# 服装销售工作计划

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-09-09

*（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，...*

（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。

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