# 盒马超市年度工作计划(合集32篇)

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-02-01

*盒马超市年度工作计划120xx年兴茂国际超市部全年预算8000万，实际完成业绩6725万，达成率84%，较20xx年业绩4546万，成长2179万，成长率为，20xx年全店平均毛利率，毛利万，20xx年全店平均毛利率，毛利万。部门食品非食生...*

**盒马超市年度工作计划1**

20xx年兴茂国际超市部全年预算8000万，实际完成业绩6725万，达成率84%，较20xx年业绩4546万，成长2179万，成长率为，20xx年全店平均毛利率，毛利万，20xx年全店平均毛利率，毛利万。

部门食品非食生鲜联营20xx年万万万万20xx年1285万1100万万1863万成长率

1.超市部全体员工及管理层团结进取，积极向上，吃苦耐劳。打造较为理想的业绩。

2.货源较12年充足，品种多样化，季节调整及时。让顾客更加体会一站式购物。

3.促销活动多样化，积累了较多的成功案例，例如;正月十五、六一、七夕、元旦等。积累了更多的经验。

4.员工防损意识较弱，导致年内发生数起较大的盗窃事件，损耗较高。5.员工主动服务顾客的意识较弱，未能让顾客感受到兴茂国际更高一层的服务理念。

6.毛利的损失：各部门主管变价不及时，订货不合理，导致我们应有的毛利得到了不必要的损失。

7.每档活动的海报信息宣传不到位，甚至有内部员工不太理解活动内容，导致不能将特价信息及时传达顾客。

8.员工激励制度不完善，不能更好的提高员工的.主动性和积极性。对公司没有亲和力，没有爱企如家的感觉。

20xx年兴茂国际超市部的预算为7728万，目标较20xx年成长15%。

1.因20xx年受周边环境影响，周围新开设了红城超市、新百盛源商城、分散了部分客流，以及神府经济衰退，外来人口的减少，老百姓收入减少，我们应该做到更好更大范围的宣传，商品的陈列，特价商品的宣传，培养员工更优质的服务，力争百分百完成14年业绩预算。

2.培养所有员工的防损防盗意识，及时巡查通道，货品，对高端及易损耗商品安装防盗设施，对可疑人员跟踪并报告，减少损耗。

3.每天开会宣导服务理念，让员工更好的认识服务的重要性，从而提升我们的服务水平，让顾客更加满意，更显兴茂国际出类拔萃。

4.提升毛利：各部门主管合理订货，必须熟知活动的日期，及时调理价格，以免造成不必要的毛利损耗。

5.加强宣传:利用短信平台，微信平台，会员信息，LED，户外广告，展架，员工口头宣传，以及特价商品的推广，更高效及时传达顾客特价信息。

6.要增加员工对企业的亲和力，管理人员对员工应奖罚分明，及时发现有积极性，有上进心，有责任心的员工给予奖励与培养，让员工感受到一种被重视的感觉。

我坚信我们超市部所有员工会突破自我，勤劳实干，团结向上一定会完成公司下达的各项任务与指标。

**盒马超市年度工作计划2**

尊敬的各位领导、同事大家好：

时光如梭，转眼大半年的时光已悄然过去，在这半年里，由于新任的工作流程生疏，所以在工作中有烦恼、有泪水，但也有完成工作后的欢乐，更多的是领导和同事们对我的热情帮助和耐心指导，让我在短暂的时间里熟悉工作内容，使我逐渐成熟，让我受益匪浅。

在公司，我的工作是最繁杂的，同时也是最不能粗心大意的，所以我没有轰轰烈烈的成果，但也算经历过一段时间的磨练，现就这半年来的工作情况向领导及同事作简要的汇报。

一、目前我的主要工作包括每月月底核算各店面盘点情况。每月盘存前通知各厂家送商品自采单，核算出各店面自采商品的进货数据，然后把店面上交台账与厂家账目相核对，对有问题的地方及时改进，最后根据核算无误的盘点账目统计出各店面的销售、库存、及长短款。

二、每月初核算各店面员工工资表。店面工资表是根据当月盘点结果及当月员工考勤进行核算的，在进行核算时，严格按照工资制度执行，确保在每月6号前做好工资表，8号左右时工资发到超市店员手中。

三、负责公司员工的考勤及月底交通费用报销工作。在执行的.过程中，严格按照公司的规定执行，做到实事求是地统计考勤，次月初统计数据将员工交通费用予以报销，报交总部并制作工资表。

四、为了便于全面掌握设备资产的分布情况，最大限度地发挥设备资产的使用效益，于今年6月份对每个部门、超市、宿舍进行资产登记，对每一项设备资产进行编号，分别制作成纸板和电子档的档案，并附有超市店长及分管主管的签名认可。

五、行政人事方面的统计和上报工作。在完成日常工作后，建立行政档案信息库，根据区域进行分类存档，包括各部门及店面的会议记录、月考勤记录等，每年6月30号前办理好各超市的证照年检、变更、注销工作等，根据总部要求，每天19:00上报公司主要领导次日工作流程及具体工作情况，每月月底将本月工作总结及下月计划上报总公司领导。

六、每天根据上班打考勤的情况统计当日中餐的订餐人数，尽可能的避免浪费，细节决定成败，也体现了公司“精细化”管理的原则。

在这半年工作中取得一些成绩，但也存在一些不足之处，在今后的工作中还需要进一步做好以下几个方面的工作：

一、每月核算店面盘存情况发现问题时如实记录下来，并及时与主管沟通，了解问题发生的原因所在，在合适的情况下协助主管做好协调工作；

二、每月核算店面工资表时，必须仔细的检查核实，尽量把错误减少到最小，让主管下店发工资时，不会为我的一时疏忽而备受店员的责备；

三、学会公司文件档案的管理，每份文件材料分别做纸板和电子档备份，有效地把公司各类文件归类和保管，为公司积累资料；

四、做好办公室内务工作，保持办公室内的清洁卫生，维护公司的各项办公设备，确保它们的正常运行，让领导和同事们在一个舒适的环境下工作。

成功的企业源于卓越的管理，卓越的管理源于完善的制度，随着公司不断的发展，我相信公司推行的“精细化”管理，必将让我们公司今后越做越大，越做越强。今后我决心以主人翁的姿态发挥所长，为公司分担更多力所能及的事情。

