# 服装销售新的一年工作计划(七篇)

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2024-08-28

*人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。服装销售新的一年工作计划篇一具体归纳为以...*

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

**服装销售新的一年工作计划篇一**

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，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20xx年的工作，我深感责任重大。要随时保持清醒的头脑，理年的工作思路，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，，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。

**服装销售新的一年工作计划篇二**

一、销售准备

作为服装店，到了换季的时候常常会遇上相同的状况。为了换季我们要进新货物，有了新货就需要仓库来存货，这个时候，如何去清空在上个季度的库存就是很重要的了。换季后的衣服如果不及时处理掉，留在明年就会更难办，更不用说还要一直占着空间一年！虽然在月底的时候已经在疯狂的做着特价甩卖，但是根据情况来看，还是需要延长一下活动时间，调整一下打折的\'力度，尽快解决。

第四季度是个“节日”多多的季节。不只是传统的节日，说道现在的购物节日，当然还是“双11”以及“双12”才是第四季度的重头戏。当然，作为店铺，我们不能忘了在实体店上的打理，但是作为赶上潮流的服装业的销售者，我们更是不能脱离潮流的浪尖。

在第四季度时，除了在实体和网店内换上换季的服装我们还需要针对第四季度的“节日”做好充分的活动策划，做到实体与网店齐头并进。

首先是在实体店方面，作为实体店，现在在年轻人心中的竞争力确实不如网店。比起在店内与老板讲价，他们更愿意去在网上寻觅优惠活动和优惠卷。为了能让实体店也能在这个四月得到收获，我们要在节日和换季阶段也做出相应的活动，给出优惠，或是赠送礼品。让顾客能感受到身边的实惠。

其次在网店上，针对第四季度的产品，要准备的地方也有很多。首先是要对网店内摆放的货物进行及时的更新，并群发消息给所有关注的客户。及时的给出一些小优惠也是不错的选择。遇上客服请求的时候，要及时去解决。

在折扣日开始的时候，要准时的将折扣活动准备好，并且货源也要准备充分！

第四季度，这将会是非常忙碌的一年，我们对我们的品牌有信心，所以我们也必须在这个第四季度来做出成绩来！

**服装销售新的一年工作计划篇三**

为了20xx年自已的业绩能够更上一层楼，不辜负店长对我的期望，现制定20xx年工作计划如下：

1、掌握每款货品数量。

2、掌握每款号码情况及数量。

3、掌握前十大货品库存情况及时补货，并让每位员了解。

4、近期整理库房，做到井然有序，便于找货、盘货。

1、做到日清、日结、日总、日存、日报。

2、做到心中有数，每款每日销售数量及占比。并进行销售同比及环比分析，同时对货品进行调整。

与同事之间和平友好相处，相互交流和分享经验，形成团队凝聚力。

1、按公司要求，做好服装陈列。做到精中有细，细中有致。通过陈列使顾客产生购买行为。

2、在陈列上争取创新，开发员工的创新思维，激发员工创新力，并根据创新结果给予物质奖励。目的是挖掘员工潜力，激励员工创新思想。

3、调整服装陈列，随时变换搭配，让新顾客有耳目一新的感觉，老顾客有新感觉。

1、通过培训加强技能，从单个顾客销售数量上入手，挖掘顾客需求分析顾客类型，多做销售附加。

2、掌握每次促销活动，在活动前与所有员工共同分析，做到事前的准备，事中有跟进，事后有总结。

3、促销宣传方面，对老顾客通过电话、手机短信等方式将信息及时发出；对新顾客通过宣传页等方式，争取更大的宣传范围。

4、对于销售业绩较高的员工和销售附加较高的员工，做到业绩分享，共同学习提高，增加整体销售业绩。

**服装销售新的一年工作计划篇四**

一、任务分配

本季度总目标550万，按照公司的要求分摊到每一击分别为：第一击280万;第二击180万;第三击90万，公司现有加盟商、直营店、会员店及所有店面每一击任务已平均分配到每个店面上，确保合理分配，并激励加盟商、直营店、会员店及所有店面按照每天任务向前赶季度目标进度。

