

# 最新门店工作计划(优质9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。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？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。

## 门店工作计划篇一

提高客流的有效方法，主要有：外部因素(1、门店前客流即过路客2、附近1.5公里范围3、1.5公里外)及内部因素(1、内部服务及特别服务2、内部环境及个性化陈列3、商品力及独特性4、会员服务5、售后6、厂家合作7、店内工作时间)两方面，再综合成本及可操作性的角度考虑，可以分为以下几个类别：

### 一、 成本低、效果好：

- 1、店外的促销活动制造人气：联合厂家，在门店前经常组织一些买送活动，提高人气、吸引客流。(门店、门店皆可操作)
- 2、联合厂家做免费测试项目(测血压、血糖、维生素等)：拉动并吸引人气。(门店、门店皆可操作)
- 3、各项比赛(象棋、扑克、挑绳、呼拉圈等)：聚人气。(门店可操作)
- 4、店外放电影：聚人气。(门店、门店皆可操作)
- 5、喇叭营销(活动内容、企业简介)：引起过路人的注意力去吸引人气。(门店可操作)
- 6、专业服务+训练有素的员工：提高顾客服务的满意度，把

到店的顾客变成固定的群体：提高老顾客来店频率。（门店可操作）

7、提供团购服务。（门店可操作）

8、个性化陈列及pop（门店可操作）

9、陈列整齐、充实、美观，无近效期：达到良好的视觉效果。（门店可操作）

10、大力发展广告产品及新品。（门店可操作）

11、售后服务跟进：顾客退换药、投诉、订购药品、用药指导、代煎中药、简单查体等。（门店可操作）

12、善待厂家业务员，争取厂家优质资源向店内投入一起来做促销活动共同来拉人气（广告+礼品+资源+人力）。（门店、门店皆可操作）

二、成本稍高、效果好：

1、店外pop广告、宣传单页发放：拦截过路人回卖场。（门店、门店皆可操作）

2、到附近小区、菜市做宣传，发宣传单页、张贴海报，让顾客知道门店。（门店、门店皆可操作）

3、广场活动：拉动人气，扩大宣传。（门店可操作）

4、联系居委会组织一些健康讲堂：拉近门店与顾客的距离。（门店、门店皆可操作）

5、小区宣传栏宣传：扩大宣传。（门店、门店皆可操作）

6、提供专业化的监测：测血糖、测血压、测视力、测维生素等，吸引顾客的到来。(门店可操作)

7、打造店内优美销售氛围、环境，创一流品牌药店：引导顾客想来的意愿。(门店可操作)

8、季节性店内环境的改变：营造购物氛围。(门店可操作)

9、保证药品齐全，做到‘人无我有.人有我优’：提高满意度。(门店、门店皆可操作)

三、成本高、效果好：

1、门头的醒目性、宣传条幅、橱窗：引起行人的关注。(门店可操作)

2、演出、腰鼓队：聚人气。(门店可操作)

3、电视广告、报纸、车体广告、广播电台：让顾客了解门店。(门店可操作)

4、扩大宣传力度，印制宣传单页(活动策划)，在客流高峰期发放，扩大宣传。(门店可操作)

5、开设诊所、中医坐堂，为顾客提供购药的一站式服务。(门店可操作)

6、医保刷卡定点。(门店可操作)

7、商品品类多元化专业化：专业店建设方面(如：糖尿病生活馆、计生、三高生活馆、医疗器械、母婴、养生)。(门店可操作)

8、商品价格低质量好+促销活动，买送、捆绑。(门店可操作)

9、给会员日优惠的促销活动，利用会员的口碑来宣传品牌提高客流量。(门店可操作)

10、会员积分及时兑换、落实好会员日的优惠活动：让会员经常来。(门店可操作)

11、重点会员维护体系的建立。如：登记会员顾客的生日，赠送生日礼品。(门店可操作)

12、24小时服务及适当延长工作时间。(门店可操作)

13、政企联合，增强企业形象。(例如：济宁门店在07年底与市中区民政局签署了低保定点医疗救助协议，共向5000户发放救助金共计48万元，整加了近1万的客流，也提高了新华鲁抗大药房在老百姓心目中的分量。)

