

店长工作计划模板 (34 篇)

精选店长工作计划模板 (通用 34 篇)

精选店长工作计划模板 篇 1

一、了解公司年度市场开发计划

了解公司年度市场开发计划，主要应了解以下方面的内容：增加店铺的数量；扩大单店面积的多少；提升单店增长率的计划；折扣促销、赠送礼品、VIP 客户管理计划；地域倾向计划；价格调整计划；广告及媒体宣传计划；上一年度本季资料等。

二、了解设计师对新一季产品的整体设计规划

服装设计师在入行新一季产品设计时，陈列师淘宝开店能赚钱吗要做的并不是等待，而应该随时了解服装设计师的思路及进展，与此同时，启动新一季终端陈列策划案。

三、了解新一季的面料订货及生产安排表

品牌每一季的面料订货种类通常比较繁多，有时数量会超过百种，此外面料的成分、订货量的多少、到货日期、针对面料的设计方向等都是陈列师必须掌握的信息。仅凭头脑是不可能全部记住这些信息的，也无法完全用色彩、图案等来分辨，陈列师应该按照公司统一的编号与其他部门沟通，提高工作效率，同时避免不必要的麻烦。有了这些信息，该产品系列的上市时间，卖场由哪些面料、服装组成，店铺的大概布局和构思就应运而生。

四、了解新品上市计划，入行色系整合

在进行陈列策划的过程中，有一个很重要的程序，即面对上百种面料进行色系整合。服装设计师在进行服装设计的时候不怎样进行网上开店是已经有色彩搭配方案了吗？没错，服装设计师在设计服装的时候一定会有一套色彩搭配方案，但仅有一套而已。作为陈列师，只有一种搭配方案远远不够，因为服装设计师的搭配方案不一定能够应对所有店铺的实际情况，不一定能被市场认可，这时第一反应就是通过更改陈列促进销售，这便是陈列师所准备的第二方案、第三方案大显身手的时候。

五、了解当季库存成衣数量及清减计划表

成衣库存分为两种，一种是销售较好的畅销库存，一种是销售不好的滞销库存。畅销库存自然不必担心，关键在于滞销库存。如何将这些卖得不好的款式与新一季的货品重新组合，带动滞销库存的销售，这是陈列设计师必须考虑的。陈列师有责任通过自己的二次陈列搭配、组合设计为公司清减成衣库存。比如增加上衣与配饰

的组合搭配方案 dnf 怎么开店，增加裤装的搭配、配饰的作用等。

六、了解库存面料及清减计划表

当年非常受欢迎的面料，企业可能会进行大量采购，这种做法很可能导致第二年面料有剩余，企业会将剩余的面料继续设计、生产成好卖的款式。陈列师此时要做的是掌握这些剩余面料的数量，通过剩余面料数量的多少判断该款服装的生产情况，制定相应的陈列方案。另外，一些曾经不好卖的剩余面料也需要陈列师关注，企业可能将它们重新设计成新的款式、重新加工染色或作为服装的辅料。总之，陈列师要了解它们的动向，因为总有一天，它们会变成成品，成为本季服装系列中的组成部分，而提前规划它们的陈列方式，将决定这些库存能否与新一季服装系列完美融合。

七、了解新一季配饰开发订货计划表

配饰的开发通常由服装设计师完成，但国内很多服装设计淘宝开店成功经验师还不具备这样的能力和精力。如果公司没有专门负责配饰开发的部门，那么这项工作应该由陈列部门承担。至于原因，一句话就可以概括：巧妇难为无米之炊。没有配饰的陪衬，想将陈列做得出色很难。试想一套深色的职业装，如果连胸针、丝巾、包袋这样的小配件都没有，要如何出彩？

配饰开发订货计划表是根据新一季的面料订货、生产安排和新品上市计划制定的。配饰开发最见实力的两点在于：

一是配饰的色彩与本季的服装主推色完全吻合或十分搭调。陈列师提前找到面料的色卡，在开发配饰的时候，把与某一块或某几块面料相匹配的标准色准确地提供给制造商，以免开发出来的配饰无法搭配服装的色彩。

二是要开发专属配饰。CHANEL 一直流传下来的经典配饰之一与服装面料相同质地的山茶花，就是上面所说的专属配饰，这种配如何在阿里巴巴开店饰与服装的搭配完美无缺，并且独一无二。顾客除了选择它以外，再也找不到更加匹配的配饰，这便是服饰搭配的最高境界。

精选店长工作计划模板 篇2

一、了解公司年度市场开发计划

了解公司年度市场开发计划，主要应了解以下方面的内容：增加店铺的数量；扩大单店面积的多少；提升单店增长率的计划；折扣促销、赠送礼品、vip 客户管理计划；地域倾向计划；价格调整计划；广告及媒体宣传计划；上一年度本季资料等。

二、了解设计师对新一季产品的整体设计规划

服装设计师在入行新一季产品设计时，陈列师淘宝开店能赚钱吗要做的并不是等待，而应该随时了解服装设计师的思路及进展，与此同时，启动新一季终端陈列策划案。

三、了解新一季的面料订货及生产安排表

品牌每一季的面料订货种类通常比较繁多，有时数量会超过百种，此外面料的成分、订货量的多少、到货日期、针对面料的设计方向等都是陈列师必须掌握的信息。仅凭头脑是不可能全部记住这些信息的，也无法完全用色彩、图案等来分辨，陈列师应该按照公司统一的编号与其他部门沟通，提高工作效率，同时避免不必要的麻烦。有了这些信息，该产品系列的上市时间，卖场由哪些面料、

服装组成，店铺的大概布局和构思就应运而生。

四、了解新品上市计划，入行色系整合

在进行陈列策划的过程中，有一个很重要的程序，即面对上百种面料进行色系整合。服装设计师在进行服装设计的时候不怎样进行网上开店是已经有色彩搭配方案了吗？没错，服装设计师在计服装的时候一定会有一套色彩搭配方案，但仅有一套而已。作为陈列师，只有一种搭配方案远远不够，因为服装设计师的搭配方案不一定能够应对所有店铺的实际情况，不一定能被市场认可，这时第一反应就是通过更改陈列促进销售，这便是陈列师所准备的第二方案、第三案大显身手的时候。

五、了解当季库存成衣数量及清减计划表

成衣库存分为两种，一种是销售较好的畅销库存，一种是销售不好的滞销库存。畅销库存自然不必担心，关键在于滞销库存。如何将这些卖得不好的款式与新一季的货品重新组合，带动滞销库存的销售，这是陈列设计师必须考虑的。陈列师有责任通过自己的二次陈列搭配、组合设计为公司清减成衣库存。比如增加上衣与配饰的组合搭配方 dnf 怎么开店，增加裤装的搭配、配饰的作用等。

六、了解库存面料及清减计划表

当年非常受欢迎的面料，企业可能会进行大量采购，这种做法很可能导致第二年面料有剩余，企业会将剩余的面料继续设计、生产成好卖的款式。陈列师此时要做的是掌握这些剩余面料的数，通过剩余面料量的多少判断该款服装的生产情况，制定相应的陈列方案。另外，一些曾经不好卖的剩余面料也需要陈列师关注，企业可能将它们重新设计成新的款式、重新加工染色或作为服装的辅料。总之，陈列师要了解它们的动向，因为总有一天，它们会变成成品，成为季服装系列中的组成部分，而提前规划它们的陈列方式，将决定这些库存能否与新一季服装系列完美融合。

