# 月饼配料工作总结范文简短(精选4篇)

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-08-17

*月饼配料工作总结范文简短1充满机遇与挑战的中秋已经过去，回首今年整个节日期间的门店，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...*

**月饼配料工作总结范文简短1**

充满机遇与挑战的中秋已经过去，回首今年整个节日期间的门店，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。

盘点整个中秋节日期间，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。对于中秋节日期间的工作进行反思和总结如下：

一、盘点中秋节日期间的工作

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，年度9月份呢月合计销售：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??

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

中秋节月份多为公历纪年中的9—10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，和中秋大闸蟹事件等。

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

在中秋节日高峰期间，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，这远远无法满足中秋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，对中秋这样的节日而言，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。

d：员工管理

努力提升全体员工士气，用多种方式激励员工。强化领导班子对优秀员工的培养和指导、考核，认真贯彻师徒帮带体系，以及对专管员干部的考核力度，配合采购部对商品的各项管理及各类商品的追踪。认真落实卖场环境、卫生，让员工养成良好的习惯，积极配合公司开展各项现场管理节日促销活动，改善卖场氛围，提升卖场业绩。

e、服务管理加强员工服务意识培训，贯彻便民、利民、为民、亲民的宗旨，把服务看成企业文化的外在表现和综合竞争力的体现。我和我的管理团队定将自上而下不懈努力，向着这个目标步步迈进，完善服务体系、全程跟踪服务，全面进行客户渗透。

我志努力做好一名超市店长，坚持系统地学习了专业知识、加强沟通、做好顾客消费分析、做好人员的培训，带出一支具有竞争力的超市管理团队。

衷心感谢各位领导一直以来对我工作的支持、指导、监督及对我个人的帮助。我将认真地总结经验，发扬成绩，克服不足，以百倍之信心，饱满之工作热情，与公司和我的团队一起，勤奋工作，顽强拼搏，为杨宁的发展做出应有的贡献。扬长避

短，向发展好的兄弟局学习，为实现有效益、快速发展的目标而努力奋斗!

**月饼配料工作总结范文简短2**

一年一度的月饼销售季度虽然是结束了，相对于去年21202盒的销售量，今年10718盒的销售量让我对今年的销售业绩感到并不满意，为此特进行了如下总结：

1、前期工作及销售背景：

今年社会经济并不景气，而月饼市场的竞争又日趋激烈，在这样的背景下，公司的月饼产品资料及销售政策却都确定的相对较晚，从而业务员前期的准备工作就有缺口，没有充足的资料去发展客户，而一些有特殊采购要求的大客户一般会提前两个月左右就开始咨询相关的事项，这样的情况下，政策信息确定较晚往往会造成一部分客户的流失。对业务员而言，前期准备工作的不足，往往会影响到中后期工作的进展，给业务员的销售业绩造成了一定的影响。

2、公司营销政策定位及市场实际需求：

因原材料和人工等方面的原因，今年月饼价格普遍上涨，我们公司价格也相应的做出了调整，对此情况，大部分的客户都认为涨价的金额是合理的。但是在销售折扣相对于去年来说，普遍都反映出折扣过高，甚至许多客户明确表示折扣高出了公司的采购预算。（比如有几个客人理邦采购金额100元以内的传统月饼大约1000盒左右。在这个价格上客人还要求有相于客人预留5元一盒的差价。但是照这样的条件我们的产品达不到客人的要求。客人也不会考虑我们公司的。）同时，随着月饼市场的不断发展和日渐成熟，客户的品牌意识也在提高，许多客户不会再单一的接受销售方的报价，而会主动的询问和比较多家品牌的价格与折扣，同时，大品牌的竞争优势也很明显，在深圳，月饼的品牌多多少少有近百个，很多关外的客户并不了解我们公司，在这种对我们品牌不够了解的前提下，对公司的折扣就表示了质疑，普遍认为价格过高。现在购买200—500盒的一些企业都会觉得他们是很大的团购客户，会选定几家的产品做比较试吃。

在试吃方面我们传统的月饼都很有优势，但在价格上面的话劣势就很明显。按公司的前期折扣政策只能给到折左右，这样的高折扣让很多客户往往都更愿意选择安琪，富锦这些传统的品牌。在品牌上我们没有优势但是在价格和折扣上又没有很大的吸引力。这样流失了很多中上的企业客户。

3、产品的创新及包装的改革：

虽然传统口味的月饼依然占据着市场的主导地位，但为了迎合个性市场的需求，适应不同的人群，各商家纷纷推出了反传统的新式月饼。而我们公司今年并未开发出新的产品，在购买了我们公司几年月饼的客户群里，有许多客户认为我们公司的月饼没有新意，同时口味也没有改良。比如我们的桃山礼盒，许多客户都觉得月饼外型很好看，但是口感过甜，认为不是很喜欢吃。（迈瑞）在包装上，比起去年的包装有了一定的改变，可是许多客户也表示我们的包装少了一些创新。作为公司的销售人员，我认为公司月饼的包装应该更多的体现出月饼所承载的中华传统文化以及公司的文化底蕴，把中秋团圆文化和富有特色的地域文化更多的融入到包装设计中来。

