# 服装销售工作计划表(9篇)

来源：网络 作者：落花成痕 更新时间：2024-07-08

*做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。服装销售工作计划表篇一强化员工服务意识人是万物之本...*

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

**服装销售工作计划表篇一**

强化员工服务意识人是万物之本，员工是企业生存的命脉，只有企业真正重视员工，关心员工，让员工感受到企业的温暖，员工才会用更好激情来为企业付出。当然我们企业更需要有先企业后个人的高素质员工，因此我们必需加强员工培训，提高员工积极性，增强员工个人素养，使员工更有团队精神和奉献精神。只要员工的个人素养真正提高了，能真正关心企业，那么我们部门的服务水平也就相应的提高了，各项工作也能顺利的进行。这样就进入了一个良性循环的过程中。对此向公司提出两点建议：

一是不建议加班，当然前提是在高工作效率和计划任务完成的情况之下；二是奖与惩相结合，不能光有惩而不奖，反之当然也不行，二者是相辅相承，缺一不可。

再加上物流部缺乏系统的规章制度和管理工作方面存在的漏洞，所以往往会被本部门员工误认为不被公司重视，对员工工作积极性有一定的影响。对此需不断完善部门管理制度，需实施《岗位责任制制度》、《交接班制度》、《车辆管理制度》、《文件管理制度》、《奖惩制度》等，

逐步优化组织结构，使其＂基层具体落实、中层监督指导＂。使各岗位人员明确其职责所在，以便在工作中各司其职，各尽其责，继而争先创优。

1、收发货流程进行梳理，改进，并督促物流部员工严格按标准执行，实行岗位责任制。制定预防可能发生的错误，及时发现，纠正不正确的工作方法。

2、每日早会十分钟，计划当天的工作安排，及总结上一天的工作完成进度，出现的问题，困难，部门岗位需要协助配合的安排，表扬有进步，工作较主动积极等个人，激发员工的工作激情。

3、每日下班前检查各项工作完成情况，已完成事项，未完成事项，待办事项，第二日需交接事项或紧急待办事项。检查电源，门窗是否关闭。清洁是否到位等。

4、每日开单员下班前检查当天单据的准确性，完整性，是否按时交财务。检查系统所有单据，有无异常情况，库存有无异常数据。发现问题立即解决。

5、每周/月总结本周/月工作情况，对工作中出现的问题、困难提出可执行建议/方案，对工作中作出成绩，有重大进步，为公司提出建议，或努力工作，尽心尽力者给予表扬或奖励。

6、各种物料码放、搬运入库时应先内后外、先下后上。检查货架的货品是否按规定陈列，整个库房保持整齐，整洁，有无脏乱现象，货品名，标签，及价格是否一致。

7、严格按照仓库管理规程进行日常操作，仓库收发货人员对当日发生的业务必须及时登记，做到日清日结，确保物料进出及结存数据的正确无误。

8、不定时复核实物和库存差异，当天发现有差异数据当日处理，找出原因，并纠正错误。

9、仓库必须根据实际情况和各类原材料的性质、用途、类型分明别类建立相应的明细账，凡是无吊牌货品一律找出同款贴上标签（款号，尺码，价格），凡是浅色衣服原则上全部套外包装袋。

10、做好各类物料和产品的日常核查工作，仓库收发货人员必须对各类库存物资定期进行检查盘点，并做到账、吊牌、物一致。如有变动及时向主管领导及相关职能部门反映，以便及时调整。

11、库存物资清查盘点中发现问题和差错，及时查明原因，并进行相应处理。如属短缺及需报废处理的，必须按审批程序经领导审核批准后才可进行处理，否则一律不准自行调整。发现物料失少或质量上的问题（如受潮或损坏等），及时的用书面的形式向有关部门汇报。

**服装销售工作计划表篇二**

这是我和上海的几个大卖家做的一个策划。在我和这些排名（我们做了个网站叫东家网，有个重要的内容就是给网上所有的店铺排名。这些店铺获得排名的前提是有信用记录的才可以排，把每一小类的前10名左右排出来）第一、第二的大卖家实际接触时，发现他们的实力和想象的差了很远，大多是一、二个人。大部分的店主是女性，她们对自己现在的状况已经是很满足了。她们对什么发展计划一点兴趣也没有。

