。

副组长：宜宾宜宾工商业联合会会长，深蓝公司总经理。

秘书长：深蓝公司总经理。（具体负责）

委员：相关机构领导、协助方企业领导。

办事人员：外勤，负责对外联系。（地点、人员、传媒联系，企业拜访）

内勤，负责内部管理。（财务、文案、策划、监督、总结）

三、相关准备

峰会筹划工作一旦进展顺利，在筹备组的领导下，积极进行峰会的准备工作。

（一）、峰会筹备计划书的制订。（时间：一个月）

1、峰会筹备组全体成员，应开会讨论，确定峰会的筹办原则和行动纲领。

2、按照上述原则和纲领，制作峰会筹备计划书。

计划书包含：会议时间、会议地点、会议人员、会议日程安排及所议事项、会议举办条件及硬软件支持、传媒联系、后勤支持、服务人员及培训等等。

3、制定峰会筹备实施网络图。（有助于统筹安排，哪些先行，哪些后行，那些并行心中有数）

（二）、峰会时间和地点：（时间：一个月）

时间建议：四月初举办为宜，议程三日。（天气凉爽，避开长假）

地点选择条件：

1、风景区。

2、三星级以上酒店。

3、交通比较方便。

4、有举办大型峰会的场所和能力。

（三）与会人员：（时间：三个月）

1、政府及工商业联合会作为特邀嘉宾。

2、企业年销售额逾800万元的宜宾企业家。

3、筹备组特邀的教授、专家。

4、传媒人员。

5、后勤支持人员。

（四）、峰会宣传及报名工作：（时间：三个月）

1、峰会有奖征名活动，通过此项活动，吸引公众广泛参与，提升峰会的社会影响力。（该项活动将于宜宾日报、宜宾在线、宜宾新闻网等多家传媒协同进行）

2、筹备组拟定参与人员，寄发邀请函到企业，征询意见，开展报名活动。

3、筹备组与报社联系，进行峰会宣传活动，并开展报纸报名活动。（广告投放量，暂定为一周一次，届时根据社会各方反应和活动报名情况，进行调整）

4、筹备组与宜宾在线，宜宾新闻网等网站合作，提供网络报名服务。

5、筹备组统计活动报名情况。如果不理想，立即安排人员，到企业进行攻关游说。

6、峰会截止报名日期：峰会举办前10日，以方便酒店按人定量合理安排工作。

7、筹备组与电视台联系现场直播事宜。

8、筹备组与报社联系深度报道事宜。

9、筹备组与网站联系深度报道事宜。

（五）、峰会接待规模统计及接洽酒店：（时间：5天）

峰会报名截止后，筹备组应尽快统计出人员数量，接洽峰会举办酒店，落实相关事宜。

酒店应围绕以下几个方面开展工作：

1、 人员接待标准： 餐饮标准，住宿标准。（人员住宿房间安排，餐饮坐席安排）

2、 场地准备：停车场，会议举办大厅。

3、 酒店气氛营造：宣传画，宣传标语，气球红幅等。

4、 服务人员配备。

5、 安全标准。

6、 茶水供应。

7、 医疗保障。

8、 办公设施。

9、 服务实施细则制订，各方面进度完成情况，并由筹备组验收通过。

（六）、峰会经费收支：

经费来源：

1、峰会参与企业收费标准：6000/个，人数1~3人，人数超员，按20xx元/人加收。此费用为现场签收费，只针对企业与会人员。

2、峰会协办单位收费标准：12000/个，此费用为提前收取，协办方人员主席台就坐，现场提供广告牌一块。

3、政府划拨部分经费。

4、经费不足部分，由深蓝公司补充；经费如有充裕，交由深蓝和宜宾工商业联合会共同建立的专项帐户统筹管理，专款专用，留作下一年度峰会举办经费。

5、宜宾企业家风采专题片，由筹备组与电视台合作拍摄，8万元/单位，协议分成。 经费支出：

1、劳务开支。

2、有关人员奖励。

3、办公费用。

4、广告支出。

5、酒店费用。

（七）峰会报到方式：

1、交通：自驾车。

