

# 超市开业活动计划 超市工作计划(汇总10篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 超市开业活动计划 超市工作计划篇一

1、每天带着最饱满的工作热情和自信的态度上班去，并带着微笑去迎接一天中碰到的每一位顾客和每一件事务，并以积极高效的态度去处理好每一件事！

2、每天早上第一时间仔细检查好商品价格标价签，并及时更换好变价标签和保证每物一价，方便顾客选购和避免客诉。

3、安排好每天工作任务，并执行任何事情都必须按轻重缓急这一原则进行处理并在下班前进行任务交接和对碰到当前困难进行商榷和沟通。

4、每天查看和分析营业报表和昨天销售明细清单，并对某一季节性商品和敏感性商品进行一系列的调价让利活动，从而更好地吸引到新一批潜在性客流，并跟踪好每一档dm商品的订货和到货情况，发现问题及时向经理反应情况，dm生效当天安排好人员和时间的陈列效果和的商品陈列在每位顾客眼前，并及时清退过档dm商品数量和滞销冻结商品库存。

5、每天查看卖场和仓库卫生工作，并合理安排卫生区域，轮流安排员工进行检查和跟进。

总而言之，言而总之！做的是细节，要想销售好，必须多动脑，要想轻松滴，合理安排好！

## 超市开业活动计划 超市工作计划篇二

安全检查的形式和方法有各种各样。从检查的时间上分，有节、假日检查，季节性检查和定期检查。从检验范围上分，有自我检查、联合检查、互相检查和不定期的抽查等。

开展安全检查的程序，有四个阶段。

- 1、准备阶段，组织检查力量，制定检查计划、目的、要求、检查方法。
- 2、检查阶段，按照检查的目的要求，深入被检单位，以看、听、问的方法进行认真细致的检查。
- 3、整改阶段，对发现的隐患、漏洞和不安全因素，研究整改措施，及时解决。
- 4、总结阶段，写出检查报告，报告上级领导，备案存查，对检查中发现的重大问题及时解决。

- 1、搞好宣传教育。要利用各种机会，采取各种形式，向超市店员进行教育，提高超市店员维护和遵守规章制度的自觉性，保证安全。
- 2、领导和超市店员认真落实安全责任制，做好安全防范工作，切实防止治安灾害事故的发生。
- 3、坚持安全检查，堵塞漏洞。要定期或不定期对管区公共场所易燃、易爆、危险物品和“五防”安全防范工作进行安全检查，发现不安全的问题，应及时协同有关部门加以解决。
- 4、及时总结超市各部门的预防治安灾害事故的经验，对好的部门和个人给予表扬和奖励。对已经发生的治安灾害事故，要认真查清事故的原因，判明事故性质，对制造破坏事故的

犯罪分子要严厉打击，对玩忽职守的直接肇事者要报告上级，分清情况给予处理。

1、抓住苗头，及早发现，解决在萌芽阶段。凡是成帮结伙聚众斗殴的，总是事前互相串联，纠集人马，准备工具或约定斗殴时间、地点，这些前兆只要我们在日常工作中注意收集、观察，把耳目搞灵，事先是可以发现的。发现有聚众斗殴的迹象，就要迅速组织力量，加强防范，掌握动向，及时做好充分瓦解和疏散工作，把事件消灭在萌芽之中。

2、发生这类事件，要立即报告，迅速组织人员赶赴现场，及时制止。对未斗殴起来的要驱散，对正在斗殴撕打的要责令或强制他们放下械具，停止武斗，发现伤者，要及时送往医院抢救治疗。

3、聚众斗殴事件平息后，应留住双方事主，并组织人员对参加斗殴的逐个登记，逐个进行调查核实，查清斗殴原因，进行调解，或送交公安机关处理。

盗窃现场的保护方法，除在外围现场设岗，不准无关人员进入外，重点是保护好犯罪分子经过的通道、爬越的窗户、打开的箱柜、抽屉等，现场保护人员不准从犯罪分子进出通道通行。对被打开或破坏的锁头，爬越的院墙和窗户，盗取财物的箱柜、抽屉都要妥善保持原状，以免留下新的痕迹，对撒落在地上的衣物、文件、纸张和作案工具等物品，一律不准接触和移动。还要注意现场周围有无犯罪分子徘徊逗留、坐卧的地方以及车辆或其他运输工具等痕迹，如有也要加以保护。

