

2023年超市销售计划书(优质5篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

超市销售计划书篇一

快过年了，为了加大客流量，增加更多的品种提高销售额，超市拟定筹备年货在月底前全部洽谈布置到位，现提出方案，请公司审批。

(一)计划招商引进方案

(1)由企划部出具一条街的效果图:包括尺寸按实地规划陈列走向,具体修饰所需的费用等.

(2)采购部根据企划部出具的效果图,制定相关的方案.

a 费用的分摊

b 品种陈列的划分,规定

c 初步确定引进计划暂定10家供应商.

(3)比例: 资金比例:

a 食品(糖果,饼干,巧克力等) 40%

b 保健品 15%

c 干货 5%

d 烟酒 15%

e 非食品 25%

(二) 洽谈方案

(1) 签订短期合同, 只做年货, 按扣点方式合作, 供应商适当交纳进场费, 堆头费, 促销费等相关等费用.

(2) 签订长期合同, 由供应商供货, 我们定零售价, 供应商适当交纳相关的堆头费, 促销费等费用.

(3) 已和我们合作的供应商, 增加的货品种适当交纳相关的堆头费, 促销费等费用.

(备注: 供应商合作属扣点形式的, 扣点率一般在8%~10%, 如不上促销的扣点率在12%~15%.

年货推荐

糖果 : 徐福记袋装糖果系列, 阿尔卑斯糖果系列,

休闲食品: 小乖乖系列, 鸿胜系列化, 25g旺仔qq糖果系列, 显君散果冻, 洽洽怪怪豆系列, 旺旺小馒头, 昭八景系列, 百家利糖果系列化.

保健品: 维维豆奶系列, 西麦系列, 万基系列, 喜悦系列.

红酒: 张裕葡萄酒, 威龙葡萄酒系列

腊味: 双汇火腿系列, 王中王火腿肠系列, 美好鲜肉王火腿肠系列, 腊肠系列化.

干货: 双雄干货系列, 星益干货系列, 咖啡系列, 雀巢咖啡系列

饼干:达利饼干系列, (散装和袋装盒装) 九洲袋装饼干劲系列, 天伦饼徒系列

调味:淘大系列调味品, 莲花味精系列, 神龙牌火锅底料系列,

非食品:

厨具:苏泊尔压力锅系列, 炒锅系列, 晶玉碗系列.

纸制品:心心相印系列, 安尔乐系列, 好舒爽系列, 等等

洗涤:潘婷系列, 舒雷系列, 索芙特系列, 蒂花之秀, 顺爽系列等等.

皮肤:

超市销售计划书篇二

新的一年就要到了, 在即将到来的新年里, 作为超市的一名销售, 列好工作计划, 能够使工作有条不紊地进行。下面是东星资源网小编为大家整理的超市销售员工年度工作计划范文, 仅供参考, 欢迎大家阅读。

超市销售年度工作计划一

根据数据分析来说, 本超市的销售数据颇为稳定, 没有造成很大的落差, 但却反映出一个重要问题。在商超而言库存与销售的比例应该在于xx%~xx%之间, 而本店的库存销售比例偏大xx%—xx%倍。按照比例而言, 本店库存所积压的资金大于销售金额。当然, 数据仅代表销售额, 同时都反应着各种问题, 而作为管理人员, 我们要做的, 就是不断的发现问题, 解决问题, 避免问题。

一、XX-XX月份，我们要做到

- 1、实施了每周管理人员例会，增强管理人员之间，部门之间的沟通。实施了员工每日例会，强化员工管理。规定所有人员工牌，束发，上班形象，工作配合等要求。清除了卖场上空不规范和过期的悬挂物。
- 2、加强现场管理，对员工素质和现场工作规范加强要求。
- 3、对主通道的堆头，端架进行陈列调整，每个堆头只陈列1—2种货，堆头的高度统一。
- 4、对库存进行合理分析，对订单流程进行统一化管理，对收货流程严格要求。
- 5、设立办公室，树立工作氛围。财务工作人员要明确财务工作的重要性及安全性。
- 6、要充分利用系统软件工作。每月财务要作出财务报表，根据报表去分析盈亏情况。

