

# 第七章

## 新零售门店运营与管理

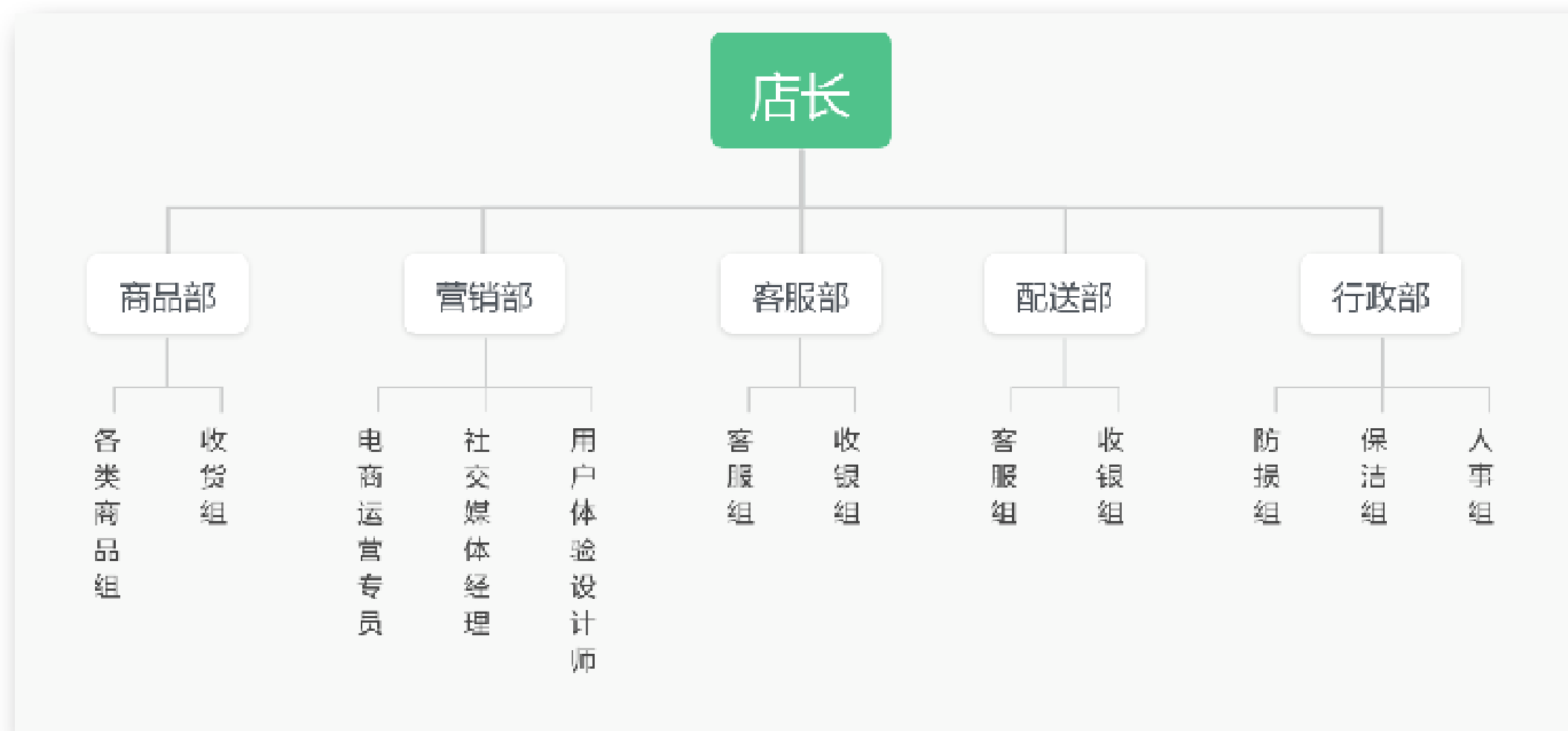
### ○ 7.1 门店日常运营



# 7.1 门店日常运营

## 7.1.1 门店组织结构

规模较大的连锁门店通常采用典型的店长负责制，组织结构以店长为统筹管理的核心，下设商品部、营销部负责日常整理和售卖商品；设客服部、配送部、行政部负责客户的日常维护以及门店的日常行政工作。



