

服装陈列师工作计划 培训服装陈列心得(实用8篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

服装陈列师工作计划篇一

只要多花一点心思观察，许多细节都可以作为设计童装橱窗的主题，吸引小孩子的兴趣。例如，郊外的野花，草坪中的蚂蚱，漂亮的蝴蝶都被定格放大，将孩子们喜欢的假日通过橱窗的形式展现出来，成本不高，效果大，可以吸引不少消费者的眼球，刺激消费者的购买欲望。

童装陈列培训心得之商品陈列要求

有好的销售氛围才会有好的销售业绩，商品陈列的好坏直接影响卖场的整体销售环境，如何做好卖场商品的陈列？卖场商品陈列有什么要求呢？导购员在进行商品陈列时，要给商品足够的展示空间，不给人产生压迫感；要可以通过童装款式、颜色的不同，通过色调与整洁给顾客营造卖场的美感；卖场商品陈列要充实，品种要齐全，给顾客好的视觉体会；同时，可以将相关联的产品陈列在一起。陈列师也可以了解一下童装陈列技巧。

童装陈列培训心得之卖场视觉营造

如今，开品牌童装店的人很多，想要整体提高店铺的业绩，加盟商需要给童装店做好“包装”，吸引人前，再加强导购员培训，双管齐下，才有更大的胜算。

服装陈列师工作计划篇二

又到了写服装销售工作总结时候，这是我做营业员几个月以来第一次写服装销售工作总结，也是因为写了这一份服装销售工作总结我很多的感触，针对这几个月的服装销售情况，我现在将我的销售心得和工作情况总结如下：

在服装销售过程中，作为一个营业员必须掌握很好的服装销售技巧，工作中除了将服装展示给顾客，和详细描述之外，推荐是不可少的。既然是推荐服装，那么就必须以引起顾客购买的兴趣为目的。所以我在推荐服装时，总结了以下方法：

- 1、要赢得顾客对服装的信任感，就必须让自己有信心
- 2、根据顾客的客观条件，展示服装和解说，推荐的服装要是真的适合顾客的。
- 3、手势很重要，配合手势也是一种方法。
- 4、无论是功能、设计、品质每件商品都有自己的特征，向顾客强调服装的不同很重要。
- 5、注意观察顾客的反应，然后在适当时机，适时地促成销售
- 6、准确的说出不同类型服装的不同优点

重点就是销售技巧，这是我在服装销售工作总结中的领悟到的，好的服装销售技巧是获取成功的关键。销售是针对于服装的设计、功能、质量，价格等因素，根据不同的消费人群，让顾客的心理由“比较”过渡到“信念”，最后销售成功。销售中最重要的一个环节就是在短时间内让顾客有购买的信念。那么销售有以下原则：

- 1、对顾客说明服装特性时，要言简意赅，突出服装商品最重

要的特点。

2、随即应变是营业员必备的素质，根据顾客的情况而制定推销语言，不可千篇一律。

以上就是我的个人服装销售工作总结，虽不够完善，但却是这几个月通过自己的认真观察所得来的。在以后的销售过程中，为有更好的营业效果，我将做得更好，及时总结经验和工作中的不足，然后完成一份出色的服装销售工作总结，让自己有更多的收获。

服装陈列师工作计划篇三

对销售终端而言，漂亮不是陈列的根本目的!陈列的作用：提升销售，降低库存!

一、服装陈列的原则 1. 醒目化：为了吸引消费者，便于消费者参观选购，卖场里顺客流方向最打眼的位置，或是顾客站在卖场入口处就能看到的区域，陈列的衣服应当陈列当季主推的流行款式，一般顾客的选择度和接受度都较高;称为店面“黄金区”。顾客走进卖场后大部分顾客在店内都喜欢沿着墙逆时针方向行走，并且容易被明亮的光线、跳跃的色彩或者模特的服装吸引，总忍不住要摸一摸。顾客的注意力往往集中在货架右上方，视线很难顾及到犄角旮旯。男性顾客的黄金视觉中心距地面85cm—180cm之间。店里的角落或柱子后等不容易让顾客发现的地方，陈列一些颜色相对独立，或存货已不多、尺码不全的衣服。卖场的陈列要有时尚感，让顾客从店铺陈列中清晰了解主推产品，主推色，获取时尚信息。根据消费者的心理要求和购物习惯，对于同一品种或同一系列的服装应在同一区位展示。

