

# 2023年商场员工心得体会(模板17篇)

教学反思是教师的自我学习和成长的过程，可以提高教师的专业素养和个人能力。以下是一些关于工作心得的范文，供大家阅读和参考，希望能给大家带来一些灵感和启示。

## 商场员工心得体会篇一

在现在的商战中，顾客起到决定性的作用，只有给顾客留下深刻的印象，让他下次还要选择我们商场来购物，我们才能赢得大的客流量和经济效益。

在xx日的卖场检查中，我发现了xxxx现象。我认为这样做给我们的商场造成很不好的影响。上班闲谈，如果有顾客进来，那么就不能及时发现及导购，而路过的顾客也会觉得营业员的责任心不强，有时间只知道自己聊天，不知道整理货品或者做自己本职工作，会给顾客留下不认真负责的印象。而没有对顾客迎送，就不能让顾客感受到营业员对顾客真心的欢迎，不管有没有购物，顾客都是上帝，让顾客感受到温暖，他对商场有归属感，他才愿意再次光临。

通过这次实践，我更深刻地认识到了工作中细节的重要性，我们的一举一动其实都代表着我们商场，只有每一个人都把自己的工作做好，我们才能有更的发展。

## 商场员工心得体会篇二

在这个物质极其丰富的时代，商场已经成为了人们日常生活中不可或缺的一部分。在商场购物，除了满足日常生活生产的需要，也会让人在其中体验到商场带来的美好感受，商场巡游正是其中之一。本文将从商场巡游的意义、商场巡游的乐趣、商场巡游的策略、商场巡游的风险和商场巡游的助益这五个方面进行阐述，提出我对商场巡游的心得体会。

## 商场巡游的意义

商场巡游作为一种消费行为，随着现代社会的不断进步和发展，已经成为了很多人日常购物和娱乐的主要方式之一。因为商场是一个集购物、休闲、娱乐于一体的综合性场所，所以在商场巡游中，既可以满足日常购物的需求，又可以体验到商场所带来的文化、娱乐等各种元素，从而实现心情舒畅，提高生活品质。

## 商场巡游的乐趣

商场巡游的乐趣多种多样，比如说可以体验到购物带来的满足感和快乐感，也可以在商场里享受到美食、电影、游戏等各种娱乐项目，更可以与家人、朋友欢聚一堂，让生活更加有趣。而且，商场巡游中，还可以了解到不同品牌的最新款式和推出的新品，为自己的购物带来了更多的选择。

## 商场巡游的策略

为了让商场巡游更加顺利愉快，我们可以采取一些有效的策略。比如说，可以提前做好所要去的商场和具体的路线，这样可以更好地把时间和资源合理利用起来，还可以提前查询所买商品的价格，确定自己的预算。当然，为了不影响购物体验，我们也不应该过于沉迷于购物中，应该做到理性消费。

## 商场巡游的风险

商场巡游虽然给我们带来了很多便利和乐趣，但也存在很多风险。比如说，在商场里，我们很容易受到销售员的诱惑，而购买一些自己并不需要的商品。同时，在购物过程中，我们也要时刻注意保管好自己的钱包和财物，避免被窃贼损失财物。

## 商场巡游的助益

商场巡游对我们的生活有很多助益。比如说，购物可以满足我们的生活需要，同时也会带来购物的快感和成就感，对人们的心理健康有积极的作用；商场巡游还可以带来自由和开心的感受，让我们从繁忙的生活中暂时放松，感受到快乐和幸福。

总之，商场巡游是给现代人生活带来的一项重要消费方式，通过巡游，人们可以获得更多的乐趣和体验，提高自身的生活品质。但是，在巡游中，我们也需要特别注意保护自己的财物安全，同时不忘理性地消费，避免过度消费。通过这些措施，我们一定能够在商场巡游中体验到更多的愉悦和乐趣。

## 商场员工心得体会篇三

到xxx超市已有一年的时刻了。在这一年里，我记忆了由一般职员到楼层治理人员的转变。期间，我学到了许多往常从未学过的东西，在日子工作上得到了锻炼，也变得更加成熟了。顾客之因此挑选xxx超市，是因为它在巩义人心中的地位高、信誉好。在顾客的心中它是一具很有信誉、值得信赖的企业，别管是在商品、环境等硬件设施上，依然在服务上，都能最大限度地满脚顾客的要求，在顾客中留下了很好的口碑。作为楼层基层治理人员，我们始终将顾客的中意作为我们的工作准则。基层职员是销售业绩的直接制造者，为了稳定职员队伍，楼层的组长和经理都特别关注职员的思想动向，经常与他们沟通交流，同时帮助职员解决一些实际咨询题，让他们无后顾之忧全身心地投入工作，同时尽快地融入集体日子。在这一年的时刻里□xxx超市有了很大的改观。四月份二楼的整改让购物广场的面貌有了一具别小的改变；三四五楼的重新装修，让购物广场的档次有了一具全面的提升。巩义人对xxx超市有了一具全新的认识，它的环境变美了，档次提高了。硬件的提升迫切要求我们的服务也要跟得上，当务之急

算是要把我们职工的素养提升到一具新的台阶。只要我们把服务严格的抓起来，和其他的商场比，我们算是很完美的。固然，所有的工作离别开xxx超市的各位领导。领导对工作尽职尽责，对所有的职工一视同仁，处理咨询题公私分明，在职工心目中树立了良好的形象。相信，有这么好的带头人，我们会前进的更快□xxx超市也会越来越好！

## 商场员工心得体会篇四

商场巡场是一种常见的管理手段，通过对商场进行巡视，及时发现和解决问题，提升服务质量和顾客满意度。在我工作的商场，我参与了一次巡场活动，让我深有体会。在这次巡场中，我学到了不少经验和技巧，也思考了一些问题。下面我将就此与大家分享我的心得体会。

首先，在商场巡场中，我们应该始终保持敏锐的观察力。巡场的目的是为了发现问题，而敏锐的观察力是解决问题的关键。我发现，有时候问题就在我们眼前，只不过我们没有仔细观察发现。因此，要想巡场取得实效，我们必须学会宽视野、细观察，善于通过细小的细节来发现潜在的问题，这样才能对问题有全面了解并及时采取措施。

其次，商场巡场还要求我们具备良好的沟通能力。巡场时，我们经常会与员工和顾客交流，了解他们的需求和反馈。良好的沟通能力可以促进信息的交流，让我们更好地理解 and 解决问题。我在巡场中向员工询问问题，不仅仔细聆听他们的意见，还不断与他们进行探讨，寻找解决问题的方法。通过与顾客的交流，我也得到了很多宝贵的建议，这让我认识到，作为管理者，我们需要积极倾听和真诚对待每一个顾客的意见，这对于商场的改进非常重要。

第三，商场巡场需要我们有快速反应和解决问题的能力。在巡场中，我们经常会遇到各种问题和突发情况，这要求我们能够迅速做出反应并采取正确的措施。在巡场中，我遇到了

一个员工服务态度不佳的问题。我立即停下脚步，与员工进行交流。通过了解，我发现员工当时情绪不好，于是我及时找到他的上级，解决了这个问题。这次经历让我明白，在巡场中，我们不能掉以轻心，必须迅速反应并解决问题，以确保商场的运营顺利进行。

第四，商场巡场需要我们具备协调能力和团队合作精神。在巡场中，我们与其他部门的工作人员共同合作，解决问题，推动工作落实。与工作人员的沟通和合作，是巡场工作的重要环节。在巡场中，我和其他部门的工作人员一起处理了很多问题，同时也学到了很多新知识和经验。通过团队合作，我们共同解决了问题，有效改进了商场的服务质量，并提升了综合竞争力。

最后，商场巡场使我意识到了问题的普遍性。在巡场中，我发现许多问题并不是孤立存在的，而是具有普遍性的。例如，员工的服务意识不足、设施的磨损、流程的不顺畅等问题，这些问题在许多商场中都存在。这让我深思，作为管理者，我们不仅要解决当前的问题，更要从根本上寻找解决之道。只有从整体上加强管理、提高服务质量，才能更好地满足顾客的需求。

通过这次商场巡场，我学到了许多重要的经验和技巧。敏锐的观察力、良好的沟通能力、快速反应和解决问题的能力、协调能力和团队合作精神，以及从整体上寻找问题解决之道，这些都是巡场工作的必备素质。相信只要我们不断学习、实践和总结经验，我们必将能够在商场巡场工作中取得更好的效果，并为商场的发展做出更大的贡献。