1、掌握活动于超市商场范围的客人动态，维护超市商场区域的秩序，注意发现可疑情况，并及时报告。

2、重点保护珠宝柜、银行、古董柜等。

- 3、提高警惕，防止以购物为由进行扒窃、盗窃或诈骗财物。
  - 4、收银员应认真验证钞票、信用卡，防止使用假货币、假信用卡套购、诈骗。
  - 5、营业柜内商品(包括展示陈列商品)由本柜营业员负责保护，原则上“谁主管，谁负责”。
  - 6、保安员无特殊情况不得进入营业柜内。发生案件，营业员应立即上报部门主管和保安部，同时保护好现场。
  - 7、劝告消费者不要在超市商场区域内闲谈聊天。
  - 8、对租赁超市商场从事经营活动的厂家或个人在进出货物时，原则上在晚间10：00以后进行。否则，保安人员有权给予阻拦。
- 1、超市的停车场的交通、治安、收费均为保安部负责，任何车辆的司机都应服从超市商场工作人员的管理。
  - 2、超市停车场是收费公共停车场，只提供泊车方便，不负责保管，凡占泊位停车的车辆(排队候客的出租车除外)均应照章交费，乱停乱放的车辆均酌情给予处理。
  - 3、保安部派岗，只有经考核结业并持有“调度证”的人员才有权对大堂前客人用车进行调度。
  - 4、“的士”车辆应按指定位置排队候客，不得乱停乱放或抢客拉客。
  - 5、严禁“的士”司机使用超市商场内部电话或设施，超市商场工作人员有责任进行劝阻，劝阻不听者可通知保安部处理。
  - 6、调度员、门童、行李员等不得与“的士”司机攀拉关系、收受贿赂、提供方便，一经发现从严处理。

7、凡违反超市商场规定的“的士”司机，保安部将给予批评教育或处罚，直至宣布为“不受欢迎的人”。

8、保安员应维护好停车场的秩序，看护好停放的车辆，以防止损失。

9、遇有重大活动时，停车场中的任何车辆都应避让重大活动的车辆，确保活动的安全。

10、车辆(除面包车)原则上均应办理地下停车证件，租用车位泊车;凡在地面上停车，照章收费或请其办理“临时停车证”。

11、制定停车场管理办法、收费标准及范围。

1、保安部对火灾等突发事件制定“应急处理方案”，在发生突发事件时员工必须无条件地听从总经理或有关领导的指挥调动。

2、员工一旦发现可疑情况及各类违法犯罪分子的活动，有责任立即报告保安部。

3、超市商场如发生偷窃、抢劫、凶杀或其他突发性事件，在报告保安部和公安机关的同时，及时保护好现场。除紧急抢救伤员外，不得进入现场。

4、当公安、保安人员进行安全检查和处理案件时，有关人员应积极配合，如实提供情况。

## **超市开业活动计划 超市工作计划篇三**

度过了美好春节，就开始了紧张而又投入忙碌工作，让我们充分感受到了紧张与压力，新的起步，开始新的人生历程，新的思维，新的理想，新的梦想和向往，脚踏实地务实创新

开展各项工作，依实事求是诚信服务理念去面对各项工作任务，目标，要求的实现，我们所面对的是市场竞争与挑战，只有改革发展才有出路，推进改革发展才是硬道理，我们所面临是机遇也是挑战，只有把握好，落实好，实施好，掌握好市场的变化与信息化快速反应能力，加速快节奏经济动脉，提升自身业务能力及水平，提高自身思想素质，业务素质，知识增强性，广泛吸收各项业务上的经验积累，丰富积累成功经验，为新的起步，新的开始走好每一步，走稳每一步，为实现企业更好的发展而而奋斗！

