

最新调查超市物价的心得体会(精选5篇)

在平日里，心中难免会有一些新的想法，往往会写一篇心得体会，从而不断地丰富我们的思想。我们应该重视心得体会，将其作为一种宝贵的财富，不断积累和分享。下面小编给大家带来关于学习心得体会范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

调查超市物价的心得体会篇一

20xx年4月

石兴敏

1、食品区：

速食面、饼干、火腿肠、零散食品

2：饮料区：

啤酒、可乐、果汁、白酒及其它

3、日用品区：

毛巾、牙膏、牙刷、手纸、洗衣粉、洗发水、肥皂等

4、香烟专区

5、冷冻食品类

饮料食品类

碳酸饮料、果汁、茶饮料、饮用水、纯奶、奶制品饮料、其它饮料、咖啡类、麦片

调味品类

6、软包装食品

粮食制品

（一）缺货的概念

理论上，当某一商品的库存数字为零时，即为缺货。但实际营运中，缺货的含义包括许多：

- 1、货架上的商品只有几个或少量，不够当日的销售，为缺货；
- 2、服装、鞋类商品的某些前颜色缺少或尺码断码；
- 3、家电商品只有样机；
- 4、商品陈列在货架上，但商品外包装有瑕疵，所以顾客不会挑选；
- 5、商品系统库存不等行零，但实际库存为零；
- 6、广告彩页新商品未能到货；
- 7、商品的目前库存不能满足下一次到货前的销售，为潜在的缺货。

（二）缺货的危害

- 1、缺货导致超市的销售业绩下降；
- 2、缺货导致顾客不能买到所需的商品，降低顾客服务水平，不利于商场形象的维护；
- 3、缺货过多导致顾客不信任超市，甚至怀疑该公司的商品经

营实力；

4、缺货导致货架空间的浪费。

（三）缺货的原因

1、订货不准确；

2、系统中的库存不准确，导致门店的订单错误；

3、某些商品漏订货或某个供应商漏供货；

4、顾客的集中购买；

5、商品的特价等因素导致商品热销；

6、供应商缺货不能提供等。

（四）缺货分析

对于整个部门或门店，用以下的几个指标来进行缺货分析和控制：

1、缺货数量：缺货数量是部门的缺货数量和门店的缺货数量，同时对商品大类的缺货进行统计，排名。

2、缺货损失销售额：所有属于该部门的缺货商品销售损失金额的合计。

3、缺货的比率：缺货的数量占有所有sku的比率，包括部门的比率，门店的比率和商品大类别比率。

4、缺货超过2周以上的商品数量：缺货2周以上仍然没有解决的，按部门进行统计，包括品名，以往的销量等等。

5、商场销售金额、数量前驱50名的缺货情况：重点监管商品的缺货、缺货天数、缺货损失的金额。

6、目前缺货且无未来订单的数量：将目前已经缺货但无未来订单的商品数量进行统计。

（五）缺货的控制措施

1、楼面管理层必须对所有正常商品的订货]进行审核；

2、楼面主管、经理必须对所有的缺货进行审核，确定是否为真正的缺货；

3、查找缺货的原因；

4、若重点商品缺货，对可以替代的类似商品补货

5、对商品缺货立即采取措施，进行追货，重点、主力商品要立即补进货源；

6、所有缺货商品是否全部有缺货标签；

7、所有处于缺货状态或准缺货状态的系统库存是否准确；

8、处理缺货商品报告。

一、思想上高度重视

门店销售上不去，员工思想松懈了，干部们的思维也固化了，那就没事做了，越没事做，干部员工想法越多，货也就越订越少，货架上的商品周转就慢了，保质期越来越短了，消费者拿起来又放下，没有选择，购买力也就下降了，导致门店商品库存积压越来越多，一旦进入恶性循环，这是个危险的信号。所以要做好库存管理，首先要让干部员工从思想上加以重视，从而发挥众人力量，上下一致，共同努力，以此有

