

# 2023年服装店长销售总结 服装店销售总结 (模板10篇)

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 服装店长销售总结篇一

专卖店常见问题的话术

错误应对：是的，在我没来品牌之前我也这么认为，那是因为我了解品牌的产品，

有优质的售后服务和质量，价格的保证承诺，在宜兴买到同品牌、同质量、同款式的话我们双倍退还你的差价，所以你可以尽管放心购买。

语言模板：

但我们公司优质的售后服务肯下定让您放心、质量肯定没有问题，先生这边请、、、（引导顾客去试衣，并在这过程中了解相应信号有针对解决）

、（为顾客介绍衣服）品牌观点：路靠走出来，产品靠塑造出来，转移也是一种美。

2、我都买了一千多块钱的了、我不要你们的'贵宾卡、不如送我一只98元的包！错误应对：先生很感谢你的支持，只是我们这里买满。

元....是公司规定的，如果你真的很喜欢这个包的话，只需付98元就可以了；

经营服装店有淡旺季之分。

服装店的淡季需求不旺，服装店的营销应更强调竞争导向，把更多的精力放在关注和分析竞争对手上。

相对而言，旺季则应强调需求导向，顺应消费者需求的功能创新对于“取利”更有现实意义。

“旺季抢增量，服装店淡季抢减量”，是服装店淡季提升销量的根本策略——以比对手更强的促销、更广的宣传和更低的价格进行掠夺。

但需要指出的是，服装店淡季的绝对量毕竟有限，所以，投入的兵力要有度，抢的程度也要有个度。

而且，服装店淡季做销量，同样重在取势。

适时推出新品

在服装店淡季适时推出一些新产品，可以有效地切割对手的市场份额。

从取势的角度来看，能强化服装店品牌在消费者心智中的地位。

对于营销预算有限的服装店，以有限度的广告宣传 and 适量的新品推出可以取得不错的影响力。

开发新用途

发现和引导新的消费习惯是服装店淡季挖掘销量的有力途径。

一些别出心裁的消费方式，如买衣服送干洗. 买衣服送雪糕等等捆绑销售等，往往能达到出奇的效果，就是服装店淡季营销的创新典范。

## 坚持适度促销

有一些服饰店本着“投入和产出成正比”的原则，在服装店淡季大幅压缩费用。

这样做，只会使销售压力更大，服装店淡季更淡。

有句行话叫“赚头不赚尾”。

适度改善陈列方式，降低单价及利润，甚至贴本甩货，在淡季保持适度的促销，特别是形成对竞争者强大的促销压力，往往能取得事半功倍的效果。

## 案例一：

您好，有什么可以帮您的吗？

这件衣服很适合您！（顾客拿起衣服比划时）

请问您穿多大号的？（当顾客仔细地打量时）

您的眼光真好，这是我公司最新上市的产品。

（当顾客看着某件商品突然停下脚步时）

## 案例二：

看到顾客对某件商品有兴趣时上前介绍产品。

产品介绍：1、特性(品牌、款式、面料、颜色)2、优点(大方、庄重、时尚)3、好处(舒适、吸汗、凉爽)

### 三、赞美接近法

即以“赞美”的方式对顾客的外表、气质等进行赞美，接近顾客。

俗语：良言一句三春暖；好话永远爱听，一定要认可客户的需求，并且给予适当的称赞。

在挖掘需求的过程中，销售人员最典型的毛病就是总在问，总是以我为导向。

## 服装店长销售总结篇二

工作的热情，而缺乏男装行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到劲霸男装这个销售团队中来，到店之后，一切从零开始，一边学习劲霸男装品牌的知识，一边摸索市场，遇到销售和服装方面的难点和问题，我经常请教店长和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在对一些比较难缠的客人研究针对性策略，取得了良好的效果。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客人所提到的各种问题，准确的把握客人的需要，良好的与客人沟通，因此对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习劲霸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。同时也存在不少的缺点：对于男装市场销售了解的还不够深入，对劲霸男装的技术问题掌握的过度薄弱（如：质地，如何清洗熨烫等），不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决方法。在与客人的沟通过程中，过分的依赖和相信客人。

在下月工作计划中下面的几项工作作为主要的工作重点：

- 1、在店长的带领下，团结店友，和大家建立一个相对稳定的销售团队：销售人才是最宝贵的资源，一切销售业绩都起源

于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们店的根本。在以后的工作中建立一个xx[]具有杀伤力的团队是我和我们所有的导购员的主要目标。

2、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。这是我们在下个月完成十七万营业额的前提。我坚决服从店内的各项规章制度。

3、养成发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯：养成发现问题，总结问题目的在于提高我自身的综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，把我的销售能力提高到一个新的档次。

我认为我们劲霸男装专卖店的发展是与全体员工综合素质，店长的指导方针，团队的建设是分不开的。建立一支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。

## 服装店长销售总结篇三

工作中没有计划就像是一团乱麻，不知道从何顺理，只有计划好了，一切才会有规律的进行，所以说工作中离不开工作计划。

作为一名店长我深感到责任的重大，多年来的工作经验，让我明白了这样一个道理：对于一个经济效益好的零售店来说，一是要有一个专业的管理者；二是要有良好的专业知识做后盾；三是要有一套良好的管理制度。用心去观察，用心去与顾客交流，你就可以做好。

具体归纳为以下几点：

1、认真贯彻公司的经营方针，同时将公司的经营策略正确并及时的传达给每个员工，起好承上启下的桥梁作用。

2、做好员工的思想工作，团结好店内员工，充分调动和发挥员工的积极性，了解每一位员工的优点所在，并发挥其特长，做到量才适用。增强本店的凝聚力，使之成为一个团结的集体。

3、通过各种渠道了解同业信息，了解顾客的购物心理，做到知己知彼，心中有数，有的放矢，使我们的工作更具针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。

4、以身作则，做员工的表帅。不断的向员工灌输企业文化，教育员工有全局意识，做事情要从公司整体利益出发。

5、靠周到而细致的服务去吸引顾客。发挥所有员工的主动性和创作性，使员工从被动的“让我干”到积极的“我要干”。为了给顾客创造一个良好的购物环境，为公司创作更多的销售业绩，带领员工在以下几方面做好本职工作。首先，做好每天的清洁工作，为顾客营造一个舒服的购物环境；其次，积极主动的为顾客服务，尽可能的满足消费者需求；要不断强化服务意识，并以发自内心的微笑和礼貌的文明用语，使顾客满意的离开本店。

6、处理好部门间的合作、上下级之间的工作协作，少一些牢骚，多一些热情，客观的去看待工作中的问题，并以积极的态度去解决。

现在，门店的管理正在逐步走向数据化、科学化，管理手段的提升，对店长提出了新的工作要求，熟练的业务将帮助我们实现各项营运指标。新的一年开始了，成绩只能代表过去。我将以更精湛熟练的业务治理好我们华东店。

面对-xx年的工作，我深感责任重大。要随时保持清醒的头脑，理清明年的工作思路，重点要在以下几个方面狠下功夫：

1. 加强日常管理，特别是抓好基础工作的管理；

2. 对内加大员工的培训力度，全面提高员工的整体素质；
3. 树立对公司高度忠诚，爱岗敬业，顾全大局，一切为公司着想，为公司全面提升经济效益增砖添瓦。
4. 加强和各部门、各兄弟公司的团结协作，创造最良好、无间的工作环境，去掉不和-谐的音符，发挥员工最大的工作热情，逐步成为一个最优秀的团队。

