# 商场运营公司工作计划通用(23篇)

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2025-02-26

*商场运营公司工作计划一一、主要工作情况2、泰安店改造前的清场工作公司下达撤场通知后，我每天在商场内巡场多次，了解撤场进度，做好记录，向领导汇报。但是部分商户拒不配合商场撤场，在沟通无果后，公司决定对该部分摊位进行强制拆除。强制拆除工作可谓艰...*

**商场运营公司工作计划一**

一、主要工作情况

2、泰安店改造前的清场工作

公司下达撤场通知后，我每天在商场内巡场多次，了解撤场进度，做好记录，向领导汇报。但是部分商户拒不配合商场撤场，在沟通无果后，公司决定对该部分摊位进行强制拆除。强制拆除工作可谓艰难，拆除工作主要是在夜里进行，每天从晚上到第二天早上，摊位内的样品及杂物一件一件打包，一件一件装车，拉到仓库后又一件一件卸下，更有些大件的家具考验着我们的体力。就这样，我们连续奋战，不分昼夜，将强制拆除工作完成，保证了商场重装的顺利进行。这段时间每天夜里，何总、郭经理等领导全部奋战在第一线，亲自动手搬卸货物，我们累并感动着，并充实着。

3、泰安店改造后的招商工作和筹备开业工作

很多老商户对居然之家的经营模式比较认可，并对居然得前景充满信心，所以泰安店一楼招商工作可选品牌比较充足。但是在位置、面积等方面各品牌争执不下，瓷砖区尤为严重，导致瓷砖区商户进场装修较晚；另外，洁具区的位置面积安排可谓一波三折，经过多次调整才最终敲定。这就对工期造成了很大影响，催促商户赶在9月5日前装修完毕，就成了最重要的工作内容。每天忙碌着给商户办理装修手续，为商户摊位测量尺寸，催促装修进度，动员商户夜里加班施工并现场落实到深夜。每天都是一副灰头土脸的样子，每天下班都累得倒床上就睡着。开业前一天的晚上，还忙碌到后半夜3点多。好在经过努力，一楼绝大部分商户都在9月5日前装修完毕，达到开业状态。至9月5日，一楼62个摊位，空租一个，未装修完毕5个，开业率超过90%。看到商场从当初的一片狼藉到开业时的富丽堂皇，我感到前期的辛苦很值得。

4、泰安店开业后的的市场管理和费用收缴工作

9月5日商场正式开业，各项工作逐步正规，楼层日常管理工作有序展开。一楼共有61个营业摊位，其中瓷砖15家，洁具22家，地板20家，散热器4家。共有营业员112名。对营业员的日常管理主要包括仪容仪表、店容店貌、迎宾送宾、价签管理、日常纪律等。从开业至今，我共接到顾客投诉6起，其中洁具5起，地板1起。全部及时处理完毕，消费者和商户均对处理结果表示认同。截止12月26日，一楼商户共实现销售净额9636274元，平米效益1213元。截止该日，一楼各项费用应收4969910元，实收4387162元。未收金额中牵涉到补偿商户的费用32万元。

二、工作中的不足之处

1、与部分商户欠缺沟通，缺乏了解。

2、处理客诉经验不足。不能够快速准确的把握顾客的心理。在组织顾客与商户协调时，没能掌握主动。

三、下年度工作计划

1、努力学习业务知识，提高业务技能，更加熟练掌握erp系统知识。

2、加强对营业员的管理和培训。严格执行营业员手册的各项要求，提高营业员的销售能力。

3、加强与商户的沟通工作，建立更加良好的关系，以便各项工作的开展。

总之，在年的工作中，我会更加努力的做好每项工作，严格要求自己，努力提升自己，为居然之家的发展贡献力量。我相信，居然的明天会更美好。

**商场运营公司工作计划二**

亲身参与部门组织的某大型主题促销活动。面对人头攒动的顾客，自己除了参与销售工作以外，最主要的任务是管理特卖人员，工作重点有：

1）开好班前会，向特卖员工宣读商场的规章及奖惩制度，规范他们的日常行为，总前一日的销售情况，清楚地告知每位员工销售的完成情况；

2）抓好卖场劳动纪律。杜绝一些聊天、靠柜、打手机、不带工号牌等违规现象的发生，现场监督，发现后及时指出及时整改，并视情节轻重给予一定的口头警告或违纪处罚；

3）做好货品陈列与标价。不断进行货品调整，加大库存量较多货品的陈列面，每日早班会后，督促每位员工检查自己所在区域的商品，在做好陈列工作的同时排查是否有错标、漏标的现象，如果有，第一时间补齐，不放过一个漏标的商品；

4）加班加点确保销售，为了能顺利完成销售任务，在客流高峰期，主动延迟下班时间，承担开据小票，整理打包的工作，尽自己的努力确保销售。经过十五天的辛勤工作，此次特卖共实现近百万元的销售，较好的完成了部门下达的销售任务。

本季度的工作重点是协助主管管理小组，具体工作有：

1）深入营业卖场，加强“走动式”管理。商场的一个重要特点就是直接面对顾客，是为顾客提供服务和完成销售，而恰恰因为一线工作有这样的特点，造成了一线服务工作有很强的灵活性和不确定性，营业员一个表情，一个手势，一丝语气的变化都会影响到服务的效果，因而随时都会产生一些意外情况。而作为小组的管理者，只有及时准确了解、把握营业一线的各种信息资源才能及时、准确有效地解决处理好营业现场的各类问题在走动中去发现问题，在走动中去寻找问题，及时发现专柜营业员的各种不良服务苗头，从而能够立即给予制止和纠正，避免矛盾的激化，避免不良后果的产生。只有坚持深入一线的走动式管理，才能使管理更具针对性和时效性。

2）标价签的打印与检查，我所在的休闲一二组，各专柜新货上柜十分频繁，但是漏标、少标的情况时有发生，所以每天我都会去各家检查货品的标价签是否标价准确，字迹清晰，标示醒目，如有缺失，要求营业员立即申请，我会在第一时间打印好送至各家柜台，确保价签的一货一签，货签对位；

3）向主管学习，学习主管们好的工作方法，多请教工作中遇到的一些暂时处理的问题，同时多做记录，勤于思考，努力提高自身的业务水平。

只有不断地学习、思考、总结，才能不断地提高。这个过程就像下围棋一样，起初从零开始，水平都差不多，慢慢知道了布局，有了进展之后，对水平低的就不屑一顾，自以为是，进入一个平台期；然后慢慢也就有了对更高水平的向往，如果继续学习和总，就逐渐有了大局观，也知道了何以舍小保大，就这样在不断的学习当中进步，其实，工作中也是一样，需要不断地学习、充实，理论知识是基础，没有很好的基础，工作的质量和效果就得不到保证。20xx年工作的小结，我深切感受到实践是学习、锻炼和提高最有效的途径。我作为一名大学生在今后工作中要加强学习，不断提升自己，同时也希望领导给予我们更多锻炼的机会，请相信我们年轻人会随着中央商场的发展迅速成长。

**商场运营公司工作计划三**

伴随着万达购物广场创建，市场部一直坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，及时正确的找到最合适的营销理念。

职务分析

因此，在下一年的工作规划中，将针对以上几点工作来进行。

一、主要竞争对手分析

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在20xx年的工作重点。

购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是20xx年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

二、广告公关

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象，提高美誉度和认同度;其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。

在20xx年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。

其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

重点工作规划

1、做好公司对外形象宣传工作，即公司主流广告媒体的选定工作，根据前期已收集的各广告公司、广告媒体资料，结合公司实际进行深入分析，确保在20xx年3月份之前，将广告媒体选定方案定稿落实，加快企业对外形象宣传的步伐;

2、为了更好地提升商业城的知名度、美誉度及社会影响力，新的一年中将开拓、尝试利用舆论宣传，通过新闻报道等低价位宣传形式，促进口碑效应;

3、安排好公司对外广告发布的一切相关手续的申批、审核工作，确保广告发布方面的可靠性、合法性;

