

2023年商场违法心得体会(模板7篇)

心得体会是对所经历的事物的理解和领悟的一种表达方式，是对自身成长和发展的一种反思和总结。心得体会对于我们是非常有帮助的，可是应该怎么写心得体会呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的心得体会范文，我们一起来了解一下吧。

商场违法心得体会篇一

商场作为消费者日常购店和商家销售商品的场所，不仅是经济交流的重要中心，同时也是法律规范的重要场所。然而，在商场中也存在一些违法行为，这些行为可能会损害消费者的权益和商家的声誉。在我多年的购物和管理经验中，我深刻体会到商场中的违法行为对社会、消费者和商家带来的危害。在这篇文章中，我将展示我的心得体会，并提出一些针对商场违法行为的应对措施。

一、认清商场中的违法行为

商场中的违法行为包括多方面，如商家虚假广告、假冒伪劣商品贩卖、价格欺诈、侵犯消费者个人信息等等。这些违法行为可能会导致消费者财产损失，精神损伤甚至身体伤害。商家在销售商品时，应该严格遵守法律和商业道德，以确保消费者的权益得到保障，这也是商家提高自身竞争力的重要手段之一。

二、加强消费者权益保护

商场中的消费者是商家的重要组成部分，保护消费者的权益是商家营销管理的重点之一。在加强消费者权益保护方面，商家可以采取一些措施，如提供商品规格参数详细说明、保证商品的品质、参加消费保障服务等。这些措施有助于消费

者获得更好的购物体验，提高商家的信誉度和市场竞争力。

三、加强商场管理

商场是商家销售商品的重要场所之一，管理商场是商家的重要工作之一。在加强商场管理方面，商家可以采取一些措施，如加强对商场员工的教育培训、制定规范的经营准则、定期开展标准检查等。这些措施可以帮助商家规避违法行为的发生，保证商场的安全有序，增加商家的收益和市场口碑。

四、加大违法行为的监管力度

虽然商家可以采取一些措施来规避违法行为的发生，但是只依靠商家自身的力量很难完全避免违法行为的发生。因此，加大违法行为的监管力度是必要的。政府可以通过加强法律法规的制定、组建监管机构、加强监督力度等方式来实现对商场违法行为的监管。同时，消费者也应该积极行使维权和监督的权利，通过投诉举报的方式，促进商场的良性发展。

五、树立商业道德

商场中的违法行为不仅会损害消费者权益、影响商家声誉，还可能会导致商场市场失去公信力，让商场从根本上失去了存在的价值。因此，树立商业道德是商家和消费者的共同责任。商家应该注重营销管理中的诚信守法，坚持“质量第一、顾客至上、服务至上”的原则。消费者也应该积极行使监督和维权的权利，不偏信商家的诱惑，树立“理性消费、依法维权、诚心诚意”的消费观念。

总之，在商场违法行为中，消费者和商家都有责任和义务来保障商业健康有序的发展。而树立商业道德和依靠法制保护是商业互动中的重要环节。消费者和商家应该共同努力，通过加大监管力度，加强商场管理和维权意识，树立商业道德的同时，推动商场违法行为的彻底消除，以创造更加公正、

透明、健康的商业环境。

商场违法心得体会篇二

于销售的总体战略规划，是由公司总部统一制定和掌控，我此次实习的重点主要放在了具体的卖场：家乐福和大润发。

自五月十号根据公司的安排，随广州区负责人到达广州后，先后走访了(家乐福：新市店、康乐店、万国店、员村店;大润发：新塘店、大沥店)经过十天的现场实习，基本上了解掌握了一些卖场的操作模式和维护流程，现将这些天的学习心得和体会整理一下，就当是这次实习的工作汇报。