最后感谢公司领导及同事在这半年内对我的工作给予的热情支持，虽然我还有很多的不足和能力上的欠缺，但我相信，把工作做得更加细致一点、与领导及同事的沟通多一点、对待工作的责任心强一点，借助杜经理7月19日例会上面讲的，各人努力、尽心把手上的工作做好，随着公司的发展与不断壮大，我们的明天也会更好。谢谢大家！

**盒马超市年度工作计划3**

xx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04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。

04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04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。

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05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、退换货等方面争取的政策。

七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销05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。

**盒马超市年度工作计划4**

xx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120xx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xx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。

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。

>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。

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xx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xx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

**盒马超市年度工作计划5**

xx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XX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。 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。

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\*\*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 \*\*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 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。

**盒马超市年度工作计划6**

>一． 监督和指导各个部门落实和完成本年度的各项指标 每月进行总结并进行及时调整，从而顺利完成公司各项任务。

1．运营和采购部门需要通过财务和信息部门提供各项数据，并进行综合分析判断，进行及时调整。运营部通过绩效激励门店达成销售指标，保证全年销售和公司效益。采购部要通过营业外收入提成来完成目标任务。

2．对于人事后勤部的工作要用人员配备，人员稳定性，培训安排，后勤保障等硬性指标来进行监督调整，积极配合公司的整体工作。

3．对于防损部门同样采取硬性指标管理，对大额亏损本年度公司不予承担，公司只承担千分之五以内的丢损，并且跟踪盘点，及时对各个门店进行调整。防损检查要求每月一次，门店丢损调整与盘点周期相吻合，两个月一次，安全隐患按季度，三个月进行一次大型检查。

平时要做到今日事今日毕，杜绝一切安全隐患。

4．信息部的工作主要是抓门店的基础工作，票据流程，从根源上解决信息流程，使得信息畅通，数据准确，能达到时时性的要求。每月要对新的流程和制度进行跟踪整改，用最短的时间来完成整个流程的改革。

5．财务部上半年要把现有的各项财务流程细化，并且认真把好财务关。对各项费用的支出要求帐目明晰，控制严格，做到有据可查，有据可控。解决资金问题，做到良性循环，采取总经理负责制，每比支出必须要由总经理签字审批，否则不得以任何理由和方式挪用公司资金。下半年做好由手工帐到电算会计的转换，要求准确无误，平稳过度，以达到数据公开准确。

6．门店年度销售的提升要靠经济自然增长和门店自身完成，绩效的完成主要是靠总部人员下门店做指导员，完善门店的管理，靠管理拿效益。每月要对各个门店的销售与任务指标进行对比，对销售，利润和管理进行评估和考核，对不合格和效益达不成的门店做及时调整，确保各个门店顺利完成各项指标。

7．其他不可预计事件和不可抗拒因素所带来的影响和损失，要及时处理解决，做到今日事今日毕。

>二．公司利益达成方案

1．销售方案

整体销售要在08年基础上上升10%并且保证毛利率不低于08年，力争全年度销售达成20xx万。

考虑08年和09年的具体情况再做细节调整，包括二部今年的修路影响，一部竞争店的情况以及四部的房租金上涨等因素。（销售任务见附录四）

2．营业外收入

在提高销售的同时增加营业外收入，充分参考08年的`各项数据，挖掘可利用资源，仍以提成的方式激励采购人员的积极性，力争营业外收入上涨20%为达成今年的赢利目标而降低压力。

3．成本核算

财务部做更加精细化的成本核算，公司各个部门控制各项费用，降低一切不必要开销，取消所有非全职人员工资，在整体物价上涨的前提下争取做到各项费用在08年的基础上零增长，使得公司效益和费用的比例趋于合理。

4．加盟业务

公司09年度要大范围，大力度开展加盟业务，在发展的同时为公司增加收益，吸纳资金，缓解公司资金压力。设专人做市场开拓，包括选点评估和加盟商的引进

>三．奖励分配制度改革

1．利益分配制度

为提高公司利益，充分利用好现有资源和公司平台，达到利益最大化，鼓励员工努力自觉工作，开发潜在能力，所以在原绩效奖励的基础上推出年终利益分配制度，真正做到公司利益与员工利益相结合。（方案见附录一）

2．基础工资调整

由于物价上涨等因素，现有公司员工工资水平偏低，尤其是基础员工工资，已低于低保工资，没有达到国家劳动部门的要求（今年劳动部门已正式下发文件，用工单位最低工资标准为720元，并且要做全面检查）。

09年度公司对门店基础员工将采取高薪低奖的方针，大范围大幅度的提高一线基础员工工资。由原来的平均月工资调整为小时工资，鼓励多劳多得（方案见附录二）。具体实施方案采取先考核后增长，考核以《运营手册》为标准，只要

门店能达到标准化管理，就给增长工资。依照“让一部分人先富起来的”思想，让门店之间进行评比和竞赛，用最短的时间做到门店的提升。门店工资上涨年预算十万元。

09年度公司对总部管理层员工采取低薪高奖的方针，只进行小范围的工资调整，目的是平衡总部员工的工资基数，总部基本工资上涨年预算三万元。

具体安排： 3．绩效占比方案 绩效占比方案：

公司全体员工采取全员参与绩效。各门店员工及采购部，运营部员工的绩效从门店产生，采购部和运营部员工采取支援门店做指导员，一对一指导，一对一提升，以达成门店的销售增长，达成绩效。辅助部门人员（人事后勤部，信息部，财务部）工资增长以绩效达成。

>绩效分配占比表：

>三．奖励分配制度改革

1．利益分配制度

为提高公司利益，充分利用好现有资源和公司平台，达到利益最大化，鼓励员工努力自觉工作，开发潜在能力，所以在原绩效奖励的基础上推出年终利益分配制度，真正做到公司利益与员工利益相结合。（方案见附录一）

2．基础工资调整

由于物价上涨等因素，现有公司员工工资水平偏低，尤其是基础员工工资，已低于低保工资，没有达到国家劳动部门的要求（今年劳动部门已正式下发文件，用工单位最低工资标准为720元，并且要做全面检查）。

09年度公司对门店基础员工将采取高薪低奖的方针，大范围大幅度的提高一线基础员工工资。由原来的平均月工资调整为小时工资，鼓励多劳多得（方案见附录二）。具体实施方案采取先考核后增长，考核以《运营手册》为标准，只要门店能达到标准化管理，就给增长工资。依照“让一部分人先富起来的”思想，让门店之间进行评比和竞赛，用最短的时间做到门店的提升。门店工资上涨年预算十万元。

