# 商场营运工作总结与计划(汇总8篇)

来源：网络 作者：深巷幽兰 更新时间：2024-09-14

*计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。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...*

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。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。

**商场营运工作总结与计划篇一**

时间一晃而过，弹指之间，20xx年已接近尾声，过去的一年在领导和同事们的悉心关怀和指导下，通过自身的\'不懈努力，在工作上取得了一定的成果，但也存在了诸多不足。回顾过去的一年，现将工作总结如下：

1、在商场开业前夕，跟进商场开荒工作，并初步熟悉商场物业管理基本知识.努力为商场开业做前期工作.

2、配合办公室其他同事开展日常工作、后勤服务和卫生、纪律方面的检查工作，并实行每日跟进商场，办公室等卫生情况.进行考核与监督.

3、在上级领导的指导下，负责跟进商场开业后每个活动工作.令活动顺利完成.

4、与同事们共同努力完成了每个活动举办前期的布置

5、根据上级领导给予策划工作，努力完成上级领导的计划内容

二

当然我还有很多不足，处理问题的经验方面有待提高，团队协作能力也需要进一步增强，需要不断继续学习以提高自己各项能力。综合看来我觉得自己还有以下的缺点和不足：

2、对各部门的工作情况缺乏全面具体的了解，从而影响到相关工作的进行

3、对管理商场物业还不够成熟，这直接影响工作效果

4、工作细心度不够，经常在小问题上出现错漏

5、办事效率不够快，对领导的意图领会不够到位等

营运部不断健全管理职能，完善服务体系，现场管理成效斐然。为了能及时、准确有效地解决处理好营业现场的各类问题。在走动中去发现问题，在走动中去寻找问题。通过及时的现场观察，去掌握工作中存在的问题和不足，从而去制定相应的改进提高方案并能做到及时向上级部门进行信息反馈。对营业现场发生的各类违规现象和纠纷立即给予制止和纠正，避免矛盾的激化和不良后果的产生。坚持深入一线的现场走动式管理，使管理工作更具针对性和时效性。

1、针对商场新开业，新员工大批增加的情况，为保证服务质量：

3、弘扬传统，助人为乐。广大员工发扬顾客至上的精神，给顾客一个舒适的购物环境

20xx年，是全新的一年，也是自我挑战的一年，我将努力改正过去一年工作中的不足，把新一年的工作做好，为公司的发展尽一份力。在今后的工作和学习中，我会进一步严格要求自己，做好上级领导给予属下的每个工作安排，虚心向其他领导、同事学习，我相信凭着自己高度的责任心和自信心，争取在各方面取得更大的进步，一定能在20xx年做出更好的工作成绩。

我从20xx年x月加入xx商业连锁集团有限公司，成为一名公司旗下崇尚百货xx店的一名营运课长，我感到非常荣幸。深感自己是一名最终端的经营者。主要职责是，维护整个一楼现场经营秩序的有序运行。具体日常工作内容，主要有员工规范管理，商品售后服务等。

20xx年来，在各位领导的关心，同事们的支持配合和员工的通力协作下，较好地履行了自己的工作职责，并成功把某某品牌服装招商进常基本完成了领导交办的各项任务。

俗话说“隔行如隔山”。如何做好楼层主管，对我来说依然是一个全新的课题。为此，我要不断学习，充实自我，做到干一行，爱一行，专一行，一方面要读好无字之书。还要虚心向领导，同事，员工学习。学习他们的专业知识，工作方法，营销技巧。

为人处事艺术等。同时在日常生活中坚持“多看，多听，多想，多做。”通过学习与实践的有机结合，逐步提高自身理论和业务素质.

注重规范管理，提高员工整体素质.今年来，专柜的营业员调动频繁，新员工对商场纪律和经营业务不够熟悉的状况。我在平时的工作中，加强了监督与执行力度。特别是一楼中厅的羽绒服专柜，营业员多数是临时招来的，人员调动特别勤。这些新员工纪律意识淡薄，上班窜岗，吃东西，带小孩现象时有发生。我从开始的提醒，到警告，最后的罚款来提高员工的纪律意识。使部分新员工较快地进入工作角色，养成良好的职业习惯，维护了商场的良好形象。

加强现场巡视，保证经营秩序良好。楼层主管的工作就是现场，工作内容非常具体，琐碎的工作。这也就要自己有较强的责任心，保证经营现场对各种具体，琐碎的工作当场进行解决。使营业秩序良好运行，给顾客提供一个方便，舒适的购空间。

