# 如何写服装销售工作计划书范文通用(8篇)

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2025-05-29

*如何写服装销售工作计划书范文通用一一、主要的工作来做1、建立一支熟悉业务，比较稳定的销售团队人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员。没错，先制定出销售人员个人工作计划并监督完成。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队...*

**如何写服装销售工作计划书范文通用一**

一、主要的工作来做

1、建立一支熟悉业务，比较稳定的销售团队

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员。没错，先制定出销售人员个人工作计划并监督完成。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们现在的一个重点。在工作中建立一个和谐，具有杀伤力的销售团队应作为一项主要的工作来抓。

2、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个成熟业务员的档次。

3、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法

销售管理是企业的难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有较强的责任心，提高销售人员的主人公意识。

4、市场分析

也就是根据我们所了解到的市场情况，对我们公司产品的卖点，消费体，销量等进行适当的定位。

5、客户管理

就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们提高销售或购买;对潜在客户怎样进行跟进。

二、加强自已对于新品的认知度

为了更好的向顾客介绍新的服装，可以从他的材质、面料、时尚、搭配等各方面向顾客介绍。作为一名销售人员，首先自已要清楚自已产品的优势在哪，才能提高顾客的购买欲望。

总的来说，以上就是我对于20xx年的工作计划。我坚信在自身的努力和公司的培训以及在工作的磨练下自己在这方面一定会有所成就!

**如何写服装销售工作计划书范文通用二**

通过实习，我们要努力提高动手的能力，在实践的过程中发现其不足，然后去反馈到学习中去，会更能提升自己的能力。销售服装是一门当面与顾客打交道的学科!它要求极强的表达能力及反映能力，所接触的顾客是包罗万象的，需要你擅变!而且需要技巧性!如何才能把衣服卖出去!要求价钱赚的，数量最多，顾客达到满意!

到服装店实习主要是为了锻炼自己的表达能力，应变能力及销售产品能力!向那些老员工学习经验。

一、实习内容

销售服装的实习内容主要有以下几个方面：

1、实地销售：只有进行实地实践，才能学到销售服装的经验，表达和应变能力!还有让顾客满意而归!

2、总结经验：短短的实习中，把每天销售后的经验教训记录下来，从中吸取不足，发扬自己的长处，完善自己!如此来提高自己的销售业绩。

3、学习管理：到服装店不仅要学习直接的销售产品，也要学习服装店是如何管理员工及安排任务的!从而扩展思维，学习企业的管理系统。

二、实习收获

在短短的实习期内，通过与顾客的直接接触，真正的锻炼自己的表达能力，提高了自己的应变能力，锻炼了心理素质。介绍服装自如，现场处理灵活，通过对自己经验教训的总结，提高了销售业绩，学习了书本学不到的经验!在管理方面也有所收获!

通过这次实习，自己的社会实践能力大大地提高了，适应社会的能力强了，语言运用能力增强了，真正跨出了，走好了市场营销道路上的第一步。

三、实习中存在的主要问题

以上是我的实习工作总结，通过实习发现，自己还存在着不少问题，包括文化知识的欠缺，真是“书到用时方恨少”。学习涉及的面太窄，学到的知识太单一，没有形成一个很好的体系。联系实际的能力太差，将学到的知识不能运用到实践中去，没有一个知识储备体系，用到哪学到哪。而且应变能力较差，不能果断处理问题。在今后的学习中还需要在各方面去提高自己的各方面的能力，尽可能完善自己。

实习，是非常重要的一步，在实习中提升能力，在实习中学习都是非常关键的，抓好实习，是关键的，迈好这一步，是步步高的前提。好的开头是成功的一半。

#263375[\_TAG\_h2]如何写服装销售工作计划书范文通用三

我代表\_\_全体员工对本年度上半年的销售、服务情况进行总结，恳请各位指导。下面，我从三个方面进行总结。

一、销售情况。

从销售数量上看，\_\_增长17%，而其他柜组是负增长。从金额上看，\_\_增长了4%，\_\_增长了5%。从类别上看，成正增长的有：\_\_裤子数量增长56%，金额增长35%，上装数量增长11%，\_\_上装金额增长3%，裤子的数量和金额分别增长8%和19%。另外，配件方面，\_\_有8%的金额增长。\_\_有163%的金额增长率。整体三个柜的升降率为0%。虽然有多种因素的影响，但从发展的角度说，这是不理想的销售结果。

