十堰新合作

量贩店地处十堰市体育馆一楼，是经营面积达 6000 余平米的大型综合卖场。经营生鲜、食品、百货、家纺、家电等 2 万余个单品，日均销售 30 余万，员工 150 人，会员顾客达 16 万余人，拥有一处可同时停车 400 余台次的大型露天停车场，是十堰新合作公司的单店“业绩王”。依托其良好的经营管理方式，量贩店为十堰新合作公司培养输出了近 20 余名店长和 30 多名后勤管理人员，是公司培养输送人才的重要基地。

量贩店积极组织开展多种形式的节日创意营销和周末主题促销活动。活动从主题设计、氛围布置、商品陈列、促销商品组合到邀请主力厂商做重点促销等，每一个环节都精心策划，创意十足，有效地提升了销售额，扩大了影响力。除开展常规性的节假日和周末促销活动外，量贩店还创意开展新品节、蔬果节、啤酒节、葡萄节、柑橘节等主题营销活动，吸引了顾客的关注，单品销售业绩同比成倍增长。经常组织一系列文娱公益活动，如暑期吃西瓜比赛、亿童宝宝大赛、绘画比赛、儿童才艺大赛、小小暑期营业员等，吸引了老、中、青、幼三代人齐聚超市，有效的提升了卖场人气，取得了很好的社会效益。

量贩店注重优化商品品类结构，提升新品、高毛利商品的销售份额，在品类和经营方式上下功夫。定期分析中小分类的销售和毛利贡献度，在此基础上对商品进行梳理、检核，或淘汰、或精简、或增加、或引进。今年率先在本店开设了“花卉专区”、“休闲零食专区”“母婴专区”等店中店模式，有效提升了店内形象和商品档次，新增销售 30 余万元。量贩店不断加强生鲜经营规范管理，以此带动客流提升，是当地政府指定的平价菜店试点单位之一。

灵宝新合作

长安新合作购物广场经营面积 7600 余平米，共三层，负一层为生鲜区，主要经营生鲜、散食；一层为包装食品区；二层为百货区。现有员工 99 人，人均劳效 25938.63 元。

日常管理中，从细节处入手，扎实开展各项工作。如加强卖场的检查力度，从商品陈列、环境卫生、优质服务、等方面，定期进行检查，发现不足的地方，及时改进；每月安排员工培训，从规章制度、作业流程、工作重点注意事项、消防知识、服务等方面，全面的提高业务技能，更好地服务顾客。

对商品结构方面的调整，一是根据每月底的销售情况分析，适时调整商品结构；二是对生鲜经营进行重点改造，聚客功能明显提升；三是二楼服装区提档升级，完善洗化区商品结构；四是一楼设立了进口食品专区，提升了形象，成为吸引消费者的亮点。

为适应信息生活新需要，该店在灵宝百店网和生活网注册了网店，供顾客了解商品信息；全店提供免费无线 WIFI 网络，提升顾客满意度，更好地服务顾客；办公区开设无线 WIFI 网络，提供免费有信通话，实现移动办公，提高工作效率，降低通讯费用。

南阳新合作

淅川六店位于淅川县人民路，是经营面积为 3500 平方米的上下两层超市，是公司的旗舰店，员工 65 人。

淅川六店以“拿我的真心换顾客的诚心”为服务口号，在消费者心中树立了诚实守信的良好形象，炎炎夏天，给顾客准备下火的凉茶；遇到年纪大的帮忙把东西拎下楼梯；下雨的时候借用雨伞，就是这样一个微笑，一声问候，一种关爱，渐渐的树立了企业的良好形象，温暖了顾客，培养了一批忠诚稳定的客户。

赤峰新合作

阳光小区便利二店营业面积 230 平米，位于赤峰市新城区阳光小区社区服务中心一楼，为社区的 2600 户居民购物提供服务。现有员工 3 名，自营业以来一直保持着良好的经营业绩。

该店开业的第二年，在社区门口便出现了很多经营小摊小贩，主要经营水果蔬菜，这些自产自销的产品价位很低，严重影响到了超市的生鲜经营。对此，店长刘秀杰经多次考察后，决定对生鲜商品进行“差异化经营”，即销售当地没有的、反季的蔬菜、水果，外加特色熟食，生鲜销售得到保持并有所提升。

阳光小区便利二店销售近三年来持续保持增长的秘籍是：细心观察，走访社区，获取有价值的信息，聆听广大顾客的心声，掌握他们所需，观察他们所好。提供热心、真诚的服务，“有事您说话”、“放心吧”、“我一定尽力”、“没问题” 等已成为员工迎来送往的口头语。阳光小区便利二店还开展了“你找问题，我改进”的活动与顾客互动。提供多项便民服务，如开设邮政缴费一站通，可以交水电费、煤气费、各种手机、固话充值；设火车票代售点；提供投币充电器、充气管、简易小药箱、商品送货上门等便民服务。特色服务是提供便利早餐，每天清早，店里为顾客煮好鸡蛋、热好牛奶，供应来不及吃早餐的上班族和学生族。现在的阳光二店已成为本社区的“信息交通站”，老人走失，帮忙寻找；联系家人，寻求打电话；社区组织活动，定点集合；需要保姆，帮忙联系；张贴房子销售、出租信息等等。这种贴心的服务氛围赢得了社区居民的高度认可。