但我觉得这个计划的可行性太好了，而且现在进入花的成本很少，就象当初陈天桥进入网络游戏时一样，现在要进入网游那就是门坎太高了。我把这个计划发出来，只要有一定实力的商家也可以操作这个项目。只要把这些联合的卖家当做是你一家就可以了。实际上我本人把这个成型的计划做出来，是我下海3年来一直摸索的结果，我不忍心这个计划就这样消失了。现在把它发出来，希望可以获得共鸣。我在下海之前一直在某事业单位做个科室干部。期间也办过实体，开过店。欢迎大家给我留言。

全新模式网上销售计划书

目前中国网民人数号称9000万，但实际在网上购物的是一群网虫和追求时尚的人，这样的人恐怕只占其中20%，大量的网民想要网上购物，还是习惯于货到付款。这是由中国的环境决定的，在短期内也无法解决。其中，制约网上购物最不利的有三大因素：①诚信问题②支付的方便和安全问题③物流配送。现在，我们的这个全新模式几乎能一举解决这三个问题，同时，更着眼于的是在于抢先占领商业销售的渠道和可以迅速扩大销售的规模。在现在这个竞争激烈的市场，得渠道者得天下，已成为不争的事实。而规模为王更是被在商业领域创造了神话的国美电器等所证明。 我们这个模式从以下几方面来开拓渠道。

第一要和电信等宽带接入商合作，打入家庭宽带用户。

第二和网吧合作抢占这个遍布全城的渠道。网吧在中国的普及是美国所没有的中国特色。

第三、我们在第二阶段会针对遍布全城的小商店让他们也接上电脑上网，而成为我们的加盟商，让渠道更进一步拓宽。在这个过程中，都是同城货到付款，网吧和小商店可以代收货款，因此，支付和物流问题自然解决。而我们的商城是由几个顶级信用的大卖家组成，诚信问题也可以讲基本解决。 我们粗略估算一下针对网吧的销售量。在上海有2到3千家网吧，我们保守估计会有100到200家网吧加盟，一个网吧一天销售xx元，一个月就有6万。100家，一个月就有600万的销售额。大家想想如果加上其他的销售和得力的促销措施，我们会达到多少的量。更重要的是，只要我们这个系统建立起来，很多品牌商会自动要求加入我们，那时。我们的实力和利润可以讲就无人可以匹敌了。

我们这些联合的大卖家都是位于上海的各个不同种类的大卖家。各大卖家各自负责自己那一个领域的产品销售。在对外招商时，以各大卖家联合成立起来的总公司出面招商。总公司是由各大卖家共同出资建立的。在向全国其他城市推进时，所建立的分公司由总公司统一管理，各大卖家按各自的股份享受相应的利润和责任。在上海，总公司没有销售利润。

下面是渠道的建设方案

①和宽带接入商合作。 因为宽带接入商也有推销自己宽带用户的任务，和保持用户缴费的压力，我们可以将宽带用户的宽带费用免交一年，但他的费用须在购物中，逐次扣除，这对宽带用户来讲，会是一个很大的吸引力，对宽带接入商来讲也是一个很大的促销手段。12下一页

**服装销售工作计划表篇三**

这是我和上海几个大卖家的计划。在我和这些排名(我们做了一个叫东家网的网站，一个重要的内容就是给网上所有的店铺排名。这些店铺排名的前提是只有有信用记录才能排名，每个小类排名前10名左右)。

当第一个和第二个大卖家实际接触时，他们发现自己的实力和想象力相差甚远，大多是一两个人。大多数店主都是女性，她们对自己的现状非常满意。他们对任何发展计划都不感兴趣。

但我认为这个计划的可行性太好了，现在进入的成本很小，就像陈天桥进入网络游戏一样，现在进入网络游戏的门槛太高了。我发布了这个计划，只要有一定实力的企业也可以经营这个项目。只要把这些联合卖家当作你的家人。事实上，我自己制定了这个形成计划，这是我在海上探索了三年的结果。我不忍心这个计划就这样消失了。现在把它发出去，我希望能产生共鸣。在我下海之前，我一直是一个公共机构的部门干部。在此期间，我还经营了一个实体，并开了一家商店。欢迎给我留言。