# 7.1 门店日常运营

## 7.1.1 门店组织结构

### 1. 店长

工作领域	工作职责	
人员管理	人员培训	内容包括商品知识、顾客销售、陈列，店员的行為规范的督导指导等。
	员工激励	了解、掌握店面人员的思想动态，充分调动其积极性，随时向区域主管上报店员的心理问题。
	员工考勤	负责店面人员的加班申请及本月加班时间的统计，并上报至区域主管。
	店面行为管控	店面人员出勤、仪容的检查监督；对现场各种违章操作的监督处罚。
	售后处理	解决店面的客户投诉，并把处理结果上报至区域主管。
货品管理	货品运作	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 准确把握店面的货品情况，随时了解商品库存信息。</li><li>2. 随时了解店面所需要的货品并与商品管理部沟通。</li></ol>
	货品分析	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 根据店面及竞争对手情况，并及时地向区域主管反馈收集到的商场信息。</li><li>2. 根据收集信息，若临时性的货品需求可直接与公司商品部电话提报。</li><li>3. 负责组织员工共同讨论相关商品的卖点分析。</li></ol>

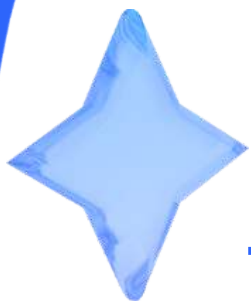
# 7.1 门店日常运营

## 7.1.1 门店组织结构

### 1. 店长

工作领域	工作职责	
卖场管理	氛围营造	店面货品陈列及各类道具的合理摆放，营造门店的舒适销售气氛。
	突发事件	处理店面的临时性问题。
	促销管理	严格执行区域主管关于店面促销活动的各项指令，在活动期间合理安排店面人员的工作。
	店面硬件管理	店面各类硬件设施的维护，店面相关物资的需求提报及领取采购。
	制度落实	准确地理解公司各项规章制度，及时解答店员对规章制度的各类疑问。
	目标落实	负责店面每日各店员销售目标的分解、宣导及完成进度。
	开业准备	带领店员进行店面清洁，及区域主管安排的各项工作。
工作汇报	账务相关	监督店面人员清楚完成每日的销售报表的填写，及月底准确地向公司提报一切公司要求店面完成的相关财务资料。
	每日工作	9：30前向区域主管汇报店面销售数据
	月末工作	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 本月店面加班统计表，下月店面排班表。</li><li>2. 店长上月总结及下月计划。</li><li>3. 店务日志、客流统计表、促销活动统计表。</li></ol>

# 7.1 门店日常运营



## 7.1.1 门店组织结构

### 2.商品部

岗位名称	岗位职责
商品专员	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 商品质量监管：负责所管理商品价格、质量和保质的监督、检查；负责所管理商品的客户商品退换货的校对；负责记录和收集所管理商品的相关变动信息，及时向店长汇报；负责确保所有冷藏库和冷冻库的温度保持正常，所有新鲜加工设备处于良好工作状态。</li><li>2. 卫生情况：负责检查所负责门店区域的环境卫生等，确保公司标准和规范的准确实施，保持商场安全、清洁、清洁、舒适的购物环境。</li><li>3. 制定计划：要完成可持续的、负责任的营销计划，以确定有竞争力的项目，增加销售季节性商品。</li></ol>
库存管理员	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 收货阶段：要确保收货商品的名称和订单一致；要确保收货数量、重量准确无误；要验收生鲜、冷冻等易腐商品。</li><li>2. 存货阶段：要检查商品条形码，保证条形码与商品实物信息相一致；要负责所有验货单据的保存、整理，分类、归档。</li><li>3. 日常卫生：要协助收货区、收货室、周转仓库的清洁卫生，正确保管和使用各种收货设备。</li><li>4. 安全方面：要防止闲杂人员随意进出承接区域，帮助防损员做消防安全的接收区域的工作。</li><li>5. 其他工作：要与供应商保持良好沟通和联系。</li></ol>