## 商场员工心得体会篇五

销售珠宝相对于其他商品人流量较少，珠宝营业员经常在很枯燥的等待。如果是专业店就应给营业员一个好的环境和气氛，如放些轻音乐及一些专业杂志。在顾客未进入店内时，

无须长时间地笔直站立。而当顾客进入或准备进入店内时立即礼貌地站起，并用微笑的眼光迎接顾客，亦可给予一定的问候，如“您好”！“欢迎光临”。如果是综合商场，营业员就应时刻准备接待顾客，当有顾客步行于珠宝工艺部时要尽可能地采取措施引起顾客对你柜台的注意，如做出拿放大镜观察钻石的动作，拿出某件商品试戴等等，这样就可能会使顾客产生对你柜台的兴趣，实际上就是一个小小的广告。

当顾客走向你的柜台，你就应以微笑的目光看着顾客，亦可问候一下，但不宜过早地逼近顾客，应尽可能的给顾客营造一个轻松购物的环境。当顾客停留在某节柜台并注意去看某件饰品时，你应轻步靠近顾客，建议不要站在顾客的正前方，好的位置是顾客的前侧方，这样既减轻了面对面时可能造成的压力，也便于顾客交谈，因为侧脸讲话要比面对面时顾客抬头给你讲话省力的多，而且也尊重顾客。另外，营业员还可以劝顾客试戴，这就要求给顾客一个不戴难以挑选合适首饰的信息，同时还要打消顾客怕试戴后不买可能遭到白眼的顾虑，从而毫无顾虑地让你拿出首饰来。

由于多数顾客对于珠宝知识缺乏了解，因此，营业员对珠宝首饰的展示十分重要。许多营业员当顾客提出拿某件首饰时，便机械地打开柜台，拿出后便递交顾客，个别的夸一下款式。其实当你开始拿出钻石首饰时，首先应描述钻石的切工，而且要用手不停地摆动钻饰，手动口也动，把该描述的'话基本说完在递给顾客，这样顾客很可能会模仿你的动作去观察钻石，并且会问什么是“比利时切工”，什么是“火”。营业员便可进行解答。这样的一问一答，是营业员展示珠宝饰品的技巧，不要只是局限在自己的描述中，这样容易产生枯燥无味的感觉。在顾客挑选款式出现挑花眼的情况时，营业员应及时推荐两件款式反差较大，且顾客选择观察时间较长的饰品，应重新描述二者款式所代表的风格。这样容易锁定和缩小顾客选择的风格和范围。

顾客所了解的珠宝知识越多，其买后感受就会得到更多的满

足。当一位女士戴上新买的一枚钻戒去上班，总是希望引起同事们的注意。当别人看到这枚钻戒后，她便会把所知道的有关钻石知识滔滔不绝地讲一遍，充分得到拥有一颗钻石的精神享受，同时她也在为你做广告。常言道：“满意的顾客是最好的广告”，“影响力最强的广告是其周围的人”。但如果你不管顾客是否愿意听，不分时机的讲解珠宝知识，也会招来顾客的厌烦。因此时机很重要，在销售的整个过程中抓住机会，尤其是当顾客提出质疑时。

由于有些营销单位的误导，使许多消费者购买钻石时要求产地是南非的，且净度是vvs级的，评价是极好的等等。遇到此类问题营业员既不可简单地说没有，也不应毫不负责地说有。比如当顾客问有无南非钻石时，我们可以先肯定说有（否则顾客可能扭头就走），随后再告诉消费者实际上钻石的好坏是以4c标准来衡量的，南非产量大，并非所有钻石都好，而且世界上大部分钻石均由戴比尔斯进行统配，倒不如说我们的钻石均来自戴比尔斯。对于钻石的品级，营业员在给顾客拿证书时，应首先掌握主动权，即在递给顾客前先看一下，并根据品级扬长避短地先对钻石做一肯定，这犹如给人介绍对象，假设把净度当作身材，白度当作长相为顾客去推荐，结合钻石分级原则和条件以及价格比说服顾客。

## 商场员工心得体会篇六

商场年会是每年一度的重要活动，旨在总结过去一年的工作成果，展望未来的发展方向，同时也是员工之间交流与沟通的重要平台。近日，我有幸参加了公司的年会，深切感受到了团队的力量和集体的凝聚力。通过这次年会，我获得了很多宝贵的经验和启示。以下是本人对商场年会的心得体会。

首先，商场年会让我感受到了集体的力量。当我走进会场时，我被热烈的气氛所感染。人们兴奋地交谈着，彼此相互鼓励和激励。座位上摆放着精心准备的礼品袋，每个人的面前都摆放着一个彩色气球，象征着喜庆和团结。当主持人宣布正

式开始年会的时候，掌声雷动，场内的人们振臂高呼。这个庞大而有力量集体向我展示了团结和凝聚力的重要性。没有团队的协作和合作，一个人的力量是微不足道的。商场年会让我深刻体会到了这一点。

其次，商场年会是员工间交流与沟通的重要平台。年会上，我看到了许多陌生的面孔，他们来自不同的部门和岗位，但是他们之间都保持着友好和融洽的关系。在交流的过程中，我了解到了一些其他岗位的工作内容和技巧，对公司的运作和发展有了更加全面的了解。同时，年会上还设有互动环节，可以通过参加游戏和抽奖的方式与其他员工互动。这样的交流和沟通让我感到快乐和自豪，也让我意识到了团队协作的重要性。只有通过良好的交流和有效的沟通，我才能更好地和其他员工合作，以达到个人和团队的目标。

再次，商场年会对于激励和奖励员工发挥着重要的作用。年会上，公司领导对过去一年的优秀个人和优秀团队进行了表彰和奖励，让那些默默付出的员工得到了应有的回报和认可。同时，公司还特地邀请了一些成功的商界精英来分享他们的成功经验，这对于激发员工的职业热情和积极性起到了重要的作用。在这个过程中，我深刻地认识到，每一个员工都应该努力工作和不断学习，因为只有不断提升自己的能力和价值，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

此外，商场年会也是一个展示个人才艺和个性的舞台。为了增加年会的趣味性和娱乐性，年会的组织者通常会策划一些丰富多样的演出和游戏环节，邀请员工秀出自己的才艺。无论是唱歌跳舞，还是说笑话和扮演小品，每个人都能找到适合自己的表演形式。我看到了许多员工在台上展示出了出色的表演实力和创造力，他们不仅在工作中优秀，在表演中也是出类拔萃的。这让我认识到，作为一个优秀的员工，不仅要在工作中做到出色，还要在个人的生活和兴趣爱好中保持活力和创造力。只有在不断锻炼和发展自己的同时，才能更好地适应现代商场的竞争环境。



综上所述，商场年会是一个极其重要的活动，不仅是总结和展望的平台，也是员工交流和沟通的机会。通过年会，我深刻感受到了集体的力量和团队协作的重要性。年会也是一个激励和奖励员工的机会，激发了我的工作热情和动力。同时，年会还让我认识到了个人发展的重要性和个人才艺的展示机会。总之，商场年会是一个非常有意义的活动，让我在工作和生活中都有了新的收获和启示。我相信，通过年会的努力和奋斗，我们一定能够取得更加辉煌的成就。

## 商场员工心得体会篇七

尊敬的领导：

您好！

我是xx商场的保洁员工，因为我觉得和我们部门的员工合不来，也觉得这份工作太辛苦但是工资又不高的缘故，觉得我的劳动和报酬不成正比，所以我现在正式向领导提出了我的辞职申请。

我要辞职的原因，我也已经跟领导大致的说过了，但是为了让领导更明白我的想要辞职的心，我会在接下来的报告里详细的说明。

第一个原因，是因为我和我们商场保洁部的员工合不来。因为我是最后一个来到商场当保洁员工的，所以商场里的其他保洁人员早在我来之前就已经相互很熟悉了，平时吃饭或者完成任务的时候，也都有各自的伴。所以我在来到商场工作之后，我就感觉很孤单，每次吃饭我都会我自己一个人吃，每次完成任务也没有同事愿意和我结队。我既感受不到来自大家庭的温暖，也感受不到部门同事对我的关心，所以就凭我一个人对工作的热情，也很难坚持下去。

第二个原因，是因为我觉得这份工作太辛苦了。我其实年龄

还不大，但是我因为在家里面生完二胎后，一直没有事情事情干，所以就出来找工作了。但是在出来工作后，我发现自己的身体已经大不如前了，也可能是因为坐月子的时候没有恢复好身体，所以身子骨就变得很弱。所以在负责商场的保洁工作时，稍微干一点重活累活的，我就感觉身体不舒服，不是这里痛就是那里痛。而且我还要负责商场外围的保洁清理工作，遇上下雨天或者刮风寒冷的天气，我也是要坚持完成。所以我觉得这份工作对于我现在的身体状况来说，是一份比较辛苦的工作。我也不想因为挣钱，就把自己的身体给更加拖垮了。所以我还是先回家休养一阵子，把身体调养好了再来考虑工作的事情吧。

