

2023年商场服装总结计划 商场管理工作计划(模板8篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

商场服装总结计划 商场管理工作计划篇一

- 1、巩固现有销售较好品牌的同时继续加大对销售较差品牌的扶持力度。
 - 2、于春节前期举办一场冬季时装秀。
 - 3、专柜人员招聘方面目前存在较大的难度，很多专柜出现缺编现象。于节前协助做好专柜的人员招聘工作。
 - 4、针对场外临时专柜较多，合理规划场外促销位，挖掘场外特卖的销售潜力。
 - 5、重点跟进落实春节期间的货源工作。
 - 6、作好节庆气氛布置工作。
 - 7、全力做好春节期间的各项销售工作。
- 1、进一步加大品类销售提升方案的制定及实施。
 - 2、加强对管理人员销售分析能力的培养。
 - 3、作好部分专柜的调整更新。例如巴特依、玩具、精品专柜的空位补充，以及部分较差专柜的更新。

4、标价签检查：每月中对各柜标签（模特磁性标签）进行检查。

5、跟进夏装的新款上货。

6、制订端午节销售计划并落实。

1、对年中销售进行总结及分析工作。

2、作好暑期童用区的销售工作，制订暑期品类提升方案，落实相关工作。

3、提升管理人员的营销策划、组织、实施能力。

4、联合物价部对超范围经营现象进行清查整顿。

5、加强对销售数据熟知度，重点关注部分重点品牌。及时了解专柜的经营动态。

6、制订国庆及中秋节的销售计划。

1、作好国庆及中秋节的各项销售工作。

2、跟进秋冬装的上市工作。

3、重点加强或规范现场管理，提升服务水平。

4、以化妆品作为品类提升区域，推出化妆品护肤月。

5、作好应季商品促销工作，尤其是化妆品、床用、保暖内衣等。

6、作整年工作总结及下年度工作计划。

1、货源：详细了解专柜库存及应季货品、款式新旧占比情况，

对存在问题专柜进行跟踪处理，联系供应商解决，根据各类别的情况制定各项标准，安排专人负责跟踪落实，做到库存充足、款式新颖、码数齐全。

2、人员：人员方面主要是从两个方面着手，一方面就是保证人手充足，休假、请假合理安排；另一方面加强培训，就销售技巧和安全两方面进行保证销售高峰期的正常营运。

3、促销：了解竞争对手促销信息，制订有竞争力的促销计划，稳住客流抢占市场份额。并做好促销活动的宣传工作，加大宣传力度是活动成功的关键所在。

4、安排好节前市调工作：及时了解竞争对手的经营动态或促销信息，并作出应对方案。

5、做好商品安全工作：春节期间为商品失窃的高峰期，将与防损部进行沟通，加大百货区的巡查力度。

6、联合防损部加大对员工防盗意识的测试，提高员工防盗意，并对员工进行防盗培训。

7、于节后或元宵节期间加快对秋冬装的清货力度。

8、针对元宵节联合超市区制订共同促销方案。

以上各项工作，需要积极、稳妥加以落实，努力完成xx年度各项工作及公司下达的销售指标。

商场服装总结计划 商场管理工作计划篇二

转眼已到年底□20xx年已近在眼前，回顾20xx年的工作历程，虽然总体来说还算过得去，但不足之处也是很显而易见的；新年将即，针对本部门工作的特殊性质及特点，对下一年度工作进行展望和规划。

职务分析

企划，广意上讲应为规划、策划、实施及监督，即根据市场环境特点及变化，针对企业本身，为企业指定长、中、短期战略目标，包括为企业谋划各阶段可行性经营发展路线，企业形象包装、广告公关策划等；而根据我们商场本身性质及特定要求，暂时性企划的职权主要表现在整个商场的美陈及广告公关策划实施、企业自身形象包装，及各类活动的策划与实施三个主要方面。

因此，在下一年的工作规划中，将针对以上三个重点工作来进行。

就现阶段而言，我市各大商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，活动，毋庸置疑是一定要做，但是如何在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，要掌握市场变化，在招数上出奇，以奇制胜。网络购物对我们实体商业冲击较大，目前对我们而言如何提高策划水平推动招商，拉动客流，是我们20xx年的工作关键。

20xx年我们对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发，我们也通过网络了解和电话咨询等，进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的，完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础，以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览，旅游，文化教育等，形成互位交叉和资源共享，商场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩，全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发，很值得我们学习和借鉴。这一点我们企划部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业