提高客单价的有效方法，主要有三方面：1、提高购买单价；2、提高购买数量3、增加冲动购买数。再综合成本及可操作性的角度考虑，也分为以下几个类别：

一、成本低、效果好：

1、提高员工专业的销售技巧，提高成功率。(门店可操作)

2、提升员工专业的业务知识，打造专业团队，力争人人都是小大夫。(门店可操作)

3、培养员工本身的素质、敬业态度、工作的热情。提升顾客对服务的满意度，提高回头客率。(门店可操作)

4、提升员工对主推商品和价格的熟悉程度，提高毛利和销量。(门店可操作)

5、判断购买力：根据顾客的消费能力、购物习惯、生活水平进行不同档次药品的推荐，高端人群推荐高端产品。(门店可)

操作)

6、提供团购服务，提高购买单价(门店可操作)

7、商品结构合理、品类齐全、价格适中，提高成功率。(门店可操作)

8、商品陈列整齐、美观、动感。(门店可操作)

9、按服药疗程销售，直接提高客单价。如慢性胃病，三联疗法：奥美拉唑20mg+阿莫西林1.0g+甲硝唑0.4g□每天2次，治疗1周。(门店可操作)

10、组合式商品的捆绑式销售：比如补钙要加上鱼肝油。(门店可操作)

11、关联陈列：引起顾客的直接注意，从而增大客单价上升的机会。如糖尿病药+食品+血糖仪+保健品+中药;感冒药+止咳药+消炎+维c□(门店可操作)

12、加强中药验方、器械、日用品、保健品的销售与关联：提高购买单价。如;口腔类可向护理类中的牙膏、牙刷，漱口水及其他商品关联。(门店可操作)

13、家庭套装的销售：比如夏季药物组合套装为：“肠胃药+清热解毒药+风热感冒药+祛虫药。(门店可操作)

14、收银台营销把好最后一关。收银台的陈列+收银员的沟通+找零商品1元以下的准备+收银员销售的考核。(门店可操作)

15、新品的推介，特价的促销：提高购买欲望。(门店可操作)

16、人多时播放快节奏的音乐。(门店可操作)

17、给顾客提供购药篮。(门店可操作)

18□pop爆炸帖的营销：提高购买欲望冲动。注意：爆炸帖的更换。(门店可操作)

19、店内喇叭营销(买送信息传送、满多少抽大奖活动)：提高购买欲望。(门店可操作)

二、成本稍高、效果好：

1、根据季节性、节日性用花车、堆头营造销售氛围：提高顾客购买欲望。(门店可操作)

2、延长动线、充分利用磁石点：如将生活必需的特价商品陈列在卖场较深处，吸引顾客深入角落，延长了购物线路，在线路上可以充分打造地堆，营造销售氛围。(门店可操作)

三、成本高、效果好：

1、门店的独特性。(门店可操作)

2、开设诊所+中医坐堂：因为顾客对医生的信任，所以医生的客单价高于店员。(门店可操作)

3、上医保机、银联机：提高购买金额。(门店可操作)

4、打造店内优美销售氛围、环境，让顾客多在店内待一分钟就增加一份机会。(门店可操作)

5、联合厂家开展多样促销买赠活动吸引消费者，提高顾客的购买金额。(门店可操作)

## 门店工作计划篇二

伴随着已经远去的xx年，面对20xx年的工作，新的各项工作给我带来的.是迷雾和无限遐想。在这里，我从个人的角度谈谈自己20xx年要为工作所做的努力：

- 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，落实到每名员工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，充分做好宣传及布路的工作。
- 4、做好大宗、集团购买的接待工作，做到一人接待，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、可能的降低成本，开源节流，以减少开支。
- 7、日常管理，特别是抓好基础工作的管理。
- 8、加大员工的培训力度，全面提高员工的整体素质。
- 9、对公司高度忠诚，爱岗敬业，顾全大局，一切为公司着想为公司全面提升经济效益增砖添瓦。
- 10、增加各部门、各兄弟店面的团结协作，创造最良好的工作环境，发挥员工最大的工作热情，逐步成为一个最优秀的团队。

