# 母婴店上班工作总结学校(热门40篇)

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-08-22

*母婴店上班工作总结学校1提供特色的服务，不断抢占消费群（从别的地方抢）群 （扩大自己服务群体，如服务年龄等），都会在以后的发展中显示出他的重要性。21. 宝贝开心，妈咪放心！22. 宝贝用品，就选妈咪爱。23. 呵护我的明日之星，超级宝贝亲...*

**母婴店上班工作总结学校1**

提供特色的服务，不断抢占消费群（从别的地方抢）群 （扩大自己服务群体，如服务年龄等），都会在以后的发展中显示出他的重要性。

21. 宝贝开心，妈咪放心！

22. 宝贝用品，就选妈咪爱。

23. 呵护我的明日之星，超级宝贝亲子之家！

24. 伴随成长，幼儿之家。

25. 放心好乐贝，快乐小宝贝！

26. 呵护母亲，呵护关爱；呵护宝宝，呵护未来。

27. 珍爱宝贝，心中花蕾。

28. 母婴育龙，育养不一样！

29. 明星宝贝，母亲的期望。

30. 妈咪宝贝的阳光房

31. 关爱孩子，更关心自我

32. 优爱童婴，幸福今生。奔腾年代观后感

33. 购婴幼商品到舒乐，家长舒心宝宝快乐。

34. 爱他，就给他最好的。

35. 母亲放心的，宝贝爱乐园。

36. 童购，集关爱于一身。

37. 宝贝的爱，妈咪的关怀。

38. 未来星造就未来之星。

39. 小小世界，大大精彩。

40. 实力创作助成功，优中选优保注册。

更多精选好词佳句阅读

**母婴店上班工作总结学校2**

母婴店店员执行的结果，常常五花八门，与店长的要求相差甚远，有时甚至南辕北辙。出现这样的结果，原因可能是多方面的，但“子不教，父之过”，其实根源还是店长教导无方或教导不够造成的。

到底母婴店店长该怎样教好店员，带好团队呢？总结一个词：言传身教！

>一、师傅带徒弟

学习求进步，方法有两种，一靠自己摸索，苦学、苦修、苦想，象陈景润攻克歌德巴赫猜想。二是寻找良师益友，向老师、专家、成功人士学习。

成功学大师哈维麦凯说，世界上所有的成功人士，都有一个共同的特点，就是他们每个人都有一个指导老师，一个教练，或者一个楷模。学开车、学电脑、学打球、学瑜伽，有老师指导进步神速，自学成才不容易，有时还会走火入魔。

母婴店店长应该成为\*\*最直接的老师。有经验的老师都知道，自己以为很懂的一些观念，除非你能够用语言清楚的表达出来，教到别人都能懂得，在此之前，你对这个观念还没有一个真正完全的了解。教别人的同时，对自己是一个再思考、再学习的过程，所谓教学相长，水涨船高。自己要提高，就要多教别人。“得天下英才而育之，不亦乐乎！”

从店员的角度来看，从店长身上得到指导，学到更多的知识、技能，自身的素质、能力得到提高，不断进步成长，不亦乐乎！

从公司的角度来看，店员、店长的技能提高了，对门店的目标更清楚了，公司的作战能力增强了，竞争力提高了，业绩超额完成了，不亦乐乎！

>二、天天讲，月月讲，年年讲

\*的传统教育习惯于“填鸭式”，大多数企业的培训，也都在延续这种方式。

效果不好时，台上滔滔不绝，台下昏昏欲睡，盼着早一点结束；效果好一些的，听课时气氛热烈、热血高涨，培训结束后涛声依旧。

“今朝思量千百计，明朝依旧卖豆腐”。任何一个重要的观念要听七次以上，并且要教到别人都能懂得，在此之前，你对这个观念还没有一个真正完全的了解。一次门店培训，店长会讲到多少重要的观念？还没有真正理解之前，根本谈不上有效地执行。

公司的重要策略如果执行不力，就需要像一个传教士一样，天天讲，月月讲，年年讲，但不要像妈妈一样（啰嗦）。

>三、示范

大多数人相信“耳听是虚，眼见为实”。

学太极拳，师傅都会打几遍完整的套路给大家看；学绘画，老师也会先画一些简单的图形，讲明要点，再让学生临摹；一些好的文章，都会配上相应的很多图片，图文并茂，来形象地说明自己的观点。

一个高明的作家，用无数赞美的语言描述一少女的美貌，读者还是想象不出这个人具体什么样子。但只要一看她的照片，只要几秒钟就会记住她的容貌，有时候还可能终身不忘。

>四、动手参与

销售技巧的学习，如果只按照我们培训部开发的教材念给店员听，第二天店员就忘了。如果店长配合产品展示，或叫店员亲自\*\*演示，叫其他店员扮演客人的角色扮演法，培训效果就更佳。

“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”，“百炼才能成钢”，“亲口持梨知酸甜”，游泳中才能学会游泳，在战争中才能学会战争。这些说法都告诉我们一个道理：听到的、看到的知识、经验，只有通过行动，才能转变为自己的经验，去指导自己以后的行为。

>五、身教重于言教

店长培训店员的同时还必须注意自身形象的塑造，给\*\*一个学习的榜样。如果一个店长经常迟到、早退，那么他的店员也会有样学样。近朱者赤，近墨者黑。

母婴店工作总结 (荟萃2篇)（扩展3）

——母婴店销售工作总结 菁选

母婴店销售工作总结

**母婴店上班工作总结学校3**

母婴店新开张期间促销活动方案 活动一：

1、时间：开业第一周（可根据实际情况调整）

2、内容：为体恤妈咪们的鞍马劳累之苦，每天前30名到本店购物的顾客可于结帐后，凭收

银流水单号（前30名）于服务台报销50元的士票（的士票不限日期，但面额不少于50元）。（可根据实际情况调整） 活动二：

1、时间：开业一个月内（可根据实际情况调整）

2、内容：凡孕妈咪到本店购物者（不限金额），凭街道居委会核发的《围产卡》获赠价值

180元的“孕妈咪礼品包”1个。数量有限、赠完即止！（可根据实际情况调整） 活动三：

1、时间：开业一个月内（可根据实际情况调整）

2、内容：活动期间，凡顾客一次性购买店内指定商品（限某品牌系列商品及其他品牌服饰类商品）满200元，即送价值20元奶粉券1张。（可根据实际情况调整） 活动四：

1、时间：开业一周内（可根据实际情况调整）

2、内容：（可根据实际情况调整）

（1）实际购物满200元者报销20元的士费；

（2）某品牌部分商品以低于生产成本特价销售；

（3）某些品牌高利润的商品特价销售；

（4）除奶粉、纸尿裤、家居品、车床外，店内多个知名品牌多项孕婴用品全线八折（特价

品及指定品牌除外）；

（5）促销期间凡孕妇持有效证件购物（不限金额）即获赠价值180元的“孕妈咪大礼包“； 活动五：

可安装使用下:飞蝶母婴用品店管理软件。让电脑来帮您管理，既不易出错、又省人工成本。飞蝶母婴店管理软件支持条码扫描、小票打印机、钱箱、会员卡积分、打折、预充值与付款、会员生日软件自动发祝福短信等。可一键查任意指定时间内的（例如：每日、每月、每

年）指定商品的销售量、利润、库存、存货总金额、提成、商品快过期信息等等。还赠送母婴店专用商品条码及价格库(1万多种商品信息)，不用您一个个输入，直接导入使用。软件分有单机版、连锁版

**母婴店上班工作总结学校4**

一、同每一个店员进行单独沟通

与店员进行沟通是店长的主要工作职责之一，也是必须掌握的一种沟通技巧。只有沟通得好，很多工作才能顺利展开，不断提升团队的凝聚力，提高销售业绩。

店长为什么要同每一个\*\*员工进行单独的沟通？单独沟通的好处是什么？

店长作为一名管理者，如果对自己的\*\*员工都不了解，不知道每个员工的能力特长，就没办法“因人设岗”。

就会造成员工在工作时很难最大化发挥自己的能力：事情做不好的同时，还会影响员工工作的积极性。时间一长，员工的工作兴趣和激情就会被消耗殆尽，然后是无尽的抱怨，或者直接辞职走人。

单独沟通的好处首先能让新入职的员工感觉到自己的重要性，让员工初步获得存在感和价值感；

其次，单独沟通更有利于对每一个员工内心想法、需求、期望等信息的深度挖掘，因为单独面对面更容易说服和打动对方，是对方能尽可能的敞开心扉说出心里话。

只有员工愿意和你交心沟通的时候，从工作到个人再到家庭，你们无所不谈的时候，你才算是真正了解这个员工。

二、了解员工的特长

学会和\*\*员工进行沟通是店长管理的基本流程之一，“了解员工特长”才是沟通的关键。知道员工的特长才能在分配工作任务时做到有的放矢，合理安排，有效提升门店的经营效率，提高销售业绩。

“知人善用”是对婴童店长管理能力的要求。店长若了解\*\*员工，但却不知道将什么样的员工用在什么样的工作岗位上，这是人员管理上的失败。

如在一个100\*左右的婴童门店里，可能导购人员加上店长最多不超过6个人，人员的合理安排很重要。每个\*\*的员工的工作能力也不一样，有的员工手脚快，做事麻利，但不擅长和顾客沟通，有的员工手脚慢，但嘴巴甜，擅长和陌生人搭讪，而有的员工手脚既不快，嘴巴也算不上甜，但长相姣好，在店门口一站就能吸引过路人的目光，也算是一个特长。

