

# 2023年超市工作计划(优秀9篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。我们在制定计划时需要考虑各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

## 超市工作计划篇一

二、配合上级做好各项工作档案，制定和修改各种应急方案；

三、做好20xx年各项节日活动的消现场全工作及消防安全培训与灭火疏散演练工作。

四、做好防损员的训练工作

1、具体工作计划规划

一月份——二月份：做好两节期间各项活动的消防安全工作；

三月份——六月份：，做好一年工作总结。

六月份——七月份：全体防损员对卖场进行熟悉，掌握卖场情况，并进行考核；

十月份——十一月份：做好节日安全保卫工作；

十二月份：做全年工作总结，做好圣诞节消防工作，为元旦安保做准备；

2、每月必做工作：

a□每天坚持一小时基础训练；

b□每天坚持对自己所属人员一次安全教育，加强日常业务本领养成；

c□每天坚持日常巡查，保证各项安防设施设备完整好用；

d□每周一进行一次周巡检，并形成书面材料，对发现为题进行处理和解决；

e□每周对防损员进行一次团队建设教育，增强团队意识和集体荣誉感；

f□每日早验证和晚清场工作，仔细检查每个死角，保证不留下任何安全隐患；

g□服从上级领导安排，认真完成上级交给的'各项工作任务；

h□认真完成每月安全检查，形成书面材料，对发现的问题及时进行整改。

## 超市工作计划篇二

超市服务质量直接影响公司的形象。为全面提升我店的.服务质量，提高顾客满意度和忠诚度，提升永辉在顾客心目中的形象，特制定以下活动计划：

主题：我为永辉添光彩

参加人员：全体员工

服务规范培训内容：

一、顾客服务的原则

二、接待礼仪标准

三、仪容仪表标准

四、为顾客服务时站姿标准

五、微笑服务标准

六、基本服务用语标准

以上详见服务礼仪教材

实施步骤：

1、宣传培训阶段。

时间：12月25日-12月31日

由人事部提供公司的有关服务规范的内容，由部门主管安排落实培训，要求员工知晓率100%。

2、执行阶段

时间：1月1日-1月20日

(1) 由各部门主管督促落实员工遵守服务规范，对执行不力的员工进行沟通，情况严重者予以警告和处罚。

(2) 由行管部通过周检以及平时巡场检查对各部门落实情况进行监督。

(3) 聘请神秘顾客对服务质量进行监测。

3、考评阶段（见附图3）

通过打分表对各部门的成绩进行评价并张榜公布，分值高低

作为管理奖考评要素。

#### 4、持续改进阶段

通过不断的优化执行标准、培训员工，加大执行力度，不断的将服务质量提升。

### 超市工作计划篇三

1、市场调查和商圈分析：为决策提供最重要的信息和数据，解决“能否开店”的问题；

2、目标市场选择和市场定位：为决策进一步指明方向，解决“开什么店”的问题；

3、投资和经营预测：为决策进一步指明方向，解决“需多少钱”、“收益如何”的问题；

4、工程管理：工程进度和质量决定着筹备进度和质量，并对日后经营产生重大影响；

5、招商管理：招商进度和质量决定着筹备进度和质量，并对日后经营产生重大影响；

7、其他工作，包括后勤、营运、企划、防损、行政、收货、财务、信息等部门的各项工作，也影响着筹备进度、筹备质量和日后经营。

#### (一)市场调研期

1、成立市场调查小组，制定市场调查计划；

2、进行市场调查，获取市场信息和数据；

- 3、进行商圈分析和补充调查，进一步获取市场信息和数据；
- 4、进行市场细分和选择目标市场，确定目标顾客；
- 5、进行市场定位；
- 6、进行投资和经营预测；
- 7、提供市场调查报告和投资、经营预测报告；

## (二) 正式筹备期

- 1、成立筹备小组；
- 2、制定筹备期详细计划；
- 3、按筹备计划展开工作；
- 4、综合检查；
- 5、管理移交；
- 6、相关人员工作职能转变；
- 7、新管理组织管理运行；
- 8、开业。

