

2023年超市计划书(大全10篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理工具。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

超市计划书篇一

面包是一种老少皆宜的食品，既可以作为饭后甜点也可以作为下午茶，虽然现在市面上已经有各个口味的面包，但是还是存在着不少缺陷，因此，如果能迎合大众开一间面包店必然能收到顾客的欢迎和喜欢。

目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

我们的目标是先开一家旗舰店，立足本地市场，根据客户需求和意见不断改进，然后在此基础上逐渐在本地发展直营店，最后成立公司，以直营和连锁加盟相结合的形式把面包店开到全国甚至世界各地，建立属于我们中国人自己的本土面包店品牌。

我们主要经营面包、甜品、糕点、精品饮料等，在此基础上，我们会联合科研机构与学校根据各地的特色食品和特产，开发新的适合老百姓食用的健康、美味的食物。

- 1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们一定会使用最安全、健康的食材。
- 2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。
- 3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。
- 4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

目前市场上面包店的不足

- 1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。
- 2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。
- 3、产品种类单一，口味单调。
- 4、广告宣传不足，客户认知度不高。
- 5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场
- 6、缺乏特色产品。

我们的优势

- 1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到

自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算明年针对比较重要的原材料，与人合作建立自己的基地，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

5、目前市场远远没有饱和，针对市场上的弱势竞争者，我们的加入会加快市场洗牌，提升行业整体水平，市场前景非常广泛。

1、价格策略：针对产品的成本测算，合理定价。

2、产品策略：推陈出新，根据不同消费者的需求，开发出诸如低脂面包、营养面包、低糖面包等产品，满足不同口味和不同群体消费者的需求。

3、包装策略：以清新的风格为主，给购买者良好的购买体验。

4、促销策略：节假日店庆等开展促销活动，提高店铺的知名度和美誉。

5、外卖策略：3公里内免费送货，同时与单位或组织合作，发展代销商。

6、会员策略：开启会员卡制度，会员有折扣，给会员一点小优惠会让顾客感觉尝到甜头，增加购买率，增加品牌知名度。

资金需求：资金以单店计算

- 1、店面租金：3万/年(30平米)
- 2、装修：1万
- 3、设备：2万
- 4、证件执照□20xx左右
- 5、工资：1名店长3万每年;3名店员共6万每年，总计9万/年。

装修和设备等是一次性投入，因此不计入年成本之内，粗略估计年固定成本在12万左右。

收入分析：根据旗舰店目前的销量，每日平均销售额1000左右，月销售额3万，年销售额36万。

效益分析：36万收入减去固定成本12万，年纯入24万，由于面包行业利润率相对较高，扣除面包的原材料成本，单店年利润基本能超过10万。

八、面包店风险与防范措施

风险：

- 1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。
- 2、蛋糕等产品属于高热量，女当今减肥当道的女性审美观念相冲突。
- 3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。
- 4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施:

1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。

2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品;对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包;对于老年人，我们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。

3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。

4、新店开业我们准备了不少的活动：例如diy蛋糕大赛;diy巧克力拼图;新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大和其他分店的开张，我们的品牌影响力将会不断增强。

超市计划书篇二

__年以匆匆过去了，回想走过的这一年里，有过欢笑，有过苦水，有小小的成功，也有淡淡的失落。__年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。在工作上勤勤恳恳、任劳任怨，积极落实采供工作。坚持“同等质量比价格，同等价格比质量，最大限度为公司节约成本”的工作原则出发。

首先我要感谢公司能给我一个这么好的平台，让我参与到采购的环节中。以往都是我和周总一起出差的。在周总的直接指导支持和公司其他同仁的配合下，__年的自采年货供应上明显体现出来了。完成超市属需要商品工作，销售情况良好，完成了所承担的任务。：

在新的一年里公司也确定要有新的调整，把我还是放在关键位置上采购员。我身知这个岗位的重要性。在新的一年里我会以身作则加强对采购工作的细节，在采购中做出以下几个环节。

第(1)在采购前、采购中、采购后的各个环节。积极和其他部门相互沟通并且关注销售的环节。

第(2)在采购的工作中做到采购的商品质量是没有任何问题，采购的生鲜商品是绝对新鲜，采购的商品大部分是消费者受欢迎的。

第(3)在采购的过程中积极寻找，新的产品新的商品。调查掌握供应渠，同时也保证商品质量。

第(4)负责采购的物流。资金流 信息流 跟踪到货是否及时是否准确的相关工作。

第(5)以往我们去福州采购生鲜商品的费用一般是1200到1400元左右一年到头来也是不少的费用啊·今后我会大力加大和庆元的一些大厂里联系，帮他们担运货物，并取得一些运费，为公司减轻采购费用。

另外在连锁店的项目上。在我们去年100多家连锁店的基础上。今年我会再接再厉，在增加50家完成公司今年的计划。

在__年我希望公司各个部门各个员工、都对我的工作提出好的意见和建议出来为公司在新的一年里更上一层楼，贡献出自己的一份力量。

超市计划书篇三

项目名称：

姓名□xx

系别班级□x班

学号□xx

1、选址方面:食堂楼下，面对全院学生，食堂是学生流量较大的地方。

2、行业类型:零售。

3、校园市场环境:校园经济市场有很广的发展空间，消费者相对于外部市场竞争小，个体经营单纯，投资小资金流动快，服务广大教师和在校生，更多地吸引学生眼球，营销途径多样化。

1、人员制度

店长，负责综合协调支配各个员工工作，督促员工工作，接受配合学校卫生等检查。

服务员，要有灵活的头脑，牢记超市内各个商品的价格、位置，服从店长的指挥，并配合店长的工作。

保洁员，清理超市和门口的卫生，随时接受检查，做到卫生整洁，给客人留下好印象；并帮助服务员留心超市货架内食品的保质期，超过保质期的及时处理，即将到保质期的及时提醒服务员。