坚持公正，合理，灵活对待商品投诉事件。商品存在的问题，要做到有章可依。即要维护消费者中良好口碑，同时尽可能做到代理商的理解与支持。在这半年中，我也处理过几次投诉事件，基本上都能让顾客和代理商协商解决成功。每次解决成功一次投诉，我的心里充满成就感，自己的努力没有白费。

**商场营运工作总结与计划篇二**

在过去的一年里，商场营运部门经过全员努力，对商场的运营管理和服务水平都取得了显著提高，具体工作总结如下：

：

1.建立清洁考评制度，对商场内部进行清洁、保养、安全等方面的考核和管理。

2.加强设施维护保养，提高设施设备的使用寿命。

3.定期进行环境整治，提升商场整体舒适度和美观度。四、服务管理：

1.建立会员服务中心，提供优质的`售后服务。

2.针对客户反馈意见，及时采取措施，确保消费者获得良好的购物体验。

3.加强安全管理，保障消费者的人身财产安全。

综上所述，商场营运部门在过去的一年中取得了较好的运营成果，在未来的工作中，我们将会继续致力于提升商场品质和服务水平，为客户提供更好的购物体验。

**商场营运工作总结与计划篇三**

时间总是飞快而过，一转眼间，新的一年悄然而至。在过去的20xx年中，不论功过与否，我都应该向服务台的妹妹们表示感谢，如果没有她们的积极配合与辛勤付出，很难让服务台的工作顺利进行。同时，也借此机会感谢店长，以及各楼层经理、各部门主管的大力支持与配合，让我们服务台员工能大胆的开展工作。

说到服务台，首先服务台要为整个卖场的顾客及整个超市的员工服务。顾客大大小小的包裹至少有一多半是由服务台员工手中存取。我们已经把弯腰、踮脚习惯的当成身体锻炼；我们又是“道歉专员”。

无论是与非，顾客有什么不满意的，向我们反映、抱怨，我们都有责任和义务代表丰彩超市向顾客赔礼道歉。记不清楚有多少次，我们以身试法，喝下顾客认为过期了的.饮料，来说服顾客；其实，每次的总结是有必要的，只有静下心来去回首，才能发现自己工作上的成绩与不足，成绩是过去的，已经划上了一个句号，只有扬长避短，才能把来年的工作做得更好。

同时，我们在以下几个方面也有所失误。

第一，广播宣传较少。

由于服务台工作较忙，处理的事务较多，而我又要到收银台值班，每个班不休假两个人上班，有人休假了就只有一个人上班。往往导致播音不能正常进行，不能很好的给各项促销活动帮忙，而作为负责人的我，深切体会到这项工作与服务台工作衔接的难处。

第二，与楼层及各个部门的沟通交流较少。

因为忙而忽视了与各楼层之间的交流，有什么事都藏在肚子里，因而会出现你不了解我，我不理解你的现象。

第三，还有顾客丢失寄存牌不赔偿的，有时因为太忙就会与顾客发生争吵，以及有时顾客的背笼丢失，虽然我们给顾客做了赔偿，但顾客还是很不满意等等。

**商场营运工作总结与计划篇四**

（一）抓好营销策划工作, 求新求变。

由于\_\_零售市场形势的变化，\_\_年我们\_\_百货也在营销策划、促销活动上下了功夫，目的是抓住元旦、春节两大节日的销售，我们推出了一系列的促销活动：会员积分兑换奖品、抓奖、买赠、打折、特价、平安夜送平安果、幸运大转轮、大型文艺会演、春节送对联、送福字、送红包、元宵灯会一条街销售、情人节投许愿石羸现金卡、送玫瑰、装饰巧克力一条街等等，这些活动都为商场的聚集人气，扩大影响，促进销售，起到了一定的拉动作用。因为我们在促销策划上面没有什么经验，但经过张经理和同事们的努力，我们的促销活动还是取得了一定的效果，我们相信我们的促销活动会越来越多，越来越好的。良好的开端便是成功的一半。节日旺季过后，把工作的重点从旺季保供应转移到淡季促销售上来。坚持“有节借节，无节造节”，特别是做好“无节造节”的文章。争取厂商支持，整合各类营销资源，统一策划营销方案，统分结合地把握好营销活动推出的时间、形式、规模和力度，放大营销资源的促销功能。

（二）抓好商品的结构调整、库存管理，争取厂商的政策支持，适应市场消费需求。

由于经济形势的变化，销售市场竞争格局的变化，今年的商品的结构、库存是很难把握的，随着两节销售旺季的到来，各部门经理始终把商品结构调整、组织适销对路商品，库存管理最优化作为一项重要工作来抓落实。各部门经理主动对两节销售形势进行了分析，对商品的结构、库存进行了更加详细的分析，按照优胜劣汰的原则，抓好商品结构的调整、抓好库存管理。

