# 最新超市工作计划(精选13篇)

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2024-08-25

*计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。相信许多人会觉得计划很难写？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。超市工作计划篇一提高超市店面形象的方法有很多，掌握提高超市店面形象的方法技巧，就可以指导...*

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。相信许多人会觉得计划很难写？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

**超市工作计划篇一**

提高超市店面形象的方法有很多，掌握提高超市店面形象的方法技巧，就可以指导操作提高超市店面形象。

有了计划，工作就有了明确的目标和具体的步骤，就可以协调大家的行动，增强工作的主动性，减少盲目性。使工作有条不紊的进行。同时计划的本身也是对工作进度和质量的考核标准，对大家有较强的督促和约束作用。

加强自身工作技能；加强同事之间的团结合作；加强自身整体综合素质；加强日常学习主动性；提高工作积极性；增强灵活性，积极性，竭尽全力改变自身不良的工作习惯，多思考，勤动手，杜绝一切懒得思想！

认真务必完成以下日常工作：

1、每天早上7：30——9：00书写卖场申请的pop

2、日常形象装饰设计、维护。

3、到卖场进行形象检查，及时发现旧形象，破损形象

4、促销活动dm商品拍照活动中商品陈列及促销场面摄影拍照。

5、每个促销活动档期开始前一天中百集团外网上传dm促销信息。

6、每月预算整理25日前提报佳乐家企划处形象主管

7、每个档期都要把保存本档期的dm

8、做好预算的资金明细

9、做到在每个档期活动开始前两天将装饰布置到位

10、每周一进行形象大检查，有不妥当的的地方，在第一时间进行处理

11、全力配合其促销活动工作，做好形象装饰

12、活动前期，提前准备好装饰物。

13、每周日将下周会员商品保质保量的完成书写工作

14、每周二下午将周三大集商品的pop内容书写完毕

经观察，前期整改的破损pop仍存在不少，思考后，觉得是确实是自己的标准太低，有些事没彻底的解决好，有些时候就得过且过，差不多，我觉得这些思想对我产生了很不好的负面影响，做事应付，拖泥带水，经过前期的学习和反思，对自身一些缺点的更正，以更好地心态做好工作！

1、配合店庆第二波、第三波、元旦这几期营销活动，营造卖场氛围，丰富卖场的色彩感和层次感，促进商品促销统一门店的装饰形象！卖场气氛本着氛围热烈、节俭易行、统分结合的原则进行装饰。

2、统计一下卖场那些长期使用，固定的（现在用第2/3页pop书写的、陈旧的、卷边的）一律改为广告牌。

3、卖场（2楼）调整，将不符的形象更换完毕。

1、领导安排的工作，要尽可能的在第一时间完成，不能拖，

2、要有时间观念，

3、调整好心态，努力工作，

4、做好工作记录，养成做笔记的好习惯，

5、不断学习ps等相关设计软件，提升自己的工作技能，重点学习商超设计的理论知识，在用色、字体、画面协调性以及重点性上做得更好。

6、提高自己的服务质量，不能动不动就发脾气，永远记住我是为他们服务的，凡事心平气和。

在自己的职责范围之内，积极思考，不断提升自己的工作技能，提高自己的综合能力！

**超市工作计划篇二**

作为一名超市蔬果领班，我深深明白自身职责所在。我的职责就是要确保超市每天有足够新鲜、质量良好的蔬果提供给顾客，并且需要兼顾超市内部蔬果的采购、储藏、保鲜、销售等环节。我需要为这项工作付出艰辛与努力，而在20xx年上半年结束之际，我特此制定20xx下半年蔬果领班的工作计划：

20xx上半年我们与市第一蔬果批发市场合作得相当愉快，对方提供的蔬果质量始终没有出现过问题。下半年的采购合作意向已经报批到超市领导，基本同意继续与市第一蔬果批发市场保持合作。然而，蔬果质量的把关不容忽视，需要继续保持高度重视，为顾客把守好蔬果质量。

蔬果是易坏、易烂的商品，储藏、保鲜工作是“重中之重”。下半年，超市蔬果部门必将继续做好储藏、保鲜工作，其中重点加强对于储藏冷冻室进行定期维修与检查，确保储藏冷冻室稳定工作。以最大程度上确保果蔬的储放安全，果蔬的新鲜美味。

用心蔬果销售历来是我们超市的优良传统。蔬果销售也占据着超市营业收入的20%，是超市各部门领导都非常重视的经营区域。我作为蔬果领班深刻明白当前蔬果销售形势，比较在下半年工作当中，用心做好蔬果销售。其中，我在稳步扎实地推荐上半年工作效益的基础上，定期做好蔬果促销、时令蔬菜特卖等工作，为超市创收，增收。