从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了20xx年商业美陈的投入。

在重大节日策划方面，确定整个年度的文化主题，对于20xx年几个重要节日（如春节、三八、五一、国庆、元旦等），将围绕年度主题确定各大节日的主题，同时增加了“七一”和“八一”两大节日。组织各种革命历史题材的主题展览，致力于打造非盈利性的文化互动体验平台，以拉伸品牌形象，强化品牌的正能量。

这就需要花大量时间做好各方面的调研工作，根据消费者思想及商场自身等因素综合分析来制定方案，这一点将是告别以往仅以折扣、降价为主要销售突破的第一步。

商场的壮大，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，也将是商场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡以至长春卓展购物中心家园卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为长春卓展家族的一分子、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。

整个年度的文化活动为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及主题活动，强调与消费者的情感沟通，争取在消费决策前取得认同。文化活动要坚持不懈，打折活动决不能一个接一个进行，这样一来将会引发对我商场整个价格体系的猜测，对于我们的活动也就感觉参加不参加无所谓了（反正天天都一样，都有“活动”）。我们商场以后的发展方向给人的感觉应该是朝高档次进发，活动的策划工作将改变以往以直接利益为主导的策划重心□20xx年要转向以公益性服务为重心的休闲体验模式。始终以主题文化全程贯穿，并巧妙的植入品牌营销理念，通过文化整合，把商场原有的“牵驴式”促销氛围，整体营造成一个轻松愉悦的休闲体验环境，以公益性的姿态服务广大消费者。这一点我们目前已经走在所有

商场的前沿。

主题文化巡展活动应尽量把握在一周至十天左右，让消费者对我们的活动产生饥渴感，达到只要我们一有活动，就能有明显绩效的目的和效果。

连公司保持关系，并保证价格的稳定性；

6、整体dp点美化原计划在广告公司的订做，目前通过友好协商已解除合同。我们正在拟定计划，派人去大连协商进行统一采购，经过测算比原计划投资节省一半。

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，欠缺的是无法将卓展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、发展慈善公益活动等，通过社会舆论提升长春卓展购物中心在市民心中地位和认知度。

综合起来，商场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、

商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于商场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

新的一年中，商场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在dp点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高商场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

3、配合商场活动做好各项有关商场活动氛围的设计工作，确保商场活动的卖场气氛。 总结：对于企划部来说，一直以来缺乏的就是合作，通过部门各项工作的开展，积极增进部门内部的协作关系，互帮互学共同提高。组织研究各种商业营销模式，结合商场现状，了解市场，分析市场，提高部门工作的准确性，实效性，从而提升企划部整体工作能力。

商场服装总结计划 商场管理工作计划篇三

7、加强装修房间的监管巡查，及时发现纠正违规操作施工的现象；

8、加强车库巡查监管，确保车辆进出有序和摆放整齐，跟车主加强沟通，共同做好车辆安全保障工作。

9、针对外围广场治安的复杂性和机动车辆乱停乱放的现象，根据管理处整体规划做好安全预防和车辆疏导管理工作部署和作好各项执行工作。

10、每周开一次班组会议，每半月进行一次领班会议，每月

召开一次保安部会议，确保能够及时探讨学习总结工作经验，及时传达工作指示。

11、每月进行一次消防设备，消防器材公共物品的检查、清点与保养工作，确保各项设备能够正常投入使用。

12、每季度进行一次业务技能、军事素质考核，实行优胜劣汰工作机制，不断提高员工的工作技能及工作效率。

13、每季度进行一次全方位安全检查工作，确保能够及时发现问题和解决处理问题。

14、每半年进行一次突发事件、防火救灾安防工作的实战模拟演练工作，不断提高员工的安全防范意识与处突能力。

14、年终做好本部门各项工作的总结和各项安全工作的部署。

以上是本年度工作计划请各级领导指示。

保安部

20xx年2月15日

商场服装总结计划 商场管理工作计划篇四

20xx年全部建二人紧紧围绕“差别化经营，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。

实际销售完成年度考核计划的130%，同比增加15%，所实现的纯利同比增加381%。确立了武商建二在青山地区市场的领先地位。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加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，整体销售同比增加36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破惯例，通过整合资源，把握热门，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持地区领先优势。

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常显著。

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：日常性的销售与热门性的销售差别仍未缩小，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。

一、抓春节市场，力保开门红，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，力保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、精确把握市场定位，实施差别化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实施整体错位，打造地区时尚百货。特别是在地区市场内实现主流品牌独家经营的格式。

三、组建货品部，实施进销分别，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度供给有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而到达地区百货经典的经营格式。

四、以四楼的改革与经营为契机，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年的重要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增加点。