二、服装陈列的形式 1. 特写陈列：采用烘托对比等手法，宣传店内有特色的服装。利用特殊光源照射或摆在明显位置，突出重点服装。 2. 陈列展示：在服装陈列时，无论采用何种

设施，都要让消费者容易接触服装，方便购买，并有一种美的享受。服装的陈列不是一成不变的，要经常给消费者常变常新的感觉，不断吸引消费者的注意力，创造最佳销售效果。

3. 主题陈列：给服饰陈列设置一个主题的陈列方法。主题以适应季节而变换，它能使当季衣服及时展示，吸引顾客的注意力和购买力。

4、整体陈列：将整套商品完整地向顾客展示，比如将全套服饰作为一个整体，模特型从头至脚完整地进行陈列。能为顾客作整体设想，便利顾客的购买。避免商品因尺码不全，影响顾客购买欲望，模特陈列商品尺码一定要齐。

5、整齐陈列 根据服装的品种、颜色、规格、档次等分别陈列。可以按照圆领、桃领、翻领、分开展示。按货架的尺寸，确定商品长、宽、高的数值，将商品整齐地排列，突出商品的量感，从而给顾客一种刺激，整齐陈列的商品通常是店铺想大量推销给顾客的商品，或因季节性因素顾客购买频率高的商品等。

6、单款陈列：一般为库存剩最后一件或两件规格都不同陈列在一起，是利用不同规格商品之间价格上的差异来刺激他们的购买欲望，目的可以减少店面挂货数量，促使有空间展示其它商品。

7、关联陈列 指将不同种类但相互补充的服饰陈列在一起。运用商品之间的互补性，可以使顾客在购买某商品后，也顺便购买旁边的商品。它可以使得专卖店的整体陈列多样化，也增加了顾客购买商品的概率。它的运用原则是商品必须互补，要打破商品各类间的区别，表现消费者生活实际需求。

8、比较陈列 将相同商品按不同规格和数量予以分类，然后陈列在一起。它的目的是利用不同价格上的差异来刺激他们的购买欲望，促使其因廉价而做出购买决策。

9、分类陈列 根据商品质量、性能、特点和使用对象进行分类，向顾客展示的陈列方法。它可以方便顾客在不同的花色、质量、价格之间挑选比较。

三、 服装店陈列布局

1. 全面有效的展示商品使顾客在店内滞留时间延长是卖场行销的关键所在，顾客心理与视线的双重包围从而促使其完成购买过程。一般来说顾客习惯浏览的路线即是店内的主通道。其中热销款、流行款、主打款应摆放在主通道的货架上，便使顾客容易看到、摸到。至于副通

道一般由主通道所引导用于布置辅助款及普通款商品。 2. 照明对于店内陈列起了很大的辅助作用，不仅可以使产品形成一种立体的感觉同时光影的强烈对比也有利于突出产品的特色，突出店内色彩增强产品吸引力与感染力。 3. 音色设备的主要作用有以下几点a营造购物气氛b迎合顾客心理c 宣扬品牌文化d 疏解顾客情绪 服装陈列色彩组合搭配方法 卖场色彩规划的要点，服装卖场色彩的规划，卖场中的色彩布置不仅要重视细节，更要重视总体的色彩规划，成功的色彩规划不仅要做到协调、和谐，而且还应该有层次感、节奏感。能吸引顾客进店，并不断在卖场中制造惊喜，更重要的是能用色彩来诱导顾客产生购买的欲望。一个没有经过规划的卖场常常是杂乱无章或平淡无奇的，顾客在购物时容易出现视觉疲劳，没有激情的感觉。