**商场运营公司工作计划四**

前三个季度的工作已经结束了，在全体员工不懈努力与坚持下，基本完成了前三季度的工作任务。具体分以下几方面：

1、提升服务品质。首先我们认为公司的服务品质要上台阶单靠我们服务办的跟踪检查是远远不够的，所以在年初我们就制定了楼层兼职值班经理，由个楼层主任级人员担任，和我们共同配合，对各楼层的员工日常行为规范进行检查，从而在卖场检查方面力量得到加强。在本年第二季度，服务办带领各商品部开展班组建设。以商品部各区域为单位，具体在顾客投诉，领班交接班、导购日常考核方面进行建设，实行卖场互查、部门自查，每周由服务办带队进行二至三次联合查场并根据结果下发查场整改通知单（参加人员由服务办人员、部门领班、主任、楼层值班经理），现场管理逐级负责、分级管理（服务办公司级→各商品部部门级→班长级→店长—员工），加大力度。部门干部负责本部门的现场管理，有问题时可以及时处理，从员工接受和配合方面更有利于管理效果。建立店长培训制，进行销售跟进。第三季度服务办对全员的服务质量跟踪卡进行了更换，并建立了全员服务管理档案，对全年违纪的员工累计超过6次，我们将暂停员工的上岗资格，进行培训并重新办理入职手续，使全体员工树立危机意识，全面提升服务品质，从而营造最佳服务环境，截止目前为止累计更换下发服务质量跟踪卡4000余张，在店庆前我们还在员工中推出了我微笑、我引领的服务口号，并组织制作员工微笑服务牌并全员下发，全员佩戴，通过这样的方式使全体员工都微笑面对每一位顾客，为顾客留住国芳百盛的微笑。八月份为了更进一步的提升服务品质，树立员工服务意识，还推出服务明星候选人共44人，起到了以点带面的作用。

2、顾客投诉接待与处理。在本年度我们多次利用部门例会或沟通会、专题培训等形式对楼层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训，重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，做到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，（服务办定期检查，对不规范的管理人员进行处罚），在今年8月份公司安排我对一线领班的投诉技巧进行培训，我精心准备后，带出了顾客投诉处理艺术，并得到基层管理的好评，通过本次培训提高楼层基层管理人员处理投诉能力。20xx年前三季度服务办全体共接待各类投诉371起完结率(质量类：224例，服务类:9例，综合类：131例，突发事件：7例)在突发事件处理方面，我们与保险公司又续签了投保协议——第三方责任险（保费共3000元，三店同保），只要是在我公司发生的突发事件，均属于保险范围，从而为公司减低了损失。

3、人员管理检查范围全面化、制度化。将二线和一线员工管理纳入同步轨道，进行日常监督和管理。依公司相关规章制度，一视同仁，严格落实，做到公平公正，不厚此薄彼，达到监督检查透明化，管理标准化，杜绝执行标准不一的问题，我们还制定了整改通知单，对发现的问题及时进行整改，从而使部分工作得到很大提升，而且我们还加大力度对干部在岗进行检查，从以前的每天两次增加到四至六次，使各部门管理人员有了自律意识。在迎宾方面我们要求各楼层管理人员在每天员工进店前，就要站在员工通道迎接员工进店，通过这种方式，管理人员的亲和力得到加强，使各级管理人员与员工之间距离更加接近。

4、卖场五大管，严格查场制度，对楼层提出查场重点。在每日的查场中服务办值班经理做到“三勤”手勤、腿勤、嘴勤。对发现的问题及时与部门反馈沟通，并下发整改通知单，提出整改期限，并检查跟踪，使发现的各类问题能得到及时解决（但也有部分问题得不到落实，主要以硬件问题为主，我们通过查场通报进行跟进），杜绝一面讲，一面不落实的工作被动局面。在20xx年前三季度服务办对卖场进行检查，共计发现处理各类员工违纪5823人次，公司平均违纪率％。其中大部分员工都是给予批评教育为主，只有少部分经常违纪的员工给予经济处罚，从而也体现了公司人性化管理，降低了以罚代管的被动局面。

5、值班经理业务技能及专业化水平的提升。我们根据值班经理业务上存在的不足制定了系统的培训计划，定期进行商品知识及专业知识的培训，培训师由我部值班经理自行担任，用我们的弱项通过培训来补我们自己的弱项，比如我们部门有些同志不知道如何开展工作，那我就安排他们来讲“在工作时间如何有效的开展工作”，从而进一步提升了值班经理业务技能及处理顾客投诉水平，进一步完善自我监督、自我管理机制,前三季度度服务办内部共计各类培训近20余次。

6、白银店工作。在具体工作中服务办按照公司统一安排配合，从人员招聘，培训等方面进行，商业服务法规的课程由我主讲，累计20余课时，按时完成培训任务。其次我们还对服务台人员进行培训，转变服务观念。顾客需要的，就是我们要做的。时刻以顾客的满意度来处理问题，为顾客提供“尽如您意”的服务。对白银店服务办值班经理我们也是严格要求，要求他们必须按照总店的管理水平去管理，虽然现在分店的管理和总店还有差距，但我们有信心把分店的管理抓上去。

7、积极配合公司完成各项工作

从参与者、执行者、策划者到组织者在公司各项大型活动中，处处都有服务办值班经理的身影，对公司提出的各项工作都能及时、全面、保质保量的完成，并取得了一定成效，受到公司领导和人力资源部领导的认可与肯定。总结20xx年前三季度服务办工作，虽然取得了一定的成绩，也受到领导认可，但是我们的工作提升还是进展较慢，人员的业务素质与值班经理的标准还存在一定的距离，而且部门多数为新进员工，专业素质还相对较低，在处理顾客投诉等方面经验还相对欠缺，在服务品质方面跟发达城市的大型购物中心还存在一定的距离，所有在20xx年第四季度——20xx年一季度我会努力提升我部人员素质，提升工作效率，在兰州率先提倡并实施“特色化服务”，大打特打服务牌，使顾客不但可以享受到国芳百盛的品牌文化，更能享受到国芳百盛的服务文化。

20xx年第四季度服务办工作主要有以下几个方面：

1、全面提升服务品质，实施“特色化服务”。服务品质提升方面，启用员工奖惩考核体系，进行规范管理，建立良好规范的正负激励机制，在工作中找突破点，坚决取缔商品部二次处罚员工的错误做法。抓现场纪律现已基本走入正轨，应抓销售技巧与商品知识，提高营销水平，这样才有利于整体服务水平的提高。今年的服务宗旨和标准，以及国芳百盛在顾客心目中应树立什么形象、转变服务观念、顾客需要的，就是我们要做的，国芳百盛早已是兰州同行中的龙头老大。商场如战场般的残酷又如逆水行舟不进则退，企业要发展，就要有领先对手的观念和措施。因此，企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地，就必须把商品品牌、服务品牌、企业品牌摆在重要的工作日程，提升、维护和发展，逐步形成金城知名而特有的“特色化服务”战略十分必要。所以20xx年第四季度——20xx年一季度在兰州率先提倡并实施“特色化服务”，大打特打服务牌，显示我们国芳百盛一种特有的服务品质和服务档次。根据业态的不同提供不同的服务，超市——“无干扰服务”，一楼商品部至四楼商品部“品牌化服务、朋友式服务”五楼商品部——“朋友式服务”，六楼商品部——“技能式服务”，向社会表明，我们追求的是高质量、高品质的服务。达到超越顾客期待的、最完美的服务。

2、开展公司服务技能项目竞赛服务办承办了公司第六届运动会中的服务技能赛区，包括知识竞赛、情景实操模拟、全程消防演习、岗位应知即问即答，通过竞赛丰富员工的业余文化生活；以岗位练兵为目的、以寓教于乐为形式提升各岗位员工素质；以专业到位的素质要求全面升级公司员工服务意识及服务水平。展示公司的服务水平，（内容包括：国芳百盛发展史、企业文化基本知识，专业知识等）

3、相关政府部门联络与沟通。加强与省、市、区各消费者协会及主管工商所的联络与沟通，并与之保持良好的协作关系，及时掌握零售业发展动态，建立良好的商誉。

4、顾客投诉接待与处理，全面维护国芳百盛信誉。就20xx年前三季度在投诉中存在的问题及三级管理制度执行不到位，以及其他原因引起投诉升级的，第四季度我们将利用部门例会、领班沟通会等形式对楼层基层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训（原因是因为现在大多数领班都新员工，急需加强培训），重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，作到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，做到接待一起，处理完结一起，并时刻以顾客的满意度来衡量我们的管理水平，站在消费者的立场上考虑、处理问题，以此赢得更多回头客。因为现在的市场是“顾客的满意才是双赢”。

5、加强部门内部人员综合素质提升几，并对公司五大服务体系进行完善。坚决执行董事长在四季度会议中提出的保持总店稳健发展。带动分店全面提升的指导思想， 加强部门间的沟通，消除管理中存在的误区。现场检查不单纯是发现问题，而是针对出现的问题提出改进措施和方法，及时给部门以指导。第四季度服务办的内部培训内容为商品知识（毛织，保暖为主）、消法知识及卖场信息熟知度等方面的基础知识培训。培训手段采讨论的形式，使培训趣味化，生动化，将讨论出的结果，以书面形式下发分店部门，组织相关人员学习，达到三店同步提升的目的，

公司的五大服务体系人员管理、商品管理、环境管理、促销管理、顾客管理，其中人员管理的各项规定比较详尽，但其余四项管理的具体标准还比较空洞，所以在第四季度，我部结合当前具体情况对商品管理、环境管理、促销管理、顾客管理标准进行完善。

