# 最新客服现场培训心得感想(十篇)

来源：网络 作者：梦里寻梅 更新时间：2024-09-19

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。客服现场培训心得感想篇一...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**客服现场培训心得感想篇一**

起首想说说的是团队的组建，一个公司的客户效劳部从无到有，该若何组建呢?我感到第一步该当是先立轨制，轨制是组建团队的根底。详细需求哪些轨制是需求依据公司状况以及效劳工具而言的，根本的轨制该当包含：

客服部分办理轨制

赞扬办理轨制

功绩查核轨制

处置成绩流程

订定轨制的同时，雇用作为全部客服任务的重点也该当同时展开了，正如文章扫尾所说，良好的客服职员常常具备一些性情特质，因而正在甄选的时分经过说话，问卷等体式格局相同根本上能够晓得一团体能否合适处置客服任务，说话是最佳的体式格局，由于客服任务便是间接相同的进程，背靠背的说话更能辨认出一团体能否满意客服任务的请求。正在雇用客服助理的时分，可思索心态主动，相同才能杰出的应届生。应届生长处是主动，承受才能强，可塑性强，但也存正在一些缺陷，如心态简单没有正，任务经历未几，不敷成熟等等。

正在团队组建的同时，特别要留意的是合作要明白。正在有流程的根底上，搞分明诸如碰着谁受理，怎样处置，谁反应，谁跟踪，谁记载等等。

团队需求常常停止培训，包含营业常识以及相同本领，出格是更新了的营业常识，详细能够邮件以及例会等体式格局完成，准绳是复杂无效。

其次谈谈客户希冀的办理，正在软件行业，因为客户运用习气和营业变革等多种缘由，提出变卦的需要是常常的工作。假如客户提出的工作都容许，不成能，假如回绝客户，又怕影响公司抽象，这就触及到需要办理中的一个关键—客户希冀办理了。客户希冀办理的最高准绳是诺言，也便是容许客户的工作必定要定时办到。不诺言，其余本领都免谈。此中一种办法叫做“低落答应，进步托付”，假如一件工作估计需求1个小时实现，你该当以及客户说需求一个半小时或许2个小时，由于很难包管实践状况会没有会超越估计，而提早托付比耽误托付后果要好很多。另有便是正在不克不及满意客户的需求的时分，需求耐烦有本领的表明，假如平常诺言杰出而你又表明妥当的话，十有八.九客户是会了解的。

有一个客服职员功绩查核的成绩。杰出的功绩查核轨制是坚持客服职员任务主动性的一个紧张要素。我团体感到能够从如下方面思索：客户称心水平，考勤状况，任务量丰满状况，任务实时实现状况，团队合作肉体，岗亭规律，任务立场，任务主动性，任务立异才能，月度任务促进状况，担任人考评，一样平常考评，营业常识查核等均可以归入查核。

**客服现场培训心得感想篇二**

通过7天的学习考察活动，使我开阔了眼界，找出了差距，增长了知识，此次的学习培训内容丰富、理论联系实际、有针对性，安排有听专家、教授讲课，又有实地考察参观的机会特别是他们城市建设和经济快速发展成功的经验，使我感受很多，收获不小。现将本次学习心得汇报如下：

一、学习概况

在学习期间，我们学习了《苏州工业园区的规划与建设》、《苏州市经济社会发展的实践与思考》、《城乡一体化进程中村镇规划与发展》、《健康城镇化道路》、《苏州城市规划建设及未来发展趋势》、《落实科学发展观，推进城乡一体化》等课程;考察参观了苏州古典园林、一个重大法宝是招商引资。苏州外资企业超过3000家，引进外资超过400 亿美元;外来人口680万人，占苏州总人口的百分之五十五。大量的外资源源不断的引进来，除了他们政府提出的亲商政策外，我认为他们的宣传工作做的也很到位，宣传用段进军教授说的就是“吹”。几天在苏州学习和考察下来，给我感受最深的就是一个字善于“吹”，苏州人的确很会宣传，他们上至领导干部、党校教授，下到旅行社导游、出租车司机、普通老百姓他们都有一种对外宣传苏州、推介苏州的理念。在苏州学习期间曾三次搭乘出租车，每次坐上车，苏州的出租司机就会对你热情的介绍苏州的人文地理、经济发展、招商引资、特色产品以及政府的一些政策措施等等,更让人佩服的是在等公交车时因为问路，遇到一位苏州大叔，他也在喋喋不休地向我们介绍苏州。可见，苏州政府在抓宣传工作上的力度，用苏州的话说真是“不得了”了，他们全民都是宣传员。

当然，“吹”也要有本钱。苏州有它独特的地域优势和历史名城，我们不可比拟。我们高平也有我们的特色，有平原地区看不到的青山绿水，有大城市没有的新鲜空气，是全国的绿化模范县城;我们有美丽的七佛山和大粮山;有几千年佛教文化的羊头山;有人文始祖活动的遗迹等等。但我们却没有很好地包装和打造，没有系统的宣传方案，没苏州人那种“高平是我家，宣传靠大家”的理念。

(三)思想转变快，发展意识强

苏州确有发展的便利条件，傍着“大款”大上海，交通便利，一出门就海阔天空。但令人钦佩的是苏州人强烈的经济观念和发展意识，不管是昆山市的引资，还是张家港的建设，无不透露出强烈的旺盛的人气。苏州经济发展快，他们不光真正吃透了、抓住了邓小平理论和“三个代表”重要思想的精髓，思想解放程度高，观念转变更新快，更多的是有着强烈的发展意识。他们统一认识后形成合力的最有力的武器是快速发展经济，坚持不管东南西北风，咬住发展不放松。这种强烈的发展意识、中心意识、机遇意识，恰恰是造就和保持苏州发展的根本原因。坚持“大稳定、小调整”、“多换思想少换人”、“不换思想就换人”的观念。在教育、考核领导干部工作中，他们提出：“听话要听党的话，讲话要讲自己话;干事要干党的事，走路要走自己的路”、“有错是过，无错也是过，无功还是过”、“开会坐在第一排，第一个发言，是有地位、有能力的表示”。在发展经济工作中，又提出：“四个不论(即：不论哪一种形式，能搞活就行;不论公有私有，能发展就行;不论规模大小，能赚钱就行;不论归谁所有，能交税就行)”的观念。这些观念的迅速更新，保证他们实施了比较正确的发展战略。而每一次的思想观念更新和突破，都推动着新一轮改革开放的浪朝，促进着他们的经济发展再上一个新的台阶。

**客服现场培训心得感想篇三**

卤菜是比较常见的一种菜品之一，一般会将卤菜作为熟食来销售，很多人都觉得卤菜属于腌制品，吃多了对身体不好，含有很多的有害成分，其实这样的想法是不对的，存在一定的偏见，事实上卤菜具有很多的营养价值，功效与作用也有很多，那么吃卤菜的好处是什么?

