

服装设计采风总结(模板6篇)

总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。那么，我们该怎么写总结呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

服装设计采风总结篇一

首先我很感谢公司给我这次培训的机会，它让我了解到平时工作的不足，和日后需要改进的地方。

通过这次培训让我对公司的管理运作有了更进一步的认识，对我们的品牌公司有了更深的了解，对我们产品的故事有了新的认识。

比如;我们今年推出的七巧板系列，有我们001封面的故事，还有产品知识对于我们平时销售的重要性，了解我们产品的fab然后再怎样把我们产品的fab运用到我们平时的销售中去，要知道我们产品的功能及面料，和它的组成部分，及其保养方法。

对于我们店铺的日常工作

对于我们的店员

我们要定期给予培训，及时纠正错误，表现好的给予适当的赞赏，调动店员的积极性，协助店员作好销售。

对于我们的陈列

首先根据我们店铺的实际情况来看，作为我们要以专业的角度去作我们的陈列，再不违反公司陈列的规则基础上来完成我们的陈列工作，最基本的系列的统一，颜色的搭配，季节

的变化，主题的划分，还要保证我们卖场的平衡性。

对于陈列sku的摆放

我们将做到更完善的陈列出样保证我们的数量统一，颜色由浅至深，尺码由小至大，的陈列原则来做，让陈列实现更多价值。

对于我们公司的服务标准

我们将跟着公司的服务八部曲原则来完善我们的服务标准，亲切迎宾，关心顾客，产品介绍，协助试穿，处理异议，赞美顾客，附加推销，美程服务，对于顾客我们要做到望闻问切要有语言和非语言的服务表现，要以面带微笑的表情和心态去接待每一位顾客，做让顾客信赖的对象。

通过这次培训让我受益很多，也学到不少新知识，交到好多新朋友，感谢公司给予的这次机会，期待下次机会的到来。

服装有限公司培训总结

xx年3月9日至3月11日参加了超级店长特训营培训工作,我们服装有限公司,持之以恒贯彻落实建设学习型的公司,培育学习型员工的精神,牢固树立“培训是公司长效投入,是发展的最大后劲,是员工的最大福利”推动公司产品向更高目标发展作出了积极贡献.所以,做了以下培训总结:

一、零售管理现场

现场管理就是控场管理.作出服务是以客为先的原则.

零售现场管理的核心理念

1)一切始于消费者,并终于消费者.

2) 优秀的零售现场管理技术将赋予品牌强大的发展空间.

3) 现场管理对品牌来说是产生最高利润额的投资.

当为管理者, 不用听, 但必须懂硬件和软件, 软硬兼施.

对所有人员的状况了如指掌, 把自己该做的做到位..

硬件部分:

店铺-店面装修、商品陈列、灯光道具、卫生环境.

人员-员工的形象于素质, 具有管理里的店长.

货品-与顾客的需要相匹配的货品

运营-完善的工作流程及规范的管理标准.

软件部分:

店铺-良好的工作氛围轻松愉快的购物环境.

人员-(员工)专业的产品知识、规范的服务行为、熟悉的销售技巧、积极的工作状态

货品-具有吸引力的商品展示、专业的货品销售技巧, 良好的数据分析, 快速发现管理存在的问题并及时做出调整.

运营-店铺管理者了解如何实现生意目标, 并能够在销售过程中对目标达成进行有效推动.

对于店长完成目标的心态, 必须有可能完成, 建立信心, 不可以在员工面前抱怨. 如果有错, 就是我的错, 如果有功劳, 就是大家的. 店面业绩提升, 管理与推动的结晶, 上下一心, 目标一致. 人为是关键问题是大家有没有尽力. 目标细分析解, 分解的细,

使员工建立信心. 静场的时候, 多做演练, 在人流增大的时候可以很好地帮助客人.

对企业管理而言, 是过程管理重要还是结果管理重要?

