# 女装市场拓展工作总结(优选36篇)

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2025-05-31

*女装市场拓展工作总结1光阴似箭。不知不觉，20xx年已经过去了一大半。这段时间，有苦有甜。虽然很难，但我很高兴学到了很多东西。现在，我将总结这半年的工作。>一、工作1、做好基础数据的整理工作，及时向工厂汇报客户的情况和信息；2、做好订单跟踪...*

**女装市场拓展工作总结1**

光阴似箭。不知不觉，20xx年已经过去了一大半。这段时间，有苦有甜。虽然很难，但我很高兴学到了很多东西。现在，我将总结这半年的工作。

>一、工作

1、做好基础数据的整理工作，及时向工厂汇报客户的情况和信息；

2、做好订单跟踪：下订单后，确定工厂是否安排订单，了解订单产品的生产流程，确定产品是否能按时交货，最后确定客户是否按时收到我们的产品；

3、就是回款，与客户确认对账清单并确认回款，及时将开票信息发送给财务，做好开票事宜，最后确认客户财务已收到税单并要求及时安排；

4、维护老客户，保持定期联系，了解客户对产品需求的最新动向。此外，还要向客户介绍公司的最新产品，确定客户是否需要。

>二、工作中存在的问题

1、交货期的协调能力不够强，一些交货期紧急的商品往往不能很好地满足客户的需求。有些产品甚至在交货时间延迟的情况下需要20多天才能完成。这种情况导致了一些顾客的抱怨。工作组织不够，工作中经常出现一些错误；时间分配和利用不合理，大大降低了工作效率；不能很好的区分主次工作内容，从而影响工作的整体进程。

2、由于产品知识的缺乏和业务水平的限制，在与客户沟通的过程中，无法很好的说服客户。一方面，我需要继续学习，提高自己的产品知识和业务水平。

3、产品质量问题在大规模生产中很难避免，但是大家都想降低产品质量问题的发生率。据统计，上个月就有十几起顾客投诉我们产品质量问题的案例。

以两个案例为例：邦威（盛丰）H0710136单钉碰撞，由于实际量产过程中底钉不够锋利，穿透力不够强，导致大量客户在装钉过程中出现底钉歪斜、断裂、变形的情况。这给客户带来了一定的损失。经过协调，客户要求我司尽快补上1000颗丢失的底钉。邦威（圣龙）H0710052单I—button，客户投诉我司产品存在严重质量问题。一个I—button同时出现了几个质量问题：掉漆、按键表面变形、颜色不一致。

这让我们在空之前和客户的沟通有些尴尬。客户对我们的产品质量和我们的态度持怀疑态度。他们认为我们没有任何诚意。后来我厂采取相应措施解决了质量问题。但是之前的不良质量问题给客户带来了非常不好的形象，我们的信任度和满意度都大打折扣。

我认为产品质量问题客观存在。要求工厂生产没有质量问题的大货是不现实的，也是幼稚的。容忍一定的质量问题是每个销售人员必须具备的。如果他一味指责工厂，只会让事情变得更糟。如果说有什么可以弥补质量问题的话，那就是我们的态度。一旦出现质量问题，我们应该及时有效地挽回损失和客户的信任，并拿出诚意来发现和承认我们的错误。这是要做的第一件事。

>三、自我分析

心态方面，我有两个问题：一是急躁，二是责任分散。我还需要进一步调整和改变。紧张的工作中经常出现急躁的心理状态。我试过缓解这种状态，但是效果不好。

解释心理急躁的因素有很多：工作环境、自身素质、生活习惯、工作方法等。，而且我觉得要从自己的生活习惯和工作方法入手来调节自己的急躁情绪，因为工作环境是客观存在的，提高自身素质尤其是心理素质不会一蹴而就。我现在能把握的就是调整自己的工作方式和生活习惯。

责任分散是提高工作效率的重要手段，但工作分散的心理有其消极的一面。当一件事情的责任是很多人共同承担的时候，没有人会认为这是自己的事情，久而久之也不会有人刻意去关注。我能感觉到它在我身边的存在。我觉得克服这种心态最好的办法就是培养和加强自己的团队精神。永远把自己放在一个群体的位置上，因为这里没有我，只有我们。

**女装市场拓展工作总结2**

市场拓展需要通过市场调查分析确定市场需求，根据市场需求进行产品定位和市场定位在明确了产品市场和产品销售对象后,制定详细市场推广策划方案。

1消费者分析：直接客户：大多数在13-18岁之间，他们这个年龄段的学生很有主见。间接客户：多为三十五到四十五岁之间的人群，很看重教育。一般情况下，他们为孩子选择一个地方辅导就很少有再换辅导班的可能。

2市场定位：

主要靠引导间接消费者来精品小班：由于精品小班学费价格比较低。所以我们针对的消费人群是普通大众人群。

一对一针对的消费人群：白领、通俗点儿就是有钱人。托管班针对的人群：大款。

3宣传方式：一点对点直线营销

与学生用品店合作

将我们的资料：如，宣传单页、海报等摆放在其店内。学生用品店主要客户就是学生是我们的直接客户，当他们购买东西的时候同时就能关注到、了解到我们公司的服务。与图书馆合作

将公司的资料印制成书籍或者杂志，免费提供给商家，这样也是给商家买一赠一这种促销提供了产品，让顾客有让利的感觉。（如：学习宝典）与美容会所合作

他们的会员有一部分人正是我们的间接对象，想要保持身材或者皮肤的\'女性他们对会所的信任度一般都比较高，经济能力强，易于接受信观念，对会所的推荐更容易接受。当然：与他们合作务必是以一对一的教育方式出现。面对面直接销售

这个是最有难度的一种宣传方式，容易遭冷水，但却是最锻炼人的一种宣传方式之一。市场拓展人员在直接客户经常出入的场所如青少年活动中心发送公司资料，介绍服务，争取让其来公司免费试听，而且我们还有学生用品相送！社区宣传

与社区居委会合作让其辅导公司宣传，并给与一定利益。宣传有社区公告板海报、社区信息亭等4媒体广泛营销电梯海报营销车身车内广告

网络营销：搜索引擎排名、百度知道宣传、blog宣传、自己的空间啊、主页、电子杂志等。杂志、报纸宣传行业合作网吧桌面广告5活动营销

总部：组织全市性或者全国性的青少年文艺或者知识水平竞赛，选拔出有才艺的青少年，提高少年知名度，通过其才艺展示来提高我们的知名度和家长的认可度。

各分校内部定期举办竞赛活动：一等奖可以免费再选一门课程或者免费再学一个月等等。目的：激励学员或者家长的信心！

拓展事业部作为真心公司新成立的一个部门，主要从事调味品的生产与推广工作。而我作为本部门的企划推广专员，也在自己的职责范围内开展了一系列的工作。

具体总结如下：

1、前期酱油产品上市合作广告策划公司的寻找，竞争对手市场情况的一个初步信息的掌握;

2、酱油产品上市前期市场调查，主要走访了六安、安庆、淮北、阜阳等市场，了解安徽市场酱油的`市场现状及发展前景，掌握了酱油市场消费的基本情况，为以后真心酱油的市场开拓做好准备;

3、酱油前期广告策划宣传公司的选择及媒介推广方案的初步制定，包括导购员手册、前期推广活动方案、产品手册、活动物料清单、渠道推广方案、上市中奖方案等各种初步方案的制定;

4、协助五行广告公司开展市场调查及各阶段工作的对接与协调工作，包括产品定位、广告语、宣传策略、包装文案、品牌手册、黑豆功效手册、包装箱等一些列设计调整工作;

5、产品上市所需各种原辅料的制作采购并物流发送工作，包括了包装箱、瓶贴、品牌手册、宣传海报、促销物料等;

6、协助进行产品上市征订会的相关组织、布置、招待工作，并进行相关开盖有奖促销政策的讲解;

7、与合肥分公司及区域经理随时进行市场反馈情况的对接，了解市场一线业务人员对我公司产品及销售政策的真实信息，以供总监参考;

8、配合市场、技术人员开展其他需要配合的工作。

20xx年我在真心公司的前期工作主要以围绕酱油上市为中心而展开的，更多的是在产品前期规划及包装设计方面的配合工作，还涉及到采购物流等方面的内容，总体而言，xx年的工作内容是多而杂乱，而随着20xx年产品上市，并市场销售工作逐渐步入正轨之后，我的工作重点也应该随之转移到市场销售方面。

具体计划如下：

1、随时跟踪产品市场销售情况，了解各经销商在对我司产品销售过程中所遇到的各种问题，及时上报公司并配合业务人员拿出相应的解决措施;

2、对经销商市场支持政策执行情况进行定期检查，发现问题及时上报并提出各种处罚或改进意见供总监参考;

3、重点跟踪开盖有奖促销方案的执行情况，保证奖卡操作的可操作性与拉动市场销量的有效性;公司推广专员工作总结

4、定期针对不同市及区域经理所反映的各种市场问题，制定各种能够适应市场销售情况的促销政策，开展不同方式的促销活动，以减少即期拉动销售;

5、配合不同的促销模式，进行各种促销物品的设计与采购;