**超市工作计划篇三**

xxx万

（不包含送礼部分）：

市场销售部：20xx盒

餐饮部：xx盒

1、制作宣传布条，悬挂大厅人流量较大的显眼位置；主题是“花好月圆人团圆，唐人街与您共渡中秋、国庆佳节”。感受秋天带来的收获与成熟的风韵。

2、设计并印制5000份宣传广告单，用于销售人员外出洽谈业务时提供给顾客并用于住店、用餐客人的宣传。

3、在大厅布置月饼展厅。

每一个来xxx超市购物的顾客，尤其是家庭主妇、学生、农民工。

家家过节家家乐，月香月甜月团圆。

1、中秋节当天：有送有赠有温情，人来人往人人尝。

2、中秋前后：把祝福送给你，把月饼带回家。

1、开会分配工作任务到个人以保证后面事项有序进行；

2、进货，保证促销产品到库；

3、确定具体促销所需地点如：超市内食物区，超市门口显眼区，抽奖区等；

4、购买订购相关用品和打印有关资料——横幅、宣传单、红包；

5、场地布置，搭建商品台、粘贴宣传横幅等，整个场地要烘托出节日的喜庆、热闹。

（1）场外超市门口大拱门，粘上气球，花环，把总主体悬于上；

（2）门口粘贴节日促销不同阶段的促销具体情况；

（3）有门口通往超市内的通道悬挂印刷的月饼图；

（4）吊旗的颜色要与整个超市的色调设计相统一，既不显单调又不至于花里胡哨。

1、促销活动期间凡在xxx超市购买商品满200的可免费到促销点品尝月饼；

2、拉横幅：

（1）中秋节当天横幅为：有送有赠有温情，人来人往人人尝。

（2）中秋节前后横幅为：把祝福送给你，把月饼带回家。

**超市工作计划篇四**

转眼间20xx年已经过去。又是一年新的岁月，20xx年新起点，新思想，新规划，一切从“新”开始。作为超市总部的企划专员，我对自己今年的工作要有新的认识。为了更好的发挥在此职位的作用，使得以后的事项进展顺理成章，有据可循，特制订本计划。共分以下几点进行阐述，依次为：档期活动策划，年节卖场装饰，新店开业装饰，新店形象广告、对外宣传，企业内部文化资料维护、形象包装，自身美工能力拓展及门店美工培训等。

具体档期实施参见部门经理制定的《20xx年度sp档期规划表》

鉴于公司本身的性质及自身情况，超市一年到头都在进行着各类的特价促销活动。为此，企业也要进行必要的投入，尤其是dm档期宣传邮报的印发，各门店悬挂的关于档期活动内容的巨幅喷绘，城乡周边宣传车等。公司总经办高层也对本部门制定了一年的营销费用指标，并附销售指标（这点是相对于产出与投入比例来实现的），从此我们的工作有了明确的目标，毋庸置疑费用也不能肆意挥霍，每一笔投入都要预估其产生的效果。所以我们在营销思路上就要动脑筋，想办法。平时多做市场调研，去外面看看同行竞争企业都是怎么做的，而后取其精华去其糟粕，谋定而后动。

消费观念，并逐步引导他们改变以往根深蒂固的定理，接收新事物，新思想。明明白白消费，感觉我们进行的新活动对他们而言是真正有利可图的。只要有一个人理解了，一传十十传百，大家都会知道。以此作为突破口，刺激更多的人到我们的乡镇门店消费，从此以后我们的营销活动也便注入了新的血液，也不至于永远的老套使消费者对我们的活动有些麻木，感觉反正就那么几样，掀不起多大的风浪。

说了这么多，归结到一点：用最少的投入实现利益最大化，营销活动不要太过花哨复杂，力求简单，实际，明了，但一定要有新的思想，而且要让消费者乐于接受，从而给企业赢得良好的口碑。

其次要说我们的dm宣传邮报。这个是我们公司门店与消费者之间无声的交流，首要条件就是要提起他们的兴趣，乐于并喜欢看我们的邮报。这得在排版上要求广告公司去配合我们实现，当然作为邮报校稿者，我得给他灌输自己的思想，主要还是要靠我去丰富自己的见识，多收集一些优秀的宣传海报，借鉴一下他们的风格，然后更好的融合，创造属于我们自己的东西。令广大消费者耳目一新，产生强烈的购买欲望，最终吸引他们来门店消费。

这一模块的叙述主要针对公司门店一些大的节庆以及一年的换季来进行。跟往年相比没有什么大的改变，新开门店根据自身的时间春天柳条，秋季枫叶装饰。其他要装饰的新开门店会结合老门店适当配备，该有的都会有。老门店只是一个柳条和枫叶更换的过程，不再赘述。主要还是重大节庆：春节，端午，中秋，公司周年庆，圣诞元旦等，要想好一点并且具备浓厚的节庆气氛，没有其他的办法，投入是关键，这点结合我们自身的实力考虑。基本上老门店还是往年的装饰物件，节省成本。至于需要增添的，本部门会适当添加，到时具体另行通知。

