

超市调查报告心得体会(精选5篇)

在撰写心得体会时，个人需要真实客观地反映自己的思考和感受，具体详细地描述所经历的事物，结合自身的经验和知识进行分析和评价，注意语言的准确性和流畅性。那么我们写心得体会要注意的内容有什么呢？那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

超市调查报告心得体会篇一

定价方法主要有两种：竞争导向定价法和低价策略。竞争导向定价法是指将竞争对手与本企业的实力对比和竞争对手的定价作为定价的主要依据，以在竞争环境中生存和发展为目标的定价方法。这种定价方法适用于服务标准化的行业。服务供应商所提供的服务基本是一致的、标准化的，顾客也可以了解各个服务供应商之间的价格差异，并会对差异作出反应。百佳所提供的服务是商品，而商品在各家超市铺货广泛，消费者认为各家超市提供的商品是差不多的，不论选择哪家超市都不会有什么损失，并且顾客可以轻易了解各家超市同一商品的售价，那么消费者就更倾向于选择售价低的超市。所以百佳采用竞争导向定价法。

百佳的价格核查员在每天早晚都会给卖场的商品做价格检查，通过pta机输入商品的信息，把商品信息传输到百佳自己的系统里，有新的价格信息的商品会自动筛选出来，此时价格核查员便会将新的商品价格打印出来替换旧的价格，已达到商品价格及时更新的效果。而旧的价格牌将会被收集装订起来统一放好。

对于服务行业来说，使用低价策略必须满足一定的条件：首先，该服务行业的标准化程度较高，服务企业之间很难通过差异化手段向顾客提供额外价值；其次，该服务需求弹性大，消费者的价格敏感性较高。超市行业标准化程度较高，且价

格敏感性较高，当某种产品在不同的超市有不同的售价时会显著影响到消费者的购买需求。所以百佳采用低价策略。

但百佳的低价策略不是盲目的，而是依据超市的销售规律来制定的，一般在周一到周四这些工作日大部分商品都会降价或打折销售，但在周五就会给某些降价商品调回正常的销售价格以迎接周末的销售高峰。

竞争对手降价的目的是什么？是为了侵占市场还是经营能力过剩？是因为成本下降还是想领导全行业价格变动？对手目前可能有多大的赢利空间？竞争对手的降价属于暂时性还是长久性的？如果对对手降价置之不理，将对自身的市场占有率和利润发生何种影响？其他零售企业又会如何？根据企业的实际情况，百佳连锁店对竞争者降价的应对策略一般会采取跟进，以更大幅度降低价格。

百佳的经营宗旨是“百佳令你日日称心”，它指的是“不仅一种或若干种低价商品低价销售，而是所有商品都是以最低价销售；不仅是在一时或一段时间低价销售而是常年都以最低价格销售；不仅是在一地或一些地区低价销售，而是所有地区都以最低价格销售”。因为在百佳店，各部门每周都要做两三次市场调查，随时观察竞争对手的价格、促销、陈列等情况，及时采取对策。如果需要，一般第二天就会做出变价。在百佳，做市场竞争时往往降价容易提价难。只要降价比例不大，一般部门经理批准即可，提价可一定要审之慎之。

而百佳是在所有折扣连锁店中将低价战略贯彻得最彻底的一家公司，它想尽一切办法来降低成本，力求使百佳商品比其他商店的商品更便宜。为了做到这一点，一方面百佳的业务人员“苛刻地挑选供应商，顽强地讨价还价”，以尽可能低的价位从厂家采购商品，另一方面，百佳实行高度节约化经营，处处精打细算，降低成本和各项费用支出。这一指导思想使得百佳成为成本控制专家，将成本降至最低，真正做到了“至抵价”。

在实行“至抵价”策略的同时，百佳还实行让利销售，让利销售包括折价销售、会员制销售，积分兑换商品。对全部商品折价销售，主要适用于百佳连锁店的新开张、周年店庆以及一些重大的节庆日的促销；对某部类的商品优惠售卖，主要适用于各种节日和季节性消费展开的促销活动。折价销售尽管表面上看起来无非也就是减价让利，但实际上与减价让利仍有很大的差异。周期性的或不定期的减价活动，往往是为了通过一次性的“甩卖”，达到商家在特定时期特定的情况下的某一特定的促销目的。比如，清仓换季，宣传新产品等等。而折价，是一种长期的稳定的让利，即尽量压低价格来保证销售量，从而保证利润总量，同时保证客源。所以，百佳的折价销售是一种特定的销售方式，是一种长期的、稳定的销售策略。