6、其他需要技术、市场人员配合的工作。

**女装市场拓展工作总结3**

今年的服装销售工作未能在业绩上有所突破是我感到比较遗憾的地方，然而在工作中和同事们共同努力的经历才是让自己感到比较难忘的，在年末之际回顾过去的工作也让我在感慨之余收获了许多销售方面的经验，也许这便是自己在过去的服装销售工作中经过诸多磨砺积累的实践经验吧，考虑到明年的业绩指标以后我对今年的服装销售工作进行了简单的总结。

服装销售经验的积累需要通过平时大量的实践才能感悟更深，至少我在今年的服装销售工作中始终奋战在推销产品的\'第一线，每当客户进入服装店的时候自己都会满怀热情地上前进行导购方面的工作，将合适的服装推销个相应的客户便是自己在以往的工作中做的最多的地方，只不过或许是服装市场趋近饱和的缘故导致最终收获的并不能够让自己感到满意，然而即便是这样自己也会在工作之余反思自己是否在服装销售技巧方面存在不足，毕竟若是将业绩的低迷归咎于客户的身上未免显得自己对待工作太过于不负责任了。

理解销售团队的作用才能够从中获得服装销售工作中的指点，正是因为体会到团队的重要性才会通过平时的交流与学习明白自身存在的不足，有的时候独自进行服装销售工作很容易因为难以解决的问题走入思维误区，而且当经历挫折以后还可以通过销售团队的帮助解开心中的郁结并重新投入到工作中去，能够成为这个集体中的一员才是自己参加服装销售工作以来感到非常荣幸的地方，也许正是因为如此才会让我在与同事们的竞争之中了解更多关于服装销售的技巧。

鉴于服装销售的局限性需要做到当场促成与客户之间的交易才行，对于自己来说当客户走出服装店以后便失去了进行销售的最佳时机，所以今年自己在进行销售工作的时候能够感受到业绩带来的压力与紧迫感，其实我也希望自己能够将其转化为服装销售工作中的动力并以此来获得进步的契机，若是在服装销售工作中太过于平庸的话可没办法在将来取得较大的成就，也正是带着这样的想法对待工作才不至于在年末之际获得的成就弱于其他同事，只不过这样的业绩相对于心中的预期而言还是存在着一些差距。

总结今年的工作以后也让我对明年服装市场需求有了大致的预期，相信此刻的准备应该可以帮助自己在将来的工作中弥补一些遗憾，只要带着对业绩的追求应该就能够在平时的工作中不断完善自己的服装销售能力。

**女装市场拓展工作总结4**

一、出差时光:20xx年xx月

二、出差地点:车村镇、木植街、黄庄、饭坡、田湖镇、闫庄

三、出差目的:了解市场状况、发掘新客户、拓展潜在客户，以扩大市场范围，提高市场占有率以到达拓宽销路，提高利润。

四、出差主要资料:

这次出差的主要线路是先由县城到达最远的车村镇然后回到途经木植街、黄庄回到县城再由县城出发到田湖镇后回到途经饭坡、闫庄。出差报告范文。

车村被很多大山环绕在，车村是这多山区里的一个聚集的城镇整个到成十字街防盗门门业主要集中在西街还有其中一些在东街而其中一家经营罗普斯金门业，我和这家老板交谈发现他对于从郑州发货过来的厂家经常因货的日期问题而感到烦恼。而看到我们公司产品介绍后发现我们公司钢木门基本贴合他的要求后有意向的思考我们钢木门。这件事告诉我在出差中与老板们介绍公司产品是应面面俱到对产品要有个全面的介绍。再到西街发现每个卖防盗门的门业均有钢木门了解到钢木门这段时光在车村销量还比较好，而我们公司钢木门四种规格种类齐全那里将有我们的潜在客户。木植街就在山间所以几乎没有防盗门门业，黄庄虽然小但作为车村与县城连接的一根纽带这个地方有几家防盗门业虽然由于天气原因有几家没开业但开业的2家防盗门业都有像我们公司靠拢的趋势一家以普通防盗门为主一家以室内门为主都能够联系发展为客户。饭坡，去与几家防盗门门业老板联系交谈后发现有一家是在我们大客户手下提货主要是我们2、5m金属漆小王子和2、5m转印漆富强及一些钢木门，能够联系拉拢适当的发一些货。到闫庄刚开始以为仅有很少的防盗门业。所以去了盼盼门业发现一些买高档防盗门的店家也期望购进一些价格便宜的`防盗门个性是钢木门，在四处

寻找下发现一家防盗门业老板与之介绍公司的产品及产品特征和规格后对钢木门格外关注。等等一些乡镇很多防盗门业对于钢木门都很感兴趣，所以觉得能够以钢木门为突破点在这些镇乡找到一批新客户。

刚过这么多乡镇能够看出乡镇有很大的市场能够挖掘为我们公司带来超多的客户。所以在跑业务中给客户就应仔细认真负责讲解产品及听取客户的意见或推荐，做到让客户了解产品相信产品。

**女装市场拓展工作总结5**

现在服装市场竞争很大，各种品牌的服装不断的兴起，懂行的人都知道服装销售也是越来越不好做，我是一名服装销售者，上半年来到服装店，衣服是一个人的形象关键，半年的时间过去，在服装店工作了半年的我，也沉淀了很多，服装这一行也是很有学问，在现在这个环境下，个行业的竞争太大，不管是做什么，都要有自己的特色，特别是做服装，要做出特色，做出信任，真的很重要，这半年来我很用心的在对待，自己的工作，半年过去，半年的服装销售工作告一段落，回顾一下总结自己这半年的服装销售成果：

>一、工作内容

服装销售者，是很要了解现在的潮流的，别特是现在的年轻人，学生这一类，现在的服装走的是新路线，人们对衣服的追求是越来越不同，在这给我的工作造成了一定的挑战，一开始我会做调查，主要还是学校这一块，年轻人，往这方面调查，对各种不同的人群做一个调查，记录消费者的需求，这是很重要的一步，只要把这一部做好了才能更好的施展后面的工作，作为一名服装销售除了调查，在推销这方面也要有自己的技巧，面对各种人群在销售的时候，最多的就是打心理战，这是最考验一名销售能力的时候，把自己的产品用最好的方式介绍给他人，取得比别人的信任，往往比卖出多少件衣服重要。

在上半年的节假日中我们也做好了，促销活动，主要还是把存货赶紧卖出去，马上就热天了，把库存清空是首要的任务，在这方面要做到货比三家，价格也要适当在促销活动的时候我成功的卖出了这个前两个季度的所有库存，这个数据是可观的，是比较丰收的，服装销售我们做的是自己的品牌，在平日里每一位顾客上门来消费我都是尽职敬业，服务好每一位消费者，在接触顾客的同时，还不忘了礼貌礼节，最主要的还是要给顾客留个好映象，建立第二次交易的肯能性，这才是最成功的。

在工作中我还是不断在学习，学习自身的销售技巧，时刻的去了解，主动地了解服装销售的行情，第一时间的关注现在行业走势，关注现在服装行业的行情，工作中最是纠正自己的错误，多多去了解消费需求。

>二、收获

在服装店这半年来，我一直在总结自己，计划自己，这样的日子在无限的循环，我觉得这是一种享受，看是枯燥，但是工作就是这样，自己在枯燥的工作中，慢慢的得到回报，并且发现自己的优点，然后扩大。

**女装市场拓展工作总结6**

我余晓萍，很荣幸有这样一个机会向各领导汇报工作感言，在此要感谢公司的领导和全体同事对我的信任，以及对我在极美度所做出的工作表现肯定。在以后的工作中，我会一如继往的继续努力工作，为公司的进步发展再做出一份贡献。

时间总在不经意过得很快，不知不觉我担任南屏极美度2店店长快一年了，在这段时间里，不敢说自己做了多大的贡献或成绩，但这一年的工作使我深有感触。作为公司专卖店的负责人，把公司的产品不断的推向市场，让客户了解、肯定它，是我们的职责，作为店长，我携手我的同事，认真、努力把上级领导分配下来的工作完成。以下是我工作一年来的感言：

一：服务态度至关重要：顾客是专卖店的土壤，是专卖店的利润来源。作为服务行业，顾客就是上帝，良好的服务态度是必须的。要想获得更多利润就必须提高销售，我们深深认知。触使要求我们想顾客之想，急顾客之急，提高服务质量，待客要热情周到，要尽可能的满足顾客的要求，为顾客搭配最适合她的服装。有一句话是这样说的“再好的衣服，如果没有优质的服务，一样会没有市场。”一直以来，我们都以服务为核心，把最好的一面展现给我们的顾客，增加vip的管理。正因为我们始终以服务为核心，因此店铺留住了不少的老顾客的同时，更开发连绵不断的vip，这样的成果，就是我们最值得值得自豪的地方。正因为我们懂得留住充满潜质的顾客，所以销售额蒸蒸日上！