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，提升百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。六、狠抓渠道优化，减小因供给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给商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供给商，在营销、价钱、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05年的营销工作要突破较为单一的促销模式，增强感情式营销。通过宣传、摆设、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，到达吸引客源，促进销售的目标。

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，形成规范的良好工作气氛。

商场服装总结计划 商场管理工作计划篇五

春节后，我依旧负责xx市场大厦的各项经营工作，在与_经理的配合下经历了节后淡季各商户的经营困境租金难收、托管员工因季节性原因大量减员等很具挑战性的问题，通过这些问题的解决，使自己对我市的服装零售行情、市场大气候的了解、及员工人事的管理有了迅速的提高。

通过与各商户的调解工作的接触，协调能力得到了进一步的锻炼。为了适应不断变化的情况，配合公司的整体规划对xx市场进行了一定的布局调整[]xx月份市场商场开始构想到xx月份开业，自己全身心的投入到了筹建工作中，人员招聘、业务培训、货架安装、商品上架到日常经营维护，在老总的关

心下，公司各方的支持下，在xx总与xx店的指导下，xx市场商场得以平稳的发展与过渡，自己对商场最新的业务知识又得了系统的强化。

负责市场期间，尽力维护了各项经营活动的正常运转，没有发生意外的突发事件。但市场的整体潜力没能全部发挥出来产生效益是事实，虽然市场的发展有各方面的客观环境不成熟的制约，但市场的潜力没能全部发挥自己有很大的责任。这也显出了自身能力的局限，这是在市场工作得到的最深刻认识。同时，市场各种困难压力的经历，使自己的心理素质得到极大的提高，面对再大的困难与压力，我都不会退缩逃避，能够从容冷静的去面对解决，这是我在xx市场工作得到的收获。

xx月份因工作的需要，我被调到_商场任店面经理兼非食品经理。在工作中加强商品管理与人员现场管理，实现业绩的提升是贯穿各项工作的中心。

虽然自开业就加入了_商场这个大家庭，对xx商场的人员也很熟悉，但到了具体工作上必竟还是有差别的。为了尽快进入角色负起职责，一方面加强了专业知识的学习，积极看书报文章，虚心向_总_店请教。一方面加强沟通了解实际情况，向食品、接货、收银等各相关部门负责人沟通，与非食品组长xxx深入交流。

在短时间内与相关主管建立了融洽的工作关系，负起了店面值班经理的职责。与柜组长一起对非食品的人员进行了整顿培训，对商品的规划与陈列作了调整，经过非食品员工的共同的努力，我们的销售有了明显的增长。在升任非食品采购后，我兼起了非食品的组长，潜下心来，从头干起，卫生、陈列、库房、接货从每一个细节开始严格的要求，使非食品的卖场氛围有了改观。

与员工有了更多的接触，在严格要求的基础之上，给员工更

多的思想沟通与业务培训，使员工的精神面貌有了改观，工作的积极性自主性得到了发挥。在公司各部门的关心支持下，全组员工齐心努力，非食品的进步得到了公司的认可。

店面值班经理负责协调各部门工作，维护全卖场的正常营运，应对突发事件的处理，在这个岗位上，自己立足全面把控全局，在工作的同时充分利用这一平台全面提升自身的组织协调与业务水平，在收银、客服、接货、防损、消防等各个环节深入了解，发现问题，消减漏洞，作一名称职的店面经理。

商场服装总结计划 商场管理工作计划篇六

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 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。

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。

商场服装总结计划 商场管理工作计划篇七

a管理公约——对物业及其设备，服务设施的管理、保养、保险以及维护所订立的规定，达到对该物业的统一管理，以保证该物业的所有业主和租户有效地使用其物业单元，并规定各业主和租户对该物业的管理及公共开支所需负责的适当比例、以及权利、义务。

b□用户手册——方便各业主及租户进一步了解””的物业情况和管理运作规定，旨在保障””全体业户和租户的利益而制定的手册。

c□装修指南——向各业主及租户详细介绍各业户在自己单元内进行装修、改造等工程必须遵守的规定和必办的手续，以及介绍””物业设施情况，以协助和指引各业户进行内部装修时不影响整个物业的公共设备、设施、中央系统、楼宇结构和其它业户单元的正常使用的。

