# 最新网吧店长的工作计划 店长的工作计划与目标(大全四篇)

来源：网络 作者：玄霄绝艳 更新时间：2025-02-27

*网吧店长的工作计划 店长的工作计划与目标一所谓的店长的门店管理：是指针对门店本本身的相关硬件设施、设备、环境、文宣、广告、货品陈列等等的硬件管理，其中重点包含以下八项：1、企业宣传广告；2、门店卖场布局与动线规划；3、产品陈列；4、灯光、音...*

**网吧店长的工作计划 店长的工作计划与目标一**

所谓的店长的门店管理：是指针对门店本本身的相关硬件设施、设备、环境、文宣、广告、货品陈列等等的硬件管理，其中重点包含以下八项：

1、企业宣传广告；

2、门店卖场布局与动线规划；

3、产品陈列；

4、灯光、音响、空调设备调控与维护；

5、pop与促销广告；

6、环境的整洁；

7、整体形象。

门店人员管理包含：

1、人力资源的需求整编；

2、招聘；

3、入职；

4、培训；

5、绩效考核；

6、离职；

等等人力资源日常简易管理。ps：培训含职前训练（新人培训、脱岗培训）、在职培训（专业培训、在岗培训）

店长的后勤管理包含：

1、财务管理（主要以日常营业报表整理为主）；

2、仓储管理（主要以进出货报表管理为主）；

3、工程维护（客户安装与维修为主）等三大板块。

门店的信息管理涵盖：

1、市场地板行业信息收集、分类整理、资料档案管理；

2、当地竞品产品、促销、活动等等信息收集、分类整理、资料档案管理；

3、客户档案管理与客户异议处理。

店长的日常营业管理包含：

1、每日营业前、中、后的门店管理；

2、销售团队的日常监督与激励管理；

3、日常小组（早晚会）会议管理；

4、培训与客户异议处理；

5、其他临时突发事件处理。

我们今天先来谈简单谈一下“店长的日常营业管理”

众所周知终端的最高领导是店长，一个终端能不能做到优秀，店长是其中起决定作用的关键人物。您了解合格的店长一天都需要做哪些工作吗？下面我们来看看店长的日常营业管理事务有哪一些。

