

店长工作总结 15 篇

店长工作总结 1

贾如林是一位对店员要求严格的门店店长。在多年的药店管理实践中，他逐渐形成了一套自己的管理风格：严肃、严格、严明，店员称其为“三严”店长。贾如林平时工作严肃，不苟言笑，以致于店员都有点惧怕他；他对店员要求严格，锱铢必较，因此店员没有人敢挑战他的权威；他纪律严明，执法从严，因而店员工作不得不谨小慎微，不敢越雷池半步。

“三严”原则虽然在初期的门店管理中起到了凝聚人心、提高执行力的作用，但随着药店的发展以及店员的逐渐成长，贾如林发现，“三严”原则在药店管理中所起到的作用越来越小。比如长期的“治军从严”，使得下属对贾如林总是唯唯诺诺，有话不敢说，有言不能进；凡是贾如林提出的工作意见，下属很少提出反对意见。有一次，贾如林提出了一套绩效考核方案，想让大家讨论。他采取了“分别谈话”的方式，征求下属意见。当下属走进他办公室的时候，贾如林就直截了当地告诉对方：“我找你谈话，主要是想听取你对我本次提出的考核方案的意见。有不同的观点你就直接说，我会考虑的。”大部分店员听了，都低着头不好意思地说：“方案很好，可以形成制度。我没意见。”但后来的实践证明，这套制度并不成熟，在执行过程中进行了多次调整后趋于合理。为此，贾店长很头疼：为什么店员早已发现的问题，却不能直接向他提出来呢？下属为什么要毫无主见地随声附和、唯唯诺诺呢？

“位差效应”不容忽视

在药店的门店管理中，我们常常可以发现类似的问题：作为店长，你说的话有时经常被下属片面地理解或者执行；而下属有意见或者建议，从来不主动找你讲，甚至你问的时候他们还是“有所保留”。为什么呢？因为你和下属之间出现了“位差效应”。

美国加利福尼亚大学通过研究发现，来自领导层的信息只有20%~25%被下级知道并正确理解，从下级到上级反馈的信息不超过10%，平行交流的效率则可

达到 90%以上。由此可见，阻碍成员间信息和情感沟通的因素很多，但主要的因素还是组织成员之间因为地位不同而造成的心理隔阂，这种情况被管理学者称为沟通上的“位差效应”。“位差效应”造成的最直接后果就是：第一，上下级之间信息传递的有效性不能完全发挥，造成心理上的传递干扰，在每个环节上都有可能出现信息的失真，从而影响信息到达的有效性；第二，上下级之间出现感情脱轨，药店凝聚力下降。因此，要想打造一支高效、互动的团队，必须防止在沟通中出现“位差效应”。

如何防止“位差效应”

管理者应放弃“上位心理”在职场中，由于地位的不同，可以使成员之间形成“上位心理”与“下位心理”。具有“上位心理”的人（通常指管理者），因处在比别人高的层次而有某种优越感；具有“下位心理”的人，因处在比别人低的层次而有某种自卑感。在实际工作中也常有这样的体验：在一个比自己地位高或威望高的人面前，往往会表现失常，事前想好的一切常在手足无措中乱了套，以致出现许多尴尬的场面；可是如果在一个地位或能力都不如自己的人面前，我们却可一切应付自如，甚至超常发挥。

案例中贾如林就是因为将管理上的“上位心理”带到了和下属的沟通中，找店员谈话的时候有点居高临下、盛气凌人的味道，致使面对这个“三严”店长时下属唯唯诺诺、三缄其口，隐藏了自己真实的想法。如果贾店长在和店员谈话的时候，能够放下“架子”，请下属坐下来，然后给下属倒一杯水，笑着告诉他：“你是咱们药店的老店员了，在绩效考核制度的制定上，我很希望听到你的中肯意见和独到见解！”这样讲，下属便不会产生“下位心理”，而是站在一个平等的角度和你对话，这样他不会唯唯诺诺，才会对你讲真话、讲实话，提出自己的想法，以主人翁的姿态参与到药店的管理活动中。

