# 服装店怎样做好终端店的管理专题

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2025-08-03

*第一篇：服装店怎样做好终端店的管理专题服装店怎样做好终端店的管理作为一个终端来说，虽然不需同大企业那样具备一个体系化的流程，但有些框架与思路还是可以参考的。在此根据终端面临的常见管理问题，简单整理了下，大致分为一下几点：一、对品牌以及货品...*

**第一篇：服装店怎样做好终端店的管理专题**

服装店怎样做好终端店的管理

作为一个终端来说，虽然不需同大企业那样具备一个体系化的流程，但有些框架与思路还是可以参考的。在此根据终端面临的常见管理问题，简单整理了下，大致分为一下几点：

一、对品牌以及货品的管理

1、明确自己的目标人群，合理定位。

都说‘男怕入错行，女怕嫁错郎’，其实选品牌也是同样的道理。只选对的，不选贵的！适合自己的才是最好的。

2、在定位基础上，对自己所经营的品牌做出合理规划。

产品规划的原则：主次分明、合理互补。它可以从几种角度去分：

⑴根据品牌在终端的市场运做过程中不同的发展阶段，我们可以把它分为新品、稳定性产品、增量性产品、淘汰性产品。

⑵根据各个品牌在终端经营品牌中的地位不同我们可以分为战略性产品、赢利性产品、补充性产品；（强品牌产品、高利润产品、高覆盖率产品、配货型产品）。

⑶根据产品销售时机与时间结合的紧密程度，我们可以把经营的产品分为季节性产品与常销性产品。

二、对人员的管理

人员管理应该是经营中最常见也最难的一个环节。那我们究竟该怎样做好这些方面的管理呢？

1、如何用人

人都不是万能的，你不能要求一个人揽下所有的工作。所谓尺有所长，寸有所短，把合适的人放在合适的位置才能获得最大的效益，所以识人和用人都很关键。

2、如何管理

平时大家讨论的最多的话题就是‘如何留住优秀导购’，在此我总结出几点：

情感留人—人都是感情动物，哪怕多点赞美与关心，就会赢得员工的心。

待遇留人—待遇是员工对自我价值的一种评定，良好的薪资制度是留人的关键。制度留人—明确的职责分工，相应的奖罚制度，可以培养一个良好而积极向上的氛围，一个轻松而愉快的工作环境，往往增加的不止是销售业绩而是员工一颗安定的心。

三、对库存的管理

库存大压力大，但过少的库存又经常会延误销售良机，因此合理的库存管理就变得非常重要。

1、根据不同的季节去管理库存：比如春夏与秋冬，款式颜色的选择。

2、根据互补去管理库存：如遇到断货销售相类似款的应急方法。

3、每天要求做好明细的出入库库存，一便于合理补货，避免过多积压。

在这里建议有条件的实用电脑管理库存。将每笔交易内容敲进电脑，每天晚上，就可看到当天的进销存全部清空，及时就能发现库存量的问题。通过对一段时间的交易情况了解分析，就能清楚知道最近的产品销售动态以及必须要进行的库存调节。避免到最后才发觉自己所赚的都是一堆库存了。

**第二篇：终端店如何做好沙龙会议？**

终端店如何做好沙龙会议？

会议营销正在成为继终端促销活动后，代理商联合终端店传播品牌知名度、促进销售的全新营销手法，这其中以兼具演讲和歌舞游戏互动的沙龙会为典型代表。然而，许多代理商和终端店轰轰烈烈打造的沙龙会议，收效并不理想，分析其中的关键原因是会议策划者没有进行认真系统的规划。

做好沙龙会的首要条件是确定会议的大方向，就像构建房屋，先要勾画顶梁、柱子和墙体一样。只有建稳主体结构，房子才不会轻易倒塌。于沙龙会而言确立方向的核心因素包括以下四个方面：

背景分析。市场背景分析，要求活动的策划者要对目标市场的情况有充分的了解，包括经济环境、市场容量，目标顾客的消费习惯以及竞争品牌的活动情况。最重要的是清晰的掌握活动创意的理论基础即活动卖点能否对消费者产生足够的吸引和刺激。