一、营业前的准备

很多人都知道店长在日常管理商店的时候非常繁忙，但很少人知道，早在店门打开之前的，店长就要开始忙碌。店长要在顾客走进店门之前就做好这些准备：

1.人员签到和检查：

a.确保所有当班人员提前到店并签到；

b.确认人员的工作服装整洁，胸牌正确佩戴；

c.确认上级是否有要交办的事务；

d.召开晨会，晨会的内容应该包括：

\*点名，检查签到本；

\*传达公司文件。包含通知、调令、店长会议情况；

\*宣布昨日营业额、达成率、今日营业指标；

\*沟通今日人员的工作计划与主要职责要求；

\*对店员进行有关的日常培训；

\*对前一工作日工作情况进行回顾和总结；

\*对于当日要促销的，要做好促销活动的说明。

2.店面的整理和检查：

a.带领店员打扫卫生，并根据设定好的查检表（可参照5s）进行检查；

b.开启照明、空调和音响，确保整个店面明亮舒适，空调温度适中（一般保持为27摄氏度），气味清晰，声音大小适中，音乐适合店面使用；

c.确保店面整洁无杂物，尤其是收银台和接待区；

d.检查饮用水、纸杯等接待用品，保证供应充足。

3.商品和营业材料的检查：

a.检查所有陈列样品，做到数量种类完备，外观完好，功能正常（电器类）；促销商品和促销价格标牌的摆放醒目；

b.清点存货，做相应的补货或调剂；

c.检查商品宣传资料，保证版本最新，对于要发放的材料如单张、传单要保证数量充足；

d.检查店外宣传品的状态并确保在标准状态；

e.检查商品包装袋数量和促销品，保证数量充足。

4.现金和报表的检查：

a.检查收银机、pos机工作正常，备用金（零钱）、收据和发票充足；

b.整理和确认前一工作日的报表，并传送公司。

二、营业中的管理

在做好了营业准备之后，店门打开，店长就要开始关注这些方面：

a.亲自接待第一位顾客（表现您的重视，同时也向店员做出示范）；

b.随时关注店内顾客的状态，随时准备帮助店员回答他们的问题，以及处理他们的不满与投诉。

2.店面维护：

a.随时检查店面的光线、温度和气味情况；

b.随时关注地面杂物情况，确保店面整洁通畅；

c.随时检查店面的设备，如照明、空调、音响等。音乐尽可能有较多选择，不要反复放同样的音乐。

3.人员管理：

a.随时检查店员的仪容仪表，及时做出提醒和更正；

b.随时关注店员的销售方法和技巧，做出适当的调整和辅导；

c.随时关注店员的工作状态，必要时做轮休或换班；

d.对店员的求助及时回应，协助处理突发事件。

4.商品和营业材料的管理：

a.随时检查样品和存货情况，对出现的问题做及时处理，并及时订货；

b.随时关注宣传品、促销品和包装袋的数量情况，及时补充和订货。

5.信息收集和管理：

a.随时收集顾客的反馈，并记录整理；

b.有空时找机会到同行那儿去了解情况，打听竞争对手的产品和促销情况；

c.多了解周边商家的促销和销售情况，随时寻找机会。

6.午餐：

a.合理安排店员轮流就餐；

b.收银工作交班时应及时监督；

c.检查上午的营业指标，做出调整和促进；

d.跟进店员的工作完成情况。

7.高峰期：

a.紧密关注存货和备用金情况，并及时做应对处理；

b.敦促店员做好店内人流量记录，并抓紧机会加强促销工作开展；

c.检查上午的营业指标，做出调整和促进；

d.跟进店员的工作完成情况；

e.注意店内形迹可疑的人员，做好防盗工作；

8.晚餐：

a.合理安排店员轮流就餐；

b.收银工作交班时应及时监督；

c.检查当天的营业指标，记录整理；

d.与店员交流当天的营业情况，了解他们的想法和状态，并给予适当支持。

三、营业结束

终于到了打烊时间，忙碌的一天结束了。但是，一名优秀的店长可不能就这么拍拍屁股下班。在下班之前，店长还要做好这些工作：

a.安将店外的宣传品等收回店内，安排店员分工做好店面的卫生打扫；

b.关好空调、音响和灯；

c.饮用水等材料不足的，预订第二天送达；

d.锁好店门。

2.商品和营业材料整理：

a.清点样品和存货，做好存货清点和补货申请；

b.清点宣传资料、促销品和包装袋，不足则要补货。

3.人员：

a.店员下班签字；

b.向店员表达感谢（注意一定要诚恳，因为正是有了他们，您的工作才更有价值）；

c.如第二天不上班，应提前做好代理店长的安排。

4.现金和报表的整理：

a.清点收银机的现金，确认无误后锁入保险箱或存入银行指定账号；

b.清点发票，数量不足时提前做好申领；

c.整理当天营业报表，准备第二天提报。

四、店长营业管理注意事项

以上是门店营业管理硬指标，所有的事都必须在店长与全体的店员（促销员、导购员、后勤人员）等的全力配合下，才能够完成当天的完美营业状态，所以每一个门店的组成分子的协作，店长的门店团队建设、沟通和激励是非常的重要，尤其是心态建设。

1、一日之计在于晨

店面每天开始营业前的店员心态调整是非常重要的，开店前的早会，是激励员工士气的最好时机，千万别一早就开始训话，我想没有一个人会有好心情的，没有好心情下来的工作我想会有效率，那是不可能的，早会时间不宜过长，以十五分钟最适合。

2、业绩取决于团队建设

一家门店的整体业绩如果是靠一个人完成，那是一种危机，团队的协作与沟通是整体门店业绩提升的主要管理要点，而良好的沟通环境与技巧，是非常重要的。

3、执行力是门店管理的指标

一家门店管理的好不好，就看执行力的效率与绩效，执行力的四个要素就是团队建设共识、培训、激励和绩效考核。

4、日常心态建设与培训

人有了想法才有了看法与说法和做法，一切的想法都是来自于日常所接触环境、人、事物所造成的影响，根据过去自己所接受的信息与知识，加以判断而采取处理的手段和方法，所以日常的门店和店员的观察、聆听与同理心的应用是非常需要的技巧，有效且针对性的培训课程，有利于门店团队人员的素质提升有所帮助。

