

# 最新超市计划购进袋大米 超市工作计划(大全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。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。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。

## 超市计划购进袋大米篇一

### 1、工作说明：

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

作为一个合格的'采购员，除应具备丰富的商品知识外，还应了解与采购有关的法律、法规等相关的专业知识。具体如下：

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。

## 超市计划购进袋大米篇二

很多超市从业人员都认为只要打好春节战役，年后就可以好好休整一下了，这其实是个不小的误区。殊不知，一年之季在于春，年后可以说是一年中至关重要的一段时期，它既是总结去年得失的最佳时机，又是修正和执行新一年计划的开始，是“龙抬头”的时期，新的一年能不能做好，春天就定了调子。

年后需要关注哪些重要的工作呢？我个人认为以下几个方面是重中之重。

等元宵节过后，店长就应该组织各个部门的管理层召开各类总结会。从人力、商品、财务、资产四个维度来全面回顾和总结全店及各部门在过去一年和春节战役中，哪些方面做得很好，哪些方面还有机会点，需要着手改进。

比如春节期间哪些畅销品缺货，哪些部门缺人，哪些资产出

现问题，预计造成的业绩损失是多少，春节期间竞争对手有哪些有竞争力的促销活动等等，这些有参考价值的信息都应作为重要信息一一记录下来，收录成册，进行存档，为新年度的经营工作留下宝贵的经验。这样一年一年积累下来，店内就会有有一个宝贵的经验库，就能少走弯路，这个门店的团队就会成长得更快，发展得更好。

年后店长应该和店内各级管理层安排1到2天的时间，专门组织召开相应的会议，修正和分解新年度的工作计划。

新年度工作计划可能在春节前就做好了，但是要根据春节期间的销售及利润达成情况来做及时地修正。比如原定春节60天业绩要做到全年25%的目标没有达成，那么，下面几个月的销售目标就要做出合理地调整，否则全年目标可能就很难完成了。

怎么修正和分解新年度工作计划？一般来说，也可以从人力、商品、财务和资产四个维度来进行，人力方面要如何发展、商品方面如何调整、财务方面费用如何控制、要新增哪些资产等等，都要做出相应的计划和调整。

年后的年度工作计划必须量化到人，且具体可行，是一个实实在在的执行方案。一经修正通过，超市168就必须要求各个部门按照门店的这个总计划制定本部门的工作计划，责任到人，分解到月。

计划做好后，就要在店内通过各种场合和途径来做彻底的分享，让每一个员工和促销员都了解门店新一年的工作计划，同时也让他们知道他们在这个计划中担当的角色，他们应该干什么，不应该干什么。

做超市，最重要的还是人，最缺的也还是人才。年后店长要和人事经理、各部门经理一起来盘点店内人力，回顾去年人力发展的得与失，制定出本年度的人力发展计划。

这个计划至少要包含以下几个方面：新年店内管理层的接班人继任计划；高潜力人才培养计划；年度季度月度培训计划；人员晋升计划；各管理层岗位年度考核目标计划等等。

1. 鼓舞士气：新年刚过，各级员工都还处于节后疲惫期，士气普遍不高。这个时期店内要组织各种形式的`表彰大会，对春节战役中表现优秀的员工进行表彰和慰问，将士气重新振作起来，开始准备春季战役。沃尔玛有一个秘诀，就是“成功时大肆庆祝”，值得我们借鉴。

2. 确定工作节奏：年后如果工作节奏仍然像春节期间那样紧张得如绷紧的弦，员工肯定受不了。但是，也不能一松到底，这样人心收不回来。在这个时期，店内各级管理层要带领全店员工循序渐进，逐渐加快工作节奏，从而回归到正常轨道上来。

1. 资产面维护：春节期间大量顾客涌入卖场，造成卖场出现设施损坏、漏水等现象，顾客的购物体验明显下降。年后必须立即组织工程部进行维护，修、换、补、拆，一样都不能少。春节后各类办公设备都需要及时恢复正常运转，确保支持卖场员工的工作。