所以，对店长来说，熟悉了解每一个\*\*员工，知道所有人的特长就能很容易将他们安排到相应的工作岗位上，主要目的还是为了店面的\*\*经营，并最终提升销售业绩。

三、每一项工作都要责任到人

店长制定的每项工作内容，一定要严格按照相关时间节点要求，将每一项工作都责任到具体的人，并提出明确的要求。

每一项工作都责任到具体的人，这样既锻炼店长的管理能力，也能提升员工的工作效率，做到日事日毕、日清日结，不养成拖拉延误的习惯才能真正的锻炼我们自己，使我们养成良好的工作习惯，并从中获得快速的职业成长。

其次，将每一项工作责任到人，在店面经营过程中发生任何事情都能寻根觅源，找到具体的事因，这样既不冤枉任何一个员工，也不会姑息任何一个员工。当然，最终要的还是当事情发生后，能根据具体负责的员工找出具体的原因，然后通过总结分析，避免下次再犯同样的错误，以此达到提升店面经营效率和管理水\*的目的。

四、让每一个员工都把事情做好

“把事情做好”是对员工的最基本要求，但若要求团队里的每一个员工都把事情“做好”的确是一件不容易的事。

店长如何通过管理流程来\*\*员工把事情做好？这就要求店长必须具备很强的执行能力，也就是说店长首先就要在工作的各个环节上严格要求自己，只有店长按流程严格去执行了，员工才有可能从一开始像鸭子一样被赶着上架，慢慢变成像鸟儿一样天黑就会主动归巢。

譬如，在婴童门店里，店长可以在店内放一块白板，把团队各成员的近期工作安排全部排写在白板上，然后通过开晨会的方式沟通检查每个成员的工作进度，对需要加快进程的伙伴给予提醒，并强调最后的时间节点要求，明确相关责任。只有这样，店长才能清楚掌握店内的每一项工作的进展，要求每一位员工都把事情做好。

五、日常工作内容顺序和细节

在门店的日常工作流程中，哪些顺序和细节是店长必须掌握的？从员工“到岗”到最后“闭店”都有哪些工作要处理？

譬如很多婴童店都是要求员工要提前20~30分钟到岗，并由店长亲自负责考勤。在正式营业前的这段时间，员工更换工作服、整理个人仪表、清点整理陈列货品、打扫店内卫生、备好零钱，然后店长还要\*\*200秒左右的晨会，相互检查店员仪容仪表、昨日工作总结和今天工作安排、调整心态、鼓舞士气、分享总公司及行业新资讯等。

营业中，迎宾人员的语言、表情和动作规范，如何巧妙的留意顾客购物信号并主动上前提供帮助？导购人员专业的产品解说，顾客购买服务、休闲区服务、现制饮料等服务。

营业结束前还要进行相关数据账单的统计，如填写日销售报表、当天的商品进销存记录、补货单、顾客订单、顾客挡案信息反馈表等。最后是关店前的商品数量盘点、卫生打扫、电源安全检查、店内设施检查，以及关灯锁门后再检查卷闸门有无锁好等些细节性工作。

**母婴店上班工作总结学校5**

因此，店长需要站在经营者的立场上，综合的、科学的分析店铺运营情况，全力贯彻执行公司做为一名店长不只是需要理解上级下达任务和目标。还要为了达到这一目标需要做什么，怎么做才能达到最佳的效果。每一位顾客的资料都不应该一成不变，而是要不断丰富，要注意对每一个顾客细节资料点点滴滴地积累，这样，在与顾客沟通中才能让顾客真正感受到关怀。此外，通过对同一名顾客消费资料的连续分析，将为对该顾客制订有针对性的服务与销售策略提供最直接的依据。外出派单是获得新顾客资料的最直接有效的手段，特别是应该在客流不够充足时，将此作为一项日常工作，一方面可以将人力资源利用得更加充分，同时也可以通过这一工作更加的了解客户。电话跟进客户则是向外延伸服务的有效手段，对服务情况进行售后追踪，将大大有利于新顾客和有流失迹象的顾客关系的巩固。总之，要做一名合格的店长，必须要做到顾全大局，里外兼顾，宣传是带动店面发展的命脉，只有有了足够的新客户店面才能活起来。同时，服务质量和对客户的了解也是不容忽视的，否则之前的一切将会白费，将是毫无意义的。

另外，店面的经营管理也要常抓不放，这是店面运营的基矗第一要建立逐级管理制度，岗位职责分工细化，自上而下。使工作事事有人管，件件能落实，防止死角现象的出现。

第二要注重店内人员的培训工作，培养员工、销售人员的集体荣誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位员工、销售人员充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到p懂业务、会管理的高素质人才。

第三要建立分明的奖惩制度，以激励和约束员工、销售人员的工作，使全店成为一支团结协作的集体，在竞争中立于不败之地。

第四要创造良好的外围环境，协调好与政府部门的合作关系，以减少不必要的麻烦。

一句话，市场是良好的，形势是严峻的。假如在短期内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场我会认真执行公司的品牌策略，全力发挥店长的职能。在以后的工作中要努力改进，在新的一年里我会更好的做好自己的本职工作，用责任心做事，用感恩的心做人，让盛世的生意做的更大。

**母婴店上班工作总结学校6**

为贯彻落实马尾港口分局对冬防工作的要求，切实保证冬季消防工作的安全进行，确保油库人员生命财产安全，本库在冬季来临前已做好如下几项工作：

1、提高认识、落实责任，成立冬防工作小组。冬季来临前我库成立以李向阳\*\*为组长，陈成福、林琳副\*\*为副组长，生产班各班组长为成员的冬防工作小组。结合油库港口生产实际情况，以及本企业自身消防建设实际，落实冬防工作目标、明确重点防范部位，强调重点、关键部位专人专管，定时定期专管。

2、深入学习相关法律法规，周密部署相关冬防事宜。根据《\*\*\*\*\*\*\*消防法》、《\*关于特大安全事故行政责任追究的规定》，按照“四不放过”的原则，告诫冬防工作小组成员，必须严格规范冬季作业行为，\*\*从严追究相关责任人的责任。

3、坚持预防为主的方针，加大冬防工作的排查力度。冬季防火要注意冬季气候干燥的季节特点，码头沟边杂草及时清理焚毁，消除安全隐患；冬季防冻凝要注意定期对消防水打循环、管线保温伴热、人员加强巡检等措施。

4、开展宣传教育工作，提高专业消防人员素质，加强义务消防员的消防意识。\*\*消防人员的消防训练工作，尤其是加强义务消防员的训练管理工作。

从目前情况看，本库今冬冬防工作落实到位、没有因为转季节变化而影响生产的.不安全作业发生。

XX油库

20xx年X月X日

**母婴店上班工作总结学校7**

母婴用品店创业计划书

一、孕婴童市场分析

一）、孕婴童消特点

20xx年1月6日零点2分，中国的第十三亿个公民在北京妇产医院诞生。至此，我国的计划生育已进行了三十多年，我国的孕龄人群全面 进入了独生子女时代。

市场调查结论：

1、95%的孕妇仍然倾向艳丽、时尚的孕婴衣服，100%的父母声明，孩子是生命的延续，是将来的希望，他们最关心孩子，认为天经地义。

2、100%的新丈夫和新爸爸表示，愿意在一个地方一次性把所有的孕婴用品买齐，她们中只有3%的人知道要买些什么；几乎所有的人都表示“此时用钱，又兴奋，又骄傲！”

3、100%的准妈妈，准爸爸希望得到全面的孕育知识，而缺乏相关知识的占87%。

4、的父母表示，发薪水最先想到的是为他们的孩子买点什么。

5、在25岁以上的受访者当中，93%的人给同事、亲戚、朋友购买过孕婴产品。

特殊的时期与特殊的国情造就了中国孕婴产业的巨大商机，也造就了一批特殊的消费者。

二）、孕婴童市场统计数据

国家\_相关数据显示，中国年均出生人口是1500万到1700万。一个妈妈从怀孕到孩子6岁上学，这7年正是母婴市场的黄金时间，取人均年出生平均数1600万乘以7，得出大约有亿个孩子或者说是亿个家庭是母婴市场的买方。如果平均一个家庭一年在孩子身上的开销是5000元，那么这个市场的容量就有5500亿元，而据有关调查表明，中等城市的新生儿每年消费6000到万元之间。

中国婴童产业研究中心的最新数据表明，近几年婴童市场保持15%左右的高速增长，20xx年中国0岁到12岁的婴童市场总规模约万亿元左右，20xx年婴童市场将达到2万亿元的规模。

三）、孕婴童市场潜力

1、市场需求

新生儿父母年龄的下移和文化层次的提高，表现在对育养知识的渴求和健康意识的增强，伴之而来的是对多功能、多样化的产品，高品质的服务及专业指导的渴求。现代父母对孕妇、婴儿健康的要求，已经开始由简单的物质供应、传统的生理呵护，转向更注意心理的调适、心灵的沟通及科学育儿文化的熏陶。这对婴幼儿用品行业本身来讲，是一种无形的挑战，但更是一种潜在的商机。将产品、文化和服务作为一个整体来导入市场，将是未来婴幼儿用品行业发展的方向。

2、市场购买力

如何使孩子健康、茁壮地成长，成为家庭投资的重点。年轻父母们在孩子身上的投资，无论在人力、物力还是财力上，都无怨无悔，毫不吝啬。同事之间对对方的重视程度，也常常体现在对对方孩子的重视程度（礼品）上，这也为有中国特色的群体消费扩大了消费基础。

