

2023年商场服装销售计划 商场导购工作计划(大全10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。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

商场服装销售计划篇一

我是xxxx年xx月x号来到xx男装专卖店工作的，在不断的学习男装品牌知识和积累经验的同时，自己的能力，销售水平都比以前有了一个较大幅度的提高□xx男装导购工作计划。

现制定工作计划如下：

- 1、严格遵守销售制度：完善的销售管理制度是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识，工作计划□xx男装导购工作计划》。这是我们在下个月完成xx万营业额的前提。我坚决服从店内的各项规章制度。
- 2、结合个人业绩分解，明确本日工作的内容及重点，调整心情至最佳状态，充满自信的面对每一位顾客。
- 3、服从店长的安排，休息与外出要以店柜集体利益为重。
- 4、工作时积极主动，争取在完成完成销售任务的基础上提高销售业绩。
- 5、检讨自己今天工作的情况（包括业绩的完成情况、贩售状态、发生的事情处理是否恰当等），并主动提出自己的解决意

见，做到今日事今日毕，决不将当天能解决的问题遗留到明天。

我相信在今后的工作中，我将做得更好、更完善！

第一，热忱服务。要以饱满的热情面对每位顾客。注意与客户的沟通技巧，抓住客户的购买心理，全心全意为顾客服务。

第二，熟悉家具。了解我们商店每款服饰的特点，对于衣服的款型，模型，颜色，价格，面料，适合穿着场合，适合人群做充分了解。

第三，树立严谨工作作风。不断完善商店家具导购员工作纪律，规范家具导购员工作行为，严防工作组织涣散、凝聚力不强、各顾各工作的情况发生。

第四，加强销售能力。定期对于全店20名家具导购员进行销售培训，锻炼培养大家的销售能力。

第五，扩大销售网络。逐步建立商店的品牌声誉，定期安排兼职人员发放商店家具促销传单。进一步拓展商店电子商务环境，建立起商店的网络营销阵地。

商场服装销售计划篇二

工作的规范有序、卓有成效的关键是靠科学适用的制度作保证，“不以规矩，不成方圆”。团队组建后，我们对值班、交接班、学习、训练等方面都出台了一整套严格、实用的制度，对团队实行准军事化管理，用制度来规范大家的行为，用制度来保证工作任务的完成。如值班队员必须提前15分钟到岗进行交接；队员上下班都必须列队行进，充分展示军人的素质和风采。

商场服装销售计划篇三

百货商场招商工作流程一：确定各部门和机构的管理任务

- 1、各部门分工合作。
- 2、商场进货管理委员会审批被招商企业的资格，并且不定期的对被招商企业商品的品质、种类、销售情况进行检查。
- 3、人力资源对导购员进行面试体检和岗前培训后方可上岗。
- 4、安保对导购人员的身份证、工作证、健康证、暂住证进行审核，与被招商企业签订安全责任书。
- 5、行政部门发给导购工服、胸卡和借用财产管理工作。
- 6、百货商场规定一名经理专门负责被招商企业的日常管理工作，提供其营业执照副本、招商审批表、联销协议、商品样品、价格目录等各种证件。

百货商场招商工作流程二：招商条件

- 1、百货商场对商场招商工作实行动态管理，被招商企业要积极配合，商场有权对无季节影响情况下3个月没完成工作任务的企业或不安商场规定做的企业提出终止协议。
- 2、被招商的企业也必须是具备法人资格的或者是生产企业授权的代理商。
- 3、被招商企业的商品必须实行三包，经营品种也必须是名特优新，杜绝假冒伪劣商品。
- 4、合同期限一般为六个月或一年，如果认为有前途再决定是否续签。

百货商场招商工作流程三：招商审批程序

- 1、招商工作择优招商。
- 2、按照不重复招商和申报在先的原则进行严格的筛选工作。
- 3、对合要求的企业先向商场提出书面申请，商场再提供一系列的证书，经进货管理委员会审批方可发给企业。

