# 服装工作计划和目标(12篇)

来源：网络 作者：梦回江南 更新时间：2025-04-19

*服装工作计划和目标一要了解服装店20年市场发展规划，主要要了解以下几个方面：增加门店数量；扩大单店面积；提高单店增长率的计划；打折促销、送礼、vip客户管理计划；地理趋势图；价格调整计划；广告和媒体推广计划；去年的季度数据等。服装设计师进入...*

**服装工作计划和目标一**

要了解服装店20年市场发展规划，主要要了解以下几个方面：增加门店数量；扩大单店面积；提高单店增长率的计划；打折促销、送礼、vip客户管理计划；地理趋势图；价格调整计划；广告和媒体推广计划；去年的季度数据等。

服装设计师进入新一季的产品设计，x宝开店能赚钱吗？他们不应该等待，而应该紧跟时尚设计师的想法和进度，同时开始新一季的终端展示策划案例。

每个季节品牌订购的面料通常有很多种，有时超过100种。此外，面料成分、订单数量、到货日期、面料的设计方向都是必须掌握的信息。光靠头脑是不可能记住所有这些信息的，也不可能完全靠颜色和图案来区分。-要根据服装店统一编号与其他部门沟通，提高工作效率，避免不必要的麻烦。有了这个信息，产品系列上市时间，店铺由什么面料和服装组成，店铺的总体布局和构思就产生了。

在展会策划的过程中，有一个非常重要的程序，就是数百种面料的色彩整合。服装设计师设计衣服不网购有配色方案吗？是的，服装设计师在设计服装时，一定要有一套配色方案，但只能有一套。作为-，仅有一个搭配方案是远远不够的，因为服装设计师的搭配方案不一定能应对所有店铺的.实际情况，也不一定能得到市场的认可。这时候第一反应就是通过改变展示来促进销售，也就是准备好的第二、第三方案展示才华的时候。

服装库存有两种，一种是销量好的畅销库存，一种是销量不好的滞销库存。畅销库存不用担心，关键在于滞销库存。如何将这些销量不佳的款式与新赛季的商品进行重组，带动滞销库存的销售，是陈列设计师必须考虑的问题。-负责通过自有二次陈列搭配组合设计，为服装店减少成衣库存。比如增加上衣和配饰的搭配方案，如何开店，增加裤子的搭配和配饰的作用等。

企业可能会大量购买当年非常流行的面料，这可能会导致下一年面料过剩，企业将继续设计和生产过剩的面料，使其成为适销对路的款式。-这个时候要做的就是掌握这些剩余面料的数量，通过剩余面料的数量来判断这件衣服的生产情况，制定相应的陈列方案。此外，一些以前难以销售的剩余面料也需要注意。企业可以将它们重新设计成新的款式，进行再加工和染色，或者用作服装的配饰。总之，-了解他们的动向，因为总有一天，他们会成为成品，成为本季服装系列不可或缺的一部分，而提前规划好他们的展示模式，将决定这些库存能否与新季服装系列完美融合。

配饰的开发通常都是由服装设计师来做，而国内很多成功的服装设计淘宝店的设计师都没有这样的能力和精力。如果服装店没有专门负责配饰开发的部门，那么这项工作应该由展示部门来承担。至于原因，可以用一句话来概括：‘聪明的女人没有饭是不会做饭的’。没有配件，很难做好显示器。想象一套深色西装。如果连胸针、围巾、包包之类的小玩意都没有，怎么会发光呢？

配件开发的订单计划是根据新季节的面料订购、生产安排和新产品上市计划制定的。配件开发的两大优势是：

首先，配饰的颜色与本季服装的主色调完全一致或完美协调。-提前找到面料的色卡，在开发配饰时准确的向厂家提供某一块或多块面料的标准配色，避免开发出来的配饰无法与服装的颜色相匹配。

二是开发专属配件。-山茶花，一直流传下来的经典配饰之一，是上面提到的专属配饰。这个匹配是如何工作的？-店铺装修与服装搭配完美独特。顾客除了选择之外，再也找不到更多的搭配配饰，这就是服装搭配的境界。

**服装工作计划和目标二**

同类竞争品牌是衣香丽影、三彩、伊布都、iam27服饰

公司现有加盟商30家，5月份新开2家，黔西、锦屏;其中遵义有3家店，仁怀2个店;直营店7家;会员店10家

550万折扣是3.5折

计算方式：550万/105元=52380件现有库存等杭派45600那么还需要补货6780件

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，进行销售动态管理商场服装销售工作计划范文商场服装销售工作计划范文。

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。

4.为了保障完成目标所指定的内部管理制度：

1)店铺员工要做到积极维护卖场陈列，新货到店及时熨烫;

2)工作时间电话必须静音，且接听私人电话不得超过3分钟;

3)无论任何班次必须保证门口有门迎，且顾客进店后必须放下手中任何工作接待顾客。

4)加盟商的销售回款管理制度

5.为了完成目标业绩需上级领导给予货品与活动方面支持，保证每款不断码。

6.如何vip客群：

1)结合自己的产品特点和优势，仔细选择资料中的客户，挑选出可能适合你的客户群。

2)联系客户的心态一定意义上决定新客户是否愿意和您深入接触。

3)联系方法上，如果您有比较好的英语条件，我们建议首次联系尽量采用电话和传真相结合的方式。

4)建立专门展示产品的英文网站对联系和开发新客户非常重要，既可以给新客户详尽的产品介绍，又可以避免过早的产品传递带来的昂贵费用。

5)对于一时没有下定单的新客户，千万不要急于催促，更不要轻易放弃

以上是我对夏季工作的计划，有不足之处请领导指正。

**服装工作计划和目标三**

同样是销售总有他殊途同归的地方，不同的是全新的行业一切从头开始。用金融理财的洞察力发现商机，一切机会在于不断的努力奋斗。一份坚持总会得到你所想要的。

销售本身关联的太多，营销管理，消费者心理学，公司人员人际处理等等，唯有销售出于市场源于市场而又最后回归市场，销售这门学问是我们一直研究并一直求其不断地发展。然而销售本身的提升不是简单销售技巧的提升，而是对待事物的眼光，低级销售做产品，高级销售做宗教，就像时下流行的iphone4，万人膜拜，即使它在系统与功能上有主动披露，但拥有他的`人与周围看见它的人都觉得他的尊贵与拥有者的身份至尊，销售的最后是在销售一种模式，一种服务，一种理念。