二、XX-XX月份存在部分问题

（一）人员管理问题：

- 1、管理人员之间缺少会议，缺乏工作沟通，所有人员工作依靠的只是习惯性和自各性。
- 2、人员之间配合度不足，无达成统一目标，导致员工无团队意识。团队凝聚力不足。
- 3、管理简单化，缺乏沟通，激励技巧。导致员工士气不足。
- 4、中层管理人员对下属缺乏培训，只会做不会说，下属得不

到成长。

5、现场管理欠缺，规章制度虽有但欠缺执行力，无会议习惯，上班时间衣着较随意，无束发，无戴工牌，随意性工作习惯较严重。

6、员工服务需要改善，服务意识需要加强。微笑服务，问候多一点。

7、员工对管理理念认识较为模糊，管理人员对一线员工需多教导，加强防损意识，共同维护超市利益。

8、基层管理人员对工作没有一定的计划性和工作目标，超市中心思想，目标不明确，导致员工工作的积极性不高，员工在经营理念上未树立起一定的目的。

9、超市的各项培训工作未贯彻到实际工作中去，认知率较低，特别是一些服务理念上只落实在口头上，与实际操作行动程度上还有较大的差距，随意性的工作态度较为严重。

10、收银员的岗位技能不能完全按标准完成，三唱服务时有时无。

（二）超市布局管理问题：

1、主通道商品陈列欠缺统一性，无引导性。

2、两个正门出入口，在客流量和活跃性各方面去对比，两个出入口相差极大。

3、主通道商品无陈列规律。无任何生动化陈列。

4、标价牌较混乱，无统一标准，随意张贴不规则标签，堆头标价牌不规则，促销吊牌欠缺商品名称。

- 5、部分区域之间无明确规律，欠缺连贯性，例如：纸巾区域。
- 6、偶尔出现零散商品无人归位，导致商品没及时回位，商品陈列虽整齐但欠缺一、二、三线品牌区分，欠缺规则性。
- 7、背景音乐不活跃，多选取轻快、轻松的音乐，而场外音乐则要选取带有强劲节奏的音乐，随着音乐可以吸引更多顾客带着疑问来到本超市了解或者购物。
- 8、促销气氛不浓，需要增加促销叫卖气氛。

（三）商品管理问题：

- 1、仓库较乱，商品堆放无分类，导致商品充货困难，部分商品库存放在货架顶上，无整齐摆放，无标识。
- 2、商品管理缺乏重点，主力商品不突出。
- 3、基层管理和员工对商品的季节性管理不强，对商品及促销商品的观念较弱，季节性商品不能实现量感陈列。
- 4、货架、堆头、散装区、及其它陈列区不能出现空缺。
- 5、晚上下班搞卫生前必须及时整理商品排面（商超术语：拉排面）。要学会借位陈列、纵向陈列、品牌陈列等更多的陈列方法。
- 6、早上8：20—9：30时段需要及时补充商品。

（四）其它问题：

- 1、会员卡问题，欠缺会员价，欠缺找零储蓄，只有积分换购，没有充分利用会员卡。
- 2、没有提货卡（即是储值卡，可现金9、8折购买提货卡，锁

定顾客消费)。

- 3、标价签在增加会员价之后，需全部更换带有会员价标价签。
- 4、后台系统资料登记比较乱，需要规范整理。
- 5、商品损耗、退货需及时处理，避免越积越多。
- 6、活动赠品、超市用品、商品需如实登记使用。
- 7、超市内的赠品，如是与商品相同的必须在商品进入卖场之前贴上赠品标签。其它赠品理应全部贴上赠品标签。
- 8、上下班时间需按照规定执行。
- 9、管理人员要学会使用电脑系统、后台操作软件。
- 10、所有人员离岗外出必须请示组长，并带有离岗证。