### 1、安全

新店筹备期必须大力重视“安全”问题，狠抓不放。要制定各项工作的安全管理规范，严格执行并严格检查。如果筹备期出现火灾、盗窃、诈骗、工程等问题而导致财产损失、人员伤亡，将严重影响筹备进度，并会给企业造成惨重损失，有的还会遭到社会媒体的报道，给企业造成极不好的影响，

所以一切工作必须强调“安全第一”。

## 2、施工队管理

施工人员在施工期间极易出现各种问题，并会影响到店铺的筹备和开业，所以在安全、秩序、卫生等方面企业相关部门必须对其进行管理和监督。由于施工队不是企业员工，而且多数施工人员可能文化、素质不高，较难管理。所以，店铺在工程招标、签定施工合同、签定涉及装修的供应商的合同时就必须考虑到此问题，尽量在合同中说明清楚，并对施工人员进行相关培训，以便于施工管理。

## 3、分工与合作

新店筹备的各项工作是复杂、繁琐的，而且环环相扣，极易出现问题，往往一个环节出现问题，其他环节就被影响，加上筹备工作较为辛苦，极易造成相关人员互相扯皮、报怨甚至消极怠工的问题。所以，筹备期各部门应该做好沟通、协调工作，各自的工作既独立又紧密，大家相互帮助、相互配合。

## 4、最高管理者

由于新店筹备工作复杂、参与人员复杂、参与部门复杂，而且有第三方的人员和部门存在，所以管理、沟通、协调难度较大，因此，必须保证筹备小组最高管理者的权威，所有参加筹备工作的人员和部门必须服从最高管理者的管理。

## 5、市场调研

市场调研的客观性和准确性对店铺的投资和经营有着重要的影响。市场调研小组、企业管理层、店铺管理层应该具有一定的对等性和关联性。很多连锁企业和大型企业在开店时出现选址失误、经营失误的问题，往往就是由于市场调研层、

决策层和店铺管理层地位不平等、过于分离，而导致决策者被某方面利好因素冲昏头脑错误拍板或店铺管理层未深入了解市场而造成的。

## 超市工作计划篇四

20xx年9月公司调任我为人民商场惠农分店超市店长。这个职位是我工作上的一个转折点。同时也知道将面临许多困难和挑战。更深刻感受到自己的责任。

在这期间，我依照公司的各项制度及服务理念管理卖场和要求员工。严格遵循公司的各项商品准入制度，保证所售商品的质量，定期组织员工进行市场调查，及时调整敏感商品价格。组织员工学习商品知识和服务技巧，使员工素质和服务水平得到提高。

坚持品牌商品，扩大品牌商品的影响力。努力做到以高质量的商品、实惠的价格和优质的服务来抢占市场。

在开业高峰期过后，销售一度出现不稳定和下滑现象，及时与总店超市部门沟通后，相应对商品结构进行了调整。在总店超市领导的协助下，通过引进新供应商和总店调配的方式，新增了散称食品、蛋糕面包、休闲食品等商品。百货和洗化区还增添了部分适季商品，增加了商品种类和品牌数量，扩大了顾客的选购范围，提高了销售量。使销售额得到回升并趋于平稳。

在十月至十一月期间超市和家电联合推出了两期促销活动，组织了一批特价商品和买赠活动，以集市定点和入村入户的方式，发放宣传海报，从而扩大了宣传的力度和广度，达到增加客流量的目的。

## 超市工作计划篇五

在罗列的超市年度销售工作计划中有八方面内容：第一、经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。实际销售完成年度考核计划的130%，同比增长15%，所实现的纯利同比增长381%。确立了武商建二在青山区域市场的领先市场地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道104个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增长26%和13%。两个工程两手齐抓。“打造20个百万品牌”和“引进10个成熟品牌”的“两手抓”工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域领先优势。

第二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然20xx年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”体系，在一线员工中开展“服务意识”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。

第三、“执行”观念深入人心，人力资源不断挖潜。以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。20xx年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问题：问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而有扩大的趋势。问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。问题六：供应商渠道的整合在20xx年虽有改变，但效果并不明显。20xx年，青山周边区域的商业

竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我们20xx年工作计划中的重点将是以下几个方面：

一、抓春节市场，确保开门红，誓夺年度目标以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、准确把握市场定位，实施差异化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营的格局。

三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

第四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为20xx年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

第五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

第六、狠抓渠道优化，减小因供应商实力弱对经营造成的制约在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取更多的政策。

第七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销20xx年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达

到吸引客源，促进销售的目的。

第八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型20xx年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训“五个一”工程。同时，加大企业制度的执行力度，进一步规范全场员工的工作行为，形成和谐、规范的良好工作氛围。

## 超市工作计划篇六

在罗列的超市年度销售工作计划中有八方面内容：

第一、经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。实际销售完成年度考核计划的130%，同比增长15%，所实现的纯利同比增长381%。确立了武商建二在青山区域市场的领先市场地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道104个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增长26%和13%。

两个工程两手齐抓。“打造20个百万品牌”和“引进10个成熟品牌”的“两手抓”工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域领先优势。

第二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然12年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”体系，在一线员工中开展“服务意识”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。

第三、“执行”观念深入人心，人力资源不断挖潜。以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。

16年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问  
题：

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。

问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在  
矛盾。

问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的  
发展。

问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而  
有扩大的趋势。

问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。

问题六：供应商渠道的整合在16年虽有改变，但效果并不明  
显。

20xx年，青山周边区域的商业竞争将日趋白热化。面对前有  
中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我  
们20xx年工作计划中的重点将是以下几个方面：

一、抓春节市场，确保开门红，誓夺年度目标以春节营销工  
作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开  
门红及年度经营目标的顺利实现。

二、准确把握市场定位，实施差异化经营略微调高经营档次，  
跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。  
特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营的格局。

三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度通过组  
织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整  
工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经

营格局。

第四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为17年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

第五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

第六、狠抓渠道优化，减小因供应商实力弱对经营造成的制约在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取更多的政策。

第七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销16年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。

第八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型20xx年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训“五个一”工程。同时，加大企业制度的执行力度，进一步规范全场员工的工作行为，形成和谐、规范的良好工作氛围。

