

超市心得体会和感悟 超市实训心得体会(优秀5篇)

当我们经历一段特殊的时刻，或者完成一项重要的任务时，我们会通过反思和总结来获取心得体会。心得体会是我们对于所经历的事件、经验和教训的总结和反思。以下是我帮大家整理的最新心得体会范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

超市心得体会和感悟篇一

8月31日是我到某某超市工作的第一天，也是我人生中一个重要的转折点。“人生，就是在不同阶段做出合理调整的过程。”因此，我的首要工作就是调整自己的心态，定位好自己的角色。调整心态就是认同某某超市的企业文化，并以此作为自己在工作中的精神支柱，不断完善自己，将自己与企业融为一体。定位自己的角色，就是立足于本岗位，做好自己的本职工作，用企业文化中的一句话来概括就是“诚实做人，精明做事，勤奋工作，追求美好”。我有幸被分配到非食采购部门实习，那么，什么是采购呢？很显然，采购是由“采”和“购”两个动作来完成的，所谓采就是选择、挑选，选择的依据就是一个“利”字，俗话说“天下熙熙，皆为利来，天下攘攘，皆为利往。”只有让来某某超市购物的顾客感到实惠，感到物有所值，同时，商品供应商也有利可图，那么，某某超市就能不断的增值，使企业利润不断的增加。所谓“购”就是购买、购置，也就是在保证公司利益最大化的同时与供应商签订相关合同。

俗话说：“工欲善其事，必先利其器”，接下来在实习岗位的工作主要是“利其器”。既然是采购部门，要学习的就是整个采购的流程，主要包括以下步骤：第一，拟定采购计划，第二，和供应商谈判，第三，将谈判结果交给领导审批，第四，审批通过后就签署合同，将相关资料建档保存，第五，

协助门店下订单，第六，跟踪商品的销售情况。在实习岗位上，我耳濡目染较多的是与供应商的谈判和跟踪商品的销售情况这两个方面。要想和供应商谈判时能够进退自如，最重要的就是对商品的熟悉，记得刚到实习岗位上的时候，红联店的招商工作已进入尾声，每天仍有很多供应商来谈判，面对各种各样的商品真是有种茫然的感觉，不清楚商品是否好卖？不清楚商品的价格是否适宜？只要有任何一点马虎，无疑将增加公司的运营成本。大家都说“买的没有卖的精”，但采购就是要打破这个常规，我认为方法就两个：1、收集信息，以改变和供应商信息不对称所造成的被动；2、用心做事，积累经验。

在与供应商的谈判中，沟通能力也是重要的一个环节，因为所有商品的采购活动，最终都要与人打交道。记得才到非食部门，我还未完成从乙方到甲方的角色转换(原来的工作是扮演乙方的角色)，还是用乙方的姿态与供应商沟通，多亏领导的帮助才及时完成角色地转换。另外，虽然我们是甲方，但我们也不得不面对一线品牌销售人员的傲慢和轻视的态度，这时，我们也要不卑不亢，保持一颗平常心，泰然处之即可。此外，我们还需面对其他品牌销售人员的曲意逢迎，这时，我们要戒骄戒躁，仍然保持一颗平常心，一定要注意笑里藏刀，谨防阴沟里翻船。

跟踪商品的销售情况是我们分内的，也是能迅速增加我们经验的工作。当然，这里面包括的内容很多，比如：商品的销售数量，畅销商品和滞销商品的发现，库存的掌握等等。在红联店开业前，我参加了dm商品的准备工作，首先，与供应商洽谈促销活动，其次，确定参加dm活动的商品，再次，对dm商品进行拍照，校对，最后，发放dm宣传单。

总之，要做好这些工作，只要理解和执行公司的企业精神“诚实做人，精明做事，勤奋工作，追求美好”即可。在此，我要感谢部门领导及同事对我所做的帮助，正因为有了他们，我才能更快的走向成熟，为公司贡献自己的绵薄之力，

另外，我还感谢公司领导对我们的宽容，信任及栽培，俗话说“人无完人”，我们都会犯错，但“事不过三”，我们所犯错误势必会为公司造成一定的损失，因此，我们将以一颗感恩的心来回报公司对我们培养。

超市心得体会和感悟篇二

随着社会的快速发展，人们的生活水平也逐渐提高。购物已经成为了我们生活中不可或缺的一部分。超市作为一种现代的购物方式，不仅提供了更多选择的商品，也为我们创造了更加便捷的购物环境。近日，我参加了一次超市周活动，这给我留下了深刻的印象，并让我有了一些新的体会。