2、报到时间：上午9点半到11点。

3、报到地点：峰会筹备组在酒店设立签到处，签到即收费。酒店到时提供免费茶水及休息场地。

（八）、峰会其他准备事项：

1、报到时，发放峰会日程安排。

2、报到时，发放笔记本及文具。（酒店准备）

3、与会者胸牌制作发放，方便了解。（工作单位，职务，名称）

4、人员座次安排：政府及机构领导、专家学者、协办方企业主要领导主席台就坐；其余与会人员，按达到先后，顺序发放坐席号牌。

5、视听器材准备。（黑板及投影，由酒店提供）

6、峰会记录人员。（是否需要，到底记录什么）

7、摄影人员。（数码摄像机）

8、峰会场地布置。（酒店布置，筹备组提出要求）

9、准备大巴一辆，以备急用。

四、会议举行

峰会日程安排：

1、第一天

上午：人员签到，并交纳与会费用。

下午：由筹备组有关领导剪彩。

由筹备组秘书长主持会议。

由市政府领导宣布峰会开幕并讲话。

有关机构领导领导讲话。

专家报告会：分析国际国内形势对企业经济活动的影响，提出应对策略。

2、第二天

上午：讨论深蓝提交的一个典型案例，分析深蓝所采取的营销策划方案的优劣。 下午：自由讨论，为宜宾经济发展献计献策。

3、第三天

上午：自由讨论，为宜宾经济发展献计献策。讨论观点，应进行记录，并进行归纳整理。上午结束时，发放礼品。（礼品实用，有档次，但不奢华，建议：高档茶叶或当地特产）

下午：自由活动。（组织参观景区景点，调剂身心，增进了解）

参观完毕，由会议主持人宣布峰会结束，筹备组人员与来宾握手告别。

五、会后总结

（一）、峰会完毕后，现场拍摄图片及文字资料，由筹备组制作成册，邮寄与会人员。

（二）、峰会记录，由筹备组继续整理，在有关专家学者的指导下形成文案，邮寄与会人员。

（三）、电话回访，筹备组内勤收集与会人员对峰会举办效果的意见，进行归纳分析，提出整改意见。

（四）、筹备组内勤统计峰会的收支情况，作出资金盈亏报告。（分析不合理的花费，汲取经验教训）

（五）、峰会品牌的延伸：成立深蓝·高管沙龙，其成员为宜宾工商界的高层人士。沙龙每月举办一期，时间为一天，会议内容：自由讨论，专家咨询。

（六）、与宜宾电视台合作，制作宜宾企业家风采专题系列片，在电视黄金时段播出，对有关人员进行深度宣传报道。（如果时间允许，可以先拍摄一部分，在峰会举办前播出，以营造气氛。）

（七）、总结举办峰会的经验和教训，为筹办川南乃至西部企业家峰会作准备。

**企业策划书篇二**

第一段：引言（200字）

企业策划是一个复杂而又关键的过程，它涉及到了市场分析、目标制定、战略规划、资源配置和执行控制等多个方面。经过多年的从业经验，我深深认识到企业策划对于企业的成功非常重要。在这篇文章中，我将分享我在企业策划中获得的心得和体会。

第二段：市场分析与目标制定（200字）

市场分析是企业策划的关键步骤之一。只有通过深入了解市场的需求和竞争环境，企业才能制定出有效的策略。在市场分析过程中，我们需要收集并分析大量的市场数据，以了解消费者的偏好和行为模式。而目标制定是在市场分析的基础上制定战略目标和实现路径。在制定目标时，需要确保目标具体、可量化、可行动和可追踪。

第三段：战略规划与资源配置（200字）

战略规划是将目标转化为行动的框架，它确保企业能够朝着目标方向不断前进。在制定战略时，企业需要考虑到自身的核心竞争力和可持续发展的因素。同时，企业还需要对外部环境进行分析，并采取适当的应对措施。资源配置是将有限的资源分配到各个策略和活动中，使其最大程度地发挥作用。在资源配置过程中，企业需要合理利用资源，确保资源的最优分配。