三、调整计划

- 1、管理人员之间每星期至少一次例会，平时高层管理随时开会，发现问题及时沟通，第一时间解决。强化管理人员的执行力和效率。
- 2、重点对基层管理人员进行培训，培养。开放权力和责任。多沟通，多带领，多指导。让管理者明白职责与管理力。
- 3、管理人员明确分工，各司其职，明确责任。
- 4、中高层管理人员以身作则，少闲聊，提高执行力和效率。接受监督，管理人性化同时提倡严肃作风。带给员工正能量。
- 5、部门员工争取每日一例会，批评事，表扬人，总结昨日工作，安排当天的工作，传达超市理念和规章制度，灌输服务

思想。

6、每次开例会要有规则性，规范化。

超市销售年度工作计划二

转眼来到超市已经二十多天了，踏足一个新超市，新行业，这二十多天首先我尽快的熟悉了超市的各项管理制度并严格遵守，其次努力学习了关于会展的一些专业知识，其中一些不懂或疑惑的地方也很感谢领导给与的问答解惑，年关将至，在熟悉了超市的相关制度及自己以后将涉及的领域工作范畴与职责之后，对于新一年的工作开展，我也有了点点想法与计划：

1、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4、培养对于展会过程中的一些突发状况的应急措施。

在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

二、其次作为个人xx我需要努力做到并日趋完善的几件事

1、和超市其他员工要有良好的沟通、多交流、多探讨；

我相信有良好的团队合作意识才能不断增长业务技能。

2、销售工作最基本的客户访问量（积极开发新客户，并维护好老客户，经常与客户保持一个良好的沟通）。

对客户提出的建议要能做出迅速的反映。

在传达产品信息时要知道客户对我们的产品有几分了解或接受到了什么程度。

4、工作要有一个明确的目标和详细的计划。要养成一个写工作总结和计划的习惯以便于将工作时间更加合理的分配，避免工作局面混乱等各种不良的后果。

根据超市下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，完成各个时间段的销售任务。

并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为超市明年的发展是与整个超市的员工综合素质，超市的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

市场是良好的，形势是严峻的。在xx市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

超市销售年度工作计划三

xx年已经逐渐离我们远去，这一年里销售部按照集团领导的指示，充实了队伍，深层挖掘客户群等等，在各个方面都得到了显著提高，对于即将到来的xx年，做如下计划：

一、带领本超市共同努力超额完成超市下达的各项任务

二、加强基础管理，强化量化考核指标

1、对各项工作均事先予以量化，奖罚分明，使一切均有章可循，有章可查，分季度考核结合年终考核，业绩的好坏直接与奖金挂钩，做到奖罚分明。

2、坚决杜绝老好人思想，加大跟踪力度，强化监督职能，及时记录，适时引导，定期检查，避免一阵风。做到善始善终，杜绝*蛇尾现象发生。

三、对各项工作分工明确，各区域市场挂牌承包

1、改变少数人硬性分派的做法，使员工共同参与制定相应的实施方案，择优选用。

2、明确各自的责、权、利，定期考核与年终考核相结合，并与同期收入、年终奖金相结合，对成绩优异者给予奖励，不能按计划完成的与同比例的收入，每下降一个百分点，减少同期收入。

