# 超市企划实习总结

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2025-02-27

*第一篇：超市企划实习总结企划部实习报告前言时间在车流人流中无情的流逝，弹指之间，2024年已渐入盛夏，回头看一下2024—2024年实习情况：部门领导的指导下对各项工作认真主动认真完成领导交给的每项工作任务，注重与同事之间的通交流及合作，...*

**第一篇：超市企划实习总结**

企划部实习报告

前言

时间在车流人流中无情的流逝，弹指之间，2025年已渐入盛夏，回头看一下2025—2025年实习情况：部门领导的指导下对各项工作认真主动认真完成领导交给的每项工作任务，注重与同事之间的通交流及合作，不断积累工作经验，经过这段时间的努力，现在已经能够独立承担本职岗位工作，并坚持一切从我做起，实事求是，努力认真，工作力求仔细，坚守岗位工作为原则，积极主动做好自己的本职工作，努力配合各部门的工作。在工作方面，兢兢业业、坚守岗位，一切以工作为重，服从领导安排，认真完成领导交给的每一项任务；虚心向同事们学习工作方面的知识，注重与同事之间的团结协作，与同事们相处融洽；工作认真主动，按时按质完成本职工作任务。现将本人在湖北省\*\*\*\*\*\*商贸集团丹江购物广场企划部的实习总结和思想汇报书写如下：

工作总结

一、工作情况

1．服从管理，自觉遵守公司基本准则

在湖北省\*\*\*\*\*\*商贸集团入职三个月后调入\*\*\*购物广场企划部，入职后，严格遵守公司仪容仪表规范，常备事物从不敢忘，尊敬领导，团结同事，坚持公司礼仪，不早退不迟到，早会认真，部门会议严谨，积极响应支援任务及迎送宾规定，对顾客热情、友善，各项公司基本坚持情况良好。

2．围绕发展，踏实完成领导部署

入职半年，经历了教师、七夕、中秋、国庆、连锁周年庆、圣诞、春节等重大节日，也一一接触了本部门各项工作内容，逐步完成从不合格到合格的蜕变。

（1）广告宣传方面：

在部门领导的率领下，深入走访了商场周边各社区、人流聚集区域，大量投放了各档期宣传制品，长期坚持了卖场日限商品广告投放任务，细心探索发掘了宣传热点和盲点，努力提升顾客客单价和日销售。

具体措施如下：

1.在活动开始前一天投放游街车，并且在游街车不能到达的区域与百货专厅联合做腰鼓队宣传。

2.在夏季晚间在门口播放晚间电影以聚集人气

3.加大外围沟通，预计校聚集区域做点对点购物车接送

4.深入基层，了解居民喜闻乐见的宣传方法；寻找报价更合理，服务更到位，质量更优越的广告公司合作伙伴

5.针对海报分发，行走基层，了解商圈及住户消费情况，根据活动重点进行针对性发放，同时在发放过后进行检查，根据责任人制追究到个人。

（2）卖场装饰方面：

在部门领导的指导下，接触了节日氛围营造，看到了营造氛围带来的影响，懂得了营造气氛的目的和形式；除此之外，参与了卖场新品、惊爆商品、企划活动的氛围制作，对运用卖场装饰有了新的认识和了解。同时针对门店情况作出节日等级规划和费用预算

（3）平面设计方面：

在部门领导的指点下，多次实践了常规宣传制品和卖场装饰物的平面设计工作，在重大节日和重点大力度活动的时候对于场外喷绘宣传突出主题和主要活动，以达到吸引顾客和积聚人气的作用，同时在具体的操作中懂得了一些在学校和教科书上所了解不到的设计软件的使用技巧，并融会贯通，将其使用在平时的工作中。例如：CorelDRAW快捷键

F1：帮助信息 F2：缩小 F3：放大

F4：缩放到将所有对象置于窗口中 F5：手绘(Freehand)工具 F6：矩形(Rectangle)工具 F7：椭圆(Ellipse)工具 F8：美术字(ArtisticText)工具 F9：在全屏预览与编辑模式间切换 F10：形状(Shape)工具

F11：渐变填充(FountainFill)工具 F12：轮廓笔(OutlinePen)工具

Ctrl＋F2：视图管理器(ViewManager)卷帘窗 Ctrl＋F3：图层(Layers)卷帘窗 Ctrl＋F5：样式(Styles)卷帘窗 Ctrl＋F7：封套(Envelope)卷帘窗 Ctrl＋F8：PowerLine卷帘窗