二、工作心得：

作为店长和员工，我觉得都应该树立“店兴我荣，店衰我耻”的思想，认真落实公司的经营理念，努力团结好班内的每一个成员，调动他们的积极性，树立信心。再就是要加强自身的业务学习，学习销售技巧，学习服装审美、配搭，学习了解顾客的购物心理，学习整体协调员工之间的关系，学习处理好各个部门，各个班之间的关系，学习周到而细致的服务。还要横向了解同业信息，第一时间掌握市场动向等。

对于这些，我和我的小伙伴们都还做的很不够。我们都有一颗想要销售好的心情，但往往又缺少了必要的技能技巧，甚至是心有余而力不足。

因此，加强学习和不断的总结是非常必须的，必须改变不合适的销售态度，销售方式。另一方面，我觉得频繁地更换员工也会对销售造成影响，因此，如何留住一个好的员工，也是我们应该努力思考的问题。对愿意留下上班的新员工，我们要耐心地指导，让他们感觉到努力就会有可观的收获。我们所有老员工都要以主人翁的责任感待好新员工。只要我们有一支稳定的，熟悉业务的、和愿意服务的销售队伍，我想我们的业绩一定会上得去的。留住优秀员工，需要我们大家的努力。

三、工作展望：

下半年，我们有信心：

一是要努力打造得力的销售队伍，我们要努力吸收优秀队员，用业绩和融洽和谐的关系留住人才。

二是进一步团结广大员工，向销售好的优秀员工学习经验，努力改变自己。

三是从自身找问题，努力反思，改变不能产生效益的销售方式，销售态度。

“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。”有老板的关爱，有各部门的支持鼓励，有我们这些年轻的“小伙伴”们的努力，下半年我们将用业绩告诉你们，我们b班是非常棒的!伙伴们，加油吧，老板赚钱了，我们也会沾光的。

**如何写服装销售工作计划书范文通用四**

工作一年来，我的感受很深，见到的人，遇到的事，对我都有大大小小的影响和帮助。

这样的机会我很珍惜，一步一个脚印，我由最初的一名导购员成长为如今的店长。

近一年来，我经常在工作中反思自己，审视自己，看自身能力和素质的提高幅度，能不能适应服装店发展的需要、能不能适应形势任务的需要，能不能适应完成正常工作的需要。

经常告诫自己，要在服装行业立得住脚，不辜负领导的期望，自身素质的强弱是关键，自己毕竟才三十岁，从哪个角度讲都还是处在起步阶段，必须在工作中不断地提高自己。回顾近一年来的情况，为了提高自身能力素质，上让领导放心，下让职工满意，我系统的学习了服装行业的相关知识，全面提高自己，力争在语言表达的能力上有突破，在协调关系的能力上有突破，在组织管理的能力上有突破，在完成工作的标准上有突破。通过学习，感到既开阔了眼界，又丰富了头脑，既学到了知识，更看到了差距。在不断的学习中提高了自己的能力素质，增强了干好本职工作的能力。

作为一名店长，我要引导员工按正确的方向进行工作。我认为店长的工作，一方面要严抓管理，另一方面应该发挥指导、配合和策划的专长。

管理应该理为先，理的不是制度、不是流程，而是心态，是包括工作和生活在内的员工心态。培养员工的心态应该以企业文化为基础，实际情况为主，客观环境为辅，培养员工的自信、自尊和明确的自我认知度;培养员工团队协助精神和集体观念，加强员工和各部门负责人之间的相互协作和配合;培养员工永不满足的学习心态。我要他们不仅要掌握本区域相关知识，也要知晓相邻区域的服务常识。企业文化不是要把我们的思想本位化，而是把这个品牌形象充分本土化，和当地文化更好地融合。所以我要培养员工换位思考、打破思维定势的意识，加强相互学习，才能取长补短，相互辅助。就店长工作而言，对内要指导工作，制定任务，监督应运，分析应运中存在的问题，对出现的问题及时解决，提供必要的帮助;对外要不断加强宣传，追求更高的美誉度和认知度。

