# 2024年商场运营部的工作总结(五篇)

来源：网络 作者：翠竹清韵 更新时间：2024-12-24

*商场运营部的工作总结一通过20\_\_年后半年我们对全国的商业模式进行的考察了解到，沈阳一些商场模式让我们深受启发，很值得我们学习和借鉴、这一点我们企划部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们20\_\_年商场文化主题巡展及商场美陈装饰的前...*

**商场运营部的工作总结一**

通过20\_\_年后半年我们对全国的商业模式进行的考察了解到，沈阳一些商场模式让我们深受启发，很值得我们学习和借鉴、这一点我们企划部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们20\_\_年商场文化主题巡展及商场美陈装饰的前期活动做了梳理：

1、引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，以节省20\_\_年商场美陈的投入；对3月份店庆时期举办的“中国船文化”主题展览做好提前量工作，确保整个展具和展品的按时到位。

2、为确保年度主题巡展活动的有效性，在活动实施前期，与大连的公司紧密联系，可以请他们到沈阳来进一步深入了解我们的活动和商场的实际情况；

3、确定20\_\_年整个年度的文化主题，对于20\_\_年几个重要节日（如春节、三八、五一、国庆、元旦等），将围绕年度文化主题确定各大节日的主题，同时增加了“七一”和“八一”两大节日。组织各种革命历史题材的主题展览，致力于打造非盈利性的文化互动体验平台，以拉伸品牌形象，强化品牌的正能量。

4、做好公司对外形象宣传工作，即公司主流广告媒体的选定工作，根据前期已收集的各广告公司、广告媒体资料，结合公司实际进行深入分析，确保在20\_\_年2月份之前，将广告媒体选定方案定稿落实，加快企业对外形象宣传的步伐；

二、多方企划，举办有益购物广场发展的文化主题巡展活动，提高购物广场知名度，提升购物广场品牌价值。

纵观全国大型商业广场及连锁集团的商业营销模式，几乎千篇一律。如何在众多商家、众多活动中做出突破，吸引更多的消费者，创造更多价值才是我们20\_\_年第一季度工作的关键所在。借鉴万达的成功模式，在20\_\_年第一季度，借助商场店庆契机举办文化主题巡展活动，以提高商场知名度，达到促进销售的目的。

三、策划工作具体规划：

1、整体策划以4t商业营销模式为基础，在策划方案中融入各种展览，旅游，文化教育等诸多元素。并将原来的美陈的投资大量压缩，全部展具采用租赁的模式。

2、3月份是购物广场两周年庆典，企划部主要围绕文化主题巡展活动开展工作，以周年店庆为契机，推出“中国船文化”主题展览活动，旨在将以往的以直接利益为主导的策划重心，转向以公益性服务为重心的休闲体验模式。以文化贯穿商场店庆活动始终，并巧妙的植入品牌营销，通过文化整合，营造出一个轻松愉悦的休闲体验购物环境，提升商场的知名度，促进销售。待店庆活动结束后再对活动进行分析总结，为20\_\_年年度文化主题巡展活动的策划提供依据。

3、整体dp点美化原计划在广告公司的订做，目前通过友好协商已解除合同。我们正在拟定计划，派人去大连协商进行统一采购，经过测算比原计划投资节省一半。

4、做好中庭吊饰电动吊挂传动系统的改造工作，必须在2月中旬前全部完成，配合商场整体的环境氛围。今年商场的中庭吊饰将压缩一半的成本，全部在花瓣雨网购买；

5、整顿购物广场广告：20\_\_年2月大部分商户的合同需要续签，3月开始针对商场内部和外部的所有广告位进行清点，对已经到期的进行续签，撤场的进行转售，破旧的进行更换。提升商场的形象，增加商场的广告收入。

6、创办《文化新世界》杂志

企划部与大连展览公司合作，以4t商业营销模式为基础，以20\_\_年年度文化主题巡展活动为题材，出版发行《文化新世界》杂志，服务商场商户，提升商场在行业的影响力。

