

超市规划运营工作计划(模板5篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

超市规划运营工作计划篇一

第一部分:活动策划案书的写作

活动策划方案是公司或企业在短期内提高销售额，提高市场占有率的有效行为，如果是一份创意突出，而且具有良好的可执行性和可操作性的活动策划案，无论对于企业的知名度，还是对于品牌的美誉度，都将起到积极的提高作用。

活动策划案是相对于市场策划案而言的，严格地说它是从属与市场策划案的，他们是互相联系，相辅相成的。它们都从属与企业的整体市场营销思想和模式，只有在此前提下做出的市场策划案和活动策划案才是具有整体性和延续性的广告行为，也只有这样，才能够使受众群体一个同意的品牌文化内涵，而活动策划案也只有遵从整体市场策划案的思路，才能够使企业保持稳定的市场销售额。

活动策划案形式多样，一般而言，包括roadshow[]产品说明会（会）、节日促销、新闻事件行销等，而对于上述的任何一种方案，针对于不同的企业情况和市场分析，都可以衍变出无数的形式。活动策划往往对于新产品上市、产品终端铺货和产品转型具有直接的效果，所以它也是广告策划中的一个重要组成部分。

对于一些刚接触广告，或者刚接触策划的业内朋友来说，可能他们在书写活动策划案的时候往往很难达到预期的效果，

甚至是一些从事多年策划的广告人，有时候也难免犯错，那么，怎么样才能写出一份理想的活动策划案呢？我觉得需要注意以下几点：

1. 主题要单一，继承总的营销思想

在策划活动的时候，首先要根据企业本身的实际问题（包括企业活动的时间、地点、预期投入的费用等）和市场分析的情况（包括竞争对手当前的广告行为分析、目标消费群体分析、消费者心理分析、产品特点分析、等）做出准确的判断，并且在进行swot分析之后，扬长避短地提取当前最重要的，也是当前最值得推广的一个主题，而且也只能是一个主题。在一次活动中，不能做所有的事情，只有把一个最重要的信息传达给目标消费群体，正所谓“有所为，有所不为”，这样才能把最想传达的信息最充分地传达给目标消费群体，才能引起受众群关注，并且比较容易地记住你所要表达的信息。

2. 直接地说明利益点

在确定了唯一的主题之后，受众消费群体也能够接受我们所要传达的信息，但是仍然有很多人虽然记住了广告，但是却没有形成购买冲动，为什么呢？那是因为他们没有看到对他们有直接关系的利益点，因此，在活动策划中很重要的一点是直接地说明利益点，如果是优惠促销，就应该直接告诉消费者你的优惠额数量，而如果是产品说明，就应该贩卖最引人注目的卖点，只有这样，才能使目标消费者在接触了直接的利益信息之后引起购买冲动，从而形成购买。

3. 活动要围绕主题进行并尽量精简

很多策划文案在策划活动的时候往往希望执行很多的活动，认为只有丰富多彩的活动才能够引起消费者的注意，其实不然，其一，容易造成主次不分。很多市场活动搞得很活跃，也有很多人参加，似乎反响非常热烈，但是在围观或者参加

的人当中，有多少人企业的目标消费群体，而且即使是目标消费群体，他们在参加完活动之后是否纷纷购买产品？目前一些策划者经常抱怨的一个问题就是围观者的参与道德问题，很多人经常是看完了热闹就走，或者是拿了公司发放的礼品就走了。其实这里的问题就在于活动的内容和主题不符合，所以很难达到预期效果，在目前的市场策划活动中，有一些活动既热闹，同时又能达到良好的效果，就是因为活动都是仅仅围绕主题进行的。其二，提高活动成本，执行不力。在一次策划中，如果加入了太多活动，不仅要投入更多的人力物力和财力，直接导致活动成本的增加，而且还有一个问题就是容易导致操作人员执行不力，最终导致案子的失败。

4. 具有良好的可执行性

一个合适的产品，一则良好的创意策划，再加上一支良好的执行队伍，才是成功的市场活动。而执行是否能成功，最直接和最根本地放映了策划案的可操作性。策划要做到具有良好的执行性，除了需要进行周密的思考外，详细的活动安排也是必不可少的。活动的时间和方式必须考虑执行地点和执行人员的情况进行仔细分析，在具体安排上应该尽量周全，另外，还应该考虑外部环境{如天气、民俗}的影响。