Ctrl＋F9：轮廓图(Contour)卷帘窗 Ctrl＋F10：节点编辑(NodeEdit)卷帘窗 Ctrl＋F11：符号(Symblo)卷帘窗

Ctrl＋A：对齐和分布(AlignandDistribute)卷帘窗 Ctrl＋B：混成(Blend)卷帘窗 Ctrl＋C：拷贝到剪贴板 Ctrl＋D：复制对象

Ctrl＋E：立体化(Extrude)卷帘窗

Ctrl＋F：使文本嵌合路径(FitTextToPaht)卷帘窗 Ctrl＋G：组合对象

Ctrl＋J：选项(Options)对话框 Ctrl＋K：将连在一起的对象断开 Ctrl＋L：联合对象 Ctrl＋PgUp：向前移动 Ctrl＋PgUp：向后移动 Ctrl＋Q：将对象转化成曲线 Ctrl＋R：重复上次命令 Ctrl＋S：保存

Ctrl＋Spacebar：选取(Pick)工具 Ctrl＋T：编辑文字(EditText)对话框 Ctrl＋U：解除对象组合 Ctrl＋V：粘贴

Ctrl＋Z：执行撤消(Undo)操作

Shift＋F8：段落文本(ParagraphText)工具

Shift＋F9：在Full－Color和WireFrame模式间切换 Shift＋F11：标准填充(UniFORMFill)对话框 Shift＋F12：轮廓色(OutlineColor)对话框 Shift＋Pgup：将对象放在前面 Shift＋Pgdn：将对象放在后面

Alt＋F2：线性尺度(LinearDimensions)卷帘窗 Alt＋F3：透镜(Lens)卷帘窗 Alt＋F4：退出

Alt＋F5：预设(Pre sets)卷帘窗 Alt＋F7：位置(Position)卷帘窗

Alt＋F8：旋转(Rotate)卷帘窗

Alt＋F9：比例和镜像(Scale＆Mirror)卷帘窗 Alt＋F10：大小(Size)卷帘窗

Alt＋F11：斜置(Skew)卷帘窗Spacebar：在当前选中工具和Pick工具之间切换Tab：循

环选择对象

Shift＋Tab：按绘图顺序选择对象 Del：删掉一选中的对象或节点

（4）POP制作方面：在部门领导的教导下，从卖场POP价签书写入手，历经半年认真汲取和坚持不懈的锻炼，已能初步制作商场日常所需的各类POP。并且为了更好的做好幕后工作，规范POP的报写张贴流程特制作了一下表格以供生 鲜、非食、食品等营运部门使用

（5）活动策划方面：

在部门领导的传授下，紧紧围绕实现业绩预算为目标，将提升业绩做为首要任务，结合自身实际，参与策划了一些中、小型活动。认真分析了案例意义，深入观察了案例效果，仔细思考了案例利弊，在一次次实践中不断完善，不断创新，策划能力有了稳定提升。

具体措施如下：

1.海报到位后迅速发放到各部门主管，以供寻找差异即使更正和通告，避免客诉纠纷；

2.组织各部门在海报活动开始当天早上进行活动学习，并进行抽查； 3.活动过程中认真汲取顾客意见，及时反馈到公司营销中心，保证下次活动以作改良；

（6）活动执行方面：

在部门领导的指挥下，多次投入了各类重大活动现场，参与并完成了活动内容，活动过程中严格按照活动部署认真执行，积极反馈了顾客诉求，耐心做好了解释工作，沟通能力得到了显著提高，同时对奖品和奖券的存放与使用做出了严格的规范。

1.在活动开始前能够准时将卖场内部宣传点位做好宣传；

2.根据情况及时做好游街车等外围宣传沟通工作，以期达到宣传目的； 3.活动结束，及时拆除装饰，避免不必要差错 4.结束后做好活动分析，上传公司（7）卖场巡查方面：

