

店长工作目标和计划(模板7篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

店长工作目标和计划篇一

一元复始，万象更新。历史又翻开了崭新的'一页。过去的一年，是我店坚持品质建设、丰富经营内涵、提升经营水平的重要一年。

(一) 经营指标执行良好，经营收入平稳增长

20xx年是我店核心团队大建设、大提升之年。员工不稳定对日常经营尤其是客房、餐饮的创收带来了较大的影响和困难，但公司大力投资员工成长教育，携手聚英国际咨询集团，分两个小团队四个批次30余人，带领员工参加“聚英亮剑团队训练营”学习，使员工心智成熟，以稳定的心态在公司奉献各自的力量；核心管理层3人多次参加聚英国际集团系统咨询班和运营官，2人参加聚英系统卓越工程学习，培养团队管理者的商业人格。

(二) 实施硬件装修改造，经营面貌改观刷新

20xx年度的品质建设着力于创先争优和亲和服务塑造，更侧重于核心产品硬件的功能创新和布局，以及经营环境的特色营造。

通过客房里增配阿尔卑斯糖果、玫瑰花、亲情服务卡等作为亲和服务文化主题烘托基本格调，通过增配书籍对阅读文化

的深入渲染，通过奔驰车免费接送特色文化主题创建，培植和构筑酒店的品质新亮点、新魅力、新优势。

（三）做大做强酒店品牌，创先争优成果丰硕

争创一流五星酒店，争树一流中晶品牌，是我店坚定不移的发展宗旨和经营理念，并在经营管理中始终贯彻和把握。

（四）酒店管理系统落地，经营创收业绩斐然

管理体系系统化完美落地。员工从起初思想波动大，各种不理解，到公司领导亲力亲为带领团队走进训练营课堂，使员工有了更强的凝聚力，团队稳定性加强，再到员工愿意为公司付出和奉献，从而在经营亮点培植上，在精细化、个性化、特色化产品出品上不断拓展思路、制造卖点、争取客源、稳定效益。例如：营销部勇挑经营重担，通过深化网络合作、扩展网络营销、建立订房协作，全年实现收入 万元，超出年度计划指标 %，同比上年增收万元，取得新的突破；客房部克服人员不足高质量完成每日的工作任务，全年完成清洁 间夜房量，同比上年增加 间夜；前厅部面对员工新老更替、流失率高，宾客投诉多退房率高等不利态势，灵活调整经营思路和方式，因时制宜采取各种措施挽留客户，并广开渠道拓展客户市场，保持客房基本出租率，全年发展新会员 位，同比去年增加 位。

（五）打造精细服务品牌 整体服务水平提升

做精做细，打造精细化、人性化、亲情化服务，一直是我店服务品质建设的核心内容。为培育形成亲切待客、真情服务的酒店氛围，构建和谐的客际关系，通过广泛地组织、发动、宣传、引导及监督，基本培育形成良好的服务氛围，增强了广大员工的亲和服务意识。为提升精细化服务水平，各部门通过专题培训和讨论比对差异，通过开展自评自查、知识考核寻找差距，促使广大管理者和员工主动适应新操作手册的

新变化、新要求，提高新形势下酒店的服务与管理水平。

（六）关心员工文化生活 员工凝聚力得到增强

员工是企业的宝贵财富，是推动企业发展的源动力。过去一年，更加重视员工在企业中的核心作用，创造各种条件改善员工生活、丰富员工文化，提高员工对酒店的归属感，营造和谐的劳资关系。每度举办员工生日会，丰富员工对文化生活的多重需求，受到了员工的普遍欢迎；多次参加员工代表座谈会，真诚听取员工对经营管理、对企业文化、对后勤生活的意见和诉求并尽力解决。重视精神文明建设，组织开展了春季趣味运动会，组织了去养老院实践”“尊老敬老献孝心”活动，组织了彩妆培训等丰富多彩的文娱活动，丰富了员工的业余生活；关爱员工，通过开展秋游等旅游方式，使员工放松身心；关爱员工，注重营造互帮互助的企业氛围。