5.营业结束的总结与反省

每日的营业打烊检讨与反省的习惯，不是例行公式，而是必须确实执行，也不是交代了事，那是修正与提升营业绩效与业绩的最有效的习惯，有效的营业打烊简短会议，有助于让整个门店让全体门店经营者(店员、店长以及老板)了解门店经营情况与修正改善缺失，时间跟早会一样不宜过长，以十五分钟最适合，这不是仪式，最后的“各位同仁辛苦了，回家路上一路小心注意”虔诚地由店长的口中娓娓道出，记住千万别敷衍了事、态度随便。

6、店长的以身作则

上梁不正下梁歪，中梁不正倒下来，店长就像是一个中梁砥柱，店长的行为举止如果有所偏斜，整家店的经营管理，就很容易倾斜与下滑，店长的以身作则，是整家门店经营管理制度与政策，可以得到彻底执行的风向标。

**网吧店长的工作计划 店长的工作计划与目标二**

（一）销售情况总分析

10年各店总销量为：一千三百九十六万八千四百三十九元

1、销售情况总分析

图表1本年度总销量为13968439元，销售最好的月份为10月份，其次为11月份、9月及7月份，所以区域今年的销售旺季基本上就是在10月份的前后，与去年相比少了一段时间，去年的销售旺季是集中在5月份前后及10月份的前后有两段销售旺季期；5月份拿销售比较稳定及突出的来看，这个月均是两店年度销售最差的月，再结合的实际情况在五月份前后我们的销量一度萎靡不是偶然的，应该是与的举行有着直接的联系，因为在这一段时间里各店有一个共同的反应那就是客流量突然少了很多，尤其是店这个问题非常的突出。而且在这个时间段上不仅我们红木其它的现代家居销售情况也不理想。

2、各直营店销售情况分析

（1）、由图1可以看出在这一年里，销售比较突出的是店，在销售旺季期每个店都有比较好的表现的时候它会有更好的表现，但是它的销量与商场的一些活动直接挂钩，因为它地处比较偏僻，在销售旺季期商场的活动会带来很多的客流，所以它的销量也会明显的上去。

（2）、在图1中销售比较平稳的是店，因为它的位置在市中心，客流量相对来说比较稳定，所以除了五月份的突然下降及11、12月份的商铺撤场来看它一年的销量都很稳定。

（3）、图1中显示区域最有规律及代表性的直营店应该算店，店虽然很小，只有90平米。但是从图1来看它一年的销售情况非常符合市场规律。它5月份前后的销售旺季期及10月份前后的销售旺季期都很明显。也就是说在本年度中店还是有两段销售旺季期的。这与它所在商场及商场的位置有很大关系。所以我们在这边的店面如果面积大一点的话，一年里应该会有不错的销量。

（4）、店7月份开业以后，销量稳步提高，整个销售趋势来看都很不错，在来年的销售中应该会有很大的潜力及不错的表现。

（5）、在图1中年度表现较弱的为店，刚开业但是它开业前两个月的销量不亚于店，所以后期的销售情况还有待观察。

3、3、各店租金情况分析

（1）、本年度在面积最大，租金最高。年销量为4773466元，年租金为1087800元。年销量租金比为：4.39；09年度的总销量为4017736元，年租金为865800元，年销量租金比为4.64。虽然今年年度销售提高11.88个百分点，但是在租金、材质价格及员工工资都同时提高的基础上销量提高度所占的比例非常的小，可以说今年的销量很不理想。（本年度3月份装修，影响了一个月的销量）。

（2）、店7月份二楼撤的场，没撤场前面积有1346平米，租金 117720元；7月份撤场后面积506元，租金65974元。10年总销量为3592722元，年租金为1153910元（略有出入）年销量租金比为3.11。