目前，人口号称9000万，但实际上是一群网虫和追求时尚的人在网上购物。恐怕这样的人只占20%人，大量网民想在网上购物，但仍然习惯于货到付款。这是由中国的环境决定的，短期内无法解决。其中，限制网上购物最不利的因素有三个：

①诚信问题；

②支付的便利性和安全性；

③物流配送。现在，我们的新模式几乎可以一举解决这三个问题。同时，我们更注重占领商业销售渠道，快速扩大销售规模。在这个竞争激烈的市场中，渠道赢家赢得世界已经成为一个无可争辩的事实。国美电力在商业领域创造了神话

等所证明。我们这个模式从以下几方面来开拓渠道。第一要和电信等宽带接入商合作，打入家庭宽带用户。

第二和网吧合作抢占这个遍布全城的渠道。网吧在中国的普及是美国所没有的中国特色。

第三、我们在第二阶段会针对遍布全城的小商店让他们也接上电脑上网，而成为我们的加盟商，让渠道更进一步拓宽。在这个过程中，都是同城货到付款，网吧和小商店可以代收货款，因此，支付和物流问题自然解决。而我们的商城是由几个顶级信用的大卖家组成，诚信问题也可以讲基本解决。我们粗略估算一下针对网吧的销售量。在上海有2到3千家网吧，我们保守估计会有100到200家网吧加盟，一个网吧一天销售20xx元，一个月就有6万。100家，一个月就有600万的销售额。大家想想如果加上其他的销售和得力的促销措施，我们会达到多少的量。更重要的是，只要我们这个系统建立起来，很多品牌商会自动要求加入我们，那时。我们的实力和利润可以讲就无人可以匹敌了。

我们这些联合的大卖家都是位于上海的各个不同种类的大卖家。各大卖家各自负责自己那一个领域的产品销售。在对外招商时，以各大卖家联合成立起来的总公司出面招商。总公司是由各大卖家共同出资建立的。在向全国其他城市推进时，所建立的分公司由总公司统一管理，各大卖家按各自的股份享受相应的利润和责任。在上海，总公司没有销售利润。下面是渠道的建设方案：①和宽带接入商合作。因为宽带接入商也有推销自己宽带用户的任务，和保持用户缴费的压力，我们可以将宽带用户的宽带费用免交一年，但他的费用须在购物中，逐次扣除，这对宽带用户来讲，会是一个很大的吸引力，对宽带接入商来讲也是一个很大的促销手段。②和网吧合作。将我们商城的商品给到网吧批发价，网吧在不增加什么投入的情况下，会获得另外一个源源不断的收入，对网吧来讲，会有很多愿意加入我们的行列。这个市场是个空白。如果先进入，先发优势，不言自明。③通过传单的形式让各大写字楼和居民了解我们的网上商城。这个做法现在是各大超市卖场的作法，非常有实效。④前面的步骤完善后，可以将招商的范围扩大。一个是针对网上开店的，我们可以提供批发价，他们只负责销售。第二个是针对遍布全城的小商店，让他们加盟，他们只需在自己店里做一个无盘系统，不需花多少钱就可以有几台终端上网了，而成为我们的终端销售商。我们自己也可以在各个小区附近尝试开这样的网上销售店。

1、由总公司确定招商的计划，并执行向网吧招商的工作，并具体负责和宽带接入商的谈判。

2、由总公司协调好各大卖家的快递，完善货到付款的流程。

3、开发共同的网上商城，完善和网吧的对接，并随着不断出现的问题，完善自己的功能；

4、在销售渠道成型后，有计划的增加其他商品的的卖家的加入，但他们不会占总公司的股份。或者由总公司自己建立。

5、建立公共的客服中心，完善客服服务；

6、建立自己的用户对购买产品使用后进行评价的数据库；

7、在全国招商或者建立自己的分公司。

总公司开始可以先设立招商部、技术部、客服部。最先需要的是网站技术人员。接着是招商人员，他们需要订出招商计划和网吧促销计划。那么具体的成本的产生由以下几个方面组成：工作人员的工资、基本的办公用具、建设自己的独立服务器、促销费用。具体的数目暂时没有列出来，大家坐到一起的时候，可以讨论出来的。