四、完善购物广场各项规章制度，健全各项管理制度，增强团队凝聚力，加大对优秀人才的储备。

1、完成对劳动合同已到期员工的续签工作，完善公司的用人制度，根据公司组织构架适时招聘优秀人才，加大人才储备。

2、完善工装管理制度，确保工装制度的执行力度。

3、完成对社会保险的年审工作，按时制作公司考勤表及薪酬支付表，完善绩效考核制度，完成领导交办的其他工作。

4、适时组织员工培训及户外活动，增强团队凝聚力，加强企业文化的建设。

五、加强消防安全意识，完善购物广场治安管理制度，及时更新维护商场相关设备，确保一切活动正常运转。

1、物业部协助企划部做好3月份商场庆典的各项工作。保证在文化主题巡展举办期间各项设施设备的正常运行。并配合好商场展陈布置工作。活动期间与路政，执法部门的协调。

2、做好商场节日期间的消防安全检查，对商场进行全方位的消防隐患的检查并督促其即使整改和排除。

3、提前检查商场44台空调机组的检查，管道的清理。

4、日常各项办公设备设施的维修和更换。

**商场运营部的工作总结二**

经过前一段时间的工作和大干50天的拼搏，我们预计完成全年销售毛利平均计划的x%，实际完成了x%，有近50%的销售小组都已超额完成。排名前三位的部门是：生鲜部完成了105%，食品部102.7%，百货部98.9%。

\_\_年两节销售额计划的完成，这样的业绩凝聚着全体干部员工的智慧和心血，在此，我谨代表\_\_百货向大家表示衷心的感谢和崇高的敬礼!下面就简要总结一下\_\_年度两节销售的主要工作：

(一)抓好营销策划工作, 求新求变。

由于\_\_零售市场形势的变化，\_\_年我们\_\_百货也在营销策划、促销活动上下了功夫，目的是抓住元旦、春节两大节日的销售，我们推出了一系列的促销活动：会员积分兑换奖品、抓奖、买赠、打折、特价、平安夜送平安果、幸运大转轮、大型文艺会演、春节送对联、送福字、送红包、元宵灯会一条街销售、情人节投许愿石羸现金卡、送玫瑰、装饰巧克力一条街等等，这些活动都为商场的聚集人气，扩大影响，促进销售，起到了一定的拉动作用。因为我们在促销策划上面没有什么经验，但经过张经理和同事们的努力，我们的促销活动还是取得了一定的效果，我们相信我们的促销活动会越来越多，越来越好的。良好的开端便是成功的一半。节日旺季过后，把工作的重点从旺季保供应转移到淡季促销售上来。坚持“有节借节，无节造节”，特别是做好“无节造节”的文章。争取厂商支持，整合各类营销资源，统一策划营销方案，统分结合地把握好营销活动推出的时间、形式、规模和力度，放大营销资源的促销功能。\_\_年个人工作总结

(二)抓好商品的结构调整、库存管理，争取厂商的政策支持，适应市场消费需求。

由于经济形势的变化，销售市场竞争格局的变化，今年的商品的结构、库存是很难把握的，随着两节销售旺季的到来，各部门经理始终把商品结构调整、组织适销对路商品，库存管理最优化作为一项重要工作来抓落实。各部门经理主动对两节销售形势进行了分析，对商品的结构、库存进行了更加详细的分析，按照优胜劣汰的原则，抓好商品结构的调整、抓好库存管理。

1、生鲜部：部经理与各组组长开会交谈，研究要货方案，最终的要货量基本上是准确的。为了吸引更多的顾客，部经理与供货商勤沟通，基本做到了进价最低、售价低于兴隆的进销策略。另外还补充了不少新产品，例如糕点组的北京特产糕点、糯米糍;干果组的红泥花生，低价位的冰糖、葡萄干;香肠组的十元一只的沟帮子熏鸡、锦江香肠等等，都提高了销售。

2、食品部：根据今年的实际情况，调整了上货量，啤酒、中低档白酒、礼包系列按去年的75%;茅台、五粮液、剑南春等高档酒按去年的50%;食用油随进随买、调料饮料宁多毋少。两节过后，看这个比例是正确的。为丰富商品品种，提高竞争力，又新进了黄金酒、进口品客薯片、好友趣系列薯片，吊炉花生、600g南方黑芝麻糊、砂糖系列、婴儿颗粒面等等。