百佳的会员制销售对百佳至抵价形象塑造起着非常重要的作用。这或许没有给百佳带来多大的利润，但却把一批忠实的顾客紧紧地吸引在自己的身边，缩小了竞争对手的消费群体，这无疑是一种高明的战略。

定价不能只考虑竞争对手定价，而忽略自己的成本和市场的需求。要根据自己成本控制水平，采取适度的低价策略。作为消费者的我们，低价当然欢迎，但是要保证质量不变的前提。百佳在与外部沟通时要让消费者知道这种低价不是廉价，也不是服务低劣，而是保持商品价值和服务质量的平价销售。要让消费者知道这种平价主要是依靠成本控制，优化商品结构和服务来实现的。这样消费者对于百佳商品的质量放心了，那么自然买得安心用得放心了。

有了对外的低价宣传，就要长期落实低价原则。在服务交付过程中要尽量缩小与外部沟通之间的差距，要让消费者感知到百佳的低价，这样更有利于拉近顾客期望与感知的差距。

广告是每个商家、厂家常用的销售手段。不过百佳却显得有些尴尬。因为百佳很少做广告，即使做广告它的投入也不会

太多，从广告中节省了大量的费用，这或许也是百佳的特殊之处吧。

对百佳来说，做广告就要做直接有效的广告。因此，在早期发展中广告是少之又少，有的也只是通过电视和报纸的广告来提醒顾客，百佳的价格一向是采取最低价位的策略，而且将始终如此。或者是一些直接的声明：百佳总是以最低的价格供应给你最好的、你最信赖的品牌——一如既往。这样简单直接的广告总能留给顾客很深刻的印象，同时吸引了大批的客源。在每一家新店开张时，百佳会大做广告，在热潮过后，就立即大幅度削减广告量。或者把广告的重心放在形象宣传上。

百佳在贯彻低价原则的同时一直都在注重自己的“广告”商品。百佳所指的“广告”商品也就是指每个商店的主打商品，也叫做形象商品。在各自不同的经营风格的商店里，会挑选出不同有代表性的主导商品。广告是主要的策略，是与未来和潜在的消费者的沟通方式之一，因此不可能是全不采用，只是在规模、程度上不同罢了。

店外方面，超市位置的选择，坐落于主要的交通干线旁，面对最大的人流方向以提高可见性。如果可能的话，临街但又稍后退一些的店面是更好的，顾客在街上可以看清公司的标志，同时又有较广的视野。百佳的招牌足够大，几乎占据整个墙面，有助于识别企业和吸引注意力。超市入口、停车场入口标志也是足够大和醒目，夜晚的灯光明亮清晰可辨。

百佳运用最多的宣传手段就是店内展示，通过店内展示，把“至抵”的信息每时每处传递给顾客。在百佳购物广场，所有的价格牌都是一种广告宣传媒介，广告语是：“百佳令你日日称心”、“至抵价”、“省钱精明眼”。连百佳给顾客开出的电脑收款小票也醒目地标注着：“百佳始终为您节省钱！”店内有多少个价格牌，就有多少个广告宣传牌，这种铺天盖地的宣传声势，使顾客进店就感觉到百佳是为他们

省钱的商店。

走进任何一间百佳店，店员立刻就会出现在你面前，笑脸相迎。顾客在这里购买的任何商品如果觉得不满意，可以在一个月内退还商店，并获得全部货款。

促销策略就是在商品策略、价格策略的基础上提高其销售量的重要手段。百佳经常在商店开展种类丰富且形式多样的促销活动，如季节商品酬宾、幸运抽奖、店内特色娱乐、特色商品展览和推介等，吸引广大的顾客。

