

新店工作计划（推荐 9 篇）

新店工作计划 第 1 篇

工作中没有计划就像是一团乱麻，不知道从何顺理，只有计划好了，一切才会有规律的进行，所以说工作中离不开工作计划。

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：

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。

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。

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。

以身作则，做员工的表帅。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。

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。

处理好部门间的合作、上下级之间的工作协作，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某某店。

面对 20XX 年的工作，我深感责任重大。要随时保持清醒的头脑，理清明年的工作思路，重点要在以下几个方面狠下功夫：

加强日常管理，特别是抓好基础工作的管理；

对内加大员工的培训力度，全面提高员工的整体素质；

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。

加强和各部门、各兄弟公司的团结协作，创造良好、无间的工作环境，去掉不和谐的音符，发挥员工的工作热情，逐步成为一个优秀的团队。

新店工作计划 第 2 篇

在新的一年将要来临之际，公司也有了新的销售目标，根据我部门目前的状况和发展目标，制定了以下工作计划：

市场分析：

民以食为天，中国餐饮业的发展非常迅速，据统计，其增长率要比他行业搞出十个百分点，现在我国的餐饮业正是迎来一个发展的高峰期，市场潜力很大，前景很是广阔。很多人也看中了这块蛋糕，纷纷挤进了这个行业。在 xx 年以自己的资金优势很快了占领了部分市场，他们主要是依靠订餐来获取利润，但中间环节有很多弊病不好控制；西安美食网一直做的很是低调，目前的盈利主要是依靠和古城热线的合作；xx 年餐饮网媒的老大很有可能是即将启动的吃家网，这个网站筹备了近一年时间，目标是半年内超越 263 好吃网，这个网站的老板是餐饮行业的资深策划人士，掌握了大部分大中型餐饮企业资源，另外他们的资金来源是西旅集团。在平媒方面，《西部美食娱乐》在 08 年提高了整体的广告价格，运营模式保持不变；《三秦美食娱乐》依托省餐饮烹饪协会，但经营状况一直不是很好，发行量也很少；《吃喝玩乐》是西旅集团自己的一份媒体，但给与的资金支持是一年，从 5 月份开始要进入自负盈亏状态，虽然他们有西旅集团的资源支持，但编辑部的人员都是从大众休闲媒体去的，缺乏行业专业人才和运营人才；《吃在陕西》出了几期之后，经营比较困难，主要原因是他们的团队缺乏专业，主编在行业的名声也不太好；《食品界》一直以

来做的比较低调，在经营上主要依靠西饮集团的支持，也算是西饮的一个内刊。

我们的网站首先在域名上占了很大的优势，对于我们以后的长远发展很有帮助，现在主要是我们没有专人去管理经营这块；杂志虽然是个新平台，新的挑战才更有意义，目前我们手头也掌握了一部分意向客户资源，并确定了几个合作伙伴。根据以上情况，20xx 年计划主抓以下三项工作：

一、销售业绩

年计划销售金额 80 万元。

根据年销任务，分解到每个季度，每个月。再根据市场情况制定完整可行的. 销售计划。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及个人，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，根据行业客户需求制定各种专题销售活动，制定奖罚制度及激励方案（根据市场情况及各时间段的实际情况进行）此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对大中型企业实施力度较大的针对性活动，强势推进大客户广告投放。

dm 刊物销售目标 60 万。网站 20 万。

dm 刊物广告销售 30 万，是按照每月 3 万元的销售金额计算的，需要完成一个封面（10100 元）10 个彩版内页（20000 元）；其他 30 万元主要来源与理事单位的理事支持和其他版面销售。理事单位会费计划收取目标