5. 变换写作风格

一般来说，策划人员在策划案的写作过程中往往会积累自己的一套经验，当然这种经验也表现在策划书的写作形式上，所以每个人的策划书可能都会有自己的模式。但是往往是这样的模式会限制了策划者的思维，没有一种变化的观点是不可能把握市场的。而在策划书的内容上也同样应该变换写作风格，因为如果同一个客户三番五次地看到你的策划都是同样的壳子，就很容易在心理上产生一种不信任的态度，而这种首因效应有可能影响了创意的表现。

6. 切忌主观言论

在进行活动策划的前期，市场分析和调查是十分必要的，只有通过对整个市场局势的分析，才能够更清晰地认识到企业或者产品面对的问题，找到了问题才能够有针对性地寻找解决之道，主观臆断的策划者是不可能做出成功的策划的。同样，在策划书的协作过程中，也应该避免主观想法，也切忌出现主观类字眼，因为策划案没有付诸实施，任何结果都可能出现，策划者的主观臆断将直接导致执行者对事件和形式的产生模糊的分析，而且，客户如果看到策划书上的主观字眼，会觉得整个策划案都没有经过实在的市场分析，只是主观臆断的结果。

最后，一次促销不可能达到巨大的效果，也不能因此就建立起名牌，所以千万别想通过一次活动解决所有的问题，一次活动只能主要解决一个问题，在品牌的建设和商品的销售上，只有坚持正确的营销思想，并且在此思想下在适当的时间和适当的地点进行适当的促销活动，才能使企业更快更好地继续发展下去。

第二部分:房地产类策划实例剖析，仅供参考。

xx花园市场研究报告提纲

一、概论

研究目的

研究方法

1详尽的资料搜集及分析工作

1入户问卷调查

1现场访问

主要结论和建议

二、广州市住宅市场概况

摘要：广州市区域概况

- 1、总面积、市区面积、占全市面积
- 2、家庭总户数、户均人口
- 3、近年经济发展趋势、生活水平、购买力水平概括
- 4、近年广州住宅市场的发展特点、成交市场的具体特点

广州经济发展概况

经济发展速度（gdp分析、第三产业分析）

金融业与房地产消费市场

居民生活水平与住宅消费

广州住宅市场特点

住宅成交量、付款方式、买家特点分析

广州住宅市场的发展趋势

政府政策

金融上消费贷款额

广州住宅发展趋势

阻力因素

三、项目区域市场概况

整体供应与成交分析

市场发展概述——海珠区住宅供应与成交情况

市场交投活跃原因

规模效应及价格档次

市场活跃区域

市场活跃区域的分布及特点

活跃区域的价格走势及档次变化

多层、高层市场特点

多层住宅近年供应、成交特点

高层住宅近年成交增长与供应情况

多层住宅与高层住宅的供应与成交比较

成交主要特点

成交价格密集区域

买家分析

1私人购买vs集团购买

1本地人买家vs外地人买家

1本市买家：海珠区vs其他旧城区

l成交单元面积

l买家年龄

l成交总额，买家承受能力

四、项目区位特性分析

摘要--1、项目地块在城市发展中的地位

a□项目地块位置分析

b□未来城市的主要发展方向及本项目地块地位分析

2、树木地块所属区域特点

a□区域人口分析

b□区域基础设施及交通条件分析

c□区域新发展区分析

d□区域住宅开发的特点分析

3、项目地块的地点特征

a□项目地点及周边社区、生活配套分析

b□项目地块周边交通条件分析

c□项目周边区域开发分析

d□项目地块的开发条件及开发特点

4、项目地块的用地特征

a□项目地块用地规模

b□项目地块用地形状

c□项目地块绿化基础分析

d□项目地块内高差分析

e□项目地块道路、用水、用电基础分析

项目地块在城市发展中的地位

项目地块于城市中的区位分析

未来城市的主要发展方向

城市的具体发展过程对项目发展的影响

项目地块所属区域的特征

项目区域的人口状况

（常住人口、占市区常住总人口，常住家庭户数、户均人口、新增家庭户数、项目

地块附近居住的常住人口、家庭户数）

项目区域城市发展概况

（城市功能发展情况、基础设施和生活配套设施情况分析、交通条件等城市建设发展

情况)

区域内竞争性地区的发展条件比较

(位置、用地规模、规划人口、规划发展目标、交通条件、建设情况等条件比较)

项目地块的地点特征

(位置、周边基本居民生活服务设施配套、公交、道路规划情况)