明确活动的目的。没有明确的活动目的，只能像无头的苍蝇乱转，找不到方向。每个品牌都有差异，要根据自身的实际情况，弄清沙龙会议的目的是要实现现场销售，还是要塑造品牌影响力？只有确立好适合自己的会议目的，才能使会议活动发挥最大作用。

创新会议主题。会议的主题就是招牌，主题的好坏决定消费者参与的热情程度。活动策划者要利用人的好奇、趋利等心理特点，尽可能将会议主题做的八卦有趣，充分调起目标消费者的胃口，吸引他们的目光。

规划预算。作好费用投入的分析，可对所需的费用作出预估，并结合预期的目标，计算出投入与回报是否合理。一场会议的前期费用由物料花费和人工费用两个部分组成。物料费主要包括门票、宣传物料的制作费、奖品和产品体验采购费及会场租赁费；而人工花费主要是讲师和工作人员的工资、食宿费用。需要指出的是，如果是厂商联合终端店一起做的沙龙会议，还要列清厂家、代理商与终端店各自分摊的比例。

沙龙会的主题方向确立后，活动策划者应该集中资源开展公关活动、为沙龙会议造势。常见的方式有电话通知会员、临街散发广告单等宣传形式，有条件的终端店可以与电视台合作提前发布活动广告。

为保证沙龙会的高效和质量，建议终端店提前派发门票。值得一提的是，沙龙会的门票在设计上要区别一般的票券，应讲究形式美观华丽，内容充满诱惑和吸引力，以彰显沙龙会的高端。同时，票面应设置参会人员填写信息的板块，方便会后，进行回访调查、发展新会员。

为保证收集的信息完整有效，在沙龙会开始之前要进行现场检票，要求参会人员凭票并将票面信息填写完整后，方可入内。

一般的沙龙会的程序是主题演讲与活跃气氛的歌舞游戏互相穿插。沙龙会的演讲内容应多以女性关注的养生、健康为主，不要仅仅拘泥于产品信息的宣传。整场沙龙会的流程和节奏应该由具有经验的主持人，依据现场情况灵活控制。

区别于终端店的促销活动，商品买赠的促销一般放在沙龙会议结束之后。凡是参加过沙龙会的会员可凭会议上检验过的门票前往终端店办理会员并获得相应赠品，这样可以让顾客知道产品销售点的位置，还可以方便BA进行电话跟单，开展售后服务与连带销售，增加顾客的忠诚度和购买量。

最后需要指出的是，为应对会议现场可能突发的拥挤、场面失控等事件和问题，活动组织者应提前准备应急预案，只有作好周密的应对措施，才能保证沙龙会达到预设的效果。

**第三篇：怎样做好化妆品店**

怎样做好化妆品的销售工作?看化妆品销售中的经典语言：．皮肤缺水就象苹果缺水一样会不水灵。

．皮脂膜破了就象苹果削了皮一样，会氧化，变质，变黑，肌肤色素沉积，因此形成斑点。

．皮肤干燥缺水就象人长时间了不喝水，容易起皮，我们每天吃饭喝水，皮肤同样需要呵护，必须重视。

．皮肤不注意增加营养，就象身体不增加热量一样，没有一点力气，而皮肤就会无光泽，失去弹性。

．毛孔粗大，如果不注意收缩的话，就象皮筋长时间拉伸一样，时间久了就失去了弹性。．毛孔恢复弹性，伸张自如，就象窗户一样，随时打开，吸收水分和养分。

．现在投资早一天，您就提前得到护理一天，早一天使用，早一天见效，皱纹的产生就会晚一天或晚一点，护理皮肤要赶早不赶晚。

．少买一种产品就象家庭影院少一支喇叭，失去原有效果，多可惜啊。少买一种产品效果就会大打折扣。

．爽肤补水，保湿霜锁水，就象一间房子有了好东西不锁呢就不保险了啊。

．隔离霜就象外套一样，可以隔离风沙和灰尘，即使工作一整天毛孔还是干净的。．买化妆品就象买衣服一样，在地摊上买的当时挺便宜，可穿几天就过时了，如果是在品牌店里买的，穿的时间久，穿着也舒服。