生活中最常见的是销售，最简单的是销售，最难的还是销售，找工作时的自我销售，工作时的工作能力销售等等，踏实的走好每一步，万丈高楼平地起，才能走的更远，楼宇建的更高。面对机会不要觉得别人给予的太少，而是自己是否有能力抓住，机遇随处可见，拥有千锤百炼的性格与能力才能牢牢地把握住机会，正所谓机会最终掌握在自己手中，不断地打磨才能到最后让自己的在机会面前一展抱负。有梦想的人往哪里走都不会错，我知道我自己的缺点是不够坚持，不坚持的原因并不是怕苦，而是看不到胜利的曙光，然后我只是太相信自己的眼光，我永远自信的相信自己的判断力，永远认为自己所谓的发展才是发展，其实自己涉世未深，对未来的判断力欠妥，知道自己的缺点之后便是损有余而补不足，改正身上的棱角，变得平滑才能滚动的更远。

周一：开会，了解公司掌舵人，并接触部门员工

周二：实体店实习，了解电脑操作程序，自由运用系统

周三：了解产品知识，价格，对自己的产品达到了解，熟知还欠缺

周四：看到了盘货的全过程，细心对待自己店里的每一个物品，并时常清点以免丢失

周五：年会，

公司的人更像一个大家庭，互帮互助，也看到公司人员的多才多艺，希望自己更上一层楼

周六：在家休息，看了很多部电影，希望自己在看电影过程中了解自己产品的意义

周日：继续实体店实习卖货

1、熟悉产品知识(除了卖场实习外，希望能得到公司的系统培训)

2、熟悉产品价格(对照价格表仔细背，多了解才能举一反三的多卖)

3、看电影《喜洋洋与灰太狼》《死神》《星球大战》《骑士》《海贼王》《汽车总动员》《赤壁》《最后的武士》《怪物史瑞克》《忍者神龟》《洞爷湖》《哈利波特系列》有些已经看过，但部分情节并不熟悉，希望温故而知新。

1、衣着言行

每天穿西装、打领带，可以让我们的言谈举止合乎规范，尤其是对于我们这样的服务型企业，着正装能让我们产生一种“精致服务”的心理，形成一种心理暗示。

2、服务的心态

每天上班收拾桌面、擦擦桌椅，下班时拖地，既能不断在我心里强化“服务”的概念，又让我不断的将自己“归零”，从细处着手。在此事中，也暴露出了我做事粗线条的毛病。

**服装工作计划和目标四**

20xx年下半年，国内宏观经济不理想，居民消费增速开始减慢，消费力明显降低。通过对服装行业的调查，20xx年秋、冬季大部分品牌的商品积压现象严重。我司整体商品动销仅为xx%，约有xx%商品直接积压在终端店铺。结合其它品牌销售形势，反映出进入20xx年的初始经济大环境的疲软态势。

我们通过市场调查发现，20xx年童装的行业竞争形势愈加严峻：

1、80后的童装消费群体未来三年将成为童装市场的消费主流――80后妈妈体现出如下特征：对价格不敏感，对时尚度、舒适度要求高。

2、知名童装加速扩张，国内大装品牌大部分切入童装市场，占据了百货商场、一二级城市街铺的主流渠道，并在年内广告的造势，对我司的品牌经营压力愈加增大。我司现有店铺以社区店为主，品牌知名度以及美誉度不足，已很难应对竞争品牌和未来市场的变化。在这种态势下，公司认真审视自身的优、劣势和经营情况，重新确立品牌的市场定位――一二线市场的二级商圈、省会城市的一二级百货及三线市场的一级商圈，未来将成为公司的主流渠道，改变以往社区店为主的渠道布局。

因此，公司20xx年度的经营方针确定为：提升品牌知名度和美誉度，强化终端视觉表现力；围绕核心店铺动销率的提升，提升单店盈利水平，促进资金的良性回笼，保证企业的平稳发展。接下来，将以这一阶段性的指导思想，阐述20xx年的各项营销规划、管理活动的经营思路。

20xx年，公司核心经营目标为：

1、年度销售xx

2、年度销售回款xx

3、年度毛利润xx商品毛利率分配：

4、年度总费用控制xx万元，利润率控制为x%，利润额为xx万元：费用预算：管理费用xx万元，营运费用xx万元，商品折损xx万元。

5、直营市场利润额xx万（x%利润率），电子商务利润额xx万元（x%利润率），合计xx万元。此利润额做xx账提留准备。

（二）销售目标细分

1、20xx销售总指标

2、按区域市场细分期货销售指标销售目标细分表（单位：万元）上述销售目标的分解，按报告附件《20xx年度销售目标分解表》执行（直营中心&营销中心）

（三）经营管理目标

1、生管管控目标：

2、研发管控目标：

3、营运管控目标：

4、采购管控目标：

5、直营管控目标：

6、人力行政管控目标：

7、财务管控目标：

8、物流公司管控目标：

9、it部管控目标：

20xx年度主要经营策略将从商品的风格创新、价格立体化、消费群体拉宽、渠道升级、品牌力提升及终端视觉表现加强等几个方面延伸制订。

（一）市场策略

1、调配公司内部所有资源，以市场需求为导向，支持前端销售部门的业绩达成。

2、通过顾问团队提供的盈利模式，全部区经、督导、直营经理、直营督导在广东直营店铺的实操训练，提炼出当季的盈利模板，通过以上人员在目标市场标杆店铺的复制，进行推广，有效拉升各核心店铺的视觉形象表现力和销售业绩。

