

2023年零售业务优势 零售业务讲座心得体会(模板8篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

零售业务优势篇一

零售业务作为商业领域的重要组成部分，扮演着连接生产者与消费者的桥梁角色。为了提升自己在零售业务领域的专业素养，我参加了一场零售业务讲座，并在其中学到了许多有益的知识 and 经验。在这篇文章中，我将分享这次讲座给我带来的深刻感悟和启发。

第二段：详述讲座内容

讲座中，主讲人首先从零售业务的定义和历史角度入手，向我们介绍了零售业务的基本概念及其发展历程。他强调了随着科技的进步和消费者需求的变化，零售业务的变革与创新将成为未来发展的关键。随后，他深入探讨了零售业务环境中的市场竞争和消费者行为特点，并提供了一些应对策略和案例。他还为我们介绍了现代零售业务中的新兴领域，如电子商务和社交媒体营销，为我们的未来就业和发展方向提供了重要的参考。

第三段：个人收获与启发

参加这场讲座给我带来了许多个人收获与启发。首先，我深刻认识到零售业务不仅仅是简单的商品销售，而是需要理解消费者需求、精准定位市场、创造独特的购物体验等诸多方面的综合能力。其次，讲座中强调的“客户至上”理念让我深感其重要性。现代消费者对品质、服务和个性化的需求越

来越高，因此提升顾客满意度和忠诚度成为零售业务中不可或缺的关键点。最后，讲座中提到的新兴领域，如电子商务和社交媒体营销，让我意识到未来的零售业务需要更加灵活和创新，与时俱进地应对不断变化的市场环境。

第四段：与现实生活的联系

在课堂学习与现实生活之间建立联系对于更好地理解和应用所学知识至关重要。通过这次讲座，我深刻认识到零售业务无处不在。无论是在超市购物、线上购物还是社交媒体推广，我们每个人都是零售业务的参与者和消费者。了解零售业务背后的策略和原则，我们能更好地把握消费者心理，做出明智的消费选择。同时，对于未来从事零售业务工作的我来说，这些经验和知识也将为我提供宝贵的指导和帮助。

第五段：总结

通过这次零售业务讲座，我对零售业务有了更深刻的了解。我意识到零售业务的变革与创新是不可避免的，只有不断学习和跟上时代的步伐，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。我会进一步学习和实践，在业务中运用这些宝贵的理念和方法。我相信，通过不断努力和探索，在这个充满机遇和挑战的领域中取得成功是完全可能的。

零售业务优势篇二

近期，我参加了一次关于零售业务的讲座，通过听取专业人士的分享和交流，我收获了许多宝贵的经验和知识。在这次讲座中，演讲者详细介绍了零售业务的运作方式、市场趋势以及成功的关键要素。以下是我对这次讲座的心得体会。

首先，讲座中强调了顾客体验的重要性。企业需要关注提升顾客在店铺内的感受和满意度。这可以通过提供优质的客户服务、提供舒适的购物环境以及及时满足顾客需求来实现。

通过积极回应顾客反馈并采取改进措施，零售商不仅能够提高顾客忠诚度，还能吸引更多新的潜在顾客。这一点在我个人的购物经验中得到了验证，如果一家店铺的服务糟糕，我通常会选择去别的地方购物。

其次，讲座中还提到了数字化和技术的应用在零售业务中的重要性。随着科技的快速发展，顾客的购物行为也发生了改变。互联网购物的普及、移动支付的兴起以及智能设备的普及都改变了消费者的购物方式。企业需要积极应对这些变化，通过建立用户友好的在线购物平台，提供多渠道的购物体验，以及利用大数据分析顾客的购买习惯来提供个性化的推荐，从而吸引潜在的顾客并提升销售额。

另外，讲座中提到了零售业务中的销售策略。演讲者指出，制定一个合适的销售策略对于企业来说至关重要。不同的产品和市场会有不同的销售策略。有些产品可能需要先建立品牌认知度，然后再转化为销售机会，而其他产品可能需要采用积极的促销手段才能促使销售增长。了解顾客的需求和行为是制定有效销售策略的关键。我在讲座之后，更加意识到销售策略的重要性，并意识到自己在购物时是如何被不同的销售策略影响的。

此外，讲座中还提到了品牌形象的重要性。在一个竞争激烈的市场中，建立一个独特且有吸引力的品牌形象对于企业的长期发展至关重要。一个好的品牌形象可以帮助企业赢得顾客的信任和忠诚度，并与竞争对手区别开来。通过明确品牌的核心价值观、关注顾客体验并提供高质量的产品和服务，企业可以逐渐树立起自己的品牌形象。讲座中提到的这一点让我想起了一些我熟悉的成功品牌，他们在市场中的独特性和品牌忠诚度的培养都是值得学习的。