效的做好库存管理，使库存管理工作达到科学、合理，并有效的运用到操作流程当中去，保持平稳有效的发展，才能促使门店的业绩往上发展。

二、科学合理订货

首先了解门店的订单状况，让门店的订单合理化，就是先要明确门店的商品销量，通过商品销量合理预测及控制库存量。门店的销售是千变万化的，因此，在做订单时需考虑商品的特价情况，销售的淡旺季是否有调价因素的发生，另外供应商对订单的履行也是我们关注的内容，如果供应商不能及时完整的履行订单，必然造成门店的缺货、脱销，最终影响门店的销售。所以门店需要对供应商予以有效的管控，并与之建立良好的合作关系，从而促进供应商对订单的履行。今年公司大力推行opl订单系统，让门店员工及时了解商品的库存和销售动态，合理的进行订单补货，有效的控制商品库存，合理促使商品周转。opl订单系统不仅提升了订单效率和库存管理水平，也促使门店订单管理清晰化，科学化。

三、科学及时的盘点

要加强盘点工作，及时掌握商品真实的库存信息。盘点和库存管理可以说是一对孪生兄弟，超市存货管理主要包括仓库管理及盘点作业。仓库管理是指商品储存空间的管理，盘点是指对商品的清点核实。要合理的利用存储空间，保持一定的商品储备，以保证门店正常销售。通过盘点作业，又可以及时了解门店真实的商品库存、费用率、毛利率、损耗率等经营指标，便于门店决策和业绩考核。因此，仓库管理与盘点是相辅相成的。科学、合理、安全而卫生的仓库管理，不但可以方便盘点作业，而且可以减少门店成本费用和损耗，及时准确的盘点又可以科学的控制库存，发现问题并及时解决，不仅提升库存管理水平，还有利于门店业绩的提升。

四、严格控制库存

门店要进行科学的库存管理，必须制订严格的库存标准，如商品周转天数不得超过最高限制，库存要控制在一个合理的尺度，如果库存量太低了，需要频繁送货，不仅增加了物流成本，而且也增加了门店的工作量；如果库存高了，不仅需增加仓储管理成本和退货成本，还会占用公司的大量资金，增加门店的成本。要控制好库存必须了解整个商品的库存情况，及时与公司，厂家和供应商沟通，以便及时补货。要密切关注零销售和高库存的商品，对不正常的情况要果断采取措施，负库存的产生要及时进行核实调整处理，对会员和畅销商品销售情况作出科学的判断，并对库存进行有效的控制。正常商品的库存量要合适，坚持勤进快销，一些特殊商品要严格控制库存量。

总之，对任何一个超市来说，一个科学的库存管理都是至关重要的，也是保证超市正常运营的根本。另一方面库存问题的解决不仅可以节约门店成本，也能更好的提升门店业绩，提高顾客满意度。通过高效的库存管理工作，可以保证门店顾客的需要，做到品项齐全，并减少缺货的机率，从而维持一个较高的顾客满意度。库存管理不仅有利于门店整体经营和管理水平的进步，还可以通过库存管理工作来推动门店整体素质的提升。

调查超市物价的心得体会篇二

把生活用品放在最里面，其他用品摆在外侧在小超市购物时，人们大都沿着外侧走廊走。由于临近住所比较方便，在小超市人们大都是有计划的购买生活用品。因此，生活用品即使放在角落也不用担心卖不出去，那些打算购买生活用品的人也会自然地经过摆放其他物品的区域，如果在去收银台的途中拿了任何一件计划外的商品，就意味着中了卖家的招。笔者实地调查发现，金陵科技学院晓庄校区校门对面的小超市即是这样布局的，经亲身经历验证，这种布局很有效！

