

机场商业服务策划书

超市经营管理



2021 年

目录

第一章、超市经营	3
(一) 经营策略	3
(二) 超市标准化建设的主要内容	6
1、建立先进的数据信息体系	6
2、建立规范的管理制度体系	7
3、建立有效的商品流通体系	8
4、服务标准及内容	9
(三) 超市标准化建设要实现的目标	10
1、完善的服务管理	10
2、科学专业的超市陈列	n
3、最低程度的商品损耗	12
(四) 商品流转管理方案	13
1、商品采购	13
2、商品验收	14
3、商品库存	15
4、商品陈列	16
5、商品销售	18
6、商品盘点	19
7、商品调拨	38
(五) 食品及商品管理	40
1、食品安全置于工作首位	40
2、商品的保管	40
3、商品的销售	41
(六) 经营保证	43
(七) 风险预想与解决方案	44

1、风险分析	44
2、相应规避风险对策	44
(八) 岗位培训内容	45
(九) 各岗位工作进度规划	47
(十) 根据现场布局, 前期需采购清单	48
(4~一) 突发事件应急预案	50
1、超市突发事件应急预案	50
2、火灾应急预案	51
3、食品应急预案	52

第一章、超市经营

（一）经营策略

1、诚信原则：坚守诚信第一，绝不欺骗顾客，保证商品质量，价格优惠。

2、互利原则：根据经营状况不定期将部分利润以多种方式返还给业主，同时，向客户，业主征集意见并及时吸收利用。

价格上：走大众路线，平价销售。

经营上：根据相应的营业数据调整。开业初期，树立超市口碑形象，打开知名度，做好调查工作，创立一些新的经营策略，占领一定市场后，根据经营的大数据科学计算有效合理的增加超市的单品数量，采取货品末尾淘汰制度，不受客户欢迎商品及时下架，增加受客户喜爱的商品。

策略上：

1) 开业期间开展部分批发价销售活动，消费一定金额赠送一些礼品。

2) 在节假日期间开展各种类型的优惠活动，会赠送一些精美小礼品送客户。

3) 不定期的采取问卷调查反馈及随机询问等方式收集数据，了解和改善我们的产品和服务，及时满足所有顾客的需求。

4) 针对线上订单及特殊人群及时备货。

店铺装潢上：

一、外观设计：外观设计包括店名、标志、店招、橱窗设计，突出连锁品牌的统一性，树立品牌形象。

1、店名要求简洁、规范、有寓意。

2、标志要求简单、深刻、创新、有寓意。

3、店招要求简洁、色调鲜艳、视觉冲击力强。正面招牌：指示超市的名称正面位置，侧面招牌：提示过往行人，引导旅客注意力。

4、橱窗设计要求突出主题，面向客流量大的方向。

二、超市出入口设计：满足易进易出。

1、一般超市设置多个出入口，入口尽量设在前面。

2、出入口可放置购物篮、购物车等。

三、店铺内装潢

1、不宜用丰富鲜艳的色彩，以免不同色调分散客户对商品的视觉注意力

(超市部分结构色彩选择见下图)。

2、最好天、地、墙都采用反光性、衬托性强的纯白色(统一色调给人造成较大空间的视觉偏差)。

3、店铺层高一般要求在 3m 左右。

超市部分结构色彩建议:

超市各部分结构	选择色彩原则	建议超市外观色彩
超市外观	明亮、醒目	黄色、蓝色
店内墙壁	洁净、不反光	白色
店内地面	温馨、不反光	米色
天花板	明亮、反光性好	白色
购物篮洁净	鲜艳、易冲洗	蓝色

四、灯光照明设计

1、超市的灯光应采用纯白双管节能日光灯。(双管灯可弥补单管灯直射死角)

2、纯白色最容易反射出商品的原始色。

3、灯管与主货架高度约 0.7m。

4、灯管排列走向应与货架的排列一致,保证正面直射商品。

5、灯光照明度要保证超市足够亮,一般不少于 300lux。

五、收银台设置

1、超市的收银台应设在出口处,最好在购物出口的右边。

2、收银台与最近的货架间的距离不少于 2m。

3、每配置一台收银机,配备一台刷卡机(收银台配置以实际销售而定)。

六、堆头的设置

1、收银台与货架之间一般设置堆头。

2、超市入口通道中间一般设置堆头。

3、超市堆头长宽不超过 1m,高度不超过 1.2m。

七、通道设计

1、超市的通道设计遵循“足够宽、笔直、少拐弯”的原则(但也不宜太长,视店面面积而定)。

2、主通道宽度一般为 1.2-1.8m,副通道一般为 0.9-1.2m (最窄不应少于 0.9m)。

3、通道不能太宽,以免顾客只会选择单侧商品。

八、货架设置

1、货架的布局走向尽量与收银台走向一致。

2、一般超市货架采用背板货架(因超市面积比较小)。

3、根据店内层高设置货架规格。一般,层高 3m 的超市,配置靠边单面货架(长宽高比:900mmX450mmX1800mm)和双面货架(长宽高比:900mmX 900mmX1600mm)。