四）、孕婴童市场现状

1、实用性品牌专营严重空白

在国内孕婴市场尚未形成的过渡时期，除少数大型商场、专卖店外，几乎没有具有品牌效应的专营店店面，一些地方仍将孕婴用品随同百货用品销售，这样既不方便购买，又缺乏安全感；而类似集中经营婴幼用品的经营店却又无严格意义上的品牌。因此，市场急切呼唤既具有品牌价值，又具有品质保证，且能适应消费需求的品牌专营店。

2、购物地理环境局限性大

孕婴用品的消费主体一般为怀孕6－10个月期间的孕妇和新生儿的妈妈，这两类特定消费群体一般活动不便，对安全性要求特别强，这是这两类特殊阶层消费的共性。故而那种交通便利，接近社区服务，且环境优雅的购物场所成为消

费者的急需。市场上的孕婴用品多在大型市场和购物中心，不便于消费者消费。于是，消费者在出于安全及品质的双重的需求下，对出现在家门口、接受社区服务的专营性品牌店尤为渴望。

3、缺乏综合性，结构相对单一

孕婴用品涉及行业广泛（服饰、塑胶、轻工、电子、医疗器械、钢材、纸品数十个行业），且市场较分散，缺乏统一的机制规范整个行业，所以品牌规模的营造成为业内发展的方向。同时，现在品牌店仅限于用品、服饰两类商品。而像日用品、起居用品、孕妇的特殊用品、工艺礼仪、美术品几乎为零。

4、销售方式单一

由于孕婴行业本身的特点，需要社区服务的切近与人性化的服务，而很多品牌店在销售上仍采用传统的方式接待客人，而且由于传统的营销方式的终端严重滞后，市场意识不高造成经营上的短期行为，都无形地拉远了与顾客的距离。亲情式营销，人性化服务将是以后市场发展的重点。

5、 现有产品价格体系不合理

目前，孕婴产品呈现两个极端：一方面，进口产品过高的价格令普通消费者望而却步，一个童车的价格动辄八九百甚至几千，赶上一辆山地车的价钱；另一方面质低价廉的产品又不能适应广大中层消费者的需求。中端产品在中国是个空白。消费者呼唤适合中国市场大众化的中端品牌。

五）、孕婴童市场前景

1、孕婴起步，前景广阔

目前，孕婴市场属启蒙阶段，市场切合点仍在初建时期，杂货铺式的商店居多，而能够提供规范管理，统一形象，高品质，低价位的特许专营店，将是未来市场发展的趋势。因此，发展婴幼用品产业发展前景广阔，属于真正的“阳光产业”。

2、无限商机应“孕”而生

多年来，聪明的犹太人深信，妇女和儿童的钱最也赚。究其原因，不是因为妇儿商品的存在暴利，而是因为该行业潜藏着易被忽略的巨大市场，可以给投资人带来稳定的收益。

起，婴童用品市场象被突然发现的“金矿”，吸引了大量投资者，

各大城市的婴童用品专柜、专卖店如雨后春笋，生机一片，但综观市场现状，国内普遍存在婴童用品品类单调，档次不高，厂商经营规模偏小，故婴童用品业表面喧闹，其实尚处于早春的萌芽状态。

随着国民经济的稳定发展和人均收入的提高，近年来婴幼儿用品市场发以年均21%的递增率快速成长，日渐成形为一个专业的、具备相当规模的产业市场，正所谓“无限商机，应“孕”而生”。

3、特许连锁经营是孕婴童行业的未来方向

杂货铺的个体经营愈来愈难以满足妈咪们的安全与服务需求，并且个体店经营实力有限，背后没有一个全国知名品牌的系统服务与广告支持，基本处于“自生自灭”状态，而特许连锁经营作为经营新世纪最具科学性与竞争力的盈利模式，势将主导传统的孕婴行业。目前，孕婴市场属启蒙阶段，市场切合点仍在初建时期，杂货铺式的商店居多，而能够提供规范管理，统一形象，高品质，低价位的特许专营店，将是未来市场发展的趋势

六）、特许专业连锁加盟店分析

1、杭州市场概况

从杭州各大商场的儿童类商品销售情况来看，品牌婴童类服饰用品销售在逐年快速增长。以杭州百货大楼儿童商场为例：今年所有位于边柜的婴童品牌销售额都出现了大幅上扬。派克兰帝童装去年全年销售额是80多万元，今年至今已经做了180多万元。巴布豆、黄色小鸭等都比去年增长了20％以上。随着人们育儿要求的提高，0－3岁的婴儿用品销售增长加快，与服饰呈现1∶1的比例。在杭州大厦购物中心，以国庆黄金周儿童商场的销售为例，同比增加了40％，销售额占整个购物中心的30％。每个客人每次消费金额在300元－400元之间的非常普遍。

在杭州，婴童用品专营店表现为三种形式。一种是强调一站式购齐的婴童用品店。从奶粉、尿布，到服饰、玩具、早教类商品全都有，而且品牌多样化。所选品牌以商场超市的热门品牌为主。在杭州，以某某婴童用品专营店、恐龙蛋婴幼儿用品店等为代表。另一种形式是单一婴童品牌的专卖店，里面的商品以某个品牌的商品为主，附带少量的其他品牌商品，在杭州，以葆婴、好孩子等专卖店为代表。在体育场路上还散落着几家单一品牌的童装店，定位以中档为主。还有

**母婴店上班工作总结学校8**

1. 鼻 要用专用的小毛巾和盆子给宝宝用。买两种棉签，一种细头的，一种粗头的(质量一定要选好的紧质的，否则一卷掉在鼻子里就麻烦了。细头的用水沾湿了，(不要太湿)轻轻在鼻孔内卷一下。如果有鼻屎，也可以把它沾湿了，宝宝打个喷嚏就会打出来，不要硬挖。

2. 耳 新生儿是容易吐奶的，吃完奶后贴着自己肩部竖抱轻拍令其打嗝然后慢慢放到床上，往右方侧睡，(在宝宝身后垫个小枕头让他保持侧着)目的是为了一旦吐奶不会呛到气管里，20分钟后再\*卧。喂奶前换尿布啊，洗澡之类的都要先完成。如果吐奶，要给他擦干净，特别是耳朵，奶水很容易流进去，要及时清干净，这时用粗的棉签，擦外耳廓。喂奶要左右交替，一个\*\*要宝宝吸满10分钟，因为奶分前奶和后奶，前奶提供糖份，后奶提供脂肪，10分钟一般前奶后奶都能吸到，宝宝如果吸了5分钟睡了，揪他耳朵，让他继续吸。如果只喂了一个\*\*，另一个\*\*一定要用\*\*器吸干净，否则时间长了，大脑会指令这个\*\*不产奶，假如盯着一个\*\*喂宝宝，\*\*会有大小的。

3. 嘴

宝宝的嘴里黏膜是很娇嫩的，绝对不能动，别的地方能洗，嘴不能洗。

4. 眼 如果妈妈体质是内热的话，出生后宝宝眼屎会多，2天后一般会改善，也是用毛巾或棉签擦，眼屎假如一直多，就用棉签沾点金霉素眼药膏擦在外面。

5. 屁屁 女孩子记住从会阴往\*\*处洗，每次洗完搽护臀膏在\*\*和会阴周围。

6. 脐带 脐带完全好要7~8天，用纸尿布一定要把尿布往下拉一下露出脐带，，每次洗澡后要给脐带消毒，用75%的酒精，沾湿后棉签由内向外擦每天2次。7天左右结痂，结痂后要把痂松一松，让酒精碰到痂里面(医生说的，听起来有点吓人)，这样才好得快。宝宝脐带附近有红肿要送医院

7. 尿布 天气冷了，家长怕宝宝屁屁冷，把尿布捂热了给宝宝用，这样反而会使宝宝红屁股，一定要冷的放上去，宝宝的屁股和脸都是最不怕冷的。

8. 奶藓 过敏体质的妈妈生的宝宝很容易得奶藓，妈妈这时喂宝宝的话不要吃海鲜等发的东西，宝宝注意晒太阳不能晒头。

9. 新生儿生理性黄疸 一般都会有，是因为胎儿在母腹中靠红血球交换氧气，出生后可以自主呼吸，大量的红血球就会死掉，因为用不\*\*，死了的红血球没办法很快排出，就堆在皮肤上呈黄色。过14天会消退，不退的话送医院照蓝光。

母婴店工作总结 (荟萃2篇)（扩展6）

——母婴店五一促销活动方案 (荟萃2篇)

**母婴店上班工作总结学校9**

母婴店活动策划

一、活动内容

(一)活动时间：

20xx年05月#日-#日

(二)活动地点

丽江市##路##

(三)活动形式及内容

1、专家咨询

在活动当天安排育婴保健方面的专业人员在活动现场给妈妈们免费指导、提供相关知识的答疑解惑等，专业人员可以去相关的医院的妇产科或者其他单位聘请。

2、买就送(抽奖活动)

活动当天一次性购满一定金额(具体金额由商家自行规定)可参与抽奖活动，抽奖可采用大转盘模式，由宝宝或者其家长进行转动抽奖，奖品即时生效。

3、买就换

活动当天一次性购满一定金额(具体金额由商家自行规定)可以换购相应的赠品。(换购即是购满一定金额后可加少量的钱换得比正常价格低的赠品，比如加10元可换一双袜子)。

4、可爱宝宝纪念照

宝宝在活动期间游泳，可以由商家提供摄影留念，一次赠送两张照片。(由于时间原因可能无法当日领取相片，顾客可以留下相关信息，在日后光临本店时领取相片)。

5、传单的代金卷

宣传单的代金卷功能，根据消费相应金额实行抵价。(比如消费满100可使用一张代金卷，消费满180可以使用两张代金卷，代金卷具体金额和使用张数由商家规定)。

6、会员快捷办理

在活动当天，安排工作人员根据商家的规定，对有需要办理会员的顾客提供相应服务。(会员办理服务可在店门口和专家咨询联系起来吸引顾客光临，同时还可以控制顾客进店的速度和人数，同时还可以节省店内空间)。

