# 超市工作计划(精选13篇)

作者：风中的回忆 更新时间：2024-04-01

*计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。超市工作计划篇一1.鼓舞士气：新年刚过，各级员工都还处于节后疲*

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

**超市工作计划篇一**

1.鼓舞士气：新年刚过，各级员工都还处于节后疲惫期，士气普遍不高。这个时期店内要组织各种形式的\'表彰大会，对春节战役中表现优秀的员工进行表彰和慰问，将士气重新振作起来，开始准备春季战役。沃尔玛有一个秘诀，就是“成功时大肆庆祝”，值得我们借鉴。

2.确定工作节奏：年后如果工作节奏仍然像春节期间那样紧张得如绷紧的弦，员工肯定受不了。但是，也不能一松到底，这样人心收不回来。在这个时期，店内各级管理层要带领全店员工循序渐进，逐渐加快工作节奏，从而回归到正常轨道上来。

恢复营运标准

1.资产面维护：春节期间大量顾客涌入卖场，造成卖场出现设施损坏、漏水等现象，顾客的购物体验明显下降。年后必须立即组织工程部进行维护，修、换、补、拆，一样都不能少。春节后各类办公设备都需要及时恢复正常运转，确保支持卖场员工的工作。

2.商店清洁标准：门店每天都要进行严格的清洁标准检查，包括卖场楼面的地面、商店卫生间、商店外围的广场、停车场、店外花圃以及外墙，及时清洁，从而为顾客提供一个整洁、明亮的购物环境和场所。

3.卖场排面陈列，后仓和寄仓标准的维护：

1)卖场商品排面陈列标准：要做到商品陈列整齐，饱满，价签清晰，保证让顾客易看、易取、易买。

2)后仓管理规范到位：首先，商品要进行分类摆放，同种商品集中摆放，丢弃破损、报废的商品统一存放。每天都要整理仓库，这样既能释放更多的储存空间，又能减少商品的损耗，还能提高员工到仓库找货的效率。

3)寄仓的商品陈列位置与该商品的货架陈列位置遵循就近原则，尽可能做到货架陈列的商品正上方是寄仓陈列该商品。

**超市工作计划篇二**

作为一名超市蔬果领班，我深深明白自身职责所在。我的职责就是要确保超市每天有足够新鲜、质量良好的蔬果提供给顾客，并且需要兼顾超市内部蔬果的采购、储藏、保鲜、销售等环节。我需要为这项工作付出艰辛与努力，而在20xx年上半年结束之际，我特此制定20xx下半年蔬果领班的工作计划：

20xx上半年我们与市第一蔬果批发市场合作得相当愉快，对方提供的蔬果质量始终没有出现过问题。下半年的采购合作意向已经报批到超市领导，基本同意继续与市第一蔬果批发市场保持合作。然而，蔬果质量的把关不容忽视，需要继续保持高度重视，为顾客把守好蔬果质量。

蔬果是易坏、易烂的商品，储藏、保鲜工作是“重中之重”。下半年，超市蔬果部门必将继续做好储藏、保鲜工作，其中重点加强对于储藏冷冻室进行定期维修与检查，确保储藏冷冻室稳定工作。以最大程度上确保果蔬的储放安全，果蔬的新鲜美味。

用心蔬果销售历来是我们超市的优良传统。蔬果销售也占据着超市营业收入的20%，是超市各部门领导都非常重视的经营区域。我作为蔬果领班深刻明白当前蔬果销售形势，比较在下半年工作当中，用心做好蔬果销售。其中，我在稳步扎实地推荐上半年工作效益的基础上，定期做好蔬果促销、时令蔬菜特卖等工作，为超市创收，增收。

**超市工作计划篇三**

老板的高度，决定企业的高度。

08年对百信超市而言是步入发展快车道的一年吧，在大学城实现扭亏为盈之后，公司基本上实现每店均赢利的目标，而且08年公司还计划至少要开发两家能够保证盈利的门店。这是公司短期的计划。

当然，我们也有着长期的计划和打算。对我们超市公司而言，近三年的目标是，在实行独立核算的前提下，在20xx年超市的年净利润要达到500万左右，要将公司建设为温州本土最顶尖的超市公司之一。

能否实现这一目标，是和董事长的大企业家的风范是分不开的，包括董事会给骨干配股，以及对超市公司发展的全力支持和把关，所以说老板的高度决定企业的高度，如果没有董事长的眼光，超市公司可能不会获得如此的发展。

在此，我作为公司总经理，首先也要向董事会表示诚挚的感谢，感谢董事会给了我们超市公司全体人员这样的一个发展的机会。所以，在08年，公司全体人员还要一如既往地鼓足干劲，力争上游，确保公司整体目标的实现。下面我就07年的超市公司的工作总结及08年超市公司的年度计划与工作重点，作一个简单陈述：

第一部分：20xx年度工作总结

07年度是公司比较关键的一年，由于我们前期对大学城的销售分析估计不足，到07年8月份为止，短短半年多时间，我们的亏损额就接近200万元。但是，在门店员工的共同努力下，从07年下半年开始，大学城开始扭亏为盈。在这一过程中，我们走得十分艰辛，但门店员工并没有因此而放弃努力，最终，公司仍实现净利润xxx万元。通过对07年度的销售指标分析在公司三个门店的管理过程中，蟠凤店的成本控制和指标完成方面是做的比较好的，蟠凤店在这一块值得奖励；大学城的物料费的控制不是很到位，需要改善，但总体管理方面，尤其是在经过调整后，自07年9月份开始，得到明显改善；梧慈店在指标完成及成本控制方面是做得比较差的，但目前梧慈店已经关店，这里不作过多分析。

20xx年度原计划开发便利店10家，标超2－3家。

在便利店开发过程中，在经过桐社店的操作过程中，发现公司还不具备多渠道扩张的能力。所以最终我们选择了加大力量经营标超这一块，暂时退出便利店的扩张计划。

在20xx年，我们开发了德政店和三溪店两家标超。德政店已于20xx年年底开业，从目前的经营情况来看，会略有赢利，但对公司的影响力还是有一定的效果的。

三溪店预计会在20xx年3月或者4月开业。

虽然20xx年度我们成功拿下两家标超，但相对于梧慈店的规模来看，显然两家的标超目前的规模，还只能达到梧慈店的规模，所以就目前企业扩张方面来看，我们还要加大力度，从各个方面，进一步加速企业的发展。