项目地块的用地特征

项目地块规模

项目地块用地形状分析

项目地块绿化基础

项目地块高差分析

项目用地现有污染情况

项目地块道路、用水、用电基础

项目附近竞争性住宅看法物业发展状况

概要:

a.项目附近同类楼盘开发小区数量、楼盘档次、总建筑面积、住宅单元总量、现有供应量

分析;

b.同类楼盘特点；

c.预计未来无年区域住宅供应总量、单元套数、已开发物业的后续供应量；

d.周边主要竞争对手占地面积、总建筑面积、住宅面积、套数；

e.区域同类楼盘现实住宅推出平均销售率、成交量最大的单元面积；

f.区域同类楼盘现时价格幅度

g.未来的住宅供应量增幅、市场承载力、竞争情况；

项目附近同类楼盘开发物业供应情况

调查范围：

楼盘规模：

调查时间：

已开发楼盘供应状况

项目周边地块的开发动态及未来供应量分析

项目附近同类楼盘开发状况

售价与销售率分析

（附近楼盘推出销售状况及原因分析

销售与卖点

项目附近同类楼盘户型面积分析

项目附近同类楼盘规划设计及建筑设计特点

五、市场调研结论及发展建议

市场调研结论

（住宅市场环境、区域供求及吸纳特点、项目竞争优劣分析）

项目发展建议

（策略、目标客户、目标客户特征、具体建议——）

已购房者的需求特点详细调查

潜在购房者的需求特点详细调查

附：1、广州市大型建设项目表

2、1998年广州市重点城建上马项目

3、区域人口变动情况

4、附近区域住宅市场概况

附近楼盘集中区域分析

锦绣花园推广策划案

锦绣花园已经销售了相当长一段时期，但是区内人气不旺，商铺经营状况不佳。有鉴于此，本策划案重点放在住宅的推广销售上。以期通过引爆住宅的销售带旺区内的人气，从而促进商铺的销售和经营。

故本案略去了商铺的推广销售一节，侧重打造锦绣花园个性化镇区明星楼盘形象。

超市规划运营工作计划篇二

运营部岗位职责

所有岗位：

一、运营总监

岗位名称：运营总监

部门名称：运营部

直接上级：总经理

下属部门：运营经理、营销经理

主要职责：

战略目标，负责部门的日常管理工作，确保部门系统的有序运行； 4. 负责公司营运部门的制度规范，以及关于对外合作、渠道管理、媒体合作、推广策划、服务产品开发等相关工作的落实。

二、运营经理

岗位名称：运营经理 直接上级：运营总监

下属部门：运营主管、淘宝店长、客服主管

4. 负责所辖管理层的职能培训，及成长计划。

三、营销经理

岗位名称：营销经理

部门名称：运营部

直接上级：运营总监

下属部门：运营主管、淘宝店长、客服主管

3. 配合运营主管、淘宝店长制定各类促销活动方案；
4. 负责对接客户的营销思路以及引导客户制定最终的营销计划方案。

四、运营主管

岗位名称：运营主管 直接上级：运营经理

下属部门：淘宝店长、运维专员、文案策划、淘宝客服、推广专员、淘宝美工

2. 统筹各店长的工作安排；
7. 推进淘宝旗舰店、授权店、加盟店、铺货店的体系建设和发展。

五、淘宝店长

岗位名称：淘宝店长 部门名称：运营部

直接上级：运营经理

下属部门：运维专员、文案策划、淘宝客服、推广专员、淘宝美工

2. 维护日常销售数据，分析市场行情，调整和制定符合店铺

发展的各种策略；

3. 制定店铺各个阶段的各类促销方案和计划；
4. 处理店铺的所有售后难题，以及各种客户需求；
5. 引导和配合设计师制作和完成店铺包装的各种创意方案；
6. 落实营销经理共同完成营销推广计划及方案执行，并配合完成阶段性销售目标；
7. 定期汇报和反馈每个阶段的各类推广计划以及促销计划的执行成果；
8. 负责所辖员工的专业化知识培训。

六、客服主管

岗位名称：客服主管

部门名称：运营部

直接上级：运营经理

下属部门：淘宝客服

主要职责：

岗位名称：运维专员

部门名称：运营部

直接上级：运营主管、淘宝店长

下属部门：

主要职责：

1. 负责所有淘宝店铺的技术实现；
2. 定期对设计团队进行技术维护培训；
3. 及时跟进各个店铺的首页、内页更换。

八、文案策划

岗位名称：文案策划

部门名称：运营部

直接上级：运营经理、运营主管、淘宝店长

下属部门：

主要职责：

九、淘宝客服

超市规划运营工作计划篇三

在这个温暖的三月，大地回春，一派欣欣向荣，但明媚的春光并不能使心系贫困生的学校各级领导们沉醉。在校团委老师的提议和支持下，校青年志愿者协会承办许昌学院爱心超市。

爱心超市旨在全校范围内发动师生们为贫困学生献爱心，让关爱贫困生的行动在全校范围内得以全面倡导，并形成帮贫助困的新风尚，这是一项一举多得的有益开拓，是我校在扶助贫困生方面的又一创新亮点。爱心超市能够有效地整合学校慈善资源，把原来学校的、社会的、个人的一些慈善资源，各界的爱心善举，整合到爱心超市这个平台上来，让有困难，