1、生鲜部：部经理与各组组长开会交谈，研究要货方案，最终的要货量基本上是准确的。为了吸引更多的顾客，部经理与供货商勤沟通，基本做到了进价最低、售价低于兴隆的进销策略。另外还补充了不少新产品，例如糕点组的北京特产糕点、糯米糍；干果组的红泥花生，低价位的冰糖、葡萄干；香肠组的十元一只的沟帮子熏鸡、锦江香肠等等，都提高了销售。

2、食品部：根据今年的实际情况，调整了上货量，啤酒、中低档白酒、礼包系列按去年的75％；茅台、五粮液、剑南春等高档酒按去年的50％；食用油随进随买、调料饮料宁多毋少。两节过后，看这个比例是正确的。为丰富商品品种，提高竞争力，又新进了黄金酒、进口品客薯片、好友趣系列薯片，吊炉花生、600g南方黑芝麻糊、砂糖系列、婴儿颗粒面等等。

3、百货部：部经理与各个小组分析现有的库存情况，经营情况，准确要货，保证了节后库存商品，无大量积压、无断档现象。根据民俗，中国人在春节有更换生活日用品的习惯，百货部将日用碗的种类达到了100多个品种，筷子达到了50多种，菜板规格40多种，不锈钢、塑料盆60多种，使销售得到平稳上升。

4、针纺部：与厂家沟通，争取了一些特价商品：床上用品组的“108”元特价双人被，销售了近300条，并带动了其它商品的销售。

5、鞋部：加强与各个联销商、供应商的协调，争取更多的优惠政策和促销资源。例如童鞋组新组装了一套货柜，改变了形象，增加了销量，平均完成计划的108.1％。

6、服装部：因原材料价格上升，商品价格偏高，购买力下降，整个服装行业都显得冷清，各厂家销售都较去年直线下降，部经理与营业员每天考查市场，共同分析、探讨。童装组的天津童装成了主打商品，价格适中、适合运动。又进了一种时尚的款式，使得童装销售非常乐观，完成了计划的91.3％。

**商场营运工作总结与计划篇五**

　xxx年的脚步声逐渐远去，特乙甲全球家具广场在商场领导正确的经营思路，大力度的广告推广下，已成为威海家具行业的领航者，也是高端人士购买家具必选之地。在过去的365个日子里，通过商场全体员工团结一致、共同努力，较好地完成了全年各项工作任务，现将全年工作总结如下：

为适应商场的发展，不断探索有益于商场发展、员工进步的管理模式，xxx年商场修订并确定了《特乙甲全球家具广场员工管理制度》，《营业员管理细则》及各项工作的执行流程等，在良性的规章制度约束下，提高了员工的自律及稳定性，在执行每项工作的时候，都有更好的发挥。在组织架构上对部门进行调整和整合，明确权责范围，细化责任体系，分解落实目标。通过xxx年的实践与修正，商场人员组织架构趋于稳定。

今年商场对所有员工的生日做了细致的统计和核对，以确保每一位员工都可以准确无误地在生日当天收到商场送上的生日蛋糕，让员工在惊喜之余，面对商业竞争和工作的压力，能更多地感受到商场对自己的重视和无微不至的关怀、温暖。同时也积极组织员工参与集体活动：从xxx年员工新年联欢会、导购员形象礼仪培训、三八节日户外比赛、一折义卖捐助弱势群体、价格诚信颁奖仪式等等，让大家在活动中得到提高，商场的精神在活动得到升华，使商场团队的凝聚力和战斗力得到了进一步加强，为商场文化建设，凝聚力工程出了一份力。

xxx年商场整合资金200多万用于商场各类广告投放，《威海晚报》广告31个整版，（含商户）广电报12整版；公交车体广告，其中文登荣成5部，市区公交6部，郊区公交18部；出租车顶灯广告200辆（已于xxx年10月份到期）、烟威、青威、威石高速单立柱广告牌12面（含更换画面），其他户外围挡商场40块，商户40余块，遍布市区；在威海电视台、威海广播电台等知名媒体也多次广告宣传及报道。

xxx年商场先后策划举办了“3.15促销活动”“五一买家具送轿车”“端午节放粽一夏”“夏季全场集体裸奔”“中秋店庆国庆三节50根大奖送礼”“元旦家年华”等大型活动，引发了威海家具市场购物狂潮，感恩回馈陪伴我们一路走来的消费者朋友，让特乙甲不仅仅是一个品牌商场，更是威海人民生活中的贴心朋友。