第三个原因是这份工作的工资太低了。我每天这么早就来到商场上班，又这么晚的下班回到家里，干着没有多少人愿意去干的又脏又累的保洁工作。辛苦和劳累了一天，换来的却是仅仅不到一百元的报酬。我觉的很不值，所以在工作两个月后，我选择辞职。

虽然我来到我们商场才两个月的时间，但是在这两个月里，我工作的并不快乐，也感到越来越力不从心，所以既然是这样子的一个状态，我还不如早点辞职。这样既不耽误我的时间，也不耽误商场里面的工作。

此致

敬礼！

辞职人□xx

20xx年xx月xx日

文档为doc格式

## 商场员工心得体会篇八

商场年会是许多企业每年都会举行的重要活动，旨在总结过去一年的工作，展望未来的发展。作为员工，我有幸参加了公司的年会，并在此过程中积累了不少心得体会。下面将从准备工作、活动内容、氛围沟通、团队凝聚和收获成长五个方面进行总结和分析。

首先，准备工作是一个成功年会的关键。在今年的年会筹备过程中，我们组织了一系列的会议，明确了年会的主题和目标，确定了大致的活动方案。同时，我们还组织了各种培训和讲座，提高员工的演讲和表达能力，确保他们在年会上能够发挥自己的优势。此外，我们还进行了细致的场地布置和道具准备，确保整个会场的气氛浓厚，有效地营造了一种热烈、欢乐的氛围。

其次，活动内容是核心的部分。今年的年会内容丰富多彩，既有员工的演讲和表演，也有领导的致辞和总结。特别是员工的演讲和表演环节，他们通过自己的真实经历和感悟，真实地展现了他们的工作和成长。这不仅为员工提供了一个展示自我的舞台，也激发了大家的潜力和活力。领导的致辞和总结也给大家许多鼓舞，增强了大家的归属感和责任感。整个活动流程安排合理，内容丰富，且与企业发展紧密相连，让每个人都感到充满动力和信心。

第三，氛围沟通是年会中很重要的一部分。年会是一个团队沟通和互动的重要场合，各个部门之间、各个级别之间都有更多的机会进行交流。在年会期间，我发现很多同事之间加深了相互了解，甚至发展出了新的合作关系。这些互动和交流不仅有助于解决工作中的问题，还有助于激发创新和创造力。在年会中，大家积极参与讨论和互动，大胆提出问题和建议，增强了团队合作意识，推动了企业的发展。

第四，年会是团队凝聚的重要机会。在年会中，我们不仅可

以和同事们一起学习和探讨，还可以通过各种团队活动来增进团队之间的凝聚力。今年的年会中，我们组织了才艺表演和团队游戏等活动，大家纷纷参与其中，展示了自己的才华和智慧。各个团队通过合作完成任务，锻炼了团队协作能力。这些活动不仅拉近了同事之间的距离，也增强了团队的凝聚力和向心力。

最后，参加年会让我受益匪浅。年会不仅是一个展示自我的机会，也是一个学习和成长的机会。通过聆听领导的经验分享和同事的经历，我收获了很多工作和生活上的启发。年会还为我提供了和领导和同事交流的机会，让我更好地了解他们，也让他们更好地了解我。参加年会，让我感受到了企业的强大和团队的力量，激励我不断提升自己，为企业的发展做出更大的贡献。

总之，商场年会是一个重要的集结和凝聚人心的活动。通过准备工作、活动内容、氛围沟通、团队凝聚和收获成长等方面的努力，我们成功地举办了年会，充分发挥了人才的潜力，为企业的发展注入新的动力。参加年会，我收获了许多，既丰富了知识，也增强了团队意识。我相信，通过年会的集体力量，我们的企业一定能够迈上新的高度。

## 商场员工心得体会篇九

业务员是公司派驻卖场的特勤人员，既是公司和卖场的桥梁，也是公司与卖场之间的润滑剂、传感仪和调节器。所以，作为一名优秀的业务员，一定要明白公司的战略目的，领会公司的战术方针；不仅要清楚公司进入卖场产品的明细和特性，也要熟识卖场的操作流程，以及一些鲜为人知的业内潜规则；不仅能承载公司和卖场双重的压力，还要能因势利导地消弭、这种压力下运营中的摩擦系数，使公司和卖场始终保持愉快和谐的合作局面。只有这样，才能顺利地通过一切可能的渠道（诸如采购处、财务处、课长、促销员，甚至收银处）收集卖场的营销业绩、进货周期、退货频率、供应商的进退场情

况等相关信息，并及时反馈给公司，作为公司规避卖场风险的参考依据。

家乐福的背景和规模（这里忽略不提），单从其在大型连锁零售企业中的信誉度，市场覆盖率和竞争力来看，应该归属a类企业，也是我们公司重要的销售渠道之一，尽管其采购途径，卖场运营，客情维护等较之同类企业沃尔玛要复杂得多，但总体来说运营良好。

这里提及的卖场业务合作谈判，是指在公司既定的总体方针和策略下的，一些局部的、有针对性的临时合约，比喻：季度、月度和海报等促销活动中细化、量化到某个畅销或滞销单品的安排和调节。包括提供‘黄金陈列位’、演示台等对竞品有制约和压倒性的便利条件。

这种做法既能迎合卖场总的运作方式，抓住卖场走量的销售特征，也能藉此有效地提升公司产品在区域的占有率，更重要的是能与卖场，尤其是卖场的具体执行人达成互惠互利，皆大欢喜的双赢格局，从而化不利为有利，为下一步拓展奠定基础。

在公司正确、完善的销售策略的指导下，在华东市场异军突起的品牌效应下，公司得以顺利地与各各地知名卖场签约，随着销售渠道的不断拓展，销售业绩也呈几何倍数地与之骤增，良好的市场效应不仅为公司创造了巨大的经济效益，同时，也给公司制造了相应的工作困难和潜在隐患，所以，作为一线的业务应该居安思危，同时，也要迎难而上。因此，我觉得零售终端的客情维护成了我们工作的重中之重，因为所有的前期工作和努力，只有在零售终端这里才具有意义，才能产生价值。

可以这样说：与卖场的签约，只是上层抽象的总体规划，就好比创业；而零售终端的客情维护，是对总体规划的具体运作和执行，甚至可以理解为鼎力支持，则好比守成。这就是

俗语所谓的：创业容易，守成难之说。是以，零售终端的客情维护必须面面俱到地悉心呵护！

具体细节可能会因人而异，但总的来说也是些人之常情，比喻电话联系，实地拜访课长、采购主管、收货主管、财务经理，甚至竞品的促销员、收银员等，必要时还要分期分批地聚会或送些小礼物，以维持良好的关系，在实际工作中如新品上架、滞品促销、专柜销售等方面才易于沟通，便于处置。

尤其是部门课长，更是重点的公关对象，一旦获得课长的支持或默许，我们就能随时安排促销和新品上架，另外，课长有安排单品排面的权力，而排面位置的好坏至关重要，一个好位置的排面会有事半功倍的作用，黄金陈列位不仅能充分招揽顾客，还能起到很好的广告宣传效应；不仅能提高产品的知名度和企业形象，也能确保销售量。更有甚者，即使我们的促销员采用移花接木，等方式将其它竞品混乱陈列于货架一侧，而将我们公司的产品整齐划一地陈列于宽阔醒目的黄金陈列位，只要不影响他的工作，没有投诉，课长也会网开一面视而不见。

定期对每个卖场的订单数，库存数进行汇总统计，并对进货金额和销售金额做对比性的排名比较，找出畅销和滞销品，分析原因，解决问题。根据健康的客情维护和良好的合作关系，积极策应老产品的销量提升和新产品的上架进程，及时明确地向卖场提出各种有建设性的销售提议，促使卖场增加订单量和缩短订单周期，并按时间的先后顺序对个卖场的订单进行分别存档管理，作为销售数据和历史档案备查，也便于平时及时补充排面的货物。

促销员是产品与消费者之间直接的转换体，保持与促销员的交流和沟通，随时了解、掌握促销员的动态和心态，是业务的必修之课；促销员的流动性大，在业内早已是不争的事实，尤其是目前劳动力资源相对匮乏的特殊时期，好的促销员更是不可多得，因此，作为业务，必须时刻留心招贤纳士，更

要花心思悉心稳固已有的销售团队。

一个优秀的促销员无疑是销量的保证，这一点我想大家应该不会否认。而对促销员适当的鼓励和肯定、以及适时的鞭策和引导，则能充分调动促销员的积极性和热情，一个演示熟练，讲解准确，热情饱满的促销员，既可以抓住实时的客户，也可以赢得很多潜在的客户，同时，也能塑造产品的品牌效应和公司的企业形象。