首先，超市周丰富了消费者的购物体验。超市周期间，各类商品打折力度较大，吸引了众多消费者前来购物。在这一周里，我抱着试试看的心态参与了超市周活动。通过活动海报上的宣传，我得知了哪些商品参与了打折促销，并发现有些商品的价格相对来说还是相当实惠的。购物的过程中，我不仅拿到了自己需要的商品，还尝试了一些新产品，收获了意想不到的惊喜。超市周丰富了消费者的购物选择，也为消费者提供了更多的购物乐趣。

其次，超市周呈现出热闹的购物氛围。超市作为一个大型销售场所，人们聚集在这里购物、交流，给人一种热闹非凡的感觉。超市周期间，人流量较平常有较大的增加，购物环境也相对更加喧闹。人们在购物的过程中，相互交流，分享自己的购物心得，互相推荐着使用心得比较好的商品。在这里，我也结识了一些购物爱好者，我们分享了一些买到好货的经验，交流了生活中的一些小技巧。超市周不仅仅是消费者买到心仪的商品，还可以获得更多的信息以及与他人的沟通。

第三，超市周提高了消费者的购买欲望。超市为了吸引消费者，常常会在活动期间提供各种促销方式，如满减、赠品等。这些活动能够有效地刺激消费者的购买欲望，使他们产生购

物的冲动。在超市周的活动中的，我也因为一些优惠政策购买了一些平常不会考虑的商品，这些商品虽然在平时我不会购买，但是通过超市周的促销，我抓住了这个机会去尝试了一番，发现其中有很多也是我所喜欢的，这也增加了我对超市的消费欲望。

第四，超市周提高了超市的知名度和美誉度。超市周作为超市的一种宣传方式，能够有效地提高超市的知名度。通过超市周的活动，超市能够展示出自己的实力和特色，吸引更多的顾客前来购物。在超市周的活动中的，我能够看到超市也为了吸引顾客做出了许多的努力，例如充分利用了活动海报、广告宣传等手段，通过这些宣传手段，让更多的人了解到了超市的特色和优势。而一个好的超市形象也能够带来更多的长期消费者，提高消费者对超市的忠诚度。

综上所述，超市周活动为我们提供了更加丰富的购物体验，呈现了一个热闹的购物氛围，也激发了消费者的购买欲望。同时，超市周也提高了超市的知名度和美誉度。这些活动不仅给消费者带来了实实在在的好处，也为超市带来了更多的顾客和收益。超市周是一种新的消费体验，增加了人们的娱乐和购物乐趣，也进一步推动了超市的发展。相信随着超市周活动的不断推广，超市周活动将会成为消费者期待已久的节日，吸引更多人参与其中。

超市心得体会和感悟篇三

2011年6月13日，陈超英在慰问职工家属返程途中发生车祸，不幸因公殉职，时年53岁。陈超英殉职后，中建五局土木公司及中建五局职工、离退休人员、社会有关人士无不对她的离去彻骨哀恸与扼腕痛惜。职工群众自发以各种形式悼念她，1000多人从各地赶来长沙送别她，称赞她是国企基层党群工作者的杰出代表、优秀的女干部、与群众血肉相连的“大姐书记”，职工群众的贴心人。这一切，源于她35年的工作历程，一贯对党的事业执着坚定，为企业发展忘我工

作，为职工群众排忧解难。

陈超英是新时期我们党建设社会主义和谐社会下，涌现出的一位不平凡的平凡人，不一般的一般的领导干部，不简单的简单的纪委书记。

她是一位不平凡的平凡人。陈英超同志其实就是一个普通人，普通党员、领导干部。也是一个和我们每个人一样的平凡人。但她又是一个不平凡的人，那是因为她做的是可信、可亲、可敬、可学；因为她日积月累地在我们身边做好的一件件的普通的事情；因为她对工作、事业的认真追求，持之以恒的态度；因为她对每个人的谦和与友好的态度。大家习惯称她为“大姐书记”，她不是很高高在上的，她是我们群众中的一员，使众多平凡人中的一员，她是这样一个特色的人。

她是不一般的一般的国企领导干部。首先她是一般的国企领导干部。因为中建五局是一个完全竞争性领域的国有企业，它并不享有国家资源、自然资源、行业保护、地方保护的优势，完全是靠市场打拼的。她是在这样一个国企里面、一个基层的公司、一个基层的领导干部，她曾经在这个班子里陪了三届领导班子。她忠诚履行职责，尽心尽力地把五局土木公司原来不好的企业变成一个好的企业，做到了一个一般国企领导的不一般之处。