其次要说的是增强门店装饰的亮点：本身考虑的是“以多突出”，现在看来考虑到费用实现起来有些困难。只能是“重点突出”，结合节庆主题，置办一些关键和必备的装饰品，表面朴素，实际也有主角。只要顾客乐意购买我们节庆推荐的重点商品，目的也算达到了。

**超市工作计划篇五**

新年里，把握市场需求量，确保开门红，为努力把超市各种工作做好，特制定出超市年度工作计划。

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 08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。

08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08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20xx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 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。

**超市工作计划篇六**

新的一年，新的起点，超市如何制定

工作计划

呢?下面是本站小编收集整理关于超市工作计划的资料，希望大家喜欢。

一、超市业态发展迅速，市场机会巨大。

1、中国超市发展迅速。

超市，就是实行自助服务和集中式一次性付款的销售方式，并用工业化分工机理对经营过程进行专业化改造的零售业态。

超市的高速发展，除了中国经济发展的带动作用外，还源于其自身的优势——创造消费者利益。与传统商业形态相比，超市的优势表现在：购物的便利性、购物的廉价性、购物的舒适性、购物时间的节约性等方面。由于这些优势，超市对传统商业形成了冲击甚至有取而代之之势，造成了百货商店、小型杂货店的势微。

2、超市，理想的投资机会。

需要看到的是，中国目前的超市形态与国外相比，仍处于初始阶段，远不成熟。

体现在：a、个体私营杂货店仍大量存在。这些杂货店的共同特征是：货品品种少，购物环境差，管理手段落后，采购成本与零售价格高，分散经营，等等。这在国外发达国家中早已被现代规模化的超市取代了。

b、国内大多数成规模的连锁超市中，同样存在无超市经营管理的现代化理论指导，货品管理、财务管理落后，卖场虚大，与销售额不成比例，门店选点不准，服务、陈列、配送货不统一等问题。

这些问题启示我们，超市领域是一个潜力巨大而又未被有效占领的领域，因而是华邦公司介入超市领域的一个巨大的市场机会。

如何抓住这一机会?粗略的设想是，根据本地区的市场消费情况与市场竞争情况，选准超市形态;培养、培训具有现代超市经营理论的管理人员，制定与国外接轨的科学、系统的管理制度;配备现代化的经营设施与管理设备;实施连锁经营，做到统一标识、统一核算、统一配送货、统一陈列、统一管理、统一服务规范，一句话，以国外超市经营的标准，主打国内市场，运用管理理念、经营手段的优势取得竞争的成功。

二、化邦公司经营超市的设想

1、总体构想

华邦投资管理有限公司正在筹建的连锁超市企业，总部拟设厦门。

我们企业的经营特色，除具备一般连锁超市商品丰富、价格便宜的特征外，更体现在营造一种轻松舒适的购物环境以及提供更加优质多样的服务上。同时，我们将采用更科学的管理模式，塑造具有鲜明特色的企业形象，努力使资金周转更顺畅快捷，资信度更高，信誉更好。

我们企业的经营策略是，避开大城市，特别是回避与国际性大型连锁企业在大城市的直接竞争，集中力量拓展中小城市及经济较发达的农村城镇市场，成为此类市场中的领导者。

我们超市的形态以小型连锁为主，具体来说，我们把分店划分成三种类型：

c、三类店，面积约100平方米。作为中小城市的社区店，主要作用是向生活区内居民提供方便、快捷的购物场所，满足居民对一般食品、日用品的日常需求。

一般的做法是，在中小城市中，我们将在商业区、交通枢纽、区域性商业中心、大型社区的商业街一带开设少数一、二类店;大量选择有市场空间的居民区出入口、公用建筑、区内商业街一带开设三类店。这样即宣传了企业形象，又牢牢吸引当地居民，成为区域内市场的领导者。

2、近期计划内主要目标市场的市场情况及经营构想

(1)、厦门市

a、市场情况：

总人口130余万，其中市区人口约60万。另有外来人口约50万。人均收入约1000元/月，在食品及日用消费品方面的人均消费支出约500元/月。

商业方面，旧有商业街是中山路;新市区扩展迅速，形成了新的区域性商业中心和居民区内的商业街，有较大市场空间。

交通方面，公路交通十分便利，公交汽车是最重要的交通工具，自行车、小巴做为补充性交通工具存在。

b、 竞争情况：

区域性竞争者(b类竞争者)为小区内超市，一般面积在50—100平方，经营管理都是传统型的，商品大同小异。此类竞争者数量较多。

c、经营构想：

做好企业形象宣传的同时，大力发展三类店，集中精力拓展居民区内市场。

具体说，在市区交通枢纽一带设一类店1家，做为总店，同时做为宣传展示企业形象的窗口和舞台;企业经营的重点是在居民区出入口、公用建筑、区内商业区一带开设三类店，牢牢吸引住区内顾客，成为区域内零售业的市场领先者。