进货员，勤恳诚实，要求会开车，了解店内商品的流量，配合服务员做

到店内商品充足，无断货、缺货现象，对保质期短的食品，如水果、面包等，做到每日进货，确保食品的新鲜。

2、管理团队

尊重服务业人员的人格；互相监督，管理者监督员工的工作，员工也可以向上级提出意见，共同改进；营造和谐的团队，既要让员工感受到团队合作的精神，也要有严明的纪律约束员工行为；公平对待，一视同仁，各司其职，发挥才干。

决不能忽视学生群体的情报，一定要掌握第一手资料，虽然学生群体的消费能力较低，但群体数量大，产生的利益也是很大的；而且要不断推出新产品吸引消费群体，及时促销赢得消费者好感，提高服务质量，让学生买的开心放心。

随着生活水平的不断提高，追求环保，健康的消费已成为一种生活时尚，所以我打算要销售一些绿色的产品，以保证学生的身心健康，顾客至上，这是我们的宗旨。

1、价格粗略

本着薄利多销的原则，价格不宜过高，否则会失去部分消费者，当然也不能过低，价格要与市场基本一致。

根据消费心理，把同类商品有意识的放在一起，但要排出价格档次，让消费者在比较价格中选择自己习惯的消费水平，还要把一些新的商品放在与眼光水平的货架上，易于被消费者发现。

2、促销策略

每周推出一款促销产品，既能吸引更多的消费者还能在消费群体中产生好的反响，等同于做了一些免费广告。

对于一些在保质期内，即将超期的产品，及时促销，促销不成及时处理，确保食品的卫生安全，要做好质量保证。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过是顾客满意，最终达到本超市的经营理念的推广。

开店前，一定要做好宣传工作，发放问卷，根据消费者需求，完善产品种。

推出会员卡，吸引顾客，多买多送。

每日收入严格清点，每日核对入账。

店内的所有物品及固定资产，不得随意破坏或带走。

每月结算后，一部分作为将近发放员工，一边提高员工工作积极性。

对于账目，要做到事无巨细一律入账，这样店内盈亏一目了然。

1、内部管理风险

超市是一个服务类行业，严格的质量把关才能赢得消费者的信赖，超市的管理层基本由店主一人构成，公司内部人员结构简单，管理比较松懈，健全管理体制与模式，是十分必要的。

2、原料资金风险

虽然每日的食品流量较大，但是还存在一部分商品滞销的问题，这样就产生了资金流动不好，滞销问题严重的超出保质期又会是一个不小的损失，所以要认清市场对各个商品的需求量，这样有利于超市的长期发展。而且，在食品的选择上要有一定专业的眼光，这样才能采购到新鲜，无污染的绿色食品。

超市计划书篇四

一、 岗位描述：

职务名称： 采购部总监

直接上级： 超市事业部总经理/副总经理

直接下级： 采购经理

本职工作： 全权负责所有采购工作

相关部门： 开店部 营运部 财务部 行政人事部 各门店

二、 主要权利

1. 采购经理 采购主管及一般员工奖惩考核
2. 采购费用审批
3. 供应商合同审批
4. 自采预算申请审批
5. 各种单据的审核签字权

三、 工作职责

1. 负责制定整体招商工作计划
2. 负责制定新店开业大进货计划
3. 负责制定整体营销计划，对超市的毛利，销售额指标全面负责

4. 负责监管所有商品的采购决策
5. 负责供应商合同的审核工作
6. 负责指导各采购部门开展工作，并完成任务指标
7. 负责自采商品计划的制定并监督落实
8. 负责门店促销计划的制定并监督落实
9. 负责制定合同模板
10. 负责制定各项费用标准
11. 负责制定商品组织表
12. 负责企划工作
13. 负责采购部全体人员的管理和考评工作
14. 负责与其他部门沟通协作工作
15. 负责定期巡店，与店铺及时沟通，解决销售中出现的问题
16. 负责供应商的谈判工作
17. 负责租赁部的管理工作
18. 负责定期召开部门会议
19. 负责制定采购部市调工作
20. 负责各采购组的布局规划

21. 遵守采购职业道德，严厉打击各种违规行为

22. 负责采购部营业外收入

采购经理岗位职责

一、 岗位描述：

职务名称： 采购经理

直属上级： 采购总监

直接下级： 采购主管

本职工作： 全权负责本部门所有采购工作

相关部门： 生鲜采购部 食品采购部 非食采购部 租赁部 企划部

二、 主要权利：

1. 采购主管及一般员工奖惩考核

2. 本部门采购费用审批

3. 供应商合同审批

4. 自采预算申请审批

5. 各种单据的审核签字权

三、 工作职责：

1. 服从采购部的工作安排

2. 负责本部门供应商的谈判工作
3. 负责供应商进退场的管理监督审核工作
4. 负责本部门商品引进审核工作
5. 负责本部门供应商合同签订审核工作
6. 负责本部门商品组合，定价省和工作
7. 负责本部门商品订货，退货审核工作
8. 负责督促落实每期销售计划，审核促销商品项和价格
9. 负责指导采购主管工作，并完成每年的毛利率，销售额和库存控制指标
10. 负责制定新品引进计划和滞销品淘汰计划并监督落实
11. 负责研究并分析本部门销售毛利变化，跟进调整采购工作
12. 负责组织对本部门品类研究和推广工作
13. . 负责组织对本部门商品市场动态进行调研工作
14. 负责定期巡店，与店铺及时沟通，解决销售中出现的问题
15. 负责部门业绩分解工作
16. 负责采购部营业外收入工作
17. 遵守采购部职业道德，严厉打击各种违规行为
18. 负责本部门人员的管理和考评工作