商场的文化建设如火如荼，于xxx年4月份冠名赞助著名钢琴家鲍蕙荞师生独奏及四手联弹讲解音乐会，“五一”举行一折义卖捐助活动，并获得的7万多元收入全部捐给失学儿童和孤寡老人，同月冠名赞助财富纵横论坛，9月独家冠名赞助横渡刘公岛海湾全国游泳邀请赛等等公益性活动，让特乙甲不再是一个生硬的家具商场，而是一个有亲和力的公益大使，使特乙甲不知不觉间融入了百姓生活和工作中。

xxx年小区营销推广采用了电梯广告、灯杆道旗、电梯卡、业主物业手册和准客户短信群发等模式进行宣传，至今已有十余个小区植入不同家具品牌的广告，如：滨海龙城、望海园、华能电厂小区、丽景健康花园、望海名居、伴月湾、阳光小区、田村小区等；植入品牌30家，如：青岛一木、大立华、cbd、慕思、班奴、cav音响、艾芙迪、金富丽、曲美、红苹果、金富通、格雷威、联邦、年年红、舒达床垫、酷漫居等品牌，商户积极参与，广告效果显著。

平面形象方面，xxx年将商场vi系统全面细化升级，制定了商场常规的平面形象推广系统，如户外广告、围挡立柱、公交车体、形象易拉宝、x展架以及商场促销形象系统等，全面规范化商场的视觉识别，大大提高了消费者对特乙甲品牌的感官认识。

老商户方面，xxx年，公司绝大部分商户比较稳定。没有出现重大、恶意拖欠房租撤场商户。因经营不善撤场，后续没有新商户入住的，仅有3例：达利地毯、威创、柏汪源。

在稳固老客户资源的同时，发展挖掘了优质新客户资源。xxx年，共计调整引进商户23家。其中，调整后，现有品牌明显优于原有品牌共17家，品牌分别是：伊兰格斯、米兰、慕斯凯奇、顾家、md、施华洛、大自然、穗宝、香柏年、大立华、华丰、凯蒂&波斯猫、伯瑞莎、贵人缘、联邦、鲁木坊、阿瓦伦。调整后，品牌优势有待考察品牌有5家。分别是：珠峰、盛邦、红日、香柏年（新款）。

xxx年新进商场超过三个月的商户，大部分经营状况比较好。能够持续稳定的长期经营。

从楼层分布上看，新引进商户，一层和二层持平各九家，三层较少俩家。

因商家经营不善，需要调整的品牌，一家：汉德兄弟。

在合同履行方面，xxx年，共有85家商铺，续签商户的稳定率在72.94%。续签合同商户共62家，未续签合同商户23家。其中，合同未到期撤场的商户，共三家：伊特尼家、威创、达利地毯。其中，伊特尼家因经营不善，老板欠房租后消极经营，最终，达成协议，扣除其押金，商场装修禁止撤出，允许其撤场。威创因经营不善，老板将所有家具撤出商场后，清算所有场租费用后，撤场。达利地毯，因商家经营不善，老板违约无法联系。

租金方面：xxx年，全年租金状况总体上要好于xxx年。xxx年，截至年底，85家商户中，共有82家未出现大规模拖欠租金状况，租金稳定率为：96.4%。拖欠租金回收困难商户只有两家：a家逸彩、达利地毯。其中，a家逸彩长期拖欠租金，基本上催缴都是态度良好，就是不交租金；达利地毯，违约撤场后，无法联系负责人，导致所欠场租无法完成。

由于增加了新员工、老商户趋向稳定及部门同事辛勤工作等有利因素引导，xxx年，业务部在商户沟通、信息汇集归纳、商户意见总结等方面都有比较大的改进。由于与商户沟通比较及时有效，德尼尔森鞋柜、库玛沙发及华威家具等品牌合同到期撤场后，我商场原有商户听从业务部建议，及时入住新的产品系列和新的品牌。为商场新老商户衔接创造了良好的典范。并且，由于以上新老商户间衔接比较好，没有造成商户空档，为商场租金收入创造了比较好的利润。信息汇集归纳方面，针对不同档期的促销活动，业务部都回搜集归纳商户的意见，反馈给业务部，以便业务部制定出更为合理的促销计划。

根据商场的实际经营情况，财务部下设了五个岗位，分别是财务总监、出纳会计、主管会计、商户返款出纳、总台收款。财务总监负责企业财务的各项支出的审核和总体的财务工作；财务部根据每日商户的缴费情况，设置了“特乙甲（日销售明细）”的日报表，由两位总台收款人员逐笔进行登记，两位人员做到了登记仔细认真并且能够及时地传递日报表；每天的日报表上传到企业财务部后，由分管商户返款的出纳人员进行微机记帐，列出上个周三到下个周二15：30分以前的各商户的缴费情况，然后根据规定的合同期内该商户的缴租情况，及时地开立各商户租金物业及电费的扣款收据，及时催促商户与总台对帐的情况，于星期五的上午或者下午进行返款，在这一年的工作当中，分管商户返款的出纳人员严格认真地进行了商户的返款工作。