【扩展阅读篇】

工作总结格式一般分为：标题、主送机关、正文、署名四部分。

(2)前言。即写在前面的话，工作总结起始的段落。其作用在于用简炼的文字概括交代工作总结的问题；或者说明所要总结的问题、时间、地点、背景、事情的大致经过；或者将工作总结的中心内容：主要经验、成绩与效果等作概括的提示；或者将工作的过程、基本情况、突出的成绩作简洁的介绍。其目的在于让读者对工作总结的全貌有一个概括的了解、为阅读、理解全篇打下基础。

(3)正文。正文是工作总结的主体，一篇工作总结是否抓住了事情的本质，实事求是地反映出了成绩与问题，科学地总结出了经验与教训，文章是否中心突出，重点明确、阐述透彻、逻辑性强、使人信，全赖于主体部分的写作水平与质量。因此，一定要花大力气把主体部分的材料安排好、写好。正文的基本内容是做法和体会、成绩和缺点、经验和教训。

1)成绩和经验这是工作总结的目的，是正文的关键部分，这部分材料如何安排很重要，一般写法有二。一是写出做法，成绩之后再写经验。即表述成绩、做法之后从分析成功的原因、主客观条件中得出经验教益。二是写做法、成绩的同时写出经验，“寓经验于做法之中”。也有在做法，成绩之后用

“心得体会”的方式来介绍经验，这实际是前一种写法。成绩和经验是工作总结的中心和重点，是构成工作总结正文的支柱。所谓成绩是工作实践过程中所得到的物质成果和精神成果。所谓经验是指在工作中取得的优良成绩和成功的原因。在工作总结中，成绩表现为物质成果，一般运用一些准确的数字表现出来。精神成果则要用前后对比的典型事例来说明思想觉悟的提高和精神境界的高尚，使精神成果在工作总结中看得见、摸得着，才有感染力和说明力。

2) 存在的问题和教训一般放在成绩与经验之后写。存在的问题虽不在每一篇工作总结中都写，但思想上一定要有个正确的认识。每篇工作总结都要坚持辩证法，坚持一分为二的两点论，既看到成绩又看到存在的问题，分清主流和枝节。这样才能发扬成绩、纠正错误，虚心谨慎，继续前进。

写存在的问题与教训要中肯、恰当、实事求是。

(4) 结尾一般写今后努力的方向，或者写今后的打算。这部分要精炼、简洁。

(5) 署名和日期。署名写在结尾的右下方，在署名下边写上工作总结的年、月、日，如为突出单位，把单位名称写在标题下边，则结尾只落上日期即可。

简而言之：

总结，就是把某一时期已经做过的工作，进行一次全面系统的总检查、总评价，进行一次具体的总分析、总研究；也就是看看取得了哪些成绩，存在哪些缺点和不足，有什么经验、提高。那么，工作总结怎么写？个人工作总结的格式是怎样的？详情请看下文解析。

(一) 基本情况

1. 总结必须有情况的概述和叙述，有的比较简单，有的比较详细。这部分内容主要是对工作的主客观条件、有利和不利条件以及工作的环境和基础等进行分析。

2. 成绩和缺点。这是总结的中心。总结的目的就是要肯定成绩，找出缺点。成绩有哪些，有多大，表现在哪些方面，是怎样取得的；缺点有多少，表现在哪些方面，是什么性质的，怎样产生的，都应讲清楚。

3. 经验和教训。做过一件事，总会有经验和教训。为便于今后的工作，须对以往工作的经验和教训进行分析、研究、概括、集中，并上升到理论的高度来认识。

今后的打算。根据今后的工作任务和要求，吸取前一时期工作的经验和教训，明确努力方向，提出改进措施等。具体可以参考部分工作总结范文。

(二) 写好总结需要注意的问题

1. 一定要实事求是，成绩不夸大，缺点不缩小，更不能弄虚作假。这是分析、得出教训的基础。

2. 条理要清楚。总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。

3. 要剪裁得体，详略适宜。材料有本质的，有现象的；有重要的，有次要的，写作时要去芜存精。总结中的问题要有主次、详略之分，该详的要详，该略的要略。另外，在结尾处也可以附上下一步个人工作计划。

