

2023年支援工作总结简报 商场营业员年终工作总结报告(精选5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

支援工作总结简报 商场营业员年终工作总结报告篇一

作为一个初来公司，刚开始很担心不知如何与同事共处、如何做好工作。因为我负责的主打业务公司尚未上马，其间要接触一些我所不是很专业的工作。但是这两个月以来，在公司宽松融洽的工作氛围下，经过部门领导和同事的悉心关怀和耐心指导，我很快的完成了两种工作的相互学习提高，在较短的时间内适应了公司的工作环境，也基本熟悉了部门的工作流程，最重要的是接触和学习了不少的相关业务知识，很好地完成了公司交予的任务，做好了自己的本职工作，使我的工作能力和为人处世方面都取得了不小的进步。

在这里对两个月的工作和生活做一下总结，可从中发现自己的缺点和不足，在以后的工作中加以改进，以提高自己的工作水平。

5月15日，我正式成为罗仕拿新员工，参加了公司组织的新员工入职培训。通过这次培训，了解了罗仕拿公司的发展历程、企业文化、产业结构和相关制度，学习如何成为一个优秀的技术指导人员。通过几个学时的培训，我感受到公司对每个员工的关怀，感谢公司领导们为帮助新员工走好踏上工作岗位所做的努力。

5月份，我参加了公司新产品的开发，我积极配合公司领导和开发工程师们开发改良产品。并多次提出有效的意见并采纳。刚到公司，部门主管jacky多次指导并给我推荐了大量的相关资料和文档，并指导我尽快地适应公司的工作，与我如何去与相关部门沟通处理问题。

从6月份开始，我开始接触三楼生产部的生产指导□jacky安排同事于海生带我进入熟悉新工作，并适当给予支持指导。以后的时间里部门根据我的实际情况，合理的给我安排了任务，让我从基本做起，并逐步深入地接触工作流程，锻炼了我的工作能力，增加了我干好工作的信心。

我主要负责生产线日常的跟进和数据上报、报表填写，设备的调试。由于我们的工作对生产非常看重，所以在jacky的带领下和指导下我们开动脑筋想尽方法，争取把工作做到。最后生产部对我们的工作表示满意并，我们的工作得到了肯定。其间我还负责即将投产的邦定生产线的设计，规划，并极时安排人员装配，调试。现只等相关辅助设备到位就可投产运作。

还存在一定的问题和不足，比如：对业务不太熟悉，处理问题不能得心应手，工作经验方面有待提高；对相关知识情况了解的还不够详细和充实，掌握的技术手段还不够多；需要继续学习以提高自己的知识水平和业务能力，加强分析和解决实际问题的能力；同时团队协作能力也需要进一步增强等。对于这些不足，我会在以后的日子里虚心向周围的同事学习，专业和非专业上不懂的问题虚心请教，努力丰富自己，充实自己，寻找自身差距，拓展知识面，不断培养和提高充实自己的工作动手能力，把自己业务素质和工作能力进一步提高。也希望请领导和同事对我多提要求，多提建议，使我更快更好的完善自己，更好的适应工作需要。

这里我要特别感谢公司领导和我的入职老师主管jacky□同事于海生对我的入职指引和帮助，感谢他们对我工作中出现的

失误的提醒和指正。在工作中难免出现一些差错需要领导的批评和监督。但这些经历也让我不断成熟，在以后处理各种问题时考虑得更加全面，慎重，对待问题更加严谨。现在的我同老员工相比，在工作经验和能力上都有不少差距，工作和生活上的不懂的问题应虚心向同事请教学习，以不断充实自己。

一、工作中取得的收获主要有：

4， 与同事们共同努力完成了每个活动举办前期的布置

5， 根据上级领导给予策划工作，努力完成上级领导的计划内容

二、工作中存在的不足

2， 对各部门的工作情况缺乏全面具体的了解，从而影响到相关工作的进行

3， 对管理商场物业还不够成熟，这直接影响工作效果

4， 工作细心度不够，经常在小问题上出现错漏

5， 办事效率不够快，对领导的意图领会不够到位等

三、坚持管理、服务与效能相统一原则：

营运部不断健全管理职能，完善服务体系，现场管理成效斐然。为了能及时、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。通过及时的现场观察，去掌握工作中存在的问题和不足，从而去制定相应的改进提高方案并能做到及时向上级部门进行信息反馈。对营业现场发生的各类违规现象和纠纷立即给予制止和纠正，避免矛盾的激化和不良后果的产生。坚持深入一线到现场走