(2)

漳州市

漳州市总面积12600平方公里，总人口约450万。农村人口以农业、林业为主业，城镇居民以小商业为主业。人均月收入300—400元，但区域间差别很大。

漳州行政区划分成芗城区、龙文区(二区构成漳州市区)、龙海市、长泰县、华安县南靖县、平和县、漳浦县、诏安县、云霄县、东山县等2区1市8县。

现以芗城区、龙海市为例做一分析。

芗城区：

a、市场情况：

芗城区为漳州市区的主体，属地级市。人口约50万，其中城市居民23万，另有约10余万外一人口。人均收入约600—700元/月，人均消费支出约480元/月。

商业方面，旧有商业区以胜利西路两侧，新华南北路和延安南北路中间的区域。目前城区向西南、东南扩展，新建住宅第一层习惯于性的建成小店铺，使新居民区四周街道形成了新的小商业街。

交通方面，大约70%的人以自行车、摩托车为主要交通工具，其次为步行或乘三轮车。公交车很不发达。

b、竞争情况：

b类竞争者中有万鑫、佰鑫、华百、兴华、百货大楼等。

ab类对手的商品价位普遍低于厦门。

此外，还有闽南小商品批发市场，面向农村市场。

c、经营理念：

漳州市区面积小，不存在大的居民小区，个人购买力相对较低，出行以自行车摩托车为主，同类超市间存在激烈竞争。

针对这些特点，我们拟以一类店介入市场，店址选在市区交通枢纽或商业区，以具有现代气息的企业形象、相对较低的价位吸引顾客，站稳脚跟;随着城市新区的开发转而扩展三类店，吸引居民区顾客，最终成为城市内主要的市场领先者。

龙海市

a、市场情况：

龙海市为县级市，市区人口约6—7万，加外来人口3—4万，计10余万人。居民以从事小商业为主，人均收入约500元/月，人均食品、日用品消费支出约300元/月。

商业方面，商业区相对集中。目前龙海市正处于旧有商业模式向新商业模式过渡阶段。国有商业企业如百货大楼、纺织品公司、人民商场等受制于旧体制，失去了活力，但又控制着市内最佳位址的店面;而现代意义上的新型的超市企业尚处于萌芽阶段。

龙海市主要商业区正准备全面拆迁改造。

b、竞争情况：

有影响的竞争对手是兴华超市，面积约320平米(两层)，商品品种少，价信位高，管理松懈，企业形象类似于厦门市的b类店。

c、经营构想：

以一类超市形式进入市场，在商业区一带选址。以超市的现代气息、丰富而便宜的商品、和相对舒适的购物环境吸引全市区的消费者，成为市场领先者。

这一方式适用于其它类似的小城镇。

(3)、泉州市

泉州市总人口约650万，另有外来人口约100万。人口密度较高，且分布不均，70%集中在鲤城区、石狮市、晋江市、南安市、惠安县等沿海一带。

泉州行政区划分成鲤城区丰泽区洛江区石狮市晋江市南安市惠安县安溪县永春县德化县等3区3市4县。

在市场情况与竞争情况方面，泉州、石狮、晋江类似于漳州，而其它市县类似于龙海。故可采用大体相同的经营构想。

(4)其它地区

计划在未来2—3年内，通过借鉴泉漳厦连锁超市的经验，开拓沿海地区的莆田、福州周边地区等区域市场。

3、初步计划。

在这一分阶段，我们的基本理念如下：

学校内——在校大学生;

云霄、诏安等县级市——城内14—40岁居民。

货品种类：顾客感觉最方便、最常用的生活必需品，如：

所有家庭食品、速食品;

洗衣清洁用品;

个人卫生美容用品;

烟酒类;

袜子内衣类;

低价日用品;

小五金;

报刊杂志、文具用品等，卖场约一半面积搞非食品、

管理原则：在良好的分工的基础上，做到：

简单化，即作业程序简单化，减少不必要的报表与手续;

制度化，即制度手册作业程序明确，新手也能顺利接手;

专业化，即专业分工，各司其职;

标准化，即采购、订货、收付、陈列布局等均有标准程序。

根据企业上述构想和对市场情况的分析，初步制定未来几年的超市发展计划：

第一年(xx年7月1日—xx年7月31日)，超市总面积计划达到6000平方米，初步进行网络化经营，并培养大量管理人才。具体说：

一、厦门市区：一类店1家，三类店8—10家;

集美、杏林、同安等周边城镇：二类店1—3家;

二、漳州市区：一类店1家;

经济较发达的沿海城镇如龙海、云霄、诏安、漳浦、东山、南靖等县城：一类店3—5家;