商场服装销售计划篇四

在商场担任保安的自己当然明白11月份的重要性，至少此刻的我能够通过商场增加的人流量感受到自己肩上的责任有多

么沉重，所以面对这样的问题还是应该早些进行规划才能避免因为意外而让商场蒙受损失，所幸的是以往在保安工作中积累的经验能够为自己此刻的谋划增添许多精彩之处，因此我针对11月份的商场安排制定了这份保安工作计划。

在我看来11月份自己除了在商场外围和门口进行巡逻以外还需要在内部进行巡视，实际上由于之前发生过商场内部的顾客发生争执的意外状况，但是由于自己距离较远导致未能及时处理这起突发状况而影响了商场的形象，所以这次在进行分组以后自己需要作为内部保安人员而进行秩序维持才行，尤其是收银台区域需要重点进行观察并避免因为排队人数过多而产生争执，而且这样做也是为了防止插队事件而造成难以在短时间内处理的矛盾，另外对于人流量比较大的区域也需要注意一些才能从容应对突发状况的产生，这对我来说则需要参与其中才能在商场找到更多的安全隐患。

商场的电梯区域也是需要自己在11月份重点观察的区域，而且对于带小孩为顾客则需要叮嘱对方不要让小孩在电梯区域进行玩耍，即便是使用推车放置预购商品也不能贪图省事而将小孩放在上面，鉴于电视中出现过部分商场因为这方面的问题发生过事故则需要格外小心一些，而且对过于相信推车固定电梯卡槽装置的顾客也要站出来告知对方不能这样做，除此之外则是告知那些有需求的顾客应该在商场的哪些区域找到自己想要的产品。

由于天气转凉则需要对商场火灾等事故做好提前的预防工作才行，因此自己在11月份需要对商场的灭火器材进行更换并确保可以正常使用，而且对于商场外部的消防栓也要划分出一块空地避免被停放车辆所拦住，由于以往并未在商场发生过火灾的缘故导致安全通道被当做临时仓库而储存物品，所以自己应该在和商场负责人进行沟通以后将安全通道清理出来避免因此而遭受损失，而且为了彻底消灭火源需要对顾客做出要求并禁止对方在商场区域抽烟。

其实以上的规划只不过是作为商场保安的自己临时想到的可能性而已，对我来说还需要在后续的时间内根据具体问题再做出相应的调整才行，只不过具备以往商场保安工作经验的自己相信可以在这份工作计划规定的范围内完成相应的任务。

商场服装销售计划篇五

xx年即将成为过去，我们将迎来崭新的一年，在过去的一年里，在公司各级领导的指导、在各部门的大力协助配合、在全体保洁员工的共同努力下，保部按照公司的要求完成了商场内外的保洁各项工作任务。现将保洁部的一年整体工作情况汇报如下：

本年度为规范保洁员工言行、提高工作效率，对《保洁岗位职责》《保洁行为规范》《保洁日常考核细则标准》《保洁流程标准》《绩效考核条例》等相关管理制度进行了重新修订，并新制定了《保洁安全操作管理条例》《客流量高峰期保洁要求》《突发事件的应急预案》《离岗签到规范》等管理制度，使员工的日常工作都有章可循、有制可约，各项制度的实施对提高员工工作积极性、主动性和自律性等方面起到了实效性作用，让员工自动自发地履行各自的岗位职责，使商场内外的保洁工作在原来的基础上有了大的改善和提高，使各区域的卫生质量都达到公司规定的标准。

是为公司省钱的思想，加强了保洁节约意识的引导，号召员工本着从自我做起，从细节做起，杜绝一切浪费现象。其一，卫生间的水不用时及时关闭，减少洗尘推、拖拍的次数。清理垃圾时，在袋子里的垃圾不到三分之二的情况下，把几个袋子的垃圾折合在一个袋子里。其二，对甩干机的使用进行了实际操作培训，制定相关管理制度，减少使用频率，延长了甩干机的使用寿命。其三，对保洁日常工具及设施设备的使用进行严格的掌控，深入了解工具及设施设备的使用情况，工具按照计划用量合理领用；设施设备定期进行维护，并协同行政部门进行物料、设施配件更换的质量及价格把关，把保

