# 月度工作总结范文简短\_门店月度工作总结范文

来源：网络 作者：静水流深 更新时间：2024-06-14

*门店是一种极具发展前景的新型业态，在门店购物已成为现代人快节奏生活的方式之一。下面是小编整理的门店月度工作总结范文，希望对您有所帮助!门店月度工作总结范文开业也将近一个月了，在这20几天的经营中，发现了较多的不足之处，这里面既有一些个人的原...*

门店是一种极具发展前景的新型业态，在门店购物已成为现代人快节奏生活的方式之一。下面是小编整理的门店月度工作总结范文，希望对您有所帮助!

**门店月度工作总结范文**

开业也将近一个月了，在这20几天的经营中，发现了较多的不足之处，这里面既有一些个人的原因，也有公司的原因。当然，作为利润单位，所有的不足都会体现在销售的业绩上。以下我就对个人发现的一些问题和建议做简要的分析。

(一) 关于个人

1、经验上的欠缺和阅历上的浅薄应该是个人最大的原因了。这直接导致了工作上的事情处理的不顺畅，这里包括了人际关系的处理和对下属的管理。对于这方面的缺陷自己也很是懊恼，希望自己能在最短的时间内加强学习，提高各方面的素质，最关键的还是业务水准，尽早能真正的给公司做出实实在在的贡献。

2、还是显得比较迷茫，方向不太明确，没能让自己抓住一个工作的重心。心里着急的我总是想着如何去促进销售，提高业绩。作为单店来说，似乎这是没错的，然而从公司的整个市场战略来看，我还是错了。大大的忽视了一个内部的管理和培训。“攘外必先安内”，蒋委员的话在一次回荡在了脑海中。之前还认为可以等人员齐整再来，可是没时间了，我们耗不起那个时间。虽然这事急不来，但如果没有迈出实在的步伐去前进，那么也只能永远都干着急。“磨刀不误砍材工”，切记，切记!至此，下阶段的工作会马上转为以规范管理，提高员工整体素质为主。

3、思路不清晰，近来越发觉得自己在语言组织和表达上欠缺思考了，总是在中途产生短路的现象。不是说的没脑子就是说的很结巴!我想着最要还是自己的心态没有完全调整好或是很多东西根本就没有准备好的缘故。至此，以后说话务必要三思，说话不要太急，一着急就会被别人抓住弱点，自己也容易出差错。

4、待人处事依然不够自信，总是怕出错，总是怕做不好。这真TMD的是难以原来自己的东西。其实很多事情还是大可不必如此的，我应该去学着坚持一些自己的东西。努力大胆去尝试去探索。有些东西不去做就不知道自己能做的多好，也不知道自己能有多大的能耐。但是，如果错了，还请董事长在严厉批评之外，多给我指点。我想现在多犯些不触及原则上的错误，把自己给暴漏出来，才能学的更多更快。不管对自身和企业都是有好处的。

(二)关于公司和门店

开业准备严重不足

① 人员的配备：主要体现在人员的质量和人员的数量。任何时候人都是至关重要的，这方面的不足，一方面阻碍了门店工作的进展，另一方面也让我们在市场竞争中处于非常被动的局面。

② 广告策划：关于广告方面的事，深感内疚，尽管投入了上十万，但当前的效果却是微乎其微。这里面有多方面的原因：主要是这次选择的小区广告是以中长期的品牌宣传为主，需要一个时间段来沉积。其次是广告投入过于单一，没有选择打组合拳，联合做几种价格低，覆盖面广的短期广告，对于人气炒作和吸引人流量效果会更好。其次是接手朱经理的工作过于匆忙，离开业的时间过于紧迫，没来的去接触更多的广告公司和更多关于广告方面的有效信息。再次，广告本身的版面内容也欠缺足够说服力，吸引不了眼球。最后，这和我个人的不够专业也有直接的关系，为此，我愿承担来自我个人的责任。

③ 开业酬宾：由于广告宣传方式和力度的不到位，导致了开业促销期间人气不够旺(主要是指被吸引过来的自然顾客)严重不足。从近十来天的统计可以看到来店的主要人流都是集中在附近小区，走出龙腾路这个商圈，知道福龙诚家居的微乎其微。人流量的缺乏让我们全场唯一的开业折扣没有了任何吸引力。