一、提供卖场信息，让公司规避业务风险

业务员是公司派驻卖场的特勤人员，既是公司和卖场的桥梁，也是公司与卖场之间的润滑剂、传感仪和调节器。所以，作为一名优秀的业务员，一定要明白公司的战略目的，领会公司的战术方针;不仅要清楚公司进入卖场产品的明细和特性，也要熟识卖场的操作流程，以及一些鲜为人知的业内潜规则;不仅能承载公司和卖场双重的压力，还要能因势利导地消弭、这种压力下运营中的摩擦系数，使公司和卖场始终保持愉快和谐的合作局面。只有这样，才能顺利地通过一切可能的渠道(诸如采购处、财务处、课长、促销员，甚至收银处)收集卖场的营销业绩、进货周期、退货频率、供应商的进退场情况等相关信息，并及时反馈给公司，作为公司规避卖场风险的参考依据。

家乐福的背景和规模(这里忽略不提)，单从其在大型连锁零售企业中的信誉度，市场覆盖率和竞争力来看，应该归属a类企业，也是我们公司重要的销售渠道之一，尽管其采购途径，卖场运营，客情维护等较之同类企业沃尔玛要复杂得多，但总体来说运营良好。

二、卖场业务合作谈判

这里提及的卖场业务合作谈判，是指在公司既定的总体方针和策略下的，一些局部的、有针对性的临时合约，比喻：季度、月度和海报等促销活动中细化、量化到某个畅销或滞销单品的安排和调节。包括提供‘黄金陈列位’、演示台等对竞品有制约和压倒性的便利条件。

这种做法既能迎合卖场总的运作方式，抓住卖场走量的销售特征，也能藉此有效地提升公司产品在区域的占有率，更重要的是能与卖场，尤其是卖场的具体执行人达成互惠互利，皆大欢喜的双赢格局，从而化不利为有利，为下一步拓展奠定基础。

三、零售终端的维护

在公司正确、完善的销售策略的指导下，在华东市场异军突起的品牌效应下，公司得以顺利地与各各地知名卖场签约，随着销售渠道的不断拓展，销售业绩也呈几何倍数地与之骤增，良好的市场效应不仅为公司创造了巨大的经济效益，同时，也给公司制造了相应的工作困难和潜在隐患，所以，作为一线的业务应该居安思危，同时，也要迎难而上。因此，我觉得零售终端的客情维护成了我们工作的重中之重，因为所有的前期工作和努力，只有在零售终端这里才具有意义，才能产生价值。

可以这样说：与卖场的签约，只是上层抽象的总体规划，就好比创业；而零售终端的客情维护，是对总体规划的具体运作和执行，甚至可以理解为鼎力支持，则好比守成。这就是俗话所谓的：创业容易，守成难之说。是以，零售终端的客情维护必须面面俱到地悉心呵护！

具体细节可能会因人而异，但总的来说也是些人之常情，比喻电话联系，实地拜访课长、采购主管、收货主管、财务经

理，甚至竞品的促销员、收银员等，必要时还要分期分批地聚会或送些小礼物，以维持良好的关系，在实际工作中如新品上架、滞品促销、专柜销售等方面才易于沟通，便于处置。

尤其是部门课长，更是重点的公关对象，一旦获得课长的支持或默许，我们就能随时安排促销和新品上架，另外，课长有安排单品排面的权力，而排面位置的好坏至关重要，一个好位置的排面会有事半功倍的作用，黄金陈列位不仅能充分招揽顾客，还能起到很好的广告宣传效应；不仅能提高产品的知名度和企业形象，也能确保销售量。更有甚者，即使我们的促销员采用移花接木，等方式将其它竞品混乱陈列于货架一侧，而将我们公司的产品整齐划一地陈列于宽阔醒目的黄金陈列位，只要不影响他的工作，没有投诉，课长也会网开一面视而不见。

四、订单的促进与维护

定期对每个卖场的订单数，库存数进行汇总统计，并对进货金额和销售金额做对比性的排名比较，找出畅销和滞销品，分析原因，解决问题。根据健康的客情维护和良好的合作关系，积极策应老产品的销量提升和新产品的上架进程，及时明确地向卖场提出各种有建设性的销售提议，促使卖场增加订单量和缩短订单周期，并按时间的先后顺序对个卖场的订单进行分别存档管理，作为销售数据和历史档案备查，也便于平时及时补充排面的货物。