2. 商店清洁标准：门店每天都要进行严格的清洁标准检查，包括卖场楼面的地面、商店卫生间、商店外围的广场、停车场、店外花圃以及外墙，及时清洁，从而为顾客提供一个整洁、明亮的购物环境和场所。

3. 卖场排面陈列，后仓和寄仓标准的维护：

1) 卖场商品排面陈列标准：要做到商品陈列整齐，饱满，价签清晰，保证让顾客易看、易取、易买。

2) 后仓管理规范到位：首先，商品要进行分类摆放，同种商品集中摆放，丢弃破损、报废的商品统一存放。每天都要整

理仓库，这样既能释放更多的储存空间，又能减少商品的损耗，还能提高员工到仓库找货的效率。

3) 寄仓的商品陈列位置与该商品的货架陈列位置遵循就近原则，尽可能做到货架陈列的商品正上方是寄仓陈列该商品。

4、退货：年后各店一般情况下还有很多未销售完的年货积压在仓库，这时就要抓紧联系采购和供应商退货，把门店库存金额降下来，降低公司的财务风险。

5、临近保质期商品处理：门店必须把好商品安全这道关。门店要汇总哪些是不能退货的临近保质期的商品，必须抓紧时间展开清仓动作，保质期到了仍然不能销售完的商品要严格执行报废程序，让顾客始终相信我们为他们提供的是质量过硬的商品。

6、异常商品处理：年后会出现大量缺货、长时间未销售商品、大库存商品、未陈列出样的商品，门店必须组织人力来处理这些异常商品，来满足顾客的需要，提升商品周转的效率。

春季到来，万象更新，门店必须利用好一些节日和主题来推动销售的同比增长。如借助“三八”妇女节着力推动护肤系列、衣物收纳系列、牛仔系列、踏青系列、新装上市等相关类别商品的销售，从而带动整个卖场销售业绩的增长。

年后这段时间是承上启下的关键时期，倘若抓好这个时期涉及的重要工作，能让我们在年后以及新的一年中做得更好！

## **超市计划购进袋大米篇三**

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市场地位。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，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优势。

二、服务体系不断完善，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”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。

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04年虽有改变，但效果并不明显□20xx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：

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05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、规范的良好工作氛围。



## 超市计划购进袋大米篇四

作为一名超市店长，要搞好店内团结，指导并参与店内的各项工作，及时准确的完成各项报表，带领店员完成上级下达的销售任务并激励员工，建立和维护顾客档案，协助开展顾客关系营销，保持店内的良性库存，及时处理顾客投诉及其他售后工作。

一、早会。仪容仪表检查，开心分享工作心得及服务技巧，昨日业绩分析并制定今日目标，公司文件通知传达。

二、在销售过程中尽量留下顾客的详细资料，资料中应详细记载顾客的电话、生日和所穿尺码。

可以以办理贵宾卡的形式收集顾客资料，并达成宣传品牌，促成再次购买的目的，店内到新款后及时通知老顾客(但要选择适当的时间段，尽量避免打扰顾客的工作和休息)，既是对老顾客的尊重也达到促销的目的，在做好老顾客维护的基础上发展新顾客。

三、和导购一起熟知店内货品的库存明细，以便更准确的向顾客推荐店内货品(有些导购因为不熟悉库存情况从而像顾客推荐了没有顾客适合的号码的货品造成销售失败)。及时与领导沟通不冲及调配货源。

四、做好货品搭配，橱窗和宣传品及时更新，定时调场，保证货品不是因为卖场摆放位置的原因而滞销。指导导购做好店内滞销品和断码产品的适时推荐，并与领导沟通滞销货品的具体情况以便公司及时的采取相应的促销方案。

五、调节卖场气氛，适当的鼓励员工，让每位员工充满自信，积极愉快的投入到工作中。销售过程中，店长和其他店员要协助销售。团结才是做好销售工作的基础。

六、导购是品牌与消费者沟通的桥梁，也是品牌的'形象大使，从店长和导购自身形象抓起，统一工作服装，时刻保持良好的工作状态，深入了解公司的经营理念以及品牌文化，加强面料、制作工艺、穿着保养等专业知识，了解一定的颜色及款式搭配。最主要的是要不断的提高导购的销售技巧，同事之间互教互学，取长补短。