所有超市的收银台附近总会有口香糖、奶片、巧克力等小零

食，不论大小皆是如此。人们在等待结账时，总会顺手拿起一样，比如口香糖，价格虽不高，却已中了招。

在超市中，诸如方便面和香肠这样的绝配食物一般都是放在一起的，其他还有鲜肉与火锅调料、面包和牛奶等等，类似的做法也有将这些产品打包销售，想必大家都有亲身经历，本来只是想买方便面，却“一不小心”把香肠、榨菜、卤鸡蛋等等相关产品都买了回来，更有甚者，去收银台时。又顺手拿了一瓶口香糖！

无法直接上下楼一般的大型超市都有两层，我们以南京沃尔玛迈皋桥店为例，该超市第一层放置生活用品，第二层放食品。要想到达第二层，需先经过第一层，这无形中会对顾客多购买物品造成潜移默化的影响，许多本来是计划外的商品“一不小心”就被放入了购物车，人们对此是咬牙切齿又无可奈何。

人是好奇的，新奇的东西对人的刺激性最大，因而最易吸引人的注意，把适销商品、新产品适时地摆在显眼位置上，是大型超市和卖场的一般做法。例如，沃尔玛迈皋桥店几个月前在入口的显眼位置摆放的是圣诞树，而今变成了格式电扇。

大型超市里常有“打折”的商品，表面上比原价更低廉，这导致人们做出购物决定时更容易冲动。更有甚者，人们支出了，却认为自己省了钱。例如，沃尔玛迈皋桥店的实例，某款标着“广告商品”的面包特价7.8元一斤，其实它原价就是7.8元，但是这无疑会勾起不知情的消费者的购买欲望。结果可想而知，本来无人问津坐等过期的小面包“焕发了新生”。

有时超市会推出每人限购的商品，虽说这样做超市能得到的利润都相同，但这实际上是给人们提供一个“标准”来诱导人们消费更多。对此，美国爱荷华州的一家超市做过实验，是利用汤的限购。结果，限购4份汤时人们大都买了3份，而

限购12份时人们普遍买了10份。这说明，限定每个人可购汤的数量越多，销量越大。这说明，人们无意识地以超市所提供的“标准”为中心，调整着自己的购物数量，殊不知，自己已经不知不觉中了招。

当某件物品“打”了“折”作用仍不大，卖家一般会宣传说该商品距“打折”结束还有xx小时来体现该商品的紧俏性。有实验表明，这样一来，人们会因为商品的紧俏性而感到不安，以至高估商品的价值。这项实验是邀请人们品尝饼干后评估饼干价格。一部分人在没有任何条件下品尝10个饼干中的1个；另一部分人在品尝前先得到“本来有10个，现在剩下两个”的解释，而后品尝剩余两个饼干中的一个。实验结果表明，后者给的评价和估价都更高。

在超市商品销售过程中，还常会用到一种“非全部技术”，即将原本包含在基本结构的商品伪装成追加的“赠品”，以达到提高购买率的目的。有心理学家曾做过这样一个实验：在甲蛋糕店里卖的某款蛋糕加饼干价格为一百元；而乙蛋糕店中同样的蛋糕要价一百元，不过附送同款饼干。这样看来，两家蛋糕店的蛋糕和饼干价格是一样的。然而，实验结果表明，光顾甲蛋糕店的顾客中只有40%购买了蛋糕加饼干；而光顾乙蛋糕店的顾客中购买蛋糕并领取附送饼干的比例高达73%。究其原因，是因为“赠送”比“套装”更让人感到自己占了便宜。