## 超市工作计划篇七

- 1、为配货做好准配
- 2、让大家知道目标
- 3、时时通报进展（门店店长室制定统一看板）

4、不断的调节分析

5、销售计划的制定方法

a□有对比的计划同期增长率\*同期销售。在提升5%—10%作为销售目标

1、有同比的门店选择同期的单品销售。商品销售量加销售额得出商品贡献值。

2、以课组提取贡献总值70%的商品作为主力备货商品。

3、非食品特殊商品如喜庆用品、红色商品、果盘、待客用品等

4、采购洽谈的春供商品、区域商品。

5、普通商品为订货量提升1.5倍。食品保证货架的满陈列

6、无同期门店参照可比门店（无为参照青阳、宁国、黄山参照府山）

1、店长关注总额及100名主力单品dm单品

2、处长关注本处库存总额及本处到货情况

3、信息通报到货总额、库存总额、备货商品明细实际库存与目标库存

1、大库存的清理

2、仓库整理

3、仓库规划（现金商品不可退货商品有专区及专人管理）  
（快周转商品库位调整方便出货）

#### 4、租仓申请

##### 1、可调配人员

##### 2、人事、收货、财务、电工、物资

##### 3、预估工作压力较大的部门收银、打称台等

##### 4、有人员调配明细，及工作要求（特别是到岗时间）

##### 5、临时工申请（人事有计划）

##### 6、高峰期上班管理及就餐办法

##### 1、在高峰前一个月开始设备保养及维修

##### 2、不足资产申报如：冻品库不足

##### 3、电力检查

##### 4、维修工具储备

##### 5、照明设备维修

##### 6、保证所有设备正常运转（特别货梯、步梯）

##### 1、春节耗材储备及要货

##### 2、高档商品库存安全管理

##### 3、活动的组织及叫卖培训

##### 4、部分资产申报补从（购物车、篮、存包柜）

##### 5、紧张资产调配办法如液压车

## 6、需维修资产的统计跟踪维修

- 1、保证有足够的零币；
  - 2、销售高峰期时收银机开启（临时收银台申请）；
  - 3、做好所有收银员的排班工作及后背收银的培训；
  - 4、检查所有收银设备是否能够正常使用；
  - 5、储备好各项收银物资（打印纸、色带、马夹袋等）
  - 6、组织好各项促销活动的广播稿，节日歌曲的准备；
  - 7、所有收银员在下班时要将零币准备好，避免上机时兑零（指定专人在收银台换零）；
  - 8、安排管理员专职客诉处理、服务台支援
  - 9、现场有店办人员处理突发事件收银台权限控管
  - 10、建立快速收银机制如无法过机商品的处理、打包组织等
- 1、前台购物车、购物篮的回收、顾客的疏导及卖场车篮的摆放；门店的对讲机能正常使用
  - 2、寄包防损员柜负责顾客寄包、电梯安全及广场停车；
  - 3、防损主管负责整个卖场的巡视；
  - 4、收货部防损员负责收货出口的各项安检工作；
  - 5、清洗购物车、购物篮
  - 6、广场地面清洗

7、安全大检查含消防等

8、突发事件演练及处理机制及严禁任何人占用购物车篮

9、防盗设备是否能正常使用，防盗扣及防盗标贴的准备

1、肉禽、熟食为保证销售量及商品的出样，在原上班时间内提前30分钟到岗；

2、各课组要组织好货源，以避免因缺货造成对销售的影响；

3、各项物资提前领用要合理；

4、组织各课的叫卖工作，特别水果、面包、熟食；

5、称台人员组织及称台调配

6、冷库清理，保证有充足仓储空间备货。

1、做好人员的排班，分配好各员工的工作；

2、组织好各自的货源，特别关注节日商品的货源，

3、做好随时支援的准备，对讲机要拿在手上。

4、将旺销商品尽量存货在卖场（架高层）；

5、对现金及不可退货年货专人跟踪；

6、每天下班前必须加满货架方可下班营运设备统筹通用；

7、专业的超市经营管理实操干货。

1、人员调配、尤其是收银支援人员。

2、团购组织特别是ic卡的售卖。

3、信息收集特备媒体。

4、政府拜访。

5、装袋工作的安排。

6、烟草公司的拜访。

7、团购大客户的拜访。

1、液压车的检修，分配到相关部门。

2、垫仓板的整理，确保数量。损坏的需报公司统一维修。

1、团购ic卡的准备（预估销售计划，报总部财务。如100元的多少等）

2、发票的准备。

3、联系银行收款。

4、营业中的大钞收取。

1、增加促销人员，尤其是春节期间销售好的分类。如白酒、散装食品、粮油等。

2、配合门店在备货前的大库存商品清理工作。

3、对门店上交的市调报告，尤其是当令商品的市调能及时跟价。

4、积极引进新品、丰富商品分类，尤其是区域特色商品，如黄山的胡氏宴酒、金黄山酒等。

5、名酒的备货。

6、有吸引力的促销单品、轰动性的主题促销活动。

1、按照门店的备货计划，有计划的将商品配送到门店。人员是否需要增加。

2、对困难的充分预估，到时候公司11家店，90%的货要通过物流配送，公司春节销售预估在7500万左右，配送量可想而知。

3、春节前的'门店收货部的巡视。

4、制定整个公司的物流配送计划。

5、门店收货人员的二次培训。

## 超市工作计划篇八

一个美好的春节过后，我们开始努力工作，忙碌起来。我们充分感受到紧张和压力，重新开始，开始新的人生历程、新思维、新理想、新梦想、新抱负，脚踏实地、务实地开展各项工作，按照实事求是、诚信服务的原则，面对各项任务、目标和要求。我们面临市场竞争和挑战。只有通过改革和发展，我们才能找到出路。推进改革和发展是硬道理。我们面临的是机遇和挑战。只有抓住、实施、实施、掌握市场变化和信息化的快速反应能力，加快经济动脉的快速发展，提高自身的业务能力和水平，提高自身的思想素质、业务素质、知识水平，广泛吸收各行业积累的经验，丰富和积累成功的经验，使每一步都有一个新的开始，使每一步都稳健，为企业更好的发展而努力！