09年度公司对总部管理层员工采取低薪高奖的方针，只进行小范围的工资调整，目的是平衡总部员工的工资基数，总部基本工资上涨年预算三万元。

具体安排： 3．绩效占比方案 绩效占比方案：

公司全体员工采取全员参与绩效。各门店员工及采购部，运营部员工的绩效从门店产生，采购部和运营部员工采取支援门店做指导员，一对一指导，一对一提升，以达成门店的销售增长，达成绩效。辅助部门人员（人事后勤部，信息部，财务部）工资增长以绩效达成。

绩效分配占比表：

附录二：

员工新工资发放标准及办法

一、工资发放标准

□薪资结构：基本工资 工龄工资 考核奖金（绩效工资） 年终奖 基本工资

◎基础员工基本工资（按小时工资）：小时工资（2。2元/小时）＋夜班补贴（夜补从晚8点记起，增加0。5元/小时）

这样，按每月30天计算：

一部、五部、七部、八部每日工作时间为：上午7小时，下午8小时（晚10点下班），这四个门店的员工基本工资可以达到如下标准：15×15×2。2＋2×15×0。5＝510

二部、三部、六部、四部每日工作时间为：上午9小时，下午9小时（凌晨1点下班），这四个门店的员工基本工资可以达到如下标准：9×30×2。2＋5×15×0。5＝631。5

◎各部店长基础工资：（8。5×7－5）×4×5＝1090（小时标准5元） ◎收银员：在导购员的基础上每月补贴150元

**盒马超市年度工作计划7**

新年里，把握市场需求量，确保开门红，为努力把超市各种工作做好，特制定出超市年度工作计划。

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 08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。

08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08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XX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 XX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。

**盒马超市年度工作计划8**

由于大卖场营业面积大，部门众多，所以对员工的管理也相对比较散乱。因此，绝大多数员工为了一己私利或工作不认真、不负责任而造成卖场损耗的事已屡见不鲜。

加强内部员工管理

员工偷窃有多种表现形态，如内部勾结、监守自盗、直接拿取货款、利用上下班或夜间工作直接拿取商品等，使人防不胜防。

首先，要针对员 损耗”是一个在连锁企业经营中经常说到的字眼。业内人士普遍认为，如果超市经营利润为1%，若能够将大卖场2%以上的商品损耗率降低到1%，则其经营利润就可以增长100%。那么如何做好大卖场的防损管理?我认为应从内外两个方面入手。

内部原因造成的损耗及防损

由于大卖场营业面积大，部门众多，所以对员工的管理也相对比较散乱。因此，绝大多数员工为了一己私利或工作不认真、不负责任而造成卖场损耗的事已屡见不鲜。

加强内部员工管理

员工偷窃有多种表现形态，如内部勾结、监守自盗、直接拿取货款、利用上下班或夜间工作直接拿取商品等，使人防不胜防。

首先，要针对员工偷窃行为制定专门的处罚办法，并公之于众，严格执行。

其次，要严格要求员工上下班时从规定的员工通道出入，并自觉接受卖场防损人员的检查，员工所携带的皮包不得带入卖场或作业现场，应暂时存放在指定地点。

第三，对员工在上下班期间购物情况要严格规定，禁止员工在上班时间去购物或预留商品。员工在休息时间所购商品应有发票和收银条，以备防损人员、验收人员检查。

强化员工作业管理

加强对员工作业的管理，规范员工作业的流程，尽可能把员工在作业过程中造成的损耗降到最低。

首先，由于大卖场经营的商品种类繁多，如果员工在工作中不负责或不细致就可能造成商品条码标签贴错，新旧价格标签同时存在或POP与价格卡的价格不一致，商品促销结束后未恢复原价以及不及时检查商品的有效期等，这样一来，某些顾客可以以低价买走高价商品从而造成损耗。如果顾客买到超过保质期商品后投诉，不仅会在经济上造成损耗，而且对企业的形象也极为不利。因此，大卖场里各部门主管应给员工明确分工，每天开店之前把准备工作全部完成，如检查POP 与价格卡是否相符;检查商品变价情况，并及时调换;检查商品的保质期等。

其次，由于大卖场的特殊性，在经营过程中的零库存是不可能的，仓库管理的好与坏会直接影响到损耗的多少。

大卖场大批量进货，会加大仓库商品保管难度，虽然各部门有各自的商品堆放区域，但难免会 “侵入”到对方的堆放区域。如果是非食品，商品相对容易保管，但相关人员也难免会不珍惜对方商品而乱丢、乱扔，造成人为的损坏。针对这种情况可以安排专门人员进行监督，负责管理零散商品的堆放，使仓库管理规范化，减少仓库里的损耗。另外，卖场营业过程中由于顾客不小心或商品堆放不合理而造成的损坏或破包，各部门可以针对这种情况在仓库里留出一小片地方作为退货商品堆放区，并由专门的资深员工负责退货和管理，把损耗降到最低。

第三，大卖场的收银员作为现金作业的管理者，其行为不当也会造成很大的损耗。如收银员与顾客借着熟悉的关系，故意漏扫部分商品或者私自键入较低价格抵充;收银员虚构退货私吞现金以及商品特价时期已过，但收银员仍以特价销售等。因此收银员的作业纪律，并制定相关的处罚条例，严格执行。收银主管要严格按程序组织并监督收银员的交\*\*\*工作，要认真做好记录，以备日后查证。

第四，生鲜食品现已成为大卖场的一大卖点，除了有很好的利润外，更以保质、保量、保鲜吸引了一大批目标顾客。但生鲜食品的损耗也令卖场的经营者们颇伤脑筋。加强对生鲜食品的防损耗管理可从以下3方面考虑：

首先，冷冻冷藏设备要定期检查，发现故障及时排除，一般每月3次为宜。同时，生鲜商品必须严格控制库存，订货一定要由部门主管或资深员工亲自参与。

其次，生鲜商品有些需当日售完，如鱼片、绞肉、活虾等，可在销售高峰期就开始打折出售，以免成为坏品。

再次，生鲜商品的管理人员应彻底执行“翻堆”工作，防止新旧生鲜商品混淆，使鲜度下降。同时，工作人员应尽量避免作业时间太长或作业现场湿度过高，造成商品鲜度下降。

外部原因造成的损耗及防损

大卖场除了内部员工的原因造成的损耗外，外部环境的一些原因也不可忽视，如供应商的不轨行为或顾客的\'偷窃事件等。

首先，供应商行为不当造成的损耗，如供应商误交供货数量，以低价商品冒充高价商品;擅自夹带商品;随同退货商品夹带商品;与员工勾结实施偷窃等。针对这种情况，对供应商的管理必须做到：

