

# 最新剪纸课教学反思总结(大全6篇)

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。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。下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

## 商场工作计划篇一

为营造元宵欢乐祥和的传统节日气氛，丰富社区居民文化体育活动，增进物业公司、辖区共建单位同居民的联系，共同创建文明、健康、和谐、美好的新社区，特制定xxx年元宵节活动计划。

幸福新·春暖新社区

主办单位：街道社区

物业服务有限公司

### (一)组织保障

为了使社区元宵节活动健康、有序地开展，特成立活动领导小组，由任组长、任副组长、成员为。

### (二)经费保障

- 1、社区文体工作年度经费支出；
- 2、街道补助；
- 3、共建单位赞助

各小区悬挂灯笼，横幅，营造浓厚的元宵节节日气氛。

## (一)元宵灯笼展

居民亲手制作灯笼，活动当天拿到社区参展。

## (二)做汤圆、品汤圆

社区干部、共建单位代表和居民一起包汤圆、煮汤圆、品汤圆

## (三)游园活动

1、团结就是力量(拔河比赛)：以居民组为单位，每组出6个代表(3男3女)进行拔河比赛。奖项设置：一等奖、二等奖、三等奖、参与奖。

2、声声报福(踩气球)：工作人员事先在气球内放好“祝福券”或“有奖券”，每人可踩2个气球，踩到“有奖券”即可得到纪念品。

3、团团圆圆(欢乐夹元宵)：盆里放20个乒乓球，游戏者各自从盆里夹乒乓球，在20秒内夹满10个以上者胜利。胜利者可得精美奖品，其余得纪念品。

4、金球辘辘(吹球入碗)：在桌面上并排放置两个碗，在其中一个碗中放2个乒乓球，在规定的时间内将2个乒乓球吹入另一个碗中即成功。成功者可得精美奖品，其余得纪念品。

1、时间：2月xx日(正月十四)下午13：00

2、地点：社区旁圆形广场

1、居民小组长处报名

2、致电报名：

## 商场工作计划篇二

元宵节是我国的一个非常有中国特色的传统节日，在这一天，看灯会，猜灯谜，闹元宵已从好几千年延续至今。此外，由于我国对传统节日越来越重视，越来越关注。如若在这一天，您到超市逛逛，您定会发现，超市里张灯结彩挂起了各式各样的谜语，如若猜对了，揭开谜底，可到超市服务台换取精美小礼品一份。这是最常见的商超元宵节促销活动。

牛年洋洋得意、张灯结彩大闹元宵

20xx年正月十一至正月十五

浓情元宵（相会在元宵、又到元宵佳节时、共度元宵良辰美景、大红灯笼高高挂、红红火火过元宵）

元宵节是中国传统节日，传统的活动项目有吃汤圆、赏花灯、猜字谜等，蕴涵着团圆甜蜜吉祥幸福的内涵，因此商家的促销可重点围绕跟元宵有关的食物、商品展开促销。同时借助烟花爆竹、舞狮舞龙、大红灯笼高高挂、猜字谜等传统活动来助兴，营造出元宵节热闹的气氛。

春节一过，春节服装即将上市，对于学生来说，新的一学期也将开始，因此元宵节促销还可围绕服装、学生用品等展开促销。

### 一、团团圆圆过元宵、美味汤圆大联展

1、开辟汤圆食品专柜，包括各种品牌汤圆：如龙凤汤圆系列、思念汤圆系列、三全凌系列、佑康系列。口味有八宝果仁、黑芝麻、麻蓉花生、玫瑰豆沙、山楂、五仁、花生芝麻、无糖、清真、米酒等。

2、超市购物满88元，即赠送汤圆一袋，或小灯笼一个，价

值5元左右。

## 二、元宵小吃一条街

在大商场和大型超市门口开设小吃一条街，开设十个左右摊位，包括汤圆冰糖葫芦臭豆腐炸香肠羊肉串里脊肉等，现场制作，购物满100元赠即送价值10元小吃券，满200元送20元，以此类推，多买多送，超市限单张小票。

- 1、元宵节除了逛街赏灯玩乐外，吃喝也是必不可少的，在购物之余，吃上一些香喷喷的小吃对顾客来说必定是一个极大的诱惑。
- 2、在现场设立一服务处，顾客凭购物小票到服务处领取小吃券，顾客凭小吃券即可到摊位上购买小吃。
- 3、小吃券不可兑换现金，也不设找兑。
- 4、小吃制作必须注意卫生，要采取一定措施避免油烟污染及灰尘影响，同时要预防自然风雨的影响。
- 5、小吃摊位设置：除了把一些商家已经有的小吃搬到现场外，还可以邀请一些地方名小吃店到现场制作售卖。
- 6、除了用小吃券消费外，顾客也可用现金购买，必须在现场明码标出小吃价格，让顾客一目了然。