一些细小的东西，她都是这样。犯了错误，她也不歧视他，而是教育他，促成他的发展，就是惩前毖后、治病救人。她把作为纪委书记每一项工作都出色的完成，尽心尽力，不断积累的简单铸就了她的不简单。

她把平凡人的事做好了，把一般的国有企业干部的一些职责做好了。后来把简单的职责履行好了。现在陈超英这三个是立体的，所以我们归纳陈超英精神有16个字就是：忠诚敬业、公而忘私、执纪严明、关爱群众，这就是陈超英，她是立体的，她不光是一个侧面，是立体的，并且在我们身边可亲、

可敬、可信、可学的这么一个人物。

陈超英是我党在反腐倡廉，提升党员先进性的时代下，涌现的一位优秀共产党员。

她履行职责，关爱群众。她的爱是宽广的，一般的群众，她要关爱，犯了错误的同志，处理过的，她也去关爱。另外，受了冤枉的，她会积极地给你洗清冤枉，这个人为什么大家对这么好，叫她陈姐，包括被她处理的人，甚至原来泼她热水的人，都叫她陈姐，后来都好了。她就是满腔热情、满腔的爱在这个岗位上充分地展现了。这样，她就履行了这个职责了。所以，现在我们就形成了风清气正的良好氛围，我们叫风清气正也是竞争力，也是生产力，这个就养成了这种氛围，五局土木公司发展这么高，纪委书记这个战线做了一份很重要的贡献。

她公而忘私，现在有时候讲起来，好象公而忘私的人很少，但是在我们身边公而忘私的人确实还是很多的，还是存在的。她始终把公家的事放在前面，把自己的事，有时候都忘了，她不是无私，她还是有的，但她忘了，先办公家的事，这是她公而忘私，做了很多细节的东西。

有关陈超英同志的先进事迹的资料，深切感悟到她的思想信念和非凡的人生观——“人只要有一种精神，就会不知疲倦，永不停歇。而这种精神就是要热爱工作，永远充满激情，要么不做，要做就做到最好。凡是都能恪尽职守，尽心尽力，你就一定会乐在其中，忘记辛苦。”在市场经济快速发展，金钱物质充斥人民心理的今天，我们需要学习陈超英的英雄事迹，需找回我们需要的时代精神。

今天，让我们一起记住超英这样一个人，记住她是一个国企领导，记住她是一个国企领导的好人，让我们一起记住她的平凡与不平凡带给我们的感动，让“英超精神”这面旗帜不断催促我们为社会主义现代化事业奋斗终生。

超市心得体会和感悟篇四

作为超市人力资源部[HR]的一员，在这个职位上工作已经有一段时间了。通过与员工的日常接触和与管理层的沟通交流，我逐渐领悟到了一些关于超市HR的心得体会。

第二段：员工招聘

超市作为一个大型零售企业，人力资源部门的一项非常重要的工作就是员工招聘和选拔。为了吸引优秀的人才，我们不仅在招聘渠道上进行多元化，还着重在组织文化和福利待遇方面进行宣传。同时，我们会进行严格的面试和考核流程，以挑选出最适合我们企业发展的候选人。

第三段：员工培训和发展

招到合适的员工只是工作的第一步，我们还需要对员工进行培训和发展。我们常常举办内部培训和外部合作培训，让员工学习新的知识和技能。此外，我们还注重员工的职业发展规划，通过内部晋升和岗位轮换等方式，激励员工进一步提升自己的能力和职业素养。

第四段：员工关怀与激励

员工关怀和激励是HR工作的重要一环。我们定期组织员工活动和内部庆祝，加强员工之间的交流和凝聚力。同时，我们也会关注员工的工作状态和生活需求，将一些实际问题解决在员工注意到之前，保证员工的工作和生活质量。另外，我们制定了公平的激励机制，根据员工的工作表现给予相应的奖励和晋升机会，让员工感受到自己的付出被认可和肯定。

第五段：员工离职与跳槽

尽管我们努力保留优秀的员工，但超市的员工离职和跳槽现

象依然不可避免。作为HR我们需要关注员工的离职原因，并进行分析和总结。通过了解员工的需求和心理状态，我们可以不断优化组织文化和福利待遇，以留住更多的人才。

总结：

作为超市HR我体会到了这个职位的重要性的和挑战性。只有通过不断培养、发展和关心员工，超市才能进一步提升管理水平和服务质量。相信在不断学习和改进的过程中，我们的HR团队能够为超市带来更多的聪明、敬业和有活力的员工，为超市的发展贡献自己的力量。