二：诚信是成功的根本：曾记得有位人说过，你要把店铺生意做的好，我送你一幅对联。上联是：你的光临是我最大的荣辛。下联是：你的满意是我最大的愿望。横批是：诚信对于经商者来说无疑是生存的根本。如果没有诚信，你会害得老板倒闭是迟早的事情。诚信，我的理解就是人对人要诚实，真诚才能得到很好的信誉，只有对顾客付出真诚的服务，就一定获得同等的回报。一直以来都记得这幅对联，并一直为此为目标追随，始终坚定信赖带领我们的团队朝着这个方向走，成功赢得了一个又一个的高峰。

事实上我们必须把握住比金钱更值钱的东西。除了对照顾诚信之外，还要想办法吸引每一位来过极美度消费的顾客，在她有需要购买衣服时，脑海自然就会想到我们极美度。有一种简单、容易、不花本钱而行之可久的办法去吸引顾客，这种方法就是微笑。我们每一个人都得“戴上一张快乐的脸”去工作，并不是偶尔而是经常，而是一种由心而生的快乐。当你微笑的时候，别人会更喜欢你，而且微笑使你自己也感到快乐。它不会让你损失任何东西，却可以让你赚到任何股票都带不来的红利。

最后我要感谢一直以来默默支持我的姐妹们，正因为有了他们勤奋积极，乐观上进的心态，让我们的店一步步走向更好的一面。平日里，我总是加班，直落，陪她们一起为业绩奋斗，她们总是一如继往的支持我的.工作，正是有了她们的支持，我们才有更好的成绩。所以我始终相信，先有付出才有回报。当然我们也还有很多不足的地方，需要我们改进。从而能取的更好的成绩，为公司创造更多的利益。“极美度”如今已是一个响亮的名字，这是公司所有同仁共同努力的结果。“极美度”它有光辉的过去，有让人自豪的现在，更有让人憧憬的未来。作为一名极美度的一员，在得到仰视和羡慕的同时，也注定我们必须具备更高的业务层次和社会责任。在社会日新月异的发展面前，在知识经济的今天，在终身教育时代已经来临的时刻，因循守旧，得过且过，不思进取？胸无大志？注定要在转眼间被时代淘汰。与时俱进，终身学习，敬业奉献，不断创新，才是必由之路。姐妹们，让我们时刻准备好！让我们继续在“适者生存，诚者千里”的旗帜下，开拓创新，放飞我们的梦想，点燃我们的激情，挥洒青春的力量，活出青春的精彩。

成绩是考验，荣誉归于大家，未来在于创造，让我们携手共进，把“极美度专卖店”经营得更好！谢谢。

**女装市场拓展工作总结7**

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levi\'s，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。

1.商场服装销售工作总结

2.服装销售每日工作总结

3.导购服装销售月工作总结与计划范文

4.服装销售个人总结范文

5.浅谈服装销售心得

6.服装销售工作总结与计划

**女装市场拓展工作总结8**

20xx年即将过去，回顾一年来的工作，市场部在公司的统一部署下，在营业部领导的正确领导下，在本部员工的共同努力下，今年我们在经纪业务的宣传、客户经理队伍建设、营销渠道建设，内部管理、制度体系的完、投资者教育等各个方面，均取得了长足的进步，经过一年的市场开发，市场拓展部新开发客户户，新增资产万元，实现交易亿元，为营业部增加收入万元，实现了我们的预期目标，并为明年开拓其他旗县市场积累了经验，奠定了基础。

20xx年主要工作：

>一、经纪业务营销工作：

发展新客户，做大市场规模是20xx年营业部的首要工作，市场营销工作是营业部实现持续盈利、提高对外竞争力、加快发展的重要保证。年初营业部改变经营模式、创新思维、抓住机遇成立了市场拓展部，主动走出去做营销，全面推进市场培育、市场拓展工作，确保今后营业部能做大做强。我部今年主要做了以下几方面工作。

1、市场宣传：为了使更多的投资者认识证券市场，了解多种理财方式，从而加入到证券投资队伍当中来，我们在市场宣传方面做了较大的工作。

（1）投资理财报告会：为了加大市场拓展力度，扩大市场占有率。按照年初计划，市场部从2月中旬起在乌兰察布市周边旗县市以“巡回投资理财报告会”的形式进行宣传，范围涵盖包括集宁在内十个旗县市，先后在丰镇、凉城、卓资山、化德、后期、兴和、商都、四子王旗等地组织了共12场的投资理财报告会。每次报告会前，我们都积极准备，精心编写报告会内容，与当城管、工商、税务、联通公司、移动公司、银行等多家部门积极沟通、联系，同时也得到了当地政府有关单位的大力支持。在周边旗县的宣传活动中我们选择了当地各个主要街道和比较大的银行网点、较集中的住宅小区、移动、联通营业网点张贴海报、发放宣传单，横幅悬挂。此外，我们还通过当地电视台播放广告及时通知报告会的地点和时间，由于我们准备充分，每场报告会都获得了圆满的成功，报告会现场大量客户踊跃预约开户。投资报告会的成功举办为周边市场客户树立了正确投资理念，得到当地群众的认可，也宣传了我们公司的企业形象，并为今后营销工作的持续发展奠定了良好的基础。

（2）投资者教育工作：今年是我国证券市场震荡加剧的一年，在弱势格局中，我们不仅注重培养投资者的理财意识和技能，更重要的是能让投资者充分了解股市，认清风险，恢复市场信心，树立正确的投资理念，稳定投资者情绪。在日常宣传教育工作方面拓展部下了较大的功夫。一方面我们努力培养客户经理的专业知识、沟通技巧和对投资者心理因素的分析能力，通过银行网点开展宣传教育工作，确保每一位与我们交流过的客户都能对证券投资理财留有深刻的印象，从而使之成为日后开发的潜在客户；另一方面拓展部也积极采取人性化方式，为新增客户提供多种服务项目，如制作《新股民投资教育手册》、《炒股入门术语99条》、《同花顺软件快捷键一览表》、《开放式基金一览表》等常用手册，并通过邮寄的方式送到投资者手中，切实让客户足不出户就能感受到我部多方位无微不至的服务理念。对于一些特殊客户我们还提供上门服务，为他们进行“一对一”的理财培训，并赠送专家理财讲座教程。通过这些工作的开展，投资者对我们的服务态度表示了肯定和赞扬，对营业部也产生了坚实的信任和依赖。这位我们目前稳定存量客户，开发新增客户起到了积极的促进作用。

2、营销活动：

（1）“农行—恒泰百日营销活动”：根据今年年初营业部制定的营销目标计划，市场部积极行动，多方联系，与多家大型企事业单位达成了营销协议，其中，最具代表性的是“农行—恒泰百日营销活动”。在三个月近百天的活动中，在我部与农业银行大力宣传三方存管业务的背景下，营业部每日的开户量稳步提高，托管资产持续增多，而且在良好示范效应下，其他银行的三方存管业务也呈现上升的趋势。这为我们今年市场营销工作开创了良好的局面。

（2）“长城—恒泰联名卡优惠活动”：今年7月初，公司总部与中国银行协作，联合推出了“长城—恒泰联名卡”优惠活动。在当前低迷的行情下，本次活动为我部提升开户量，提高市场占有率创造了良好的时机。因此，我部积极研究制定针对活动的有效方案，通过制作大量宣传海报和宣传折页来强化宣传力度；通过和旗县各大中国银行网点、行政企事业单位和工矿企业开展投资理财报告会来扩大营销范围。为了提高工作效率我部统筹安排、分头行动，以有限的人员发挥最大的力量。经过我们的不懈努力，联名卡开户业绩虽没达到预期目标任务，但也取得了显著的成绩，截止到本年底，联名卡累计开户数量达到380户。在区内各家营业部中表现突出。

（3）基金、信托理财产品营销活动：今年是公司不断发展壮大的一年，经纪业务及各项理财业务不断创新。三季度以来公司先后推出了“新世纪优选成长型基金”和“中泰—恒泰信托理财产品计划”，为了扩大营业部非一般性经纪业务规模，让投资者了解更多的投资理财产品，市场部在宣传工作方面下了很大的功夫。其中要求客户经理通过银行网点积极推广，尽可能地让客户了解专项理财服务理念；另一方面我部努力寻求一些有购买意愿和购买力的专项投资者，进行一对一的理财教育。但由于活动开展期间受行情低迷影响，投资者信心不足，基金、信托理财产品的销售情况没有取得预期的效果。

3、营销渠道建设：

（1）银行网点渠道建设：为了借助银行业网点的社会影响力优势，扩大公司业务辐射面，弥补公司延展局限性，我部加强了与各大银行网点的的合作。在与乌兰察布市中国银行、农业银行、建设银行、工商银行四家银行建立了长期良好的第三方存管业务基础的同时，我部又积极和该四大银行沟通联系，建立了客户经理银行驻点机制，通过走出去的营销模式来延伸扩大业务拓展量。根据各银行网点区域分布情况，目前，我们选择了四家银行的20个网点来开展业务，并已委派客户经理进驻。同时，为了让客户经理能高效、快捷的为投资者服务，我部还为每一名客户经理所在网点配备了电脑，并安装了互联网宽带，我们还根据本营业部实际情况设计、制作了精美的折页、海报、易拉宝等宣传品，在日常营销工作中起到了很好的宣传作用，为客户经理的各项营销业务开展提供了极大的帮助。