为 20 万，其他版面合作销售为 10 万元，目标客户为旅行社、彩铃装饰等版面认购。

第一季度：理事单位 10 万。dm 广告收入 5 万，网站广告收入 2 万。

第二极度：dm 广告收入 8 万。四五月广告主要来源于餐饮、酒店、旅游；六月主要来源于休闲、旅游；组织特色餐饮旅游活动。网站广告收入 4 万。

第三季度：dm 广告收入 9 万。主要来源于饮料产品、休闲洗浴、旅游。组织特色暑期活动和避暑休闲活动，网站广告收入 8 万。

第四季度：dm 广告收入 8 万。主要来源于餐饮和旅游广告。网站广告收入 6 万。

网站的 20 万销售任务一部分来自与硬性广告，另外一部分是与商家的商业活动合作。

二、团队建设、团队管理、团队培训

根据部门发展需求，计划招聘以下员工：

- 1、文字编辑一名：负责网站专题策划、新闻更新和 dm 文字编辑工作；
- 2、美术编辑一名：负责 dm 刊物排版、后期制作、广告设计等美工类工作；
- 3、业务采编三名：负责 dm 刊物的广告销售和信息采集编工作，配合运营主管做好每个专题策划的销售。

团队工作大致分为四个步骤进行：

1、对新招聘的员工进行量化考核管理，刺激、排查、清除部分能力较低的老员工。

具体执行办法：用一周的时间进行招聘和排查老员工。

2、对于保留下来的人员进行公司经营理念灌输，重点培养其销售能力。

培养新进销售人员熟悉了解原有市场工作并能独立维护。想要开发新客户，就要提早的培养新的销售人员能够对老市场进行有效的维护，只有这样才能有更多的时间放心的开发新的客户。利用 10 天的时间对新入职员工进行系统培训、考核、筛选，确定定岗定人，保证在 3 月 1 日之前所有的岗位人员到位。重点培训广告销售，全力打造在各个环节都有执行力的团队。

3、配合部门发展需要鼓励员工与其他媒体进行沟通互换，扩大公司行业影响面。

由于我公司初步涉及餐饮行业的领域，资源积累还不足，鼓励员工与其他媒体之间沟通一时提高我们的资源数据库，二是让员工直接快速的进入工作正轨状态。

4、制定相关的团队管理制度及权责分明明晰和工作范围明晰，完善业务人员的工作报表。

对每月的任务进行分解，并严格按照工作任务进行分解做到环环相扣，权责分明，责任到人，工作细节分到不能再细分为止。坚持周工作例会，

随访辅导，述职谈话，报表管理等工作；保持团队的稳定性，经常与其他各部门的人员进行沟通，针对市场调研、市场动态分析及信息反馈做的好的员工给予奖励制度，全力打造一个快速反应、自控能力强的团队。

三、其他外联活动

1、加强与客户公司中高层领导的沟通与往来，更好的传递公司的文化理念与企业文化。在需要我们公司领导拜访的时候，将会以书面的形式递交于公司相关领导，将会详细的说明拜访对方领导姓名职务，拜访预期要达到的目的，具体的时间地点等等。此项工作每个业务人员都必须要做。

2、在日常工作中要时时的了解竞争对手的情况，了解他们的媒体策划、近期主题活动、广告优惠政策等一系列问题，针对竞争对手的情况在适当必要的时候拿出我们的方案给予有力的还击，做到知己知必。

3、主动积极策划和联系行业客户各种活动需求，根据客户发展需要量身制定扩大其宣传，树立其形象的特刊、户外活动、行业评选活动等，做到全方位服务客户。

4、承接或联办各种行业活动，依靠行业内其他强势媒体，借助其广阔的资源优势，快速打造和树立我们的品牌形象。

以上是我部门在 20xx 年执行的大致工作内容，希望得到领导的正确引导和帮助，我部门一定会在新的一年里以崭新的工作状态和面貌投入到新的工作中，努力学习，提高业绩。

新店工作计划 第 3 篇

开业前的试运行往往是餐厅最忙、最易出现问题的阶段。对此阶段工作特点及问题的研究，有利于减少问题的出现，确保饭店从开业前的准备到正常营业的顺利过渡。餐厅总经理在开业前试运行期间，应特别注意以下问题：

一、持积极的态度

在餐厅进入试营业阶段，很多问题会显露出来。对此，部分餐厅管理人员会表现出急躁情绪，过多地指责下属。正确的方法是持积极的态度，即少抱怨下属，多对他们进行鼓励，帮助其找出解决问题的方法。在与其它部门的沟通中，不应把注意力集中在追究谁的责任上，而应研究问题如何解决。