最后，在整个讲座中都强调了零售业务中的创新。随着市场竞争的加剧，企业需要不断推陈出新，寻找新的商机和战略。创新可以体现在产品创新、营销创新、渠道创新等方面。只

有不断创新，企业才能在中占据优势并取得成功。这次讲座对于我来说是一个启发，我要更加积极地思考和灵活运用创新策略，不断适应市场需求的变化。

总之，这次零售业务讲座给我带来了许多启示和思考。我深刻理解到顾客体验、数字化和技术应用、销售策略、品牌形象和创新在零售业务中的重要性。我相信，只有深入了解和应用这些理念，才能在激烈的市场竞争中取得成功。

零售业务优势篇三

第一段：引言（150字）

最近，我有幸参加了一场关于零售业务的讲座。这次讲座不仅提供了我对于零售业务的全面了解，也让我深刻体会到了零售行业面临的挑战和机遇。在这篇文章中，我将分享我对这次讲座的体会和理解。

第二段：挑战与机遇（250字）

在讲座中，演讲者首先强调了零售业务所面临的挑战。随着电子商务的兴起，线下零售店面的竞争变得日益激烈。许多线下店面由于无法适应这种变化而关闭，这给整个行业带来了巨大的冲击。然而，讲座也强调了电子商务为零售行业带来的机遇。如今，越来越多的消费者更加注重线上线下的结合，他们希望能够同时享受到线上购物的便利和线下购物的实体体验。因此，零售企业应该努力提供一种无缝衔接的购物体验，以满足消费者的需求。

第三段：消费者需求的变化（250字）

了解消费者需求的变化是成功运营零售业务的关键。讲座中，演讲者提到了如今消费者对产品品质和个性化的要求日益增高。传统的零售商需要根据消费者需求进行调整，更加注重

产品品质和体验。另外，移动互联网的普及也使得消费者更加注重购物的便利性。由此可见，零售企业要想取得成功，就必须与时俱进，不断适应消费者需求的变化，提供更好的产品和服务。

第四段：创新与差异化竞争（300字）

讲座中，演讲者还提到了创新和差异化竞争的重要性。随着市场竞争的日益激烈，零售业务需要不断寻找新的创新点，与众不同。这可以体现在产品的研发设计上，也可以体现在营销策略的制定上。除此之外，演讲者还分享了一些成功案例，这些企业通过与其他行业的合作，为消费者提供更多样化的产品和服务。讲座中所提到的这些创新和差异化竞争的案例让我深受启发，我相信只有通过创新，零售企业才能在激烈的竞争中脱颖而出。

第五段：结语（250字）

参加这场零售业务讲座，让我对于零售行业有了更深入的了解。我认识到了零售业务面临的挑战和机遇，也了解到了消费者需求的变化和创新对于成功的重要性。作为一名学生，我会将这些理念应用到将来的学习和工作中，不断学习和成长。我相信只有与时俱进，不断适应变化，才能在零售行业中取得成功。我将利用所学到的知识和经验，努力不断进步，成为一名具有创新精神的优秀零售企业的从业者。

零售业务优势篇四

一、新店的具体位置及周围地理位置表述 具体位置：财富春天甜心食品店旁边 新店名称：糖果小站[candy bar]

地理特征：营口市市府路位于市中心中部。

由下图可以看出，渤海大街北边路口接入市府路，是营口市

中心最主要的交通干道，距离市中心的核心商圈一公里，步行十分钟即可到达。

在市府路中，由南到北依次分布有中国银行，财富中心大酒店，财富中心写字楼，阿玛尼，财富春天购物中心，伊人风采，财富广场，芳源茗茶，甜心食品。

地图上未显示的还有在财富春天南边的好利来蛋糕店，以及多家服装店。

市府路道路东侧除了有新玛特超市外，还依次分布多家规模不大的餐厅以及服装店。

图2

二、新店开业后预计能辐射的商圈范围

主要商圈：方圆2公里，拥有新玛特购物中心、财富春天购物中心、乐都汇、兴隆百货等丰富的商业资源，未来还会有营口万达广场加入。同时覆盖多个学区，社区，有一定的人口基础。主要有，青年小学、韶山小学、青年社区、惠安社区、南园小区、中天丽景等生活社区。

次要商圈：方圆5公里，覆盖了营口市内所有主要街道，红旗小学、营口市高级中学、营口大学等学校、八一小区、富琳城市花园、丰华丽城、创新社区、红运家园等小区。

边际商圈：方圆10公里，覆盖了东升商圈，营口大学园，西市区。

三、新店交通条件评估及物业特征

（一）交通条件

街道：渤海大街（营口人惯称三线），是营口市主要干道，

也是最宽街道，拥有双向八车道。

市府路，是营口市纵向干道，是较为繁华的一条道路。

公交站点：

（营口市内，城区公交线路一共有有25条，8条线路经过此处）

停车场：财富中心大酒店，大商新玛特停车场，乐都汇地下停车场，市府路沿街停车场。

（二）物业特征

新店选址位于财富商圈，并且以门市的形式开店经营，初步决定将门店选在财富中心购物街，毗邻甜心面包店。因为其地段较好，房租成本较高，根据调查分析，我们的新店大约要15平方米，每月租金大约在4500元左右。商业用电每度电1元左右。