动式管理，使管理工作更具针对性和时效性。

四、加强企业精神文明建设，努力提高服务水平。

明年工作计划：

20xx年，是全新的一年，也是自我挑战的一年，我将努力改正过去一年工作中的不足，把新一年的工作做好，为公司的发展尽一份力。在今后的工作和学习中，我会进一步严格要求自己，做好上级领导给予属下的每个工作安排，虚心向其他领导、同事学习，我相信凭着自己高度的责任心和自信心，争取在各方面取得更大的进步，一定能在20xx年做出更好的工作成绩。

支援工作总结简报 商场营业员年终工作总结报告篇二

一、观念的转变

观念可以说是一种较为固定性的东西，一个人要改变自己原有的观念，必须要经过长时间的思想斗争。我当初既然有勇气选择了离开三尺讲台，就要改变在学校时的一些观念，由原来的被动学习转变为现在的主动学习等很多观念。

二、做好自己的本质工作

一个人要做好自己的本质工作，就必须全面的认识自己，了解自己的职责是什么。我对自己的工作职责作了几方面的认识。

1、了解工作流程

初次面对这项工作，感觉非常复杂，我认为学习任何一样东

西都好像在阅读一篇文章一样，先要了解其大概，然后理清其层次，再是深入到字词句的研究。因此，我对我所做的这项具体工作作了一个简单的概括，我所面对的客体是什么，和谁有工作上的联系，联系的内容是什么，面对这一连串的疑问，我就把自己的工作流程用列表的方式把它罗列出来。

2、注重细节

经过一段时间的工作后，基本流程已经熟悉，但是随之而来的小问题也就多了，比如说在核对订单时，有的经销商不传汇款底单，即使有的传了也不写明公司名称，因为其中有很多汇款金额和订单不一致，很难辨别出是谁家公司的款，遇到问题就要学会用自己的思维去解决问题，对此，我首先想到的是把此类问题出现的情况了解清楚，再是根据问题去找一个好的解决方法。于是，我就在qq群里连续发了几天的通知。（连续几天发的原因是考虑到不是每个经销商都天天上网）。通知的内容是根据数学选择题的格式来书写的，我认为这能有利于经销商更能清楚，明了，简单，易懂的看清楚我所要达到的目的。后来又考虑到不是所有的经销商都上网，于是在出现同类问题时我都要特别的提醒他们要注意哪些问题。

任何东西的改进都是在原有基础上进行的，在开始的时候，我按照她们的记录方式来进行记录每天的定单情况，可后来发现有很多不便之处，我根据自己对工作的了解，做了一些改变，这样就减轻自己在工作中不必要的麻烦。

每当订单太多时，我必须要保持清醒的头脑，因为之前有由于订单太多而出现过一次当天没有及时签单的情况，这应该要引起我的注意，就是要注重细节，找出原因，进行改正。

在这项工作中，有很多东西需要自己去发现，去不断的发现与改变。

三、沟通技巧

沟通是一门技巧，善于沟通是一门艺术，从心理学的角度来讲，站在对方的角度去思考问题，可能会收到意想不到的效果，但在与客户沟通时，我忽视了自己的出发点，没有注意到张弛有度，还有在开始时我没有注意到说话时内容上要讲求言简意赅。经过一段时间我发现了自己这方面的不足，既然发现了自己不足，就要找到方法进行纠正。

语气，在沟通时是一个很重要的环节。面带着微笑去和别人沟通，别人也会感受到你的微笑与阳光。

四、善于倾听

支援工作总结简报 商场营业员年终工作总结报告篇三

本次活动从20____年11月18日到20____年11月20日，共3天活动时间，总销售额12734元，另3271元为与活动价格不衔接的其外部分，总体环比增长率37.54%的自然增长，实际增长率也达能了28%，超过了活动前20%预计增长目标。活动时间紧紧扣住了圣诞节，这次活动是为圣诞节预热的初步目的已达到预期效果。

