

购物广场安保工作计划 好日子购物广场 工作计划(大全5篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

购物广场安保工作计划 好日子购物广场工作计划篇 一

一、指导思想

公司以持续

发展不断壮大的重要思想为指导，坚持以打造榆林商超第一品牌的经营要求，进一步加强企业进入市场的应变能力，在公司内部营造一个有利于发展生产经营的小气候，上下协力做好“巩固、发展”二篇大文章，将公司建设成为经营彻底放开、管理完善严密、监督严格规范、适应市场要求，以独特的企业文化、服务文化、管理文化等，来实现公司发展壮大的最终目标。

二、工作任务、建立适应市场经济格局的企业经营管理模式，依托本公司资源优势，面向市场，加快发展，力争年完成产值4080万元，实现毛利润510万元，净利润80万元的目标。、努力寻求包括厂家合作，个体联营厂商联营，市场自采等各个渠道的支持加盟，加快各部门、劳动人事制度、分配制度的改革步伐，努力增强市场竞争能力。、强化发展力度，年公司准备新开门店2--3家、加强人才的培养，外引内联，努力提高发展的速度和效益。、强化企业内部管理，完善各项规章制度，按现代企业制度的要求，创造发展机遇，努力把

企业发展成为真正的榆林商业航母。、加强员工的培训和业务学习，提高干部职工的专业的管理水平和业务能力，造就一支能攻善守的企业经营管理队伍。

三、经营工作措施、强化各部门的岗位职责和 workflows，使我们真正的做到工作流程化，人员责任化，进度速度化，管理人性化的四化企业；、深化企业改革，增强企业活力。系统的对企业内部的工作人员进行全方位的培训使我们购物广场成为榆林乃至陕北地区的优秀企业和顶尖的管理团队！、强化企业内部管理，努力提高经济效益。年公司将进一步加强经营目标、市场信息、市场营销、商品质量、劳动人事、专业技术、设备设施、安全治安、卖场卫生等方面的管理，厉行节约，减少支出，杜绝奢侈浪费现象，形成精干高效，运转灵活的运行机制。、大力开展食品、百货、生鲜为主，以优质服务和企业文化宣传为辅的经营格局。

一是将最全的品项、最低的价格、最优的商品带给榆林的广大消费者；二是以最好的服务最新的经营理念占领市场；三是在今年的基础上提高全员的业务水平使今年的业绩比去年有个更大的提高；四是抓住机遇开发新店，培养适应市场的复合型经营管理人才，开拓榆林市场，争取能有一个大的发展。

年工作计划如下。

一、综合管理

1. 建立直接领导关系实行店长负责制，部门经理岗位责任制的领导关系，真正提高我们门店的执行力度，使我们的规章制度落到实处做到大事小事有人管，目标任务到人头打造一个高绩效的管理队伍。

2. 构架新型组织机构；

3. 合理人员配置：具体实施详见，年新运营手册！

4. 强化人员素质培训年公司将分期分批的对公司的所有员工进行专业知识的培训，使年新的管理制度实施过程中公司全体员工在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用中高层管理人员，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对公司的正常运营作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立完善的工作考核制度，并根据各部门实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内达到公司的管理要求和规定。

6. 商品管理和市场资源加强对新品的引进和开发，使我们的商场在榆林做到商品最全，品种最新的概念，同时要求商品部和采购部紧密的结合，加强对供应商的管理稳定我们畅销供应商的长期合作，淘汰滞销厂商的合作，使我们的利润更大化商品更加合理化！

7. 加强市场调研，各部门应加强对榆林市场竞争对手的调查分析正确的做处判断，通过市场调研获取第一手资料，为公司在各区域的商品配置价格制定更趋合理给公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、品牌推广

1、为进一步打造“榆林第一”品牌，扩大榆林市场占有率，年乘公司上一销售增长的东风，初步考虑再开2--3家分店，以宣传和扩大购物广场的品牌，扩大影响力，创造更大市场空间，从而为实现打造“榆林第一品牌”奠定坚实的市场基础。