其实像卤菜熟食这些被大多数年轻人归列为油腻食品的垃圾菜系，其实有着很多的营养成份。对老人小孩的身体特别有益，尤其是老年人。因为卤菜在制作的过程中放入了中药一起烹制，其对老年人的身体是非常好的。

其实年轻人在买卤菜的时候，可以多去市场看看。哪家好一点，哪家差一点，货比三家的道理谁都懂，去看看，你就知道了答案。对于任何问题我们都不能一概而论，大多数年轻人比较挑掦，看到街边的卤菜摊，觉得不卫生，就不让家里去吃。实际，卤菜算得上一种特别的养生食品，当然也不易多吃，只要食用适量，对身体的好处是不言而喻的，尤其是老年人。

卤菜配制卤汁时应注意的事项。

①香料、食盐、酱油的用量要适当：香料过多，成菜药味大，色泽偏黑;香料太少，成菜香味不足。食盐过多，成菜除口味“死咸”外，还会使成菜紧缩、干瘪;食盐太少，成菜鲜香味不突出。酱油太多，成品色黑难看;酱油太少，口味不够鲜美。

②原料的选用：黄卤汁、白卤汁不宜使用酱油或别的带色的调味品，也不要使用容易褪色的香料。

③卤汁不宜事先熬煮，应现配制现使用，这样既可避免调味品中的芳香气味白白地挥发掉，还能节省燃料和时间。

通过上面的介绍，大家对吃卤菜的好处是什么也都很清楚了，卤菜在熬制的过程中会加入很多的材料，这些材料本身就具有一定的养生保健功效，而且食材本身也是具有很高营养价值的，因此平时适当的吃点卤菜还是很不错的。

**客服现场培训心得感想篇四**

六天的学习培训，感触颇深、受益匪浅。本次培训采取异地教学，菜单式选学的新形式，经过县委组织部的精心安排，能使我们静下心来，学到了一些符合自身需要的知识，看到了苏州经济社会发展的高速度、超常规，感受到了苏州大地的勃勃生机。现将学习心得总结如下：

一、开阔了眼界，增多了见识

因为，本人在三河镇参与镇文明创建工作，所以对苏州的环境卫生特别留意，在苏州看到的都是最好的，接触到的都是最漂亮的，感受到的都是最整洁的，在苏州我们参观了“老苏州(老城区)、新苏州(新城区)、洋苏州(新加坡工业园)”等地方，无论走到哪里都是干干净净的，整个城市整洁有序，彰显大城市美丽风范，特别是在国家五a级景区周庄游客很多，也没见有多少保洁员，景区整个环境都干净整洁，联系到我们三河镇，我们可充分借鉴苏州经验，在景区保洁，户外广告管理等方面力求突破。

二、解放了思想，增长了胆识

苏州发展的实践证明，经济的大发展，离不开思想的解放，苏州人给我最大的感触就是敢想敢干，敢于追求财富，他们认为党员干部“没有企业不是好党员，没有企业不能当干部”，党员干部必须有致富项目，有致富能力，有创造财富的本事，在党员干部中广泛开展了“双带”工程，即党员干部要带头致富，党员干部要带领群众致富。发挥“以一带十，以十带百”的“乘数效应”。而我们受传统观念的影响，在追求财富方面，特别是党员干部还比较含蓄，结合我自身，我们缺乏敢想敢干的精神，作为年轻干部，县领导就评价我们“文气有余，虎气不足”，实际工作中，我们确实敢想不敢干，心里总是想着干错了怎么办。通过这次学习，我们要及时更新观念，善于抢抓机遇，创造性做好本职工作。

三、静化了心灵，增加了学识

当然，我们看问题要全面。不可否认，苏州社会经济取得了巨大的成绩，但苏州在发展工业的同时，造成了河流湖泊的污染严重，空气质量差的后果，我们在苏州的几天，感到苏州的水没有肥西的甜。空气没有肥西的新鲜，天也没有肥西的蓝，所以，我们在学习苏州时，要取其精华，去其糟粕，只有这样才能真正做到又好又快发展。

本次培训最大的特点就是以人为本，事事体现上级领导的关心，处处展现组织部门的专业，每天培训完，晚上都安排了丰富的业余活动，像看美国大片，游览苏州夜景，听苏州评弹等等，真正做到了劳益结合，增强了学习效果，同时根据学员的要求，安排了领导干部心理健康讲座。近几年，乡镇干部普遍感到工作压力大，身心都很累。很难静下心来学习，这次培训特地请了上海的心理专家，教授学员们一些心理调适方法，例如：环境调节法，自我激励法，创造欢乐法等，这些方法我认为都很实用，能有效缓解心理压力，静化必灵，放下心理包袱，使我又好又快地开展工作。

**客服现场培训心得感想篇五**

一、苏州市经济社会发展的基本情况和主要特点

苏州市地处江苏省东南部，东接上海，西望南京，北临长江，南抱太湖，是长江三角洲重要的中心城市之一，区域面积8488平方公里，xx年底在籍人口630多万，现管辖张家港、常熟、太仓、昆山、吴江5个县级市和吴中区、相城区、平江区、沧浪区、金阊区以及苏州工业园区、苏州高新技术开发区等7个区。苏州是全国首批24个历史文化名城之一。苏州既有园林之美，又有山水之胜，有众多的非物质文化遗产传承人和各式各类的能工巧匠，是闻名遐迩的鱼米之乡、丝绸之府，素有“人间天堂”之美誉。世界500强中五分之一的跨国公司落户苏州，构筑了规模实力雄厚、产业配套齐全的it产业链，成为了国家级信息产业基地。