二、经常检查物资的到位情况

前文已谈到了餐厅管理人员应协助采购、检查物资到位的问题。实践中很多饭店的餐厅往往会忽视这方面的工作，以至于在快开业的紧要关头发现很多物品尚未到位，从而影响部门开业前的工作。

三、重视过程的控制

开业前，餐厅的工作量非常大，各级管理人员要坚持在一线检查督导，控制作业过程，防止个别员工走“捷径”，损坏装修材料等。对一些设备的使用要在工程或场家的专业人员指导下进行。管理人员在布置任务后的及时检查和纠正往往能起到事半功倍的作用。

四、加强对成品的保护

对餐厅地毯、墙纸、家具等成品的最严重破坏，往往发生在开业前这段时间，因为在这个阶段，店内施工队伍最多，大家都在赶工程进度，而这时餐厅的任务也是最重，容易忽视保护，而与工程单位的协调难度往往很大。尽管如此，餐厅管理人员在对成品保护的问题上，不可出现丝毫的懈怠，以免留下永久的遗憾。为加强对餐厅成品的保护，餐饮部管理人员可采取以下措施：

- 1、加强与装潢施工单位的沟通和协调，敦促施工单位的管理人员加强对施工人员的管理。

- 2、尽早接管餐厅包厢、宴会厅等区域，加强管理，要对餐厅内的设施、设备的保护负起全部责任，餐厅需对如何保护设施、设备做出具体、明确的规定。

五、加强对仓库和物品的管理

开业前及开业期间部门工作特别繁杂，管理人员容易忽视对一些物品以及钥匙的管理工作，对物品的领用要建立严格的制度。

六、确定物品摆放规格

在接手了包厢、宴会厅后，餐厅总经理就要与大堂经理等一起马上确定摆台规范、物品摆放规格工作，并拍照制作标准化图案，进行有效的培训。对其他如备餐间、工作柜等也规范，以取得整齐划一的管理效果，使后期的服务都能按一定的秩序进行。这段时间如果不能形成统一，往往会造成服务员重复返工、餐厅布置无序的局面，需要较长时间才能调整过来。

七、工程部和餐厅共同负责验收

作为使用部门，餐厅的验收对保证后期质量至关重要。餐厅在验收前应根据本酒楼的实际情况设计验收表，将需验收的项目逐一系列上，以确保验收时不漏项。餐厅应请被验收单位在验收表上签字并留备份，以避免日后的扯皮现象。餐厅总经理在验收后，会将所有的问题分类列出，以方便安排施工单位的返工。

八、注意工作重点的转移，使餐厅工作逐步过渡到正常运转

开业期间餐厅工作繁杂，但餐厅总经理应保持清醒的头脑，将各项工作逐步引导到正常的轨道。在这期间，应特别注意以下的问题：

- 1、按规范要求员工的礼貌礼节、仪表仪容。开业期间对员工习惯的培养，对今后工作影响极大。
- 2、建立正规的沟通体系。餐厅应开始建立内部会议制度、交接班制度，开始使用表格；使部门间及部门内的沟通逐步走上正轨。
- 3、注意设备的保养。

九、加强餐饮菜肴的培训

特别是开业期间的菜肴、餐厅的主要特色菜等；很多餐厅开业很长一段时间后，服务员对客人询问特色菜都无法回答，主要是培训不到位。厨师长要定期在例会上对服务员进行有针对性的培训。

十、模拟开业日程安排

初级阶段：

前 12 天——熟悉环境。服务员进入场地，熟悉餐厅整体环境，要给予员工十分充足的时间。厨师进场后，对设备熟练使用。

前 11 天——熟悉台位。对餐厅布局、服务流程、上菜流程等予以熟悉。

前 10 天——熟悉菜谱。模拟点菜、迎宾等环节。厨房演练叫菜、出菜。

前 9 天——熟悉就餐。熟悉就餐的一系列工作。

提高阶段：

前 8 天——流程演练。在进一步熟悉的基础上，提高效率。

前 7—6 天——特殊情况处理。加强协调能力的培训；并适当提高劳动强度。

熟悉阶段：

前 5—2 天——熟练操作，完全掌握摆台、上菜、服务等各个环节，熟悉巩固。

筹备开业：

前 1 天——全面筹备开业

模拟开业阶段，要按正常运作召开班前例会，摆台、清理等；并在每次模拟后，召开分析会，并形成会议纪要。模拟开业的评审团一般由投资人、酒楼总经理、餐厅总经理、培训员、大堂经理等人员组成，客观评价餐厅和服务和出品，纠正错误码，保证开业后的正常营运。