洁费用支出合理地控制在预算范围内，真正做到了开源节流。

保洁员工的整体素质，对保洁员工进行了管理规范流程、保洁礼仪礼貌、服务安全意识的多次培训及考核，取得一定的成效，使员工在安全意识、服务意识、整体形象上有了很大的提高；明白自身的素质及保洁服务质量好坏和公司的形象息息相关，全年度有六名员工拾到顾客的手机、钱包、物品上交后归还顾客，受到顾客好评。没有发现一例顾客及商户投诉员工服务不到位的现象，为商户、顾客营造一个舒适整洁的经营、购物环境打下一个坚实的基础。

其一，商场日常保洁工作

1，对外包单位蓝天保洁进行了有效的监督，使外围襄棉路段、人民路段、长虹路段的地面保洁工作基本达到我司的要求。

其二、年度保洁工作

2，完成外围的玻璃雨蓬、步行街的景观灯、二号门上方龙骨的全面清洗工作；并根据春、夏、秋、冬不同季节的保洁工作、商场内外的保洁服务内容及要求做了充分的安排和计划，并全面地落实到位。

其三、计划外的保洁工作

1，完成集团办公室迁移到酒店后新办公区域的开荒保洁工作；

2，完成了商场改建玻璃门的多次清洗工作；

4，完成步行街展台周边的墙面清洗及展台内外的全面保洁工作；

其四、班长及员工的培训工作

其二，保洁员工年龄偏大，文化程度较低，保洁工作时间长、工作单调枯燥，

其三，团队工作建设加强：任何工作都需要和谐的工作氛围、全身心地投入

其四，员工培训工作：

保洁培训工作是一项长期的工作，每年都要对保洁员工进行保洁相关知识的培训，不断地提高员工的综合素质、改进工作态度，增强员工对公司的归属感、责任感、促进公司与员工及管理人员与员工的沟通，本年度的培训工作主要有以下几点：

3，技能知识培训，随着公司不断发展，保洁工作的标准和要求也会越来越高。员工除了具备基本的保洁知识外还需要掌握更多的保洁技能知识才能更好地做好保洁工作。比如：设施的维修保养、地砖的清洁保养、石材的清洁保养等都需要具有专业知识的人员来操作。本年度会对重点加强员工技能知识的培训学习，以适应公司的发展需要；新的一年我们全体保洁员工会以更加饱满的热情和积极地工作态度投入到保洁工作中，为公司的全面发展尽一份力。

商场服装销售计划篇六

xx年全部建二人紧紧围绕“差别化经营，提升品牌内涵”的经营战略以及“打造企业执行力”的管理战略这两条主线开展工作，并取得了突破性的进展。

实际销售完成年度考核计划的130%，同比增加15%，所实现的纯利同比增加381%。确立了武商建二在青山地区市场的领先地位。经营调整成效凸显。全年引进新渠道104个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增加26%和13%。两个工程两

手齐抓。“打造20个百万品牌”和“引进10个成熟品牌”的“两手抓”工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增加36%，占全场销售总额的27%。扩销增利企划先行。突破惯例，通过整合资源，把握热门，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持地区领先优势。

04年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”系统，在一线员工中开展“服务意识”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。三、“执行”观念深入人心，人力资源不断挖潜。以“打造企业执行力”为指引思想贯串全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，牵涉岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。04年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问題：

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常显著。

问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。

问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。

问题四：日常性的销售与热门性的销售差别仍未缩小，反而有扩大的趋势。

问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。

问题六：供给商渠道的整合在04年虽有改变，但功效并不显著。20xx年，青山周边地区的商业竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我们将从以下几个方面重点入手：

一、抓春节市场，力保开门红，誓夺年度目标以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，力保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、精确把握市场定位，实施差别化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实施整体错位，打造地区时尚百货。特别是在地区市场内实现主流品牌独家经营的格式。

三、组建货品部，实施进销分别，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度供给有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而到达地区百货经典的经营格式。

四、以四楼的改革与经营为契机，全面整合场内资源做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为05年的重要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增加点。

五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提升百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。六、狠抓渠道优化，减小因供给商实力弱对经营造成的制约在渠道整合上选择有实力的品牌和供给商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供给商，在营销、价钱、货源、退换货等方面争取更多的政策。