一、卖场色彩的基本原理和特点 a□色彩基本原理： 卖场的色彩变化规律，是建立在色彩基本原理的基础上的，只有扎实地掌握色彩的基本原理，才能根据卖场的特殊规律，灵活运用。 1. 冷色、暖色、中性色。 冷色、暖色是指色彩给人以冰冷或温暖等不同感觉的色彩。中性色也称无彩色、由黑、白、灰几种色彩组成。中性色常常在色彩的搭配中起间隔和调和的作用，在陈列中运用非常广泛，善于使用中性色，对服装陈列将起到事半功倍的效果。 2. 类似色和对比色： 色彩根据色彩环上的相邻的位置不同，一般分五种色彩：邻近色、类似色、中差色、对比色、互补色。在实际的运用中，我们一般把它分成两种。类似色的搭配有一种柔和、秩序、和谐的感觉，大都多用于卖场内货架的陈列。对比色的搭配色彩的视觉冲击力强，一般用于橱窗的陈列，或在卖场中作一些点缀的作用，以吸引顾客视线，调节顾客的情绪□ b□色彩对顾客情感影响： 不同的颜色会给人产生不同的感觉，不同的色彩搭配，也会带给顾客带来不同的感受。 1]. 冷暖色：暖色系会产生热情、明亮、活泼、温暖等感觉。冷色系会令人产生安详、沉静、稳重、消极等感觉。 2]. 明度：明度高的会给人一种轻松、明快的感觉，明度低的色彩则会令人产

生沉稳、稳重的感觉。 3]. 纯度：纯度高色彩的显得比较华丽，纯度低的色彩给人一种柔和、雅致的感觉。 4]. 色彩的轻重感：在同样体积，明度高的较轻，有膨胀感，明度低的较重，有收缩感。 5]. 色彩的前进或后退性：明度高的有前进感，明度低的有后退感。 二、服装卖场的色彩特点：根据服装的产品特点、销售手法、销售对象进行分析，服装的色彩特点归纳主要有以下几点： 1. 多样性：多系列、多种色彩共存在一个卖场中是服装的一个特点。每一个服装品牌都有自己特定的消费群，但是即使在同一群消费者中，其审美观也有所差异。因此，为了满足不同消费者的需求，在每一季中推出几个风格不同的系列，通常会有3 — 4个系列，这些系列的色彩和款式也有所不同，这样一个卖场中就会出现多个色彩并存的状态。 2. 变化性：服装是一种季节性非常强的商品，因季节气候的变化更换非常频繁，因此卖场中的色彩搭配也由此变得复杂。特别是在两个季节交替的时候。卖场中经常会出现两季服装并行的状态。

因此怎样安排好卖场中不断变化的色彩，衔接好季节交替时卖场中前后两季节服装的色彩，也是陈列师应该具备的技能。

3. 流行性：服装是商品中最具有流行感的东西，每年流行色机构都会推出一些新的流行色，因此陈列师不仅要学习常规的色彩搭配方法，也要不断地观察和发现新的流行色彩搭配方式，推陈出新，为卖场中的色彩规划不断注入新的内涵。

卖场色彩的基本陈列方式

1. 对比色搭配：对比色搭配特点是色彩对比强烈，视觉的冲击力比较大。主要应用于橱窗展示，还可以用于服装上下装对比，服装和背景的对比
2. 类似色搭配法 类似色搭配可产生一种柔和的感觉，主要应用于服装上下装搭配，服装和背景的类似色搭配。如果卖场全部采用类似色搭配就过于宁静，缺乏动感，反之，过多采用对比色就会使人感动躁动不安，注意规划的比例。
3. 间隔法：色彩间隔，将款式相近，长度基本相同的服装陈列在一个挂通上，将色彩相同或相近通过色彩间隔变化而获得更为丰富的节奏和韵律感。 色彩间隔的技术要点：在采用色彩间隔法的时候，通常先将本柜的服装色彩进行调整——将同样的色