百佳将促销商品划分为敏感性、一般消费性、冲动性购买三类商品，针对这三类不同的商品采取不同的促销方式。敏感性商品是消费者所需的日常消费品，顾客对商品价格比较敏感，百佳的这类商品价格一般比原价低10%~30%，而对于一般消费性商品不做促销，冲动性购买商品主要根据不同商品加以选择。譬如：在“六一”儿童节，主要对儿童使用的礼品、服装等相应的商品进行促销。在妇女节时就会针对妇女进行促销。

有时百佳为达成某种促销目的，会对顾客非常熟悉的一些商品采取暂时性大幅度的降价活动，甚至不惜把价格降至成本价之下，这被称为促销商品定价法。其目的是追求商场的整体利益，虽然作为诱饵的降价商品会给商店带来利益损失，但这些商品招来了许多顾客光临，顾客除了购买降价品外，还会顺便购买一些其他商品。由此带来百佳连锁店中总体销售额的上升，商场减价损失的利润也可以从增加的销售额中得到补偿。

同时百佳超级市场在价格方面也下了不少功夫。如该店内商品价格每每渗入6、8、9等所谓“神奇数字”，使消费者一方面产生吉利的感觉，另一方面对价格产生一种错觉，如某种商品定价为29元，使顾客认为只是20多元而非30元，无形中刺激了消费者购买便宜货的欲望。同时，商店还经常推出特

惠包装、散装货品、奉送赠品或抽奖等措施，尽管这些都是常用的陈年招式，但效果依然良好，为消费者所接受。

促销商品定价法主要有以下几种方法：标志商品滚动定价法、特殊事件定价法、数量折扣定价法。

所谓滚动定价法就是从众多的商品中挑出一定数量的商品作为促销商品，这些商品分为几批滚动促销，在促销期间购买者可享受特别价优惠。采用滚动定价法既可以使顾客对百佳的促销商品较长时间内保持新鲜感，又可能减少促销商品的数量，降低促销低价销售造成的利润损失。

所谓特殊事件定价法是指在公众性的节日或其他特殊性的日子里进行商品促销的定价法。采用特殊事件定价法需要注意两个问题：一是要选择适当的促销商品。促销品的选择恰当与否，会直接影响到事件定价法的效果。百佳一般选择与节日密切相关的商品，如儿童节选择儿童用品，情人节选择情侣用品等。二是要选择适当的特价时间。百佳一般选在节日前夕及节日期间，持续时间不宜太长，这样才能给顾客造成一种时间有限、过期不候的紧迫感，有利于顾客迅速做出购买决策。

所谓数量折扣法又称为批量折扣，是指对购买量大的顾客，给予一定的价格折扣，以资鼓励。它是仓储式零售店吸引顾客的一个重要手段。指的是对一次购买量达到规定金额标准而给予的价格优惠，其目的是鼓励顾客增加每次来商场的购物量，便于商场组织大批量销售。

在超市营造良好环境方面，百佳也下不少功夫。首先是轻柔的音乐伴随着顾客购物全过程，醒目的特价标签吸引着顾客的购物脚步，干净卫生的环境使顾客时刻有舒心的感受。尤其在节假日期间，会用大红灯笼在超市内部满布，配以相应节日的画面图片时刻映入你的眼帘。喜庆的音乐、专门布置的节日购物通道让顾客享受购物的方便与快捷的同时也感受

到了节日的温暖与喜庆。存车处、特惠商品公布区、特惠商品单页发放区每个都必不可少。节日时，节日祝福语悬挂在超市的入口处，大红的灯笼在它的下面在照耀着顾客的到来。

其次是商品的摆放。商品有着酒饮区、日化区、食品区、粮油区、电器区等等，在每一个分区里面都有各类商品的区分。不论从颜色，还是从种类都在每一个货架上是考究摆放。让消费者尽情的挑选。店内销售较好的商品一般摆放在顾客伸手可触的地方，总会保持货物的充足。如果你找不到什么东西，超市里面的任何一个工作人员都会给你最大的帮助。