在这一过程中，我们也认识到根据实力，务实地发展的重要性，对选址及开发方面进行了慎重的考虑，将稳健、务实、创新、开拓作为公司未来发展的方针，将郊区、开发区的标超或大超纳入公司重点发展的规划，因为实践证明，在温州标超这一块，还是有巨大的潜力可以挖掘的。所以我们的目标很明确，极力发展标超，包括吞并或与人合作经营一些地址较好但对方经营不善的超市，方法有多种，相信20xx年在企业开发方面，会得到一个很好的发展。

07年度，在公司各层管理人员群策群力的努力下，我们对门店的形象、营运流程以及动线设计进行了重新的规范，并加强了门店店长的责任管理范畴，加强了门巡制度的落实。

07年度对会员管理这一块进行了有效推广，并对公司的营运方针进行了重新定位，将低价、实惠的概念宣导给我们的顾客，在这个过程中，除中百公司的产品，我们没有办法做好价格形象之外，其它商品均已根据市场进行了相应的调整，目前公司的价格形象有所好转，然后结合门店氛围的布置，使公司的销售较去年有了极大的提升（07年销售xxxx万，较06年xxxx万的销售提升了42%）。

在促销费用有了一定的提高的情况下，加强了对门店成本的控制，各项成本支出较06年有了明显的改善，无论是蟠凤店还是大学城店，这也是相同门店经营净绩效较以往有了较大提升的原因之一。

07年营运企划方面明显不足的地方也很多，将在08年的工作计划中，提出改善意见。

采购部在营业外收入方面和毛利率控制方面基本达到公司要求：

08年采购毛利率能够提高同时还能保持一定的价格形象，是因为有部分高毛利商品通过与厂家（如塑料制品、日化用品）直接采购，毛利率提高了一到二倍以上。但是采购部在商品结构上仍不是很理想，所以采购部一定要改变思维，主动寻找并优化商品结构，要把采购的力度进一步推进。

采购部在与供应商的合作与沟通过程中，掌握了一定的水准，但有些时候展现灵活度不够，缺乏大企业的气度，相信慢慢也会得到提高。

08年度采购部还是公司需要加大力度进行改革和创新的部门，所以在这一块我们还是会继续投入更多的精力进去。

07年六月份，自行政部经营xxx过来之后，行政工作才开始步入正轨，对门巡及监察管理有所加强，包括对行政管理制度进行了相应的规范，员工沟通及员工福利方面也进行了一些调整，行政常规工作基本上比较到位。

但行政创新方面的工作还不够强，一些制度化体系的东西还不能够全面实施，所以在08年度，对公司行政工作还是会进一步加强。

财务控制方面基本上还可以，对我这边工作的帮助性很大。

财务部的服务意识较前有所改善，但还需要进一步加强，包括全局观念等。

1、学子家园

在学子家园经营策略上，因为06年的定位较高，使得学子家园有学生的心中成了价格高的代名词，在这种情况下，公司进行了价格调整，并将毛利较高的日化用品、塑料制品从台州直接采购的策略，结果不仅重塑了商场的价格形象，同时也在其它的方面提升了毛利率。更为重要的是，采购部成功地运用到了德政店的开办过程之中。同时因为销售的提升，在费用上面，采购部有了更多的谈判筹码，总的利润反而提升很多。

07年度，在董事会建议下，公司对大学城的会员发展进行了一定的投入，主要是增加了会员价商品的数量，从06年的30%提高到07年的50%以上，在实际操作过程中，茶山店会员销售由06年的10%提高到了35%，同时由于将会员积分奖励的力度进行了大幅度的缩减，所以07年会员积分支出反而比06年降低了很多。（06年会员积分奖励是4%左右的商品，07年调整到1%，同时对会员积分奖励改变了会员感兴趣的东西）

在学子家园的促销方面，根据大学城的特点，将原先学子家园与工业区采用同一张dm海报的方式进行了改变，对学子家园单独出了几期dm海报，尤其是针对开学期间，连续做了五期海报，对全面提升学子家园的形象及销售，起到了较大的作用。

及时调整了学习家园的年度销售计划，销售计划调整后，员工的士气得到加强，同时精减了人员的数量，降低营运成本，目前学子家园人员结构稳定，对后续的发展，是一个好的开始。

2、蟠凤店、梧慈店、德政店

07年度，将原先的会员卡变更为vip积分奖励卡。但由于这两个店会员价的力度不及大学城，目前销售增长有限，这是08年需要着重改进的地方。

对门店的形象进行了更新，倡导为顾客创造舒适购物环境的理念。10月底梧慈店关店，对蟠凤店的形象进行了全面更新，并对招商进行了重新定位，提升了门店形象。

梧慈关店后，及时在德政店开业，德政店从货架进场到开业只用了一周时间，开业当天创造了15万的销售业绩，同时开业之后附近一些便利店纷纷关门，显示了德政店的开业策划尤其是商品组织及价格定位方面，是有一定的效果的。德政店的顺利开业，王店长和总部人员连续加班，这种精神是值得大家肯定并继续发扬的。

蟠凤店目前存在问题是员工在销售得到提升后，观念趋于保守，对创新认同感不强，这是蟠凤店08年必须取得突破的一项工作内容吧。。

虽然梧慈店关店之后，永丰超市及08年计划开业的佰胜超市会对蟠凤店的商圈形成一定的影响，但在创新方面如果能够给顾客新的感受，在服务上能够超人一等，预计对08年蟠凤店的销售影响不会太大。

第二部分：08年工作计划及工作重点

公司20xx年度总的销售指标是要突破xxxx万元的销售额，在独立核算的前提下实现四店净利润xxx万元（包括三溪店，三溪店08年销售指标是xxx万，要求08年度能够盈亏持平，如果再有新开门店另外核算）。具体各门店的销售和营运指标已分达各门店，这里不再一一重述。