财富中心购物街，隶属于沈阳英特纳房屋开发有限公司旗下的营口财富中心，是由金筑国际地产置业有限公司投资6.7亿元人民币兴建而成。同时隶属营口财富中心的有财富中心大酒店、财富唐酒店、财富写字楼、财富春天购物中心四个商业项目。所以营口财富中心具有一定的固定性，耐久性和多样性的物业特征。所以新店的选址在物业上具有一定的可靠性。

四、新店商圈内商业环境评估和竞争店分析

（一）竞争店分析

目前营口市内还没有比较正式的糖果专营店，最具代表性的是优之良品营口分店和各大超市的糖果专卖柜等类似糖果屋的地方。

优之良品是大型零食批发及零售连锁店。

1、优之良品营口分店位于站前区中亚商场对过，隶属东升商圈，与我们所开设的新店分属不同商圈，对消费群体的竞争相对较弱。

2、优之良品主要售卖小食、糖果、凉果等。他们的特色商品为玫瑰纤体梅、芒果干、肉松蛋卷等零食，在糖果方面的特色商品不多。但是我们新店是糖果的专营店，糖果的种类更全，特色也相对更显著。

3、优之良品的企业宗旨是提供最优质之产品和售前、售后服务，令每位顾客感受到“优之良品”的物超所值。此外，优之良品具有一定的品牌知名度，良好的服务对我们的新店形成一定的竞争压力。

我们新店所选的店址位于市府路，此主要商圈有新玛特购物中心、财富春天购物中心、乐都汇、兴隆百货四家大型零售超市，每个超市的糖果专柜对于我们的新店而言都形成潜在的竞争。

1、同属一个商圈，拥有共同的消费群体，消费者在超市进行购物后很可能顺带购买糖果，省去专门去糖果店购买的时间、精力、体力成本，因而会分散一部分我们新店的客流。

2、这些大型超市的糖果专柜只是其经营中很小的部分，不是其主营产品，销售规模小，且其经营的产品在特色和种类方面。

3、我们新店的店址选在甜心面包旁边，因为我们与甜心面包拥有共同的消费顾客，消费者在购买甜心面包的同时很可能顺带进入我们的新店选购商品。

（二）新店商圈内商业环境评估

1、优势分析：我们的新店店址位于财富商圈，该商圈位于营口市主干道，附近设有公交站点，很多公交线路经过此处，交通极为方便，周边商业配套齐全。辐射范围和服务人群主要是周边居民和大量的流动客流。该位置是营口人流最集中的地方。此外，该商圈范围的万达即将建成开业，将会进一步带动该商圈的发展，吸引更多的客流。

2、劣势分析：该商业圈的租金相对较高，新店的经营成本相对较高。此外，主要商圈范围内包括新玛特购物中心、财富春天购物中心、乐都汇、兴隆百货等商业资源，这些大型超市都设有糖果专柜，因而对我们的新店产生潜在竞争，会带走部分消费者。

五. 新店商圈内居民及流动人口特征、收入和消费结构分析

（一）居民及流动人口特征 1. 商圈内居民特征

我们的糖果小站选择在财富商圈内，与甜心食品店比邻。首先，在财富周围，拥有大商新玛特、乐都汇等大型超市，是营口市居民购物频率较高的场所，每天的客流量较大；其次，新店位于营口市渤海大街的中心地段附近，是营口市繁华地段，也是众多上班族经过的地点，在早晚的时段会有大量的顾客；第三，在新店周围拥有财富酒店财富写字楼等商务会馆，欢乐迪等娱乐场所，会在很大程度上增加顾客量；最后，在该商圈内拥有营口市高级中学、营口市第一中学、营口育才学校、青年小学、红旗小学等，由于在财富周围拥有众多餐饮店，午休时间及放学时间会有众多学生来此就餐，购物，会增加客流量。

（二）收入和消费结构分析 1. 圈内居民收入和消费结构

该商圈位于营口市中心，毗邻营口市人民政府，是繁华地段，在此居住的多为白领，个人收入为5000元—6000元。同时，商圈内拥有众多学校，为了孩子能够接受良好的教育，也有

许多家长选择在此居住，而此地点的房价较高，该类型家庭有能力购买该房产，这部分家庭也拥有较高的收入。由于白领收入较高，在食品的支出比例较小，如果该部分支出有较小幅度的增加不会十分在意。因此若增加小幅度的糖果支出，他们的消费结构基本不会有变化；对于第二种类型的家庭，他们的消费中心在学生，而中小学生对甜食的诱惑抗拒力较小，家长也会在很大程度上满足孩子的需求，因此在食品等日常消费品上的消费会较比白领高一部分。