1、随着销售的增加，仓库的费用和送货的费用以及管理难度会加大。

2、在前期对网吧招商时，可能会出现在网吧销售不动的情况，要设计好网吧开业促销活动。在网吧招商时也有一个布点的考虑。

3、在网吧销售，货到付款时快递到达的时间会要求比较高，可能会要求在二个小时内。

服装销售20xx初工作计划

本人在去年年度业绩不是太理想，当然这其中肯定有许多不足和需要改进、完善的地方。今年，我将一如既往地按照公司的要求，在去年的工作基础上，本着“多沟通、多协调、积极主动、创造性地开展工作”的指导思想，发扬公司创业精神，确立工作目标，全面开展20xx年度的工作。现制定工作计划如下：

1、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

2、在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道快速开发新客户，推广新产品。

3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

4、今年对自己有以下要求：

每周要拜服4个以上的新客户，还要有1到2个潜在客户；一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯；见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能与这个客户合作；对自己严格要求，学习亮剑精神，工作扎实细致，要不断加强业务方面的学习，多看书及相关产品知识，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法；对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识，为公司树立更好的形象，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务；和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能；为了今年的销售任务每月我要努力完成1万到2万元的任务额，为公司创造利润。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向同事探讨，共同努力克服，为公司做出自己最大的贡献。

**服装销售工作计划表篇四**

1、原则：每周都要有新货上架，以中档为主，高低档为辅(高档点缀低档适量)

2、方针：尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制

3、服务：训练营业员的基本利益，对顾客的服务态度及服务宗旨。无论顾客是否买衣服或者买所少钱的衣服都要微笑送客让其满意离开，常此以往才可能有口碑相传的美益度，也才会有回头客。顾客的要求在可能实现的前提下尽可能的满足。

4、方法：

(1)初次来店的惊喜

① 免费赠送小饰物，小挂件，让其填一份长期顾客表(做客户数据库)

(2)增加其下次来店的可能性

①传达每周都有新货上架的信息

②利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服(要定量)或送生日礼物等

③购适量女士手袋告知顾客一次购物满400元送一只女士手袋(女士手袋要在店内陈列出来，进货以38元标价300+的那种为宜，给顾客物超所值的感觉)或者累积消费600元及以上。(获得奖励之后在从新累积)

(3)满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买

①告知顾客量大或团购可优惠，如：一次购满500元及以上打8折等，或者个人累积消费1000元既获得一张8折的金卡

②介绍新顾客，如：每介绍一位新顾客并购满200元及以上送推荐人50元购物卷等。

(4)不定期打折

①人一定程度上都喜欢贪小便宜，女人就更是如此了。\"店铺开张大赚送\"、\"本店商品八折优惠\"，也可以采用买一送一的策略(送的货以滞销货为主，过季货为辅)

这些招牌通常能抓住女人的心。

(5)一年中做几次短期促销，售价定为10-30元，非常聚人气!再把店内滞销款低价一起处理!如五一，十一，三八等最佳时间

**服装销售工作计划表篇五**

(一)细分市场，多层次立体化的营销推广活动。

公司客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。全年的发展，以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，”稳住大客户，努力转变小客户，拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、客户上门推介、组织投标和营销活动等，持续的市场推广攻势。

现金管理市场领先地位。分层次、推广现金管理服务，努力产品的客户价值。要抓客户市场，现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内客户、行业大户、集团客户调查，分析其经营特点、模式，设计的现金管理方案，营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决的问题，客户度。今年新增现金管理客户185200户。

开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这我行的基础客户，并为资产、中间发展来源。在去年中小企业”弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，营销。要全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重质量;要优化结构，客户比重，降低筹资成本率，高附加值产品的销售。要抓好公司无贷户的开户营销，努力市场占比。要对公司无贷户管理，分析其结算特点，全产品营销，我行的结算市场份额。\_年要努力新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