在部门领导的指示下，对卖场POP、装饰进行了多次全面检查，针对不妥、不行、不好等现象对营业部门同事进行了指导，并迅速帮助其更正和改善，有效维护了卖场形象。

（8）财务报账方面：

在部门领导的培养下，一一接触了常规入出过程，对公司财务制度有了清醒的认识，对实施步骤及注意事项有了深刻体会。

1.2.3.广告费用明细单广告公司审核后交予我处，进行审核，对时效、质量等，多方把关管控，最后签字 门店签字，上传公司审核

司审核完成后回传门店，之后走报账程序

（9）文字工作方面：

在部门领导的示范下，每月进行了工作总结，并提前对下阶段工作进行了研究，对销售数据的敏感性，以及忧患意识有了提高。

二、工作中的不足

1．自身主观能动性不强。在工作之余，没有自觉加强各项基本能力锻炼，对未知和不熟悉的领域探索欲望不够迫切。

2．超前意识不强。没有很好的分担领导和同事的重担，思维涣散，做事没有前瞻性。

3．忧患意识不强。在非节假日没有时常关注业绩走势，以致对客单量增跌趋势缺乏思考。

4．时效性认识不强。领导布置的一些任务没有较快完成，在催促之后才产生动力。

5．细节重视程度不足。在一些细节问题上，没有引起足够重视，以致贯彻执行能力大打折扣。

6．有畏难情绪。遇到较繁复的工作，常常心浮气躁，手脚放不开，思维扩散不了，致使工作被动。

思想汇报

半年下来，工作头绪已基本理清，做作总结为了巩固所学的专业知识，提高处理实际问题的能力，丰富实际工作和社会经验，掌握操作技能，也为了适应当今社会发展的需要，目前，改善工作面貌的行动正在进行。在理论联系实际过程中，我逐渐认识到成为优秀企划人员的道路仍很漫长和将所学知识用于实际工作上。也认识到“态度决定一切” 的重要性，在以后的工作和生活中我将继续发扬脚踏实地的优良作风，贯彻好精益求精的光荣传统和端正 的态度、求真务实的理念努力听取多方的建议和意见，将改善不足、提升能力作为重中之重，为公司门店在丹江的发展进步和腾飞略尽薄力。

张槿溪

二○一叁年肆月

**第二篇：超市企划项目完成情况总结**

企划项目完成情况总结sO100

本XX店的子项目是“提升单店企划水平”来提高XX店的人流量，达到城西人流量最大的卖常所以对于这个目标，XX店主要在单店企划方案制定与执行、单店企划人员的培养和单店卖场的形象上作为完成本次子项目的重要途径和手段，从有形的销售数据体现到无形的品牌知名度的提升，文秘部落人流量的增加最后达到销售数据的最佳体现，这样一个循环过程，我们也做了相应的努力。

第一项努力举措：05年企划方案制定与执行

05年1月到现在单店在执行总部的活动中，重视度有了明显的提高，在总部的活动中，我们除了很好的执行外，在不同幅度上，我们对于总部活动也做了很多的延伸工作，充分利用总部资源来提高单店销售。比如说宣传，无论是店内还是店外，海报、横幅、宣传单，都是我们加大宣传的主要途径，宣传幅度有了明显的升高。

05年我们除了很好的执行总部活动外，单店根据不同阶段做了相应的企划活动。

1、05年3月2日到05年3月8日，38妇女节重点做了团购活动和3.8日当天品牌商品3.8折，在卖场的气氛装饰上，也做了重点装饰。活动效果可以，团购与04年相比提升了10%。，品牌商品3.8折与活动前期相比增长了49%。

2、315消费者权益日

XX店与城区消协委在当日做了一个现场咨询、维修电器、理发、视力测试（洗眼镜、修眼镜架）、量血压、食品测试等公益性活动。消费者的消费意识相应增强了，这就是很好的体现。

3、2月22—23日品一品团圆，看谁最“谜”人？(元宵节)活动

重点是猜谜活动和供应商的买赠活动，当日客流量提升20%，销售提升了15%。

4、“低价狂飙爱心无限”,此活动是05年企划活动品位化的转折点。

5、五一劳动节场外大型的服装展，品项统一化。

6、六一对智残儿童的慰问。

7、六一节XX店首届蛋糕制作赛。

活动效果无论从有形的数据分析还是无形的公益形象分析，我们的营销模式在随着一个企业的发展而不断探索改变着，明显体现在五一节到现在，我们的营销方向在一步一步转变和一步步的提升，力求品质、品位、创新、满意的方向发展，来提高XX店品牌知名度。