（2）人力资源渠道建设：我们清楚的认识到，业务拓展光靠单一的营销模式或渠道营销是很难做大做强的。因此，我部充分利用每位员工和客户经理身边的人力资源优势，通过感染、影响、转介绍等方式深入到各大行政企事业单位当中。只要宣传到位，以点带面，逐步扩展，才能不断开发出新增客户。

>二、经纪人团队建设工作：

根据证券业近几年的不断发展，业内竞争的持续加剧，建立属于自己的经纪人团队显得尤为迫切。今年初，我部紧跟行业发展态势，从客户经理招聘、培训、管理等方面入手建立起了一整套制度体系并不断的进行完善。

1、客户经理招聘：

为了建立营销队伍加快团队发展，今年，我部多次与乌兰察布市人才交流中心、各大中专院校就业办联系，共参加了四次大型招聘会，五次小型招聘会，累计收到近两百分应聘简历，根据公司经纪人招聘章程和我部“客户经理招聘制度”的严格规定，每次招聘结束后，我部都对前来应聘的求职者进行初步的面试，对符合要求的人员培训后进行二次笔试，对不符合要求的一律不予考虑。切实做到择优录取，宁缺勿滥。营业部本年累计招聘客户经理42人，目前在岗人数为16人。另外，我部还与乌兰察布市日报、三元广告等多家媒体组织联系，发布长期有效的招聘广告来吸引更多的客户经理加入到我们的队伍当中来。今后，客户经理招聘工作是拓展部的一项重点和长期工作，把好招聘工作这道关口，吸纳优秀群体扩充队伍是建设和维护经纪人团队的基础。日后，我们的招聘目标和条件还要不断更新改变，以适应当前证券经纪业务的快速发展。

2、客户经理培训：

客户经理培训是经纪人团队建设的核心部分和主要工作，培训的好坏，质量的高低将直接影响日后营销业务的开展，对团队管理的完善和进步起着至关重要的作用。因此在培训方面拓展部做了大量而细致的工作。

（1）新入职客户经理培训：本年拓展部对新招聘的客户经理进行了共四次的培训，每季度分别开展一次，每次培训涉及的内容包括《入司培训》《证券市场概述》《股票基础知识》《证券交易规则》《证券风险控制》《开放式基金概述》《证券业务办理流程》《证券投资分析》《证券营销技巧》《营销礼仪》等十大知识点。通过系统性培训，新入职客户经理基本能够了解证券市场、股票、基金、债券等其他金融产品，能够熟练地办理日常业务，在为投资者进行业务宣传的同时也能够有效的控制风险点。同时，我们还建立起培训考核机制，对培训后没有通过考核的客户经理同样不得任用。

（2）团队长培训：在经纪人团队建设的发展和完善中，我部建立起了以市场部为领导为主，以团队长管理为辅的至上而下的管理体系。团队长素质的高低，领导力强弱将直接影响客户经理团队的壮大。因此，团队长培训显得尤为重要，在日常业务培训的基础上，我们还临行为每个细分团队的\'领队进行专项的管理培训，培训主要涉及《企业人员管理》《客户心里因素分析》《团队协作能力》《目标市场细分》等相关内容。通过我们的精心培训，团队长具备了一定的领导能力，能有效的带动本团队独立开展业务，同时，给我部的日常管理工作减轻了一部分负担。

（3）客户经理再培训：在平时的营销工作中，总有一些客户经理对以往专业知识的遗留，对新业务知识掌握的欠缺。为了不让此类客户经理影响整个团队的营销业绩和团队建设，我部成立了“爱心培训班”。以全员参与帮扶的方式对落后的客户经理进行再培训。使之尽快与其他客户经理看齐，找回自信与激情，共同进步，共同发展。

（4）专项考试培训：证券从业资格考试和经纪人专项资格考试是我部今年培训工作的重中之重。根据证券业协会和总公司有关文件的规定，20xx年底如果在职客户经理无法取得证券从业资格证或证券经纪人从业资格证的，公司将采取解聘与该客户经理委托代理协议关系的措施，这直接会影响到经纪人团队建设和发展的大事。因此，我部非常重视此次考试培训工作。从九月到十二月近百天的时间里，我部分别详细制定了两次培训计划，采取以市场部经理带头，部门员工集体参与，强化学习、认真辅导、落实责任、坚持不懈的精神来激励客户经理，让他们感受到学习的紧迫性和重要性。争取在自己的勤奋努力下取得良好的成绩。

（5）营销技能培训：今年9月8日至9月11日期间，公司培训中心组织开展了“客户经理营销技能强化培训”活动。本次培训我市场拓派出两名优秀客户经理前去参加。培训形式新颖特别，注重自我展示，是一次有质量有水平，涉及面广泛，互动性强的综合性培训大赛。此次培训目的在于加强区内外经纪人团队的沟通与协作，充分交流，取长补短，进一步提高客户经理营销技能水平，坚定从业信心，提升客户经理队伍的素质和竞争实力。培训结束后，我市场部要求该两名客户经理就本次培训所学到的经验、技能做了书面文字的总结，并在晨会和周例会上与全体客户经理进行了经验的交流和分享。

3、客户经理管理：

（1）晨会周例会制度：无规矩不成方圆，尤其是领导一个团队，制度管理显得尤为重要。因此，年初我部就制定了“客户经理晨会制度”。目的是为了加强营业部与客户经理间的沟通和交流，了解客户经理日常工作进展与不足，培养客户经理间凝聚力、协作力和关爱力。通过每日晨会的开展，客户经理已经能根据自身所学的专业知识分析证券市场走势，分析宏观经济发展，对本职工作有了较为深刻的理解，并在长期的参与中形成了自觉良好的工作态度和工作激情。除了坚持做好每日晨会外、我们还建立了周例会制度，在每周五下午专门开展与客户经理的交流工作，主要是对一周内工作的总结和下周的工作计划安排；对业绩好或者进步较快的客户经理给予鼓励和奖励；同时要求优秀客户经理总结自身营销心得并与其他客户经理分享营销经验，最终达到取长补短，共同进步的目的。

（2）日常管理：在工作之余，我们非常重视客户经理生活、思想等方面的变化，并采用人性化的理念对他们进行管理。平时，市场部经常组织客户经理开展座谈会，通过开放性的手法来深入了解发现他们眼下所需的帮助和亟待解决的困难，同时也反馈我们自身管理上的不足和亟待改善的地方。

>三、市场部内部管理工作：

市场部员工在部门经理的正确领导下，同心协力、各司其职、加强沟通、分工协作，有秩序有步骤的开展营销工作。对工作中存在的问题和困难能及时地沟通解决；能主动参加公司开展的各种形式会议，认真学习文件内容，积极听取会议精神，把握工作方向，顺利开展日常工作。

1、部门建立与制度的完善：

（1）部门的建立：随着证券行业的不断发展和创新，证券经纪业务特别是营销战略的推广加大了券商间日趋激励的竞争。为此，公司紧跟业内发展态势，迅速组建了恒泰证券的营销团队。集宁拓展部自今年正式成立以来，在总公司的全力支持和配合下取得了全面良好的发展。目前，我部正式员工充沛，客户经理人数适中，制度进一步完善。工作有条不紊的进行。但由于拓展部刚刚组建，很多方面还不健全，规模效益没有体现，但随着我部工作的逐步扩大，领导和员工的共同努力，相信日后的营销工作一定蒸蒸日上。

（2）制度的完善：一个部门的建立和运行需要制度的配套支持，自市场部正式成立以来，我部始终致力于制度的建立和完备。经过一年来员工的不懈努力，我部在制度方面做了以下重要工作。

A、建立《客户经理招聘面试制度》，目的：规范客户经理招聘体系，严格把关，吸纳优秀人才加入到经纪人团队中来；B、建立《客户经理培训制度》，目的：培养具有专业技能，优质服务，良好职业道德等综合能力强的客户经理队伍；

C、建立《客户经理晨会周例会制度》，目的：强化客户经理间彼此的交流与沟通，提高团队的凝聚力和协作力；

D、建立《客户经理管理制度》，目的：规范客户经理行为，防范经纪业务风险，保护投资者利益，维护公司形象；

E、建立《客户经理考勤制度》，目的：加强客户经理团队的组织纪律性，保证正常的工作秩序，提高工作效率；

F、建立《客户经理档案资料制度》，目的：实行客户经理个人资料的单独存管，保证信息的独立性和保密性。

2、员工学习与管理：

（1）中层营销主管培训：随着中国证券业的不断发展，券商之间的竞争日趋激烈，如何能有效提高专业化营销能力是证券公司经纪业务成功发展的核心。为此，今年八月初，公司筹备开展了“20xx年营业部中层营销主管培训”工作。市场部组织两名员工参加了本次培训活动。此次学习的目的在于培养一批有专业管理水平的领导人员，能为目前刚刚起步的经纪人团队注入新鲜的血液。经过培训，我们研究总结了一套由招聘、培训和管理为一体的经纪人团队建设体系，同时，也建立起了横向的区内外营业部交流机制。这对今后营业部营销拓展工作奠定了良好的制度基础。