6、一线管理干部日常行为规范跟进。全力协助集团监管会在日常的工作中，对一线中层管理干部日常行为规范进行跟进，以公司服务为宗旨，以管理规范为目标，工作中坚持创新，现场管理工作中，发现问题及时上报主管领导。部门决不护短，严格执法、努力进取、以身作则、按章办事、团结协作、按时完成上级下达的各项工作目标任务。

在20xx年9月份下旬，本人在工作中情绪化，不能严格要求自己。在经过领导和同事的大力帮助下，及时调整了工作心态，改观目前不良现状，全心投入日常工作。用正确的态度对待工作。态度决定一切，真诚创造卓越。我和我的同事们将不断努力，打造国芳百盛“特色化服务”，以真情铸就服务！

**商场运营公司工作计划五**

\_年已经来临，现将\_年移动营业员的工作计划如下：

1、坚守工作岗位，认真执行公司的各项规范、制度，严格遵守工作纪律，服从指挥调度;

2、严格按照行为规范和服务礼仪的要求，保持整洁的仪容仪表，并注意保持服务前台的整洁干净。

3、熟悉各种业务的办理手续、操作规程、资费标准等，严格遵守服务规范、业务操作规范，迅速、准确地为客户办理所需业务。对于大客户要充分体现优先、优质的原则;

4、主动、耐心地对客户提出的问题做出解释，并帮助客户正确办理业务;

5、积极主动地向客户推介增值业务，如客户需要，应耐心作详细地介绍;

6、负责对客户的信息及建议进行收集，并做好相应的登记。对工作中出现的棘手问题及时反馈，在不违反公司原则下限度地让客户满意;

7、积极配合培训工作，按时参加各项培训，不得迟到或无故缺席，努力提高自身服务水平和业务技能;积极发扬团队精神，向能者学习，向弱者施教，提高营业厅整体水平;

8、工作前必须提前做好各项准备工作，如发票整理、宣传单摆放、找零备用金兑换等等，认真做好交\_工作，确保营业厅前台工作有序进行;

9、及时了解并熟悉公司业务开展情况，参加班前班后会，将情况向当班人员说明并确保每位同事都清楚明白;

10、当班人员下班后必须及时核对各类卡的销售、库存及营收款项是否一致，并且做好相关记录;并做收尾工作、在《营业员收尾工作确认表上签字》

11、认真完成每班的报表统计、资料核查工作，做到日清日结，并及时交给相关统计人员;

12、认真做好唱收唱付的营收款工作，保证资金的安全性和完整性，及时将当班所有营业款项交付上级;

13、积极参加营业厅组织的各项团体活动，对营业厅各项工作提出合理化建议。

14、参与区域化服务营销所需的其他工作。

15、负责贵宾室服务的营业员，除了上述职责外，还承担以下职责：

(1)负责本区域内个\_客户的服务工作;

(2)负责在营业厅办理预约销户或正式销户的高价值客户和vip客户的挽留工作;

(3)负责本营业厅区域内的钻石卡、金卡会员的主动服务工作;

(4)负责受理由\_\_\_\_热线和大客户经理转来的个\_客户的预办业务;

(5)负责区域内竞争对手的个\_客户服务营销信息的收集和汇报工作。

16、负责集团客户专区/专席服务的营业员，除了上述职责外，还承担以下职责：

(1)负责本区域内集团客户的集团业务受理;

(2)负责本区域内集团客户关键人(包括集团客户关键人物、集团联络员、集团业务经办人)的服务;

(3)负责受理由\_\_\_\_集团客户热线和客户经理转来的集团客户的预约业务;

(4)负责在营业厅集团客户专区/专席办理预约销户或正式销户的集团客户关键人的挽留工作;

(5)负责区域内竞争对手的集团客户服务营销信息的收集和汇报工作。

**商场运营公司工作计划六**

这种传统文化因素决定了中国人在遇到各类重大节日、纪念日和商务交际时，会特别考虑赠送珠宝首饰。比如在订婚、结婚、婴儿满月、老人寿辰时，以及亲朋好友间馈赠礼物时都常常会选择一款精美的黄金、铂金或翡翠首饰。随着内地城市的居民消费水平不断上升，珠宝首饰已经越来越普遍地被用于日常装扮、佩戴，甚至在一些主要城市中，购买珠宝首饰已经成为一种即兴消费行为。如今我国已经成为世界上少数几个珠宝首饰年消费额超过300亿美元的国家之一，成为全球最重要的珠宝消费市场，一些重要珠宝产品的消费均居世界前列。而随着我国国内珠宝市场需求的逐步增大，居民消费欲望和能力也将显著增强，这也为珠宝市场的繁荣和产业发展奠定了坚实的基础。珠宝业的持续繁荣，也让我们对我们所要做的事业充满信心

我们要做珠宝事业不仅要钟情、还要热爱更要有一份执着而坚毅的心，不盲从更不要胆怯。开一家珠宝店不仅要有充裕的资金支持要还有一套完善的业务计划，下面就新开业的珠宝店做出一个较为详细的计划如下：

一、 了解本地市场状况

1、月计划实现营业收入万元，增长%，店营业额为万元，店日均营业额达到较上月同期增长

2、 经济状况：本地经济发展水平，人口数量收入水平。消费习惯：当地居民对珠宝首饰的购买能力，购买习惯(是传统型还是开放型)。当地居民对珠宝首饰的购买地点和花费水平，

影响珠宝首饰的风俗习惯等。

3、 商业环境：当地高档酒店、餐厅、银行的分布和百货商场的档次和经营状况。

4、 竞争水平：已有珠宝品牌数量，分布，销售状况，店面面积等。

二、 专家带队参观不同档次及风格的实体店

以专业的眼光对地理位置，店面装修，室内陈设布局，货品种类、质量、价位、款式，营业员素质，广告投放等，做出专业相对应的评价，知己知彼，取长补短。

三、 找房源

1、拓展销售活动：例如母亲节推出感恩活动

2、 房源要位于交通便利地区，或在主要车站附近。 接近人员聚集场所，公园、广场、商业街等，一方面可吸引出入行人经过，另一方面易于方便顾客记住。

3、 靠近人口会增加的地方，比如市政的发展改造具有发展潜力的区域。

4、 同类店铺聚集区，大量事实证明对那些选购耐用品的店铺来说，若能集中在某一地段，则更能招来顾客。

5、 高瞻远瞩选择将来会由冷变热的未被人看好的地点。

上述三点是确定珠宝店规模，经营方向及投资金额多少的重要条件，先确定经营场所，再确定经营范围、定位档次是较为正确的方式。

四、 找货源

1、 根据店面面积，地理位置和定位确定货品种类。(包括黄金、铂金、k金、镶嵌钻石、镶嵌彩宝，及翡翠玉器等。)

2、综合性的珠宝店大都有直接供货的工厂，黄铂金首饰由于其国际价格透明等因素，国内大多首饰厂的拿货金价基本一致，无非在款式和工艺上有差别，导致首饰价格差异的基本都是款式和工艺费的区别。钻石类商品虽等级划分较细，但各类级别的钻石在国际上也是有相应的报价，价格差异无非也就是款式和工艺费用的多少。中国珠宝首饰加工基地基本都在深圳，品牌也众多，比如金叶、百泰、金龙、粤豪、吉盟、爱得康、星光达等都是知名的首饰加工厂。

3、翡翠玉石比较特殊，玉石文化在中国有几千年的历史，君子自古爱玉。文化底蕴浓厚，传统文化和现代时尚相结合，铸造了现代翡翠玉石的工艺。由于翡翠是资源性的开采，所以近年来价格涨势十分明显。翡翠产自缅甸，盛行在中国，加工基地也在云南广东一带。由于翡翠自身的特点决定了它不能和黄金钻石一样有较为明晰的价格，所以翡翠的进货渠道尤为重要，能拿到质优价廉的货品，在翡翠销售上才会有优势。货品的渠道很多，但需要去和有实力有信誉的厂家进行合作，做珠宝的就是做信誉。

五、 办理工商、税务注册

工商税务登记是成立公司进行运作的前提和基础，注册资金的多少，经营范围的划定，是决定珠宝店经营方式和后续发展的条件。包括税种的划定，税款是否可以抵扣，开具什么样的销售发票等等，需要专业会计人员，根据会计制度财税政策，合理进行计算后进行评估注册。

六、 店面设计及装修

珠宝店的装修不同于一般的店面装修，珠宝首饰毕竟是奢侈品，一个品牌的形象及实力，最为直观的就是店面装饰布局，和整体氛围的营造。既要能体现品牌的文化，又要能彰显顾客的品位和地位，既要给顾客温馨舒适的购物环境，又能让顾客体会尊贵与高雅。所以要找专业的设计团队设计施工。