## 服装店长销售总结篇四

经过几天的学习基本知识，我已经熟悉了店内的基本情况。今天终于能正式的进入到工作中了。今天给我感触的，就是细节。店长要我负责今天的细节工作，使我受益匪浅。

细节主要有：

1. 吧台垃圾桶内垃圾不得超过半桶，否则应立即倒掉。因为垃圾过多，容易导致外溢，影响吧台形象。
2. 每个衣服的衣架上都有很明显的moda标志，必须吧所有带标志的衣架一致向外，而且挂钩的方向必须一致，有利于美观。
3. 每个货架上得衣服要按一定的顺序排放，顺序为165、160、155、170、175。因为通常试衣服为顾客165身材比较多，其次是160，这样摆放有利于拿衣服方便，节省顾客时间，提高工作效率。并且每一款衣服只能摆放5件，不易过多，影响美观。
4. 归类。顾客试完衣服后，要及时将衣服收回，并案顺序类别依次挂到所属区域，以便其他顾客挑选。
5. 工作人员下班或者吃饭时，必须在签到本上签到，几点上

班几点下班，几点去吃饭，几点吃晚饭，都要有明确的记载，以便店长知道每个员工的去向，好安排工作。

6. 试衣间在没人试穿衣服时，门帘一律挂在左边挂钩，鞋子放在右前方，板凳放在左后方。

7. 打折商品，其折扣标签必须挂在正上方，一来顾客一看就知道是打折商品，二来，不会出现正价与特价商品弄混的现象。

## 服装店长销售总结篇五

### 服装店销售计划书(一)

我们的以纯

1. 企业概述 2. 营销战略 3. 运营管理 4. 企业目标

#### 企业概述

企业使命：以最优的价格，提供卓越的质量并为顾客创造卓越的价值，确保顾客对我们的产品、服务以及对我们的店感到满意。为此，我们承诺在社会行为中具备高度的责任感。我们还力求通过与合作伙伴的通力合作来提高我们店的社会责任标准，从而为中国服饰产业的可持续发展做出贡献。把一种积极创新的精神带给全世界所有的人，为消费者提供新时尚的生活体验。

所有权形式：合伙制企业类型：专卖店产品组合和种类□a.自由休闲casual系列b.时尚trendy系列c.校园y2——最年轻的青春休闲系列我们的口号□neverthesame,穿什么，穿什么，穿什么潮我看!潮我看!

#### 企业形象



## 营销战略

### 目标市场的分析

竞争对手分析阿迪达斯:品牌个性是成熟专业、时尚现代、够酷,稳稳占领着中国的高端市场耐克:品牌个性是挑战、热情、信心、在竞争中体味快乐的,核心就是“以专业体育用品市场来引导大众市场”。安踏:品牌个性是专注、务实、不断超越。成本、价格上有优势,选择将重点放在二、三线城市的大众市场,在中低端品牌中性价比较高,口碑一直不错。

### 营销方式

1、建立顾客档案。包括姓名、性别、手机、电话、生日、通信地址、购买日期及款式、二次购买日期及款式、月度购买频次、建档人。2、会员积分制。根据积分对产品进行打折,采取消费返利1%—30%,平均15%。

### 市场定位

目标消费者定位到18岁至30岁的年轻群体。他们属于时髦潮流型,青春生机、活泼健壮、热爱时尚、追逐时髦、有见地、是享用愉悦生活的特性人士。

### 服装店销售计划书(二)

女服装店营销策划又出现了新的方案。温州女性现在在家门口也可像明星们一样穿设计师的独特作品了,服装店就做起了这一特别买卖——专门经营销售独家设计的限量版服装。

这家名为“颖的女装店位于时代广场一个并不起眼的位置,面积不大,装修比较典雅古朴。它与一般服装店最大的不同在于:大部分衣服的品牌市面上较为少见,而且同款服装均只有一两件。店主孔小姐介绍说,女性购衣都追求独特个性,

为此，她专门收罗一些香港和美国设计师在上海工作室的作品，并从欧洲购进一些设计独特的二线品牌女装。她透露，她正在着手建立会员客户档案，今后将不定期开展主题沙龙活动，为的是和客户结为朋友，培养客户忠诚度。

有关人士认为，这家小店的服装店营销策划方案敢于另辟蹊径占领市场，这对只会跟风追随的经营者来说值得借鉴。

## 老板的服装店营销策划方案——对开店的一些想法

很多朋友创业想从开店着手，但不知道开什么店。许多人认为开店最好能与众不同，或者开竞争不怎么激烈、竞争对手不多的店。我个人认为这并不实际。首先，你很难与众不同。其次，即使你开的店与众不同，如果没有技术门槛或者其他门槛，别人也很容易模仿。所以我认为，开店首先要考虑的是自身情况，自己擅长什么东西，对什么行业熟悉或有兴趣，就开什么店。熟悉服装的人可以开家服装店，熟悉建筑行业的可以开家建材店。三百六十行，行行出状元，只有在自己熟悉或感兴趣的领域里深耕细作，才会成功。

有些人对某个行业非常熟悉，但缺少资金。可以考虑找一个志同道合的合伙人。不仅能解决资金问题，还能降低风险。但这样开店，合伙人一定要选好。一个是要能相互信任，一个是要有共同的创业目标。但不管是怎样的朋友，要先小人后君子。事先必须把双方的责、权、利规划清楚，分得越细越好，最好用书面的形式写清楚，免得以后产生纠纷。中国企业有个不好的现象，合伙人常常在创业时能同甘共苦，一旦企业发展壮大，矛盾就出来了，所谓能共患难、不能共富贵，合伙创业时要考虑如何走出这个怪圈。

合伙开店时必须制定一些规章制度，尤其是财务制度。一旦决定合伙开店，出资人所出的资金就归企业所有了，资金的运用要严格按照财务制度。

正规的办企业，事先还要做市场调查，写可行性报告、商业策划书等。可行性报告里可以包含以下几个部分：市场调查、市场细分、市场定位、竞争对手分析、风险分析、本公司的优势和劣势、成本分析、收益分析、企业的经营方向和长远目标，企业的阶段性目标、为实行阶段性目标的手段和方法等内容。当然，一般人开店，不一定要搞这么复杂。但你至少必须对市场有比较深的了解。

最后我认为，你的店能否成功，并不在于你销售什么，而在于你的管理水平和营销水平。开不同的店，其考虑的内容会有所不同。下面按照我的想法，谈谈开一般的零售店(小超市)要注意的几个方面。

1、选址。选址很重要，好的地址是成功的一半。选址的时候通常要考虑的几个因素是：人流量、交通状况、附近的居民和单位，如学校、写字楼等。还要考虑附近的店是不是有冲突或者互补。一般情况下附近最好没有竞争对手。但也不一定，如商业区商业单位集中，反而有助于积聚人气。在开大的超市的时候，还有一个商圈的概念。所谓商圈，就是商店服务覆盖范围。在商圈内消费者一般会来购物，商圈范围外的消费者来本店购物的可能性就比较校当然如何确定商圈的大小也很有讲究，要考虑店的规模、竞争对手、交通状况(包括公交线路)等等因素。

2、店招设计和店面设计。店招设计要个性化，醒目，能让消费者印象深刻或产生好感。店面设计也要比较重要，如要考虑灯光亮度、墙和地面的颜色、货架的陈列等等。

3、服务和促销。首先一点，千万不能卖假货。一般的小超市还可以考虑：送货上门、24小时营业、搞一些便民措施，也可以学大超市搞一些商品导购、海报等宣传资料，搞一些促销活动。甚至也可以考虑实行会员制和积分奖励制度。多想想，一定还可以想出很多促销的办法。