(四)活动期间的门口布置

1、彩虹门：在瑞家宝贝门口前方靠近街的位置放置一个彩虹门，在上面标上：婴幼儿专卖店瑞家宝贝周年店庆活动。将瑞家宝贝四个字的字体做的稍微大一些。

2、搭棚：在店门口右边搭建一个遮阳棚(或者是大遮阳伞)，摆放两张桌椅，一张给专家在活动期间使用，另一张供我们办制会员卡以及抽奖使用。防止意外天气影响，又能吸引顾客。

3、花篮和气球：两个花篮分别摆放在店门口两端(或者彩虹门两端)，增加店庆热闹的气氛。

气球：在店门口两边的橱窗上方摆几个色彩鲜明清亮的气球，不但不会遮挡住店里面的情形和商品，而且还可以增加周年庆的氛围;

另外，在遮阳伞的四周也绑几束气球，既美观又热闹，可以吸引消费者的眼球，还可以送给想要气球的大宝宝们。

4、音响、电脑：音响是小音响，在活动期间播放适合宝贝们听的儿歌，摇篮曲等，声音不宜太响。音响放在抽奖桌子的下面。笔记本电脑放在桌上。

5、门口地面的布置：贴一些儿童图画和瑞家宝贝的标志或品牌名称，要求颜色亮丽，不宜过多杂乱。贴纸要能防水(可以是塑料彩印)。

注：地毯也是一种选择。

6、小刀旗：店门口上方的位置，用拉线的形式。主要烘托出周年店庆的热闹气氛。

7、海报喷绘等说明店庆相关优惠或措施。

8、留言薄：在咨询台和抽奖台上各放置一本留言保

咨询台上的留言薄：是供消费者留言他们的问题和对于这次活动的感想以及希望下次瑞家宝贝可以做怎样的活动等等，是为消费者使用。

抽奖台上的留言薄：是为工作人员使用的，可以记录抽奖的消费者情况以及，是对于此次活动的辅助作用。活动结束后可以参考这两本留言薄的记录。

二、活动流程表及人员安排

(一)活动前期准备期间：

活动前三天是准备期间，务必保证所有活动的用品在活动期间准备好，不会出现用具不能用或者没有的现象。

(1)5月#号(提前3天)

上午十点半：和彩虹门、小刀旗的商家商定于5月#号早上7:30在瑞家宝贝门口前方放置好彩虹门，以及拉挂小刀旗。怎么摆放，大小，标语等都要商定好。

下午两点：邀请专家，请专家于活动两天到瑞家宝贝进行咨询工作。报酬、时间等提前商定好。

(2)5月#号(提前2天)

上午十点半：买好所需要气球和小型打气筒。两本留言薄，碳素笔5只。

下午两点：店门口地面所需要的贴图或者红地毯确定好。若是贴图，就直接买回来，若是红地毯，商定活动第一天早上7:25之前必须铺好。

下午四点：确定电脑和小音响、桌椅，以及准备好活动所需要的歌曲。

(3)5月#号(提前1天)

上午十点半：与花店联系，预定两个花篮，与其商定在第二天早上7:45之前将花篮送到瑞家宝贝店门口。花篮的大小，颜色，花色等都说好。

下午两点：检查确认一次之前的事务已经安排妥当，若有情况突变，及时补救。

(二)活动期间：为期两天的周年庆活动。

(1)5月#号(活动第一天)流程表：

时间流程人员

7:10在店门口集合，讲解相关事情，注意事项等。

7:25两个人帮忙铺红地毯;两个人吹气球，绑几束气球群。4人：

7:30放置彩虹门和拉小刀旗，主要不是我们的人员去做这样。2人指挥：

7:36红地毯铺好了，摆放遮阳伞和桌椅。 若是贴图，需要的时间稍微长一点。5人：

7:50布置桌椅，摆放电脑，音响，抽奖筒，留言薄，海报张贴,。3人：

8:45花篮摆放。1人：

8:50最后检查，确定一切就绪。

9:15试音效，检查音响和歌曲是否有问题。 若没有问题就直接播放，注意音量的调节。2人：

9:25接待专家。2人：

10:00一切准备就绪，周年店庆正式开始。

12:00午饭时间，轮流吃饭。

17:00午饭时间，轮流吃饭。

21:00开始整理部分不需要的用具，准备收常

21:30对于这一天的总结。

(2)5月#号(活动第二天)流程：

参照第一天的流程，部分不需要的去掉。

**母婴店上班工作总结学校10**

>一、热情退货：

大多店面退货时的脸色都不是很好看的，就算是退回给客户，也是心不甘情不愿。假如有一家店面退货时比卖货态度还热情，这样的店面就一定能留住客户，因为它留住了客户的心。

>二、解说30种产品：

心理学家告诉我们，解说完5种以上产品客户还是光问不买后，营业员就要开始不耐烦了，10种以上就很少有营业员还能耐心给客户解说了。正常情况下能给只问不买的客户解说15种产品就算是奇迹了。我们要做得是：以15个品种为起点，假如想在脸上写上：“不耐烦”三个字，至少也要在解说完30种产品之后，假如她最终还是不买，我们再说一句：真不好意思，在我店里没有您适合的产品，下次我们一定把品种做得更齐全。

>三、不让她买产品：

假如确定产品不适合她的，坚决的告诉她，这产品不适合她。

>四、真诚夸奖竞争对手：

假如客户问起竞争对手情况，你就很真诚夸对手。（在这同行是冤家的年\*\*，真诚夸奖对手和情况不能说没有，但至少是很罕见，因为一般的夸奖对手情况都是故作高度，装模做样罢了）。

>五、让耳朵竖起来：

竖立起耳朵，认真的听客户倾述，从头到尾不要向她推销一样商品。有时倾听比推销更能起效果。

>六、精确时间到小时：

店里难免会缺货，假如客户问什么时候会到货，一般的回答是：大概某某天会到，我们要做到的是：某某天下午4点会到货。听到这样的回答，客户对你的忠诚度最少提高30个百分点。

>七、上门去给客户退钱：

假如多收了客户的钱，客户不知情的情况下，一定要上门去退还，最好能带点小礼品以示道歉。钱多钱少是其次，这份心让人无法舍却。

>八、来去如一：

很多商场的电梯只有上去的没有下来的，意思很明显：上去是让你去掏钱，下来的要么是不买的，要么是已经掏过钱的。小店里也一样，来是笑容满面，去时冷若冰霜，其实并不要有多热情，只要做到把客户微笑迎进来，微笑送出去就可以。

>九、当然，店员要有眼色，看见孕妇挺个大肚子

怎么好意思不帮手为顾客提着购物袋，想打的士的帮忙叫停出租车，有私家车的送上车座，做公交车的，更要满心感激，再三感谢。（准妈妈们大老远来一趟多不容易啊！）

**母婴店上班工作总结学校11**

20XX年已经过去，新的一年又在展开，作为一名服装导购员，现将自己的工作总结及心得总结如下，希望大家能够予以指导建议。

导购员在服装销售过程中有着不可代替的作用，它不但\*\*着商家的外在形象，也加速了销售的进程，而导购员要做好导购工作，除了对商品非常熟悉外，还要具有足够的耐心，并掌握一些服装销售技巧。一般来说，导购员只有对商品有了很好的了解，才能去介绍给顾客，而导购员在给客户介绍产品时，一定要耐心解说，因为客户也希望买到最称心的东西，同时，导购员还需要掌握以下技巧。

导购员除了能将服装展示给顾客，并加以说明外，还要能向顾客推荐服装，以引起顾客购买的兴趣，在推荐服装时，我们可以运用以下几点：

1.推荐时要有信心。向顾客推荐服装时，导购员本身要有信心，才能让顾客对服装有信任感。

2.适合于顾客饿推荐。对顾客提示商品和进行说明时，应根据顾客的实际客观条件推荐适合的服装。

3.配合手势向顾客推荐。

4.配合商品的特征。每类服装有不同的特征，如功能、设计、品质等方面的特征，向顾客推荐时，要着重强调服装的不同特征。

5.把话题集中在商品上。向顾客推荐服装时，要想方设法把话题引到服装上，同时注意观察顾客对服装的反映，以便适时地促成销售。

6.准确地说出各类服装的优点，对顾客进行服装的说明与推荐时，要比较各类服装的不同，准确地说出各类服装的优点。

其次，要注意重点销售的技巧。重点销售是指销售要具有针对性。对服装的设计、功能、质量、价格等因素，要因人而宜，真正使顾客的心理由“比较”过度到“信念”，最终销售成功，在极短的时间内让顾客具有购买的信念，是销售中非常重要的一个环节，重点销售有下列环节：

1.从4W上着手。从穿着时间、穿着场合、穿着对象以及穿着目的等方面做好购买参谋，有利于销售成功。

2.重点要简短。对顾客说明服装特性时，要做到语言简练清楚，内容易懂。服装商品最重要的特点要首先说出，如有时间再逐层展开。

3.具体的表现。要根据顾客的情况，随机应变，不可千篇一律，只说：“这件衣服好”、“这件衣服你最合适”等过于简单和笼统的推销语言。依销售对象不同而改变说话方式，对不同的顾客要介绍不同的内容，做到因人而宜。

4.导购员要把握流行的动态、了解时尚的先锋，要向顾客说明服装符合流行的趋势。

以上是我这段时间做服装导购的总结，在以后的导购中，我将会及时做好计划及总结，以便更好地做好服装导购工作。

——母婴店工作总结 (荟萃2篇)