（2）内部学习与管理：为了加强内部职工的专业技能水平、提高自身职业道德和风险控制能力。我部以自学、座谈会或参加视频会议的方式先后认真学习了有关公司下发的各项文件精神。

A、《证券公司监督管理条例》和《证券公司风险处置条例》学习：为加强对证券公司的监督管理，规范真全公司的行为，防范证券公司的风险，保护客户的合法权益和社会公共利益。市场部组织部门员工认真学习会议内容并要求每为员工都要做到知法守法、依法办事、有序管理、自我约束，能有效控制和化解证券公司风险。

B、《经纪业务风险控制》学习：为了维护证券市场正常秩序，保护广大投资者的合法权益，控制营业部经纪业务风险。我部职工详细学习了关于《经纪业务风险控制》通知，特别对严禁营业部非现场开户及客户经理行为规范等内容做了重点掌握和学习。

C、《恒泰证券营销系统入门手册》学习：在日常的营销统计中，数据的整理和录入是一项复杂而又细致的工作。为了培养员工能熟练操作各种办公软件和专业营销系统软件，我部专门组织开展《恒泰证券营销系统入门手册》的强化学习，目的是让员工在统计工作中达到方便快捷，准确无误，高效专业的操作水平。

D、《证券公司日常网络安全培训》学习：由于日常业务的增多，文件资料的不断累积，保护公司及个人信息的安全成为平时工作中又一项重点工作。在参加公司信息部组织的《证券公司日常网络安全培训》中，我们提升的不仅是网络操作技能，更重要的是改善了每位员工的安全防范意识和严谨的工作态度。

（3）统计工作：统计向来是市场部的一项重点工作。数据的完整性与精确性将直接影响我部整年的营销业绩。因此，我们确保每日、每周、每月、每季、的统计包括开户量，托管资产、联名卡业务、预约开户、客户经理考勤等数据准确无误，对日常营销费用包括宣传费、劳务费、差旅费等进行有效控制，保证营销利润大于费用支出。另外，认真及时做好日常文字的总结和上报工作，加强营业部与公司总部的联系与沟通。明年的工作设想

为了完成下一年度的总体工作目标，市场部特制订20xx年工作计划如下：

>一、继续加强客户经理队伍建设，做好客户经理培训和考核工作

（一）目前客户经理队伍人数较少尚不能满足日益发展的经纪业务营销工作，针对这种状况，市场拓展部拟在20xx年加大客户经理招聘工作力度。为了招聘到合格的客户经理和引进营业部营销团队发展所需的各类人才，逐步建立起营业部客户经理队伍的人才库并通过有序的人才竞争和流动，最终成长为专业化、职业化的客户经理团队，在20xx年准备通过广告招聘、人才市场招聘以及校园招聘的方式招聘50人充实到客户经理队伍中。

1、通过广告招聘：选择广告媒体有广播、电视、报纸、网络等。可以采用和媒体建立长期合作关系的方式进行，以降低成本，加强效果。

2、进入校园招聘：对于应届生的招聘可以在校园内进行，拟于20xx年3月—4月期间在集宁师专、乌兰察布职业学院举办，通过在校园内张贴招聘海报、举办专场招聘会以及学校就业部门推荐等方式相结合，以求达到最好效果。

3、在人才市场举办招聘会：招聘时间定在5月—6月期间，此时正是市内各类大中专院校应届生毕业求职高峰期间，在这个期间招聘能够吸引数量众多、素质更高的人才加盟我部客户经理团队。招聘活动提前准备背景墙、易拉宝、公司形象宣传画册、营业部宣传资料和宣传折页、登记表等。

4、市场拓展部在做以上工作的同时还要对本市人才市场做充分调研，学习和研究更多、更好的招聘方法和渠道。在客户经理招聘工作中本着“宁缺毋滥”的原则，不盲目追求数量，一定要保证新入职人员的素质。

5、为了保证所招聘人员符合岗位要求，依据《客户经理照片面试工作制度》做好面试工作。参加面试人员由市场拓展部对应聘材料进行筛选，选出目标面试者。成立营业部主要负责人为组长、市场拓展部人员为组员的“面试小组”。面试工作在与招聘工作同时开展，20xx年2月做好面试题库的编撰工作。

（二）继续做好客户经理培训工作。客户经理培训工作直接影响到经纪业务营销工作的开展和客户经理的成长、提高。客户经理的培训准备分阶段、分层次进行。

第一阶段：20xx年3月

培训层次：日常改进培训

培训对象：所有客户经理

培训内容：管理制度、业务知识

第二阶段：20xx年5月

培训层次：入职培训

培训对象：新入职客户经理

培训内容：公司理念与管理制度、证券基础知识、证券法律法规、证券市场风险防范、社交礼仪、职业道德教育

第三阶段：20xx年6月

培训层次：晋阶培训

培训对象：营销组长（团队长）

培训内容：团队管理、领导能力、考核管理、工作计划与安排

第四阶段：20xx年7月

培训层次：能力提升培训

培训对象：工作热情较高，具备较大潜力但缺乏工作经验，工作绩效较差的客户经理

培训内容：证券基础知识、业务技能、营销技巧、时间管理、成功经验

（三）做好客户经理团队长的选拔工作。通过考核和日常考察从客户经理队伍中选拔出一些具有较强的沟通、协调和团队管理能力，具有较强的营销和渠道拓展能力，富有开拓创新和吃苦耐劳的精神，具有较强的执行能力和服务意识，性格开朗，具有良好的口头表达能力的客户经理作为团队长，协助市场拓展部管理和考核其他客户经理，客户经理团队长的任免以季度为调整周期，采用市场拓展部经理提名后经客户经理民主差额选举的办法产生。

（四）继续做好客户经理队伍的考核和管理工作。不断加强对客户经理的日常管理和指导，定期不定期在各营销网点巡查，负责晨会与周例会的工作，对客户经理的营销工作开展情况进行实时的指导、检查经常与他们进行沟通，掌握他们的思想动态。市场拓展部对客户经理每月业绩完成情况、出勤情况、日常行为规范情况进行绩效考核，根据考核情况制定薪酬。把激励机制和考核管理高度结合起来，充分调动客户经理的主动性和积极性，客户经理在工作和生活中遇到困难时，市场拓展部要给与帮助，妥善解决问题；对工作业绩不理想的客户经理多关心、主动了解情况，及时提出建议并给与充分的支持，关心他们的学习和成长。

>二、继续做好营销渠道建设，加强经纪业务营销竞争力

1、保持与乌兰察布市内各家银行的良好合作关系。为了建立更加融洽的合作关系，需要与集宁区乃至乌兰察布市内旗县市各家银行网点主任、经理加强联系，经常拜访各单位，从而利于更好的开展工作。加快20xx年客户经理的招聘、培训进程，成熟一批，进驻一批，持续不断地将客户经理派驻进银行网点，提高集宁营业部经纪业务营销的竞争力。

2、在进驻银行网点的同时避免坐等客户上门的模式，要走出去，引进来，积极走访各大企事业单位、厂矿、机关使更广大的潜在客户认识市场、了解恒泰、认可集宁营业部从而把我们的服务向更规范的地区辐射。

3、加强集宁周边旗县市营销网络建设是市场拓展部20xx年重点工作。通过20xx年一年来的市场调研发现：凉城县与察右后旗可作为重点周边市场来发展营销工作。凉城县人口众多，西距呼和浩特100公里，北距集宁90公里，与卓资县接壤，多来由于大力发展旅游业以及20xx年岱海电厂的建成，该地区综合经济实力不断提升，居民收入稳步增高。岱海电厂职工文化程度以及收入较高，具有大量潜在投资者。察右后旗交通方便，境内有两条铁路通过，当地有乌兰水泥厂以及多个矿场，水泥厂职工收入较高并且开采矿产的私营企业主较多，都具备一定的投资能力可能成为潜在客户。凉城县目前有建设银行与农业银行两家银行可以做第三方存管业务，察右后旗只有农业银行可以做第三方存管业务。通过以上银行网点开展证券营销可以拉近我们和客户的距离，降低营销成本，提高客户对我们的信任度。具体措施是：

首先，采取在当地银行职工中招募兼职客户距离或者在当地招募专职客户经理进驻银行的方式办理业务。以上两旗县的市场培育工作需要得到当地银行支持，20xx年要加强与当地银行以及其他单位领导的联系，争取得到他们的支持，结合第三方存管业务的开展对银行的员工进行业务宣传，并对银行员工进行重点开发，为尽快开展营销工作打下良好的基础。

其次，拟定于20xx年3月轮流在两个旗县开展宣传活动，选派营业部骨干讲师，结合市场认真准备讲课材料，当地机关事业单位举办投资讲座，深入到岱海电厂以及其他大型企业举办专场报告会；

第三，过在这两个市场营销工作的开展进而辐射到临近旗县如卓资、化德、察右中旗、商都等市场，可以达到通过培育重点市场从而带动全市营销工作发展的良好局面，同时，继续深入挖掘集宁地区的客户资源。