五 保持与促销员的沟通和督导

促销员是产品与消费者之间直接的转换体，保持与促销员的交流和沟通，随时了解、掌握促销员的动态和心态，是业务的必修之课；促销员的流动性大，在业内早已是不争的事实，尤其是目前劳动力资源相对匮乏的特殊时期，好的促销员更是不可多得，因此，作为业务，必须时刻留心招贤纳士，更要花心思悉心稳固已有的销售团队。

一个优秀的促销员无疑是销量的保证，这一点我想大家应该不会否认。而对促销员适当的鼓励和肯定、以及适时的鞭策和引导，则能充分调动促销员的积极性和热情，一个演示熟练，讲解准确，热情饱满的促销员，既可以抓住实时的客户，也可以赢得很多潜在的客户，同时，也能塑造产品的品牌效应和公司的企业形象。

以上是这次实习的一些心得体会，十分感谢对我的垦切训导，以及各位同事的帮助；更加感激公司罗和百忙之中的耳提面训！

商场违法心得体会篇三

近年来，商场违法事件频频发生，引起了社会的广泛关注。作为消费者，我们不仅要学会保护自己的权益，更需要了解如何发现和处理商场违法问题。在这篇文章中，我将分享我个人探索商场违法经历中的心得和体会。

第一段：认知商场违法的法律法规

首先，了解法律法规对于预防商场违法事件至关重要。作为消费者，我们应该知道《消费者权益保护法》、《商品质量法》等国家法律法规。除此之外，消费者还应该了解一些特定的规定，例如近年来热议的限购限行□3C产品退换货政策等。这些规定确保了消费者的权益和商场经营的合法性。所以，当消费者发现商场的某些行为可能与法律法规不符时，就应该及时和有关部门联系，进行咨询和投诉。

第二段：关注线上和线下商场违法问题

线上和线下商场违法问题同样应该引起我们的重视。在线下，商场经常出现的问题包括虚假宣传、欺诈销售和商品质量问题。而在线上，商家经常利用打假来进行营销，很多平台听从商家的要求，删除了消费者的投诉，这意味着消费者可能

被忽略，从而陷入被骗的风险。因此，消费者不仅要注意销售途径，还要保持警惕，及时向平台或相关部门反映，提供有效的证据和信息。

第三段：维护自身权益的方式

消费者学会寻求合法合理的维护自身权益的方式是非常重要的。在商场内，消费者应该明确自己的权益和利益，尽可能保存商品收据或电子支付方形成的交易，及时核实商品质量和生产日期，并且在处理退款退货问题时要了解规定。另外，消费者也可以通过向有关部门反映情况，维护自己的权益。在多数情况下，消费者可以通过检查和确定商品是否符合质量、安全和合法性的方案来解决问题。在商场买东西一定要注意核对收据和商品，不要轻信商家或销售员的说辞，确保自己的权益得到保护。

第四段：引导商场规范经营

商场规范经营是消费者利益得到有效保障的关键。消费者应该发现和指出商场违法行为，向有关部门反映情况和提供证据，通过法律和市场机制来引导商场的规范经营。这样能够通过正规途径维护自身权益，而非使用违法的手段进行“报复”。同时，消费者需要保持清醒的头脑，不要轻信商场的诱惑，通过对商场的合乎不建议性和规范性进行认知和了解来投票支持可持续的经营模式。

第五段：结语

商场违法问题牵涉到广大消费者的切身利益和行业规范的建立，是一个复杂的问题。消费者学会了如何保护自己的权益、掌握商场违法相关法律法规、关注在线上和离线的商场违法问题、维护自身权益的方式、引导商场规范经营，通过这些措施来减少违法行为的可能性，促进消费者和商场的公平合理交易，这才是消费者发挥作用的正确方式。同时，也希望