1、供应商进入退货区域时，必须先登记，领到出入证方能进入。离开时经保安人员检查后，交回出入证方可放行。

2、供应商在卖场或后场更换坏品时，需要有退货单或先在后场取得提货单，且经部门主管批准后方可退。

3、供应商送货后的空箱必须打开，纸袋则要折平，以免偷带商品出店。厂商的车辆离开时，需经门店保安检查后方可离开。

其次，顾客的不当行为或偷窃造成的损耗，如顾客随身夹带商品;顾客不当的退货;顾客在购物过程中将商品污损;将包装盒留下，拿走里面的商品;还有将食物吃掉并扔掉食物包装盒等。针对这些情况，卖场的工作人员必须做到：禁止顾客携带大型背包或手提袋购物，请其把背包或手提袋放入服务台或寄包柜。顾客携带小型背包入内时，应留意其购买行为。同时，定期对员工进行防盗教育和训练;要派专门人员加强对卖场的巡视，尤其留意死角和多人聚集处;对贵重物品或小商品要设柜销售;顾客边吃东西边购物时，应委婉提醒其到收银台结账。

尽管顾客偷窃是全球性的难题，但如果采用一定的措施还是会收到一定成效的。

大卖场防损耗管理并不容易，它牵涉了太多人为的疏忽，而商品损耗的发生会对大卖场的经营发展产生不良影响。卖场应根据损耗发生的原因有针对性地采取措施，加强管理，堵塞漏洞，尽量使各类损耗减少到最小。

超市防损主要有两点!

一、防安全!排出一切安全隐患!

二 、控损耗! 防止小偷、控制生鲜、食品、非食品出现的损失!

**盒马超市年度工作计划9**

⒈上半年××××除根据××总部策划的营销方案开展促销活动以外,另外结合寿光当地的特点积极开展了有特色的营销活动都取得了较高的人气和理想的销售;

⒉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。

⒊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。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。

4.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。

5.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。

6.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××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,力争使寿光店的经营业绩在上一个新的台阶。

⒈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。

⒉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。

⒊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。

⒋做好公司的安全工作。

**盒马超市年度工作计划10**

>一、安全检查要点

安全检查的形式和方法有各种各样。从检查的时间上分，有节、假日检查，季节性检查和定期检查。从检验范围上分，有自我检查、联合检查、互相检查和不定期的抽查等。

开展安全检查的程序，有四个阶段。

1、准备阶段，组织检查力量，制定检查计划、目的、要求、检查方法。

2、检查阶段，按照检查的目的要求，深入被检单位，以看、听、问的方法进行认真细致的检查。

3、整改阶段，对发现的隐患、漏洞和不安全因素，研究整改措施，及时解决。

4、总结阶段，写出检查报告，报告上级领导，备案存查，对检查中发现的重大问题及时解决。

>二、治安灾害事故预防要点

1、搞好宣传教育。要利用各种机会，采取各种形式，向超市店员进行教育，提高超市店员维护和遵守规章制度的自觉性，保证安全。

2、领导和超市店员认真落实安全责任制，做好安全防范工作，切实防止治安灾害事故的发生。

3、坚持安全检查，堵塞漏洞。要定期或不定期的对管区公共场所易燃、易爆、危险物品和“五防”安全防范工作进行安全检查，发现不安全的问题，应及时协同有关部门加以解决。

4、及时总结超市各部门的预防治安灾害事故的经验，对好的部门和个人给予表扬和奖励。对已经发生的治安灾害事故，要认真查清事故的原因，判明事故性质，对制造破坏事故的\'犯罪分子要严厉打击，对玩忽职守的.直接肇事者要报告上级，分清情况给予处理。

>三、聚众斗殴处理要点

成帮结伙聚众斗殴，对超市危害很大，一旦发现和发生这类事件，就要采取果断措施处理解决。其办法是：

1、抓住苗头，及早发现，解决在萌芽阶段。凡是成帮结伙聚众斗殴的，总是事前互相串联，纠集人马，准备工具或约定斗殴时间、地点，这些前兆只要我们在日常工作中注意收集、观察，把耳目搞灵，事先是可以发现的。发现有聚众斗殴的迹象，就要迅速组织力量，加强防范，掌握动向，及时做好充分瓦解和疏散工作，把事件消灭在萌芽之中。

2、发生这类事件，要立即报告，迅速组织人员赶赴现场，及时制止。对未斗殴起来的要驱散，对正在斗殴撕打的要责令或强制他们放下械具，停止武斗，发现伤者，要及时送往医院抢救治疗。

3、聚众斗殴事件平息后，应留住双方事主，并组织人员对参加斗殴的逐个登记，逐个进行调查核实，查清斗殴原因，进行调解，或送交公安机关处理。

>四、保护盗窃现场要点

盗窃现场的保护方法，除在外围现场设岗，不准无关人员进入外，重点是保护好犯罪分子经过的通道、爬越的窗户、打开的箱柜、抽屉等，现场保护人员不准从犯罪分子进出通道通行。对被打开或破坏的锁头，爬越的院墙和窗户，盗取财物的箱柜、抽屉都要妥善保持原状，以免留下新的痕迹，对撒落在地上的衣物、文件、纸张和作案工具等物品，一律不准接触和移动。还要注意现场周围有无犯罪分子徘徊逗留、坐卧的地方以及车辆或其他运输工具等痕迹，如有也要加以保护。