东台新合作

景范店位于江苏省东台市望海西路西城区，经营面积 946 平米，其中外租面积 130 平米，是一家社区便利店，现有员工 21 人。

景范店地处老居民区，辖区内有 2 个大卖场，标超和便利店多家，市场竞争十分激烈。店长李霞和同事多次深入社区走访消费者，倾听顾客意见，了解到她们最关心和需要的是日常生活用品和 “菜篮子”，景范店决定制定从搞活生鲜经营为抓手，来带动客流量这一经营思路和营销策略。扩大生鲜区经营面积，增加果蔬品种，加大自采力度，由原来的 40 多个增加到 80 多个。天天坚持市调，采集商品信息。每天不同时段推出不同的特价商品，消费者通过与多家超市和菜场对比，一致赞同还是新合作超市价格便宜，从而在社区居民中确立了低价亲民的形象，客流同比、环比大幅增长。

景范店所处社区老龄顾客比较多，员工便主动帮助顾客拎米、油等较重的商品到店外或送到家里，已成为员工们正常份内之事。门店还为顾客提供扎带、雨伞、自行车等便民服务。

新合作常客隆

信一城市超市位于常熟市衡山路信一银座底楼，紧邻衡泰花园、信一广场两大中高档住宅小区，是一家定位于中高收入消费群体的城市生活超市，主要经营包装食品、生鲜食品、护肤化妆品及进口产品。

自 2014 年 9 月 6 日开业以来，以其独特的服务理念、产地直供的新鲜时令蔬果、丰富的经营品种和舒适时尚的装修风格，深受广大消费者欢迎。开业当日，信一城市超市以细致高效的服务给顾客留下了深刻的印象。如在“开业蛋糕齐分享”活动中，开业当天，凭超市内任意金额购物小票在指定地点免费领取开业小蛋糕一份，让消费者分享了常客隆信一城市超市的开业喜悦；“柚滋柚味品鲜果” 活动，凭不限金额购物小票 +1 元即可得由新合作常客隆直供基地推荐的柚子一只，激发了广大消费者购买的欲望。

山东新合作

下洼一店位于沾化县下洼镇，“冬枣之乡”腹地，营业面积 900 平方米，员工 12 人。

为提升经营管理水平，该门店开展了“深入农村搞调研、完善服务促发展”调研活动，活动以“一进、二问、三提升”为主要内容，一进即进农村；二问即问居民的生活情况、对超市的意见和建议；三提升即提升商品质量、提升服务水平、提升居民满意度。如今，在《下洼一店现场管理实施细则》中，将深入农村调研活动列为一项常态化工作，建立了长效机制，确保真正发现并解决在经营中存在的问题，受到了当地居民的普遍欢迎。该店还制定了“货区综合目标分类管理”制度，详细制定了每个货区的工作目标，把商品陈列、环境卫生、仪表仪容、人效平效、消费者满意度等纳入考核目标。每月对各货区综合目标完成情况逐项分析，交流超额完成目标任务的经验，分析未完成任务的原因，找出存在的问题，提出整改意见，确保完成各项目标任务。定期开展星级营业员评选活动。

近期，该店与海尔集团联合成立新合作海尔体验店，以此为依托建立村级综合服务站，消费者除在此购物外，还可享受到物流配送的服务。不仅如此，该店还与银行联合，配置电脑、POS 机、存取款一体机，让农民不出村就能享受到购物、取款、存款带来的便捷，实现“一网多用”，真正将“服务农民一最后公里”落到实处。

延边新合作

河南店经营面积 1300 平方米，是与延边新合作欧尚家居卖场相配套的精品超市，员工 17 名，日均销售在 25000 多元。

日常经营工作中，河南店坚持严格执行值班检查制度，严格巡查各项工作；完善各项制度与流程，严格按照制度与流程执行；规范价格标签的标准；调整商品品类与陈列，进行详细的市调后，更新果蔬货架，增加经营品种，扩大进口食品经营区；加强商品质量管理，每天对超市的生鲜肉品、果蔬严格检查，要求检疫证件齐全。 在抓销售的同时，还注重库存、动销商品、滞销商品、季节性商品的调整。

通过晨会和日常交流，提高员工业务技能，增强员工的凝聚力和向心力。让员工渐渐地认识到，岗位不仅仅是履行责任的地方，更是对顾客奉献爱心的舞台。对顾客永远笑脸相迎，不能因为个人的情绪给门店造成负面影响。