(三) 总结

以上种种因素造成门店最大的困难就是知名度不高，人流量不足。而这也会是今后在一段时间的工作方向和重点。当然，无论企业还是个人，都是在不断发现问题和解决问题当中成长的。由于个人在工作经验和业务水准上的欠缺，做的不足的地方还请公司领导和董事长多多指点，本人也将尽最大的努力和公司的发展同进退共发展。

**门店月度工作总结范文**

\*\*月，新华书城在市店经理室的正确领导和各科室部门的大力协助和支持下，经过书城全体同志的共同努力，圆满地完成了店方下达的经济指标，门店其他工作顺利开展。现将\*月工作总结如下：

一、图书卖场的优化改观和常备图书品种的增加，大大促进了一般图书的阵地发行。

近月来，新华书城在店领导的关心支持下，内抓管理、外塑形象，店容店貌焕然一新。\*\*月，市店投资对新华书城的营业卖场进行了扩建装修，扩大了图书卖场，优化了购书环境，营业面积达1500多平方米，店堂宽敞明亮，图书品种达四万多个，有效地丰富了库存图书品种，促进了店堂一般书销售，经济效益与社会效益显著提高，全年新华书城一般书销售合计码洋167万余元。

二、《江泽民文选》的发行、畅销图书推介和IC卡店外销售，扩大了市场占有率，促进一般图书销售。

几月来，受网点规模、销售品种和店堂服务质量等多种因素的影响，东城一般图书销售增长缓慢。\*月，我们利用卖场优势，增加库存品种，把门店销售融入到重点图书、畅销图书的推荐与陈列等工作细节中;利用新书海报、畅销图书排行榜和装饰品等装点店堂，美化环境，营造书香氛围，提高了营销效果，也增加了店堂销售;我们推行团供、直销、IC卡等多元销售方式，全员分片跑单位、送订单，找关系、做工作，店外销售成效显著，其中《江泽民文选》发行2300多套，销售码洋25万余元，《树立社会主义荣辱观学习读本》、《树立社会主义荣辱观知识竞赛500题》发行200多本，销售码洋2万余元。

三、以市场为导向，加强门店进销管理。

以市场为导向，把好图书进货关是促进一般图书销售的前提与基础。在实际工作中，我们克服大进大退的粗放模式，挖掘发现畅销书，重点把握常销书，日常关注动销书，及时清退滞销书，优化库存结构，满足市场需求;根据季节时令、地域特色和读者群特点等因素及时分析市场变化和销售动向，确定进货的品种和数量;注意跟踪重点图书的销售情况和备货添货;同时，我们还注重培养进货能手和推销骨干，要求营业员在图书销售过程中，转变服务观念，深入学习，内练素质，外树形象，灵活使用全省连锁系统模块，分析图书销售中不同品种的增长率、退货率与库存结构，使之在正确的市场分析的基础上指导和提高一般书销售，提高市场满足率和客户满意度。

四、克服重重困难，搞好图书展销活动。

\*月，我们两次参加电业局职工文化节图书展销，换卡销售码洋2.8万元，参加一中校园艺术节和经济贸易技术洽谈会图书展销等，多次抽调人员参加大型展销活动，支持店方工作。跑单位送订单，送书上门，去电业局展销，我们尽量自行克服困难，节约成本支出。

五、提高营业员素质，加强门店窗口形象建设。

营业人员的一言一行，一举一动，直接关系着书店的窗口形象和公众形象。我们要求新华书城的每一个员工在接待读者中，都要注意自身的形象，做到忠于职守，礼貌待人，以诚相待，热情服务，不歧视、嘲笑、讽剌读者，以良好的道德修养给每一位走进新华书店的读者展示个人的人格魅力和企业的良好形象。

五、问题与不足

1、营业员技能水平和专业素质亟需提高，员工队伍素质较底，岗位责任意识淡薄、服务读者意识和集体荣誉观念不强，缺乏敬业精神;

2、门店规范化、标准管理不够，诸多规章制度不能彻底贯彻落实;