4、其他销售渠道的影响：

随着网络销售方式的普及，许多小卖家通过不同的渠道销售我们的产品。一些客户在询价的过程中，看到了我们公司产品在网络上的零售价格明显低于公司批量销售价格，因此许多客户会认为我们公司应该给出更低的销售价格和折扣来，这样销售价格的不统一，冲击了我们传统的销售市场，给销售工作带来了更大的难度。

5、销售政策及公司奖惩制度：

在公司制定的销售政策里，真正有利于做大单的政策很少，许多大客户认为我们的销售政策没有让他们感觉到身为大客户的优惠。同时，公司的奖惩制度力度不大，没有调动业务员的销售积极性，希望公司也能加大此方面的力度，多制定一些奖励激进的措施，让我们销售人员能积极响应，实现销售业绩的直线上升。

通过今年的月饼销售工作，我也深刻感到了自身工作的不足，为了在20xx年能创造好的业绩，我将不断完善自身的工作，一方面加强与新客户的联系，另一方面进一步稳定老客户群体，加大推销的力度，最大可能的实现公司利益与自身利益双赢的局面。

**月饼配料工作总结范文简短3**

20\_年月饼销售工作已完满结束，在公司领导的正确领导下，以及各部门的积极配合，通过整个销售团队的不懈努力，今年销售部的月饼销售工作超额完成。

现对今年的月饼销售总结如下：

一、包装独特：1、今年月饼包装清新典雅，以“万里无云”的禅意为主题，与市场上以红色和金色为主的包装礼盒形成差异，更能体现酒店的企业文化，在销售产品时让顾客感觉耳目一新、物有所值。

二、产品价位合理、月饼品种搭配灵活：今年的月饼产品共有2款，价位从188元到468元不等，产品有实惠型也有豪华型，合理的价格体系，迎合了不同客户的的消费需求。在月饼品种方面，将广式伍仁、蓝莓冰沙、白莲蛋黄及火腿白月饼根据客户需求做出个性化搭配。使销售人员可根据不同的顾客需求采取更灵活的销售策略，提高了月饼销售的成功率。

三、销售部全体员工不懈努力：进入下半年后销售部工作量增大，但销售部全体员工将月饼销售工作穿插在日常工作中，合理安排工作时间，做到日常工作与中秋任务两不误。月饼销售任务的超额完成离不开全体销售部员工的不懈努力。

五、其它各部门的大力配合：在月饼销售过程中，餐饮部提供及时的月饼库存信息、争分夺秒地装配月饼、配合做好下单配货工作，礼宾部不辞辛苦地协助装运和配送月饼，公关部提供大量的宣传资料、财务部精准的账务核算。今年销售部月饼销售任务的完成，离不开酒店各部门的大力配合，在此销售部衷心感谢酒店各部门的积极协助。

销售部将认真总结今年月饼销售任务的经验，在之后的工作中将进一步做好客户资源维护与开发，为打开更广阔的月饼销售渠道做好准备，力争明年取得更好的成绩。

**月饼配料工作总结范文简短4**

一、销售背景：

随着中秋节这一中华民族传统节日的到来，许多商家瞄准中秋商机，围绕月饼和其他中秋礼品做足文章。我们立足于“稻香村”这一糕点龙头企业，抓住中秋节这一有利时机，力图实现品牌月饼促销新形式的发展，制定这一促销策划设计。

二、促销目标：

1、以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。团圆月，团圆情，“稻香村月饼”送家中。

2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。

3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。

4、为顾客传达情感。

5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。

6、增加企业竞争手段，做出差异。

三、商品促销环境分析：

(一)宏观的市场因素对企业有很大影响，而且这种影响因素企业无法控制。企业只能研究宏观环境及其变化，寻找对自己有利的机会，才能占领市场，获得较大的经济利益。

宏观环境因素主要有：

1。人口因素：中秋时节，合家团圆，消费者比较集中，有利于商品促销。

2。经济因素：金融危机之时，拉动内需，刺激消费。

3。社会和自然因素：中国人民重视这个传统的节日，在文化气息的带动下，也掀起了一场消费风暴。

(二)“顾客就是上帝”，只有我们促销的产品满足了消费者的需要，赢得消费者的信赖，才能中秋时节，家人团聚，“稻香村月饼”给您带来幸福美满。

1。消费者消费行为及心理：中秋佳节倍思亲;合家团圆过中秋。中秋送礼，亲戚朋友走访等消费行为，消费者在消费过程中对于产品选择有自己的心理，促销要抓住消费者消费心理合理促销