**母婴店上班工作总结学校12**

御宝感恩回馈活动方案

方案编号：

一、活动目的：

扩大品牌影响力，树立品牌知名度，促进销售，累积微信粉丝，累计VIP资源。

二、活动时间：

5月16日—6月13日（共29天）

三、活动对象：

御宝贝孕婴

四、活动主题：

御宝感恩回馈 五重豪礼相迎

五、活动内容

（1）8折优惠

购买春夏装享受8折优惠，VIP会员不享受折上折。

（2）双倍积分（5月30日该活动取消）

普通客户购买正价商品享受2倍积分，关注微信的VIP客户购买所有商品享受3倍积分。

注：此活动相当于9折。

（3）代金券（6月6日该活动取消）

当日购买正价商品满88元，送代金券10元，VIP会员当日购买所有商品满88元，送代金券20元。

当日购买正价商品满188元，送代金券30元，VIP会员当日购买所有商品满188元，送代金券50元。

当日购买正价商品满288元，送代金券50元，VIP会员当日购买所有商品满288元，送代金券70元。

（用于下次购买正价商品时使用，配饰除外，有效日期到6月6日。） 注：此活动要相当于折—9折。

（4）会员抽奖活动（6月13日该活动取消）

会员消费5月16日—6月13日累计100元，送抽奖卷一份。

6月14日现场抽奖公布并送神秘大礼包

（5）生日有礼

5月16日——6月13日过生日的客户，持身份证到店领取50元代金券一张，过生日的VIP会员，赠送50元代金券，用于下次购买正价商品时使用，配饰除外，有效期至20xx年6月13日。（以身份证上的阳历生日为准）

1、特价商品，会员不享受折上折活动。

2、没有细分品牌全部以“御宝”品牌代替。

3、所有活动范围不包括公司推出的特价区、保值区，特殊情况见活动细则。

4、用活动所赠送的代金券结算时，每件商品只能使用一张，只能用于购买正价商品，玩具、配饰、除外。

代金券只限于各自发放代金券的店铺使用，采用现金和代金劵1：1消费，并且多不退少补的原则，即购买20元商品时，需10元代金劵，另补交10元。即购买30元商品，需2张10元代金劵，另补交15元，剩余5元代金劵作废，不退不找零。

六、POP宣传

御宝感恩回馈 五重豪礼相迎

八折优惠 双倍积分

代金券

会员抽奖生日有礼

活动时间：20xx年5月16日——6月13日

**母婴店上班工作总结学校13**

一、用心锻炼自己的销售基本功。

人生何处不行销，我觉得任何工作都与销售有关，就连美国竞选总统，总统们都要四处演讲，销售自己。优秀的导购不但要拥有良好销售及服务的心理素质，更是一位优秀的销售心理学家，在日常工作中我学会了通过顾客每一个细小动作，每个细微的面部表情，分析出顾客的心理变化及需求。

二、在工作中培养自己的心理素质。

在工作中每天都与行行色色的人打交道，他们来自不同的行业、不同的层次，他们有不同的需求、不同的心态，如果我们想把每一位顾客服务好，无论买不买东西，都能让顾客满意而归，那就需要当我们面对失败、面对别人说“NO”时表现一流的心理素质。所以我要感谢工作，让我在工作中学会了察颜观色、眼观六路、耳听八方的本领，让我的心理素质在工作中得到了良好的锻炼。

三、口才方面有了大幅提升。

要做一个优秀的导购就必须要要拥有一流的口才，通过语言才能表达出自己的思想，在日常的工作中，我每天都要与不同的顾客沟通、交流、介绍产品、久而久之，口才及沟通技巧都有了大幅的提升。

四、在20XX年的工作中努力拓展自己知识面。

我认为做导购就好象在读免费的MBA课程，它让我学到了许多无法在大学校园里学到的知识与技能。现在的顾客越来越理智，越来越精明，所以我们要更好的销售产品，更好的说服客户，必须学习更多，更专业的产品知识，所以久而久之，就成了某个领域的专家，之前我连化妆品方面一些基本的问题都回答不出来，更不要说成为什么专家了。我认为问题出现在两个方面：一方面公司培训不到位;另一方面自我学习成长的意识太差。我想如果这样继续干下去，十年以后我依然还是一名平凡的小人物，成功永远与我无缘。在XXXX年我参加了好几次公司组织的专业培训，在平时闲暇时也自己去网上查找各种化妆品及美容方面的知识来充实自己，现在我已经可以自信的说自己是美容保养、皮肤护理的专家了。

作为一名导购除了学习专业的商品知识外，还要学习一系列与商品相关的外围知识，这样才能让我表现得更自信，更有专家水准，成交率更高。于是，我利用业余时间，大量参与公司其它部门的工作，向同事学习。就这样一个不经意的行为让我的业务越做越顺，让我成为公司销售业绩最好的导购之一。做得比别人多一点，学得比别人多一点，于是经验就会比别人多一点，这样我的成长速度也就会比别人快一点，收入就会比别人多一点。学习是为自己、为财富、为成功、为快乐、所以作为一名优秀的导购不但是某些产品的专家，他的知识也应是全方位的。

五、培养人脉，增加顾客回头率。

在销售过程中我们每天都在与人打交道，所以是学习如何与人沟通、如何建立信赖、如何赢得他人认同的最好机会。而我，充分把握住了这个机会，通过优质的服务把一个陌生的顾客变成一个知心的朋友，让各种各样的顾客都能喜欢我，为未来的成功做好的充分的准备。而之前我从来都没有意识到这些，工作只是为了工作，从没有想到我还能为未来做些什么准备。

当然，我在工作中还存在许多不足和困难，因此在这些收获面前我不会骄傲，我将不断提高业务素质,加强业务训练和学习，不断改进工作中的不足，以更加热情，优质的工作服务于公司，服务好顾客。我们一天的大部分时间都是在工作岗位上度过的，只有使工作真正的快乐起来，我们的生活才能真正的快乐。很庆幸我找到了一份能使我快乐和充实的工作，我非常热爱自己的工作。新的一年里，我会以更加饱满的热情投入到工作当中，为公司贡献出我的光和热!

1.酒店领班年终总结

2.药店店员年终总结

3.酒店保安年终总结

4.酒店经理年终总结

5.火锅店年终总结

6.酒店年终总结

7.酒店工作年终总结

8.酒店人事部年终总结

酒店行政助理年终总结

10.酒店餐饮经理年终总结

**母婴店上班工作总结学校14**

专业性就是你的店员要专业，装修要专业（不是豪华），产品要专业；服务性就是你的一切出发点都是给顾客提供服务，满足消费者需求和潜在需求。什么是潜在需求？消费者买产品，是他的需要。潜在需求是他要懂产品吧？他更需要母婴店提供更多的育婴知识吧？他需要在母婴店消费过程中舒适并满足感吧？还有更多潜在的需求，需要大家去挖掘。毕竟当父母的一般都是新手，知识和经验是他们较缺的东西。

便利性就是消费者更容易买到你的产品，你店里有更全的产品让消费者选择，送货上门也是一种方式。

特色性就是你要有自己特色的东西在：你有特色的产品；你有特色的消费环境；你有特色的服务等等，都是让消费者更依赖你的重要因素。

**母婴店上班工作总结学校15**

时间在不经意中从指间划过，转瞬间又是一年，回顾20XX年的工作,在公司\*\*的正确指导和同事的大力配合下，我的各项工作都能够按部就班的正常开展，现就xx年的工作情况总结如下：

一、用心锻炼自己的销售基本功。

人生何处不行销，我觉得任何工作都与销售有关，就连\*\*竞选总统，总统们都要四处演讲，销售自己。优秀的导购不但要拥有良好销售及服务的心理素质，更是一位优秀的销售心理学家，在日常工作中我学会了通过顾客每一个细小动作，每个细微的面部表情，分析出顾客的心理变化及需求。

二、在工作中培养自己的心理素质。

在工作中每天都与行行\*\*的人打交道，他们来自不同的行业、不同的层次，他们有不同的需求、不同的心态，如果我们想把每一位顾客服务好，无论买不买东西，都能让顾客满意而归，那就需要当我们面对失败、面对别人说“NO”时表现一流的心理素质。所以我要感谢工作，让我在工作中学会了察颜观色、眼观六路、耳听八方的本领，让我的心理素质在工作中得到了良好的锻炼。

三、口才方面有了大幅提升。

要做一个优秀的导购就必须要要拥有一流的口才，通过语言才能表达出自己的思想，在日常的工作中，我每天都要与不同的顾客沟通、交流、介绍产品、久而久之，口才及沟通技巧都有了大幅的提升。

四、在20XX年的工作中努力拓展自己知识面。

我认为做导购就好象在读免费的M\*\*\*程，它让我学到了许多无法在大学校园里学到的知识与技能。现在的顾客越来越理智，越来越精明，所以我们要更好的销售产品，更好的说服客户，必须学习更多，更专业的产品知识，所以久而久之，就成了某个领域的专家，之前我连化妆品方面一些基本的问题都回答不出来，更不要说成为什么专家了。我认为问题出现在两个方面：一方面公司培训不到位;另一方面自我学习成长的意识太差。我想如果这样继续干下去，十年以后我依然还是一名\*凡的小人物，成功永远与我无缘。在XXXX年我参加了好几次公司\*\*的专业培训，在\*时闲暇时也自己去网上查找各种化妆品及美容方面的知识来充实自己，现在我已经可以自信的说自己是美容保养、皮肤护理的专家了。