商场能够积极整治和纠正违法行为，建立公正、透明、友好的商业环境，创造消费者和商场双方共同赢得的局面。

商场违法心得体会篇四

1. 眼神异常，神情鬼祟；
2. 穿着不合体的衣服，给人一种松松垮垮的感觉；
3. 几个人与很多顾客同时进店；
4. 把随身携带的手提袋放在商品上；
5. 经常在柜台走动徘徊。

二：偷窃易发生的时间

1. 营业高峰期；
2. 刚开门时；
3. 交接班时；
4. 营业清淡时。

三：偷窃的重点区域

1. 柜台、货架商品摆放在不恰当的位置；
2. 灯光比较暗淡的场所；
3. 通道狭窄的场所；
4. 混杂的场所。

四：一般偷窃的方法

1. 把偷窃到商品隐藏在衣服里面或者放在随身携带的手提包内；
2. 带着偷窃到的商品走动，寻找隐藏的机会；
4. 带着很多的商品进入试衣室。

五：防偷窃的方法

1. 要消除卖场内的死角；
2. 给予导购员合理的定位；
3. 扩大商品之间的通道；
4. 要增强照明设备或者是安装玻璃镜子等；
5. 摆放的商品陈列要整齐，做到井然有序；
7. 要加强导购的主动服务意识；

六：防盗日常管理工作

1. 要做好班前、班后的防盗安全检查；
3. 要做好被盗现场的保护和警戒工作；
5. 商场防盗安全管理中要求在营业时间被盗的责任都是由被盗柜员工的承担。

商场违法心得体会篇五

如今，消费者的购物习惯已经从单纯地追求商品本身转变为

更加关注消费体验。而大型商场也应运而生，为消费者提供了更加丰富的购物选择以及高水平的购物体验。但是，面对着日益激烈的市场竞争，一些商场企业为了追求高额利润，经常会采取一些不合规的经营方式，触及了相关法律法规的底线，这就是所谓的商场违法。本文将从个人经历出发，总结商场违法的心得体会。

第二段：亲身经历

作为一名购物爱好者，我经常光顾商场。但是，在去年的一次购物体验中，我遇到了一件超出意料的事情。我发现自己购买的商品实际上是过期或者是次品，并且商场的售后服务非常恶劣。在我的申诉下，商场不但迟迟没有解决问题，而且最终还无故将我列入了黑名单。对于商场违法，我深感震惊和无助。

商场违法有很多形式，比如虚假宣传、价格欺诈、偷税漏税、侵犯知识产权等。商家为了追求商业利益，往往铤而走险，不遵守法律法规，甚至索性颠覆法律，扰乱市场秩序。这种行为在法律上是绝对不能容忍的。

商场违法的严重性体现在影响多方面，而影响最重大的便是消费者和商家的经济利益。消费者遭受欺骗，甚至导致安全问题的存在；商家的声誉受到破坏，经营前景受到影响；同时，这种违法行为还会扰乱市场秩序，加大行业竞争，阻碍行业发展。商场违法不仅违背道德，还会引发负面效果，对社会造成很大的影响。

第五段：防范商场违法

防范商场违法需要政府、商家和消费者的共同合作。政府应该严格规范商业法律法规，完善监管体制从而使商家不敢扰乱市场秩序和侵犯消费者的利益；商家要遵守法律法规、明确守则，在商业活动中遵循公平、竞争的原则；而消费者则

需增强自身的法律意识，提高鉴别能力，避免自己成为商家的人质和受害者。

总结：

商场违法是商业行为中的大毒瘤，对消费者和商家产生了深远的影响。通过去年亲身经历，我深刻地意识到了商场违法的危害和严重性。要根除商场违法，必须要有政府、商家、消费者共同打造“框架法律法规”、执行“公平竞争”、提高“消费者的法律意识”三位一体的有效预防体系。我们相信，只有构建起良好的商业环境、保障消费者权益，商场行业才能更好地健康发展。