## 三、良辰美景共赏、元宵游园齐乐（惊梦）

开辟一元宵游乐区，搭成葡萄架形式，悬挂各式灯笼，内含各种字谜，无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品，奖品为精美小礼物或购物券，价值根据各字谜难易程度确定，奖品可直接标在灯笼上，一般奖品价值为10元以下。

同时游乐区内可增设套圈、一些民间杂技表演等活动。

套圈：购物满100元即可参加套圈一次，每次十个圈，套中了即可拿走所圈住之物。圈中物品根据价值大小来进行远近距离拜访。物品总体价值设置可根据满多少的定额来确定，满多少的定额越高，礼品价值也可相对提高。一般而言，物品价值不可过高，一是防止高价值物品损坏，二是满多少定额降低是相对提高顾客参与人数。顾客也可自己出钱套圈。

民间杂技表演：邀请一些民间团体表演舞狮舞龙、耍猴等杂技表演，增加元宵节热闹气氛。

注：游园布置必须精美，注意维持活动现场秩序。游园活动的开始和结束可以以爆竹鸣号。

## 商场工作计划篇三

相濡以沫，最爱七夕

x月x日——x月x日

1、七夕节要区别情人节，从传播的口径到活动的组织，落脚于夫妻间的情份。

2、整个策划的主题围绕“情感、爱、家庭”，实现活动与营销活动的融合。

1、相濡以沫，最爱七夕——“我与我的爱人”大型征集活动(x月x日——x月x日)

还记得您们的第一张合影照片么?还记得你们面对亲朋好友时许下的诺言么?xx“我与我的爱人”大型征集活动拉开帷幕，即日起征集最早的结婚照片、最早的婚礼诺言……，活动结束后，按照照片拍摄日期，结婚时间早晚排定。

最早的结婚照片5张，每张照片的主人奖励xx价值x元的精美

礼品。

最早的婚礼诺言5个，每个诺言的主人奖励xx价值x元的精美礼品。

照片(征集完成后，做成展架，照片原稿将返还本人)/诺言由顾客手写，签名，制作成展架放置在x广场活动现场展示。

负责人：

2、相濡以沫，最爱七夕——xx步行街穿着类现价基础上限时77折。(8月18日——20日，限时折扣，现场广播公布)

步行街负责谈判，执行。

对接人：

3、相濡以沫，最爱七夕——xx大型文艺演出，精彩现场活动。

x月x日——x日，x广场婚礼秀；

x月x日——x日，x广场婚纱秀；

x月x日，x月x日，x广场鸢都流韵——x年系列活动；

负责人：

4、相濡以沫，最爱七夕——万千纸鹤表真心

x步行街万只千纸鹤迎接七夕节，前期可以有xx员工自己叠，所用材料由公司报销，七夕当天，可以在现场准备千纸鹤的纸和笔，顾客可以在工作人员的指引下，自己折叠千纸鹤，表示对爱情和幸福生活的祈祷，最后统一悬挂在步行街——x广场的范围。

8月10日下午开始下发通知，要求步行街员工先行折叠千纸鹤，

负责人：

5. 相濡以沫，最爱七夕——xx七夕鹊桥会！

目的：借“七夕节”这一传统中国节日，举办具有社会公益性质的“鹊桥会”活动，吸引更多顾客进入并了解xx□

时间：8月10至8月20日

合作单位：库巴商城、国美电器

活动主题：相见你我，缘在国美——xx七夕鹊桥会

形式：

相亲人员报名采用表格的形式，填写相亲会报名表。

工作人员将填写的报名表登记到制作的相亲人员报名卡片中进行现场张贴。

活动阶段：

第一阶段：报名阶段8月10日到8月20日

有意向的人员可以到xx总服务台、世纪x华广场总服务台□x超市服务台报名。

第二阶段：相亲阶段

9月2日，在xx举行大型的乡亲大会，由公司人员将报名人员名单进行制作。

# 商场工作计划篇四

2月4日-12日

1、元宵节是中国传统节日，传统的活动项目有吃汤圆、赏花灯、猜字谜等，蕴涵着团圆甜蜜吉祥幸福的内涵，因此我们的促销活动重点围绕跟元宵有关的商品展开促销。同时借助烟花爆竹、大红灯笼高高挂、猜字谜等传统活动来助兴，营造出元宵节热闹的气氛，回升消费热情。