3、通过每季单店盈利模式的固化实施，将直营打造成公司核心销售人员的培训基地。

4、渠道拓展的主攻方向是公司直营和重点市场，以“发展优质加盟客户和优质区域代理客户为核心方向，做好公司的基本盘面建设。

5、20xx年，公司强势进驻已有一定盘面的省份及直营省份的一二线商场，作为品牌形象提升的另一核心策略.

（二）商品策略

1．商品的风格调整：拉宽消费群，贴合80后主消费业态，错开与xx、xx品牌的直接对抗竞争。

2．围绕企业商品力的提升，将对企业现有体系进行改造

（三）品牌策略

1、提升品牌终端视觉表现力

1）新开店铺质量管控：20xx年起，以“小城市开大店、大城市开多店”的策略，执行新开店审批流程，并加强开店店铺的施工质量，强化店铺视觉表现并严把开店的质量关。

2）调整品牌商圈。目前我司店铺80%所在商圈为社区型商圈，“养店”费用与时间成本太高，严重影响单店的盈利，制约了品牌的发展。20xx年开始，公司将大力推进二线商圈店的拓展加盟，以迎合品牌的重新定位。

3）提炼店铺陈列标准并复制推广，提升商品表现力。

2、展开广告投放与广告投放的配套工作，进行品牌塑造，聚焦推广

1）公司进行全国性电视媒体广告投放，进一步扩大品牌知名度与影响力。

2）20xx年，计划在全国区域进行10次大型促销活动进行平面拉动，并全面更新全国专业市场的喷画，传递广告及招商信息。

（四）招商策略

采用广告招商、以商招商、网络招商、展会招商等手段，重点针对直营加盟客户及区域代理展开招商活动，拉升直营市场的基本盘，进一步加强公司未来的抗风险能力。

（五）新的事业平台搭建：电子商务部

针对未来的消费习惯的改变，为公司平稳发展，20xx年，公司对电子商务事业部从战略角度调整内部管理资源，支持新事业部的发展。电子商务部以期货和库存货品为主经营业务，主体消化库存货品及库存面料，盘活资金，为青蛙皇子第二条核心渠道的发展搭建平台。

（一）生产系统

1、根据公司制订的经营目标，产能评估如下：夏季：xx秋季：xx冬季：xx

2、为令产品更具市场竞争力，20xx年拟针对原有外协单位，及原辅材料供应商进行议价谈判，争取成本尽可能降低，并通过管理表单和季度目标考核加以实施管控。

3、20xx年，公司对采购系统回厂时间的管控，应列为重点。

4、强调生管系统与营运系统搭建沟通平台，尽可能降低在仓库存。

（二）人力资源系统

1、梳理明确各部门岗位职能职责及工作流程。

2、重点围绕研发人才及销售人才的引进，同步建立此类人才的梯队培养机制。

3、建立并推行kpi考核管理体系。按照“有计划、分步骤、可量化”的原则，由人力资源牵头，以目标管理为基础，建立起工作绩效管理体系。按照分级管理、分层考核的原则，从20xx年4月10日起，由总经办对公司各部门经理及营销、直营中心全体人员推行kpi考核机制，以确保主要经营目标管理的执行落实。

4、进行直营与电子商务两个系统独立核算的机制改革，保障核算有效实施。

5、20xx年起，在公司内部推行企业“分享文化”，围绕其组织开展各项活动，固化成型公司文化。

6、20xx年开始，结合国家劳动法与市场用人趋势，调整公司用人机制，完善各项管理制度，以期与国家及行业接轨。（三）物流系统

1、退、发货流程的理顺制订，场地的规划、设施及人员的配置，可以有效保障20xx年度营销区域、直营单店和电子商务的业务配合。

2、20xx年，物流部除每季度实施盘点外，在日常工作中加入账实抽检核查环节，同时定期进行员工系统操作培训，以提高成品仓数据准确及时性。

（四）it信息管理

1、通过it知识的输出，从技能上为公司、代理商及加盟商提供系统业务支撑。

2、由总经办牵头，it部将从20xx年开始，着重关注系统在各相关岗位的应用，强化工作流程及数据链，跟进并落实相关岗位录入数据的准确性、及时性。年内，也将根据公司的现状和实际需求，新开发一些功能模块，协助公司管理，提高公司管理水平。

（五）财务系统20xx年，财务中心将从原来的事后监督，变革为过程监督，并通过财务分析报表，对公司的经营管理提出建议。

1、完成新业务链（配发货业务）的各部门正常链接。

2、完成季度直营中心与电子商务部门的独立核算工作。

3、健全财务监测体系。

（六）组织管理系统

1、由总经办负责，20xx年4月前，对各项经营目标进行层层分解，并与各级管理人员签订《目标管理责任书》，逐级明确目标、责任、奖惩等。各级管理人员的《目标管理责任书》统一汇集于人力资源中心，实施归口管理。

2、由总经办牵头，组织每月“经营目标达成情况例会”，总结成果，检讨差距，研拟对策，跟进结果。

1、物流与资金流的规划

2、年度重点费用项目预算

3、公司年度费用点控制年度总费用控制xx万元，费用点xx%，利润率控制为x%，各费用项目如下：1）管理费用：xx万元2）营业费用：xx万元3）货品折损费用：xx万元