苏州经济社会发展的主要特点是：

1、三大产业协调发展。农业以发展生态型农业为重点，走农业产业化的路子，建立了社区股份合作、土地股份合作、专业经济合作等新型农村经济组织。工业以调整优化产业结构为重点，大力实施外向带动战略和发展民营经济，转变经济增长方式，走新型工业化道路。第三产业重点发展生产性服务业，大力培育新兴服务业，加快提升传统服务业，使第三产业所占比重逐年增加。

2、经济社会协调发展。xx年，完成地区生产总值9168.9亿元，名列全国第五位。地方一般预算收入900.6亿元，在xx年全国百强县评比中，所辖5个县级市全部进入前10名。全市仅国家级经济开发区就有五个，省级开发区十一个，其中与新加坡政府合作开发的苏州工业园区，无论在城镇规划、管理体制、服务体系，还是社会的和谐稳定方面，均成为全国工业开发区的典范。在注重经济发展的同时，苏州坚持“几个文明一起抓，几个成果一起要”，统筹经济社会各项事业协调发展，社会发展城市化率达到70.1%，城镇三大保险覆盖率均超过98%，市区城市居民人均可支配收入29219元，农民人均纯收入12967元，是全国城乡差距最小的城市，呈现出政通人和，繁荣稳定的良好局面，涌现出张家港、昆山等一批全国协调发展的先进典型。

3、城乡统筹协调发展。在统筹城乡发展方面，苏州人坚持以市场为导向，以改革为动力，把小城镇建设作为发展农村非农经济，推进城乡一体化进程的重要载体，最大限度地转移农民，富裕农民，让广大农村充分享受到现代城市文明。推行了农村新型合作医疗制度，逐步建立起农村社会保障体系，全市农村劳动力参加基本养老保险参保率达95%，83万农民领到基本养老金或养老补贴，实现了农民老有所依，老有所养。

4、人与自然协调发展。苏州以“天人合一，持续发展”的理念，把产业布局、产业结构调整与生态环境建设和资源保护利用结合起来，大力发展循环经济，大力推进绿化造林和水源生态保护工程，走出了一条经济繁荣与环境优美有机结合的发展之路。张家港、常熟、昆山三市被命名为首批“国家生态市”。苏州成为全国第一个国家园林城市群。荣获xxcctv“中国魅力城市”之冠。

二、苏州发展的主要经验

在学习培训中感觉苏州的基本经验很多，给我留下深刻印象的主要有以下四个方面：

第一，发展意识强。改革开放30年来，苏州在任何情况下都始终把加快经济发展作为执政兴市的第一要务，敢闯敢干，敢为天下先。上世纪80年代初，苏州不是经济特区，也不是沿海开放城市，但他们积极寻找机遇，出台优惠政策，创造了不是特区、胜似特区的投资环境。1992年4月，邓小平同志南巡讲话发表后，苏州市委明确提出苏州发展战略调整为大开放大开发战略，并发文提出市县两级都要办开发区，这在全国都是少见的。1994年，苏州市创办了中新联合开发的苏州工业园，在我国开了国际合作兴办开发区的先河，创造了比经济特区建设层次更高、比国际合作更紧密的开发区模式。尤其值得我们学习的是，苏州干部群众在推进发展上有着良好的精神状态，“谋发展、促发展、求发展、比发展”的氛围十分浓厚。

第二，招商引资精。在学习考察中得知，苏州各级领导干部全年大部分时间都用在抓招商、跑项目、下企业上。苏州把招商引资工作列入“一把手”工程，领导身体力行，各部门协调配合，专业招商人员全力以赴，形成了上下结合，条块配合、举全市之力的招商引资工作格局。在办理审批手续时，不拖不推，能快则快，主动为外商提供良好服务，尽一切可能提供方便。在招商引资方式上，一是精明，二是精细，三是精诚，已经从当初的招商引资向今天的招商选资转变。

第三，人才机制活。苏州以促进经济社会发展为根本出发点，以高层次人才队伍建设为抓手，不断推进人才结构调整，创新人才工作机制，建立了一套完善的人才管理与引进体系。一是注重加强对全市人才工作的调查研究和宏观指导，建立与经济社会发展相协调的人才工作机制。二是以高层次人才队伍建设为抓手，加强人才资源能力建设。三是完善人才服务体系，进一步优化了人才成长环境。在人才市场建设方面，苏州注重有形人才市场和无形人才市场的协调发展，疏通公有制组织与非公有制组织、不同地区之间的人才流动渠道，形成合理有序的人才流动机制。

第四，服务环境优。苏州各地十分注重营造良好的发展软环境，努力打造“亲商、安商、富商”的服务品牌。他们为了提高办事效率，搞行政服务一条龙，建立行政服务中心，将40个职能部门的610个审批及服务事项在中心进行“一站式”办理。所有的企业要进来，只要在行政服务中心里边跑跑，所有的手续就都办妥了。在创设优良的服务环境上，他们提出对外商“不讲不能办，只讲怎么办，马上办”，着力打造“零障碍、低成本、高效率”的服务品牌，绝不允许外商白跑一趟。苏州工业园区推出了“1对1”特色服务，投资者只要进管委会一个大门，只需在一个窗口，面对一个工作人员，就能办妥全部手续。

三、苏州经验的几点体会

通过学习和考察，分析我们与苏州的差距，我认为最大的差距就在于思想观念、体制机制和发展环境上的差距，汉中怎么发展，我的体会是：

第一，要进一步解放思想，树立强烈的发展意识。解放思想是一个长期的过程，无论是先进地区还是落后地区，都有一个不断解放思想的问题。要想实现快速发展，首先要解决的就是发展意识问题。一是要不断强化率先意识。二是要不断强化机遇意识。苏州在建设开发区方面，就是在1992年抢先抓住了机遇，做到先行一步，从而为苏州多年的经济发展赢得了主动权。三是要不断强化创新意识。创新意识，包括思想观念的创新、体制机制的创新、工作方法的创新和技术的创新。我感觉，在干部队伍中应大力提倡创新精神，选拔干部时要倾向敢于创新的同志。

