

2023年商场运营每周工作计划(优质5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。什么样的计划才是有效的呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

商场运营每周工作计划篇一

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。

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地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道104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。

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。

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□ xx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：

2、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

3、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。

4、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。

5、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。

6、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。

7、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。

8、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。

9、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型 xx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。

商场运营每周工作计划篇二

本站后面为你推荐更多商场工作计划！

***年全部建二人紧紧围绕“差别化经营，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%，同比增加15%，所实现的纯利同比增加381%。确立了武商建二在青山地区市场的领先地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道104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加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，整体销售同比增加36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破惯例，通过整合资源，把握热门，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持地区领先优势。

二、服务系统不断完善，现场管理成效斐然。

04年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”系统，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”为指引思想贯串全年的培训工作。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，牵涉岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。04年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问題：

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常显著。

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：日常性的销售与热门性的销售差别仍未缩小，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：供给商渠道的整合在04年虽有改变，但功效并不显著。20xx年，青山周边地区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，力保开门红，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，力保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、精确把握市场定位，实施差别化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实施整体错位，打造地区时尚百货。

特别是在地区市场内实现主流品牌独家经营的格式。

三、组建货品部，实施进销分别，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度供给有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而到达地区百货经典的经营格式。

四、以四楼的改革与经营为契机，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05年的重要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增加点。

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，提升百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。六、狠抓渠道优化，减小因供给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给商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供给商，在营销、价钱、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05年的营销工作要突破较为单一的促销模式，增强感情式营销。通过宣传、摆设、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，到达吸引客源，促进销售的目标。

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**、规范的良好工作气氛。

商场运营每周工作计划篇三

(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、公共设施的各項遗漏工程，督促承建商完善各項遗漏项目。

(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。

商场运营每周工作计划篇四

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计划才算完整、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。

商场运营每周工作计划篇五

1、全面提升服务品质，实施“特色化服务”。服务品质提升方面，启用员工奖惩考核体系，进行规范管理，建立良好规范的正负激励机制，在工作中找突破点，坚决取缔商品部二次处罚员工的错误做法。抓现场纪律现已基本走入正轨，应抓销售技巧与商品知识，提高营销水平，这样才有利于整体服务水平的提高。今年的服务宗旨和标准，以及国芳百盛在顾客心目中应树立什么形象、转变服务观念、顾客需要的，就是我们要做的，国芳百盛早已是兰州同行中的龙头老大。商场如战场般的残酷又如逆水行舟不进则退，企业要发展，就要有领先对手的观念和措施。因此，企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地，就必须把商品品牌、服务品牌、企业品牌摆在重要的工作日程，提升、维护和发展，逐步形成金城知名而特有的“特色化服务”战略十分必要。所以xx年第四季度——xx年年一季度在兰州率先提倡并实施“特色化服务”，大打特打服务牌，显示我们国芳百盛一种特有的服务品质和服务档次。根据业态的不同提供不同的服务，超市——“无干扰服务”，一楼商品部至四楼商品部“品牌化服务、朋友式服务”，五楼商品部——“朋友式服务”，六楼商品部——“技能式服务”，向社会表明，我们追求的是高质量、高品质的服务。达到超越顾客期待的、最完美的服务。

2、开展公司服务技能项目竞赛。服务办承办了公司第六届运动会中的服务技能赛区，包括知识竞赛、情景实操模拟、全程消防演习、岗位应知即问即答，通过竞赛丰富员工的业余文化生活；以岗位练兵为目的、以寓教于乐为形式提升各岗位员工素质；以专业到位的素质要求全面升级公司员工服务意识

及服务水平。展示公司的服务水平，（内容包括：国芳百盛发展史、企业文化基本知识，专业知识等）

3、相关政府部门联络与沟通。加强与省、市、区各消费者协会及主管工商所的联络与沟通，并与之保持良好的协作关系，及时掌握零售业发展动态，建立良好的商誉。

4、顾客投诉接待与处理，全面维护国芳百盛信誉。就xx年前三季度在投诉中存在的问题及三级管理制度执行不到位，以及其他原因引起投诉升级的，第四季度我们将利用部门例会、领班沟通会等形式对楼层基层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训（原因是因为现在大多数领班都新员工，急需加强培训），重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，作到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，做到接待一起，处理完结一起，并时刻以顾客的满意度来衡量我们的管理水平，站在消费者的立场上考虑、处理问题，以此赢得更多回头客。因为现在的市场是“顾客的满意才是双赢”。

5、加强部门内部人员综合素质提升几，并对公司五大服务体系进行完善。坚决执行董事长在四季度会议中提出的保持总店稳健发展。带动分店全面提升的指导思想，加强部门间的沟通，消除管理中存在的误区。现场检查不单纯是发现问题，而是针对出现的问题提出改进措施和方法，及时给部门以指导。第四季度服务办的内部培训内容为商品知识（毛织，保暖为主）、消法知识及卖场信息熟知度等方面的基础知识培训。培训手段采讨论的形式，使培训趣味化，生动化，将讨论出的结果，以书面形式下发分店部门，组织相关人员学习，达到三店同步提升的目的，公司的五大服务体系人员管理、商品管理、环境管理、促销管理、顾客管理，其中人员管理的各项规定比较详尽，但其余四项管理的具体标准还比较空洞，所以在第四季度，我部结合当前具体情况对商品管理、环境管理、促销管理、顾客管理标准进行完善。

6、一线管理干部日常行为规范跟进。全力协助集团监管会在日常的工作中，对一线中层管理干部日常行为规范进行跟进，以公司服务为宗旨，以管理规范为目标，工作中坚持创新，现场管理工作中，发现问题及时上报主管领导。部门决不护短，严格执法、努力进取、以身作则、按章办事、团结协作、按时完成上级下达的各项工作任务。

在xxxx年9月份下旬，本人在工作中情绪化，不能严格要求自己。在经过领导和同事的大力帮助下，及时调整了工作心态，改观目前不良现状，全心投入日常工作。用正确的态度对待工作。态度决定一切，真诚创造卓越。我和我的同事们将不断努力，打造国芳百盛“特色化服务”，以真情铸就服务！