>五、超市营业区保安监控要点

1、掌握活动于超市商场范围的客人动态，维护超市商场区域的秩序，注意发现可疑情况，并及时报告。

2、重点保护珠宝柜、银行、古董柜等。

3、提高警惕，防止以购物为由进行扒窃、盗窃或诈骗财物。

4、收银员应认真验证钞票、信用卡，防止使用假货币、假信用卡套购、诈骗。

5、营业柜内商品(包括展示陈列商品)由本柜营业员负责保护，原则上“谁主管，谁负责”。

6、保安员无特殊情况不得进入营业柜内。发生案件，营业员应立即上报部门主管和保安部，同时保护好现场。

7、劝告消费者不要在超市商场区域内闲谈聊天。

8、对租赁超市商场从事经营活动的厂家或个人在进出货物时，原则上在晚间10：00以后进行。否则，保安人员有权给予阻拦。

>六、停车及“的士”载客管理要点

1、超市的停车场的交通、治安、收费均为保安部负责，任何车辆的司机都应服从超市商场工作人员的管理。

2、超市停车场是收费公共停车场，只提供泊车方便，不负责保管，凡占泊位停车的车辆(排队候客的出租车除外)均应照章交费，乱停乱放的车辆均酌情给予处理。

3、保安部派岗，只有经考核结业并持有“调度证”的人员才有权对大堂前客人用车进行调度。

4、“的士”车辆应按指定位置排队候客，不得乱停乱放或抢客拉客。

5、严禁“的士”司机使用超市商场内部电话或设施，超市商场工作人员有责任进行劝阻，劝阻不听者可通知保安部处理。

6、调度员、门童、行李员等不得与“的士”司机攀拉关系、收受贿 赂、提供方便，一经发现从严处理。

7、凡违反超市商场规定的“的士”司机，保安部将给予批评教育或处罚，直至宣布为“不受欢迎的人”。

8、保安员应维护好停车场的秩序，看护好停放的车辆，以防止损失。

9、遇有重大活动时，停车场中的任何车辆都应避让重大活动的车辆，确保活动的安全。

10、车辆(除面包车)原则上均应办理地下停车证件，租用车位泊车;凡在地面上停车，照章收费或请其办理“临时停车证”。

11、制定停车场管理办法、收费标准及范围。

>七、突发事件管理要点

1、保安部对火灾等突发事件制定“应急处理方案”，在发生突发事件时员工必须无条件地听从总经理或有关领导的指挥调动。

2、员工一旦发现可疑情况及各类违法犯罪分子的活动，有责任立即报告保安部。

3、超市商场如发生偷窃、抢劫、\_\_或其他突发性事件，在报告保安部和公安机关的同时，及时保护好现场。除紧急抢救伤员外，不得进入现场。

4、当公安、保安人员进行安全检查和处理案件时，有关人员应积极配合，如实提供情况。

**盒马超市年度工作计划11**

在过去的20xx，有很多美好的回忆浮现在脑海里，在公司的重视好和培养下，个人取得了很大的进步，同时，也觉得有很多的不足之处。作为一名营业员深感到责任的重大，作为公司的一分子，我要做到以下几点:

一.认真贯彻公司的经济方针，同时将公司的经营理念及策略正确并及时的传达给每个店员，做好承上启下的桥梁作用。

二.做好店员的思想工作的同时团结店员，充分调动和发挥店员的工作积极性，了解每位店员的优美所在，并发挥其特长，做到另才适用，增加增强本店的凝聚力，使之成为一个团结的集团。

三.通过各种渠道了解同行信息，了解顾客的消费心里及习惯，做到知己知彼，心中有数，使我们的工作有针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。

四.以身作则做店员的表帅，不断地学习提高自己的同时不断地向店员传输企业文化，教育店员要有全局团队认识，凡事要从公司整体利益出发。

五.以热烈周到及细致的服务去吸引顾客，发挥所有店员的主动性和积极性，为公司创造更多更好的\'业绩!新的一年即将来临，成绩只能代表过去，我将以更精湛娴熟的业务，同时在公司的领导下来治理好我们枞阳店!力争在20xx年再创佳绩!!!

超市营业员工作计划

>1、继承传统：保证爱心超市的宗旨不变，一店继续经营食品以及出售生活学习用品，二店收集和出售爱心捐赠物品。

>2、定期工作：定期在各院系发放爱心券;

>3、开辟创新：为提高爱心超市的知名度与方便广大学子同爱心超市的交流，计划在华师bbs上建立一个爱心，将时刻更新爱心超市的动向，收集各方对爱心超市的建议和评价，同时扩大爱心超市的影响。

>4、内部建设：在对外公开建设爱心超市的同时，内部将开通一个公共的博客，以方便爱心超市内部的交流，促进爱心超市的发展。

>5、特色活动：20xx年下半年将推出“爱心伴我行--xx节日”活动，活动期间将对衣物进行精心搭配，展卖。并对参与者发送由一店提供的赞助。将对活动参与者进行现场抽奖活动，幸运者将获得爱心超市一店的打折卡。

>6、扩大规模：针对周末的展卖，由于上个学期的展卖效果不错，将计划扩大展卖的规模，将在东西区设定多个展卖点，并在展卖的同时加大对爱心超市的宣传力度。同时，一店的商品也将加入展卖的阵列中，这样在增加一店销量的同时，也吸引了更大的人群对爱心衣物的关注以及购买。

>7、对外交流：将定期的与中南财大爱心超市进行沟通交流。形式有走访，面谈，以及平时的电话网络联系。为取得更大更多更有效的信息量，将和中南财经政法大学的爱心超市建立友好的关系，并友好沟通、交流，从中获得爱心超市的改善途径。

**盒马超市年度工作计划12**

新年里，把握市场需求量，确保开门红，为努力把超市各种工作做好，特制定出xx年超市年度工作计划。

在罗列的超市年度销售工作计划中有八方面内容：

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xx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。

xx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xx年虽有改变，但效果并不明显。xx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xx年工作计划中的重点将是以下几个方面：

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，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

2、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。

3、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。

4、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09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。

5、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。

6、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。

7、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营xx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。

8、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型xx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。

**盒马超市年度工作计划13**

>一、治安灾害事故预防要点

1、搞好宣传教育。要利用各种机会，采取各种形式，向店员进行教育，提高店员维护和遵守规章制度的自觉性，保证安全。

2、领导和店员认真落实安全责任制，做好安全防范工作，切实防止治安灾害事故的发生。

3、坚持安全检查，堵塞漏洞。要定期或不定期的对管区公共场所易燃、易爆、危险物品和“五防”安全防范工作进行安全检查，发现不安全的问题，应及时协同有关部门加以解决。

4、及时总结超市各部门的预防治安灾害事故的经验，对好的部门和个人给予表扬和奖励。对已经发生的治安灾害事故，要认真查清事故的原因，判明事故性质，对制造破坏事故的犯罪分子要严厉打击，对玩忽职守的直接肇事者要报告上级，分清情况给予处理。