## 商场员工心得体会篇十

### 第一段：引言（100字）

商场年会是一个商场企业每年一度的重要活动，它不仅是对过去一年的工作进行总结和表彰，更是促进企业内部团结、凝聚力和向心力的重要方式。最近参加了一次商场年会，给我留下了深刻的印象，让我收获颇丰。

### 第二段：亮点梳理（200字）

此次商场年会中最令我印象深刻的是各项表演和活动的紧密结合。通过多样化的节目和游戏，工作人员能够更好地展现团队合作、创造力和个人才艺，从而展示出企业的多元化文化。同时，在颁奖环节中，无论是团队奖项还是个人奖项，每个获奖者都能真切感受到企业对他们的认可和鼓励。这种激励机制不仅能够提高员工对企业的归属感，也能激发他们主动进取的积极性。

### 第三段：学习收获（300字）

参加商场年会，我学到了很多。首先，我意识到作为一个团队的一员，团队精神的重要性。无论是为节目排练，还是为年会前的准备工作，每位员工都发扬了团结合作的精神，共同克服了各种困难。这让我明白了团队能力的重要性，只有

团结一致，共同努力，才能在激烈的商场竞争中取得成功。

其次，年会上的表演和活动也展现了创新的力量。通过创新的节目和游戏形式，使得整个年会充满了活力和乐趣。这让我明白创新是企业发展的不可或缺的要素，只有不断推陈出新，才能在市场中占据竞争优势。

最后，商场年会也给了我展示个人才艺的机会。在年会的才艺表演环节，我表演了一个小节目，展示了自己的一面。这让我明白，在平时的工作中，除了专业能力外，培养和展示个人才艺也非常重要。个人才艺的展示不仅可以提高自信心，还可以让别人看到不同的自己，为个人品牌的塑造提供新的机会。

#### 第四段：展望与思考（300字）

首先，企业可以通过设立更多的奖项和荣誉来激励员工。除了表彰年度最佳业绩和最佳团队，还可以设立创新奖、服务奖等，以鼓励员工在各个方面做出突出贡献。

其次，企业可以充分发挥员工的主观能动性，鼓励他们自己组织、创作和表演节目，真正做到年会的内容和形式由员工主导。这样可以更好地展示员工的多元化才艺和团队协作能力。

最后，企业可以将商场年会与员工培训和发展结合起来，通过年会的形式来提升员工的专业水平和团队协作能力。例如，可以邀请专业培训师在年会期间进行专题讲座和培训，以帮助员工更好地提高自身素质。

#### 第五段：总结（200字）

商场年会作为一个重要的组织活动，不仅能促进企业团队的凝聚力和向心力，还能够展现企业的文化和创新力量。通过



参与商场年会，我学到了很多，收获颇丰。在未来的年会中，我将更加努力，充分发挥自己的才能和创造力，为企业的发展贡献更大的力量。同时，我也期待企业能够进一步提升年会的质量和创新性，为员工带来更大的激励和奖励。商场年会不仅是一个回顾过去的时刻，更是一个展望未来的开始。

## 商场员工心得体会篇十一

我此次实习的重点主要放在了具体的卖场：家乐福和大润发。

自五月十号根据公司的安排，随广州区负责人到达广州后，先后走访了(家乐福：新市店、康乐店、万国店、员村店;大润发：新塘店、大沥店)经过十天的现场实习，基本上了解掌握了一些卖场的操作模式和维护流程，现将这些天的学习心得和体会整理一下，就当是这次实习的工作汇报。

### 一、提供卖场信息，让公司规避业务风险

业务员是公司派驻卖场的特勤人员，既是公司和卖场的桥梁，也是公司与卖场之间的润滑剂、传感仪和调节器。所以，作为一名优秀的业务员，一定要明白公司的战略目的，领会公司的战术方针;不仅要清楚公司进入卖场产品的明细和特性，也要熟识卖场的操作流程，以及一些鲜为人知的业内潜规则;不仅能承载公司和卖场双重的压力，还要能因势利导地消弭、这种压力下运营中的摩擦系数，使公司和卖场始终保持愉快和谐的合作局面。只有这样，才能顺利地通过一切可能的渠道(诸如采购处、财务处、课长、促销员，甚至收银处)收集卖场的营销业绩、进货周期、退货频率、供应商的进退场情况等相关信息，并及时反馈给公司，作为公司规避卖场风险的参考依据。

家乐福的背景和规模(这里忽略不提)，单从其在大型连锁零售企业中的信誉度，市场覆盖率和竞争力来看，应该归属a类企业，也是我们公司重要的销售渠道之一，尽管其采购途径，

卖场运营，客情维护等较之同类企业沃尔玛要复杂得多，但总体来说运营良好。

## 二、卖场业务合作谈判

这里提及的卖场业务合作谈判，是指在公司既定的总体方针和策略下的，一些局部的、有针对性的临时合约，比喻：季度、月度和海报等促销活动中细化、量化到某个畅销或滞销单品的安排和调节。包括提供‘黄金陈列位’、演示台等对竞品有制约和压倒性的便利条件。

这种做法既能迎合卖场总的运作方式，抓住卖场走量的销售特征，也能藉此有效地提升公司产品在区域的占有率，更重要的是能与卖场，尤其是卖场的具体执行人达成互惠互利，皆大欢喜的双赢格局，从而化不利为有利，为下一步拓展奠定基础。

## 三、零售终端的维护

在公司正确、完善的销售策略的指导下，在华东市场异军突起的品牌效应下，公司得以顺利地与各地知名卖场签约，随着销售渠道的不断拓展，销售业绩也呈几何倍数地与之骤增，良好的市场效应不仅为公司创造了巨大的经济效益，同时，也给公司制造了相应的工作困难和潜在隐患，所以，作为一线的业务应该居安思危，同时，也要迎难而上。因此，我觉得零售终端的客情维护成了我们工作的重中之重，因为所有的前期工作和努力，只有在零售终端这里才具有意义，才能产生价值。

可以这样说：与卖场的签约，只是上层抽象的总体规划，就好比创业；而零售终端的客情维护，是对总体规划的具体运作和执行，甚至可以理解为鼎力支持，则好比守成。这就是俗话所谓的：创业容易，守成难之说。是以，零售终端的客情维护必须面面俱到地悉心呵护！

具体细节可能会因人而异，但总的来说也是些人之常情，比喻电话联系，实地拜访课长、采购主管、收货主管、财务经理，甚至竞品的促销员、收银员等，必要时还要分期分批地聚会或送些小礼物，以维持良好的关系，在实际工作中如新品上架、滞品促销、专柜销售等方面才易于沟通，便于处置。

尤其是部门课长，更是重点的公关对象，一旦获得课长的支持或默许，我们就能随时安排促销和新品上架，另外，课长有安排单品排面的权力，而排面位置的好坏至关重要，一个好位置的排面会有事半功倍的作用，黄金陈列位不仅能充分招揽顾客，还能起到很好的广告宣传效应；不仅能提高产品的知名度和企业形象，也能确保销售量。更有甚者，即使我们的促销员采用移花接木，等方式将其它竞品混乱陈列于货架一侧，而将我们公司的产品整齐划一地陈列于宽阔醒目的黄金陈列位，只要不影响他的工作，没有投诉，课长也会网开一面视而不见。

#### 四、订单的促进与维护

定期对每个卖场的订单数，库存数进行汇总统计，并对进货金额和销售金额做对比性的排名比较，找出畅销和滞销品，分析原因，解决问题。根据健康的客情维护和良好的合作关系，积极策应老产品的销量提升和新产品的上架进程，及时明确地向卖场提出各种有建设性的销售提议，促使卖场增加订单量和缩短订单周期，并按时间的先后顺序对个卖场的订单进行分别存档管理，作为销售数据和历史档案备查，也便于平时及时补充排面的货物。

#### 五 保持与促销员的沟通和督导

促销员是产品与消费者之间直接的转换体，保持与促销员的交流和沟通，随时了解、掌握促销员的动态和心态，是业务的必修之课；促销员的流动性大，在业内早已是不争的事实，尤其是目前劳动力资源相对匮乏的特殊时期，好的促销员更

是不可多得，因此，作为业务，必须时刻留心招贤纳士，更要花心思悉心稳固已有的销售团队。

一个优秀的促销员无疑是销量的保证，这一点我想大家应该不会否认。而对促销员适当的鼓励和肯定、以及适时的鞭策和引导，则能充分调动促销员的积极性和热情，一个演示熟练，讲解准确，热情饱满的促销员，既可以抓住实时的客户，也可以赢得很多潜在的客户，同时，也能塑造产品的品牌效应和公司的企业形象。