第二项的努力举措：培养与提高单店企划人员素质

培养与提高单店企划人员素质主要培养是企划人员对企划方案的执行工作和文化素质的培养。企划方案的执行，包括执行前期，执行中和执行后期。执行前期我们对人员进行分工责任制，每天跟踪，每天汇报，直到活动开始；活动中跟踪检查每个细节，随机应变，针对不良现象和突发时间，进行调整和完善，但对于总部的活动，我们在执行跟踪的过程中出现了门店无法调整的问题。比如说：活动的赠品。量少，没有根据门店的个性情况，缺乏实际操作，即使叫货了，也无法按时到位，门店相对被动，导致门店执行难度大，无法给予顾客提供方便与肯定信息，顾客投诉多，产生了部分活动的负面效应，这对于无形中企业品牌的宣传是不利的。后期主要是活动结束后的财务问题、宣传整理工作和活动效果的分析工作，都一一相应落实。素质在完善与提高，从销售和工作的完成情况是可以体现的，近期的工作执行与到位较为明显。当然，这还远远不够，离始终目标是有一定距离的，所以要再接再厉，进一步完善，与销售同步，与企业品牌同步。

第三项努力的举措：维护与提高单店卖场形象

单店卖场形象也就是一个企业的品牌形象。它是有形的，也是无形的。有形的主要体现在卖场的装饰是否美观、文化信息窗口是否整洁、宣传张贴是否到位，销售数据是否明显提高。无形的主要体现在销售数据背后顾客的满意度、媒体与职能部门的关系建筑。无论是有形的还是无形的，我们都在努力与完善，有形的是带动无形的催化剂。所以我们重点在塑造有形。有形方面特别是近期，有了明显改善，当然卖场的pOp悬挂还是存在问题的，不够整齐，不够美观，不外呼硬件方面的原因：比如说pOp的挂杆，现象特别严重，装修前没有到位，没有根据大卖场空间特色去设置与改善，致使短期摆脱老卖场不良现象是比较困难的，前期的不到位，致使后期的工作量增大，浪费人力、物力，效果没有保障。其次是pOp挂牌（红色的一批），美观期限短暂，一个月时间出现pVC板翘皮现象，严重影响卖场的美观度和实质的使用度。根据这样的情况，门店本身也做了相应的调整与维护，但由于资金的问题，效果并不好。其次：总部的装饰配送，没有根据大卖场的情况，虽然要总部的活动只能讲究共性，但离门店的个性相距较远，悬挂不协调，小气，致使材料容易浪费，即使照常装饰，如意产生负面影响，不如不挂。

根据以上几方面的努力，要想达到客流量的提

**第三篇：超市企划项目完成情况总结**

企划项目完成情况总结

本XX店的子项目是“提升单店企划水平”来提高XX店的人流量，达到城西人流量最大的卖场。所以对于这个目标，XX店主要在单店企划方案制定与执行、单店企划人员的培养和单店卖场的形象上作为完成本次子项目的重要途径和手段，从有形的销售数据体现到无形的品牌知名度的提升，feisuxs人流量的增加最后

达到销售数据的最佳体现，这样一个循环过程，我们也做了相应的努力。第一项努力举措：05年企划方案制定与执行

05年1月到现在单店在执行总部的活动中，重视度有了明显的提高，在总部的活动中，我们除了很好的执行外，在不同幅度上，我们对于总部活动也做了很多的延伸工作，充分利用总部资源来提高单店销售。比如说宣传，无论是店内还是店外，海报、横幅、宣传单，都是我们加大宣传的主要途径，宣传幅度有了明显的升高。

05年我们除了很好的执行总部活动外，单店根据不同阶段做了相应的企划活动。

1、05年3月2日到05年3月8日，38妇女节重点做了团购活动和3.8日当天品牌商品3.8折，在卖场的气氛装饰上，也做了重点装饰。活动效果可以，团购与04年相比提升了10。，品牌商品3.8折与活动前期相比增长了49。

2、315消费者权益日

XX店与城区消协委在当日做了一个现场咨询、维修电器、理发、视力测试（洗眼镜、修眼镜架）、量血压、食品测试等公益性活动。消费者的消费意识相应增强了，这就是很好的体现。

3、2月22—23日品一品团圆，看谁最“谜”人？(元宵节)活动

重点是猜谜活动和供应商的买赠活动，当日客流量提升20，销售提升了15。

4、“低价狂飙爱心无限”,此活动是05年企划活动品位化的转折点。

5、五一劳动节场外大型的服装展，品项统一化。

6、六一对智残儿童的慰问。

7、六一节XX店首届蛋糕制作赛。

活动效果无论从有形的数据分析还是无形的公益形象分析，我们的营销模式在随着一个企业的发展而不断探索改变着，明显体现在五一节到现在，我们的营销方向在一步一步转变和一步步的提升，力求品质、品位、创新、满意的方向发展，来提高XX店品牌知名度。