作为一名导购除了学习专业的商品知识外，还要学习一系列与商品相关的外围知识，这样才能让我表现得更自信，更有专家水准，成交率更高。于是，我利用业余时间，大量参与公司其它部门的工作，向同事学习。就这样一个不经意的行为让我的业务越做越顺，让我成为公司销售业绩最好的导购之一。做得比别人多一点，学得比别人多一点，于是经验就会比别人多一点，这样我的成长速度也就会比别人快一点，收入就会比别人多一点。学习是为自己、为财富、为成功、为快乐、所以作为一名优秀的导购不但是某些产品的专家，他的\'知识也应是全方位的。

五、培养人脉，增加顾客回头率。

在销售过程中我们每天都在与人打交道，所以是学习如何与人沟通、如何建立信赖、如何赢得他人认同的最好机会。而我，充分把握住了这个机会，通过优质的服务把一个陌生的顾客变成一个知心的朋友，让各种各样的顾客都能喜欢我，为未来的成功做好的充分的准备。而之前我从来都没有意识到这些，工作只是为了工作，从没有想到我还能为未来做些什么准备。

当然，我在工作中还存在许多不足和困难，因此在这些收获面前我不会骄傲，我将不断提高业务素质,加强业务训练和学习，不断改进工作中的不足，以更加热情，优质的工作服务于公司，服务好顾客。我们一天的大部分时间都是在工作岗位上度过的，只有使工作真正的快乐起来，我们的生活才能真正的快乐。很庆幸我找到了一份能使我快乐和充实的工作，我非常热爱自己的工作。新的一年里，我会以更加饱满的热情投入到工作当中，为公司贡献出我的光和热!

**母婴店上班工作总结学校16**

母婴店广告词

1、起点从那里开始

2、有你的地方就是天堂

3、给你最实在的关怀

4、优享品质，贝爱生活。

5、未来星造就未来之星。

6、购婴幼商品到舒乐，家长舒心宝宝快乐。

7、爱您，就是爱新生

8、伴随成长，幼儿之家。

9、母亲放心的，宝贝爱乐园。

10、关爱孩子，更关心自我

11、用心呵护宝宝的健康成长。

12、阳光婴舍

13、妈咪爱宝宝，宝宝好健康。

14、爱婴湾畔，宝贝成长与您相伴。

15、宝贝的爱，妈咪的关怀。

16、关爱宝宝，从心开始！

17、珍爱宝贝，心中花蕾。

18、妈咪的天堂宝贝的天使

19、实力创作助成功，优中选优保注册。

20、爱的供养

21、宝贝用品，就选妈咪爱。

22、XXX店，让爱从那里开始。

23、喝（呵）护小宝宝，用心爱贝贝。

24、母婴育龙，育养不一样！

25、童购，集关爱于一身。

26、优爱童婴，幸福今生。

27、宝贝开心，妈咪放心！

28、呵护母亲，呵护关爱；呵护宝宝，呵护未来。

29、妈咪宝贝的阳光房

30、爱的甜蜜，爱的欣喜！

31、亲亲小可儿，天天长个儿。

32、小小世界，大大梦想。

33、明星宝贝，母亲的`期望。

34、母亲的爱，尽在爱婴儿。

35、做快乐亲爱的宝贝，亲爱的宝贝要快乐。

36、小小世界，大大精彩。

37、放心好乐贝，快乐小宝贝！

38、爱他，就给他最好的。

39、和您一样关爱新生

40、呵护我的明日之星，超级宝贝亲子之家！

41、爱宝贝，宝贝爱。

42、小神童为起飞铺设跑道。

43、中原小神童，孕婴领跑中。

**母婴店上班工作总结学校17**

上半年散装水泥工作中,我办在城乡建设局的指导和\*\*下，在\*\*、市\*的\*\*下，积极开展散装水泥推广管理工作，对照xx市散办下达的20xx年区(市)县散装水泥工作目标任务，制定完善相关“禁现”文件，加强宣传培训，加大行政执法力度，积极开展散装水泥推广管理工作，工作取得较为显著成效。现将上半年工作开展情况汇报如下：

>一、目标完成基本情况

今年我市新开工建设项目14个，面积 万余\*方米。截止目前，共完成预拌混凝土供应量万立方米，预拌砂浆使用量 5万余吨，散装水泥使用率达70%，同比取得了较好的成绩。

>二、主要工作开展情况

(一)完善工作机构。 自散水管理工作设立在城乡建设监察的大队以来，固定安排专人兼职负责散水推广、数据报送等工作。同时为提高工作人员的业务能力，认真\*\*工作人员业务培训，学习相关法律法规，为散装水泥行政执法工作打下坚实基础。

(二)加\*\*\*建设，完善“禁现”\*\*规定

一是健全工作\*\*，建立定期巡查\*\*，实时掌握我市建设项目进度和散装水泥、预拌混凝土、预拌砂浆使用情况。二是坚持砂浆“禁现”工作推广，强力推动我市建设工程全面预拌砂浆的应用。

(三)加强\*\*管理，加大执法巡查

一是积极制定全年散装水泥行政执法检查工作计划。今年，我办严格执行省、市、县散装水泥管理相关文件要求，在年初就制定了散装水泥行政执法检查工作计划，建立散水执法定期检查\*\*，跟踪督查建设项目的散水使用情况。同时，加强局属质监、安监等部门的横向联动，发挥建设系统职能优势，形成职能部门监管合力，形成散水执法监管共管体制。

二是加大施工现场“禁现”行政执法工作。截止目前，我办共巡查建设工程项目44个，下达责令限期整改通知书19份，下达\*\*通知书3份，对未按照要求逾期未整改的工程项目予以立案\*\*，处罚现场搅拌3起。同时，联合市扬尘办等相关部门开展施工现场“禁现”和施工扬尘治理专项检查 3次。通过开展散装水泥执法巡查和各类专项检查，有力的推动了我市散装水泥推广应用和“禁现”工作开展。

(四)加强商混企业管理。为进一步加强我市预拌商品混凝土生产企业\*\*管理，促进生产企业建立健全质量保证体系，提高预拌商品混凝土质量，保证建设工程结构质量安全，加强对商混企业扬尘治理工作，减少商混运输车辆造成的环境影响，我办开展扬尘专项检查3次，每月巡查20余次，召开专题会议2次。

(五)加强散装水泥专项资金的征收、管理、清退工作。

严格按照《xx市散装水泥专项资金管理实施细则》要求，强化散水专项资金的征收管理。为更好的服务企业，建设局在办理施工许可时，政务窗口提前将散水专资清退程序告知单发放给建设单位，确保清退工作顺利开展，目前暂未有办理散水资金清退工作。

(六)积极做好日常统计报表报送和其他日常工作

严格按照市散办工作资料报送要求，积极做好散装水泥日常统计工作，按时、准确上报各项统计报表;积极参加市散办召开的各项会议和学习培训;报送各类信息7条，认真完成市散办交办的其他各项工作;积极做好三圈层工作，开展区县之间散\*\*作经验交流活动，促进工作信息共享，推动了三圈层各区县散装水泥工作共同发展。

>三、下半年主要工作安排

为推进下半年我市散装水泥工作发展，圆满完成各项目标和任务，特别是完成预拌砂浆推广应用工作，我办将着重抓好以下几方面工作：

(一)加强对散装水泥工作的\*\*、管理

进一步加大对工作人员的业务培训，提高推散工作能力。我办将积极向xx市散办、兄弟区市(县)散办交流学习，尽快掌握散办工作的要点，加快推进各项工作。

(二)制定完善文件措施，全面建立散水泥使用档案卡

完善“禁现”文件规定，进一步明确我市“禁现”措施，加强对进入我市的预拌混凝土和预拌砂浆生产企业的管理。对全市所有报建项目建立散装水泥使用档案卡，达到全面了解全市建设工程散装水泥使用情况，促进管理。

(三)加大行政处罚力度

施工单位未经批准擅自在施工现场自行搅拌砂浆的，我办按相关法律、法规规定进行行政处罚。对未按规定使用预拌混凝土、砂浆的建设工程，预收的散装水泥专项资金不予返还。

(四)进一步加大预拌砂浆的推广应用力度

一是加强对我市“禁现”范围内建设工程的精细管理，建立工程进度台账，跟踪督查项目使用预拌砂浆情况。二是抓好示范项目的宣传培训，确立示范项目，发挥示范项目的带头作用，宣传使用预拌砂浆的成效。

(六)进一步拓宽散水宣传渠道，提高散水宣传实效

积极开展项目管理相关人员的培训工作，特别是预拌砂浆应用示范项目的推广和技术培训。

(七)加强散水专项资金的征收、管理、清退工作

发挥专项资金的杠杆作用。上半年征收散水资金31余万元，\*\*省级专项资金元，市级专项资金元;积极开展散水资金清退宣传工作：一是通过政务中心窗口告知建设单位专项资金的清退程序和要求。二是通过文件制定，进一步明确对违反“禁现”规定的建设工程项目专项资金不予清退。