3、进货品种不全，畅销品种存在供货不足，市场信息掌握不够全面，到货不够及时;

4、店堂营销手段陈旧，一般图书发行占有率低，电子音像制品销售薄弱，市场开拓能力差等。

六、下月工作计划

继续做好门店规范化管理、图书进销管理和店堂服务工作，促进一般书的销售;

以市场为导向，深入研究，综合分析，预测和推荐重点图书、畅销图书;

及时进货，添货，提高畅销图书和重点图书的上架率;

调动员工积极性和能动行，扩大店外销售。

**门店月度工作总结范文**

充满机遇与挑战的\*月已经过去，回首\*月的门店，在总部各中心领导的帮助和指导之下，加之全体管理人员以及优秀员工的合作与努力之下，各方面得以稳固磐实，商场工作得以顺利开展。在销售目标上，众人不可谓未尽之能事，且不论结果如何，此中显现之苗头，不可说不令人欣喜。

盘点\*月，有得有失，有关于以顾客服务为导向方面的问题;关于企业品牌价值认可的问题;关于顾客忠诚度管理方面的问题;还有居安思危、进军零售速度、整合零售营销传播方面的问题，更有岌岌可危的人力基础管理方面的问题。

随着经济的发展和形势的变化，零售市场如今到处生根发芽，竞争日趋惨烈。面对这种局面，我已深知需完成角色转换，修正态度，抓紧学习，从实际出发，从细节着手，以图加强职能培训，整顿卖场氛围，调整员工心态，狠抓顾客忠诚度，加强调查研究，探求解决错综复杂问题的途径。对于\*月日期间的工作进行反思和总结如下：

一、盘点\*月的工作

A、加强卖场的人力资源、A类销售科别、A类商品的管理。

B、对本卖场竞争店的调研及附近消费情况的评估，在尽量做到差异化经营的情况下，避免商品同质化条件的价格竞争，对超市滞销商品进行清退，节日性商品的管理，尽一切可能做到不打无准备之仗。

C、积极组织管理岗员工的学习，加大对A类科别的帮扶力度，一切为销售服务。努力提高员工以及促销人员的工作积极性，并针对节日期间员工以及促销人员可能出现或之前经常出现的问题进行了分析。

二、存在的问题

超市在总部领导下，\*月份月合计销售：288万于元,月度销售目标360万元。超市业绩的影响主要来自于以下几个方面：

A: 大环境

受国内整体经济环境，竞争店酒饮强势等影响，客单价、来客数相对减少，特别是在商品同质化的条件下，同种商品的价格往往高于竞争店，一线商品更为严重，购买力严重不足，因高新区店的主要消费层次为周边居住的中老年人群，顾客往往在购买来都货比三家、精挑细选，对于高单价商品的需求相对减少。

B：促销

场外促销活动以及有力的促销手段全无，在商品没有竞争力的同时，应加大场外促销活动，特别是节日前10-15天，这对于提高商场来客数、客单价起到了较大的推动作用，能起到了立竿见影的效果。大型促销活动每次都是一昧地特价促销活动，老生常谈，缺乏预见性和可行性。有的甚至只是形式性化，对于日益竞争的零售业没有起到攻城掠地的效果。员工以及促销人员积极性不高，商品只是不够全面充实，缺乏培训、促销卖点不清晰。

C：畅销商品缺货、堆头管理混乱与新品引进速度慢

\*月份是食品、酒饮销售旺季时期，顾客需求量大。而畅销商品、特价促销商品经常出现备货不足，堆头陈列不丰满，有的堆头甚至只有外围一层商品，在顾客购物时缺乏商品可比性，造成业绩的流失。卖场商品选择性不够，同类商品额过多，造成卖场陈列过程中不能几种按照类别陈列，卖场陈列尤显凌乱。堆头陈列位置多未能按照其所属类别分区分类，例如：酒水区出现奶制品堆头，礼盒区出现饮料类堆头。致使顾客购物时不能快速找到所需商品，且无法对同类商品有直观选择性的购买。另，同一堆头上虽同时陈列同一供应商的商品，但这些商品并不属同一类别。 新品引进速度较慢，开发新品力度有限，旧品淘汰率低，违背了“卖场商品都是新的”这一经营理念。另，酒水堆头多为本地较为常见的品类，泸州、扳倒井等。我店已有商品竞争者均有在售，而竞争者已有商品我店并未进场。我店至少缺乏此一项上的竞争力度。