2、同时春节一过，春节服装即将上市，对于学生来说，新的一学期也将开始，因此元宵节促销还可围绕服装、学生用品等展开促销。

春节过后，顾客消费热情下调。元宵节是春节过后的第一个节日，因此，充分利用节日的热闹、喜庆和团圆气氛来刺激和诱导顾客消费，回升消费热情，提高总体的销售额。

另外，通过各种新颖、有效的促销活动来巩固原有顾客、挖掘和培养新消费群体，提升公司知名度和美誉度。

1、火树银花不夜天共度元宵享团圆

2、猜谜语欢乐中奖

3、良辰美景共赏元宵齐乐园

元宵佳品、糖果、生鲜蔬果类食品。

## (一)购物赠汤圆

凡于活动期间一次性购物满58元的顾客，凭电脑小票可到服务中心领取大年汤圆1袋(价值3.9元);同理，购物满98元，凭电脑小票可到服务中心领取汤圆2袋(价值7.8元)。每天限

送500份。

注：凭当日单张小票领取，小票金额不可累加

## (二)猜谜语欢乐中奖

把超市布置成元宵游乐区，悬挂灯笼，在全卖场的每个角落都张贴谜语条，无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品，奖品为精美礼物。

## (三)良辰美景共赏元宵齐乐园

2月6日晚7点30分钟在外场开辟游乐区，在游乐区大舞台内增设套圈活动和一些表演等活动来吸引人气。

套圈：购物满100元即可参加套圈一次，每次十个圈，套中了即可拿走所圈住之物。圈中物品根据价值大小来进行远近距离拜访。物品总体价值设置可根据满多少的定额来确定，满多少的定额越高，礼品价值也可相对提高。

- 1、1月25日特价商品资料汇总，预定出上邮报的商品；
- 2、1月25日各部门的活动计划书上交店长办；
- 3、1月29日邮报商品下午开始照相；
- 4、1月30日邮报定稿
- 6、2月1日邮报到店上；
- 7、2月2日至3日开始邮报全面发放；
- 8、2月1日至3日所有特价pop写好；
- 9、2月3日卖场气氛pop布置完成；

为保证活动的持续性和工作责任到每个人，特制定以下要求：  
气氛设置：外场气氛，内场气氛，销售气氛。播音气氛。陈列气氛□pop书写。

(一)dm邮报：单张16k□10000份x0.18=1800元。2月1日下午dm邮报到店。

1、邮报发放计划：(发邮报的重点在各大生活小区和居民住宅及城中村，要尽量贴近百姓生活)

2、卖场内留：1000份(收银、总台)

(二)场内不间断的播音；

播音内容就是活动内容

(三)横幅制作

1、横幅两条：火树银花不夜天共度元宵享团圆

良辰美景共赏元宵齐乐园

2、喷绘：两块

(四)内场气氛pop和吊排设计：原来的不动

准备工作：

备足货源，搞好汤圆的商品陈列，店内海报□pop的书写等

## 商场工作计划篇五

情人节作为中国特有的情人节，对于当下的年轻人来说是一个必过的节日。本次商场情人节活动方案主要大紧贴“情

人节”主题的大型促销活动，打造一个浓郁的情人节的促销气氛。

由于黄金珠宝是情人节必备的商品，所以商家主力商品是以黄金珠宝为主。

## 2、商场情人节活动方案活动时间

20xx年8月x日周四—20xx年8月14（周日）

## 3、商场情人节活动方案卖场布置

## 4、商场情人节活动方案活动策划

### （一）钻饰节

#### 1、主题

百年老店，百年好合——20xx钻饰节

[主题释意]本次活动主题拟定为“百年老店；百年好合”，主打婚庆市场，定位明确，将xx商场黄金珠宝卖场最具竞争力的牌誉优势凸显出来，以诚信和祝福吸引目标消费者。

#### 2、展式创意

每个珠宝品牌推出几款情人节特别推介款，可以是名贵高价，也可以是为情人节特别设计的款式，用干花创意搭配进行展示，外面罩上透明玻璃罩，将经典款从让消费者挑花眼的众多珠宝款式中凸显出来，在花的配称下形成浪漫唯美的效果，对消费者形成不可阻挡的的诱惑。且女人多被比喻为花，花与珠宝的搭配暗喻女人与珠宝的和称关系，独特的展示方式配合适当的灯光、背景，必将吸引消费者驻足的目光，产生极佳的促销效果。