第二，要着力提高领导干部的素质和管理经济工作的能力。一是坚持用“”重要思想和科学发展观武装头脑，提高把握方向总揽全局的能力。二是把握社会主义市场经济理论和规律，提高抢抓机遇、加快经济发展的能力。三是准确把握社会发展规律和趋势，提高构建和谐社会的能力。四是增强党性锻炼和作风建设，提高修身和自律的能力。要通过强化学习和培训，提高领导干部的宗旨意识、大局意识，深入群众，树立科学的发展观和正确的政绩观。要加强作风建设，正确对待名利，把握住人生方向，拒腐防变，廉洁自律，把自身的人生价值和理想追求融入于工作实践中。

第三，要充分利用地理位置的优势大力发展经济。苏州的经济快速发展，在很大程度上是得益于其优越的地理位置条件。苏州地处长三角腹地和大中城市的密集地带，随时受大中城市的带动、影响和辐射，公路交通非常发达。我市的地理位置也非常优越，地处关中—天水经济圈和城—渝经济圈辐射地，生态环境优美、资源丰富，市内高速公路网络密布，具有很大的发展潜力，因此，我们要以区位优势来吸引投资，以便捷的交通条件促进各种生产要素的快速流动，大力发展绿色经济、低碳经济、循环经济，促进汉中经济社会飞速发展。

第四，要把制定和实施科学的发展战略作为推动经济社会协调、可持续发展的有效手段。我市应借鉴苏州经验，联系汉中实际，紧紧围绕新农村建设发展目标，以超前的眼光准确把握政策，科学制定具有先进的思想理念，注重转变发展方式，注重科技创新，注重改善民生，注重保护生态环境，注重文化建设的长远发展战略目标，努力实现经济增长方式和运行机制、管理体制的两个根本性转变，推动经济社会协调、可持续发展。

**客服现场培训心得感想篇六**

我昨天刚刚通过了ccna的考试，回头看看从开始的对ccna一无所知到通过ccna考试走过的这段路，心有所感，总结如下

我是中专学历，马上面临找工作。看看现在社会的竞争这么激烈，连大学生的就业都已经很不容易了，何况我们，竞争更激烈呀。

我记得毕业时我的计算机老师建议我们学习一些有用的实际技术，所以我打算学习并拿下it方面的认证。给同要学习cisco的人一个建议：如果你想考ccna，但又担心过不了，学不会，可以先去培训。培训为我提供了良好的学习和实践的机会，也是我吸取传统教材以外的知识的开端虽然我一开始能做的只是很基本、很普通的工作，但我从中得到了难得的实践机会。培训所提供的是对于计算机网络知识的初步认知和知识点的推广。由于思科公司在网络界的领先地位，使得培训不只是一个知识和技能的集中学习过程，同时也能为个人创造更多的发展机会。

选择教材对考试的成功非常的重要，如果你参加培训，可能就不是什么问题，只要选推荐的cisco student guide就可以了。cisco的教材是最好的最权威的。考试的内容大纲以cisco为准。书一定要细看，不可有侥幸心理。概念要清晰，“万变不离其宗”!题再怪，也不会偏离原理。学习过程要注意方法，更重要的是需要毅力，如果有相关的工作经验，学起来可能轻松一点，否则的话，你需要付出更多的劳动。

cisco网页上提供的相关信息都要看，不可抱侥幸心理，总的看来，cisco的考试考题比较灵活，虽然有一部分是死的东西，但比例不大，考的方式主要是要你从它列出的几十个命令中挑选出符合条件的命令。重要的还是要对各种路由协议彻底的了解，避免一知半解，否则在实际考试中会觉得无法选择，好象哪条都对。

总复习的时候，我将每一章后的命令总结背下来，作用不小。因为每一章节都有不同的侧重，对命令的见解自然不同。况且，你也可以对每一章涉及到的重要命令一目了然。

考试题并不难，主要是把各知识点搞懂，明白之后考试你就会感到很轻松。考试是检验你的学习，也是最关键的。你需要调整好自己的状态。在考试中要保持自信，不到最后一题，决不放弃。考试中肯定会碰到自己不熟悉，甚至根本没接触过的东西，不要紧张。因为你不是要考满分，重要的是考好每一个你知道的题目，如果对自己知道的题因为大意作错了，不知道的也错了，则后果也就不言而预了。cisco出的选项每一个都很容易让人模糊和不确定，如果不是对概念十分的清晰比如说一些细节的话，看了他的选项就容易觉得每个说的都有道理，就不容易选择。所以在准备时一定要对关键的概念和教材中提到的细节给与充分的重视，在选择是要对自己的记忆有信心，不要随意更改自己的第一选择。整个考试的时间是很充裕的。只能说通过不断的模考，几乎可以帮你再重新将所有的知识点都看一下。所以说大可不必搞什么题海战术，认认真真把书上的知识点牢牢掌握住就可以了。

考试那天我提前半小时到的考场，照例是管理人员的一顿训话，然后填了一张与思科的协议书，就是考试纪律保证的那一类东西，然后就可以考试了。

点开了start，看到了满满一屏的调查问卷。填完原本以为可以考试了，没想到我又发现了一道长的选择“题”，一时心中一阵紧张。但我仔细看了其内容之后，发现原来这不过是cisco对参加考试人员的一个问卷调查，大概意思就是问你对cisco产品与网络知识及实践的了解程度有多少，大概有15道问题，我不知道这对以下的考试题目的产生是否造成影响。当时也没有想很多，基本照实填了。

开始答题了。题目的种类大概有单选(choose the best answer)，多选(choose right answers，是会提示有几个正确选项的)以及少部分场景题(实际上也是选择题，不过需要点exhibit按钮看一看图例)出得很灵活，不过我们将最基本的东西理解吃透就够了。总的来说，ccna不如想象中的难，至少给出了考题确切的答案个数。

**客服现场培训心得感想篇七**

商百购物休闲广场招商部，于20xx年7月中旬在商百开发商的筹备下组建。隶属于商百经营管理公司筹备处。现有编制3人，招商部经理一名，招商主管2名。招商部自组建以来，在公司领导和经管处领导下，主要开展了以下工作：