刚刚步入新的开始，公司面临整顿改革，为了起好步，开好头，给新的环境，新的空间，留下美好足迹，购物有个新心情，新状态，虽然空间不是太大，而给了我们这样一个舞台，展示给我们生存发展机会，让我们感到珍惜，来者不易发现机会，让大家一起携手并肩，同舟共济，开创新的辉煌，新的业绩！我们是企业一员，我们肩负对发展企业责任！在改革发展中，拥护改革，推进改革创新，装修期间，让我怀着  
一个责任心员工主管，等待的是目标与计划，首先要怎样开展哪项工作，具体要求，具体标准，怎么才能做好，管理好！怎样才能推进效益进步！怎么采取有效，果断方式与方法开展各项工作！格局与模式有了方向和要求才能去做好每项工作！

第一自觉准守各项原则，各项规章制度，自律，把自己本质工作做好！关心同志，互帮互爱，严格要求自己同时再去要求别人，提高自己业务素质能力，控制好头到工序，进货渠道，验收采取三人为标准，卡好日期，预防假冒伪劣产品侵害自己和他人，保持有具体验收标准合格证，绿色卫生要求指数，所产地是否真实等具体要求。

第二在摆放位置是否合理性，顾客容易看到，容易找到，看的又舒服，拿起来又很简便，那些东西摆放比较合理性，比如，罐头容易摔碎，容易碰下来摔坏，具体分类，划分等级，合理分化，采取顾客咨询，同事探讨办法。

第三了解市场行情，掌握有关信息，啥东西畅销，销售的比较快，啥产品新上市，产品的规格，具体内容是啥，有利于健康，确保质量，数量，做的尽善尽美，让顾客满意，就是你的满意，让顾客放心你才能放心，做到诚信理念，服务理念工作作风范。

第四我们坚持；诚信服务理念，顾客至上，尊重自选购物的原则，做到：我们所做的一切就是为你服务的，你的选择就是我们所需要的：坚持微笑迎宾，用热情、礼貌语言去对待每位顾客，做好：产品宣传注意事项，介绍产品品质真假，以及保质期重要性，用温馨咨询姿态去面对我们是上帝，让顾客感到安心，放心，开心，顺兴，舒心，满意而归走出我们超市。

## 超市开业活动计划 超市工作计划篇四

光阴似剑，在过去的一年里，在全体同事的共同努力下；在公司领导的全面支持、关心下，本着一切以客户服务为宗旨；以提高企业的知名度和利益化为宗旨。通过扎扎实实的努力，圆满地完成了某年的工作。回顾某，在工作期间取得成绩的同时，也发现工作之中的不足之处和问题。