大多企业的管理是结果导向的管理, 只问结果不问过程. 当结果与期望不一致时, 再行挽救, 充其量只能起到亡羊补牢的作用. 要想达到理想结果, 必须对执行过程进行严密监控, 有什么样的过程, 就有什么样的结果, 只有控制过程才能控制结果.

目标管理的重点体现

当一个管理者从零售终端的角度考虑改善销售业绩的时候, 需要从几个方面着手?

- 1) 业绩目标的达成-生意目标
- 2) 服务目标的达成-销售技巧服务
- 3) 运作目标的达成-店铺运作

目标分解

时段目标:

1) 每日区分为四个营业时段, 例如: 第一时段开门营业至11:00, 第二时段11:00至14:00, 第三时段14:00至17:00, 第四时段17:00-20:00至当天结束营业.

- 注意周日的分配比例与周末可能有明显差异

- 注意在销售高峰时段安排充足人手

3) 将该日的销售目标按照上述比例分配给当日各个时段, 结果写在空白日志上, 成为该日或该星期的(时段目标计划表).

4) 考虑对时段营业额有影响的因素, 调整数字, 至满意为止.

5) 核对(时段目标计划表)上总和应该相等于该日的总销售目标. 如有偏差, 适当分配调整数字使之一致.

目标分解技巧

月目标分解步骤:

1) 准备该月份每日销售目标图

2) 准备参考资料, 例如该月节日, 天气等

3) 准备过往营业数据, 例如上月营业额, 去年同期营业额等等

4) 如果有该月份大型推广活动时间表, 可一并考虑在内

5) 参考节日, 天气, 大型推广活动等资料, 调整分配出来的数字, 至满意为止.

二、晨会内容

晨会技巧

1. 具体性-目标必须是具体行为或结果

2. 量度性-目标必须可清晰衡量

4. 相关性-能回答为何, 何人, 何地做什么, 何时做及怎么做

5. 跟进性-明确清晰跟进行动, 形式, 负责人, 沟通方式, 时间等

6. 参与性-提问, 邀请建议及工作鼓舞式回应等

7. 投入性-分享正面的经验, 专注在有进步的方面等.

三、旺场管理和员工销售技巧应对顾客

重点一-人事管理

- 1) 确保每位员工拥有良好的工作态度
- 2) 员工对顾客有卓越一致的服务表现
- 3) 员工有良好的销售技巧能够应对销售中随时遇到的问题
- 4) 每位员工均有能力完成所设定的个人目标
- 5) 员工间有良好的配合度旺场时能够相互配合
- 6) 每位员工在旺场时要提醒同事加快速度以一抵四，一眼关七。

重点二-商品管理

- 1) 能够准确区分商品的类型做出有效的推动布署
- 2) 确保正确的货品放在正确的地方有正确的陈列方式
- 3) 每日关注新旧货品的销售比率
- 4) 每日关注各类别货品的销售比率
- 5) 重点关注主推的货品的销售比率
- 6) 确保员工熟悉掌握前二十大货品的卖点
- 7) 训练员工清晰每款产品的搭配手法及适合的顾客
- 8) 销售中多分析顾客成交与不成交的原因

令员工有好的销售技巧及顾客应对

- 1) 管理者只会对员工的销售结果给予批评而没有控制整个过程不能改进员工的业绩表现
- 2) 当员工销售遇到困难时管理者要立刻以教练的角色提供协助
- 3) 管理者如果只做到教授, 但没有检查及跟进不能跟进进度及表现, 员工无法成长
- 4) 随时分享员工的成功经验, 并在遇到问题时共同沟通如何应对
- 5) 经常关注员工在销售中是否有负面的销售意识.

每个员工均能完成个人目标

- 1) 销售过程中不断跟进的目标达成状况并告之员工与目标的差距
- 3) 排班时尽可能强弱搭配, 令销售能力弱的员工有机会学习
- 4) 经常运用比赛等方法令员工彼此间有竞争
- 5) 管理者自身必须是一个好教练, 能做到经常教练员工帮助员工提高.