四、建立市场网络，规范客户管理，加大市场开发力度

1、理顺整顿治理现有资源，对客户、市场按升值潜力分为a□b□c三类市场，对潜力大、上升强劲的市场予以重点开发、维护、宣传。

2、对一些需更换客户的网络先培养其他替换客户，经一段时间的扶持，不与超市发展相匹配的客户，则予以更换。

3、除传统的农资、供销、农业局的网络开发、维护外，同时重点开发粮油、邮政等农化网络。

4、强化驻点服务开发工作，依据市场情况分设一个办事处，强化市场的开发服务功能。

5、网络的建设要以终端建设为基础，掌握市场已有资源，促使市场占有率提升。

6、春节前应重点对鲁西北市场的开发与推广，改变超市春季淡的被动局面。

7、对市场各级客户均分类建档，并定期跟踪监督，及时调整，增加回访客户频率，增加相互了解，解决实际的困难，增加客户赤诚度。

五、强化沟通机制，加速市场信息的收集与转化

1、收集真实的市场信息，建立档案制度，重点对各区域的种植结构、用肥习惯及其他品牌的优势、宣传方案等对比找出差距，找出如何整改的信息方案。

2、制订定期的沟通机制，并建立有效的奖罚制度。

3、多与终端客户联系，了解一线资料。

六、加强学习，搞好团队建设

- 1、除主动参与超市的各种培训外，重点要加强事后的总结与运用。
- 2、每次出发人员回来，要及时召集相关内部人员共同分享市场成功经验，分析总结遇到的疑难问题，共同探讨，相互促进，共同进步。
- 3、主动与业务人员沟通交流，变听汇报式交流为主动谈话式交流，对发现问题应及时解决，从中发现人员的长处与缺点，以便合理安排工作，为其搭建合理的舞台，充分发挥个人的才能，加强团队的凝聚力。

七、强化服务认识，提高服务质量

- 1、成立业务投诉电话，对由于业务人员自身问题造成的业务投诉，视情节予以一定的处分，并及时解决客户的投诉，增加其赞誉度。
- 2、结合驻点服务工作的开展，整合自身市场的信息及技术资源优势，帮助客户理顺、完善开发新的营销方案与实施及二级网络的建设。

超市销售年度工作计划四

新的一年新的开始，我为接下来的一年做了一次个人工作计划，如有不妥之处，请领导指导批改。

一、对销售工作的认识

1. 市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额xx万元。
2. 适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3. 注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。
4. 目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取的市场份额。
5. 不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。
6. 先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。
7. 对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。
8. 努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

二、销售工作具体量化任务

1. 制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打xx个电话，每周至少拜访xx位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时选择客户在相同或接近的地点。
2. 见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。
3. 从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

4. 做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。
5. 填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。
6. 前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。
7. 前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。
8. 投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。
9. 投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸（设备安装图及管线图）。
10. 争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。
11. 货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。
12. 提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

三、销售与生活兼顾，快乐地工作

1. 定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。

（会议内容见附件）

客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让xx成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2. 对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3. 利用下班时间和周末参加一些xx□学习更多营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为超市做出自己的贡献。

超市销售年度工作计划五

对销售行业接触时间不长的我，在刚开始接触的时候难免走了很多弯路，但在领导和各位同事的协助下我很快扭转了不好的局面。我对未来的销售市场更有信心，并有着详细的个人销售工作计划。我的工作计划如下：

一、对于老客户，要经常保持联系

要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

二、对自己有以下要求

1、每周至少保障开发xx个新客户，在保障开发新客户的前提下也要维护好老客户并提高其成交率，尽量能够保证每月

完成业绩。

2、经常把自己名下客户和合作客户记一下看看有哪些工作上的失误有那些地方还可以改进，确切的说就是能不能够把客户的成交量提高，及时改正希望下次还能够做的更好。

3、在和客户交谈当中必须要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5、要不断加强业务、行业专业方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同事们多交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为超市树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和超市其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、为了我们部门的销售任务这个月我要努力完成3w的利润任务额，为我们部门创造更多利润。

以上就是我这一年的销售人员个人工作计划，工作中总会有各种各样的困难，请老大多多的指导，共同努力克服。为我

们门店做出自己的贡献。

三、工作计划写作注意事项

第一，对上负责的原则。要坚决贯彻执行党和国家的有关方针、政策和上级的指示精神，反对本位主义。

第二，切实可行的原则。要从实际情况出发定目标、定任务、定标准，既不要因循守旧，也不要盲目冒进。即使是做规划和设想，也应当保证可行，能基本做到，其目标要明确，其措施要可行，其要求也是可以达到的。