（七）深入挖掘经营潜力 质量效益再上台阶

八）紧绷安全生产之弦，安全管理扎实推进

20xx年继续抓牢安全生产工作，以确保平安经营为宗旨，以预防和消除隐患为主线，以落实责任制和安全监管为重点，以开展隐患排查治理为突破，深入落实安全生产工作各项措施：继续实施安全管理部门主管负责制，夯实“酒店统一领导、职能部门主抓、员工积极参与”安全生产监管责任体系；对消防设施设备、安全疏散通道、重点区域、重点部位加强安全检查，落实隐患排查治理工作，实现隐患排查治理制度化、规范化、经常化；根据星评新标制订和完善了消防、火灾应急疏散、食品卫生中毒、突发性治安案件等紧急处置预案，提升了安全管理和应对水平；强化重大节假日如春节、五一节、国庆节等节前安全大检查，落实安全生产值班制度，严密防范和控制事故苗头发生；组织新、老员工举行火灾防范专题培训和讲座1次，不断提高员工的安全意识和防范技能，配合上级卫生部门开展了食品添加剂专项检查，强化食品安

全管理措施，严密防范食品中毒事故的发生；加强安全生产标准化建设，基本建立了安全生产标准化管理体系，并通过了安全生产标准化联合检查组的考核，得到了检查组专家的肯定与好评。加大安全投入，提高安全设备科技水平。

二、20xx年工作思路

客源流失加剧，社会用工荒日趋突出带来招聘难，以及节能减排工作日益紧迫等重重压力和考验。

1、营业应收款平均占用余额万元；

为完成以上指标任务，我们需要重点加强并做好以下工作：

- （一）做精做细品质，培育经营特色
- （二）细化责任考核，提高营运绩效
- （三）深化节能管理，抓牢节支增收
- （四）推进营销工作，拓展客源市场
- （五）加快帐款回收，确保资金安全
- （六）拓展用工渠道，保障人力资源
- （七）夯实安全管理，营造平安环境
- （八）加强人文关怀，凝聚人心合力

虎振雄风留浩气，兔迎盛世启新程。我们满怀收获的喜悦，迎来了充满希望、催人奋进的20xx年。

店长工作目标和计划篇二

1、迅速了解我公司的企业文化、产品定位和销售策略熟悉一个公司的企业文化和产品定位是做好工作的基本条件。

我原先所在的公司是一个创办时间较长的公司，公司非常注重对员工企业文化的教育和熏陶，使员工能把公司的历史和理念作为自己行为的有机组成部分自觉行动。但各个公司的文化没有高低贵贱之分，只有文化和公司本身融合与匹配程度的区别。新的公司有新的文化理念，我要尽快融入新公司的文化中，克服老公司文化对自己认同新公司上的影响。

通过学习，我知道德瑞恩公司是一个充满新生命力的公司，致力于达到“让每一位渴望拥有钻石的人都能够得到适合自己的钻石”的目标。公司尊尊每一个人的情感独特性和性，就像钻石的每一面都有不同的光泽一样。充分体现了崇高的人文精神和人性关怀，让钻石充满温度，散发着迷人的芳香。

我们公司经过近二十年的发展，通过与国际顶尖钻石生产机构的合作，已经形成了设计、开发、生产包装到销售的一条龙产业模式，让消费者真正享受与世界同步享受全球钻石资源。

这给我们的销售增强了必胜的'信心和强大的保障。公司高起点整合资源，在渠道开发、产品设计、价格竞争、质量保证、全程服务、宣传推广等方面都做了很好的顶层设计与思考，使我们的公司的销售策略非常明晰。为我们的努力指明非常准确的目标。

2、提升自己的销售能力和技巧作为一线销售人员，销售能力和技巧直接关系到公司销售目标的达成。销售能力是一个终端销售顾问综合实力的表现。

在认知上，销售人员要充分了解产品的性质和特征，赋予产

品美好的故事，让顾客买产品的同时，获得更多的精神附加值，增加对产品的认同度。

在情感体验上，销售人员要赋予产品不同方式的美感体验，要近乎痴迷的热爱自己的产品，这样才能对顾客进行情感传递，让顾客佩戴钻石的时候，内心充满温暖，充满爱的力量，增加对产品的忠诚度。

在行为表达上，销售员要学会高超的产品展示技巧，要换位考虑对方的佩戴需求并合理展示。销售顾问是消费者的镜子，标准完美的展示会让顾客看到自己佩戴钻石高贵的形象，促成购买并形成连锁购买效应。为消费者设计佩戴方式和传授保养方法，会让消费者成为流动的宣传员，让你的产品无时无刻都在说话，从而增加产品的知名度。