其实，管理者的“上位心理”是虚荣心的一种表现，在与店员的交流中必须去掉。不要在下属面前摆出一副“一贯正确”的架势，要在沟通管理中做到“三多三少”：多考虑下属的感受，少一些不分场合的批评；多鼓励下属的特长，少抓住下属的缺点不放；多一

些灿烂的微笑，少一些冰冷面孔。

建立平等的沟通机制

美国加利福尼亚大学经过进一步的研究还发现：平级之间交流的效率之所以如此之高，是因为这是一种以平等为基础的交流。如果在整个企业内部建立起一

种平等沟通的`机制，就可以大大增加领导者与下属之间的沟通能力，使他们就企业的决策、方针等很快达成一致。这种平等的机制还可以让信息在团队之间自由流动，信息在执行过程中发生变形的可能性也会大大减少。

世界零售巨头沃尔玛内部管理中的“平等沟通法则”，也许会给各位管理者一些启示。如果下次你去沃尔玛，不妨仔细观察一下，任何一名员工佩戴的工牌上，除了名字之外，都没有标示职务。不仅员工如此，管理层如此，连总裁也不例外。而且每个员工的牌子上都写着这样一句话：“我们的同事创造非凡。”在沃尔玛，公司内部没有上下级之分，可以直呼其名，这样有助于营造一个友好的氛围，给员工提供一个愉快的工作环境。同时，沃尔玛还在企业内部实行“门户开放”政策，任何时间、地点，任何员工，都可以以书面或者口头的形式与管理人员乃至总裁进行沟通，就自己所关心的事情提出建议，包括受到不公平待遇时的投诉。所以，在同行业中，沃尔玛的待遇不是最高的，但其员工却以在此工作为荣。因为在这里，他们不是打工者，而是“合伙人”。

平等产生交流，交流产生忠诚，忠诚产生效率，效率产生竞争力。管理者应该为店员建立起平等的沟通平台，多主动走到他们中间去，聆听他们的声音，了解他们的想法，鼓励下属提出工作意见并及时给予正面回答。也可以通过组织每周店员自由讨论会的方式，让每个店员学会发言，敢于发言，并给那些提出合理化建议的员工予以奖励。只有这样，才能广开言路，实现“上情下达，下情上达”。店长工作总结 2

回顾 20__ 年全年工作，可谓得失兼具，做为饭店的股东及店长，我所从事的工作和担负的责任也使的责任感与使用感，在酒店工作之前，我对行业可以说是很少，在到酒店后短短半年内，在各位和同事的帮助与协助下，我和工作都长足进步，当然半年内也了不少问题，但这也正为我的工作和个人成长足以依托的经验与资本，对个人与工作总结与分析，特把 20__ 年工作总结如下。

1、工作成绩描述

- (1)在半年中工作进步，在规范化管理和制度化建设上成绩；
- (2)外协工作，为酒店打造外部经营环境奠定基础；
- (3)人力资源工作进展，从人员选聘、员工培训到人力资源科学管理与调配上进展；
- (4)质检工作进展，质量检查体系已；
- (5)行政部工饭店整体工作运营基础性支持，与各紧密，为饭店发展努力。

2、工作失误总结

(1)短在内部管理中还有些不规范的地方，使工作整体受到；

(2)注重工作质量与，强调管理，对员工生活关注度，今后工作中会再与员工的沟通，地工作要求；

(3)培训工作系统性，在以后工作中注意改进；

3、个人优势分析

(1)较强的亲和力，具备的管理基础，乐于承受工作，并能较快地地工作环境；

(2)较强的学习能力，可以在较短内对新的知识融会贯通，并运用于工作中；

(3)控制能力、擅长沟通，对管理工作把控能力较强；

(4)工作细致性较强，善于从细节处工作，对工作大有进益；

4、个人劣势分析

(1)从事酒店业较短，在专业性上会；

(2)对自身性格所缺点的控制与把握应提升，应加工作中优势，尽量规避劣势，自身工作。

二、工作计划

展望充满挑战，有许多计划正待一一去实施，在开端之时，有必要对工作的设计与规划，特将计划向各位通报，以期大家对我的计划建议与修正，并在计划过程中各位的与帮助。

1、总体工作计划描述

原则：以饭店经营发展为原则，一切工作原则。

两项工作：人力资源管理工作的提升与外协工作的；

三个核心环节：培训工作与经营管理工作紧密、适岗人员的招聘与选拔、安全工作的稳步提升；

2、工作计划

(1)自身职责，工作形象，为酒店发展奉献心力。做为酒店股东和监事会，我对酒店的感情与所担负的责任已仅是做为行政部人所应尽到的职责，我和我所在将酒店要求、将每项工作到最细之处，协助总经理每一项政策措施，在酒店业绩也使自身长足进步。