七、了解新一季配饰开发订货计划表

配饰的开发通常由服装设计师完成，但国内很多服装设计淘宝开店成功经验师还不具备这样的能力和精力。如果公司没有专门负责配饰开发的部门，那么这项作应该由陈列部门承担。至于原因，一句话就可以概括："巧妇难为无米之炊"。没有配饰的陪衬，想将陈列做得出色很难。试想一套深色的职业装，如果连胸针、丝巾、包袋这样的小配件都没有，要如何出彩？

配饰开发订货计划表是根据新一季的面料订货、生产安和新品上市计划制定的。配饰开发最见实力的两点在于：

一是配饰的色彩与本季的服装主色完全吻合或十分搭调。陈列师提前找到面料的色卡，在开发配饰的时候，把与某一块或某几块面料相匹配的标准色准确地提供给制造商，以免开发出来的配饰无法搭配服装的色彩。

二是要开发专属配饰。chanel 一直流传下来的经典配饰之一与服装面料

相同质地的山茶花，就是上面所说的专属配饰，这种配如何在阿里巴巴开店饰与服装的搭配完美无缺，并且独一无二。顾客除了选择它以外，再也找不到更加匹配的配饰，这便是服饰搭配的最高境界。

精选店长工作计划模板 篇 3

《弟子规》中说：“但力行，不学文，任己见，昧理真”。虽然凭经验可以办成很多事，但要办大事成大功，则必须要有丰富的理论知识不可。因为理论结合实际会如虎添翼。我们渝味晓宇火锅店想要做大做强，无论是企业文化，还是人才战略，或是产品质量，环境、服务等等，其目的只有两个字——“赚钱”，赚了钱养家，要让老板和全体店员都过上幸福生活，此乃真正的开店之道。所以一个店长的第一要务就是为我们店赚到钱，这即是邓小平所教导的：“发展是硬道理”。

下面我以我们渝味晓宇火锅店长的角度，谈一谈我的工作计划。

一、安全、卫生的提高

餐饮业特别是火锅店要取得可喜的成绩，打造品牌和顾客的美誉度，而首先要把顾客的身体健康放在第一位，把餐饮安全和卫生放在第一位。

1、“食品安全”：全民都在关注的一个问题，只要出现一次食品安全事故，金钱损失是小，名誉受损才是大事，所以，食品安全重中之重。首先从采购采买开始，库管验收，货品的保管，加工制作，传菜上菜，严格贯彻执行食品安全相关制度，所有工作责任到人，过程中做好监督检查工作。

确保无事发生。

2、餐厅卫生：卫生检查列为每天工作重点。试想，吃饭的地儿基本卫生都不合格，还谈何食品安全，所以，卫生工作尤为重要。区域卫生责任到人，每天由店长亲自检查卫生，针对不合格处，及

时做出处理。

3、安全工作：

安全事故是最大的费用支出，所以一定要提高员工的安全意识，而且每月必须有一门安全知识培训课，让员工了解遇到紧急事件的处理程序及方法。

二、提高服务质量：

要以员工素质作为切入点提高服务质量，再通过员工的合理招聘、定期与员工进行沟通、降低员工流失，来最终达到人员编制合格标准，只有人够了人好了才能保证服务质量。

每月对全体员工进行有效地培训，月底对培训知识进行考核巩固。

前厅领班参与服务工作，在实践中工作进行示范，对服务技巧进行监督指导。而领班每餐口必须进每个包房三次，由店长和员工监督，加强与客人沟通，增加客源。店长每天参与一线工作，发现每天工作的不足之处，及时进行整改。

三、提高客流：

定期推出新品，加强推销，创造流水。

针对淡季及节假日做相应的优惠活动（例如特价菜品），附加值服务（如消费满 200 加 5 元可赠送冰点）等。增加流水。

四、降低成本：

人员合理编制：根据餐位合理编制各岗位人员，保证质量的情况下让员工有饱和的工作量。

前厅：前厅成本基本不会有太大变化，争取尽量与一线供应商进行合作，把成本降到最低。

采购环节：做到有计划采购，降低采购外出次数，减少油费。定期做市场信息调查，与供货商进行沟通，询问市场行情，稳定菜品价格。每月对供应商进行评估。

验货：每天必须由库管和厨师长亲自验货，对于质量未达标或重量不足的货品及时退回，以免影响菜品出成率。

餐具破损：餐具责任到人，加强餐中餐具破损的检查工作。提高领班的管理监督能力。

五、储存发放问题：

储存时做好明显标识，遵循先进先出原则。出库必须由部门负责人签字核对。

菜品初加工问题：初加工制定初加工工作标准，严格按照出品标准进行加工制作，保证菜品的出成率。

每天由店长、厨师长对间长进行考核评分，主要内容包括量化、出品标准及本间毛利率。

对员工进行有效培训，工作中监督检查菜品边角料的利用情况。

菜品的回收工作：提高员工的回收意识，加强回收菜品的管理工作，有专人负责。但回收工作是建立在食品安全的基础上。

六、菜品销售问题：

1、提高员工的推销技巧，在高成本菜品的推销上加大力度。

2、厨房做好备餐工作，加快出品速度，不要因为出品慢或技能

不熟悉导致退菜和被动打折问题。

3、厨房前厅加强沟通，对急推的菜品加大力度，避免造成浪费现象。

七、设施设备的维护工作：

因为我们渝味晓宇火锅店新开业，设施设备必然都是新的，所以维护工作一定要做好。维修费用也是一笔不小的开支。设施设备责任到人，定期对员工进行设施设备维护知识的培训。定期对设施设备进行检修维护。

以上是我的简要工作计划，我相信，通过我们所有人不懈的努力，一定会将渝味晓宇火锅店做大做强，取得经济效益和品牌效益的双丰收。

请领导多多指点！

精选店长工作计划模板 篇4

今年蛋糕店的经营在自己的管理与员工们的努力下获得了较大的突破，无论是蛋糕品质还是营业额都比往年有了不错的进展，在心情感到愉悦的时候自然也不会忘记通过总结将这份提升蛋糕店效益的经历保留在脑海之中，然而现在摆在面前的难题就是如何将这份优势带入到明年的蛋糕店工作之中，既然获得了披荆斩棘的勇气就应该不断前进才能够取得高业绩的皇冠，为此我制定了这份蛋糕店经营的工作计划并期待明年能够在业绩上有着新一轮的突破。

在蛋糕制作方面还是应该坚持纯手工制作并在外观进行改善，通过往年的经营可以明白我店的糕点味道还是能够得到消费者欢迎的，正因为如此才要保持传统的制作工艺并在味道不受影响的同时改善蛋糕的外观，毕竟比起代表内涵的味道来说外观的好坏其实很容易通过消费者的观察判断出来，结合这点自然需要利用空闲时间多学习其他蛋糕店的管理模式并对其代表商品有所了解，这样的话便能够与糕点师进行交流并学习其他蛋糕店的优势。

蛋糕的包装设计在我看来是当前阶段急需得到改善的地方，虽然从外观上看没有什么值得挑剔的地方却通过老顾客的反馈得知这是不实用的，尤其是想要将蛋糕带至远处很容易因为路途的颠簸导致包装盒不牢固，鉴于以往购买蛋糕的都是附近的居民导致自己并没有考虑过长途携带的问题，但是既然有顾客进行反馈自然就证明他们购买蛋糕有着这方面的需求，所以在明年的蛋糕店工作中自己应该要注重包装盒的牢固性才能够得到这部分顾客的认同感。