3、认真观察消费者的消费心理消费心理是消费者在消费前、消费中、消费后的一种动态的心理过程。包括了对产品的直觉判断和理性权衡，也包括产品咨询、试戴和购买全程的情感体验。这些微小的细节我们都必须察觉，及时发现顾客的购买顾虑，引导顾客准确表达需求并及时解决，这样顾客就会放心购买，减少顾客到别的单位对比，引发恶性竞争和跑单现象。

4、加强团队合作与销售配合团队的整体心理结构与销售业绩的提升关系很大，尤其以女性销售为主的团队里，团队的整体心理相对复杂和微妙。入职以来，我积极与店长沟通，了解整体销售目标和管理目标，自觉遵守各项规章制度，做到以身作则。

与其他同事交流销售技巧并共同探讨销售中遇到的问题，使大家的劲往一处使，心往一处想。当然还要合理摆正自己的位路，认真把岗位职责要求的工作做好，与大家做到无缝配合，并在恰当的时候发挥自己的主观能动性。

店长工作目标和计划篇三

餐饮部是整个会所营业面积最大，顾客停留时间最长，投诉高发区域。为了方便部门管理，激发员工热情，增强客户归属感，树立部门发展的方向，特作工作计划，请领导给予帮助和指点。

众所周知，所有服务业中卫生是决定客流量多少的重要条件之一，清洁干净整齐有品位的环境会让我们的顾客有更好的消费体验。所以，为了给顾客和自己创造更好的消费和工作环境，我们必须有一个切实可行的办法，并且绝不徇私，公正严谨的去执行。那就是《餐饮部卫生标准》，我们会分区域及岗位细化的写出每一块卫生区域的标准，每班交接，每周清扫，每天检查，随时监督。

服务的概念是相对的，好与不好最终由受众群体来衡量，那么，我们该怎么确定如何对待我们尊贵的客户呢？其实有一句话说得好“刚开始时面对面，最重要是心贴心”，我们相信机械式的，千篇一律的服务已经没有了竞争力，应用企业的文化做出自己特色的服务手段才是我们的出路，本年度在服务培训中我们要落实《服务流程》，《服务标准》，《细节服务》，《顾客分类需求》。以循序渐进的办法坚持培训，理论实操相结合，从员工中选出合适的管理员接班人。逐渐强大团队，为下一年的旺季打好基础，让顾客满意打造公司良好的口碑。

我们是餐饮行业，顾客进店时冲着我们提供的服务来的。如果连最基本的安全都有问题，那么，后果绝对是不容乐观的。人身安全，财物安全，食品安全，隐私安全，环境安全等都是日常管理中不能忽视的存在，如何保障及发现安全问题尤为重要。一切潜在的安全问题都是我们需要去探查和解决，我们会结合店内实际情况，完善预案，制作成册，逐一排查。并根据风险的高低同餐饮部所有人员一同学习落实。也希望公司在这项给予大力支持。

员工是企业的根本，所以对员工的培养，帮助就显得尤为重要。在本年度，我们将以公司制度为前提，奖罚分明，一视同仁。以人情化管理为辅，关注员工在工作和生活中遇到的难题，并给与最贴心的鼓励和帮助，让员工觉得受重视，有价值。满意的员工带来满意的顾客，满意的顾客带来满意的企业，满意的企业成就优秀的员工。让我们一起关爱员工，关爱顾客，关心和关爱所有帮助我们成长的人。

酒香也怕巷子深，我们不能坐等顾客上门，所以，整合部门资源，主动销售时很有必要的，这也是我们工作中主动服务的内容，好的东西要让大家来分享，我们会把公司除净桑外的服务项目添加到服务流程里，在二次服务时捆绑二次销售。其次，申请销售人员对我们进行销售技能和话术的培训。

不管赚多少，如果开支比收入大，那么我们永远都在亏本。我们会查清楚固定资产数量及状态，每月清点易耗品的使用状况，水果按照在场人数按量申购，确保不浪费，不积压。水电合理调配，按需开关，尽量留住公司培训出来的员工，不增加人事成本。在不影响对客服服务的前提下，根据财务数据及要求，做好配合工作。