从一月份实际的销售数据来看，可能只能够完成计划额的90%，所以在以后的月份中，我们还要弥补一月份的销售的不足，因此压力还是存在的。但我们不能够因为有压力就对指标产生怀疑，而且我们不会再更改销售指标，所以大家都要努力。

当然，我们的最终目标是利润指标。如果年终利润指标没有达到，即使销售指标达到，那么我认为我们还是没有完成计划。

我以及在座的各位作为超市公司这个团队的领导，这意味着我们不仅享有的是一种权力，更是一种责任。所谓领导，就是要勇于承担责任，所以，如果没有完成指标，大家都是要承担责任的，也要有承担责任的心理准备。作为店长，如果该店指标没有完成，除了当月的绩效奖金拿不到之外，更为关键的是，有可能连年终奖也会被扣除（配备股份的管理人员如果绩效达不到甚至会扣除年终分红，当然工资不会有任何的扣除），而其它各部门的管理人员均一样，人人都要为指标承担相应的责任。具体的承担责任的方案，我会和行政部在二月份之前完成并且发放下去。这里也说明一下，如果大家都不愿意承担相关责任，我相信指标的实现，是百分百完不成的。我个人在这里也承诺，如果净利润指标达不到，则达不到净利润指标部分的百分之十五由公司参与经营管理的股东承担，其中我个人承担百分之九，其他人员承担百分之六，该部分承担责任金额在年终奖金及年终分红中扣除。

所以以后我们编列的指标一旦出来之后，希望大家都要极为慎重极为认真地对待，要有坚定的理念的不屈不挠的精神，要有实现指标的坚定的信心和为之奋斗的精神，越战越勇，直至成功为止。

一个企业能否获得快速发展，关键取决于其管理团队。07年1月份开始，我们就强调组建管理团队的重要性，并为此而不懈努力着。在这个过程中，一些不能适应公司管理压力的人员选择了退出，但留下来的人，在压力中都得到了不同程度的成长。现在我们虽然只有三家门店，但在同等档次的超市经营方面，应该都在同行中位居前列吧，甚至在标超这一块，有一些客户及同行的朋友和我说，公司xx店已经成了温州标超的楷模，无论是门店的商品陈列还是门店购物氛围的设计这一块，都得到了顾客及我们合作伙伴的认同，即使是德政这样的不到七百平米的小店，也成了很多超市参观的目标，这说明我们这个团队还是具备一定的战斗力的。各个门店店长的成绩很大。

但是我们不能因此而认为自己做得很好了，的确，我们有进步，但是我们还有很多地方做得不够，包括我们的服务，我们的商品结构，我们的防损等等，我们的很多细节都做得不够好，甚至是我们总部的服务形象，都离大企业的目标很远。所以，我们越是做到更高的层次，越要对自己要有更高的要求，我们要向那些大企业学习，学习接人待物，有理有节。为什么现在我们在一些供应商眼里形象不是很好，我们要改进的地方还很多。

所以，今年，我们的营销部一定要建立起来，我们的培养人才的机制要加强起来，我们的招聘渠道一定要扩大起来。大家一定要记住，一个企业得不到发展，最主要的原因是人才得不到开发和有效利用；而一个人才得不到有效开发和利用的企业，就没有空间，而没有空间的企业，也留不住人才，更加组建不了自己的团队。这就是企业界的恶性循环。

当然，还有些部门没有大局观念，具有强烈的小团队意识，这也是小企业里的一些通病。很多人只看到自己的成绩，看不到自己的不足，但却盯着别人的不足，看不到别人的成绩，这些，都是我们要克服的，也是我们在进行团队建设过程中，要时时注意的问题。一个团队的成功，是零和游戏，只要一个部门做不好，整个团队都不会成功。当然，人无完人，我们只要本着共同进步的理念，互相勉励，互相进步，互相学习，这样的团队，才会是最优秀的团队。

如果顺利的话，继去年我们为刘经理、娄店长、张店长配股之后，今年我们将为一些骨干配股，包括我们的行政部、财务部及营运部的管理骨干。所以，我也坚信，在董事长的带领下，我们超市公司的管理团队一定会越来越强，相应地，我们超市的发展，也一定会越来越大，最终实现我们做本土最优秀、最精的超市的目标。

曾经有人和我探讨，什么叫开发，开新店叫开发，增加新的品项算不算开发？把一家不成功的店，通过创新，开成一家成功的店，算不算开发？创新，其实也是开发。一个企业，如果缺乏创新精神，即使你不停地开新店，但不见得就会实现扩张的目标。

所以，开发一家店，以及成功地开成一家店，是两个不同的概念。我们所谓的开发，就是成功地开成一家店，或者将一家不成功的店转变成一家成功的店。这样，我们开发的面就会很广了。在温州有很多店面，不是位置很差，但经营得不是很成功，如果我们能成功说服他们和我们合作，用我们的品牌和我们的管理，来让这家店经营得很成功，我想，这同样也是一种成功的开发。

在这里，我希望我们每一个管理，都要有这样的眼光，去发现这样的店，然后用我们专业的知识和眼光，说服他们，加入我们。这样我们的发展就会快很多了。

20xx年，我们除了现有四家店之外，我要求公司至少能够再成功开发两家门店。注意，我是说成功地开店，不是盲目地开店，如果不能确保成功，我们宁愿谨慎地开店。

在这同时，我们要不断地创新，不断地开拓。包括我们的门店形象，我们的服务理念，我们的价格形象，都需要不断地创新。我们公司的网站，也要进一步完善，包括08年我们推出的供应商销售查询系统，这一些都是温州本土的一些超市所不曾做到的，但我们都要尝试，我们要想办法通过各种途径控制我们的库存管理，让供应商和我们一道，避免断货及过度存货。

07年自徐经理过来后，我们的行政部门才开始按照要求进行规划，但是在年底的时候我参加门店的一些员工沟通会，深感我们的行政控制部门还是有很多工作没有深入下去，包括我们的培训制度、我们的人员晋升管理机制、我们员工的职业生涯规划等。