（xx万管理费+ xx万营运费+ xx万货品折损费）÷ xx万元＝费用点xx%

服装公司销售计划6

时间过得真快，20xx年即将成为过去，在20xx年里我们学到了什么，收获了什么，现对20xx年全年工作总结如下：

1、在服装销售过程中：销售技巧及其重要，在销售过程中除了将服装展示给顾客，并加以说明之外，还要向顾客推荐服装，以引起顾客的购买兴趣，让顾客达到消费的享受，比如：有很多顾客一进店就说贵，我们就会给他说明原因，然顾客试穿我们的衣服，试衣途中我们就会和顾客聊天，了解顾客的心理，也拉近我们之间的距离，同时也给顾客连贯性的搭配，让顾客眼前一亮的感觉，让顾客觉得我们的衣服不是贵而是高贵；

2、其次要注意重点销售的技巧，重点销售就是指要有针对性，对于服装的设计，功能，质量，价格等因素，要因人而宜，真正使顾客的心理由“比较”过度到“信念”，最终销售成功。（重点要简短，对顾客说明服装特性时，要做到语言简练而清楚，内容易懂，服装商品的特点要首先说出，如有时间在逐成展开）；

3、店里的员工在销售上也比较积极，大家都为同一个目标，但做得不足的地方也还有很多，比如销售，陈列等等都还有待提高。

20xx年是承上启下的一年，我将会带领店员深刻总结，将我们这一年做的不好的地方及时改正，做得好的地方继续发扬，为20xx年的`工作做铺垫。

新的一年掀开新的一页，20xx年年度计划如下：

1、品牌形象：这是我们年年天天必不可少的工作，要把我们“声雨竹”服装推广出去，首先自我和员工的形象，要让顾客对我信任，才能推其品牌；

2、店铺形象：要做到店铺的整洁，商品的陈列及摆放；

3、服务：现在服装品牌越来越多，比的不仅仅是服装的款式，还有服务方式，服务质量，服务态度，要在以后的工作中不断的改变和提升；

4、心态的提升：要经常和员工聊天，沟通，了解其想法，及时的把事情解决好，随时给员工传递正能量；

5、对新老vip的维护：这点是我们20xx年中重点的一个工作，争取把做得不到位的地方做得更好；

6、加强自我和员工的销售能力，加大对新员工的培训力度；

7、人员管理：发现问题，解决问题，让团队更有凝聚力；

8、晨会的坚持：这不仅仅是一个简单的会议，更重要是激励员工的士气；

在20xx年，我们将不断的学习，不断总结，增强各方面的专业知识，新的一年，新的希望，新的起点，让我们把压力变成动力，争取在20xx年中突破目标，再创业绩新高。

**服装工作计划和目标五**

在卖场除了店铺的设计和橱窗的造型外，需要在服装的陈列上表新立异，以求强烈的视觉冲击力，营造成一种商业空间的销售环境，以浓重的设计烘托自身的卖场氛围，以独特的个性确立商圈的形象，以争取更多消费者的光顾，来获取更大的利润。因此，服装陈列也越来越受商家的注意，成为销售系统的重要环节。作为营销系统中重要的一环，如何陈列商品，有以下几点建议：

1、叠装陈列

（1）首先强调视觉，在色块掌握上，原则应是从外到内，有浅至深，由暖至冷，由明至暗，因为这是人观察事物的习性，这样也能使消费者对商品产生兴趣，从注意、吸引、观察、购买等几个环节进行购物。

（2）同季节同类型同系列的产品陈列同一区域。

（3）叠装区域附近位置尽量设计模特，展示叠装中的代表款式，以吸引注意增进视觉，并且可以摆放相应的服装的海报，宣传单张，以全方位位展示代表款。

2、挂装陈列：

（1）每款服饰应同

同时连续挂2件以上，挂装应保持整洁，无折痕。

（2）挂装的陈列颜色应从外到内，从前到后，由浅到深，由明至暗，侧列从前到后，从外到内，由浅到深，由明至暗，这些得根据店铺的面积与服装的主推风格来定。

3、模特服装的陈列，二到三天则须更换一次，这样给顾客保持新鲜感，吸引人流进店。

在细节决定成败的今天，商家想在激烈的.市场竞争中，立于不败之地，就得从细微处入手，作为服装销售的专卖店，有三个因素决定着专卖店开得是否成功，

一是硬件，

二是其货品陈列，

三是专卖店的员工素质，服务质量提高销售量也必将随之提高。

服装导购代表工作的目的不尽相同，有的是为了收入，有的是为了喜好，有的兼而有之，不论是那一种目的首先工作就必须具备工作责任心及工作要求，好的服务必将赢得顾客认同，获得顾客认同也必将提高销售量。

1、自身工作要求：

（1）保证积极的工作态度，在工作中持有饱满的工作热情；

（2）善于与同事合作，精诚合作发挥团队销售力量；和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能；

（3）要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

（4）对自己严格要求，学习亮剑精神，工作扎实细致，要不断加强业务方面的学习，多看书及相关产品知识，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

（5）善于做出工作总结，一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯，学会自主严格要求自己。

2、客户维系要求：

（1）知道顾客的真正需求，在了解顾客的需求同时，满足顾客提出的合理要求，提高与顾客之间的信任度，这是维系客户所必要的条件。

（2）建立客户资料，对客服的喜好要清楚了解，客户电话必须详细记录，在每季有新产品上架时可以通知客户。

（3）对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

（4）对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识，为公司树立更好的形象，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。了解客户最需要的服务质量，尽自己的努力做的更好。