蛋糕店的展示窗口要更改现有的布局才能够获得更好的评价，虽然目前蛋糕店的展览布局并不差却也保持这种摆放很长一段时间了，若是因为审美疲劳导致部分顾客无法生起进入蛋糕店内的的心思则是得不偿失的，因此在不影响到日常工作的基础上将展览窗的蛋糕款式进行更改才行，尤其是近期新开发的蛋糕样式用来进行展示无疑能够起到不错的效果，因此明年的蛋糕店管理工作中应该在布局方面多花费心思才能够让顾客感受到我们的诚意。

作为蛋糕店的店长自然希望每年都能够保持高效益的经营优势，

然而为了实现这点仍需在后续的工作中严格执行计划并将蛋糕店经营得更好一些，这样的话纵使无法在效益上超过往年也不会在今后的经营中出现下滑的趋势。

精选店长工作计划模板 篇 5

20__年转眼过去，20__年接着到来。在一年年首接岁末，对20__年作为地区的负责人一年来的工作做个总结，酸甜苦辣、失误与成长、分析与共享自己的经验与教训，希望在20__年能有更多的收获与进步，对公司及自己都有个好的交代。

一、人员方面

1、目前直营店在职人员有31人，储备9人。

(1) 区域人员情况

11年区域总入职68人，现在职31人。有30人先后离开工作岗位，包括7人被辞退(不符合公司要求3人;不符合工作岗位要求4人)，外派到其它片区12人，辞职18人。(10年1月-4月期间的记录不全，会稍有出入)

店长对一个店里面的工作起着至关重要的作用，市场的分析、销量的提高、客诉的处理、店员的培养与管理都是一个店长所直接接触到的工作，没有一个店长是十全十美的。七个店长中各有长短、只要服从管理、不掩饰自己的缺点就可以相互提高共同进步。对一个店长的成长要有耐心。帮助与培养是管理工作的重点，如果有更优秀的来取代不合格的，要做到以事论事，不可以无缘由的几顶帽子给扔过去。

绝大部分员工跟顾客都是很好的，如果在员工间出现了这样那样不和谐的问题，我宁愿相信是管理方面出了问题。所以只要解决好管理方面的问题员工方面是不会出什么问题的。

(2) 区域人员流动情况：

通过图 3，的人员流动量是很大的，当然一个主要的原因与今年 7 月份的验证学历有关。在员工辞职方面主要有以下几个原因：

a、心态原因：当领导给了某个员工很大的工作信心，给了她一个比较不错的承诺让她相当的有成就感，但是某一天她发现这份承诺无法得到兑现，巨大的成就感及信心变成了失落，心理上的失衡会造成其主动辞职。

b、经济原因：无积蓄。缺乏在生活下去的勇气，辞职回家。

c、休息原因：工作无双休日、节假日，一部分员工会在此方面无法做出让步造成辞职。 d、环境原因：宁愿去办公室做文员不想到店里面去。

e、工资原因：有员工会反映无保险无节假日我们的工资不占优势。

f、地域原因：店面位置距离员工租房地地点太远，也会造成辞职。

每个辞职的员工都有自己辞职的不同原因，但是留下来的员工却有留下来的相同原因，爱公司珍惜这份工作的机会。

所以结合以上辞职原因，我们的招聘工作的重点主要放在应届毕业生上，但是如果不重视在员工对公司的感情方面的培训的话，员工的离职率会比较大。

(3) 员工的流失是否会对销售造成很大的影响

结合区域的情况，人员流失对销售情况的影响并不明显，7月份左右因学历等问题上海离职人员 11 人其中包括 3 个店长，当时我们的压力前所未有的大，办公室人员像救火一样从这个店跑到那个店，但是七月份的销量同期相比销的还算可以，一个店里面能够保证有一个比较稳定的店长或老店员应该不存在什么问题。

小结：人员的相对流动会给店里面不断补充新鲜的血液，会让店长及老员工有一种想要表现的欲望，不但不利于懒散气氛的形成反而会对工作积极性起到一定的作用。但是一定要做好员工的储备工作，这样管理方面才不会显得被动。

二、销售、店铺方面

(一)销售情况分析

10 年各店总销量为：一千三百九十六万八千四百三十九元

1、销售情况分析

图表 1 本年度总销量为 13968439 元，销售最好的月份为 10 月份，其次为 11 月份、9 月及 7 月份，所以区域今年的销售旺季基本上就是在 10 月份的前后，与去年相比少了一段时间，去年的销售旺季是集中在 5 月份前后及 10 月份的前后有两段销售旺季期；5 月份拿销售比较稳定及突出的来看，这个月均是两店年度销售最差的月，再结合的实际情况在五月份前后我们的销量一度萎靡不是偶然的，应该是与的举行有着直接的联系，因为在这一段时间里各店有一个共同的反应那就是客流量突然少了很多，尤其是店这个问题非常的突出。而且在这个时间段上不仅我们红木其它的现代家居销售情况

也不理想。

2、各直营店销售情况分析

(1)、由图 1 可以看出在这一年里，销售比较突出的是店，在销售旺季期每个店都有比较好的表现的时候它会有更好的表现，但是它的销量与商场的一些活动直接挂钩，因为它地处比较偏僻，在销售旺季期商场的活动会带来很多的客流，所以它的销量也会明显的上去。

(2)、在图 1 中销售比较平稳的是店，因为它的位置在市中心，客流量相对来说比较稳定，所以除了五月份的突然下降及 11、12 月份的商铺撤场来看它一年的销量都很稳定。

(3)、图 1 中显示区域最有规律及代表性的直营店应该算店，店虽然很小，只有 90 平米。但是从图 1 来看它一年的销售情况非常符合市场规律。它 5 月份前后的销售旺季期及 10 月份前后的销售旺季期都很明显。也就是说在本年度中店还是有两段销售旺季期的。这与它所在商场及商场的位置有很大关系。所以我们在这边的店面如果面积大一点的话，一年里应该会有不错的销量。

(4)、店 7 月份开业以后，销量稳步提高，整个销售趋势来看都很不错，在来年的销售中应该会有很大的潜力及不错的表现。

(5)、在图 1 中年度表现较弱的为店，刚开业但是它开业前两个月的销量不亚于店，所以后期的销售情况还有待观察。

3、3、各店租金情况分析

(1)、本年度在面积最大，租金最高。年销量为 4773466 元，年租金为 1087800 元。年销量租金比为：4.39;09 年度的总销量为 4017736 元，年租金为 865800 元，年销量租金比为 4.64。虽然今年年度销售提高 11.88 个百分点，但是在租金、材质价格及员工工资都同时提高的基础上销量提高度所占的比例非常的小，可以说今年的销量很不理想。(本年度 3 月份装修，影响了一个月的销量)。

(2)、店 7 月份二楼撤的场，没撤场前面积有 1346 平米，租金 117720 元;7 月份撤场后面积 506 元，租金 65974 元。10 年总销量为 3592722 元，年租金为 1153910 元(略有出入)年销量租金比为 3.11。