三、泉州市区、石狮、晋江：一类店2—3家;

经济较发达的沿海城镇如南安、惠安、安溪、德化、永春等地：一类店3—5家;

第2—3年，可根据实际市场情况，或者进一步拓展除福州以外的省内其它市场。或者走跨省发展的道路，选择市场情况较好的省份，重复福建省的经营经验。

20xx年9月公司调任我为人民商场惠农分店超市店长。这个职位是我工作上的一个转折点。同时也知道将面临许多困难和挑战。更深刻感受到自己的责任。

在这期间，我依照公司的各项制度及服务理念管理卖场和要求员工。严格遵循公司的各项商品准入制度，保证所售商品的质量，定期组织员工进行市场调查，及时调整敏感商品价格。组织员工学习商品知识和服务技巧，使员工素质和服务水平得到提高。

坚持品牌商品，扩大品牌商品的影响力。努力做到以高质量的商品、实惠的价格和优质的服务来抢占市场。

在开业高峰期过后，销售一度出现不稳定和下滑现象，及时与总店超市部门沟通后，相应对商品结构进行了调整。在总店超市领导的协助下，通过引进新供应商和总店调配的方式，新增了散称食品、蛋糕面包、休闲食品等商品。百货和洗化区还增添了部分适季商品，增加了商品种类和品牌数量，扩大了顾客的选购范围，提高了销售量。使销售额得到回升并趋于平稳。

在十月至十一月期间超市和家电联合推出了两期促销活动，组织了一批特价商品和买赠活动，以集市定点和入村入户的方式，发放宣传海报，从而扩大了宣传的力度和广度，达到增加客流量的目的。

明年的工作计划

共

2

页，当前第

1

页

1

2

**超市工作计划篇七**

在充满机遇、竞争、挑战、艰辛中与祥瑞香山缘共同度过了我2024。通过上级领导的帮助和指导，加上全体员工的合作与努力，在汗水和智慧的投入中，各方面得以有了新的发展。

盘点201x，有得有失，有关于公司竞争战略上的问题;关于以顾客服务为导向方面的问题;关于企业品牌价值认可的问题;关于顾客忠诚度管理方面的问题;还有居安思危、进军零售开店速度、整合零售营销传播方面的问题，更有岌岌可危的人力资源管理方面的问题，我经历了从无到有、从小到大的过程。可随着经济的发展和形势的变化，零售市场到处生根发芽，面对这种局面，我深知要完成角色转换，必须抓紧学习，从实际出发，加强调查研究，探求解决错综复杂问题的途径。对2024年的工作总结与计划如下：

一、销售业绩

201x下半年，我店共计实现651万元的销售业绩，日均客流量1647人，日均客单价39.88元，全年中，12月份销售表现突出，占下半年销售份额的29.94%;生鲜鲜肉组从联营转为自营后销售达成最好，生鲜区销售业绩占门店业绩的40%。

下半年、销售业绩亮点主要体现在以下几个方面

1、10月对生鲜的调整和改造，特别是对生鲜区：散装大米、散糖、蜜饯、蔬菜和水果的调整工作调整完成后;同时百货区的陈列位置调整后让整个超市的视线更开阔，使我店卖场形象得到了极大的提升。对门店销售的增长也产生了重要的影响和推动作用。

2024年超市工作计划

一、企业无小事----由于对家家鲜报价策略不当导致新一佳业务全盘皆输。

由于佳佳鲜的生鲜运输业务量不大，总部一直未将其作为重点事务处理。从车辆组织、营运管理、甚至报价均由营运部负责。该部门在车辆运力组织上失当，对驾驶员的人品，服务意识缺乏考核、培训。出现了偷盗、驾驶员直接与客户接洽、操作主管与客户对应主管不和等完全失控局面。此情况直接影响了我们在新一佳的良好商业口碑。

由于我们在付出运价上居高不下，导致总体成本上升，给客户的报价水涨船高。加上家家鲜管理人员本身也不太熟悉物流业务，以简单的社会闲散车辆单价来对比我司车价，以我司的3吨容积19m3的车价对比1.5吨容积11--13m3的车价。出于我们自身报价偏高、客户不当比对两因素，我们运价超高。

由于家家鲜的连带影响，我们先后丢掉了深圳配送、全国联采。而新一佳长沙的招投标也变得无比艰难。我们虽然以超低价得到了该业务，但事实上已完全没有利润。至此，我们由于一个小小的家家鲜业务连带损失了一个年营业额800万的项目。一句话概括“一着不慎、满盘皆输”。

二、执行力缺失就是企业的生命力的枯萎

由于历史的原因，公司团队人员的文化程度普遍不高。加之部分员工以前没有从业经验，特别是缺乏大公司工作经验。这让我们的管理和运营困难重重。一方面我们没有主动制作管理制度的意识、就是制定了也可操作性不强。而就算这些现有的简陋的管理制度，我们在运作中也很难看到制度的影子。