4、管理。管理一定要规范化。如果商店有一定的规模，商品品种比较多，最好能实行信息化管理。信息化管理有助于对商品销售情况进行及时分析。什么商品好销，什么商品滞销，都能及时分析整理，针对销售情况不同的商品，库存管理和采购管理也是不一样的。科学的库存管理和采购管理能有效降低成本和风险。如何分析，我想也有很多资料或书籍可以参考。

5、采购是很重要的环节。如何降低采购成本，要考虑进货渠道、进货方式等。甚至为了降低采购价格，也可以考虑联合其他小商户集中采购，分散配送。采购的商品种类、数量要靠经验或对商品销售进行数据分析。科学的采购能降低库存、提高资金周转率。

6、商品的陈列。商品的陈列、货架的摆放很有讲究。商品的陈列并不能简单地认为摆得漂亮就行。第一行摆什么，第二行摆什么，促销商品摆什么地方，入口摆什么商品都有讲究。关于商品的陈列，可以参考有关书籍。良好的商品陈列能有效促进销售。

7、商品的定价也是一门学问。不过一般小超市，人们更多的是考虑便利性，对价格不是很敏感。所以小超市，有时也称为便利店。

8、可以考虑加盟。能做大的连锁企业，一般在经营上有一套比较成熟的做法，并且比较规范。连锁企业一般还对加盟店进行商品配送。加盟这种企业，可以减少风险，并利用连锁企业的品牌效应。有时连锁企业有时还会对加盟店进行管理或其他方面的培训。不好的地方是要牺牲一部分利润给连锁企业，也不利于本店以后自己创立品牌。

### 服装店销售计划书(三)

#### 一、店面销售商品定位：

韩国时尚女装，主要以针织上装为主。

## 二、店面装修风格：

高贵典雅的装修风格，店面色彩以咖啡色为主，米色为辅，装修材料主要以纤维为主，体现购买者(女人)的唯美感和曲线感，吸引顾客进店。

## 三、店内人员的配备：

2到3名导购员，要求有较强的服饰搭配能力，了解服装的面料及制作，对工作认真负责。性格开朗大方，有亲和力，语言表带能力强，能给顾客提供很好的着衣建议。

## 四、促销方案内容设计：

促销，是服饰业经营中的一大利器，不但可以促进销售额的上升，还有助于提高店内形象，与顾客建立长期合作关系。结合调研结果，我们发现，地一大道开业时间不久，客流量不高，到富二来购物的顾客更不是很多，我们决定把促销目标人群定为我们的同学和老师，学校人员集中，年龄符合地一大道的购物群体，而且地一大道的商品也符合学生和老师的购买需要和购买能力。我们采取了以下促销活动。

3、比赛开始前，在两个校区对各个系部的老师对我们的比赛活动进行宣讲，为本校老师发放vip卡，使其成为我们重点客户。

4、23-28日每天比赛期间每天的上下午到富一层各发布半个小时的代金券(10元、20元、30元)，把人流引到到店内进行消费。在店内张贴pop海报，最大限度的拉动现场的零散顾客来我们的店里购买商品。

5、我们在做调研期间给每位顾客留下了信誉卡，欢迎他们在

活动期间来我们的店里购买服装。

6、我们把服装店的logo做成粘贴，每个衣架上都贴有我们统一设计制作的logo，并精心为顾客准备了购物袋，在每次销售完成后用logo的粘贴封袋，让顾客记得我们change you服装店、记得“地一大道”组织的这个活动。做到进店的消费者能留下深刻的品牌印象，未进店的潜在消费者能看见我们流动的品牌宣传。

7、诱导消费是指消费者获得的部份，例如赠品、折扣等，现在还是有很多贪小便宜的人，可以抓住这一部分人的心理，帮助你做好促销。在圣诞节我们为所有进店的消费者精心准备了小礼品，促进消费者的消费欲望并设计布置了特价服装区走薄利多销路线。

## 服装店销售计划书(四)

### 频繁营销规划

频繁营销规划也称为老主顾营销规划，指设计规划向经常购买或大量购买的顾客提供奖励。奖励的形式有折扣、赠送商品、奖品等。通过长期的、相互影响的、增加价值的关系，确定、保持和增加来自最佳顾客的产出。美国航空公司是首批实施频繁营销规划的公司之一，80年代初推出了提供免费里程的规划，一位顾客可以不付任何费用参加公司的aa项目，乘飞机达到一定里程后换取一张头等舱位票或享受免费航行和其它好处。由于越来越多的顾客转向美国航空公司，其它航空公司也相继推出了相同的规划。许多旅馆规定，顾客住宿达到一定天数或金额后，可以享受上等住房或免费住宿。信用卡公司也向持卡人提供折扣。

频繁营销规划的缺陷是：第一，竞争者容易模仿。频繁营销规划只具有先动优势，尤其是竞争者反应迟钝时，如果多数竞争者加以仿效，就会成为所有实施者的负担。第二，顾客容易转

移。由于只是单纯价格折扣的吸引,顾客易于受到竞争者类似促销方式的影响而转移购买。第三,可能降低服务水平。单纯价格竞争容易忽视顾客的其它需求。

## 关系营销的各种策略

关系营销是与关键顾客建立长期的令人满意的销售关系的活动,应用关系营销最重要的是掌握与顾客建立长期良好业务关系的种种策略。

## 设立顾客关系管理机构

建立专门从事顾客关系管理机构,选派业务能力强的人任该部门总经理,下设若干关系经理。总经理负责确定关系经理的职责、工作内容、行为规范和评价标准,考核工作绩效。关系经理负责一个或若干个主要客户,是客户所有信息的集中点,是协调公司各部门做好顾客服务的沟通者。关系经理要经过专业培训,具有专业水准,对客户负责,其职责是制定长期和年度的客户关系营销,制定沟通策略,定期提交报告,落实公司向客户提供的各项利益,处理可能发生的问题,维持同客户的良好业务关系。建立高效的管理机构是关系营销取得成效的组织保证。

## 个人联系

个人联系即通过营销人员与顾客的密切交流增进友情,强化关系。比如,有的市场营销经理经常邀请客户的主管经理参加各种娱乐活动,如滑冰、野炊、打保龄球、观赏歌舞等,双方关系逐步密切;有的营销人员记住主要顾客及其夫人、孩子的生日,并在生日当天赠送鲜花或礼品以示祝贺;有的营销人员设法为爱养花的顾客弄来优良花种和花肥;有的营销人员利用自己的社会关系帮助顾客解决孩子入托、升学、就业等问题。

通过个人联系开展关系营销的缺陷是:易于造成企业过分依赖

长期接触顾客的营销人员,增加管理的难度。

## 俱乐部营销规划

俱乐部营销规划指建立顾客俱乐部,吸收购买一定数量产品或支付会费的顾客成为会员。日本的任天堂电子游戏机公司建立了任天堂俱乐部,吸引了200万会员,会员每年付16美元会费,可以每月得到一本任天堂杂志,先睹或回顾任天堂游戏,赢者有奖,还可以打“游戏专线”电话询问各种问题。哈莱·戴维森公司建立了哈莱所有者团体,拥33企业活力\_年第10期nn营销筹划ying\_iaochouhua有30万会员,向会员提供一本杂志(介绍摩托车知识,报道国际国内的骑乘赛事)、一本旅游手册、紧急修理服务、特别设计的保险项目、价格优惠的旅馆,经常举办骑乘培训班和周末骑车大赛,向度假会员廉价出租哈莱·戴维森摩托车。第一次购买哈莱·戴维森摩托车的顾客可以免费获得一年期的会员资格,在一年内享受35美元的零件更新。目前,该公司占领了美国重型摩托车市场的48%,市场需求大于供给,顾客保留率达95%。