19. 负责定期召开部门会议

20. 协助财务部结算工作

21. 负责协助商品录入工作

采购主管岗位职责

一、 岗位描述：

职务名称： 采购主管

直接上级： 采购经理

直接下级： 采购职员

本职工作： 全权负责本组的所有采购工作

相关部门： 蔬果组 熟食组 日配组 休闲组 酒饮组等

二、 主要权利

1. 本组职员奖惩考核
2. 采购费用申报权
3. 供应商合同签订申报权
4. 自采预算申请权
5. 各种单据的确认签字权

三、 工作职责

1. 服从本部门工作安排

2. 负责完成公司制定的本组毛利，销售额和库存控制指标
3. 负责本组供应商进店谈判工作
4. 负责本组供应商合同的签订工作
5. 负责本组商品引进工作
6. 负责供应商特殊陈列费用的收取，广告位使用等创收项目的谈判工作
7. 负责本组商品组合，定价工作
8. 负责本组商品订货，退货和送货跟踪工作
9. 负责本组促销计划的具体落实工作
10. 负责落实本组新品引进和滞销品淘汰计划
11. 负责供应商进退场管理
12. 负责市场调研，保证本组商品的市场竞争力
13. 协助财务部结算工作
14. 负责协助商品录入工作
15. 负责定期巡店，与店铺及时沟通，解决销售中出现的问题
16. 遵守公司规章制度，遵守采购职业道德

采购职员岗位职责

一、岗位描述：

职务名称：采购职员

直接上级：采购主管

直接下属：无

本职工作：负责上级领导交办的各项工作

二、工作职责

1. 服从本组主管的工作安排
2. 负责供应商资料收集整理工作
3. 负责供应商来访来电接待工作
4. 协助采购主管的各项工作

采购部文员岗位职责

一、岗位描述：

职务名称：采购文员

直接上级：采购部负责人

直接下属：无

本职工作：负责上级领导交办的各项工作

相关部门：无

二、工作职责

1. 负责采购部资料整理，档案管理，合同保管工作：

2. 负责供应商来访来电接待工作
3. 负责采购部报表汇总、打印、传递工作；
4. 负责采购部文书工作
5. 负责采购内部之间的各项沟通工作

企划部经理岗位职责

一、岗位描述：

职务名称：企划部经理

直接上级：采购部总监

直接下属：企划职员

本职工作：负责所有企划部工作

相关部门：开店部、营运部、财务部、行政人事部、各门店、各采购部门

二、主要权力：

1. 企划部一般员工奖惩考核权。
2. 企划费用审核签字权
3. 相关单据的审核签字权

三、工作职责：

1. 负责执行超市vi的导入工作；

2. 负责制定年度广告投放计划及费用预算；
3. 负责外部媒体的业务维系工作；
4. 负责市内外环境布置，依据不同季节及个主题活动营造出美观、轻松的购物环境；
5. 负责pop书写，爆炸签、活动道具等物品管理工作；
6. 负责协助完成促销活动方案的制作工作；
7. 负责快讯促销商品拍照、海报设计、印刷、发放工作；
8. 负责促销活动广告宣传、道具制作、卖场布展工作；
9. 负责卖场内外广告位的管理工作；
10. 负责与其他部门的工作沟通协作工作；

租赁部经理岗位职责

一、岗位描述：

职务名称：租赁部经理

直接上级：采购部总监

直接下属：租赁职员

本职工作：负责所有租赁部工作

相关部门：生鲜采购部、食品采购部、非食采购部、企划部

二、主要权力：

1. 租赁部一般员工奖惩考核
2. 本部门招商费用审批
3. 租赁合同审批
4. 各种单据的审核签字权

三、工作职责：

1. 服从采购部的工作安排
2. 负责本部门供应商谈判工作
3. 负责供应商进退场管理监督审核工作
4. 负责供应商进场装修监督审核工作
5. 负责本部门租赁合同签订审核工作
6. 负责本部门业态组合审核工作
7. 负责督促落实每期促销计划，审核促销品项和价格
8. 负责指导下属工作，并完成每年的租金指标
9. 负责租户引进和淘汰工作
10. 负责研究并分析本部门各租户的销售和利润变化，跟进调整招商工作
11. 负责对本部门租户的现场管理工作
12. 负责组织对本部门租户市场动态进行调研工作

13. 负责定期巡店，与店铺及时沟通，解决销售中出现的问题
14. 遵守采购职业道德，严厉打击各种违规行为
15. 负责本部门人员的管理和考评工作
16. 负责定期召开部门会议
17. 协助财务部结算工作

租赁部主管岗位职责

一、岗位描述：

职务名称：租赁部主管

直接上级：采购部经理

直接下属：租赁职员

本职工作：负责本组租赁部工作

相关部门：各组租赁

二、主要权力：

1. 租赁部一般员工奖惩考核
2. 本组招商费用审批
3. 租赁合同审批
4. 本组各种单据的审核签字权

三、工作职责：

1. 服从本组的工作安排
2. 负责本组供应商谈判工作
3. 负责供应商进退场管理工作
4. 负责供应商进厂装修工作
5. 负责本组租赁合同签订工作
6. 负责本组供应商资源市调工作
7. 负责洽谈每期促销计划、促销品项价格
8. 负责完成每年的租金指标
9. 负责租户引进和淘汰工作
10. 负责研究并分析本组各租户的销售和利润变化，跟进调整招商工作
11. 负责对本组租户的现场滚利工作
12. 负责主治对本组租户市场动态进行调研工作
13. 负责定期巡店，与店铺及时沟通，解决销售中出现的问题
14. 遵守租赁职业道德，严厉打击各种违规行为
15. 负责本组人员的管理和考评工作
16. 负责定期召开本组会议