四、如何推动周目标实现

周一: 查看店铺的一周销售, 库存, 上周活动, 配送中心现存货等, 安排补货.

周二: 进行陈列调整与大扫除. 制定本周工作计划, 销售达成协议策略, 活动计划并知会副店或资深导购.

周三:实时对货品进行有效调配,主力推动销售

周五:跟进本周活动安排,店铺货源准备情况,活动准备情况及加班人员安排,制定本周销售激励措施.

周六:全力推动销售随时关注店铺销售情况,并做好协调工作.

周日:全力推动销售,随时关注店铺销售状况,并做好协调工作.

五、feedback的技巧

- 1) 选择适当的时间,地点给feedback
- 2) 充分准备,有实质内容和具体事例
- 3) 给feedback的标准坚定,不会经常变动
- 4) 抱客观开放态度,听取同事发表个人意见
- 5) 处理赞扬性feedback时要言语及非言语表现出热切态度
- 6) 处理检讨性feedback时要言语及非言语表现出诚恳
- 7) 所有意见必需是正面/鼓励式
- 8) 让同事重复feedback内容,确保信息清晰到位
- 9) 订定下一个月目标及完成时间等.

六、店长应具备的核心技能

目标管理力、主动沟通力、团队领导力、店员教导力、

店长需养成工作计划的习惯

准备一个笔记本, 随时记录

发现的问题

安排的需后期完成的工作

想到的工作安排或管理方法

每月/周/日整理出下月/周/日的工作重点

好记性不如烂笔头.

[服装设计总结]

服装设计采风总结篇二

有两种选择：自己找；亲友介绍。

作为社会实践很关键的一项，我决定先自己尝试一下。

沿街边小店走进去，逐一寻问是否需要短期工，店长们却都以只收长期工为理由拒绝。

偶然遇到一家大型连锁超市在招收短期工，就前去咨询。在填过基本情况表（如曾经的就业岗位及薪酬待遇、期望薪酬待遇、选择本公司的理由、自我推介等等）之后，负责人开始面试。可惜很不幸，我因无工作经验且不适合连续性重体力劳动而被刷了下来。

虽然很不情愿，但也只有通过“亲友介绍”这条路了，毕竟靠自己的力量获得一份工作这样的事情，依现在的自身条件来说，是无法顺利完成的，我们缺乏而需要学习的东西还有很多。

最终决定的实践地点是在当地步行街的一家花——花——公——子羽绒服女装分店，由亲友介绍当了临时营业员。为期一周，无薪酬。

一个调皮的兔头加上“playboy”（花——花——公——子），这个几乎可以在任何消费产品上见到的标志，是1953年由美国人休·赫夫纳创造的服饰品牌。playboy的译意为：“时尚，风雅，快乐”，蕴涵着永远流行，永远年轻的风格。

playboy历经了五十多年的风雨洗礼，在创建初期公司主要以生产、销售休闲、简约、大方的男装而闻名全美国，之后享誉世界，几经磨砺、化蛹成蝶，成为了全球时尚潮流的国际知名品牌，销售网点遍及全球，有逾千家连锁专卖店（柜）。随着全球经济一体化的进程，花——花——公——子休闲不断在市场扩大份额，1986年playboy“花——花——公——子”品牌服饰进入中国市场，十余年的精心打造，已让中国广大消费者领略了国际品牌的风采，其“时尚，风雅，快乐”的风格已成为现代人士高贵身份的象征。

世界名牌美国花——花——公——子playboy将生活中瞬间美感凝固于服装，这一艺术形式中，充分展现顾客的独特个性与品格，而在未来，仍将继续这一宗旨，除仍以欧陆风格为主外，亦融合东方文化精粹，结合全新的服装设计理念，创造中国都市男女心中独具魅力的服装。

playboy的服装，从纺织品的开发、企化、设计、批发、零售，都是十分严格和精心的，无论对于质料的精挑细选，或是流行款式的认真研究和精心设计，都是立足于世界领先潮流的概念之上。每年都派员到欧、美、日等地考察，不惜成本代价来配合高读技术的电脑化设计，以力求达到尽善尽美的境地。playboy是一种文化，是一种精神，视休闲与工作为一体的人们的首选。