## 顾客化营销

### 关于服装折扣业营销的知识与技巧

折扣服装导购的工作是要找出具体销售工作中致胜的关键。只有找到折扣销售致胜的关键,导购员才能够有的放矢。

世界上最顶尖的导购人员曾出10个成功的关键:明确的目标、健康的身心、极强的开发顾客的能力、自信、专业知识、找出顾客的需求、好的解说技巧、善于处理反对意见、跟踪顾客和收款。

## 服装店长销售总结篇六

衣服的款式花色是否适合顾客的喜好?款式花色确实可能导致



你的衣服不好卖。

但问题是，我们不可能让自己的衣服让所有的人都喜欢，况且有时候顾客不喜欢我们的衣服并不一定就是说我们的衣服不适合她。所以，卖顾客喜欢的衣服不是本事，把顾客不喜欢但确实适合她的衣服卖出去，那才是本事。

你可能会问，那如果有人还是不喜欢我们的衣服怎么办呢？我认为，你得知道其中的原委，然后对顾客的穿着习惯进行认同，并且关键是要学会引导顾客改变她的穿着习惯。具体的套路方法分享可能不便详细展开，不过我们真的可以这样去引导顾客。

“王姐，可能您以前一直穿亮色的衣服，所以一开始确实会有些不习惯，这也很正常，不过我认为您的皮肤很白净，您穿深色的衣服照样好看，还会显得您更加的……要不，我先搭配一套，您试穿一下，您看这样好吗？”

## 第二：衣服价格

当然，我们在订货的时候也要根据当地的商圈定位确定自己的货品价格带，这是我们订货就要把控好的。不过在终端销售当中，我发现很多时候不是衣服太贵了，而是我们店铺里的人对于高价位的衣服没有销售的经验。他们要不对自己的衣服价值缺乏信心！

## 第三：销售节点

任何销售不可能完全事在人为，还要遵循天道。对于服装销售而言，上货波段也就是销售节点确实也非常重要。你这款衣服推早了，也许衣服目前的试穿还可以，但是由于这款衣服上的有点儿早，购买有可能就不高，这就是节点的问题。

还有一种就是这款衣服到撤货的时候，但是还没有撤掉，这

也是节点没有把握好。比如说半袖，半袖在现在有些不能作为内穿的款，比如连衣裙我们肩膀这个位置有一些突起元素，穿外套的时候就不舒服。这种款早就应该撤了，可是终端店铺还没有撤，这个款就撤的有点儿晚。

这些东西都是我们终端长期要关注的，要守住自己终端的货，要控制住。实际上，在终端，有些货是早就该撤下来的，它的薄厚不对，包括这个品类的特征也不行，该撤就应该撤。别因为卖那点儿夏装，错过了秋装的销售时机。然后为了卖秋装，冬装又剩下了。为了卖冬装，春装又剩下了。周而复始，就这样恶性循环下去，过两三年，这个终端可能就死掉了，就是这个道理。

#### 第四：销售节奏

为什么说有的店铺销售好，有的店销售不好，其实和销售节奏也有关系。比如如果店铺春装销售的快，夏装自然上的就早，收的也漂亮，秋装上的也及时，收的也干净，冬装马上进店，刚好赶上时候，整个四季销售都是遵循了天合地利人和。最多最后把剩下来的一些春装和秋装在1、2月份拿出来一甩，完了。

销售节奏控制得好。所以说，现在很多零售商的控制手法往往都忽略了销售节奏的控制，他控制个别品类销售的时候，往往处于失控状态，他根本不知道，有的货在店里两个月都不销售一件，没人知道。

有些款订回来就是辅助款，可能就是陈列其中的一个吸引款。这样一来，无论是从颜色、价位、品类、还是款式上看，都不是主打、主推的，终端推广的时候就没必要推它，订的时候就不该订那么多，如果店铺少，每店一两件足已。

所以做服装销售不要总是强调某几个款或者某一段时间的胜负，你要看全年的收益。有时候我们要做一些牺牲。

## 第五：服装搭配性

我们的货品组合性如何。它将直接影响到我们后期的连单率高低。所以，我们要问问自己，我们订货的时候，是否考虑了这款衣服的可搭配性，在订货的时候，款式可搭配性的尺度拿捏的是否准确，是否周全考虑。货品品类的结构组合是否合理，这些都将不仅影响销售，而且会影响到店铺的连单率，这个非常关键的指标。

当然，有时候衣服本身没有问题，包括搭配性。只是我们的店长导购在卖衣服的时候没有给顾客搭配好，所以，我们经常发现，同样的顾客，不同的导购来搭配，最后导购甲搭的衣服顾客没买，导购乙搭配的衣服顾客就买了。这说明我们导购的搭配能力也非常重要。

## 第六：衣服质量

确实，这些年，由于竞争加剧，有些厂家在货品质量这一块把控得不够好，影响了店铺的长期销售。最近在网络上看到了福建某国内著名男装品牌，由于产品质量下滑导致销售抱怨连连，最后也影响到了店铺的市场口碑和业绩表现。

## 服装店长销售总结篇七

时间过得很快，马上就要迎来春节，在此我现将的工作总结作如下汇报：

### 一、顾客方面

- 1、根据公司领导要求，做好店内的陈列及新款的展示，安排好人手更好的为公司的促销活动提升销售。
- 2、定期及及时的做好竞争对手促销活动和款式变动的收集，第一时间反映到公司总部。

3、做好会员基本资料的整理及定期跟踪，维护老客户，保持经常与老客户联系，了解客户对产品需求的动向，及时向店内的会员及老顾客反映公司的款式及店内的优惠信息。

4、热门思想汇报合理的定货保证热卖及促销活动产品的库存，确保随时有货。

## 二、销售技巧方面

店员除了将服装展示给顾客，并加以说明之外，还要向顾客推荐服装，以引起顾客的购买兴趣。推荐服装可运用下列方法：

1、推荐时要有信心，向顾客推荐服装时，营业员本身要有信心，才能让顾客对服装有信任。

2、适合于顾客的推荐。对顾客提示商品和进行说明时，应根据顾客的实际客观条件，推荐适合的服装。

3、配合手势向顾客推荐。

4、配合商品的特征。每类服装有不同的特征，如功能、设计、品质等方面的特征，向顾客推荐服装时，要着重强调服装的不同特征。

5、把话题集中在商品上。向顾客推荐服装时，要想方设法把话题引到服装上，同时注意观察顾客对服装的反映，以便适时地促成销售。

6、准确地说出各类服装的优点。对顾客进行服装的说明与推荐时，要比较各类服装的不同，准确地说出各类服装的优点。

其次要注意重点销售的技巧，重点销售就是指要有针对性，对于服装的设计、功能、质量、价格等因素，要因人而宜，

真正使顾客的心理由“比较”过渡到“信念”，最终销售成功。在极短的时间内能让顾客具有购买的信念，是销售中非常重要的一个环节。

重点销售有下列原则：

- 1、从穿着时间、穿着场合、穿着对象、穿着目的方面做好购买参谋，有利于销售成功。
- 2、重点要简短。对顾客说明服装特性时，要做到语言简练清楚，内容易懂。服装商品最重要的特点要首先说出，如有时间再逐层展开。
- 3、具体的表现。要根据顾客的情况，随机应变，不可千篇一律，只说：“这件衣服好”，“这件衣服你最适合”等过于简单和笼统的推销语言。依销售对象不同而改变说话方式。对不同的顾客要介绍不同的内容，做到因人而宜。
- 4、营业员把握流行的动态、了解时尚的先锋，要向顾客说明服装符合流行的趋势。