1、对销售任务的细化分解，将每月的任务量分配至每周、每天，每日当班工作结束后核对任务完成情况，总结工作得失；

2、于老客户保持良好关系，在周末时发送祝福短信，让客户感受到被重视。

3、新品上架或换季活动时主动通过电话通知顾客，邀约顾客到店消费。

在日益激烈的竞争环境中，我将以公司利益为中心，以服务客户为宗旨、提高自身素质同时加强客户维系量。当稳定的客户群体带动散户消费群体，确保销售量稳定才是面对竞争的利器。

我们大区又开始了新一年的工作计划。在这一年里，作为一名营销员，为了做好新一年的工作，我现拟定一份营销计划，力取在20xx年干出漂亮的成绩。

**服装工作计划和目标六**

跟单员是指在企业或公司运作过程中，以客户订单为依据，跟踪产品、跟踪服务运作流向的专职人员。所有围绕着订单去工作，对出货交期负责的人，都是跟单员。

跟单员广泛存在于订单型生产企业和进出口贸易型企业中，跟单员的工作性质与特点随企业的规模与性质而有所区别，但跟单员总的来说是作为业务跟单与生产跟单而存在的。

1。业务跟单：也称为业务员，主要是对客户进行跟进。尤其是已对本公司的产品已有了兴趣，有合作意向的人进行跟进。以缔结业务，签定合同为目标的一系列活动。

2。生产跟单：也称为跟单员，对已接来的订单进行生产安排。对生产进度进行跟踪，按期将货物送到客户手中。其中在生产过程中跟踪质量管理的我们称之为qc，在一些小型的贸易公司，有时候跟单员和qc工作有一个人承担，这样工作会比较繁琐，容易出错，一般情况之下，qc和跟单是分开的，跟单员主要是掌控订单的进度和时间以及和工厂和客户的沟通，产品质量的控制则有qc进行跟踪。

跟单员的工作几乎涉及的公司的每一个环节，从销售、生产、物料、财务等都会有跟单员的身影出现。特点是：复杂的、全方位的。

1。责任大。跟单员的工作是建立在订单与客户上的，因为订单是公司的生命，客户是公司的上帝，失去订单与客户将危及到公司的生存。做好订单与客户的工作责任重大。

2。沟通、协调：跟单员工作涉及各部门。跟单员与客户、与计划部门、生产部门等许多部门的工作是一种沟通与协调，都是在完成订单的前提下而进行的与人沟通的工作，沟通协调能力特别重要。

3。做好客户的参谋：跟单员掌握着大量的客户资料，对他们的需求比较熟悉，同时也了解工厂的生产情况，因此对客户的订单可以提出意见，以利于客户的订货或下单。

4。工作节奏多变、快速：面对的客户来自五湖四海，他们的工作方式、作息时间、工作节奏各不相同，因此，跟单员的工作节奏应是多变的。另外，客户的需求是多样的，有时客户的订单是小批量的，但却要及时出货，这就要求跟单员的工作效率是快速的。

5。工作是综合性的：跟单员工作涉及公司所有部门，由此决定了其工作的综合性。对外执行的是销售人员的职责，对内执行的是生产管理协调，所以跟单员必须熟悉工厂的生产运作流程，以便做出更快更好的反应和决策。

跟单员的.工作性质与特点决定了其从业的素质要求：

1）分析能力：分析出客户的特点及产品的价格构成，以利于报价。

2）预测能力：能预测出客户的需求，合作企业的生产能力及物料的供应情况，便于接单、生产及交货的安排。

3）表达能力：善于用文字和语言与客户沟通。

4）专业知识：对所跟单的产品要熟悉，了解产品的原材料特点、来源及成分。知道产品的特点、款式、质量，便于和客户及生产人员的沟通。

5）人际关系处理的能力：处理好与客户、与上级、与同事、与外单位人员的关系，通过他们来完成自己想要做的事。

6）法律知识：了解合同法、票据法、经济法等与跟单工作有关的法律知识，做到知法、守法、懂法、用法。

7）谈判能力：有口才、有技巧。

8）管理与推销能力：对外推销高手，对内管理行家。

9）物流知识：了解运输、装卸搬运、保管、配送等知识。

生产过程跟单主要是了解合作工厂的生产进度能否满足定单的交货期，产品是否按订单生产，因此跟单员要协同qc深入企业的生产车间查验产品的质量与生产进度，发现问题要及时处理。因为生产过程跟单的基本要求是使企业能按订单即时交货及按订单约定的质量交货，所以我们要深入到生产线，查看进度，查看质量。

**服装工作计划和目标七**

做李宁服装品牌的市场督导工作流程，供你参考，在讲述市场督导的工作流程之前，我们先了解市场督导工作职责：

1、跟进每日店铺数据上传的`准确性，及时性。

2、货品到货信息，发布到各店铺并跟进配货。

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

4、对无电脑专柜每日进行销售录入，下单配货，并核实其配货数量与其销售，库存是否合理，进行正确下单。

5、到店检查相关工作，随时了解店铺情况。

市场督导每周工作流程

1、周一查看负责片区的一周销售，库存，上周活动，现在配送中心存等。根据上周情况制定本周工作计划。

2、周二经营分析时总结分析上周工作情况，制定本周工作计划，活动计划。

3、周三店长会议。总结上周自己所负责片区的货品，人员，活动情况。告诉店长本周计划，并组织店长和其他片区店长进行交流和互动。到店检查周二晚大扫除完成情况。

4、每周三店长会议时收集专柜信息调查表，上周店长对员工的考核（由内务收集汇总）。周一做店铺（柜）与上周同期的销售对比分析，进销存分析，周二“经营分析会议”对店铺一周整体销售进行概括总结。