系统大户的营销工作。全市还有镇区财政所未在我行开户的现状，调用资源营销，开花。并借势向各镇区分支机构展开营销攻势，更大的存款份额。对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户客户挂牌认购工作，

锁定他行客户，攻关。

(二)服务渠道管理，”结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要对公视图系统，在优质服务的基础上，体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

要总行要求”二级分公司结算与现金管理配置3名客户经理;每个对公网点(含综合网点)应当发展情况配备1名客户经理，客户资源的网点应增配，”起高素质的营销团队。

物理网点的建设。，对公结算品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要网点建设，在贵宾理财中心改造中要考虑对公客户的需要，客户的需求。各行部要制定详细的网点对公营销指南，同网点业态对公的服务内容、服务要求、服务规范、服务流程等。

要拓展电子银行渠道，离柜占比。今年，电子银行在”跑马圈地”市场占比的，还要”精耕细作”，拓展有层次的客户。各行部应与分公司下发的客户清单，有侧重、有地营销工作，要在优质客户市场上占据优势。客户服务与深度营销工作。企业客户电子银行台账，并以此客户支持和服务的依据，为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，”动户率”和客户使用率。

”结算优质服务年”活动。要以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以客户需求为导向。产品创新，服务，问题，服务管理，客户满意度，以客户为中心的服务模式。提升服务质量，全公司又好又快地发展。

(三)产品创新步伐，加大新产品推广应用

结算与现金管理部产品，承担着产品创新、与管理的责任营销支持系统建设。总行全公司法人客户营销、企业级客户信息管理和银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理技术手段。

结算产品创新机制。要产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要收集、研发产品的主要承担者。信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司组织行、行产品创新研讨会，解决客户的问题。

财智账户品牌的市场认知度。今年要实施结算与现金管理品牌策略，以”财智账户”为核心，在品牌下品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品品牌设计，制定的品牌策略，纳入到品牌体系中。财智账户品牌的推广，品牌，品牌力。

**服装销售工作计划表篇六**

在将近2个的时间中，经过我们团队的共同的努力，使我们公司的产品知名度在湘潭市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。特对个人销售工作计划分析如下：

下面是我们新聘团队近半年的销售情况：

从近半年的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在湘潭市场上分红险产品品牌众多，中国人寿.平安.由于比较早的进入湘潭市场，分红险产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在

1)销售工作最基本的客户访问量太少。新聘团队是今年5月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有200个，加上没有记录的概括为270个,总体计算\_\_销售人员一天拜访的客户量\_\_个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度.

3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4)新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

市场分析

现在湘潭市场分红险很多，但主要也就是人寿.平安.新华等.公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。

市场是良好的，形势是严峻的。在湘潭九华市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，下半是大有作为的半年，假如在下半年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做九华这个市场。