当然百佳超市也有自己独特的卖场规划原则。下面几点都是百佳在商品陈列方面的一些具体的方法：其一就是统一给每种商品放置价格牌，且价格牌统一放置在货物的最左下角。货架上的标价有助于顾客选购商品，加快他们的购买速度。同时，也有助于营业员快速补货。其二就是给销量好的商品放在理想的高度，方便顾客挑选。货架中商品陈列高度非常重要，它决定着商品的销售额的大小。其三就是堆放式陈列比其他形式更具效果，它可以激发顾客的好奇心，诱使他们自己动手“去翻”、“去找”。而且在堆放陈列式的商品的摆放角度、高度、整齐性都做了严格的要求，一丝不苟。

这次超市的工作，我多了一份体验和收获了一份经验心得。例如所有商品标签必须要有规格，产地，价格且标签必须和商品位置对应，以免误导顾客或给顾客购物带来不便。商品陈列面要求排面整齐，所有商品按种类分类摆放发现有质量问题的商品，破损商品，过期商品及时下柜，并上报上级进行调整，在同种类商品陈列面或堆头处发现其它种类商品散货时，及时将该商品返回其陈列区域处。及时补充货品，保证不存在长时间缺货。

合理的库存是供货正常的保障。要每天分析商品以下状态：畅销品、滞销品、即将缺货商品、高库存商品、过期商品，并根据分析制订相应的库存处理或补单建议，要制订安全库

存标准。库存管理做不好，销售业绩是没有基础保障的。不能使自己的超市盈利，很大因素在于库存管理。很多人做到最后，钱没赚到，则只有一堆库存，就是没有做好库存管理的原因。

超市调查报告心得体会篇二

为了让自己面对更多的各种各样的人，增加自己的阅历，因为在以后的学习工作中，需要有更多的体验，更多的经历。毕竟身在学校，接触社会的机会很少，趁着寒假有这样一个机会，好好的大干一场。

一.我决不破坏超市的规矩。俗话说：国有国法，家有家规。自然，作为一个单位也有相应的规定了。我们超市制定了很多的规定，比如：不可以串岗、不可以闲谈、不可以把手机带在身上等等。毕竟上班要有上班的样子的，超市的营收和自己的收入有很大的联系的。当然，还有很多的规定所有的规定我基本上都能自觉地遵守的。

二.不管是谁，随喊随到。在超市做促销员，有时还是很忙的。特别是结帐的日子。，一连几家供货商送货来，这时候就忙了。仅有几个人在收货处是忙不过来的。于是我都是很主动地跑过去，把各个柜台的货物送到各个货架附近，不管有多累的活，我都会很积极很主动地去帮忙。于是乎，我在同事眼里我是个积极的，在干部面前我也给他们留下了好的映像！

三.如果没有货要上的话要找点事情做。货架上的货物被顾客买走了，得从仓库把同样的产品拿来补到原来的位子上去。如果超市的顾客很多的话，不能只顾着补货，要看着点的。如果没有什么顾客，也没有货要补，在过道里走来走去，被经理看到是不怎么好的，感觉上我没事做，在混时间！所以，我应该找些事情做一下：抹货架。正是有了以上几点要领，我在超市表现还是相当好的。

总结我的这次时期社会实践活动，虽然是我的第一次社会实践，但我认为是一次成功的，有用的，受益非同的社会实践这将会对我的以后学习起很大的帮助的。要记住：不要抱怨这个社会是如何如何的黑暗，哪里哪里的人是不对的。因为这个社会不会因为你的抱怨而改变的。只有自己去适应这个社会才行！

做任何事都会有一个过渡时期，在这个过渡期内，必定是十分艰难的，因为自己从未做过这些事情，完全不习惯这种生活。在这个时期内，我也曾经想过放弃，但想到这次我到这里来的目的，我就会告诉自己再坚持下去，只不过是区区的一个月而已，一定要坚持下去。