第二项的努力举措：培养与提高单店企划人员素质

培养与提高单店企划人员素质主要培养是企划人员对企划方案的执行工作和文化素质的培养。企划方案的执行，包括执行前期，执行中和执行后期。执行前期我们对人员进行分工责任制，每天跟踪，每天汇报，直到活动开始；活动中跟踪检查每个细节，随机应变，针对不良现象和突发时间，进行调整和完善，但对于总部的活动，我们在执行跟踪的过程中出现了门店无法调整的问题。比如说：活动的赠品。量少，没有根据门店的个性情况，缺乏实际操作，即使叫货了，也无法按时到位，门店相对被动，导致门店执行难度大，无法给予顾客提供方便与肯定信息，顾客投诉多，产生了部分活动的负面效应，这对于无形中企业品牌的宣传是不利的。后期主要是活动结束后的财务问题、宣传整理工作和活动效果的分析工作，都一一相应落实。素质在完善与提高，从销售和工作的完成情况是可以体现的，近期的工作执行与到位较为明显。当然，这还远远不够，离始终目标是有一定距离的，所以要再接再厉，进一步完善，与销售同步，与企业品牌同步。

第三项努力的举措：维护与提高单店卖场形象

单店卖场形象也就是一个企业的品牌形象。它是有形的，也是无形的。有形的主要体现在卖场的装饰是否美观、文化信息窗口是否整洁、宣传张贴是否到位，销售数据是否明显提高。无形的主要体现在销售数据背后顾客的满意度、媒体与职能部门的关系建筑。无论是有形的还是无形的，我们都在努力与完善，有形的是带动无形的催化剂。所以我们重点在塑造有形。有形方面特别是近期，有了明显改善，当然卖场的POP悬挂还是存在问题的，不够整齐，不够美观，不外呼硬件方面的原因：比如说POP的挂杆，现象特别严重，装修前没有到位，没有根据大卖场空间特色去设置与改善，致使短期摆脱老卖场不良现象是比较困难的，前期的不到位，致使后期的工作量增大，浪费人力、物力，效果没有保障。其次是POP挂牌（红色的一批），美观期限短暂，一个月时间出现PVC板翘皮现象，严重影响卖场的美观度和实质的使用度。根据这样的情况，门店本身也做了相应的调整与维护，但由于资金的问题，效果并不好。其次：总部的装饰配送，没有根据大卖场的情况，虽然要总部的活动只能讲究共性，但离门店的个性相距较远，悬挂不协调，小气，致使材料容易浪费，即使照常装饰，如意产生负面影响，不如不挂。

根据以上几方面的努力，要想达到客流量的提升，直观的体现在于销售数据的体现。以下是04年与05年客流量的数据体现

05年与04年相比：

项目

时间段

总交易比数

总天数

每天客流量

提

升幅度

A

04.9.17-12.311317576

412669

B

05.1.1-05.2.1

131758

229

19353

05.3.1-05.6.2

104358

593

04年9月17日开张到12月31日，总交易比

数1317576，总天数104天，平均每天客流量12669人。05年1月份与3月份到现在（中间剔除2月份的过年时间，因为特殊节假日，人流量相对提升的较大，故不能与正常时间相比）总交易比数2361167，总天数122天，平均每天客流量19353人，与04年相比，提升了53。

从提升幅度分析，幅度明显升高，说明我们的努力是有一定成绩的，努力的幅度也是快速提升的。

以上工作，会继续完善与提高，以下是下阶段的重点工作方向：

1、营销模式会随着企业的发展而不断探索改变

2、充分利用各方面资源，加强宣传力度，加大整体活动效果力度。

3、重视、完善和提高活动的细节执行工作。

4、营销活动装饰要有创新思维

5、加强与重视人才素质的培养与提高。

6、不断的从有形提高无形的企业品牌知名度。

根据以上总结情况和今后工作的重点需要总部提供方便与配合的几方面：

1、统一配送的装饰物品能有所改善，讲究共性，接近个性。

2、POP挂牌能有一定措施进行改善或者调整。

3、POP挂杆，根据XX店前期工作的不到位，希望得到总部资金的支持，进行制作。

4、总部对XX店争创旗舰店的企划安排能早日出炉，以便门店进行调整与完善。

5、总部的营销活动能多从“顾客是否会投诉的角度出发”特别是活动的赠品，保证量的充裕。

6、加强增设人员素质提高与培养课程。

**第四篇：超市企划项目完成情况总结**

企划项目完成情况总结

本XX店的子项目是“提升单店企划水平”来提高XX店的人流量，达到城西人流量最大的卖常所以对于这个目标，XX店主要在单店企划方案制定与执行、单店企划人员的培养和单店卖场的形象上作为完成本次子项目的重要途径和手段，从有形的销售数据体现到无形的品牌知名度的提升，文秘部落人流量的增加最后达到销售数据的最佳体现，这样一个循环过程，我们也做了相应的努力。