3、百货部：部经理与各个小组分析现有的库存情况，经营情况，准确要货，保证了节后库存商品，无大量积压、无断档现象。根据民俗，中国人在春节有更换生活日用品的习惯，百货部将日用碗的种类达到了100多个品种，筷子达到了50多种，菜板规格40多种，不锈钢、塑料盆60多种，使销售得到平稳上升。

4、针纺部：与厂家沟通，争取了一些特价商品：床上用品组的“108”元特价双人被，销售了近300条，并带动了其它商品的销售。

5、鞋部：加强与各个联销商、供应商的协调，争取更多的优惠政策和促销资源。例如童鞋组新组装了一套货柜，改变了形象，增加了销量，平均完成计划的108.1%。

6、服装部：因原材料价格上升，商品价格偏高，购买力下降，整个服装行业都显得冷清，各厂家销售都较去年直线下降，部经理与营业员每天考查市场，共同分析、探讨。童装组的天津童装成了主打商品，价格适中、适合运动。又进了一种时尚的款式，使得童装销售非常乐观，完成了计划的91.3%。

**商场运营部的工作总结三**

3个多月的运营和历练，商场一直围绕“基础提升、企划点睛、服务优化”的指导思想，全面推行商场规范化管理，促进团队执行力和营运能力的综合提高，经受住了开业以来市场波折等考验，各方面得到长足进步，较好的实现了预期目标。现将20\_\_年度商场工作总结如下：

一、商场运营方面

1、各项经营指标完成情况

⑴全年出租率97.5%，收缴率96.52%。

⑵全年销售额5215.76万元，租金收入1579.84万元，同比20\_\_年租金每平米增长\_\_万元，涨幅\_\_%，租金与预算对比完成率\_\_%

⑶全年费用预算396.235万元，实际开支356.619万元，完成率90%。超预算项目无。

⑷共引进品牌430个，其中进口类品牌5个，a+类品牌12个，a类品牌91个，a—类品牌40个，b类品牌57个。品牌优化率0%，全年撤场品牌3个（威乃达、雅士高夫、隆森）。

2、企划营销活动

⑴全年组织活动3次，其中现场促销1次，小区活动拉动商场销售四千多万元。

⑵全年刊登软性宣传稿件：报纸30篇，网络3篇，出现负面报道0篇

⑶全年预算企划营销费用120万元，实际发生81.25万元，其中招聘1.5万元、电视\_\_万元、广播10.0627万元、网络1万元、报纸17.2万元、户外29.36万元、其他（含制作）21万元、赠品5.69万元。

3、客户服务

⑴全年共受理投诉122件，解决率100%，遗留0件。

⑵全年统计受理先行赔付0件，赔付金额0万元，其中商户赔付0万元，商场赔付0万元。

⑶30天无理由退货128起，退货金额50.23万元。

⑷电话回访3450次，上门回访10次，短信回访0条。

二、团队建设

1、全年共培养主管级人员4名，经理级人员2名，店长级人员0名，流失中层以上人员0名。

2、全年共进行员工培训49次，培训人数6178人，培训时间共计197余小时。其中员工培训42次，营业员培训7次

3、组织读书分享会1次，员工活动0次，公益活动0次。

4、全年共计上缴礼品礼金12730万元。

三、营运安全方面

1、物业安全

⑴全年共查出用电安全重大问题3处，严重问题9处，一般问题356处。

⑵参加商场外培训2次，比赛1次，取得壹个第二、两个第三成绩。

2、消防安全

⑴全年共查出消防重大问题13处，严重问题42处，一般问题137处。

⑵参加商场外培训1次，比赛1次，取得单项第三成绩。

四、商场主要工作

1、企划方面：

（1）开业营销：从形式到内容到主题到手段到终端布置、人员，从动员到组织到效果评估细节入手，结果导向，取得良好成绩（日人流量在1.4万，日车流量在2200辆），打响红星杀入南通的第一枪。