九、监控设置

1、超市入口:监控入口情况,防止顾客持商品由此离开。

2、超市出口:监控出口情况。防止顾客未经结算便携商品离开。

3、收银台:监督收银员是否尽职尽责,认真办理商品结算业务。

4、开放式货架:监督顾客在开放式货架前的选购情况,防止个别顾客趁机盗窃商品。

5、库房:监督仓库管理及商品运送人员的工作情况,防止个别工作人员利用工作之便“顺手牵羊”。

6、顾客通道:监督顾客、员工的流动情况,确保人员的流动有序和对整体情况的全面掌握。

7、员工通道:监督员工进出工作场地时,是否违反有关禁止随身携带物品的规定,防止盗窃事件的发生。

（二）超市标准化建设的主要内容

1、建立先进的数据信息体系

建立现代先进的超市信息管理系统，不仅可以帮助超市改变传统的经营模式，而且可以通过信息分析、财务分析、商品分析、库存等数据分析等为管理层及时、合理地提供决策和管理依据。该体系可以根据不同岗位特性，提供各种适用的信息。如对于经理，用规范性的指标提供汇总型报表，以客单价、库存周转、促销比重以及历史对比等数据，来引导店长对经营情况做出判断。

先进的信息体系包括：

1) 合理的管理架构。一般来说不少于三层结构，即总部、物流中心和门店（含前台收银系统）的三层管理模式。

2) 规范各项信息管理功能。根据商品信息资料，统一商品的分类、价格和属性，支持商品年、季、月销售分析，对供应商进行分类管理。

3) 强大的报表功能。报表功能不是单一的数据显示，系统能够根据所需要的数据，进行自定义打印，自定义过滤、排序、ABC分析，而且图形分析能自由设置。

4) 能够进行专业的赠品管理，赠品可以跟踪到具体批次的情况。

机场超市标准化建设，首当其冲要解决好信息管理系统，科学分析商品在流通中的进、退、调、存、付是否正常，为日常管理提供信息保障。

2、建立规范的管理制度体系

管理出效益。超市标准化管理制度系统，偏重于定量管理。按照 iso 国际 标准化质量体系的要求，”要做的就要写到”，即要形成可执行的管理文件；”写 到的就要做到”，即严格按管理文件来执行；“做到的就要有效”，即执行活动要 达到预定的目标。管理制度体系建设包括职能、岗位职责、工作程序、业务流 程、服务标准、日常业务操作规范、门店安全管理等方面内容。

1) 部门职能。强调本部门的主要业务范围、责权利关系，有利于下属员工 对本部门的职能有大致的了解。其内容应包括部门概况、组织结构图、部门工 作重点等。

2) 岗位职责。按超市不同的岗位进行罗列，对每一岗位对应的工作进行具 体描述，使员工到岗后即可根据职责的具体要求完成本岗位的各项工作。

3) 工作程序。根据门店的作息规律，将各项工作按照不同时间段明确具体 工作内容，使每一岗位的工作连贯、不走样。

4) 服务标准。定期组织培训，学习社会同行业的服务标准，结合机场超市 的消费群特点，制订特色的服务标准。包括用语规范、服务禁忌、语言仪态标 准、服务标准、电话使用标准、收银员对客户接待礼仪、超市员工服务标准 等。

5) 门店安全管理。根据超市经营特点，制定相应的安全管理制度，包括门 店突发事件安全应急预案、食品安全管理、门店现金安全管理、设备设施安全 管理、员工操作安全管理等方面。

3、建立有效的商品流通体系

采购是超市的源泉，商品流通是超市的后盾。超市要根据环境和客户的需求，切实解决好商品周转率问题。科学的商品物流模式是提高商品流通效率、促进合作伙伴之间的资源整合、优化供应链库存管理、改善 ECR 的有效方法。商品物流模式必须由采购部、门店和供应商三方合力维护。采购应对自己主管的商品定期巡查，不仅要查销售、库存、毛利、采购收入、商品销售状态，还要查物流模式，要检查物流模式是否因季节、销售范围、供应商更换、促销等变化而及时更新，是否符合公司的物流配送要求，商品进、销、存改变时，物流模式是否随之修正，与门店、供应商的信息沟通是否到位。

门店店长则要了解商品的进、销、存、退、调、付的全盘动态，商品在门店的销售状况如何，客户在某一类商品上的选择取向与门店现有商品的差别在哪里，客户对商品的价格反映如何，供应商缺货断货次数与销售的影响关系等，这些一系列的物流因素的收集与反馈都是门店店长应尽的职责。而供应商的商品品质保证、信誉保证又是物流模式至关重要的一环。超市的商品质量、品类品种、商品周转都离不开采购、物流配送，因此，采购和物流配送是超市标准化建设的重要考核指标。

4、服务标准及内容

1) 高质：严格所供货品质量关：保证货品在效期之内；保证无“三无产品”；不向顾客售卖卫生部明令禁止使用的商品；无“QS”标识的直接进口食品 绝不入店。店面环保、清洁，保证广大消费者的身体健康。

2) 实惠：根据季节、进货情况及时调整货品价格，以最优惠的价格服务旅客。

3) 全面：货品齐全，尽量满足顾客的一切的生活需求。

4) 便捷：营业时间与顾客的休息时间契合；

开拓多项便利服务项目，提高服务质量。

5) 高效：服务人员配置数量、设立服务电话、QQ、微信等联系方式满足顾客集中购物或需求服务。

(6) 服务：免费提供、循环使用购物袋和雨具、包装带等应急。

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/565043030201011311>