5、下发每周《考核表》、《调查表》；并提供各店一份仓库正价与特价货品的库存表，指导其配货。对上周的《调查表》，收集统计，反馈给经理，销售主管，总公司市场部。

**服装工作计划和目标八**

1、选货：选样，款式，品牌，数量

选货要掌握当地市场行情：出现哪些新品种？销售趋势如何？社会存量多少？价格涨势如何？购买力状况如何？大体上能心中有数。

品牌以杂牌为主，以外贸货为主。

进货要适销、适量，要编制进货计划，当然在进货过程中也可应变修改。进货时，首先到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，以后再着手落实进货

少进试销，然后在适量进货。因为是新店开张所以款式一定要多，给顾客的选择余地大。

进货安排在每个星期的三或四，这样每个星期六店内肯定是有新品到货的\'，但只上部份新货，一部份留着星期天上！如果进入销售旺季，三四天就补一次货！

象“三八”“五一”“国庆”等几个销售高潮，不要等到差不多时间时再准备货品，提前半个月就可以先开始准备了！要给自己有足够的安排时间才行！

2、进货渠道：

上海七蒲服装批发市场或杭州四季青服装批发市场。新店开张暂时只在七蒲服装批发市场进货。同一城市就近方便，等日后销量上去，在去杭州四季青服装批发市场。

我计划雇佣三个人，两个小姑娘最好是漂亮mm（不要骂我色，爱美之心人皆有之，漂亮mm容易招揽顾客奥），主要负责接待顾客，两人轮班倒。另外招一个年龄大点的阿姨和我自己轮班倒收银，我基本上一直要在店里看着的（除了进货或者重要的事，自己创业累点是应该的）。两个小姑娘的工资，800/月 提成，提成为月营业额的1%，提高她们的积极性。大一点的阿姨也一样，800/月 提成1%，不收银出了问题它要负责。

1、房租：5000/月，付三压一，20\_0元

2、装修费5000

3、第一次衣服货款20\_0元

4、其他费用1000元

5、员工工资可以在第一月底结，不用算在初期5万内

6、余下4000做流动资金使用

**服装工作计划和目标九**

我们不敢保证我们永远就是第一，但就是我们可以勇敢的争取第一。此时作为服装店长首先要知道品牌服装的影响力(知名度)，以及市场销售等，对于本店的货品、人员有充分的了解;这样才会给本店带来好的业绩。

店长作为一个店的管理者，无论从哪个方面来说，对店铺内外都有重要的影响，作为一个主管者至少应具备以下三种条件：

1能否给予店员信赖感?

2能否激发店员的工作激情?

3就是否具备领导、统御的能力。

作为店长不仅对店面风格有着深刻理解，发展前景要有明确的认识，此时还要对经营的各个环节了如指掌。商场一般以月、季、年的单位来统计各店的销售业绩和排列名次，店内的管理必须从店长抓起;店长就是一个专卖店的灵魂，就是团队的“掌舵手”。店长应做的职责;管理好团队，带领团队做好业绩，店铺只有你就是不够的，身为一个服装店的领导者，即使有好的想法和计划，也要靠大家一起努力才能完成，在这里没有“你”和“我”，此时只有团队;因为我们就是一个大家庭，要让每个人都积极的融入这个大家庭，使团队的每个人都保持最好的 状态工作。

同时也要丰富自身的知识，对于品牌的面料、做工、款式、编号、价位等，要有一定的了解，只有自身了解了，才能向顾客介绍，懂得怎样去推销。

关于品牌的理念，适合的人群，区域生活观念，消费习惯和购买方式、色彩与顾客的搭配等，我们都得进行分析、判断。

想要提高店内的业绩，店内服装的摆放、设计也就是相当重要的。店内商品摆放必须独特;比如：不同的色彩、款式、及不同价位的服装都有不同的摆放 ;哪些在打折、哪些在热卖;在什么灯光下有什么不同的效果，都就是店长应具备的能力。

想要吸引顾客最好经常更换商品的摆放;给人一种耳目一新的感觉，这样也可以提高店内商品的周转率。还有怎样给商品一个合理的价格，价格就是顾客购买产品最敏感的话题，人们都希望花最少的钱办更多的事，很多商品因为价格的不合理损失了大批的顾客，利用人们购物心理进行定价，参透策略;作为商家无论以什么定位最终都就是为了赚钱，此时这就要求定制的价格必须以成本为基础，商家就是不可能低于成本去销售的。所以我们必须千方百计去降低成本;实行薄利多销。

怎样分配员工，监督员工以及统计员工的销售量、业绩量等。对于店员我们应该与其多沟通，多鼓励，因为你的认同和赞美体现了他们的价值;员工出现问题的时候，我们应及时的找出问题的根源，耐心教导、鼓励其做得更好。

店员要学会整理店铺。清点库存，必须保持货源充足，可否有缺码、断货的现象。卖场必须保持干净、舒适的环境。使整个店铺以最好的状态迎接我们的顾客。

此外。一个人的行为特征，无论就是缺点，还就是优点，都就是从过去至现在人生经验的积累，也就就是说在每个特征的`背后，存在着许多成功与失败的体验，而对于成功的体验，我们应加以肯定，则衍生出“自信”，同时带动“挑战力”的提升，想做一名成功的店长，要提升自我的“挑战力”，以下几个方面也不容忽视;积极向上的性格，无论遇到什么困难都应积极去处理;主动面对困难，不躲避，不推卸;凡事都要秉公处理， 不偏袒;不徇私，让店员正确地认识自己所存在的问题。店长要有开朗的性格，才能将他的笑容带到工作中，从而感染到其它员工，创造一个良好的氛围。