第四段：执行控制与团队协作（200字）

策略制定只是一个开始，真正的挑战在于执行和控制。执行和控制是企业策划成功的关键环节，它要求企业能够高效率地实施计划，并及时调整战略。在执行过程中，团队的协作是至关重要的。一个团结、合作的团队能够更好地推动执行和解决问题。同时，控制也是非常重要的，它可以帮助企业发现问题并及时纠正。只有在良好的执行和控制下，企业才能更好地实现战略目标。

第五段：总结与展望（200字）

企业策划是一个复杂而又艰巨的任务，需要全面考虑各种因素。市场分析与目标制定是企业策划的基石，而战略规划与资源配置则是实现目标的关键。执行控制和团队协作是保证策划成功的关键要素。通过这篇文章，我希望读者能够更好地理解企业策划的重要性，并从中获得一些启发和思考。我相信，企业策划的过程中，不断总结经验并与团队协作，有助于企业在竞争激烈的市场中立于不败之地。

**企业策划书篇三**

“三进”活动是指进农村、进社区、进企业。活动由经济管理系组织，全系学生自愿报名，自主选择活动形式，以个人或团队方式进农村、进社区、进企业参加公益活动、志愿服务和社会生产活动，为其提供相应的社会服务。

二、活动意义

为深入落实《教育部等部门关于进一步加强高校实践育人工作的若干意见》（教思政1号）的相关精神，积极倡导和支持学生参加生产劳动、志愿服务和公益活动，不断增强学生服务国家、服务人民的社会责任感、勇于探索的创新精神，善于解决问题的实践能力；坚定学生在中国共产党领导下，走中国特色社会主义道路，为实现中华民族伟大复兴而奋斗，自觉成为中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人的信念。

三、活动组织单位

主办单位：天津滨海职业学院经济管理系

四、活动对象

活动面向经济管理系工商企业管理、旅游管理、会计电算化等专业全体在校生。

五、活动组织实施流程

（一）动员部署阶段（6月1日——6月30日）

1、制定《三进活动策划方案》，活动方案系部网页宣传。

2、成立系部领导机构

组长：尚书清

副组长：唐家玲、徐公仁

成员：各教研室主任、系团总支书记

3、召开各在校生班级班长、团支书书记宣传动员会；

4、经济管理系统一宣传《策划方案》，各班团支书深入相应班级宣传，填写相应预报名表（见附件1），由班级辅导员审核后提交系部存档。

（二）深入农村、社区、企业阶段（7月1日——8月30）

参加报名的同学根据自己的选择进行社会实践活动，深入联系单位，广泛开展社会调查，报名同学累计实践时间不应少于2周，实践活动结束后，应按照规定要求提交社会实践报告（见附件2）。

（三）总结表彰阶段（8月31日——9月30日）

3、“三进”领导机构根据各专业申报的报告，按照“三进”奖项管理办法评审相关奖项；

4、系部组织表彰会，优秀学生报告会。

六、活动奖项管理办法

活动奖项设“集体”、“个人”两项，由经济管理系确定。

**企业策划书篇四**

企业策划是现代企业发展不可或缺的一环，通过对企业策划的实践和总结，我从中获得了一些宝贵的心得体会。在这篇文章中，我将依次从策划目标的设定、市场分析、定位策略、执行计划以及风险控制等方面谈谈我的心得体会。

首先，设定明确的策划目标至关重要。企业策划的目标应具备准确、明确、有针对性等特点。在设定策划目标时，要充分考虑企业的实际情况和市场环境，确保目标能够具备可行性和可度量性。在过去的实践中，我发现只有设定了明确的目标，才能有针对性地进行策划和实施，从而提高企业的竞争力和效益。