**商场营运工作总结与计划篇六**

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，也让我收获很多，还记得刚刚离开学校步入社会的时候，怀着无比激动与些许忐忑的心情走出我人生的第一步。这一步往往也是最重要的一步，像许多人一样，我们在职场中摸索着前进，让自己充实让自己去学习，没有任何经验的我们比别人更多了一份艰难，但是路往往是自己走出来的，凭着自己对生活的热情与对工作的向往最后成为济南凯诺新型建材有限公司的一名新员工。这一年可能是我步入社会最艰难的一年，因为不管人生阅历与工作经验，可以说我几乎是零，但是公司对我始终不放弃，而是给予更多的鼓励与支持，让我自己学会前进，刚出学校，立马出入公司与社会也有很多的不适应，这份不适应最主要的是不知道自己的工作应该从哪里着手，整天过着令人担忧的生活，但是经过公司对我的帮助慢慢学会了从哪里着手，怎么去做好电子商务，对于怎么做，如何做也有了全新的解释，下面把这一年的工作做出总结：

一：熟悉公司的企业文化，人文文化最重要的是慢慢熟悉要销售的产品，基本的业务流程，明白公司主要是做什么的?市场定位在何处?我们的市场目标应该投向哪里?针对的市场个体与群体是谁?这些都是我需要学习的，了解公司的产品价格、每一个产品型号、各个产品的大类、产品的组成成分与产品的性能，产品的优势，了解墙体保温与我们所做产品的关联性。对产品的从底到面是怎么做成的，如何施工，等等一系列的问题经过公司的培训与同事们的帮助慢慢的做到心里有数。慢慢的懂得如何更有效的去了解产品知识，通过excel对公司的产品全面做出一个梳理，产品的价格，类别，型号，企业文化，型号对应的产品，各个型号的英文描述，公司的产品的英文翻译，等做出这一系列的归档之后对产品又有了全新的认识，这样为以后去各个网站发布信息就奠定了基础，节省了时间。

二：等熟悉了产品本身的性能其实报价看似简单，其实里面学问很多，刚开始我完全不知道怎么去报价格，一下子就被客户问住了，不了解价格怎么构成，也与自己的业务不熟悉有关系，这样子总感觉与客户之间找不到话说，经过公司的技术人员指导，懂得怎么去报价，怎么去分析价格的组成，懂得关于价格的问题怎么与客户去沟通，价格怎么波动，施工费怎么算包含哪些东西，怎么根据excel做一个很正式的报价。

三：网络与市场作为电子商务，网络销售，如何去找客户，如何通过互联网打开公司的市场却是令人头疼的一件事情，现在是个信息化的时代，如何通过这个平台去寻找潜在的客户却是一门颇深的学问，要下一门苦功夫才行，运气好的话就另当别论，这个工作本来考验的就是个人的耐力与毅力问题，工作开始都是一个由浅入深的过程，首先谈谈自己如何通过网络去寻找我们的潜在市场与客户：

(2)通过搜索引擎找客户，具体的操作方法，产品的关键词语+经销商/买家。产品的名称+产品的价格。产品名称+行业里面著名买家的公司的简称或者全称。寻找行业展览网站。观察搜索引擎右侧的广告。寻找有链接到大客户的网站的网页。

(3)论坛法，去有关的商业论坛，那些里面有很多谈论关于有关类似产品的提问，去那里介绍公司，从而推销自己的公司，通过自己的博客，聊天工具去宣传自己的公司。

(4)逆向法，我们是做建材市场的，想想用我们这个产品的行业，与他们建立关系，也是迈向市场的一步，像一些保温公司，房地产公司，建筑公司，或者施工的个人，都是我们产品的适用对象，从这里着手，从而有机会寻找我们的经销商，像他们推销应该也是个不错的选择。

(5)通过信息平台，有很多工程的网站，我们可以从中获得很多项目的.信息，根据提供的信息，我们去核实项目的真实性，让业务员去跟进。

(6)建立自己的网站也是个很重要的工作，怎么合理规划自己的网站，怎么去合理布局都是我应该学习的，经过一年的努力，也获得很多的项目信息，做了些工程，像银川，山西妇幼保健院，辽宁厂房等。但是事情总有好有坏，确实这一年的有用的信息还是很多的，不知道怎么回事，后期交给技术或者业务员去跟进的同时，成交的几率是很小的，这样下去提供再好的信息也是问题，怎样突破这个障碍下面再仔细谈论。