**服装销售工作计划表篇七**

一、清点货品，做到心中有数

1、掌握每款货品数量。

2、掌握每款号码情况及数量。

3、掌握前十大货品库存情况及时补货，并让每位员了解。

4、近期整理库房，做到井然有序，便于找货、盘货。

1、做到日清、日结、日总、日存、日报。

2、做到心中有数，每款每日销售数量及占比。并进行销售同比及环比分析，同时对货品进行调整。

1、稳，稳定在职员工，逐一谈，了解内心需求及动向。

2、招，招聘新员工，做到招之能来，来之能用，用之能胜。

3、训，培训员工。

(1)做到每位员工均了解公司制度。

(2)在无顾客时，培训员工的销售技巧如服饰搭配、话术表达等知识技巧。

4、保，保证卖场有足够的销售人员，目的是保证销售额。

5、提，提高销售人员的销售技巧，货品知识等，便销售人员成为一顶一的干将，并为企业提供优秀的管理人员。

1、按公司要求，做好服装陈列。做到精中有细，细中有致。通过陈列使顾客产生购买行为。

2、在陈列上争取创新，开发员工的创新思维，激发员工创新力，并根据创新结果给予物质奖励。目的是挖掘员工潜力，激励员工创新思想。

3、调整服装陈列，随时变换搭配，让新顾客有耳目一新的感觉，老顾客有新感觉。

1、通过培训指导员工，从单个顾客销售数量上入手，挖掘顾客需求分析顾客类型，多做销售附加。

2、掌握每次促销活动，在活动前与所有员工共同分析，做到事前的准备，事中有跟进，事后有总结。

3、促销宣传方面，对老顾客通过电话、手机短信等方式将信息及时发出;对新顾客通过宣传页等方式，争取更大的宣传范围。

4、对于销售业绩较高的员工和销售附加较高的员工，做到业绩分享，共同学习提高，增加整体销售业绩。

**服装销售工作计划表篇八**

一、20xx年市场预测和经营方针

20xx年下半年，国内宏观经济不理想，居民消费增速开始减慢，消费力明显降低。通过对服装行业的调查，20xx年秋、冬季大部分品牌的商品积压现象严重。我司整体商品动销仅为\*\*%，约有\*\*%商品直接积压在终端店铺。结合其它品牌销售形势，反映出进入20xx年的初始经济大环境的疲软态势。

我们通过市场调查发现，20xx年童装的行业竞争形势愈加严峻：

1、80后的童装消费群体未来三年将成为童装市场的消费主流——80后妈妈体现出如下特征：对价格不敏感，对时尚度、舒适度要求高。

2、知名童装加速扩张，国内大装品牌大部分切入童装市场，占据了百货商场、一二级城市街铺的主流渠道，并在年内广告的造势，对我司的品牌经营压力愈加增大。我司现有店铺以社区店为主，品牌知名度以及美誉度不足，已很难应对竞争品牌和未来市场的变化。在这种态势下，公司认真审视自身的优、劣势和经营情况，重新确立品牌的市场定位——一二线市场的二级商圈、省会城市的一二级百货及三线市场的一级商圈，未来将成为公司的主流渠道，改变以往社区店为主的渠道布局。

因此，公司20xx年度的经营方针确定为：提升品牌知名度和美誉度，强化终端视觉表现力；围绕核心店铺动销率的提升，提升单店盈利水平，促进资金的良性回笼，保证企业的平稳发展。接下来，将以这一阶段性的指导思想，阐述20xx年的各项营销规划、管理活动的经营思路。

20xx年，公司核心经营目标为：1、年度销售\*\*2、年度销售回款\*\*3、年度毛利润\*\*商品毛利率分配：

4、年度总费用控制\*\*万元，利润率控制为\*%，利润额为\*\*万元：费用预算：管理费用\*\*万元，营运费用\*\*万元，商品折损\*\*万元。

5、直营市场利润额\*\*万（\*%利润率），电子商务利润额\*\*万元（\*%利润率），合计\*\*万元。此利润额做坏账提留准备。

（二）销售目标细分

1、20xx销售总指标

2、按区域市场细分期货销售指标销售目标细分表（单位：万元）上述销售目标的分解，按报告附件《20xx年度销售目标分解表》执行（直营中心以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩.在下半年我向公司领导呈落一定能够在某某完善的搭建一个50人的销售团队。

我认为公司下半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工作环境是工作的关键。

以上是我对20xx年下半年销售工作计划的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

**服装销售工作计划表篇九**

一、20xx年市场预测和经营方针

20xx年下半年，国内宏观经济不理想，居民消费增速开始减慢，消费力明显降低。通过对服装行业的调查，20xx年秋、冬季大部分品牌的商品积压现象严重。我司整体商品动销仅为\*\*%，约有\*\*%商品直接积压在终端店铺。结合其它品牌销售形势，反映出进入20xx年的初始经济大环境的疲软态势。

我们通过市场调查发现，20xx年童装的行业竞争形势愈加严峻：

1、80后的童装消费群体未来三年将成为童装市场的消费主流——80后妈妈体现出如下特征：对价格不敏感，对时尚度、舒适度要求高。

2、知名童装加速扩张，国内大装品牌大部分切入童装市场，占据了百货商场、一二级城市街铺的主流渠道，并在年内广告的造势，对我司的品牌经营压力愈加增大。我司现有店铺以社区店为主，品牌知名度以及美誉度不足，已很难应对竞争品牌和未来市场的变化。 在这种态势下，公司认真审视自身的优、劣势和经营情况，重新确立品牌的市场定位——一二线市场的二级商圈、省会城市的一二级百货及三线市场的一级商圈，未来将成为公司的主流渠道，改变以往社区店为主的渠道布局。