其次，市场分析是一个企业策划不可或缺的环节。通过对市场的细致分析，企业可以了解市场的需求和趋势，从而制定相应的策略和计划。在市场分析中，不仅要对市场的规模、竞争对手和潜在机会进行分析，还要对消费者的需求和喜好进行准确的调研。在我实践中，我通过进行定量和定性的市场调研，从而更好地了解市场，为企业的策划和决策提供有力支持。

第三，定位策略是企业策划中的核心内容之一。企业的定位策略决定了企业在市场中的地位和竞争优势。在确定企业的定位策略时，要结合企业的实际情况和市场需求进行综合考虑。同时，要注意选择独特的定位点，避开已有竞争对手的定位，从而实现差异化竞争。在我实践中，我发现通过精准的定位策略，可以有效地吸引目标消费者，提高企业的知名度和市场份额。

第四，制定合理的执行计划是企业策划顺利进行的关键。企业策划和实施是一个系统工程，需要在策略的基础上，明确具体的行动步骤和时间节点。在制定执行计划时，一方面要把握好资源的投入和产出的平衡，另一方面要考虑到外部环境的变化和不确定性因素。在我实践中，我学会了制定详细、可操作的执行计划，并结合反馈和监控机制进行调整，以确保策划能够顺利实施和落地。

最后，风险控制是一个企业策划中要高度重视的方面。企业策划过程中，由于市场、技术和管理等因素的不确定性，存在一定的风险。在策划中，需要提前识别和评估潜在风险，并采取相应的措施加以控制和化解。在我实践中，我学会了审慎评估策划过程中的风险，并建立了应对风险的预案和备选方案，以保证企业策划的成功。

综上所述，企业策划是企业可持续发展的关键环节，通过对企业策划的实践和总结，我深刻体会到了策划目标、市场分析、定位策略、执行计划以及风险控制等方面的重要性。希望以后在企业策划中能够继续学习和成长，为企业的发展和创新做出更大的贡献。

**企业策划书篇五**

传统文化系列活动——端午节

活动目的：

农历五月初五是中国的传统节日——端午节。xx多年前遗留下来的习俗：挂菖蒲、赛龙舟、吃粽子、饮雄黄、佩香囊，让大家充分感受到了这个节日所蕴含的民族情怀。并且国家对节假日的调整是对这些民俗类的非物质文化遗产保护的一种有效方式。为了增强员工们的动手能力，了解吴越地区悠久的传统文化，以我们员工们的责任和行动来加入和支持保卫中国文化遗产的战役。

活动号召：屈原的传说，争舸的龙舟、带着药味的香囊，这些东西在记忆力已经埋没很久了唯有端午节吃粽子这一风俗，一提起来就让人觉得津津有味。现在端午节留给我们的除了粽子之外，也许最实际的就是那3天的节假日。所以我们想请大家一起动手做一个能带来好运的香囊。

活动内容：

1、现场制作香囊

2、现场进行文化知识的问答。

3、了解雄黄酒

4、现场问卷调查——端午节文化知多少

5、小小心理测试——你是哪种粽子

活动形式：

时间上暂定

场地：xxxx

1、 制作香囊

民俗学家陈连山撰写的《话说端午》里提到：端午节的核心是驱邪除瘟，保持健康。香囊，指装裹了具有辟邪作用的药物或香料的袋子。员工们自己剪剪缝缝做出的简单的具有各种形状的香囊比起市场上的就很有意义，既可以送给领导;、亲人、朋友表达自己深深的祝福，也可以增强动手能力，学学古人的手艺。自己动手diy礼物特别有意义。然后选出比较优秀的作品给与奖励。