(3)、店本年度总销量为 844826 元，年度总租金为 160050 元。年销量租金比为：5.28。

(4)、店本年度总销量为 1473202 元，年度总租金为 327600 元。年销量租金比为：4.50。

(5)、店本年度总销量为 1051778 元，年度总租金为 921456 元。年销量租金比为：1.14。

(6)、开业均不到半年时间，在此不做分析。

(二)影响销售的原因分析

产品及店面等原因影响销售情况分析

1、材质原因影响销售情况分析

(1)、各材质年销量占年总销量的百分比红酸枝：45.13%;鸡翅木：31.33%;紫檀：6.315%;越黄：1.765%;布艺：0.87%;工艺品：

1.17%; 螺钿: 0.06%; 花梨木: 13.03%; 围屏: 0.33%。

(2)、各材质销售情况分析

全年红酸枝的销量虽然占主体，但是主体地位不明显。因为酸枝每公斤的价格均在鸡翅木的两倍以上，但是销售比例上只是略高于鸡翅木。并且在全年中有六个月的鸡翅木的月销售总额远远的高于红酸枝的月销售总额分别为 2、4、5、6、7、8 月，鸡翅木的销量占如此高的比例，也会直接影响到我们单月及全年的总销售额。

花梨木从六月份开始上市，在 8.10.11 月份也有不错的表现；紫檀的销量也占据了一定的比例比越黄销的要好，但是总额也不突出。

除家具外，工艺品的销量在布艺、挂屏、围屏里所占的比例最高。

(3)、影响材质销售方面的主要原因及建议

制约酸枝销售情况不理想的原因主要集中在：

- A、不能写学名，让一部分顾客在购买时产生心理抗拒。
- B、订货时不能满足顾客拼板的要求，让部分顾客不放心购买。
- C、红酸枝产品出样过少。

这三方面的原因之所以比较突出主要是因为同商场的其它的红木品牌，他们基本上都能写学名，订货方面的操作也比较灵活。以红酸枝的出样为主，年年红花梨较多，酸枝会在学名上写基材、辅料，显得专业一点。友联(代理商)店里面的产品材质会乱，一律学名标识。但是装修及摆设方面会显得高档。倒是元亨利同样拒绝学名，但是可以承诺顾客的拼板要求，以酸枝产品出样为主。

建议:克服这方面主要措施是提高店内的档次感,现在开的新店整体档次已经上去了很多,而且现在广告推广我们也已经很占优势了。但是在产品布置方面还是存在很多不足。零零散散的不配套产品;新店开张配套过来的鸡翅木与花梨木,首先产品档次感上不去,其次鸡翅木较暗的灰色与花梨木较暗的黄色搭在一起出不来红木那种稳重感觉。

过乱的布艺搭配,不仅无法提高档次反而在视觉上会显乱。布艺配套不宜多,更忌不配套的乱。主打产品上要全要配套,通过陪衬我们的家具而让家具、布艺及店面三者档次感上有一个提升,而现在最大的问题是店面与家具及布艺的凝聚感不强,还有挂屏也有点杂乱。希望能够在发货方面尤其新店的发货方面加强备货方面的沟通。

2、店面原因与销售情况分析

(1)、家具商场情况分析

(2)、红木品牌市场情况

(3)、所在家具商场的情况

A、地处,郊区偏远。07年开业新商场。商场面积位于家具行业之首,商场品牌加上广告宣传力度再加上国际家具村的卖点后期市场应该会不错。

B、店地处普陀区市中心,地段繁华、客流量大;商场07年开业,管理及广告力度都不行。现各商家已开始撤场,楼上只剩下1家楼下有3家。我们现在应该计划撤场时间。

C、店地处普陀区澳门路，此地段人流量也很大，99年开业已有12年的时间，商场比较成熟，商场品牌、广告力度地段都很好。应该会有稳定的销量。建议此商场换一个较大的店面。

D、店地处闵行区吴中路，商场地段也不错。99年开业已有12年的时间，商场成熟，品牌方面也不错。只是在商场比较侧重布艺在家具方面会弱一点。

E、地处浦东杨高南路，郊区偏远。商场02年开业已有9年时间，商场成熟，但是档次不高，美联进驻时间最长有3年的时间。销售情况还不错，后期的销售情况有待观察。F、地处普陀区真北路，新商场10年7月份开业，边上的老商场20__年开业，在上海四家红星美凯龙里算最好的，明年的销售情况应该会有不错的表现。

G、地处浦东沪太路，店面较小，位置郊区偏远。10年5月份开业，新商场。

(4)、所在商场中竞争品牌的市场情况

虽然每家商场都有总结出一家跟我们竞争最为密切的店铺来进行分析，但是在目前的情况下并不是每家商场都存在密切的竞争对手。就拿真北红星来说，半年的销售过程中，只有一个顾客是通过商场过来成交的。其它的都是老顾客及老顾客介绍或通过网站及广告等形式达成成交的。也就是说在成交顾客中基本不存在什么竞争，因为他们是直奔连天红的牌子来的。这与我了解的情况基本相符，真北红星的店长反映的是，在她们的销售过程中除一例在艺尊轩购买好后褪单到我们店里重新购买的顾客外，没有遇到顾客在购买时

拿我们的品牌与其它的品牌做比较的情况出现。这也说明我们在竞争中已经形成了一部分自己特定的顾客群

、竞争原因影响销售情况分析

(1)、同商场内其它品牌的竞争情况

由连天红所在本商场所占的市场情况中可以看出上海的7家直营店，在7家商场中都不是销售最好的品牌，每家商场中销售最好的品牌年销售额都在我们的两倍以上，元亨利、大家之家一家店的年销售比我们七家店在上海的年销售额还要高出很多。这说明我们品牌在上海的市场竞争中只占据了很小的比例。

广告效用让我们的订单数增加了，对于来说销售额却没有增加多少。各店在一年的销售中超过30万的单子一共接了3个，无一单超过40万的。订单数额多数都集中在10万左右，所以要提高我们的市场份额，必须在大顾客的竞争方面增加力度。

(2)、不同区域间的竞争情况

在销售中区域经常会遇到外地的顾客，在09年的顾客中有陕西、东北、昆山、浙江、合肥的等，但今年这种情况已经很少了。所以其它区域我们本品牌也存在竞争的情况，今年的订单中只有两笔外地单一笔是宁波的我们老顾客介绍的，一部分是在宁波成交，一部分我们通过电话在上海成交。一笔是昆山的，顾客在我们店了解的产品。最后成交是店里面的店员与师傅坐车去昆山签的合同。这两笔也是可以在外地成交的但是为了增加上海的营业额最后还是在落单了，当然还有几笔是顾客直接到外地成交的。因此随着直营店不断在其它城市陆续的开业，这边会转介绍到其它区域一部分顾客，但是其它区域转介绍到的顾客微乎其微。 质量原因影响销售情况

在商品质量方面通过跟店里面师傅的沟通及对其他品牌的了解及观察，我们一直处在一个比上不足比下有余的情况。主要是在细节方面的处理上不到位，一年中所表现出来的主要方面有：