．产品不一定要多好，只要适合您皮肤的就是好产品。

．化妆品不是多就好，必须有一两瓶能改善您的皮肤的，适合你自己的。

．东西再好不用不行，光说不行，自己用了才感觉的到，不用对自己是个未知数，只有用了才知道，百看不如一试。

．不是我一定要您用，而是你皮肤必须用，就象吃药，那是病情所需。

．俗话说病来如山倒，病去如抽丝，慢慢来，一定能改善您的皮肤。

．效果这么好，您还商量什么呢，现在正搞活动，就象你掉了十元钱，您是现在拣呢，还是回去商量以下在拣呢？

**第四篇：如何做好服装店销售管理（最终版）**

如何做好服装店销售管理

服装店的管理要出效益，当然首先得有一好的店长，店长需要站在经营者的立场上，综合的、科学的分析店铺运营情况，全力贯彻执行公司的经营方针。执行公司的品牌策略，全力发挥店长的职能。作为店长，工作职责主要应该包括：

1、了解品牌的经营方针，依据品牌的特色和风格执行销售策略。

2、遵守公司各项规定，执行上级指示，完成公司下达任务。

3、负责管理专柜的日常工作，监督考核导购的工作表现，及时反映员工动态，并对导购进行培训。

4、负责盘点、帐簿制作、商品交接的准确无误。

5、负责店铺内货品补齐，商品陈列。

6、协助主管处理与改善专柜运作的问题。

7、协助主管与所在商场的沟通与协调。

8、定时按要求提供周围品牌在商场的公关推广活动。

9、了解周围品牌销售情况，登记并提供每天店内客流量资料。

10、激发导购工作热情，调节货场购物气氛。

其次是抓好店面营运。

店面营运通常分为三个时段。营业前除了开启电器及照明设备，带领店员打扫店面卫生，还要召开晨会，内容主要包括公司政策及当天营业活动的公布与传达；前日营业情况的分析，工作表现的检讨；培训新员工，交流成功售卖技巧；激发工作热情，鼓舞员工士气。另外，还要点货品，专卖店要清点备用金以及核对前日营业报表，传送公司。

在营业过程中店长要注重以下工作：检查营业员仪容仪表，整理工服，佩带工牌；督导收银作业，掌握销售情况；控制卖场的电器及音箱设备（专卖店）；备齐包装纸、包装袋，以便随时使用；维护卖场、库房、试衣间的环境整洁；及时更换橱窗、模特展示，商品陈列；注意形迹可疑人员，防止货物丢失和意外事故的发生；及时主动协助顾客解决消费过程中的问题；收集市场信息，做好销售分析；整理公司公文及通知，做好促销活动的开展前准备和结束后的收尾工作。在营业后要核对帐物，填写好当日营业报表，营业款核对并妥善保存，留好备用金。还要检查电器设备是否关闭。杜绝火灾隐患，专卖店检查门窗是否关好，店内是否还有其他人员。

货品方面，店长有权利对公司的配货提出意见和建议，并有权利拒收有质量问题的货品。

在人事方面，店长有权利参与营业人员的招聘、录用的初选；有对员工给予奖励和处罚的权利；有权利辞退不符合公司要求或表现恶劣的员工；有权利根据员工表现提出调动、晋升、降级、辞退的意见；有权利对员工的日常工作表现进行检查和评定；有权利对店内的突发事件进行裁决；对店内的货品调配有决定权，服装店以豪华的装修来吸引顾客，是时下不少商家不惜用重金打造的一项工程。然而，即使是富丽堂皇的服装店，往往都在一个细节上出现了败笔——试衣间。试衣间可以说是决定了服装是否能够被销售出去的一个重要环节。做为顾客而言，买不买只有试了才能决定。可是由于服装店内的试衣间在隐私、大小等方面令顾客感到尴尬，从而导致生意泡汤。试衣间应该具备哪几个方面的条件呢？以下几点仅供各位参考。

