

# 2023年店长计划书(大全5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 店长计划书篇一

- 1、认真贯彻美容院的经营方针，同时将美容院的经营策略正确并及时的传达给每个员工，起好承上启下的桥梁作用。
- 2、做好员工的思想工作，团结好店内员工，充分调动和发挥员工的积极性，了解每一位员工的优点所在，并发挥其特长，做到量才适用。增强美容院的凝聚力，使之成为一个团结的集体。
- 3、通过各种渠道了解同业信息，了解顾客的购物心理，做到知己知彼，心中有数，有的放矢，使我们的工作更具针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。
- 4、以身作则，做员工的表帅。不断的向员工灌输美容院文化，教育员工有全局意识，做事情要从美容院整体利益出发。
- 5、靠周到而细致的服务去吸引顾客。发挥所有员工的主动性和创作性，使员工从被动的“让我干”到积极的“我要干”。为了给顾客创造一个良好的购物环境，为美容院创作更多的销售业绩，带领员工在以下几方面做好本职工作。首先，做好每天的清洁工作，为顾客营造一个舒心的购物环境；其次，积极主动的为顾客服务，尽可能的满足消费者需求；要不断强化服务意识，并以发自内心的微笑和礼貌的文明用语，使顾客满意的离开本店。

6、处理好部门间的合作、上下级之间的工作协作，少一些牢骚，多一些热情，客观的去看待工作中的问题，并以积极的态度去解决。

## 店长计划书篇二

1、三月份工作重点以建立二手房经纪人网络和推广使用房牛加软件为主。

2、建立二手房经历网络分为线上和线下两个层面：(1)线上以建立二手房经纪人虚拟群落为主；(2)线下对象分为中介公司经理、店长等大客户和零散经纪人，主要工作内容是为其提供驻点服务和商谈如何推广房牛加软件。

3、线上部分由二手房部门全体人员共同维护。线下大客户方面主要有青总负责，吴思和书婷负责零散经纪人的联络和回访工作。二、工作进度安排1□x月23日房产下午茶活动。地点暂定大学东街茶楼，邀请经纪公司和中介老总。活动以聊天沟通，联络感情为中心。

### 1、1活动安排

(1)布置会场，张贴海报，发放二手房和房牛加软件宣传手册，安置宣传易拉宝。

(与会人员礼品发放还在商讨中。

) (2)活动开始播放宣传广告片，之后讲解人ppt展示，讲解、宣传房牛加软件，并进一步宣传乐居二手房的部分工作内容和能够提供的服务。(3)活动内容以聊天，沟通感情为主，引导与会人认识接受房牛加软件和了解我们所提供的服务。

活动期间书婷负责活动记录和登记与会人联系方式。

## 1.2活动目的

(1)宣传推广中介老板接受房牛加软件，并且鼓励其员工安装、注册房牛加。

(2)了解呼和浩特市大的房产中介下半年工作计划和动向。

(3)沟通感情为主线。

2[x月29日房牛加产品发布会。地点暂定伊泰华府。前期工作首要熟悉掌握产品，准备发布会材料和邀请函，发放邀请函。

## 3、继续推广房牛加软件。

(1)x月17-21日之间二手房全部门和小蜜蜂一起继续扫店，之前的扫店工作效果明显但是仍有不足，这次扫店扩大范围，补充上一次活动产品介绍不足问题，另作为使用回访。活动中单独记录使用者联系方式，以便建立线上虚拟社群。

(2)预计为店长准备一些房牛加宣传手册、宣传单或者易拉宝，借助店长工作时间帮助宣传。

4、建立线上虚拟社群。目前以建立和维护经纪人q群为主。目前该工作由书婷负责，作为我们的长期工作。

5、人事和团建工作。二手房刚刚成立，本月所有人员首要了解公司业务范围、产品销售、各职能部门。青总要求每一个二手房工作人员要密切关注楼盘部门和新闻部门动态，每天养成习惯接受房产信息。二手房部门建立早会+晚报备的工作制度。

## 6、店商活动。

6.1目前本部门有三个店商需要维护，海亮广场、阳光小镇和

金隅丽港城。员工抽时间去驻场，了解店商工作内容和提供服务。主要帮助其签合同和刷pos机。

6.2房牛加宣传材料做好之后，下店携带宣传材料和易拉宝。同时兼顾房牛加宣传工作。三、活动执行要点1、本月工作任务繁重，员工均为新入职，要积极、快速了解房地产业和二手房市场，要熟悉房牛加产品和二手房部门工作核心。