第一项努力举措：05年企划方案制定与执行

05年1月到现在单店在执行总部的活动中，重视度有了明显的提高，在总部的活动中，我们除了很好的执行外，在不同幅度上，我们对于总部活动也做了很多的延伸工作，充分利用总部资源来提高单店销售。比如说宣传，无论是店内还是店外，海报、横幅、宣传单，都是我们加大宣传的主要途径，宣传幅度有了明显的升高。

05年我们除了很好的执行总部活动外，单店根据不同阶段做了相应的企划活动。

1、05年3月2日到05年3月8日，38妇女节重点做了团购活动和3.8日当天品牌商品3.8折，在卖场的气氛装饰上，也做了重点装饰。活动效果可以，团购与04年相比提升了10%。，品牌商品3.8折与活动前期相比增长了49%。

2、315消费者权益日

XX店与城区消协委在当日做了一个现场咨询、维修电器、理发、视力测试（洗眼镜、修眼镜架）、量血压、食品测试等公益性活动。消费者的消费意识相应增强了，这就是很好的体现。

3、2月22—23日品一品团圆，看谁最“谜”人？(元宵节)活动

重点是猜谜活动和供应商的买赠活动，当日客流量提升20%，销售提升了15%。

4、“低价狂飙爱心无限”,此活动是05年企划活动品位化的转折点。

5、五一劳动节场外大型的服装展，品项统一化。

6、六一对智残儿童的慰问。

7、六一节XX店首届蛋糕制作赛。

活动效果无论从有形的数据分析还是无形的公益形象分析，我们的营销模式在随着一个企业的发展而不断探索改变着，明显体现在五一节到现在，我们的营销方向在一步一步转变和一步步的提升，力求品质、品位、创新、满意的方向发展，来提高XX店品牌知名度。

第二项的努力举措：培养与提高单店企划人员素质

培养与提高单店企划人员素质主要培养是企划人员对企划方案的执行工作和文化素质的培养。企划方案的执行，包括执行前期，执行中和执行后期。执行前期我们对人员进行分工责任制，每天跟踪，每天汇报，直到活动开始；活动中跟踪检查每个细节，随机应变，针对不良现象和突发时间，进行调整和完善，但对于总部的活动，我们在执行跟踪的过程中出现了门店无法调整的问题。比如说：活动的赠品。量少，没有根据门店的个性情况，缺乏实际操作，即使叫货了，也无法按时到位，门店相对被动，导致门店执行难度大，无法给予顾客提供方便与肯定信息，顾客投诉多，产生了部分活动的负面效应，这对于无形中企业品牌的宣传是不利的。后期主要是活动结束后的财务问题、宣传整理工作和活动效果的分析工作，都一一相应落实。素质在完善与提高，从销售和工作的完成情况是可以体现的，近期的工作执行与到位较为明显。当然，这还远远不够，离始终目标是有一定距离的，所以要再接再厉，进一步完善，与销售同步，与企业品牌同步。

第三项努力的举措：维护与提高单店卖场形象

单店卖场形象也就是一个企业的品牌形象。它是有形的，也是无形的。有形的主要体现在卖场的装饰是否美观、文化信息窗口是否整洁、宣传张贴是否到位，销售数据是否明显提高。无形的主要体现在销售数据背后顾客的满意度、媒体与职能部门的关系建筑。无论是有形的还是无形的，我们都在努力与完善，有形的是带动无形的催化剂。所以我们重点在塑造有形。有形方面特别是近期，有了明显改善，当然卖场的pOp悬挂还是存在问题的，不够整齐，不够美观，不外呼硬件方面的原因：比如说pOp的挂杆，现象特别严重，装修前没有到位，没有根据大卖场空间特色去设置与改善，致使短期摆脱老卖场不良现象是比较困难的，前期的不到位，致使后期的工作量增大，浪费人力、物力，效果没有保障。其次是pOp挂牌（红色的一批），美观期限短暂，一个月时间出现pVC板翘皮现象，严重影响卖场的美观度和实质的使用度。根据这样的情况，门店本身也做了相应的调整与维护，但由于资金的问题，效果并不好。其次：总部的装饰配送，没有根据大卖场的情况，虽然要总部的活动只能讲究共性，但离门店的个性相距较远，悬挂不协调，小气，致使材料容易浪费，即使照常装饰，如意产生负面影响，不如不挂。