当然，行政控制不是行政部门一个部门就能完成的事情，需要大家共同努力。但是我们的行政部门每天面临着很多琐细的工作，一定要有相应的耐心，我们的制度建设能不能执行到位，我们的绩效考核是否真正落实下去，考验着行政部门的智慧和耐力，当然这里我们也要给予行政部门相应的权力，我会全力支持行政部门的工作。

因此，我们的行政部门，除了加强行政控制和制度化管理之外，更要有人力资源开发观念，自己也要不断学习，不断成长，在全公司掀起一股不断学习、不断成长、不断进步的企业文化 所氛围。

在08年，公司门店的具体执行人是店长，但每个门店的要求和规范化管理会由总部来规范。门店一定按总部的要求执行到位。我们公司将来的操作模式是沃尔玛的模式，强总部。总部的营运督导将会进一步加强。

大家也知道，08年，在董事会的支持下，我们门店员工的平均工资提高了15%以上，可以说没有哪一个行业工资涨幅会达到这个水平。目前我们公司的工资和人本的工资是持平的，而温州其它本土超市，平均工资至少要比我们低6－9%左右。所以，在今年，如果门店管理人员还有人说是因为待遇问题招不到员工或者留不住员工，我认为门店的管理，包括我们的行政部门就要检讨自己了。

企业不是慈善机构，我们提高工资，一方面是提高员工福利，另一方面，也是因为我们的目标高于别的公司，所以我们的员工的工作要求相应也会提高，包括我们的管理一样。所以08年我们的营运督导会进一步加强，从部门经理、店长到员工，都要更加认真全面地执行公司出台的每一个政策，甚至细到收货的流程及收货时对供应商的服务态度等。

今年的年度促销档期的方案均已出来，因为今年的销售目标是我和店长共同拟订的，指标相对去年，是提高了很多，要100%实现指标，是需要下很大的努力的，所以每一期促销方案，店长和管理人员都要认真对待，要将它当作一场战役来对待，因为每一次失败的促销，就会令我们离成功远了一点。所以促销活动的检讨和准备，是我们大家必须认真对待的问题。

08年6月国家出台政策，要求超市不得免费提供超薄塑料袋，我们要提前做好相应的工作准备，包括五月份开始相关的促销规划和准备工作要跟上，如果这一工作能够利用得好，一年下来也可以为公司节省至少十万元以上的成本，所以我们要配合做好相关宣传工作。

这里我要特别说明一点的事，我们的各个营运管理人员，不能每天沉迷于琐事之中，要善于安排，要有时间而且善于分析问题，分析数据。今年我们的考核，还包括库存的考核等（库存考核在07年就已经开始了），为什么库存很重要，不仅仅是涉及到资金周转问题，更重要的是，它真实地涉及到了我们的管理水平。

去年梧慈店的损耗一直没有得到有效控制，今年对于损耗问题，大家必须控制好。各个门店的成本控制，是很关键的，如果成本控制不好，哪是要很多销售来抵扣的。大家可以好好算一笔帐，超市净利润，以销售额的3%计算，如果你浪费1000块钱（1000块钱很容易就浪费了），就会冲抵你的33333元的销售，如果你浪费10000块，就得33万的销售，那是多么大的一笔销售，大家可想而知。所以今年每月成本管控这一块，也一定要加强。

我们有一个目标，就是做温州最精的超市，何谓最精，即管理成本最精简，销售成本最精简，但服务最精到，形象最精致，这一切，都和营运，是密切相关的。我希望我们的每一个门店，都能做到。

其实在超市公司里，采购部是一个相当相当重要的部门，这个部门不仅直接关系到公司的品牌形象和利润，也是我们对外关系的一个重要窗口，采购部经营得怎么样，直接关系到公司的成败。

08年采购部要将会员价商品当作一件很重要的事情来做。我最担心的一件事情是，我们的会员价商品经常会在一期促销之后，就会消失，所以会员价商品，经常会不知不觉就少了起来，这要求我们的采购要相当重视这个问题。07年大学城会员销售占比达到35%以上，如果08年各个门店的会员销售占比都能在这个比例的基础上进一步提高，我想，这对提高我们的销售，包括提升我们的形象，都具有举足轻重的意义。

采购部要加强对商品品类的管理，我们的价格带，我们的商品结构，都是很重要的一环。哪些商品是形象商品，那些商品是可替代商品，哪些商品是高毛利商品，都要认真分析，不能有一点马虎。

加强对商品定价的管理。价格形象在很大程度上决定了一个商场在顾客心中的地位，所以当我们调整价格时，一定要对周边市场做好市调。不能凭感觉，或者供应商说涨价了就涨价。没有调查随便调价，虽然采购这样做是比较方便，但对我们的价格形象的打击，是不可估量的吧。有些不是追求毛利的商品，我们不能追求小利；同时在定价时，要注意批量价和单个价的区别。易初莲花经常除了整件价之外，有时还将一些商品用六个或一打的方式打包，实行优惠价；但反观我们，有时为了怕麻烦，连整件价都做不出来，甚至有时候因为做促销，因为没有及时调整整件价，导致整件价还比单个价高。所以在价格管理一块，希望采购部门一定要慎重对待。

采购部要能经常地市调，并根据市调结果结合自己的分析，做好新品的引进和滞销品的淘汰，做好每期dm海报商品的选择。

在07年度整年的运作过程中，我觉得采购部各方面基本上都还是可以的，但是在服务供应商这一块，我建议我们要加强服务意识，如果我们一直停留在超市就是老大的观念，我想，这对我们的发展影响是很大的。所以，我们一定要以沟通至上，不到迫不得已，不能情绪化操作，树立起良好的采购形象。

我觉得厉总一直和我说的一句话很重要：即使生意没有合作了，还可以是朋友。

如果能达到厉总要求的这个境界，我想，我们的采购就会比较成功了，至少我们在谈判上，已经掌握了一定的水准。

1、学子家园购物中心

学子家园购物中心08年的销售指标是1920万，08年对学子家园来说是比较重要的一年，我们在07年9月份学子家园实现扭亏为盈之后，学子家园的品牌形象有所提升，但离我们的目标还是相差太远的。包括我们的精品馆，招商也一直不是很成功，所以我们在08年度还是有很多工作需要去完善：