2、加大力度推广房牛加软件。从身边朋友到工作对象，要求认真、耐心的介绍房牛加，鼓励更多人群\*、注册。

并兼顾问题回访工作，及时将问题回馈给总部。

3、积极建立房产经纪人网络，与其建立长久、稳固的工作关系，互惠互利。了解房产经纪人需求，并尽全力为其提供帮助。四、工作预期和结点1、3月17日-21日抽取三个下午时间进行扫店工作。目前房牛加\*人数513人，截至3月底突破1000大关。

2□q群截至3月底群人数突破200人。活跃因子突破20人。

3、3月23日下午茶4、3月29日发布会5、3月17日-21日早会人事梳理考核和房产信息考核。五、总结1、二手房部门成立不久，目前面临许多问题。急缺人手;刚入职员工对房地产行业了解不够深入;本部门与楼盘、新闻、媒体各部门的互动不足等。3月将会继续充实本部门人员和工作内容，争取月底建立完整的工作制度和工作内容安排。

2、经过之前的电话回访和于客户沟通，发现目前房牛加软件存在几个硬伤，导致软件使用率不高。

(1)软件定位不准确，大约80%以上用户表示推送房源多数是外地房源。

(2) 推送房源信息不准确，多数无购房意向或者是过期信息。

(3) 软件注册不上的情况时有发生，约有2%的用户\*之后无法注册，青总这边系统存在问题，无法通过注册。

上述问题导致房牛加卸载率高，使用率低。大部分已经\*的经纪人并不使用该软件，有些已经卸载。通过回访和线上了解，大部分用户表示房牛加不好用，因为用户信息不准使用起来十分“抓狂”。

针对该问题，目前提供的解决方案是进一步进行沟通和讲解，引导使用者对软件不能代替脑力劳动有一个正确的认识。

并不断鼓励使用者建立信心，理解房牛加运行初期存在的短期问题，树立信心长期坚持使用房牛加会越来越越好。

## 店长计划书篇三

并细化分配落实到人头。

2 合理分配小组成员，并将业绩目标进行分解。

进行评估。

4 制定月、周、日的工作计划，每月要最少要找员工3次上谈心

5 每周要针对业绩倒数的员工进行座谈，帮助分析问题；针对业

绩突出的员工要适当的进行鼓励，同时提醒戒骄戒躁

6 除公司的激励政策以外，开展店内业务竞赛，制定本店的激励

措施。

7对不称职的业务人员，经融谈后在相应时间无效果，其退公司

行政部处理。

8 对店内的卫生、店长着时进行检查和监督。

9带领团队完成公司每月下达业绩指标；

10制定和完成本店培训计划，帮助员工成长；

11检查本店成员的工作计划与完成情况，处理好员工在工作中遇

到的实际存在的问题。

12熟悉团队每笔业务的具体情况；对每天的业务进程进行统计，分

析与跟踪。

13制定和完成团队房源及客户开发计划；房源客源店内配对共

享。

易节奏

16建立房客源档案、成交客户档案，

17 进行竞争对手的市场调查，想出对应措施。

18 处理业务中一般性具体问题：业务咨询、电话沟通、谈判

组

织、价格协调、物业交接、售后服务等

## 店长计划书篇四

[一]、职责与职权：

- 1、协助经理制定服务标准和工作程序，并确保这些服务程序和标准的'实施，
- 2、根据客情，负责本部门员工的工作安排和调配，作好交工作，编排员工班次和休息日，负责对员工的考勤工作。
- 3、在营业期间，负责对整个餐厅的督导、巡查以及对客沟通工作。
- 4、负责实施前厅员工的业务培训计划，负责下属员工的考核和评估工作。
- 5、妥善处理对客服务中发生的各类问题和客人的投诉，主动征求客人意见，及时向经理反馈相关信息。
- 6、检查结账过程，指导员工正确为客人结账。
- 7、督导服务员正确使用前厅的各项设施设备和用品，做好清洁卫生保养工作，及时报送设备维修单，控制餐具损耗，并及时补充所缺物品。
- 8、督导员工遵守饭店各项规章制度及安全条例，确保就餐环境清洁、美观舒适。
- 9、完成经理交办的其他工作。

## [二]、任职条件：

- 1、热爱服务工作，工作踏实、认真，有较强的事业心和责任感。
- 2、熟悉餐厅管理和服务方面的知识，具有熟练的服务技能。
- 3、有较高的外语会话能力和处理餐厅突发事件的应变能力及对客沟通能力。
- 4、熟悉宴会、酒会、自助餐的服务程序，能够协助经理进行各种形式的宴会、酒会、冷餐会、茶话会、展览会等等的设计布置及安排。
- 6、组织能力较强，能带领部属一起做好接待服务工作，为客人提供满意加惊喜的服务。
- 7、旅游大专毕业或具有同等学历，有从事餐饮服务三年以上（西餐服务两年以上）的工作经验。
- 8、身体健康，精力充沛，仪表端庄、气质大方。