1、 专业的珠宝装修队伍勘察测量，出具适合店面的装饰效果图。确定主题风格，店内灯光效果。

2、根据前期自身品牌的定位，确定了货品，进而确定柜台、橱窗的布局及柜台和橱窗的尺寸样子等，(需专业团队进行设计)。柜台的布局要实现三个目的：一是让顾客在店内自然地行走，并且起行走的路线正是店方所期望的路线，即所谓顾客流动路线的控制;二是让顾客了解店内商品位置，便于选购;三是让顾客购物结束后感到满足并愿意再度光顾。实现上述三个目的要取决于以下几项技术应用：

( 1)、顾客流动路线的设计符合展示需求。

( 2)、通道的设计、特别是主通路的设计要适合柜台展示。

( 3)、商品的分类，既反复购买商品、冲动购买商品、连带购买商品在店内的位置。

( 4)、pop广告、灯箱、展橱、品牌形象logo。

3、店面道具的设计，店面道具是摆放货品展示货品的依托，道具的设计要综合店面柜台及货品摆放位置来考虑，包括室内光线，顾客直观感受等等，道具的色彩搭配要和货品、店面形象相互匹配。比如钻戒，钻石是无色的，戒托一般是白色k金或铂金，所以灯光要选用冷光，戒托选用黑色色或对比色较为明显的深颜色能较好体现钻石首饰的美感。道具的设计要根据货品特点来分别对待，比如高端翡翠挂件柜台，设计要古典有韵味，数量不能太多，要个性鲜明，既能突出绿色挂件的鲜艳，又能体现无色种水挂件的水润。黄铂金柜台，既要有普通大众货品，又要有系列个性产品，普通商品可以摆放密一点，便于集中挑选，个性产品要突出与众不同，道具要鲜明有特色。道具的样式设计直接影响货品整体效果，道具的疏松与紧密直接影响到货品数量，进而影响投资金额的多少。所以店面、柜台、道具的设计是相辅相成的，直接影响到店面的整体形象。

4、珠宝店的安全，珠宝店里东西动辄几百几千实则几万几十万，所以珠宝店里的安防设备必不可少，也是关键中的关键。装修期间联络当地110联动，和装修队伍接洽，确定安装摄像头和报警器的位置。尽量不留死角，店内的位置应该全都在监控范围内。

5、跟装修人员沟通设计金库，购买保险柜，设计收货盘及收货车。正常程序是：下班后把货品从道具上取下，放进收货盘，收货盘放进收货车，由收货车推进金库。贵重商品可放到金库内的保险柜中。

七、 货品配备

1、柜台及道具设计完成，根据道具数量种类，由相关采购人员去工厂配货下单，配的货品数量要充足，除柜台内摆放齐全的还要有一定的库存。以便开业销售火爆时有充足的货品补充。货品款式和种类要根据道具效果来精心挑选，货品要有特点，要有新意，要涵盖所针对的各个年龄段消费者。

2、 货品下单要及时跟踪，开业前10天左右所有货品需要配齐，并对相关货品进行检测，称重，打签，挂签，入库等工作。

**商场运营公司工作计划七**

人事主管一职，在公司的人员调派，招聘，各种职位岗位职责的制定，绩效考核制度的制定及执行等方面的工作起着重要的作用，人事主管年终工作总结。忙碌的一年过去，以下是深圳地区人事主管年终总结资料，请阅览：

三年的时间匆匆逝去，锐奇电子有限公司的运作也已步入正轨。人力资源部在公司领导的正确领导下、在公司各部门的共同努力下，紧紧围绕集团公司的发展目标，较好地完成了上级和公司领导交给的各项工作任务。人力资源部的工作是以每一年度人力资源管理工作计划为基础，并配合公司的工作重心逐步开展的。现将三年来我部门完成的工作总结如下：

一、公司人力资源管理体系的建立和完善

1.公司组织架构的完善及人员编制的确定

人力资源部在公司成立的第一年就划分、明确了各部门的组织架构，分析并制定了各部门的岗位设置及人员编制，从而初步确定了公司的定员定编，并且不断依据实际情况和工作重点，有针对性地对各部门的定员定编进行适当的调整，以期使公司的人员与岗位设置情况达到的配置，可能地发挥每一个职能部门和员工的作用。

2.公司管理制度体系的建立

我们深知严谨规范的管理对一个公司的生存和发展具有极其重要的意义，所以人力资源部一直致力于建立完善的公司内部管理体系。具体而言，规划组织编制了三套内部基础管理的规范性文件――《公司岗位职责》、《公司人力资源管理制度》、《公司绩效考核制度》。

3.人事管理体系的确立

人力资源部在致力于建立完善公司基础管理体系的同时，也不忘人力资源部自身规范管理体系的建立工作。制定了新的薪酬制度体系，并且为了系统配合公司新的薪酬制度，制定了公司绩效考评制度草案，并不断进行调整和完善。

二、职工人数的确定

三年的经营中，我深深感到确定职工人数是人力资源部重中之重的工作。人力资源部，是一个管人的部门，只有确切知道公司公司的职工数量信息，接下来计算工资、个人所得税、福利费等其他工作才能顺利进行，假如职工人数有误，那接下来所作的都将会是无用功，而且还会为公司带来灾难性得损失。而公司在每年都会跟随市场变化而不断调整生产计划，生产线、直接工人、管理人员等都在变动，因此职工人数的确定的工作显得相当繁重。

三、公司人员招聘工作

第一年是公司高速发展的一年，是公司人员流动较为频繁的一年，也是公司人员招聘工作任务繁重的一年。在这一年里，公司的空缺岗位多，人员需求多，要求员工到岗时间紧迫，故人力资源部在招聘工作中花费了较多的时间和精力。

四、培训工作

职工培训主要体现在培训费的提龋因为产品的合格率、iso都与培训有直接关系，所以职工培训与生产休戚相关。为了能申请到iso9000，公司生产产品合格率必须达到90%以上，因此每年都得投入培训费来保持90%的合格率。然而，培训会提升职工级别，经过一年培训，原本公司要求级别的工人级别提升，就会出现职工级别过高的情况，给公司带来没必要的工资支出。这时，裁减高级别的职工，再聘请低级别的工人会是的选择。因此，在进行培训费用提取时，还应做好来年裁减多余高级工人的赔偿金。

五、日常人事管理工作

我部门在完成上述工作的同时，充分发挥了本部门的基础职能作用，在规范管理、工资核算、办理员工保险、组织各项活动等方面起到了应有的作用。

总之，在公司市场运作的三年中，人力资源部在人力不足的情况下坚持一切以公司利益为重的原则，在各部门中起到了较好的引导模范作用。

当然，在三年的工作中，我部门也存在一些不足。主要体现在：

1.在管理制度体系的建立方面，光有好的想法，而没有加大推进力度，导致有些工作没能按时完成;

2.在各部门的工作协调力度方面，还有待加强;

3.各部门的分工还不够明确，有待跟进;

4.在员工的培训上未能投入更大的精力，导致培训工作没能系统地组织展开。

综上所述，三年来人力资源部的工作是较有成效的，作为公司运作的重要组成成员发挥了应有的作用，我们决心不断发扬自身的优点和经验，改进自身的不足，为公司的进一步发展发挥更大的作用和效能。

**商场运营公司工作计划八**

雷同的经营模式和营销手段只会导致同行业的恶性竞争。20xx年我们应根据自身优势和区域消费特点，把握机遇，捕捉商机，提升销售。通过开展差异化营销、调研和分析市场，掌握消费者的所需、所想、所求，来策划好营销活动方案，锁定消费群体，培养忠实顾客。例如：根据季节不同，举行换季特卖和回馈活动，带动销售；发挥微信平台，不间断地推出各类互动活动，如“你购物，我买单”等，聚集人气；开展各类公益活动，形成公司特有的企业文化氛围和良好的诚信服务。让消费者在各类营销活动中，既享受到真正的商品优惠，又可以得到一份意外之惊喜。

在市场激烈的竞争态势下，尤其是受到电商的不断冲击下，传统百货业将面临的是“一个顾客流失的时代”。尽管目前商场面临日常客流量不足，老顾客不断流失等诸多不利因素。但我们还是要发挥商业一条街优势，利用重大节日，抓住人气，减少客流量流失，以特色的营销活动、海边旅游的资源来创新营销活动。20xx年将围绕重大节日、假日黄金周、传统节日等开展各类营销活动，烘托节日氛围。另外，充分依托广场优势，通过场内折扣促销、场外推广展示，内外结合，营造气氛，刺激消费。

其次，将依托“双11”延展的“数字节”营销成功效应，积极探索，有节兴节，无节造节。可以尝试巧借日期的数字创造“节日”，例如：“”、“”、“”、“”、“”等，形成特色营销活动环环相扣，从而吸引和锁定更多客户群体。通过耳熟能详的各种纪念日和创新“数字节”节，开展各类促销活动，以此进一步来聚集人气。

