

最新服装销售员工作计划 服装工作计划(大全5篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

服装销售员工作计划篇一

如何作为一名合格的营销人员，需要一份营销计划；如何作为一名优秀的营销人员，需要一份优秀的营销计划；如何制作一份优秀的营销计划，需要优习网为您提供、搜集的规范模板。营销工作计划模板如下：

(一)、服装产品营销策划目的

要对本服装产品营销策划所要达到的目标、宗旨树立明确的观点(如：提高市场占有率；扩大产品知名度；树立规模、优质、专业、服务的良好形象)，作为执行本策划的动力或强调其执行的意义所在，以要求全员统一思想，协调行动，共同努力保证策划高质量地完成。

(二)、分析当前的服装产品营销环境状况

对同类产品市场状况，竞争状况及宏观环境要有一个清醒的认识。它是为指订相应的营销策略，采取正确的营销手段提供依据的。“知己知彼方能百战不殆”，因此这一部分需要策划者对市场比较了解。

(三)、市场机会与问题分析

服装产品营销方案，是对市场机会的把握和策略的运用，因此分析市场机会，就成了服装产品营销策划的关键。只是找准了市场机会，策划就成功了一半。

(四)、服装产品营销目标

营销目标是在前面目的的任务基础上公司所要实现的具体目标，即服装产品营销策划方案执行期间，经济效益目标达到：总销售量为×××万件，预计毛利×××万元，市场占有率实现××。通过市场分析，找出市场机会，提炼自身优势，确定销售目标。例如确定的目标市场：以行业销售为主(利润和稳定市场)、渠道销售为辅(提高知名度，扩大市场占有率)；行业主要主要系指工矿，交通，建筑，消防，制造，工厂等有一定采购规模的目标客户；渠道销售主要系指区县级的加盟或者代理商。

(五)、服装产品营销战略(具体行销方案)

(六)、服装产品策划方案各项费用预算

这一部分记载的是整个营销方案推进过程中的费用投入，包括服装产品营销过程中的总费用、阶段费用、项目费用等，其原则是以较少投入获得最优效果。

(七)、销售增长预测与效益分析

该部分对营销行动方案投入实施后的效益分析，包括服装产品营销后未来1-5年的销售增长、利润与收益分析、现金流分析、投资回报率等。

(八)、服装产品营销方案调整

这一部分是作为服装产品策划方案的补充部分。在方案执行中都可能出现与现实情况不相适应的地方，因此方案贯彻必

须随时根据市场的反馈及时对方案进行调整。

服装销售员工作计划篇二

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。

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，付三压一，20000元
- 2、装修费5000
- 3、第一次衣服货款20000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

服装销售员工作计划篇三

我国400亿童装商机催促行业发展提速，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。

日前，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。

从产业集群的分布来看，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。

广东童装专业委员会主任委员及生产“力果”童装的广州利维制衣有限公司董事长林维建谦虚地表示，“‘力果’童装取得今天的成功，是国内外市场的需要造就的，‘力果’童装今后在扩大中国内地市场的同时也将加紧开拓国际市场。”据介绍，童装目前已成为中国最具增长潜力的服装品种之一。目前中国16岁以下的儿童约有3亿多，约占全国人口的四分之一，国内城镇居民对各式童装的消费近年一直呈上升趋势，年增长率达26.5%，目前已形成400亿元人民币的童装市场。随着中国生活水平的提高，中国童装市场的消费需要从实用型转向追求美观的时尚型。部分经济发达城市，童装需求呈现潮流化、品牌化趋势。

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。

服装销售员工作计划篇四

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。

服装销售员工作计划篇五

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。