第二是要加强服务管理。我们的收银员形象与防损的形象很重要，要求主管每周都要坚持给他们进行培训。

第三是做好08年大学城的学子营销创业基地活动的策划方案，将原先计划的学子爱心基金活动改为营销创业基地活动，不仅可以加强宣传，还可以为公司发现优秀人才及储干作好准备。

第四是继续做好会员服务这一块。08年的会员服务这一块一定要想办法推广到温职、温大师院那一块，扩大学子家园的核心商圈范围。

第五、做好精品馆的规划设计，确保招商成功。08年暑假期间要完成精品馆的重新设计装修工作。从总的情况来看，大学城招商应该会一年比一年好，而且相对于对面优斯特来看，应该我们还是具备一定的优势条件的。

第六、进行商品结构的调整，将休闲食品的排面还要进一步拉大，而一是排面过大的品类进行适当调整，引进更多的新品，加强费用收入这一块。

2、蟠凤店

第一、蟠凤店的营销观念和创新意识还要进一步加强。尤其是对季节性的商品选择及陈列要提升，我们的定位不能定位于以前的工业区的店，相反，我们要做这个区域的引领潮流的人，所以我们的商品和陈列一定要做到和市区的大卖场相比，让大家觉得，在同样的市场里别人没有的我们有，所以大家都很乐意到我们的卖场来。

第三、进一步维护好固定客户及老客户的关系，尤其是一些比较固定的团购客户，同时还要开发新的团购客户。从蟠凤店所处地理位置来看，包括育英学校、周边的一些公共部门，都可以是我们的发展目标。目前团购客户做得比较好是汽车城这一块。

第四、会员管理要加强。要争取把会员消费提升至20%以上。

第五、要经常和别的门店进行沟通，让员工、兄弟门店、总部能够紧密联系在一起。

第六、对商品维护的管理要加强。尤其是现采的及一些易于损耗的商品，比如童车。

3、德政店

第四、认真做好成本控制，在商圈有限的情况下，如果能做好成本控制，也就等于创造利润。

第五、加强人员管制。德政店的人员管理相对大学城店和蟠凤店是比较弱的，这需要店长不断地加强培训、加强宣导。

财务部也是公司很重要的一个部门，财务部要根据公司财务原则控制成本，对任何不符合财务成本管理规定的费用列支项目，进行监督和控制，大家都要配合。

但同时财务部门也是公司对外的一个窗口，也要加强服务意识，牢牢树立公司的形象，让客户满意。

对应收帐款方面，要加强管理，如果确有应收帐款难以收回的（主要是供应商及厂家提供的陈列费用、营业外收入等），要及时向我反馈。

每月对各个门店的指标完成情况及成本控制情况作适当分析，交我和行政部各一份。

总之，08年对超市公司来说是举足轻重的一年，我一定会不辜负董事会和公司全体员工的厚望，带领我们超市公司，走向一个又一个的成功。同时在此我也要向董事会的全体股东和我们超市公司的这个管理团队表示衷心的感谢，玉鼠贺喜，开门纳福，相信08年，大家都会福财双全，万事吉祥。谢谢大家!

**超市工作计划篇四**

培训的目的：

培训就是超市企业组织为员工创造一种学习环境，力图在此环境中，使员工的价值观，工作态度和工作行为等得以改变，从而使他们能在现在或未来的工作岗位上的表现达到企业的要求，并为企业创造更多的利益。

1、 可以提高员工整体素质;

2、 可以提高销售额和为企业创新的能力;

3、 可以降低损耗;

4、 可以改善工作质量;

5、 可以减少事故的发生;

6、 可以改善管理内容;

7、 增强就业能力;

8、 获得除收入以外的其它报酬;

9、 增强职业的稳定性;

培训的内容：

1、 知识培训 知的问题（商品知识、服务知识、顾客消费知识）;

2、 技能培训 会的问题;

3、 思维培训 创的问题;

4、 观念培训 适的问题;

5、 心理培训 悟的问题;

培训前的准备和要求：

1、 了解受训员工现有的全面信息;

2、 确定员工的知识技能需求;

3、 明确主要培训内容;

4、 提供培训材料;

5、 了解员工对培训的态度;

6、 获取管理者的支持;

7、 估算培训成本;

8、 对受训员工进行训后评估;

培训效果的评价

1、层次 类型 目的

2 知识/技能 学员的知识与技能通过学习之后如何？通过小测验可获得

3 应用 学员能否应用所学到（包括在教学过程中的应用）

4 经营效果 从培训前后的结果差别看培训效果

**超市工作计划篇五**

xx年全体建二人紧紧围绕“差异化经营，提升品牌内涵”的`经营战略以及“打造企业执行力”的管理战略这两条主线开展工作，并取得了突破性的进展。

一、经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。实际销售完成年度考核计划的130％，同比增长15％，所实现的纯利同比增长381％。确立了武商建二在青山区域市场的领先市场地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道1xx个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增长26%和13%。两个工程两手齐抓。“打造20个百万品牌”和“引进10个成熟品牌”的“两手抓”工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域领先优势。

二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然xx年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”体系，在一线员工中开展“服务意识”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。三、“执行”观念深入人心，人力资源不断挖潜。以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。

xx年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问题：

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。

问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。

问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。

问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而有扩大的趋势。

问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。

问题六：供应商渠道的整合在xx年虽有改变，但效果并不明显。

20xx年，青山周边区域的商业竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我们将从以下几个方面重点入手：

一、抓春节市场，确保开门红，誓夺年度目标以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、准确把握市场定位，实施差异化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营的格局。

三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为xx年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

六、狠抓渠道优化，减小因供应商实力弱对经营造成的制约在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取更多的政策。

七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销xx年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。

八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型20xx年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训“五个一”工程。同时，加大企业制度的执行力度，进一步规范全场员工的工作行为，形成和谐、规范的良好工作氛围。

**超市工作计划篇六**

1、水果零售

2、蔬菜零售

3、蔬菜自助加工(主营业务)