## （二）全场活动

### 1、全场主题活动

#### （1）活动主题

浪漫情人节，幸运77

——价值百元以上，77件浪漫大礼先到先得

#### （2）奖品

在相应的类品在购买满77元以上，凭购物小票即可获得小礼品一份。

## 商场工作计划篇六

五一节，是春节长假后的第一个黄金周，是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。继三四月销售低迷后，五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

- 1、婚庆消费(婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类)
- 2、长假旅行消费(箱包旅行包、摄影器材、旅行用品)
- 3、近郊春游消费(饮料类、即食品类、休闲食品类、)(户外用品、运动用品、园艺用品)
- 4、家庭换季消费(夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季)(夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品)

5、福利消费(夏季消夏用品团体福利消费)我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

## 一、确定促销期间

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不宜太长，我们建议在8-12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为宜。

## 二、确定促销目的

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

## 四、确定促销主题和主力商品群

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。

一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；

二是换季购物为主题的新品推广诉求；

三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。

四是以长假休闲购物(欢迎为主题;五是以春游、旅游为主题。

如：五一酬宾 惊喜狂购(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

劳动光荣 低价有礼(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

开心度长假 低价总动员(出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价)

清凉一夏 低价风暴(夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料)

欢欢喜喜庆五一 清清爽爽过夏季(夏凉家纺、家电、化妆品、饮料)

五一乐翻天 购物拿大奖(有奖销售、刮刮卡等)

购物有乐趣 吃上再拿上(游戏互动促销 大规模的品尝买赠活动)

五、确定促销商品分类比重及促销价

根据商品组织情况或竞争环境要求确定了促销主题及主力商品群后，要进一步规划各类商品促销比重，建议如下：

**商场工作计划篇七**

xxxx年xxxx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。下面就是本人的工作计划：

实际销售完成xxxx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xxxx年引进新渠道1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xxxx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。

现场管理成效斐然xxxx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。

以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全xxxx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。

xxxx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xxxx年虽有改变，但效果并不明显。

xxxx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。

一、抓春节市场，确保开门红，誓夺xxxx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xxxx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xxxx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xxxx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xxxx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。

## 商场工作计划篇八

(1) 修改和制定有关的管理文件，这些文件包括但不限于：

a□管理公约——对物业及其设备，服务设施的管理、保养、保险以及维护所订立的规定，达到对该物业的统一管理，以保证该物业的所有业主和租户有效地使用其物业单元，并规定各业主和租户对该物业的管理及公共开支所需负责的适当比例、以及权利、义务。