忽视培训和宣教。我们的操作团队对驾驶员、对基层员工、对供应商缺乏足够的培训和宣教。不能够以制度和流程来规范日常运作，减少管理者自身劳动量，一边腾出更多精力来处理与收发货人协调、整合资源、协调内部、开发客户、营运方案创新等更重要事务上来。我们的经理们更喜欢直接跳到矛盾的一线，与客户、与驾驶员、与供应商关系紧张。这一现象在身配、长配、联采中普遍存在。

懒惰和懒散。公司自xx年成立以来，市场部苑成文开发了飞利浦项目，除我之外没有任何人能够给公司开发到新的可持续性项目。大家都习惯于懒惰，没有去打江山的勇气和豪情。当我们缺失了打江山的豪情时，那我所能要求大家的，你起码要有守住家业的勤劳。

三、低成本是企业核心竞争力的主要构成

物流业务不同于其他高科技行业，谁的整合资源能力强、管理成本和财务成本低谁就能在招投标中笑到最后。11年我们通过各种渠道摸索，对各种车型的成本测算、运力资源渠道应该是积累了经验。我们通过苏宁项目、戴尔项目作了尝试。明了与其他企业的差距有多大，知道了苏宁项目为什么会亏本。

**超市工作计划篇八**

一.认真贯彻超市的经济方针，同时将超市的经营理念及策略正确并及时的传达给每个店员，做好承上启下的桥梁作用。

二.做好店员的思想工作的同时团结店员，充分调动和发挥店员的工作积极性，了解每位店员的优美所在，并发挥其特长，做到另才适用，增加增强本店的凝聚力，使之成为一个团结的`集团。

三.通过各种渠道了解同行信息，了解顾客的消费心里及习惯，做到知己知彼，心中有数，使我们的工作有针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。

四.以身作则做店员的表帅，不断地学习提高自己的同时不断地向店员传输企业文化，教育店员要有全局团队认识，凡事要从超市整体利益出发。

五.以热烈周到及细致的服务去吸引顾客，发挥所有店员的主动性和积极性，为超市创造更多更好的业绩!新的一年即将来临，成绩只能代表过去，我将以更精湛娴熟的业务，同时在超市的领导下来治理好我们枞阳店!力争在20xx年再创佳绩!!!

**超市工作计划篇九**

本站后面为你推荐更多超市工作计划！

提高超市店面形象的方法有很多，掌握提高超市店面形象的方法技巧，就可以指导操作提高超市店面形象。

一、工作计划的目的有了计划，工作就有了明确的目标和具体的步骤，就可以协调大家的行动，增强工作的主动性，减少盲目性。使工作有条不紊的进行。同时计划的本身也是对工作进度和质量的考核标准，对大家有较强的督促和约束作用。

二、个人学习提升的目标

加强自身工作技能；加强同事之间的团结合作；加强自身整体综合素质；加强日常学习主动性；提高工作积极性；增强灵活性，积极性，竭尽全力改变自身不良的工作习惯，多思考，勤动手，杜绝一切懒得思想！

三、具体内容

认真务必完成以下日常工作：

1、每天早上7：30——9：00书写卖场申请的pop2、日常形象装饰设计、维护。

3、到卖场进行形象检查，及时发现旧形象，破损形象

4、促销活动dm商品拍照活动中商品陈列及促销场面摄影拍照。

5、每个促销活动档期开始前一天中百集团外网上传dm促销信息。

6、每月预算整理25日前提报佳乐家企划处形象主管

7、每个档期都要把保存本档期的dm8、做好预算的资金明细

9、做到在每个档期活动开始前两天将装饰布置到位

10、每周一进行形象大检查，有不妥当的的地方，在第一时间进行处理

11、全力配合其促销活动工作，做好形象装饰

12、活动前期，提前准备好装饰物。

13、每周日将下周会员商品保质保量的完成书写工作

14、每周二下午将周三大集商品的pop内容书写完毕

四、12月份工作重点

经观察，前期整改的破损pop仍存在不少，思考后，觉得是确实是自己的标准太低，有些事没彻底的解决好，有些时候就得过且过，差不多，我觉得这些思想对我产生了很不好的负面影响，做事应付，拖泥带水，经过前期的学习和反思，对自身一些缺点的更正，以更好地心态做好工作！

1、配合店庆第二波、第三波、元旦这几期营销活动，营造卖场氛围，丰富卖场的色彩感和层次感，促进商品促销统一门店的装饰形象！卖场气氛本着氛围热烈、节俭易行、统分结合的原则进行装饰。