女装店长更要做好承上启下的桥梁作用。店长的首要任务是领导团队完成公司所下达的销售指标;他更是一个中间人，是整个店铺的关键人物，是组织内部沟通的桥梁。优秀的店长会善于发现工作中的问题，并及时解决;他还是一个优秀的培训老师，员工的榜样，能够指导员工出色地完成各项工任务;他还要善于激励，做员工的拉拉队长，挖掘员工的内在潜能，激发员工的工作热情。

总结过去是为了更好地面向未来。在今后，我将继续克服困难，勇于开拓，把金利来的工作搞好，带领大家努力完成好公司下达的工作任务。

**如何写服装销售工作计划书范文通用五**

20xx年已经结束，新的一年工作开始了，作为一个服装导购员，现将过去一年的工作经历以下总结，以便于更好地面对新一年的工作。

总的来讲，服装导购员在整个服装销售过程中具有不可替代的作用，导购员不仅代表了企业的外部形象，而且还起到加快销售的作用，具备良好素质的服装导购员，除了熟悉商品之外，也应该具有足够的耐心，并且能够掌握一些好的服装销售技巧。

一、服装导购员除了能够将服装很好地展现给客户，并且还有向客户适当推荐其他服装的工作，以吸引顾客购买其感兴趣的更多服装。

针对这一点工作，我总结如下：

1、推荐服装时候要有信心，大方、坦诚地向顾客推荐服装，导购员就应该具备十足的耐心、细心，让客户对自己产生信任感。

2、为顾客推荐适合于顾客体型、品味的服饰，为客户在挑选服装时候出谋划策，提示相关细节，帮助客户选择。

3、结合不同款式服装，向顾客讲解每款服饰适合穿着的场合。

4、配合服饰特点进行推荐。每种类型的服装具有不同的特征，如功能，设计，质量和其他方面，都应该适当向顾客说。

5、谈话中注意技巧。向顾客推荐服装时候，语气应该有礼貌、在充分听取顾客意见的基础上，再向顾客推荐。

6、观察、分析不同顾客喜好追求，结合实际向顾客推荐服装。

二、必须注意把工作重点放在销售技巧上。

销售是有针对性的营销，关键在于销售技巧的掌握。服装销售涉及方方面面知识，要对服装的功能，质量，价格，时令，面料等其他因素都做充分了解，顾客特点，运用销售技巧完成销售。主要侧重于以下几个环节：

1、注重思考。了解顾客购买服装的穿着场合，购买服装的目的与想法，帮助顾客挑选相应服饰，促进销售成功。

2、言辞简洁，字句达意。与顾客交流当中，言辞要简单易懂。不能说太过专业性的行内话，应该试图以通俗语言向顾客讲解。

3、具体表现。要根据实际情况，随机应变地推荐服装，必要情况下，不去打扰顾客，让顾客自行挑选，当顾客咨询时候耐心倾听、细心讲解。

以上就是我做服装导购员这一年的工作总结，在新的一年里，我将继续努力工作，不断学习，吸取工作经验，不断改进自己的工作方法，为公司销售更加辉煌业绩而奋斗。

**如何写服装销售工作计划书范文通用六**

一：行业现状

目前的内衣行业已经形成以黛安芬、安利芳、欧迪芬为代表洋品牌;以曼妮芬、嘉莉诗、奥丽侬、美思、依之妮为代表的南派品牌、 以水中花为代表的江浙品牌、以 爱慕、桑扶兰我代表的北派品牌的竞争格局。洋品牌因为进入中国几年，了解中国消费者的习性，已从培育市场到引导市场的转变，培养了一批忠实的消费群，占据着高端消费市场，也占据着不少的市场份额。中国权威部门数据预测，未来几年内，中国内衣市场潜量将高达5000亿人民币而且以每年20%以上的速度增长。市场潜力非常大，每个企业都想在这一具大的市场份额中分一杯羹(现在还没有任何品牌的市场占有率达到3%)。也必定会使出浑身解数，或进行销售策略的改革;或以降低利润来嬴得市场，所以，竞争会非常激烈。但未来的趋势都是以品牌建设来拉动市场，因此，未前的企业发展之路，也就是品牌建设之路。