1)、高低脚的情况较严重，如果是普通的桌椅店里面的师傅可以解决。但是出现在铜件包脚的家具上面就很难解决。一批货里面会出现多件家具存在高低脚的情况。

2)、隼卯结构，部分家具隼卯结构不配套。卯过大隼过小，卯眼多出的地方用木屑来填补，百联店已有顾客反映此问题。师傅也感觉到了此问题的严重性。

3)、拼板，桌面多次出现5厘米左右的拼板。已有因此情况造成顾客退货的情况出现。

4)、色差，较大的色差现象依然存在。

5)、过大的收缩缝影响产品的美观。

总之，产品的质量在不断的提高，大家有目共睹。但是在细节方面的处理上还有待加强，从整体来看我们的家具质量让大部分的顾客都很满意，尤其是雕刻方面。加强产品的质量，把好产品的出厂关同时降低售出产品出现质量问题的情况。会让顾客对我们的产品更有信心，从而不断的提高销量。

小结：

通过以上分析，影响年销售额在这方面的主要原因有以下几点：

1)、由于部分商场偏僻及无广告投入影响到了我们的销售。在五月份显得非常明显，月星店在五月份时通过图 1 可以看到有个明显的上冲，这是因为月星商场的位置不偏而且商场有自己的活动、广告推广。

2)、五月份的世博会对我们五月份的销售造成了一定的冲击。除月星在五月份有一段小小的上冲外，其它几家店在五月份无一例外的销售萎缩，百联店跟吉盛伟邦店表现的尤为明显。

3)、在上海同商场的红木品牌竞争中我们不占优势，面对上海的本土品牌及其它品牌的竞争，我们的优势不突出。尤其是在大顾客的竞争上就更显被动。在年销售过千的店面中，她们都有自己过百万的大订单，而我们过 40 万的订单都绝迹，这是我们提高销量的一个突破点，也是一个值得思考的问题。

4)、产品的配套不全、店内样品不全、订货时间的过长以及过多的鸡翅木、花梨木的出样也是影响到我们销售的一方面原因。

5)、连天红其它区域直营店的增多分解掉了我们一部分顾客。

6)、产品质量问题的出现降低顾客对我们产品的信心，影响再次购买及介绍朋友过来购买。

、顾客原因影响销售情况

(1)、成交顾客总分析

由图表四可以得出我们成交的顾客中所占比例最大的一部分是通过广告及网站成交的，这部分顾客在一年成交的顾客总数中占了31.97%，仅次于这部分的是我们的老顾客，老顾客的比例占了一年中成交顾客比例的30.15%，其次是通过所在商场找来的顾客达成成交的，这一部分的比例为24.09%；当然通过老顾客、朋友介绍达成成交的比例虽然排在最后，但是这块比例也不可小看，它也占了12.73%，那么随着我们顾客的不断积累及店面开业时间的增长，相信这个比例也会相应的增长。

精选店长工作计划模板 篇6

一、人员方面

1、目前直营店在职人员有31人，储备9人。

(1)区域人员情况

11年区域总入职68人，现在职31人。有30人先后离开工作岗位，包括7人被辞退(不符合公司要求3人;不符合工作岗位要求4人)，外派到其它片区12人，辞职18人。(10年1月-4月期间的记录不全，会稍有出入)

店长对一个店里面的工作起着至关重要的作用，市场的分析、销量的提高、客诉的处理、店员的培养与管理都是一个店长所直接接触到的工作，没有一个店长是十全十美的。七个店长中各有长短、只要服从管理、不掩饰自己的缺点就可以相互提高共同进步。对一个店长的成长要有耐心。帮助与培养是管理工作的重点，如果有更优秀的来取代不合格的，要做到以事论事，不可以无缘由的几顶帽

子给扔过去。

绝大部分员工跟顾客都是很好的，如果在员工间出现了这样那样不和谐的问题，我宁愿相信是管理方面出了问题。所以只要解决好管理方面的问题员工方面是不会出什么问题的。

(2) 区域人员流动情况：

通过图 3，的人员流动量是很大的，当然一个主要的原因与今年 7 月份的验证学历有关。在员工辞职方面主要有以下几个原因：

a、心态原因：当领导给了某个员工很大的工作信心，给了她一个比较不错的承诺让她相当的有成就感，但是某一天她发现这份承诺无法得到兑现，巨大的成就感及信心变成了失落，心理上的失衡会造成其主动辞职。

b、经济原因：无积蓄。缺乏在生活下去的勇气，辞职回家。

c、休息原因：工作无双休日、节假日，一部分员工会在此方面无法做出让步造成辞职。 d、环境原因：宁愿去办公室做文员不想到店里面去。

e、工资原因：有员工会反映无保险无节假日我们的工资不占优势。

f、地域原因：店面位置距离员工租房地地点太远，也会造成辞职。

每个辞职的员工都有自己辞职的不同原因，但是留下来的员工却有留下来的相同原因，爱公司珍惜这份工作的机会。

所以结合以上辞职原因，我们的招聘工作的重点主要放在应届毕业生上，但是如果不重视在员工对公司的感情方面的培训的话，员工的离职率会比较大。

(3) 员工的流失是否会对销售造成很大的影响

结合区域的情况，人员流失对销售情况的影响并不明显，7月份左右因学历等问题上海离职人员 11 人其中包括 3 个店长，当时我们的压力前所未有的大，办公室人员像救火一样从这个店跑到那个店，但是七月份的销量同期相比销的还算可以，一个店里面能够保证有一个比较稳定的店长或老店员应该不存在什么问题。

小结：人员的相对流动会给店里面不断补充新鲜的血液，会让店长及老员工有一种想要表现的欲望，不但不利于懒散气氛的形成反而会对工作积极性起到一定的作用。但是一定要做好员工的储备工作，这样管理方面才不会显得被动。

二、销售、店铺方面

(一)销售情况分析

10 年各店总销量为：一千三百九十六万八千四百三十九元

1、销售情况分析

图表 1 本年度总销量为 13968439 元，销售最好的月份为 10 月份，其次为 11 月份、9 月及 7 月份，所以区域今年的销售旺季基本上就是在 10 月份的前后，与去年相比少了一段时间，去年的销售旺季是集中在 5 月份前后及 10 月份的前后有两段销售旺季期；5 月份拿销售比较稳定及突出的来看，这个月均是两店年度销售最差的月，再结合的实际情况在五月份前后我们的销量一度萎靡不是偶然的，应该是与的举行有着直接的联系，因为在这一段时间里各店有一个共同的反应那就是客流量突然少了很多，尤其是店这个问题非常的突出。而且在这个时间段上不仅我们红木其它的现代家居销售情况

也不理想。

2、各直营店销售情况分析

(1)、由图 1 可以看出在这一年里，销售比较突出的是店，在销售旺季期每个店都有比较好的表现的时候它会有更好的表现，但是它的销量与商场的一些活动直接挂钩，因为它地处比较偏僻，在销售旺季期商场的活动会带来很多的客流，所以它的销量也会明显的上去。

(2)、在图 1 中销售比较平稳的是店，因为它的位置在市中心，客流量相对来说比较稳定，所以除了五月份的突然下降及 11、12 月份的商铺撤场来看它一年的销量都很稳定。

(3)、图 1 中显示区域最有规律及代表性的直营店应该算店，店虽然很小，只有 90 平米。但是从图 1 来看它一年的销售情况非常符合市场规律。它 5 月份前后的销售旺季期及 10 月份前后的销售旺季期都很明显。也就是说在本年度中店还是有两段销售旺季期的。这与它所在商场及商场的位置有很大关系。所以我们在这边的店面如果面积大一点的话，一年里应该会有不错的销量。