>三、积极组织各类营销活动，吸引客户维护客户

1、举办投资者理财报告会，具体实施为：

20xx年2月举办春季巡回理财报告会

20xx年6月举办夏季巡回理财报告会

20xx年10月举办秋季巡回理财报告会

20xx年12月举办冬季巡回理财报告会

根据市场发展情况，及时举办专题报告会，为广大投资者理清思路，提供建议。主动深入各单位，为他们举办小型的专场报告会。

2、为有效激发全员的营销热情，形成内部良性、有序的竞争机制，推动营销工作深入开展，准备在20xx年每季度开展一次营销竞赛活动。通过竞赛活动，评比出先进的营销团队，优秀的客户经理，激发他们“不服输、争第一”的工作态度。

3、为了增强集宁营业部竞争力、提高恒泰证券知名度，吸引广大投资者在我部开户，推出“免费开户，赠送礼品”活动。礼品多样化，可以根据存入资产多少发放不同档次的礼品。

>四、继续做好市场调研和业务宣传工作

20xx年市场拓展部准备寻找乌兰察布市内将一些有潜力的单位、小区作为营销拓展对象，通过对这些单位职工、小区居民进行面谈访问、问卷调查等形式开展市场调研分析，了解广大投资者的需求，在营销工作中以客户需求为导向，制定针对性强的宣传手段和营销措施，做到有的放矢达到较好的工作效果。

针对目前各家银行网点对摆放易拉宝、张贴宣传海报有所限制的情况，20xx年准备定制一些精美的展业夹进行宣传推介。

>五、做好数据统计和报送工作

20xx年继续做好开户数、托管资产等数据的统计和分析工作，做好客户经理薪酬、市场拓展营销费用的预算工作、做好周报、月报、季报的报送工作。

**女装市场拓展工作总结9**

自从进入公司，不知不觉中，一个月的时间一晃就过去了，在这段时间里，我从一个对该行业产品知识一无所知的新人开始慢慢的熟悉，完成了角色转换，同时也开始慢慢的融入到了这一个集体，慢慢的开始适应。以下就是这个月的工作心得体会。

进入一个新的行业，每个人都要熟悉该行业产品的知识，熟悉公司的操作模式和建立客户关系群。在销售的过程中，要学习的东西真的很多很多，货品的知识，衣服的搭配，还要去了解顾客的需要，满足顾客的需要等等。而同事之间更重要的是团队精神，相信别人，相信团队的力量，销售不是一个人的事，而是整个店，整个公司的事。然后可再发挥自身的优势：不断总结和改进，提高素质。

在这一个月的时间里有失败，也有成功，欣慰的是自身产品知识和能力有了稍微的提高，但还是远远不够用于销售中去，也没有达到自己理想中的目标。一开始确实对店员没有很大的感觉，特别是最初几天，很多很多的不习惯，以为自己要很长的适应过程，也担心自己根本就无法胜任这份工作，因为店员并不是我心目中长期的工作方式，但意识的如果我接触了这个工作，思想汇报专题我就要先把它做好来，再去做别的。但后来却又发现作为一名店员也是特别锻练人的。它需要的是员工的应变能力，员工的产品知识甚至其他知识，员工的服务态度等等，些都将影响销售，而店员的形象也代表着公司形象，店员的好与坏将是客人对公司评价的好与坏。

>一、在工作中，我也学习、体验了一些销售策略，现分享如下：

我把进店的客人分为两种：第一种客人，目的型的客人：逛商场怀有购物的目的，有比较明确的需求或者想法。她们可能开门见山或直奔主题索取自己喜欢的衣物，或者是半明确型的客人，是想买上一条裙子，但是具体要买什么样子的裙子，还没有明确。第二种客人，闲逛型的客人：现在的商场里有太多消磨时光闲逛型的客人，她们有的是纯粹打发时间，有的是心情不好，到琳琅满目的商场里散心。闲逛型的客人不一定是说不会购物，遇到她喜欢的货品时，下手也是毫不犹豫。目前商场里的客人闲逛型的客人占大部分，同时将越来越多，闲逛型的客人的接待和目的型客人接待是不同的。闲逛型的客人进店后，需要空间和时间

来欣赏我们精心设计的漂亮陈列和货品。接待她们最忌讳的就是立刻接待，80%的时候你得到的回答是：我随便看看。显然这样的接待服务是有问题的。闲逛型的客人进了店，我正确的服务动作就是寻机，在迎宾之后，对于那些三三两两闲逛的客人，保持距离，用你眼睛的余光去观察客人的举动，给客人一个适当的空间和时间去欣赏我们的货品和陈列，时机到的时候，才进入到接待介绍工作中去。

>二、我今后的努力方向：

1、落实岗位职责，认真履行本职工作。

千方百计完成区域销售任务；努力完成销售中的各项要求；积极广泛收集市场信息并及时整理上报；严格遵守各项规章制度；对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；完成其它工作。

2、明确任务，主动积极

积极了解达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善。

3、经营和谐的伙伴关系，提高团队精神和力量

由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，认真考察并综合市场行情的信息反馈，激发销售热情。同时计划认真学习知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质。

感谢公司给予我机会与信任，我一定会积极主动，从满热情。用更加积极的心态去工作。

近期业绩明显下滑，现虽然处于抹胸内衣销售淡季但同行采取价格或依靠其自身的知名度及具竟争优势;所处商圈选对店铺的选址，对于门店能否盈利至关重要，专卖的品牌经营店在众多的服装品牌销售中最具亲和力，以其新颖的款式、统一的门户设计、赏心悦目的购物环境赢得了现代人的认可。通过这种模式的经营，既扩大了品牌的影响力又提高了销售额。但目前多种形式的经营模式的存在在价格具有优势有甚者以稍高批发价的价格出售，现对该区域的情况总结如下：

>基本情况：xx辖区面积平方公里，常住人口万人。XX年晋升为福州市超一流经济强镇，XX全镇工业总产值近59亿元，上缴税收近9000万元。草根工业”发源地，福州市超一流经济强镇。XX年完成工业总产值亿元;农业总产值13265万元，财政收入7523万元;农民人均纯收入7500元。商贸业发达，现有各类商业网点3500多家，消费人群近30万人，日客流量5万人，社会消费品日销售额达700万元。主要有化纤、棉纺、纬编、经编、机织、染整等6大项。目前，正全力打造空港工业区园区，正大力进行旧城改造和市政新区建设，旧城改造总规划面积700亩，首期42亩已进入建设阶段。

>所在商圈分析：同行男装销售分布区域集中，由于旧观念和收入水平的限制形成当地的消费习惯倾向节俭;在商圈辐射的外缘居住现有的群体主要以妇老幼为主以及消费需求偏向低消费，同样的服装或其他产品宁愿付出较低的价格获取同样的效用，当然，年轻的消费群体更倾向新鲜的别出心裁的事物，我店铺趋向于边缘;吸收一些闲散或品牌依赖较高的顾客。

>消费特征及市场需求分析：将0-19岁和50岁以上人群定义为储蓄人口，20-50岁人群定义为消费人口，并借鉴\_公布的人口年龄结构数据和城镇、农村居民衣着消费数据，25-29岁、35-45岁人群具备最强的衣着消费需求。

由于农村和城市的生活环境、社会保障制度以及消费环境存在较大差异，农村居民在衣着方面的消费需求显著低于城镇居民。即使是农村中的高收入人群，其收入绝对值与城镇中等收入人群相当，但在衣着上的支出也明显小于城镇中等收入人群;“越有钱的人在服装方面的消费会越多”的观念与实际情况并不相符，反而是收入少的居民衣着支出占收入的比重相对较高、收入高的居民相对较低，而且这一比值不会无限地缩小或者扩大，证明了服装的一般消费品属性。

对于收入水平较低的人群来说，服装更接近于非必需品;对于收入水平较高的人群来说，服装则更接近于必需品。纺织服装行业发展进程，大致都会经历：制造企业大规模生产→生产外移、制造业萎缩、零售商居主导→零售商以服务和快速反应参与市场竞争的过程。现已处于第二阶段，服装行业即将进入下一个黄金十年。那么，服装市场需求的大小、居民消费的特征也对建立竞争优势有一定的参考价值。虽然服装市场潜力巨大还有增长空间，目前夏装渐趋饱和许多商家纷纷采取屡见不鲜的价格促销活动;造成一定程度的冲击。

>竞争对手及价格分析：

cabben：cabben相对wolfzone在此区域具有较高的知名度，有相对稳定的顾客群体近期也是处于比较萧条状态，服装的款式较少简单同样缺少需求较多的七分裤，装修布局宽敞整洁;价格区间：[299-399]u[399-459]在价格上不具备竞争优势。

美特斯邦威：所处位置位于商业街繁华地段客流集中地段，陈列紧凑能够适时推出适应大众化需求，推出同类牛仔裤较薄相比之下略有不足之处，同类及市场需求之间划出空白区;部分折扣5折-7折不等、两件折，折扣价格有较大的吸引力，价格较实惠，质量一般也有保证，则既有品牌优势、又有批发市场的优惠价格，价格区间：[49-79]u[89-119]

>不足之处：

1.周边没有明显标志建筑物，广告牌不是很清楚;广告指示因周围环境条件限制很难重复的刺激消费者对该品牌印象的清晰，像麦当劳的标识在一百米外依然清晰可见引导刺激作用。