七、做好与店员的沟通，对有困难的店员即使给予帮助和关心，使其更专心的投入工作。做到公平公正，各项工作起到带头作用。

八、工作之余带领大家熟悉一些高档男装及男士饰品甚至男士奢侈品品牌的相关知识，这样与顾客交流时会有更多的切入点，更大程度的赢得顾客的信赖。

## 超市计划购进袋大米篇五

在罗列的超市年度销售工作计划中有八方面内容：第一、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。

第二、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。

第三、“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。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xx年工作计划中的重点将是以下几个方面：

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。

第四、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。

第五、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。

第六、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。

第七、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。

第八、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。

## 超市计划购进袋大米篇六

新的一年，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：

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、退换货等方面争取的政策。

七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销。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。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。

## **超市计划购进袋大米篇七**

身为一名合格的超市部门领班，必先制定一套完善的日常计划和目标，并每天温习和总结自己的工作经验并用学来的专业知识感染身边的每一个员工!以下是日常详细工作计划:

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) 每天早上第一时间带领员工和促销员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) 安排好员工与促销员的每天工作任务，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以最佳的陈列效果和最好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) 每天带领员工和促销员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。

6) 每个星期固定有一天要分批对员工和促销员进行营运和服务知识的培训，并分享店内最新八卦信息开展大家在日常生活中有什么不顺畅的. 系列问题开展一些必要心理辅导工作从而激发起大家的工作热情和自信。

总而言之，言而总之！做的是细节，要想销售好，必须多动脑，要想轻松点，合理安排好！希望能帮到刚胜任的几位领班。

## 超市计划购进袋大米篇八

一：收集顾客反馈信息，根据当地市场和顾客需求，及时调整商品结构。

二：按月推出促销宣传活动，及时配合总店同步宣传“人民商场”的品牌形象。

三：加大员工培训力度，组织员工参加多种商品的销售技巧培训，丰富员工商品知识，提高员工的整体素质和服务水平。

四：根据当地顾客消费规律，组织定期参加当地及周边集市活动。

xx年上半年全体员工在市领导的关心、各职能部门大力指导下，不断深化集团公司环节控制、流程管理的工作思路，以经营为中心、以市场为导向、以规范管理为保障不断完善、提升，逐步得到了寿光广大消费者的认可，成为当地消费者公认的购物首选场所。

xx年上半年，我们共完成商品销售1.6亿元，较去年同期增长45%，回顾上半年，我们主要做了以下工作：

2、在充分进行销售分析和市场调研后在经营中不断淘汰了近50种销售达不到既定目标的商品，引进了60多种适销的商品，另外我们根据当地水果、蔬菜生产量大、供应量足的特点扩大地产品的当地采购，降低了采购成本、扩大了毛利率、提高了销量。

3、完善了超市商品质量管理体系，对超市内商品以及超市外加工点进行了多次检查，并进行了有效的整改，从根本上保证了消费者的利益。

经营是我们工作的中心，但管理是经营工作的保障，一直坚持经营与管理两手抓的工作思路。

1、经过充分研究在加大日常巡视力度的基础上从各部门抽调责任心强、敢于负责的员工兼职成立质量检查小组，对超市范围内的营业秩序、工作纪律、商品质量、仪容仪表、卫生状况等各方面进行监督监管，起到了较好的效果。

2、完善各项制度与流程。按照集团公司环节控制流程管理的工作思路，对超市现有的工作流程、工作标准进行了详细地理顺。

3、2月份开展了骨干员工、管理人员的大培训活动，以看录像、授课的形式分别对主管、员工进行了培训，开展了超市服务月，对有关超市营销的的环节、方面进行了专项检查整改。