>二、安全检查要点

安全检查的形式和方法有各种各样。从检查的时间上分，有节、假日检查，季节性检查和定期检查。从检验范围上分，有自我检查、联合检查、互相检查和不定期的抽查等。

开展安全检查的程序，有四个阶段。

１、准备阶段，组织检查力量，制定检查计划、目的、要求、检查方法。

２、检查阶段，按照检查的目的要求，深入被检单位，以看、听、问的方法进行认真细致的检查。

３、整改阶段，对发现的隐患、漏洞和不安全因素，研究整改措施，及时解决。

４、总结阶段，写出检查报告，报告上级领导，备案存查，对检查中发现的重大问题及时解决。

>三、聚众斗殴处理要点

成帮结伙聚众斗殴，对超市危害很大，一旦发现和发生这类事件，就要采取果断措施处理解决。其办法是：

1、抓住苗头，及早发现，解决在萌芽阶段。凡是成帮结伙聚众斗殴的，总是事前互相串联，纠集人马，准备工具或约定斗殴时间、地点，这些前兆只要我们在日常工作中注意收集、观察，把耳目搞灵，事先是可以发现的。发现有聚众斗殴的迹象，就要迅速组织力量，加强防范，掌握动向，及时做好充分瓦解和疏散工作，把事件消灭在萌芽之中。

2、发生这类事件，要立即报告，迅速组织人员赶赴现场，及时制止。对未斗殴起来的要驱散，对正在斗殴撕打的要责令或强制他们放下械具，停止武斗，发现伤者，要及时送往医院抢救治疗。

3、聚众斗殴事件平息后，应留住双方事主，并组织人员对参加斗殴的逐个登记，逐个进行调查核实，查清斗殴原因，进行调解，或送交公安机关处理。

>四、保护盗窃现场要点

盗窃现场的保护方法，除在外围现场设岗，不准无关人员进入外，重点是保护好犯罪分子经过的通道、爬越的窗户、打开的箱柜、抽屉等，现场保护人员不准从犯罪分子进出通道通行。对被打开或破坏的锁头，爬越的`院墙和窗户，盗取财物的箱柜、抽屉都要妥善保持原状，以免留下新的痕迹，对撒落在地上的衣物、文件、纸张和作案工具等物品，一律不准接触和移动。还要注意现场周围有无犯罪分子徘徊逗留、坐卧的地方以及车辆或其他运输工具等痕迹，如有也要加以保护。

>五、超市营业区保安监控要点

1、掌握活动于商场范围的客人动态，维护商场区域的秩序，注意发现可疑情况，并及时报告。

2、重点保护珠宝柜、银行、古董柜等。

3、提高警惕，防止以购物为由进行扒窃、盗窃或诈骗财物。

4、收银员应认真验证钞票、信用卡，防止使用假货币、假信用卡套购、诈骗。

5、营业柜内商品(包括展示陈列商品)由本柜营业员负责保护，原则上“谁主管，谁负责”。

6、保安员无特殊情况不得进入营业柜内。发生案件，营业员应立即上报部门主管和保安部，同时保护好现场。

>六、突发事件管理要点

1、保安部对火灾等突发事件制定“应急处理方案”，在发生突发事件时员工必须无条件地听从总经理或有关领导的指挥调动。

2、员工一旦发现可疑情况及各类违法犯罪分子的活动，有责任立即报告保安部。

3、商场如发生偷窃、抢劫、凶杀或其他突发性事件，在报告保安部和公安机关的同时，及时保护好现场。除紧急抢救伤员外，不得进入现场。

4、当公安、保安人员进行安全检查和处理案件时，有关人员应积极配合，如实提供情况。

>七、停车及“的士”载客管理要点

1、超市的停车场的交通、治安、收费均为保安部负责，任何车辆的司机都应服从商场工作人员的管理。

2、超市停车场是收费公共停车场，只提供泊车方便，不负责保管，凡占泊位停车的车辆(排队候客的出租车除外)均应照章交费，乱停乱放的车辆均酌情给予处理。

3、保安部派岗，只有经考核结业并持有“调度证”的人员才有权对大堂前客人用车进行调度。

4、“的士”车辆应按指定位置排队候客，不得乱停乱放或抢客拉客。

5、严禁“的士”司机使用商场内部电话或设施，商场工作人员有责任进行劝阻，劝阻不听者可通知保安部处理。

6、调度员、门童、行李员等不得与“的士”司机攀拉关系、收受、提供方便，一经发现从严处理。

7、凡违反商场规定的“的士”司机，保安部将给予批评教育或处罚，直至宣布为“不受欢迎的人”。

8、保安员应维护好停车场的秩序，看护好停放的车辆，以防止损失。

**盒马超市年度工作计划14**

统筹管理好一家卖场需要很强的计划性，超市工作的企划、采购、营运等一系列的要求，都应该按照规范去落地执行，运用有效的`技术手段是做好工作计划的关键所在。

>一、企划部（设计场外活动主题——厂家参与+店面自身）

1.设计规划11~12月营销海报档期规划工作；

2.设计卡务营销整体推进思路及计划；

3.设计卡务营销卡样、信息牌、入口展示、客服展示、全员营销话术、抖音、微信；

4.企划方案策划书审核及描述(成本期望固定企划格式)。

>二、采购部--确认共性A类商品

1.完成各级区域空间收费标准并制作台账；

2.完成各级区域广告收费标准以及起止收费时间并制作台账；

3.规划卖场地堆、端架陈列基本要求；

4.设计规划11~12月促销海报档期规划工作；

5.完成营销卡务分类及单品规划工作；

6.按照业态分析A类商品同质化推进策略及方式；

7.场外营销商品选择。

>三、营运部--确认卖场营运工作推动

1.场外促销活动准备及业绩分析跟踪；

2.制作卖场布局图并标准各区域登等级地段；

3.规划卖场地堆端架陈列基本要求；

4.规范POP迎面悬挂的基本要求；

5.按A类商品共性推进计划，上排面计划及汰换商品明细；

6.零库存商品补货加大订货推进计划：

每天记录并检核《零库存和隐形缺货》；

复核《零库存和隐形缺货》并确认增补数量；

实行周区域全面负责制严格审核《零库存及隐形缺货》；

实行周单店全面负责制严格审核《零库存及隐形缺货》。

7.订货能力跟进与抽查；

8.基础卖场维护管理--商品前后一致、卖场清洁、价签管控15项管控；

9.酒水饮料洗涤化妆品两个部门扩充排面计划（参照酒水饮料排面标准）；

10.盘点视频管理以及盘点实际工作操作。

**盒马超市年度工作计划15**

一、经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。实际销售完成20xx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20xx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20xx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。