服装以外的playboy商品，其种类繁多，包括文件、代类、恤衫、领带、袜子、内衣内——裤、文具等，如今已迈向运动鞋和高级皮鞋的市场。所以[]playboy[]在全世界的时常上已建立了它的精神和理念，巩固了它高尚的地位。

1. 经商最怕的意外损失之一是失窃，虽然这种情况少之又少，但也不能马虎大意，要防范于未然。在来往的顾客中尤其要注意警惕拎大袋子和抱小孩的人，谨防其将商品藏入缝隙中。

2. 在商品摆放中，仅次于模特效果的是墙壁橱窗。虽说抢手热销的衣服挂在显眼位置可以大卖，但若有需要趁季处理抓紧卖出的衣服，则需有选择的优先将其挂出。毕竟，真正的爆款是不需要过多担心其客源的。

3. 商品的摆放也有讲究。服装穿着于模特之上，能借助模特的身材气质将服装的魅力升级，从而诱发顾客更大购买欲望，起到促销的作用。不但新季新款有资格穿于模特上，那些应季老款服装若想快速卖出，也可如此效仿，吸引顾客注意力，加速货品流动。

4. 向顾客推销商品，自己首先要了解商品。这就需要翻看服装的标牌，认知标牌上所印的详细服装资料。包括货号、颜色、其各层面的面料，以及主要填充物材料，填充度，重量等等产品相关信息。记住这些产品信息，在向顾客推荐介绍时就能有的放矢，让他们在了解商品的同时选择商品。

5. 服务质量与服务态度在一定程度上能影响商品的销售。营业员也是销售人员，熟悉品牌文化、了解商品是销售服务的基础，能够保证服务质量。服务态度决定顾客心情，进而左右尚未稳定的购买欲。一旦营业员对某一顾客态度嚣张、不客气，也会极大影响他（甚至这家店、这个品牌）在其他顾客眼中的印象，往往造成不良连锁反应。

6. “进货”是营销中的一个环节。在playboy这个品牌里，

美国花——花——公——子企业国际有限公司是花花公司商标所有权人，香港预发投资有限公司是花——花——公——子中国总代理，下属又有省级代理商、地区代理商。进货，则会前往所属省份、地区的经销代理商那里，从品牌商家固有的款式中挑选中意样式，订下货号颜色大小，等待商家发货。因此进货不需要携带过多行李，更不必讨价还价、四处采购，品牌服装有其已成型的运作模式，在方方面面为直销、加盟商提供优质服务。

7. 增加客源的方法很多，不仅仅有商品、店面、品牌等方面的“硬件设备”，还要有流露在各个细节上的“软件设备”。服装打折扣、配送赠品能增添购买欲望并增加客源——这是最易注意到，也是最常用的方法。在道路积雪时，扫出一条通向店内的宽敞通道、在台阶处铺防滑地毯，这条异于其他的新开辟出来的“通路”更能引起顾客关注，提高店面形象，在“顺道”中增加客源。在同一座城市同一品牌代理商的多家店铺连锁经营，实行货源共享，在商品不足时可相互补给，就能挽留因尺码颜色等不如意而流失掉的那部分客源。

实践让我走出课堂，走向应用。当前，我们缺少的主要不是知识，而是缺少将知识与实际相结合的能力。我们在课堂上所学的，与在实际当中遇到的是不尽相同的。其往往具有不明显的特征。这需要我们不断在实践中获取经验，才能解决各种问题。

作为当代中国的大学生，应该不再只是被动的等待别人告诉你应该做什么，而是应该主动的去了解自己要做什么，然后全力以赴的去完成。所以在大学期间应该多与社会接触，多了解自己所处的环境，多了解你将会面对的种种问题，对以后的发展和继续深造都是非常非常有益处的。