2. 流动人口收入和消费特征

由上面分析可知，来此商圈的顾客包括购物，商务会谈，朋友聚会、娱乐为主，一般具有固定工作以及一定收入。

前来财富春天、大商新玛特、乐都汇等超市购物的客人，多数是为了购买日常用品，基本包含每个年龄段，但是经常在超市内某些服饰专卖店购物的客人，由于品牌定位，因此该购物群体年龄段在20-50岁。

前来财富酒店进行商务会谈的人口，一般是较为成功的商务人士，年龄段一般在35-45岁，收入比较高，在此的单次消费金额较高，更加注重精神方面的消费；在写字楼工作的白领，是在事业上正在打拼的人士，年龄在25-40岁，具有较高的收入，使用在日常消费中的比例较少，该人群中有一部分每月需要归还房屋贷款，存款较少。

前来欢乐迪，麦哆ktv等娱乐场所的人群，多数是年轻人，年龄在15—25岁，他们会来此进行朋友聚会，该人群大多数并没有固定收入，对于该年龄段我们进行了市场调查，数据如下。

可以看出，他们月消费额在多数在1000元以上，一般会购买50元以内的糖果。

因此，综上所述，来此消费的流动人口，包含众多年龄段，其中大部分收入较高，具有明确的消费目的，具有一定消费能力。

六、新店的市場定位和經營特色及經營策略建議

（一）市場定位

分析商圏內及流動人口的特征，我們決定將糖果小站定位在大眾型。主要客戶是商圏內的居民，次級客戶為商圏內的流動人口。對於商圏內居民，距離糖果小站較近，步行5—10分鐘即可到達，居民可以在下班時或晚飯後散步時進入店內選擇自己心儀的糖果。就流動人口而言，該商圏內流動人口數量龐大，他們在超市或娛樂場所完成消費後，大多數會選擇步行到停車場或站點等地點，而在此過程中會路過本店，會被店內商品吸引，從而進行二次消費，同時我們選擇在甜心食品店旁，顧客在甜心購買商品時，便會發現本店，從而會增加顧客量。由於在以上場所消費的群體基本沒有特定的年齡，而且我們的商店所經營的產品並沒有特殊顧客群，因此，我們決定將該商店定位在大眾型，滿足各種消費群體的需求。

（二）經營特色及經營策略建議

糖果小站面積較小，不适宜進行廣告宣傳，因為面對的主要顧客是商圏內居民，因此要让居民了解我們的商店，以顧客獲得滿意的服務來宣傳我們的商店，形成品牌效應，以此吸引更多的商圏外的顧客。

為了與商圏內其他競爭對手形成區別，如今糖果已經成為一種大眾化的商品，並且每個商店的糖果基本上並無差異，而在這種情況下，我們要能夠吸引顧客，就一定要有新穎之處，因此，我們制定以下兩種經營特色。

1、制作糖果花。如今的花束多种多样，例如玩偶花束，这种

花束比较传统的鲜花拥有更多的消费者，大家更喜欢新式的产品。因此我们决定按照传统方式销售糖果的同时，根据顾客需要，将其做成糖果花，在特殊的节日，例如情人节、春节等，送给亲人朋友。

2、顾客diy制作糖果。如今消费者越来越喜欢自己制作商品，他们而那位这样既可以了解制作过程，又可以在商品中包含自己的心意。因此我们会在店内设置一个diy区，让顾客自己设计糖果形状，自己动手，制作喜欢的糖果，让顾客参与生产过程，体验制作过程的乐趣。

七、新店的经营风险和效益预估

（一）经营风险

糖果销量虽不受季节变化的影响，但圣诞节、元旦、春节和情人节等节日期间为销售旺季，可能成为一年中的销售高峰，此外五一、十一长假期间结婚的人比较多，喜糖的销售也为我们带来销售高峰。因而糖果公司的经营风险在于，它全年的销售业绩全都压在这些节假日前后一段时间，如果这个阶段的销售打不开局面，没能推出特色，风险之大就可想而知了。

对于糖果店，店址的选择也很关键。糖果店面对的消费者主要是小孩和年轻人，所以店铺可以选在学校附近或者是人流量大的街市上。因而我们选择的市府路，这里客流量大，但是铺租会比较贵，我们新店的经营风险也就相应变大。

经营糖果店，口味的选择非常重要。小孩对于零食的口味变化无常，有时喜甜有时喜淡。由于口味的变化无常，经营风险也就随之加大，如果进了一堆口味过时的糖果就会造成积压。

新店店址周围的潜在竞争者也相对较多，我们只有使我们的

糖果店经营独具特色，才会吸引大量的客流，促进销售的增长，提高我们的店誉。否则我们经营风险也会增大，新店将难以获得发展。

（二）效益预估

糖果店的商圈有三个层次：第一个层次的主要商圈内的人口数为2万人，第二层次的次要商圈内的人口数为3万人，第三个层次的边际商圈内的人口数为5万人。若平均每人每月去糖果店购买糖果为20元，则：