二、发展目标

本超市发展目标是中小型蔬菜，水果超市，以满足中低消费水平的学生消费需求为主要目标，东北师大第一家分店的经营目标是扩大知名度，为在长春建立一个针对学生的集团公司，以满足长春各高校的学生日常消费为现阶段经营宗旨。

三、项目投资方式

独资

四、项目投资地点

永安厂住宅小区

五、投资项目规模

大约70平方米，经营蔬菜水果等低成本商品。

六、宣传口号

天天饮食天天健康

第二部分项目的必要性和可能性分析

一、市场分析

(一)宏观分析

学生顾客尤其是学生情侣有动手加工蔬菜的愿望，但受学校条件的限制，这一愿望很难实现，而且厨房用具等想购买齐全成本也很高，而学生购买利用率又不高，因此，蔬菜自助加工的业务推广也比较容易。

(二)微观分析

1、现有需求

东北师范大学净月校区地处郊区，附近有税务学院，吉林农业大学，长春中医学院，吉林省高等公安专科学校，华侨外院，等五所高校，共有在校学生两万五千左右，附近还有永安厂住宅小区。由于在本店消费成本不高，因此潜在顾客人群大约两万六千。

2、现有供给

据调查，净月以及整个长春市高校附近都没有此类店铺。

二、竞争对手分析

沃尔马、恒客隆等市内大超市、学校超市、校外永安厂附近的蔬菜水果市场。

地点

离市里车程大约半小时，路费大约四元(公交车)校内，比较方便购买路程较远。

产品

种类多、水果种类较少，不能满足来自全国各地的学生消费群体的需要种类较少。

质量及价格

质量高价格合理

质量中下，价格偏高

质量较差，价格便宜

三、财务分析

(一)投资成本分析

1、场地及基本设施

根据目前市价在永安厂住宅小区租用一套两居室实用面积80平方米的店面年租金约为7000元。面积5~6平方米的小厨房五个，占地大约15平方米。加上小型超市占地30平方左右。

购置厨房用具液化器炉，液化器罐，排气设施，每个厨房大约400元，五个厨房共计20xx元。

2、宣传费用

3、其他费用

水果蔬菜货架，保鲜设施大约需要20xx元;流转资金大约3000元;不可预见费用1000元。总计15500元。

(二)经营成本分析

1.货品：日购入水果蔬菜400\*300=120000元运输费用：蔬菜水果批发商送货上门，费用为0。

2.工作人员工资：1名店长：1000\*12=12000元、厨房清洁人员：200\*2\*12=4800元、收银人员：300\*12=3600元、导购人员：400\*12=4800元。

3.摊销折旧：价格/使用年限=4000/5年=800元

4.租金：7000元

由上述费用计算得：

经营成本=120000+12000+4800+4800+6000+800+7000=153000元。

(三)收入利润分析

1.营业收入

厨房：每日平均客流量预计约为20组，每人平均消费额约20元

水果蔬菜超市：日平均客流量预计为50人次，每人平均消费6元。年收入=20\*20\*300+50\*6\*300=210000元。

2.税金

因企业属于小规模纳税人，可向税务机关申请固定税金年500元。

3.利润

利润额=营业收入—营业成本—税=210000-153000-500=56500元。因此，此项目的盈利能力很强，而且对带动将来集团事业的发展很有好处。

四、市场调查

通过网络，走访寝室等调查方式，学生对在学校附近建立可以自己进行动手加工的蔬菜水果超市需求呼声很高，而且经过调查，单位加工费用在三元以下也是可以被接受的，因此，计划可行性很大。

结论：在东北师大净月校区附近建立一个蔬菜水果超市既是必要的又是可能的，因此具备建立的必然性。

第三部分经济评价

超市经营描述

1、该超市以蔬菜，水果自选为主，其中蔬菜分未经加工与初加工两种。需求量不大，成本较高的蔬菜为了便于保存，保鲜，使用初加工的形式。水果类型以应季水果为主，对于反季节销售的水果以及南方水果库存量要小。

2、厨房出租分时段收费，上午属于淡季，收费较低，中午和晚上收费标准提高。具体收费标准要视经营情况而定。厨房内配备液化气炉，以及种类齐全的厨房用品，用于顾客加工蔬菜。厨房外配备餐厅，共五桌。要坚持超市的经营宗旨：扩大知名度为主，赢利为辅，为将来集团的扩大积累经验。

第四部分组织结构及人员工资

本超市的目标顾客为中低消费者，因此超市的布局以及人员设置以简单为主，不宜雇佣大量人员，故采用扁平式组织结构如下:店长一名，负责联系进货渠道，管理店员，公关外联;厨房清洁人员两名，可以提供为勤工助学岗位;收银员一名，负责收款;导购人员一名，负责给顾客提供咨询服务;这样，人员较少便于管理，权责明确，降低成本。

第五部分、资金来源及中小企业融资方式

资金大约共需15000元左右，为了保证将来连锁后的控股权，还由于本店经营成本较低，银行贷款附加成本较高，可以采用自有资金，控股百分百。

第六部分、可能的采购环节

1、人力资源采购

店长可以雇佣有工作经验的超市管理者，性格外向，有较强的沟通管理能力，有亲和力，能吸引回头客，还要在附近的各大高校有一定的人脉或有建立人脉的潜在能力。收银员可以在附近现有超市，如晨星，江山特价，华美超市的收银人员中吸收一个，既熟悉业务，变换工作地点对其收入，以及上班造成的麻烦影响不大。厨房清洁人员可从学生中发展，既了解学生心理，又可以降低雇佣成本。导购人员要有厨房操作能力的家庭主妇型人员，年龄大约四十岁，和蔼可亲。