# 7.1 门店日常运营



## 7.1.1 门店组织结构

### 3. 营销部

新零售时代营销部不仅要做好门店市场的开拓，还要做好门店的形象策划和包装推介。

营销部一般包含电商运营专员、社交媒体经理、用户体验设计师等。

岗位	岗位职责
电商运营专员	<ol style="list-style-type: none"><li>负责门店线上平台日常运营：包括商品上架、下架、库存管理、售后服务等。</li><li>通过各种推广渠道：如淘宝客、抖音、饿了么、美团等平台，吸引用户访问、转化并购买门店产品。</li><li>监控并分析电商平台的数据：包括流量、转化率、销售额等，提出优化建议，负责制定并执行电商平台的营销策略，提高销售额和用户转化率。</li><li>负责店铺美工及相关设计工作。</li><li>完成上级领导交办的其他相关工作。</li></ol>

# 7.1 门店日常运营

## 7.1.1 门店组织结构

### 4. 客服部

新零售时代的客服部，一方面需要充分利用技术优势，更好地为客户提供差异化服务；另一方面，需要将人工服务投放到更有价值的场景，提升整个门店的服务水平。

岗位名称	岗位职责
客服主管	<ol style="list-style-type: none"><li>1.管理客服团队：负责招聘、培训、绩效考核和团队管理，确保客服团队的工作效率和服务质量。</li><li>2.制定客服相关政策：制定和落实客服相关的政策和流程，确保客服服务符合公司规定和标准。</li><li>3.监督客服工作：监督客服团队的日常工作，确保客户服务满意度。</li><li>4.处理客户投诉：负责处理客户投诉和纠纷，及时作出解决方案，并跟踪问题的解决过程。</li><li>5.提升客服服务质量：建立客服质量评估机制，优化服务流程和提升服务质量。</li><li>6.协调各部门沟通：与销售、采购、物流和其他部门沟通协调，解决客户问题和提升客户满意度。</li><li>7.报告和分析：定期向上级汇报客服工作的情况，对客服绩效进行分析和评估，提出改进建议和方案。</li></ol>

# 7.1 门店日常运营

## 7.1.1 门店组织结构

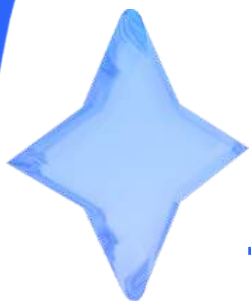
### 5. 配送部

配送部一般包含配货员、配送员、售后客服等岗位。

岗位名称	岗位职责
配货员	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 商品验收：到货通知→准备收货→检验合格→卸车打标→系统录入→放置待入区→验收结束通知入库→保存验收记录。</li><li>2. 商品入库：通知入库→入库准备→入库上架（入位）→系统录入→入库完毕→入库记录。</li><li>3. 商品分拣：汇总门店订单→打印拣货单→整理订单并分类→拣货出库→核对打包→打印出库单→放置汇集核对区→拣货记录。</li><li>4. 商品汇集：根据出库单复核（无误）→入置商品待发区→整理载具（周围筐、笼车）→打印配送单→复核记录。</li><li>5. 商品整理：第一时间整理缺货、断货订单，并通知补货员做好相应的补货准备保证当天的订单可以当天1小时内完成配送。</li><li>6. 其他工作：<ol style="list-style-type: none"><li>1.配合其他部门做后续工作，整齐分类堆放好仓库的产品；</li><li>2.配合售后、订单客服跟单；</li><li>3.空闲配合打包整理货架。</li></ol></li></ol>