(1) 根据店内实际情况营业额结合公司方针，合理配置前厅和厨保节约人员成本，实现一人多岗；一岗多责。

(2) 根据历史营业额进行分析，合理预估采购定单，保证菜肴的新鲜，当天采购的蔬菜、豆制品、肉类、海鲜，努力争取做到零库存，节约成本。

(3) 加强和培养全体员工节约水、电、煤等安全意的意识；

(1) 每天晚上把回收的菜肴做记录，做合理充分的利用。

(2) 菜肴的验收、菜肴的加工、制作、半成品、成品、促销，

成为一个连接线严格控制每一个环节落实到位。

(3) 加强菜肴的培训，菜肴创新，菜肴的促销，菜肴的口味，做到同样的原材料做出多种的烹饪方法。

(4) 上菜的量要适中，以保证菜肴的色香味俱全；根据店内的实际客流量及时跟踪，在不同时间段出相应的菜肴，让顾客有多种菜肴的选择机会，便于增加营业额。

(1) 每天早晨履行晨会；晨会时间培训礼貌用语及促销技巧。

(2) 每周开管理组会议；总结门店经营情况，及培训结果和培训的进展程度，及时地调整培训计划；便于更好的门店经营管理。

(5) 每月主持一次员工大会；传达公司的会议精神，及时效的和员工沟通增加员工与管理组的距离。

(2) 设备的维护：对使用的工具轻拿轻放，不得野蛮操作，用后及时归位，机器的及时清洗与保养，保证正常运营。

(3) 卫生管理：

1》店面卫生：桌椅、玻璃、门窗、死角卫生及时保证干净清洁。

2》餐具整洁：用过的餐具及时清洗不能出现有污垢油渍的现象，定期对餐具进行消毒处理。

3》个人卫生：勤剪指甲、勤洗澡、勤换衣服，衣装整洁，不能出现有异味现象。

(4) 服务：加强培训员工礼貌用语、促销用语、服务用语。

(5) 人员管理：执行公司制度、遵守上下班时间，不得串岗，



私自离岗。

“革命尚未成功，同志还需努力，”我相信只有不断的学习，不断的发现，不断的改进，通过坚持不懈地努力，在未来的某年，一定能在工作中取得更好的成绩。

第一、餐厅内部管理方面：

- 1、参与制定合理的餐厅年度营业目标，并带领餐厅全体员工积极完成经营指标。
- 2、根据市场情况和不同时期的需要，与厨师长共同商讨并制定餐饮促销计划，并在实施过程中客人反馈加以改进。
- 3、制定员工和服务标准程序，督促、检查餐厅管理人员和员工按服务标准对客服务，不断提高服务质量和工作效率。
- 4、抓好员工队伍建设，掌握员工思想动向，通过对员工进行评估、，为优秀员工提供晋升和加薪机会。
- 5、安排专人负责制定员工培训计划，并组织员工参与各项培训活动，不断提高员工服务技能、技巧以及服务质量，提高工作效率。
- 6、至少每月召开一次餐厅全体员工大会，分析、餐厅每月营运指标、收支情况，解决目前存在的问题；听取员工对餐厅内部管理和对外销售的意见及建议，让员工广泛参与餐厅的管理工作。
- 7、与厨房密切配合，检查菜品出菜质量，并及时反馈客人意见，改进菜品质量，满足客人需要。
- 8、建立餐厅物资管理制度，加强餐厅食品安全，执行五专原则，检查前厅及厨房的食品、原料成本是否过高，确保各项

成本的转进、转出得到体现，合理利用水、电、煤等资源，减少浪费，降低费用，增加盈利。

9、抓好餐厅卫生工作和安全工作，执行五专原则，为客人提供舒适、优雅的用餐环境。

## 第二、营销方面：

1、利用外卖渠道广为宣传，增加餐厅在本区的知名度，并锁定目标客户群，加大对目标客户群的宣传力度。

2、建立常客联系档案，与客人建立良好的关系，以“抓住老顾客，留住新顾客”为宗旨，并通过面谈、电话访问等形式征求客人意见，处理客人投诉，销售餐厅产品。

3、牢牢抓住某的企业餐饮，从餐厅的装饰风格 and 高质量餐品出品，以及热情温馨的服务，程度的展现中式快餐的文化主题和内涵，抓住了这一卖点，将使餐厅具有无限的生命力。

## 第三、经营战略：

本餐厅位于周浦镇小上海步行街繁华地段，周围主要以服装店铺为主，已经有了比较好的餐饮氛围，人流量及客户群也不是很大问题，除特殊天气外，周边相对成熟的餐饮没有多大的竞争力，我们要发扬自己的特点，要集中力量，把中式快餐某的品牌做精做好。

以上是我某周浦店某年度工作总结及某年工作计划，有不足之处，望领导指正！新的一年意味着新的开始，新的起点、新的机遇、新的挑战，新的自我，我们决心再接再厉，更上一层楼。

## 超市开业活动计划 超市工作计划篇五

旧历兔年过得无声无息。在这一年里，我们经历了风风雨雨。核心客户、营业额、营业利润大起大落，得而复失、失而复得；人力资源、运作模式、业务开发经过了很多并不成功的尝试。在这许多尝试中，我们付出了很大代价。但值得安慰的是，虽然11财年公司略有亏损，但我们还存在，我们每一个团队的核心成员还在一起。相比12年，我们都显得更加成熟和稳健。在成败更迭和不断的探索中我们能更清楚地看清自己的能力、所处的定位。