第三，集思广益的原则。要深入调查研究，广泛听取群众意见、博采众长，反对主观主义。

第四，突出重点的原则。要分清轻重缓急，突出重点，以点带面，不能眉毛胡子一把抓。

第五，防患未然的原则。要预先想到实行中可能发行的偏差，可能出现的故障，有必要的防范措施或补充办法。

内容写的还可以。

超市销售年度工作计划

超市员工个人工作计划

销售员工工作计划

员工服装销售工作计划

超市销售计划书篇三

(一)、营销策划目的：

通过对抚州26个农贸市场情况的调查、统计、分析，建立一个大型农贸超市。

抚州农贸市场太过分散，而且市场脏、乱、差。通过对农贸市场情况的具体调查与分析，改善农贸市场的现状，更为了方便广大市民，在市民方便区建立一个各方面都较优越的农贸超市。此农贸超市是指把原农贸市场，按照超市的经营业态、经营理念对城市农贸市场进行生鲜超市化改造，使其成为经营生鲜农副产品为主的超市。

(二)、时间、流程安排：

01月06日 09日 营销策划计划书的撰写与调查方案的准备

01月10日 14日 对市场情况进行具体调查

01月15日 20日 对调查结果的汇总、统计、分析，用word、excel、ppt把调查结果用统计图形的形式表述出来，撰写市场调查报告。

01月21日 24日 通过策划目的与市场调查报告，拟定营销策划方案，撰写营销策划书。

(三)、市场调查计划

调查范围：

从26个农贸市场中选其六处进行调查。

调查内容与对象：

内容：农贸市场的人流量、市民的购买习惯、商品价格、商品种类、货源、新建农贸超市#from 超市销售策划方案--策划书来自本站 end#的地址。

对象：消费者(广太市民)、竞争者(卖主、超市)：(具体情况见市场调查计划书)

调查方式：

观察法、走访法、问卷法。

调查时间：

01月11日 01月15日

调查地点：

26个农贸市场中选出其中的六处进行调查。

调查人：

市场营销三班15人

经费预算：

150 200元(其中包括 调查问卷费、交通费)

二、调查阶段：

按照准备阶段的调查计划，具体实施调查市场情况。

三、调查结果汇总阶段：

1、用word[]excel或ppt把调查结果用统计图形的形式表述出来，撰写市场调查报告。

2、通过策划目的与市场调查报告，拟定营销策划方案，形成营销策划方案，撰写营销策划书。

农贸市场调研方案

一、 目的及分析：

通过对抚州典型农贸市场及超市蔬菜区情况的调查、统计与分析，建立一个大型农贸超市。

抚州农贸市场太过分散，而且市场脏、乱、差。通过对农贸市场情况的具体调查与分析，改善农贸市场的现状，更为了方便广大市民，在市民方便区建立一个各方面都较优越的农贸超市。

二、 具体调查计划与内容：

调查方法：以问卷法、观察法为主、以走访法为辅。

超市销售计划书篇四

20xx年上半年全体员工在市领导的关心、各职能部门大力指导下，不断深化集团公司环节控制、流程管理的工作思路，以经营为中心、以市场为导向、以规范管理为保障不断完善、提升，逐步得到了广大消费者的认可，成为当地消费者公认的购物首选场所。