慢慢的，我开始适应了这种生活，每天早上9点30分开始上班，先是打扫酒店，擦转盘，扫下水道的垃圾，还有拖地等等，等到11点，就正式开市了，这时我们又要准备好热水和房间里的各种就餐用具，时刻准备好为客人服务，一直到下午2点才下班。到了5点又要开市了，一直工作到晚上9点。这期间的工作是十分琐碎，有很多事都要自己时刻保持好清醒的头脑，因为这些事都是看起来十分不起眼的事。例如每次客人来到时，我们就要去帮客人拆餐具和倒茶，还要拿上餐前的小吃，还有每次上菜都要对好单，以免上错菜，上菜后又要写好单，如果上错菜就要自己去买单了。这完全可以说是一套不可更改的程序，看似简单，实际做起来就不容易了，只有自己多观察，才可以发现哪里有缺漏。因此，自己一定要有很好的耐心。刚开始时，我耐心不够，有一些很简单的事我就会省略不做，结果就会遭到部长的严厉批评，慢慢的，我养成了耐心做好每一件事的习惯。

超市调查报告心得体会篇三

近年来随着科学技术的发展，社会的进步，人民不用再为温饱问题而担忧。但食品安全问题却愈显突出[]07-20xx年间，从苏丹红一号，红星鸡蛋，到三鹿奶粉事件。我国各类食品

安全事故纷纷进入报端，层出不穷，现在由于经济的发展，超市成了许多食品的代售点。舒适的环境，统一分类的摆放，让超市成为很多消费者的首选购食品场所。了解超市食品安全问题对了解整个食品安全问题现状有十分重要作用。

关键词 食品安全 超市 问题 发展

调查时间□xx年x月x日—xx年x月x日

调查地点：恩施市城区

调查方法：问卷法、访谈法、观察法

调查目的

- 1 • 通过调查了解市民关于超市食品安全问题方面的知识，态度和想法。
- 2 • 了解超市的食品安全措施和安全现状。
- 3 • 现场食品安全方面的知识和食品安全的重要性。
- 4 • 过调查提高消费者 • 超市工作人员食品安全意识。
- 5 • 提升我们与不同类型的人们的交流能力。

一. 调查归纳总结

(1) 问卷调查数据分析

此次针对超市食品安全问题的调查采取针对消费者问卷和采点访谈方式，一共发放问卷300份，回收290份有效问卷270份，我们选取的消费者是集中在超市内购物的人员。并选取恩施市城区最具有代表性的两大超市-舞阳购物广场 • 中百仓储进行访谈，并一共观察了大大小小5个超市内部生产经营情况。

此次有效问卷中，男性有90份，女性有156份，有21性别信息缺失，问卷主要是根据购物人群发放，其结果较符合实际情况，并较具有代表性。其中20岁以下占10%。主要是20-30岁，占56.7%。其他人群相对较少。

图表结果显示，在所调查人群中，有一半以上消费者选择超市购物是由于购物方便。因认为其产品质量好的人群相对较少。由此问题可以反应，很多消费者并没有把食品安全放在首位，而是把方便放在首位。可见绝大多数顾客食品安全意识有待提高。

数据显示：消费者有50.1%在超市买到问题食品，从未有过的占47.8%而问题食品主要是虚假宣传问题，频数是87，其次是食品过期问题，占69份，以假乱真，以次充好为42，食品变质为33，食品中违规剂问题频数是15. 这些数据说明，总体来说，超市食品安全状况相对较好。

这一数据显示中国的消费者与西方许多国家不同，我们习惯和解而不习惯直接去找消协。有75人选择忍气吞声，比例较大，可见消费者自我保护意识有待提高。

而人们仍十分关注食品安全问题，在问及政府应如何提高食品安全时，顾客反应如下图，从顾客的反应中，我们发现：42.2%认为政府部门应加强检测，广场与中百仓储的访谈，我们对超市的经营方式及一些管理体制有了相应了解，超市食品主要是由经营超市的总负责人与各厂家联系。各厂家自己运货到超市，当食品快过期时，由厂家直接收回，如厂家忘记定时来收产品将由超市联系相关厂家来收走产品，收走的产品由厂家自己处理，万一某食品出现安全问题，超市将直接下架。对于超市的产品供应商必须有个商证件营业执照，卫生许可证，食品生产许可证，商标注册证，质检报告qs证。工商营业执照等多种证件。会有超市领导到生产家了解情况。这些信息反映了超市的经营体制较完善，并比较严格，从侧面也反映了超市整体食品安全状况较好，对于包装食品来说，