（2）奢侈品展销：策划并实施南通地区首次奢侈品展销开南通高端消费之门，一举奠定南通红星高端、环保的形象，向南通消费者展示了红星第七代生态环保商场的完美形象。

（3）品牌开业促销：组织协调了部分高端品牌的开业促销（大自然、toto、科勒等）拉升了销售，提升商场知名度，增强了商户信心。

2、商场管理：

（1）通过实际运营和工作梳理，制定优化了商场运营各环节的工作流程，修订了各类工作表单、以集团区域制度规定为依据结合商场实际拟定了商场运营制度，明确并细化了各部门各岗位的工作职责，通过抓执行、三级检查等方式，大大提升了管理团队的经营管理水平。

（2）规范利用“会议”管理工具进行制度学习、流程改进、布置工作，责任到人、促使管理不断完善与创新。

（3）理顺基础，勤练内功，完善商场架构建设，新建团购部和检查部，细化部门职责，相互促进、补足，整合集团区域资源结合商场实际，完善和编制相关运营制度，提升商场整体运营管理能力。全面落实“百分百回访”“30天无理由退货”等服务举措。以复合型人才培养为中心，全面提升管理团队综合素质，极大的稳定了员工队伍，增强了员工的凝聚力和归属感。

（4）实施楼层负责制、竞赛制及营业员迎送顾客制度，从商场管理规范入手，实现“三个一”管理，每周一次现场联合检查，每周一次聚焦调研，每周一次现场问题研讨会，结合展厅5s管理，狠抓现场，全面推进商场软环境提升。

五、商场创新工作

1、奢侈品展的举行：南通地区首次奢侈品展销开南通高端消费之门，一举奠定南通红星环保、高端的形象。

2、综合巡检制度：部门经理与楼层挂钩，实行对应检查、穿插检查、部门互查，日查、周查结合建立检查长效机制，时时监控商场运营情况。

3、5s定位管理：通过规范现场，营造一目了然的工作环境，培养员工良好的工作习惯，提升人的品质。

4、商户座谈会（商户代表管理监督员）：建立沟通平台改善关系，变管理和被管理为合作共赢。每半月召开一次，了解心声、发现问题、交流想法。并在商户中聘请管理监督员，任期半年，监督红星的工作，提出合理化建议。

六、总经理工作情况

进行员工谈话45次，巡场70次，发现问题142处，处理率95.2%，阅读管理书籍10册，拜访工厂4次，拜访顾客4次。

七、存在不足

回顾20\_\_年，在取得开业成功的同时，新商场的不足之处仍然大量存在：

1、因为服务技能不足、部门配合默契不够、信息共享不到位、顾客要求苛刻等原因引起的投诉居高不下，还需要加强培训，提高员工业务技能，进一步降低投诉率。

2、企划团队新人多，经验少，执行力较弱，在小区营销、网站建设、人气活动上滞后，新的一年要解决这一短板，提升营销质量。

3、安全工作存在大量隐患，要与工程方协调，尽快解决。

4、服务满意度检查结果较差，多项服务内容落实不够细致。

5、部门执行力、团队综合管理能力还需要强化提高，做到令行禁止。

新的一年，新的起点，新的开始，南通商场将围绕经营工作，继续发挥全体员工的能动性创新服务，关键做好细节管理、基础工作的强化管理，把商场的基础打牢，并在经营中实施联合营销拓展新的销售增长点，力保市场份额稳步提升，商场知名度和美誉度极大提高，为公司事业发展作出自己的贡献。

**商场运营部的工作总结四**

\_\_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。

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\_\_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

作为一名服装店的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：

1、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。

2、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。

3、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。

4、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。

5、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。

6、处理好部门间的合作、上下级之间的工作协作，少一些牢骚，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华东店。

面对明年的工作，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：

1、加强日常管理，特别是抓好基础工作的管理；

2、对内加大员工的培训力度，全面提高员工的整体素质；

3、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。

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

**商场运营部的工作总结五**

\_\_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”的管理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\_\_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1\_\_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，现场管理成效斐然

\_\_年建二狠抓现场管理，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。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找