主要商圈居民支出总额： $2*20=40$ （万元）次要商圈居民支出总额： $3*20=60$ （万元）边际商圈居民支出总额： $5*20=100$ （万元）

据调查分析，糖果店的市场占有率在主要商圈为30%，在次要商圈为10%，在边际商圈为5%，则：

主要商圈购买力为： $40*30%=12$ （万元）

次要商圈购买力为： $60*10%=6$ （万元）边际商圈购买力为： $100*5%=5$ （万元）

该新店的营业潜力可评估为： $12+6+5=23$ （万元）

八、新店未来前景分析

据数据调查显示，近5年，中国糖果巧克力市场保持了8%至12%的年增长率，高于全球糖果巧克力年均增长速度近6个百分点，已成为中国食品工业中快速发展的行业。从近两年来的经营情况来看，大城市的小孩几乎人人手上都有零花钱，而且也舍得花钱，买一次零食花费十多元或者二三十元，是十分普遍的事；而女性爱吃零食几乎可以说是天性之一了。零食是快速消费品，有这两大消费主力，市场前景不会暗淡。

糖果是女人和小孩的最爱，近年来，零食品种也是越来越多，且营口尚未有专门经营糖果的店铺，糖果店市场空缺。随着营口市经济发展的不断提速，人们的生活水平也越来越高，对生活品质生活质量的要求也不断提升。口味的多元化使得糖果店的市场不断扩大。市府路汇聚了众多娱乐场所，使流动人口数量能够得到保障，选址在甜心食品旁边，使得喜欢甜食的糕点购买者能够对糖果产生购买欲望。附近学生人群众多，现在学生普遍有零花钱，且家长为子女购买零食对价格一般不会在意，能够有效的保证商品的利润。未来可能会有更多的竞争者出现，要避免价格战等恶性竞争手段，抓住流动人口和学生市场，做出针对这部分人群的特色。

九、4p分析

结合调查问卷的数据和糖果市场的现状，我们进行4p分析：

（一）产品：糖果的类型包括：软糖、硬糖、奶糖、棉花糖、棒棒糖、夹心糖、巧克力等等，由调查问卷我们可以看出，消费者喜欢软糖、奶糖、巧克力、棒棒糖的比重相对较高，因而我们主营这四类糖果。

糖果的品牌包括：徐福记、阿尔卑斯、大白兔、不二家、金丝猴等等，消费者更加喜欢阿尔卑斯、大白兔、徐福记这些知名的国产品牌，但是为了让我们的店铺更具特色，我们还将引进一些国外的知名糖果品牌吸引消费者，为消费者带来新鲜感。

此外，为了吸引消费者，我们将推出糖果花□diy糖果等特色产品。

（二）价格：糖果涵盖多个价格档次，糖果产品的价格我们将根据市场的价格进行相应定位，由数据可以看出消费者购买糖果时的价位大多在50元以内，我们将推出该价位左右的糖果礼包等。

(三) 渠道：我们开设的是实体店，所以销售渠道为店铺经营。

(四) 促销：消费者对糖果包装风格各有偏好，而且精美的糖果包装很可能刺激消费者的购买欲望，大多数消费者喜欢可爱的和简单大气的包装风格，因而我们将推出两种风格的精美糖果包装来吸引消费者，精美的包装也可以使消费者购买糖果不仅仅是自己品尝，也可以成为相互赠送的礼品。

此外，我们还增加了糖果花diy糖果等特色产品。在圣诞节、元旦、春节等节假日推出糖果礼包等，喜糖系列也是我们的主营产品。

我们与婚庆公司合作，推出喜糖系列，为新婚夫妇送去甜蜜。

购满一定金额可得神秘礼品，会员卡制度，购满多少赠送一定金额的代金券。

糖果店开店调查

1. 您的性别是：

a.男 b.女 2. 您喜欢吃糖果吗：

a.喜欢 b.不喜欢 c.一般 3. 您喜欢的糖果类型（多选）：

a.软糖 b.硬糖 c.奶糖 d.棉花糖 f.棒棒糖 g.夹心糖 h.巧克力糖 i.其他 4. 你喜欢的糖果口味是：

a.奶糖味 b.果糖味 c.巧克力味 d.其他 5. 你的月消费额为多少

a.曼妥思 b.徐福记 c.阿尔卑斯 d.大白兔 e.真知棒 f.旺仔 g.上好佳 h.喔喔 i.不二家 j.金丝猴 k.金冠 l.悠哈悠哈 8. 您最喜欢的糖果包装风格是：