17. 协助财务部结算工作

租赁部职员岗位职责

一、岗位描述：

职务名称：租赁部职员

直接上级：采购部主管

直接下属：

本职工作：

相关部门：

二、工作职责：

1. 服从本岗位的工作安排
2. 负责供应商谈判工作
3. 负责供应商资源市调
4. 协助主管日常工作
5. 负责本组供应商租赁合同档案工作
6. 负责本组供应商电话沟通
7. 负责落实每期促销计划、审核促销品项和价格
8. 负责租户引进和淘汰工作
9. 负责维护本组各租户的销售和利润变化统计

10. 负责对本组租户的现场管理工作
11. 负责定期巡店，与店铺及时沟通，解决销售中出现的问题
12. 遵守租赁职业道德，严厉打击各种违规行为

超市计划书篇五

春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确。因此，在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息，抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，春节购物也希望讨个“口彩”，张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣。春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动（也是超市销售新特商品的好时机）。

可以通过多种沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

- 1、媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。
- 2、销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列□pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深

春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3、人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1、属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2、属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。春节期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3、春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1、一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2、重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、

包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各分店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。针对这些问题，除了补充人员、适当安排外，重点在于向促销人员灌输摆设重要性的思想，如若没有充分的货品在陈设消费者就会转向购买竞争品牌产品，点上。如价签不明显或价格提示错误就会引起消费者误解等；此外，还要安排随时检查、随时培训。

空白海报和各类价格标签是最有效的传送信息工具。卖场内直接展现促销信息的pop中。但尽量不要过多打折，空白海报上促销价与原价同时标出。尽量以买赠捆绑的形式来促销）以示区别；尽可能减少文字，使消费者在3秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容；但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以防止消费者误解。价格随时变化后要及时更换价签，价格标签要醒目、简洁。不能新老价签同时使用，造成价格混乱；一个产品品种只标示一种价格，依据不同的产品设计不同的价格标签，如饮料类产品可以用瓶子形象价签直接挂在饮料瓶上，洗涤类用品可以用洗发水形象价签。通过价签样式的丰富变化，使消费者更容易在无意识中发觉促销信息，促成购买。

1、严格筛选促销人员

除了先天条件外，促销人员的性格各有不同。性格是决定取舍的重要指标。有些促销人员虽然各方面条件都很优越，可就是无法开口向消费者介绍产品，这种“哑巴”促销是不起任何作用的使促销效果打折；只有一个有促销激情的人才能不倦地向消费者推荐、讲解，其他应关注的`还有促销人员对消费者心理需求的悟性、否有强烈的工作激情以及促销人员

的个人品行。一个悟性极差的促销人员往往不能很好地掌握消费者心理。而不会在遇到困难时中途逃脱；春节促销中，一般会有大量的促销赠品和奖品，除了活动组织者的控制之外，促销人员也必须自律。

2、规范促销语言

但是每个人对一个促销活动的理解会有所不同，通过促销人员的促销语言表达可以最直接地将促销信息传送给消费者。如果放任促销人员“自说自话”只会曲解促销活动内涵，误导消费者的品牌意识，影响企业形象，因此促销语言必需规范。要标准化、人性化。规范的促销语言必需简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题。与促销人员互动选择最多三句能涵盖活动内容的精练的促销语句。制定的方法可依据春节促销活动内容。

3、引导促销人员关注消费者心理变化

因此消费者在春节期间购物时，春节消费品由于消费周期短顾客购买率高。一般不会计较买多或买少，增加单次购买量成为促销人员增加销量的技巧。可以充分利用量贩形式要加大销售。如是否有强烈的购买欲望、消费者性格等。对于某些购买欲望比较强烈，促销人员在实际的推荐过程中要密切注意消费者的消费心理变化。且易打动的消费者，促销人员不只要在口头上介绍产品和促销活动，还应主动介绍其他关联性的商品让顾客选择。当然，这种推销方法不是针对所有人群的弄不好，也会适得其反。但是只有培养每一个促销人员注意观察消费者消费心理变化，不放过每一次促销机会才干获得促销胜利。

4、利用卖场气氛鼓舞促销士气

春节这种特定的节日气氛自身就是一个很好的条件，消费者的购物热情在很大程度上是被卖场内的气氛鼓动起来的直接

面对消费者的促销人员的士气也是如此鼓舞士气的方式多种多样。卖场内热闹非凡的购物局面也很能增强信心。当然销售情况越好，销售热情也就越高；反之，士气低落，销量停滞。后一种情况下，促销人员要表示得比有顾客时更为忙碌，像捆绑赠品、整理货架、堆头，当着消费者面去完成，这种忙碌的工作场景在一定水平上会引起消费者好奇进而抚慰消费。或许会遇到大大小小的意外，整个春节超市促销过程中。如促销方式的变卦、各个促销环节联结得不够顺畅、其他部门工作脱节和竞争对手加大促销力度等等，随时坚持与消费者沟通并认真地管理好整个沟通的过程，才干有效保证促销活动的顺利进行及促销效果的圆满达成奇进而抚慰消费。

优惠活动

时间□20xx年1月主题：春节

一、活动持续时间□20xx年1月8日2月17日

二、活动主题：温暖送万家

三、活动方式：

活动期间，凡在永辉超市，一次性购物满80员的顾客朋友可凭单天单张电脑小票可兑换刮刮卡一张，即有机会获得以下礼品：

1、送惊喜

(1) 五星级酒店团圆龙虾大餐一桌；

(2) 团圆蛇王大餐一桌；

2、平安送 (1) 全年意外伤害保额18000元及全年意外医疗险保额20xx元一份

3、送爱心（1）送爱心礼品一份

4、送温暖（1）环保内衣一套

（2）肯德基儿童套餐一份

5、送彩头（1）送福利彩票一张

6、送吉祥（1）“年年有余”火锅一份

7、健康送

（1）健康秤一台

（2）年糕一份

注：1月23日至2月12日凭刮刮卡可到各门店领取神秘礼品一份，送完为止。

超市计划书篇六

由于****规模尚小并且无商店，学生生活极为不便，所需用品必须去校外购买，为解决学生的生活不便，本人在校内投资一超市，用来帮助同学的生活不便。

本超市虽不能完全解决学生的不便，但是我们会尽量满足学生的需要。为我校学生提供超值的商品及满意的服务。

本超市会本着一切为了学生的利益，一切为了满足学生的需求为宗旨，让学生享有全方位的、高质量的服务，这种服务宗旨是与商店的经营理念相契合，也与本人开办此超市的初衷相吻合。