将店铺每天的工作按照员工特点分配，合理利用人力资源。每人每天至少五名试穿顾客，至少成交两单，提高试穿率及成交率。因4月份是夏季新款刚上市的时候，组织大家背款号了解货品，积极调整陈列，让顾客感到耳目一新。

作为高端品牌服务是不可或缺、重中之重的，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投拆。

(一)建设良好的企业管理平台

(1)建立和完善选人、用人、留人的聘用体系;

(2)建立完善的薪酬制度;

(3)建立完善的人事制度、管理制度;

(4)建立独立、透明的财务制度。

(二)市场拓展和品牌运作方式

目前服装市场开拓的基本模式主要是：央视广告+地方招商广告+人员拜访+招商会订货的模式。我方将在种种模式的基础上配合以自己的方式：

1.广告宣传，扩大区域的品牌知名度

2.渠道创新，培养扎实的经销商队伍

3.活动创新，体现品牌特征

4.服务客户，扩大占有率

1、跟进每日所辖终端数据上报的准确性、及时性。

2、货品到货信息、发布到各终端并跟进配货。

3、对每日销售与上周同期销售数据进行对比分析，对升降幅度较大的终端进行单店分析其原因。

4、掌握所辖终端每日销售、下单配货情况，并核实其配货数量与其销售、库存是否合理，进行销售动态管理。

5、到店检查相关工作，随时了解终端情况。

1.加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2.利用节假日做文章，多做些促进销售的活动，如新品满额赠礼品等吸引顾客眼球的活动。另外因为我们品牌刚进入天津市场，与其它在天津已成熟品牌竞争缺乏竞争力的主要原因之一就是固定的顾客群，建议公司可以做一些鼓励顾客办理会员的优待政策，如入会有赠品等，我们会紧紧抓住有潜力的顾客，发展成为本品牌会员。

3.积极抓住大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到热情、贴心的服务。

**服装销售新的一年工作计划篇五**

1、原则：每周都要有新货上架，以中档为主，高低档为辅(高档点缀低档适量)

2、方针：尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制

3、服务：训练营业员的基本利益，对顾客的服务态度及服务宗旨。无论顾客是否买衣服或者买所少钱的衣服都要微笑送客让其满意离开，常此以往才可能有口碑相传的美益度，也才会有回头客。顾客的要求在可能实现的前提下尽可能的满足。

4、方法：

(1)初次来店的惊喜

① 免费赠送小饰物，小挂件，让其填一份长期顾客表(做客户数据库)

(2)增加其下次来店的可能性

①传达每周都有新货上架的信息

②利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服(要定量)或送生日礼物等

③购适量女士手袋告知顾客一次购物满400元送一只女士手袋(女士手袋要在店内陈列出来，进货以38元标价300+的那种为宜，给顾客物超所值的感觉)或者累积消费600元及以上。(获得奖励之后在从新累积)

(3)满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买

①告知顾客量大或团购可优惠，如：一次购满500元及以上打8折等，或者个人累积消费1000元既获得一张8折的金卡

②介绍新顾客，如：每介绍一位新顾客并购满200元及以上送推荐人50元购物卷等。

(4)不定期打折

①人一定程度上都喜欢贪小便宜，女人就更是如此了。\"店铺开张大赚送\"、\"本店商品八折优惠\"，也可以采用买一送一的策略(送的货以滞销货为主，过季货为辅)