店长工作目标和计划篇四

多渠道获取信息管理工作的基础是获取充分有效的信息只有掌握正确的信息才能作出正确的决策，而正确的信息必须经由多渠道获得并经比较鉴别筛选。常听说有新官上任先微服私访，原因是经正常渠道获得的信息有时并不真实，所以店长要学会开拓信息来源渠道，不可偏听偏信。对互有矛盾的经纪人提供的关于对方的信息（俗称“小报告”）要谨慎对待，对第三方提供的信息则须重视；对经纪人反映的市场和客户情况要谨慎，对客户的信息反馈则须高度重视。

事实上，店长就是店内的信息处理中心，店长的信息主要来自五个方面：经纪人，客户，市场，其他加盟店，公司；为

获取这些信息我们建议并推广如下沟通渠道。

1、开会

（1）晨会

晨会可简短一些，全体人员着制服在店面前接受店长指导，激励，分派当天任务，总结昨天经验。建议全体人员高呼本店的质量服务宣言（掷地有声！），鲜明整齐的服装和整齐划一的形象既给了自己信心，也给了客户信心。不要怕难为情，不要觉得这种方式老土，不要害怕喊口号，口号喊一千遍就是事实！

（2）夕会

建议每周至少组织两次集中学习，每次时间不少于两小时。集中学习的内容为房地产销售的核心课程，由店长主持，发动大家讨论（全体参加，店长制定详细的年度学习计划）。每晚下班前组织至少半小时以上的总结例会，由店长对当天违纪现象进行批评，组织大家就具体案例问题进行讨论，集思广益。

（3）研讨会

对新出台的制度，业务方案，营销工具，可立即组织大家讨论学习，制定落实行动计划。请注意：决策的参与程度越高，则群众自觉执行的力度和积极性越大。

2、观察法

好的管理者必须是好的观察者，店长须仔细观察经纪人业务操作的每一个环节和细节（比如坐姿，接听电话，拜访客户时的眼神等等），及时进行培训指导。

3、谈话法

店长应给自己规定一个任务——每周至少跟所有经纪人正式单独谈话一次，这样做一方面可体现对经纪人的关心，一方面可获取个人业务和店内管理上的信息。店长可让经纪人自己描述其一天的工作内容及每项内容所用的时间（甚至包括与客户交谈的遣词造句），据此判断其工作的效率，服务的质量，然后进行辅导。

4、客户回访

通过打回访电话，质量服务调查，组织客户座谈会等方式获取客户对店内的意见和建议。

店长工作目标和计划篇五

作为一名店长我深感到责任的重大，多年来的工作经验，让我明白了这样一个道理：对于一个经济效益好的零售店来说，一是要有一个专业的管理者；二是要有良好的专业知识做后盾；三是要有一套良好的管理制度。用心去观察，用心去与顾客交流，你就可以做好。

具体归纳为以下几点：

- 1、认真贯彻公司的经营方针，同时将公司的经营策略正确并及时的传达给每个员工，起好承上启下的桥梁作用。
- 2、做好员工的思想工作，团结好店内员工，充分调动和发挥员工的积极性，了解每一位员工的优点所在，并发挥其特长，做到量才适用。增强本店的凝聚力，使之成为一个团结的集体。
- 3、通过各种渠道了解同业信息，了解顾客的购物心理，做到知己知彼，心中有数，有的放矢，使我们的工作更具针对性，

从而避免因此而带来的不必要的损失。

4、以身作则，做员工的表率。不断的向员工灌输企业文化，教育员工有全局意识，做事情要从公司整体利益出发。

5、靠周到而细致的服务去吸引顾客。发挥所有员工的主动性和创作性，使员工从被动的“让我干”到积极的“我要干”。为了给顾客创造一个良好的购物环境，为公司创作更多的销售业绩，带领员工在以下几方面做好本职工作。首先，做好每天的清洁工作，为顾客营造一个舒心的购物环境；其次，积极主动的为顾客服务，尽可能的满足消费者需求；要不断强化服务意识，并以发自内心的微笑和礼貌的文明用语，使顾客满意的离开本店。

6、处理好部门间的合作、上下级之间的工作协作，少一些牢骚，多一些热情，客观的去看待工作中的问题，并以积极的态度去解决。

现在，门店的管理正在逐步走向数据化、科学化，管理手段的提升，对店长提出了新的工作要求，熟练的业务将帮助我们实现各项营运指标。新的一年开始了，成绩只能代表过去。我将以更精湛熟练的业务治理好我们华东店。