四：工作中处理客户的条理性网上找业务，我自认为我的工作上手还比较快，有条理，我制定了图片说明的报价文档，这样子发给客户的时候比较方便，对于客户，我把联系过的客户集中归纳在excel文档，作为客户管理系统，对产品的分析，不同的报价。客户的类型与需求，客户的来历与电话，项目的情况等做出登记，因为我们是做工程的不同于别的行业，说不定这次打过电话之后很久就不联系了，也说不定突然那一天再联系，这样子也算对客户的尊重，等再打电话的时候自己知道这是哪个客户等，我想对于客户归档是件很重要的事情，就像一些代理商的档案也一样，对于代理商的协议价格等，每个代理商出货的情况，出货的价格，运费，汇款情况都要做好档案登记，做到心中有数。

五：与公司内部人员合作的重要性怎么样与工厂的员工配合与工地上的施工员配合都是件很重要的事情，从合同x备货单x生产单x出库单x物流x收货人收货，等等这些环节都要注意链接，注意出货的数量，生产出货的型号，按时按质按量把货送到收货人手里，出过多少货，每个项目用过多少货，每种产品用过多少，都应该建立档案归档，做到心中有数。对于山西那个客户就是因为彼此之间的衔接出现了问题，最后弄的大家都挺不愉快，所以过程与流程配合都是需要我们注意的。

六：产品的市场分析：

(1)市场需求分析，现在做我们这个行业这个产品的也不是一家两家了，但是对于市场还是没有饱和，从原来的瓷砖到现在的仿砖应该是市场的一个重大转变因为瓷砖劣势的出现，保温的兴起，国家节能的倡导，为我们的产品提供了较好的市场竞争机会，所以市场的力量还是很大的，怎么样去开拓这个市场，我们全体员工不管从自己的自身问题与公司的问题都应该全面着手。

**商场营运工作总结与计划篇七**

20xx年已近尾声，回首这一年，虽然在工作中磕磕碰碰，有一时的挫折、有暂时的失败、有当下的不知所措，但总的来说应该是在前进中的。怀着饱满的工作热情，与上级领导及同事深入沟通和学习，先后从事雨滴广场项目的招商以及下半年开始的联荷广场项目的招商工作。现将自己这一年工作的收获与感悟做一个全面的总结，鞭策自己，再接再厉。

从去年开始我们就一直在进行雨滴项目的招商，此项工作应该是上半年的重中之重。从刚开始的都可茶饮到后来的老板恋上鱼、鸿鲲楼三汁焖锅以及雨滴最后租出去的一个铺位谷香九号，能通过自己的努力将这些品牌引进到雨滴，心理还是挺开心的，虽然这些品牌都不算是目前市场上炙手可热的知名品牌，但是在丰富雨滴餐饮品类上还是略有帮助的。

从目前来看，老板恋上鱼的经营效益是几个品牌中最好的，铺位面积不到200㎡，三个月的营业收入在50万左右，此项数据中还不含其外部营销，如：团购的营销收入。虽然刚开始时我自己都不是很看好这个品牌，因为其铺位本身所在位置就不是很好，位于角落中，仅有一个小门头；紧邻时尚餐饮品牌九月天，但自身品牌却缺乏亮丽的装修；员工的服务意识还有待提高；在三楼一众品牌中其知名度最低，等等。但是目前看来，老板恋上鱼的市场接受度远超过我们的预期。我个人分析后认为：其主打菜品在口味上较为独特，在雨滴众多餐饮品牌中比较特殊，能在消费者心中留下较深印象；菜品的分量及价格也很占优势；由于座位数较少，饭点时常常造成一位难求的现象，勾起食客兴趣。但如果从装修、服务、运营等角度看，该品牌目前还达不到雨滴的要求。

其次是轻餐饮品牌都可。虽然铺位很小，仅占16平米，但是从开业至今也有22万左右的收入。同样，该数据中不含团购等外部营销的收入。但是对方山东区域代理人曾表示目前的营销成绩尚不尽如人意，相较其他分店的业绩，雨滴店还有提升的空间。尤其是在办公室外送这一块，业绩还有待提高。