微信营销以成本低廉、定位精准、粉丝众多、方式多元化、人性化以及信息到达率高等优势，被众多商家所热衷。目前，微信信息推送、朋友圈转发、微信会员互动已成为营销活动推广宣传的首选方式。微信营销不仅可以拉近与用户之间的距离，还能使营销活动变得更生动、更立体、更有趣，更利于营销活动的开展。20xx年，我们将借助微信平台，充分利用现有“微伙伴”功能，加大活动宣传力度及品牌推广。一方面要重点做好开发新会员，不断积累活动经验；另一方面有针对性地开展各类营销互动活动。例如：微信刮刮乐、大转盘、敲金蛋等。通过与粉丝间的娱乐互动，增强活动关注力、吸引力、参与力，扩大企业影响力。

现代商品品质取胜的前提，服务是关键。随着生活水平的日益提升，消费者对商品品质、购物环境、服务水平的要求也越来越高。尽管实体店商品在价格上无法与电商相比，但是也有它的优势，对商品品质、购物环境、服务质量是看得见、摸得着。因为消费者对商品已经不在是单纯停留在购买阶段，而是更多关注品牌文化、温馨体验、诚信服务上。为此，20xx年，我们计划与化妆部联手开展购物满额享受专业化妆师提供的免费化妆活动；利用广场休闲吧，让消费者在消费的同时，提供购物的乐趣，享受舒服惬意，放松心情。在营销活动中不断的提供增值服务，以此来留住更多的忠实顾客。

总之，20xx年营运部将积极发挥自身经营优势，创新营销模式；注重服务提升，培育忠实顾客；满足消费需求，体现特色经营；扬自己之长，避自己之短，努力探索一条适合自身的营销新路，为完成20xx年公司销售目标作出积极的努力！

**商场运营公司工作计划九**

20\_年是不寻常的的一年，注定是记忆深刻的一年。这一年中，我见证了山东公司从一个店面到在三个店面的的高速发展，伴随着公司的发展壮大，我自身也得到了很大提高。

一、主要工作情况

2、泰安店改造前的清场工作

公司下达撤场通知后，我每天在商场内巡场多次，了解撤场进度，做好记录，向领导汇报。但是部分商户拒不配合商场撤场，在沟通无果后，公司决定对该部分摊位进行强制拆除。强制拆除工作可谓艰难，拆除工作主要是在夜里进行，每天从晚上到第二天早上，摊位内的样品及杂物一件一件打包，一件一件装车，拉到仓库后又一件一件卸下，更有些大件的家具考验着我们的体力。就这样，我们连续奋战，不分昼夜，将强制拆除工作完成，保证了商场重装的顺利进行。这段时间每天夜里，何总、郭经理等领导全部奋战在第一线，亲自动手搬卸货物，我们累并感动着，并充实着。

3、泰安店改造后的招商工作和筹备开业工作

很多老商户对居然之家的经营模式比较认可，并对居然得前景充满信心，所以泰安店一楼招商工作可选品牌比较充足。但是在位置、面积等方面各品牌争执不下，瓷砖区尤为严重，导致瓷砖区商户进场装修较晚；另外，洁具区的位置面积安排可谓一波三折，经过多次调整才最终敲定。这就对工期造成了很大影响，催促商户赶在9月5日前装修完毕，就成了最重要的工作内容。每天忙碌着给商户办理装修手续，为商户摊位测量尺寸，催促装修进度，动员商户夜里加班施工并现场落实到深夜。每天都是一副灰头土脸的样子，每天下班都累得倒床上就睡着。开业前一天的晚上，还忙碌到后半夜3点多。好在经过努力，一楼绝大部分商户都在9月5日前装修完毕，达到开业状态。至9月5日，一楼62个摊位，空租一个，未装修完毕5个，开业率超过90%。看到商场从当初的一片狼藉到开业时的富丽堂皇，我感到前期的辛苦很值得。

4、泰安店开业后的的市场管理和费用收缴工作

9月5日商场正式开业，各项工作逐步正规，楼层日常管理工作有序展开。一楼共有61个营业摊位，其中瓷砖15家，洁具22家，地板20家，散热器4家。共有营业员112名。对营业员的日常管理主要包括仪容仪表、店容店貌、迎宾送宾、价签管理、日常纪律等。从开业至今，我共接到顾客投诉6起，其中洁具5起，地板1起。全部及时处理完毕，消费者和商户均对处理结果表示认同。截止12月26日，一楼商户共实现销售净额9636274元，平米效益1213元。截止该日，一楼各项费用应收4969910元，实收4387162元。未收金额中牵涉到补偿商户的费用32万元。

二、工作中的不足之处

1、与部分商户欠缺沟通，缺乏了解。

2、处理客诉经验不足。不能够快速准确的把握顾客的心理。在组织顾客与商户协调时，没能掌握主动。

三、下年度工作计划

1、努力学习业务知识，提高业务技能，更加熟练掌握erp系统知识。

2、加强对营业员的管理和培训。严格执行营业员手册的各项要求，提高营业员的销售能力。

3、加强与商户的沟通工作，建立更加良好的关系，以便各项工作的开展。

总之，在20\_年的工作中，我会更加努力的做好每项工作，严格要求自己，努力提升自己，为居然之家的发展贡献力量。我相信，居然的明天会更美好。

**商场运营公司工作计划篇十**

我进入本服装店工作以来，虚心学习，认真对待自己本职工作，总结经验，也取得了一些成绩。在工作中，我渐渐意识到要想做好服装店营业员工作，要对自已有严格的要求。

特此，制定我的20xx年工作计划，以此激励自我，取得较好得到业绩：

第一、在店长的带领下，团结同事，和大家建立一个相对稳定的销售团队。

销售人才是最宝贵的资源，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我们店的根本。在以后的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队是我和我们所有的导购员的主要目标。

第二、热忱服务，面带微笑。

要以饱满的热情面对每位顾客。注意与客户的沟通技巧，抓住客户的购买心理，全心全意为顾客服务。

第三、熟悉服装，提高审美，帮助顾客选择商品。

了解我们商店每款服饰的特点，对于衣服的款型，模型，颜色，价格，面料，适合人群做充分了解。具体应该怎么做呢?

营业员除了将服装展示给顾客，并加以说明之外，还要向顾客推荐服装，以引起顾客的购买的兴趣。推荐服装我将运用以下方法：

1、推荐时要有信心，向顾客推荐服装时，营业员本身要有信心，才能让顾客对服装有信任感。

2、适合于顾客的推荐。对顾客提示商品和进行说明时，应根据顾客的实际客观条件，推荐适合的服装。

3、配合手势向顾客推荐，将给消费者带来想象。

4、配合商品的特征。每类服装有不同的特征，如功能、设计、品质等方面的特征，向顾客推荐服装时，要着重强调服装的不同特征。

5、把话题集中在商品上。向顾客推荐服装时，要想方设法把话题引到服装上，同时注意观察顾客对服装的反映，以便适时地促成销售。

6、准确地说出各类服装的优点。对顾客进行服装的说明与推荐时，要比较各类服装的不同，准确地说出各类服装的优点。

第四、养成发现问题，总结经验，不断自我批评和提高的习惯。

养成发现问题，总结经验目的在于提高我自身的综合素质，在工作中能发现问题总结经验并能提出自己的看法和建议，把我的销售能力提高到一个新的档次。

第五、积极完成任务。

根据店内下达的销售任务，坚决完成店内下达的万的营业额任务，和大家把任务根据具体情况分解到每周、每日，这样每天都有一个明确的目标，做事也比较会有条理;以每周、每日的销售目标分解到我们每个导购员身上，完成各个时间段的销售任务。并争取在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

进入一个新的行业，每个人都要熟悉该行业产品的知识，熟悉公司的操作模式和建立客户关系群。在销售的过程中，学要学习的东西真的很多很多，货品的知识，衣服的搭配，还要去了解顾客的需要，满足顾客的需要等等。

我认为我们专卖店的发展是与全体员工综合素质和店长的经营思路是分不开的。建立一支强大的销售团队和有一个好的工作环境是工作成功的关键。

**商场运营公司工作计划篇十一**

一、主要工作情况

2、泰安店改造前的清场工作

公司下达撤场通知后，我每天在商场内巡场多次，了解撤场进度，做好记录，向领导汇报。但是部分商户拒不配合商场撤场，在沟通无果后，公司决定对该部分摊位进行强制拆除。强制拆除工作可谓艰难，拆除工作主要是在夜里进行，每天从晚上到第二天早上，摊位内的样品及杂物一件一件打包，一件一件装车，拉到仓库后又一件一件卸下，更有些大件的家具考验着我们的体力。就这样，我们连续奋战，不分昼夜，将强制拆除工作完成，保证了商场重装的顺利进行。这段时间每天夜里，何总、郭经理等领导全部奋战在第一线，亲自动手搬卸货物，我们累并感动着，并充实着。