2、蔬菜水果采购

蔬菜水果的采购一般由店长联系，有专门的蔬菜批发公司上门送货，价格浮动也不会很大。

3、厨房，餐厅设备的采购

这属于一次性采购，由本人亲自进行，辅之店长的参谋。

第七部分、项目需要签定的合同

因本店规模较小，劳动工作人员比较少，而且鉴于此类工作人员流动性比较大，参考行业惯例，不予签订劳动合同。

1、店铺租赁合同：与永安厂住宅小区签定。

2、货物供应合同：与水果蔬菜批发中心签定。

**超市工作计划篇七**

培训的目的：

培训就是超市企业组织为员工创造一种学习环境，力图在此环境中，使员工的价值观，工作态度和工作行为等得以改变，从而使他们能在现在或未来的工作岗位上的表现达到企业的要求，并为企业创造更多的利益。

1、可以提高员工整体素质;

2、可以提高销售额和为企业创新的能力;

3、可以降低损耗;

4、可以改善工作质量;

5、可以减少事故的发生;

6、可以改善管理内容;

7、增强就业能力;

8、获得除收入以外的其它报酬;

9、增强职业的\'稳定性;

培训的内容：

1、知识培训知的问题（商品知识、服务知识、顾客消费知识）;

2、技能培训会的问题;

3、思维培训创的问题;

4、观念培训适的问题;

5、心理培训悟的问题;

培训前的准备和要求：

1、了解受训员工现有的全面信息;

2、确定员工的知识技能需求;

3、明确主要培训内容;

4、提供培训材料;

5、了解员工对培训的态度;

6、获取管理者的支持;

7、估算培训成本;

8、对受训员工进行训后评估;

培训效果的评价

1、层次类型目的

2知识/技能学员的知识与技能通过学习之后如何？通过小测验可获得

3应用学员能否应用所学到（包括在教学过程中的应用）

4经营效果从培训前后的结果差别看培训效果

**超市工作计划篇八**

xx年全体建二人紧紧围绕“差异化经营，提升品牌内涵”的`经营战略以及“打造企业执行力”的管理战略这两条主线开展工作，并取得了突破性的进展。二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然04年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”体系，在一线员工中开展“服务意识”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。三、“执行”观念深入人心，人力资源不断挖潜。以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。

04年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问题：问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而有扩大的趋势。问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。问题六：供应商渠道的整合在04年虽有改变，但效果并不明显。20xx年，青山周边区域的商业竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我们将从以下几个方面重点入手：

一、抓春节市场，确保开门红，誓夺年度目标以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、准确把握市场定位，实施差异化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营的格局。

三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为05年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

六、狠抓渠道优化，减小因供应商实力弱对经营造成的制约在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取更多的政策。

七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销05年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。

八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型20xx年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训“五个一”工程。同时，加大企业制度的执行力度，进一步规范全场员工的工作行为，形成和谐、规范的良好工作氛围。

**超市工作计划篇九**

回顾这一年来本人围绕教育教育这一中心，努力做好自己所担任的教育工作，现将这学期自己做过的一些工作总结、反思如下：

一、搞好教育教改。

这一年来开展“双效”活动，始终把贯彻新的教育理念、如何提高自身素质和培养学生能力作为重中之重。

1、加强教育理论的学习。本学期开始制定了教育工作计划，加强理论学习，提高教研素养、理论水平。

2、加强教研工作、追求实效。

语文采用“四读”法，“从读中学，学中读，读中悟”。根据需要提出问题，自主探索，合作交流，认识升华。从而受到区语文教研员赵祥好评。

二、加强自身修养，提高思想素质

本学期自始之终以《教师职业道德》严格要求自己。在教育中，要求学生做到的，教师必须率先垂范，做学生的楷模。当自己的事情与集体发生冲突时首先服从集体。

三、加强业务学习，提高自己的教育水平

1、随着教育改革，自己越来越感到跟不上教育新理念的要求。这一年来，自己加强了对教育理论和教育理念的学习，真正明确了以课堂为突破，深入全面地推进素质教育。以人为本，丰富学生生活，少讲多学，改变了原有的旧理念。一年来做了1万多字的学习笔记和心得体会。加强了自己的理论水平和业务水平。

2、优化课堂结构，提高课堂组织和课堂水平

一年来自己始终抓住了课堂这一主渠道，向课堂40分钟要质量。首先从备课入手，精心设计每一节课的教育思路，研究教育内容，吃透教材，驾驭教材。并做到备教材、备学生、备教法、备学法、备学生活动。做到了无备课不进课堂。其二，注重了课堂教育的研究，突出了学生的主体地位和教师的主导作用，把培养学生自主学习、主动探究、合作交流的意识、习惯作为重中之重，培养了学生能力。自己所担任的五年级数学科在期末期中三次测试中都在前2名。这与课堂教育有直接的关系。

3、重视对特殊生的培养

为发展学生特长，自己把优生优培工作贯彻在始终。学期开始在摸底的基础上找资料进行辅导和自学，并把星号题、思考题让他们钻研，教师加以指导。

为抓好后进生的辅导工作，建立了后进生档案，分析每一位后进的原因，制定了辅导计划及措施。并落实到实际教育中，采用“一帮一”，教师从后进生的心理、学习习惯、学习方法等方面入手，持续不断帮扶，逐渐缩小了差距。

4、单元过关考试是进行查漏补缺的一种好方法。这一年来，每上完一个单元都进行测试，发现问题及时补救，并进行针对性练习，杜绝了漏洞。对每次测试进行质量分析，平日教育从课堂教育、总体评价、改进思路每周进行一次反思。有利于扬长避短。