本超市虽然规模不是很大，但也会吸收一定数量的贫困学生，

帮助他们生活问题。当然他们也会为本超市作出一定贡献，但我们会充分考虑的学习问题，为本超市作出贡献时，不会影响他们的正常学习。

我相信此超市会给学生带来较大的帮助，并且这也响应了国家的对大学生的政策。

当然开办超市会给投资者带来很好的效益，而且投资也不会很大。再者，由于大学生的素质较高、自律性好，所以在大学内开办超市易于管理，不会要求经营者过高的管理水平。

因此我认为在学校开办超市这个投资方案可行。

具体方案

经过对校园周围的零售商店的”走访”以及对于买卖的商品进行了分析。本人觉得在校园内开超市具有较大的潜力。主要表现在：

- 1、 早上七点至八点之间：学生买卖食品及饮料居多，客流处于高峰期。
- 2、 在9：50---10：10之间：也是学生买卖的高峰期。交易中食品居多。
- 3、 在12：00---14：00阶段：也是学生的高峰期，只有个别的附近居民。大多数人是购买学习用具。
- 4、 其他时间：只是陆陆续续，购买学习用品居多。

根据以上表现，本人认为在校园内开办超市具有较大的商业潜力。

- 1、 商店名称：墨竹超市

2、 商店位置： 位于唐山职业技术学院东院内

3、 顾客组成： 主要面向学生及学校员工

超市主要采用自营零售，商店是一种以开架自选形式为顾客提供低价日常生活用品的零售商店。顾客自己挑选商品，商店的商品以顾客的需求而调整，不满意便退钱，树立良好的口碑。用满意的质量、明确的词语和亲切的态度来盛情待客，赢得顾客的忠实度。

由于顾客以学生为主，所以商品限制较多。主要有以下类别商品：

2、 日用品： 壶胆、香皂、洗衣粉、润肤霜、手套、套袖等与学生生活相关的商品

4、 其他： 饰品、手机膜等等

1、 超市规模： 90

2、 商店内部布置： 见图商店内部布置平面图

商店以服务学生为目标，并实施以锻炼学生与帮助学生实践相结合，适时接收个别学生勤工助学。

视顾客为朋友，快乐积极主动，少赚多销。我们的宗旨是让顾客满意并追求超出顾客的期望。我们工作的目的是通过对商品品项及品质的选择，提供最佳的价格，来满足顾客的需求。我们会用“以客为尊”的服务态度来服务。

学校属于集中消费地，在校学生又是纯粹的消费者，消费潜力较好。虽然商品受到很大限制，但是由于学生人数较多、消费集中，还是会给超市带来较好的效益。

九、商店配套设施及价格

- 1、货架：5个 $5*200=1000$ 元
- 2、栏杆：10米 $10*5=50$ 元
- 3、人员费用：雇佣俩名 $2*800=1600$ 元
- 4、水电费：每月400元
- 5、电脑一台 4000元
- 6、监控系统：500元
- 7、收银机□20xx元

- 1、室内：包括屋顶、墙、地面 500元
- 2、室外：超市牌子 200元

从批发商环节进货，采用批发商统一配货，并实行先发货后付款（即：第二次配货时支付第一次的货款）

超市运营分俩个经营期——初步经营期和正规经营期。

- 1、初步经营期：以三个月为限，采用打折的方式销售商品
- 2、正规经营期：采用价格相对较低但商品质量不变的销售方式进行销售

员工是商店重要的资源之一，所以我要求员工正直、诚实、快乐、积极。每一个员工应具有勇于负责的精神，团结互助的工作态度，具有强烈的意识??为顾客提供优质服务，为商店的整体利益而努力。（以商店为荣，以服务乐。）

我们要时刻意识到这样一个简单的真理。那就是为了在竞争中取得优势，我们必须最大限度地使用和发挥我们的所有资

源。

我们需要协调与批发商之间的关系，争取其长期供货并在保证质量的同时降低价格，争取商店利润最大化。

超市计划书篇七

经管实训超市20__年在西区创立，经过三年的精心奋斗，同时在经管老师、经管学院的店长的运营中，经验丰富，有着不同于其他超市的运营模式。现在，入驻东区，学院及其师生的斗志激昂，而且，经管学生的理论知识也在不断丰富，需要将理论与实践相结合。东区校区有大学生接近2万的群体还有学校教师，又由于东区在郊区，一些设施不是太完备，教学超市在校园内开业，大大增加了学生、老师购买生活用品的便利性。

二：市场机会

(一)、市场特征

通过对宿州学院市场调查和本校园的环境分析，宿州学院有着巨大的学生消费市场。首先，近几年教育部对高校生源扩招使得高校园区及本学校的学生极具增加，更扩大了该地区的消费市场。再加上人们生活水平的提高和追求时尚使得学生对消费观念有了很大的改变。消费，在他们生活中必不可少，所以在学校里创办教学超市很有必要。

校园超市是校园文化、校园服务和校园经济有机结合的综合场所。它服务于在校所有的人及周边的人，给学生和老师带来很大的方便。但超市的最终目的还是盈利，要抓住所有机会分析市场动态参与市场竞争给超市带来最大的利润。