已开业的品牌中业绩一般的就属鸿鲲楼了，这个当时我最看好的品牌结果让我失望了。与其加盟商最开始接触时觉得她是个很有想法的经营者，也有相应的管理经验。在装修时发现的问题与她沟通，她也愿意听取我们的建议，做出相应的改进。某种程度上我认为鸿鲲楼比老板恋上鱼更上档次。但是与老板恋上鱼同期开业，至今其营业收入只有老板恋上鱼的一半多。让我有点失望。我也同样分析了下原因。首先，餐饮品牌味道是首选，此家鸿鲲楼的菜品口味没有遗传到总店的精髓，较为一般，并没有出彩之处，顾客吃过一次之后很难有吃第二次的冲动。虽然其标榜焖锅为健康餐饮，但是没有好的味道再健康也没有多少回头客；其次菜量及价格是其软肋。相同的价格在别家可以吃的很好，吃的很饱，所以选择鸿鲲楼的可能性就相应的减少了。与对方沟通过此问题，她却坚持餐饮要做出文化内涵，要将焖锅的饮食文化做出小资情调，要区别于普通鲁菜的分量。其实我很赞同在餐饮品牌中注入某些文化因素，这样对于自身品牌的推广也是有好处的。但是对方的执着却与市场实际走向相逆，实则为丢西瓜捡芝麻之举。也许对方再过一段时间就发现她的坚持有所偏差。如果还是执迷不悟，那么可能我们就需要重新筛选品牌了。毕竟雨滴的整体品牌效益更为重要。

目前仅剩下谷香九号尚未开业。说实话我挺忐忑的，毕竟对方济南的首家店铺也尚未正式营业，仅能从对方的简介中了解北京几家分店的运营状况。有些餐饮品牌在异地连锁时可能会或多或少因为某些因素遇到水土不服的状况，希望谷香能尽量避免这种情况的发生，即使遇到水土不服的状况，我们也要及时予以提醒、帮助、扶持。

通过了解雨滴各品牌目前的经营状况，我也略微总结了一下。品牌的核心是产品，只有产品优秀，顾客才会对这个品牌保持长期的消费意愿，才会不断来消费。雨滴有些经营不佳的餐饮品牌，其产品质量呈日益下降的趋势，与消费者的口味、饮食习惯也存在很大的距离，消费者的新鲜感过后，难以引起再次消费的意愿，顾客就会逐渐减少。同时有些餐饮品牌分为直营和加盟两种形式。如果以加盟的形式参与，总公司就只收取加盟费，对前期的开业进行培训后就撒手不管，加盟者抱着想当然的态度想怎么做就怎么做，那么难免会出现维护品牌意识淡漠或者说对品牌的忠诚度不够、管理不到位、经营理念走样等现象，产品质量难以保证。餐饮品牌要扎根市场，一定要树立坚持的信念。遇到困难，要学会变通，在保持原有特色基础上，实行错位竞争，做足特色，要根据市场变化及服务对象的消费习惯、口味、喜好等特点，设计一些新的饮食品种，不断推陈出新，才能良性发展。

下半年开始逐步接手联荷项目的招商工作。前期通过数次市调，我们了解了北京、上海、沈阳等数个知名购物中心的招商状况，不仅开阔了自身的招商眼界，增加了品牌认知度、熟识度，同时就部分购物中心的业态组合、品牌落位、布局规划、推广活动等做了详细的分析，拟出了图文并茂的市调报告供联荷广场参考。根据联荷广场自身的定位及特殊性，与招商部的同事经过数次分析讨论，做出来联荷广场初步的品牌落位图。根据品牌布局图，我们联系相应品牌的开发负责人至项目现场，并做相应的推荐。同时，与李莎一起合作出联荷广场的项目推荐ppt。区别于推广部的招商手册，项目推荐ppt更有针对性，所出具的数据更加详细，介绍的内容更有侧重点，能让推荐品牌更多地了解联荷广场的自身及周边的状况，更迅速地看到本品牌的契合点。

目前主要进行中的是服饰、餐饮、娱乐品牌的甄选及洽谈。服饰类接洽的品牌包括：百丽旗下的耐克、阿迪、新百伦、李维斯、百丽、天美意、tata等；绫志公司旗下only、veromoda、jackjones、selected等；依恋及其副牌；拉夏贝尔及其副牌、hoperise、太平鸟、自然元素、淑女屋、motiv、集迦、honeys、gxg、zara及其副牌等；餐饮类接洽的品牌包括：必胜客、小肥羊、大食代美食广场、dozo料理、本家料理、闫府私房菜、玲珑泰等；娱乐品牌包括：好乐星ktv、好乐迪ktv、香港帝一麦、幸福时光、汤姆熊等；以及其他品牌包括：竹叶青、毫厘眼镜等。因为处于年底，不少品牌今年都已暂停开发拓展计划，很多品牌的正式敲定可能需要到年后了，年前我们就需要做好铺垫，以便来年能更好地开展工作。

更新有关的租户信息表格；做好周例会前的总结计划报表；制作已确定签订品牌的各类合同，并跟进保证金的到位；协助物业部做好铺位交付、进场装修、消防报验等事宜；协助推广部做好前期的推广工作；协助商管部收纳当季度的租金；等等。