（3）、店本年度总销量为844826元，年度总租金为160050元。年销量租金比为：5.28。

（4）、店本年度总销量为1473202元，年度总租金为327600元。年销量租金比为：4.50。

（5）、店本年度总销量为1051778元，年度总租金为921456元。年销量租金比为：1.14。

（6）、开业均不到半年时间，在此不做分析。。

（二）影响销售的原因分析

产品及店面等原因影响销售情况分析

1、材质原因影响销售情况分析

（1）、各材质年销量占年总销量的百分比

红酸枝：45.13%；鸡翅木：31.33%；紫檀：6.315%；越黄：1.765%；布艺：0.87%；工艺品：1.17%；螺钿：0.06%；花梨木：13.03%；围屏：0.33%。

（2）、各材质销售情况分析

全年红酸枝的销量虽然占主体，但是主体地位不明显。因为酸枝每公斤的价格均在鸡翅木的两倍以上，但是销售比例上只是略高于鸡翅木。并且在全年中有六个月的鸡翅木的月销售总额远远的高于红酸枝的月销售总额分别为2、4、5、6、7、8月，鸡翅木的销量占如此高的比例，也会直接影响到我们单月及全年的总销售额。

花梨木从六月份开始上市，在 8.10.11月份也有不错的表现；紫檀的销量也占据了一定的比例比越黄销的要好，但是总额也不突出。

除家具外，工艺品的销量在布艺、挂屏、围屏里所占的比例最高。

（3）、影响材质销售方面的主要原因及建议

制约酸枝销售情况不理想的原因主要集中在：

a、不能写学名，让一部分顾客在购买时产生心理抗拒。

b、订货时不能满足顾客拼板的要求，让部分顾客不放心购买。

c、红酸枝产品出样过少。

这三方面的原因之所以比较突出主要是因为在同商场的其它的红木品牌，他们基本上都能写学名，订货方面的操作也比较灵活。以红酸枝的出样为主，年年红花梨较多，酸枝会在学名上写基材、辅料，显得专业一点。友联（代理商）店里面的产品材质会乱，一律学名标识。但是装修及摆设方面会显得高档。倒是元亨利同样拒绝学名，但是可以承诺顾客的拼板要求，以酸枝产品出样为主。

建议:克服这方面主要措施是提高店内的档次感，现在开的新店整体档次已经上去了很多，而且现在广告推广我们也已经很占优势了。但是在产品布置方面还是存在很多不足。零零散散的不配套产品；新店开张配套过来的鸡翅木与花梨木，首先产品档次感上不去，其次鸡翅木较暗的灰色与花梨木较暗的黄色搭在一起出不来红木那种稳重感觉。

过乱的布艺搭配，不仅无法提高档次反而在视觉上会显乱。布艺配套不宜多，更忌不配套的乱。主打产品上要全要配套，通过陪衬我们的家具而让家具、布艺及店面三者在档次感上有一个提升，而现在最大的问题是店面与家具及布艺的凝聚感不强，还有挂屏也有点杂乱。希望能够在发货方面尤其新店的发货方面加强备货方面的沟通。

2、店面原因与销售情况分析

（1）、家具商场情况分析

（2）、红木品牌市场情况

（3）、所在家具商场的情况

a、地处，郊区偏远。07年开业新商场。商场面积位于家具行业之首，商场品牌加上广告宣传力度再加上国际家具村的卖点后期市场应该会不错。

b、店地处普陀区市中心，地段繁华、客流量大；商场07年开业，管理及广告力度都不行。现各商家已开始撤场，楼上只剩下1家楼下有3家。我们现在应该计划撤场时间。

c、店地处普陀区澳门路，此地段人流量也很大，99年开业已有12的时间，商场比较成熟，商场品牌、广告力度地段都很好。应该会有稳定的销量。建议此商场换一个较大的店面。

d、店地处闵行区吴中路，商场地段也不错。99年开业已有12年的时间，商场成熟，品牌方面也不错。只是在商场比较侧重布艺在家具方面会弱一点。

e、地处浦东杨高南路，郊区偏远。商场02年开业已有9年时间，商场成熟，但是档次不高，美联进驻时间最长有3年的时间。销售情况还不错，后期的销售情况有待观察。f、地处普陀区真北路，新商场10年7月份开业，边上的老商场 20xx年开业，在上海