分配：~名工作人员在现场给与指导和帮助。为了给大家创作灵感，我们会展出一些各地有代表性的香囊和xx会员自己做的香囊。

注意点：针线要注意妥善保管

2、 现场知识问答

用回答问题的形式，增加大家对端午节文化的了解。

操作：现场~工作人员。员工们先抽取几道问题，答对的有小小的礼品

3、 了解雄黄酒

其实雄黄酒的概念我们大多数只出现在白蛇传里，白素贞喝了一点就现形了，所以可以给员工们一个小小的体验。雄黄的主要化学成分是有毒的二硫化砷，加热后经化学反应变成三氧化二砷，也就是砒霜，人饮用后会中毒。所以分给同学们雄黄酒，可喷在床下、墙边等角落，以避毒虫。至于喝的话，一定要在医生的指导下。

4、 现场问卷

有人说，中国的传统节日之所以被现代人所淡忘，主要是由于它们的主题都是吃：元宵吃汤圆,中秋吃月饼,端午吃粽子，以至物质生活丰裕后，吃不再那么重要，节日因此变淡。

这当然是误解，以端午节而言，其精神内涵远不只是吃。端午一直是民间防疫祛病、避瘟驱邪、祈求健康的节日，寄寓了人们平安和顺的美好心愿。所以想借此了解一下企业员工对端午节的认识。(调查表附后)

5、小小心理测试——你是哪种粽子

给员工们一个的娱乐游戏，放松心情。(测试内容附后)

活动可行性：

1、 首先指导香袋制作的同学自己花了大量的时间研究这方面的内容，准备了很多好看的小式样教给大家。

2、 端午节期间，市场上会有同步的产品上市，比如艾叶、香料、菖蒲等，到时采购就会比较容易。但我们还是准备好万一买不到中药配方的香料，就用有清香的干花代替。

**企业策划书篇六**

企业策划是企业发展中至关重要的一环，它涉及到企业未来的目标、战略和计划。在我的职业生涯中，我曾多次参与企业策划工作，并积累了一些宝贵的经验和体会。本文将分享这些心得，希望能为广大企业策划者提供一些借鉴和启示。

第二段：明确目标和定位

在企业策划的初期阶段，明确目标和定位是至关重要的。企业需要确定自己的愿景和使命，明确自己要达到的长期目标和短期目标，同时也要明确自己在市场中的定位。只有明确了这些，企业才能有针对性地制定相应的策略，才能在充满竞争的市场中脱颖而出。

第三段：适应市场变化和创新

市场环境是不断变化的，企业策划必须要与时俱进、适应市场的变化。在制定策略和计划时，要充分考虑市场的需求和趋势，及时作出调整和创新。只有紧跟市场的脚步，企业才能在竞争中立于不败之地。同时，创新也是企业保持竞争力的关键。企业策划需要不断寻找新的机会和发展方向，并尝试不同的方法和方式，才能在市场中获得突破性的发展。

第四段：团队合作和沟通

企业策划涉及到众多部门和人员的合作，良好的团队合作和沟通至关重要。在策划过程中，各个部门和岗位之间需要进行有效的沟通和协调，形成一个紧密的合作网络，共同推动企业向前发展。在团队中，每个人都应该明确自己的角色和责任，相互配合和支持，共同为实现企业策划的目标而努力。

第五段：持续监测和改进

企业策划并不是一次性的工作，而是一个持续不断的过程。在策划实施过程中，需要不断进行监测和评估，及时发现问题和不足，并作出相应的改进和调整。只有持续不断地提高和改进，企业才能保持竞争优势和持续发展。同时，企业策划的目标也需要随着市场和环境的变化而进行相应的调整，以确保企业的发展始终符合市场的需求和趋势。

结语

企业策划是企业发展过程中至关重要的一环，需要明确目标和定位，适应市场变化和创新，加强团队合作和沟通，并持续进行监测和改进。只有这样，企业才能在激烈的市场竞争中取得成功。希望我的心得体会能为广大企业策划者提供一些启发和帮助，共同推动企业的发展。

**企业策划书篇七**

xxxx公司xx年度年终总结会

西国贸酒店一层多功能宴会厅

公司全体员工(41人)