根据以上几方面的努力，要想达到客流量的提升，直观的体现在于销售数据的体现。以下是04年与05年客流量的数据体现

05年与04年相比：

项目

时间段

总交易比数

总天数

每天客流量

提升幅度

A

04.9.17-12.311317576

412669

53%

B

05.1.1-05.2.1

131758

229

19353

05.3.1-05.6.2

104358

593

04年9月17日开张到12月31日，总交易比数

1317576，总天数104天，平均每天客流量12669人。05年1月份与3月份到现在（中间剔除2月份的过年时间，因为特殊节假日，人流量相对提升的较大，故不能与正常时间相比）总交易比数2361167，总天数122天，平均每天客流量19353人，与04年相比，提升了53%。

从提升幅度分析，幅度明显升高，说明我们的努力是有一定成绩的，努力的幅度也是快速提升的。

以上工作，会继续完善与提高，以下是下阶段的重点工作方向：

1、营销模式会随着企业的发展而不断探索改变

2、充分利用各方面资源，加强宣传力度，加大整体活动效果力度。

3、重视、完善和提高活动的细节执行工作。

4、营销活动装饰要有创新思维

5、加强与重视人才素质的培养与提高。

6、不断的从有形提高无形的企业品牌知名度。

根据以上总结情况和今后工作的重点需要总部提供方便与配合的几方面：

1、统一配送的装饰物品能有所改善，讲究共性，接近个性。

2、pOp挂牌能有一定措施进行改善或者调整。

3、pOp挂杆，根据XX店前期工作的不到位，希望得到总部资金的支持，进行制作。

4、总部对XX店争创旗舰店的企划安排能早日出炉，以便门店进行调整与完善。

5、总部的营销活动能多从“顾客是否会投诉的角度出发”特别是活动的赠品，保证量的充裕。

6、加强增设人员素质提高与培养课程。

**第五篇：超市企划项目完成情况总结工作总结**

企划项目完成情况总结 本 XX 店的子项目是“提升单店企划水平”来提高 XX 店的人流量，达到城西人流量最大的卖场。所以对于这个目标，XX 店主要在单店企划方案制定与执行、单店企划人员的培养和单店卖场的形象上作为完成本次子项目的重要途径和手段，从有形的销售数据体现到无形的品牌知名度的提升，文秘部落 人流量的增加最后达到销售数据的最佳体现，这样一个循环过程，我们也做了相应的努力。第一项努力举措： 05 年企划方案制定与执行 05 年 1 月到现在单店在执行总部的活动中，重视度有了明显的提高，在总部的活动中，我们除了很好的执行外，在不同幅度上，我们对于总部活动也做了很多的延伸工作，充分利用总部资源来提高单店销售。比如说宣传，无论是店内还是店外，海报、横幅、宣传单，都是我们加大宣传的主要途径，宣传幅度有了明显的升高。05 年我们除了很好的执行总部活动外，单店根据不同阶段做了相应的企划活动。1、05 年 3 月 2 日到 05 年 3 月 8 日，3 8 妇女节重点做了团购活动 和 3.8 日当天品牌商品 3.8 折，在卖场的气氛装饰上，也做了重点装饰。活动效果可以，团购与 04 年相比提升了 10%。，品牌商品 3.8 折与活动前期相比增长了49%。2、3 15 消费者权益日 XX 店与城区消协委在当日做了一个现场咨询、维修电器、理发、视力测试（洗眼镜、修眼镜架）、量血压、食品测试等公益性活动。消费者的消费意识相应增强了，这就是很好的体现。3、2 月 22 — 23 日品一品团圆，看谁最“谜”人？(元宵节)活动 重点是猜谜活动和供应商的买赠活动，当日客流量提升 20%，销售提升了 15%。4 “、低价狂飙 爱心无限 ”, 此活动是 05 年企划活动品位化的转折点。5、五一劳动节场外大型的服装展，品项统一化。6、六一对智残儿童的慰问。7、六一节 XX 店首届蛋糕制作赛。活动效果无论从有形的数据分析还是无形的公益形象分析，我们的营销模式在随着一个企业的发展而不断探索改变着，明显体现在五一节到现在，我们的营销方向在一步一步转变和一步步的提升，力求品质、品位、创新、满意的方向发展，来提高XX店品牌知名度。第二项的努力举措：培养与提高单店企划人员素质 培养与提高单店企划人员素质主要培养是企划人员对企划方案的执行工作和文化素质的培养。