### 三、努力经营和谐的同事关系

认真向领导学习，善待每一位同事，做好自己在店内的职业生涯发展。同时认真的计划、学习知识、提高销售技能，用工作的实战来完善自己的理论产品知识，力求不断提高自己的综合素质。

感谢公司给予我机会与信任，我一定会积极主动，充满热情，用更加积极的心态去工作。

### 2021服装店年度销售总结5

时光飞逝转眼又到了年底，回顾即将过去的一年里经历了很

多，也感悟到很多。首先感谢公司领导和店内同事在这一年里帮忙与支持，自己才能更好的立足于本职工作，再发挥自身的优势不断总结和改善、更好的提高自身素质。

虽然每一天都在重复着单调的工作，但在公司形象受到破坏的时候我学会了如何去维护，在被客户误解的时候，我学会了如何去沟通与交流，在店内销售不好时我学会了去查找原因并加于改善，透过今年的工作个性是十一月份店长休假让我代理店长以来，更明确的意识到要做好店里的销售最重要的是员工清楚自己的产品知识、有很好的服务态度、还要有店内同事的用心配合，店员在店里就代表着公司形象，而这些都是都将影响公司的销售。期望今后透过公司领导的指点和同事们的努力为公司创造更好的销售业绩。现将今年的工作总结作如下所示：

## 一、顾客方面

我把进店的顾客分为两种：

第一种顾客，目的型的客人：逛商场怀有购物的目的，有比较明确的需求或者想法。她们可能开门见山或直奔主题索取自己喜欢的衣物，或者是半明确型的客人，是想买一件衬衫或外套，但是具体要买什么样貌还没有明确。

第二种顾客，闲逛型的顾客：此刻的商场里有太多消磨时光闲逛型的顾客，她们有的是纯粹打发时间，有的是情绪不好，到琳琅满目的商场里散心。闲逛型的顾客不必须是说不会购物，遇到她喜欢的和开心的货品时，下手也是毫不犹豫。目前商场里的顾客闲逛型的占多数，而对待闲逛型的顾客和有目的型顾客接待是不能完全相同的。闲逛型的顾客进店后，需要空间和时间来欣赏我们精心设计的漂亮陈列和货品。接待她们最忌讳的就是立刻接待，\_%的时候你得到的回答是：我随便看看。显然这样的接待服务是有问题的。

## 二、工作方面

根据公司领导要求，做好店内的陈列及新款的展示，安排好人手更好的为公司的促销活动提升销售。定期及及时的做好竞争对手促销活动和款式变动的收集，第一时间反映到公司总部。做好会员基本资料的整理及定期跟踪，维护老客户，持续经常与老客户联系，了解客户对产品需求的动向，及时向店内的会员及老顾客反映公司的款式及店内的优惠信息。合理的定货保证热卖及促销活动产品的库存，确保随时有货。

## 三、销售技巧方面

店员除了将服装展示给顾客，并加以说明之外，还要向顾客推荐服装，以引起顾客的购买的兴趣。推荐服装可运用下列方法：

首先推荐时要有信心，向顾客推荐服装时，营业员本身要有信心，才能让顾客对服装有信任感。适合于顾客的推荐。对顾客提示商品和进行说明时，应根据顾客的实际客观条件，推荐适合的服装。配合手势向顾客推荐。配合商品的特征。每类服装有不同的特征，如功能、设计、品质等方面的特征，向顾客推荐服装时，要着重强调服装的不同特征。

其次把话题集中在商品上。向顾客推荐服装时，要想方设法把话题引到服装上，同时注意观察顾客对服装的反映，以便适时地促成销售。准确地说出各类服装的优点。对顾客进行服装的说明与推荐时，要比较各类服装的不同，准确地说出各类服装的优点。

最后要注意重点销售的技巧，重点销售就是指要有针对性，对于服装的设计、功能、质量、价格等因素，要因人而宜，真正使顾客的心理由“比较”过渡到“信念”，最终销售成功。在极短的时间内能让顾客具有购买的信念，是销售中十分重要的一个环节。

重点销售要从4w上着手。从穿着时间when□穿着场合where□穿着对象who□穿着目的why方面做好购买参谋，有利于销售成功。重点要简短。对顾客说明服装特性时，要做到语言简练清楚，资料易懂。服装商品最重要的特点要首先说出，如有时间再逐层展开。

要根据顾客的状况，随机应变，不可千篇一律，只说：“这件衣服好”，“这件衣服你最适合”等过于简单和笼统的推销语言。依销售对象不同而改变说话方式。对不同的顾客要介绍不同的资料，做到因人而宜。营业员把握流行的动态、了解时尚的先锋，要向顾客说明服装贴合流行的趋势。

#### 四、地理位置方面

我们服装店的地理位置较偏，周围没有更多的商圈，除了今年初新开了一个五号停机坪购物广场外没有其他购物点。而这两处的购物特点都是靠周六日及其他节假日带来的客流，或更多的是靠服装搞一些广场活动而带动的客流。

也就是因为我们店由于地理及客流的因素占关键的比重，所以做好节假日的促销优其关键，而如果作为店铺的管理者必须要明白自己店铺的最畅销款是什么以及最抢眼的促销位在那里，合时合地的陈列才能更好的提高销售。我们能够根据客流的高低制定不同阶段，而在不同的时段采取的陈列思想也就应不一样，现阶段最流行的陈列思想莫过于色系的搭配，但是，在色系的搭配过程中，必须要注意整体的布局，以及最小陈列单元格的陈列，再到整场组合的布局。

#### 五、今后的努力方向

切实落实岗位职责，认真履行本职工作；千方百计完成区域销售任务；努力完成销售中的各项要求；用心广泛收集市场信息并及时整理上报；严格遵守各项规章制度；对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁职责感；完成其它工作。



用心了解到达的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要用心思考并补充完善努力经营和谐的同事关系，认真向领导学习，善待每一位同事，做好自己在店内的职业生涯发展。同时认真的计划、学习知识、提高销售技能，用工作的实战来完善自己的理论产品知识，力求不断提高自己的综合素质。

## 服装店长销售总结篇八

### 一、利用好奇心

现代心理学表明，好奇是人类行为的基本动机之一。那些顾客不熟悉、不了解、不知道或与与众不同的东西，往往会引起人们的注意，推销员可以利用人人皆有的好奇心来引起顾客的注意。

#### 案例分析

一位推销员对顾客说：“老李，您知道世界上最懒的东西是什么吗？”顾客感到迷惑，但也很好奇。这位推销员继续说，“就是您藏起来不用的钱。它们本来可以购买我们的空调，让您度过一个凉爽的夏天。”

某地毯推销员对顾客说：“每天只花一毛六分钱就可以使您的卧室铺上地毯。”顾客对此感到惊奇，推销员接着讲道：“您卧室12平方米，我厂地毯价格每平方米为24.8元，这样需297.6元。我厂地毯可铺用5年，每年365天，这样平均每天的花费只有一角六分钱。”推销员制造神秘气氛，引起对方的好奇，然后，在解答疑问时，很技巧地把产品介绍给顾客。