(4)、店 7 月份开业以后，销量稳步提高，整个销售趋势来看都很不错，在来年的销售中应该会有很大的潜力及不错的表现。

(5)、在图 1 中年度表现较弱的为店，刚开业但是它开业前两个月的销量不亚于店，所以后期的销售情况还有待观察。

3、3、各店租金情况分析

(1)、本年度在面积最大，租金最高。年销量为 4773466 元，年租金为 1087800 元。年销量租金比为：4.39;09 年度的总销量为 4017736 元，年租金为 865800 元，年销量租金比为 4.64。虽然今年年度销售提高 11.88 个百分点，但是在租金、材质价格及员工工资都同时提高的基础上销量提高所占的比例非常的小，可以说今年的销量很不理想。(本年度 3 月份装修，影响了一个月的销量)。

(2)、店 7 月份二楼撤的场，没撤场前面积有 1346 平米，租金 117720 元;7 月份撤场后面积 506 元，租金 65974 元。10 年总销量为 3592722 元，年租金为 1153910 元(略有出入)年销量租金比为 3.11。

(3)、店本年度总销量为 844826 元，年度总租金为 160050 元。年销量租金比为：5.28。

(4)、店本年度总销量为 1473202 元，年度总租金为 327600 元。年销量租金比为：4.50。

(5)、店本年度总销量为 1051778 元，年度总租金为 921456 元。年销量租金比为：1.14。

(6)、开业均不到半年时间，在此不做分析。

(二)影响销售的原因分析

产品及店面等原因影响销售情况分析

1、材质原因影响销售情况分析

(1)、各材质年销量占年总销量的百分比红酸枝：45.13%;鸡翅木：31.33%;紫檀：6.315%;越黄：1.765%;布艺：0.87%;工艺品：

1.17%; 螺钿：0.06%; 花梨木：13.03%; 围屏：0.33%。

(2)、各材质销售情况分析

全年红酸枝的销量虽然占主体，但是主体地位不明显。因为酸枝每公斤的价格均在鸡翅木的两倍以上，但是销售比例上只是略高于鸡翅木。并且在全年中有六个月的鸡翅木的月销售总额远远的高于红酸枝的月销售总额分别为 2、4、5、6、7、8 月，鸡翅木的销量占如此高的比例，也会直接影响到我们单月及全年的总销售额。

花梨木从六月份开始上市，在 8.10.11 月份也有不错的表现；紫檀的销量也占据了一定的比例比越黄销的要好，但是总额也不突出。

除家具外，工艺品的销量在布艺、挂屏、围屏里所占的比例最高。

(3)、影响材质销售方面的主要原因及建议

制约酸枝销售情况不理想的原因主要集中在：

- A、不能写学名，让一部分顾客在购买时产生心理抗拒。
- B、订货时不能满足顾客拼板的要求，让部分顾客不放心购买。
- C、红酸枝产品出样过少。

这三方面的原因之所以比较突出主要是因为同商场的其它的红木品牌，他们基本上都能写学名，订货方面的操作也比较灵活。以红酸枝的出样为主，年年红花梨较多，酸枝会在学名上写基材、辅料，显得专业一点。友联(代理商)店里面的产品材质会乱，一律学名标识。但是装修及摆设方面会显得高档。倒是元亨利同样拒绝学名，但是可以承诺顾客的拼板要求，以酸枝产品出样为主。

建议:克服这方面主要措施是提高店内的档次感,现在开的新店整体档次已经上去了很多,而且现在广告推广我们也已经很占优势了。但是在产品布置方面还是存在很多不足。零零散散的不配套产品;新店开张配套过来的鸡翅木与花梨木,首先产品档次感上不去,其次鸡翅木较暗的灰色与花梨木较暗的黄色搭在一起出不来红木那种稳重感觉。

过乱的布艺搭配,不仅无法提高档次反而在视觉上会显乱。布艺配套不宜多,更忌不配套的乱。主打产品上要全要配套,通过陪衬我们的家具而让家具、布艺及店面三者档次感上有一个提升,而现在最大的问题是店面与家具及布艺的凝聚感不强,还有挂屏也有点杂乱。希望能够在发货方面尤其新店的发货方面加强备货方面的沟通。

2、店面原因与销售情况分析

(1)、家具商场情况分析

(2)、红木品牌市场情况

(3)、所在家具商场的情况

A、地处,郊区偏远。07年开业新商场。商场面积位于家具行业之首,商场品牌加上广告宣传力度再加上国际家具村的卖点后期市场应该会不错。

B、店地处普陀区市中心,地段繁华、客流量大;商场07年开业,管理及广告力度都不行。现各商家已开始撤场,楼上只剩下1家楼下有3家。我们现在应该计划撤场时间。

C、店地处普陀区澳门路，此地段人流量也很大，99年开业已有12年的时间，商场比较成熟，商场品牌、广告力度地段都很好。应该会有稳定的销量。建议此商场换一个较大的店面。

D、店地处闵行区吴中路，商场地段也不错。99年开业已有12年的时间，商场成熟，品牌方面也不错。只是在商场比较侧重布艺在家具方面会弱一点。

E、地处浦东杨高南路，郊区偏远。商场02年开业已有9年时间，商场成熟，但是档次不高，美联进驻时间最长有3年的时间。销售情况还不错，后期的销售情况有待观察。 F、地处普陀区真北路，新商场10年7月份开业，边上的老商场20__年开业，在上海四家红星美凯龙里算最好的，明年的销售情况应该会有不错的表现。

G、地处浦东沪太路，店面较小，位置郊区偏远。10年5月份开业，新商场。

(4)、所在商场中竞争品牌的市场情况

虽然每家商场都有总结出一家跟我们竞争最为密切的店铺来进行分析，但是在目前的情况下并不是每家商场都存在密切的竞争对手。就拿真北红星来说，半年的销售过程中，只有一个顾客是通过商场过来成交的。其它的都是老顾客及老顾客介绍或通过网站及广告等形式达成成交的。也就是说在成交顾客中基本不存在什么竞争，因为他们是直奔连天红的牌子来的。这与我了解的情况基本相符，真北红星的店长反映的是，在她们的销售过程中除一例在艺尊轩购买好后褪单到我们店里重新购买的顾客外，没有遇到顾客在购买时拿我们的品牌与其它的品牌做比较的情况出现。这也说明我们在竞争中已经形成了一部分自己特定的顾客群、竞争原因影响销售情况分析

(1)、同商场内其它品牌的竞争情况

由连天红所在本商场所占的市场情况中可以看出上海的 7 家直营店，在 7 家商场中都不是销售最好的品牌，每家商场中销售最好的品牌年销售额都在我们的两倍以上，元亨利、大家之家一家店的年销售比我们七家店在上海的年销售额还要高出很多。这说明我们品牌在上海的市场竞争中只占据了很小的比例。

广告效用让我们的订单数增加了，对于来说销售额却没有增加多少。各店在一年的销售中超过 30 万的单子一共接了 3 个，无一单超过 40 万的。订单数额多数都集中在 10 万左右，所以要提高我们的市场份额，必须在大顾客的竞争方面增加力度。