1、加强日常管理，特别是抓好基础工作的管理。

2、对内加大员工的培训力度，全面提高员工的整体素质。

3、树立对公司高度忠诚，爱岗敬业，顾全大局，一切为公司着想，为公司全面提升经济效益增砖添瓦。

店长工作目标和计划篇六

任何的策划方案的目的和宗旨都是在于提高产品的销售，塑造、提升品牌形象。本方案在于为“站前广场”提供一个准

确的定位与广告方向，作出全程战略性的指导。

在对__房地产市场现状进行了深入细致的了解和研究分析的前提下，找出“站前广场”项目的资源问题与机会，以达到或超出“站前广场”原定销售计划，并为__定兴房地产公司塑造品牌。

第一节 市场分析

一、__市房地产市场基本状况

(一)20__年以来房地产开发投资大幅增长。

20__年1-8月全市房地产开发投资达16457万元，同比增长87.4%，是近年来增长较快的。

(二)房地产业开发的三个组成要素即房地产开发的土地、资金、市场同步增长。

1、土地前期投入增加。

20__年1-8月，房地产开发企业购置土地面积10.88万平方米，土地购置费3057万元，分别比去年同期增长14.5%和19.9%；土地开发投资1250万元，已完成土地开发面积9.7万平方米。

2、开发规模扩大，开发投资高速增长。

20__年1-8月份，全市房地产施工面积43.23万平方米，比去年同期增加18万平方米，本年新开工面积13.3万平方米，比去年同期增加7.9万平方米，增长145%。

全市房地产开发完成投资16457万元，比去年同期增加7674万元，增长87.4%，对全市国有及其它经济投资增长贡献率为2.1%。从投资用途看，住宅投资完成6630万元，增长1.2倍，办公楼房完成投资542万元，增长3.9倍。

3、企业融资能力有所增强，资金到位状况较好。

20__年1-8月房地产开发共到位资金22266万元，同比增长2.6倍，从其构成看，利用外资资金增长最快，企业自筹资金最多。1-8月企业自筹资金13152万元，增长3.8倍；利用外资资金1050万元，增长69倍，其他资金8004万元，增长2.5倍。

4、住房销售高速增长。

今年全市商品房现房销售，在去年增长27.8%的高基数基础上，保持高增长势头，20__年1-8月份全市共销售现房1.79万平方米，同比增长82.7%，其中住宅销售1.72万平方米，比去年同期增长1.2倍。

5、房地产业的发展与城市化建设紧密，城市化建设促进了房地产业的发展，我市北扩南移的外延式城市扩展建设促进了房地产业的快速发展，在我市今年从事房地产开发的20家企业中，娄星区内集中了14家，新化县3家，双峰县2家，涟源市1家。

二、房地产发展所面临的困难和挑战

一是商品房空置面积增加。

今年1-8月份全市商品房竣工面积超过商品房销售面积0.6万平方米，商品房空置面积达1.1万平方米(其中住宅空置0.61万平方米)，占当年施工面积总量的2.5%，空置面积增长63.6%。从商品房空置时间来看，空置时间在一年以上商品房面积占全部空置面积的比例增长，比上年提高4.4个百分点，空置房增多占用了企业的开发资金，对房地产企业的开发产生不利的影响。

二是房地产企业素质良莠不齐，企业开发规模小、持续开发能力低，竞争力差。

近几年来城市化建设的发展推动了房地产开发的发展，存在一个项目孵出一个房地产开发企业的问题，其开发规模小。

20__年全市参加年检的企业达65家，而今年以来真正有开发任务的仅20家，仅占全部年检企业的30.8%。就目前有开发工作量的20个企业而言，开发任务在3000万元以下有10个，占总数的50%；开发任务在3000万元以上5000万元以下有5个，占总数的25%；开发任务在5000万元以上有5个，占总数的25%。房地产开发企业主要以负债经营为主，严重依赖银行资金，有的开发项目前期靠施工单位垫资、中间靠银行贷款开发、后期靠个人按揭贷款，缺乏后续开发能力。

三是物业管理落后，配套设施不全。

房地产的开发应该成龙配套，我市尽管有成片开发的住宅小区开发，但大多数是开放式、松散型的卖完房就走人的开发，即使有物业管理，其配套设施不全，管理也不规范，一些零星插建开发的住房没有物业管理，用水、用电、行路、管道跑、冒、滴、漏、墙体裂缝等问题都不能妥善解决，抑制了消费者的购买欲望，影响了持续开发。