(2)人力资源管理工作：行政部将把人员的招聘与培养做为的人力资源管理工作，从人才引进渠道、扩充人员上升空间、人员良性竞争，考核机制几工作，使人力资源管理工作体系化，在酒店内部一支竞争力的员工队伍。

(3)培训工作：的培训工作是酒店经营得以的保障，在__-__年我将起的培训体系，从员工入职培训、专业培训、日常培训及管理者培训几入手，把培训工作有层次、结构的培训层级，培训体系将涵盖酒店各个区域及各个，并把培训工作与质检工作，以训我所需、训我所将需为主要原则，把培训工作建设企业文化的组成，培训为酒店经营奠定基础

(4)质检工作体系，可行性标准，更佳工作，在质检工作要的体系，酒店质检和质检联动的工作，质检工作从原则上要严、严于检查更要严于反馈，不以处罚为，而是质检结果与员工培训及考核紧密，的质检工作环，的工作，每月一份可行性质检反馈分析上报酒店，为酒店经营管理工作依据。

(5)外协工作在原有外联基础上，“开发新朋友，不忘老朋友”与新沟通，在饭店的支持下，一切社会关系和资源，和情况，使外联和外联费用都优于往年，了饭店的经营秩序。

(6)以的安全责任感和对及的精神，狠抓饭店安全管理，强化“安全预防”的能力，了饭店全年无重大安全责任事故。在举行一次消防实战演习，并加大消防培训，使安全消防工作上升到的，并饭店实习情况对消防监控系统检查，其运转，在计划组织三到四次全酒店范围的内的安全检查并在每月组织一次小范围常规检查，保安工作责任到人，与责任人签定安全责任书，使安全工作日常化、制度化，规范化的。

承载着许多人的梦想，带着信息时代所特速度向飞奔而来，年，我希望可以在工作上进益，优势、规避劣势、在职业生涯中学习领略更多人生风景;更希望工作可以在现有基础上更大提升;在 20__年我和我的会苦练内功、提升内涵、积蓄内力、扩充内存，把建设真正意义上的团队、优秀团队、专业团队，也使专业素养的酒店职业经理人!店长工作总结 3

20__年转眼即逝，匆匆而过又是一年，在这一年的时间里，自己学习到了很多的知识。为了更好地完成工作，总结经验，扬长避短，提高自己的业务技能，现将工作情况总结如下：

一、工作总结

略略估算下来我做餐饮这行也已经很多年了，从最初到现在，也经历了很多，自己也在不断的总结积累厨房的经验和知识，但是仍然做的还不够好。20__年也是我们令狐冲发展最快的一年，我们有做的很好的地方也有不足之处，厨房一直是我们餐饮行业的重中之重，抓住顾客味蕾的最重要一环，想要把这块做好则需要我们整个餐厅的协助和帮忙。菜品出餐速度也是我们今年一直在强调的问题，但是取得的结果却还不是很好，特别到了高峰期，比如说我们金山店，有的时候出菜就会变得很慢，特别是炒盘菜。

我觉得原因可能是以下几点：

1、站货数不足。也就是锅不足，我们餐厅只有三口锅，高峰期时又要捞菜又过水，显得不够用。

2、后厨人员配合度不够。人员没有达到一个很好的契合度，我们后厨的团队默契力不够，导致高峰期时大家手忙脚乱不知道该如何下手，也不知道该怎样做才能具体的提高上菜速度。

3、热菜炒盘数量有点多。在同样的操作下菜品越少肯定上菜速度就越快，一开始我们金山店既有鱼锅也有炒盘也有烤鱼，人手是一定的这就导致了我们的分配不足，高峰期容易导致一人三职甚至四职，同样的影响着我们的上菜速度。如果把我们的热菜炒盘数量减半，把不好卖的去掉，留下精品，那么会不会更好呢？我觉得他可能会更好，上菜速度也会相应提高，菜品浪费耗损也会相应减少。提高了上菜速度也就等于抓住了一部分回头客！