这些招牌通常能抓住女人的心。

(5)一年中做几次短期促销，售价定为10-30元，非常聚人气!再把店内滞销款低价一起处理!如五一，十一，三八等最佳时间

**服装销售新的一年工作计划篇六**

1、掌握每款货品数量。

2、掌握每款号码情况及数量。

3、掌握前十大货品库存情况及时补货，并让每位员了解。

4、近期整理库房，做到井然有序，便于找货、盘货。

1、做到日清、日结、日总、日存、日报。

2、做到心中有数，每款每日销售数量及占比。并进行销售同比及环比分析，同时对货品进行调整。

1、稳，稳定在职员工，逐一谈，了解内心需求及动向。

2、招，招聘新员工，做到招之能来，来之能用，用之能胜。

3、训，培训员工。

(1)做到每位员工均了解公司制度。

(2)在无顾客时，培训员工的销售技巧如服饰搭配、话术表达等知识技巧。

4、保，保证卖场有足够的销售人员，目的是保证销售额。

5、提，提高销售人员的销售技巧，货品知识等，便销售人员成为一顶一的干将，并为企业提供优秀的管理人员。

1、按公司要求，做好服装陈列。做到精中有细，细中有致。通过陈列使顾客产生购买行为。

2、在陈列上争取创新，开发员工的创新思维，激发员工创新力，并根据创新结果给予物质奖励。目的是挖掘员工潜力，激励员工创新思想。

3、调整服装陈列，随时变换搭配，让新顾客有耳目一新的感觉，老顾客有新感觉。

1、通过培训指导员工，从单个顾客销售数量上入手，挖掘顾客需求分析顾客类型，多做销售附加。

2、掌握每次促销活动，在活动前与所有员工共同分析，做到事前的准备，事中有跟进，事后有总结。

3、促销宣传方面，对老顾客通过电话、手机短信等方式将信息及时发出;对新顾客通过宣传页等方式，争取更大的宣传范围。

4、对于销售业绩较高的员工和销售附加较高的员工，做到业绩分享，共同学习提高，增加整体销售业绩。

**服装销售新的一年工作计划篇七**

(一)细分市场，多层次立体化的营销推广活动。

公司客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。全年的发展，以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，”稳住大客户，努力转变小客户，拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、客户上门推介、组织投标和营销活动等，持续的市场推广攻势。

现金管理市场领先地位。分层次、推广现金管理服务，努力产品的客户价值。要抓客户市场，现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内客户、行业大户、集团客户调查，分析其经营特点、模式，设计的现金管理方案，营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决的问题，客户度。今年新增现金管理客户185200户。

开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这我行的基础客户，并为资产、中间发展来源。在去年中小企业”弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，营销。要全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重质量;要优化结构，客户比重，降低筹资成本率，高附加值产品的销售。要抓好公司无贷户的开户营销，努力市场占比。要对公司无贷户管理，分析其结算特点，全产品营销，我行的结算市场份额。\_年要努力新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

系统大户的营销工作。全市还有镇区财政所未在我行开户的现状，调用资源营销，开花。并借势向各镇区分支机构展开营销攻势，更大的存款份额。对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户客户挂牌认购工作，

锁定他行客户，攻关。

(二)服务渠道管理，”结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要对公视图系统，在优质服务的基础上，体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

要总行要求”二级分公司结算与现金管理配置3名客户经理;每个对公网点(含综合网点)应当发展情况配备1名客户经理，客户资源的网点应增配，”起高素质的营销团队。

物理网点的建设。，对公结算品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要网点建设，在贵宾理财中心改造中要考虑对公客户的需要，客户的需求。各行部要制定详细的网点对公营销指南，同网点业态对公的服务内容、服务要求、服务规范、服务流程等。

要拓展电子银行渠道，离柜占比。今年，电子银行在”跑马圈地”市场占比的，还要”精耕细作”，拓展有层次的客户。各行部应与分公司下发的客户清单，有侧重、有地营销工作，要在优质客户市场上占据优势。客户服务与深度营销工作。企业客户电子银行台账，并以此客户支持和服务的依据，为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，”动户率”和客户使用率。

”结算优质服务年”活动。要以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以客户需求为导向。产品创新，服务，问题，服务管理，客户满意度，以客户为中心的服务模式。提升服务质量，全公司又好又快地发展。

(三)产品创新步伐，加大新产品推广应用

结算与现金管理部产品，承担着产品创新、与管理的责任营销支持系统建设。总行全公司法人客户营销、企业级客户信息管理和银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理技术手段。

结算产品创新机制。要产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要收集、研发产品的主要承担者。信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司组织行、行产品创新研讨会，解决客户的问题。

财智账户品牌的市场认知度。今年要实施结算与现金管理品牌策略，以”财智账户”为核心，在品牌下品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品品牌设计，制定的品牌策略，纳入到品牌体系中。财智账户品牌的推广，品牌，品牌力。

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