10. 您购买糖果的大多用途是□ a.自己品尝 b.送礼 c.其他

11. 如果开一家店，您希望选择在以下哪里：

a.东升市场 b.财富超市附近c.电子文化商城附近d.营口大学园附近

ps:问卷采用网络发放的形式。

问卷网络地址<http://jq/>

目录

一、糖果小站的具体位置及周围地理位置表述.....1

二、新店开业后预计能辐射的商圈范围.....1

三、新店交通条件评估及物业特征.....2

（一）交通条件..... 2

（二）物业特征..... 2

四、新店商圈内商业环境评估和竞争店分析.....2

（一）竞争店分析..... 2

(二) 新店商圈内商业环境评 估.....	3
五、新店商圈内居民及流动人口特征、收入和消费结构分 析.....	3
六、新店的市场定位和经营特色及经营策略建 议.....	5
(一) 市场定 位.....	5
(二) 经营特色及经营策略建 议.....	5
七、新店的经营风险和效益预 估.....	5
(一) 经营风 险.....	5
(二) 效益预 估.....	6
八、新店未来前景分 析.....	6
九、4p分 析.....	6
(一) 产 品.....	6
(二) 价	

格.....6

(三) 渠道.....7

零售业务优势篇五

为大家推荐的是零售管理员的. 简历模板，欢迎浏览

姓名：应届毕业生求职网国籍：中国

目前所在地：番禺区民族：汉族

户口所在地：云浮身材□165cmkg

婚姻状况：未婚年龄：

语言能力

外语：英语一般

国语水平：粤语水平：

工作能力及其他专长

熟练掌握商超的管理采购、收货、退货流程，在商品陈列和产品促销上有一定的经验，具有一定的产品陈列、促销活动洽谈落实、品牌维护、信息收集能力。

求职意向及工作经历

人才类型：普通求职

应聘职位：销售管理、百货/连锁/零售服务、

工作年限：7 职称：

求职类型：全职可到职日期：随时

月薪要求：1500--2000 希望工作地区：广州广东省

公司性质：所属行业：

担任职务：

工作描述：在家经商销售vcd和dvd唱片、电影、电视剧。

离职原因：

教育背景

毕业院校：肇庆学院

所学专业一：市场营销所学专业二：市场营销

受教育培训经历：起始年月终止年月学校（机构）专业获得证书证书编号

零售业务优势篇六

2016，商业经历了一次大洗牌。一向被实体商业视为“洪水猛兽”的电商如今也面临着转型。随着人口红利的消失，电商市场增长持续下行，商户的竞争加剧，京东、淘宝等大平台开始向线下渗透，实体与电商的战役从此告一段落。

一方面，用户获取，推广成本高居不下，部分商户开始回归下线，而电商品牌也开始开设线下体验店和销售渠道。今年10月，连马云都在云栖大会上表示：“纯电商必死，新零售即将诞生。”而另一方面，实体零售业在受到了较大冲击

后已逐渐走出“寒冬期”，进入一片新蓝海。

2016，零售也迎来了线上线下融合发展，人工智能□ar□vr走进消费场景……2017，中国零售业将呈现个性化、多元化的发展趋势。

一、线上线下高度融合

零售业最大趋势是线上线下相结合，而以往电子商务冲击传统产业的说法也将被否定，电商与线下实体商业，由原先的独立、冲突，走向混合、融合，通过精准化、体验为主的模式，去了解消费者，满足并引导消费需求，已达到消费升级。对实体零售商而言，也可以通过预测消费数据，把控生产，达到零售升级。

目前，我国零售业在网络零售发展上领先于全球，电商与实体零售商的融合发展将是未来发展的趋势。实体商业需放开思维，积极探索新的经营模式，在总结电商经验的基础上，结合自身的优势做出有效创新。比如如何实现线上线下双线销售，持续加强竞争力，将会是零售业的重要方向。

二、小而美的社区商业形态迎来春天

未来几年，我国大型传统零售业将平缓发展，平均销售毛利下滑可能成为“新常态”。而便利店、会员店、精品超市、社区型购物中心等社区商业将成为零售企业的发展重点。

比如便利店，2016年国内便利店的发展可谓高歌猛进。进入2015年以后24小时便利店整合化、全渠道发展的趋势日渐明显，增值服务的渠道越来越多，盈利点也越来越密集。从长期的发展来看，“小而美”的发展框架更符合时代的需求。

正如业内人士所言：消费者要的是品质而不是高档，消费者要的是方便而不是电商，消费者要的是价值而不是价格，消

费者要的是专业而不是情怀——这都是社区商业恰好能提供的，也是社区商业相较于电商或其他商业形式的优势。

三、80/90后成为零售业的消费主力

80/90后升级为零售业的主流消费群体，购物渠道及消费习惯将发生较大变化。以前消费者购物关注商品价格和注重一站式购买，如今更加注重特色化、个性化需求和购物体验感。从ar□vr走进消费场景，各式各样消费场景的搭建，都是为了满足消费者个性化的购物需求。