以上是这次实习的一些心得体会，十分感谢对我的垦切训导，以及各位同事的帮助；更加感激公司罗和百忙之中的耳提面训！

## 商场员工心得体会篇十二

商场是现代都市生活中不可或缺的一部分，每天上演着一幕幕琳琅满目的购物场景。作为一个喜欢逛商场的人，我深刻地体会到其中的乐趣和收获。下面我将从购物氛围、商品品质、服务态度、个人益处和社会意义五个方面来分享我的商场心得体会。

首先，商场的购物氛围给人一种舒适和愉悦的感觉。进入商场，时尚的装修和音乐给人带来视觉和听觉上的享受，舒适的温度和灯光让人感到宜人。商场里人来人往，熙熙攘攘，仿佛置身于一个繁华的小城市。大大小小的商店琳琅满目，各种各样的商品琳琅满目，让人有种探索和发现的快感。购物中心里还经常有各种主题展览和促销活动，让顾客不仅仅是购物，而是参与其中，增加了购物的乐趣和参与感。

其次，商场里商品的品质是我选择购物的重要原因。商场里的商品无论是在品牌、款式还是质量上都有很大保证。各大品牌都会在商场设立旗舰店，他们靠着优质的商品和服务赢得了广大顾客的青睐和信任。商场里还经常有各类产品的展

示和体验区，可以让顾客更好地了解和选择自己所需的商品。而且商场的商品也有较长的售后服务期，一旦商品出现问题可以及时给予解决或更换，让顾客感到非常放心。

第三，商场里良好的服务态度让顾客倍感宾至如归。商场里的店员们都接受过专业的培训，他们爽朗的笑容、热情的问候和细致入微的服务让顾客感到被尊重和关心。无论是面对购物咨询还是售后问题，他们总能及时提供相应的帮助和解决方案。商场里还设有舒适的休息区和儿童乐园等，给予顾客更全面的 service 体验。良好的服务态度让顾客不仅满意于购物的过程，更觉得商场是一个宾至如归的地方。

第四，商场带给个人的益处不仅仅是购物所需的商品。商场里涵盖了各种各样的店铺，从服装、化妆品到书店、电脑城，几乎可以满足所需的一切。而且商场里经常有各种优惠活动和折扣，价格相对比较实惠。购物时，我们不仅能够买到自己所需的商品，也能够了解到一些新的产品和新的流行趋势。此外，商场还有各类餐饮服务，可以让人在购物之余尽情享受美食。商场的一站式服务使人们不仅能够满足购物需求，还能够获得一次娱乐和放松的体验。

最后，商场对于社会的意义非常重大。商场里的店铺给人们提供了就业机会，缓解了部分就业压力。商场为提高城市经济发展作出了贡献，并形成了商圈经济。商场里的品牌企业通过经营和扩展也为国家的经济贡献了一定的力量。同时，商场为人们提供了一个社交的平台，人们可以通过商场结识朋友，拓宽人际关系。此外，商场还能够提高城市的知名度和吸引力，成为城市的地标之一。

综上所述，商场对于现代都市生活有着深远的影响。购物氛围、商品品质、服务态度、个人益处和社会意义是商场给人们带来的主要体会。商场不仅仅是购物的地方，更是社交、娱乐和放松的场所，让人们感受到一种全新的生活方式。

## 商场员工心得体会篇十三

说说这几天卖\*\*的一点心得体会吧，我现在的这个柜台位置安排的不是很醒目，不像以前的格力空调，位置就在电梯口，别人一上电梯就能看得到。位置的不醒目使得这些天来的顾客很少，顾客来的第一反应基本是“\*\*是什么品牌，没听说过”之类的，其实这也不能怪顾客，\*\*进入国内市场本身就晚一些，对于广告这一块也没投入太大的力度去进行宣传，相对来说知道的人必然就要少一些。

其实我本来也不是很清楚这个品牌，原先在南京的威孚金宁公司工作时，拖运的泵体上用带字胶带封着，胶带上就标着“bosch”的字样，先也没太在意，后来才通过网上查到是叫做“\*\*”的品牌，但也没去具体了解。

刚刚在威孚金宁公司工作没几个月，正好学校在办招聘会，我就抽空去了。

在招聘会上，我看到了西门子公司在招聘会的现场，我就特地去看了一下，一看单位名字写着“博西华（南京）有限公司”，当时心中还有些疑问，心想为何不叫西门子，而叫做博西华。

自从卖了\*\*才知道，原来\*\*和西门子合并为一家，名字就叫做博西华，这才解开了我心中的疑问。俗话说的好：“酒香不怕巷子深”，现在就冰箱洗衣机这一块，\*\*和西门子是排名第一的。我相信，只要知道了解的多了，人自然而然会多起来的，我也会努力加油的！

鉴于销售的总体规划，是由公司总部统一制定和掌控，我此次实习的重点主要放在了具体的卖场：家乐福和大润发。

天的现场实习，基本上了解掌握了一些卖场的操作模式和维护流程，现将这些天的学习心得和体会整理一下，就当是这

次实习的工作汇报。

## 一、提供卖场信息，让公司规避业务风险

业务员是公司派驻卖场的特勤人员，既是公司和卖场的桥梁，也是公司与卖场之间的润滑剂、传感仪和调节器。所以，作为一名优秀的业务员，一定要明白公司的战略目的，领会公司的战术方针；不仅要清楚公司进入卖场产品的明细和特性，也要熟识卖场的操作流程，以及一些鲜为人知的业内潜规则；不仅能承载公司和卖场双重的压力，还要能因势利导地消弭、这种压力下运营中的摩擦系数，使公司和卖场始终保持愉快和谐的合作局面。只有这样，才能顺利地通过一切可能的渠道（诸如采购处、财务处、课长、促销员，甚至收银处）收集卖场的营销业绩、进货周期、退货频率、供应商的进退场情况等相关信息，并及时反馈给公司，作为公司规避卖场风险的参考依据。

家乐福的背景和规模（这里忽略不提），单从其在大型连锁零售企业中的信誉度，市场覆盖率和竞争力来看，应该归属a类企业，也是我们公司重要的销售渠道之一，尽管其采购途径，卖场运营，客情维护等较之同类企业沃尔玛要复杂得多，但总体来说运营良好。

## 二、卖场业务合作谈判

这里提及的卖场业务合作谈判，是指在公司既定的总体方针和策略下的，一些局部的、有针对性的临时合约，比喻：季度、月度和海报等促销活动中细化、量化到某个畅销或滞销单品的安排和调节。包括提供‘黄金陈列位’、演示台等对竞品有制约和压倒性的便利条件。

执行人达成互惠互利，皆大欢喜的双赢格局，从而化不利为有利，为下一步拓展奠定基础。

### 三、零售终端的维护

在公司正确、完善的销售策略的指导下，在华东市场异军突起的品牌效应下，公司得以顺利地与各各地知名卖场签约，随着销售渠道的不断拓展，销售业绩也呈几何倍数地与之骤增，良好的市场效应不仅为公司创造了巨大的经济效益，同时，也给公司制造了相应的工作困难和潜在隐患，所以，作为一线的业务应该居安思危，同时，也要迎难而上。因此，我觉得零售终端的客情维护成了我们工作的重中之重，因为所有的前期工作和努力，只有在零售终端这里才具有意义，才能产生价值。

可以这样说：与卖场的签约，只是上层抽象的总体规划，就好比创业；而零售终端的客情维护，是对总体规划的具体运作和执行，甚至可以理解为鼎力支持，则好比守成。这就是俗话所谓的：创业容易，守成难之说。是以，零售终端的客情维护必须面面俱到地悉心呵护！

具体细节可能会因人而异，但总的来说也是些人之常情，比喻电话联系，实地拜访课长、采购主管、收货主管、财务经理，甚至竞品的促销员、收银员等，必要时还要分期分批地聚会或送些小礼物，以维持良好的关系，在实际工作中如新品上架、滞品促销、专柜销售等方面才易于沟通，便于处置。

它竞品混乱陈列于货架一侧，而将我们公司的产品整齐划一地陈列于宽阔醒目的黄金陈列位，只要不影响他的工作，没有投诉，课长也会网开一面视而不见。

### 四、订单的促进与维护

定期对每个卖场的订单数，库存数进行汇总统计，并对进货金额和销售金额做对比性的排名比较，找出畅销和滞销品，分析原因，解决问题。根据健康的客情维护和良好的合作关系，积极策应老产品的销量提升和新产品的上架进程，及时



明确地向卖场提出各种有建设性的销售提议，促使卖场增加订单量和缩短订单周期，并按时间的先后顺序对个卖场的订单进行分别存档管理，作为销售数据和历史档案备查，也便于平时及时补充排面的货物。