本次年会的流程与安排包括以下两部分：

13:50全体参会员工提前到达指定会堂，按指定排座就位，等待员工大会开始;14:00—15:30大会进行第一项，各部门及各项目负责人上台分别做年终述职报告。

15:30—15:45大会进行第二项，由行政人事部负责人上台宣读公司各部门及项目主要负责人人事任命决定书。

15:45—16:00大会进行第三项，副总经理宣读20xx年度优秀员工获得者名单;优秀员工上台领奖，总经理为优秀员工颁发荣誉证书及奖金;优秀员工与总经理合影留念;优秀员工代表发表获奖感言。

18:00晚宴正式开始，晚宴主持人引导大家共同举杯，祝福大家新年快乐，祝愿公司的明天更加美好。(背景音乐)

18:00—19:00用餐时段：公司领导及员工到各桌敬酒，同事间交流沟通，拉近彼此距离。

19:00—21：00娱乐时段：文艺节目(2—3个节目)

游戏1：坐气球比赛，用具：3把椅子、各装20支气球的3个箱子;

文艺节目(2—3个节目);

游戏2：抢凳子;用具：5把椅子，围成一圈;

游戏规则：将椅子围成一圈，响音乐，6个人转圈围着椅

子走，音乐停，6个人抢坐，没有抢着的输;

文艺节目(2—3个节目)

游戏3：筷子运钥匙链;用具：12支筷子、2个钥匙链;

游戏规则：6个人一组，分为两组，每个人嘴里叼一只

筷子，将钥匙链挂在第一个人的筷子上，第一个人将钥匙链传给第二个人，必须用筷子传，不能用手，哪个组最先将筷子传到最后一个人的筷子上，为赢。

游戏4：呼啦圈传区别针;用具：呼啦圈3个、曲别针18个;

游戏规则：3个人，每人一个呼啦圈，手里6个曲别针，

游戏5：踩气球;用具：100个气球

游戏规则：分为两组，一组5个人，每个人球上绑10个气球，

主持人限定时间3分钟，互相踩对方队员腿上的气球，3分钟后，看哪个组队员总署气球省的多，就胜出。

幸运抽奖活动：用具：抽奖箱、卡片49张、乒乓球49个

每个人手里有一张带数字的卡片，将乒乓球上写上相应的数字，放进抽奖箱，指派专人分别来抽一至四等奖。

最后主持人邀请全体员工上台合影留念

(一)年会的通知与宣传：公司办公室于今天向机关各部门及各项目部发出书面

的《关于xx年度年终总结会的通知》，对本次年会活动进行公示和宣传，达到全员知悉。

(二)条幅的制作：红底黄字字幅，具体文字内容：“北京xx公司xx年度年终总结会”(条幅规格：)

(三)物品的采购：抽奖礼品、生肖礼品、游戏奖品、大会席位人名牌(会议用)、

笔、纸、员工席位卡(晚宴用)、会场布置所需气球、拉花、花篮;游戏所用乒乓球拍、乒乓球;抽奖箱;会议所需矿泉水、晚宴所需酒水、各类干果小食品。

(四)现场拍照：提前安排好相关人员携带数码相机，做好大会及晚宴活动现场

的拍照工作。

**企业策划书篇八**

一、搭班子：

组建文化管理中心包括编辑部、策划推广部、设计部、影视部等。关键词：招聘、培训、沟通、分工。

二、文化设计（基于集团现状有必要对某文化重新设计）

（一）动员：

先后进行对管理者、对普通员工的动员，形式可为动员大会、培训。主要阐述企业文化建设的目的和意义，及使员工尤其是某领导和高管们认识到自身对于某文化建设的重要作用。（企业文化是企业的灵魂和软指令，是企业基业常青的根本保证，中国企业缺少的就是文化管理）。关键词：文化、重要、全员意识。

（二）调研：

1、二手资料分析（文案调查）：通过对某经营情况与特点、某文化现状及优良传统、某所处地区及文化形态、企业面临的主要矛盾、员工素质及对现有文化的适应性、竞争对手文化等方面进行分析，重点是刊物书籍等出版物及文档、影视、网站信息等资料。