彩归在一起——找出本柜中数量最少的、颜色最出跳的色彩作为间隔的色彩。如该挂通上都是灰色的服装，加进去几件明亮的色彩后，使整个挂通显得活跃了。在一个陈列柜里陈列的服装，不光要注意色彩的协调性，还要注意款式的搭配性，切勿将一些风格不同或其他系列的服装放在一起。货架中的色彩不宜太多，一般在2---4色就差不多了。4. 彩虹陈列排列法：就是将挂在一通杆上的衣服按色环上的红、橙、黄、绿、青、蓝、紫的顺序排列，也像彩虹一样，所以称为彩虹法。它给人一种非常柔和、亲切、和谐的感觉。

服装陈列师工作计划篇四

1、陈列工作范围 a□

陈列方案设计

设计分季橱窗及店铺陈列方案，发布最新陈列信息□b□

陈列业务培训

全系统陈列培训，单店铺陈列培训 c□ 陈列规范管理

制定基本陈列规范标准，监督店铺的陈列规范。

d□ 终端陈列实施 直营店、商场的陈列实施。2、陈列工作的主要内容

c□日常店铺形象巡查：卫生、员工仪表、卖场陈列、货品色彩摆设、橱窗陈列等。

d□建立详细的店铺档案

橱窗、陈列面、中岛、细节设计等。

4、巡店：检查终端陈列实施效果，及时调整陈列的工作安排。
巡店安排：

a类店铺：盐城商业大厦，淮安金鹰，扬州万家福，启东专卖店，此类店铺巡店周期为1~2个月。

b类店铺：扬州时代，马鞍山八佰伴，海门双爱，通州生活馆，南通名都vip会所，此类店铺巡店周期为2~3个月。

c类店铺：武汉三家店铺，苏州人民商场，温州店铺，此类店铺巡店周期为3~4个月。

服装陈列师工作计划篇五

人为什么会穷，机构为什么会老化?其中最关键一个原因：来自心态上的恐惧。不是害怕失败，二是害怕成功，因为要成功就必须付出比别人不肯付出的代价。我们要成功，首先需要付出的就是低下您高昂的头，来个向别人学习。唯有源头活水来，才能增加抗争苦难的智慧和力量，获得生命与生活的真本事、真知识。因个人水平能力有限，不当之处在所难免，欢迎大家批评指正！

一、卖衣服就是卖形象

店铺的生意好不好，不用进店铺，在门口停留几秒钟看看就知道了！看什么，看招牌，看灯光，看陈列，看卫生状况，更可以看看营业员的年龄和员工长得是否标致。买衣服就是买漂亮，卖衣服就是卖形象，如此而已！

买衣服就是买漂亮，现在我们穿衣服除要求舒适合体外，更多的是体现一种对美、对个性、对品牌的非物质的精神上的追求，是自我形象的一种肯定与实现。美是我们服饰产品的基本特征，那么，我们销售服装的场所、销售服装的人首先就应该表现出美。为节约电费而不开灯光、为防止灰尘而不

拆包陈列、员工上班不化妆没有精神，收银台杂乱无章，店铺使用花车特卖，店铺自制、手绘促销海报等等，一却违反美的原则和行为都会使“服装的美”大打折扣，无从表现甚至是损失殆尽。美没有了，形象不存在了，品牌也就失去了生存的基础，就更不用谈发展了!!因此，我们必须牢记“卖衣服就是卖形象”的基本运作原则，店铺的一切操作必须从“美”的原则出发，牢牢树立并用心维护“美”的标准，只有这样，我们的店铺，我们的品牌才可能在残酷而激烈的市场竞争中找出自己与众不同的“美”来，才可能发展壮大，从一个胜利走向另一个胜利!!