## 五

### 保持与促销员的沟通和督导

促销员是产品与消费者之间直接的转换体，保持与促销员的交流和沟通，随时了解、掌握促销员的动态和心态，是业务的必修之课；促销员的流动性大，在业内早已是不争的事实，尤其是目前劳动力资源相对匮乏的特殊时期，好的促销员更是不可多得，因此，作为业务，必须时刻留心招贤纳士，更要花心思悉心稳固已有的销售团队。

一个优秀的促销员无疑是销量的保证，这一点我想大家应该不会否认。而对促销员适当的鼓励和肯定、以及适时的鞭策和引导，则能充分调动促销员的积极性和热情，一个演示熟练，讲解准确，热情饱满的促销员，既可以抓住实时的客户，也可以赢得很多潜在的客户，同时，也能塑造产品的品牌效应和公司的企业形象。

以上是这次实习的一些心得体会，十分感谢\*\*\*对我的垦切训导，以及各位同事的帮助；更加感激公司罗\*\*和\*\*\*百忙之中的耳提面训！

过前一段时间的工作和大干 50 天的拼搏，我们预计完成全年销售毛利平均计划的\*%，实际完成了\*%，有近\*\*%的销售小组都已超额完成，排名前三位的部门是：生鲜部完成了\*\*%，食品部 102.7%，百货部 98.9%。

\*\*\*\*年两节销售额计划的完成，这样的业绩凝聚着全体干部员工的智慧和心血，在此，我谨代表\*\*百货向大家表示衷心

的感谢和崇高的敬礼！下面就简要总结一下 20\*\*两节销售的主要工作：

## 一、经营方面

（一）抓好营销策划工作，求新求变。由于\*\*零售市场形势的变化，20\*\*年我们\*\*百货也在营销策划、促销活动上下了功夫，目的是抓住元旦、春节两大节日的销售，我们推出了一系列的促销活动：会员积分兑换奖品、抓奖、买赠、打折、特价、平安夜送平安果、幸运大转轮、大型文艺会演、春节送对联、送福字、送红包、元宵灯会一条街销售、情人节投许愿石赢现金卡、送玫瑰、装饰巧克力一条街等等，这些活动都为商场的聚集人气，扩大影响，促进销售，起到了一定的拉动作用。因为我们在促销策划上面没有什么经验，但经过张经理和同事们的努力，我们的促销活动还是取得了一定的效果，我们相信我们的促销活动会越来越多，越来越好的。良好的开端便是成功的一半。节日旺季过后，把工作的重点从旺季保供应转移到淡季促销售上来。坚持“有节借节，无节造节”，特别是做好“无节造节”的文章。争取厂商支持，整合各类营销资源，统一策划营销方案，统分结合地把握好营销活动推出的时间、形式、规模和力度，放大营销资源的促销功能。

（二）抓好商品的结构调整、库存管理，争取厂商的政策支持，适应市场消费需求。由于经济形势的变化，销售市场竞争格局的变化，今年的商品的结构、库存是很难把握的，随着两节销售旺季的到来，各部门经理始终把商品结构调整、组织适销对路商品，库存管理最优化作为一项重要工作来抓落实。各部门经理主动对两节销售形势进行了分析，对商品的结构、库存进行了更加详细的分析，按照优胜劣汰的原则，抓好商品结构的调整、抓好库存管理。

1、生鲜部：部经理与各组组长开会交谈，研究要货方案，最终的要货量基本上是准确的。为了吸引更多的顾客，部经理

与供货商勤沟通，基本做到了进价最低、售价低于兴隆的进销策略。另外还补充了不少新产品，例如糕点组的北京特产糕点、糯米糍；干果组的红泥花生，低价位的冰糖、葡萄干；香肠组的十元一只的沟帮子熏鸡、锦江香肠等等，都提高了销售。

2、食品部：根据今年的实际情况，调整了上货量，啤酒、中低档白酒、礼包系列按去年的\*\*%；茅台、五粮液、剑南春等高档酒按去年的\*\*%；食用油随进随买、调料饮料宁多毋少。两节过后，看这个比例是正确的。为丰富商品品种，提高竞争力，又新进了黄金酒、进口品客薯片、好友趣系列薯片，吊炉花生□600g南方黑芝麻糊、砂糖系列、婴儿颗粒面等等。

3、百货部：部经理与各个小组分析现有的库存情况，经营情况，准确要货，保证了节后库存商品，无大量积压、无断档现象。根据民俗，中国人在春节有更换生活日用品的习惯，百货部将日用碗的种类达到了 100 多个品种，筷子达到了50多种，菜板规格 40 多种，不锈钢、塑料盆 60 多种，使销售得到平稳上升。

4、针纺部：与厂家沟通，争取了一些特价商品：床上用品组的“108”元特价双人被，销售了近300条，并带动了其它商品的销售。

5、鞋部：加强与各个联销商、供应商的协调，争取更多的优惠政策和促销资源。例如童鞋组新组装了一套货柜，改变了形象，增加了销量，平均完成计划的108.1%。

6、服装部：因原材料价格上升，商品价格偏高，购买力下降，整个服装行业

都显得冷清，各厂家销售都较去年直线下降，部经理与营业员每天考查市场，共同分析、探讨。童装组的天津童装成了主打商品，价格适中、适合运动。又进了一种时尚的款式，

使得童装销售非常乐观，完成了计划的 91.3%。

## 商场员工心得体会篇十四

当我们备受启迪时，可以记录在心得体会中，如此可以一直更新迭代自己的想法。那么要如何写呢？下面是小编为大家收集的商场销售心得体会，希望能够帮助到大家。

### 商场销售心得体会1

商场的管理首先要从服务着手；员工是决定商场服务 质量的关键因素。服务通常不是一种有形的物质实体，而是一种行为或过程，服务既不能与服务提供者(服务人员)分离，也不能与服务接受者(顾客)分离，而是服务人员与顾客之间的相互作用。

1、商场服务质量和生产企业的产品质量，无论是在内容上，还是在管理方式上都有很大的不同。由于服务主要表现为一种过程，一种行为，服务质量归根结底必须通过商场员工的形象和行 为反映出来，人的行为是服务的中心。

2、商场的服务质量管理不仅仅是要建立健全服务质量体系和制度，更重要的是要把提高服务质量的 思想、原则和方法传达和落实到每一个员工，并为他们理解和接受。如果商场管理者能充分意识到员工在提高服务质量和吸引、保留顾客中的重要作用，并采取有效措施加强和改善人员管理，提高员工素质，调动全体员工为顾客服务的积极性和主动性，就一定能够创造出 一流的服务质量，其经营业绩和竞争实力也一定会有实质性的提高。

为获得外部市场的回应，商场就业项为顾客提供优质的商品和服务，内部市场也是如此。为了调动员工为顾客服务的积极性和自觉性，需要不断地对其进行有效的激励，因此，激励是商场内部营销管理的又一项重要内容。

- 1、要充分尊重员工的服务性劳动，经常在各种场合强调员工为企业所做的贡献。
- 2、要努力为员工提供合适的工作岗位，以及良好的工作环境和发展机遇。
- 3、在工作中要充分信任员工，要给予各部门员工特别是一线员工一定的权限，允许他们在一定范围内有权处理顾客服务过程中出现的问题，这样既可以激发一线员工的积极性和自觉性，加强为顾客服务的责任感，避免一有问题就问上级部门或主管人员身上一推了之，又能缩短解决问题的时间，缓解顾客的不满情绪。

商场的各类员工都需要有充分的信息来完成各自的工作，为内部和外部的顾客提供服务。他们需要的信息包括公司的经营理念和经营战略、岗位规章制度、产品和服务的性质、公司对顾客的承诺或保证等等，此外，商场内部上下级之间、部门之间，以及员工之间也需要交流和沟通，因而，沟通是商场内部营销管理的又一个重要内容。

1. 首先管理人员、服务人员及各部门员工，可以通过正式的和非正式的互动式的信息沟通和信息反馈，理解和接受商场的使命、战略、战术，以及产品、服务和营销活动，这样，商场的服务理念和战略思想才能成为员工的自觉行为。
- 2、其次，由于服务质量不仅取决于一线服务人员的服务态度、技能和服务水平，而且还取决于一线服务人员与内部其他各部门人员的相互理解、合作与快调。因为所有员工都参与了为顾客服务的过程，很多员工虽然不与顾客直接接触，但他们的工作表现也会间接地影响到顾客所获得的服务，一线员工为顾客服务的能力在很大程度上依赖于其他员工的服务意识。提供高质量的服务不是一线服务人员或其他某个部门人员所能单独完成的，它是各部门人员相互作用、共同努力的结果。而沟通则有助于实现内部人员之间、部门之间的相互