超市工作人员特别注意防损。每天检查食品包装及时发现受损，快过期食品。可见，包装食品如出现食品安全问题生产厂家要负很大责任。多人因超市销售不完导致的一些亏损由生产厂家负责或由超市和生产厂家摊负责。所以对于超市来说，他们会根据厂家要求开展促销活动，包装食品安全与否与厂家有极大关系。

对于一个超市来说，超市有自己的安全卫生规定，其工作人员必须具备健康证。还须定期体检，中百仓储是一年一次全员工体检，并会定期对超市员工进行食品安全知识的培训，一个超市冷藏设备较多，并多为较大型，安全措施做的较足，安全设备较齐全。

超市调查报告心得体会篇四

20xx年4月

石兴敏

1、食品区：

速食面、饼干、火腿肠、零散食品

2：饮料区：

啤酒、可乐、果汁、白酒及其它

3、日用品区：

毛巾、牙膏、牙刷、手纸、洗衣粉、洗发水、肥皂等

4、香烟专区

5、冷冻食品类

饮料食品类

调味品类

6、软包装食品

粮食制品

（一）缺货的概念

- 1、货架上的商品只有几个或少量，不够当日的销售，为缺货；
- 2、服装、鞋类商品的某些前颜色缺少或尺码断码；
- 3、家电商品只有样机；
- 4、商品陈列在货架上，但商品外包装有瑕疵，所以顾客不会挑选；
- 5、商品系统库存不等行零，但实际库存为零；
- 6、广告彩页新商品未能到货；
- 7、商品的目前库存不能满足下一次到货前的销售，为潜在的缺货。

（二）缺货的危害

- 1、缺货导致超市的销售业绩下降；
- 3、缺货过多导致顾客不信任超市，甚至怀疑该公司的商品经营实力；
- 4、缺货导致货架空间的浪费。

（三）缺货的原因

- 1、订货不准确；
- 2、系统中的库存不准确，导致门店的订单错误；
- 3、某些商品漏订货或某个供应商漏供货；
- 4、顾客的集中购买；
- 5、商品的特价等因素导致商品热销；
- 6、供应商缺货不能提供等。

（四）缺货分析

对于整个部门或门店，用以下的几个指标来进行缺货分析和控制：

- 1、缺货数量：缺货数量是部门的缺货数量和门店的缺货数量，同时对商品大类的缺货进行统计，排名。
- 2、缺货损失销售额：所有属于该部门的缺货商品销售损失金额的合计。
- 3、缺货的比率：缺货的数量占有所有sku的比率，包括部门的比率，门店的比率和商品大类比率。
- 4、缺货超过2周以上的商品数量：缺货2周以上仍然没有解决的，按部门进行统计，包括品名，以往的销量等等。
- 5、商场销售金额、数量前驱50名的缺货情况：重点监管商品的缺货、缺货天数、缺货损失的金额。
- 6、目前缺货且无未来订单的数量：将目前已经缺货但无未来

订单的商品数量进行统计。

（五）缺货的控制措施

- 1、楼面管理层必须对所有正常商品的订货进行审核；
- 2、楼面主管、经理必须对所有的缺货进行审核，确定是否为真正的缺货；
- 3、查找缺货的原因；
- 4、若重点商品缺货，对可以替代的类似商品补货
- 6、所有缺货商品是否全部有缺货标签；
- 7、所有处于缺货状态或准缺货状态的系统库存是否准确；
- 8、处理缺货商品报告。

一、思想上高度重视

门店销售上不去，员工思想松懈了，干部们的思维也固化了，那就没事做了，越没事做，干部员工想法越多，货也就越订越少，货架上的商品周转就慢了，保质期越来越短了，消费者拿起来又放下，没有选择，购买力也就下降了，导致门店商品库存积压越来越多，一旦进入恶性循环，这是个危险的信号。所以要做好库存管理，首先要让干部员工从思想上加以重视，从而发挥众人力量，上下一致，共同努力，以此有效的做好库存管理，使库存管理工作达到科学、合理，并有效的运用到操作流程当中去，保持平稳有效的发展，才能促使门店的业绩往上发展。

