# 【烟草营销人员工作总结】服装营销人员工作总结

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2025-03-12

*随着服装工作的深入，我接触到了许多新的事物，也遇到了许多新的问题，而这些新的经历对于我来说都是一段新的磨练历程。以下是为您准备的”服装营销人员工作总结“，供您参考，希望对您有帮助。服装营销人员工作总结1　　随着工作的深入，我接触到了许多...*

　　随着服装工作的深入，我接触到了许多新的事物，也遇到了许多新的问题，而这些新的经历对于我来说都是一段新的磨练历程。以下是为您准备的”服装营销人员工作总结“，供您参考，希望对您有帮助。

**服装营销人员工作总结1**

　　随着工作的深入，我接触到了许多新的事物，也遇到了许多新的问题，而这些新的经历对于我来说都是一段新的磨练历程。回顾往昔，我学会了很多：在遇见困难时，我学会了从容不迫地去面对。在遇到挫折的时候，我学会了去坚强地抬头。在重复而又单调的工作背后，我学会了思考和总结。在公司形象受到破坏的时候，我学会了如何去维护。在被客户误解的时候，我学会了如何去沟通与交流。以上是我在工作方面取得略微突破的地方，但这种突破并不意味着我就能够做好工作，在接下来的工作中我会继续完善自己，在失败中不断总结经验和吸取教训。在和同事配合工作过程中学习他们先进的工作方法和理念。在沟通和交流过程中学会谅解他人。

　　现将工作总结作如下汇报：

>　　一、工作方面

　　1、做好基本资料的整理，及时向上级领导反映客户的情况、向上级领导反映客户的信息。

　　2、陈列问题的改进和创新

　　3、维护老客户，保持经常与老客户联系，了解客户对产品需求的最新动向。另外要向客户推出品牌最新货品品，确定客户是否有需要。

　>　二、工作中存在的问题

　　1、工作的条理性不够，在工作中经常会出现一些错误。对时间的分配和利用不够合理，使工作的效率大大地降低。不能很好地区分工作内容的主次性，从而影响了工作的整体进程。

　　2、由于自身产品知识的缺乏和业务水平的局限，在与客户的沟通交流过程中不能很好地说服客户。这一方面我还需要继续学习去完善自身的产品知识和提高业务水平。

　>　三、自我剖析

　　在心态方面，我存在两个问题：一是急躁心理、二是责任分散。我还需要进一步去调整和改变。

　　在紧张的工作中会经常产生急躁的心理状态，我曾尝试着去缓解这种状态，但是效果并不好。心理学解释导致急躁的心理有许多因素：工作环境、自身素质、生活习惯、工作方法等等，而我认为调整急躁的心理状态还需要从自己的生活习惯和工作方法做起，因为工作环境是客观的，而提高自身素质特别是心理方面的素质更不是一朝一夕的事情，现在我能把握的就是调整自己的工作方法和自己的生活习惯。

　　责任分散是为了提高工作效率的一种重要手段，但是工作分散心理却有着它消极的一面，当一件事情的责任被多个人分担后，没有人认为这件事是自己的事情，久而久之便没有人会去刻意关注这件事，在我身边我能感受到它是存在的。我想克服这种心理的最佳方法就是培养和加强自身的团队合作精神。时刻都要把自己摆在一个团体的位置里，因为这里没有我只有我们。

>　　四、工作规划

　　1、维护老客户：主要是订单跟踪，确保\*\*\*的大货能够准时出厂。做好\*\*\*秋季打样工作。

　　2、做好货款回笼，上个月我在这一方面做地不好，被人敷衍的感受实在不好受，从现在开始要多长一个心眼，俗话说：口说无凭，什么事情都要确认才行。

　　3、对于新客户，一定要完全按照合同上的规范行事。尽快地获得新客户对我们的信任和支持。

　　4、坚持学习产品知识和提高自身的业务水平，事物都是在时刻变化的，我需要不断补充新的知识来充实自己。坚持多出去走走，保持经常与客户的有效沟通和交流，真正了解客户需要什么产品。

　　以上是我的工作总结，不足之处还请领导多多指点和批评。

**服装营销人员工作总结2**

　　XX年全体建二人紧紧围绕“差异化经营，提升品牌内涵”的经营战略以及“打造企业执行力”的管理战略这两条主线开展工作，并取得了突破性的进展。

>　　一、经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。

　　实际销售完成年度考核计划的130%，同比增长15%，所实现的纯利同比增长381%。确立了武商建二在青山区域市场的领先市场地位。

　　经营调整成效凸显。全年引进新渠道1XX个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增长26%和13%。

　　两个工程两手齐抓。“打造20个百万品牌”和“引进10个成熟品牌”的“两手抓”工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%，占全场销售总额的27%。

　　扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域领先优势。

>　　二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然

　　XX年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”体系，在一线员工中开展“服务意识”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。

>　　三、“执行”观念深入人心，人力资源不断挖潜。

　　以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。

　　XX年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问题：

　　问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。

　　问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。

　　问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。

　　问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而有扩大的趋势。

　　问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。

　　问题六：供应商渠道的整合在XX年虽有改变，但效果并不明显。

　　XX年，青山周边区域的商业竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我们将从以下几个方面重点入手：

>　　一、抓春节市场，确保开门红，誓夺年度目标

　　以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

>　　二、准确把握市场定位，实施差异化经营

　　略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营的格局。

>　　三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度

　　通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

>　　四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源

　　做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为XX年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

>　　五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应

　　要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

>　　六、狠抓渠道优化，减小因供应商实力弱对经营造成的制约

　　在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取更多的政策。

**服装营销人员工作总结3**

　　在货品管理的过程中，我觉得最主要的是对销售环节的分析，做到细致，再以第一手的销售数据反馈设计及生产，先说销售：由于我服务的品牌的市场占有率不是强者姿态，所以，在销售过程中，要极力争抢同一层次的竞争品牌的市场份额，要竭尽全力的苛刻。