四家红星美凯龙里算最好的，明年的销售情况应该会有不错的表现。

g、地处浦东沪太路，店面较小，位置郊区偏远。10年5月份开业，新商场。

（4）、所在商场中竞争品牌的市场情况

虽然每家商场都有总结出一家跟我们竞争最为密切的店铺来进行分析，但是在目前的情况下并不是每家商场都存在密切的竞争对手。就拿真北红星来说，半年的销售过程中，只有一个顾客是通过商场过来成交的。其它的都是老顾客及老顾客介绍或通过网站及广告等形式达成成交的。也就是说在成交顾客中基本不存在什么竞争，因为他们是直奔连天红的牌子来的。这与我了解的情况基本相符，真北红星的店长反映的是，在她们的销售过程中除一例在艺尊轩购买好后褪单到我们店里重新购买的顾客外，没有遇到顾客在购买时拿我们的品牌与其它的品牌做比较的情况出现。这也说明我们在竞争中已经形成了一部分自己特定的顾客群

、竞争原因影响销售情况分析

（1）、同商场内其它品牌的竞争情况

由连天红所在本商场所占的市场情况中可以看出上海的7家直营店，在7家商场中都不是销售最好的品牌，每家商场中销售最好的品牌年销售额都在我们的两倍以上，元亨利、大家之家一家店的年销售比我们七家店在上海的年销售额还要高出很多。这说明我们品牌在上海的市场竞争中只占据了很小的比例。

广告效用让我们的订单数增加了，对于来说销售额却没有增加多少。各店在一年的销售中超过30万的单子一共接了3个，无一单超过40万的。订单数额多数都集中在10万左右，所以要提高我们的市场份额，必须在大顾客的竞争方面增加力度。

（2）、不同区域间的竞争情况

在销售中区域经常会遇到外地的顾客，在09年的顾客中有陕西、东北、昆山、浙江、合肥的等，但今年这种情况已经很少了。所以其它区域我们本品牌也存在竞争的情况，今年的订单中只有两笔外地单一笔是宁波的我们老顾客介绍的，一部分是在宁波成交，一部分我们通过电话在上海成交。一笔是昆山的，顾客在我们店了解的产品。最后成交是店里面的店员与师傅坐车去昆山签的合同。这两笔也是可以在外地成交的但是为了增加上海的营业额最后还是在落单了，当然还有几笔是顾客直接到外地成交的。因此随着直营店不断在其它城市陆续的开业，这边会转介绍到其它区域一部分顾客，但是其它区域转介绍到的顾客微乎其微。

质量原因影响销售情况

在商品质量方面通过跟店里面师傅的沟通及对其他品牌的了解及观察，我们一直处在一个比上不足比下有余的的情况。主要是在细节方面的处理上不到位，一年中所表现出来的主要方面有：

1）、高低脚的情况较严重，如果是普通的桌椅店里面的师傅可以解决。但是出现在铜件包脚的家具上面就很难解决。一批货里面会出现多件家具存在高低脚的情况。

2）、隼卯结构，部分家具隼卯结构不配套。卯过大隼过小，卯眼多出的地方用木屑来填补，百联店已有顾客反映此问题。师傅也感觉到了此问题的严重性。

3）、拼板，桌面多次出现5厘米左右的拼板。已有因此情况造成顾客退货的情况出现。

4）、色差，较大的色差现象依然存在。

5）、过大的收缩缝影响产品的美观。

总之，产品的质量在不断的提高，大家有目共睹。但是在细节方面的处理上还有待加强，从整体来看我们的家具质量让大部分的顾客都很满意，尤其是雕刻方面。加强产品的质量，把好产品的出厂关同时降低售出产品出现质量问题的情况。会让顾客对我们的产品更有信心，从而不断的提高销量。

小结：

通过以上分析，影响年销售额在这方面的主要原因有以下几点：

1）、由于部分商场偏僻及无广告投入影响到了我们的销售。在五月份显得非常明显，月星店在五月份时通过图1可以看到有个明显的上冲，这是因为月星商场的位置不偏而且商场有自己的活动、广告推广。

2）、五月份的世博会对我们五月份的销售造成了一定的冲击。除月星在五月份有一段小小的上冲外，其它几家店在五月份无一例外的销售萎缩，百联店跟吉盛伟邦店表现的尤为明显。