b□用户手册——方便各业主及租户进一步了解””的物业情况和管理运作规定，旨在保障””全体业户和租户的利益而制定的手册。

c□装修指南——向各业主及租户详细介绍各业户在自己单元内进行装修、改造等工程必须遵守的规定和必办的手续，以

及介绍””物业设施情况，以协助和指引各业户进行内部装修时不影响整个物业的公共设备、设施、中央系统、楼宇结构和其它业户单元的正常使用。

(2) 制定各项管理程序及规定，包括但不限于以下：

a□ 商铺物业交收程序

b□ 商铺装修的报批和验收程序

c□ 商铺装修的监控程序

d□ 公共地方的清洁、绿化的监管和监控的程序和规定

e□ 公共设备设施的监管维护和报修程序

f□ 投诉处理的程序

g□ 意外和紧急情况处理的程序

h□ 非办公时间出入商场的`管理规定

i□ 货物出入的管理规定和大宗物品放行的规定

j□ 日常运作的物业管理程序和物业状况的管理规定

(3) 物业管理服务质量的控制和制度，包括但不限于以下：

a□ 各部门工作手册的制定（包括岗位责任制、工作程序和流程、工作细则）

b□ 各岗位的（部门）纪律制度

c□ 各岗位服务标准

## d□考核制度和持续改进的措施

(4) 在商场竣工前对商场设施管理的前期介入：

前期介入有利于商场的日后管理，避免发生重复投资或资源浪费，对发展商有利无弊，其范围包括但不限于以下方面：

a□参照商场的图纸设计，为商场日后管理的方便与完善，提早设计及更改有关设备设施及有关的功能布局，以避免重复投资或浪费资源。

b□根据我们的专业管理经验，向发展商早期提出合理化建议。如设备设施的选择，管理设施的设置等等。

c□早期熟悉商场设备设施情况，协助发展商监督设备安装及调试，监控有关工程质量，并对商场的隐蔽工程进行早期的验收。

## 2、对“”商场进行验收和接管

将配合发展商，按照“”的工程进度，分期分批地对商场物业验收和接管，包括以下方面：

a□对隐蔽工程验收和接管

b□对楼宇工程质量的验收和接管

c□对设备和设施的验收和接管

d□对装修质量的验收和接管

e□所有交付给业户的商场物业单元，均由物业管理公司先验收接管后，再代表发展商交付给业户，并代业户跟进各项收铺时查出的遗漏工程问题。

### 3、接管后的物业管理工作

包括但不限于以下：

(1) 代表发展商向业户进行商场物业交收工作，并跟进收铺后的遗漏工程的完善工作。

(2) 跟进“”工程的土建、机电设备设施、智能化项目、公共设施的各项遗漏工程，督促承建商完善各项遗漏项目。

(3) 执行日常的保安管理。

a□利用先进的硬件设施，如电子巡更系统、对讲系统、闭路电视监控系统、烟感报警安全防范系统等，对“”商场物业实行24小时无间断的安全管理。

b□制定合适的各项安全管理制度，如“出入登记”，“每小时巡楼”，“紧急和意外事件处理程序”等做好安全管理，力求无罪案发生率。

c□制定合适的消防工作计划和制度，确保“”物业的防火工作安全可靠。

d□制定保安人员的招聘标准，促使保安员持证上岗，并进行业务培训和素质教育，特别强调“热情有礼、宾客至上”的服务意识，使保安队伍成为“”物业管理形象标志。

e□加强管理检查，建立考核和奖罚激励机制，坚持持续改进，保持保安队伍的服务质量和水平。

(4) 执行日常的物业保养和维护工作。

a□物业管理员每天定期巡视商场物业整体各部份，检查物业状况及设备设施状况，及时安排设施的维修，易耗件的更换

等。

b□物业管理员每天巡视检查公共场所，公共地方的清洁卫生标准及质量，确保“”的高质量清洁水准。

c□物业管理员每天巡视检查“”的室内外绿化保养及布置，以及节假日的灯饰、促销活动，外墙清洁等。

#### (5) 执行日常的设备保养维护工作

a□制定和执行工程及机电设备的维护和保养计划，建立设备档案、设备卡。

b□对物业潜在的隐患提出整改方案及安排整改。

c□对物业的设施进行定期维护和翻新。

d□制定及执行设备维修计划及方案。

e□制定及执行各项节能方案。

#### (6) 做好二次装修) 监控工作。

二次装修监控是物业管理中相当重要的一环，如二次装修监控不好，直接导致影响物业的质量，破坏中央系统工程，影响已入住业户正常生活等多项问题，故将会按以下制度执行：

a□按照《装修指南》规定执行二次装修商铺单元的装修申报、审批、监控和验收的程序制度，确保装修单元不影响其它单元以及商场物业的结构和公共设施、中央系统等，确保装修期间不发生重大事故和火灾、水淹等。

## 商场工作计划篇九

在新年度营销工作计划中，首先要做的就是营销目标的. 拟订，都是具体的、数据化的目标，包括全年总体的销售目标、费用目标、利润目标、渠道开发目标、终端建设目标、人员配置目标等等，并细化分解。如终端类产品的销售目标就要按品项分解到每个区域、每个客户、每个系统等等；流通类产品分解到每个区域、每个客户等。

其次就是产品规划。根据消费者需求分析的新产品开发计划、产品改良计划；通过销售数据分析出区域主导产品，拟制出区域产品销售组合；根据不同区域市场特征及现有客户网络资源状况，拟制出区域产品的渠道定位。然后就要拟制规范的价格体系，从到岸价到建议零售价，包括所有中间环节的价格浮动范围。有时非常必要结合产品生命周期拟制价格阶段性调整规划。

如果企业仍存在空白区域需要填补、或者现有经销商无法承担新产品销售等原因，还需要制定区域招商计划或者客户开发计划。终端类产品还需要完善商超门店开发计划。

最后，就是营销费用预算，分别制定出各项目费用的分配比例、各产品费用的分配比例、各阶段的费用分配比例。

如此，整体年度工作总结和新年度营销工作规划才算完整、系统。但是为了保障营销工作顺利高效地实施，还需要通过从企业内部来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力。

## 商场工作计划篇十

时光在流逝，从不停歇，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，是时候认真思考计划该如何写了。下面是小编给大家推荐的有关商场工作计划范文。欢迎大家来阅读。