一、注意隐私问题

试衣间最致命的问题，就是隐私性不够。每个人在试衣服的时候都要经历不可示人的阶段。所以在试衣间的设计上应该着重考虑保护顾客隐私的问题。比如说某某 “坊”试衣间的“门”都是布帘子，拉不严的会留下一条细缝，叫更衣人心惊胆跳。这还不止，那里有三个试衣室，其中一个恰好对着上二楼储物室的楼梯，可以很清楚地看到上下楼的人，而从楼梯那里也可以很清楚地从布帘上方看见试衣室里的人。这样的试衣间即使准备更多，也无法让顾客安心的在里面试衣服。

二、面积不能太小

通常的试衣间都是恰好只能容一个人，尤其是那些内衣专卖店。如果你长得比较“肉”，那就抱歉了。试衣间是为所有来服装店消费的顾客们提供服务的，并不是只为身材好的顾客准备的，万万不可让试衣间成为体形较胖的顾客感觉羞辱的地方。

三、装修不能太简陋

许多试衣间内没有安装镜子。有很多人都希望自己试衣的时候可以不用出来照镜子，这样当穿上效果不好的衣服时就不必被其他人看见，例如那些能把萝卜腿暴露无遗的贴身裤；而且也不用被那些无论你穿什么都会赞扬一通的售货员所误导。一个好的试衣间，在装修上要考虑顾客使用是否舒适，灯光是否能够衬托出明显的效果等。

量身打造更衣室

一、内部装饰

1、室内墙面基色为白色。（给人以整洁、干净的感觉）

2、室内配有30W的日光灯（不要太亮也不要太暗）

3、室门背后挂有“温馨提示牌”

尊敬的顾客：离开更衣室时，请别忘了带上您的随身物品，以免遗失。

二、配备的道具

1、小镜子（1面，保持光洁）

2、白色塑料梳子（1付，勤洗勤换）

3、凳（1张）

4、拖鞋(1双，秋冬保暖鞋 春夏凉拖)

5、挂钩（1排）

三、更衣室外部

1、门镜（可安可不安，推荐：安装）

2、门楣处挂门牌——“试衣间”、“更衣室”„„

3、提示牌（双面，一面写“有人”，一面写“无人”）

提示牌的工作由导购来完成。在专卖店导购服务中，导购员一般应在更衣室外等候顾客穿戴出来。所以此项工作由导购来做。

注意事项：

1、更衣室内切勿堆放杂物，要保持干净、整洁，做到每日一清。

2、更衣室内要保持通风，不能有异味，可以喷洒空气清新剂。

写到这里让我想起来，看过一篇报道说现在小日本有一家专卖店特别先进，你无须试穿衣服，店员用扫描仪将你的体形扫进电脑后，便可以根据你的需要搭配衣服，好不好一看便知。

**第五篇：服装店店规**

松原新玛特铂珏店规

1.迟到早退店员每次10元，店长每次20元（电脑时间为准）。

2.吃饭时间规定30分钟，超时罚款10元（时间以电脑为准）。

3.百盛帐出现负数或输入错误罚款10元。

4.发货返货做错单子罚款10元。

5.接班以账目准确为止，如未点准确，晚班人员可选择接班，早班人员继续点数，晚班人员罚款5元。

6.周六，周日不能休息，如遇特殊情况按请假处理。

7.到店面只要穿上工装就必须带妆，违者每次10元。

8.交接班事项交接明确，如遇因交接问题，导致严重后果者，罚20元，9.每周四商场联检（特指卫生不合格），如罚款当班人员负责。

10.每晚报销售数据准确，如遇马虎不准确，每次10元。

11.不允许在店面争吵违者罚款200元，情节严重的开除处理。

12.销售完毕及时收货品，速度要快，试衣间如遇有衣物每次10元。

13.吃饭时间业绩为在店面人员，不在店面人员无销售业绩。

14.来返货品检查验收，写自己名字，如遇发货时对方检查有伤残由发货人，负责，如遇来货时收到伤残没有仔细检查货品而验收货品有验货人负责。

注：松原新玛特铂珏员工签字确认，必需严格要求自己，端正在店面的工作态度，如有触犯，按规定处罚！

员工签字：

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！