### 二、提出问题

推销员直接向顾客提出问题，利用所提的问题来引起顾客的

注意和兴趣。

## 案例分析

“张厂长，您认为影响贵厂产品质量的主要因素是什么？”产品质量自然是厂长最关心的问题之一，推销员这么一问，无疑将引导对方逐步进入面谈。

在运用这一技巧时应注意，推销员所提问题，应是对方最关心的问题，提问必须明确具体，不可言语不清楚、模棱两可，否则，很难引起顾客的注意。

## 三、向顾客提供信息

推销员向顾客提供一些对顾客有帮助的信息，如市场行情、新技术、新产品知识等，会引起顾客的注意。这就要求推销员能站到顾客的立场上，为顾客着想，尽量阅读报刊，掌握市场动态，充实自己的知识，把自己训练成为自己这一行业的专家。顾客或许对推销员应付了事，可是对专家则是非常尊重的。如您对顾客说：“我在某某刊物上看到一项新的技术发明，觉得对贵厂很有用。”

推销员为顾客提供了信息，关心了顾客的利益，也获得了顾客的尊敬与好感。

## 四、向顾客求教

推销员利用向顾客请教问题的方法来引起顾客注意。

有些人好为人师，总喜欢指导、教育别人，或显示自己。推销员有意找一些不懂的问题，或懂装不懂地向顾客请教。一般顾客是不会拒绝虚心讨教的推销员的。

## 案例分析

王总，在计算机方面您可是专家。这是我公司研制的新型电脑，请您指导，在设计方面还存在什么问题？”受到这番抬举，对方就会接过电脑资料信手翻翻，一旦被电脑先进的技术性能所吸引，推销便大功告成。

## 五、利用产品

推销员利用所推销的产品来引起顾客的注意和兴趣。这种方法的最大特点就是让产品作自我介绍。用产品的腿力来吸引顾客。

### 案例分析

河南省一乡镇企业厂长把该厂生产的设计新颖、做工考究的皮鞋放到郑州华联商厦经理办公桌上时，经理不禁眼睛一亮，问：“哪产的？多少钱一双？”

广州表壳厂的推销员到上海手表三厂去推销，他们准备了一个产品箱，里面放上制作精美、琳琅满目的新产品，进门后不说太多的话，把箱子打开，一下子就吸引住了顾客。

## 六、举著名的公司或人为例

人们的购买行为常常受到其他人的影响，推销员若能把握顾客这层心理，好好地利用，一定会收到很好的效果。

“李厂长，××公司的张总采纳了我们的建议后，公司的营业状况大有起色。”

举著名的公司或人为例，可以壮自己的声势，特别是，如果您举的例子，正好是顾客所景仰或性质相同的企业时，效果就更会显著。

## 七、提及有影响的第三人

告诉顾客，是第三者(顾客的亲友)要你来找他的。这是一种迂回战术，因为每个人都有“不看僧面看佛面”的心理，所以，大多数人对亲友介绍来的推销员都很客气。

## 案例分析

“何先生，您的好友张安平先生要我来找您，他认为您可能对我们的印刷机械感兴趣，因为，这些产品为他的公司带来很多好处与方便。”

打着别人的旗号来推介自己的方法，虽然很管用，但要注意，一定要确有其人其事，绝不可能自己杜撰，要不然，顾客一旦查对起来，就要露出马脚了。

为了取信顾客，若能出示引荐人的名片或介绍信，效果更佳。

## 八、表演展示

推销员利用各种戏剧性的动作来展示产品的特点，是最能引起顾客的注意。

## 案例分析

一位消防用品推销员见到顾客后，并不急于开口说话，而是从提包里拿出一件防火衣，将其装入一个大纸袋，旋即用火点燃纸袋，等纸袋烧完后，里面的衣服仍完好无损。这一戏剧性的表演，使顾客产生了极大的兴趣。卖高级领带的售货员，光说：“这是金钟牌高级领带”，这没什么效果，但是，如果把领带揉成一团，再轻易地拉平，说“这是金钟牌高级领带”，就能给人留下深刻的印象。

## 九、真诚的赞美

每个人都喜欢听到好听话，客户也不例外。因此，赞美就成

为接近顾客的好方法。

赞美准顾客必须要找出别人可能忽略的特点，而让准顾客知道你的话是真诚的。赞美的话若不真诚，就成为拍马屁，这样效果当然不会好。

赞美比拍马屁难，它要先经过思索，不但要有诚意，而且要选定既定的目标与诚意。

### 案例分析

“王总，您这房子真漂亮。”这句话听起来像拍马屁。“王总，您这房子的大厅设计得真别致。”这句话就是赞美了。

下面是二个赞美客户的开场白实例。

“林经理，我听华美服装厂的张总说，跟您做生意最痛快不过了。他夸赞您是一位热心爽快的人。”

“恭喜您啊，李总，我刚在报纸上看到您的消息，祝贺您当选十大杰出企业家。”

### 十、金钱

几乎所有的人都对钱感兴趣，省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣。

### 案例分析

“张经理，我是来告诉你贵公司节省一半电费的方法。”

“王厂长，我们的机器比你目前的机器速度快、耗电少、更精确，能降低你的生产成本。”

“陈厂长，你愿意每年在毛巾生产上节约5万元吗？”

## 服装店长销售总结篇九

提高店铺日常销售最关键的是货架上黄金位的销售能力。商品在陈列中的位置进行上、中、下三个位置的调换，商品的销售额会发生从下往上挪的销售一律上涨，从上往下挪的一律下跌。“上段”陈列位置的优越性显而易见。此位置通常用来陈列高利润商品、自有品牌商品、独家代理或经销的商品。其他两段位的陈列中，最上层通常陈列需要推荐的商品，下层通常是销售周期进入衰退期的商品。

### 2、拉开售货区和交款台之间的距离

由于商品的刻意摆放对顾客心理产生影响的缘故。店铺可设计多种长长的购物通道，避免顾客从捷径通往收款处和出口。当顾客走走看看或寻找收款处时，便可能看到其他一些引起购买欲的物品，所以店铺的收款台位置可有意地设在离商品稍远的地方，促使顾客交款时，再被其他商品吸引，而产生购买的欲望。

### 3、产品陈列，视线上下夹角是 $25^{\circ}$

顾客在离货架30-50厘米距离间挑选商品，就能清楚地看到纵向1-5层货架上陈列的商品。而人的视觉横向移动时，就要比前者差得多，人的视线左右夹角是 $50^{\circ}$ ，当顾客距货架30-50厘米距离挑选商品时，只能看到横向1米左右距离内陈列的商品，这样就会非常不便。

### 4、利用移动互联网时代鞋服零售管理工具

提升店铺客流：买呗通过裂变传播的方式帮助服装店低成本、全渠道获取新客，每位老客为您带来5-10个新客，提高店铺客流量。

提升进店转化率：买呗为服装店提供多种适用于实体零售场

景的促销组合，提升购买转化率和连带率，同时进行实时促销效果跟踪及分析，支持营销决策。

提升顾客复购率：买呗为服装店解决进店顾客信息留存问题，建立导购员与顾客的联系通道，发挥导购员的能动性为顾客提供一对一贴心服务，提高复购率。

会员激活再营销：买呗为服装店建立详细的会员数据库，分析会员属性、行为，标签化会员管理，实现会员精准营销，激活会员产生价值。

通过上面几个方法，服装店便可以成功的制造出卖点，同时增加顾客的回头率。长此以往，生意肯定会非常红火的。服装店主们在经营服装店的过程中，可以做个参考。

## 服装店长销售总结篇十

xx年，我柜组在公司党委的统一领导和部署下，在兄弟柜组的支持下，经过全体会员的共同努力，顺利地完成了服装销售任务。

现将xx年服装销售员年终总结如下：

xx年我们柜组认真学习销售知识，加强自我修养的提高，真诚为顾客服务，开展满意在京华，服务为顾客的营销活动，想顾客之所想，努力为顾客营造良好的购物环境，做到进货、贮备、销售各环节的落实，严把质量关。