## 一、安全管理

- 1、贯彻和落实厦门市公安局关于商场的治安管理规定，实行群防群治，组织商场员工认真学习商场的治安管理制度和相关规定，从自身做起，狠抓落实。
- 2、加强对商场的巡查力度，防止可疑人员及无关人员进入商场区域，进行偷窃和破坏活动。
- 3、做好全商场营业场所的治安保卫工作，做到预防为主，防止突发事件的发生。
- 4、对于重要来宾及大型活动，保安队伍将挑选精干力量，组成专业警卫队伍，以保证各项工作安全有序。
- 5、对外来装修人员严格加强管理，外来装修人员必须到商场相关部门做好登记，办理相关的手续，接受安全教育和落实有关规定，经同意后方可进入，并对违反规定者给予相应的处罚。
- 6、加强保安队伍内部管理力度，对外来装修人员的现场施工情况进行监控，杜绝安全隐患；严格执行商场员工凭工号牌进入的相关制度；引导非机动车辆到指定位置停放，严禁乱停乱放的现象；对外出物品进行严格检查。
- 7、加强员工的培训力度，使其有更好的能力处理各种突发事件，达到工作高效的方针。

## 二、协助消防

- 1、保安所有员工均为义务消防员，要求每位在职的员工必须做到“四懂”：即懂得火灾的危险性，懂得预防火灾的措施，懂得火灾扑救的方法，懂得火场逃生的方法。懂得“四会”，“四会”即会报火警，会使用灭火器材，会扑救初期火灾，

会组织人员疏散。

2、加强和完善保安队伍的管理制度，对员工实行半军事化的管理，针对员工的优势和不足进行全方位的技能培训，来增强员工的全面素质，每周一和周三进行技能培训，并经常性夜班查岗，以督促员工更好的完成工作。

3、树立保安队伍的整体形象，无论是上、下班都严格要求，特别是对客服务、仪容仪表、礼节礼貌方面要做到主动跟客人问好、服务、仪容仪表干净整洁、语言文明礼貌、尽量尽快的满足客人的要求。