总结11财年，主要总结这一年各个业务及营运口子的失误和经验，以规避前进道路中的差误。

由于佳佳鲜的生鲜运输业务量不大，总部一直未将其作为重点事务处理。从车辆组织、营运管理、甚至报价均由营运部负责。该部门在车辆运力组织上失当，对驾驶员的人品，服务意识缺乏考核、培训。出现了偷盗、驾驶员直接与客户接洽、操作主管与客户对应主管不和等完全失控局面。此情况直接影响了我们在新一佳的良好商业口碑。

由于我们在付出运价上居高不下，导致总体成本上升，给客户的报价水涨船高。加上家家鲜管理人员本身也不太熟悉物流业务，以简单的社会闲散车辆单价来对比我司车价，以我司的3吨容积19m<sup>3</sup>的车价对比1.5吨容积11—13m<sup>3</sup>的车价。出于我们自身报价偏高、客户不当比对两因素，我们运价超高。

由于家家鲜的连带影响，我们先后丢掉了深圳配送、全国联采。而新一佳长沙的招投标也变得无比艰难。我们虽然以超低价得到了该业务，但事实上已完全没有利润。至此，我们由于一个小小的家家鲜业务连带损失了一个年营业额800万的项目。一句话概括“一着不慎、满盘皆输”。

由于历史的原因，公司团队人员的文化程度普遍不高。加之部分员工以前没有从业经验，特别是缺乏大公司工作经验。这让我们的管理和运营困难重重。一方面我们没有主动制作管理制度的意识、就是制定了也可操作性不强。而就算这些现有的简陋的管理制度，我们在运作中也很难看到制度的影子。

忽视培训和宣教。我们的操作团队对驾驶员、对基层员工、对供应商缺乏足够的培训和宣教。不能够以制度和流程来规范日常运作，减少管理者自身劳动量，一边腾出更多精力来处理与收发货人协调、整合资源、协调内部、开发客户、营运方案创新等更重要事务上来。我们的经理们更喜欢直接跳到矛盾的一线，与客户、与驾驶员、与供应商关系紧张。这一现象在身配、长配、联采中普遍存在。

懒惰和懒散。公司自xx年成立以来，市场部苑成文开发了飞利浦项目，除我之外没有任何人能够给公司开发到新的可持续性项目。大家都习惯于懒惰，没有去打江山的勇气和豪情。当我们缺失了打江山的豪情时，那我所能要求大家的，你起码要有守住家业的勤劳。

物流业务不同于其他高科技行业，谁的整合资源能力强、管理成本和财务成本低谁就能在招投标中笑到最后。11年我们通过各种渠道摸索，对各种车型的成本测算、运力资源渠道应该是积累了经验。我们通过苏宁项目、戴尔项目作了尝试。明了与其他企业的差距有多大，知道了苏宁项目为什么会亏本。

## **超市开业活动计划 超市工作计划篇六**

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。

### **2、 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，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。

### 3、 专业知识

国家规定的商品检验标准；

商品安全期限；

商品品质的辨别方；

商标知识；

销售技巧；

商品功能；

商品的制作技术；

商品制造成本的构成；

商品价值的显现方法；

供应商的优缺点；

商品的季节变化规律；

供应商谈判技巧。

## 超市开业活动计划 超市工作计划篇七

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。

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、规范的良好工作环境。

## 超市开业活动计划 超市工作计划篇八

我防损部在店长和防损部经理的正确领导下，时刻牢记本公司的工作宗旨，为超市的正常营运保驾护航，认真贯彻执行公司的各项规章制度和店长的指示精神，切实加强卖场的安全工作力度、改善优化购物环境、提高服务质量、端正工作态度、改进工作作风、严控损耗，防损部全体员工发扬“团结、敬业、求实”的企业精神；为超市的正常营运中各项工作目标做出了积极的努力。