2、在重大节假日和每月都会做1—2次促销活动，树立购物广场的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

购物广场安保工作计划 好日子购物广场工作计划篇二

伴随着万达购物广场创建，市场部一直坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，及时正确的找到最合适的营销理念。

“商场如战场”，万达购物广场市场部，主要负责购物广场的战略规划与设计，对市场发展趋势做出预测，对目标客户的需求做出预测，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出预测。包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及网上资料、印刷资料、音像资料的制作。一般来说他们并不大量接触零散的客户，而是针对一个目标客户“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。

因此，在下一年的工作规划中，将针对以上几点工作来进行。

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在下一年年年的工作重点。

20xx年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发，我们也通过网络了解和电话咨询等，进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的，完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础，以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览，旅游，文化教育等，形成互位交叉和资源共享，购物广场在营销策划上逐

渐向以服务为轴心的商业综合体转化;将原来的美陈的投资大量压缩,全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发,很值得我们学习和借鉴。这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理,引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商,这样我们将大大节省了下一年年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向,即时做出调整。

购物广场的壮大,离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客,把顾客变为老顾客、忠实顾客,也将是购物广场发展的必由之路。因此,发展会员,推行会员卡,同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分,应是下一年年战略规划之一,而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

我们做广告的目的,就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象,提高美誉度和认同度;其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递,提升实效性。两相结合,才是相对完善的广告宣传。

长期以来,我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体,从实效性来看,的确具有一定的效果,但是作为主流媒体,欠缺的是无法将形象树立在市民心中,而对于现代广告营销而言,电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用,并没有完全发挥出“广形象宣传”的作用。

在下一年年,首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析,确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台,并根据该媒体特点制定长期宣传战略,使其切实为我们服务,达到真正广告宣传的目的。

其次,在依托主流媒体进行形象宣传的同时,尽可能多地通过各种方式增加社会影响力,如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等,通过社会舆论提升购物广

场在市民心中地位和认知度。

4、在网络上大肆宣传本购物广场下一年度新一轮大型文化巡展活动。

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

新的一年中，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在dp点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

通过了解市场，分析市场，提高部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。

购物广场安保工作计划 好日子购物广场工作计划篇三

伴随着万达购物广场创建，市场部一直坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，及时正确的找

到最合适的营销理念。

职务分析

“商场如战场”，万达购物广场市场部，主要负责购物广场的战略规划与设计，对市场发展趋势做出预测，对目标客户的需求做出预测，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出预测。包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及网上资料、印刷资料、音像资料的制作。一般来说他们并不大量接触零散的客户，而是针对一个目标客户“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。

因此，在下一年的工作规划中，将针对以上几点工作来进行。

一、主要竞争对手分析

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在xx年的工作重点。

xx年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发，我们也通过网络了解和电话咨询等，进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的，完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础，以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览，旅游，文化教育等，形成互位交叉和资源共享，购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩，全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发，很值得我们学习和借鉴。这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几

家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了xx年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向，即时做出调整。

购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是xx年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

二、广告公关

我们做广告的目的，就是 一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广形象宣传”的作用。

在xx年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。

其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

重点工作规划

三、购物广场销售区形象

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形

象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

新的一年中，购物广场内部布置整个围绕文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在dp点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

重点工作规划

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

总结：

高流中心园阅读室活动计划

XX——XX学

“书中自有黄金屋，书中自有颜如玉书”。书籍是人类永远的朋友，也是人们获得知识的源泉。为了培养孩子们从小读书的兴趣，为他们终身学习奠定良好的基础，我园增设了一个专门的幼儿阅读室。根据孩子们不同的年龄特点，配备了适合大、中、小班以及托班阅读的各种类型的图书，所有图书定期更换。阅读室的创建，将为孩子们打开另一扇认识世界的窗口。