二、比较方可见优劣

对于那些业绩不理想却自我感觉良好的客户，一千句话不如下到她专卖店并拉他到同城的竞争对手的店铺去看一看。因为如果单纯地谈她的问题，她会找出很多的理由，什么经济不景气、地方小人口少消费力差、货品跟不上等等，一大堆都是客观的和公司的问题，自己的问题一点儿没有。果真如此吗?须知，店铺的生意不好，是因为大家都慢了一步，所有就不能只找客观和公司的原因了。我曾经到店铺支援就遇到过类似的情况，无论我怎么说，客户根本就听不进去，说的全是公司这儿不对、那儿不对，这个问题没解决，哪个问题也没落实，我听到头都大了;当然客户说问题，反映情况很好，但是看问题不能用这种“您全错，我全对”的观念，后来我灵机一动，干脆什么也不说了，邀请客户到同城的“jeanswest”“bonwe”“fun”去看一看，看下来她自己都不好意思了，我们的竞争对手看不到一个带包装陈列的，看不到一个塑料凳，看不到坏了的灯具。而我们呢，服装全部拿胶袋装起来，把卖场当库房，员工三五两个坐在塑料凳上闲聊，灯具坏了一大片没人理，顾客进店员工招呼也不打，一比较，差距就出来了，这样的店铺又怎么可能创造出优秀的业绩!彻底打破客户“面子、自我保护、自我满足”的心结，站在为客户服务的立场，那么客户也就非常愿意同我们交流，愿意听取我们的意见了。因此说，“好”与“坏”、“优”与

“劣”不是说出来的，而是比较出来的，让客户看到并且明白什么是好，什么是坏对店铺管理出业绩是多么的重要。总之，有比较才能出现差距，有差距才能有提升空间，有提升空间才能有所作为！明白了这个道理，接下来的事情就好办了！！

三、不用怕，只要用心就会好

连锁企业大多数的加盟商应该都是文化程度不高，是从做小生意，摆地摊一点点积累起家的。回想起自己事业起步的时候，很多人都赞叹不予。是啊，生意刚刚起步的时候，一是没钱请人，二是别人也不愿意来帮您，只有自己帮自己，老板员工一个人，拼了命，没日没夜地干。现在生意有了起色，已经有了初步的规模，也有人愿意来帮您了，财务状况又允许，那么请几个人也就顺理成章了。“花钱请员工，用工资买您的时间让您为我工作，当老板的终于苦尽甘来，可以休息了”。有这种思想，那就大错特错了！有些店铺生意不理想，想必与老板成天不在店铺，到店铺只是“指点”一下，认为自己可以休息了，整天忙于交际应酬、喝茶打牌不无关系吧。为什么说这样的思想是错误的呢？因为店铺是您的，生意是您的，老板都不努力，员工怎么又会努力呢？这是个言传身教的问题。又说到责任感，什么是“责任感”，举个例子说，店铺五天不开张，员工不会睡不着吧，但是老板呢，必定是天天失眠了！每个层面的责任感都不一样，有多大的责任感才有多大的工作力度。责任感从上而下是呈几何数的递减，那么我们要求我们的员工又必须达到我们的要求，怎么办呢？想必只有老板更加百倍的付出了。换句话说，老板做到100分，店长才可能做到60分，而员工呢，就只能做到40了。人这个东西，是有惰性的，就好比是上坡的圆球，推则进，不进则退，而老板的作为恰恰就是这些有型无型的推力啊！！

整个企业的工作是从最上层的领导开始的，老板的努力程度决定了整个公司与员工的努力程度。店铺所有的改革必须在老板这里得到足够的强调、重视和示范才可能“开花结果”。

老板固然是老板，但要时刻提醒自己，要从员工做起，从普通员工做起方可永远是老板，方可做成大老板!!

五、老板不妨对员工大方一点

做为品牌服装连锁经营最基层的管理人员，每每到自己的店铺看到员工穿着二流、三流的牌子在销售自己的衣服，看到员工在给客人介绍服装的时候声音小得像蚊子，看到店铺死气沉沉员工没有一点朝气，这是我们有意识或无意识的让我们的员工感到自卑的结果。自卑就是失去自信，而失去自信的店铺不可能是一个优秀的店铺，在经营上缺乏自信的老板也一定不是一个合格的老板。我们的一个老总在接手一个我们的自营铺的时候，问我们的管理人员，店长的工资是多少，当他一听到只有1200元，立即就说，这这么行，立即给我涨到1800。因为他知道，拿1200元工资的店长不可能是优秀的店长，拿1200元的店长也不可能做出拿1800元店长的事情。就这多给的一点点，对老板来说无足轻重，却让整个店铺重新焕发出勃勃的生机;取得了“四两拨千斤”的奇妙效果。