## [三]、工作内容：

- 1、注意登记好部属的出勤情况，检查员工的仪容仪表是否符合要求，对不合格的督促其改正。
- 2、餐前的准备工作：
  - （1）、了解当天各宾客的订餐情况，了解宾客的生活习惯和要求。
  - （2）、根据当天的工作任务和要求分配部属的工作。
  - （3）、开餐前集合全体部属，交代当天的订餐情况，客人要

求及特别注意事项。

(4)、检查工作人员的餐前准备工作是否完整；调味品、配料是否备齐；餐厅布局是否整齐划一，门窗灯光是否光洁明亮，餐台布置是否整齐美观；对不符合要求的要尽快做好。

### 3、开餐期间的工作：

(1)、客人进餐期间，领班要站在一定的位置，细心观察，指挥值台员为客人服务。

(2)、对重要的宴会和客人，领班要亲自接待和服务。

(3)、对客人之间，客人与值台员之间发生的矛盾要注意调解，妥善处理，但不准介入客人之间的矛盾与争吵，自己处理不了的要及时报告经理处理。

(4)、客人就餐完毕需要督促值台员将帐单汇总交给客人结帐，防止漏单。

(5)、开餐过程中，注意对部属进行考核，对服务好的或者差的，效率高或低等均要记录，在餐后进行奖励或批评。

### 4、收市后的工作：

(1)、收餐具：收餐后，督促值台员按收市工作程序及标准迅速收拾台面餐具，集中到备餐间送洗碗间清洁消毒。

(2)、布台：收好餐具，换上干净的台布，按摆台规格摆台，恢复餐厅完好状态。

(3)、清洁餐厅：做好上述工作后，搞好餐厅卫生，保持餐厅的洁净美观。

(4)、部属做完上述工作后，要进行全面检查，检查合格后

通知员工下班。

(5)、将当天的工作情况及客人反映、开餐中出现的问题，重要宴会和客人进餐情况，客人投诉等等做好记录并向经理报告当天工作。

#### [四]、权力

- 1、有调配所属员工工作的权力。
- 2、对所辖范围员工，有奖惩、晋升或调换工作岗位的建议权。

## 店长计划书篇五

2、市场部组织架构

3、市场部工作计划

4、市场部××年销售计划

实行精兵简政、优化销售组织架构

实行严格培训、提升团队作战能力

科学市场调研、督促协助市场销售

协调职能部门、树立良好企业文化

把握市场机会、制定实施销售推广

信息收集反馈、及时修正销售方案

一、市场部职能：

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能

在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

### 1、市场部作用：

直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。

督促销售部对销售计划进行事实。

全面协调各部门工作职能。

是企业的灵魂。

### 2、市场部工作标准：

准确性

及时性

协调性

规划力

计划性

执行力

### 3、市场部工作职能：

制定年度、季度销售计划、协助销售部执行。

协调各部门特别是研发生产部的协调工作。

组织销售部进行系列培训。

监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控

制定、督促、实施必要的销售推广。

专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。

销售客户档案统计、归纳、整理。

全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门

## 二、市场部工作计划

### 1、制定××年销售计划：

科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况，扬长避短、寻求机会、制定20xx年市场部和销售部工作任务和工作计划。

### 2、实行精兵简政、优化销售组织架构：

认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

### 3、严格实行培训、提升团队作战能力：

集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训

销知识系统培训

业执行标准培训

“从优秀到左卓越”——企业人在企业自律守则培训

售人员职业道德培训

售人员必备素质培训

用技术及公司产品培训（应用中心或工程师培训）

4、科学市场调研、督促协助市场销售：

5、协调部门职能、树立良好企业文化：

行政人事部：

行政人事部门的功能和职责就是直接对总经理负责、协调各部门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部人员工作情况，在市场部的建议和科学的数字、事件、和市场情况下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力，致力于销售的提高和市场的发展。

研发部生产部：

研发生产部门的职责是以市场需求为导向，通过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso—20xx质量体系，向市场推出竞争力产品。因此，市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好的产品来赢得市场和客户。

销售部：

销售部是企业的先锋部队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业“灵魂”的作用。

财务部：

直接对总经理负责，如果说市场部是“灵魂”、销售部是“先锋”、是“轰炸机”，那财务部则是企业的“大闸”、是企业运作、健康发展的“动脉”，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把握企业的赢利，及时的为总经理提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部，在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

市场留守、物流部：

直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产步，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部，更应该建议、指导、督促、协助他们的工作。

6、把握市场机会、制定实施销售推广：

7、信息收集反馈、及时修正销售方案