11、店内人员的培训工作，培养员工的集体荣誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位员工充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到的高素质人才。

12、分明的奖惩制度，以激励和约束员工的工作，使全店成为一支团结协作的集体，在竞争中立于不败之地。

13、各种合理的、能够利用的条件，创造、布路良好的店面环境，树立良好的商业形象，尽最大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。

14、创造良好的外围环境，协调好与邻里、安防人员、政府部门的关系，减少不必要的麻烦。

15、经常总结，总结过往经验将没有做好的事情分析并且吸取教训找出原因及解决的办法；已经成功的事情寻找实施时的不足把这些经验投入到未来的工作中去，更好的运用到实际当中为将来做铺垫。

16、经常与我店周边地区政府及相关部门沟通“如：城管、派出所及我店所在的水电部门”，为今后我店在店外搞各种促销活动需要帮助时创造良好的条件。

不积跬步，无以致千里。点点滴滴，造就不凡，过去的一年中，由于工作经验的欠缺，我在实践中暴露出了一些问题，虽然因此碰了不少壁，但相应地，也得到了不少的磨砺机会，这些机会对我来说都是实际而有效的。在今后的工作中，我将不断加强个人修养，努力学习，努力提高工作能力，适应新形势下本职工作的需要，扬长避短，发奋工作，克难攻坚，力求把工作做得更好，树立起良好形象。人生能有几回搏，在今后的日子里，我要化思想为行动，用自己的勤劳与智慧描绘未来的蓝图。望领导给予指正，不吝赐教。



## 门店工作计划篇三

### 第一. 督促销售人员的工作：

每位销售人员都会有自己的一套销售理念，我们一开始，是不知道每位销售人员的特色在哪里。等完全了解的时候，我们就应该充分发挥其潜在的优势，从而来弥补其不足之处。

如果销售人员实在没有什么潜力可以发掘，可以进行相对的帮助，来帮助每一位销售人员顺利的完成公司下达的销售指标。

销售总监需要督促的方面有：

1. 参与制定公司的销售战略、具体销售计划和进行销售预测。
2. 组织与管理销售团队，完成公司销售目标。
3. 控制销售预算、销售费用、销售范围与销售目标的平衡发展。
4. 招募、培训、激励、考核下属员工，以及协助下属员工完成下达的任务指标。
5. 收集各种市场信息，并及时反馈给上级与其他有关部门。
6. 参与制定和改进销售政策、规范、制度，使其不断适应市场的发展。

下一页更多精彩“门店销售工作计划”

## 门店工作计划篇四

为实现20xx年销售目标，达到一定阶段的知名度，达到一定

阶段的美誉度，需要每一个人的`共同努力。下面是20xx年本人工作计划：

## 一、产品策略

### （1）产品的包装。

产品包装关系到产品的档次。在包装设计方案方面，在考虑成本的同时，更要体现出我们产品的高品质，高品位的内涵来。

### （2）产品线策略。

根据不同的细分市场，不同的产品细分，考虑设计不同的规格、不同的材质、不同的系列的产品，产品的个性化，差别化和系列化，是引导顾客，取得竞争优势的重要手段。所以我们将产品线划分为三类：

第一类是创新系列，定位为市场“占位”产品，树立未来的高端产品形象。创新系列为“明星产品”，通过推广创新系列来带动整个产品线，作为企业追求利润的重点“占利”产品。

第二类是时尚系列为核心的产品，时尚系列则确立为“占量”的角色。

第三类是现代系列，定位于市场阻击竞争对手的防御性产品。

### （3）产品的名称。

尽管浴室柜的购买形态偏重于理性，但浴室柜的使用情景却是极感性的。所以我们为每一个浴室柜起一个名字或典故，让冰冷的静物具有丰富生动的形象去感染客户。御致力于创造一个独特的浴室柜高端品牌，实现成为浴室柜行业领跑者。