本期活动学期宣传费用□dm快讯与户外幕布及锣鼓队总计费用约1万元左右，宣传费用销售占比1%。

从礼品发放情况来看，单比消费额有所提升，但消费额集中。礼品发放数量比实际估计数量减少30%。

在3日活动内2层应季带返季这种新型营销模式给消费者带来一些新意，尤其是买一送一加赠礼品，不但给我们的活动进行了口口相传的效果，同时也让消费者感受到了真正的实惠。

一、从以上情况来看

1. 媒体选择：

本次活动我们没有选择媒体，这是一种引客缺失。如果这次我们造势媒体的话，那么营业指标至少会上升1736%，从媒体这块，我们忽视了它的宣传范围，从而导致了策略的狭隘性和目标群体偏离性。我们主打是时尚休闲口号，目标定位在时尚女性和年轻群体，在放弃媒体的同时也放弃了争取较高知名度的契机，也无法用一般营销策略来弥补目标和群体共性缺失。

2. 缺乏计划性：

促销活动是在时间的迫使下组织实施的，虽然具备了一定市场基础，在单个活动或企业总体发展方向及年度规划上存在较大偏差，单次活动对企业品牌积累上轻则无力可施，重则影响商场长远发展步伐。如本次活动在奖品上贴近了百姓需求，使商场在凝客方面有了号召力与聚集力。

3. 活动执行力差：

一项活动，无论大小“策占三划占七”可见活动实施重要性，即使再好的策略，没有人去实施，他还是等于零。员工对活动的促销知识了解不够，缺少热情服务，对促销活动促进上缺乏技巧和活力，在商户心目中没有“活动是在大量资金与人力投入下，营业额大幅度拔高的概念”。另外，活动在销售过程中也没有一个激进方案，销售任务没有进行细分，“笼统管理，大概销售”也限制了销售额的增长。

4. 前瞻性和时尚表现不够：

一个成功的活动是应该在了解最新市场信息，并多了解时尚前沿的最新动态为重要依据方可进行推广宣传为依据的。

二、下一部计划

克服商场目前困难，充分准备圣诞节活动。

1. 准确的商场背景
2. 周密的计划
3. 密切的结合
4. 密切的配合
5. 强势的执行力

支援工作总结简报 商场营业员年终工作总结报告篇四

x年10月1日--7日开展了国庆节大型促销活动，由于占了一定的天时和人和，再加上有吸引力的季节性商品和促销活动，总体效果较好，给我们以后的工作开展留下了一个很好的教材。

本次企划案的前期准备十分充足，覆盖面很广，配合各门店店长及公司各部门的认真论证，形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

在促销方面，我们应用了针对家庭及主妇为主的消费群的促销活动，达到了应有的效果，消费者反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

商品方面，我们配合季节性进行了“劲爆生鲜，仅限1天”“疯狂特价，限时抢购”的商品促销活动，达到了即配合着整体快讯收费的目的，又运用商品进行拉动人气和销售的目的。再加上门店的陈列配合，现场促销。我们制作的国

庆节广播稿，使门店在执行宣传方面和渲染卖场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉和听觉方面给了消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

国庆节大型文艺晚会把整个国庆节庆推上高潮，各门店的文艺表演可圈可点，供应商的邀请使我们公司的企业文化和经营思想宣传上了一个台阶。配着生日歌总经理切蛋糕的一幕使我们员工有了家庭的亲切归宿感。这是本次文艺晚会的几大重要亮点。

- 1、部分促销活动由于找不到供应商，被迫流产。
- 2、监督表格没执行，是本次国庆节的一个遗憾。
- 3、门店的现场执行力度不够，
- 4、门店的及时跟踪检讨没有做到位。
- 5、门店在人力安排方面不合理，致使本次的个别活动没有得到充分的发挥。
- 6、新品/敏感性商品开发，采购没有充分的执行，是本次国庆节最大的遗憾。
- 7、门店在国庆节活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。
- 8、门店在国庆节商品活动中，现场促销作的不到位，有时有，有时没有，没有彻底的给现场促销人员培训和跟踪，这样致使一些消费者的反映得不到收集，不能为以后的工作借鉴。
- 9、门店在国庆节活动中，人气有了，销售上去了，但卫生工作没有及时跟进，致使各门店门口及卖场的卫生不尽如意，象个垃圾场。