3）、在上海同商场的红木品牌竞争中我们不占优势，面对上海的本土品牌及其它品牌的竞争，我们的优势不突出。尤其是在大顾客的竞争上就更显被动。在年销售过千的店面中，她们都有自己过百万的大订单，而我们过40万的订单都绝迹，这是我们提高销量的一个突破点，也是一个值得思考的问题。

4）、产品的配套不全、店内样品不全、订货时间的过长以及过多的鸡翅木、花梨木的出样也是影响到我们销售的一方面原因。

5）、连天红其它区域直营店的增多分解掉了我们一部分顾客。

6）、产品质量问题的出现降低顾客对我们产品的信心，影响再次购买及介绍朋友过来购买。

、顾客原因影响销售情况

（1）、成交顾客总分析

由图表四可以得出我们成交的顾客中所占比例最大的一部分是通过广告及网站成交的，这部分顾客在一年成交的顾客总数中占了31.97%，仅次于这部分的是我们的老顾客，老顾客的比例占了一年中成交顾客比例的30.15%，其次是通过所在商场找来的顾客达成成交的，这一部分的比例为24.09%；当然通过老顾客、朋友介绍达成成交的比例虽然排在最后，但是这块比例也不可小看，它也占了12.73%，那么随着我们顾客的不断积累及店面开业时间的增长，相信这个比例也会相应的增长。

店 长 工 作 计 划

为加强对店面、店员有效管理，使店长工作正常、有序的履行，避免出现无章可循的情况，特制定此计划。

一、早班：按店规规定穿制服上班，早八点半开门后，安排一人打扫卫生，一人在试衣间涂眼影、唇彩、腮红（时间不超出五分钟），后轮换。八点四十五分安排早班工作，具体为根据店内圈圈账制定配货清单，交给业务经理，整理样面（橱窗模特、灯模三日一换）。后二人轮流站于店前处迎宾。

为防止因样面空缺或地面不清洁导致扣分发生店员和负责人之间出现扯皮、推诿情况，二人应分清所负责片区。

注意要点：因早班相对客流较少（除节假日外），将工作重心着重于进销账、圈圈账和导购员作一些短时间的案例交流（但不能影响销售）、短期备货、店堂环境及一些后勤工作。

二、午间交接：下午班店员\*\*点进店后，店长和副店长进行现金、账目的交接，店员进行货品的交接，交接后店长和副店长在工作日记上签字确认。如店长、副店长提前交接完毕，应协助店员点货。常规班中午交接应清点上班所销售货品的库存，另外每周二中午两班清点所有货品的库存。

三、下午班：下午接班后，主要注意四个问题，应于店堂无人时逐次检查。

销售灯光 卫生 样面

至晚七点整，开始作销售日报、圈圈账、进销存卡。

注意要点：下午班时，由于工作时间较长，顾客流为时断时续，一定注意调节好本人和店员的精神状态。临下班时，同中午交接班一样，一定要四十五分钟内独立完成销售日报、圈圈账、进销存卡。

四、月末盘存：每月最后一天晚七点全体人员盘点。尽全力在一日内完成盘货及对账工作，第二日作好盘存报表交给会计。

五、整店销售：不要把视野局限于个人利益或只考虑为老板创造多少利润上。

应考虑怎样把店内团队的气氛带动好，把工作环境如何调整到让各位员工感觉舒适，如何让能者上、庸者下。

应考虑怎样把\*\*\*品牌做到地区文胸行业的第一品牌

应怎样把没有品牌概念但有消费能力的潜力顾客充分挖掘出来

应怎样把已经认同我品牌的顾客能够长期锁定并通过口碑效应带 来新主顾而且不仅仅是因为你所给的折扣低

这是我们现在面临的一些难题，希望我们共同努力。

**网吧店长的工作计划 店长的工作计划与目标三**

了解公司年度市场开发计划，主要应了解以下方面的内容：增加店铺的数量；扩大单店面积；提升单店增长率的计划；折扣促销、赠送礼品、vip客户管理计划；地域倾向计划；价格调整计划；广告及媒体宣传计划；上一年度本季资料等。