刚刚步入新的开始，公司面临整顿改革，为了起好步，开好头，给新的环境，新的空间，留下美好足迹，购物有个新心

情，新状态，虽然空间不是太大，而给了我们这样一个舞台，展示给我们生存发展机会，让我们感到珍惜，来者不易发现机会，让大家一起携手并肩，同舟共济，开创新的辉煌，新的业绩!我们是企业一员，我们肩负对发展企业责任!在改革发展中，拥护改革，推进改革创新，装修期间，让我怀着一个负责心员工主管，等待的是目标与计划，首先要怎样开展哪项工作，具体要求，具体标准，怎么才能做好，管理好!怎样才能推进效益进步!怎么采取有效，果断方式与方法开展各项工作!格局与模式有了方向和要求才能去做好每项工作!

第一 自觉准守各项原则，各项规章制度，自克自律，把自己本质工作做好!关心同志，互帮互爱，严格要求自己的同时再去要求别人，提高自己业务素质能力，控制好头到工序，进货渠道，验收采取三人为标准，卡好日期，预防假冒伪劣产品侵害自己和他人，保持有具体验收标准合格证，绿色卫生要求指数，所产地是否真实等具体要求。

第二 在摆放位置是否合理性，顾客容易看到，容易找到，看的又舒服，拿起来又很简便，那些东西摆放比较合理性，比如，罐头容易摔碎，容易碰下来摔坏，具体分类，划分等级，合理分化，采取顾客咨询，同事探讨办法。

第三 了解市场行情，掌握有关信息，啥东西畅销，销售的比较快，啥产品新上市，产品的规格，具体内容是啥，有利于健康，确保质量，数量，做的尽善尽美，让顾客满意，就是你的满意，让顾客放心你才能放心，做到诚信理念，服务理念工作作风范。

第四我们坚持;诚信服务理念，顾客至上，尊重自选购物的原则，做到：我们所做的一切就是为你服务的，你的选择就是我们所需要的：坚持依微笑迎宾，用热情、礼貌语言去对待每位顾客，做好：产品宣传注意事项，介绍产品品质真假，以及保质期重要性，用温馨咨询姿态去面对我们是上帝，让顾客感到安心，放心，开心，顺兴，舒心，满意而归走出我

们超市。

## 超市工作计划篇九

20xx年20xx年全体建二人紧紧围绕“差异化经营，提升品牌内涵”的经营战略以及“打造企业执行力”的管理战略这两条主线开展工作，并取得了突破性的进展。下面就是本人的工作计划：

实际销售完成xxxx年度考核计划的130%，同比增长15%，所实现的纯利同比增长381%。确立了武商建二在青山区域市场的市场地位。经营调整成效凸显。全xxxx年引进新渠道1个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，和最低毛坪较去xxxx年增长26%和13%。两个工程两手齐抓。“打造20个百万品牌”和“引进10个成熟品牌”的“两手抓”工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域优势。

现场管理成效斐然xxxx年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”体系，在一线员工中开展“服务意识”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。

以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全xxxx年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。

xxxx年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问题：

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。

问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。

问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。

问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而有扩大的趋势。

问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。

问题六：供应商渠道的整合在xxxx年虽有改变，但效果并不明显。

xxxx年，青山周边区域的商业竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我们将从以下几个方面重点入手：

一、抓春节市场，确保开门红，誓夺xxxx年度目标以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及xxxx年度经营目标的顺利实现。

二、准确把握市场定位，实施差异化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌经营的格局。

三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源做强做

大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为xxxx年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

六、狠抓渠道优化，减小因供应商实力弱对经营造成的制约在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取更多的政策。

七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销xxxx年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。

八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型xxxx年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训“五个一”工程。