3、泰安店改造后的招商工作和筹备开业工作

很多老商户对居然之家的经营模式比较认可，并对居然得前景充满信心，所以泰安店一楼招商工作可选品牌比较充足。但是在位置、面积等方面各品牌争执不下，瓷砖区尤为严重，导致瓷砖区商户进场装修较晚；另外，洁具区的位置面积安排可谓一波三折，经过多次调整才最终敲定。这就对工期造成了很大影响，催促商户赶在9月5日前装修完毕，就成了最重要的工作内容。每天忙碌着给商户办理装修手续，为商户摊位测量尺寸，催促装修进度，动员商户夜里加班施工并现场落实到深夜。每天都是一副灰头土脸的样子，每天下班都累得倒床上就睡着。开业前一天的晚上，还忙碌到后半夜3点多。好在经过努力，一楼绝大部分商户都在9月5日前装修完毕，达到开业状态。至9月5日，一楼62个摊位，空租一个，未装修完毕5个，开业率超过90%。看到商场从当初的一片狼藉到开业时的富丽堂皇，我感到前期的辛苦很值得。

4、泰安店开业后的的市场管理和费用收缴工作

【1】【2】

二、工作中的不足之处

1、与部分商户欠缺沟通，缺乏了解。

2、处理客诉经验不足。不能够快速准确的把握顾客的心理。在组织顾客与商户协调时，没能掌握主动。

三、下年度工作计划

1、努力学习业务知识，提高业务技能，更加熟练掌握erp系统知识。

2、加强对营业员的管理和培训。严格执行营业员手册的各项要求，提高营业员的销售能力。

3、加强与商户的沟通工作，建立更加良好的关系，以便各项工作的开展。

总之，在20\_年的工作中，我会更加努力的做好每项工作，严格要求自己，努力提升自己，为居然之家的发展贡献力量。我相信，居然的明天会更美好。

**商场运营公司工作计划篇十二**

\_\_年即将过去，回顾自己在这一年以来的工作，收获和感触颇多。在领导的支持以及各位同事的帮助下，凭着认真负责的工作态度，圆满完成了公司给予的各项工作。现就\_\_年度工作，向上级领导汇报如下：

一、积极配合部门经理做好每月中旬的各项检查。

包括：综合检查、消防设备检查、消防知识检查。在综合检查中，对于员工的仪容仪表、专柜商品摆设、商品经营范围、环境卫生、仓库状况等，发现存在问题，及时处理，不能够及时处理的，后期要跟进，并反映跟进情况;在消防设备检查中，对于应急灯、灭火器、消防栓等消防器材存在问题的，做好记录，向部门经理反映情况，排除安全隐患;在消防知识抽查中，特别是针对新入职员工，要加大力度检查，对于抽查中不合格的，进行重查工作，让所有员工都能掌握、会使用灭火器、了解离自己专柜最近的消防通道和灭火器的具体位置，使员工在发生突发事件时，能够及时逃生自救。

二、处理好本部门商品质量、服务质量的投诉。

做到耐心听取顾客投诉，保持微笑。我们不希望有投诉，但我们不能回避投诉。我以严格、认真、主动、高效的工作作风处理投诉问题，并从中查找原因。这样就可以变坏事为好事，从根本上减少投诉。本年度个人处理9宗的投诉，同时在部门经理的协助下，顾客的满意度达95以上，坚定顾客信心。但是在处理投诉技巧还需进一步学习和积累。

三、负责召开班会。

班会内容包括：公司各项通知、知识培训、各项提醒、总结昨天工作事项、强调安全防范工作、激励小故事等等。及时把公司文件和会议精神传达到每一位员工心中，因此，每天的班会也是非常必要的，每月主持23次的班会。

四、做好现场巡场工作。

巡场工作尤其重要，不仅要监督好员工的仪容仪表、服务态度、劳动纪律，并对违反公司规章制度的员工做出扣罚处理和教育，让员工根本上减少或杜绝再犯错误，做到以理服人。还要做好现场安全防范工作，在节假日、星期六日要加大巡场力度，保证商场正常营业，通过早会做好宣传，让员工自己做好自己专柜的安全防范工作，同时做好一楼观光大道和二楼中庭促销的监管工作。

**商场运营公司工作计划篇十三**

1、 熟悉楼层主管的工作职责，楼层主管日常工作流程和相关工作的协调部门;

2、 熟悉本楼层的管理人员及员工，向他们了解他们所在工作岗位的情况;

3、 熟悉本楼层的所有专柜，包括专柜名称、具体位置、经营商品的性质、经营方式及经营状态。

1、根据上一阶段的工作，找到当前工作流程中的漏洞，比如是否有本部门无法解决的问题，是否有需要相关部门协助解决而没有具体的人和方法来落实的问题;

2、所有本楼层的员工是否清楚本岗位的工作职责及相应的工作流程，是否有能力做好本职工作及所在岗位需要帮助解决的问题，是否按照相应的要求来做好本职工作;

3、了解本楼层专柜经营中需要解决的问题，例如灯光照明、商品陈列、库存积压等等。

1、完善工作流程与规章制度，向上级寻求帮助以解决本部门需要上级支持才能解决的问题，与相关部门沟通协调解决需要相关部门协助才能解决的问题;

2、对本楼层的员工进行培训，使其具备所在岗位必备的能力，并能按公司要求做好本职工作;

3、与各专柜沟通协调，解决其需要帮助解决的问题。

1、xx年，在经营管理中，紧紧围绕商厦的工作部署进行工作。在续约xx年新合同的同时，将部分专柜基础扣点提高2---3个百分点，初步预计增加年租金15万余元，调整人员工资3万余元。

2、积极配合商厦做好1月15日和“415”两个店庆的准备工作，我们将把两次店庆作为xx年上半年工作的重点。为了能在店庆期间有良好的销售业绩，给xx年的工作开个好头，我们将提前组织货源，认真布署店庆期间工作的每一个细节，现场管理人员加大力度。力争在店庆期间取得了可观的经济效益，刷新我商场自开业以来日销的最高销售记录，成为xx年的工作的良好开端。

3、5月份，我商场将全面调整女装的经营布局及品牌结构。本着以名优商品为主、完善品牌结构为原则进行升级改造。目前根据商场的经营面积，初步拟定借鉴国商的经营格局，将以往的中岛改建为侧边厅。我商场将以淑女装和仕女装为主打商品，继续培养米茜尔、柯蒂娜等一些知名女装品牌的忠实顾客群，并组织新品牌，调整10----15个有竞争力、有影响力、有特色的女装品牌，确保商场品牌组合的科学性、合理性。在调整女装的同时，不忘兼顾男装和运动休闲的经营状况。采取末位淘汰的原则，淘汰一些效益差的男装和运动休闲中小品牌，合理进行调整，在不影响销售的同时，确保明年区域划分整体规划的完整性，保证xx年的升级改造的顺利完成。

4、在经营环节上，要求商场管理人员定期考察调查市场，具备预知市场行情变化的能力，熟练业务知识，研究商品流行趋势，掌握第一手资料，分析知名品牌的经营规模，认真学习其他先进企业的管理方法，查找自身管理工作存在的不足，拟定工作细节的补充计划和实施方案等，提高商场领导的综合能力，向商厦领导提供合理化建议。加大管理力度，向管理要效益。在总结今年经验与不足的基础上，拓展新思路，努力挖掘创造利润的新途径。加强员工培训，提高员工的整体素质。通过组织丰富多彩的活动，增强员工的凝聚力。力争在经营和管理方面，明年能够再上一个新台阶。

**商场运营公司工作计划篇十四**

新的一年是鼠年，虎的本性预示着20xx又将是不平凡的一年。依据行业现状，20xx年将是南通地区家居商场竞争更为严峻、残酷的一年(百安宜家、好一家的持续白热竞争，居然之家的开业)。但危机与机遇并存这一年也将是我们扬起“高端、环保”大旗，迎接市场挑战，夯实商场管理基础，抢夺市场份额站稳脚跟的一年，在集团、区域的帮助支持下南通商场将全面提高商场专业化管理水平，促进各项工作的良性开展，树立第七代生态环保商场的完美形象。为了确保这一目标的达成20xx年的主要工作我们做如下规划：

一、各项运营指标：

1、经营指标

(1)全年出租率98%，收缴率98%。

(2)全年销售额3亿元，租金收入万元。

(3)全年共引进品牌18个，其中进口类品牌0个，a+类品牌3个，a类品牌5个，a-类品牌2个，b类品牌3个。品牌优化率5%。

2、企划营销活动

(1)全年组织活动：大型促销4次(、五一、周年庆、国庆)，团购活动10次，小区活动24次，其他节点活动40次节、建材节等)。

(2)全年不出现负面报道。

二、准确商场定位，开展特色营销

三、稳定经营秩序、增强经营信心

开业至今，因为开业时间短、远离市区商圈、交通不便、商户产品线不对路，营销手段单一，营业员技能差，市场适应期短等等原因导致部分商户经营状况较差，持续经营信心不足，出现退租苗头，商场将继续推行“商户座谈会”“商户代表监督员”“定点营销”“帮扶营销”等能保证与商户充分沟通的有效办法，在企划、营销、财务、培训等方面给予商户充分的帮助，稳定商户信心，维护品牌形象。