现由以下几个方面概括20xx年的整体工作：

现代的商业竞争中，服务是非常重要的，超市也不例外。防损部在店长的指导下、部门经理的管理及防损员工的配合下，在做好本质工作的同时，实行了讲服务用语，文明执勤；做到及时、热心、快捷、主动的为顾客解决问题，及时准确的将顾客的投诉上报给当班的领导，以十分的服务换取顾客的满意。防损部全体防损员坚持不懈；为提高服务质量不断地学习、总结经验、增强服务意识、力争顾客满意度百分百，同时也给公司的品牌形象增添光彩，扩大公司的知名度。

1、制订了仓库、收货、夜保等岗位的作业流程和操作规范，确保人、商品、物品的安全，合理安排作业时间，节约人力。

2、强化内部管理，防损部参与到实际营运工作中，严格按照公司的要求执行，使防损工作细化到每一个环节，做到全过程防损，及时发现漏洞，减少公司损失。

3、注重培训与实践相结合，提高业务技能，防损部加强对部门员工的培训工作，主要的岗位操作防盗技能，消防知识和实操能力，并对卖场员工进行系统的培训，把培训纳入实际岗位操作，做到学到、用到，不断提高员工、干部的专业知识和管理能力。

开展有益活动，增强部门的凝聚力，激励员工。

1、坚持一个中心，一切防损工作以安全为主，确保超市日常营运为中心而展开。

2、打造一支团队，努力建设一支专业、务实、和谐，有责任的防损队伍。

3、努力营造一种购物环境，为顾客营造一个安心、安全、舒适的商场、员工放心工作的环境。

1、制定防损工作目标，加大培训力度、实实在在提高部门整体工作质量。

2、实行“一帮一”的风格，对防损岗位技能操作进行现场实操培训。

20xx年部门将全面加强服务、防盗技能、处突能力几方面，加大培训，并结合实际，落实好此项工作。

在20xx年要不断的给员工，商户培训防损安全知识，增强安全意识，严格落实防损防火检查制度和责任制。

以上是我本人20xx年年计划，我将严格落实，不断完善，把

防损队伍建成一支有礼节、执行力强，专业的防损队伍，同时我坚信华冠天地的明天更辉煌。

## 超市开业活动计划 超市工作计划篇九

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；
  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。
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；
10. 盘点视频管理以及盘点实际工作操作。

## **超市开业活动计划 超市工作计划篇十**

实行自助服务和集中式一次性付款的销售方式，以满足消费者对基本生活用品一次性购足的需要，并普遍运用大工业的分工机理，实行对零售经营过程和工艺过程专业化和现代化的改造，普遍实行连锁经营方式的零售业态。

超级市场诞生在美国，并且是在经济危机席卷全球的条件下诞生的。1930年美国人迈克尔·库伦开设第一家超市一金库伦联合商店。

目前全球零售业三大巨头分别为：沃尔玛，家乐福和麦德龙。

在中国，超市最早源于80年代自选商场的诞生，91年上海联华超市在一居民区开设第一家真正意义上的超市。90年代中期超市发展热席卷全国。武汉市的超市正是在此时开始发展，目前遍布武汉三镇的大小超市已达20xx余家。

超市多样化的驱动力：更好的抓住顾客，满足不同顾客的特定需要是零售也考虑的首要问题。

以超市的店铺面积和经营的商品种类这两个要素划分，可划分如下类型：

低价商品的商品种类多品牌商店的商品种类少

限定商品的特卖专门领域的超低价销售  
根据目标客户不同可化为：

1. 传统食品超市，功能与特点：面积300—500平米，经营一般食品和日用品是超市的最初原始模式。

2. 标准食品超市，功能与特点：面积1000平米，增加的生鲜食品达到营业面积30%—60% 。

3. 大型综合超市，功能与特点：面积2500—5000平米，有相适应的停车场，是标准食品超市与大众用品商店的综合体。可满足消费者基本生活需要的一次性购足。

4. 仓储式商场，功能与特点：面积10000平米以上，有较大规模的停车场，实行储销一体，低价销售，提供有限服务并采取自我服务销售方式的零售业态，实现对法人和个人会员实行低价销售。