## 二、价格策略

### （1）价格定位。

在价格方面，浴室柜高档产品将同等的国外陶瓷洁具品牌旗鼓相当，相差并不大。中低档产品价格与一般品牌的价格相当，极具价格竞争力。

### （2）价格体系。

区域总经销价、分销价、终端零售价、终端零售限价、首次工程报价和实际工程报价、出口价。每一个级别都有价差，在实际操作过程中应严格执行“价差体系”。

### （3）全国实行统一的报价表。

## 三、渠道策略

主推经销制，以省级市场为一个战略单位，以各省级市为各区域市场的中心，网络要达到地级市的市场。以下是渠道的形式和体系：

（1）进入终端零售市场（包括专业的建材店、大型建材超市、品牌洁具专卖店）以专卖店、专营区的形式，以适宜的终端拉动方式调动终端市场积极主推产品，形成品牌的张力。

（2）打入工程市场（包括装饰装修广告公司、建筑公司、房地产公司、设计院等）由于各地的市场状况都有所不同，将采取直接建设和产品总经销的形式共同开发进入市场：

第一可以利用自营店树立品牌形象，开发、带动和服务区域市场。第二可以促进与总经销的资源整合，以达到强势品牌的目的。第三将总经销作为企业持久发展的战略伙伴，经销商是息息相关的利益共同体，共同分享品牌带来的丰厚的

利润。

相信通过上面一系列的规划□20xx年，我们的业绩将会更上一层楼，我们的产品将会家喻户晓。

## 门店工作计划篇五

首先，非常感谢公司领导对自己的信任和赏识，派我来服务门店担任店长。20\_\_年，是国家十二五规划发展实施的最后一年，也自己这个新店长上任的起步之年，将面对激烈的金融保险市场竞争。如何上依靠公司的支持，下依靠员工的努力，严抓管理，用心经营，做好华为集团公司理赔和做业务等业务服务工作，是摆在自己和全店员工面前一个新的课题。为此，现做20\_\_年工作计划如下：

### 一、加强制度建设，引入激励机制

在规章制度上，按照公司印发的《客户服务柜面管理制度》，根据本店的实际情况，建立和健全一系列规章制度，为客户提供规范化的服务，维护保险公司形象，内容主要包括《职业道德规范》《仪容仪表规范》《员工守则》《门店劳动纪律》《门店学习及会议制度》等，进一步提高了门店的工作效率，提升服务质量和效果。

在岗位职责上，自上而下明确每一个员工的工作职责，严格工作程序，按制度办事。对承保业务管理，利用风险管理技术及定价体系来控制承保风险，决定承保费率，确保承保质量。通过建设、使用电子化承保业务处理系统，建立完善的承保基础数据库，并缮制相关报表和承保分析。同时做好市场调研，并定期编制中、长期业务计划。

在考核体系上，建立与岗位和绩效挂钩的薪酬制度改革。20\_\_年，紧紧围绕职位明确化、薪酬社会化、奖金绩效化和福利多样化“四化”目标，全面实行薪酬体制改革。初

步建立了一个能上能下，能进能出，能够充分激发门店员工积极性和创造性的用人机制。

## 二、加强团队管理，打造保险铁军

坚持把培养工作人员的业务素质作为团队管理的一项重要内容来抓，同时，加强员工队伍建设，努力打造一支纪律严明、作风过硬、能征善战的工作团队。作为一名基层管理人员，肩负着上级领导和全体员工赋予的重要职责与使命，公司的经营方针政策需要我去贯彻实施。因此，自己必须注重保险理论的学习和管理能力的培养。注意用科学的方法指导自己的工作，规范自己的言行，树立强烈的责任感和事业心，不断提高自己的业务能力和管理能力。

### 1、组织招募新人。

根据店员自身应该具备的条件，通过媒体广告、店前贴广告等形式，向社会公开招收新员工，并且从外貌、气质、学历、人品、学历和经验等方面去考察，优中选优，精益求精，真正选拔出名新店员，在岗位上试用，期满通过公司人力资源部门统一签订劳动合同。

### 2、建设团队文化。

具体点讲，就是包括两个内容，一是以人为本，时时处处关爱员工，在学习、生活和工作方面，把员工当成企业的宝贵财富，善待员工，爱护员工，帮助员工，营造和建设家园文化；二是加强工作人员政治业务培训，提高大家的综合素质，严格奉行“热情、周到、优质、高效”的服务宗旨，坚持“主动、迅速、准确、合理”的原则，严格按照岗位职责和业务操作实务流程的规定作好接、报案、查勘定损、条款解释、理赔投诉等各项工作。