2、统计一下卖场那些长期使用，固定的（现在用第2/3页pop书写的、陈旧的、卷边的）一律改为广告牌。

3、卖场（2楼）调整，将不符的形象更换完毕。

五、个人提升

1、领导安排的工作，要尽可能的在第一时间完成，不能拖，2、要有时间观念，3、调整好心态，努力工作，4、做好工作记录，养成做笔记的好习惯，5、不断学习ps等相关设计软件，提升自己的工作技能，重点学习商超设计的理论知识，在用色、字体、画面协调性以及重点性上做得更好。

6、提高自己的服务质量，不能动不动就发脾气，永远记住我是为他们服务的，凡事心平气和。

六、总结。

在自己的职责范围之内，积极思考，不断提升自己的工作技能，提高自己的综合能力！

**超市工作计划篇十**

培训的目的：

培训就是超市企业组织为员工创造一种学习环境，力图在此环境中，使员工的价值观，工作态度和工作行为等得以改变，从而使他们能在现在或未来的工作岗位上的表现达到企业的要求，并为企业创造更多的利益。

1、 可以提高员工整体素质;

2、 可以提高销售额和为企业创新的能力;

3、 可以降低损耗;

4、 可以改善工作质量;

5、 可以减少事故的发生;

6、 可以改善管理内容;

7、 增强就业能力;

8、 获得除收入以外的其它报酬;

9、 增强职业的稳定性;

培训的内容：

1、 知识培训 知的问题（商品知识、服务知识、顾客消费知识）;

2、 技能培训 会的问题;

3、 思维培训 创的问题;

4、 观念培训 适的问题;

5、 心理培训 悟的问题;

培训前的准备和要求：

1、 了解受训员工现有的全面信息;

2、 确定员工的知识技能需求;

3、 明确主要培训内容;

4、 提供培训材料;

5、 了解员工对培训的态度;

6、 获取管理者的支持;

7、 估算培训成本;

8、 对受训员工进行训后评估;

培训效果的评价

1、层次 类型 目的

2 知识/技能 学员的知识与技能通过学习之后如何？通过小测验可获得

3 应用 学员能否应用所学到（包括在教学过程中的应用）

4 经营效果 从培训前后的结果差别看培训效果

**超市工作计划篇十一**

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。

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1xx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。

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。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。

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。

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。

**超市工作计划篇十二**

20xx年5月连锁超市财务工作在围绕公司春节集训所提出的“连锁超市软件全面升级、管理升级、超市全年实现销售1个亿”的目标开展工作；结合刘总在财务工作会议上部署全年重点工作精神，实现了销售、利润双丰收。现将全年工作汇报如下：

连锁超市经过二0xx年全年的快速发展，发现有些具体问题原有的业务系统软件已无法解决，如：不同门店不能制定不同的售价、同一商品不能实现不同供应商不同进价等等。根据实际现状，公司决定对超市软件进行全面升级，春节集训后迅速安排了连锁超市业务与财务以及信息部相关人员到外地进行了实地考察，对连锁超市经营模式以及超市所使用软件进行了解。在3月初对超市软件升级做了前期大量准备工作后于3月底对业务系统全面切换；切换后运行到现在基本达到了我们的预期要求；原系统无法解决的问题，现已基本解决。如：不同门店可以制定不同的售价、同一商品可以实现不同供应商不同进价等。

我们利用软件的先进功能，对进销存各个环节提高了分析能力和加大了管理手段。如：通过价格带分析确定每一个价格带在销售中所占比重，这样能确定每个门店周边消费水平，为门店组织商品价格定位提供了比较有效的参考数据。（城南新区店在今年5月份时通过价格带分析后，发现6-10元销售比重占到全月销售的27、40%，门店与业务协商后，从中天街调拨一批特价为9、80元的卷提纸一天即抢购一空。

通过大半年的正常运行，连锁超市软件升级工作已在全体连锁超市同仁的共同努力下，取得了圆满成功。

为了使连锁超市财务管理工作更加正规化、制度化、科学化；针对超市财务管理薄弱环节及部分店长微机操作能力较弱等现象，我们规范了各门店电脑操作流程，相应出台了各种管理制度，并汇编成《关于规范东方连锁超市商品流转重点环节的管理规定》的制度来进行规范；并严格按管理规定执行，特别对以下几方面加强了控管。

1、单据流程更加规范、正规化；针对连锁超市业态特殊性，为使企业利润不得流失，我们相应推出了《商品新增条码审批表》、《连锁超市团购出库单》、《连锁超市价格执行审批表》、《连锁超市堆码、端头申报表》，通过用单据流程对各个环节的监管，业务部门操作不再存在随意性，如：1）商品条码新增必须见到手续完善单后方可录入，不存在一个电话即将条码新增；2）规定所有团购商品出库必须填写团购出库单（注明本次团购的毛利、经办人及收款时间）后，收货组方可发货，否则一律不予出货，填明团购出库单的好处在于柜台团购商品都有依据可查，不可能再存在因为无法划清团购责任人而造给公司造成损失；3）所有堆码端头按地理位置排列序号填写堆码端头申报表，在申报表上注明使用时间及扣收费用等情况，通过用堆码端头申报表近一年的管理，今年堆码端头费用收取比去年增加近45万元。