七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销05年的营销工作要突破较为单一的促销模式，增强感情式营销。通过宣传、摆设、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，到达吸引客源，促进销售的目标。

八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型20xx年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训“五个一”工程。同时，加大企业制度的执行力度，进一步规范全场员

工的工作行为，规范的良好工作气氛。

商场服装销售计划篇七

伴随着万达购物广场创建，市场部一直坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，及时正确的找到最合适的营销理念。

职务分析

“商场如战场”，万达购物广场市场部，主要负责购物广场的战略规划与设计，对市场发展趋势做出预测，对目标客户的需求做出预测，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出预测。包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及网上资料、印刷资料、音像资料的制作。一般来说他们并不大量接触零散的客户，而是针对一个目标客户“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。

因此，在下一年的工作规划中，将针对以上几点工作来进行。

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在20xx年的工作重点。

20xx年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发，我们也通过网络了解和电话咨询等，进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的，完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础，以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览，旅游，文化教

育等，形成互位交叉和资源共享，购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩，全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发，很值得我们学习和借鉴。这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了20xx年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向，即时做出调整。

购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是20xx年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象，提高美誉度和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。

在20xx年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。

其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文

化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

重点工作规划

4、在网络上大肆宣传本购物广场20xx年度新一轮大型文化巡展活动。

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

在新的一年里，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在dp点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

重点工作规划

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

总结：

通过了解市场，分析市场，提高部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。

商场服装销售计划篇八

我认为公司新年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与购物环境是工作的关键。

除上述几点重点工作项目外我认为以下两点也是新一年工作计划实施的重点。

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、销售人员的集体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集体，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，减少投诉。

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，积极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、知己知彼，通过市场调研，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。

商场服装销售计划篇九

(1) 辖区（楼）内道路清扫二次，整天保洁；

(2) 辖区（楼）内绿化带，如草地、花木灌丛、建筑小品等处清扫一次；

(3) 楼宇电梯间地板拖洗两次，四周护板清抹一次；

(4) 楼宇各层楼梯及走廊清扫一次，楼梯扶手清抹一次；

(5) 收集每户产生的生活垃圾及倾倒垃圾箱内的垃圾，并负责清运至指定地点。

(2) 业户信箱清拭一次；

(3) 天台（包括裙房、车棚）天井和沟渠清扫一次。

(1) 天花板尘灰和x网清除一次；

(2) 各层走道公用玻璃窗擦拭一次（每天擦数层，一个月内保证全部擦拭一次）；

(3) 公共走廊及路灯的灯罩清拭一次。

此外，楼宇的玻璃幕墙拟每月或每季擦拭一次；花岗石、磨石子外墙拟每年安排清洗一次；一般水泥外墙拟每年安排粉刷一次等。

物业管理公司可将每日、每周、每季、每年清扫保洁工作的具体内容用记录报表的形式固定下来，以便布置工作和进行定期检查。

商场服装销售计划篇十

客服部的工作可以分为两个阶段：短期目标和长期目标。

首先是短期目标：

1，巩固并维护现有客户关系，发现新客户(潜在客户、潜在需求)。

完成目标i可以通过以下途径：

1， 定期选择客户群，进行有针对性的上门回访及促销。

2, 通过电话和信函与老客户沟通, 收集客户的反馈信息及了解客户最新的出游动向。

完成目标ii可以通过以下途径:

1, 在接待来访客户时详细记录来访客户的基本资料及出游动向, 提供新客户来源。

2, 在受理客户来电咨询时记录下客户的基本资料和咨询内容, 列为我们的潜在客户, 在适当的时机将其发展为既有客户。

要完成以上工作肯定要有必备的条件, 目前阶段客服工作应具备的条件包括:

1. 丰富的专业知识。要服务好客户, 必须精通业务知识, 只有业务熟练的客服人员才能给客户以良好的第一印象, 才能让客户放心。

2. 完备的客户资料。拥有了完备的客户资料可以让我们更清楚应该为谁服务。

3. 对客服工作清醒的认识及饱满的热情。

而长期目标则涉及到对客服职能的定位:

客服部门是春秋的服务窗口, 是直接接触客户的部门, 但是客服部门又不等同于普通的门店或某咨询热线。客服部门承担着为客户服务的直接任务, 服务的标准是什么? 谁来制定? 如何评估? (因为服务工作的不可量化性, 因此客服工作的评估很难借助第三方实现) 责任同样落到了客服部门本身。这就对客服部门提出了一个更高的要求, 即: 既要制定服务标准、规范、流程以及信息传递模式(这个标准是有针对性的, 具体的, 可量化评估的) 同时又肩负着监督检查, 考核落实, 评估改进的责任。

但是这中间又产生了一个矛盾，无法量化的服务如何来进行监督检查，考核落实，评估改进？这里就需要运用到iso质量认证体系。“以客户为关注焦点”是20xx版iso9000标准的精髓所在，这不正与我们客服工作的总之不谋而合吗？因此，将iso标准运用到客服工作中来是有必要的，而且只有通过一系列严格的相关质量规定及约束，来细分服务的标准和内容，才能以此来提高服务水平，并且参照相关规定来对服务水平进行监督检查，考核落实及评估改进。这样就解决了前面出现的矛盾问题。

当然，在iso标准的运用和crm理论的研究学习上我也只是刚刚开始入门，在理论与实践相结合的道路上必然会有许许多多问题和阻碍，但是问题总是会随着工作的开展而逐一被发现，既而逐一被解决。

二、具体操作手法

1. 适当的激励措施

客户服务部工作的开展离不开众多某咨询人员的鼎力支持，而对积极提供客户信息的咨询人员无疑应当进行适当的奖励。在这一点上，我们可以参考目前春航机票销售中采取的b2c奖励方法，即首次订单成功的客户记录为引导人的新客户，而该客户今后每次订票成功，该引导人都能够得到奖励。细化到我们呼叫中心，可以理解为：某咨询员提供一客户信息，经由客服人员操作后该客户购买了旅游产品出游，则该咨询员获得一定奖励，而若干月后该客户再次购买了我们的旅游产品，则该励咨询员可再次获得奖励。以此来激励咨询员提供更多的客户信息。

2. “走出去，请进来”

客户对客服部的重要意义不言而喻，但是客服部的工作开展也不能仅仅依赖这个，在适当的时候也应当“走出去，请进

来”。所谓走出去，有两层含义：第一，在淡季时积极进行网格化促销，提高某呼叫中心的知晓度；第二，在遇到有意向的客户时应当积极上门服务，毕竟面对面的交谈比通过电波传达的声音更有亲和力，也更容易显示我方的诚意，从而达到我们的最终目的：将客户“请进来”。

3. 依托呼叫中心大环境，灵活运用客户

首先客服部是在呼叫中心体制改革，前后台彻底分离的大背景下应运而生的，因此，客服部工作的开展同样依托于整个呼叫中心的大环境。而这次绑定无疑正是一个良好的契机。

前面提到的客户是将来客服部工作围绕的中心。客服工作与数据是分不开的，作为客服部门而言，应当对这个客户的情况了如指掌，熟悉每一位大客户以及有潜力成为大客户的对象，与之保持长期的联络及沟通，担当买卖双方之间信息交互的桥梁。具体的讲就是及时了解客户近期的出游动向并为其量身定制相关行程及报价，而在春秋有各类优惠活动时也应及时将这些信息传达到客户手中。

三、明确指导思想

以提高服务质量为宗旨，以客户满意度为标准。

顾名思义，作为客户服务部门，我们所做的一切都是为了满足客户的需求，也就是说我们所有的工作都应以客户为中心来开展。现代企业的竞争已经由产品竞争转变为服务竞争，谁的服务更到位谁的客户就更稳定，市场也更具发展潜力。因此，我们要树立一种大客户服务意识，并且以此来带动全部门员工，使我们的服务更具专业性、有效性、针对性与责任感，使得呼叫中心的全员服务意识得到体现。

希望在新的一年里，在领导的带领下，我们客服部发展会更好。在工作做希望领导指正，同时我们也会继续加强自身的学习。

不断的提高。为商场的发展，做出贡献。