因此，公司20xx年度的经营方针确定为： 提升品牌知名度和美誉度，强化终端视觉表现力；围绕核心店铺动销率的提升，提升单店盈利水平，促进资金的良性回笼，保证企业的平稳发展。接下来，将以这一阶段性的指导思想，阐述20xx年的各项营销规划、管理活动的经营思路。

二、20xx年公司经营目标 （一）核心经营目标

20xx年，公司核心经营目标为： 1、 年度销售\*\* 2、 年度销售回款\*\* 3、 年度毛利润\*\*商品毛利率分配：

4、 年度总费用控制\*\*万元，利润率控制为\*%，利润额为\*\*万元：费用预算：管理费用\*\*万元，营运费用\*\*万元，商品折损\*\*万元。

5、 直营市场利润额\*\*万（\*%利润率），电子商务利润额\*\*万元（\*%利润率），合计 \*\*万元。此利润额做坏账提留准备。

（二）销售目标细分

1、20xx销售总指标

2、按区域市场细分期货销售指标销售目标细分表 （单位：万元）上述销售目标的分解，按报告附件《20xx年度销售目标分解表》执行（直营中心&营销中心）

（三）经营管理目标

1、生管管控目标：

2、研发管控目标：

3、营运管控目标：

4、采购管控目标：

5、直营管控目标：

6、人力行政管控目标：

7、财务管控目标：

8、物流公司管控目标：

9、it部管控目标：

三、主要经营策略

20xx年度主要经营策略将从商品的风格创新、价格立体化、消费群体拉宽、渠道升级、品牌力提升及终端视觉表现加强等几个方面延伸制订。

（一）市场策略

1、调配公司内部所有资源，以市场需求为导向，支持前端销售部门的业绩达成。

2、通过顾问团队提供的盈利模式，全部区经、督导、直营经理、直营督导在广东直营店铺的实操训练，提炼出当季的盈利模板，通过以上人员在目标市场标杆店铺的复制，进行推广，有效拉升各核心店铺的视觉形象表现力和销售业绩。

3、通过每季单店盈利模式的固化实施，将直营打造成公司核心销售人员的培训基地。

4、渠道拓展的主攻方向是公司直营和重点市场，以“发展优质加盟客户和优质区域代理客户为核心方向，做好公司的基本盘面建设。

5、20xx年，公司强势进驻已有一定盘面的省份及直营省份的一二线商场，作为品牌形象提升的另一核心策略.

（二）商品策略

1．商品的风格调整：拉宽消费群，贴合80后主消费业态，错开与\*\*、\*\*品牌的直接对抗竞争。

2．围绕企业商品力的提升，将对企业现有体系进行改造

（三）品牌策略

1、提升品牌终端视觉表现力

1）新开店铺质量管控：20xx年起，以“小城市开大店、大城市开多店”的策略，执行新开店审批流程，并加强开店店铺的施工质量，强化店铺视觉表现并严把开店的质量关。

2）调整品牌商圈。目前我司店铺80%所在商圈为社区型商圈，“养店”费用与时间成本太高，严重影响单店的盈利，制约了品牌的发展。20xx年开始，公司将大力推进二线商圈店的拓展加盟，以迎合品牌的重新定位。

3）提炼店铺陈列标准并复制推广，提升商品表现力。

2、展开广告投放与广告投放的配套工作，进行品牌塑造，聚焦推广

1）公司进行全国性电视媒体广告投放，进一步扩大品牌知名度与影响力。

2）20xx年，计划在全国区域进行10次大型促销活动进行平面拉动，并全面更新全国专业市场的喷画，传递广告及招商信息。

（四）招商策略

采用广告招商、以商招商、网络招商、展会招商等手段，重点针对直营加盟客户及区域代理展开招商活动，拉升直营市场的基本盘，进一步加强公司未来的抗风险能力。

（五）新的事业平台搭建：电子商务部

针对未来的消费习惯的改变，为公司平稳发展，20xx年，公司对电子商务事业部从战略角度调整内部管理资源，支持新事业部的发展。电子商务部以期货和库存货品为主经营业务，主体消化库存货品及库存面料，盘活资金，为青蛙皇子第二条核心渠道的发展搭建平台。