努力做到无论顾客货比多少家，我们京华服装超市也能为顾客提供质优价廉的商品。在销售过程中贯穿微笑服务，多和顾客交流，她们通过服装销售，与别人谈话的时候变多了，增强了自信心，也进一步懂得了如何与顾客沟通，推销服装的款式、颜色、价格与顾客的需要适应，使顾客接受你的意见和建议。

我们作为服装超市的一个销售部门，部分员工，刚到超市时，包括我，对服装方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，我们很快了解到公司的性质及其服装市场，以及消费对象和潜在的顾客。我组员工队伍整齐，认识统一，努力做好自己的本职工作。

她们行为约束能力强，深刻认识到作为销售部中的一员身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了京华的形象。因此我柜组姐妹不断拓展专业知识，提高自身的素质，高标准的要求自己，在销售实践中积累一些工作经验，较好了解整个服装市场的动态，走在销售市场的前沿。

经过这段时间的磨练，我柜组的同志个个成长为合格的销售人员，有的成为销售骨干，为完成xx年销售计划立下了汗马功劳。

xx年在公司领导的关心下，我从一个普通员工成长为柜的柜长，我觉得力不从心。一方面是我的专业知识贫乏，业务能力不强，另一方面是我觉得困难很多，社会经验缺乏，学历不足等种种原因使自己觉得很渺小，缺乏担当重任的勇气。

在7月份开始做柜长的时候，经理给我布置任务，由于胆怯的心理，害怕不能胜任，和经理争执起来。通过工作实践和学习，我了解到经理的良苦用心，她是为了给我们每一个人一个恰当的位置，给每个人一个发展空间。

在工作中我也认识到人不是一生下来就什么都会的，当你克服心理的障碍，那一切都变得容易解决了。因此领导给我布置任务，是为了锻炼我，而工作中姐妹的支持，销售业绩的顺利完成又增强了我的自信心。因为只有充满强烈的自信，服装销售人员才会认为自己一定会成功。

我深切感到京华服装超市的蓬勃发展的态势，京华服装超市



人的拼搏向上的精神。祝愿京华服装超市xx年销售业绩更加兴旺！

xx年，我柜组在公司党委的统一领导和部署下，在兄弟柜组的支持下，经过全体会员的共同努力，顺利地完成了服装销售任务。

现将xx年服装销售员年终总结如下：

xx年我们柜组认真学习销售知识，加强自我修养的提高，真诚为顾客服务，开展满意在京华，服务为顾客的营销活动，想顾客之所想，努力为顾客营造良好的购物环境，做到进货、贮备、销售各环节的落实，严把质量关。

努力做到无论顾客货比多少家，我们京华服装超市也能为顾客提供质优价廉的商品。在销售过程中贯穿微笑服务，多和顾客交流，她们通过服装销售，与别人谈话的时候变多了，增强了自信心，也进一步懂得了如何与顾客沟通，推销服装的款式、颜色、价格与顾客的需要适应，使顾客接受你的意见和建议。

我们作为服装超市的一个销售部门，部分员工，刚到超市时，包括我，对服装方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，我们很快了解到公司的性质及其服装市场，以及消费对象和潜在的顾客。我组员工队伍整齐，认识统一，努力做好自己的本职工作。

她们行为约束能力强，深刻认识到作为销售部中的一员身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了京华的形象。因此我柜组姐妹不断拓展专业知识，提高自身的素质，高标准的要求自己，在销售实践中积累一些工作经验，较好了解整个服装市场的动态，走在销售市场的前沿。

经过这段时间的磨练，我柜组的同志个个成长为合格的销售人员，有的成为销售骨干，为完成xx年销售计划立下了汗马功劳。

xx年在公司领导的关心下，我从一个普通员工成长为柜的柜长，我觉得力不从心。一方面是我的专业知识贫乏，业务能力不强，另一方面是我觉得困难很多，社会经验缺乏，学历不足等种种原因使自己觉得很渺小，缺乏担当重任的勇气。

在7月份开始做柜长的时候，经理给我布置任务，由于胆怯的心理，害怕不能胜任，和经理争执起来。通过工作实践和学习，我了解到经理的良苦用心，她是为了给我们每一个人一个恰当的位置，给每个人一个发展空间。

在工作中我也认识到人不是一生下来就什么都会的，当你克服心理的障碍，那一切都变得容易解决了。因此领导给我布置任务，是为了锻炼我，而工作中姐妹的支持，销售业绩的顺利完成又增强了我的自信心。因为只有充满强烈的自信，服装销售人员才会认为自己一定会成功。

在工作中，我更加认真敬业，真诚为顾客服务，团结柜组一班人，努力学习服装销售技巧。我深知优秀的服装销售人员对产品的专业知识比一般的业务人员强得多。针对相同的问题，一般的业务人员可能需要查阅资料后才能回答，而成功的服装销售人员则能立刻对答如流，言简意赅，准确地提供客户想知道的信息，在最短的时间内给出满意的答复。

因此我和柜组姐妹多方了解产品特点，在销售工作中忙而不乱，能迅速、精确地找出不同顾客的购买需求，从而赢得顾客的信赖。我把明确的目标、健康的身心、极强的开发顾客的能力、自信、专业知识、找出顾客的需求、好的解说技巧、善于处理反对意见、跟踪顾客和收款作为常规业务去学习。

鼓励柜组姐妹充满自信去赢得顾客的信赖，去热情为顾客服

务，去了解柜组服饰所需要的顾客属于哪一个阶层，充分了解顾客喜好，有的放矢搞销售。

柜组成员热情的服务给顾客留下了最好的印象，在最短的时间之内帮助顾客解除疑虑，说服顾客购买产品。

总之，我柜组全体员工以京华为家，牢固树立奉献在京华，满意在京华的职业理念，爱岗敬业，团结协作，以饱满的热情迎接顾客，以周到的服务对待顾客，以真诚的微笑送别顾客。

全体姐妹对待不同年龄层次的顾客，充分考虑他们在服装品牌、档次、价位上的需要，热心为他们推荐时尚、健康、质优价廉的商品。

我柜组全体员工上下一心，发挥集体智慧和创造力，开拓进取，团结创优，兢兢业业，创造了柜组营销的佳绩。

xx年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。

xx年我们柜组将继续本着以人为本的工作态度及顾客的高度满意是我们的最终目标的经营理念，全体姐妹将进一步凝聚我们的战斗力，以饱满的热情，真诚的微笑投入到新的工作中去。

根据顾客的需要去进货，根据季节的变化去调整产品，根据天气的变化去组织热销品种，根据面料的特点去组织货源。如我们十堰的购物习惯仍然有着明显的天气效应：气温一降，冬令商品的销售就直线上升。

羊绒衫、羊毛大衣、羽绒服等主打冬装，购买者络绎不绝，一些男式冬装，如毛料大衣，皮夹克等尽管价格不菲，但不

少男顾客仍慷慨解囊。今后我们要做一些思考。

我们还要努力学习转化顾客反对意见的技巧，克服服装销售市场竞争非常激烈的困难，抓住顾客的购买信号，让顾客精神上获得很高的满意度，努力开创销售新业绩，为顾客服务，为顾客省钱，为公司盈利，让满意在京华的理念进一步得到拓展，让京华美名誉满十堰，让更多的顾客再来京华！

我深切感到京华服装超市的蓬勃发展的态势，京华服装超市人的拼搏向上的精神。祝愿京华服装超市xx年销售业绩更加兴旺！

xx年，我柜组在公司党委的统一领导和部署下，在兄弟柜组的支持下，经过全体会员的共同努力，顺利地完成了服装销售任务。

现将xx年服装销售员年终总结如下：

xx年我们柜组认真学习销售知识，加强自我修养的提高，真诚为顾客服务，开展满意在京华，服务为顾客的营销活动，想顾客之所想，努力为顾客营造良好的购物环境，做到进货、贮备、销售各环节的落实，严把质量关。