四是外部因素制约。

银行房地产开发企业信贷政策调整，房地产贷款由开发性贷款为主转为个人住房抵押贷款为主，国家对商业银行的房地产开发贷款、土地储备贷款、个人住房贷款、个人商用房贷款、个人住房公积金贷款及个人住房贷款适用率等方面做了进一步明确和规范：房地产开发贷款必须“取得国有土地使用权证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证及开工证”等四证，开发企业取得这四证，实际投入应不低于项目总投资的30%，个人住房贷款要求贷款人有30%以上的首付款，有的项目要求项目主体结构封顶，才可以放贷；还有就是居民收入低，抑制了住房需求，影响房地产业市场的扩大；再有就是二级市场放而不活，房屋交易手续繁多，收费项目多且杂，

税费负担比例过高，影响二级房产市场发展，从而影响整个房地产业的发展。

总体看来，我市房地产业具有巨大的现实和潜在需求，发展空间较大。

市委、市政府提出加快城市化建设步伐，城市化建设需要产业支撑，首先需要房地产业的支撑，20__年我市城市化率仅26.48%，低于全省平均水平5.5个百分点，若每年全市城市化率提高一个百分点，至少增加住宅需求84万平方米以上；国际经验表明：当一国人均gdp达到300-1000美元时，居民的住房需求进入加速增长期，20__年我市的人均gdp为5208元(651美元)，是房地产业加速发展的时期；目前我市城镇人均建筑面积仅20.05平方米，离国家“十五”规划的20__年城镇人均建筑面积22平方米，人均还少1.95平方米，若达到这一标准，需求住宅在208万平方米以上，显然，我市房地产业的发展潜力十分巨大。20__年__市城建投资公司成立，__城市建设项目开发实行市场化，通过项目招标，实行市场化经营，推行以地生财、招商引资、民间融资的方式，彻底突破资金“瓶颈”，使城建坐上了“特快列车”，加速了__市房地产业特别是商业地产的发展。

三、__市同类产品调查统计

1、__开发区。

由于__为新开发城区，在整个大环境的绿化、城市规划方面有其独特的优势。总体来说，__开发区地段房地产都在卖自然环境。

明源大酒店：

核心竞争力：五星级酒店标准概念

其周边自然环境好；

用绿色和五星级酒店标准来吸引白领、外来投资者、社会成功人士等；

其定位为社会高薪阶层。

2、城西地带。以新开发的项目-城西农贸综合市场为主。

城西农贸综合市场：

核心竞争力：__市、区两级政府批准兴建的城西唯一农贸综合市场。

规模大，规划齐全，有功能优势：

拥有15亩的面积，其中有320个摊位，2480平方米生活超市，108个铺面，1200平方米仓库，48套配套住宅，40各农副产品批发车位。

住房均价718元每平方米。门面2580元至4380元每平方米。

定位：集农副产品批发、零售、加工、仓储、大型超市，商住、饮食为主的大型农贸综合市场。

3、城区地带。

环球商业广场：

核心竞争力：

1. 八万平方米湘中地区超大规模财富街区；

2. 原老街批发市场，主楼统一经营，超大规模优势。

有功能优势：

总建筑面积面积8万多平方米，门面主力面积30多平方米

住房均价500多元每平方米。门面20__元至11000元每平方米。

定位：湘中地区经营规模大型化、经营手段现代化、经营环境规范化的超大型、多功能财富街区。

国贸商城：

核心竞争力：位于火车站正对面，有地位优势。

四、消费者分析

4、消费者对物业管理的要求

b□物业公司应与小区内住户增加联系，加强沟通。

第二节 “站前广场”项目分析

一、项目优势分析

1、环境：坐拥__火车站正对面，坐享人流物流优势。洛湛、湘黔铁路在这里呈十字交汇，东至杭州、上海，南至广州、深圳、西去重庆、昆明，北达首都北京。__火车站是一编组站，每日接发客运和货运列车200多对，是长江以南第二大铁路枢纽，现有楼盘中少有的。

2、地段：位于火车站正对面，附近楼盘以明珠商业步行街、金海商贸城为主，该地区已聚集相当的人气和居住知名度。临近商业繁华地带，酒店、宾馆、火车站批发市场，水果批发大市场，形成较高具影响力的火车站商圈。