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。

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20xx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20xx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20xx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。

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。

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。

**盒马超市年度工作计划16**

在充满机遇、竞争、挑战、艰辛中与某某超市共同度过了我20xx。通过上级领导的帮助和指导，加上全体员工的合作与努力，在汗水和智慧的投入中，各方面得以有了新的发展。

盘点20xx，有得有失，有关于公司竞争战略上的问题;关于以顾客服务为导向方面的问题;关于企业品牌价值认可的问题;关于顾客忠诚度管理方面的问题;还有居安思危、进军零售开店速度、整合零售营销传播方面的问题，更有岌岌可危的人力资源管理方面的问题，我经历了从无到有、从小到大的过程。可随着经济的发展和形势的变化，零售市场到处生根发芽，面对这种局面，我深知要完成角色转换，必须抓紧学习，从实际出发，加强调查研究，探求解决错综复杂问题的途径。对20xx年的工作总结如下：

>一、销售业绩

20xx下半年，我店共计实现651万元的销售业绩，日均客流量1647人，日均客单价元，全年中，12月份销售表现突出，占下半年销售份额的；生鲜鲜肉组从联营转为自营后销售达成最好，生鲜区销售业绩占门店业绩的40%。

下半年、销售业绩亮点主要体现在以下几个方面

1、10月对生鲜的调整和改造，特别是对生鲜区：散装大米、散糖、蜜饯、蔬菜和水果的调整工作调整完成后；同时百货区的陈列位置调整后让整个超市的视线更开阔，使我店卖场形象得到了极大的提升。对门店销售的增长也产生了重要的影响和推动作用。

2、遵循公司的服务理念惠民、便民、利民制定促销方案突出，围绕民生生活中柴、米、油、盐、酱、醋、茶选择商品。在11月2次超低限时促销活动中，对销售业绩和人气起到了很重要拉动的作用，其力度和频率都很不错，也取得了一些较好的业绩。

3、12月生鲜鲜肉组从联营转为自营后，在12月地方土货“灌香肠”的.季节中对全年影响深远。无论是从销售业绩、客流量都起到了带动和增长。但人流量的实际增长幅度很小，主要是买肉使得客单价有了很的提高；超市外路边小贩的清理使得蔬果组都有了很大的业绩提升。因此本店在区域内的市场占有率并不高，还需经一步加强管理提高服务质量。 本年度，销售缺失的原因主要来源于以下几个方面：

1、开业后，对区域内消费者的消费习惯和消费水平分析力不够没有做出我们的经营亮点，9月社区便利店家益在附近开张竞争对手的频频出击，客流量有所下降，以致至10月份销售有大幅度的下降。

2、9月19中秋节特价力度不大，“中秋节”月饼团购客户不多，近年来月饼市场整体下滑企事业单位的团购行为越来越与经销商厂家靠近。在中秋节月饼销售方面，除集团公司外团购，团购笔数屈指可数。更多的是国家对过礼品节的控制，大企业、大单位则向月饼生产企业直接购买，以降低采购成本。

3、DM活动效果总体较差。前期由于我司DM促销活动方案、促销商品选择上没有突出量，准备工作不到位；供货商支持力度不大；进货渠道狭窄，部分供货商结款账期太长；故而大部分DM商品价格吸引力不够。价格高导致了商品销售效果不明显，供应商不愿超低特价上DM，从而导致DM促销品项、价格受到牵制。有的商品长期连续多档做DM促销，从而使DM失去了人气提升和业绩提升的作用。

**盒马超市年度工作计划17**

超市防损是确保超市商品、设施不受损坏的重要工作，超市防损工作是超市经营体系当中不可或缺的一部分。我从20xx年进入超市工作，从一名普通的防损一线员工，一步步努力工作晋升到如今的超市防损主管。

一路走来，我深刻的意识到要做好超市防损工作，单靠动动嘴皮子、简单地超市训练是远远不够的\'。超市防损也是一项系统工程，需要精心计划，合理安排才能够做好。

为此，我现在制定20xx年超市防损年度工作计划：

>第一，提高员工的素质：

要在公司人事制度的基础上建立一套的奖励制度，表扬工作优秀突出分子。对于严重影响部门声誉的工作人员坚决予以惩罚，让制度不断完善，使正义、公正沁入员工心中。

>第二，加强防损团队的凝聚力：

加强防损团队工作人员联系，合理分工，互相配合，以加强对于超市各区的管理。在这方面，我要倾力亲为，在防损团队当中树立威信。此外，我还会关心防损团队员工的生活，解决队员实际困难。

>第三，提升部门服务意识：

超市防损的工作虽然重要，但是也不能改太过分于追求每一个细节。我们在加强超市监管和巡逻的时候，也应该让顾客处于一个购物的舒适环境当中，不能影响正常顾客的购物体验，提升部门服务意识。

20xx年超市防损年度工作计划大致上如此，希望大家齐心协力，做好我们超市的防损工作。

**盒马超市年度工作计划18**

>一、销售计划

1、春节销售目标分解

根据公司制定的销售预算，分解到春节考核期间的每一天，分解到每个部门，每个大类。考虑到周末、节假日、公司促销活动等因素，尽可能做到合理，与责任部门主管确认；

2、储值卡销售目标分解

目前一般公司都有储值卡销售，这也是提升销售的一个重要内容；有些公司储值卡的结帐占比达到30%以上；

3、大宗团购销售目标制定

大宗团购数据有些门店能够占节假日销售的50%以上，重要性可想而知，节假日的团购客户需要重视，逐年积累，3-5年肯定会有不错的收获（后续如有空会专门讲讲团购）；

4、销售激励措施

根据实际情况制定，节后一定要及时兑现。

>二、库存计划

合理的库存是春节销售目标达成的重要保证。

1、制定目前高库存商品清理计划

与公司相应部门沟通，清理一批高库存滞销商品，或退货、或促销等，尽可能将有限的存储空间留给春节重要商品；更重要的是给公司减少不必要的库存资金积压；

2、后仓整理

调整仓库各品类库存位置占比，销售占比高的类别，理应给更多的仓存位置；年货重点商品指定专门位置；同时划分团购商品备货位；

3、外租仓计划

对于仓储空间小的门店，如果需要春节临时对外租仓，临租期最长只能在大年三十，且要重点考虑安全因素（商品安全、消防安全等）；

4、春节备货计划

（1）、根据重点商品清单，考虑历史销售数据、团购因素、促销政策因素等，逐一确定需求量，备货数据不能拍脑袋、凭感觉；

（2）、制定备货进度，春节启动前备货达到50%，节前20天再补充30%，节前10天补充完余下的\'20%。备货进度可根据实际情况确定，但一般节前一周供应商仓库基本已无货，如果仓储空间能满足，最好能提前；