四、零售产品趋向多元化、个性化

数据的积累对于零售商而言，意味着更多碎片化的信息的涌现，不少精明的零售商已经开始意识到数据的重要性，并通过数字化的技术实现更有针对性和个性化的购物体验。

五、消费者更注重产品的品质和服务

国民经济快速发展，人们生活水平提高，用户更加注重商品品质，各方面消费力量兴起，80、90后成为消费新动力。不同性别、年龄、家庭角色的用户需求不尽相同，他们将选择符合自身特征的商品。商业回归产品与服务本质，生产出更符合消费需求的产品、提供更加精细化的运营和包括内容在内的个性化的服务。

“好货不便宜，便宜没好货”，物美价廉的神话并不符合基本性、常识性的商业逻辑!低价意味着你的企业东西越卖越便宜，价格越卖越低，产品品质越卖越差。打价格战将会令企业赢利能力越卖越差!

以后，低端的产品将不再是零售企业的经营重心。零售企业应将更多精力投入到为消费者提供更、优质产品和服务。

零售业务优势篇七

我们受公司重托来到成都，对当地的手机零售店面进行了实地的考察和学习。我们来到这里主要需要了解和学习的是有以下几个方面：店面营业模式和结构，店面营业管理及团队建设，产品和库存管理，人员薪酬和激励等。

公司安排的是成都地区最大的一个电信业务以及终端销售的综合卖场，来到店里给人的第一感觉就是店面的布展非常紧密但不凌乱，给人一种很舒服的感觉，店内销售人员的状态也非常的饱满，（起初我认为这种饱满的精神状态一般人不会维持太久，后来事实证明我错了）不难看出这背后必定有一个非常优秀的管理者来支撑。

该店布展方面设有业务受理台，环岛式手机柜台，品牌手机专柜，实机体验桌，演示专区，增值配件专区，客户休息区等区域。布展安排非常合理舒适，功能齐全，能够有效的满足到店的不同客户的业务办理，终端的体验和购买需求。另外就是店面人员结构和分配，店面销售经理一人，终端销售主管和业务销售主管各一名，终端销售组长和业务销售组长各两名，店员及业务员若干。

人员管理实现了分层管理，让更多的人学习着负起责任来，给一部分人一个很好的锻炼和发展的空间，对个人来说自身得到了一定的提升，对公司的发展来说，提前储备了实战型的管理人才。人员营业管理方面实行轮岗原则，管理岗位，终端销售，业务办理之间的轮岗，目的是为了培养电信业务零售店内每一个岗位人员都能成为业务，终端，管理，增值业务的综合性人才。店面人员运用遵循一个叫12321的原则。

1个领军的人物，就是店长，该岗位必不可少，决定团队的业绩和发展。

2个销售精英，是团队销售业绩的保证。

3个中游销售，是团队发展的根本。

2个培养对象，销售业绩一般，但执行力服从力较高。

1个不稳定，销售业绩较差，随时可能被淘汰，可刺激其他员工业绩的提升。

这个原则应该是团队建设的根本要求，另外团队建设应抓住团队成员的性格和技能的优缺点进行互补，这个工作店长的角色就非常重要了，要积极主动的去发现问题并解决，针对员工进行沟通和引导，并要针对不同对象应有不同的方法。做好沟通引导工作的跟进，实时了解工作的进展和效果。把工作做到头，做到底，直至有一个满意的结果。另外一个方面就是致力于团队执行力的提高，要有严格的管理，明确的目标，快速的反应。

一个优秀的团队必定有着很高的执行力，举个例子：就像大将军带兵打仗，如果没有一个能够严格执行命令的军队，指东打西，结果必定是失败，如果想赢，必然是全军孤注一掷，劲儿往一处使。所以执行力对销售管理乃至各行各业的管理工作都尤为重要，所以在未来的工作当中，根据人员、环境、制度等因素重点关注执行情况，和如何提高。

接下来说一下店长岗位的理解和职责，对于一个店长来说，是一个团队的领导者，一个店面的经营者，必须牢记自己应当担任的角色，并尽自己所能做好各角色的责任，这样才能带好团队。

店长的角色：

1、代表着：代表公司处理店面的日常工作，代表公司与员工交流，站在公司的立场上，尽可能的维护公司的利益，强化管理，实现公司的利润目标。

2、执行者：对于公司的`政策贯彻执行，是店面正常运营的保障，对公司的管理规范、经营标准、产品价格政策和经营目标，必须忠诚的执行。

3、指挥者：店面如果是前沿阵地，店长就是指挥官。应有全局意识控制和运用一切有利的资源，发挥最高效用。

4、激励者：店员士气的激励，当店员工作激情不高时，应时刻激励店员保持高昂的斗志，保证店员良好的工作状态，提高店员责任心和进取心。（前面说到，成都新华厅的销售人员，总是有很高的销售激情和意识，就是因为店长激励者的角色做的相当到位）