3、发展：据有关信息__火车站四年后有五六趟火车从这里始

发，火车站周边的土地、建筑物升值在即，同时，餐饮业、娱乐业、旅游业、物流及零售业将飞速发展。

4、物管：智能化管理，保证了业主的现代化要求，符合本案的定位主题。更是目标消费者着重考虑的主题。

5、住宅(办公楼)设计建设：小区的设计以天然为主题，各种楼层合理布置。更有现代艺术广场，艺术、休闲与自然融为一体、相得益彰。

6、配套设施齐全，(高档会所、银行、超市、停车场、幼儿园、亲子乐园、运动场所、艺术长廊等)。

7、__市消费市场楼价有上升趋势，消费者认为手头资金用于购买不动产保值是最好的选择。

8、本地市场楼盘不多，具有商住楼或专业写字楼更少。

二、项目劣势分析

1) 品牌号召力：

__房地产市场起步较迟，开始有竞争态势，开发商优胜劣汰局面已开始形成。现在以巨龙、金海、海汇、中兴、民基为代表的房地产公司经过房地产操作的成功，已积累了相当的经验，在消费者中有着不错的口碑。定兴房产进入房地产市场较晚，在这一方面并没有太强的品牌号召力。

2) 市场承受能力：

由于__市消费偏低，市场上如此高档的楼盘还未出现。是否能够把高收入人士吸引过来，是相当关键的问题，这要取决于本案品质是否拥有高品质这一因素。

3) 竞争因素：

由于近年来许多开发商为了赶上房地产加速发展的潮流，盲目开发，低价销售，造成价格波动及销售困难。

三、竞争对手分析

第三节 推广策略界定

一、目标消费群界定

1、目标消费者：418建材市场业主，果品批发市场业主，电脑大市场业主，通讯市场业主，城区附近投资置业者；以及自身具有经济能力较强的阶层。

2、年龄：年龄大约在35到55岁，

3、家庭结构已进入中年期，居住空间之娱乐性与休闲性较大，对生活要求很有质感。

4、对家庭(办公)环境有着高档次的要求，有“物有所值”的消费心理，他们追求品位，但他们又是商人，有商人的交易本性，既有“物有所值”。

5、有强烈的虚荣心，喜欢攀比和炫耀，，但喜欢附庸风雅，希望通过外在条件来追求文化品位。

店长工作目标和计划篇七

一、建立逐级管理，店内日常小事常抓不懈，才能为店面经营管理奠定良好的基础，所以店面行政管理应放在首位。

1. 建立逐级管理制度，岗位职责分工细化，自上而下。使工作事事有人管，件件能落实，防止死角现象的出现。

2. 注重店内人员的培训工作，培养职工、销售人员的群众荣

誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位职工、销售人员充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到懂业务、会管理的高素质人才。

3. 建立分明的奖惩制度，以激励和约束职工、销售人员的工作，使全店成为一支团结协作的群众，在竞争中立于不败之地。

4. 利用各种合理的、能够利用的条件，创造、布置良好的店面环境，树立良好的商业形象，尽最大努力使顾客在布局合理、宽松、优美、整洁的环境中享受购物的乐趣。

5. 以“为您服务我最佳”为宗旨，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重职工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投诉。

6. 重视安全保卫工作，防火、防盗，将危险隐患消灭在萌芽之中，杜绝因此给企业带来不必要的损失。

7. 创造良好的外围环境，协调好与政府部门的合作关系，以减少不必要的麻烦。

二、经营管理

1. 加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2. 明确全店销售目标，将销售任务细化、量化，落实到每个部门、品牌、人员，并进行相关的数据分析。

3. 在节假日上做文章，用心参与企业的各项促销活动，及店内的各项活动，充分做好宣传及布置的工作。

4. 抓好大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到方便、快捷的服务。
5. 知己知彼，透过市场调研，分析总结存在的差距，及时调整，以顺应市场的发展变化，提高市场占有率。
6. 尽可能的降低成本，开源节流，以减少开支。

以上是我对店内管理的一些设想，如有不足之处期望各位领导加以指正，如果企业领导能够带给这个平台给我，我会用我的努力与勤奋，交上一份优秀的工作成绩单，证明您们的决定是对的，我决不会辜负领导们的信任与期望，我会用我在工作中所学的知识更好的为企业努力工作，我相信“月亮发光是为了证明太阳的存在”企业发展才能映照出我的进步。所以我会以后的工作中更加努力，更加勤奋。