商场违法心得体会篇六

我保证以后不再有类似的情况发生，我真诚地接受批评，并愿意接受处理。对于这一切我还将进一步深入总结，深刻反省，恳请交通部门相信我能够记取教训、改正错误！

一、认真遵守国家关于道路管理方面的法律法规和规章，自觉接受单位安全教育。因个人私有车辆的使用和管理而产生的法律责任由本人自行承担。如因违章或事故给单位造成不良影响或经济损失，个人同意接受单位的行政处分或经济处罚。

二、严格遵守公司关于不准在工作时间驾驶私人车辆和驾驶私人车辆办理公务的规定(在正常上下班时间范围且在上下班必经路线上驾驶私人车辆除外)。如有违反，个人同意接受单位的行政处分或经济处罚。

三、驾驶私人车辆上班，应将车辆停放在单位提供的停车位或准许停放车辆的其他场所。不论停放何处，停车期间车辆发生被盗或其他损失，自己承担相应后果。

四、保证不利用私人车辆在下班后从事第二职业等影响正常工作的经营性活动，否则自愿接受单位给予的任何处理意见。

五、驾驶私人车辆发生交通事故，应在发生事故后24小时内将事故情况向单位领导汇报，保证不因事故影响工作或让单位承担连带责任。

六、在非工作时间、休息日和节假日驾驶私人车辆发生交通事故的，个人承担一切后果。影响正常工作的，个人同意按油田和公司有关规定接受单位的任何处理。

七、不以单位名义办理私人车辆注册登记、申领(变更)驾驶证、缴纳有关税费等相关手续，如有违反，个人同意按油田和公司有关规定接受单位的任何处理。

八、保证不以任何方式使用单位的汽车配件、燃油料，如有违反，个人同意按油田和公司有关规定接受单位的行政处分或经济处罚。

九、本保证书自本人签字之日起至车辆所有权发生转移之日止有效。本人如对现有车辆进行转让并新购车辆，保证在办理相关法定登记手续后24小时内向单位领导汇报并自觉按单位的内部管理规定进行登记、接受教育。新购车辆的，本承诺书自动延续有效。

本人与公司解除(终止)劳动关系后，该保证书自动失效。

十、本保证书一式三份，本人、工作单位及公司安全科各保存一份，三份具有同等法律效力。

保证人签字□xxx

签字时间□20xx年x月xx日

***道路运输管理所:

今天,我怀着愧疚和懊悔写下这份保证书,以表示我对运输管理部门的批评,意识到自己的错误深刻认识改正错误的决心。我这种行为在运管里造成了极其坏的影响,我真正意识到了这件事情的严重性,所以我今后要听从指挥,充分领会理解运输管理所部门的要求,并保证不会(有类似)的事情发生.希望运输管理所给我改过自新的机会,对于这一切我还将进一步深入总结,深刻反省,恳请运输管理部门相信我能够吸取教训、改正错误!

保证人:

年 月 日

尊敬的交警

今天,我怀着愧疚和懊悔给您写下这份保证书,以向您表示我对交通管理部门的批评不意识到自己的错误,还跟交通工作人员顶嘴的不良行为,深刻认识改正错误的决心.我保证以后不再有类似的情况发生,我真诚地接受批评,并愿意接受处理。对于这一切我还将进一步深入总结,深刻反省,恳请交通部门相信我能够记取教训、改正错误!

保证人xxx

年月日

因为我在主观意识上的错误,将我的别克轿车交付给我那还没有驾驶证的朋友去开。严重地违反了交通安全法规,给正常的车辆及行人交通造成不便,造成严重的安全隐患。如果万一发生交通意外,后果将是灾难性的,轻者给车辆和行人造成诸多不便,重则造成严重地人员伤亡和财产损失。如今被交警同志及时抓到,及时制止,及时教育,让我每每考虑

到这些问题，心里都感到非常的悔恨和难过。我真的是犯错看，我愧对党和国家的培养，有负于家人朋友的期望。

商场违法心得体会篇七

商场的管理首先要从服务着手；员工是决定商场服务 质量的关键因素。服务通常不是一种有形的物质实体，而是一种行为或过程，服务既不能与服务提供者（服务人员）分离，也不能与服务接受者（顾客）分离，而是服务人员与顾客之间的相互作用。