为了使我们的阅读室再攀高峰，也为了更好的让幼儿学会求

知，学会审美，学会创造，阅读室工作担负着自我超越的艰巨使命，因此在本学期我制定以下工作计划。

一、指导思想：

阅读室历来被称为知识和理想的“第二课堂”，对于幼儿的身心健康，学识的增加大有好处，也有利与他们各项素质的均衡发展和全面提高。由知识、观念、情感、意识多种因素构成的整体素质，在未进入社会大课堂锤炼之前，阅读室是个人素质形成和培养的重要场所。

二、工作目标：

- 1、进一步扩大阅读室容量，增添管理设备。
- 2、改进阅读室开放和借阅制度，进一步提高图书的利用率，充分发挥阅读室的教辅功能和服务效能。
- 3、加强阅读的宣传和引导，使孩子们喜爱阅读，并在阅读中培养情感，陶冶情操。

三、具体工作：

- 1、管好用好图书资料，为教育教导服务。
- 2、对新购的图书，及时进行分类编目与管理，出色的完成图书和资料的借出和归还情况。
- 3、加强新书的宣传介绍，根据幼儿的兴趣与阅读能力引进新书，并顺时大力推荐，指导如何阅读。
- 4、做好书籍的修补与整理，定期检查，整理好书报，杂志资料。及时修补损坏的书籍。
- 5、填写好各项登记表，为规范管理，便于查找，表格填写应

该认真，及时。

四、实施措施：

1、学期初有计划，期末有总结，各项工作按上级要求和幼儿需要去做。

购物广场安保工作计划 好日子购物广场工作计划篇四

伴随着万达购物广场创建，市场部一直坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段市场发展的商业营销模式，及时正确的找到最合适的营销理念。

职务分析

“商场如战场”，万达购物广场市场部，主要负责购物广场的战略规划与设计，对市场发展趋势做出预测，对目标客户的需求做出预测，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出预测。包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及上资料、印刷资料、音像资料的制作。一般来说他们并不大量接触零散的客户，而是针对一个目标客户“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。

因此，在下一年的工作规划中，将针对以上几点工作来进行。

一、主要竞争对手分析

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，

在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在xx年的工作重点。

xx年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发，我们也通过网络了解和电话咨询等，进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的，完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础，以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览，旅游，文化教育等，形成互位交叉和共享，购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩，全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发，很值得我们学习和借鉴。这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了xx年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向，即时做出调整。

购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是xx年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

二、广告公关

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象，提高美誉度和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒

体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广形象宣传”的作用。

在xx年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。

其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

重点工作规划

三、购物广场销售区形象

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

在新的一年里，购物广场内部布置整个围绕文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在dp点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

重点工作规划

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

总结：

通过了解市场，分析市场，提高部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。

请参考更多的市场部工作计划：

医院市场部工作计划

xx年市场部工作计划

xx年公司市场部工作计划

xx市场部销售工作计划

xx年公司市场部个人工作计划

购物广场安保工作计划 好日子购物广场工作计划篇五

一、指导思想

公司以持续发展不断壮大的重要思想为指导，坚持以打造榆林商超第一品牌的经营要求，进一步加强企业进入市场的应变能力，在公司内部营造一个有利于发展生产经营的小气候，上下协力做好“巩固、发展”二篇大文章，将公司建设成为经营彻底放开、管理完善严密、监督严格规范、适应市场要求，以独特的企业文化、服务文化、管理文化等，来实现公司发展壮大的最终目标。

二、工作任务

1、建立适应市场经济格局的企业经营管理模式，依托本公司资源优势，面向市场，加快发展，力争2007年完成产值4080万元，实现毛利润510万元，净利润80万元的目标。