本学年，虽然做了一些工作，但离学校的要求还差的远，教改的力度还不够，学法指导还是今后的一个重点。在今后的工作中扬长避短，努力工作，把教育教育工作做的更好。

**超市工作计划篇十**

统筹管理好一家卖场需要很强的计划性，超市工作的.企划、采购、营运等一系列的要求，都应该按照规范去落地执行，运用有效的技术手段是做好工作计划的关键所在。

1.设计规划11~12月营销海报档期规划工作；

2.设计卡务营销整体推进思路及计划；

3.设计卡务营销卡样、信息牌、入口展示、客服展示、全员营销话术、抖音、微信；

4.企划方案策划书审核及描述(成本期望固定企划格式)。

1.完成各级区域空间收费标准并制作台账；

2.完成各级区域广告收费标准以及起止收费时间并制作台账；

3.规划卖场地堆、端架陈列基本要求；

4.设计规划11~12月促销海报档期规划工作；

5.完成营销卡务分类及单品规划工作；

6.按照业态分析a类商品同质化推进策略及方式；

7.场外营销商品选择。

1.场外促销活动准备及业绩分析跟踪；

2.制作卖场布局图并标准各区域登等级地段；

3.规划卖场地堆端架陈列基本要求；

4.规范pop迎面悬挂的基本要求；

5.按a类商品共性推进计划，上排面计划及汰换商品明细；

6.零库存商品补货加大订货推进计划：

每天记录并检核《零库存和隐形缺货》；

复核《零库存和隐形缺货》并确认增补数量；

实行周区域全面负责制严格审核《零库存及隐形缺货》；

实行周单店全面负责制严格审核《零库存及隐形缺货》。

7.订货能力跟进与抽查；

8.基础卖场维护管理--商品前后一致、卖场清洁、价签管控15项管控；

9.酒水饮料洗涤化妆品两个部门扩充排面计划（参照酒水饮料排面标准）；

10.盘点视频管理以及盘点实际工作操作。

**超市工作计划篇十一**

　：(不包含送礼部分)：

市场销售部：20xx盒

餐饮部：3000盒

客房部：800盒

1、制作宣传布条，悬挂大厅人流量较大的显眼位置;主题是“花好月圆人团圆，唐人街与您共渡中秋、国庆佳节”。感受秋天带来的收获与成熟的风韵。

2、设计并印制5000份宣传广告单，用于销售人员外出洽谈业务时提供给顾客并用于住店、用餐客人的宣传。

3、在大厅布置月饼展厅。

每一个来家家乐超市购物的顾客，尤其是家庭主妇、学生、农民工。

　家家过节家家乐，月香月甜月团圆。

1、中秋节当天：有送有赠有温情，人来人往人人尝。

2、中秋前后：把祝福送给你，把月饼带回家。

1、开会分配工作任务到个人以保证后面事项有序进行;

2、进货，保证促销产品到库;

3、确定具体促销所需地点如：超市内食物区，超市门口显眼区，抽奖区等;

4、购买订购相关用品和打印有关资料——横幅、宣传单、红包;

5、场地布置，搭建商品台、粘贴宣传横幅等，整个场地要烘托出节日的喜庆、热闹。

(4)吊旗的颜色要与整个超市的色调设计相统一，既不显单调又不至于花里胡哨。

1、促销活动期间凡在家家乐超市购买商品满200的可免费到促销点品尝月饼;

3、购买月饼单品满50元参加抽奖一次，满100元参加抽奖2次，依次类推;

抽奖规则：一等奖三位送价值100元的护肤品一套;二等奖五个送价值30元的洗发水一瓶;三等奖若干：送价值10元的水杯。

5、购物抓现金，凡是购满1000元以上的(包括1000)就有一次机会抓现金机会，现金红包分20元50个，50元20个,100元10个。

2、选好广告媒体，充分利用广告媒体多样性进行宣传;

(2)广播广告：可以利用超市广播上下午购物高峰期做简单的介绍。

3、拉横幅：

(1)中秋节当天横幅为：有送有赠有温情，人来人往人人尝。

(2)中秋节前后横幅为：把祝福送给你，把月饼带回家。

　买它物附带赠送促销、公关促销、购物满一定数额有奖促销、服务促销等。

1、月饼种类是否齐全，数量是否够;

2、月饼保质期会不会在促销期间就已经超过，必须保证月饼的新鲜;

3、促销的气场是否具有活动性;

4、服务员保持微笑，礼貌服务;

5、顾客是否了解我们的活动;

6、注意广告语的设计，既要鲜明个性、又要感动人心。

　略

**超市工作计划篇十二**

xx年全体建二人紧紧围绕“差异化经营，提升品牌内涵”的经营战略以及“打造企业执行力”的管理战略这两条主线开展工作，并取得了突破性的进展。

实际销售完成年度考核计划的130％，同比增长15％，所实现的纯利同比增长381％。确立了武商建二在青山区域市场的领先市场地位。

经营调整成效凸显。全年引进新渠道104个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增长26%和13%。

两个工程两手齐抓。“打造20个百万品牌”和“引进10个成熟品牌”的“两手抓”工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%，占全场销售总额的27%。

扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域领先优势。

04年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”体系，在一线员工中开展“服务意识”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。

以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。

04年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问题：

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。

问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。

问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。

问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而有扩大的趋势。

问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。

问题六：供应商渠道的整合在04年虽有改变，但效果并不明显。

20xx年，青山周边区域的商业竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我们将从以下几个方面重点入手：

以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营的格局。

通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为05年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取更多的政策。

05年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。

20xx年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训“五个一”工程。同时，加大企业制度的\'执行力度，进一步规范全场员工的工作行为，形成和谐、规范的良好工作氛围。

**超市工作计划篇十三**

在罗列的\'超市年度销售工作计划中有八方面内容：第一、经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。实际销售完成年度考核计划的130%，同比增长15%，所实现的纯利同比增长381%。确立了武商建二在青山区域市场的领先市场地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道104个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增长26%和13%。两个工程两手齐抓。打造20个百万品牌和引进10个成熟品牌的两手抓工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域领先优势。

第二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然12年建二狠抓现场管理，全面推行亲情式服务体系，在一线员工中开展服务意识的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。

第三、执行观念深入人心，人力资源不断挖潜。以打造企业执行力为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。12年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问题：问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而有扩大的趋势。问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。问题六：供应商渠道的整合在12年虽有改变，但效果并不明显。20xx年，青山周边区域的商业竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我们20xx年工作计划中的重点将是以下几个方面：

一、抓春节市场，确保开门红，誓夺年度目标以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、准确把握市场定位，实施差异化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营的格局。

三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

第四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为12年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

第五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

第六、狠抓渠道优化，减小因供应商实力弱对经营造成的制约在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取更多的政策。

第七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销12年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。

第八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型20xx年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训五个一工程。同时，加大企业制度的执行力度，进一步规范全场员工的工作行为，形成和谐、规范的良好工作氛围。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com