在去超市前，列出自己所需要的物品清单，并提醒自己，不需要的商品千万不要买！

根据自己的财政状况和所要购买的物品价格，带上大致足够的钱去超市。不要带多或刷卡消费，它们是隐患，会成为多消费的客观基础。

在超市里，每次看到诱惑自己消费的商品时，注意了，它是超市的诸多策略之一，不要被这些策略打动，而应该认真考

虑那些诱惑商品的必要性和价格，扪心自问，“我真的需要这件物品吗？”然后再做出购物决定。

调查超市物价的心得体会篇三

随着物质生活水平的提高，人们对购物环境和服务水平的要求也越来越高。超市作为一种大型的零售场所，其发展成效和竞争力的大小直接体现了对消费者需求的识别和满足能力。为了深入了解超市的调查结果以及与消费者的互动体验，本文将介绍我对一家超市调查的心得体会。

首先，我前往的这家超市是本地一家连锁超市，位于城市中心。这是一家很受欢迎的超市，顾客络绎不绝。观察到这一现象，我不禁思考了店家成功的原因。本次调查主要内容包括顾客满意度、商品种类和质量、店员服务水平以及超市整体环境等。调查表展现了近百位顾客的实际评价。

在了解调查结果之后，我发现超市能够一直保持高水准的营业情况并不是偶然的。首先，该超市的商品种类非常丰富，几乎能满足顾客的各种需求。无论是食品、饮料、日用品还是电子产品，该超市都有广泛的选择。尤其是食品方面，该超市的进口和本地产品种类繁多，质量也都有所保障。我注意到顾客们正热衷于购买新鲜食材和健康食品，超市及时适应了顾客的需求，并展开了一系列促销策略。

其次，超市的店员服务水平也给我留下了深刻的印象。与之前我经历过的超市相比，该超市的店员更加友好和亲切。无论是在售货员还是收银员，他们都能热情而且耐心地为顾客提供帮助。我曾和一位店员交谈过，她告诉我她们接受了专业培训，以提升其服务质量。而且，超市还设立了客户咨询台，专门用于回答顾客的问题和投诉。这种周到的服务让顾客感到被重视和关心，进而提高了他们的购物满意度。

除此之外，超市的整体环境也给我留下了深刻的印象。首先，

商场的音乐选择非常动听，能够给人一种愉悦的感觉。其次，超市的整体布局合理、干净整洁。走道宽敞，货架整齐有序，顾客能够轻松地找到他们所需要的商品。此外，快捷的收银系统和提供免费停车场也给顾客带来了方便。

综上所述，通过这次超市调查我对顾客满意度、商品种类和质量、店员服务水平以及超市整体环境等方面有了更清晰的认识。无论是在商品选择、店员服务还是整体环境方面，该超市在各个方面都能够与市场竞争中脱颖而出。他们能够及时调整自己的运营策略，紧跟顾客需求的变化，并通过提供高质量的服务和商品来提高顾客的满意度。这次调查也使我认识到了超市经营的不易，令我对优质超市的努力和贡献充满了敬意。未来，我相信这家超市可以继续发展壮大，为顾客提供更好的购物体验。

调查超市物价的心得体会篇四

近年来，超市得到了广大消费者的喜爱，其便利的购物环境和丰富的商品种类吸引着越来越多的人。为了更好地了解超市对消费者的影响以及提升服务质量，我特意进行了一次超市调查。在这次调查中，我深刻地体会到了超市在我们生活中的重要性，并得出了一些有益的心得体会。

首先，超市的存在带给了我们极大的便利。与传统的街头市场相比，超市的开放时间更长，消费者可以在任何时间在超市购物，不再受到时间限制。而且超市内商品丰富多样，种类繁多，消费者可以一站式购物，省去了四处奔波的麻烦。此外，超市的包装更加规范，商品质量有保障，让我们购物更加安心放心。这是我在调查中观察到的一个重要现象。

其次，在超市购物，我们的视野得到了拓宽。我惊讶地发现，在超市里，我们可以找到从国际大牌到本土小众品牌的各种商品，完全满足了一站式购物的需求。除此之外，超市还设有各种特色经营区，比如美妆区、进口零食区等，让我们的