实践是学生接触社会，了解社会，服务社会，运用所学知识实践自我的最好途径。亲身实践，而不是闭门造车。实现了从理论到实践再到理论的飞跃，增强了认识问题、分析问题、

解决问题的能力。为认识社会，了解社会，步入社会打下了良好的基础。同时还需我们在以后的学习中用知识武装自己，用书本充实自己，为以后服务社会打下更坚实的基础。

社会实践的时间不长，可它使我认识到：人的一生中，校园并不是永远的学校，真正的学校只有一个，那就是社会。一周的实践一晃而过，却让我从中悟到了很多东西，而这些东西也将让我终身受用。社会实践加深了我与社会各阶层人的情感，拉近了我与社会的距离，也让自己在社会实践中开拓了视野，增长了才干，进一步明确了我们青年学生的成材之路与肩负的历史使命。社会是学习和受教育的大课堂，在那片广阔的天地里，我们的人生价值得到体现，为将来打下坚实基础。我会不断实践，在实践中锻炼，在实践中得真知。在今后的学习生活中会更加努力，端正思想，明确方向，在不断完善中求发展。

服装设计采风总结篇三

今年是学院办学建设特色年，在这一年里，本教研室积极配合学院各部门做好本教研室各项工作。现对这一年来服装教研室的工作总结如下：

- 1、抓好本教研室常规教学管理工作。根据学院教务处的要求，组织教师编写或修订了各专业课程的课程标准和实训指导书，积极配合配合教务处、督导办做好教研室常规教学检查工作（作业布置、批改和辅导情况、教案、教学进度等）。
- 2、安排了08级服装学生共27人到佛山安东尼服饰有限公司、东莞乐活制衣有限公司、大进制衣厂和东莞天成制衣厂四个校外实习基地进行顶岗实习。
- 3、组织好本教研室教师指导08级服装毕业设计，并选送了20个系列作品在广州轻纺城举行的“20xx届服装专业毕业设计作品展演”活动。作品展演获得了学院领导的一致好评。

4、组织本专业教师参加的系单元教学设计比赛。

5、组织了部分老师和10、09级服装学生利用实训周和暑假时间完成4632套新生军训服的生产，学生的实践操作能力得到了提高。

1、本教研室组织骨干教师对20xx级服装人才培养方案进行了修改，并增加了服装营销与管理、针织服装设计与技术两个新的专业方向。2、鼓励教师参加学院组织的师质培训活动。这一年来，本教研室共有5名教师分别参加了广东省教育技术培训和“行动导向法”的培训活动。

1、协助中国纺织服装教育协会顺利地完成了4月份在本学院召开的《校企合作与特色办学研讨会》的准备工作。

2、协助广东省纺织服装教育协会顺利地完成了第一届中国“澄海杯”艺术毛衫设计大赛初选工作。

3、鼓励教师和学生积极参加各种服装设计比赛。

服装设计采风总结篇四

在历次的会议探讨上或者是培训课上，明显的意识到自己的语言表达实力的这个弱点，尤其是对自己不专业的地方，应当通过学习，和大家的沟通和沟通，通过自己的分析和判定，精确的表达自己想要表达的意思。

创意是设计的灵魂，创意也是设计师用来最直白的表达自己工作实力的方式，各个工程都有它自身的特点和工程优势，精确的表达工程所要传达给受众的信息是设计至关重要的，所以设计最重要的就是设计对象本身的功能性，这个功能性要通过我们新奇的、有创意的、并且精确的传达给受众是我们经常会考虑的问题，同时这点也是在设计领域里一个围绕产品不变的准则，在这点上，我想也是我今年要接着坚持学