2、销售环节管理。要求各门店按公司销售管理环节执行并针对连锁超市特殊性实行模糊收银法，门店做好收银员销售登记工作并按收银员上交销货款上报财务科，凡是违例者都作了相应处罚；坚持每两月对门店销货款进行盘点，检查是否存在短款、挪用销货款等现象。由于我们平时检查力度较大，至今未发现有门店挪用销货款现象。对于打折促销根据厂方所提供的要求来制定限时限量促销活动，活动结束后电脑自动生成退补单扣收。

3、及时与业务部门搞好沟通工作。每周六下午5：30参加业务部门召开的门店店长沟通会议，对于本周各门店所遇到的财务方面新问题在会议上及时解决，对于自已无法解决不了的请示领导后在下次会议上解答。在沟通会议上，指出门店管理薄弱环节并严格按公司的管理规定执行；使各门店在财务的指导下有秩的开展工作。

4、搞好盘点工作。严格加强平时对商品进货出货工作监管，要求各收货员和收银员必须按条码收货和出货，加强防损人员防损意识，做到严禁赊销，一经发现赊销严格按公司制度进行处罚；凡是团购挂帐者，在盘点前团购款未收回者，将团购欠帐挂团购经办人个人欠款等，严格保证盘点时做到帐实相符。通过对商品进货出货管理，现在门店盘点工作大有改观，刚开始每月盘点基本都是通宵并且盘点效果不明显，有时还要几天进行查询核对方可报帐且帐实还不一定相符，通过加强管理，现在当天晚上盘点当天即可上报盘点结果。坚持每月对各门店进行定时或不定时抽盘，对抽盘结果出入较大的，及时请示上级领导后对该门店进行监盘。

5、加强对经理个人往来帐务清理。原先所有外地自采商品都挂在经理个人商品采购借款，造成帐目不清、库存积压过大等现象；针对此状况今年上半年对所有从外地采购都从个人采购借款中分户，分户后对付款和商品退换货都带来了极大方便，使帐户余额一清二楚。

6、加强对超市物料包装管理；超市物料包装使用是超市一大头开销，如何管理好物料包装，就是如何节约了公司的费用，今年8月份在刘总的指导下，对超市物料包装使用微机管理，视同商品按进销存进行控制，门店领用必须有领用人签字后报财务审核，供应商领用直接记入供应商费用扣收。

7、严格按合同办事。所有超市商品经营都必须凭合同，无合同严禁上柜销售，每月付款扣收费用都严格按合同执行，严格做到不漏扣、少扣每一分钱，确保企业利润最大化。

8、加强一线员工财务知识培训。今年上半年按公司年初制定的计划，在6月30日之前对超市全体员工进行了财务知识培训和考试工作，使全体员工的财务知识水平有大幅提高。对新合作招聘的新员工进行上岗前财务知识培训，让新员工对超市财务有一定了解，使员工能更好的工作。

今年公司推出“阳光服务”工程，掀起了全员学习服务意识，做到了一条龙服务“即科室为一线服务，一线为顾客服务，全员为厂商服务”。就我们而言要服务好一线和为厂商提供好服务。

1、服务好一线员工。在平时工作中，注重细节为一线员工搞好服务。

2、服务好厂商。每月对帐付款时为厂商提供便利、快捷、准确的服务，对于在付款过程中厂商对扣收费用明细有疑问都作详细解释，确确实实为厂商做好服务工作。

20xx年将是连锁超市和新合作超市发展迅猛的一年，在新一年里我们全体财务人员将为业务部门服好务、把好家。主要从以下几个方面开展工作：

1、深层次的挖掘软件功能；虽说用新系统后，我们能够让业务运行基本正常，但还是有些方面存大不足；如进货渠道的理顺、生鲜商品及加工商品管理等等。

2、强化预警机制；强化对业务部门经营过程中进行监控，对经营过程中的不良状况（销售毛利过低，进货加价率达不到要求等）及时反映业务部门并检查落实结果。

3、加强全员效益观念，增加门店节约意识。20xx年争取将门店直观费用比同期下降15%-20%。

4、理顺新合作财务管理。新合作超市都是在乡镇遍布广，距离市内有一定的路程，如何进行远程对门店进行管理将是我们工作的重点。

5、大力加强对员工财务知识培训，定期不定期组织柜长及员工进行财务知识培训，全面提高连锁超市员工的财务水平。

6、加强对便民店优扣管理。优扣的产生就是企业利润的流失，管理好优扣就是保证了企业的利润。

**超市工作计划篇十三**

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。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05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。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn