# 在超市工作2024年工作计划推荐7篇

来源：网络 作者：清幽竹影 更新时间：2024-02-15

*有了工作计划，我们可以更好地评估工作的可行性和可操作性，避免过高或过低的目标设定，工作计划可以帮助我们制定明确的时间表和里程碑，提高工作的可控性和可预测性，下面是小编为您分享的在超市工作2024年工作计划推荐7篇，感谢您的参阅。在超市工作2...*

有了工作计划，我们可以更好地评估工作的可行性和可操作性，避免过高或过低的目标设定，工作计划可以帮助我们制定明确的时间表和里程碑，提高工作的可控性和可预测性，下面是小编为您分享的在超市工作2024年工作计划推荐7篇，感谢您的参阅。

在超市工作2024年工作计划篇1

一、组织实施

将被动采购改成主动采购;—公开透明的按采购制度程序办事，在采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受财务及其他部门监督。 20xx年我们进一步强调采购工作透明，在采购工作中做到公开、公平、公正。不论是大宗材料、设备还是零星采购，都尽量货比三家。即使在时间紧，任务重的时候，也始终坚持这个原则，采购部相关人员一起询比议价，采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受财务监督。即确保工作的透明，同时保证了工作进度。

1、完善制度，职责明确，按章办事：

20xx年重新制定《采购管理程序书》和通过组织学习公司iso9000质量管理体系文件，通过换版之机完善了更具操作性的《采购控制流程》、《供应商管理程序书》等采购管理制度。制度清楚，操作有据可查，为日后的采购工作奠定了理论基础。

2、公开公正透明，实现公开寻价：

采购部按生产计划部下单，询比议价都在三家以上，真正做到降低成本、保护公司利益。

3、采购效益：

实施公开透明的采购策略后，xx年现有纸张原材料一直在上涨，我部门提议将现有常规产品纸箱不再用d555d，每平方价格为3。45元，只要能达到出口标准即可，现提议使用d=h材质，每平方价格为3。15元，公司可节约9%的成本；为了节约成本，彩盒也在材质方面做一点变动，将克数减少，现正在打样确认，于3/1前完成。

4、评估价格及品质要求：

做好价格和品质和职能定位工作，价格必须经总经理以上审批，品质必须经工程部和工艺部确认。建立材料价格信息库和材料价格监管机制，提高采购人员的自身素质和业务水平，保证货比三家，质优价廉的购买材料，减少工程成本，提高采购效率，提高企业利润。

二、围绕控制成本、采购性价比最优的产品等方面开展工作

20xx年采供部继续围绕\"控制成本、采购性价比最优的产品\"的工作目标，要求采购人员在充分了解市场信息的基础上进行询比价，注重沟通技巧和谈判策略。要求各长期合作供应商在xx电器、xx电机、超力微等的原价位的基础上下浮3-5个百分点(当然针对部分价格较高而又不降价的供货商我们也做了局部调整，寻找新的供应商)。同时调整了部份工作程序，增加了采购复核环节，采取由采供部副经理在采购人员对材料、设备询比价的基础上进行复核，再由总经理以上进一步复核，实行了\"采购部的两级价格复核机制\"，然后再传送财务部。力求最大限度的.控制成本，为公司节约每一分钱。采购人员也在每一项具体工作和每一个工作细节中得到煅练。

三、进一步加强对供应商的管理协调

20xx年采购部进一步加强了对供应商管理，本着对每一位来访的供应商负责的态度，制定了《供应商管理体制程序书》，对每一位来访的供应商进行分类登记，确保了每一个供应商资料不会流失。同时也利于采购对供应商信息的掌握，从而进一步扩大了市场信息空间。建立了合格供方名录，在进行报价之前，对商家进行评估、评价和分析，合格者才能进入合格供方名录、才具有报价资格。

根据公司管理层的最新思维，公司新一代的供应商也应建立在真正的战略伙伴关系上来，甚至拿他们当自己公司的部门来看待。因为公司的成本核心竞争力的体现最主要的来自于公司所有供应商的支持力度，供应商对每家客户不同的政策特别给予我司的竞争对手的政策的好坏将直接影响到我司的成本核心竞争力的高低。在20xx年人民币贬值加上国内政府对玩具行业要求的检测的项目也越来越严格，加上纸张原材料及辅料锡涨幅也在20--30%左右，今年的玩具行业如果没有价格优势根本无法生存。因此采供部必须考虑怎样既能使供应商始终至终、一如既往的给予我们最优政策，又能更好的为公司营造良好的外部合作环境，使供应商能真正全心全意的为奔田服务，抛弃双方的短期利益，谋求共同长期的健康发展。从而抢占市场、节约成本、降低价格的制高点，为公司的持续健康发展奠定基础。

在超市工作2024年工作计划篇2

一 、超市的主要经营业务

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2024元。

2、宣传费用

本超市属于新鲜事物，可以利用公共关系中的制造公共事件，在长春电视台，各学校广播站等以新闻形式播出;印发大量的传单，用于各校园内的散发。宣传成本低廉。预计为500元

3、其他费用

水果蔬菜货架，保鲜设施大约需要2024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。

在超市工作2024年工作计划篇3

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，2.5l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。

在超市工作2024年工作计划篇4

为了增加大客流量，增加更多的品种提高销售额，超市拟定筹备年货在月底前全部洽谈布置到位，现提出方案，请公司审批。

(一)计划招商引进方案

(1)由企划部出具一条街的效果图:包括尺寸陈列走向,具体修饰所需的费用等。(2)采购部根据企划部出具的效果图,制定相关的方案。

a.费用的分摊。

b.品种陈列的划分,规定。

c.初步确定引进计划供应商。(3)比例: 资金比例:

a.食品(糖果,饼干,巧克力等) 40%。

b.保健品 15%。

c.干货 5%。

d.烟酒 15%。

e.非食品 25%。

(二)洽谈方案

(1)签订短期合同,只做年货,按扣点方式合作,供应商适当交纳进场费,堆头费,促销费相关等费用。

(2)签订长期合同,由供应商供货,我们定零售价,供应商适当交纳相关的\'堆头费,促销费等费用。

(3)已和我们合作的供应商,增加的货品种适当交纳相关的堆头费,促销费等费用。

(备注:供应商合作属扣点形式的,扣点率一般在8%-10%,如不上促销的扣点率在12%-15%。

年货推荐

糖果:\*\*\*袋装糖果系列，\*\*\*糖果系列。

休闲食品:\*\*\*系列,\*\*系列化，\*\*\*\*\*糖果系列,\*\*\*\*\*,\*\*\*\*\*系列,\*\*\*\*小馒头,\*\*\*系列,\*\*\*\*系列化。

保健品:\*\*\*豆奶系列,\*\*系列,\*\*系列,\*\*系列。

红酒:\*\*\*葡萄酒,\*\*葡萄酒系列。

腊味:\*\*\*火腿系列,\*\*\*火腿肠系列,\*\*\*\*\*\*火腿肠系列,腊肠系列化。

干货:\*\*\*干货系列,\*\*\*干货系列,\*\*\*系列,\*\*\*\* 系列。

饼干:\*\*饼干系列,(散装和袋装盒装)\*\*\*袋装饼干劲系列,\*\*饼徒系列。

调味:\*\*系列调味品,\*\*\*味精系列,\*\*\*火锅底料系列。

非食品:

厨具:\*\*\*压力锅系列,炒锅系列,\*\*\*系列。

纸制品:\*\*\*\*列,\*\*\*\*系列,\*\*\*\*\*系列等等。

洗涤:\*\*系列,\*\*系列,\*\*\*系列,\*\*\*之秀,\*\*\*系列等等。

肤肤:

年画类:

在超市工作2024年工作计划篇5

一、工作说明

公司采购员的职责是尽可能选择和保持丰富的商品品种，为公司的顾客提供商品的价值。

二、基本规定事项

1、作为采购部的员工必须对公司绝对忠诚。不接受厂商的回扣、旅游招待、赠品、宴会，违者将按公司有关规定处理。

2、采购人员必须了解本部门的专业知识，避免采购假冒伪劣商品及被厂商蒙骗。

3、采购人员必须具备丰富的商品知识，慎重选择商品，建立商品组织，控制商品结构，清除滞销商品，经常引进新商品，维持商品的快速周转及新鲜度。

4、控制毛利，尽量达到目标毛利；创造销售业绩，完成目标值。

5、采购人员必须考虑新商品的陈列问题，对正常陈列的商品要画出商品陈列图(moduler)，促销商品应注明其陈列方式。

6、采购人员应密切注意市场行情的变化，掌握市场信息，

7、采购人员应随时关注天气的变化，及时调节受影响的商品的库存。

8、采购人员应经常深入卖场，了解商情、客情，以期创造的销售业绩。

9、采购人员应建立稳定的采购渠道，寻找充足的货源，避免脱销。

10、采购人员必须适时开发新商品。

11、采购人员应经常做市场调查，掌握竞争对手的商品构成、价格策略、促销手段等。并采取相应对策。

12、采购人员应定期收集销售数据，分析销售状况，并及时做出整改措施。

13、采购人员应定期拟定促销计划，并策划实施。

14、采购应了解商品特性，并突显其特性。

三、专业知识

作为一个合格的采购员，除应具备丰富的商品知识外，还应了解与采购有关的法律、法规等相关的专业知识。具体如下：

1、国家规定的商品检验标准；

2、商品安全期限；

3、商品品质的辨别方；

4、商标知识；

5、销售技巧；

6、商品功能；

7、商品的制作技术；

8、商品制造成本的构成；

9、商品价值的显现方法；

10、供应商的优缺点；

11、商品的季节变化规律；

12、供应商谈判技巧。

在超市工作2024年工作计划篇6

一、继承传统：保证爱心超市的宗旨不变，一店继续经营食品以及出售生活学习用品，二店收集和出售爱心捐赠物品。

二、定期工作：定期在各院系发放爱心券；

三、开辟创新：为提高爱心超市的知名度与方便广大学子同爱心超市的交流，计划在华师bbs上建立一个爱心论坛，将时刻更新爱心超市的动向，收集各方对爱心超市的建议和评价，同时扩大爱心超市的影响。

四、内部建设：在对外公开建设爱心超市的同时，内部将开通一个公共的博客，以方便爱心超市内部的交流，促进爱心超市的发展。

五、特色活动：20xx年下半年将推出“爱心伴我行——xx节日”活动，活动期间将对衣物进行精心搭配，展卖。并对参与者发送由一店提供的赞助。将对活动参与者进行现场抽奖活动，幸运者将获得爱心超市一店的打折卡。

六、扩大规模：针对周末的展卖，由于上个学期的展卖效果不错，将计划扩大展卖的规模，将在东西区设定多个展卖点，并在展卖的同时加大对爱心超市的宣传力度。同时，一店的商品也将加入展卖的阵列中，这样在增加一店销量的.同时，也吸引了更大的人群对爱心衣物的关注以及购买。

七、对外交流：将定期的与中南财大爱心超市进行沟通交流。形式有走访，面谈，以及平时的电话网络联系。为取得更大更多更有效的信息量，将和中南财经政法大学的爱心超市建立友好的关系，并友好沟通、交流，从中获得爱心超市的改善途径。

在超市工作2024年工作计划篇7

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120xx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xx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。

问题六：供应商渠道的整合在20xx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

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！