### 3、做好日常管理。

风险管控方面，严格遵循公司有关要求执行，为确保落到实处，自己要经常定期或不定期组织大家学习，并进行统一检查，特别是在财务制度执行、系统权限管理、单证管理等方面查漏补缺，完善管理制度和措施；要求工作人员管理严格按照公司规定规定执行，对违规行为严肃处理，决不姑息，坚决做到合规经营。

#### 4、轮岗、日志汇报。

做好员工轮岗安排调度，使大家劳逸结合，有张有弛。同时，实行日志汇报制，要求所有员工坚持写工作日志，汇报自己的一天的工作进展情况和有什么收获，自己汇总以后统一向公司汇报。

### 三、讲究营销策略，拓展保险业务

承保是保险公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是保险公司生存的基础保障。因此，在20\_\_年度里，将狠抓业管工作，实施营销策略，提高风险管控能力。

洽谈修理厂，就是根据条件、环境、资质和信誉等，进行严格考察以后，确定一个汽车修理厂，合作办理汽车保险理赔业务。

短信问候，就是在节假日向华为集团公司等客户发温馨短信，进行节日问候和祝贺，增进和加深门店与客户之间的情谊。

派发传单，鉴于门店新开张的情况，加大对外宣传力度，在街上设咨询台，散发传单等形式，大张旗鼓宣传我公司的保险业务，以及我门店服务的种种优势，使广大客户群众与我们建立合作关系。

驻点服务，以门店为中心，专、兼职并行，建立一个覆盖全辖的查勘、定损网点，初期由门店设立专职查勘定损人员名，

同时搭配非专职人员共同查勘，以提高中支业务人员的整体素质，切实提高查勘、定损理赔质量，做到查勘准确，定损合理，理赔快捷。

露天晚会宣传，组织一台文艺晚会，连续在辖区演出3天，以群众喜闻乐见的文艺节目表演，为我们新开的门店助兴，为我们的业务起步壮威，为我们的名气提升开路。

在小区及站台发布广告，就是实施“地毯式”行动，对所有的社区全覆盖，进百家门，交百家友，知百家情，各个小区及站台发布我们门店广告。

同时，在近日抓紧时间筹备门店装修事宜，在20\_\_年12月底之前完成硬件基本建设，使服务网点建设基本完善，开始为公司的客户提供高效、便捷的保险售后服务。

新的征程，新的起点，新的形象，新的业绩。我们服务门店积极贯彻公司有关会议精神，带领各部员工与时俱进，勤奋工作，务实求效，勇争一流，进一步转变观念、改革创新，面对竞争日趋激烈的保险市场，强化核心竞争力，开展多元化经营，经过努力和拼搏，在市场上站住脚根，为我公司的持续发展，做出应有的贡献。

门店工作计划范文

## 门店工作计划篇六

结合卖场销售面积参照现行门店架构确定。

### 二、定岗定编

依照门店架构确定各岗位职责以及岗位编制人数，根据岗位编制开展招聘工作。

### 三、薪酬等级划分

门店试营业前3-4个月开展人员招聘工作，预计招聘人数为编制总数1.5-2倍。

#### （一）招聘准备：

- 1、招聘宣传单
- 2、招聘x展架
- 3、墙体外围宣传板（含招聘、招商）
- 4、条幅（招聘条幅2-3条“\_\_\_\_\_超市\_\_\_\_\_店诚聘英才”）
- 5、招聘用具，桌子、凳子、文化用品
- 6、制定招聘计划