理解、合作与支持，特别是包括高层管理者在内的各级管理人员对一线服务人员的支持及相关部门对一线服务部门的支持。

培训是市场内部营销管理的基本组成部分，对员工进行有计划培训，不仅对提高员工的基本素质和服务技能是必须的，而且有助于员工充分了解企业的服务战略和自身的职责，牢固树立顾客导向的服务观念。培训的目标和任务主要有三个方面：

2、树立和增强员工的顾客意识和服务的自觉性；

3、提高员工沟通、销售和服务的技巧。因此，在制定培训方案时，应把知识与技能和理念与态度紧密结合在一起，使两者相互促进，相辅相成，不可有所偏废。

除了上述内容之外，内部营销还包括其他许多旨在培育员工服务理念的行为和活动。但是，如果我们仅仅是把内部营销看作一般意义上的一项营销活动，那么，内部营销就无法取得战略意义上的成功，因为仅在这个层次上实施内部营销活动是无法培育公司的服务文化，也难以从根本上激发员工对优质服务和顾客导向的追求。可见，内部营销管理实际上已经突破了人员管理的简单含义，成为企业战略管理的一个组成部分，内部营销更多的应该是作为一项战略活动而不是一项战术活动来予以实施，它首先是一种管理哲学，然后才是一种管理策略。

商场销售心得体会2

我此次实习的重点主要放在了具体的卖场：家乐福和大润发。

自五月十号根据公司的安排，随广州区负责人到达广州后，先后走访了(家乐福：新市店、康乐店、万国店、员村店；大润发：新塘店、大沥店)经过十天的现场实习，基本上了解掌握了一些卖场的操作模式和维护流程，现将这些天的学习心

得和体会整理一下，就当是这次实习的工作汇报。

业务员是公司派驻卖场的特勤人员，既是公司和卖场的桥梁，也是公司与卖场之间的润滑剂、传感仪和调节器。所以，作为一名优秀的业务员，一定要明白公司的战略目的，领会公司的战术方针；不仅要清楚公司进入卖场产品的明细和特性，也要熟识卖场的操作流程，以及一些鲜为人知的业内潜规则；不仅能承载公司和卖场双重的压力，还要能因势利导地消弭、这种压力下运营中的摩擦系数，使公司和卖场始终保持愉快和谐的合作局面。只有这样，才能顺利地通过一切可能的渠道（诸如采购处、财务处、课长、促销员，甚至收银处）收集卖场的营销业绩、进货周期、退货频率、供应商的进退场情况等相关信息，并及时反馈给公司，作为公司规避卖场风险的参考依据。

家乐福的背景和规模（这里忽略不提），单从其在大型连锁零售企业中的信誉度，市场覆盖率和竞争力来看，应该归属a类企业，也是我们公司重要的销售渠道之一，尽管其采购途径，卖场运营，客情维护等较之同类企业沃尔玛要复杂得多，但总体来说运营良好。

这里提及的卖场业务合作谈判，是指在公司既定的总体方针和策略下的，一些局部的、有针对性的临时合约，比喻：季度、月度和海报等促销活动中细化、量化到某个畅销或滞销单品的安排和调节。包括提供‘黄金陈列位’、演示台等对竞品有制约和压倒性的便利条件。

这种做法既能迎合卖场总的运作方式，抓住卖场走量的销售特征，也能藉此有效地提升公司产品在区域的占有率，更重要的是能与卖场，尤其是卖场的具体执行人达成互惠互利，皆大欢喜的双赢格局，从而化不利为有利，为下一步拓展奠定基础。

在公司正确、完善的销售策略的指导下，在华东市场异军突

起的品牌效应下，公司得以顺利地与各地知名卖场签约，随着销售渠道的不断拓展，销售业绩也呈几何倍数地与之骤增，良好的市场效应不仅为公司创造了巨大的经济效益，同时，也给公司制造了相应的工作困难和潜在隐患，所以，作为一线的业务应该居安思危，同时，也要迎难而上。因此，我觉得零售终端的客情维护成了我们工作的重中之重，因为所有的前期工作和努力，只有在零售终端这里才具有意义，才能产生价值。

可以这样说：与卖场的签约，只是上层抽象的总体规划，就好比创业；而零售终端的客情维护，是对总体规划的具体运作和执行，甚至可以理解为鼎力支持，则好比守成。这就是俗话所谓的：创业容易，守成难之说。是以，零售终端的客情维护必须面面俱到地悉心呵护！

具体细节可能会因人而异，但总的来说也是些人之常情，比喻电话联系，实地拜访课长、采购主管、收货主管、财务经理，甚至竞品的促销员、收银员等，必要时还要分期分批地聚会或送些小礼物，以维持良好的关系，在实际工作中如新品上架、滞品促销、专柜销售等方面才易于沟通，便于处置。

尤其是部门课长，更是重点的公关对象，一旦获得课长的支持或默许，我们就能随时安排促销和新品上架，另外，课长有安排单品排面的权力，而排面位置的好坏至关重要，一个好位置的排面会有事半功倍的作用，黄金陈列位不仅能充分招揽顾客，还能起到很好的广告宣传效应；不仅能提高产品的知名度和企业形象，也能确保销售量。更有甚者，即使我们的促销员采用移花接木，等方式将其它竞品混乱陈列于货架一侧，而将我们公司的产品整齐划一地陈列于宽阔醒目的黄金陈列位，只要不影响他的工作，没有投诉，课长也会网开一面视而不见。

定期对每个卖场的订单数，库存数进行汇总统计，并对进货金额和销售金额做对比性的排名比较，找出畅销和滞销品，



分析原因，解决问题。根据健康的客情维护和良好的合作关系，积极策应老产品的销量提升和新产品的上架进程，及时明确地向卖场提出各种有建设性的销售提议，促使卖场增加订单量和缩短订单周期，并按时间的先后顺序对个卖场的订单进行分别存档管理，作为销售数据和历史档案备查，也便于平时及时补充排面的货物。

促销员是产品与消费者之间直接的转换体，保持与促销员的交流和沟通，随时了解、掌握促销员的动态和心态，是业务的必修之课；促销员的流动性大，在业内早已是不争的事实，尤其是目前劳动力资源相对匮乏的特殊时期，好的促销员更是不可多得，因此，作为业务，必须时刻留心招贤纳士，更要花心思悉心稳固已有的销售团队。

一个优秀的促销员无疑是销量的保证，这一点我想大家应该不会否认。而对促销员适当的鼓励和肯定、以及适时的鞭策和引导，则能充分调动促销员的积极性和热情，一个演示熟练，讲解准确，热情饱满的促销员，既可以抓住实时的客户，也可以赢得很多潜在的客户，同时，也能塑造产品的品牌效应和公司的企业形象。

以上是这次实习的一些心得体会，十分感谢对我的垦切训导，以及各位同事的帮助；更加感激公司罗和百忙之中的耳提面训！

## **商场员工心得体会篇十五**

商场开业是每个商家心中的一件大事。从选址到施工再到营业，每一个环节的问题都需要我们认真对待。随着社会的不断发展，商场的崛起为我们提供了更加宽阔的销售渠道和更加广阔的市场空间。在一个拥有广阔发展前景的市场中，如何更好地适应和利用现代商业消费机制，及时调整经营思路和运营策略，以求获得更好的发展前景和更具竞争力的市场地位，是我们面对的重要问题。

## 第二段：筹备阶段

商场的开业首先要进行筹备工作，包括人员组成、规划设计、产品和服务准备等。作为商场管理者，我要想到更多的创新、想到更有识别力的准备和策划，来满足客人的消费需求，增强市场竞争力。在筹备阶段，我们对市场进行了认真地调研和分析，了解消费者的需求和购物习惯，针对市场需求不足的环节加以改进。同时，我们还建立了良好的内部沟通机制，加强各部门之间的协作，为之后的运营打下良好的基础。

## 第三段：开业过程

商场的开业是一个吸引人们关注的重要的营销活动之一。在商场开业的过程中，我们采用多种营销手段，如公告、宣传、展览、演出等，广泛宣传商场的特色产品和服务，并吸引更多的客户来到商场消费。除此之外还精心设计了各项特色活动，吸引更多的消费者。在开业期间，我们密切关注市场动态，适时进行市场调整，及时有效地满足消费需求。

## 第四段：营销方式

商场是一个社交、购物、休闲的综合场所，既是消费者，同时也是商户的交集。为了更好的服务消费者，我们在营销方式上创新求变，尝试多种不同的营销方式，不断创新推出各种具有特色的活动和促销方式，打造不同的购物体验，吸引更多的客户前来消费。比如，在每个假日我们都会推出不同的促销活动，市场营销手段主要针对社交媒体，例如微信，支付宝等，活动范围涵盖了周边小区、商业街、学校等不同场所，通过多维度地融入社交媒体平台和线下线上的活动组织，有效提升了市场曝光，拓展了市场营销的活力和影响力。