(二)、市场竞争

1、原有校园超市因新建寝室楼而拆除，给我们教学超市带来了很大的机遇。

2、竞争优势：近年高校大规模扩招，附近各高校学生数量大幅增长，保证了校园超市有强大的消费人群。方便快捷，相对外面商业街距离短。在急需购买商品时首选校园超市。地理位置距离学生近、集中。商品价格相对于外面便宜的多，商品质量能够保证消费者的需求，信誉度值得信赖。

三：消费者分析

按消费人群和消费品需要来分可分为以下三方面：

(一)、学生消费群体分析：

1、学生消费观念：通过市场调查报告显示，部分学生每天都会消费，并且一半以上的学生希望学校能有个相对大的超市。他们喜欢购买生活用品方便快捷，每当需要购买急需用品时学生首选的是校园超市而不是校外的商业街，且对产品质量要求经济实惠。

2、学生的消费能力：现在越来越多的学生都是独生子女，并且家里的父母对自己孩子的消费放的比较宽松，这就使得学生在学校有了很大的自由购买选择权，随意购买自己喜欢的学生、生活用品。

(二)、教师消费群体分析：

1、老师消费观念：虽然老师的生活观念相对于学生来说是比较成熟的，但是在办公室的生活用品和办公用品是他们必不可少的，当需要时也要购买。对老师来说希望方便快捷的生活观念比学生要更强，所以他们购买用品时首选的一定是校园超市。

2、老师的消费能力：老师已经是社会群体，他们有了稳定的工作和稳定的收入具有了经济实力，当他们需要时就会毫不吝啬的购买所需一切，而他们在校园时的购买地点很可能就是校园超市。

(三)、机会消费群体分析：

学院活动必用品：这是一个比较大的市场，在学校每当办晚会时在场景设置和奖品方面的购买费用就需要很大的数目。而这笔钱又不是个人来付款，所以在上级安排部下购买这方面的必用品时从不在价格上斤斤计较，并且所买的数量大种类多。只要超市所卖的物品货真价实并且价格相当于外面商业街的价格便宜就能让这类人群成为我们超市的忠实客户。

四、超市战略

(一)、超市宗旨：

向学生提供优质的生活，学习，娱乐物品，一切为学生服务。

(二)、发展战略

第一阶段：超市即开业起，在东区逐渐站稳脚跟，打开并初步占领学校的消费群体

第三阶段：改善超市，扩大超市规模，完善和健全销售网络，完善超市内部管理体制

第四阶段：把超市向周围以及其他高校推广，提高服务态度，吸引消费者，实现产品多元化。

五：开业活动目标

超市开业当天，争取人人都有消费

六：开业活动的成功标准

- 1、要让校园全体师生都知道校园超市的开业
- 2、要让校园师生都尽可能的去观看或购物
- 3、要让师生们满意校园超市所提供的服务
- 4、校园超市的装修及货柜的摆放能吸引并得到认同
- 5、要让学校超市成为学生津津乐道的对象

七：风险分析

(一)、内部风险

- 1、超市内部的工作人员管理、经营、销售能力不够强。
- 2、商品的采购量与采购种类能否符合消费者的需求。
- 3、商品自身的保质期和损坏时间的不稳定。
- 4、超市运营预算资金与实际话费资金可能存在较大出入

(二)、时间风险

- 1、超市内部管理人员的时间偏差
- 2、由于天气或季节原因，送货上门服务会大大增加，导致成本增加

(三)、物流风险

由于送货上门可能会影响收货的可能时间及产品的损坏程度而导致的顾客不满甚至退货

八：人员安排

店长1名：主要负责处理校园综合商店的所有日常事务。

会计1名：负责对商场进行日常的财务结算。

收银员4名：负责收银。

理货员10名：负责商店布置、理货工作。其中有2名导购，6名送货、2名理货保管员。

九：财务分析

(一)固定设施

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，一般会用地板砖

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色涂料作为墙面的装饰色调

照明——使用白色的日光灯管

(二)经营设备

电脑——一般每店配备收银机3台，其功能兼具前后台

收银台——收银台兼管理人员工作台

货架——货架只需使用一般的货架即可

冰柜——一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜

其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加

(三)经营效益

预计营业额1000元以上/日

月计营业额40000左右元

营业利润40000__0%利润率=4000元

年收益=4000/__月=36000/年

超市计划书篇八

1) 采购原则:

适价: 多渠道询价, 三桥, 市西路, 中曹司; 比价; 议价。

适时: 充分掌握进货时间, 保证店里缺货商品的销售降低库存。

适量: 根据上个月(星期)的销售量进行预算, 从而决定采购数量。

2) 采购方法 ? 按环节分: 直接采购 ? 按时间分:

非固采购(不随时间变化, 需要时就采购)

固定采购(采购时间基本保持不变)

紧急采购(急需货物时, 毫无计划紧急做出采购行为)

二、采购目的 :

1. 进行常规性的补货, 保证商品的销售和流通, 保证一定的库存量;

2. 根据消费者的需求进行采购新商品(根据一定的数量);
3. 增加商品多样性、提高营业收入和圈内竞争。

三、销售情况分析:

由于贵州民族学院人文科技学院坐落在贵州民族大学与贵阳民族中学之间，故此鹏程超市选择坐落在女生宿舍下面，后方就是学生食堂，并且设置分店，就坐落在男生寝室楼下，方便学生消费需求。这样就为大量顾客提供了购物的方便，因此，学生成了鹏程超市的主要购物群体，零食和一般的生活用品也成了它们主要选择的对象。其中康师傅方便面尤为女生的青睐。而我们实训期间是在三月份还有点偏冷，学生还都是吃的热食，因此，康师傅方便面的销量很大，大约在20__份左右。

同时，鹏程超市离操场、篮球场、食堂比较近，这也同时吸引了一些来运动的单身男生，他们平时都喜欢在运动后来购买饮料解渴，而农夫山泉在消费者眼中是属于既经济又实惠的饮料，从我们上了一个月的实训后才发现饮料是每天都会上一次架的，可见饮料的销售量是很大的，而农夫山泉的销量大约在1500瓶左右。