2。消费者需要的服务水平：在竞争相对激烈的中秋月饼市场，消费者对产品追求物美价廉，稻香村月饼老字号已经有各种的的市场优势。满足需要提高服务水平。

3。消费者购买能力分析：消费者追求能够满足其最大需求又物美价廉的商品，我们促销立足于低价，优质，真正为顾客带来实惠，也适应了顾客的购买力。

4。消费者消费环境分析：消费者在众多月饼促销活动中，选择的余地很大，我们会在促销过程中最大限度地提高促销环境，改善服务质量，是消费者在促销中真正感受双赢。

(三)现代社会是竞争社会，“中秋节月饼”的竞争将会更加激烈，只有打败了竞争者，才能使我们“稻香村月饼”有更大的销售量，获得更大的利润。

1。竞争者的策略：在同一时期，利用各种方式进行促销，如商场促销，超市促销，与其他产品绑定在一起进行促销。

2。竞争者的目标：进一步扩大品牌效应，提高销售利润。

3。竞争者的优势和劣势：优势是拓展范围广;劣势是手段单一，成本高，运输不便。

4。竞争者的反应模式：有完整的服务机构，各部门有效配合，能及时满足消费者的需求，接受消费者的反馈意见。

(四)内部环境分析

1。资源：能与厂家及时联络货源，不会造成商品堆积或脱销。

2。竞争力：质优价廉：运输方便：团队合作能力较强，服务手段多样化。

3。物流输出输入：运输方便，基本“零库存”。

4。生产运营：流水作业，保证质量，高效生产。

四.广告分析：

1。广告目标：通过较大规模的广告宣传，实现促销活动的真实化和广泛化。

2。广告费用：1000元

3。广告信息：宣传品牌，提高影响力，扩展销售渠道，增加销售量。

4。广告媒体：报纸和宣传单

5。广告效果评价：在节日期间达到促销目的，在消费者心里树立稻香村品牌意识;进一步宣传稻香村老字号企业文化!

五、具体促销方案：

1。人员推销

区、生活区等人流相对集中地方进行上门推销;通过组织参加展销会、订货会等进行会议推销;通过商店的营业员向光临顾客销售商品进行柜台推销。

2。超市促销

在\_\_市四所大型超市促销，选择专门的促销区域，具体如下 活动第一天买够100元，凭购物小票赠送中秋团圆大礼包;买够10盒赠价值20元精美小礼品一个活动第二天买够200元，凭购物小票送价值88元的精美中秋送礼套包，买一箱(50盒)送10盒，赠送礼品盒活动第三天，活动现场抽奖。买够100元凭购物小票参与抽奖，17% 中奖概率，中奖奖品是价10盒精美稻香村月饼。

3。宣传册发到居民区、各商业区、学校等人流相对集中的地方

4。报纸

选择《莲池周刊》媒体进行三天宣传

六、部门协调工作：

一、部门分组情况：

促销组：

组长：销售部副经理

组员：销售部成员

宣传工作组：

组长：广告部副经理

组员：广告部成员

货物采购工作组、促销工作组：

组长：采购部副经理

组员：采购部成员

货物配送组、余货处理工作组：

组长：配送部副经理

组员：配送部成员

安保应急小组：组长：安监部副经理

组员：安监部成员

总结工作组：组长：办公室副主任

组员：办公室成员

二、各职能小组及分工：

1、宣传工作组：促销的宣传工作由广告部组成宣传工作组负责，包括前期的广告宣传工作，活动时期的促销工作以及活动后期的宣传物整理工作。

2、货物采购工作组：促销产品的采购工作由采购部组成采购工作组负责，货物采购工作最多以天为周期，每天的采购标准、采购数量、采购品质量检验以及与相关厂商协调工作均由该小组分工合作，保证采购品的的质量和按时供应。

3、货物配送工作：促销产品的货物配送工作由货物配送部组成货物配送小组负责，货物采购工作结束后，由配送工作组及时快速地将货物进行分类、拣选、包装、装箱和运输工作，保证已采购好的货物能够及时地到达制定促销地点进行促销。

4、安保、货物整理及收银工作：该项工作由安检部组成安检工作小组负责，货物运输到指定促销地点后，由该小组及时进行产品的装卸、搬运，产品安检，确保促销产品安全、品质均无问题之后进行货物上架和整理工作，保证产品能够及时、快捷地被顾客感知和购买。

5、货物促销工作：该工作由宣传工作组负责，由促销工作主管安排促销员在指定的促销地点进行宣传促销工作，促销追求最大限度地利用现有资源进行促销，同时保证促销工作的合理有序地开展和管理，促销活动中的突发性事件由该组协调管理。

6、后期余货处理工作：该工作由货物配送工作组负责，主要处理促销后余货的整理、回收再利用和现场清理等工作，保证促销工作能够有始有终的完成。

7、促销总结工作：该工作由办公室负责，主要整理促销工作的资料，为本次促销做工作总结，总结经验，指出不足，为下一步组织销售及促销工作积累经验。

七、促销预算：

1。成本预算

2。销售预算

3。收益预算

八、促销效果评估：

根据我们粗略预测，本厂商将达到预期的目标，预计日均销量在促销期间增长20%30%。

九、活动效果评估

1。活动效果评估：

(1)通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。

(2)促进销售活动的开展，扩大了影响面，提高了知名度，这些无疑对销售都起到了很好的促进作用，同时也增强了客户的信心。

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