# 商场设施规划论文范文52篇

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2024-12-10

*商场设施规划论文范文 第一篇>前言：在西安，人人乐是比较有知名度的超市，给人亲切的品牌形象，并且以丰富的商品，雄厚的实力赢得了各个年龄层的消费者的喜爱。在\*\*地区新开的超市周围有较多社区，且交通便利。人人乐超市为顾客提供“整洁的环境、优质的...*

**商场设施规划论文范文 第一篇**

>前言：

在西安，人人乐是比较有知名度的超市，给人亲切的品牌形象，并且以丰富的商品，雄厚的实力赢得了各个年龄层的消费者的喜爱。在\*\*地区新开的超市周围有较多社区，且交通便利。人人乐超市为顾客提供“整洁的环境、优质的商品、实惠的价格、快捷的服务”的理念以及提供“时尚，生活，服务”的目标都是不论长期或短期广告都应该遵循的策略基础并使之在新老顾客心理形成长久的品牌印象。

>短期广告策略要点：

1，通过举办开业典礼宣传快乐购物的理念

2，通过报纸平面广告，电梯广告，移动电视广告，DM向受众宣传开业信息

3，开展购物送50元积分卡活动，最大限度的争取周边社区居民拥有人人乐积分卡

>广告媒体战略：

一，媒体选择与组合

报纸广告—西安晚报

公交车身广告—选择经过此人人乐超市附近的公交路线

POP广告—壁面广告，陈列架POP，柜台POP，旗帜等

电梯电视广告— 附近社区及写字楼内

DM广告—超市内促销商品告知

开业庆典促销活动

二，媒体策略

1，开业前期：动员除了DM外所有媒体，告知受众开业信息，广告以告知为目的，并传达开业活动主题：人人乐，快乐购物好地方。

2，开业当天：增加POP广告

3，开业后期：前期广告活动继续持续一个星期，并且将DM广告投放至附近各居民区和单位

开业活动设计

广告活动主题：人人乐，快乐购物好地方

活动目标市场：周边步行及乘车两站内可到达超市的社区居民，附近的单位

目标设定：

1，最大程度使目标市场获得超市开业消息；

2，直接或间接促进销售；

3，推广为顾客提供“整洁的环境、优质的商品、实惠的价格、快捷的服务”的经营责任；

4，宣传“人人乐，快乐购物好地方”的活动主题

前期准备：与商家协调开业一周内的商品促销，

活动现场布置，

邀请嘉宾（政府领导，人人乐超市集团领导，媒体人士，周边小区物业领导及业主代表，促销强度较大的商品的企业领导），嘉宾演讲稿准备及新闻通稿，

联系并设计表演节目

>概念设计：

根据消费者在购物中希望达到的目的，本次广告活动将主题定为：人人乐，快乐购物好地方，活动内容也以达到快乐的目标为宗旨。整个活动过程不仅由主持人引导，还特别邀请一位魔术师参与，将各个表演节目联结起来。同时体现了“传递‘时尚 服务 生活’”目标。比赛环节主要是根据超市为顾客提供“整洁的环境，快捷的服务”理念设计的。

>活动内容：

10：00 腰鼓表演 (吸引观众）

10：05主持人宣布庆典仪式开始 邀请嘉宾进场 介绍嘉宾

10；15 邀请政府领导讲话

10：20 邀请人人乐超市集团领导讲话

10：25 邀请商家企业领导讲话

10；30 主持人致辞感谢各位嘉宾 并有请以上嘉宾(5人）进行剪彩

10：35 歌手演唱 (通俗 伴舞 互动)

10；40 —10；45主持人致词 并与魔术师配合完成魔术表演 与现场观众进行互动 并 参与一下几个节目的表演

10；45—10；55 商品整理比赛 (体现整洁的环境理念)

主持人告知现场观众在这一环节中可以参与现场竞猜活动，选出自己认为可以赢得比赛的选手。这一轮活动结束后，会立即抽奖，即有机会获得奖品。不论竞猜结果，只要参与都可以获得五元消费券。(抽奖券即为一张五元消费券，参加者须登记才可以参与投票)

由魔术师引出凌乱的在购物车内摆放的商品，商品均为参与促销活动的商品，请出事先被安排好的人人乐超市的员工参加比赛。在其比赛的过程中，主持人要不断介绍产品以及现场观众参与竞猜。

10：55—11：00 邀请现场观众参与抽奖三名，现场进行颁奖

11：00—11：05 主持人介绍大件商品的促销活动，鼓动消费者即日购买。

11：05—11：10 超市员工数钱比赛 (主要体现超市快捷的服务)

有请现场观众参与节目，如果没有，有请超市两位员工。发给两位员工一沓混合了10快，5快，1毛等钱数，在3分钟内数清，并且在这个过程中，主持人提问几道问题(问题的设置是关于人人乐集团企业文化，服务理念等)，与“商品整理比赛”的环节一样，请消费者参与竞猜比赛。

11：10—11：15 邀请现场观众参与抽奖三名，并现场进行颁奖

11：15—11：20 主持人介绍购物积分卡活动，鼓励现场观众参与活动(凡在超市购满10 元物品，即可获得50元积分卡)

11：20—11：30 全场抽奖活动(将以上两个环节所有参与者的投票进行抽奖包括10名三等奖，5名二等奖，2名全场大奖)

**商场设施规划论文范文 第二篇**

一、活动主题

激情绽放时代有爱

二、活动时间

2月14日——2月15日

三、活动内容：

(一)情歌对唱真情表白

2月14日10：00——20：00，在6楼儿童区一侧开辟出专门区域，现场麦克于商场广播室相连，情侣可以通过情歌对唱或者真情表白的形式，对他(她)唱出或者说出心里话。并通过商场广播即时播放。同时为每对情侣准备了精美礼品。

(二)浪漫情人玫瑰芬芳()

2月14日正常营业时间内，顾客可到6楼促销服务台免费领取玫瑰鲜花一枝(限送300枝)。当日现金购物满200元，加送精美巧克力一盒。

提示说明：消费金额不累计，单张收银机制小票(现金购物满200元)限送一份巧克力，超出部分不在重复赠送。

四、媒体宣传

1、媒体选择：《\*\*晚报》

2、版面规格：《\*\*晚报》1/3版套红

3、投放日期：2月14日

4、费用支出：元

五、费用支出

1、展板2块：×2，元

2、门楣2块：×2，元

3、平面广告：元

4、礼品(玫瑰花、巧克力)由资产运营部负责

5、音响费用：元

6、其他杂项支出：元

合计：约元(玫瑰花及巧克力费用未计算在内)

六、提示

本档活动，VIP卡可以使用折扣功能。

**商场设施规划论文范文 第三篇**

>一、序言

随着经济发展，生活水平显著提高，水果正逐步由数量型向质量型改变，小商贩和传统的水果店以无法满足广大消费者对水果品质以及购买环境的要求，因此水果专卖店能够得到市场的认可，这是果品销售的发展必然趋势。

在欧洲等发达国家的国内市场，大都有自己的果菜集团，自己实行直销和特许连锁经营。如欧洲的埃康迪批发市场，较早的进入这个领域。现在已拥有6000家连锁店和10000家小店，垄断着德国同类产品21%的销量，外来的客商无法与之抗衡。

现在，中国水果的主体市场尚处于幼稚期，但市场容量递增速度却很惊人。如果，这一时期，不先行导入，抢占战略制高点，以后进入将面临较高难度，在战略上也会受制与人。

同比‘便利店’的特许加盟，水果专卖店具有投资少，技术含量低，易操作，利润大和回报快的优点。不久的将来，必然成为一个新的加盟热点。

>二、市场分析

>(一)消费群体分析

水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。目前，大众消费群体的水果消费途径是由以下两种方式组成：

集市水果摊 ⑵ 大型超市

针对一般消费群体而言，主要的水果消费途径是集市水果摊（菜市场、街道流动小贩），他们往往选择时令水果作为主要消费对象，对非时令水果、进口水果等中高档水果的选购相对较少，他们也会在去大型百货超市集中采购的过程中选购水果。此类消费群体以中老年消费者居多，他们时间充裕，能够很有耐心的挑选水果品质、权衡价格希望能够得到最大的实惠。他们的消费特点是：要求便利、要求低价、对比选购性强。

对于中高档消费群体而言，水果消费的主要途径是来源于大型百货超市和社区便利店。这部分人群以中青年为主。他们每日忙碌于工作和交际，日常消费品的采购一般是在周末或节假日，在大型百货超市进行一站式购齐。而这部分消费者更看中水果的品质和种类。他们往往会对新鲜、新奇的水果种类显现出喜好和偏向。

按以上两种消费途径为维度进行表格分析，具体如下： 消费群体 消费组成 消费场所占比 消费倾向 消费心里 水果摊 一般消费群体（中老年） 70% 30% 低价、便利 实惠、实用 超市 中高消费群体（中青年） 40% 60% 品质、种类 高品质、诚信 通过上面的对比表我们能够发现，两个消费群体的消费心理略有不同，但是都对水果销售商提出了要求。为了能够满足这两种消费群体的消费心理，也为了顺应市场需求，就需要有既便利、低价又时尚、提供高品质商品的零售形式出现，这就是本报告所要研究的“水果连锁超市”的销售形式，也是“水果连锁超市”的基本定位。