(2) 制定各项管理程序及规定，包括但不限于以下：

a□商铺物业交收程序

b□商铺装修的报批和验收程序

c□商铺装修的监控程序

d□公共地方的清洁、绿化的监管和监控的程序和规定

e□公共设备设施的监管维护和报修程序

f□投诉处理的程序

g□意外和紧急情况处理的程序

h□非办公时间出入商场的管理规定

i□货物出入的管理规定和大宗物品放行的规定

j□日常运作的物业管理程序和物业状况的管理规定

(3) 物业管理服务质量的控制和制度，包括但不限于以下：

a□各部门工作手册的制定（包括岗位责任制、工作程序和流程、工作细则）

b□各岗位的（部门）纪律制度

c□各岗位服务标准

d□考核制度和持续改进的措施

a□参照商场的图纸设计，为商场日后管理的方便与完善，提早设计及更改有关设备设施及有关的功能布局，以避免重复投资或浪费资源。

b□根据我们的专业管理经验，向发展商早期提出合理化建议。如设备设施的选择，管理设施的设置等等。

c□早期熟悉商场设备设施情况，协助发展商监督设备安装及调试，监控有关工程质量，并对商场的隐蔽工程进行早期的验收。

2、对“”商场进行验收和接管

a□对隐蔽工程验收和接管

b□对楼宇工程质量的验收和接管

c□对设备和设施的验收和接管

d□对装修质量的验收和接管

e□所有交付给业户的商场物业单元，均由物业管理公司先验收接管后，再代表发展商交付给业户，并代业户跟进各项收铺时查出的遗漏工程问题。

包括但不限于以下：

(1) 代表发展商向业户进行商场物业交收工作，并跟进收铺后的遗漏工程的完善工作。

(2) 跟进“”工程的土建、机电设备设施、智能化项目、公共设施的各項遗漏工程，督促承建商完善各項遗漏项目。

(3) 执行日常的保安管理。

a□利用先进的硬件设施，如电子巡更系统、对讲系统、闭路电视监控系统、烟感报警安全防范系统等，对“”商场物业实行24小时无间断的安全管理。

b□制定合适的各项安全管理制度，如“出入登记”，“每小时巡楼”，“紧急和意外事件处理程序”等做好安全管理，力求无罪案发生率。

c□制定合适的消防工作计划和制度，确保“”物业的防火工作安全可靠。

d□制定保安人员的招聘标准，促使保安员持证上岗，并进行业务培训和素质教育，特别强调“热情有礼、宾客至上”的服务意识，使保安队伍成为“”物业管理形象标志。

e□加强管理检查，建立考核和奖罚激励机制，坚持持续改进，保持保安队伍的服务质量和水平。

(4) 执行日常的物业保养和维护工作。

a□物业管理员每天定期巡视商场物业整体各部份，检查物业状况及设备设施状况，及时安排设施的维修，易耗件的更换等。

b□物业管理员每天巡视检查公共场所，公共地方的清洁卫生标准及质量，确保“”的高质量清洁水准。

c□物业管理员每天巡视检查“”的室内外绿化保养及布置，以及节假日的灯饰、促销活动，外墙清洁等。

(5) 执行日常的设备保养维护工作

a□制定和执行工程及机电设备的维护和保养计划，建立设备档案、设备卡。

b□对物业潜在的隐患提出整改方案及安排整改。

c□对物业的设施进行定期维护和翻新。

d□制定及执行设备维修计划及方案。

e□制定及执行各项节能方案。

(6) 做好二次装修) 监控工作。

a□按照《装修指南》规定执行二次装修商铺单元的装修申报、审批、监控和验收的程序制度，确保装修单元不影响其它单元以及商场物业的结构和公共设施、中央系统等，确保装修期间不发生重大事故和火灾、水淹等。

商场服装总结计划 商场管理工作计划篇八

***年全部建二人紧紧围绕“差别化经营，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%，同比增加15%，所实现的纯利同比增加381%。确立了武商建二在青山地区市场的领先地位。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加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，整体销售同比增加36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破惯例，通过整合资源，把握热门，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持地区领先优势。

二、服务系统不断完善，现场管理成效斐然。

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常显著。

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：日常性的销售与热门性的销售差别仍未缩小，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。

一、抓春节市场，力保开门红，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，力保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、精确把握市场定位，实施差别化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实施整体错位，打造地区时尚百货。特别是在地区市场内实现主流品牌独家经营的格式。

三、组建货品部，实施进销分别，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度供给有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而到达地区百货经典的经营格式。

四、以四楼的改革与经营为契机，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年的重要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增加点。

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，提升百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。六、狠抓渠道优化，减小因供给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给商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供给商，在营销、价钱、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05年的营销工作要突破较为单一的促销模式，增强感情式营销。通过宣传、摆设、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，到达吸引客源，促进销售的目标。

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***、规范的良好工作气氛。