二、工作感想

踏入新的工作岗位后，经过一年的锻炼，使自己对这份工作有了更多更深的认识。对于工作或者说事业，每个人都有不同的认识和感受，我也一样。对我而言，我通常会从两个角度去把握自己的思想脉络。

首先是心态，套用米卢的一句话“态度决定一切”。有了正确的态度，才能运用正确的方法，找到正确的方向，进而取得正确的结果。具体而言，我对工作的态度就是选择自己喜爱的，然后为自己的所爱尽自己的努力。我一直认为工作不该是一个任务或者负担，应该是一种乐趣，是一种享受，而只有你对它产生兴趣，彻底的爱上它，你才能充分的体会到其中的快乐。我相信我会在对这一业务的努力探索 and 发现中找到我工作的乐趣，也才能毫无保留的为它尽我的力量。可以说，懂得享受工作，你才懂得如何成功，期间来不得半点勉强。

其次，是能力问题，又可以分成专业能力和基本能力。对这一问题的认识我可以用一个简单的例子说明：以一只骆驼来讲，专业能力决定了它能够在沙漠的环境里生存，而基本能力，包括适应度、坚忍度、天性的警觉等，决定了它能在沙漠的环境里生存多久。具体到人，专业能力决定了你适合于某种工作，基本能力，包括自信力，协作能力，承担责任的能力，冒险精神，以及发展潜力等，将直接决定工作的生命力。一个在事业上成功的人，必是两种能力能够很好地协调发展和运作的人。

三、工作目标

在今后的工作中，我会加倍的努力学习专业知识，掌握更多的业务技能，为将来的工作打好坚实的基础。

在作风上，能遵章守纪、团结同事、务实求真、乐观上进，始终保持严谨认真的工作态度和一丝不苟的工作作风，勤勤恳恳，任劳任怨。在生活中发扬艰苦朴素、勤俭耐劳、乐于助人的优良传统，始终做到老老实实做人，勤勤恳恳做事，勤劳简朴的生活，时刻牢记自己的责任和义务，严格要求自己，在任何时候都要努力完成领导交给的任务。

随着我们餐饮店发展越来越快，可以预料我们的工作将更加繁重，要求也更高，需掌握的知识更高更广。为此，我将更加勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高文化素质和各种工作技能，做出应有的贡献。

转眼之间，一年已经过去了。回顾这一段时间的工作，我在各个同事和领导的支持与配合下，带领团队拼搏向上，积极的展开销售工作，因此去年的业绩有大幅度的增长。

我是去年十月份，刚刚当上美容院店长的。如今 20__ 年已过，在过去的三个月里，我就目前的店长工作做以下的工作报告：

- 1、建立详细的顾客档案，让每一位店员知道顾客的消费记录。
- 2、培训美容师的专业技术，尤其是销售技巧，让刚刚上岗的员工，提高美容综合素质。
- 3、加强与老顾客的'沟通，了解顾客的需求，增加于顾客的粘度。
- 4、在客源拓展方面，坚持以老带新，让老朋友介绍新朋友入店。
- 5、印一些美容院的宣传单子，在空闲的时候，店员去周边发传

单，带顾客进店。

6、建立逐级的管理制度，明确每一个岗位的职责和分工，尽量
的让美容院事事都有人管。

7、建立奖罚制度，表扬优秀的店员，对于工作懈怠、经常出现的店员，进行一定的惩罚。

8、加强服务的意识，提高每一位店员服务的水平，希望真的能够做到全心全意的为顾客着想，减少投诉的情况。

9、明确全店的销售目标，将销售的任务细化以及量化，落实到每一个店员身上。

10、降低美容院的成本，包括日常的物资损耗等，减少美容院的开支。店长工作总结 4

我从事家具销售工作多年，一直在工作中观看家具的销售走势。随人们生活水平的提高，物质条件高了，对生活的要求也就加高，目前厂家直销、网上购物、电视购物、邮购、自动售货亭、药妆店等多种形式如雨后春笋般涌现和成长。虽然，企业选择销售通路有其的原因，但在通路危机日益深重的今天，未雨绸缪已经不再是智者的从容，而是企业必须面对的课题，通路维新迫在眉睫。