企划方案的执行，包括执行前期，执行中和执行后期。执行前期我们对人员进行分工责任制，每天跟踪，每天汇报，直到活动开始；活动中跟踪检查每个细节，随机应变，针对不良现象和突发时间，进行调整和完善，但对于总部的活动，我们在执行跟踪的过程中出现了门店无法调整的问题。比如说：活动的赠品。量少，没有根据门店的个性情况，缺乏实际操作，即使叫货了，也无法按时到位，门店相对被动，导致门店执行难度大，无法给予顾客提供方便与肯定信息，顾客投诉多，产生了部分活动的负面效应，这对于无形中企业品牌的宣传是不利的。后期主要是活动结束后的财务问题、宣传整理工作和活动效果的分析工作，都一一相应落实。素质在完善与提高，从销售和工作的完成情况是可以体现的，近期的工作执行与到位较为明显。当然，这还远远不够，离始终目标是有一定距离的，所以要再接再厉，进一步完善，与销售同步，与企业品牌同步。第三项努力的举措：维护与提高单店卖场形象 单店卖场形象也就是一个企业的品牌形象。它是有形的，也是无形的。有形的主要体现在卖场的装饰是否美观、文化信息窗口是否整洁、宣传张贴是否到位，销售数据是否明显提高。无形的主要体现在销售数据背后顾客的满意度、媒体与职能部门的关系建筑。无论是有形的还是无形的，我们都在努力与完善，有形的是带动无形的催化剂。所以我们重点在塑造有形。有形方面特别是近期，有了明显改善，当然卖场的 POP 悬挂还是存在问题的，不够整齐，不够美观，不外呼硬件方面的原因：比如说 POP 的挂杆，现象特别严重，装修前没有到位，没有根据大卖场空间特色去设置与改善，致使短期摆脱老卖场不良现象是比较困难的，前期的不到位，致使后期的工作量增大，浪费人力、物力，效果没有保障。其次是 POP 挂牌（红色的一批），美观期限短暂，一个月时间出现 PVC 板翘皮现象，严重影响卖场的美观度和实质的使用度。根据这样的情况，门店本身也做了相应的调整与维护，但由于资金的问题，效果并不好。其次：总部的装饰配送，没有根据大卖场的情况，虽然要总部的活动只能讲究共性，但离门店的个性相距较远，悬挂不协调，小气，致使材料容易浪费，即使照常装饰，如意产生负面影响，不如不挂。根据以上几方面的努力，要想达到客流量的提升，直观的体现在于销售数据的体现。以下是 04 年与 05 年客流量的数据体现 05 年与 04 年相比： 项目 时间段 总交易比数 总天数 每天客流量 提升幅度 A 04.9.17-12.31 1317576 104

12669

53%

B

05.1.1-05.2.1

1317582

19353 05.3.1-05.6.2 1043585 93 04 年 9 月 17 日开张到 12 月 31 日，总交易比数 1317576，总天数 104 天，平均每天客流量 12669 人。05 年 1 月份与 3 月份到现在（中间剔除 2 月份的过年时间，因为特殊节假日，人流量相对提升的较大，故不能与正常时间相比）总交易比数 2361167，总天数 122 天，平均每天客流量 19353 人，与 04 年相比，提升了 53%。从提升幅度分析，幅度明显升高，说明我们的努力是有一定成绩的，努力的幅度也是快速提升的。以上工作，会继续完善与提高，以下是下阶段的重点工作方向：

1、营销模式会随着企业的发展而不断探索改变

2、充分利用各方面资源，加强宣传力度，加大整体活动效果力度。

3、重视、完善和提高活动的细节执行工作。

4、营销活动装饰要有创新思维

5、加强与重视人才素质的培养与提高。

6、不断的从有形提高无形的企业品牌知名度。根据以上总结情况和今后工作的重点需要总部提供方便与配合的几方面：

1、统一配送的装饰物品能有所改善，讲究共性，接近个性。

2、POP 挂牌能有一定措施进行改善或者调整。

3、POP 挂杆，根据 XX 店前期工作的不到位，希望得到总部资金的支持，进行制作。

4、总部对 XX 店争创旗舰店的企划安排能早日出炉，以便门店进行调整与完善。

5、总部的营销活动能多从“顾客是否会投诉的角度出发”特别是活动的赠品，保证量的充裕。

6、加强增设人员素质提高与培养课程。超市企划项目完成情况总结

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！