招商前期准备工作：

1、深入了解本物业结构和面临市场现状进行分析

2、对商丘本地零售市场开展市场调查

3、根据市调情况对本物业进行项目主体业态定位

4、充分分析了本物业结构和市场需要，确立了项目主体业态为销品茂形式的购物中心业态。

5、根据项目主体业态进行业种分布和区域划分。确立了主力店加名品专业店的业种配置

6、根据项目业态定位及业种配置制定了两套招商框架条款。

现阶段开展工作：

进入8月份，招商部根据公司总经办制定的招商框架条款，展开实质性工作，在筹备中心领导下开展框架条款业主认可工作。召开了首次业主招商工作恳谈会，招商部人员负责会议的通知和现场持续的维护。并收集了业主对招商工作的意见、建议并进行了有效的解答，使首次业主招商洽谈会顺利召开，并完成了到场业主对本框架条款的签字认可。目前签字率以达70%以上，后续补签工作正在积极有序的开展，为以后招商工作打下良好的基础。

8月中旬，深入落实经管公司的筹备工作，并制定完善招商部各岗位职责，招商流程。通过岗位职责和招商流程的制定，对招商现场进行了部署。利用现有人力资源开展现场招商接待工作，除了完成筹备中心领导安排的日常性工作。招商部积极开展针对中央商场主力店招商目标信息收集工作。根据信息收集情况，迅速分析消化，并锁定目标，开展了首次外联工作。目标区域为商丘周边地市毫州盖胜祥，永城永煤集团下属公司先帅百货。重点展开了徐州方向的招商。

根据首次外联招商情况，有意向与本项目合作单位为徐州的新一佳。通过与其拓展部联系沟通，得知其有在商丘拓展计划。8月15日徐州新一佳拓展部经理首次对本物业进行了实地考察，现场参观了物业，进行了拍照记录，并向公司领导提出了建议和入驻所需物业标准。

8月中旬根据徐州新一佳和山东银座的沟通，公司负责人会同中央商场业主主要负责人，对上述两家展开首轮接确性谈判。并对其主力业态、经营情况，进行了实地考察了解。徐州新一佳主力店拓展以大卖场为主力店拓展，要求营业面积在1万平米以下，对于本物业提出租一层中庭街和中央商场一层、二层全部的合作意向并建议公司进行多业态组合。银座主力店拓展以超市加百货的复合型业态，作为其主力店拓展计划，营业面积1---2万平米，对本项目有意全部承租，但是其提出两个问题1、改造费用1500万，2、小业主问题。公司招商将银座列为接洽第一目标，新一佳列为第二目标。

8月份招商部按照总经办对以往主力店招商目标不明确，招商目标资源匮乏的现状和要求积极通过网络查询商丘周边地市大型零售商，广泛收集他们的年度拓展计划和开店信息，为下步招商储备商户资源便于主力店招商开展。结合招商工作开展发现本项目的招商有以下特点：

一、目标客户主次分明

首先是确定主力店，其作用主要有四个：

一.是有助于稳定整个项目的经营，主力店占有整个项目一半左右的营业面积，其影响之大可想而知。知名度较高、有良好业绩记录的主力店可使项目更加稳定，且有利于项目的可持续发展。

二.是知名的主力店的入驻能够吸引投资商的眼球，刺激未销售铺位的销售，以及对中小店群的招商。

三.是主力店各自拥有一定忠诚度的消费群体，这一优点可以帮助项目在日后的营运中，能在保持一定量客流的基础上发挥更大的效用;

四.是主力店的进驻能够影响中小店的租金水平，提高项目整体租金表现为下一项目打下基础.

其次是在确定了主力店之后，再确定中小店群。其作用是按业态组合设计招入中小店群，以满足项目商圈内不同层次、不同需求的消费群的购物或消费需求。

二、租金高低悬殊，租期长短不一

主力店投资大，投资回收期长，其租期要求一般需八年、十年，有的

长达十五年、二十年。其租金相对便宜的得多，一般在第四年起，租金开始递增，递增在3%~10%。由于本物业小业主较多业主文化与经济实力掺差不齐使主力店招商工作难度加大，但是成功经营的主力店最终是有利于项目的可持续性发展。而中小型店的租期一般为3年左右，租金较高，一般在第三年起递增租金。但是分块招商是一项长期永续的工作对经营管理公司管理水平,经济实力要求较高,现阶段公司不具备这样的管理实力和精力,也不可能长期负担下去搞不好又会出现以前万隆的状况.

三、招商时间长

地产商业的招商时间相对较长，从业态组合确定开始至项目全面营业，它可分为主力店和中小店群二个招商阶段。由于主力店决定项目成败与否,我们要先确定主力店，并按其要求重新规划设计业态布局、改造相适应商业设施，但这样招商落地周期较长;而中小店群则对形成后的商业设施改造要求不大，因而中小店群的招商可使主力店群确定之后才正式进行，当然项目在主力店招商期间可进行各类中小店的招商咨询登记工作。

四、招商难度大

招商的难度大主要原因在于如下四个方面：

一.是项目已建设完工，主力店对项目中央商场的现有面积和情况不满意后期改造费用较大，

二.主力商家从项目谈判到装修落位周期太长影响中小店群的入驻。

三.功能分区的招商进度影响了各类店的进驻决策，按照合理的功能分区计划，顺利入驻相应的商店或服务机构可使各类店的经营互动起来，对于项目和各店经营大大帮助。而一旦某一类商店或服务机构招不进来，则整个项目服务功能可能不尽理想，特别是能够吸引人气的各类主力精品店.餐饮店或同类店中知名店(特色店)没法进来时，更是影响了整体的经营。

四.是项目较低的宣传费用造成项目在商业圈里知名度较低，加上经管公司缺乏经验，使招商难度进一步提高。

五.主力店招商困难重重项目招商最佳时机已过，需要尽快展开全方位招商工作。

五、招商技术要求高

招商技术要求高主要表现在四个方面：

一.是招商人员需具备丰富的零售服务知识。招商人员必须熟悉商品或服务的类别及特点、商品或服务组合原理、价格面、产品线、房地产开发、物业管理等相关的基本知识;掌握市场学、经济学、管理学中的一些基本原理;了解租赁、消费、产品、销售等相关的法律法规。