**母婴店上班工作总结学校18**

竞争对手的主要劣势：

1、由于店员较多，人员流动性较强，管理较为混乱，业务员之间为了争取客户互相进行降价销售，从而扰乱企业的价格体系，降低客户信任度。

2、客户交了费用后，由于后期服务跟不上，导致顾客满意度大大降低。

3、由于外部装修环境好，广告力度大，所以对每个家庭的收费标准相应较高，中收入家庭只好望而却步，而高收入家庭往往追求享受和服务，服务不到位往往降低了顾客回头率。

本企业相对于竞争对手的主要优势：

1、收费平民化，员工亲和力强，对顾客的每次光临可免费咨询，免费提供育儿经验、健康免疫、智力测评等经验，增加与妈妈间的亲密交流。

2、对每一位顾客建立顾客档案，并对每次消费进行积分累计，定期跟踪回访，进行一对一的服务，并可免费上门亲自指导、送货。

3、店内播放开发儿童智力的轻音乐，消除与顾客间的陌生感。承诺不满意可退款的信誉保证。

4、在现有场地定期举行宝宝大赛，节假日有免费派发活动，加大顾客信任度。

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

1、由于创业初期，资金实力不足，店铺面积只有一百平米米、装修较为简单。

2、广告力度不足，只能从社区做起，利用顾客的口碑效应进行传播。

3、儿童活动区较小，只能利用现有场地提供中小型玩具进行儿童娱乐。

四、市场营销计划

**母婴店上班工作总结学校19**

受XXX投资发展集团有限公司委托，该工程由XXXX管理有限公司承担施工阶段的监理工作。同济大学建筑设计研究院设计，XXX建设集团有限公司总承包，普陀区建设工程质量\*\*站\*\*。目前该单位工程全部竣工。现将本工程施工阶段的监理工作总结如下：

>一、工程概况

本工程位于浙江省舟山市东港新区。1#、2#楼地上17层，地下1层，根据《高层民用建筑设计防火规范》计算建筑高度$2，为一类高层，耐火等级一级。地上总建筑面积，地下建筑面积。3#、4#楼地上6层，地下1层，根据《高层民用建筑设计防火规范》计算建筑高度$2，为二类高层，耐火等级二级。3#楼地上总建筑面积，地下建筑面积；4#楼地上总建筑面积，地下建筑面积。7#楼地上1层，无地下室，根据《建筑设计防火规范》计算建筑高度$2，为多层民用建筑，耐火等级二级。总建筑面积为。筑使用性质：本工程为商务办公楼。

疏散楼梯的设置符合双向疏散的原则，每部楼梯在底层均设有直接对外的出入口。每层设两个封闭楼梯间。各楼层疏散宽度均满足规范要求。管道井防火分隔采用回填细石混凝土进行每层封堵，设丙级防火门；楼梯间及其前室设乙级防火门，设备用房均采用甲级防火门作为\*\*的防火单元分隔；无窗间墙和窗槛墙的玻璃幕墙，在每层楼板外沿设置耐火极限不低于、高度不低于的不燃烧实体裙墙。幕墙与每层楼板、隔墙处的缝隙采用防火封堵材料封堵。地上建筑各防火分区之间以\*\*\*、甲级防火门或不低于三小时耐火极限的防火卷帘分隔。紧靠\*\*\*两侧的门、窗、洞口之间最近边缘的水\*距离≥，当水\*间距小于时，设置固定乙级防火门窗。当\*\*\*设在转角附近时，内转角两侧墙上的门、窗、洞口之间最近边缘的水\*距离不小于，当水\*间距小于时，设置固定乙级防火门窗。地下车库各防火分区之间以\*\*\*和不低于三小时耐火极限的防火卷帘分隔，外墙上下窗间墙的高度≥。按《高层民用建筑设计防火规范》的规定划分防火分区，每层均设置火灾自动报警系统和自动喷水灭火系统，且采用不燃烧墙体材料分隔。1#-2#楼1~17层每个防火分区的面积均小于20xx\*方米，1#楼8~16层上下中庭连通部位设有防火卷帘隔开，防火卷帘耐火极限背火面温升不低于3小时，满足规范要求。3#、4#楼每个防火分区的面积均小于3000\*方米，每层设置火灾自动报警系统和自动喷水灭火系统，且采用不燃烧墙体材料分隔。上下中庭连通部位设有防火卷帘隔开，防火卷帘耐火极限背火面温升不低于3小时。

>二、监理\*\*结构人员配置及实施

根据监理合同及监理规范结合工程实际施工情况，针对本项目要求，组建了以XXX为总监理工程师的项目监理\*\*，现场监理人员为总监\*\*XXX，水电监理工程师XXXX，以及其他监理员。

>三、监理合同履行情况

项目监理部按照委托监理合同、设计文件、国家现行有关质量规范、标准、相关的标准图集，结合项目监理规划和监理细则的要求，对本工程施工过程采取三\*\*、二管理、一协调的工作，使整个工程的监理工作基本上规范、有序地进行，履行了合同的义务和责任。

1、监理工作时间：$2开工至20xx年9月中旬竣工验收。

2、根据工程情况及监理范围，实行了一系列监理\*\*，如工地会议\*\*、主要设备、材料见证取样、送样复试及报验\*\*、旁站监理\*\*、隐蔽工程验收\*\*、检验批、分项、分部工程质量检查\*\*、工程资料审核\*\*等。

3、采用跟踪监理与旁站监理相结合的\*\*，使工程施工处于受控状态。

4、主动做好事前\*\*工作（如审图、做好监理交底等），强化事中\*\*（如钢筋安装中的跟班检查等），积极采取事后\*\*措施（如工程质量缺陷的修整检查等），以保证工程施工质量和工程进度。

5、积极协助业主抓好施工进度，认真审阅施工进度计划，将实际施工进度及时与计划进度比较，督促提醒施工方抓紧施工进度。

6、仔细核实每月实际完成工程量，审核施工方工程款支付申请，\*\*工程造价。

7、对文明、安全施工进行检查、\*\*，协助施工方管理层对操作人员进行安全生产教育，提高他们的安全施工意识，做到安全施工。

>四、主要监理工作及成效

1、根据设计图纸及地质资料、施工验收规范及标准图集、经审定的施工\*\*设计及施工方案，结合项目监理规划，分别编制了《预应力管桩施工监理细则》、《基础、主体工程施工监理细则》、《装饰工程施工监理细则》、《幕墙工程施工监理细则》、《钢结构工程施工监理细则》等。使各方有关人员通过这些细则，明确了各分项、分部施工（包括工序）质量\*\*内容、检查要点及如何操作等，有效地保证了监理项目部的监理工作质量。

2、根据审定的施工\*\*设计，检查施工方的质量体系，工艺标准和管理\*\*，对特殊岗位的操作工，检查其岗位证书，做到持证上岗。

3、及时召开第一次工地会议，在主要分项、分部或主要工序施工前召开工地会议，对施工方进行监理交底，使施工方明确在该分项、分部和该主要工序施工中应注意的质量重点\*\*内容，以便及早采取措施进行予控。

4、仔细阅读施工图，认真参加图纸会审、\*\*图纸会审纪要，尽量将施工图中的疑点、难点解决在施工之前。

5、对进场的机械设备检查其完好性，是否能安全运转，符合要求后及时办理了设备报验。设备运行了一段时间后，及时提醒施工方对设备的零件进行检查、调换、上油，保证了安全施工。

6、对进场的主要材料，审阅其质保资料，检查其外观质量，符合要求后按规定见证取样、送样复试，复试合格后予以报验，保证了合格材料用于工程上。

7、及时督促、审阅施工单位整理好施工技术资料，使施工资料的整理与工程进度同步，保证了基础、主体及竣工验收能及时进行。

9、安装监理情况：

a、施工前的准备工作（事前\*\*）

（1）审核水电专项施工\*\*设计方案，同意后，要求施工方按方案进行施工。

（2）\*\*安装人员的资格证书，并要求持证上岗。

（3）对水电班组长以上人员进行了监理交底，强调了水电安装要注意事项。

（4）对施工图中出现不合理或漏项情况，及时要求施工单位办妥设计变更后再进行施工。

（5）要求施工方在材料进场时做好进场记录，并及时通知监理，监理方对材料进行外观质量和资料核查，符合要求后办好报审，允许进场使用，本项目未发现不合格材料。

b、事中\*\*

（1）电气工程

电气安装工程选用的电线导管均根据设计要求选用KBG管或SC管，选用的电缆、电线截面均符合设计要求；所有电气管道在隐蔽前均进行了验收，合格后才同意隐蔽；要求电线导管在敷设时做到连续不中断，电线导管、桥架、母线安装时要求做到穿墙、穿楼板部位封堵密实。电气工程按要求进行了接地电阻测试、绝缘电阻测试、照明全负荷试验，各项试验结果均表示合格；对灯具安装、开关、插座的接线安装、配电箱的安装、桥架内电缆的敷设进行了抽查，对于应急灯具，检查了其应急照明时间。对于偏差较大的安装内容要求整改，整改后抽查结果符合要求。

（2）给排水及消防工程

给排\*\*程选用的材料均符合设计要求，进场时对所有材料、设备进行了检查。所有楼板部位的套管在隐蔽前均进行了验收，合格后才同意隐蔽楼板砼的浇筑。对于吊顶部位的喷淋管道、消火管管道、给排水管道，在吊顶隐蔽前均进行了必要的水压试验、灌水试验及管道清洗，合格后才同意隐蔽。对于管道穿墙、穿楼板的孔洞，要求必须封堵密实。消防工程按要求进行了阀门强度试验、喷头强度试验等试验、管道强度试验、给水管道通水试验、给水管道冲洗试验、水泵试运转试验、屋面消火栓的试射试验，各项试验结果均表示合格；对涉及观感的安装内容进行了抽查，对于偏差较大的安装内容要求整改，整改后各项抽查结果符合要求。

（3）通风与空调工程

通风与空调系统节能工程所使用的设备、管道、阀门、绝热材料等产品进场时，均按设计要求对其类型、材质、规格及外观进行了验收，经核对各设备的型号、技术参数均符合设计要求，本工程使用的绝热材料为德清合众品牌，经见证取样检测其燃烧性能满足要求。通风与空调工程按要求进行了绝热材料经点燃试验及风管漏风量测试试验、风机试运转试验。但是，因某些条件的限制，至今部分区块的防排烟系统、正压送风系统仍不能满足设计要求。