选择更加多样化。通过超市这个平台，我接触到了很多以前从未接触过的品牌和产品，开拓了自己的消费眼界，丰富了购物体验。

第三，超市调查的一个重要发现是超市在推动消费升级方面起到了积极的作用。调查中，我发现超市正在转变自己的角色，从简单的销售者变为消费者服务的提供者。超市通过提供购物环境的改善、商品展示和推广等方式，引导消费者去更好地服务和满足自己的需求。通过与消费者的交流，超市可以了解到消费者的喜好和需求，调整商品结构，提供更加个性化的服务。这无疑对促进消费升级和满足消费者的多样化需求起到了积极的推动作用。

第四，超市调查也使我深思消费主义的问题。在超市里，消费者常常受到各种促销和营销手段的影响，使得我们产生了过度消费的倾向。一些无谓的购物行为带给我们的不仅是物质上的浪费，更是精神上的困扰。因此，我们需要在超市购物中保持理智，避免被虚假的促销手段所迷惑，坚守理性消费的原则，只购买自己真正需要的商品。

最后，超市调查让我认识到超市在社会发展中的积极作用。在超市发展的过程中，它不仅创造了大量的就业机会，也为小型生产者提供了拓展市场的机会，推动了经济的增长。与此同时，超市也重视社会责任，通过参与慈善事业和环保行动，积极回馈社会，为社会和谐发展做出了自己的贡献。

通过这次超市调查，我对超市的重要性以及它所起到的作用有了更加深入的认识。超市为我们提供了便利和多样化的选择，推动了消费升级并促进了社会经济的发展。然而，我们也需要在超市购物中保持理智和节制，避免陷入过度消费的泥沼。总而言之，超市在现代生活中扮演着不可或缺的角色，我们应该珍惜和善用这一便利，同时也要对自己的消费行为保持警惕和反思，推动消费方式的合理化和可持续发展。

调查超市物价的心得体会篇五

数学超市调查是一项有趣和富有挑战性的任务，它旨在帮助我们更好地理解经济和消费行为。在这项任务中，我们以普通消费者的身份进入超市，分析价格、销售策略和优惠活动等，从而了解更多有关超市经营和消费者需求的信息。在这篇文章中，我将分享一些我所学到的经验和体验。

2. 细节观察的重要性

在入场前，我们必须准备好笔、纸和计算器，以记录和计算价格和数量。在超市里，细节观察是非常重要的，比如在销售区域和特价商品上寻找优惠，逐一比较商品品牌和价格，甚至在不同时间段的价格变化上留意。任何小细节都有可能产生惊人的发现，不仅可以帮助我们掌握更多的信息，而且还可以让我们更好地预算我们的开销。

3. 特价优惠的真相

在数学超市调查中，我们发现有些特价优惠并不是真正的折扣，而是一种经营策略。大量的特价商品通常会放在非常显眼的位置，吸引更多的消费者前来购买，带来更多的销售和利润。我们需要认真观察和比较，确保我们购买特价商品的时候，实际上还是得到了优惠。

4. 算法计算的重要性

在数学超市调查中，计算机技能也是非常重要的。我们需要能够准确计算价格，进行比较，预算和计划我们的开销。数学技能还可以帮助我们更好地理解销售策略和套餐组合。学会使用算法计算将会让我们在这项任务中更加高效且轻松。

5. 结论：数学超市调查对消费者的意义

数学超市调查不仅是一项有趣的学习经验，它还有助于我们更好地理解 and 掌握经济和消费。通过对超市的观察和比较，我们可以更好地预算和计划我们的开销，找到折扣和特价商品，并避免不必要的浪费。更重要的是，这项任务可以帮助我们了解消费和销售策略，以便更好地了解并控制我们的消费行为，成为更明智的消费者和理智的生活者。

6. 致谢

感谢这次数学超市调查和我的团队合作，我们共同努力，取得了很好的成绩。感谢这项任务，让我学习更多的数学技能和经济知识，成为更好的消费者和社会成员。