2.牛仔裤系列的面料厚度和当地的需求和习惯相悖，对销量构成严峻的态势;适应这一季度产品生命周期的款式数量并不多。

3.销售人员态度消极缺乏热情，亟待改进。

4.缺少相应的活动，相对而言cabben也面临同样的形势;但其已具备相对品牌信任的顾客群。

>计划：

一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作。

千方百计完成区域销售任务;努力完成销售中的各项要求;积极广泛收集市场信息并及时整理上报;严格遵守各项规章制度;对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感;完成其它工作。

二、明确任务，主动积极

积极了解达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善

三、努力经营和谐的员工关系，善待员工，稳定员工情绪规划好员工在店的职业生涯发展。由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，认真考察并综合市场行情的信息反馈，激发销售热情。同时计划认真学习知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质。

**女装市场拓展工作总结10**

近期业绩明显下滑，现虽然处于销售淡季但同行采取价格或依靠其自身的知名度及具竟争优势；所处商圈选对店铺的选址，对于门店能否盈利至关重要，专卖的品牌经营店在众多的服装品牌销售中最具亲和力，以其新颖的款式、统一的门户设计、赏心悦目的购物环境赢得了现代人的认可。通过这种模式的经营，既扩大了品牌的影响力又提高了销售额。但目前多种形式的经营模式的存在在价格具有优势有甚者以稍高批发价的价格出售，现对该区域的情况总结如下：

>金峰基本情况：

辖区面积平方公里，常住人口万人。xx年晋升为福州市超一流经济强镇，xx全镇工业总产值近59亿元，上缴税收近9000万元。草根工业“发源地，福州市超一流经济强镇。xx年完成工业总产值亿元；农业总产值13265万元，财政收入7523万元；农民人均纯收入7500元。商贸业发达，现有各类商业网点3500多家，消费人群近30万人，日客流量5万人，社会消费品日销售额达700万元。主要有化纤、棉纺、纬编、经编、机织、染整等6大项。目前，正全力打造空港工业区金峰园区，正大力进行旧城改造和市政新区建设，旧城改造总规划面积700亩，首期42亩已进入建设阶段。

>所在商圈分析：

同行男装销售分布区域集中，由于旧观念和收入水平的限制形成当地的消费习惯倾向节俭；在商圈辐射的外缘居住现有的群体主要以妇老幼为主以及消费需求偏向低消费，同样的服装或其他产品宁愿付出较低的价格获取同样的效用，当然，年轻的消费群体更倾向新鲜的别出心裁的事物，我店铺趋向于边缘；吸收一些闲散或品牌依赖较高的顾客。

>消费特征及市场需求分析：

将0—19岁和50岁以上人群定义为储蓄人口，20—50岁人群定义为消费人口，并借鉴\_公布的人口年龄结构数据和城镇、农村居民衣着消费数据，25—29岁、35—45岁人群具备最强的衣着消费需求，由于农村和城市的生活环境、社会保障制度以及消费环境存在较大差异，农村居民在衣着方面的消费需求显著低于城镇居民。即使是农村中的高收入人群，其收入绝对值与城镇中等收入人群相当，但在衣着上的支出也明显小于城镇中等收入人群；”越有钱的人在服装方面的消费会越多“的观念与实际情况并不相符，反而是收入少的居民衣着支出占收入的比重相对较高、收入高的居民相对较低，而且这一比值不会无限地缩小或者扩大，证明了服装的一般消费品属性。对于收入水平较低的人群来说，服装更接近于非必需品；对于收入水平较高的人群来说，服装则更接近于必需品。纺织服装行业发展进程，大致都会经历：制造企业大规模生产→生产外移、制造业萎缩、零售商居主导→零售商以服务和快速反应参与市场竞争的过程。现已处于第二阶段，服装行业即将进入下一个黄金十年。那么，服装市场需求的大小、居民消费的特征也对建立竞争优势有一定的参考价值。虽然服装市场潜力巨大还有增长空间，目前夏装渐趋饱和许多商家纷纷采取屡见不鲜的价格促销活动；造成一定程度的冲击。

>竞争对手及价格分析：

cabben：cabben相对wolfzone在此区域具有较高的知名度，有相对稳定的顾客群体近期也是处于比较萧条状态，服装的款式较少简单同样缺少需求较多的七分裤，装修布局宽敞整洁；价格区间：[299—399]u[399—459]在价格上不具备竞争优势。

美特斯邦威：所处位置位于商业街繁华地段客流集中地段，陈列紧凑能够适时推出适应大众化需求，推出同类牛仔裤较薄相比之下略有不足之处，同类及市场需求之间划出空白区；部分折扣5折—7折不等、两件8。8折，折扣价格有较大的吸引力，价格较实惠，质量一般也有保证，则既有品牌优势、又有批发市场的优惠价格，价格区间：[49—79]u[89—119]

>不足之处：

1、周边没有明显标志建筑物，广告牌不是很清楚；广告指示因周围环境条件限制很难重复的刺激消费者对该品牌印象的清晰，像麦当劳的标识在一百米外依然清晰可见引导刺激作用。

2、牛仔裤系列的面料厚度和当地的需求和习惯相悖，对销量构成严峻的态势；适应这一季度产品生命周期的款式数量并不多。

3、销售人员态度消极缺乏热情，亟待改进。

4、缺少相应的活动，相对而言cabben也面临同样的形势；但其已具备相对品牌信任的顾客群。

>计划：

一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作。

千方百计完成区域销售任务；努力完成销售中的各项要求；积极广泛收集市场信息并及时整理上报；严格遵守各项规章制度；对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；完成其它工作。

二、明确任务，主动积极

积极了解达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善三、努力经营和谐的员工关系，善待员工，稳定员工情绪规划好员工在店的职业生涯发展。由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，认真考察并综合市场行情的信息反馈，激发销售热情。同时计划认真学习知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质。

20\_服装销售年终工作总结范文3篇

20\_服装销售年终工作总结范文（一）

今年，服装商场紧紧围绕商厦下达的各项任务指标展开工作，在加强管理、强化意识、开展活动等方面取得了显著成绩，为商厦的持续快速发展做了很大的贡献。

自20xx年开业以来，服装商场时刻以发展为前提，进行了三次大规模的经营布局调整，提升服装品牌结构，合理利用平效……使得商场能够快步、稳定地发展。

今年，我商场紧紧围绕商厦整体部署及20xx年全年工作计划开展工作。商场领导班子走出去考察、调研，反复推敲升级改造计划与实施细则，学习先进的经营理念，合理利用平效，成果非常明显。特别值得肯定的是，今年的升级改造中，我们采取了经营面积扩大，品牌升级，货位调整，店堂改造，加强管理等一系列强有力的措施，全体员工团结一心，共同努力，取得了一定的经济效益和社会效益。不仅提升了企业形象，而且销售业绩不断攀升。

回顾20xx年的工作，可以概括为以下几大方面：

一、适应市场需求升级改造，整体经营布局调整合理，品牌结构日趋成熟，经营成果喜人。

服装商场全年计划任务4400万，实际完成万元；毛利计划330万，实际完成万元，费用。

今年新增收了新品费、广告费、装修管理费和其他收入累计上缴纯利7万余元。取得良好的经营业绩，我们采取了如下做法：

1、紧跟商厦各种大规模促销活动，不放过任何销售机会。

根据商厦总体部署，在多次大型促销活动中，我商场都能围绕活动主题，积极配合，以活动和节日促进销售。在新发周年店庆、集团店庆、黄金周等重要促销时段，取得了良好的销售业绩和经济效益，最高日销超百万。配合商厦的活动，我们做了大量的准备工作，积极与厂家联系货源，增加适销品种，灵活促销，保底扣点，力保双赢。

2、扩大经营面积，合理利用平效，提升经营品牌。

品牌经营采取抓大放小的原则，调整引进了大小品牌80余个，年销售超百万的专柜有10余家。确保了我商厦经营定位的提升。

升级改造时，冯总带领商场班子成员及有关部门反复分析研究、精心策划，扩大了男装和运动休闲的经营面积，将原有服装商场的二层半楼拓展至三层半楼，整个男装和运动休闲的经营面积及经营品牌同步升级。男装由原有品牌20多家发展至61家，引进了培罗成、雅戈尔、九牧王、花花公子、哈雷纳·金狐狸等知名男装品牌30余家，国际运动品牌匡威、kappa入驻我商场；并引进了七匹狼、匹克、康踏、哥仑布、贵人鸟、豪健等国内运动休闲品牌及威鹏、佩吉、劲都人、旗牌王、伊韵儿等中性休闲品牌20余家，顺利完成了今年升级改造任务，受到了商业同仁及消费者的一致好评。

升级改造后，男装、运动调整扣点，平均增长了2%--3%。租金、管理费、员工资等增加纯利润11万余元，为提高销售业绩打下了良好的基础。

为适应商厦整体形象发展的需要，在兼顾本次经营布局调整重点的同时，采用末位淘汰制先后淘汰了销售业绩不好的女装品牌10余个，并引进了卡琪露茜、雅诺、芙奈尔、蒂澌凯瑞、热度、范奈沙、科尚等10余家女装品牌。顺利地完成了今年的升级改造任务，为计划明年女装品牌的再次升级奠定了良好基础。