服装设计师在入行新一季产品设计时，陈列师淘宝开店能赚钱吗要做的并不是等待，而应该随时了解服装设计师的思路及进展，与此同时，启动新一季终端陈列策划案。

品牌每一季的面料订货种类通常比较多，有时数量会超过百种，此外面料的成分、订货量的多少、到货日期、针对面料的设计方向等都是陈列师必须掌握的信息。仅凭头脑是不可能全部记住这些信息的，也无法完全用色彩、图案等来分辨，陈列师应该按照公司统一的编号与其他部门沟通，提高工作效率，同时避免不必要的麻烦。有了这些信息，该产品系列的上市时间，卖场由哪些面料、服装组成，店铺的大概布局和构思就应运而生。

在进行陈列策划的过程中，有一个非常重要的程序，即面对上百种面料进行色系整合。服装设计师在进行服装设计的时候不怎样进行网上开店是已经有色彩搭配方案了吗？没错，服装设计师在设计服装的时候一定会有一套色彩搭配方案，但仅有一套而已。作为陈列师，只有一种搭配方案远远不够，因为服装设计师的搭配方案不一定能够应对所有店铺的实际情况，不一定能被市场认可，这时第一反应就是通过更改陈列促进销售，这便是陈列师所准备的第二方案、第三方案大显身手的时候。

成衣库存分为两种，一种是销售较好的畅销库存，一种是销售不好的滞销库存。畅销库存自然不必担心，关键在于滞销库存。如何将这些卖得不好的款式与新一季的\'货品重新组合，带动滞销库存的销售，这是陈列设计师必须考虑的。陈列师有责任通过自己的二次陈列搭配、组合设计为公司清减成衣库存。比如增加上衣与配饰的组合搭配方案dnf怎么开店，增加裤装的搭配、配饰的作用等。

当年比较受欢迎的面料，企业可能会进行大量采购，这种做法很可能导致第二年面料有剩余，企业会将剩余的面料继续设计、生产成好卖的款式。陈列师此时要做的是掌握这些剩余面料的数量，通过剩余面料数量的多少判断该款服装的生产情况，制定相应的陈列方案。另外，一些曾经不好卖的剩余面料也需要陈列师关注，企业可能将它们重新设计成新的款式、重新加工染色或作为服装的辅料。总之，陈列师要了解它们的动向，因为总有一天，它们会变成成品，成为本季服装系列中的组成部分，而提前规划它们的陈列方式，将决定这些库存能否与新一季服装系列完美融合。

配饰的开发通常由服装设计师完成，但国内很多服装设计淘宝开店成功经验师还不具备这样的能力和精力。如果公司没有专门负责配饰开发的部门，那么这项工作应该由陈列部门承担。至于原因，一句话就可以概括：\"巧妇难为无米之炊\"。没有配饰的陪衬，想将陈列做得出色很难。试想一套深色的职业装，如果连胸针、丝巾、包袋这样的小配件都没有，要如何出彩？

配饰开发订货计划表是根据新一季的面料订货、生产安排和新品上市计划制定的。配饰开发最见实力的两点在于：

一是配饰的色彩与本季的服装主推色完全吻合或十分搭调。陈列师提前找到面料的色卡，在开发配饰的时候，把与某一块或某几块面料相匹配的标准色准确地提供给制造商，以免开发出来的配饰无法搭配服装的色彩。

二是要开发专属配饰。chanel一直流传下来的经典配饰之——与服装面料相同质地的山茶花，就是上面所说的专属配饰，这种配如何在阿里巴巴开店饰与服装的搭配完美无缺，并且独一无二。

**网吧店长的工作计划 店长的工作计划与目标四**

经过在公司两年多的工作和学习，我对大中连锁经营的模式有了更加深入的了解，也感悟到了很多，在大中这个大家庭中，领导的帮忙，团队的氛围，使我有机会学习并提高自身素质，以及连锁店的综合管理潜力。

如果我是一名店长，我认为我的个人优势在于：做好店长工作计划，有较强的学习和适应潜力，理解潜力强，组织潜力精，沟通潜力好。当然我也有不足的方面，例如：经验不足，所以我还要多多的向各位同仁学习，但我也具备了店长的基本素质：我爱岗敬业，工作踏踏实实、一丝不苟、不弄虚作假，每次遇到困境和难处我总是自我效验，从不怨天尤人，同时也具备了店长应具备的才能，我有严于律已、诚信为本的优良品质，我信奉诚实待人、严于律已的处世之道。

我以前在多个门店工作过，既要维护高层的权威，又要同店长、经理、管帐和员工相处融洽。正因为我有良好的人格魅力和做人宗旨，与共事的同仁们建立了深厚的感情，到旧宫店工作以来我在日常生活和工作中，不断加强个人修养和专业知识的磨砺，以勤勤恳恳做事为信条严格要求自己.