10、在国庆节活动中，部分敏感性商品缺货严重，影响了消费者的购物情绪，这是生意中的大禁。要认真反思!总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的快讯工作作好。我们希望以后能够把整个快讯营销的方案作得更好、落实得更好。

支援工作总结简报 商场营业员年终工作总结报告篇五

良好的计划和责任落实可以避免现场失控的局面。参与促销的所有人员。每个人都应该拿到自己的岗位职责说明，对自己所扮演的角色、在活动期间的工作，做到细分到每天、每小时甚至每句话的培训，明白自己担负的具体责任、活动期内每天的细分工作流程以及要填报的信息表单、相应的奖罚方法。各司其职才能保证整个活动如期顺利展开。

一、选择合适的卖场

2、人流量大。形象好，地理位置好；

3、超市定位及其商圈的顾客群，与促销产品的定位、目标消费群体一致。

二、制定有诱因的促销政策

1、师出有名。以节庆贺礼、新品上市之名打消变相降价促销的负面影响；

2、尽量不做同产品搭赠(如“买二送一”)，避免降价抛货之嫌，否则结果可能“打不到”目标消费者，反而“打中了”贪便宜低收入的消费群体。

4、注意与重点超市联合促销。既促销产品，又增进客情。如买本公司产品__元。赠该超市购物券一张;买该超市商品__元，

赠本公司产品一份。

5、面对消费者的促销政策坎级不宜太高，而且要提供多种选择。

三、选择合适的产品品项和广宣品、礼品

1、广宣品设计原则

2、广宣品风格应与目标消费群心理特点一致。如运动饮料宣传品基调——与体育赛事结盟、活力、迅速补充体力；中低价食品宣传方向——更实惠、更大克重、更营养；儿童用品宣传风格——产品好吃/好用、赠品好玩、卡通化的诉求方式。

3、pop上促销价与原价同时标出，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。

4、师出有名。冠以新品上市、节庆贺礼等“藉口”。

5、写清楚限制条件。如限购5包/人、周末促销、限量销售、售完为止、__号之前有效等。

四、赠品选择原则

1、尽可能是实惠而新颖的常见用品(太“生僻”的赠品，消费者不知道用途或用途太窄，难以接受)。

2、高形象。低价位。如挂表、围裙、t恤、计算器等。

3、有宣传意义。如围裙、t恤、口杯。

4、与目标消费群的，心理特点及品牌定位相符。如运动饮料赠奥运小纪念品、中低价方便面赠味精、某知名饮料赠变形摩丝、透明钥匙包等。

五、根据活动规模确定促销人员数量、产品储备数量及物料需求

促销方案的制订必须包含效果预估和费用预估两方面内容：
效果预估——根据所选超市的历史销量，综合考虑促销政策对产品流速带来的影响作出促销期间销量的预估；费用预估——根据销量预估配备相应的物料(广宣品、礼品)并根据所选超市的规模和促销期长短、预估销量，准备相应的促销人员预算。

如果促销期大于1天，那么及时补货、陈列、保证场内货品充足、陈列整齐标准就成了很容易疏忽、也很容易出问题的的工作。所以有必要在促销方案中将产品的备货、陈列、广宣品布置落实到具体人身上(促销小姐、理货员、业务员)。规定责任人保持对促销商场的高频回访率。完成接单、上货、陈列工作以保证促销效果。

六、各项人员、物料准备工作有完成排期表

以上各项工作落实后，接下来就进入了实质性的准备工作，为避免某项工作出现疏漏而影响整体进程，需将准备工作细分责任，落实到人，规定完成时间。

例：某乳品企业计划于10月1日—7日在__超市做买乳品赠礼品的促销活动，活动方案已制订审批通过，并设有专项促销活动组，包括项目经理1名、活动组人员2名、促销主管1名(为突出此次促销活动的效果，礼品、广宣品专案单独订购制作)。