#### （二）招聘形式：

- 1、网络宣传：网络招聘平台（58、赶集、人才网等□□qq□微信公众群
- 2、定点招聘：设置2-3个固定招聘点
- 3、张贴广告：重点街道大范围张贴

#### （三）招聘要求：

- 1、填写《应聘登记表》
- 2、提供一寸免冠红底照？张
- 3、身份证复印件？张，户口本、学历证、职业资格证复印件



各? 张

## 五、面试期

门店试营业前2个月确定面试工作。

### （一）面试准备：

- 1、提前2-3天按部门、时间段通知面试人员
- 2、确定面试人员花名及人数
- 3、安排面试地点（含音响）、面试官及现场工作人员
- 4、布置面试现场

### （二）面试现场：

- 1、宣布面试现场要求，人员排队进入面试场
- 2、要求面试官批注《应聘登记表》面试意见
- 3、三天内回复面试结果

### （三）面试后期：

- 1、核实未到场的人员情况
- 2、按照部门、柜组确认面试合格人员
- 3、通知军训、培训时间
- 4、如需再开展下一阶段招聘工作

## 六、培训期（军训、理论、考核）

### （一）培训准备：

- 1、列出军训、培训计划并审核
- 2、通知培训讲师上课时间及地点
- 4、学员签到表、培训协议、考试卷

### （二）培训流程：

- 1、召开《见面会》
- 2、强化军训
- 3、军训、理论培训
- 4、军训、理论考核

### （三）培训结果：

- 1、汇总考核结果，淘汰不合格人员
- 2、培训归档七、实操期培训大纲：

### （三）培训实施：

门店负责跟进培训效果，最终考核结果

### 八、耗材准备

- 1、耗材申领明细，由专人负责看管
- 2、员工胸卡制作

# 门店工作计划篇七

20\_\_年，在公司的正确领导下，按照公司的工作部署和工作精神，围绕全年目标销售工作任务，我们连锁店全体员工团结一致，齐心协力，尽自己的责任刻苦勤奋工作，全面完成了公司下达的前三季度销售工作任务，取得了较好的成绩。现将我们连锁店20\_\_年前三季度工作及第四季度工作计划具体总结、安排如下：

## 一、20\_\_年前三季度业务经营情况

我们连锁店\_\_年前三季度销售总额为\_\_万元，毛利为\_\_万元，占销售额的\_\_%。全面完成了公司下达的销售工作任务，完成任务率为\_\_%，取得了良好的业务经营成绩。

## 二、采取的工作措施

### 1、加强思想教育，提高员工凝聚力

我们连锁店切实加强思想政治工作，对员工开展思想教育，培养员工的工作责任心与感恩心。通过开展思想工作，使每个员工树立正确的世界观、人生观和价值观，提高思想政治觉悟，热爱企业，热爱工作岗位，做到心往一处想，劲往一处使，增强执行力，提高工作效率和工作质量，确保完成公司下达的销售工作任务。

### 2、开展业务培训，提高员工业务水平

要做好连锁店销售工作，扩大食品、百货商品销售量，增加经济效益，员工业务水平是关键。为此，我们连锁店加强对员工的业务培训，通过会议、座谈等方式学习各类业务知识，使员工懂得食品百货商品知识，能够回答顾客的询问，让顾客放心购买我们连锁店的食物、百货商品；使员工把连锁店食品、百货商品摆放得整齐美观，让顾客挑选方便，增加食品、

百货商品销售量;使员工改进服务态度，热情接待顾客，耐心细致回答顾客提出的问题，营造温馨和谐的气氛，促进食品、百货商品销售。

### 3、开展促销活动，努力增加百货商品销量

增加食品、百货商品销量，是创造经济效益的关键，\_\_年前三季度，针对竞争激烈食品、百货商品市场，我们连锁店加强对顾客购货心理的了解，想办法，定方案，积极开展促销活动。在促销活动中，制定工作措施和激励方案，落实到实际工作中，增强员工的工作积极性，促销活动取得了较好的成绩，为完成\_\_年前三季度销售工作任务，起到积极的作用。\_\_年前三季度共开展x次促销活动，分别为\_\_活动、\_\_活动、\_\_活动等。

### 三、存在的问题

#### 1、市场竞争环境更加激烈，生意越来越难做

我们连锁店旁边批发市场多，新超市不断的增加，使得市场竞争环境更加激烈，有限的顾客不断被分流，生意越来越难做。

#### 2、促销活动受限制，扩大百货商品销量有困难

促销活动是扩大食品、百货商品销量的一个重要举措和有力手段，但是受城市管理的影响，不允许我们搞场外活动，而店内促销达不到一定的效果，这给我们连锁店扩大食品、百货商品销量带来实际困难。