(2)、不同区域间的竞争情况

在销售中区域经常会遇到外地的顾客，在 09 年的顾客中有陕西、东北、昆山、浙江、合肥的等，但今年这种情况已经很少了。所以其它区域我们本品牌也存在竞争的情况，今年的订单中只有两笔外地单一笔是宁波的我们老顾客介绍的，一部分是在宁波成交，一部分我们通过电话在上海成交。一笔是昆山的，顾客在我们店了解的产品。最后成交是店里面的店员与师傅坐车去昆山签的合同。这两笔也是可以在外地成交的但是为了增加上海的营业额最后还是在落单了，当然还有几笔是顾客直接到外地成交的。因此随着直营店不断在其它城市陆续的开业，这边会转介绍到其它区域一部分顾客，但是其它区域转介绍到的顾客微乎其微。 质量原因影响销售情况

在商品质量方面通过跟店里面师傅的沟通及对其他品牌的了解及观察，我们一直处在一个比上不足比下有余的情况。主要是在细节方面的处理上不到位，一年中所表现出来的主要方面有：

1)、高低脚的情况较严重，如果是普通的桌椅店里面的师傅可以解决。但是出现在铜件包脚的家具上面就很难解决。一批货里面会出现多件家具存在高低脚的情况。

2)、隼卯结构，部分家具隼卯结构不配套。卯过大隼过小，卯眼多出的地方用木屑来填补，百联店已有顾客反映此问题。师傅也感觉到了此问题的严重性。

3)、拼板，桌面多次出现5厘米左右的拼板。已有因此情况造成顾客退货的情况出现。

4)、色差，较大的色差现象依然存在。

5)、过大的收缩缝影响产品的美观。

总之，产品的质量在不断的提高，大家有目共睹。但是在细节方面的处理上还有待加强，从整体来看我们的家具质量让大部分的顾客都很满意，尤其是雕刻方面。加强产品的质量，把好产品的出厂关同时降低售出产品出现质量问题的情况。会让顾客对我们的产品更有信心，从而不断的提高销量。

小结：

通过以上分析，影响年销售额在这方面的主要原因有以下几点：

1)、由于部分商场偏僻及无广告投入影响到了我们的销售。在五月份显得非常明显，月星店在五月份时通过图 1 可以看到有个明显的上冲，这是因为月星商场的位置不偏而且商场有自己的活动、广告推广。

2)、五月份的世博会对我们五月份的销售造成了一定的冲击。除月星在五月份有一段小小的上冲外，其它几家店在五月份无一例外的销售萎缩，百联店跟吉盛伟邦店表现的尤为明显。

3)、在上海同商场的红木品牌竞争中我们不占优势，面对上海的本土品牌及其它品牌的竞争，我们的优势不突出。尤其是在大顾客的竞争上就更显被动。在年销售过千的店面中，她们都有自己过百万的大订单，而我们过 40 万的订单都绝迹，这是我们提高销量的一个突破点，也是一个值得思考的问题。

4)、产品的配套不全、店内样品不全、订货时间的过长以及过多的鸡翅木、花梨木的出样也是影响到我们销售的一方面原因。

5)、连天红其它区域直营店的增多分解掉了我们一部分顾客。

6)、产品质量问题的出现降低顾客对我们产品的信心，影响再次购买及介绍朋友过来购买。

精选店长工作计划模板 篇 7

一名店长，必须要带领自己的店员去把销售做好，去在一年里完成年度的目标，作出业绩，而新的 20__ 年也是快要来了，作为房产销售的店长，我也是要在这时候对我来年的一个工作好好的计划下。

在销售方面，我要根据我们店面的一些房源，做好销售的规划，把年度的目标分解到每一个月，每一个人身上。大家一起努力，去把销售做好，根据一些节庆或者房子的情况，做一些促销，以及买房送礼，购房有奖的活动，来刺激客户的购买欲。同时在销售的过程中，也是要多宣传，让更多的人知道我们店面，了解到我们店面是有哪些房源出售的，多和客户去沟通，一些有意向的客户要跟紧，了解他们的想法，对于他们的疑问也是要去解决，尽可能的留住，让客户在我们店面购买。

开拓房源，只有店面的房源是充足的，那么客户也是有更多的选择，同时当客户想要在附近买房的时候，也是只能来找我们店面，所以新的一年我要继续的开拓房源，尽可能的把周边的房源都收上来，让客户知道我们店，会来我们店看房子。特别是附近一些优质的房源更是需要去抢到，不能被竞争对手给抢先了，同时对于业主，我们也是要提供更加优惠的方式，让他们把房源放到我们店面来。

店铺管理方面，我要积极的培训店员，了解他们的工作情况，督促他们去做好销售的工作，对于有困难的也是要及时的帮忙，了解他们，让他们愿意为店面而做销售，这样更加的主动，而不是被动的工作，那样的话也是没有动力，没办法去把工作给做好的，特别是对于新来的店员更是要做好培训，鼓励他们去销售，把工作给做好，管理方面我的经验不是很足，我也是要去向其他的店长学习，多沟通，了解该如何的做好，争取在新的一年里管理上我是有进步，并能把销售给做好的。

个人也是要在新的一年多去学习，无论是管理方面或者个人的成长，都是要努力的，既然作为店长，那么更是需要努力进步，让自己变得更优秀，这样才能把店员给带好了，一起去把店里面的销售业绩给作出成就来，多去和其他店长沟通，多看书，在网上学习要用到的管理知识和销售技巧，团结整个店铺的一个力量，在新的20__年一起去做好房产的销售工作。

精选店长工作计划模板 篇8

作为一名店长，要搞好店内团结，指导并参与店内的各项工作，及时准确的完成各项报表，带领店员完成上级下达的销售任务并激励员工，建立和维护顾客档案，协助开展顾客关系营销，保持店内的良性库存，及时处理顾客投诉及其他售后工作。

一、早会——仪容仪表检查，开心分享工作心得及服务技巧，昨日业绩分析并制定今日目标，公司文件通知传达。

二、在销售过程中尽量留下顾客的详细资料，资料中应详细记载顾客的电话、生日和所穿尺码。可以以办理贵宾卡的形式收集顾客资料，并达成宣传品牌，促成再次购买的目的，店内到新款后及时通知老顾客（但要选择适当的时间段，尽量避免打扰顾客的工作和休息），既是对老顾客的尊重也达到促销的目的，在做好老顾客维护的基础上发展新顾客。

三、和导购一起熟知店内货品的库存明细，以便更准确的向顾客推荐店内货品（有些导购因为不熟悉库存情况从而像顾客推荐了没有顾客适合的号码的货品造成销售失败）。及时与领导沟通不冲

及调配货源。

四、做好货品搭配，橱窗和宣传品及时更新，定时调场，保证货品不是因为卖场摆放位置的原因而滞销。指导导购做好店内滞销品和断码产品的适时推荐，并与领导沟通滞销货品的具体情况以便公司及时的采取相应的促销方案。

五、调节卖场气氛，适当的鼓励员工，让每位员工充满自信，积极愉快的投入到工作中。销售过程中，店长和其他店员要协助销售。团结才是做好销售工作的基础。

六、导购是品牌与消费者沟通的桥梁，也是品牌的形象大使，从店长和导购自身形象抓起，统一工作服装，时刻保持良好的工作状态，深入了解公司的经营理念以及品牌文化，加强面料、制作工艺、穿着保养等专业知识，了解一定的颜色及款式搭配。最主要的是要不断的提高导购的销售技巧，同事之间互教互学，取长补短。