六、让员工专心而后死心

与我们的几个重点店铺的几个店长沟通，我们会发现一个非常奇怪的现象，那就是我们很多店铺晚上的营业额所占全天营业额的比例都特别低，顾客的成交率也不高，而他们大多数时候正好相反，不仅晚上的营业额占全天营业额的比例较高，而且通过最近一段时间的尝试，有时候晚上的业绩甚至还超过了白天的业绩。这是怎么回事呢?另外，我们也知道店铺淡场的时候通过播咪要求我们的员工整理叠装，但是往往播了咪以后就没有了下文，但是他们的管理人员呢，不仅是播咪提醒、打气，还把原来的叠装彻底打散后让员工重新整理。这又是为什么呢?他们告诉我：因为闲下来的时候，就是整个士气和激情下降的时候!!这更让我们深刻理解了“无事生非”的道理!专卖店的特点就是女性员工多，而女性员工最大的问题是心多，她们老是在想，别的品牌报酬如何，爸爸

妈妈男朋友今天怎么样?总之，员工不能把工作做好的原因是因为用心不专一。如何专一呢?简单来说，就是忙，就是动。当一个人忙碌起来的时候，自然就没有时间去想其它问题了。所以，专卖店和公司的管理，大家不要怕员工事情做多了，累着了，您应该害怕的是他们是否有事可做，是否责任和职能还不够多，太清闲了，而员工也应该明白，老板请您来，如果没事可做，您也就没有存在的意义和价值了。

让员工专心可以做好一天的工作，但如何让员工做好一年甚至是两年、三年的工作呢，这就是让员工死心了。老板成功的人生经历本来就是一本鲜活的教材，但这还远远不够。作为一个老板，最重要的是为员工描绘一幅美丽的前景!同时，又要长期努力、坚持不懈地与员工一同分享你的理想和未来，如果老板天天讲五年之后的业务和发展的计划，讲员工现在的经验积累是为自己的创业做准备，又天天鼓励员工去尝试更大的冒险和机会，员工自然明白，公司正在发展，自己也可以和公司一同成长，当一个人看到了成长与前景的时候，自然会为目标而努力，那么老板就可以让跟随您的人“死心踏地”地跟您干事业，追求更大的成功了!!

服装陈列师工作计划篇六

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。

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。

服装陈列师工作计划篇七

这是一个创意弥足珍贵的时代，这是一个不断颠覆前者的时代□xx正在努力摆脱她作为大众生活用品的形象。转而去承载更多艺术创造的内涵以及赋灵性的色彩和看似不经意的各种搭配方式来烘托出不同场合中的穿着方式所营造出的效果□xx在时尚的轮回中重拾经典的魅力、优雅、高贵、性感、神秘…那些时代烙印中不灭的永恒。此刻显得越发充满魅力，重新唤起我们对经典女人味的崇尚。

- 1、树立xxx专卖店的公众形象，赢得广大顾客的关注度
- 2、通过开业活动树立迪赛尼斯品牌形象，提升品牌知名度。
- 3、通过开业活动加强迪赛尼斯专卖店的影响力，为后期销售打下坚实的基础。
- 4、通过独特的活动形式，吸引公众视线，提高传播效果。

- 1、热爱时尚，追求品味的都市新贵族。
- 2、对生活及时尚有一定见解的中上层人士。
- 3、年龄在28—45岁的都市女性。

- 1、凡开业期间全场88折。
- 2、开业期间凡进店购物满888元可获赠xxxx尊贵vip卡一张。
- 3、购物满400送100元代金券一张，满800送200元，以次类推。
- 4、凭邀请函顾客可获得xxxxx送出的纪念礼品一份。
- 5、开业当天dc精彩时装秀。

1、在开业当日举办一场别开生面的时装秀，邀请xxxxx总及经理为开业剪彩，给应邀嘉宾及目标消费群视角和听觉带来的全新感受，直接而形象地展现xxxx品牌的魅力和品位。