电视购物一般是指消费者通过电视以及互联网、商品目录等相关媒体了解商品信息，使用电话、网络订货，由专业物流公司配送商品的无店铺商品销售模式。由于没有中间商，电视购物能为消费者提供价格更为实惠的商品。

以开播电视购物频道为主的现代电视购物(也叫做家庭购物)有别于传统的电视直销,它是一种新兴的商品销售方式,是一种全新的零售销售渠道和平台。按照电视购物的过程,主要可将其分为四大环节,即选择产品、节目制作、呼叫中心、物流配送。现代电视购物以“教买不叫卖”的方式做节目,以消费者的需求为出发,寓购于教,播出方式采用现场直播和录播的两种方式。

以电视台作为运营主体的购物频道,是产品销售的一个平台,是一个无店铺的“空中”。所卖商品也是日常生活中的必需品,如数码产品、家具、家居用品等等。由于商品品种多、大众化贴近生活、厂家直销价格优惠、信誉好品质有保证,因此,电视购物频道一开播就受到了广大消费者的喜爱,两年来电视购物频道的发展也取得了可喜的成绩。

在家购物,渐成时尚随着经济高速发展,现代家庭生活也在发生着变化。琐碎的生活、繁忙的工作、拥挤的交通经常让购物变得不那么乐趣盎然。但是也许大家都已经注意到,家庭购物正在悄然改变着这样的无奈。

一流的市场研究公司 tns 公司开展的一项针对电视家庭购物的消费者调研显示,在电视家庭购物的所有品牌中,上海消费者对东方 cj 家庭电视购物的品牌认知度是最高的,特别是 25~34 岁的年轻女性消费者。在电视购物频道开播较早的台湾地区,消费者可能不会花三、四十元台币在超市购买便宜的洗发水,他们宁愿花 200 元台币通过电视来购物。尽管产品的价格要高出几倍,但产品的质

量打消了客户的疑虑，在质量可靠、市场制度完善的前提下，台湾消费者更喜欢电视购物。

由于便利性和质量有保障，在家购物会越来越成为未来消费者选择的消费方式，电视购物也将会成为家具销售的新通路。

品种繁多，价格便宜

电视购物节目主要是以家庭主妇为对象播放的。通过电视销售形式推销的商品五花八门。从内衣到皮鞋、从玩具到家具、从美容品到数码家电，各类商品应有尽有。它本着“不求卖得多，东西一定好”的原则，消费目标群体锁定 25-45 岁的白领女性，这就为家具的销售提供了一个好的平台。

有业内人士预测，在未来的几年中，国内电视购物中的'商品将达到 3000 种。除了家具和家庭生活用品外，从房子、汽车，到券，都有可能在电视上出现。通常电视购物节目中所提供的商品都比市场销售的要便宜，因为它无需专门的店铺和固定的销售人员，较少的成本自然能够提供更低的价格。

介绍详细，功能形象

电视购物，其实就是个大卖场，电视可以称得上是个货架，电视购物通过电视发布商品信息，利用电话联系送货上门，电话是沟通购买者和商家的桥梁，具有独特的风格。每次播出人都会邀请产品的厂家一同做节目，每种商品都从各个角度向消费者做详细介绍，其中还穿插现场模特的即兴表演，整个节目让人眼睛一亮。如果观众因故没有收看到，还可在网站上搜索节目，进行在线收看，而且还有免费电话接受产品咨询。在传统的家具终端柜台，员不可能对每位顾客都花半个小时的时间演示解说，而电视购物节目却可以做到。如今，品种少、价格高的“电视直销

服务周到，方便省心

现在因种种原因外出购物有困难的消费者常通过电视购物来解决自己的购物需要。电视购物迎合了现代人快节奏的生活方式，社会上有一类消费层次的公众，他们在选购商品时，不太愿意花费大量的时间和精力逛商场，因此“电视推介，电话订货，店员送货”是这种运作模式得到了这部分人的欢迎。消费者只要一个电话，就有人将你所订购的产品送货上门，大大提高了工作效率。由于电视购物缩短了生产和销售的中间环节，产品成本更低，利润空间更大，这种模式也很受商家的喜欢。