D：商品质量问题和顾客投诉高

一旦商品发生质量问题，一方面承担卖场的品牌形象损失，另一方面商场还可能要承担商品死货的责任，严重影响卖场业绩及对外信誉度。顾客因商品质量引起的投诉率和抱怨普遍，如：小家电商品质量问题，和大闸蟹事件等。

E：人员流失率过高

员工入职时间一到两月或者半年时间对其负责的业务知识相对熟悉后出现辞职或自动离职，对商场的损失较大，一支稳定、高效的团队是商场参与竞争的根基。由于公司改革和薪酬体系的原因，员工流失比较严重。同时主管及员工的沟通、指导以及专管员干部的考核力度不够，员工的纪律观念强化有待升级。管理人员工作不到位，未能及时并详尽的了解员工的心理活动状态以及变化。因员工更换频繁，收银、理货对商品了解的不足，业务机能不够熟练所导致的顾客普遍在卖场滞留时间过长而引起的消费欲望降低，以及埋单时间过长造成的顾客抱怨。投诉。

F：硬件设施急需改善

在\*月节日高峰期间，硬件设备突显不足。以收银口为例，断网现象时有发生，很大程度上，延误了顾客探亲访友的预定时间，顾客在等待3-5分钟左右时会有近1/4者选择别家购买，而其中绝大多数这选择了竞争者的卖场。断网修复后收银台前散落满地的购物车购物篮中的商品可见一斑，也叫人触目惊心。 另，购物车的严重不足，大型购物车本店现有18辆，这远远无法满足节日高峰期时的顾客需要，因此出现的顾客在卖场寻找购物车的现象屡有发生，对节日而言，这无疑会损失许多客单价较高的顾客到店选购。

G：超市目标不够明确

目标不明确，导致员工工作的积极性不高，员工在经营理念上未树立起一定的目的，商场的各项培训工作未贯彻到实际工作中去，认知率较低，特别是一些服务理念上只落实在口头上，与实际操作行动程度上还有较大的差距，惰性化的工作态度较为严重。 贯彻目标不仅仅止于制度，应旨在培养并营造员工的工作心态和工作状态，环境影响人，而人又都是环境的产物，营造一个良好的工作状态和工作氛围应尽早纳入卖场经营理念中来。 个人问题：

A：沟通不够

本人对于本卖场管理理论钻研不够深入透彻，不能有效的将公司所有理念传达至全体员工，对管理干部和员工的培养不够，零售竞争形式变化莫测，单兵应战以不是制胜之道。

B：创新力能力较差

超市的发展需要创新，特别是营销方式需要创新，但由于顾虑到调整带来对商场业绩的影响，求稳怕乱想赢怕输的心理未能及时克服，以致于求新求变求胜之路，未能如我心愿。有负领导栽培。

C、细节管理不够

超市需要细节管理，过于相信人性化管理的观点，相信全体干部的具体掌控，工作不全面、不细致。计划性不强、监督不力导致很多细节的执行不到位。

针对以上问题，主要完善以下工作

A、提升专业技能

不断学习和总结提高工作效率，以强化基础管理、狠抓服务质量、提升总体业绩为己任，以树立良好品牌形象、创建杨宁薛城根据地为目标，在坚持行为影响、示范引导的前提下，尽我所能激发带动全体员工工作热情，加强对值班长、管理岗同仁的共同学习，贯彻制度的落实与执行，强化现场管理力度，处理好顾客的投诉与抱怨，把握好顾客的退换货制度，尽量让顾客高兴而来、满意而归。

B、商品管理

坚持对A类商品和C、Z类商品的追踪，努力提升商品陈列艺术，做到主力商品的位置，体现较强的季节性陈列、关联性陈列等。认真分析商品结构及市场需求,及时调整商品结构并合理控制库存,避免积压资金。做好竞争分析，与竞争者形成差异优势,使商品在完善消费市场的同时，进一步展示卖场连锁优势。

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