习的重点，大胆创意，大胆的表现。

都说学问学得越多越好，就像刘总说的，筹划行业是个杂的行业，博学多才，懂的越多思索问题的时候就可以四平八稳，更能做到精确性及专业性，虽然只是设计人员，但是设计也是来源于生活，看的多，想的多，悟的多了，创意的.来源也就更广，发散思维就更不用说了！

快速的有效的完成工作任务是每个公司都盼望员工能够做到的，也是我个人认为比拟重要的，两个小时能完成的工作假如可以在一个半小时内完成，剩余出来的时间就可以自己支配用来学习自己没有时间学习的相关学问了。工作应当都是谨慎负责，速战速决！在战场上，生命攸关，自己一点无视有可能造成不行预料的结果，每一个任务都应当像一个战士对待斗争一样。

展望20xx年的工作，盼望能够再接再厉，我将以公司的经营理念为坐标，将自己的学问背景和公司的详细环境相互融合，利用自己精力充足、承受实力强的优势努力学习业务学问和创意思想，为公司的开展尽我绵薄之力，争取做出更大的成果。

服装设计采风总结篇五

短短一个星期的服装行业销售很快结束了，对于我来说接触到新的行业总是那么新鲜，当然也出了自己的全部精力，比较深入的了解了这个行业的运作和营销技巧，以下就是我的实习签定。

首先服装陈列的学问，一个服装故事就是一组个性风格的陈列方式，直接把设计师的创意完全用产品展示出来，不失设计的原创，直接的让产品在顾客面前体现他的风格，让每一个不同的门店都能通过故事把同样的寓意表达出来，让服装的陈列统一起来。只有了解产品知识和服装所体现的设计创

意，把服装的特点和穿在顾客身上的效果讲出来，同时把服装如何搭配告诉顾客，才能激起顾客的购买欲望。从而销售成交率提高。所以我觉得每一个店员要掌握他的每一组故事，即使在销售过程中并不一定要把我们的故事讲出来，但是如何我们能够把每一组充满设计畅想的故事掌握娴熟，就更能抓住部分客户的心理。

其次精神状态的准备。在销售的过程中，如果销售人员有一个好的精神状态，就会给顾客一种积极的、有活力的、上进的氛围，那么这种积极的上进的情绪总会影响到客户，从而，让顾客感到自己得到一种情绪感染（那么才能顾客在我们的门店里多留些时间，总能他挑选一款合适的衣服。精神状态的表现还从我们的仪容仪表表现出来，具备一定礼仪知识的销售人员，才能让顾客感觉到品牌的价值，因为在看一个品牌的时候，我们的销售人员就是直接体现我们品牌形象的，所以销售人员素质的提升，也是品牌提升的一个重要的标志。精神状态好的好的销售人员，成交的机率大很多。

身体的准备。如果我们有一个好的身体，我们才能保持旺盛的精力，才能更好的工作。在商场里一般都是站立服务，如果没有好的身体很容易感觉到很疲惫，所以有一个好的身体，才能让我们更好的全力以赴的工作。所以强健的体魄还是一个有活力有朝气的团队所必备的。

实习结束了，我确实学习到很多东西，营销是一名有很深学问的行业，不但口才，更有心理，而且没个行业的营销都差不多的，知识销售的商品不一样而已了，有了这些底气，我想对我以后的工作一定会有很大的帮助。

服装设计采风总结篇六

01首先，人们都喜欢漂亮的衣服，所以服装设计行业永远不会过时，这对于学服装设计的人来说是一件很好的事情，只要自己学的好，能够让人们喜欢自己设计的衣服，前途无可

限量。

02其次，服装设计专业的就业前景是非常可观的，因为人口众多，每个人的品位也会有所不同，所以服装设计师的需求量还是比较大的。

03再者，因为现在越来越多的人都想学设计服装这个专业，所以在就业的时候竞争压力会很大，所以就需要自己有扎实的设计能力和天赋。

04最后，服装设计师的薪资待遇一般都不会差到哪里去，而且有很多服装设计师会自己开网店，出售自己设计的服装，所以说服装设计专业的就业前景是非常乐观的。