### 三、日常工作

1、每日接班前对员工的仪容仪表进行检查，并对文明用语及业务知识进行培训。

2、每日进行安全巡查，并做好相关的记录，开展防盗防火的宣传，制止违反商场安全规定的一切行为。

3、增强保安员工与各部门之间的协调能力，发扬传、帮、带作用，做到取长补短。

4、培养每位员工有良好的上进心及主观能动性，服从领导安排，履行办事高效的方针，以积极的心态完成上级交代的各项任务。

5、做好交接班的记录，使每位员工对上班情况有所了解，保安主管需对记录进行严格的审查。

### 四、宿舍管理

1、保安部员工宿舍需保持安静整洁，严禁在寝室内乱扔乱放杂物、

2、个人卫生需保持干净整洁，有良好的个人形象，衣物要勤洗勤换，身上不能有异味。

3、寝室设室长一名并实行轮流值日的制度，将每天的卫生工作落实到实处，室长对寝室的卫生及安全状况进行监督和检查，使寝室每天干净整洁、安全。

第一，安全检查要点。

我部要开始形式多样的安全检查。从检查时间上分节假日检查，季节性检查和定期检查。从测试点范围，自我检查，联合检查，相互检查等。

进行安全检查，有四个阶段。

1，准备阶段，组织检查力量，制定检查计划，目标，要求和检验方法。

2，检查阶段，按照检查的目的，在深入被检单位查看，以听、问、看等方式认真开展检查。

3，整改阶段，对发现的安全隐患，发现整改措施，及时解决。

4，总结阶段，编写检查报告，报告上级领导，做好文件备案，对检查中发现的重大问题及时解决并总结经验。

第二，排出安全隐患，预付灾害发生。

1，完善公共教育。要利用一切机会，采取各种形式，向学生教授防范知识，增强学员维护和遵守法规的意识，确保单位工作安全。

2，领导和工作人员，认真落实安全责任制，做到安全工作，防止发生治安灾害事故。

3，坚持安全检查，堵塞漏洞。要定期或不定期的管区公共场所易燃，易爆，危险品和“五防”安全工作进行安全检查，不安全的，应该迅速配合相关部门解决问题。

4，及时总结了各部门的安全事故防范经验，对好的部门和个人给予表彰和奖励。对已经发生灾害事故进行认真研究，要认真找出事故原因，查明事故性质，给予妥善周到的解决。

第三，聚众斗殴事故的处理要点。

区域内发生的聚众斗殴事件，严重损害了周边生活秩序，一旦发现此类事件的发生，我们必须采取果断措施处理：

1，抓住事件带头人，及早发现，解决在萌芽阶段。及时发现互相串联，纠集人马，准备工具等苗头，一经发现迅速解决在萌芽阶段。

2，发生此类事件，应立即报告，迅速组织人员到现场，并立即叫停。对于未能叫停的情况，迅速组织人员进行疏导，发现伤者，迅速送往医院救治。

3，斗殴事件平息后，应该扣留当事人，逐个进行调查核实，认清事件性质，送交公安机关处理。

第四，盗窃事件发生的相关处置。

一旦超市发生盗窃事件，应该重点保护好盗窃现场，迅速通知公安局，并安排人员对于安全通道、盗贼可能路经的窗户进行看护。

第五，超市营业区的安全监控。

1，控制在商城所有区域顾客的活动，发现可疑顾客，可疑行为，及时报告。

- 2, 重点保护珠宝柜台, 银行atm机, 古董柜等。
- 3, 提高警惕, 防止扒窃, 盗窃或诈骗财产等情况发生。
- 4, 收银员应认真核实的钱数, 信用卡, 以防止收到假币, 伪造信用卡。
- 5, 保安员无特殊情况不得进入业务区。
- 6, 劝告消费者不要在购物区内长时间停留与闲聊。
- 7, 对商城停车场进行24小时全天候监控。

### 一、营造一个舒适的购物环境。

购物环境是顾客购物地选择的重点, 一个舒适清爽的购物环境不但能够吸引更多客户, 让顾客轻松愉快的购物, 还能够提高顾客对商品的浏览量促进销售量。

### 二、建立一支熟悉业务, 而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源, 一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员, 建立一支具有凝聚力, 合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐, 具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

### 三、完善销售制度, 建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题, 销售人员出差, 见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性, 对工作有高度的责任心, 提高销售人员的主人翁意识。

### 四、培养销售人员发现问题, 总结问题, 不断自我提高的习

惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能够提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

## 五、销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司新年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与购物环境是工作的关键。

## 六、店面行政管理

店内日常小事常抓不懈，才能够为店面经营管理奠定良好的基础，所以店面行政管理应放在首位。

1、建立逐级管理制度，岗位职责分工细化，自上而下。使工作事事有人管，件件能落实，防止死角现象的出现。

2、注重店内人员的培训工作，培养员工、销售人员的集体荣誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位员工、销售人员充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到、懂业务、会管理的高素质人才。

3、建立分明的奖惩制度，以激励和约束员工、销售人员的工作，使全店成为一支团结协作的集体，在竞争中立于不败之

地。

4、利用各种合理的、能利用的条件，创造、布置良好的店面环境，树立良好的商业形象，尽努力使顾客在布局合理、宽松、优美、整洁的环境中享受购物的乐趣。

5、以“为您服务我”为宗旨，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投拆。

6、重视安全保卫工作，防火、防盗，将危险隐患消灭在萌芽之中，杜绝因此给公司带来不必要的损失。

7、创造良好的外围环境，协调好与政府部门的合作关系，以减少不必要的麻烦。

## 七、经营管理

1、加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2、明确全店销售目标，将销售任务细化、量化，落实到每个部门、品牌、人员，并进行相关的数据分析。

3、在节假日上做文章，积极参与公司的各项促销活动，及店内的各项活动，充分做好宣传及布置的工作。

4、抓好大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到方便、快捷的服务。

5、知己知彼，通过市场调研，分析总结存在的差距，及时调整，以顺应市场的发展变化，提高市场占有率。

6、尽可能的降低成本，开源节流，以减少开支。

## 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\_\_%，同比增长\_\_%，所实现的纯利同比增长\_\_%。确立了武商建二在\_\_区域市场的市场地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道\_\_个，淘汰品牌123个，调整率达\_\_%以上。全场七大品类均实现\_\_%以上的增幅，和最低毛坪较去年增长\_\_%和\_\_%。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\_\_%，占全场销售总额的\_\_%。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优势。

## 二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然

\_\_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。

伴随着电商“双11”销售的再一次刷新，电商销售占据整个零售行业半壁江山已是不争事实。不可否认，目前的网购已经不再是年轻一族的专利，吸引越来越多的消费群体主动加入了其中。面对如此电商迅猛的发展势头，实体店步履艰难，尤其是像我们这些中小型的单一百货店首当其冲，受到的影响尤为明显和突出。顾客流失严重、人气难以聚集、促销打折不再被吸引，销售逐渐下降。如何面对网购，恢复昔日人气?如何抵御同行竞争，扭转目前的经营困境?怎么开展适销