目前在招商工作方面，虽然能独立去洽谈一些较为知名的品牌，做到详细的推荐，良好的沟通，但是在整体进程的把握上还是略欠火候。什么时候该放，什么时候该收我还是拿捏不准，需要领导的及时提醒。租金的洽谈还是需要请示领导，自己心里并没有确切的定位，不知道某些品牌谈这个价格是否合适。简言之就是自己对于项目的把握度欠佳。仅仅有洽谈技巧还是处于招商的初级阶段，接下来的成长还有的努力！同时一些办公技巧也略有欠缺，比如：无法熟练地用cad软件改图，每次需要更改铺位信息时都需要麻烦推广部的同事；ppt技巧也欠缺，即使有想法，没有好的ppt展示也不可，所以在制作联荷项目推荐ppt时需要李莎的帮助才完成。这些都是需要自己慢慢积累、熟练运用才可以。

雨滴招商的后期有过一段迷惘期，除了对于引进的品牌没有好好思考，盲目引进外，工作的态度有时还不够积极主动，只是在完成分内的工作，并没有做到主动去思考，去挖掘探索，浮于表面的应付行为较多。就像领导之前说的，如果继续这般工作的话，那也许10年之后我将仍旧是个招商代表，而不能提升自己。因此做事之前要仔细想想，多预想一些可能出现的情况及应对策略，事后也思考一下这事做的对不对，完善不完善，还有没有什么地方没有考虑周全，下次再出现这种情况我应该怎么做。总之，不会思考就没有进步，没有进步就等于退步。

**商场营运工作总结与计划篇八**

20xx年春节后，我依旧负责xx市场大厦的各项经营工作，在与xx的配合下经历了节后淡季各商户的经营困境租金难收、托管员工因季节性原因大量减员等很具挑战性的问题，通过这些问题的解决，使自己对我市的服装零售行情、市场大气候的了解、及员工人事的管理有了迅速的提高。通过与各商户的调解工作的接触，协调能力得到了进一步的锻炼。为了适应不断变化的情况，配合公司的整体规划对xx市场进行了一定的布局调整。

x月份xx市场超市开始构想到x月份开业，自己全身心的投入到了筹建工作中，人员招聘、业务培训、货架安装、商品上架到日常经营维护，在老总的关心下，公司各方的支持下，在x总与x店的指导下，xx市场超市得以平稳的发展与过渡，自己对超市最新的业务知识又得了系统的强化。

负责市场期间，尽力维护了各项经营活动的正常运转，没有发生意外的突发事件。但市场的整体潜力没能全部发挥发来产生效益是事实，虽然市场的发展有各方面的客观环境不成熟的制约，但市场的潜力没能全部发挥自己有很大的责任。这也显出了自身能力的局限，这是在xx市场工作得到的最深刻认识。同时，市场各种困难压力的经历，使自己的心理素质得到极大的提高，面对再大的困难与压力，我都不会退缩逃避，能够从容冷静的去面对解决，这是我在xx市场工作得到的收获。

x月份因工作的需要，我被调到xx超市任店面经理兼非食品经理。在工作中加强商品管理与人员现场管理，实现业绩的提升是贯穿各项工作的中心。

虽然自开业就加入了xx超市这个大家庭，对xx超市的人员也很熟悉，但到了具体工作上必竟还是有差别的。为了尽快进入角色负起职责，一方面加强了专业知识的学习，积极看书报文章，虚心向xx请教。一方面加强沟通了解实际情况，向食品、接货、收银等各相关部门负责人沟通，与非食品组长深入交流。在短时间内与相关主管建立了溶洽的工作关系，负起了店面值班经理的职责。与柜组长一起对非食品的人员进行了整顿培训，对商品的规划与陈列作了调整，经过非食品员工的共同的努力，我们的销售有了明显的增长。

在xx升任非食品采购后，我兼起了非食品的组长，潜下心来，从头干起，卫生、陈列、库房、接货从每一个细节开始严格的要求，使非食品的卖场氛围有了改观。与员工有了更多的接触，在严格要求的基础之上，给员工更多的思想沟通与业务培训，使员工的精神面貌有了改观，工作的积极性自主性得到了发挥。在公司各部门的关心支持下，全组员工齐心努力，非食品的进步得到了公司的认可。

店面值班经理负责协调各部门工作，维护全卖场的正常营运，应对突发事件的处理，在这个岗位上，自己立足全面把控全局，在工作的同时充分利用这一平台全面提升自身的组织协调与业务水平，在收银、客服、接货、防损、消防等各个环节深入了解，发现问题，消减漏洞，作一名称职的员工。

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