水果连锁经营实行的是团体作战，灵活和及时的配送，可以保持各单位货品的新鲜度集群开店，可以降低成本，货品采购和配送成本，其高度一致的整体行动和区域市场占有密度，可以迅速扩大品牌的知名度和占有市场，其特性完全符合水果销售。

结论：水果连锁超市的市场定位是——低价、便利、时尚、诚信、高品质、服务优。主要服务对象为中高收入阶层，辐射低收入人群。

>（二）市场前景分析

**商场设施规划论文范文 第四篇**

>一、销售计划

1、春节销售目标分解

根据公司制定的销售预算，分解到春节考核期间的每一天，分解到每个部门，每个大类。考虑到周末、节假日、公司促销活动等因素，尽可能做到合理，与责任部门主管确认；

2、储值卡销售目标分解

目前一般公司都有储值卡销售，这也是提升销售的一个重要内容；有些公司储值卡的结帐占比达到30%以上；

3、大宗团购销售目标制定

大宗团购数据有些门店能够占节假日销售的50%以上，重要性可想而知，节假日的团购客户需要重视，逐年积累，3-5年肯定会有不错的收获（后续如有空会专门讲讲团购）；

4、销售激励措施

根据实际情况制定，节后一定要及时兑现。

>二、库存计划

合理的库存是春节销售目标达成的重要保证。

1、制定目前高库存商品清理计划

与公司相应部门沟通，清理一批高库存滞销商品，或退货、或促销等，尽可能将有限的存储空间留给春节重要商品；更重要的是给公司减少不必要的库存资金积压；

2、后仓整理

调整仓库各品类库存位置占比，销售占比高的类别，理应给更多的仓存位置；年货重点商品指定专门位置；同时划分团购商品备货位；

3、外租仓计划

对于仓储空间小的门店，如果需要春节临时对外租仓，临租期最长只能在大年三十，且要重点考虑安全因素（商品安全、消防安全等）；

4、春节备货计划

（1）、根据重点商品清单，考虑历史销售数据、团购因素、促销政策因素等，逐一确定需求量，备货数据不能拍脑袋、凭感觉；

（2）、制定备货进度，春节启动前备货达到50%，节前20天再补充30%，节前10天补充完余下的20%。备货进度可根据实际情况确定，但一般节前一周供应商仓库基本已无货，如果仓储空间能满足，最好能提前；

（3）畅销替代商品确定

所有的商品备货计划肯定不能100%按要求做到，特别是畅销商品，供应商也有自己的计划。所以，所有畅销商品都应该有替代商品计划，这个计划不一定会实现，但一定要有。如丹麦蓝罐曲奇与丹麦皇冠曲奇，可口可乐与百事可乐等；

（4）供应商休假备货计划

这个主要是考虑春节长假期间的备货了，怎么备货，该备哪些品类我想大家都应该清楚了。

>三、陈列计划

1、春节商品落位计划

考虑品类连接、销售占比、应季、气氛突出等因素；坚决反对以供应商费用多少来决定商品陈列位置的优劣与大小；

2、年货上柜计划

制定具体的年货上柜计划，保证陈列出来后整体效果、气氛给顾客一个非常好视觉冲击；

3、按春节时间进度调整陈列计划

按春节进度调整陈列，节前一周、节前三天、节前一天、节等该陈列什么商品，不同的商圈，应该有不同的陈列重点，春节期间应有不断的陈列调整。

>四、营销计划

1、按时间进度制定针对性的营销售计划，如xx月xx日-xx月xx日的跨年、元旦、腊八节，xx月xx日-xx月xx日的团购、返乡，xx月xx日-xx月xx日小年、除夕备货、团圆送礼，xx月xx日-xx月xx日的情人节、元宵节、学讯等；

2、营销计划的具体实施执行，在卖场如何体现，这是最关键的；

>五、人力储备计划

1、高峰期人员补充计划制定；

2、重点岗位人员：收银、年货促销员等提前安排；

3、保洁人员；避免春节期间保洁人员缺岗情况；

>六、培训计划

1、制定门店春节培训锦囊（小册子）

2、实施春节前全员培训

>七、排班计划

1、制定门店员工春节排班原则

（1）、确定春节销售高峰期员工排班原则，重点关注：收银、服务台、烟酒柜台；

（2）、与人力资源部沟通、确定加班费或补休原则；

（3）、确定春节门店员工分批轮休时间；

2、制定门店年货促销员排班原则及撤场时间

（1）、确定春节各品牌年货促销员排班原则；

（2）、与商品部沟通、确定年货促销员撤场时间（原则上保留至年货撤柜日）;

3、门店春节排班

（1）、确定门店除夕结业时间、副总以上人员春节轮休计划；

（2）、确定门店春节员工轮休计划；

（3）、确定门店春节高峰期员工、促销员排班；

>八、员工关爱计划

包括年夜饭的安排、其他公司允许安排的关爱部分，重点岗位关爱部分等；

>九、设备检查计划

春节前资产检查计划、设备全面检查计划、维保计划、设备道具计划、维修计划等；IT设备维修保养等；

>十、物料准备计划

春节期间各部门需要的物料计划，包括收银购物袋、连卷袋等；春节年货促销员需要的试吃道具物料；顾客需求的礼品包装物料准备等等；

>十一、备用金与票证准备

春节收银零钱、发票等准备

>十二、竞争市调计划

确定竞争对手与市调频率、跟价策略、陈列策略等；

>十三、业绩跟进计划

制定品类销售报表，每日跟进各品类的销售进度，及时分析销售增长原因，调整门店促销策略；

>十四、春节期间日常巡检计划

制定巡检标准，如陈列标准、服务标准、促销标准等；

>十五、安全应急计划

1、至少组织一次全员消防安全演练；

2、至少组织一次重大投诉事件安全演练；

3、至少组织一次突发停电演练；

4、其他安全培训与演练；

>十六、春节动员大会

组织春节动员大会，一是提醒全体员工要将精力投入到春节销售来；二是表明公司对春节销售的重视；当然宣传公司重要春节政策。

**商场设施规划论文范文 第五篇**

20xx年全体\*\*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140％，同比增长17％，所实现的纯利同比增长241％。确立了\*\*百货在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114个，淘汰品牌133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

20xx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。

20xx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。

>四、20xx年工作思路

面对前有周边区域的商业竞争，20xx年，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\*\*、\*\*、\*\*\*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20xx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

20xx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。

**商场设施规划论文范文 第六篇**

现在大型商场越来越多，人们对购物环境的要求也越来越高。保洁工作是商场管理的重要环节之一。商场卫生状况如何，直接影响着购物环境，影响着商场的社会效益和经济效益。

>第一节日常保洁项目

1、地面清扫、牵扫、拖擦及巡回保洁；

2、垃圾筒的清倒擦拭；

3、玻璃橱窗、木隔断、铝塑柱、消防门；

4、墙角、橱窗角、柜台角等的擦拭；

5、墙壁饰物、窗台、标牌、展示板、扶手、栏杆的擦拭；

6、商场内其它摆设的擦拭；

7、商户包装箱及垃圾的收集清运；

8、注意事项

（1）作业安排要根椐实际情况灵活掌握。当顾客较少时，抓紧拖擦地面；当顾客拥挤时，进行边角擦拭。

（2）商场客流量大，作业时要十分注意扫帚尘推等工具不能碰到顾客，不要影响顾客购物，

不要引起顾客反感。

第二节保洁工作职责

>（一）部门职责

1、负责商场所有公共区域清扫、保洁、整理等工作。

2、根据公司安排协助商户进行清洁工作。

3、负责商场所有卫生间清洁与维护。

4、协助整理商场绿化植物管理维护。

5、定期清洁商场外墙装饰及广告面画。

6、定期清洁通道玻璃墙面及门头。

7、协助维护商场各类公共设施、发现商场安全隐患，及时上报发现的问题。

8、遵守商场各项行政制度，并开展培训、考核工作。

9、完成上级下达的其他各项工作。

>（二）保洁主管职责

1、接受物业部经理的领导，承担检查、指导保洁部对公共区域的保洁、环境管理等责任。

2、制定每月保洁管理的工作计划，并负责落实人员调配，合理安排好员工的排班与工作任务。

3、每天巡视所辖商场，抽查卫生质量，检查公共区域卫生设施，并登记在《清洁巡查表》，发现问题及时通知员工进行整理或报修。

4、做好员工的组织和培训工作，不断提高员工整体水平，加强对清洁人员的日常工作考核。

5、熟悉和掌握各种环卫设施及用品的使用方法，提高自身业务水平。

6、加强员工安全教育，保洁设备和保洁知识的学习，消除事故隐患。

7、做好保洁组人员的团结合作，完成上级交办的其它任务。

8、做好物业部的档案管理和保洁组物品领用管理及其它综合事物的管理。

9、自觉遵守部门的各项规章制度，并督促员工遵守执行，关心员工的思想和生活，帮助员工解决在工作中遇到的难题。

10、对公司管理及制度提出合理化建议，促进公司制度化管理工作。

>（三）保洁班长工作职责

1、对保洁主管负责，并接受保洁主管的业务指导，协助主管对本部门的管理。

2、协助主管制定星期工作计划，并协调同事间工作关系。

3、在日常保洁工作中，督促员工注意安全，消除事故隐患，爱护公物。帮助、指导保洁员正确使用保洁工具并按规定操作，防止保洁物体的损坏。

4、掌握各种环卫设施和保洁用品的使用方法，提高自身的业务水平。

5、对员工的素质、工作态度、业务技术负有培训和提高的责任。

6、定期检查保洁设备有无损坏，如有损坏及时报修，并做好维修保养记录。

7、对员工在公共区域拾到的物品，当天上交主管，并填写《遗失物品登记表》。

8、每天进行不定期地对楼层保洁工作进行检查，根据卫生检查项目及标准严格的执行。发现问题责令员工及时整改，并主动向主管汇报。

9、配合协调好各区域的工作，搞好员工之间的团结，完成上级交办的其它任务。

>（四）保洁员工作职责

1、严格遵守各项规章制度，实行工作规范化运作，提高工作效率，坚持文明礼貌用语。

2、按工作流程完成分管区域范围的保洁任务，达到卫生质量标准。注意节约原材料，

降低成本。

3、维护公司利益，不挪用、私分清洁用品及用具。清理垃圾时若发现顾客遗忘的物品

应及时上交班长或主管。

4、管理好本区域的环境卫生设施及正确使用清洁设备、用具，发现问题及时向领班汇报。

5、发挥工作主动性，服从工作安排，搞好部门员工之间的团结，积极参加培训，提高业务能力。

6、执行公司保洁巡场制度，及时清理区域内垃圾、杂物。

7、完成上级交办的其它任务

>第三节工具管理作业流程

1、目的

规范保洁组工具管理工作，确保工具完整及各项性能完好。

2、适用范围

适用于物业部保洁组的工具管理。

3、职责

保洁主管负责检查工具管理工作的实施情况并审核工具的申购。

保洁领班具体负责工具管理。

保洁领班负责工具的领用及归回工作。

4、程序要点

《保洁工具/设备年度采购计划表》的制定

每年的12月15日之前，由保洁主管组织保洁员一起制定下一年度《保洁工具

/设备年度采购计划表》并上报物业部经理审批。

《保洁工具/设备年度采购计划表》应包括如下内容：

a)所需工具、耗材及设备的名称、型号及规格、数量、品牌；

b)预计费用；

c)购买时间；

d)用途；

保洁组的工具分成三类：一类是工具，一类是耗材，一类是设备。班组工具/耗材

领用必须由领班填写《物品领用单》经主管批准后，到仓管员处领取。班组使用工具、耗材、设备由领班领用并负责保管。领班对每个保洁员每天所有领用和放回仓库的工具记录在《保洁工具收/发登记表》内。

劳保用品管理

保洁员正式上岗时，由领班代为填写《物品领用单》，经主管批准后，到仓库领取

劳保用品。领班应对所领用品统一发给保洁员，并登记在《保洁劳保用品领用登记表》内。

个人劳保用品使用注意事项；

a)定期进行清洗；

b)个人劳保用品每季度领用一次；

c)如未到领用时间丢失或损坏，由保洁员个人补上；

工具管理

保洁工具属公司财产，严禁用作私人用途。

保洁工具丢失或人为损坏，则应由员工个人立即补上同规格同品质的；如属正常使用损坏则可以经保洁主管批准后在仓管员处以旧换新。

保洁主管每月23号检查每个保洁员的工具，对于丢失或人为损坏的工具将责令其立即补齐。

保洁员公用工具管理

借用工具都应由主管或领班经办借用；领班必须将借用工具登记在《保洁工具借用登记表》上。

公用工具使用注意事项：

a)便携式（小件的）公用工具使用注意事项按

b)大型公用工具应每个月进行一次保养：

——对各转动部位加注润滑油；

——调整皮带，对于磨损严重的皮带应更换；

——检查、调整碳刷，如碳刷磨损超过新装时的1/2则应更换；

——检查启动电容，如变形、膨胀或开裂则应更换；

——检查或整修接线头；

——调整机械间隙至合理位置；

——清洁外表，必要时涂上防锈油；

——拧紧所有紧固螺栓。

公用工具属公司财产，严禁用作私人用途。

公用工具如丢失或人为损坏，则应由借用人负责照价赔偿。公用工具如属正常使用损坏，对于小型的（100元以下）经保洁主管确认，物业经理批准后可以以旧换新。对于100元以上的公用工具须先由保洁主管填写《报废工具登记表》经物业经理审核后上报公司审批。

物业经理每月25号对公用工具进行检查，对于缺少的或人为损坏的，将责令保洁主管负责尽快补齐。

对于换下来的公用工具每半年由主管进行一次盘点并登记在《报废工具登记表》内，物业部经理审核后上报公司审批。审批后由领班负责报废处理。

领班每月23号应将所保管的工具进行一次盘点并登记在《保洁工具库存登记表》上，对于需要补充的工具应建议保洁主管尽快申购。

保洁主管每月25号之前根据领班的建议及《保洁组工具/设备年度采购计划表》填写工具申购单并上报公司。对于计划中未列出的工具，保洁主管应尽快补充至计划中并上报公司审批。

5、记录

《保洁工具收/发登记表》

《保洁劳保用品领用登记表》

《保洁工具领用登记表》

《保洁工具借用登记表》

《物品领用单》

《报废工具登记表》

《保洁组工具/设备年度采购计划表》

《保洁清洁用品领用登记表》

**商场设施规划论文范文 第七篇**

活动背景：

双12这个千载难逢的日子，比如：结婚、新房入住、家具安装等，家具购物、家庭装饰、庆典活动。因此，这是难得的一次购物狂欢月，也是今年最后一次大型活动。

活动内容：

活动主题：享健康水槽、买1(手工槽套餐)送2(赠品待定)赠品如：勺铲七件套(25元)、厨房加绒手套、隔热餐垫、陶瓷调味瓶

活动时间：

活动目的：

双12宣传活动策划目前按照店内折扣、海报宣传以及付费推广(直通车、淘宝客)，免费推广(自然搜索以及站外双12主会场)尽可能引入更多有效的站内外流量，从而达到促进销售额(12-15万)的目标。

活动措施：

1.进店有礼!

凡是进入本店铺，收藏店铺、收藏宝贝，凭截图向客服领取无门槛优惠券(5元使用)，先到先得，限量100张，送完即止!

2.双12店铺促销优惠券

满599领取30元优惠券、满799领取优惠券50元、满1299领取100元优惠券(优惠券上标明特供品不参加其它优惠使用)

3.双12特供品

预热特供产品(7245L)、单品优惠券优惠(50元使用)

预热特供产品(160GB)、单品优惠券优惠(30元使用)

(首页给这两款特供产品做两张广告图引流测试、并做直通车测款)

4.活动短信

【20xx/12/12独一无二的日子，购买手工槽套餐买一送二，独一无二的赠品送到您手中】，只要您在这千载难逢的日子，请速来本店选购!

**商场设施规划论文范文 第八篇**

负责人在工作的地位和作用是被肯定的，他可以称为整个部门的领头羊。那么要做好一个负责人，必须有能力带领部门的人走向成功。优秀的负责人工作计划书如下：

超市防损是确保超市商品、设施不受损坏的重要工作，超市防损工作是超市经营体系当中不可或缺的一部分。我从20xx年进入超市工作，从一名普通的防损一线员工，一步步努力工作晋升到如今的超市防损主管。为此，我现在制定20xx年世纪联华超市防损工作计划：

>第一，提高员工的素质：

要在公司人事制度的基础上建立一套的奖励制度，表扬工作优秀突出分子。对于严重影响部门声誉的工作人员坚决予以惩罚，让制度不断完善，使正义、公正沁入员工心中。

>第二，加强防损团队的凝聚力：

加强防损团队工作人员联系，合理分工，互相配合，以加强对于超市各区的管理。在这方面，我要倾力亲为，在防损团队当中树立威信。此外，我还会关心防损团队员工的生活，解决队员实际困难。

>第三，提升部门服务意识：

超市防损的工作虽然重要，但是也不能改太过分于追求每一个细节。我们在加强超市监管和巡逻的时候，也应该让顾客处于一个购物的舒适环境当中，不能影响正常顾客的购物体验，提升部门服务意识。

**商场设施规划论文范文 第九篇**

一、采购的水果品种及其功效

采购的水果品种有：杨桃、猕猴桃、杏、梨、苹果、香蕉、火龙果、柚子、葡萄、菠萝、龙眼、甘蔗、番茄、李子、西瓜、哈密瓜、芒果、橘子等。下面主要介绍其中10种水果的功效。

1、杨桃

又称作五棱子、五敛子、羊桃等。

功效：杨桃能减少机体对脂肪的吸收，有降低血脂、胆固醇的作用，对高血压、动脉硬化等心血管疾病有预防作用。同时还可保护肝脏，降低血糖。杨桃中糖类、维生素C及有机酸含量丰富，且果汁充沛，能迅速补充人体的水分，生津止渴，并使体内的热或酒毒随小便排出体外，消除疲劳感。杨桃果汁中含有大量草酸、柠檬酸、苹果酸等，能提高胃液的酸度，促进食物的消化。杨桃含有大量的挥发性成分、胡萝卜素类化合物、糖类、有机酸及维生素B、C等，可消除咽喉炎症及口腔溃疡，防治风火牙痛。

2、猕猴桃

又名奇异果、毛桃、藤梨。

功效：常吃烧烤食物能使癌症的发病率升高，因为烧烤食物下肚后会在体内进行硝化反应，产生出致癌物。猕猴桃中富含的维生素C作为一种抗氧化剂，能够有效抑制这种硝化反应，防止癌症发生。所以如果你禁不住美食所惑，或者因为应酬不得不“烤”一顿，那么建议你饭后吃上一颗猕猴桃。最新的医学研究表明，成人忧郁症有生理学基础，它跟一种大脑神经递质缺乏有关。猕猴桃中含有的血清促进素具有稳定情绪、镇静心情的作用，另外它所含的天然肌醇，有助于脑部活动，因此能帮助忧郁之人走出情绪低谷。猕猴桃中有良好的膳食纤维，它不仅能降低胆固醇，促进心脏健康，而且可以帮助消化，防止便秘，快速清除并预防体内堆积的有害代谢物。祖国医学认为，猕猴桃甘酸性寒，能够解热除烦，止渴利尿。

3、杏

又名甜梅、叭达杏。

功效：杏是维生素B1，含量最为丰富的果品，而维生素B1，又是极有效的抗癌物质，并且只对癌细胞有杀灭作用，对正常健康的细胞无任何毒害。苦杏仁能止咳平喘，润肠通便，可治疗肺病、咳嗽等疾病。甜杏仁和日常吃的干果大杏仁偏于滋润，有一定的补肺作用。杏仁还含有丰富的黄酮类和多酚类成分，这种成分不但能够降低人体内胆固醇的含量，还能显著降低心脏病和很多慢性病的发病危险。杏仁还有美容功效，能促进皮肤微循环，使皮肤红润光泽。

4、苹果

古称柰，又叫滔婆，酸甜可口，营养丰富，是老幼皆宜的水果之一。功效：苹果是心血管的保护神、心脏病患者的健康水果，因为它不含饱和脂肪、胆固醇和钠。苹果中的胶质能保持血糖的稳定，所以苹果不但是糖尿病患者的健康小吃，而且是一切想要控制血糖水平的人必不可少的水果。并且它还能有效地降低胆固醇。苹果汁有强大的杀灭传染性病毒的作用。吃较多苹果的人远比不吃或少吃苹果的人得感冒机会要低。所以，有的科学家和医师把苹果称为“全方位的健康水果”，或称为“全科医生”。现在空气污染比较严重，多吃苹果可改善呼吸系统和肺功能，保护肺部免受污染和烟尘的影响。苹果还能防癌，预防铅中毒。祖国医学认为，苹果甘凉，具有生津止渴、润肺除烦、健脾益胃、养心益气、润肠、止泻、解暑、醒酒等功效。苹果有着天然的怡人香气，具有明显的消除压抑感作用。

5、柚子

又名文旦、香抛、是产于福建、广东等南方地区的水果，以广东沙田柚为上品。

功效：高血压患者常利用药物来排除体内多余的钠，柚子正好含有这些患者必需的天然矿物质——钾，却几乎不含钠，因此是患有心脑血管病及肾脏病患者最佳的食疗水果。柚子含有一种天然果胶，能降低血液中的胆固醇，是现代人追求健康的理想食物。美国研究发现，每天饮用柚汁的人较少出现呼吸器官系统毛病，尤其是感冒、咽喉疼痛时，吃一瓣新鲜袖子能令您舒适自然。柚所含的天然维生素P能强化皮肤毛细孔功能，加速复原受伤的皮肤组织功能。女性常吃柚子最能符合“自然美”的原则。柚子还有增强体质的功效。它能使身体更容易吸收钙及铁质;同时，所含的天然叶酸，对于服用避孕药或怀孕中的妇女们，有预防贫血症状发生和促进胎儿发育的新鲜的柚子肉中还含有类似胰岛素的成分，能降低血糖。

6、葡萄

原产西亚，据说是汉朝张骞出使西域时由中亚经丝绸之路带入我国的，历史已有两千年之久。

功效：葡萄中的糖易被人体吸收。葡萄中的糖主要是葡萄糖，能很快被人体吸收。法国科学家研究发现，葡萄能比阿斯匹林更好地阻止血栓形成，并且能降低人体血清胆固醇水平，降低血小板的凝聚力，对预防心脑血管病有一定作用。葡萄中含的类黄酮是一种强力抗氧化剂，可抗衰老，并可清除体内自由基。

葡萄中含大量酒石酸，有帮助消化的作用，适当多吃些葡萄能健脾胃，对人体裨益甚大。葡萄是消化能力较弱者的理想果品。葡萄中含有一种有益的抗癌物质，可以防止健康细胞癌变，并能防止癌细胞扩散。而且葡萄汁可以帮助器官移植手术患者减少排异反应，促进早日康复。中医认为。葡萄性平味甘，能滋肝肾、生津液、强筋骨，有补益气血、通利小便的作用，可用于脾虚气弱、气短乏力、水肿、小便不利等病症的辅助治疗。

7、香蕉

是人们喜爱的水果之一，盛产于热带、亚热带地区，欧洲人因它能解除忧郁而称它为“快乐水果”，而且香蕉还是女孩子们钟爱的减肥佳果。功效：荷兰科学家研究认为：最合营养标准又能为人睑上增添笑容的水果是香蕉。它含有一种特殊的氨基酸，这种氨基酸能帮助人体制造“开心激素”，减轻心理压力，解除忧郁，令人快乐开心。睡前吃香蕉，还有镇静的作用。香蕉“一身都是宝”，它可以预防中风和高血压，起到降血压、保护血管的作用。美国科学家研究证实：连续一周每天吃两根香蕉，可使血压降低10%。如果每天吃5根香蕉，其降压效果相当于降压药日服用量产生效果的50%香蕉皮也含有某些杀菌成分，如果你的皮肤因为真菌或细菌感染而发炎，不妨把香蕉皮敷在上面，肯定会有意想不到的好效果。香蕉对手足皮肤皲裂十分有效，而且还能令皮肤光润细滑。在繁忙的生活中，利用健康食品或补充剂来补充饮食不均衡的人越来越多了。香蕉几乎含有所有的维生素和矿物质，食物纤维含量丰富，而热量却很低。因此，香蕉就成了减肥的最佳食品，是女士们的最爱水果。香蕉还有润肠通便、润肺止咳、清热解毒、助消化和滋补的作用。常吃香蕉还能楗脑。8、火龙果

火龙果为仙人掌科三角柱属植物，原产于中美洲热带沙漠地区，属典型的热带植物。

功效：火龙果中的白蛋白是具黏性、胶质性的物质，对重金属中毒有解毒的功效。它对胃壁还有保护作用。火龙果含有维生素E和一种更为特殊的成分——花青素。花青素在葡萄皮、红甜菜等果蔬中都含有，但以火龙果果实中的花青素含量最高。它们都具有抗氧化、抗自由基、抗衰老的作用，还能提高对脑细胞变性的预防，抑制痴呆症的作用。同时，火龙果还含有美白皮肤的维生素C及丰富的具有减肥、降低血糖、润肠、预防大肠癌的水溶性膳食纤维。

9、梨

又称快果、xxx等。

功效：梨性味甘寒，具有清心润肺的作用，对肺结核、气管炎和上呼吸道感染的患者所出现的咽干、痒痛、音哑、痰稠等症皆有益。具有降低血压、养阴清热的功效。患高血压、心脏病、肝炎、肝硬化的病人，经常吃些梨大有益处。能促进食欲，帮助消化，并有利尿通便和解热作用，可用于高热时补充水分和营养。煮熟的梨有助于肾脏排泄尿酸和预防痛风、风湿病和关节炎。梨具有润燥消风、醒酒解毒等功效。在秋季气候干燥时，人们常感到皮肤搔痒、口鼻干燥，有时干咳少痰，每天吃一两个梨可缓解秋燥，有益健康。梨可清喉降火，播音、演唱人员经常食用煮好的熟梨，能增加口中的津液，起到保养嗓子的作用。

10、菠萝

又叫凤梨，是热带和亚热带地区的著名水果。

功效：菠萝含有一种叫“菠萝朊酶”的物质，它能分解蛋白质。在食肉类或油腻食物后，吃些菠萝对身体大有好处。因此，菠萝咕老肉、菠萝牛肉还是可以放心吃的菜肴。“菠萝朊酶”还有溶解阻塞于组织中的纤维蛋白质和血凝块的作用，能改善局部的血液循环，消除炎症和水肿。如果你炎症、水肿或血栓，不妨在积极治疗的同时，适当多吃一些菠萝，相信会起到一定的辅助作用。菠萝中所含糖、盐类和酶有利尿作用，适当食用对肾炎、高血压病患者有益。中医认为，菠萝性味甘平，具有健胃消食、补脾止泻、清胃解渴等功用。

二、水果采购的原则

(1)以需定进： 以需定进是指根据目标市场的商品需求状况来决定商品的购进。对零售企业来说，买与卖的关系绝不是买进什么商品就可以卖出什么商品;而是市场需求什么商品，什么商品容易卖出去，才买进何种商品。所以以需定进的原则又称之为“以销定进”，也即卖什么就进什么，卖多少就进多少， 完全由销售情况来决定。以需定进原则可以解决进货与销售两个环节之间的关系，又能促进生产厂家按需生产，避免了 盲目性。坚持以需定进原则时，还要对不同商品采取不同采购策略，如：①对销售量一直比较稳定，受 外界环境因素干扰较小的日用品，可以以销定进，销多少买多少，销什么买什么。②对季节性商品要先进行预测，再决定采购数额，以防止过期造成积压滞销。 ③对新上市商品需要进行市场需求调查，然后决定进货量。

(2)勤进快销 勤进快销是指零售企业进货时坚持小批量、多品种、短周期的原则，这是由零售企业的性质和经济效益决定的。因为零售企业规模有一定限制，周转资金也有限，且商品储存条件较差，为了扩大经营品种，就要压缩每种商品的进货量，尽量增加品种数，以勤进促快销，以快销促勤进。勤进快销的原则还可以使零售企业的周转资金加快流转，加强了资金的利用率，因此这一原则 又是提高企业经济效益的有效手段之一。

(3)以进促销 以进促销是指零售企业采购商品时，广开进货门路，扩大进货渠道，购进新商品、新品种，以 商品来促进、拉动顾客消费。以进促销原则要求零售企业必须事先做好市场需求调查工作， 在此基础上决定进货品种和数量。一般来说，对那些处于新开发的，还只是处于试销阶段的商品，要少进试销，只有证明被顾客 认可和接受以后，才批量进货。

(4)储存保销 储存保销是指零售企业要保持一定的商品库存量，以保证商品的及时供给，防止脱销而影响正 常经营。储存保销要求零售企业随时调查商品经营和库存比例，通过销售量来决定相应合理的库存量， 充分发挥库存保销的作用。

(5)文明经商 零售企业面对的是顾客，以向顾客销售商品来获取利润，因此必须坚持文明经商、诚信待客的原则。这一原则与商品采购相联系，便是进货时要。

三、采购的方式

我们的水果超市采用现代的JIT采购技术，做到在需要的时候订购所需要的产品。品种配置上，保证品种的有效性，例如夏季的西瓜等，在适当的季节提供适当的水果品种;数量配置上，保证数量的有效性，拒绝多余的数量，降低成本，避免水果库存造成的损失;时间配置上，保证所需的时间，拒绝不按时供应;质量配置上，保证产品的质量，拒绝接受烂水果或催熟的水果。

水果是不易库存的产品，对保鲜技术要求高，消费者在消费时也十分注重水果的新鲜程度，几乎是每天都有订货，且是小批量订货，采用JIT的采购方式，保证水果的新鲜度，以适时、适量、适质、适地的条件来满足消费者的需求。且JIT的采购方式与传统的采购方式相比，能与供应商之间建立长期良好的合作伙伴关系，价格合理，质量有保障，零库存最大程度上节约成本。

四、采购渠道

水果需求量比较大，进货渠道应采用通过从批发商进货，而批发商大概有两大类四小种：

(1)本地批发商，都有自己固定的场地，他们又分两种：一批人到外地收货，自己再批发;另一批人从外地中间商处接货。

(2)外地批发商，他们一般没有固定场所，又分两种：一种批发商在本地收大量的果子，运到批发市场直接批发给零售商;大种植户直接把自己家中的果子运到市场批发给零售商。

这四种批发商，给出的价格和销售的品种都不一样，需要多观察了解才能区分，确定长期合作的批发商。

五、采购批量

六、采购时间

因为消费者对水果的要求比较高，所以水果的新鲜程度是消费者比较关注的

则水果的新鲜水果应当日进货当日消耗，大约每天早4:00送到，每次热销的水果产品进100斤，而一些价格比较高的水果则进50斤左右。

七、付款方式

校园水果店可采用预付付款方式，买家先支付相当于买卖合同总金额一定比例的订金等买家验货后再付剩余款项，这样可以缓解买卖双方资金的周转。

**商场设施规划论文范文 第十篇**

>一、制度建设方面

1)年头年月整理、圆满了各部分岗亭职责，包括行政人事类、财务类、店长类、阛阓类、售后类、业务类。

2)正在公司分经理的带领下，取分裁办共同，对公司各项管理制度进行了梳理。

3)规范了人力资流部工做流程，整理、编削、制订了各项人事一样平常使用表格共计26份。

4)正在公司分经理的带领下，按公司的事实状况，对公司的定员、定编进行了核定。

5)依照公司架构的改观，编削各部分管理架构图。

>二、聘请、培训方面

果部分内部分工，年头年月的聘请、培训工做是由xx负责，后果xx私自收取停业员服拆费被公司开除，接办聘请、培训工做后对xx前期的遗留问题，如私自承诺停业员全额退还服拆费、职员档案管理混乱等等进行了从事，对入职培训内容进行了整理，并组织了x月的一次聘请活动。

xx年x月x加入公司，将聘请、培训工做转出，并取之进行踊跃共同，使工做顺利交代。xx月底xx辞职，再次接办聘请工做，整理了xx交代的停业员资料，取各聘请公司、猎头公司进行接洽，梳理并对公司的聘请渠道进行了取舍。

xx月接办聘请工做后，共办理入职xx，离职xx(均包括商户停业员)，共无xx商户要求代聘停业员，其外未落实的无xxxx，其缺为商户要求太高，不到符合的人，或商户给出的待逢低有人情愿去。

>三、考核方面

1)公司，设计了xx°考评表，涉及的部分无：财务部、正常行政管理职员、实习停业员、阛阓管理职员。正在年头年月进行了使用，左旋肉碱，不过随灭公司架构、管理职员的不断变动和我工做量的变迁而没无得到延续。

2)依照公司x月调零的要求，设计了各部分的绩效考核表，包括：副分、售后部、财务部、商管一部、商管二部、招商部、市场部、筹谋部。

3)x月整理了公司绩效管理制度和考核体系，对各项目标进行了再一次的汇分。

4)分的来说，xx年的考核工做完成的不是那么抱负，脚踏实地的说，公司的绩效管理体系并没无实反建立起来，那取公司大状况有关，但我的工做做的不敷也是缘由之一，xx年将做出改进。

>四、薪酬方面

1)正在公司分经理的带领下，编削、圆满了公司薪酬布局表;

2)x月对公司的整体薪酬做出调零，对公司员工的底薪等进行调零，全公司工资部分整年为万元，奖金依照公司销售状况按比例核算;

3)对各部分的奖金方案进行了调零，并随灭公司副分级管理职员的管理部分变迁而不断进行奖金方案的编削，举例：售后部方案从x月到xx月共编削了xx。且每次编削都无大量的测算工做。

4)每月对各部分上报的各项报表进行审核，进行薪酬核算，并对各部分薪酬比例进行综合。

5)xx年正在薪酬管理方面，只是做了简略的核算及综合工做，没无做到历程控制，没无实反起到为公司决策层提供决策依照的做用，正在xx年将做出改进。

>五、其他工做

1)正在体系外，设计增添了“人事管理体系”，包括了职员基本消息、培训状况、同动状况等，进行其一样平常维护工做，包括：录入员工档案、转反录入、离职录入、同动录入、培训录入等。

2)日凡人事档案的清算。

3)各部分的衔接工做，包括和卖场等部分和谐收取员工服拆费和从事商户关系等。

4)公司内部一样平常劳动让议的从事。

**商场设施规划论文范文 第十一篇**

（一）活动目的：1、以圣诞节为契机，通过策划一系列促销活动，进一步宣传超市的整体形象，提高超市在顾客中的知名度。2、借组圣诞节节日的到来，策划实施一系列大型促销活动，刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，最大限度的扩大销售额。

（二）活动主题：激情圣诞节，感恩大回馈。

（三）活动布局：1、场外：A、巨幅：根据超市门面实际尺寸联系制作，内容为“无礼物，不圣诞—激情圣诞感恩大回馈。”B、展板：主要公布此次主题促销活动的所有内容和详情，传达活动信息，吸引顾客。C、橱窗：设计制作关于圣诞节色主题橱窗广告，增加节日的喜庆气氛。D、圣诞树：采购一棵圣诞树摆设在超市门口，方便突出圣诞气氛。2、场内：A、挂饰：设计制作以圣诞节为主题的各种挂饰，烘托喜庆的节日气氛，美化卖场环境。B、在商场设计制作一系列广告宣传牌，美化环境，传达信息。C、卖场内专设巧克力专卖场，按照捆绑类商品、冲饮类，摆放堆头，要求在卖场醒目显眼，能吸引顾客的目的。

（四）活动宣传：1、海报宣传：在卖场门口宣传栏贴上宣传海报，通过海报宣传此促销活动内容。2、汽车车身宣传：汽车具有移动性，可以更好的宣传此次促销活动。3、超市商品杂志宣传：在超市商品杂志中列出此次促销商品，做到更好宣传目的。4、微博宣传：通过微博宣传让更多消费者知道这次促销活动。

（五）活动方案：

1、特价促销活动:选择30种商品以“圣诞感恩大回馈价”促销，商品价格下降15%-20%左右，来吸引更多的顾客购买。特价促销涉及的费用由厂商负责，但国光超市要做好这些商品的广告宣传，展台布置和商品陈列。如：地下商场可以一些大米之类的进行特价，还有饮料类、巧克力类等商品特价。一楼化妆品可以8折促销、二楼鞋包8折促销、三楼服装买300送100等一系列的特价促销活动。

2、赠送促销活动：另选择30种物品通过买一送一，买大送小的促销方式，刺激消费者购买更多的商品，赠送促销所涉及的商品由该厂商负责。但国光超市要做好宣传及商品陈列等。如:大好大瓜子买一送小，乐事薯片买一送一，格力高饼干买一送小等特价商品赠送促销活动。

3、抽奖促销活动：消费者在国光超市消费满88即可参加抽奖活动，消费者凭其消费小票获得抽奖小票进行抽奖。奖品丰富且具有纪念价值。设有一等奖一名获ipad平板电脑一台，二等奖三名获数码照相机一台，三等奖有纸巾、洗衣服等礼品。这一活动做到了对消费者的感恩回馈。

4、健康、快乐礼品，礼金送上门促销活动：联系2-3家食品厂商，以双方的名义在圣诞节期间进行礼品、礼金送上门活动。

赠送对象：超市会员中去年消费总额前50名。

赠送物品：优质香肠一袋、精品奶粉一袋、5升食用油一桶，这些食品都是国家认证绿色食品，由厂商负责。

赠送礼金：680×50=34000

邀请部分媒体进行报道，做到树立企业在消费者心目中的良好形象，提升超市和商家的知名度、美誉度。为超市圣诞节期间的促销活动营造和谐气氛。

5、商场路演：在平安夜这一天举办路演活动。如：情侣互相做一个节目则可以获得一份礼品，带动商场气氛。圣诞老人给小朋友送礼物，带动活动气氛。每个人可以获得一张许愿纸，人们可以把新一年的愿望写上，贴在许愿牌上。可以安排一些唱歌、跳舞活跃气氛，达到活动的高潮。

**商场设施规划论文范文 第十二篇**

1、优势：国光是赣州最早的超市，因此其消费者都是老客户，客户的忠诚度高。国光超市的布局为地下商场卖食品、一楼化妆品、手表珠宝类、二楼为鞋包类、三楼为服装类、四楼为家电类、五楼为文具图书类。这一布局让消费者可以一站式消费，这对于其他超市具有优势。国光超市布局在赣州市的市中心，交通便利人流量比其他超市大，并且其停车服务较好。

2、劣势：国光超市地下食品超市货架分布不合理，并且人员管理上存在着问题，货架商品不是定期检查，新旧商品摆放问题严重，造成老产品积压过期。由于国光连锁超市越做越大，服务问题也日益突出。相对于大润发来说，其服务在广大消费者心目中越来越好。天虹百货其货物每3天定期检查，食品日期在保质期日期一半时，其商品就下架，这给广大消费者提供了最新鲜的商品。而国光在这方面存在着劣势。

3、机会：圣诞节和元旦毗邻，这一时期开展促销活动可以达到促进销售额和巩固市场地位作用。相对于其他大型超市，国光超市位于红旗大道，旁边为市中心的商业一条街，在圣诞节人们购物完到超市消费的距离短，人们更愿意到这消费。并且国光超市和政府部门合作，其购物券是一大优势。这给国光带来了机会。

**商场设施规划论文范文 第十三篇**

一：超市背景

经管实训超市20\_\_年在西区创立，经过三年的精心奋斗，同时在经管老师、经管学院的店长的运营中，经验丰富，有着不同于其他超市的运营模式。现在，入驻东区，学院及其师生的斗志激昂，而且，经管学生的理论知识也在不断丰富，需要将理论与实践相结合。东区校区有大学生接近2万的群体还有学校教师，又由于东区在郊区，一些设施不是太完备，教学超市在校园内开业，大大增加了学生、老师购买生活用品的便利性。

二：市场机会

(一)、市场特征

通过对宿州学院市场调查和本校园的环境分析，宿州学院有着巨大的学生消费市场。首先，近几年教育部对高校生源扩招使得高校园区及本学校的学生极具增加，更扩大了该地区的消费市场。再加上人们生活水平的提高和追求时尚使得学生对消费观念有了很大的改变。消费，在他们生活中必不可少，所以在学校里创办教学超市很有必要。

校园超市是校园文化、校园服务和校园经济有机结合的综合场所。它服务于在校所有的人及周边的人，给学生和老师带来很大的方便。但超市的最终目的还是盈利，要抓住所有机会分析市场动态参与市场竞争给超市带来最大的利润。

(二)、市场竞争

1、原有校园超市因新建寝室楼而拆除，给我们教学超市带来了很大了机遇。

2、竞争优势：近年高校大规模扩招，附近各高校学生数量大幅增长，保证了校园超市有强大的消费人群。方便快捷，相对外面商业街距离短。在急需购买商品时首选校园超市。地理位置距离学生近、集中。商品价格相对于外面便宜的多，商品质量能够保证消费者的需求，信誉度值得信赖。

三：消费者分析

按消费人群和消费品需要来分可分为以下三方面：

(一)、学生消费群体分析：

1、学生消费观念：通过市场调查报告显示，部分学生每天都会消费，并且一半以上的学生希望学校能有个相对大的超市。他们喜欢购买生活用品方便快捷，每当需要购买急需用品时学生首选的是校园超市而不是校外的商业街，且对产品质量要求经济实惠。

2、学生的消费能力：现在越来越多的学生都是独生子女，并且家里的父母对自己孩子的消费放的比较宽松，这就使得学生在学校有了很大的自由购买选择权，随意购买自己喜欢的学生、生活用品。

(二)、教师消费群体分析：

1、老师消费观念：虽然老师的生活观念相对于学生来说是比较成熟的，但是在办公室的生活用品和办公用品是他们必不可少的，当需要时也要购买。对老师来说希望方便快捷的生活观念比学生要更强，所以他们购买用品时首选的一定是校园超市。

2、老师的消费能力：老师已经是社会群体，他们有了稳定的工作和稳定的收入具有了经济实力，当他们需要时就会豪不吝啬的购买所需一切，而他们在校园时的购买地点很可能就是校园超市。

(三)、机会消费群体分析：

学院活动必用品：这是一个比较大的市场，在学校每当办晚会时在场景设置和奖品方面的购买费用就需要很大的数目。而这笔钱又不是个人来付款，所以在上级安排部下购买这方面的必用品时从不在价格上斤斤计较，并且所买的数量大种类多。只要超市所卖的物品货真价实并且价格相当于外面商业街的价格便宜就能让这类人群成为我们超市的忠实客户。

四、超市战略

(一)、超市宗旨：

向学生提供优质的生活，学习，娱乐物品，一切为学生服务。

(二)、发展战略

第一阶段：超市即开业起，在东区逐渐站稳脚跟，打开并初步占领学校的消费群体

第二阶段：发展物流业务，超市里提供自行车派送，支持订货，送货上门等服务，超市里支持VIP，会员制，并且与食堂进行合作，可以订饭

**商场设施规划论文范文 第十四篇**

一、售前的准备工作

1、装修活动开始之前要做好店铺的装修工作突出活动的主题将主促商品美化好。

2、营销做好店铺商品的关联营销搭配好推荐套餐例如外套打底衫裤子 等平时的促销手法也不能停如收藏有礼满就送好评送金关注送卷等。

3、选品活动商品要挑选具有优势的产品比如价格优势款式新颖质量过硬等。当然所有所售商品一定要有自信不要以次充好好的产品才会带来更多的回头客更多的好评更高的DSR评分更低的退换货率减少客服和库房的工作量降低运费成本。总之产品一定要物有所值。

二、售中的跟进工作

活动进行中最忙最亲苦的要数客服和库房的兄弟姐妹们了各部门负责人这个时候要配合、协调好他们的工作加上之前的准备工作已经做得很到位售中的时候鼓舞大家的士气是最重要的。最好在配备一个勤务员专门为客服和库房的员工服务比如端茶倒水、分配饮食等细微工作好让他们专心做事。

三、售后的服务工作

**商场设施规划论文范文 第十五篇**

活动主题：低价风暴 全民疯抢(亲，你买了吗?)

活动时间：20xx年11月9日—20xx年11月11日

活动内容：

●活动一 全场5折 终极狂欢(20xx年11月11日)

20xx年11日11日10时起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城!

(注：务必使全场参与活动，以达到集群效应。)

●活动二 购物有礼 幸运随行(20xx年11月9日-11月11日)

凡活动期间在购物的顾客，单张水单金额满11元，均可参加抽奖活动。

一等奖 1名 品牌智能手机一台 价值1111元

二等奖2名 超市购物卡一张 价值111元

三等奖6名 真空保温杯一个 价值60元

四等奖20名 心相印卷纸一提 价值 30 元

参与奖20xx名 精美礼品一份 价值2元

(注：抽奖为即开即对型刮刮卡，礼品以实物呈现。)

●活动三 一个人的节日 双倍的甜蜜(20xx年11月11日)

购物满11元+1元 赠2个棒棒糖(2元/ 个 ，200份)

购物满111元+11元 赠2盒巧克力(25元/盒，40份)

(甜蜜有限，礼品送完为止。)

活动费用预计：

1、抽奖刮刮卡预计成本1000元，奖品成本8000元，总计9000元。

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本1500元。

3、海报及广告宣传费用5000元。

此次活动预计总体费用15500元。

(注：活动7000元可由商家分摊，活动前期将分摊费用与商家谈判敲定，方便活动顺利开展。)

活动宣传：

1、广告投放，采用报纸提前3-5天投放2期。

2、大型外立面广告宣传及超市DM单相结合，做到醒目，吸引顾客。

3、采取超市播音加场外促销宣传等方式，加大宣传力度。

4、采取地贴、吊旗和宣传指示牌，加上喜庆的音乐营造良好的活动氛围。

**商场设施规划论文范文 第十六篇**

>一、严格管理、高效沟通，愉快工作，工程部工作计划。

进一步完善内部考核激励机制，充分发挥员工的积极性与主动性，建立一套合理有效的培训方案，培养员工的多方面能力，促使员工成为一岗多能的万能工，加强各班组、各工种间的技术交流与学习，提高部门的整体战斗力。以多种形式加强部门与员工之间的沟通，积极推行商场的企业文化，丰富员工的业余文化、生活。扭转员工散漫的工作作风，提高部门的服务水平，从而为员工愉快地工作创造良好的条件，形成团结、紧张、活泼的氛围。

>二、节能降耗、狠抓本钱，势在必行。

基于目前我们商场的能耗情况，节能潜力较大，商场的功能布局调整改造逐渐减少，工程部将集中精力进行设备的节能改造，通过改造与管理双管齐下，商场能耗定会控制在较为合理的水平。在维修材料及废旧材料管理上，坚持能自主解决的不找厂家、能回收利用或拼装使用的不找采购、能维修的零件不找仓库的原则，整理各个分散材料点的资源，分类管理，避免重复购买，在商场设备第九年故障高峰到来之时，加强巡检保养，严格控制维修本钱、折旧本钱。

>三、主动维修、高质高效、满意服务。

继续深入学习“海景”先进经验，变被动维修为主动维修，变事后维修为事前检修。提高维修、运行人员的服务水平，为商场打造品牌提供坚强的硬件保证。以一线部门满意为起点，以客人满意为终点，努力提高维修效率、维修质量。

在吸取工程月度巡视检查工作质量和效果的基础上，我们不断总结经验，更深刻地认识到对各地区定期工程月度巡视检查的必要性和重要性，规范的工程管理必须要清楚地掌握和了解现场的管理动态和实体质量，及时发现和解决问题，规范生产行为，对整个工程管线系统良好的管理有极大地推动作用，在今年规范月度巡视检查工作中，我们重点做好如下工作：

（1）与集团工程管理中心各部门同心协作，制定集团及地区系统的《工程月度巡视检查细则》，我们根据各地区在建工程实际情况，明确每次检查的主要内容及效果，认真做好总结，严格按集团相关管理制度及《集团工程管理中心激励产品实施细则》，做到奖优罚劣，并将检查结果以书面形式给以通报。

（2）规范、强化各地区工程月度检查，并将检查及跟踪复查效果作为对各地区绩效考核的关键指标，同时，要求各地区月度检查做到：“地区及项目领导参加，检查目的及结果明确，分组分工细致，对问题的点评分析清晰、透彻，对上月存在的问题跟踪到位，奖罚分明”。

强化工程监理责任，发展全能监理

结合我们现行的工程管理模式，在相对完善的工程监理管理制度下，在监理工作中给予充分授权。

**商场设施规划论文范文 第十七篇**

一、极限挑战 满100送50代金券

活动时间：5月X日——5月X日

活动规则：凡同一专柜单张电脑小票购物满100元者，可赠送50元代金券，满200元，可赠送100元代金券，以此类推，代金券在本商场指定区域内消费，其他区域不接受代金券。

二、购物抽大奖 天天送大礼

活动时间：5月X日——5月X日

活动规则：

1、凡单张电脑小票购物满100元，均可参加抽奖，单张电脑小票限抽5张;

2、当场抽奖，当场兑奖，隔日过废;

3、奖项设置为：

一等奖：100元现金券

二等奖：50元现金券

三等奖：5元现金券

纪念奖：笔记本一个

三、电影文化夜 场场都经典

活动时间：X月X—5月X日

活动规则：每晚放映一部电影大片，或举行一场精彩的文艺晚会;

四、入会送旅游 情侣大派对

活动时间：5月X日-X日

活动规则：活动期间，凡购物满300元者，均可申请成为贵宾。顾客当天累计购物满1000元，贵宾满500元，或贵宾积分达1000分以上者，均可免费参加本商场举行的ji体某某山等自助游活动。

低价旋风 席转海南

五月 某商场有大事!

5月X日：

妈妈，今天是您的生日!

某商场祝天下母亲节日快乐!

1、深深祝福显真心：商场特开通真情告白栏与祝福点歌台，顾客朋友可在商场为母亲留下最深情的祝福，并为母亲点歌。

2、康乃花香献母亲：凡单张电脑小票购物满100元者，送康乃花一枝，单张电脑小票限送3枝;

5月X日：

超级贵宾日!

品味时尚、尽显尊贵!

入会了吗?入会送豪礼，购物送旅游，X日贵宾日。。。

不做上帝，做某商场贵宾。

**商场设施规划论文范文 第十八篇**

一、工作职责

1、企划部经理：本着扩大公司销售额的目的，负责协助和指导所有对于达成公司预期销售和毛利有帮助的促销工作。

2、宣传主管：负责本公司各种对外、对内宣传广告工作及种展览活动的计划和执行。

3、装饰主管：负责商场内外各橱窗和促销场地的装饰，制作SIGN和POP。

4、特别活动员：按照公司的促销策略、组织、计划、实施各种特别活动。

二、促销的时间及主题

一月份;元旦迎新活动、新春大优惠、春节礼品展、除旧迎新活动、结婚用品、礼品展、年终奖金优惠购物计划、旅游商品展销。

二月份：年货展销、情人节活动、元宵节活动、欢乐寒假、寒假电脑产品展销、开学用品展销、玩具商品展销、家电产品展销。

三月份：春季服装展、春游烧烤商品展、春游用品展、换季商品清仓特价周、“三八妇女节”妇女商品展销。

四月份：清明节学生效游食品节、化妆品展销会、礼品展。

五月份：劳动节(5/1)活动、夏装上市、清凉夏季家电产品节、母亲节商品展销及活动、端午节商品展销及活动。

六月份;儿童节(6/1)服装、玩具、食品展销及活动、考前补品展销、考前用品展销、饮料类商品展销、夏季服装节、护肤防晒用品联展、热带水果节。

七月份：欢乐署假趣味竞赛、商品展销、暑假自助旅游用品展、父亲节礼品展销、COOL在七月冰激凌联合促销、暑假电脑促销活动。

八月份：夏末服饰清货降价、升学用品展销。

九月份：中秋节礼品展销、教师节、敬老礼品展销、秋装上市、夏装清货。

十月份：运动服装、用品联合热卖、秋季美食街、大闸蟹促销活动、金秋水果礼品展、国庆节旅游产品展、重阳节登山商品展、入冬家庭用品展、羊绒制品展。

十一月份：冬季服装展、火锅节、护肤品促销活动、烤肉节。

十二月份：保暖御寒用品展销、冬令进补火锅节、圣诞节礼品饰品展销、岁末迎春商品展。

三、如何策划购物中心、百货商场、超级市场的形象促销

(一)主题活动：主题活动的目的主要是提升整个店铺的形象和气氛，或提高某种商品的短期销量。

(二)公益活动：公益活动一般在商场所在的社区参与社区的建设或其它活动。此活动一般是非盈利性的，但可增强商场的亲和力，保持商场在社区居民中良好的社会形象。

四、如何成功策划购物中心、百货商场内的商业促销活动

1、新品上架

2、限时特价销售

3、派送赠品

4、赠送包装

5、加量包装

6、抽奖活动

7、积分卡或积点兑换

8、返还和优惠券

9、系列商品展销

10、以旧换新

11、公司内部销售竞赛

五、把握时机商场、购物中心做促销活动，策划为先，最重要的是宣传与推广

促销的基本目的是要提升业绩，树立商场的价格形象，巩固老顾客对商场的忠诚度，开发新的顾客，增加市场的占有率。有效的宣传媒体通常有以下几种。

1、电视

优点：直接、快速、范围广、动态画面且色彩清楚。

缺点：广告制作耗时，顾客可选择的电视台较多，被顾客观看的概率较低。

广告费用高，出现的频率较少而且时间短。电视广告有一定的时段差异，除黄金时段外，其它时段效果差。

注意事项：区域性促销不宜做全国广告，可尝试在地方台做广告。若不是大型活动，不必做电视广告。

2、广播电台

优点：收听广播不受地点限制，广告到达率高。广告费用较低。广告内容更改容易，只须更改录音既可。制作主题明确，对象易掌握。广播电台大部分为地区性的，可以根据地区性顾客的实际情况作促销宣传。

缺点：广播电台广告被收听的几率相对较低。没有影像，无法把产品的包装或外观传给顾客。有区域性不能小满足大型活动的需要。

注意事项：事先了解节目收听的对象，找到合适的顾客群广告才有效果。可利用电台不同的区域功能，做不同的促销广告。

3、报纸

优点：包装版面可调整控制，可根据广告费用预算来选择报纸的种类及版面。广告内容、设计更改容易，机动性大、报纸普及率高而且报纸广告较为经济、文字的表达、描述弹性大有足够的空间。

缺点：报纸纸质较差，且彩色排版效果不佳，影响到刊登的品质及公司的形象。如没有安排到好的版面，很难引起阅报者的重视，广告效果差。

注意事项：报纸广告的商品内容或主题内容必须精挑细选，才能吸引顾客来店购买。报纸稿的审稿必须仔细。

4、杂志

杂志广告的保有期限长，广告延续效果好。杂志的分类和读者群的分类也很明确。除了刊登介绍公司形象的广告外，一般商场不适合在杂志上做广告。

5、户外广告

优点：字体显眼明了，图案简单鲜明。可装设霓虹灯或射灯，增加夜间的广告效果。

缺点：是到台风、暴雨需要检修，增加后期的维护费用。

注意事项：板材质量好坏，须事先考虑预计使用的年限。

6、交通车广告

定点定时出现，对某部分人接触率很高。车站人潮集中，广告效果好。可利用车内的椅套、灯箱、外车体做广告。交通车广告有一定的成效，但须注意字体要大，且较合开幕或大规模促销活动，小活动不必做此广告。

7、夹报

优点：可将信息有效的传递给订报者，可根据目标商圈搜作夹服，以达到掌握商圈顾客的目的。可依据报纸性质的不同，来选择夹报的报纸。

缺点：夹报时间大都在深夜，必须派人监督。夹报的对象、年龄层、客户层较复杂，较特殊的促销活动要事先考虑是否有效。

8、快讯DM(DirectMail)

优点：主题明确、DM内容印制精美、商品丰富可看性高，可以配合附送优惠券等。

缺点：现在的DM泛滥，顾客收到后可能不会翻阅或收到后随手扔掉。

六、购物中心、百货商场、超级市场如何策划供应商的促销活动

1、采购提前二周确定DM品项。

采购应在二周前就与供应商接触，对本期DM商品的价格和数量进行洽谈，以确定DM商品输入电脑并做变价动作。

2、企划部在采购人员确定DM商品后，到楼面收取样品进行拍照。

DM商品如属新产品，则需采购人员通知供应商携带样品前来拍照，并于制作过程中添入价格栏目;如属特价商品，则需有明显标志，最后打出本期DM之初稿。

3、初稿完成后，采购人员应认真仔细核对DM初稿，如有变化或差异应迅速更正，最后确定初稿并交企划部彩印。

4、当DM完成彩印后，通过邮递或分发等方式，传递到消费者手中。楼面工作人员应到电脑部领取快讯清单，熟记下期DM商品。

5、楼面人员按DM清单做出端架计划时，需遵循以下几项原则：

A、商品相近原则;

B、整体规划原则;

C、最大销售额原则。

6、楼面人员核实DM商品的订单及到货情况，查看订货量是否充足，如货量少时，则可暂时将几个商品并作一个端架陈列;货量多时，则可做退货。

楼面人员到企划部申请POP卡：POP卡是指商场为促进销售的广告，也称销售时点广告。凡是店内提供商品与服务信息的广告、指示牌、引导等标志都可以称为POP广告。POP卡是介绍DM商品品名、价格且悬挂于货架旁的广告纸，它具有强烈的视觉效果，可刺激消费购买欲望。

7、更换端架：时间为此期DM的前一天下午18：00到晚22：00，更换步骤如下：

A、首先撤掉端架所陈列的上期DM商品，将其补充到货架，使排面丰满、多余商品分箱装好，上库存区，填写库存单的品名、数量以便补货;

B、清洁空端架，及时将新DM商品拖到空端架位前，此时不能影响现场销售、堵塞通道，商品陈列应齐肩高，陈列时要保持周边区域的卫生并及时清除空纸壳等杂物;

C、所有新DM商品的陈列应在快讯前一天22：00前逐一完成;

D、撤除上期DM快讯商品POP卡和价签，不能有遗漏。

E、更换新DM商品和POP卡和价签。

8、新DM生效当天，楼面人员逐一检查新DM商品的电脑售价与DM宣传单、POP卡是否一致，如有错误，立即做电脑更正。

9、为方便消费者咨询及加快收银速度，客服员与收银员应熟记新DM商品，楼面人员检查上期DM商品价签是否恢复原价。

10、新DM商品的销售。

**商场设施规划论文范文 第十九篇**

>一、活动目的

通过重阳节超市促销活动的开展，表达对老年朋友的深深祝福。

>二、活动主题

菊品为尚，情浓重阳。

>三、活动时间

促销活动时间为重阳节前后九天。

>四、活动内容

1、九九重阳节，金菊贺天伦

(1)活动期间，凡在本超市购物满99元，可凭小票到服务台领取金菊一盆。

(2)活动期间，超市会请医务人员帮中老年人免费测量血压。

(3)活动期间，凡满66岁的老年消费者均可获得超市送出的精美礼品一份。

2、重阳购物，好礼不断

重阳节期间，凡购物满99元，送精美礼物一份

满198元，送面值50元的购物卷

满297元，送送面值100元的购物卷······依此类推。

3、向健康老人、幸运老人送真情

(1)活动期间，每天前10名满66岁的老年顾客可获得超市送出的积分卡和礼物一份。

(2)活动期间，生日的老年顾客可获本超市送出的长寿面一份和生日蛋糕一个。

10月26日是重阳节，为了弘扬中华民族的传统美德，我校德育处和少先队大队部将开展“念亲恩、感亲意、抒亲情”——重阳节敬老活动。现将有关安排如下：

>一、指导思想

通过形式多样、富有实效的敬老主题活动和良好的社会氛围的渲染，展现龙王小学少先队员尊老敬老的精神风貌，进一步营造敬老、亲老、爱老、助老的社会风尚；激发全体队员孝老爱亲的内在自觉，并由爱家、爱老推及到爱国、爱社会，进一步树立社会责任感和历史使命感，积极投身到和谐社会建设中来。

>二、主要内容

根据青少年的特点，在各中小队中开展丰富多彩的“念亲恩、感亲意、抒亲情”主题系列活动，通过活动展现新世纪小学少先队员孝老爱亲的良好精神风貌。

1、以中队为单位，班队课上各班开展以“念亲恩、感亲意、抒亲情”为主题的班队课，进行家庭美德教育，引导少年儿童孝敬父母长辈，学会感恩。

2、小小真心话。利用课外活动的时间，每位同学准备一张漂亮的贺卡，将自己想要对父母、长辈说的祝福语或最想表达的感谢语写到纸上并带回家送给自己的父母长辈；

3、开展“爷爷、奶奶的重阳节，我做主”的活动，要求少先队员们开动脑筋，为爷爷（奶奶）设计一个有新意的过节方案，向长辈们送上节日深深的祝福。建议少先队员可以为爷爷、奶奶准备一根拐杖，方便他们平时的出行；可以陪爷爷、奶奶锻炼身体，大家一起来运动；也可以陪爷爷、奶奶聊天，陪老人们说说话，谈谈心，还可以帮助爷爷、奶奶做点

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！