2、问卷调查及访谈：包括书面、访谈、观察、讨论等方式。对内重点是包括董事长、正副总裁在内的高管、原有员工，及一部分新来员工；对外重点是包括客户、供应商等合作者、媒体等。

关键词：真实、客观、全面。

（三）总结：

提出调研成果建议报告书并在汇报后进行修改，可先后组织高管、全体员工开总结报告会。须总结提炼企业文化的理念，包括以使命、愿景、核心价值观、企业精神等为核心的理念等。对某文化进行定位，结团战略制定企业文化战略即《集团文化纲要》（初稿）。

注意：

1、由于文化的建设涉及集团的方方面面，对此高层领导的高度重视和全力支持是某文化成功的关键。建议组建文化管理委员会，将部门经理以上管理人员纳入其中，由董事长、总裁亲任主任，老总亲任常务副主任。目的有三，一是为文化建设制定大方向；二是起到监督规范作用；三是便于人财物的调配。

2、基于某文化的设计可视为项目运作，要制定访谈提纲、工作计划（包括宣传计划）及制度等。

3、优秀的企业文化要为全员所认同，企业文化是全体员工的文化。企业文化设计阶段要发动全员参与，一则为“全员传播”打下基础；二则要认识到设计过程其实也是传播过程，要让员工认识到某沉寂两年，梅董进行战略调整的意义所在，要让员工个人目标与某目标协调一致，要让员工充分发挥自己的主观能动性。

4、在某文化的设计过程中肯定会发现某存在的一些问题，到时完全可以有的放矢，形成一套实效解决方案。

三、文化传播

企业文化的建设有“三分设计，七分传播”之说，可见文化传播的重要性。

（一）指导理论：“企业文化360°整合传播”理论

对于集团文化的传播，拟应用本人经过实践摸索的理论创新成果（详见本人论文《颠覆传播――论企业文化360°整合传播》）。

根据对某的初步了解，一些传播内容、口径和媒介并没有得到很好的整合，没能产生更

大的传播效果，因此该理论应大有用武之地。

（二）集团文化传播重点内容

1、“全员传播”理念在某文化的设计阶段已有宣传，在传播阶段应继续灌输。

2、故事导引：对创业元老及先进人物、事迹等，从体现某文化dna基因（核心价值观、企业精神等）角度深度挖掘，进行故事化加工，增加可读性和趣味性，并尽量配上漫画，使之图文化更佳。在适当时候，对先进人物培训，以巡回演讲实例导引。此外应重点观察和提炼某文化新闻事件，及时整理传播。适当时可编辑出版《集团故事》一书。

3、习俗仪式：完善和加强某的社交礼仪、表彰仪式、工作仪式，包括早例会、周例会、

入司誓言、员工婚庆生日、传统节日、企业节日（总裁接待日、新员工联谊日、高管家属答谢日）等，尤其应策划利用20xx年某10周年庆典这一里程碑事件的重大时机，对某文化进行潜移默化地传播。

4、制度与培训：以某文化的dna基因（核心价值观、企业精神等）为核心，对有关制度尤其是人力资源制度及培训制度进行调整，以符合某文化dna基因内核，并促进某文化的建设。具体而言，建立某文化考评制度，将文化建设纳入绩效考核体系；制定某文化宣讲推广制度、日常文化管理制度、企业访问制度，及员工培训文化灌输制度包括入职培训、董事长讲演、组织宣讲等等，并注意组织员工讨论或收集反馈意见。

（三）某文化传播媒介

制定企业文化战略即《某文化纲要》，编撰《某宣传手册》（统一宣传口径）、《某员工手册》（初稿）、《某人》内刊、《某年鉴》、《某故事》等出版物及完善某局域网，制作培训的多媒体教材，拍摄《某文化》系列专题片，策划名片、标语、宣传栏、企业画册、产品画册、厕所文化宣传、客户恳谈会、项目经验交流、建议奖、征文大赛、摄影书画大赛、卡拉ok大赛、科技活动大赛、管理知识竞赛、演讲比赛、文娱及体育活动等。