（4）消防联动

各电气、给排水、喷淋、通风与空调、建筑智能系统完工后，见证进行了消防联动调试。经调试，各联动均能正确动作，如实反馈，动作逻辑符合消防\*\*要求。

c、事后\*\*

（1）按验收规范逐项对各检验批、分项、分部进行检查验收，对查出的问题，如部分引向灯具的电线套管不到位、穿墙孔洞封堵不到位、防排烟及正压送风风量不足等缺陷，及时要求施工单位及时进行整改。

（2）见证和参与使用功能和安全功能的检测，对消防水管的试压、清洗，绝热材料的点燃试验，水泵的试运行，风机的\'试运转，消防系统的联动调试等各项试验逐项进行检查验收。以确保整个工程的使用功能和安全功能。

>五、施工期间发生的问题及整改情况

1、对消防工程中出现渗漏的，已按规范要求进行了整改。

>六、结束语

本工程监理工作的实施，得到了业主及各\*\*单位的大力\*\*。在工程施工过程中，业主单位有关人员，多次协同监理人员做好质量、进度\*\*工作。\*\*单位有关人员经常巡视施工现场，对一些重点部位和关键工序提出了质量\*\*的积极建议和要求，对保证工程质量起了重要作用。在此特向你们表示衷心感谢！

总监理工程师：

20xx年九月

**母婴店上班工作总结学校20**

>一、促销的目的

促销的目的并不仅是为了销量。聚集人气、维护会员、卖新品、打击竞争对手、维护与品牌商的客情关系、提升终端形象、处理库存等都是促销的目的。有时是因为竞争对手在做促销，所以我们跟进;有时是为了“讨好”一下你的供应商。

但是不要让一次促销承载太多的职能，如又处理库存又做毛利，类似这样的目标本身就是矛盾的，当精力和资源分散了，效果往往都不好。

>二、促销的对象

讨好购买者，可以采取特价、派送、抽奖、回馈消费者的主题活动等;讨好使用者，可以采取包装内刮刮卡、开盖有奖等活动。促销资源是有限的，用力要集中，否则都讨好反而不一定有效果，要做好规划。促销可针对竞争对手的消费者、从未购买过我们产品的消费者以及我们产品的忠诚消费者展开。比如“妈妈班”邀请对象，除了现有会员外，要特别邀请非会员的潜在消费人群，这对提升你的业绩大有帮助。

>三、促销的主题

为促销活动设计一个主题，使其师出有名，以掩饰我们做生意的本来意图及变相降价的负面影响。如以节庆贺礼、新品上市之名消除变相降价促销的负面影响。赋予活动一个恰当的主题，对吸引消费者参与的作用很大。促销主题，有点像散文的“神”，有了主题，我们在设计促销的其他环节如\*面广告、产品组合、活动方式、宣传等方面就都能\*\*起来。没有了神，整个促销活动就会“魂飞魄散”。

>四、促销的产品

促销产品可以是新品、销得最好的、销得最差的、知名度最高的、门店主推产品、直接针对竞品的策略性产品等，这和促销的目的直接挂钩。

如果做销量，那么用销得最好的产品来做活动最有效果;打击竞品肯定用策略性产品最好;做消费者沟通则用公司的主推形象产品最好。

促销时应根据不同类别产品的特点、市场拓展阶段、消费群结构、销售\*\*等因素，对主攻产品、助攻产品与应节产品/潜力产品进行有效组合，在终端形成交叉销售，相互带动销量提升。

>五、促销的时间

促销在什么时间进行，进行多久，是个重要问题。

一个促销档期若跨两个周末，\*均日销量一般会比只有一个周末好。如果做买赠、特卖，还要在促销协议中明确标注限时限量，否则在促销期间出现赠品/特价产品断货，就会面临消费者投诉的风险。促销时间应考虑节日(如双休日)与假日(如五一等)之间的联系，整体推广态势以及竞争对手促销活动的周期，在促销时间上掌握最佳切入点，从而有效借势和造势。

>六、促销的地点

就促销地点的选择而言，如果是单店，就只用考虑店内店外的问题。如果是多店，就要考虑门店的选择、促销活动的联动效果，以及在时间、人和配合方面的问题。供应商主导的促销(会有\*\*\*\*)对门店的选择往往很重视，你若想争取供应商的资源，就去迎合他们。他们大多喜欢人流量大，形象好，地理位置好，并且店方对他们品牌较重视，有较强烈的合作意愿，愿意配合他们促销、备货、陈列、让利、宣传、定价等的门店。

>七、促销的形式

促销形式主要是解决促销优惠方式、执行方式以及促销参与条件和起止条件的问题。主题促销应确定促销的目的与对象，考虑公司本阶段推广的重点，并以此目的来选择最佳的组合形式，避免发生促销目的与形式不符的现象。可采用的形式有：买赠、降价、捆绑销售、派送、特殊陈列、DM、抽奖、现场活动等，每种形式都能设计很多创新的玩法，是最具创意的一个因素。而且各种形式可以在一个活动中组合使用。

下面我分析一下常见的促销形式的特点：

1、价格促销

价格促销是最常见、最直接、见效最快的促销方式，旨在降低产品销售价格(分为直接降价和间接降价)，让利于顾客。注意这是一剂猛药，不可常服，要把握火候。还要考虑促销时机、产品特点、折扣幅度、定价策略、持续时间、主题形式、补货、活动后复价、竞品的反应，等等。

2、赠品促销

在产品以外根据购买数量或金额，赠本产品或其他产品(服务)。如规定消费者消费两罐就可获赠一个儿童水杯。赠品的选择原则是：常见新颖、低价位高形象、有宣传作用，注重品质、注入情感因素、体现差异性及吸引力，要注意规避不必要的产品风险，而且要限时限量。如某母婴店秋季送防雾霾面罩、宝宝的衣物用品或洗护用品，可以强化与顾客的情感。圣元优博送“紫色小象”体现了差异性。不要送一些有风险的小孩玩具。送有自己标识的礼品体现了宣传效果。

3、人员促销

在促销活动中，我们让导购主推或聘请临时促销员，通过为消费者提供导购服务，介绍产品，寻找并满足消费者的利益点，激发消费者对产品的兴趣和消费欲望。该促销方式的关键点在于促销人员的素质与技能，这取决于两点，一是选人用人，二是培训(士气激励、奖励\*\*、推销技巧等)。

4、演艺促销

通过在门店(店内或店外)搞小型的文艺演出活动，塑造特有的品牌文化和情感气氛，加强消费者与品牌的交流与沟通，增强消费者对品牌的认知度和美誉度，增强其消费欲望。该促销方式的关键点在于演艺的内涵与品牌定位是否相符以及现场氛围的营造。

5、有奖促销

以物质奖励激发消费者出彩式消费激情的促销方式，如刮卡有奖、幸运抽奖、砸金蛋等。

6、联合促销

通过和强势品牌联合，借助联合品牌的影响力(强)或利益(弱)提升产品销量与知名度。该促销形式讲究多方共赢与资源整合，实现1+1>2的效果。最常见的是与产品供应商、儿童摄影商、婴儿游泳馆等合作。这体现了借助社会资源的意识和能力，做得好大有可为。

7、捆绑促销

将两种产品捆绑在一起，以低于两者市场价格的方式激发消费者购买欲望的\'促销方式。如新产品捆绑畅销品、奶粉捆绑尿布、衣服捆绑玩具等。最具\*\*性的是“大礼包”，如待产包、新生儿大礼包、生日礼包等。

8、体验促销

让消费者在免费体验的过程中了解产品的品质与利益点，从而产生购买欲望的促销\*\*。如奶粉等食品的试吃、衣服的试穿、玩具的演示等。有的母婴店甚至对一些大型玩具，如室内滑滑梯开展租玩具的活动，效果也很好。

>八、促销的物料

促销活动需要哪些助销品、赠品、宣传品等?特殊的陈列形式、特定的促销形式需要的道具、各种助销用品、各种地面宣传用品、促销用礼品、赠品以及导购人员及其装束用品等，少了这些东西就很难“搭台”了。而且这些东西的设计、制作、配送、保管因涉及项目比较多，也是件棘手的事，要细心处理好。

>九、促销的宣传

促销宣传是指在促销前、促销中甚至促销后的宣传方案、活动告知。\*\*非常多，比现微信、DM、门店广播、海报、会员邀约，等等。没有这个过程聚不来人气，很难高效应对信息不对称，获得目标群体的关注和兴趣。

>十、促销的预算

算算促销要花多少钱，准备投入多少费用。首先要预测销量，基于此，再计算本次活动的销售费用和市场费用，要尽可能详细。这并不是容易的事，如果是类似抽奖的活动，还会涉及概率的计算，相当复杂。预算大体有两种方法：一种是正推法，即以活动为中心算要花多少钱;另一种是逆推法，即就准备多少钱，看能做什么活动。

>十一、促销的准备、实施与检查计划

实质性的准备工作需细分责任，落实到人，规定完成时间，避免因某项工作出现疏漏而影响整体进程。甚至可以在促销方案外再制订详细的《促销培训手册》和《促销执行手册》等，以保障方案的落地。

所以，促销方案要尽量细化。一个笼统的几页纸的方案执行起来的确很困难，切忌模式化的促销方案，只把活动目的、主题、主要活动内容等这些标题和大道理罗列出来就下发执行，这种方案充其量只算个思路。在没有成熟的活动推广计划和活动执行督导体系时更要避免模式化的促销方案。

母婴店工作总结 (荟萃2篇)（扩展8）

——开母婴店前应该准备什么

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