对于笔芯的购买，基本上都是快考试的时候卖得比较好，一个月大概能卖100支左右。

四、采购成本预算与控制

消费数量预算：按自然月进行预测相应的单价，供应能力以及速度。

常规性补货预算：生活用品(毛巾、袜子、温水瓶等等)，零食类(饮料、小吃、等等)

新增商品预算：为适应季节变化的需要以及顾客的特殊要求，应适量采购冬季产品。

其他费用：车费，饮食费

五、预算依据：

1. 采购商品预计，根据上个月(星期)的销售数量，在此基础上多加7——8个；
2. 新商品预算：根据市场需求调查，顾客所问进行新增商品，并控制数量；
3. 财务预算：在上个月(星期)的基础乘以120%；成本控制：多渠道询价，议价。

六、供应商的选择：

供应商分析：

1. 三桥：供应商较多，货物种类齐全，货物价格一般，但能精确到个数量，路途较远产生不便和物流成本较高。
2. 市西路：供应商数量中，货物种类一般、价格较低，必须以件为单位，路途较远产生不便和物流成本较高。
3. 中曹司：供应商少，货物种类少，价格较高、路途近，物流成本低。

七、采购部根据货物分析表计算出货物需求量，并向经理申请采购费用，采购费用单一定要写上部长的名字。

七、质量技术要求及验收方法

1. 乙方提供《产品合格证》、《质量保证书》、《质量检验

报告》及经设计师确认的材料封样样板。

2. 特殊材料还要提供当地政府部门允许使用该项材料的文件。
3. 验收标准及验收方法。按产品质量标准或封样样板验收。

八、供货方式

1. 交货时间：20__年12月5日。
2. 交货地点：贵州民族大学人文科技学院
3. 送货人：
4. 收货人
5. 运输方式及费用：货到工厂后由甲方组织人员卸货。

九、双方责任

(一)甲方责任

1. 甲方按规定时间及方式向乙方付款。
2. 甲方按合同规定接受材料，组织卸货。

(二)乙方责任

1. 所供材料的品种、规格不符合本合同规定时，乙方应负责退、换，由于上述原因延误交货时间，每延期一日，乙方应按延期交货部分货款总值的5%向甲方支付违约金。
2. 产品包装不符合合同规定时，乙方应负责重新包装，并承担返修或重新包装费用。

3. 如果乙方不能按合同规定的产品数量交货，则乙方付给甲方不能交货部分货款总值的5%的违约金。

4. 乙方不能按合同规定时间交货时，每延期一天，乙方应按延期交货部分货款总值的5%向甲方支付违约金。

十、纠纷解决方法

甲乙双方出现合同纠纷时，应首先通过充分协商解决，协商不成的，交乙方所在地的仲裁部门仲裁解决。十一、本合同一式两份，经双方法定代表人或法定代表人授权的委托代理人签章后生效。（若此合同为法定代表人授权的委托代理人，必须将授权书附后，方可签订合同。）

甲方： 乙方：

法定代表人： 法定代表人： 委托代理人： 委托代理人：
地址： 地址：

电话： 电话： 传真： 传真：

超市计划书篇九

常言道：经商，经商，进货第一桩。采购是超市企业进行商品销售、物流配送和实现盈利的前提。超市营运的牲要求超市企业必须是先进货而后才能为消费者提供售货服务。毋庸置疑，售货是超市经营的核心目的，为达成这一目的，超市的采购部门就必须在“买货”上下一番功夫。采购数量不当、商品品质参差、成本价格过高都会阻碍商品的正常销售，即使质量好、价格低，如果数量不当或储存过多也都有可能造成资金占压和商品的滞销。超市离开了科学合理的采购，正如油灯离开了燃料一样，在一定意义上讲，销售是灯，采购是油，一天不亮，就要加油。那么，这“油”应该怎么个加法呢？总体而言，有以下六个原则供中小超市企业在实施采购

计划时参考。

采购服务销售

“买货”的直接目的就是为了解“卖货”。采购过程中，最基本的原则就是要让采购行为时时刻刻为市场销售服务。有道是，卖什么，买什么；卖多少，买多少。买进来的货要保证能够卖得出去，才是买手能耐大小的表现。在超市经营过程中，经常会发生进销失调、商品脱销或是积压之类的情况，要避免进销脱节、货不对路、供不及时之类情况发生，就必须使采购为销售服务。

采购结合销售

在超市企业统一的运筹指导下，将采购和销售有机结合起来，不仅可以减小资金流动、降低采购风险，而且能够提高采购效率、减少采购成本。采购结合销售，使中小超市在采购时很奏效的招数，如果运用得好，就是实现“勤进快销”的预期效果。一方面，企业的决策层应根据超市、商品、交通运输条件、供应商所处区域以及采购的方式和销售任务的大小等情况，综合考虑采购进货的批量和批次，找准经济效益的最佳结合点；另一方面，具体的采购行为要做到在圈短的周期内，实现小批量、多品种、低价格、高品质的采购要求，做到数量和时间的统一、周期和批量的统一。

采购促进销售

灵活的采购策略往往能够促进、带动商品在超市卖场的销售。所以，在实际的采购过程中，超市买手要灵活多变、随机应变，通过不同的渠道通路，增加商品的宽度和广度，促进商品在当地的销售。

除此以外，商品的采购还要从超市全局出发，整体考虑、统筹安排。

成功采购的九步策略

采购不仅是购、销、运、存四环节中最重要的五一节，同时也是最为复杂繁琐的环节，其中，不仅涉及的商品品种繁多，而且牵扯的金额也很大，稍有不慎就可能给企业带来无可挽回的损失。下面的九步策略，可以助超市采购逐渐走向成功。