改善不合理的经营布局，利用一切可利用的空间出平效，服饰区进行了小规模的调整，新引进了嘉得利、金鑫饰品、金雨绮、美甲、傲诗曼时尚女包等专柜，商场的年利润增加了14万余元。由于利用空间合理，得到了供应商和顾客的一致好评。

3、管理上精益求精，查找自身管理工作存在的不足，拟定工作细节的补充计划和实施方案。

我们将实际工作中遇到的问题进行讨论，寻求解决方法并予以实施，逐步完善了商场的管理制度。今年升级改造后，商厦为集聚人气举办了多次大规模的促销活动。在工作中我们发现，每天中午和晚上5：00之后是双休日外的销售小高峰。针对这一情况，我们调整了收银员和导购员的作息时间，将早班下班时间由原来的下午1：30分调整至12：30。要求早班员工12：30分后去吃午饭，杜绝了因吃饭空岗现象。既避免了中午顾客购物交不上款，又因下午着急上班而跑单的现象，又避免了顾客购物时没有营业员接待而对商厦有不满现象，进而提高销售业绩。

要求柜长各负其责，每天记录本柜组的销售情况，月末进行汇总，计算出柜组本月的销售利润及费用情况，做到心中有数，商场无论需要哪个数据，柜长都能及时准确地提供出来。做到人人懂经营、会算帐，个个会管理。

4、全方位培养人才，关心员工生活，增强凝聚力和核心力。

我服装商场现有自营职工86人，厂方员工300余人。一年来，提高员工素质、增强服务意识、加大管理力度，向管理要效益。举办了店堂运动会、模拟购物、演讲比赛、百日销售竞赛、pop大赛和模特表演等多项活动。在商厦举办的首届pop大赛中，获得了团体总分第一名。安踏专柜荣获现场模拟购物演示第二名。增强了员工的凝聚力，焕发了员工的工作热情和干劲。

⑴增强员工素质，向管理要效益。

本次升级改造，在不闭店不影响正常营业的情况下，商场领导班子成员们以身作则，不怕脏不怕累，献工献时，事事起到模范带头作用。仅用了40余天，就完成了三层楼的升级改造任务。

从提高自身素质做起，柜长精通导购员和收银员的业务，现在无论是哪个专柜人员短缺，还是大型活动中顾客排队交款，每名柜长都可以替补到基层工作岗位中去。在方便顾客的同时，提高商场的经济效益。

柜长素质的提高，带动了柜组成员。随着员工素质的整体提高，树立品牌意识，销售业绩不断攀升，取得了利润比去年翻一翻的好成绩。

⑵全方位培养人才，各项工作领先其他部门。

发现每一名员工的闪光点，并善加利用，使她们都有“用武之地”。培养出了一支高素质可以参加各种比赛的员工模特队，培养出了多名优秀报道员，并经常有文章见于《今日欧亚》。

商厦无论下达的是促销任务还是举办活动，我们都能超额完成或取得领先的成绩。目前我商场已培养出一支不计得失，不计报酬、过得硬的员工队伍，多次受到了商厦领导及相关部门的表扬。

⑶建立员工档案，了解员工家庭状况，关心员工生活。

通过建立员工档案，了解了员工的第一手资料。对家里特殊困难的员工予以照顾，动员员工关心和帮助他们。主动从家里拿不穿的衣服和生活必需品给特困员工；员工家里盖房子，我们发动员工利用个人时间去她家帮忙；员工的弟弟出了车祸，我们问长问短尽量解除员工的后顾之忧。在我们的带动下，我商场目前已形成了有困难，大家帮的好风气。

5、发扬“勤俭善持”的企业精神，降低费用，节约挖潜，压缩不合理开支。

我商场在勤俭善持上，人人有责。以节约为前提，减少小后勤人员，压缩人头工资。原一层楼四个清洁员，现每层楼两名清洁员，洗手间的清洁员应一层楼两名，现两层楼两个清洁员。在人头工资上每人年节省近万元。

因商场大，费用高，我们将可利用的东西修修补补，凡是能用的，可修补的绝不花一分钱。由于我商场托管的专柜多，长途电话及传真较多，费用较高。我们与厂方沟通。动员各厂家自己安装电话，降低商场管理费用。

20\_服装销售年终工作总结范文（二）

作为一名服装销售员，我时刻记住：把每一位顾客都看作是自己的亲人，这种感觉会让顾客对我们有一种亲切感，拉近我们和顾客的距离。然后我在为顾客热情的介绍我们的每一款产品。我的感觉是我不是在为顾客推销产品，而是在为我的亲人们选择适合他们的每一款。

坚持每天都要学习，遵循“活到老、学到老”的原则。通过学习，能逐步增强我的自信心，今年我就取得了销售第一名的好成绩。

但离我心中的目标还差一些，我争取做到超出公司规定目标。融入了公司这个大团体，每个人都是尽职尽责的。在努力的同时，我们要有一些经验，尤其成功的、比较好的例子多交流，对我们的业绩会大有帮助。以下是我的销售工作总结：

1、接待顾客时要不厌其烦，不到最后关头我们决不放弃。即使顾客试了很多条，我们还是要耐心招待。只要他们想试，我们就多鼓励。

2、当顾客要我们做参谋的时候我们要当成自己的朋友，帮其选购适合的商品，而不是他想要的。这样，顾客穿着舒适得体，会带其亲友一起来。

3、看顾客眼色，帮其选择，在适当时机推荐，鼓动顾客试穿衣服，我们成功率会提高一倍。

4、看年龄、身材、肤色，来帮顾客选试裤子。

今年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。

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。

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。

以上是我今年的服装销售工作总结，不足之处还请领导多多指点和批评。

20\_服装销售年终工作总结范文（三）

2xx年在公司带领的关心下，我从一个浅显员工生长为柜的柜长，我感受力有未逮。一方面是我的专业学问窘蹙，营业才干不强，另一方面是我感受坚苦良多，社会经历缺少，学历缺少等各种启事使自己感受很纤细，缺少担任重担的勇气。

在繁忙的任务中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的任务进程，作为京华服装超市的一名员工柜构成员热诚的办事给顾客留下了最好的印象，在最短的时分之内辅佐顾客消除疑虑，压服顾客采办产物。

依照顾客的需求去进货，依照季节的转变去调整产物，依照天气的转变去组织热销种类，依照面料的特性去组织货源。如我们十堰的购物习气依然有着较着的天气效应：气温一降，冬令商品的发卖就直线下降。

经过这段时分的考验，我柜组的同志个个生长为及格的发卖人员，有的成为发卖主干，为完成2xx年发卖打算立下了汗马勋绩。

2xx年，我柜组在公司党委的统一带领和摆设下，在兄弟柜组的支持下，经过部分味员的配合勤奋，胜利地完成了服装发卖任务。

2xx年我们柜组当真进修发卖学问，增强自我修养的进步，热忱为顾客办事，睁开对劲在京华，教师工作总结办事为顾客的营销勾当，想顾客之所想，勤奋为顾客修建优秀的购物情况，做到进货、贮备、发卖各环节的落实，严把质量关。

羊绒衫、羊毛大衣、羽绒服等主打冬装，采办者络绎不绝，一些男式冬装，如毛料大衣，皮夹克等固然价钱不菲，但不少男顾客仍激动慷慨大方解囊。尔后我们要做一些思虑。

我深切感应京华服装超市的畅旺生长的态势，京华服装超市人的拼搏向上的精神。祝愿京华服装超市xx年发卖功绩愈加畅旺！

我愈加当真敬业，热忱为顾客办事，团结柜组一班人，勤奋进修服装发卖技巧。我深知优秀的服装发卖人员对产物的专业学问比普通的营业人员强得多。针对不异的成绩，普通的营业人员能够需求查阅资料后才干回覆，而胜利的服装发卖人员则能立即对答如流，一针见血，切确地供给客户想知道的动态，在最短的时分外给出对劲的回覆。

她们行为约束才干强，深入熟悉到作为发卖部中的一员身肩重担。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时期表了京华的笼统。因此我柜组姐妹不竭拓展专业学问，进步自身的素质，高标准的请求自己，在发卖实际中堆集一些任务经历，较好体会整个服装市场的静态，走在发卖市场的前沿。

我们作为服装超市的一个发卖部门，部门员工，刚到超市时，包罗我，对服装方面的学问不是很知晓工作总结，关于新情况、新事物比力目生。在公司带领的辅佐下，我们很快体会到公司的本质及其服装市场，以及消耗对象和潜在的顾客。我组员工步队齐截，熟悉统一，勤奋做好自己的本职任务。

我柜组部分员工高低他心，阐扬个人聪明和缔造力，斥地进取，团结创优，谨小慎微，缔造了柜组营销的佳绩。

服装发卖任务让我们柜组勤奋建立企业优秀笼统，笑脸迎顾客，热忱待嘉宾，为顾客量身推销产物，赢得了顾客的认可。顾客对

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！