每天面对满目琳琅的商品、川流不息的顾客以及忙忙碌碌的工作人员，如何抓住重点，保证商场有序的运作，实现经营目标，最大限度的提高店内业绩，这就需要我们要有“狼”一样的精神，打造更好的明天。

**服装工作计划和目标篇十**

在因金融风暴所影响的各个行业中，服装行业影响甚大。为此，根据分析的数据，做出了20xx年服装店工作计划书：<

号称中国服装大省的广东，历年来生产总量、出口总量都在全国名列前茅，尤其是男装业和女装业起步晚但发展迅速，赶超了其他服装强省，但广东的童装业发展却相对落后，叫得响的童装品牌寥寥可数。面对中国潜在的400亿元童装消费市场商机，广东相关行业正扬起马鞭，加快步伐，力求争夺最大份额。

目前，广东省服装服饰行业协会副会长、童装专业委员会执行主任委员刘宪生专门接受本报记者采访时指出，广东的`童装业相对于男女装业起步较晚，但发展迅速，并日益壮大。

近年来，依托于良好的产业环境和区位优势，广东童装产业得到了极大发展，无论生产水平、产量和销量均在中国同行业中名列前茅。据保守估计，广东童装产量已连续两年超过3亿件，占中国总产量的30%以上。有米奇妙、青蛙皇子、叮当猫、小猪班纳等为代表的领军品牌。

目前佛山拥有童装产业链2300多家，建成童装城、童装设计研究中心、检测中心、交易中心等，成体系地成为中国童装生产基地；深圳目前也诞生了60多个童装品牌；东莞、汕头、中山等地也有规模不等的童装企业群。目前，深圳、广州与上海、北京一道，成为中国童装品牌集中度最高的几大城市。另外，广东的童装专业市场相对成熟，其中有的闻名全国，还有童装自主品牌已成功地打入国际市场，在国外开专卖店，如“力果”品牌就是一个先例。

记者了解到，目前，广东童装产业也面临诸多瓶颈问题，制约产业发展。其中面料无法满足童装企业需求就是关键之一。据企业抽样调查表明，目前广东专门从事童装面辅料开发的企业为数甚少。同时，专业童装设计人才目前在广东也非常紧缺，真正从事童装设计的人才不多，高层次、专业的童装营销人才更是少见。

专家指出，目前广东童装品牌发展相对滞后，还处于初级阶段，知名品牌不多，企业规模和市场占有率也很小，地位不稳固，而且外省童装企业集群的竞争也不断加剧。此外，从国际环境来看，童装出口的绿色壁垒也对其营销通路有所限制。

广东服装服饰行业协会决定把童装妇婴用品专业委员会更名为童装专业委员会，把童装分立出去，作为今年的重点项目来抓。并创新该专业委员会组织机构，本届童装专业委员会由童装企业家担任，除了童装企业外，还吸收了杰出设计师、面料商、商场代表、童装协会商会到专业委员会里来，原因是企业家更了解企业的实际情况和需求，更有条件有能力带领同行共同发展。下一步，该委员会将促进产业链对接与合作，举办专业童装面料辅料采购会，抓好名牌培育工作，举办20xx年华夏童装设计大赛等等活动。

**服装工作计划和目标篇十一**

新的一年，制定良好且有效的工作计划对于今后的发展起着很重要的作用，既不浪费时间和精力，同时也能改善自身的一些不足，提高自己对客户的沟通能力的，促使工作开展顺利。增强责任感，增强服务意识，增强团队意识。积极主动把工作做到点上，落到实处。明确自己的工作职责，遇到问题要及时分析问题，解决问题，服从上级的安排。在此我订立了工作计划，以便自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

1、广告光源一直是外贸的主推方向，灯帘、灯条、灯管、模组、超薄灯箱都比较有优势，很多的产品的价格已经比之前的低了很多。今后还需要多做一些产品优势的对比文档，产品案例分许与应用，让客户更加了解我们的产品。

2、商业照明灯具由于价格比较高，很多国外客户基本不能接受。但还是需要更多的了解产品，多做优势对比文档，寻找优质高端客户。

3、高端产品就需要寻找优质客户。目标客户定位在美国、迪拜的、日本等国家。积极运用不同的搜索引擎寻找客户，不能只依赖xx。

1、在开发客户这方面，可适当的改变策略，增加在免费平台上和商业网站上发布供应信息;参加一些展会;尝试用国外的本地搜索引擎。以寻找目标市场的商业网站、行业协会网站、商会网站及产品专业网站为方向，了解并联系目标市场知名度高销售网络庞大的进口商。

2、在和客户沟通这方面，很重要的一点是确保提供给客户的信息是正确并能达到的的。当客户没下单前，了解客户的性质(是中间商还是最终使用者)，达到知己知彼。在客户下单后，需及时向客户汇报交期，询问是否仍有询价、

3、发货后，可在客户收到货一周后追踪产品的质量反馈，如有问题，首先要明确自己对于这个事件的态度，同时要及时帮客户解决问题，

4、在追踪客户这方面，适时发邮件向客户问候并询问是否有采购计划，每次追踪问候都需不一样，换个方式问。备忘客户的一些重大节日和生日，在这些有纪念意义的日子里送上自己的一份祝福，给客户心底留下一个亲切的印象。

明年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子，争取x~x个大订单，向年销售额60万进军。根据自己制定的任务，把任务根据具体情况分解到每个季度、每月、每周、每日，在不断归纳总结吸取教训的基础上提高销售业绩。

1、年销售目标：xx万。

2、月销售目标：x万。

①现有已成交客户x个，争取明年争取更多的订单，保证成交量在xx万以上;