四、年度工作行动计划汇总简述

五、达成目标的各系统目标管理思路

（一）生产系统

1、根据公司制订的经营目标，产能评估如下： 夏季：\*\* 秋季：\*\* 冬季：\*\*

2、为令产品更具市场竞争力，20xx年拟针对原有外协单位，及原辅材料供应商进行议价谈判，争取成本尽可能降低，并通过管理表单和季度目标考核加以实施管控。

3、20xx年，公司对采购系统回厂时间的管控，应列为重点。

4、强调生管系统与营运系统搭建沟通平台，尽可能降低在仓库存。

（二）人力资源系统

1、梳理明确各部门岗位职能职责及工作流程。

2、重点围绕研发人才及销售人才的引进，同步建立此类人才的梯队培养机制。

3、建立并推行kpi考核管理体系。按照“有计划、分步骤、可量化”的原则，由人力资源牵头，以目标管理为基础，建立起工作绩效管理体系。按照分级管理、分层考核的原则，从20xx年4月10日起，由总经办对公司各部门经理及营销、直营中心全体人员推行kpi考核机制，以确保主要经营目标管理的执行落实。

4、进行直营与电子商务两个系统独立核算的机制改革，保障核算有效实施。

5、20xx年起，在公司内部推行企业“分享文化”，围绕其组织开展各项活动，固化成型公司文化。

6、20xx年开始，结合国家劳动法与市场用人趋势，调整公司用人机制，完善各项管理制度，以期与国家及行业接轨。 （三）物流系统

1、退、发货流程的理顺制订，场地的规划、设施及人员的配置，可以有效保障20xx年度营销区域、直营单店和电子商务的业务配合。

2、20xx年，物流部除每季度实施盘点外，在日常工作中加入账实抽检核查环节，同时定期进行员工系统操作培训，以提高成品仓数据准确及时性。

（四）it信息管理

1、通过it知识的输出，从技能上为公司、代理商及加盟商提供系统业务支撑。

2、由总经办牵头，it部将从20xx年开始，着重关注系统在各相关岗位的应用，强化工作流程及数据链，跟进并落实相关岗位录入数据的准确性、及时性。年内，也将根据公司的现状和实际需求，新开发一些功能模块，协助公司管理，提高公司管理水平。

（五）财务系统 20xx年，财务中心将从原来的事后监督，变革为过程监督，并通过财务分析报表，对公司的经营管理提出建议。

1、完成新业务链（配发货业务）的各部门正常链接。

2、完成季度直营中心与电子商务部门的独立核算工作。

3、健全财务监测体系。

（六）组织管理系统

1、由总经办负责，20xx年4月前，对各项经营目标进行层层分解，并与各级管理人员签订《目标管理责任书》，逐级明确目标、责任、奖惩等。各级管理人员的《目标管理责任书》统一汇集于人力资源中心，实施归口管理。

2、由总经办牵头，组织每月“经营目标达成情况例会”，总结成果，检讨差距，研拟对策，跟进结果。

六、公司年度费用预算规划 1、物流与资金流的规划

2、年度重点费用项目预算

3、公司年度费用点控制年度总费用控制\*\*万元，费用点\*\*%，利润率控制为\*%，各费用项目如下： 1）管理费用：\*\*万元 2）营业费用：\*\*万元 3）货品折损费用：\*\*万元

（\*\*万管理费 + \*\*万营运费 + \*\*万货品折损费） ÷ \*\*万元＝费用点\*\*%

七、规划报告的相关文件或附件 ◢《年度公司组织架构（20xx）》 ◢《年度工作行动计划（各部门·20xx）》 ◢《目标经营责任书（直营中心/营销中心·20xx）》 ◢《年度绩效考核办法（直营中心/营销中心·20xx）》

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找