二、科学合理订货

首先了解门店的订单状况，让门店的订单合理化，就是先要

明确门店的商品销量，通过商品销量合理预测及控制库存量。门店的销售是千变万化的，因此，在做订单时需考虑商品的特价情况，销售的淡旺季是否有调价因素的发生，另外供应商对订单的履行也是我们关注的内容，如果供应商不能及时完整的履行订单，必然造成门店的缺货、脱销，最终影响门店的销售。所以门店需要对供应商予以有效的管控，并与之建立良好的合作关系，从而促进供应商对订单的履行。今年公司大力推行opl订单系统，让门店员工及时了解商品的库存和销售动态，合理的进行订单补货，有效的控制商品库存，合理促使商品周转。opl订单系统不仅提升了订单效率和库存管理水平，也促使门店订单管理清晰化，科学化。

三、科学及时的盘点

要加强盘点工作，及时掌握商品真实的库存信息。盘点和库存管理可以说是一对孪生兄弟，超市存货管理主要包括仓库管理及盘点作业。仓库管理是指商品储存空间的管理，盘点是指对商品的清点核实。要合理的利用存储空间，保持一定的商品储备，以保证门店正常销售。通过盘点作业，又可以及时了解门店真实的商品库存、费用率、毛利率、损耗率等经营指标，便于门店决策和业绩考核。因此，仓库管理与盘点是相辅相成的。科学、合理、安全而卫生的仓库管理，不但可以方便盘点作业，而且可以减少门店成本费用和损耗，及时准确的盘点又可以科学的控制库存，发现问题并及时解决，不仅提升库存管理水平，还有利于门店业绩的提升。

四、严格控制库存

门店要进行科学的库存管理，必须制订严格的库存标准，如商品周转天数不得超过最高限制，库存要控制在一个合理的尺度，如果库存量太低了，需要频繁送货，不仅增加了物流成本，而且也增加了门店的工作量；如果库存高了，不仅需增加仓储管理成本和退货成本，还会占用公司的大量资金，增加门店的成本。要控制好库存必须了解整个商品的库存情况，

及时与公司，厂家和供应商沟通，以便及时补货。要密切关注零销售和高库存的商品，对不正常的情况要果断采取措施，负库存的产生要及时进行核实调整处理，对会员和畅销商品销售情况作出科学的判断，并对库存进行有效的控制。正常商品的库存量要合适，坚持勤进快销，一些特殊商品要严格控制库存量。

总之，对任何一个超市来说，一个科学的库存管理都是至关重要的，也是保证超市正常运营的根本。另一方面库存问题的解决不仅可以节约门店成本，也能更好的提升门店业绩，提高顾客满意度。通过高效的库存管理工作，可以保证门店顾客的需要，做到品项齐全，并减少缺货的机率，从而维持一个较高的顾客满意度。库存管理不仅有利于门店整体经营和管理水平的进步，还可以通过库存管理工作来推动门店整体素质的提升。

超市调查报告心得体会篇五

高密市东关小学 五年级六班 杜文晗

一、调查目的：

我国是世界缺水的国家之一，所以，节约用水迫在眉睫。于是，我决定针对节水方法展开调查，将节水方法归纳一下，并将这些方法推广出去，让更多的人参与到节水的队伍中。

二、调查对象：

周围邻居、朋友（调查约15人）。

三、调查方法：

直接询问或使用问卷调查。

四、调查结果：

在本次活动中，我得到了许多好的节水方法。我将它们归纳整理了一下。

- 1、在马桶水箱里放一块砖头，可在每次冲水时，节约用水量。
- 2、衣物集中洗涤，可减少洗衣次数；小件、少量衣物，提倡手洗，可以节约大量的水。
- 3、淘米水洗菜，不仅节约水。且有清楚残存农药的作用。
- 4、洗衣水冲拖把，再冲厕所。
- 5、淘米水、茶水、洗菜水用来浇花。
- 6、洗涤手巾、瓜果等小对象时，宜用盆洗，不宜开着水龙头放水冲洗。
- 7、洗菜时也要用盆洗，不能用水龙头冲洗。

五、调查总结□

希望同学们能够充分利用这些节水方法，节约身边的每一滴水，让我们不再为缺水烦恼！让我们的家园更加美好！