在xx年下半年当中，将继续按照市委、市府及贸易局的指示精神

开展各项工作，尤其在经营方面将投入足够大的精力进行深入研究、周密策划精心组织各项营销活动，力争使寿光店的经营业绩在上一个新的台阶。

1、在区域内继续进行市场拓展工作，扩大经营规模。同时也进一步加强企

业的社会责任心，更好的融入到城市文明建设、人员就业等问题中去，帮政府分忧解难。

2、继续深化环节控制流程管理的工作思路，找出工作开展的瓶颈，改善工作流程，为员工营造更好的工作条件。

3、通过各种形式增加员工之间、部门之间、超市与相关职能部门间的沟通协调，提高工作效率，发现人才、培养人才。发现员工优点、鼓励员工，使员工进步。



4、做好公司的安全工作。

共2页，当前第2页12

## 超市计划购进袋大米篇九

本计划主要内容为公司人力资源部xx年培训工作的具体内容、时间安排和费用预算等。编制本计划的目的在于加强对培训工作的管理，提高培训工作的'计划性、有效性和针对性，使得培训工作能够有效地配合和推动公司战略提升和年度经营目标的实现。

公司岗位说明书、员工培训需求调查、中层管理人员座谈、公司战略提升与拓展需求、公司对培训工作的要求。

为确保培训工作具有明确的行动方向，人力资源部特制定了培训原则、方针和要求，用以指导全年培训工作的开展。

### 1、培训原则

实用性、有效性、针对性、持续性为公司培训管理的根本原则。

### 2、培训方针

以提升全员综合能力为基础，以提高中层管理能力、团队协作融合和员工实际岗位技能为重点，建立具有特色的全员培训机制，全面促进员工成长与发展和公司整体竞争力提升，确保培训对公司业绩达标、战略提升及员工个人成长的推进力。

### 3、培训的六个要求

1)锁定战略提升与未来发展需求；

- 2) 锁定企业文化建设;
  - 3) 锁定中层管理人员以及后备队伍能力发展;
  - 4) 锁定学习型组织建设;
  - 5) 锁定企业内部资源共享;
  - 6) 锁定内部培训指导系统的建立与完善。
- 3) 使所有在岗员工xx年都能享有高质量、高价值的培训;
  - 7) 建立内外部培训师队伍，确保培训师资的胜任能力与实际培训效果;
  - 8) 推行交叉培训，实现企业资源共享和员工业务能力提升;
  - 9) 加强企业文化氛围对企业的渗透。

根据xx年培训需求分析，现对xx年总培训计划总体安排如下：

- 2) 每季度1场大型全员销售培训，形式由内外训相结合;
- 3) 为中层管理人员提供企业外训每月1人/次(根据实际情况);
- 4) 季度及月度计划：由人力资源部培训专员在每季度末或月度末根据实际情况，对年度计划分解及修改，并提供季度或月度计划给人力资源部经理并抄送各相关部门负责人。

## **超市计划购进袋大米篇十**

作为与现金直接打交道的收银员，必须遵守企业严明的作业纪律：

1. 收银员在营业时身上不可带有现金，以免引起不必要的误解和可能产生的公款私挪的现象。

2. 收银员在进行收银作业时，不可擅离收银台，以免造成钱币损失，或引起等候结算的顾客的不满与抱怨。

3. 收银员应避免为自己的亲朋好友结算收款，以免引起不必要的误会和可能产生的收银员利用收银职务的方便，以低于原价的收款登录至收银机，以企业利益来图利于他人私利，或可能产生的内外勾结的“偷盗”现象。

4. 在收银台上，不可放置任何私人物品。因为收银台上随时都可能有顾客退货的商品，或临时决定不购买的商品，如果有私人物品也放在收银台上，容易与这些商品混淆，引起误会。