需要帮助的同学能够有尊严地到爱心超市来选择、领取自己生活需要的物品，是新时期慈善事业的新发展，是构建和谐校园的一大创举。

首先，爱心超市创办的直接目的是帮助困难同学，帮助来自贫困地区、困难家庭的同学摆脱心理上和生活上的阴影，让他们树立起自信心，在充满书香与活力的校园度过美好的大学生活，寻求自强之路，刻苦勤奋，以优异的成绩回报社会；同时借此机会对大四毕业生进行毕业前再教育，让他们以实际行动回报母校，以杰出的贡献回馈社会。

其次，爱心超市的建立旨在鼓励全校师生加入到奉献爱心的行列中来，做一名充满爱心、乐于关心和帮助别人的师大人，并形成一股良好的风尚。为我们的校园营造一个充满温情的氛围，进一步建立校园良好的人文环境。

第三，爱心超市主要由校团委主办，青年志愿者协会将承担爱心超市运作的主要工作，在此基础上，联系我校各院青年志愿者协会一起参加到这项活动中来，逐步发展为全校性的青年志愿者活动，使青年志愿者活动在我校进一步深入开展。

爱心超市是一个较大而且繁琐的项目，从爱心捐赠物的征集到爱心物品发放到位，中间包含许多环节，经协会主席团、秘书处策划，总体运作设想如下：

（一）部门设置

为了做到分工明确，提高办事效率，设立相关的专管部门是十分必要的，既各司其职又通力协作，部门设置及职能如下：

4、宣传部：全面跟进报道爱心超市的运作情况及典型事件，并进行大力的宣传；

超市规划运营工作计划篇四

同志们：在全省邮政实现时间过半、完成任务过半并取得各项工作的新突破的关键时刻，我们怀着喜悦的心情在这里召开全省地、州、市邮政局长座谈会。这次会议的主要任务是：以党的^v^和十六届三中全会以及全国邮政工作电视电话会议和部分省（区、市）邮政局长座谈会精神为指导，按照科学发展观的要求，认真总结我省邮政上半年的工作情况，部署下半年的工作任务，动员全省邮政干部职工进一步认清形势，坚定信心，鼓足干劲，为全面完成全年各项工作任务目标，推动我省邮政的可持续发展再立新功。

下面，我讲两个方面内容。

一、上半年全省邮政工作情况

今年上半年，全省各级邮政部门以求真务实的作风和积极进取的精神，紧紧围绕省局党组的战略部署，认真贯彻落实国家局和省局召开的一系列专题会议精神，不断深化改革，加强基础管理，积极开拓市场，加大营销力度，调整业务结构，切实改善服务，经过全省邮政干部职工的团结拼搏，各项工作都取得了可喜成绩，邮政业务快速发展，经营效益更加明显，企业实力更加增强，发展基础更加扎实。

截至6月底，全省邮政业务收入完成__万元，完成年计划的__，超进度计划__百分点，比上年同期增长__。收支差额完成__万元，为年计划的__，比上年同期增长__，支差略有节余。业务总量完成__万元，完成年计划的__，比上年同期增长__。

回顾上半年，我们主要做了以下几方面的工作：

（一）以发展为主线，邮政经济运行态势良好，经营效益显著提高

上半年，全省邮政坚持发展是第一要务的指导思想，紧紧围绕省局党组在年初工作会议上提出的“以发展为主线，以改革创新为动力，以市场为导向，切实改善服务，充分发挥邮政整体优势，促进贵州邮政持续、快速、健康发展”的工作思路，从实际出发，因地制宜闯市场，实实在在抓发展，各项业务呈现出良好的发展势头，取得了显著的经济效益。