四、优化品牌

做好品牌储备，各类后备优质品牌至少5个，尤其注重考察经销商的经营意识和能力。全年实现品牌调整面积10000平米。

五、着力强化行政管理

持续招聘，做好人才储备，全年储备输出一套商场管理团队，主管级人员6名重点在业务体系和物业安全方面，健全并加强各部门和各岗位的绩效考核，推行月绩效考核制，合理安排岗位设置，逐步淘汰平庸员工，留住核心员工，年开展提升团队整体素质，增加工作效率，组建讲师队伍，每月组织学习、培训16小时，每月开展读书分享会1次，强化团队执行力。重视党工团工作。提高员工积极性，改善后勤福利，增强企业凝聚力。

六、开源节流

充分重视财务管理作用，完善成本控制体系，对各部门的支出进行预算考核，在制度上控制各项开支，管理出效益，增大利润。

七、完善顾客满意度的各项工作

做到顾客回访率100%，建立有效的三工管理模式，控制客诉率以内。初步建立顾客信息管理系统、厂家信息快速查询系统。

八、物业安保方面

确保全年无重大安全责任事故，全年进行机电、消防安全大检查各12次，重点防火区域检查48次。高压配电检修2次，空调机电设备检修保养2次，易燃易爆品等五项常规检查50次，夜间值班情况检查24次，细化商场营业结束后的安全工作清场流程。

九、基础管理和现场管理

每周召开“两会”，并及时撰写、上报会议纪要，每季度召开一次员工大会，强化商场各部门的服务意识，制定相应的监督及考核机制，真正做到一线部门为顾客、商户服务，后勤部门为一线服务。现场管理方面以综合巡检、5s管理制度为纲，要求各部门制定详细的检查内容及整改措施，加强楼层的互查、评比，并制定科学的奖惩方案。

**商场运营公司工作计划篇十五**

我一直为我们家电城这个优秀的团队而深深自豪，从我们这个团队走出去的人，在其它卖场都是起着领军人的作用，我从她们身上学到了每台必争，不放过任何一宗生意的敬业精神。大家都自觉自愿地利用倒班休息的时间来加班提高销量，每天如此!大家想的都是同一件事情，就是想方设法达成每一笔销售，巨大的凝聚力时常感动着我。每到节假日，店堂里每位员工的嗓音都是嘶哑的，但是每个人的面貌都是激情而主动的。

一、熟悉工作环境

1、 熟悉楼层主管的工作职责，楼层主管日常工作流程和相关工作的协调部门;

2、 熟悉本楼层的管理人员及员工，向他们了解他们所在工作岗位的情况;

3、 熟悉本楼层的所有专柜，包括专柜名称、具体位置、经营商品的性质、经营方式及经营状态。

二、发现当前工作中的问题

1、根据上一阶段的工作，找到当前工作流程中的漏洞，比如是否有本部门无法解决的问题，是否有需要相关部门协助解决而没有具体的人和方法来落实的问题;

2、所有本楼层的员工是否清楚本岗位的工作职责及相应的工作流程，是否有能力做好本职工作及所在岗位需要帮助解决的问题，是否按照相应的要求来做好本职工作;

3、了解本楼层专柜经营中需要解决的问题，例如灯光照明、商品陈列、库存积压等等。

三、解决当前工作中的问题

1、完善工作流程与规章制度，向上级寻求帮助以解决本部门需要上级支持才能解决的问题，与相关部门沟通协调解决需要相关部门协助才能解决的问题;

2、对本楼层的员工进行培训，使其具备所在岗位必备的能力，并能按公司要求做好本职工作;

3、与各专柜沟通协调，解决其需要帮助解决的问题。

以上工作为主要工作思路，在具体的日常工作管理上须如此进行：

1、管理本楼层销售工作;

2、清楚掌握本楼层各专柜销售及货品、人员情况;

3、负责柜长、营业员工作分配、考勤、仪容仪表、行为规范;

4、帮助下属解决工作上的问题;

5、培训下属并跟进检查培训效果;

6、处理顾客投诉;

7、严格执行公司各项规章制度;

8、及时准确地将商品信息及顾客需求和建议反馈公司;

9、负责楼层环境清洁、灯光、道具、维修、安全;

10、按时更换、检查卖场陈列;

11、跟进公司促销活动的执行、宣导;

12、负责每月楼层盘点;

13、定期检查、抽盘后仓货品;

14、根据卖场实际情况，做适当人员调备;

15、负责下属工作质量及工作进度;

16、负责本楼层物料陈列、道具、管理;

17、拟定市场调查工作计划及实施;

18、对各专柜按公司制度进行管理并与其业主沟通协调来处理好双方的不同意见;

19、销售业绩分析工作。

万事开头难，什么事都得去尝试，都要经历开始、经过和失败。自从在金茂超市工作之后，我明白了很多事情其看起来远比做起来简单。就算是一个小小的超市，它的经营也不容易，不但要细心，还要有策略，谋划。

自来到移动公司那天起，我就给自己制定了一个目标，那就是：无论做什么，干，就要干好，就要做到比别人优秀，我相信自己的能力，我也自信，经过努力，我一定能成功。

**商场运营公司工作计划篇十六**

\_\_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。

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。

二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然 。\_\_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。

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。

\_\_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\_\_年虽有改变，但效果并不明显。\_x\_，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：

1、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

2、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

3、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。

4、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。

5、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\_\_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。

6、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。

7、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。

8、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销\_x\_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。

9、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型\_x\_，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。

**商场运营公司工作计划篇十七**

商场工作计划将需要兼顾很多部门的工作情况，做好一份商场工作计划，对商场的发展起着良好的导向作用。

1、全面提升服务品质，实施“特色化服务”。服务品质提升方面，启用员工奖惩考核体系，进行规范管理，建立良好规范的正负激励机制，在工作中找突破点，坚决取缔商品部二次处罚员工的错误做法。抓现场纪律现已基本走入正轨，应抓销售技巧与商品知识，提高营销水平，这样才有利于整体服务水平的提高。今年的服务宗旨和标准，以及国芳百盛在顾客心目中应树立什么形象、转变服务观念、顾客需要的，就是我们要做的，国芳百盛早已是兰州同行中的龙头老大。

商场如战场般的残酷又如逆水行舟不进则退，企业要发展，就要有领先对手的观念和措施。因此，企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地，就必须把商品品牌、服务品牌、企业品牌摆在重要的工作日程，提升、维护和发展，逐步形成金城知名而特有的“特色化服务”战略十分必要。所以\_\_年第四季度——20\_\_年一季度在兰州率先提倡并实施“特色化服务”，大打特打服务牌，显示我们国芳百盛一种特有的服务品质和服务档次。根据业态的不同提供不同的服务，超市——“无干扰服务”，一楼商品部至四楼商品部“品牌化服务、朋友式服务”五楼商品部;“朋友式服务”，六楼商品部——“技能式服务”，向社会表明，我们追求的是高质量、高品质的服务。达到超越顾客期待的、最完美的服务。

2、开展公司服务技能项目竞赛服务办承办了公司第六届运动会中的服务技能赛区，包括知识竞赛、情景实操模拟、全程消防演习、岗位应知即问即答，通过竞赛丰富员工的业余文化生活;以岗位练兵为目的、以寓教于乐为形式提升各岗位员工素质;以专业到位的素质要求全面升级公司员工服务意识及服务水平。展示公司的服务水平。

3、相关政府部门联络与沟通。加强与省、市、区各消费者协会及主管工商所的联络与沟通，并与之保持良好的协作关系，及时掌握零售业发展动态，建立良好的商誉。

4、顾客投诉接待与处理，全面维护国芳百盛信誉。就\_\_年前三季度在投诉中存在的问题及三级管理制度执行不到位，以及其他原因引起投诉升级的，第四季度我们将利用部门例会、领班沟通会等形式对楼层基层管理人员进行公司退换货规定、投诉处理技巧及精品案例分析培训(原因是因为现在大多数领班都新员工，急需加强培训)，重点以规范自身接待形式、规范服务为主要工作目标，作到投诉规范化、接待礼仪规范化、接待程序规范化、处理结果落实规范化、楼层接待及记录规范化，做到接待一起，处理完结一起，并时刻以顾客的满意度来衡量我们的管理水平，站在消费者的立场上考虑、处理问题，以此赢得回头客。因为现在的市场是“顾客的满意才是双赢”。

5、加强部门内部人员综合素质提升几，并对公司五大服务体系进行完善。坚决执行董事长在四季度会议中提出的保持总店稳健发展。带动分店全面提升的指导思想，加强部门间的沟通，消除管理中存在的误区。现场检查不单纯是发现问题，而是针对出现的问题提出改进措施和方法，及时给部门以指导。第四季度服务办的内部培训内容为商品知识(毛织，保暖为主)、消法知识及卖场信息熟知度等方面的基础知识培训。培训手段采讨论的形式，使培训趣味化，生动化，将讨论出的结果，以书面形式下发分店部门，组织相关人员学习，达到三店同步提升的目的，