明确采购目标

明白为什么采购是成功的第一步。一般来讲，超市企业的商品采购可以分为常规采购、大规模促销采购、特色商品采购、应急性商品采购等几种情况。采购目标受市场环境、卖场销售、促销企划、季节变化等多因素影响，由超市企业的经营范围、品种构成和销售需要直接决定采购目标。根据不同时期、不同竞争环境、不同需求导向的不同需要，超市可能只经营某些类别的商品，或是在不同类别的商品中，不同品种、不同价格、不同式样、不同型号、不同品牌的商品要在采购中占有不同的比重。确定采购的目标，不仅是明确要采购哪些商品，还要采购数量、采购时间以及其他的各种特殊要求。

接受采购任务

采购部从决策层、商品部、仓储部等相关部门接受一定时期内的商品采购任务，采购部根据部门人员分工，将不同的商品采购任务逐一分派到采购员工的手中，按照采购要求，接受采购单，一次商品采购任务开始了。

甄选采购渠道

超市企业的采购人员同供应商进行谈判，一般依照超市企业制定的商品采购计划、商品促销计划以及供应商文件作为谈判依据。采购业务谈判的主要内容包括八个方面：

与商品本身相关的(如商品的质量、品种、规格、包装等)；

与采购数量相关的(采购的总量、批量等);

与付款条件相关的(如付款期限、付款方式等);

与售后相关的(如售后服务的保证、保换、保退、保修、安装等)

采购环节控制

督导供应过程就要要求采购售货员深入商品的供货企业中,协助、督导企业做好交货前的准备工作。进行货款交易超市采购部门在收到供应商的交货清单或者是发票之后,即可通知质检部门和仓管做好准备接货。如果经过质检和核对无误后,采购部则可以通知财务部门予以结清货款,或是按照与供应商的约定,按期结算。

交验采购商品

所采购的商品到达超市之后,质检部门还要及时组织验收理货工作。商品的接收工作一般有仓库部门负责,商品检验符合要求,仓库则可以及时组织商品入库。

完成采购过程

至此,采购活动基本上已经成功完成了,作为采购部门和采购人员,还不要好飘扬处理和账款的处理等收尾工作。

采购管理 比采购更重要的环节

上文已经提到,任何商品的采购都要经历一个繁杂的过程。也正是因为过程的繁杂,笔者才会说采购过程的管理,是一个比采购更重要的环节。因为,现在很多超市企业的商品问题和财务问题出在了采购的环节上面。

采购过程的管理,包括对采购班子和采购人员的管理,对编

制采购计划和实施采购计划的管理，同时还包括对商品交货日期和商品品质检验的管理等多个方面。常听到老总们抱怨现在的商品采购“很乱”，其实，商品采购的本身并不杂乱，起哄的多是直接负责商品采购的员工，他们往往为了自己的利益而不异在商品品质、商品数量或者商品价格上做文章。因此，采购重在采购的管理尤其是对采购售货员管理。采购，往往不是外乱，而是内乱。

超市计划书篇十

四、商品计划:农户+基地+公司模式，规模化统一采购配送，减少中间成本

五、营销计划：开展公司形象宣传，做促销计划，发展连锁加盟

六、建设计划:店面平面设计，设备和店面内外装修计划

七、人员计划：连锁店营业人员的招聘，培训，薪酬等工作

八、开门营业:正式开业前一周试营业，一周后正式营业

九、业绩分析：营业额和损益分析

实施过程：

一、店面装潢

1、室内地砖、墙面、立柱、顶棚施工。

2、制冷系统安装调试

3、消防系统安装调试

- 4、广播系统安装调试
- 5、监控防盗系统安装调试
- 5、卖场照明系统安装调试
- 6、送排风系统施工

二、设备安装

- 9□pos机/电子称网线系统施工
- 10、电话/有线电视/网线施工
- 11、收银区上方广告位安装施工
- 12、店内广告位(含立柱灯箱)施工
- 13、冷冻冷藏设备选购安装
- 14、超市货架/仓库货架、购物篮选购安装
- 15□pos机/扫描枪/条码打印机选购
- 16、收银台/存包柜选购安装
- 17、称重地秤/电子称选购
- 18、杂粮/米桶制作
- 19、促销台/生鲜称重台选购制作
- 20□pop支架/价格托选购

- 21、打价枪/标价签打印机选购
- 22、生鲜耗材/购物袋/扎口机选购
- 23、电脑/pos耗材/保安器材选购
- 24、发电机（待定）
- 25、商品目录及价格输入收银电脑
- 26、挂吊旗/价格牌钢绳安装
- 27、超市内立柱特殊陈列装饰
- 28、标价签/pop特价牌设计印刷
- 29、挑选开业促销商品和dm商品
- 30、供应商信息/商品信息录入电脑
- 31、制定采购预算
- 32、下首批订单(食品生鲜)
- 33、dm商品拍照/dm派发
- 34、大进货/商品上架
- 35、商品陈列/调整
- 36、价格再次调查确认
- 37、超市商品过机/扫码
- 38、专柜商品上货/定价

1根据公司市场定位确定组织架构2确定人员编制

3制订各部门职位说明书

4制订招聘计划/人员到岗顺序5制定上岗培训计划并实施

6优先招聘管理者/收银员/防损员7制定门店工作流程

8确定门店员工手册

9制定门店薪酬奖金制度10

16

17

18办理营业执照

19办理户外广告经营许可证20

21

22

23

24制作工服/工牌并发放25

26制定公司作息/值班制度27

28

29召开全员动员大会30邀请政府官员参加开业庆典

1制订开业各种预算

14制订报损流程

15制订结算流程

16制订商品/资产盘点流程17制订价格调整流程

18制订供应商退换货流程19制订生鲜产品核算流程20制订内部调拨流程

24建立收银备用金制度

26建立礼券/购物券管理制度

8收银员培训