（3）畅销替代商品确定

所有的商品备货计划肯定不能100%按要求做到，特别是畅销商品，供应商也有自己的计划。所以，所有畅销商品都应该有替代商品计划，这个计划不一定会实现，但一定要有。如丹麦蓝罐曲奇与丹麦皇冠曲奇，可口可乐与百事可乐等；

（4）供应商休假备货计划

这个主要是考虑春节长假期间的备货了，怎么备货，该备哪些品类我想大家都应该清楚了。

>三、陈列计划

1、春节商品落位计划

考虑品类连接、销售占比、应季、气氛突出等因素；坚决反对以供应商费用多少来决定商品陈列位置的优劣与大小；

2、年货上柜计划

制定具体的年货上柜计划，保证陈列出来后整体效果、气氛给顾客一个非常好视觉冲击；

3、按春节时间进度调整陈列计划

按春节进度调整陈列，节前一周、节前三天、节前一天、节等该陈列什么商品，不同的商圈，应该有不同的陈列重点，春节期间应有不断的陈列调整。

>四、营销计划

1、按时间进度制定针对性的营销售计划，如xx月xx日-xx月xx日的跨年、元旦、腊八节，xx月xx日-xx月xx日的团购、返乡，xx月xx日-xx月xx日小年、除夕备货、团圆送礼，xx月xx日-xx月xx日的情人节、元宵节、学讯等；

2、营销计划的具体实施执行，在卖场如何体现，这是最关键的；

>五、人力储备计划

1、高峰期人员补充计划制定；

2、重点岗位人员：收银、年货促销员等提前安排；

3、保洁人员；避免春节期间保洁人员缺岗情况；

>六、培训计划

1、制定门店春节培训锦囊（小册子）

2、实施春节前全员培训

>七、排班计划

1、制定门店员工春节排班原则

（1）、确定春节销售高峰期员工排班原则，重点关注：收银、服务台、烟酒柜台；

（2）、与人力资源部沟通、确定加班费或补休原则；

（3）、确定春节门店员工分批轮休时间；

2、制定门店年货促销员排班原则及撤场时间

（1）、确定春节各品牌年货促销员排班原则；

（2）、与商品部沟通、确定年货促销员撤场时间（原则上保留至年货撤柜日）;

3、门店春节排班

（1）、确定门店除夕结业时间、副总以上人员春节轮休计划；

（2）、确定门店春节员工轮休计划；

（3）、确定门店春节高峰期员工、促销员排班；

>八、员工关爱计划

包括年夜饭的安排、其他公司允许安排的关爱部分，重点岗位关爱部分等；

>九、设备检查计划

春节前资产检查计划、设备全面检查计划、维保计划、设备道具计划、维修计划等；IT设备维修保养等；

>十、物料准备计划

春节期间各部门需要的物料计划，包括收银购物袋、连卷袋等；春节年货促销员需要的试吃道具物料；顾客需求的礼品包装物料准备等等；

>十一、备用金与票证准备

春节收银零钱、发票等准备

>十二、竞争市调计划

确定竞争对手与市调频率、跟价策略、陈列策略等；

>十三、业绩跟进计划

制定品类销售报表，每日跟进各品类的销售进度，及时分析销售增长原因，调整门店促销策略；

>十四、春节期间日常巡检计划

制定巡检标准，如陈列标准、服务标准、促销标准等；

>十五、安全应急计划

1、至少组织一次全员消防安全演练；

2、至少组织一次重大投诉事件安全演练；

3、至少组织一次突发停电演练；

4、其他安全培训与演练；

>十六、春节动员大会

组织春节动员大会，一是提醒全体员工要将精力投入到春节销售来；二是表明公司对春节销售的重视；当然宣传公司重要春节政策。

**盒马超市年度工作计划19**

一年的时间稍纵即逝，转眼间就要结束了，我在xx超市的工作也要告一段落了，为了我来年的工作能更快的进入工作状态，更好的认识到自己在工作中存在的优缺点，我觉得我十分有必要趁这个年终之际，把自己今年在超市的工作，做一下简单的总结：

我于今年的年底，超市的领导基于我的优异表现给我颁发了优秀员工奖以及进步奖，双荣誉加身让我对自己今年的表现十分的满意，当然这些离不来领导的关照和同事们的配合，否则靠我一己之力是不可能会这么优异的表现的，这点我的心里还是有自知之明的，所以我不会骄傲自满，反而会更加的努力，这样才能对得起领导以及同事对我工作的肯定。今年一年过去了，我的觉得个人进步的地方，就是对工作的熟练度是越来越高的，以及能够用很短的时间就完成自己的工作任务了，果然还是熟能生巧，自己找到适合自己的工作方式，就能事半功倍。

我今年在工作方面的表现还是非常不错的，至少全年我都没有让我负责我区域出现过问题，身为超市的一位理货员，这是个人的岗位职责，但是能做到一点失误的都不犯，那就是很厉害的了。我每天都会去打扫我负责区域的卫生，保证没有一点的灰尘，并且保证每个商品的价格都是跟超市的价格是一致的，价格标错这是在我们超市场有发生的，当然是除了我这个区域，因为也有样子接近的商品被顾客拿起来没放回到原处，导致价格混淆。由于我的商品摆放问题。我的区域至今也还没出现快过期的商品，这些都是需要经验去累积的。每天我都会保证自己的微笑服务，自己的服务态度非常深受顾客的满意，所以我每天选择在我负责的区域来购买东西的顾客也是络绎不绝，但是我也从来么出现过手忙脚乱的情况，越是人多越是要镇静，从容不迫的应对，这样才能让自己不出错，一般错误是怎么犯的，就是忙中错！

我一直坚信着一个道理那就是

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！