努力做到无论顾客货比多少家，我们京华服装超市也能为顾客提供质优价廉的商品。在销售过程中贯穿微笑服务，多和顾客交流，她们通过服装销售，与别人谈话的时候变多了，增强了自信心，也进一步懂得了如何与顾客沟通，推销服装的款式、颜色、价格与顾客的需要适应，使顾客接受你的意见和建议。

我们作为服装超市的一个销售部门，部分员工，刚到超市时，包括我，对服装方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，我们很快了解到公司的性质及其服装市场，以及消费对象和潜在的顾客。我组员工

队伍整齐，认识统一，努力做好自己的本职工作。

她们行为约束能力强，深刻认识到作为销售部中的一员身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了京华的形象。因此我柜组姐妹不断拓展专业知识，提高自身的素质，高标准的要求自己，在销售实践中积累一些工作经验，较好了解整个服装市场的动态，走在销售市场的前沿。

经过这段时间的磨练，我柜组的同志个个成长为合格的销售人员，有的成为销售骨干，为完成xx年销售计划立下了汗马功劳。

xx年在公司领导的关心下，我从一个普通员工成长为柜的柜长，我觉得力不从心。一方面是我的专业知识贫乏，业务能力不强，另一方面是我觉得困难很多，社会经验缺乏，学历不足等种种原因使自己觉得很渺小，缺乏担当重任的勇气。

在7月份开始做柜长的时候，经理给我布置任务，由于胆怯的心理，害怕不能胜任，和经理争执起来。通过工作实践和学习，我了解到经理的良苦用心，她是为了给我们每一个人一个恰当的位置，给每个人一个发展空间。

在工作中我也认识到人不是一生下来就什么都会的，当你克服心理的障碍，那一切都变得容易解决了。因此领导给我布置任务，是为了锻炼我，而工作中姐妹的支持，销售业绩的顺利完成又增强了我的自信心。因为只有充满强烈的自信，服装销售人员才会认为自己一定会成功。

在工作中，我更加认真敬业，真诚为顾客服务，团结柜组一班人，努力学习服装销售技巧。我深知优秀的服装销售人员对产品的专业知识比一般的业务人员强得多。针对相同的问题，一般的业务人员可能需要查阅资料后才能回答，而成功的服装销售人员则能立刻对答如流，言简意赅，准确地提供

客户想知道的信息，在最短的时间内给出满意的答复。

因此我和柜组姐妹多方了解产品特点，在销售工作中忙而不乱，能迅速、精确地找出不同顾客的购买需求，从而赢得顾客的信赖。我把明确的目标、健康的身心、极强的开发顾客的能力、自信、专业知识、找出顾客的需求、好的解说技巧、善于处理反对意见、跟踪顾客和收款作为常规业务去学习。

鼓励柜组姐妹充满自信去赢得顾客的信赖，去热情为顾客服务，去充分了解柜组服饰所需要的顾客属于哪一个阶层，充分了解顾客喜好，有的放矢搞销售。

柜组成员热情的服务给顾客留下了最好的印象，在最短的时间之内帮助顾客解除疑虑，说服顾客购买产品。

总之，我柜组全体员工以京华为家，牢固树立奉献在京华，满意在京华的职业理念，爱岗敬业，团结协作，以饱满的热情迎接顾客，以周到的服务对待顾客，以真诚的微笑送别顾客。

全体姐妹对待不同年龄层次的顾客，充分考虑他们在服装品牌、档次、价位上的需要，热心为他们推荐时尚、健康、质优价廉的商品。

我柜组全体员工上下一心，发挥集体智慧和创造力，开拓进取，团结创优，兢兢业业，创造了柜组营销的佳绩。

xx年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。

xx年我们柜组将继续本着以人为本的工作态度及顾客的高度满意是我们的最终目标的经营理念，全体姐妹将进一步凝聚我们的战斗力，以饱满的热情，真诚的微笑投入到新的工作

中去。

根据顾客的需要去进货，根据季节的变化去调整产品，根据天气的变化去组织热销品种，根据面料的特点去组织货源。如我们十堰的购物习惯仍然有着明显的天气效应：气温一降，冬令商品的销售就直线上升。

羊绒衫、羊毛大衣、羽绒服等主打冬装，购买者络绎不绝，一些男式冬装，如毛料大衣，皮夹克等尽管价格不菲，但不少男顾客仍慷慨解囊。今后我们要做一些思考。

我们还要努力学习转化顾客反对意见的技巧，克服服装销售市场竞争非常激烈的困难，抓住顾客的购买信号，让顾客精神上获得很高的满意度，努力开创销售新业绩，为顾客服务，为顾客省钱，为公司盈利，让满意在京华的理念进一步得到拓展，让京华美名誉满十堰，让更多的顾客再来京华！

针对相同的问题，一般的业务人员可能需要查阅资料后才能回答，而成功的服装销售人员则能立刻对答如流，言简意赅，准确地提供客户想知道的信息，在最短的时间内给出满意的答复。

因此我和柜组姐妹多方了解产品特点，在销售工作中忙而不乱，能迅速、精确地找出不同顾客的购买需求，从而赢得顾客的信赖。我把明确的目标、健康的身心、极强的开发顾客的能力、自信、专业知识、找出顾客的需求、好的解说技巧、善于处理反对意见、跟踪顾客和收款作为常规业务去学习。

鼓励柜组姐妹充满自信去赢得顾客的信赖，去热情为顾客服务，去充分了解柜组服饰所需要的顾客属于哪一个阶层，充分了解顾客喜好，有的放矢搞销售。

柜组成员热情的服务给顾客留下了最好的印象，在最短的时间之内帮助顾客解除疑虑，说服顾客购买产品。

总之，我柜组全体员工以京华为家，牢固树立奉献在京华，满意在京华的职业理念，爱岗敬业，团结协作，以饱满的热情迎接顾客，以周到的服务对待顾客，以真诚的微笑送别顾客。

全体姐妹对待不同年龄层次的顾客，充分考虑他们在服装品牌、档次、价位上的需要，热心为他们推荐时尚、健康、质优价廉的商品。

我柜组全体员工上下一心，发挥集体智慧和创造力，开拓进取，团结创优，兢兢业业，创造了柜组营销的佳绩。

xx年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。

xx年我们柜组将继续本着以人为本的工作态度及顾客的高度满意是我们的最终目标的经营理念，全体姐妹将进一步凝聚我们的战斗力，以饱满的热情，真诚的微笑投入到新的工作中去。

根据顾客的需要去进货，根据季节的变化去调整产品，根据天气的变化去组织热销品种，根据面料的特点去组织货源。如我们十堰的购物习惯仍然有着明显的天气效应：气温一降，冬令商品的销售就直线上升。

羊绒衫、羊毛大衣、羽绒服等主打冬装，购买者络绎不绝，一些男式冬装，如毛料大衣，皮夹克等尽管价格不菲，但不少男顾客仍慷慨解囊。今后我们要做一些思考。

我们还要努力学习转化顾客反对意见的技巧，克服服装销售市场竞争非常激烈的困难，抓住顾客的购买信号，让顾客精神上获得很高的满意度，努力开创销售新业绩，为顾客服务，为顾客省钱，为公司盈利，让满意在京华的理念进一步得到



拓展，让京华美名誉满十堰，让更多的顾客再来京华！