②优化xx网站，收更多的询盘，积极跟进客户，争取成交量在10万以上;

③搜索引擎营销，比如xx,xx等国际搜索引擎上的搜索，争取成交量在10万以上;

④国际展会、交流会，提前做好宣传资料及产品报价资料的详尽文件图片，寻找更多的客户;

⑤重点参考之前成功案例分析有效的营销途径和方式方法。

1、做好每天的工作记录，避免遗忘重要事项。做好客户的跟踪，对客户的`联系进度及时记录，对以往与客户相互间发送的技术及报价资料要归类整理好，以便随时联系。与外贸的同事一起总结，周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误的，及时改正下次不要再犯。

2、接触客户之前要多查、了解顾客所在的公司的主要产品，不要千篇一律的回复邮件。以便判断客户的需要和问题，然后针对顾客的需要和问题，提出建设性的意见。如提出能够增加顾客销售量或能够使顾客节省费用、增加利润的方法。向客户做出建设性意见的，会更有利于赢得客户的好感，这样可以给客户留下良好的印象，有利于长期接触。了解市场需求，客户需求，争取按照客户需要提供定制服务

3、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样才会有长远的客户。在有些问题上你和客户是一致的。对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意的，先卖信誉后卖产品，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。

**服装工作计划和目标篇十二**

服装店介绍：

服装店是专门为大众提供各种衣服的场所，是社会生活的重要组成部分，对方便人民群众生活起了重要作用。传统的服装店是以实体店铺为销售场所，加之装修，产品陈列，从而吸引用户到店铺进行现场选购，着重顾客体验。随着网络经济的发展，诞生了一种新的网上服装店铺的销售形势，网上服装店注重快捷，低价，品质保证，是通过产品图片展示在网上，加之文字描述，从而吸引消费者，通过低价和送货上门服务网上整个销售流程，是一种新潮的网络销售模式。

服装店工作计划书

我们不敢保证我们永远是第一，但是我们可以勇敢的争取第一。作为服装店长首先要知道品牌服装的影响力(知名度)，以及市场销售等，对于本店的货品、人员有充分的了解;这样才会给本店带来好的业绩。

店长作为一个店的管理者，无论从哪个方面来说，对店铺内外都有重要的影响，作为一个主管者至少应具备以下三种条件：

1能否给予店员信赖感

2能否激发店员的工作激情

3是否具备领导、统御的能力。

作为店长不仅对店面风格有着深刻理解，发展前景要有明确的认识，还要对经营的各个环节了如指掌。商场一般以月、季、年的单位来统计各店的销售业绩和排列名次，店内的管理必须从店长抓起;店长是一个专卖店的灵魂，是团队的\"掌舵手\"。店长应做的职责;管理好团队，带领团队做好业绩，店铺只有你是不够的`，身为一个服装店的领导者，即使有好的想法和计划，也要靠大家一起努力才能完成，在这里没有\"你\"和\"我\"，只有团队;因为我们是一个大家庭，要让每个人都积极的融入这个大家庭，使团队的每个人都保持最好的 状态工作。

同时也要丰富自身的知识，对于品牌的面料、做工、款式、编号、价位等，要有一定的了解，只有自身了解了，才能向顾客介绍，懂得怎样去推销。

关于品牌的理念，适合的人群，区域生活观念，消费习惯和购买方式、色彩与顾客的搭配等，我们都得进行分析、判断。

想要提高店内的业绩，店内服装的摆放、设计也是相当重要的。店内商品摆放必须独特;比如：不同的色彩、款式、及不同价位的服装都有不同的摆放 ;哪些在打折、哪些在热卖;在什么灯光下有什么不同的效果，都是店长应具备的能力。 想要吸引顾客最好经常更换商品的摆放;给人一种耳目一新的感觉，这样也可以提高店内商品的周转率。还有怎样给商品一个合理的价格，价格是顾客购买产品最敏感的话题，人们都希望花最少的钱办更多的事，很多商品因为价格的不合理损失了大批的顾客，利用人们购物心理进行定价，参透策略;作为商家无论以什么定位最终都是为了赚钱，这就要求定制的价格必须以成本为基础，商家是不可能低于成本去销售的。所以我们必须千方百计去降低成本;实行薄利多销。

怎样分配员工，监督员工以及统计员工的销售量、业绩量等。对于店员我们应该与其多沟通，多鼓励，因为你的认同和赞美体现了他们的价值;员工出现问题的时候，我们应及时的找出问题的根源，耐心教导、鼓励其做得更好。

店员要学会整理店铺。清点库存，必须保持货源充足，可否有缺码、断货的现象。卖场必须保持干净、舒适的环境。使整个店铺以最好的状态迎接我们的顾客。

此外。一个人的行为特征，无论是缺点，还是优点，都是从过去至现在人生经验的

积累，也就是说在每个特征的背后，存在着许多成功与失败的体验，而对于成功的体验，我们应加以肯定，则衍生出\"自信\"，同时带动\"挑战力\"的提升，想做一名成功的店长，要提升自我的\"挑战力\"，以下几个方面也不容忽视;积极向上的性格，无论遇到什么困难都应积极去处理;主动面对困难，不躲避，不推卸;凡事都要秉公处理， 不偏袒;不徇私，让店员正确地认识自己所存在的问题。店长要有开朗的性格，才能将他的笑容带到工作中，从而感染到其它员工，创造一个良好的氛围。

每天面对满目琳琅的商品、川流不息的顾客以及忙忙碌碌的工作人员，如何抓住重点，保证商场有序的运作，实现经营目标，最大限度的提高店内业绩，这就需要我们要有\"狼\"一样的精神，打造更好的明天。

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！