5. 收银员不可随意打开收银机抽屉查看数字和清点现金。避免因引人注目并引发不安全因素，也会使人产生对收银员营私舞弊的怀疑。

6. 不启用的收银通道必须用链条拦住，杜绝个别顾客趁机未结账就将商品带出超市的现象。

7. 收银员在营业期间不可看报及与人谈笑，要随时注意收银台前和视线所见的卖场内的情况，以防止和避免不利于企业的异常现象发生。

8. 收银员要熟悉卖场上的商品，尤其是特价商品，以及有关的经营状况，方便顾客提问时做出正确的解答。

将结算好的商品替顾客装入袋中是收银工作的一个环节。不要以为该项工作是最容易不过的，往往由于该项工作做得不好，而使顾客扫兴而归。装袋作业的控制程序是：

1. 硬与重的商品垫底装袋；

2. 正方形或长方形的商品装入包装袋的两例，作为支架；

3. 瓶装或罐装的商品放在中间，以免受外来压力而破损；
4. 易碎品或轻泡的商品放置在袋中的上方
7. 超市在促销活动中所发的广告页或赠品要确认已放入包装袋中。
8. 装袋时要绝对避免不是一个顾客的商品放入同一个袋中的现象；
9. 对包装袋装不下的体积过大的商品，要用绳子捆好，以方便顾客提拿；
10. 提醒顾客带走所有包装入袋的商品，防止其遗忘商品在收银台上的情况发生。

当收银员由于各种正常的原因必须离开收银台时，其作业程序控制如下：

1. 离开收银台时，要将“暂停收款”牌放在收银台上；
2. 用链条将收银通道拦住；
3. 将现金全部锁入收银机的抽屉里，钥匙必须随身带走或交值班主管保管。
4. 将离开收银台的原因和回来的时间告知主管；
5. 离开收银机前，如还有顾客等候结算，不可立即离开，应以礼貌的态度请后采的顾客到其他的收银台结账；并为等候的顾客结账后方可离开。

营业结束后，收银员应将收银机里的所有现金、购物券、单据收回金库并放入超市指定的保险箱内，收银机的抽屉必须开启，直至明日营业开始。

收银机抽屉打开不上锁的理由是，防止万一有窃贼进入超市时，为了窃取现金等而敲坏收银机抽屉，枉增公司的修理费用。

1. 职工不得在上班时间内购买本店的商品，其他时间在本店购买的商品，如要带入超市内，其购物发票上加签收银员的姓名，还需请值班主管加签姓名，这双重的签名是为了证明该商品是结过账的私人物品。

2. 职工调换商品应按超市规定的换货手续进行。不得私下调换，收银员不可询私包庇，以避免员工因职务上的便利任意取用店内商品或图利他人，慷企业之慨。

超市集中结算的原则，就是凡是通过收银区的商品都要付款结账，因此收银员要有效控制商品的出入，商品的进入如无特殊需要，一般不经过收银通道。有些商品的出店，如对工厂或配送中心的。退货，应从指定地方退出，不得通过收银通道，这样可避免厂商人员或店内职工擅自带出超市内的商品，造成损失。

对厂商人员，要求以个人的工作证换领超市自备的识别卡，离开时才换回。

每一家超市都有自己的商品调换和退款的管理制度，原则上凡是食品不予调换和退款，除非是商品质量问题，其他商品应予以调换。

2. 接待人员要认真听取顾客要求调换商品和退款的原因，作好记录，这些记录可能成为超市今后改进工作的依据。

营业收入的作业管理能够保证超市经营管理的最后成果的安全性。

1. 收银员的营业收入结算，除了在交接班和营业结束后要进

行外；每天要固定一个时间做单日营业的总结算，这个时间最好选择在下午3点和4点之间，这样可避免营业的高峰，也可在银行营业结束之前进行解款。在每天这个总结算时间里结出的营业收入(如每天下午3点)，代表昨天下午3点至今天下午3点的单日营业总收入金额。在进行总结算时，应将所有现金、购物券等一起进行结算。结算后由收银员与值班长在指定地点面对面点算清楚，并填写每日营业收入结账表，由收银员和值班长签名，该结账表是会计部门查核和作账的凭证。

2. 各收银员的营业收入汇总后，应由专人(最好是两人)存入指定的银行。最好对营业款存入银行的时间、路线等做出规定，以免发生意外。