在模拟开业后期，可邀请投资人、酒楼总经理等进行试菜，对菜式进行指导。

新店工作计划 第4篇

作为服装店的店长，应当具备什么样的素质呢下头我们来详细分析一下这个问题：

1、店长的素质要求

店长作为一个店铺的主管者和经营者，无论从哪个方面来说，对店铺内外都有重要影响。作为一个主管者，至少具备以下三个条件：

- (1)能否带给部属“信赖感”
- (2)能否激发部属的工作欲望
- (3)是否具备领导、统御本事

作为一个经营者，店长不仅仅对店面经营风格有着深刻的理解，发展的前景有清醒的认识，另外也要求对经营的各个环节了如指掌。同时店长还应具有相应的知识储备，这样才能在经营中做到厚积薄发，游刃有余，概括起来有以下十点：

- ①具有能观察出消费者变化的知识。
- ②具有关于零售业的变化及今演变的知识。
- ③具有关于零售业的经营技术及管理技术的知识。
- ④具有关于公司的历史、制度组织、理念的知识。
- ⑤具有关于业界的变化及今后演变的知识。

⑥具有关于交易商，进货商有来往公司等知识。

⑦具有关于教育的方法，技术之知识。

⑧具有关于店铺的计划策定方法的知识。

⑨具有计划及理解店内所统计的数值之知识。

⑩具有关于零售业的法律之知识。

此外，对成功的体验中表现出的优良行为特征加以确认，则将衍生出“自信”，而同时带动“挑战力”的提升。对于一名成功的店长，要提升自我的“挑战力”。

2、店长的本事要求

每一天应对林林总总、千千万万使人眼花缭乱的商品，繁繁杂杂、千头万绪的事情，川流如涌、摩肩接踵的顾客，形形色色、忙忙碌碌的员工，如何抓住重点，保证商场有序运作，实现经营目标，最大限度地提高公司业绩，是每个店长须具备的本事。

(1) 管理本事

店长是终端店铺的管理者，是店老板委派到一个终端店铺的运营的人。他的任务繁重，概括来说就是完成公司制定的营业目标、实行有效的工作计划。那么如何来完成公司制定的营业目标，实行有效的工作计划，就需要店长分解目标，从管理每一天的营业活动开始。营业活动就是制定计划、实施、总结的重复循环的动作。其实店铺的营业活动，无论是按月、季度或年来计算，都应遵循计划、实施、总结的程序。在这个过程中，店长要

具有必须的管理本事，学会用“人”和“数字”来管理。

用“人”来管理

管理，简单地说就是让人把你想做的事情做好。在店铺管理过程中，店长需要更多的伙伴来协助工作，更出色地完成工作，同时激发团队成员的主人翁精神。在此环节中店长要注意既要给下级权利也要明确职责。一方面让下级充分发挥，完成交代的任务，一方面监督过程，给予下级指导、训练、充分发挥人的作用和潜能。切勿凡事事必躬亲。

用“数字”来管理

用“数字”管理是依据店铺目标分解的数字来指导和考核店铺的日常管理。店铺也能够为各类时间制定必须的标准。比如：标准的时间分配要求员工的工作时间，60%花在售货上，28%花在非销售活动上，5%的闲散时间，7%的时间能够不在销售场所。对这些标准时间的任何偏离，应当进行了解，如有必要，应当采取纠正措施。在店铺的管理过程中，管理是个综合的过程。管理手段亦应根据实际需求灵活采用不一样的方式。

具有条理性、良好的时间管理本事、情绪管理本事

一个店长的工作资料十分庞杂，所以需要良好的条理性来保证本店各项工作都能有条不紊进行；需要有效管理自我的时间，保证工作效率；也需要有效管理自我的情绪，以进取应对工作和业绩的压力，坚持整个团队的良好状态和氛围。