二：公司现状

1.公司是由外销转型为内销的企业，主导产品为贴牌生产。公司是典型的研发、设计、营销型的公司。

2.品牌定位在一、二线之间。

三：营销目标

1.一年内做强广东市场，布点全国市场。

2.全国代理商达到10家以上，加盟店达200家以上，年销售额达20xx万以上。

四：营销队伍

营销部设：广东市场部(经理、业务、市场督导兼培训)，省外市场部(经理、区域经理兼业务与督导)、客服部、品牌推广部。

五：渠道建设

渠道建设也是市场开拓成功与否最关键的一步，在公司发展阶段应先从区域重点市场开始操作，切忌铺天盖地把产品铺向市场，一旦出现某种问题，想收就来不及了。先从区域市场开始运作，可以以点带面，以强带弱。做品牌不能急，特别是内衣品牌，要循序渐进，稳打稳扎。

1.布局

市场不能盲目开发(象打仗一样不能没有重点的全面作战)应该将市场划分为：重点市场、潜力市场、关注市场(以市场经济为主要依据)。

将全国市场划分为六大区域：广东市场、华南市场(以福建为重点)、华中市场(以武汉，上海为重点)、西南市场(以四川为重点)、华北市场(以陕西为重点)、东北市场(以辽宁，北京为重点)。上海、北京为特殊市场要谨慎对待。

2.商家----省(地)级代理-----终端

公司应首先不遗余力的开发各区域的重点市场(如果暂时找不到省级代理那么区域代理也可以)并以此为中心拓展全国市场。

3.公司----终端

对广东市场、潜力市场和关注市场可以先发展单店或连锁加盟商但一定要有比较高的要求这样可以为此市场树立自己品牌形象，如果有可能的话可以引导其成长为省、市级代理商。

4.自营终端

在起步阶段拥有直营终端(特别是\*\*市场)会让企业拥有更多的信息资源与树立品牌形象。 有利于掌握最直接的顾客需求与联系客户的纽带，找到市场的差异性，并及时调整产品方向和行销策略。直营终端不要求数量多，但一定要精，要有代表性，能符合自己产品的市场定位，能反馈出自己品牌特性出来。

5. 设立分公司、办事处

针对重点市场可以考虑设立办分公司、办事处(以重点市场的自营商场为踞点)但一定要有选择性， 一开始就到处开设分公司、办事处类的分支机构， 如果对分公司、办事处的管理不到位，就会使得投资、库存风险大大增加。而一旦分公司打不开市场局面，该市场就成了一局死棋，再来转换其它经营模式就很困难了。

6.业务人员的市场跟踪

要求各区经理，区域经理长期的出差到各市场进行市场调查(当地的人文环境、投资环境、品牌竞争状况及有影响力的大型商场等)、掌握潜在的客户资料(以备招商会，交易会等招商活动的请柬派发)、开发最好的客户(最好的客户不是他现在做的有多大有多少网点而是看他现在有多少资金投入与精力来操作自己品牌也就是所说的忠诚度)。

六：招商政策

招商政策一定要有新意、有吸引力和可操作性。让经销商心动。

1.低折扣

行内许多二线品牌一般是3.2---3.8折，专卖4.5折，我们应该以3.0折招商 、代理商可以4.2折招商(30%的高额利润让他们看到美好“钱”景，让其加盟并拼命的推广自己品牌同时对专卖加盟店的加盟也有竞争力)。