七、做好与店员的沟通，对有困难的店员即使给予帮助和关心，使其更专心的投入工作。做到公平公正，各项工作起到带头作用。

八、工作之余带领大家熟悉一些高档男装及男士饰品（如：手表、手包、皮鞋、男士香水、）甚至男士奢侈品品牌（如：LV、Zejna、ARMANI、HUGOBOSS 等）的相关知识，这样与顾客交流时会有更多的切入点，更大程度的赢得顾客的信赖。

欢迎大家参考

精选店长工作计划模板 篇9

营业前的准备工作要充分

早晨出门之前请检查是否遗忘了“更衣柜的钥匙”和自己的身

份证——“胸卡”。

当药店店长跨出家门时，就意味着新的'一天开始了，在保持心情愉快的同时，应提前 20 分钟到店。从职工进出口入店并向值勤人员出示“工作证或入店许可证”，然后亲自打出勤卡，同事们见面应互相问候“你好”。

换上工作服的同时，别忘了将胸卡配带在左胸部，然后再一次检查自身的仪容仪表。要知道“人是永远没有第二次机会创造第一次印象的”，给顾客良好的接触印象也就意味着销售成功了一半。

倒班制的药店店长还应注意：除早晨上班，在中午交接班时应提前 30 分钟到岗，因为你还担任着清点药品的重要工作。

精选店长工作计划模板 篇 10

一、店长应具备的基本素质：

1、能够充分了解药店的经营现状、品种类型、服务水平，以及本分店未来发展方向等情况，负责制定本店完善的工作流程和服务体系，并依据经营方针与目标建立药店服务管理制度。

2、能够了解行业的常用术语和管理的基本知识和技能，如药品的毛利率、动销率、动销周期、POP 等一些管理上的术语和知识。

3、能够了解一般的药品知识。店长要掌握经营药品的名称、规格、价格、特征、产地、品牌、制造流程、原料、使用方法及储存方法等。

4、能够清楚掌握竞争对手的情况，掌握药店服务信息反馈的分析和总结。药店店长应随时留意竞争对手的举动和经营状态，如销售额、市场活动、价格变动、新品上市、人员变动等。

5、能够明确自己的工作职责与工作规范。

6、能够了解顾客特性与其购买心理。药店店长应能够站在顾客的立场上去体会他们的需求并了解顾客的需求特征。

7、掌握一定的销售服务技巧。要成为一名优秀的药店店长，必须对销售工作有一个新的认识，不能仅停留在狭义的传统观念里，应该努力学习并灵活运用接待顾客时的基本用语、应对技巧及处理顾客抱怨方法等，并将经验积累传授给店助或柜组长或店员，以提高药店整体水平。

二、基本职责

1、公司各项指令和规定的宣布与执行。

传达、执行公司的各项指令和规定；负责解释各项规定等。

2、完成公司下达的各项经营指标。

经营指标的主要目标包括：营业目标、毛利目标、费用目标及利益目标。店长应根据公司下达的各项经营指标，

3、掌握药店销售动态，调整经营品种结构。

店长要掌握药店商品销售动态，并根据销售动态，调整经营品种结构，建立客户需求登记簿，凡是顾客有所需求的品种，都一丝不苟的登记并组织进货。通常首次数量不宜太多，售完再进，根据销售速度来决定进货量。凡是打开销路的品种，方可进入正常的购进计划中。店长还要掌握每日、每周、每月的销售指标的完成情况，并及时向公司总部汇报本店销售动态、库存情况和新产品引进销售情况等，并对本店的滞销药品淘汰情况提出对策和建议。

4、确定合理的零售价格。

连锁门店可能没有定价权，但可以将周边市场的价格信息如顾客敏感的品种价格信息随时反馈；

店长还要做好各种报表的管理，

5、商品的消耗管理。

店长应针对主要消耗商品进行管理，以将消耗降到最低。

6、做好药品分类管理工作：商品的摆放是一门学问。

不但药品和非药品要严格分区管理，医疗器械也需单独陈列，不能与非药品混淆。为方便销售，一般讲时令畅销品种摆在柜台上层和货架的明显位置（黄金视角）。

7、维护药店的清洁卫生与安全。

（1）店内设备完好率的保持，设备出现故障的修理与更换，主力设备的维护等

（2）药店前场与后场的环境卫生。一般按区域安排，责任到人，由店长落实检查。

（3）在营业结束后，店长应对店内的封闭情况，保安人员的到位情况、消防设施摆放情况等主要环节做最后的核实、确保安全保卫工作万无一失。

8、店内职工的工作安排与管理。

店长应负责考勤的记录、报告，依据工作需要选择和配备人员，对员工仪容、仪表和服务规范执行情况进行监督与管理，建立合理的奖金分配制度，体现“按劳分配、多劳多得”的原则。如有的药店不但在销售额上要做到每个班组单独记账，其它各项工作也指标化（如把销售额、开票笔数、商品摆放、环境卫生、迟到早退都细化成一定比例，用来分配奖金）。通过制度与经济双管齐下，不但激发了员工的热情，药店的各项规章制度、临时工作也能得到及时的贯彻和执行。

9、教育、指导工作的开展。

教育指导员工自觉遵守公司规范，积极开展细致的思想工作，协调人际关系，使员工有一个融洽的工作环境，增强药店的凝聚力。用药学服务拢住每一位顾客的心，这有赖于对店员有效的进行药学知识、服务培训和工作指导的开展。所以我们三立医药正在帮助各位店长对店员进行医学、药学知识的辅导，使店长有了培训工具，新员工入职可以借鉴并使用。

10、职工人事考核、提升、降级和调动。

店长要客观评估员工的表现，实事求是地向公司人事主管部门提交有关员工的人事考核、职工提升、降级和调动的建议。增加考核店员的特殊指标如店员的多销指标和店员的流失指标（员工的四项基本修炼）。所谓多销指标，就是指顾客通过店员的关爱服务后，多增加的销售部分。流失指标，就是那些“空手而归”的顾客数量，接待好“闲逛型”顾客，是药店增加销售的亮点。

11、加强服务质量管理，做好顾客投诉与意见处理工作。

要满足和适应顾客不断增长和变化的需求，就要正确对待、恰当的处理顾客的各种投诉和意见。

同时，保持与顾客经常沟通与交流，深入居民或顾客中倾听他们的意见和要求，随时改进药店的服务。

12、各种信息的书面汇报。

有关竞争店的情况，顾客的意见、商品的信息、员工的思想等各种信息，应及时用书面的形式向总部汇报。

13、意外事件的处理。

店长面对门店各种突发事件如火灾、停电、盗窃、抢劫等，应做出迅速判断并能够迅速处理。

精选店长工作计划模板 篇 11

1、日常工作职责

- 1) 理解品牌的经营方针，依据品牌的特色和风格执行销售策略；
- 2) 遵守公司各项规定，执行上级指示，完成公司下达的任务；
- 3) 负责手机店的日常经营管理工作；
- 4) 监督考核店员（含厂家促销员）的工作表现，及时反映员工动态，并对其进行培训；
- 5) 负责店内手机、卡类、及其它通讯商品盘点工作；
- 6) 负责手机的进、销、存调控工作；
- 7) 负责店面陈列、店容店貌工作；
- 8) 调查竞争对手价格、促销、人流等信息；
- 9) 激发店员工作热情，调节卖场购物气氛；

2、主要工作职责

- 1) 负责公司各项规定及政策、通知精神、制度的传达、解释与

执行；

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/528042007105006073>