# 7.1 门店日常运营



## 7.1.1 门店组织结构

### 6. 行政部

该岗位需要协调各部门之间的日常事务，同时负责员工的招聘、考核等工作。行政部一般包含防损员、保洁员、人事等岗位

岗位	岗位职责
防损员	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 安全管理：要负责本店顾客、员工、收银区、金库、送款、商品及消防和其他固定资产的有效安全管理；每日开店前，检查所有门店安全设施是否正常。每日关店前，需要检查门店各类锁是否关闭。</li><li>2. 监督巡视工作：要做好监督工作，以确保客户货物无遗漏，门店商品没有损失；要做好门店巡视工作，预防偷盗等事件的发生。</li><li>3. 定期检测消防设备：及时消除隐患，配合防损主管对门店员工定期进行消防培训和应急演练。</li><li>4. 紧急情况处理：要处理客户与客户、客户/员工与员工之间的冲突；要负责店内外购物车/车辆的分类和紧急情况的处理，人员疏散。</li><li>5. 做好门店交办的其他工作。</li></ol>

# 7.1 门店日常运营

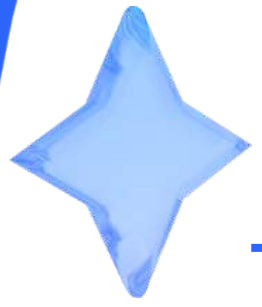
## 7.1.2 门店营业前准备

### 1. 门店清洁

- 把门店营业场地清理干净，做到通道、货架、橱窗无垃圾、无污迹、无纸屑、无杂物、无灰尘
- 将门窗、玻璃、广告招牌擦拭明亮，将顾客可能会使用的物品例如试衣镜、试鞋椅、意见簿等擦拭干净，并放在合适的位置
- 保持室内空气新鲜流通，店长要检查营业照明灯有无故障，如遇当日停电，要准备好其他照明光源，确保门店光亮整洁、空气清新



# 7.1 门店日常运营



## 7.1.2 门店营业前准备

### 2. 营业物品检查

- **店长**：检查门店计算器、销售单、价目表、宣传单等物品是否摆放整齐。检查促销信息，检查商品价格标签和促销活动标识是否正确，避免出现价格错误。检查监控是否正常运行
- **收银员**：检查收银机、POS系统、电脑等设备是否开机并正常运转，确保营业后可以顺利使用。备好足够小面额零钱，并按票值分类存放。
- **导购员**：营业前准备好开票的工具，如圆珠笔、复写纸、开票本等。留意营业用品是否完好，如有污损破裂现象，要及时向店长换领。根据商品特点和需要，准备不同规格的包装材料。

# 7.1 门店日常运营

## 7.1.2 门店营业前准备

### 3. 营业货品准备

- ◆ **复点过夜商品**：对照商品账目，根据商品平时的摆放规律，将过夜商品进行账目清点和检查，以明确责任。
- ◆ **备足商品**：在检查核对前一天所剩商品的基础上，根据自己经营商品的特点和最近市场变化，备足当天所需商品。
- ◆ **检查商品质量**：在补添货物时，一定要认真检查商品有无残损、变质等情况，避免出手后造成退货的麻烦。
- ◆ **检查商品价格标签**：对于附带价格标签的商品，要检查价格标签是否齐全，有无缺签。