20xx年上半年，我们共完成商品销售亿元，较去年同期增长，回顾上半年，我们主要做了以下工作：

2、完善了超市商品质量管理体系，对超市内商品以及超市外加工点进行了多次检查，并进行了有效的整改，从根本上保证了消费者的利益。

3、在充分进行销售分析和市场调研后在经营中不断淘汰了近种销售达不到既定目标的商品，引进了多种适销的商品，另外我们根据当地水果、蔬菜生产量大、供应量足的特点扩大

地产品的当地采购，降低了采购成本、扩大了毛利率、提高了销量。

经营是我们工作的中心，但管理是经营工作的保障，一直坚持经营与管理两手抓的工作思路。

1、经过充分研究在加大日常巡视力度的基础上从各部门抽调责任心强、敢于负责的员工兼职成立质量检查小组，对超市范围内的营业秩序、工作纪律、商品质量、仪容仪表、卫生状况等各方面进行监督监管，起到了较好的效果。

2、完善各项制度与流程。按照集团公司环节控制流程管理的工作思路，对超市现有的工作流程、工作标准进行了详细地理顺。

3、月份开展了骨干员工、管理人员的大培训活动，以看录像、授课的形式分别对主管、员工进行了培训，开展了超市服务月，对有关超市营销的的环节、方面进行了专项检查整改。

在20xx年下半年当中，将继续按照市委、市府及贸易局的指示精神开展各项工作，尤其在经营方面将投入足够大的精力进行深入研究、周密策划精心组织各项营销活动，力争使店的经营业绩在上一个新的台阶。

1、通过各种形式增加员工之间、部门之间、超市与相关职能部门间的沟通协调，提高工作效率，发现人才、培养人才。发现员工优点、鼓励员工，使员工进步。

2、在区域内继续进行市场拓展工作，扩大经营规模。同时也进一步加强企业的社会责任心，更好的融入到城市文明建设、人员就业等问题中去，帮政府分忧解难。

3、继续深化环节控制流程管理的工作思路，找出工作开展的瓶颈，改善工作流程，为员工营造更好的工作条件。

4、做好公司的安全工作。

超市销售计划书篇五

实行自助服务和集中式一次性付款的销售方式，以满足消费者对基本生活用品一次性购足的需要，并普遍运用大工业的分工机理，实行对零售经营过程和工艺过程专业化和现代化的改造，普遍实行连锁经营方式的零售业态。

超级市场诞生在美国，并且是在经济危机席卷全球的条件下诞生的。1930年美国人迈克尔·库伦开设第一家超市—金库伦联合商店。

目前全球零售业三大巨头分别为：沃尔玛，家乐福和麦德龙。

在中国，超市最早源于80年代自选商场的诞生，91年上海联华超市在一居民区开设第一家真正意义上的超市。90年代中期超市发展热席卷全国。武汉市的超市正是在此时开始发展，目前遍布武汉三镇的大小超市已达2000余家。

超市多样化的驱动力：更好的抓住顾客，满足不同顾客的特定需要是零售也考虑的首要问题。以超市的店铺面积和经营的商品种类这两个要素划分，可划分如下类型：

低价商品的

商品种类多

品牌商店的

商品种类少

限定商品的特卖

专门领域的超低价销售

根据目标客户不同可化为：

1、传统食品超市，功能与特点：面积300—500平米，经营一般食品和日用品是超市的最初原始模式。

2、标准食品超市，功能与特点：面积1000平米，增加的生鲜食品达到营业面积30%—60%。

3、大型综合超市，功能与特点：面积2500—5000平米，

有相适应的停车场，是标准食品超市与大众用品商店的综合体。可满足消费者基本生活需要的一次性购足。

4、仓储式商场，功能与特点：面积10000平米以上，有较大规模的停车场，实行储销一体，低价销售，提供有限服务并采取自我服务销售方式的零售业态，实现对法人和个人会员实行低价销售。