2、努力寻求包括厂家合作，个体联营厂商联营，市场自采等各个渠道的支持加盟，加快各部门、劳动人事制度、分配制度的改革步伐，努力增强市场竞争能力。3、强化发展力度，2007年公司准备新开门店2--3家、加强人才的培养，外引内联，努力提高发展的速度和效益。

4、强化企业内部管理，完善各项规章制度，按现代企业制度的要求，创造发展机遇，努力把企业发展成为真正的榆林商业航母。

5、加强员工的培训和业务学习，提高干部职工的专业的管理水平和业务能力，造就一支能攻善守的企业经营管理队伍。

三、经营工作措施

2、深化企业改革，增强企业活力。系统的对企业内部的工作人员进行全方位的培训使我们好日子购物广场成为榆林乃至陕北地区的优秀企业和顶尖的管理团队！3、强化企业内部管理，努力提高经济效益。2007年公司将进一步加强经营目标、市场信息、市场营销、商品质量、劳动人事、专业技术、设备设施、安全治安、卖场卫生等方面的管理，厉行节约，减少支出，杜绝奢侈浪费现象，形成精干高效，运转灵活的运行机制。

4、大力开展食品、百货、生鲜为主，以优质服务和企业文化宣传为辅的经营格局。

一是将最全的品项、最低的价格、最优的商品带给榆林的广

大消费者；二是以最好的服务最新的经营理念占领市场；三是在今年的基础上提高全员的业务水平使今年的业绩比去年有个更大的提高；四是抓住机遇开发新店，培养适应市场的复合型经营管理人才，开拓榆林市场，争取能有一个大的发展。

2007年工作计划如下。

一、综合管理

1. 建立直接领导关系

实行店长负责制，部门经理岗位责任制的领导关系，真正提高我们门店的执行力度，使我们的规章制度落到实处做到大事小事有人管，目标任务到人头打造一个高绩效的管理队伍。

2. 构架新型组织机构

3. 合理人员配置：

具体实施详见，2007年新运营手册！

4. 强化人员素质培训

2007年公司将分期分批的对公司的所有员工进行专业知识的培训，使2007年新的管理制度实施过程中公司全体员工在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用中高层管理人员，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对公司的正常运营作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立完善的工作考核制度，并根据各部门实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内达到公司的

管理要求和规定。

6. 商品管理和市场资源

加强对新品的引进和开发，使我们的商场在榆林做到商品最全，品种最新的概念，同时要求商品部和采购部紧密的结合，加强对供应商的管理稳定我们畅销供应商的长期合作，淘汰滞销厂商的合作，使我们的利润更大化商品更加合理化！

7. 加强市场调研，各部门应加强对榆林市场竞争对手的调查分析正确的做处判断，通过市场调研获取第一手资料，为公司在各区域的商品配置价格制定更趋合理给公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、品牌推广

1、为进一步打造“榆林第一”品牌，扩大榆林市场占有率，2007年乘公司上一年度销售增长的东风，初步考虑再开2--3家分店，以宣传和扩大好日子购物广场的品牌，扩大影响力，创造更大市场空间，从而为实现打造“榆林第一品牌”奠定坚实的市场基础。

2、在重大节假日和每月都会做1—2次促销活动，树立好日子购物广场的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个显眼位置或者社区设立宣传牌，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与好日子购物广场人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对好日子购物广场有更清晰和深层次的认识。

5、加强团购的开发力度，以低价高销量的主导方针提高企业的知名度，以此宣传好日子购物广场在榆林企业间的影响力树立好日子购物广场的企业知名度。

三、内部管理

1、严格执行各项规章制度，严格实施“一切按制度管理，一切按流程，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使好日子逐步成为执行型的团队。

高管理水平。

3、充分发挥本部门各岗位人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任心和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成2007年的营销目标做好最优质的服务工作。

5、配合公司搞好营销系统的日常行政管理。主动为各部门做好后勤保障工作和日常服务性工作。为他们创造更加良好的企业文化氛围和工作环境。

2007-3-11