5、经营者：对店面的各项销售数据进行统计和分析，根据数据做出正确决策，提高销售利润。

6、目标实现者：店面管理只有实现更高的利润，才能体现店长的价值，应该时刻关注利润目标实现与否，这关系到一个店面的生死存亡，应根据利润的完成情况，及时调整营销策略，以完成利润目标。还有要充当培训者和协调者对店面管理运营展开一系列的工作。

店长的职责简单的说就是，在有序的做好的店面日常管理的前提下，做到利润最大化。

在实际销售当中，也认识到了一些比较好的观念，学习期间通过和当地王店长的交流得到一个数据，该店月平均手机毛利在35万左右其中增值配件达到了5万，占比将近15%另外他的终端销售的单机毛利更是达到了360—480之间，我问到了增值配件的销售该如何开展呢？首先是产品的丰富性，店员的销售意识（这个方面还是需要店长的重点关注和督促，让店员形成一种习惯，积极主动的去引导销售，让增值配件的销售形成店员销售流程中必走的一个环节），还有就是销售的引导，（店员在销售过程中做到100%的引导消费，不要总

有一种又要从客户兜里掏钱的心态，感觉客户一定会拒绝。要一心站在在客户的角度来引导，重点强调您购买的这件商品能够给您带来什么而不是失去了什么)

终端单机毛利数据应该是一个店面乃至一个公司的所有部门管理和运营所围绕的中心中的中心，影响这个数据的有以下三个因素：

消费理念：就是店面所在的某个城市，地区，商圈，所针对的消费群体整体的一个消费水平和理念，这个因素也会随着社会的发展，环境的影响，需求的提高等诸多因素所改变。

重点在于自身原因，店面引导消费的能力和产品的多元化是需要我们考虑和提高的，充分利用市场及自有资源针对单毛的提高做出有效的措施和方案。

本次学习报告仅对经营管理方面做出基本总结和认识，将来工作的一个大的方向，必然还有很多没有说到和学到的东西，在工作其他方面的一些技巧还需要在实际操作中学习和研究，望公司领导在以后的工作中多多指导，多多鞭策，能让我有一个更好的提高，也愿为公司付出更多的力量。

在这里非常感谢公司给我这次学习和提高的机会！

零售业务优势篇八

个人概况

目前所在：

天河区

年龄：

26

籍贯：

梅州

国籍：

中国

婚否：

未婚

民族：

汉族

身高：

166cm

体重：

62kg

求职意向

求职职位：

百货/连锁/零售服务/市场/营销：

工作经验/年：

3

专业职称：

工作类型：

均可

就职时间：

两个星期

期望薪资：

2000--3500

求职地区：

广州, 深圳, 东莞

工作经历

公司性质：

私营企业所属行业：快速消费品(食品, 饮料, 化妆品)

担任职位：

业务员

工作描述：

负责天河区越秀区白云区的市场和牙科市场的开发，负责促销的安排。

离职原因：

回家

公司性质：

所属行业：

担任职位：

销售代表

工作描述：

我的职责范围是对公司安排给我的每间店进行维护，同时对我的那个区进行开发，维护的要进行每个时间段的销售统计，还要进行搞些活动以促进公司产品的销售。我的服务区都能超额完成公司下达的量。

离职原因：

个人原因

公司性质：

所属行业：

担任职位：

销售员

工作描述：

我的职责范围在店里的是什么都要做，开单、收钱、拿货、点货、送货、搞卫生.....是店里的事有空都要做，一天上班时间是10小时。这份工作虽然是累，可是大大锻炼了我做生意的能力。

离职原因:

公司原因

教育简历

毕业学校:

进光中学

最高学历:

高中获得学位:

毕业时间:

所学专业:

没有专业

第二专业:

没有专业

起始年月

终止年月

学校（机构）

所学专业

获得证书

证书编号

家炳第一中学

无

初中

-

进光中学

无

高中

-

语言能力

外语：

英语一般

粤语水平：

第二外语：

无

国语水平：

自我评价

1. 懂得运用wordexcel等office办公软件2. 了解报关方面的'知识3. 懂得装修五金水电材料本人有驾驶证、健康证、暂住证。

求职自我介绍参考

工作认真、负责，吃苦耐劳。兴趣广泛，勤奋好学。有强烈的团队精神，善于与人相处。适应能力强，进取心大。为人实在。本人有驾驶证、健康证、暂住证。

美发届博士，美发界的医生，熟悉企业经营管理运作模式，工作思路清晰，有较强的组织领导能力和决策执行能力，较强的经营管理能力和应变能力，能带领团队创造优异的业绩帮助公司成长，走向辉煌。