公司的五大服务体系人员管理、商品管理、环境管理、促销管理、顾客管理，其中人员管理的各项规定比较详尽，但其余四项管理的具体标准还比较空洞，所以在第四季度，我部结合当前具体情况对商品管理、环境管理、促销管理、顾客管理标准进行完善。

**商场运营公司工作计划篇十八**

五一节，是春节长假后的第一个黄金周，是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。继三四月销售低迷后，五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

1、婚庆消费(婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类)

2、长假旅行消费(箱包旅行包、摄影器材、旅行用品)

3、近郊春游消费(饮料类、即食品类、休闲食品类、)(户外用品、运动用品、园艺用品)

4、家庭换季消费(夏凉家纺入季、厚暧家纺出季、防晒型化妆品入季)(夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品)

5、福利消费(夏季消夏用品团体福利消费)我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

一、确定促销期间

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不益太长，我们建议在8-12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为益。

二、确定促销目的

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升;二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

三、确定促销主题和主力商品群

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求;二是换季购物为主题的新品推广诉求;三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题;五是以春游、旅游为主题。

如：五一酬宾惊喜狂购(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

劳动光荣低价有礼(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

开心度长假低价总动员(出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价)

清凉一夏低价风暴(夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料)

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季(夏凉家纺、家电、化妆品、饮料)

五一乐翻天购物拿大奖(有奖销售、刮刮卡等)

购物有乐趣吃上再拿上(游戏互动促销大规模的品尝买赠活动)

四、确定促销商品分类比重及促销价

根据商品组织情况或竞争环境要求确定了促销主题及主力商品群后，要进一步规划各类商品促销比重，建议如下：五一快讯各类促销品量食品类分类主要品种促销品数让利辐度生鲜包装熟肉装210%-20%散称熟肉、面包、散称饼干610%-20%散称糖果、炒货、干果蜜饯410%-20%粮油色拉油25%-10%10公斤代大米、面粉25%-10%调味醋、酱油、味精、芥末油、花椒油(凉拌型)25%-10%代干货(腐竹、粉丝)210%-20%罐头、白糖、冰糖、蜂蜜85%-10%酒饮白酒(当地婚庆常用型)23%-5%啤酒(单支、罐装)23%-5%饮料(纯水、果汁、乳酸、茶)105%-10%冲调(柑粉、固体果味冲饮)230%-50%茶叶(散装、袋装)420%-30%休闲饼干210%-15%膨化410%-15%果冻210%-15%干果蜜饯410%-15%山楂210%-15%五一期快讯各类促销品量非食品类分类主要品种促销品数让利辐度洗化洗衣粉、皂、芳香剂、防虫日化810%-15%洗洁净、洗涤剂、柔顺剂410%-15%香皂(润肤型)210%-15%护肤膏霜(防晒、保湿型、换季护肤品)1020%-30%牙膏、牙刷410%-15%卫生巾、卫生纸410%-15%家居收纳整理袋、衣架410%-15%居室清洁用具210%-15%冰品制作模具、凉杯水具210%-15%雨具210%-15%家电夏凉家电(电扇、空调)45%-10%摄影器材(像机、胶卷、电池)45%-10%家纺内衣、睡衣、丝袜(夏凉型)1010%-15%床品(凉枕凉席)210%-15%毛巾(浴巾、毛巾被)210%-15%运动服、鞋420%-30%凉拖420%-30%文体运动器材(羽拍类、球类)320%-30%户外玩具类(风筝、摇控模型)420%-30%。

**商场运营公司工作计划篇十九**

五一节日期间，各商家比着打折让利销售的行为让人担忧，认为从表面上看起来红红火火的假日销售，只是消费者将昨天、明天或下个月的消费集中在几天内进行。为了引导消费，激发节日冲动性消费，并且要想在五一期间取得较好的销售业绩和较有影响力的社会效应，提升企业形象及以文明经商的特点，应该举办与节日相应的各种活动，使消费者在享受多元化服务的同时，增加随机消费的欲望。拟策划以下五一节日主题系列活动，活动方案如下：

一.系列活动主题：

1. 五月购物赠大礼，欢乐假期全家乐

二. 活动时间：

20\_\_年5月1日——5日

三. 活动内容：

(一)购物疯狂送，好运自然来;

活动期间一次性在本商场超市区购物(特价除外)： 满38元以上送新鲜鸡蛋5个或面条一把

满68元以上送\_\_\_或面值5元福利彩票刮刮乐一张

满118元以上送高级卷纸1条或面值10元福利彩票刮刮乐一张

(二)vip客户尊享，5元超值大换购!

活动期间一次性在本商场超市区购物满51元以上，凭单张电脑小票加会员卡即可在商场出口处加5元超值换购价值20元以上超值商品。(单张电脑小票最多限换购一件商品)

由采购部于4月30日前提供一系列零售价接近20元的近期或滞销而又不可退货的商品作为此次换购的商品(要求商品有一定体量)。使此活动在带动客流量提高客单价的同时减轻本商场滞销商品、近期商品的积压与库存，从而一举两得。

活动期间：商场全部专柜必须参加特价dm单宣传，并提供不少于五个(或全场促销方案)超低价特价商品进行促销。促销方案及特价须报商场总经办审核。超市区提供会员超低价促销商品不少于20个单品。

促销热点：每天精选出10种左右的超低价商品，要求确定合理的品种、供货量和超低价，保证具有强大的吸引力和价格冲击力，一方面限制个人购买数量，另一方面保证当天足量供应，避免在短时间内哄抢一空;如：散装大米5月1日超低价销售，\_\_\_元/斤，家鸡蛋5月2日超低价销售，\_\_\_元/斤。使活动掀起两个高潮。

**商场运营公司工作计划篇二十**

1、商场概况

商场名称：金阳客车站大商汇综合商贸城（暂定名）商场经营单位：贵阳大商汇投资管理有限公司（由贵州金兴西南家电有限公司和贵阳市百货行业、铝塑、服装等行业人士共同组建）。

商场负责人：刘雪兰

商场经营内容：依托金阳临时客车站，以餐饮、宾馆、休闲、娱乐为配套，以服装、鞋帽、百货、铝塑、日用品、化妆品、文化用品、五金家电为主的辐射周边乡镇及全省的综合性现代化商贸城。

商场规模：总占地面积192780平方米，商场建筑面积78793平方米。

商场经营总投资概算：亿元人民币

2、商场经营单位概况

商场经营单位为贵阳大商汇投资管理有限公司，该公司由贵州金兴西南家电有限公司和贵阳市百货行业、铝塑行业、服装针织等行业主要人士共同出资组建而成。

目前，由于市场竞争的加剧，城市化经营场所无法满足需求的的现状，对各个批发行业的发展形成了极大的制约。为了更好的适应现代化批发业出现的新情况，突破现阶段发展中市场规模，交通、仓储、物流等瓶颈，并建成批发、零售、办公为一体的大型综合性现代化批发市场。贵阳市家电行业协会牵头，由贵州金兴西南家电有限公司投资，联合在贵州省家电、五金、文体、铝塑、日用、箱包、针织用品等十大行业最前沿的约3000户经营户共同筹备，成立贵州大商汇投资管理有限公司，进行金阳大商汇综合商贸城项目的整体运行开发，齐心协力推动整个贵州乃至西南地区商贸业的发展。

1、20xx年贵州省贵阳市经济及批发市场微观分析

在西部大开发的发展战略中，贵州的经济在过去的十几年里有了翻天覆地的发展。贵阳市作为贵州省的省会城市，是贵州省的政治、文化、经济中心，它的健康稳定发展在全省的经济发展中起着砥柱中流的作用。

迄今为止，贵阳市的家电、五金、文体、铝塑、日用品等行业的批发和零售市场已近逐渐成熟，但是现有的经营场地大部分已经老化，而且布局零星分散，设备设施不足，消防隐患突出，从而导致市场规划极其混乱，已经不能满足现有的经济持续健康，严重制约全省经济的进一步发展。

2、贵阳市批发市场的经营现状

通过调查，贵阳市现有主要商品批发市场分散在市西路、浣沙桥、老客车站、次南门、相宝山、罗汉营、三桥、花香村等地，具体见下表：

这8个地方都位于贵阳市闹市区内，缺乏足够的停车场面积，经营环境早已经不能满足消费者的要求。目前，随着市场知名度的不断扩大，市场经营户的迅速增加，经营户的经营规模和经营实力的急剧扩大，健康稳定的市场发展对经营场地、仓储面积都有了新的要求。目前，经营场地面积和仓储占地面积甚小已经远远不能满足经营户的要求。很多经销商被迫将

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！