2.大额的广告支持及高返利

行内许多二线品牌一般的广告支持为厂商各半且广告费以货品折钱而且力度不够。

a.我们口头表示商家在一定时间内要进踞我们指定的商场(提高品牌价值)进场费各半(我们在真正的、负责的做品牌)

b.首批进货达20万元者给与4万元的广告支持(广告形式的选择与发布由公司负责)。

c.年销售完成100万者返利7%、完成150万者(供货价)返利10%(以现金方式)等。

3.高换货率

一般的品牌换货率为45天内没有补货的产品可以100%调换，凡补单产品不与调换。我们可以规定重点市场内的客户在100天内不管有没有补货100%换货但凡特价产品不与调换。(如果产品万一不好销我们可以随时打特价)

4.以上方式仅限于第一年度的合作。

七：广告宣传

广告宣传是塑造品牌的最直接的方式之一。通过报刊杂志媒体互联网媒体与电视、广播媒体、pop海报、宣传单张等宣传载体，把企业的形象向公众展示，能直接地引起各地加盟商与消费者的注意达到拓展市场目的。在具体的运作中，针对各个区域市场不同，选择的媒体也应有区别，特别是媒体的性价比。

1.专卖店的形象建设

统一的、高质量的专卖店形象，给能消费者带来强烈的视觉冲击力，以及产生深刻的记忆提高品牌附加值。这方面要求自己专卖店形象的设计上严格把关。

2.巡回演出(内衣秀)

以巡回演出(内衣秀) 吸引媒体与消费者的眼球， 一方面，企业展示自己品牌的时尚性，宣扬了内衣时尚的趋势，另一方面，对于自己品牌的塑造与招商起到至关重要的推动作用。因为，有时尚潮流的新闻价值，一旦吸引着全国各地的传统媒体与网络媒体的纷纷争相报道。起到了不花钱，免费为企业做广告的宣传功效。为市场开拓提高效率。

3.参与服装交易会

参与各种服装交易会是展示公司实力与自己品牌塑的高平台窗口。每年都会举行一次服装博览会(北京、上海、广州市与东莞虎门每年一度的“服装交易会”)。这些交易会都会吸引着众多的业内人士及寻找商机的加盟商。运用好这个平台，能起到花最少的钱，宣传与塑造品牌的最佳途径。

4.制造新闻

在全国有影响力的内衣传媒直接点评某些品牌与我们品牌比较(要有力度)这样可以吸引媒体与消费者的眼球，吸引着全国各地的传统媒体与网络媒体，纷纷争相报道。起到了不花钱，免费为企业做广告的宣传功效。但此招要慎重把握否则会造成负面影响。

八：后期维护

打江山难守江山更难这方面要求公司在市场维护方面一定要下大力气，客户加盟了只是第一步，更大销售与良好的销售网络是公司成长的客观环境。市场维护包括开拓期的维护与稳定转型期的维护，开拓期可以损失部分关注市场客户的利益为我公司增加收益但切不可以将重点市场的市场作乱，这要求对公司对重点市场客户要有选择性，而且要求代理商一定要严格执行公司的政策，对终端一定要严格要求特别是地级以上城市自己品牌专卖店形象的设计上等要严格把关，包括：店面位置、营业面积、门头招牌、形象墙的设计、pop的布置、产品的陈列、开业宣传、员工素质及自己品牌产品的比列等。

1协助代理商完成招商计划 ，督促代理商实施宣传工作。

2.督促代理商经常的补充货品增加销售，积极协助其处理不良产品最大限度的减少换货率减少公司库存压力。

3.公司业务员的定期巡场，特别是终端的详细资料(以备公司后期接管防止资源流失)及竞争品牌的动向等。

4.季度的全国性的促销计划与实施等。

九：前期准备

前期准备是市场开拓的先决条件这要求公司为业务人员提供高质量的招商资料与行动目标。

1.招商手册的完成。

2.招商政策(详细的、合理的省、市级代理合同、专卖合同)

3.高质量的图册。

4.业务人员的培训(团队凝聚力、行业知识、产品知识、谈判技巧)

十：总结

当然，好的计划只是市场拓展的第一步重要的还是计划的执行力，市场拓展的效率80%来自执行力。市场拓展不是孤立存在的它依赖于企业的管理水平、营销队伍的凝聚力、营销人员的沟通能力、产品质量、设计水平等企业成功的诸多因素。因此，加强内部的管理，两手都抓，两手都硬，才能使自己品牌腾飞。