2、充分发挥活动优势，邀请湖南分公司xx总及xx经理现场助兴，从而提高品牌的知名度和美誉。

3、品牌文化季刊和形象广告带（vcd碟片）的附带宣传推广：

4、通过往政府机关、大型企业、事业单位有消费能力人发邀请函（500份）并标明开业当天凭邀请函在店铺领取精美礼品一份。

dc时装秀

1、主题背景（时光交错的旅程）尺寸待定

2、舞台搭建、灯光、音箱、模特6名、时间安排等（由模特

公司提供)

3、走秀的五个小主题

(1) 时光交错的旅程 (大主题)

穿越时光隧道，寻找往昔的能量，在静待中挖掘创意，在创意中重获新生。世界纷繁变化，时光在流转中沉淀下经典的永恒，如同智慧之河的宝藏，在时光交错的旅程中，让我们再次寻找。

如此珍贵的财富成为我们在创造的灵感源泉，经过魔术变幻的创意游戏之后，历史的经典在我的手中再次重获新生，散发出更加夺目的光芒。

□2□grunge风尚

怀旧的车轮回到90年代，一度以颓废破败为美的年代，就想grunge本意所指，如泥土与汽油混合的外观。厌倦了极度精致优雅的都市年轻人，开始打破固有观念，寻找一种原始质朴甚至破损的感觉，试图建立一种不完整的、残缺的美，在不完美中发现完美，重新树立新一代的审美观。

(3) 神秘花园

为了目标，我们一路匆匆向前，有多少美好传统被我们遗忘？在这个季节，重拾传统精神成为新的时尚，就想英国那些古老的深宅大院，那些丰茂的神秘花园，埋藏了无数的精神宝藏等待我们去挖掘。继承并不意味着怀旧，在时代的步伐下，新的继承是尊重、学习并重组利用，以现代的角度结合出全新的效果。

(4) 都市部落

自然是我們最大的灵感宝库，我們拥抱自然，就想波西米亚人一样四处采集宝藏，经过现代工艺的加工打磨，让原始的宝藏就像砖石一样闪闪发光，我們对待自然的膜拜不再仅仅是对造型、图案的简单模仿，而是更进一步探索自然，我們获得的将是一种更深入的内在精神——一种有机会，自由的、多元的生活。

（5）新古典主义

时光倒转，曾经的经典经历时间的考验，传承下唯美的瞬间，优雅的古典女性帅气硬朗的宫廷风格成为灵感，古典主义的重现却将其演绎的更加年轻摩登，呈现出完美的时尚新貌。

（6）摩登天空

将性感成熟与叛逆完美融合，展现80年代摩登风格的完美缩影。时至今日，在经济低迷的天空下，让完美重新把玩曾经的疯狂经典，体验辉煌时期的美好，以不顾一切的豁达与乐观心态忘却烦恼，勇敢迎接未来挑战。

服装陈列师工作计划篇八

本站后面为你推荐更多服装工作计划！

1、服装厂计划员岗位职责

3、负责下达月、周指导性生产计划，采用项目管理的方法，逐项落实，实施过程监控；

4、及时调整生产计划，保证重大项目的供货，对于可能出现的问题及时反馈；

5、做好订单的评审、生产前的打样安排、确认、生产各环节的进度物料供应、工艺组织布置、品质状况跟踪落实，依据

生产计划的完成情况、采购物资供应情况，合理调整生产计划达成出货要求。

2、服装厂计划员岗位职责

1、根据销售定单制订后续一系列计划，如：面辅料采购、加工厂等；

2、跟踪计划的到位情况，及明反映各种问题；

3、生产车间的数据核对。

4、完成上级领导交待的其他任务。

3、服装厂计划员岗位职责

3、及时调整生产计划，保证重大项目的供货，对于可能出现的问题及时反馈。

4、服装厂生产计划员岗位职责

1、根据物料需求计划，对面料、辅料、样衣全过程进行跟踪。

2、在生产过程中，出现物料等相关问题进行沟通与协调。

3、确保物料供应准时，以保证货期的实现。