

最新超市月工作计划表 超市工作计划(汇总5篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

超市月工作计划表 超市工作计划篇一

- 1、加强人员的培训工作培训内容包括：营运流程、岗位职责、规章制度、仓库管理、消防常识等。根据需要随时培训，使员工全面掌握工作流程与工作技能，楼面员工及促销也应掌握收货部相关工作流程，不得擅自行事，影响收货部工作。要求所有收货人员严格按照收货流程进行收货，不得违反相关规定。通过培训提高员工工作技能，形成比学赶超的氛围。
- 2、做好栈板及叉车等商用设备的维护工作，在本部门人员的使用中要做好维护的同时，提醒楼面人员爱护栈板及叉车等设备，使其保持良好使用状态。
- 3、仓库管理，持之以恒，坚持做好每日库房整理工作，合理利用库容，提高利用率，确保库房商品码放安全、整齐、有序，提取方便。加大库房的管理力度，减少出入库房的人员，避免因此产生商品丢失及损耗的情况的发生。加大库区的卫生清洁工作，坚持每日上下班两次的清理，使库区有一个好的环境。与楼面共同维护好商品，及全店的库存天数。加大退货力度，与供应商进行沟通协调，努力减少退货区的库存压力及库位。
- 4、严格控制好商品质量及做好商品的索证存档工作，杜绝不合格的商品进入卖场。使每一笔单据，每一笔货都有据可查。

规范档案、报表管理。做好各项收货数据统计，为上级决策提供依据。

5、严格按营运流程工作，严格遵守公司的各项规章制度。加强管理，提高人员素质，加强责任心，培养员工敬业精神。

6、检查人员出勤，合理排班作好工作分配。检查收货设备是否齐全。督促完成前日未完成的工作。检查库区商品出入库的情况。追踪员工退换货，合理安排员工就餐。

7、做好几大节日销售旺季期间的各项工作安排。

超市月工作计划表 超市工作计划篇二

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。

超市月工作计划表 超市工作计划篇三

连锁超市经过xx年全年的快速发展，发现有些具体问题原有的业务系统软件已无法解决，如：不同门店不能制定不同的售价、同一商品不能实现不同供应商不同进价等等。

根据实际现状，公司决定对超市软件进行全面升级，春节集训后迅速安排了连锁超市业务与财务以及信息部相关人员到外地进行了实地考察，对连锁超市经营模式以及超市所使用软件进行了解。在3月初对超市软件升级做了前期大量准备工作后于3月底对业务系统全面切换；切换后运行到现在基本达到了我们的预期要求；原系统无法解决的问题，现已基本解决。如：不同门店可以制定不同的售价、同一商品可以实现不同供应商不同进价等。

我们利用软件的先进功能，对进销存各个环节提高了分析能力和加大了管理手段。如：通过价格带分析确定每一个价格带在销售中所占比重，这样能确定每个门店周边消费水平，为门店组织商品价格定位提供了比较有效的参考数据。两天即抢购一空。

通过大半年的正常运行，连锁超市软件升级工作已在全体连锁超市同仁的共同努力下，取得了圆满成功。

为了使连锁超市财务管理工作更加正规化、制度化、科学化；针对超市财务管理薄弱环节及部分店长微机操作能力较弱等现象，我们规范了各门店电脑操作流程，相应出台了各种管理制度，并汇编成《关于规范东方连锁超市商品流转重点环节的管理规定》的制度来进行规范；并严格按管理规定执行，特别对以下几方面加强了控管。

- 1、单据流程更加规范、正规化；针对连锁超市业态特殊性，为使企业利润不得流失，我们相应推出了《商品新增条码审批表》、《连锁超市团购出库单》、《连锁超市价格执行审

批表》、《连锁超市堆码、端头申报表》，通过用单据流程对各个环节的监管，业务部门操作不再存在随意性，如：1) 商品条码新增必须见到手续完善单后方可录入，不存在一个电话即将条码新增；2) 规定所有团购商品出库必须填写团购出库单(注明本次团购的毛利、经办人及收款时间)后，收货组方可发货，否则一律不予出货，填明团购出库单的好处在于柜台团购商品都有依据可查，不可能再存在因为无法划清团购责任人而造给公司造成损失；3) 所有堆码端头按地理位置排列序号填写堆码端头申报表，在申报表上注明使用时间及扣收费用等情况，通过用堆码端头申报表近一年的管理，今年堆码端头费用收取比去年增加近45万元。

2、销售环节管理。要求各门店按公司销售管理环节执行并针对连锁超市特殊性实行模糊收银法，门店做好收银员销售登记工作并按收银员上交销货款上报财务科，凡是违例者都作了相应处罚；坚持每两月对门店销货款进行盘点，检查是否存在短款、挪用销货款等现象。由于我们平时检查力度较大，至今未发现有门店挪用销货款现象。对于打折促销根据厂方所提供的要求来制定限时限量促销活动，活动结束后电脑自动生成退补单扣收。