5、便利店，功能与特点：面积80—100平米，具消费的即时性，小容量和应急性的特点。综合银行，邮电，书店，快印，快餐，药店等功能，24小时营业。

不同业态超市的商品定位：

1、传统食品超市的商品定位：以经营食品及日用杂品为主，食品占全部商品构成的70%以上。

2、标准食品超市的定位：食品占全部商品构成的70%左右，但生鲜食品占全部食品构成的50%。

装，鞋帽，家电)而形成的超市业态，食品与非食品各占商品构成50%左右。

4、仓储式商场的商品定位：与大型超市相比，其经营方式多采取批发配售方式。目标顾客多为中小业主，企事业单位，多实行会员制。

5、便利店的商品定位：主要经营即食，即饮，即用商品，如碗面，饮料，香烟，杂志及便利服务项目。

20商品(主力商品)的选择与保证。

2、20商品目录调整：因季节，供货因素，消费需求变化而调整。

3、20商品保证：通过6优先保证20商品发挥重

要作用。即采购优先，采购资金优先，存储库位优先，配送优先，陈列优先，促销优先。

中央采购制度与分散采购的区别

连锁超市公司采购业务的组织机构：

连锁超市公司采购业务流程：

采购业务谈判的内容和合同履行

1、谈判内容：

a□三项制约文件：商品采购计划，商品 促销计划，供应商文件。

b□内容：商品，数量，送货，退货，促 销，付款条件，价格及价格折扣优惠。

2、合同履行□a.订单 b.质量监控 c.付款()

统一的定价政策：

- 1、统一的定价政策是连锁经营的重要内容
- 2、统一的定价政策不是“统一的价格”
- 3、体现商品“总体经营”原则。

定价方法：

1、品种别定价法：一类带来利润；另一类是适应“一次性完成购买”条件的企业形象商品，该类商品反映价廉，省时，便利形象。

2、高周转率商品的定价方法：

低于竞争对手的价格，在超市中有时现金流量贡献率超过利润贡献率而成为企业第一位的利益目标。

3、折扣定价法：

分为□a.一次性折扣 b.累计折扣 c.季节折扣 d.限时折扣等。

促销及其分类和作用

1、定义：超市促销是指超市通过在卖场运用各种广告媒体向顾客传递有关商品服务信息，引起买方行动而实现销售的活动。

2、分类：

a□从沟通方式划分，可归纳为两大类：单向沟通式，如：特价，优惠券，赠品促销等；双向式沟通，如：意见征询，有奖答题等。

b□从作用效果划分：产品入市促销和巩固重复购买促销。

促销对超市的作用：

- 1、促销是达成大份额销售量的主要手段。
- 2、促销是开展竞争的利器。(刺激购买，消化库存)。
- 3、促销是反映连锁超市公司活力的显示器。

促销的误区：

不适当的促销，特别是降价或变相降价是促销的最大危害，是对品牌的伤害，表现在：

- 1、降低品牌的获利能力。
- 2、增强消费者的价格敏感度。

采购控制由一个指标体系考核采购人员并对采购进行细化控制 包括如下指标：

- 1、销售额指标。
- 2、商品结构指标(为了体现业态特征和满足目标消费者需求度的指标)。
- 3、毛利率指标。
- 4、商品周转天数指标。
- 5、通道利润指标。
- 6、新商品引进率指标。

7、商品淘汰率指标。

核算本来就是一种控制手段。连锁超市由于竞争的需要，要求建立一种适应频繁价格变动的核算制度。两种核算制度的比较：

由上可知单品进价核算制度的利益所在：

a□ 在日常运作中，商品的频繁变价，打折已成为商家促销的主要手段，单品进价核算可以省去商品变价的财务核算过程，适应市场竞争的需要。

b□ 通过该核算制度可将资金运作情况及经营状态及时反馈给决策者，是细化管理。

付款的控制：

1、付款期限的控制

2、付款审核：

在确定对供应商付款后，还需财务的付款审核：

a□ 审核供应商的开票价与合同价是否一致。

b□ 审核发票是否规范

c□ 审核发票价格

d□ 审核厂商的费用是否预扣下来。

e□ 审核厂商的退调商品是否得到退调。