年轻的白领消费者对于电视销售这种形式大体上持认同态度，认为它节约时间，价格也可以接受，特别是通过电视上的讲解、演示将商品的功能、特征解释得清清楚楚，使消费者愿意通过电视销售去购买一些“去商店可能只是看看就放过去的商品”。

从一开始简单的电视直销，到现在提出的家庭购物的理念，电视购物节目已摒弃了最初说教式的模式，而采取了一些生活化的场景，增添了互动式的参与环节，让电视购物也带上了娱乐性的味道。

由于电视购物独有的媒体和直观可信特性，很多产品正日益把电视购物作为其新的销售发布平台，电视购物不仅可以销售产品，同时还通过电视平台给商家做广告和宣传。虽然购物频道能够发挥广告效能，但电视购物频道的核心特质却不是在于其媒体特性，而是作为渠道商的存在。在美国、日本、韩国等国家，电视购物都是消费者购买商品的重要渠道。专家认为，随着现代生活节奏的加快，电视购物将掀起继百货店、大卖场之后的第三次购物浪潮。越来越多的家具厂商已开始把电视购物渠道作为渠道组合拳中的一种来操作，可以说现代电视购物是家具销售的一个新途径。

已经成为历史，家庭电视购物开始引导的是价廉物美、品种齐全、操作便捷的购物新概念。店长工作总结 5

20__年是布满激情的一年，在这里一年里，我在领导的细心栽培和指导下，渐渐成长起来。在这里，我首先表达一下我对他们，对公司深深的感谢之情。

一、主要工作状况

回首 20__年，在上级领导的指导关怀下，通过姐妹们的协作支持，还有我们全体团队的共同努力下，我从一名员工在__的搭理培育下，加上自己的努力，成了一名副店长，当我承受这一殊荣，我深感到责任的重大，我深感到多年的阅历，从员工到店长一路走来我们都曾品尝过心酸、欢乐与泪水的味道，一个人的成长就是这样一点点积存而来的，胜利与失败不断的刺激着我们，使我们的团队走向顶峰。

回首过去，我和我的姐妹们细心协作，通力协作，在我们全体员工共同努力下，还有大区经理的支持和培育下，和我自己的不断的学习和努力，我成为了__的一名店长，这是一个责任重大的职务，当我踏上这个工作岗位的时候，我的内心是欣喜的，也是忐忑的。多年的从业阅历，从一名一般的__成为一名店长，我有过心酸的泪水，也有胜利的喜悦。可是，谁的成长路上是一帆风顺的呢？胜利和失败交替，也让我的内心渐渐变得强大起来。

二、员工日常治理

1、新员工作为__的重要组成部分，能否快速的融入团队、调整好转型心态将直接影响效劳质量及团队建立。依据新员工特点及入职状况，开展专题培训，目的是调整新员工的心态，正视角色转化，熟悉__行业特点。使新员工在心理上作好充分的思想预备，缓解了因角色转变的不适应而造成的不满心情，加快了融入团队的步伐。

2、注意员工的成长，时刻关注员工的.心态，要求保持良好的工作状态，不定期组织员工进展学习，并以对员工进展考核，检查培训效果，发觉缺乏之处准时弥补，并对培训规划加以改良，每月定期找员工谈心做思想工作，了解他们近期的工作状况从中发觉问题解决问题。

3、结合工作实际加强培训，目的是为了工作效率，使治理更加标准有效。并结合日常__案例分析的形式进展剖析，使员工对日常效劳有了全新的熟悉和理解，在日常效劳意识上形成了全都。

三、工作中存在缺乏

1、在工作的过程中不够细节化，工作安排不合理，工作较多的状况下，主次不是很清楚。

2、部门之间欠缺沟通，经常是出了事以后才发觉问题的存在。

3、培训过程中互动环节不多，削减了生气和活力。

四、今后努力方向

展望未来，我们还有很长的路去走，我们肯定会更加的努力，一起为我们的企业制造出更辉煌的成绩。给我们的顾客带来更好的效劳。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/428075122026006061>