**如何写服装销售工作计划书范文通用七**

在竞争日趋激烈的时代，商家为了吸引消费者的眼球，促进销售，应该在每个细节上力求做到与众不同。特别是在卖场上，除了店铺的设计、橱窗的造型等下足工夫，更是在服装的陈列上标新立异，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，成为销售系统中的重要环节。 门头、橱窗、货架、道具、陈列组成了销售终端的全部。门头与货架等属于品牌形象的硬件部分，而陈列则属于品牌形象的软件部分。综观每个品牌，都在硬件与软件上的要求达到高度的统一，以树立起品牌形象，塑造强势的销售张力，以追求市场利润的最大化。但为何未能达到成效，则主要是陈列上没法做到完美。

陈列是以商品为主题，利用不同商品的品种、款式、颜色、面料、特性等，通过综合运用艺术手法展示出来，突出货品的特色及卖点以吸引顾客的注意，提高和加强顾客对商品的进一步了解、记忆和信赖的程度，从而最大限度引起购买欲望。这是陈列的文字定位，也是陈列向消费者展示的功能。作为营销系统中重要的一环，如何陈列好商品，应从以下几点入手。

货品陈列方式：作为服装来说，陈列一般分为叠装与挂装。

叠装：一般是通过有序的服装折叠，强调整体协调，轮廓突出，把商品在流水台或高架的平台上展示出来。这种方式，好处就是能有效节约有限空间，一个卖场，其空间是有限的，如果全部以挂装的形式展示商品，则卖场的空间不够用。此时采用叠装，以增加有限空间陈列品的数量。这是叠装的优势，但劣势是无法完全展示商品，因此，它配合挂装展示，能增加视觉趣味与扩大空间。

叠装陈列时应注意以下几点：

●强调视觉，在色块掌握上，原则应是从外到内，由浅至深、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。

●同季节同类型同系列的产品陈列同一区域。

●叠装要拆除包装，薄装每叠4-6件为宜，厚装以3-4件为宜，衬衫领口可交错摆放。每叠服装型号及尺寸系列为自上而下，由小到大。

●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款式的海报、宣传单张，以全方位展示代表款。

挂装：一般是以衣架把衣服挂上，这样才全面展示商品的特性，易于形成色彩视觉冲击和渲染气氛，使消费者一眼就能认识了解该商品。但在有限的卖场，不可能过多的以挂装陈列，一般是挂装配合叠装。这样，一方面，能合理运用空间，另一方面，也使整个商品陈列，有层次感。挂装陈列时应注意以下几点：

●每款服饰应同时连续挂2件以上，通常不超过4件，挂装应保持整洁，无折痕。

●同一系列款式的货品使用同一种衣架，

●挂装号码序列为：自前向后，由小码至大码;自左向右，自小码至大码。

●挂装的正列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，各有各的好处，也各有各的不足，视具体情况而定。但是，不管采用何种方式，都必须考虑以下几点基本要素。采用这些原则会帮助企业从整体角度安排各系列产品，给予特色产品最显著的位置。怎样将不同种类产品相搭配及色彩的搭配处理等等，形式精练而内涵丰富的整体展示目的只有一个，就是促使销售的达成。以焦点来形成吸引力每一个展示面上，率先吸引注意力的视点即为焦点。

比如整个店铺中的焦点即为收银台后形象标志牌。焦点通常位于视平线或视平线的上方，色彩对比强烈的pop宣传画，或产品的组合往往设定为焦点，它可有序引导，引导消费者的注意力，并起一定的呼应和提示的作用。因此，服装品牌在终端形象上，重点塑造形象标志牌，这种直观的宣传，能传达品牌的商品信息，促进销售，宣传品牌。以色彩渲染氛围色彩的运用，对于陈列来说，起着主导的作用。有序的色彩主题给整个卖场主题鲜明，井井有条的视觉效果和强烈的冲击力，陈列中较多运用色彩对比设定为焦点，或营造货品陈列的色彩渐变效果，使顾客产生购物的冲动，协调和层次感，并轻易锁定目标商重复效应可营造视觉趣味，突出连续和整块效果，注重统一和对比，同时高效利用空间，形成强烈视觉冲击力，此原则适用于焦点产品或新款产品的展示。尤其应注重实际操作中的多样重复效应，比如，同一款服饰采用不同出样方式，模特展示，正挂和配搭法同时运用，达到突出重点，最大限度强化形象。