(2) 领导本事

解决问题的本事

良好的沟通本事

良好的执行本事

丰富的销售与客户服务经验

服装店店长应掌握的管理知识及运营技巧，作为店长要掌握的东西有很多，包括非凡的口才营销技巧，以及对商品运营的管理。

1、产品销售模式的管理

根据不一样的服装品类、款式消费特征，有不一样的导购销售技能，服装产品有其特殊性，不一样的产品品类、不一样的组合、不一样的款式风格等都有不一样的需求功能重点，服装零售管理软件项目也所以需要不一样的销售管理模式。比如：商务男装的衣橱销售法、和身份销售法，成熟女装的体型销售法、时尚女装的风格搭配销售法等等。

服装零售管理软件这些销售方式机密贴合顾客购买需求，让导购员的销售互动成交过程有了更高的成交率和连带销售率。目前，一个服装店长这方面工作，通常是一个服装店长的前身是一个优秀的导购，之后被提拔为店长，而店长对导购的销售辅导培训，也通常是自我的经验。所以会出现每一个导购都有自我的销售风格的现象。严重的品牌门店还会出现一旦导购员工有变动，产品就会滞销，面临库存亏损的现象所以服装店长需要具备的第一个核心商品运营本事就是销售模式管理本事。

2、商品组合计划

一个门店的商品组合能够分为：主销品类、辅销品类、配销品类，每个品类中又分形象款、畅销款、平销款、辅助款等，研究陈列展示角度通常会以风格系列、核心风格组合、不一样时间波段展示为单位。而每个组合中还包括价格带构成：主销价格带、辅销价格带、形象价格带、竞争价格带等。

新一季度的商品计划关系着新一季度的销售业绩，要把新季度的商业目标确定，比如新季度的商业难点主要来自什么应对办法是扩大竞争客群进店成交量、还是增加某部分类型客群、还是加强老客户的回购频率等。这些工作都做完了以后，就是接下来清晰的罗列产品品类、款式审美消费系数、款式风格数、款式数量、各配比数量等各详细的产品组合计划了。有了明确规划的订货就会变得很简便，只要把握好科学的款式过滤法，把适合计划要求的货品确定下来就足够了。

很多销售品牌推出了尽量缩短上货周期的做法，这种做法能够更快的应对市场变化，但不管怎样快速的上货周期，你每一天呈献给消费者的都是一整店的货品，消费者是否购买取决与你的产品组合机构。而上货波段的频率决定着消费者来店的频率。但这并能代替全盘货品计划的环节。尤其对于哪些订货周期比较长的商务男装品牌、一部分女装品牌来说，这种产品计划本事的修炼是在所难免的。

3、产品应对变化本事

产品应对变化的本事，指的是当市场行情改变时的应对本事。商场行

情的改变通常是主要来自三大方面的应对。

一是季节气候带来的穿衣购买需求的改变，这种应变本事主要来自快速的货品调整、如何挖掘老顾客、或者引导新客人的时令穿衣方式来获得提升营业额。没有条件调整货品的品牌只能从后两者里获得答案。

二是竞争品牌的产品特点、趋势等竞争力，应对这种现象的方法有很多，比如如何强化放大自我的优点等。

三是订货计划的确定失误导致产品品类比例倾斜，服装零售管理软件解决方案能够研究细分产品销售应对方式来解决。

4、分析所销售品牌的市场销售

同一商圈内看似相似销售品牌定位，其实也能够找出很多差异点，这些差异点就是你就能够经过营销的手段放大差异点来赢取市场，那里的关键是你能否看得出差异点在哪里是不是市场认可的差异点

每个销售品牌的目标消费群会有所不一样，而大部分老板都说不清楚所销售的品牌消费群是怎样的人能说得出来的都是一些基础信息，什么年龄啊、收入啊、职业啊，这些信息根本起不到根据消费者确定产品策略、服装零售管理软件促销方式、销售应对等相对应的商业决策。而具体的消费群信息，比如服装购买关注点、消费价值观、购物习惯、职业环境、穿衣习惯衣橱特征等信息往往少有人研究了解。一切要靠产品促销和老板的投资装修环境说话，生意不好就调整店铺形象、生意不好就怪罪产品问题、季节问题等等。

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/688120142131007000>