为了我所在门店的正常发展，我想公司能做到有法可依，我定会做到有法必依，执法必严，违法必纠，我会在第一时间理解好公司所下达的各项指令，以最快的速度下到达店内各部门，并督促各部门渐渐落实到位且不能形式化，要具体落实到每个人、每个点，让部门连成一条线，门店组成一个网，公司展开一个面，也就是说让点连起来成线，线组起来成网，网叠起来成面。我想也只有面扑开了，公司才能更快的发展，更加的强大。

另外我认为做为一名店长不只是需要理解上级下达任务的目标是什么，更重要的是如何到达这一目标，所以我的做法就是坚持做到“五要”，为今后执行公司的任务打下良好的基础，其中“五要”是指：

1、要沟通：经常与我店周边地区并且与店内经营相关的地方政府及相关部门沟通“如：城管、派出所及我店所在的物业部门”，为今后我店在店外搞各种促销活动需要帮忙时创造良好的条件。

2、要务实：即是眼睛向下看，从小事踏踏实实做起，为今后的工作打下良好的基础。

3、要交流：经常与各部门经理、员工及促销交流，了解店内及店外自己所不明白并且与店内正常销售息息相关的状况，真正做到取他人之长，避己之短。

4、要了解：即任何未以前历过的事情必须要了解这件事的过程与结果，真正了解了才会把这件事做的更加完美，所以对于工作当中所遇到的任何问题我都要了解这件事的过程与结果，分析利弊才能实施。

5、要总结：总结过往经验，将未曾做好的事情吸取教训，已经成功

的事情寻找实施时的不足，把这些经验投入到以后的工作中去。

店内日常小事常抓不懈，才能为店面经营管理奠定良好的基础，所以店面行政管理应放在首位。

1．建立逐级管理制度，岗位职责分工细化，自上而下。使工作事事有人管，件件能落实，防止死角现象的出现。

2．注重店内人员的培训工作，培养员工、销售人员的群众荣誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位员工、销售人员充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到懂业务、会管理的高素质人才。

3．建立分明的奖惩制度，以激励和约束员工、销售人员的工作，使全店成为一支团结协作的群众，在竞争中立于不败之地。

4．利用各种合理的、能够利用的条件，创造、布置良好的店面环境，树立良好的商业形象，尽最大努力使顾客在布局合理、宽松、优美、整洁的环境中享受购物的乐趣。

5．以“为您服务我最佳”为宗旨，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。

6．重视安全保卫工作，防火、防盗，将危险隐患消灭在萌芽之中，杜绝因此给公司带来不必要的损失。

7．创造良好的外围环境，协调好与政府部门的合作关系，以减少不必要的麻烦。

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．明确全店销售目标，将销售任务细化、量化，落实到每个部门、品牌、人员，并进行相关的数据分析。

3．在节假日上做文章，用心参与公司的各项促销活动，及店内的各项活动，充分做好宣传及布置的工作。

4．抓好大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到方便、快捷的服务。

5．知已知彼，透过市场调研，分析总结存在的差距，及时调整，以顺应市场的发展变化，提高市场占有率。

6．尽可能的降低成本，开源节流，以减少开支。

以上是我对店内管理的一些设想，如有不足之处期望各位领导加以指正，如果公司领导能够带给这个平台给我，我会用我的努力与勤奋，交上一份优秀的工作成绩单，证明您们的决定是对的，我决不会辜负领导们的信任与期望，我会用我在工作中所学的知识更好的为公司努力工作，我相信“月亮发光是为了证明太阳的存在”公司发展才能映照出我的进步。所以我会在以后的工作中更加努力，更加勤奋。

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！