#### 3、员工队伍不够稳定，给正常销售工作带来影响

总而言之，我们连锁店各项工作是靠员工做的，没有一支稳定的员工队伍，要扩大食品、百货商品销量，增加经

济效益是困难的。我们连锁店员工队伍不够稳定，具体表现为：一是员工流失率过高，部分员工入职时间不长对业务熟悉后又辞职，造成新员工多，对业务不熟悉，影响业务的开展。二是员工薪酬不高，服务态度不够好。因为薪酬不高，员工惰性强，工作积极性不高，防损意识不强，收银员的服务态度不好，没有按照“五唱”要求去做，部分营业员和导购服务态度有时候不好，都给工作的正常发展，带来一定的困难。

#### 4、连锁店管理不够精细化，影响店内各项工作

由于平时店里工作繁忙，日常事务多，化去了店里领导大部分时间和精力，很少有时间能静下心来，考虑管理情况，以致店里管理不够精细化，防损把关不严格，没有认真去做，一定程度上影响了店内各项工作的发展。

### 四、20\_\_年第四季度工作计划

#### 1、加强思想教育工作，稳定员工队伍

我们连锁店要进一步加强思想政治工作，针对员工的思想问题进行教育，帮助员工解开思想疙瘩，提高员工的政治思想觉悟，热爱企业，热爱工作岗位。同时加强对员工的关爱，通过扩大食品、百货商品销量，提高员工待遇。通过以上工作，稳定员工队伍，促进连锁店销售工作发展。

#### 2、抓好自身建设，提高服务水平和质量

我们连锁店要努力按照业务精、善经营的复合型高素质的要求对待自己，加强业务知识学习，全面提高业务和管理素质，实现日常管理规范化和精细化，做好食品、百货商品防损工作，减少经济损失，增加经济效益。要加强对员工的业务培训，增加员工的业务知识，熟悉食品、百货商品经营。要改进和提高服务态度，热情、礼貌、文明接待顾客，营造良好

销售环境，提高食品、百货商品销量，增加经济效益。

### 3、加强促销活动，扩大百货商品销量

我们要在促销活动上，动脑筋想办法，利用第四季度的销售旺季，多开展一些促销活动，要营造浓厚的促销声势，运用各类促销措施，增强对顾客的吸引力和购买欲望，使促销收到良好成效，为完成全年目标销售任务，奠定扎实基础。

我们连锁店要在完成前三季度销售任务的基础上，再接再厉，加强学习，深化管理，以求真务实的工作作风，以创新发展的工作思路，奋发努力，攻坚克难，把第四季度工作提高到一个新的水平，创造良好成绩，为公司的健康持续发展做出应有的努力与贡献。

## 门店工作计划篇八

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。20xx年度内销总量达到1950万套，较20xx年度增长11.4%。20xx年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20xx年度的产品线，公司20xx年度销售目标完全有可能实现。20xx年中国空调品牌约有400个，到20xx年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到20xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中

国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。

20xx年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但xx市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

根据以上情况在20xx年度计划主抓六项工作：

## 1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况分解。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系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

## 2、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

### 3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年至20xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

### 4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

根据公司的xx年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。(特殊情况再适时调整)

销售门店店长工作计划

门店管理制度

门店租赁合同范本

门店年终总结报告范文

## 门店工作计划篇九

2;一人全程服务制度的好处

3;提升更好的消费环境，营造家的感觉(硬件改善，小环境的提升)



店内的消费环境与日常的卫生维护是分不开的，局部及区域性的环境布置，可以营造出家的氛围，一定要让客人有回家的感觉，做好每一个细节！

4;提升更好的品质服务，员工职业素养的提升，开心，细心，关心，

5;实施洗发热敷方案，

设备配置，统一流程，标准话术，规范动作，

6;给客人制定出个人发型档案

制定档案表，具体参照玫丽盼制作

7;(营销)设计师个人网络炒作，吸引粉丝(每周发两次原创发型贴)

备注;客人多的设计师自己带助理或技师一名(该助理技师工资由该设计师承担)

东方店;1创造利润(目标追踪)

2分享员工

3提升更好的品质服务，改善更好的消费环境