## 第五段：总结

在商场开业的过程中，我们始终贯彻了客户至上、市场为王

的经营理念。在筹备、营销和开业过程中，我们积极拥抱市场，锐意改革创新，不断提高自身的经营水平和服务质量。我们坚定地相信，只有以客户为中心，不断提升客户的满意度，才能赢得市场，获得发展。商场开业只是新起点，我们将继续不断学习，积极拥抱新市场，不断挖掘商机，不断提升服务品质，打造更好的营商环境，让我们更好地面对发展的挑战。

## 商场员工心得体会篇十六

商场是现代人日常生活中不可或缺的地方，不仅供应着我们的衣食住行，也是社交、消遣的场所。在这个热闹的场所里，或许我们很容易忽略感恩之心，忘记了一直以来为我们服务的人们。今天，我想与大家分享我在商场感恩的心得体会。

### 第二段：体验商场服务所带来的便利

商场的工作人员为我们提供了各种服务，用快捷高效的方式满足我们的需求。举个例子，我曾在商场遇到中午吃饭时间没有地方坐的情况，这时工作人员主动为我安排了位置，并帮我点了一份午餐，一切安排妥当，我只需要享受完美服务就好了。如果没有他们，我可能不得不在快节奏的工作中找餐馆，买单等费时费力的活动。感谢他们的服务，让我的时间利用率被最大的发挥了。

### 第三段：感悟在商场面对各类情况应该有的正确处理方式

在商场里，我们或许会遇到一些不如意的事情，比如购买到一件瑕疵产品、遭遇不友善的服务员等等，我们应该怎样处理呢？我个人认为，第一时间要冷静地分析问题，理性对待与解决问题。不要感情冲动，也不要那些负面情绪影响自己的情绪与状态。有时候，问题的发生也是因为我们自己存在不足之处，从商场购物中总结经验教训，能够帮助我们提高个人的素质与修养。

#### 第四段：感想在商场接触到的人们给我们的启示

通过在商场购物，我们还能接触到各种各样的人，他们有些是优秀的服务员、有些是严谨的经理等等，他们的品质与行为准则会给我们带来启示。比如，有些服务员会非常耐心地为我们的解答问题，或与我们交流近况；或许我们也会遇到那些面对工作，很认真坚持的人。从他们身上，我们能够看到他们的专业精神、服务精神以及敬业精神等优秀品质，让我们激发自己向这些优秀人士学习。

#### 第五段：总结并展望

在商场，我们应保持感恩的心态，并以此为动力，更好地享受购物过程中美妙的体验。因此，不仅需注意自身素质的提高，还应积极互动、尝试不同的购物方式和探索新的领域。在这个过程中，我们不断学习，提高自己，构建完美的商场体验。相信只要始终以感恩之心对待商场的一切，我们一定会成为更加优秀自信的人。

### 商场员工心得体会篇十七

鉴于销售的总体战略规划，是由公司总部统一制定和掌控，我此次实习的重点主要放在了具体的卖场：家乐福和大润发。

自五月十号根据公司的安排，随广州区负责人xxx到达广州后，先后走访了（家乐福：新市店、康乐店、万国店、员村店；大润发：新塘店、大沥店）经过十天的现场实习，基本上了解掌握了一些卖场的操作模式和维护流程，现将这些天的学习心得和体会整理一下，就当是这次实习的工作汇报。

#### 一、提供卖场信息，让公司规避业务风险

业务员是公司派驻卖场的特勤人员，既是公司和卖场的桥梁，也是公司与卖场之间的润滑剂、传感仪和调节器。所以，作

为一名优秀的业务员，一定要明白公司的战略目的，领会公司的战术方针；不仅要清楚公司进入卖场产品的明细和特性，也要熟识卖场的操作流程，以及一些鲜为人知的业内潜规则；不仅能承载公司和卖场双重的压力，还要能因势利导地消弭、这种压力下运营中的摩擦系数，使公司和卖场始终保持愉快和谐的合作局面。只有这样，才能顺利地通过一切可能的渠道（诸如采购处、财务处、课长、促销员，甚至收银处）收集卖场的营销业绩、进货周期、退货频率、供应商的进退场情况等相关信息，并及时反馈给公司，作为公司规避卖场风险的参考依据。

家乐福的背景和规模（这里忽略不提），单从其在大型连锁零售企业中的信誉度，市场覆盖率和竞争力来看，应该归属a类企业，也是我们公司重要的销售渠道之一，尽管其采购途径，卖场运营，客情维护等较之同类企业沃尔玛要复杂得多，但总体来说运营良好。

## 二、卖场业务合作谈判

这里提及的卖场业务合作谈判，是指在公司既定的总体方针和策略下的，一些局部的、有针对性的临时合约，比喻：季度、月度和海报等促销活动中细化、量化到某个畅销或滞销单品的安排和调节。包括提供‘黄金陈列位’、演示台等对竞品有制约和压倒性的便利条件。

这种做法既能迎合卖场总的运作方式，抓住卖场走量的销售特征，也能藉此有效地提升公司产品在区域的占有率，更重要的是能与卖场，尤其是卖场的具体执行人达成互惠互利，皆大欢喜的双赢格局，从而化不利为有利，为下一步拓展奠定基础。

## 三、零售终端的维护

在公司正确、完善的销售策略的指导下，在华东市场异军突

起的品牌效应下，公司得以顺利地与各地知名卖场签约，随着销售渠道的不断拓展，销售业绩也呈几何倍数地与之骤增，良好的市场效应不仅为公司创造了巨大的经济效益，同时，也给公司制造了相应的工作困难和潜在隐患，所以，作为一线的业务应该居安思危，同时，也要迎难而上。因此，我觉得零售终端的客情维护成了我们工作的重中之重，因为所有的前期工作和努力，只有在零售终端这里才具有意义，才能产生价值。

可以这样说：与卖场的签约，只是上层抽象的总体规划，就好比创业；而零售终端的客情维护，是对总体规划的具体运作和执行，甚至可以理解为鼎力支持，则好比守成。这就是俗语所谓的：创业容易，守成难之说。是以，零售终端的客情维护必须面面俱到地悉心呵护！

具体细节可能会因人而异，但总的来说也是些人之常情，比喻电话联系，实地拜访课长、采购主管、收货主管、财务经理，甚至竞品的促销员、收银员等，必要时还要分期分批地聚会或送些小礼物，以维持良好的关系，在实际工作中如新品上架、滞品促销、专柜销售等方面才易于沟通，便于处置。

尤其是部门课长，更是重点的公关对象，一旦获得课长的支持或默许，我们就能随时安排促销和新品上架，另外，课长有安排单品排面的权力，而排面位置的好坏至关重要，一个好位置的排面会有事半功倍的作用，黄金陈列位不仅能充分招揽顾客，还能起到很好的广告宣传效应；不仅能提高产品的知名度和企业形象，也能确保销售量。更有甚者，即使我们的促销员采用移花接木，等方式将其它竞品混乱陈列于货架一侧，而将我们公司的产品整齐划一地陈列于宽阔醒目的黄金陈列位，只要不影响他的工作，没有投诉，课长也会网开一面视而不见。

#### 四、订单的促进与维护

定期对每个卖场的订单数，库存数进行汇总统计，并对进货金额和销售金额做对比性的排名比较，找出畅销和滞销品，分析原因，解决问题。根据健康的客情维护和良好的合作关系，积极策应老产品的销量提升和新产品的上架进程，及时明确地向卖场提出各种有建设性的销售提议，促使卖场增加订单量和缩短订单周期，并按时间的先后顺序对个卖场的订单进行分别存档管理，作为销售数据和历史档案备查，也便于平时及时补充排面的货物。

## 五 保持与促销员的沟通和督导

促销员是产品与消费者之间直接的转换体，保持与促销员的交流和沟通，随时了解、掌握促销员的动态和心态，是业务的必修之课；促销员的流动性大，在业内早已是不争的事实，尤其是目前劳动力资源相对匮乏的特殊时期，好的促销员更是不可多得，因此，作为业务，必须时刻留心招贤纳才，更要花心思悉心稳固已有的销售团队。

一个优秀的促销员无疑是销量的保证，这一点我想大家应该不会否认。而对促销员适当的鼓励和肯定、以及适时的鞭策和引导，则能充分调动促销员的积极性和热情，一个演示熟练，讲解准确，热情饱满的促销员，既可以抓住实时的客户，也可以赢得很多潜在的客户，同时，也能塑造产品的品牌效应和公司的企业形象。

以上是这次实习的一些心得体会，十分感谢xxx对我的垦切训导，以及各位同事的帮助；更加感激公司罗xx和xxx百忙之中的耳提面训！