5. 便利店，功能与特点：面积80—100平米，具消费的

即时性，小容量和应急性的特点。综合银行，邮电，书店，快印，快餐，药店等功能，24小时营业。

不同业态超市的商品定位：

1. 传统食品超市的商品定位：以经营食品及日用杂品为主，食品占全部商品构成的70%以上。

2. 标准食品超市的定位：食品占全部商品构成的70%左右，但生鲜食品占全部食品构成的50%。

装，鞋帽，家电)而形成的超市业态，食品与非食品各占商品构成50%左右。

4. 仓储式商场的商品定位：与大型超市相比，其经营方式多采取批发配售方式。目标顾客多为中小业主，企事业单位，多实行会员制。

5. 便利店的商品定位：主要经营即食，即饮，即用商品，如碗面，饮料，香烟，杂志及便利服务项目。

20商品(主力商品)的选择与保证。

2. 20商品目录调整：因季节，供货因素，消费需求变化而调整。

3. 20商品保证：通过6优先保证20商品发挥重

要作用。即采购优先，采购资金优先，存储库位优先，配送优先，陈列优先，促销优先。

中央采购制度与分散采购的区别

连锁超市公司采购业务的组织机构：

连锁超市公司采购业务流程：

采购业务谈判的内容和合同履行

1. 谈判内容□a.三项制约文件：商品采购计划，商品促销计划，供应商文件。

b.内容：商品，数量，送货，退货，促销，付款条件，价格及价格折扣优惠。

2. 合同履行□a.订单b.质量监控c.付款()

统一的定价政策：

1. 统一的定价政策是连锁经营的重要内容

2. 统一的定价政策不是“统一的价格)

3. 体现商品“总体经营”原则。

定价方法：

1. 品种别定价法：一类带来利润；另一类是适应“一次性完成购买”条件的企业形象商品，该类商品反映价廉，省时，便利形象。

2. 高周转率商品的定价方法：

低于竞争对手的价格，在超市中有时现金流量贡献率超过利润贡献率而成为企业第一位的利益目标。

3. 折扣定价法：

分为□a.一次性折扣b.累计折扣c.季节折扣d.限时折扣等。

## 促销及其分类和作用

1. 定义：超市促销是指超市通过在卖场运用各种广告媒体向顾客传递有关商品服务信息，引起买方行动而实现销售的活动。

2. . 分类□a从沟通方式划分，可归纳为两大类：单向沟通式，如：特价，优惠券，赠品促销等；双向式沟通，如：意见征询，有奖答题等。

b.从作用效果划分：产品入市促销和巩固重复购买促销。

### 促销对超市的作用：

1. 促销是达成大份额销售量的主要手段。
2. 促销是开展竞争的利器。（刺激购买，消化库存）。
3. 促销是反映连锁超市公司活力的显示器。

### 促销的误区：

1. 降低品牌的获利能力。
2. 增强消费者的价格敏感度。

## 采购控制

由一个指标体系考核采购人员并对采购进行细化控制包括如下指标：

1. 销售额指标。
2. 商品结构指标（为了体现业态特征和满足目标消费者需求度的指标）。



3. 毛利率指标。

4. 商品周转天数指标。

5. 通道利润指标。

6. 新商品引进率指标。

7. 商品淘汰率指标。

由上可知单品进价核算制度的利益所在：

a. 在日常运作中，商品的频繁变价，打折已成为商家促销的主要手段，单品进价核算可以省去商品变价的财务核算过程，适应市场竞争的需要。

b. 通过该核算制度可将资金运作情况及经营状态及时反馈给决策者，是细化管理。

付款的控制：

1. 付款期限的控制

2. 付款审核：

在确定对供应商付款后，还需财务的付款审核：

a. 审核供应商的开票价与合同价是否一致。

b. 审核发票是否规范

c. 审核发票价格

d. 审核厂商的费用是否预扣下来。

e. 审核厂商的退调商品是否得到退调。