　　以我西单77street店的运动100店铺为分析对象，整个商场是以运动鞋为销售主体，并且整个商场的客流以运动年轻人为主，随着奥运会08年的北京召开，以及非典、禽流感对人们的警惕重用，人们对运动类的消费势必会大力发展。我在配货的时候，就要充分的加以搭配如：运动鞋+牛仔裤+休闲运动上衣组合。我周边的品牌，我确立的竞争品牌为牛仔裤jive、休闲上衣bossini。

　　之所以选择他们为我们的主要竞争品牌，而不选择levis，lee，是因为我觉得竞争品牌为在一个战略发展进程中我们能够超越或被超越的品牌。在竞争过程中，在能够接受的利润范围内竭尽全力克制竞争品牌的发展。在竞争的过程中，主要运用的是概念战和价格战。不过，要灵活运用战术，不可鸡蛋碰石头，要避实就虚，灵活运用。

　　比如，jive陈列的时候，推出一款牛仔裤，我就要用有较强价格优势和款式优势的牛仔裤和你对着干，他出什么，我克什么，如果，对方的竞争优势太强，我的利润不允许我做出盲目的行为，那么我就从他的软处进攻，不过，在双方交战的过程中，还要注意别的品牌的市场份额的抢占，以免别人坐守渔翁之利。

　　在销售的过程中，货品的库存配比，及陈列一定要以整个货场的销售配比相适应，但是，还是全盘掌握一个气势的问题，比如，如果我的男T恤的销售份额占到了40%，女T恤的销售份额只占到20%，那么我切不可以将库存调整为男T恤40%，女T恤20%，因为如果这样调整，我的女装的气势将减弱，其销售轨迹必然会向50%和10%推进，如果，一旦，我的女T恤失去了气势，我的整个货场的销售必然会大幅下降。因为品牌的完整性极其重要，或者说是丰富性。

　　在货品陈列方面，我觉得货场的入口一定要是一个开阔的容易进入的。因为整个销售的决定因素无非就是客流量和顾客在店的驻足时间。店铺的管理者一定要知道自己店铺的最畅销款是什么以及最出钱的货架是什么，店铺的发展不同阶段，所采取的陈列思想也是不一样的，如果在求生存阶段，那么就要用最畅销的款陈列在最出钱的货架上面，如果是奔小康阶段，就要采取畅销款和滞销款的不同组合已达到四面开花的景象。

　　另外，现阶段最流行的陈列思想莫过于色系的搭配，但是，在色系的搭配过程中，一定要注意整体的布局，以及最小陈列单元格的陈列，再到整场组合的布局。在陈列的时候，一定要充分利用绿叶红花的组合，如果，但单纯的色彩重复组合，而没有画龙点睛的妙笔的话，整场的布局会出现没有焦点的尴尬局面，

　　在店铺海报方面，一定要突现品牌的主题文化，设计来自于生活，反馈于生活，在概念营销方面，要告诉顾客我们的衣服是在什么样的场合穿的，以寻找与顾客生活态度上的共鸣。在销售方面收集销售的方面的数据，一定要各店铺分开对待，做到一家店铺一份资料，这样才能够最准确地反馈设计及生产。

　　在销售过程中碰到的挫折要进行下一季计划的弥补。比如说，这一个星期，男T恤的销售只有10%的市场份额，要考虑为什么是10%，能够在下一季的销售过程中提升多少，15%或者其他？这个推断必须要有根据和战略的眼光。促销方面：促销要有计划的制定，而不应该盲目，在全季开季之前，就要制定好全年的促销计划，而不是盲目的跟随竞争品牌，被竞争品牌牵着鼻子走。

>　　促销的形成有三点：

　　1、节假日的促销

　　2、完不成商场保底的促销

　　3、季末库存的促销。

>　　促销的优点：

　　提高销售，降低库存。促销的缺点：品牌形象的顾客印象折扣。为了降低促销而给顾客带来的品评印象折扣，每一次的促销多要尽可能的给顾客一个降价的理由。促销的时候，还可以加入其他文化的介入，比如，与一个其他行业的强势品牌联合。每次促销之后，要进行及时地检讨和总结，把握接下来的货品流向问题。买货方面：

　　1、以细节反推大围，再以大围推敲细节。

　　2、上一季的优点一定要遗传下来，在微量的融合一些潮流变化的元素，以不变应万变。

　　3、了解货品的销售周期，所有的销售应该是一个抛物线的形式，尽量提升抛物线峰值的高度和横向座标的长度。

　　4、保证货品的完整性，但要尽量避免重复性。因为重复就会在自己的场子里面形成竞争。

　　5、要纵观潮流的趋向性，比如现行的超女浪潮和奥运会的浪潮。

　　6、对于货品尺码比例、颜色比例的确定要根据抛物线最峰值的上下一段周期内推算。而不应该是整季销售的比例。但是，又要注意完整性。

　　7、对于新产品的投放，要试验性的投放，不能对新产品进行大规模的生产。只能对优秀的产品进行大规模的生产。代理商方面：要尽量的教导和辅助，换位思考，多为代理商考虑一点。在专业知识上面要尽量的与代理商共享。在数据分析方面要尽量完善的提供给代理商。要让代理商形成长远的目光。

　　让代理商看得到盈利的希望。在服装品质方面：要尽量的精益求精，最大程度的开发回头客。在团队合作方面要尽量的谦虚，对于下属要毫无保留的指导。以上是我对服装商品管理上面的一点点经验总结。由于文字的局限性，很多方面，还为能够全面展开。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！