3、及时与业务部门搞好沟通工作。每周六下午5：30参加业务部门召开的门店店长沟通会议，对于本周各门店所遇到的财务方面新问题在会议上及时解决，对于自己无法解决不了的请示领导后在下次会议上解答。在沟通会议上，指出门店管理薄弱环节并严格按公司的管理规定执行；使各门店在财务的指导下有秩的开展工作。

4、搞好盘点工作。严格加强平时对商品进货出货工作监管，要求各收货员和收银员必须按条码收货和出货，加强防损人员防损意识，做到严禁赊销，一经发现赊销严格按公司制度进行处罚；凡是团购挂帐者，在盘点前团购款未收回者，将团购欠帐挂团购经办人个人欠款等，严格保证盘点时做到帐实相符。通过对商品进货出货管理，现在门店盘点工作大有改

观，刚开始每月盘点基本都是通宵并且盘点效果不明显，有时还要几天进行查询核对方可报帐且帐实还不一定相符，通过加强管理，现在当天晚上盘点当天即可上报盘点结果。坚持每月对各门店进行定时或不定时抽盘，对抽盘结果出入较大的，及时请示上级领导后对该门店进行监盘。

5、加强对经理个人往来帐务清理。原先所有外地自采商品都挂在经理个人商品采购借款，造成帐目不清、库存积压过大等现象；针对此状况今年上半年对所有从外地采购都从个人采购借款中分户，分户后对付款和商品退换货都带来了极大方便，使帐户余额一清二楚。

6、加强对超市物料包装管理；超市物料包装使用是超市一大头开销，如何管理好物料包装，就是如何节约了公司的费用，今年8月份在刘总的指导下，对超市物料包装使用微机管理，视同商品按进销存进行控制，门店领用必须有领用人签字后报财务审核，供应商领用直接记入供应商费用扣收。

6、严格按合同办事。所有超市商品经营都必须凭合同，无合同严禁上柜销售，每月付款扣收费用都严格按合同执行，严格做到不漏扣、少扣每一分钱，确保企业利润最大化。

7、加强一线员工财务知识培训。今年上半年按公司年初制定的计划，在6月30日之前对超市全体员工进行了财务知识培训和考试工作，使全体员工的财务知识水平有大幅提高。对新合作招聘的新员工进行上岗前财务知识培训，让新员工对超市财务有一定了解，使员工能更好的工作。

今年公司推出“阳光服务”工程，掀起了全员学习服务意识，做到了一条龙服务”即科室为一线服务，一线为顾客服务，全员为厂商服务”。就我们而言要服务好一线和为厂商提供好服务。

1、服务好一线员工。在平时工作中，注重细节为一线员工

搞好服务。

2、服务好厂商。每月对帐付款时为厂商提供便利、快捷、准确的服务，对于在付款过程中厂商对扣收费用明细有疑问都作详细解释，确确实实为厂商做好服务工作。

为业务部门服务好、把好家。主要从以下几个方面开展工作

1、深层次的挖掘软件功能；虽说用新系统后，我们能够让业务运行基本正常，但还是有些方面存大不足；如进货渠道的理顺、生鲜商品及加工商品管理等等。

2、强化预警机制；强化对业务部门经营过程中进行监控，对经营过程中的不良状况及时反映业务部门并检查落实结果。

3、加强全员效益观念，增加门店节约意识□xx年年争取将门店直观费用比同期下降15%-20%。

4、理顺新合作财务管理。新合作超市都是在乡镇遍布广，距离市内有一定的路程，如何进行远程对门店进行管理将是我们工作的重点。

5、大力加强对员工财务知识培训，定期不定期组织柜长及员工进行财务知识培训，全面提高连锁超市员工的财务水平。

6、加强对便民店优扣管理。优扣的产生就是企业利润的流失，管理好优扣就是保证了企业的利润。

挖掘财务活动的潜在价值。虽然，精细化财务管理是件极为复杂的事情，其实正所谓“天下难事始于易，天下大事始于细”。

超市月工作计划表 超市工作计划篇四

将被动采购改成主动采购；一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。

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。

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。

超市月工作计划表 超市工作计划篇五

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。

一路走来，我深刻的意识到要做好超市防损工作，单靠动动嘴皮子、简单地超市训练是远远不够的。超市防损也是一项系统工程，需要精心计划，合理安排才能够做好。

为此，我现在制定20xx年超市防损年度工作计划：

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。

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。

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。

20xx年超市防损年度工作计划大致上如此，希望大家齐心协力，做好我们超市的防损工作。