1、商场服务质量和生产企业的产品质量，无论是在内容上，还是在管理方式上都有很大的不同。由于服务主要表现为一种过程，一种行为，服务质量归根结底必须通过商场员工的形象和行行为反映出来，人的行为是服务的中心。

2、商场的服务质量管理不仅仅是要建立健全服务质量体系和制度，更重要的是要把提高服务质量的思想和方法传达和落实到每一个员工，并为他们理解和接受。如果商场管理者能充分意识到员工在提高服务质量和吸引、保留顾客中的重要作用，并采取有效措施加强和改善人员管理，提高员工素质，调动全体员工为顾客服务的积极性和主动性，就一定能够创造出一流的服务质量，其经营业绩和竞争实力也一定会有实质性的提高。

为获得外部市场的回应，商场就业项为顾客提供优质的商品和服务，内部市场也是如此。为了调动员工为顾客服务的积极性和自觉性，需要不断地对其进行有效的激励，因此，激励是商场内部营销管理的又一项重要内容。

1、要充分尊重员工的服务性劳动，经常在各种场合强调员工为企业所做的贡献。

2、要努力为员工提供合适的工作岗位，以及良好的工作环境

和发展机遇。

3、在工作中要充分信任员工，要给予各部门员工特别是一线员工一定的权限，允许他们在一定范围内有权处理顾客服务过程中出现的问题，这样既可以激发一线员工的积极性和自觉性，加强为顾客服务的责任感，避免一有问题就问上级部门或主管人员身上一推了之，又能缩短解决问题的时间，缓解顾客的不满情绪。

商场的各类员工都需要有充分的信息来完成各自的工作，为内部和外部的顾客提供服务。他们需要的信息包括公司的经营理念和经营战略、岗位规章制度、产品和服务的性质、公司对顾客的承诺或保证等等，此外，商场内部上下级之间、部门之间，以及员工之间也需要交流和沟通，因而，沟通是商场内部营销管理的又一个重要内容。

1。首先管理人员、服务人员及各部门员工，可以通过正式的和非正式的互动式的信息沟通和信息反馈，理解和接受商场的使命、战略、战术，以及产品、服务和营销活动，这样，商场的服务理念 and 战略思想才能成为员工的自觉行为。

2、其次，由于服务质量不仅取决于一线服务人员的服务态度、技能和服务水平，而且还取决于一线服务人员与内部其他各部门人员的相互理解、合作与快调。因为所有员工都参与了为顾客服务的过程，很多员工虽然不与顾客直接接触，但他们的工作表现也会间接地影响到顾客所获得的服务，一线员工为顾客服务的能力在很大程度上依赖于其他员工的服务意识。提供高质量的服务不是一线服务人员或其他某个部门人员所能单独完成的，它是各部门人员相互作用。共同努力的结果。而沟通则有助于实现内部人员之间、部门之间的相互理解、合作与支持，特别是包括高层管理者在内的各级管理人员对一线服务人员的支持及相关部门对一线服务部门的支持。

2、树立和增强员工的顾客意识和服务的自觉性；

3、提高员工沟通、销售和服务的技巧。因此，在制定培训方案时，应把知识与技能和理念与态度紧密结合在一起，使两者相互促进，相辅相成，不可有所偏废。

除了上述内容之外，内部营销还包括其他许多旨在培育员工服务理念的行为和活动。但是，如果我们仅仅是把内部营销看作一般意义上的一项营销活动，那么，内部营销就无法取得战略意义上的成功，因为仅在这个层次上实施内部营销活动是无法培育公司的服务文化，也难以从根本上激发员工对优质服务和顾客导向的追求。可见，内部营销管理实际上已经突破了人员管理的简单含义，成为企业战略管理的一个组成部分，内部营销更多的应该是作为一项战略活动而不是一项战术活动来予以实施，它首先是一种管理哲学，然后才是一种管理策略。