橱窗之陈列橱窗对于终端的卖场来说，好比于眼睛对于人，其重要性不言而喻。记住，这是吸引消费者进店的第一步。而橱窗形象的好坏，取决于两方面，一是硬件设计，二是软件维护。因为这篇文章是讲陈列的，所以，只侧重于软件维护。

●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。

●若需陈列的货品较多时，则应选取与季节有关衣物，千万不要陈列一些不时兴或不适合潮流的服饰，以损坏品牌的形象。

●专卖店的营业员在每天上下班，都必须检查橱窗之衣物是否清洁、整齐，其他推广宣传牌位置是否妥当，不要因为这些过失，使橱窗显得零乱，影响形象。

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，强化管理体制，提高抗风险的免疫力。作为服装销售的末梢神经-终端专卖店，有三个因素，决定着专卖店开得是否成功。一是硬件，在专卖店的选址上要选择繁华的商圈之地，这是首要条件。其二是专卖店的员工素质，其三是货品的陈列。这些属于软件建设。在今天，或许有个性的服装陈列，就能抓住消费者的目光，使商家的服装卖得比别人火。

**如何写服装销售工作计划书范文通用八**

xx年已经过去，新的一年又在展开，作为一名服装导购员，现将自己的工作总结及心得总结如下，希望大家能够予以指导建议。导购员在服装销售过程中有着不可代替的作用，它不但代表着商家的外在形象，也加速了销售的进程，而导购员要做好导购工作，除了对商品非常熟悉外，还要具有足够的耐心，并掌握一些服装销售技巧。一般来说，导购员只有对商品有了很好的了解，才能去介绍给顾客，而导购员在给客户介绍产品时，一定要耐心解说，因为客户也希望买到最称心的东西，同时，导购员还需要掌握以下技巧。导购员除了能将服装展示给顾客，并加以说明外，还要能向顾客推荐服装，以引起顾客购买的兴趣，在推荐服装时，我们可以运用以下几点：

1、推荐时要有信心。向顾客推荐服装时，导购员本身要有信心，才能让顾客对服装有信任感。

2、适合于顾客饿推荐。对顾客提示商品和进行说明时，应根据顾客的实际客观条件推荐适合的服装。

3、配合手势向顾客推荐。

4、配合商品的特征。每类服装有不同的特征，如功能、设计、品质等方面的特征，向顾客推荐时，要着重强调服装的不同特征。

5、把话题集中在商品上。向顾客推荐服装时，要想方设法把话题引到服装上，同时注意观察顾客对服装的反映，以便适时地促成销售

6、准确地说出各类服装的优点，对顾客进行服装的说明与推荐时，要比较各类服装的不同，准确地说出各类服装的优点。其次，要注意重点销售的技巧。重点销售是指销售要具有针对性。对服装的设计、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，在极短的时间内让顾客具有购买的信念，是销售中非常重要的一个环节，重点销售有下列环节：

1、从4w上着手。从穿着时间、穿着场合、穿着对象以及穿着目的等方面做好购买参谋，有利于销售成功。

2、重点要简短。对顾客说明服装特性时，要做到语言简练清楚，内容易懂。服装商品最重要的特点要首先说出，如有时间再逐层展开。

3、具体的表现。要根据顾客的情况，随机应变，不可千篇一律，只说：“这件衣服好”、“这件衣服你最合适”等过于简单和笼统的推销语言。依销售对象不同而改变说话方式，对不同的顾客要介绍不同的内容，做到因人而宜。

4、导购员要把握流行的动态、了解时尚的先锋，要向顾客说明服装符合流行的趋势。以上是我这段时间做服装导购的总结，在以后的导购中，我将会及时做好计划及总结，以便更好地做好服装导购工作。

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！