二.是招商人员需具备较强的招商技巧和谈判能力。由于招商难度大，这就要求招商过程中使用一些技巧，如制造某些位置有多家入驻的抢手局势等等;在招商前期，主力店的招商工作异常艰难，要在了解招商目标之后制定出吸引其入驻的条件和谈判策略，并争取同时分别与不同的多家主力店洽谈入驻意向、条件。

三.是需具备较强的评估能力。对租户的评估，其评估的内容包括资金实力、经营业绩、经营特色、注册资本金、管理层的管理能力、营业额及其增长率、财务状况、合作意愿程度等项目，并按一定标准进行量化评估，为选择租户决策提供科学的数据及报告。

四.是需合理的招商推广策略。招商推广的好坏将影响到资金的预算和招商效果，招商推广策略应符合招商策划内容的要求，并围绕项目的市场定位、功能定位和亮点设计等内容进行招商推广策略的制订和实施，以保证招商工作少投资，高效率。

商场招商部年终总结5篇商场招商部年终总结5篇根据上述分析制定下步工作计划：

一.八月中旬完成招商项目业态定位：

整体定位为购物中心，内含超市主力店，百货主力店，专业主力店。

二.八月底完成项目招商基本原则制定：

第一基本原则：先进行业态设计和招商工作，后进行规划设计。

第二基本原则：要维护购物中心的统一主题形象和统一品牌形象，事先进行统一的理念设计是基础。招商要始终注意维护和管理好已确定的经营主题和品牌形象。

第三基本原则：购物中心的招商目标要能够在功能和形式上同业差异、异种业态互补。

第四基本原则：购物中心经营方式的选择原则。

第五基本原则：招商顺序原则。核心主力店先行，辅助店随后的原则;吸引人气较多业态先行，零售购物项目优先，辅助项目配套的原则。

第六基本原则：核心主力店招商布局原则，从整体布局上有利于人流进入主力店，同时也便于从主力店向其它区域回旋，通道好比血管，要方便人流的回旋。

第七基本原则：特殊商户招商优惠原则。

第八基本原则：租赁经营采用放水养鱼的原则。

第九基本原则：统一招商的“管理\"要充分体现和强调对商户的统一服务。

第十基本原则：购物中心要具备完善物业服务系统，重视知识管理，为购物中心管理者、广大签约商户和顾客都提供便利。

三.九月初完成招商策略的制定：

考虑到主力店、次主力店、国际名牌店及其他品牌招商的不同特点，公司制定了“先确定主力店，再全面招商”的基本策略。在执行过程中，主力店、国际名店和餐饮要提前招商，其它随后进行。在招商分工方面采取自我招商为主，中介合作为辅的方式，因为每家顾问公司的资源都是有限的，因此，可以委托多家商业顾问公司同时分块招商，加快整个招商进度。

在这一策略的指导下招商团队，根据实际情况灵活调整和实施租务政策。例如，根据不同类型的租户提出的不同需求，为他们提出度身订做的解决方案;妥善安排好各租户的楼层位置、相互位置，使之相对成行成市、互惠共赢，而不是互相干扰、削弱。

四.九月中旬展开招商宣传造势工作：

商业地产项目招商宣传的三个目标：

1、吸引大商家目光

2、吸引品牌供应商进场

3、为开业作好宣传，引起消费者的关注

在吸引大商家入驻宣传方面，开发商宜采用多种宣传手段：报纸、专业

杂志、网络媒体，我建议本项目不仅要注重项目本身宣传，也要突出企业品

牌，例如可以请商业专家写专著宣传，提升商业地产项目档次，塑造良好品

牌形象，为后续开业经营奠定良好基础。

电视：针对中小散户招商

报纸、专业杂志：针对大商家招商

我们要特别重视客户营销模式，以商招商是最佳模式。具体体现在通过主力店的入住并通过他们来嫁接。

五.九月初组织完成招商材料收集：

楼书，招商手册，框架条款，项目平面，每层平面配置，统计年签，商丘概况，项目装修装璜标准等

六.九月初确定招商的方式与渠道模式：

招商方式:

1、委托专业招商咨询机构进行项目招商

2、自己搭建招商团队进行招商

招商渠道：一.本地招商二.外地招商

招商模式：1.项目洽谈会2.项目发布会3.经济技术合作交流会4.投资研讨会5.网络信息发布6.登门拜访

七.九月上旬完成招商团队的组建：

招商现有人力资源远远不能开展招商工作，根据工作需要需进行招聘商业从业经验人员加入本项目招商团队，根据下步工作打算，招商现场需员工2人，成立外部招商小组成员6人。

八.九月中旬完成招商团队的培训：

根据项目招商目标定位对招商人员进行礼仪.商业知识.零售拓展知识.商业地产知识.物业管理.租凭合同.谈判技巧.招商原则.招商策略等内容培训使招商人员有独立开展工作能力。

整体定位为购物中心，内含超市主力店，百货主力店，专业主力店。

九.九月中旬了解主力商家要求爱好，建立资料库：

对外部大型主力商家招商要做好三项工作：

(1)建立大商家专题资料库

(2)了解选址条件与偏好

(3)了解大商家企业文化特点与经营特色

十.九月中旬完成招商目标的选择、分类、刷选、分级：

随着招商工作的开展，会收到很多信息，这就要求我们要用专业眼光具体数据对这些信息进行分析.选择.分类.刷选.分级。

十一.九月中旬针对目标商家制订外联招商时间安排：

招商工作是一种时效性很强的工作，下步我部门将对本物业进行量化分配招商任务并制定招商时间进度表。

十二.九月下旬根据大商家(主力商家)拓展需要制订招商条件：

通过信息的收集充分了解大型主力商家拓展的条件，并根据其要求随时制订调整招商条件。

十三.九月中旬制定外联招商费用管理制度：

人员差旅费用、商家接待费用、宣传费用、广告及招商活动费用

1、招商任务指标分解到人，成本分解到人。

2、关键性招商集中使用，避免零打碎敲。

3、重点保障优秀招商人才的工资待遇和奖励管理。

十四.九月中旬制定主力目标商家招商人员的工资待遇与奖励方式：

招商人员的工资待遇与奖励方式：

招商骨干应该达到较高的工资收入水平，建议公司对招商员工工资(采用基本工资+浮动工资模式)。年薪根据招商质量与数量确定，以实际业绩考核招商人员。

对于招商人员光激励不够，还要有较好的约束措施，主要是控制招商质量，招商质量与招商人员待遇挂钩，对于委托经营管理团队的项目，更要在委托合同规定招商质量及验收标准。

十五.九月下旬根据外联招商情况制订招商谈判策略开展实质性谈判：

1.招商谈判原则的确定2.招商谈判的准备3、组成谈判小组:

十六.十月份根据主力店招商落位情况展开主力专业店的招商：

传统百货+超市模式并不是购物中心的最佳模式，专业旗舰店占有越来越重要的作用。如：郑州家乐福在中小商家招商中：运用客户营销思想，利用主力店的入住并通过他们来嫁接。或者自行招国内知名连锁专业店零售商。

十七.十月底根据主力店招商落位情况制订招商活动表：

在全面招商阶段，我们要重视集中开展招商活动。注重借鉴商丘其他项目招商经验，系统安排其他主力店招商推广活动，将后期招商与开业前的预热相互结合。

招商质量的控制和保障：

根据我在银基工作经历，发现很多银基人作为运营管理团队，以好位置为诱饵，吃供应商回扣。所以我们要对招商成果进行监督：

1.控制主力店铺和国际名店的质量，没有主力店的带动就没有整体租金的提升。

2.招商团队分工明确，由招商总监统一管理招商，通过团队明确分工保障了招商的有序，进而提高质量。

3.采用距离谈判方式，大部分租户委托中介公司招商，主力商家和国际品牌等重要客户开发商领导才出面。

4.严格执行先确定业态后确定招商租金价格和位置的方案，通过科学的业态方案实施增强租户信心。

5.成立招商督察部对整个招商过程进行监督督察。

**客服现场培训心得感想篇八**

熟食是人类饮食史上具有伟大意义的一次革命，熟食的发明首先应归功于火的发现与发明。火的发现与发明经历了自然火有意识利用、保存和人工取火两个阶段。熟食的发明、发生始于前一阶段，熟食的发展、发达仰赖于后一阶段。

在前一阶段中，由于原始人习惯居住在与原始森林相连的山洞中，每每遇自然灾变，都能不失时机地目睹到因雷电、干旱、地震等各种因素导致的森林大火，当大火熊熊燃烧时，人们在恐惧地躲避，而当大火熄灭后，饥肠辘辘驱使着人们不顾一切地出去寻食充饥，外面的世界是余火尚存、余烟袅袅，夹杂着逃生不及的飞禽走兽被烧烤熟后散发出的特殊香味，凭着鼻闻目寻，人们很快在一片木炭灰烬中发现了已烧熟的禽兽，于是手撕嘴嚼，真没想到味道是如此的香美，分撕是如此的容易，狼吞虎咽，美美地饱餐一顿后犹令人回味无穷。

一而再、再而三，经过长时间的观察，久而久之，人们便悟出了火烧的道理和熟食兽禽肉的好处。要熟食或满足口福，就必须有火，自然山火虽然有，但不是经常性的，只有将火带回居住的洞穴，并将火种保存下来，才能满足经常性的熟食欲望，经过不断的实践、摸索，最后终于掌握了保存火种的有效办法，从而开创了较为稳定的经常利用火来烧烤猎获禽兽的熟食生活。这大致便是人类早期熟食发生、发明的主要过程。从北京猿人时期开始到山顶洞人、扎赉诺尔人时期的旧石器时代，是中国熟食发生和初兴的阶段，是人类掌握保存天然火种技术来进行熟食的阶段。中石器或新石器时代早期而后，河谷地带或平原定居的农业生产和制陶手工业的发生、初兴，意味了人工取火已经发明，古史传说的“钻燧取火，以化腥臊”①、“钻木燧取火，教民熟食，养人利性，避臭去毒”②的所谓“燧人氏”时代，大约相当此一阶段。

1、火后取食

在关于原始人是怎样开始吃熟食的问题上，有人认为，在远古时代，由雷电引发的大火不仅将大片森林或草原化为一片焦土，而且还将大批的动物烧死，浩劫过后，在被大火烧成焦黑一团的动物尸体还没有腐烂变臭之前，这些焦黑一团的动物尸体可以散发出极其诱人的香味，正是这一诱人的香味，极大的刺激了原始人的食欲，并最终导致原始人开始寻求吃熟食。毫无疑问，迅速蔓延的自然火能够将一些动物烧死或者熏死，尤其是那些奔跑速度较慢的动物。但是，如果火的蔓延速度不是很快，则被火烧死的野生动物将寥寥无几。对于原始人来说，能够“火后取食”固然是一件美事，但绝大部分原始人即使一辈子也未必能遇到一次漫山遍野燃烧的森林大火。

原因很简单，在某个原始人部落活动的方圆几百公里范围内，发生能够大批烧死野生动物的自然火，可以说是千年一遇，如此之低的发生几率，绝大多数原始人怎么可能碰上呢? 事实上，即使原始人曾经不幸陷入自然火的火海，并极其遇然地看见了倒在浓烟、大火中的动物尸体，惊慌失措的原始人也根本顾不上去嗅什么烤肉的香味。如果原始人是在大火熄灭以后才来到火灾的现场，并发现了被大火烧成焦黑一团的动物尸体，那外表焦黑、里面既夹生又充血的肉团，也决不会有什么诱人的香味。因为灾难性的大火仅仅是将动物烧死或者熏死，决不会在烧死或者熏死动物的过程中，将动物的身体多次来回翻动，以致于能够将其恰道好处的微火烤熟。

事实上，在炎热的夏季，那些被烧成焦黑一团的动物尸体没有变得布满蝇蛆、腐烂得臭不可闻就已经很不错了。因此，原始人完全有可能是由于其他更加自然的原因导致其开始吃熟食的。