对路的营销活动是营运部明年思考的问题和工作重点。为此，我们将做好以下几方面工作。具体如下：

## 一、把握机遇，寻求商机，提升销售。

雷同的经营模式和营销手段只会导致同行业的恶性竞争。20\_\_年我们应根据自身优势和区域消费特点，把握机遇，捕捉商机，提升销售。通过开展差异化营销、调研和分析市场，掌握消费者的所需、所想、所求，来策划好营销活动方案，锁定消费群体，培养忠实顾客。例如：根据季节不同，举行换季特卖和回馈活动，带动销售；发挥微信平台，不间断地推出各类互动活动，如“你购物，我买单”等，聚集人气；开展各类公益活动，形成公司特有的企业文化氛围和良好的诚信服务。让消费者在各类营销活动中，既享受到真正的商品优惠，又可以得到一份意外之惊喜。

## 二、有节兴节，无节造节，聚集人气。

在市场激烈的竞争态势下，尤其是受到电商的不断冲击下，传统百货业将面临的是“一个顾客流失的时代”。尽管目前商场面临日常客流量不足，老顾客不断流失等诸多不利因素。但我们还是要发挥商业一条街优势，利用重大节日，抓住人气，减少客流量流失，以特色的营销活动、海边旅游的资源来创新营销活动。20\_\_年将围绕重大节日、假日黄金周、传统节日等开展各类营销活动，烘托节日氛围。另外，充分依托广场优势，通过场内折扣促销、场外推广展示，内外结合，营造气氛，刺激消费。

其次，将依托“双11”延展的“数字节”营销成功效应，积极探索，有节兴节，无节造节。可以尝试巧借日期的数字创造“节日”，例如：“3.14”、“5.20”、“8.18”、“11.11”、“12.12”等，形成特色营销活动环环相扣，从而吸引和锁定更多客户群体。通过耳熟能详的各种纪念日和创新“数字节”节，开展各类促销活动，以此进一步来聚集人

气。

### 三、微信营销，会员互动，扩大影响。

微信营销以成本低廉、定位精准、粉丝众多、方式多元化、人性化以及信息到达率高等优势，被众多商家所热衷。目前，微信信息推送、朋友圈转发、微信会员互动已成为营销活动推广宣传的首选方式。微信营销不仅可以拉近与用户之间的距离，还能使营销活动变得更生动、更立体、更有趣，更利于营销活动的开展。20\_\_年，我们将借助微信平台，充分利用现有“微伙伴”功能，加大活动宣传力度及品牌推广。一方面要重点做好开发新会员，不断积累活动经验；另一方面有针对性地开展各类营销互动活动。例如：微信刮刮乐、大转盘、敲金蛋等。通过与粉丝间的娱乐互动，增强活动关注度、吸引力、参与力，扩大企业影响力。

另外“o2o”的经营模式已逐渐被网购一族所认同。而网上下单、网下提货的销售模式，也将逐渐取代网上下单、网上提货的经营模式所取代。今后在时机成熟的时候，我们想尝试开发现有“微伙伴”的“微店”功能，建立网络销售渠道。通过“微店”传递商品信息，实现线上线下互补的经营模式来锁定一批忠实顾客，直面应对网络冲击。

### 四、强化优势，体验服务，留住顾客。

现代商品品质取胜的前提，服务是关键。随着生活水平的日益提升，消费者对商品品质、购物环境、服务水平要求也越来越高。尽管实体店商品在价格上无法与电商相比，但是也有它的优势，对商品品质、购物环境、服务质量是看得见、摸得着。因为消费者对商品已经不在是单纯停留在购买阶段，而是更多关注品牌文化、温馨体验、诚信服务上。为此，20\_\_年，我们计划与化妆部联手开展购物满额享受专业化化妆师提供的免费化妆活动；利用广场休闲吧，让消费者在消费的同时，提供购物的乐趣，享受舒服惬意，放松心情。在

营销活动中不断的提供增值服务，以此来留住更多的忠实顾客。

总之，20\_\_年营运部将积极发挥自身经营优势，创新营销模式；注重服务提升，培育忠实顾客；满足消费需求，体现特色经营；扬自己之长，避自己之短，努力探索一条适合自身的营销新路，为完成20\_\_年公司销售目标作出积极的努力！