1、以重点业务为突破口，带动企业增收增效

2、调整业务结构，促进各项业务协调发展

在抓好重点业务发展的同时，我们从企业可持续发展战略出发，全方位地加大了业务结构调整的力度，较好地克服了市场竞争和政策调整对业务发展的制约，实现了各项业务的协调发展。将函件业务作为邮政又一新增长点来培育，在省局开展大量调研的基础上，通过完善硬件设施，建立激励机制，加大营销力度等多管齐下，实现了多年来函件业务的首次恢复性增长。经过不懈努力，商函、邮送广告、邮资封片等业务都有了新的发展。为发展邮资封片业务，省局会同省旅游局联合印发了《关于建议在各旅游风景区使用邮资明信片门票的通知》，目前，该文件已在部分地区得到落实并产生了效益。大力开展了名址库信息采集工作，目前全省共有名址库信息__条，新增__条，为业务发展提供了有力的支撑；代办电信业务结构调整也取得了明显效果，代办电信和联通业务收入比重稳步提高。截至6月底，代办中国电信业务收入累计__万元，占代办电信业务总收入的__，实现代办联通收入__万元，占代办电信业务总收入的__，全省代电信和联通放号数分别为__户和__户，与去年同期相比均有较大增长。以代办移动业务独撑天下的单一的代办电信业务结构已明显改善。此外，报刊业务稳步发展。上半年，克服了全国报刊治理整顿等带来的不利影响，较好地完成了年初一次性报刊收订任务，同时还实现了党报党刊稳中有升的目标。顺利完成了全省报刊零售体制改革，基本实现了省、地、市、县一体化经营。1-6月全省报刊业务收入累计完成年计划__，超年

进度计划__个百分点。集邮业务呈现出较好的发展趋势。通过合理调整各局邮票计划，顺利完成了今年的新邮预订工作，并另向国家邮政局争取到__套纪特邮票计划。1—6月，集邮业务收入累计完成__万元，完成全年进度计划的__，这是我省集邮业务近几年来首次实现时间过半完成任务过半目标，扭转了该项业务持续低迷的被动局面。

3、加强成本控制，企业效益明显提高

上半年，在保持业务快速发展的同时，进一步加强了成本控制工作。通过加强营收管理，加大降本增效力度，压缩存货，盘活资产，实现了收入增幅高于支出增幅目标，业务成本费用明显下降，收入质量得到明显的提高。上半年成本费用支出增幅为__，比业务收入增幅__低__x百分点。1—6月份业务收支差额累计完成__万元，为年计划的__，企业效益稳步提高。

（二）强化基础管理，为业务发展提供支撑

今年以来，为进一步加快企业发展，我们加大了改革的力度，加强了管理工作，为企业的持续、快速、健康发展较好地发挥了支撑作用。

一是纵深推进人力资源管理。积极推进机构改革，对省局机关及各通信企业职能机构设置进行了调整。省局机关从理顺管理关系，避免职能交叉入手，将原__个处室精简为__个处室，人员从__人减少到__人。地、州、市局按照经营、管理、监督职能分离的原则设立四部一室，实现了在现有管理人员基础上减员__；稳步实施绩效管理，上半年在省局机关处级干部中率先推行了绩效考核，经过半年的运行，机关的效率意识和协作精神不断增强，管理的主动性和效率明显提高；在初级工商管理培训和资格认证中引入了项目管理，更增强了培训的针对性和有效性；实现了我省邮政和__邮政首次东西部干部互动交流。

超市规划运营工作计划篇五

1、内容：向社会征文，题目^v^我与xx店的故事^v^目的是收集各方的优秀文章，装订成小册子，作为超市刊物。

2、目的是来体现企业文化，增进彼此的交流。

设想分析：利用会员卡和礼品的吸引度来煽动购买力强的会员来本店消费。

活动二：爱心办卡

1、主题：给爱一个释放的空间

2、活动时间：

3、内容：5元至30元不等办理家友会员卡!会员卡收入除1元的成本外，其余作为爱心捐款。

4、分工：

(1)、企划：向总部申请，1元办卡活动;数量根据情况定;制作办卡台(要求：商业气氛少，具有浓厚的公益性)和捐献箱(规格大，最好透明，上面要有公证单位的提名)

(2)、理货组协助总台安排现场办卡人员

5、此活动一方面是要挖掘顾客的自发心里，动员他们献自己的一份爱心，空间很大，自由选择捐献金额;另一方面，普及会员卡，增加我们的来客量。

活动一：主题：爱心起点站

1、起始时间：

2、内容：给周边社区双下岗工人、没生活来源、病人、残疾人等困难人员提供帮助和物品支援。(选定需帮助对象100人)。

3、物品：油、棉被、米