2、钻燧取火，教人熟食

关于人类是如何开始吃熟食的问题，根据我国的《淮南子·本经训》等文献中记载：燧人氏“钻燧取火，教人熟食。”中国古书上这一记载表明，在燧人氏发明“钻燧取火”之前，原始人其实并没有开始普遍用火，那时的火是一种非常罕见的资源，并且很难接触到火，而接触到火的原始人有可能也并没有学会用火加工熟食，因为用火加工肉类食品对于原始人来讲其实是一项非常复杂的技术工作，原始人不大可能在很难接触到火条件下，就掌握了用火加工出美味的熟肉食品的技术，所以才有《淮南子·本经训》等文献中的燧人氏“教人熟食”的记载。那么，在那个茹毛饮血的年代，原始人最初会用火作什么呢?笔者认为，原始人首先利用的应该是火所具有的那些最显而易见的功能，例如，照明和取暖。只是到了后来，由于原始人部落中的燧人氏发明了“钻燧取火”，在有了可靠火源的基础上，使得原始人得以有更多的机会接触到火，从而逐步加深对火的认识。通过对火的利用，原始人有可能是首先发现了用火可以烤化冰冻的肉类食品，在多次用火烤化冰冻肉类食品的的过程中，原始人中的燧人氏发明了用火烤制肉类食品的方法。假设“食草木之实，鸟兽之肉”的原始人，在寒冬季节一边围着火堆取暖，一边吃被冻的硬梆梆的肉类食品。在这一过程中，原始人发现，与常温状态下的肉类食品相比，那些冰冻的肉类食品很难被咬入口中，即使咬入口中，咀嚼起来口感也很差，但如果将冰冻的肉类食品放在火上考一阵子，冻肉就会软化下来。于是，原始人开始逐步尝试在吃冰冻的肉类食品时，先将其放在火上考一会儿再食用。在多次用火考冰冻的肉类食品的过程中，原始人中的燧人氏观察发现，如果肉类食品的某一部分在火中被烧烤的时间太长，或者是火烧的很旺，就有可能将肉类食品的该部分烧焦，以至于不能食用。但是，只要合理的控制烧烤的时间和火候，被烧烤的肉类食品就会散发出诱人的香味，吃起来也会格外的松软和易于咀嚼。于是，经过长时间的探索，燧人氏终于发明了用火烤制肉类食品的方法，并通过“教人熟食”，将自己的发明传播给了其他原始人。燧人氏发明的“钻燧取火”，以及用火烤制肉类食品的方法，堪称是人类演化史上具有划时代意义的二项伟大发明，它标志着人类从此告别了象野兽一样生存的“茹毛饮血”时代，并迈入了吃熟食的文明时代。

现代意义的熟食

经过加工做熟的饭菜，多指出售的做熟的肉食等。熟食使食物的能量可以释放出来，使人对食物的吸收能力大大增强，使人类更强壮，吸收的能量和营养更多，促进了人类的进化!人类已经灭绝了二十个人种，只有智人能存活下来，这些都是熟食和肉食的威力!可见熟食和生食各有千秋，都有各自的优缺点!

**客服现场培训心得感想篇九**

熟食告诉你吃熟食的好处。

食物通过热力加工后,可以杀灭一些致病微生物,保证食品卫生.大量减少疾病的发生.食品加工后有助于消化.

食品通过加工、食物的体积大为减少,从而使人类摄入更多的营养物质.但是在食物的加工过程中,容易损失到一些营养素,如一些维生素类.从而从一定程度上减少了食品的营养价值.所以,现在营养学认为应该适量补充一些生食,如一些瓜果蔬菜类.从而补充一些熟食没有的营养素.

友味道介绍多吃熟食的好处

熟食是人类饮食史上具有伟大意义的一次革命,熟食的发明首先应归功于火的发现与发明。熟食是经过加工或焯水处理后的原料通过配好的卤汁、红油凉拌、熏烤、油炸等制作而成的菜肴，友味道这里介绍一下熟食的好处。

熟食,是经过加工或脱水处理后的原料通过配好的卤汁、红油凉拌、熏烤、油炸等制作而成的菜肴.一般可分为卤菜、凉拌菜、香辣油炸三大类;全国各地熟食都较为普遍,多以卤菜、凉拌菜为主,简单易操作且味道美味被大众所接受，现在生活水平的提高,人们都会去熟食店挑选几样带回家,食用熟食有好处吗?

熟食加工的好处包括保存熟食柜，分发和食品，由致病微生物和有毒物质，保护市场，全年大部分食品的供应，以及消费者易于准备。另一方面，食品加工，可以降低食物的营养价值，加工食品可能包括添加剂可能对健康有不良影响。食物通过热力加工后,可以杀灭一些致病微生物,保证食品卫生.大量减少疾病的发生;食品加工后有助于消化.食品通过加工、食物的体积大为减少,从而使人类摄入更多的营养物质。

熟食越来越走进人们的生活,我们也经过努力获得了人们的认可,友味道特别提醒要注意的是熟食特别是肉类,最好不要用保鲜膜包装贮藏.专家指出,这些食物和保鲜膜接触后,很容易使其材料中所含的化学成分挥发,溶解到食物中,对健康不利.

**客服现场培训心得感想篇十**

武商建二商场总经理张济生20xx年全体建二人紧紧围绕“差异化经营，提升品牌内涵”的经营战略以及“打造企业执行力”的guǎnlǐ战略这两条主线开展工作，并取得了突破性的进展。

一、经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。实际销售完成年度考核计划的130%，同比增长15%，所实现的纯利同比增长381%。确立了武商建二在青山区域市场的领先市场地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道104个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增长26%和13%。两个工程两手齐抓。“打造20个百万品牌”和“引进10个成熟品牌”的“两手抓”工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域领先优势。

二、服务体系不断完善，现场成效斐然20xx年建二狠抓现场，全面推行“亲情式服务”体系，在一线员工中开展“服务意识”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。

三、“执行”观念深入人心，人力资源不断挖潜。以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。20xx年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问题：

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。

问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。

问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而有扩大的趋势。

问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变问题六：供应商渠道的整合在20xx年虽有改变，但效果并不明显。20xx年，青山周边区域的商业竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我们将从以下几个方面重点入手：一、抓春节市场，确保开门红，誓夺年度目标以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、准确把握市场定位，实施差异化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营的格局。

商场招商部年终总结5篇工作总结三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为20xx年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

六、狠抓渠道优化，减小因供应商实力弱对经营造成的制约在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取更多的政策。

七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销20xx年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。

八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型20xx年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训“五个一”工程。同时，加大企业制度的执行力度，进一步规范全场员工的工作行为，形成、规范的良好工作氛围。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找