超市心得体会和感悟篇五

随着终端拦截的越来越激烈，终端拦截的最高操作手法：住店促销员拦截竞争厂家的消费者群体，销售自己的产品的做法，在医药保健品营销中迅猛发展，尽管在医药保健品行业出现住店促销要晚于酒水饮料与化妆品，但是最近两年越来越泛滥，据笔者20xx年xx月初在广州市和深圳的调查，目前住店促销非常普遍，a类药店(各厂家标准不一，但大同小学校防汛应急预案,规则方案异)的60%，平价药品超市100%都有个厂家的住店促销，超市工作心得体会。一般来说，在广深两地每月营业额10万元及10万元以上的店，都可能有住店促销员进驻。

在二级以上城市的a类零售终端，所有的平价药品超市已经普遍有住店促销员存在。派驻住店促销员的一般是药品生产企业和药品销售代理公司。

生产厂家派驻。一般会品牌知名度低的厂家，具备以下条件就可排住店促销：一是品种较多的厂家，二是价差大的品种，三是一些人员营业推广可以上量的品种，四是一些老药新做的品种，或者五是新推出的不以广告作为促销手段的品

种，大都采取以终端拦截营销模式运作，其最高境界就是有自己的住店促销员队伍。

医药公司派驻：独家代理一些品种，或者把某类品种组合成为一个系列，或者治疗各种疾病的药品都有，覆盖面广泛，消费者拦截面广泛。

在很多药品超市和大型药店里，住店促销员的数量远远多于正式的药店营业员的数量。有些药店只有柜台里的营业员是店方的，其他都是爱情心理测试-爱情测试:你错爱了花药品生产厂家或者医药代理公司的住店促销员。有些已经到了一个柜长是店里的员工，其余营业员全是厂家的住店促销。因此住店促销的终端拦截方式不管合法合理性如何，无论成本高低，在短期内这肯定是一些实力不强的厂家绕不过的一道坎。

场所上：

住店促销终端拦截，将从超级终端(平价药品超市、当地传统最佳几家药店)向连锁药店发展，最后还会进入较大的社会单体药店，心得体会《超市工作心得体会》。从对台外到柜台内，穿着和店员相同的服装，让消费者难辨真假，管理上等同店方的一名营业员。

人员上：

住店促销员的人选上开始是利用住店医师(坐堂医)后来大都厂家自己招聘培训人员，然后直接派驻药店。笔者认为，住店促销发展到以后可能会又浅论图书馆知识管理技术分析回到坐堂医生，因为20xx年7月后，抗生素凭处方购买后，就有不少药店有了住店医师，而到20xx年年底[sfda规定所有的处方药都要凭处方购买时，一些otc渠道为主的处方药可能自己聘请坐堂医生，放在药店为自己的产品销售服务了。

总得来说，药品是特殊商品，长期靠住店促销强力推销肯定不符合药品营销发展趋势，也损害了消费者的利益，到最终会被消费者唾弃从而也会仓库搬迁计划书_关注大学生就业创业损害厂家利益。笔者认为驻店促销不是药品营销创新的方向，以后药品营销的趋势必然是otc靠品牌广告和消费者服务拉动，处方向靠医生处方推动。

此外，目前住店促销人员普遍素质偏低，不具备医药知识，只是一味推荐自己企业的产品，而不是对症下药下药或者按照患者实际病情需工作总结要推荐合适的药品，这显然会导致药物滥用和药物不良反应的增加。更有甚者，住店促销的做事原则是：“只想把产品卖出去”，其他什么都可以不管。

但药品流通渠道和零售模式是中国近年来流通行业变局最大的事业渠道了。笔者预测住店促销必将在一段时间内存在，且会发展壮大。就象平价药品超市一样。

- 一是监管乏力：
- 二是厂商(厂家和代理商)的营销模式需要：

gmp过关后，很多企业把资金沉淀在gmp厂房和设备上，没有财力在投入大众媒体，进行品牌运作，因此采取终端拦截，住店促销的厂家、商家都将越来越多。谁不做，药的销量就上不去，就会影响自身的经济利益。“进店费”的普及以及越收越护士专业大学生的自我鉴定高也是药品行业市场竞争导致的结果。有些药品生产企业生产的药品，由于企业知名度低，不在药店内促销就很难打开销路，而治疗同一种疾病的药品可能有很多个人简历范文种，这些药厂之间本身就存在激烈竞争，药店就是他们最为直接的竞争阵地，而且零售终端的空间资源有限，因此竞争更加激烈，甚至不少地方即使你愿意出钱，也不给你上住店促销，因为一个柜台就那么小，进去太多的人拥挤不堪，给顾客的印象也不好！