搞好商品的陈列摆放：商品陈列应做到“满、全、新、齐、美”原则。



# 7.1 门店日常运营

## 7.1.3 门店日常营业管理

### 1.制定和明确日常重点工作事项

应该涵盖门店运营的关键方面，例如顾客接待、市场营销、员工管理等。

### 2.每个单一事项需明确具体工作步骤与要求

例如，在客户接待方面，可以制定客户咨询、带看房源、签订合同等具体步骤和要求，帮助门店员工有条不紊地完成工作。

### 3.根据实际情况及时调整不合理结构

如果某个工作步骤过于繁琐或低效，可以考虑简化或重新设计。

### 4.持之以恒、务实求真

店长应该持续关注运营流程的执行情况，发现问题并及时解决，门店员工也需要积极配合。通过持之以恒、务实求真的态度，不断提升运营效率和业绩

THANKS

感谢您的观看



# 第七章

## 新零售门店运营与管理

- 7.2 门店人力资源管理
- 7.3 门店紧急预案处理



## 7.2 门店人力资源管理

### 7.2.1 门店招聘

#### 1. 制定招聘计划和策略

招聘计划是基于职位的招聘需要一些前期工作，包括招聘的目标、频道信息的发布、招聘员工的岗位类型、选择程序和时间安排等方面的组织策划。

招聘流程主要涉及提出用人需求、发布招聘信息、收集与筛选招聘信息，邀约面试和人员选拔，最后是确定人员录用，发布录用通知书6个阶段。





## 7.2 门店人力资源管理

### 7.2.1 门店招聘

#### 1. 制定招聘计划和策略

在确定招聘需求中，需要针对岗位和业务特点编写针对性的岗位职责和任职资格。以盒马鲜生“内容策划运营专员”招聘要求为例。

职位	内容策划运营专员（社群方向）
工作地点	上海市
工作职责	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 围绕活跃的目标开展工作，以盒马门店为圆点运营贯穿线上线下的社区，协同全国不同城市的门店开展内容和活动运营；</li><li>2. 制定区域运营规则，用户规范，维护社群良性发展；</li><li>3. 配合商品和促销活动进行话题和栏目更新；</li><li>4. 深入用户，通过数据分析、访谈、线下互动与用户建立联系，挖掘用户需求，提升活跃度。</li></ol>
任职资格	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 2年以上互联网内容社区、电商平台内容工作经验；</li><li>2. 较强的横向协作能力；</li><li>3. 有基本的图片文字处理能力；</li><li>4. 较强数据分析能力，理解电商和社群产品数据。</li></ol>

## 7.2 门店人力资源管理

### 7.2.1 门店招聘

#### 2.发布招聘信息及搜寻候选人信息

组织通过多种渠道向社会发布招聘信息，向社会公布就业计划和要求，确保更多合格人员前来应聘。主流招聘网站对比分析如表所示。

网站	适用岗位	优势	劣势
前程无忧	综合类	简历量较大； 涉及行业较多； 筛选制度较完善；职位比较清晰可靠；	操作页面过于简洁； 非包年会员发布信息有地域限制； 搜索后的职位与关键字匹配程度最低；
智联招聘	综合类	简历量较大； 涉及行业较多； 筛选方便，可以根据岗位需求设置筛选条件，不会出现筛选简陋或者繁琐的情况，使用方便、快捷、明晰	人员素质参差不齐； 专业性、针对性相对较弱； 搜索后的职位与关键字匹配程度最低；

## 7.2 门店人力资源管理

### 7.2.1 门店招聘

#### 2.发布招聘信息及搜寻候选人信息

组织通过多种渠道向社会发布招聘信息，向社会公布就业计划和要求，确保更多合格人员前来应聘。

主流招聘网站对比分析如表所示。

网站	适用岗位	优势	劣势
58同城	综合类	主要针对中小型企业； 价格相对低廉； 主要针对中低端人才； 基层岗位招聘效果好。	筛选制度一般，简历质量较低； 岗位有一定的局限性
拉勾网	互联网	页面简洁明了； 设计岗位简历较多，较为活跃；	有一定的行业和岗位局限，多针对互联网行业， 岗位以设计为主，用户偏年轻
BOSS直聘	互联网	互联网垂直招聘领域APP； 平台上的活跃简历的数量极大； 提供了比较全面的免费服务	有一定的行业和岗位局限； 没有严格的监管体系，虚假、不对称信息很多。

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/638013036044007003>