在这里，重点介绍某文化的主要宣传载体《集团人》的编撰想法。

因此，拟对《集团人》进行如下动作：

1、做好定位，定位决定了内容和表达方式，但应围绕传播某文化、为某服务做文章。

2、《集团人》要办得好，就要“好读”、“好看”。

（详见本人论文《颠覆传播――论企业文化360°整合传播》）

此外在某文化传播中尤其要注意发挥“信息传播中心”，即企业中有特殊地位（特殊岗位、个人资历等）和特殊能力（个人洞察力、感召力、口才等）的“意见领袖”的作用。

某外传播媒介

包括广告宣传、公关宣传和大众传播等。（详见本人论文《颠覆传播――论企业文化360°整合传播》）

注意：1、企业文化传播是一个长期的过程，对此要有思想准备；

2、具体运作过程会依据“企业文化360°整合传播”理论进行“一致”地整合传播，以产生最大的传播效果。

3、至于某文化的提升是企业文化建设的一个基本步骤，考虑篇幅略去。

四、建设目标

集团文化建设目标初定为：打造一个简洁高效的企业文化管理平台，增强对内的凝聚力和对外的品牌影响力，以建设有某特色的一流企业文化，为实现某战略目标贡献应有的力量，为某产品和服务占领最大市场、为基业常青打下坚实的基础！

**企业策划书篇九**

第一段：引言（200字）

企业策划是企业运营中一个至关重要的环节。通过详细的策划和规划，企业能够实现目标，并取得可持续发展。在我的实践中，我深刻体会到了企业策划理论的重要性和价值。本文将从策划理论的基本概念出发，介绍我对企业策划理论的心得体会。

第二段：理论基础（200字）

企业策划理论是企业管理学科中的重要内容。它主要包括目标设置、资源配置、计划制定、执行控制等方面的内容。我通过学习和实践，了解到企业策划理论的核心是科学合理地制定目标，并通过资源的优化配置和计划的有序实施，最终实现企业的发展目标。

第三段：心得体会（400字）

在实践中，我发现企业策划理论的应用能够极大地提高企业的运营效率和竞争力。首先，策划理论可以帮助企业明确目标，并制定相应的计划。企业目标的明确性能够激发员工的积极性和创造性，使整个团队朝着共同的方向努力。其次，策划理论将资源的优化配置摆在重要位置。通过对企业内外部环境的分析和评估，企业能够科学地配置资源，避免资源浪费和重复投入。再次，策划理论强调了计划的有序实施。只有将计划层层划分为可执行的任务，以及明确责任人和时间节点，才能保证计划的顺利执行和目标的实现。

第四段：案例分析（300字）

在我所在的企业中，我运用了企业策划理论来制定一项新产品的推广计划。首先，我明确了目标：提高产品知名度和市场份额。然后，我通过市场调研分析，确定了目标受众和推广策略。接下来，我对资源进行了优化配置，确保推广活动的投入与预期效果相匹配。最后，我将推广计划细分为多个阶段，分别明确了任务、责任人和时间节点。通过这个策划过程，我成功地推广了该产品，取得了良好的市场反响。

第五段：总结（300字）

通过对企业策划理论的学习和实践，我深刻认识到企业策划的重要性和有效性。只有科学合理地制定目标，合理配置资源，有序地执行计划，企业才能在竞争激烈的市场中取得竞争优势。未来，我将继续学习和探索企业策划理论，不断提升自己的策划能力，为企业的发展做出更大的贡献。

总结：通过本文的论述，我们可以看出企业策划理论对企业的发展具有重要的指导作用。通过合理制定目标、优化资源配置和有序执行计划，企业能够实现既定的发展目标并保持可持续发展。在今后的实践中，我们应该不断学习和应用企业策划理论，不断提升自己的策划能力，为企业的发展做出更大的贡献。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn