

主播童装话术 销售童装工作总结(模板5篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

主播童装话术 销售童装工作总结篇一

一、深入学习政治理论，不断提高政治素养

一年多来，我认真学__方略、__和公司工作会精神、__省__公司关于节能减排的规定等文件资料、__董事长和__总经理在公司抗险救灾抢修复电总结表彰大会上的讲话。进深刻体会了“众志成城、顽强拼搏、不胜不休”的抗灾精神，理解了“办法总比困难多、不屈不挠、艰苦奋斗”的精神，这将是以后工作的强大动力和克服困难的有力武器。

除此之外，我还利用网络、电视、报纸等媒体来了解和学习政治时事，关注社会政治生活，对政治学习的自觉性和积极性都有了很大的提高。

二、不断努力学习，提高专业知识

在业务知识方面，我参加了网公司组织的营销工作创新培训和公司组织的营销相关技能培训。除了参加公司组织的各种培训，我也虚心向同方公司和各供电局专业技术人员请教营销信息化、自动化相关知识，并结合工作需要，自主学习信息化、自动化的专业知识。此外，利用周末时间，攻读__大学信息与自动化学院控制理论与控制工程专业工程硕士，在这一年多的时间里，已基本完成了工程硕士阶段的课程学习，

使自己的理论知识得到了很大的提高。学习过程中注意总结收获，并在《__电业》发表文章。

三、认真做好本职工作，提升工作能力

(一) 营销监控中心建设

营销监控中心是通过对客户服务系统、95598系统、负控管理系统、需求侧管理系统、调度mis□营销现场监控设备等资源的整合，建立了新的营销工作流程监控管理体系，真正实现端到端的管理，全面提高营销服务水平和层次。从年初建设开始，我参与了《云南电网公司营销服务中心系统建设方案》编写完善，建设过程中全程参与协调相关参建单位工作，并承担了监控中心的软硬件设备的日常管理和维护。系统投入试运行后，通过征求各部门意见，编写《营销服务中心系统需完善的内容》，年底组织监控中心验收，参与《__司监控中心后期建设思路□□□_x营销监控中心运行管理制度》、《__公司营销监控中心岗位职责》等的编写完善。至今营销监控中心已累计完成功能开发累计73项，其中业务功能63项，数据填报功能10项。在业务功能中，发供电模块23项、需求侧管理15项、营销经营13项、优质服务10项、其它2项。

(二) 县级公司“一体化”工作

作为今年营销“三大工程”的全省营销信息“一体化”建设，我参与了《一体化客服系统推广实施方案及业务》、《__电网公司县级供电企业营销信息“一体化”业务流程规范(试行)》、《__公司县级供电企业营销信息“一体化”电费核算细则(试行)》编写完善。针对“一体化”实施过程中暴露出来的网络问题，参与《云南电网营销一体化网络系统建设项目书》编写完善，并参与组织实施。与现场技术人员一道参与“一体化”客服系统交流会，收集整理各单位对系统的意见和使用过程中的问题，编写完成《一体化客服系统常见问题解答》。目前“一体化”已完成66个县公司689个供电所抄、

核、收三大核心模块的实施。

主播童装话术 销售童装工作总结篇二

学生认真复习眼保健操，尤其最近长期在电子设备前学习，坚持做眼保健操可缓解眼疲劳。

于是，在学校统一组织下，进入班级空中课堂布置每周学习任务，每天定时发布学习提醒，每天认真批阅体育作业，每天在班级群集中反馈当天的学练情况。相对于日常教学中每个班每周的3-4节体育课，体育老师们每天（含周末）都在任教的所有班级进行体育教学和批阅作业，还要通反馈、求助班主任等各种方式鼓励同学们踊跃参与。

1. 改善不良体态，减少脊柱侧弯，骨盆前后倾的问题；
2. 保护腰背部，避免腰背部疼痛；
3. 提高运动效率，增强运动的协调性；
4. 防止身体受到意外撞击发生损伤。

小学生正处于身体的生长发育期，身体素质处于全面打基础的阶段，应进行持续力量训练，特别是小肌肉群和深层肌肉的训练，使其和大肌肉群协同发展，力量训练对于小学生未来的运动表现以及提高运动成绩具有一定的作用。因此，核心力量训练对小学生身体素质的影响具有重要的意义。

因此，体育组的老师们在制定线上体育教学计划时，根据疫情期间学生居家的条件，重点选择了发展学生核心力量的体能练习内容：爬行、蹲走、跪姿俯卧撑、仰撑、原地慢跑、手持轻物侧平举、俯卧支撑交替击掌、深蹲、左右弓步、跨步、胯下击掌、仰桥抬腿、仰卧摆腿等，并根据学生年龄不

同制定了不同的运动次数和练习时间要求。

此外，在每周实施的过程中，结合空中课堂的教学安排进行练习。平时体育课上运动能力较差的学生、内向不爱表现的学生，在线上练习的积极性特别高，线上教学扬长避短，使得他们脱颖而出，出现了许多老师们意想不到的运动小达人。

疫情期间学生通过学科课程学习所形成最基本、最重要的素养，是学生在课程学习和实践活动中养成的具有该学科特征的基础知识、基本技能、基本品质和基本经验的综合。学科核心素养是核心素养在特定学科的具体化，具有学科特点的关键成就，是学科育人价值的集中体现。体育学科核心素养是指自主健身，其核心能力主要包括由运动认知能力、健身实践能力和社会适应能力，体育学科核心素养是对知识与技能、过程与方法、情感态度价值观的整合，是以学生发展素养为核心价值追求。针对复课后学生不能到室外上课的情况下，学校提前安排体育教师制定一至二套操在教室进行练习。全体体育教师在组长的带领下制定了手指操和室内操，现在云校家通过视频传给学生进行练习。

因此，培养学生自主锻炼、终身体育的意识，提高学生的社会适应能力等内容，这些都是培养体育学科核心素养的直接体现。体育教师在体育教学过程中固然重要，但是，素质教育从来都不只是学校教育的事，陶行知先生的教育格言“生活即教育、社会即学校”告诉我们教育要生活化，要从实践中去教育。其实实施素质教育，每一个学校、每一个课堂、每一个家庭、每一个人都可以从自身做起，从现在做起。在当今的社会大环境下，帮助学生培养其核心素养，让他们在体育活动中能够放松身心，劳逸结合，能够很好地适应社会的发展。

主播童装话术 销售童装工作总结篇三

第一篇：童装销售技巧

不管什么类别的产品并不是完美的，店员在向意向购买者介绍童装与推荐产品时，需根据各类童装产品的不同，详细指出其优点与缺点，优点是给购买者肯定的心态，缺点是让各类童装产品做比较中能够突出意向购买者的意向产品。让其感觉介绍说明十分专业，从而取得意向购买者的信任达成成交！童装销售要使意向购买者对童装产品从心理上产生对童装产品的信任和依赖，这样才能够最终销售成功。而在极短的时间内能让意向购买者具有对产品的信任感，童装店员推荐产品占有非常重要的作用。

二、童装销售店员在给意向购买者推荐产品时一定要要有强烈的信心

三、销售店员推荐产品时要注意童装对意向购买者匹配程度

童装销售店员给意向购买者推荐童装产品时，要以适合意向购买者为前提来推荐，不可驴唇不对马嘴。意向购买者当然只对适合的产品感兴趣。所以在推荐任何一款产品之前，童装销售店员应该仔细揣摩意向购买者的各种条件，如此才能准确无误的做出恰当的童装产品类型推荐。

四、销售店员还要配合各种手势向意向购买者推荐童装产品

童装店员在向意向购买者推荐各类童装产品时，不能单调的用嘴上功夫，加上身体语言或是一些自然的手势，都会起到意想不到的效果。如童装销售店员可以把一件童装拿在手里之后再根据童装的各个部位详细地讲解它，这样就能够使推荐显得生动有力。说服力大增，当然也更催动的成交！

一、虎门现有潜在实力商户192户，其中童装实力商户61户。目前已完成183户，有效洽谈57户，其中童装品牌公司商户有效洽谈19户。

1、童装商户分类：

a□品牌公司 b□品牌代理 c□品牌商户 d□经销商

2、童装商户关注点：

c□运营管理：

1、渠道拓展：

(3)加大外贸发展力度，打通在欧洲，北美，中东，中亚，东亚的贸易通路，走国际化展贸路线，捆绑贸易公司，成为买手基地，让低端的服装生产、中国制作升级为国际设计，中国创造，中国品质。

2、品牌宣传：

(1)由地一大道提供全国性展销场所，每年均在各个城市项目进行全国巡回展销活动、品牌推广活动，与各个项目当地政府、服装行业协会合作组织虎门童装品牌服装秀和现场签单等活动。

(2)由地一大道牵头与国际性大型会展活动组织单位(如广交会等)进行合作，到世界各地参与展销会，设立现场展位，进行全球性的品牌推广，大数额交易现场订单，促进虎门童装对外贸易的同时，提供更为广阔的走出国门之路。

(3)长期在地一大道各个城市商场设立虎门童装广告展牌，举办不定期的各种中小型宣传展秀，使宣传效应长期覆盖城市，并辐射周边区域。

d□物流系统：

e□交通配套：

f□租赁政策： 免租期、合同期、管理费、优先权

3、发现的机遇：

a□品牌代理商户：（婴童世家）

谈进驻条件：五年免租

b□品牌公司关注：（越也服饰、玛玛米亚）

有意向谈战略性联盟进驻

c□品牌商户大多数关注：（非常比比鱼）

1、进驻前：商场能给到大品牌大客户哪些足够吸引人的优惠条件。

2、入驻以后：公司采用何种有效的运营管理手段帮助商户打开局面。

3、稳定后：公司提供何种增值服务。

d□经销商大多数关注：

免租期、租赁政策

4、童装区域定位原因及分析：

一、定位：

展贸中心、中高端、品牌化

二、虎门童装市场概况：

白热化，服企都在考虑寻找新的生存空间，而将目光盯上童装这一拥有巨大发展潜力的新兴市场已是必然。特别是2014

年金融危机爆发后，部分受到冲击的服装企业尤其是出口型企业迅速将市场由国外转向国内，可国内的成人服装市场早已处于饱和状态，为了占领行业高地，他们于是就将童装作为转型的目标。因此，在国内服装产业结构调整和金融危机到来的企业转型需要的双重作用下，越来越多的童装企业应运而生。当然，作为全国重要服装生产基地和商贸重镇的虎门，更给童装品牌的诞生提供了肥沃的土壤。

闲装齐名，成为虎门服装的“新名片”。除了快乐缤尼等虎门童装老品牌外，还有小虎憨尼、小草娃、灰鹿、亲善公主、倚盈等近两年诞生的10余家童装新秀，它们以独特的形象高调亮相市场。可见，虎门童装市场潜力巨大。

三、优劣势分析：

(一) 优势：

(1) 国内童装市场潜力巨大

童装市场主要针对16岁以下的青少年群体。中国孕婴童研发中心发布的数据显示，目前中国0-16岁儿童有亿人。而近年来我国城镇居民对童装消费量的增长率一直保持在惊人的水平上。有服装界人士表示，乐观的市场展望显示，今后每年至少将有5000亿元的童装市场份额等待分切。

正是因为中国儿童服装市场潜力巨大，不少知名成年服装品牌如李宁、七匹狼、安踏、361度以及我镇的以纯，甚至nike阿迪达斯等国际大品牌都开始纷纷涉足童装市场，推出其童装系列。

(2) 虎门有成熟的童装市场

近几个月的市场调研及走访发现，经过三十多年的发展，目前虎门除了富民金辉童装城、粤华童装城、美莱童装城等专

业童装商场外，还有众多的童装街铺，主要分布在银龙路、永安路、永平街、吉祥街。

(3) 拥有多年批发经营或加工生产的经验

小虎憨尼公司的前身为东莞泰飞制衣厂，是一个“为人做嫁衣”的代工企业，在积累了十多年童装生产经验后，于2014年转身发展自己的品牌。如今，该品牌已在国内市场崭露头角，拥有专卖店200多家，其生产的童装产品以占据台湾同类服装60%的市场份额。无独有偶，小草娃的诞生也如出一辙。

另外，虎门一直都是中国童装的重要生产基地。目前虎门童装市场上的“老前辈”，在童装市场上摸爬滚打了多年，不仅积累了一定的资本，而且其产品品质和客源都有无可比拟的优势。但是，目前其经营思路依然以贴牌生产为主，向创品牌方向发展的企业还不多。值得高兴的是，现在的童装商户或企业进一步意识到品牌的重要性和必要性，部分企业逐步向品牌化方向发展(如小草娃)，以此寻求更大的发展。

(二) 劣势

1、硬件方面：

(3)街铺及一些老商场设备陈旧，甚至在消防安全方面存在一定隐患。

2、软件方面：

(4)外部市场干扰，广州、深圳等童装市场以“大城市、关注度高、客流大、市场信息更新快”等优势对虎门市场造成不可忽视的影响。

除了商场，童装商家也在热切地呼吁政府扶持。一方面，是融资的支持，另一方面，希望政府给这些底气和活力尚不足

的企业注入强心剂，培养一个童装的领头羊，带领众企业一起向前冲。

四、对策：

1、项目各品项划分必须清晰，同一品项品牌档次划分必须明确。建议童装馆设立：品牌童装展贸区、品牌公司设计/办公区、专业档口批发区等。

2、平台搭建：借助上市企业的实力、成熟的运营管理能力、市场拓展能力，将“地一大道”品牌连锁优势、虎门项目的规模优势、品牌童装区的聚集效应等优势发挥出来，把“虎门童装”名片擦亮。

3、资金、融资：政府和企业为正在或打算往品牌化发展的童装企业提供必要的资金扶持，帮助其尽快完成转型升级。

第三篇：童装品牌招商及销售必备

1. 童装行业的了解、分析，充实自己对行业的把握。童装是不同于成人装的较为特殊的纺织行业，不仅要求我们熟知成人的消费购买行为，还要熟悉儿童的穿着条件。童装行业也是传统行业的朝阳产业，如何放大童装业的美好前景，也需要长时间的总结积累，这样才能加强投资者谈判的行业专业性。

2. 尽快熟悉童装行业的营销模式，掌握童装品牌的操作流程。很多投资者是不懂童装的，甚至是不懂品牌零售，这就要求我们自身要有很强的综合业务能力，既可以指导投资者进行品牌操作，又可以建立公司的威信，以保证新开店的存活率。

3. 了解竞争品牌，掌握行业动态。童装品牌千奇百怪，各地域亦有代表其风格的品种，如：广东与浙江，童装品牌数不胜数，但是都有其代表性；反观北方市场，相对成熟品牌较少。

(应该多去商场熟悉各品牌)

主播童装话术 销售童装工作总结篇四

一、品德素质修养及职业道德

通过报纸，书籍，杂志的不断学习使自己爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，工作态度端正，认真负责，加强专业知识的学习，使自己不断的充电，这是销售珠宝信心的源泉。

二、工作质量成绩，效益和贡献

保质保量的完成工作，工作效率高，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，是自己的工作业绩有了长足的提高。

三、工作中的经验

1认真的接待顾客做到3米问好，1米询问，微笑服务是关键，人为的制造一个轻松愉快的购物环境。

2充分展示珠宝首饰，由于多数顾客对珠宝知识缺乏了解，因此对珠宝首饰的展示十分重要，顾客对珠宝首饰的了解越多购买后的满足感越强烈，常言道：“满意|”是顾客最好的广告。

3促进成交，由于珠宝首饰价值相对较高，因此，顾客在最后成交前压力重重，所以要营业员采取分心的方法减轻顾客的压力。

4熟悉珠宝的佩戴，保养，使用，产地，质量。

5售后服务，当顾客购买后营业员的工作并没有结束，应该详细介绍佩戴与保养知识，最后说一些祝福的话是顾客的心情

愉悦。增进与顾客的感情，期待二次消费的发生。

6抓住每一次销售的机会，以最佳的精神状态等待顾客的到来，注重自己的外表，衣着要干净得体，每天坚持化妆。

四、工作中的不足和努力方向

总结2月的工作，尽管有不小的进步，但还是有很多改进与不足的地方。比如，对珠宝首饰的了解还不够，还要加强学习，自己的销售技巧还应该提高，也需要学习这方面的知识，借鉴他人成功的经验很重要。有时候销售不好思想就消极，这是要不得地，消极思想是销售的敌人。

对销售失败后的总结不够，每一次销售失败都有它的原因，比如对顾客推荐的珠宝是否符合顾客的需要，对顾客的态度是否生硬造成顾客的不满意。对顾客是否充分的展示了珠宝首饰?等等这些都需要想一想。作为一个柜长，就像一个带兵打仗的班长，冲在第一线影响，感染成员很重要，作为柜长首先要起到表率，模范带头作用，一个柜台就是一个集体，充分的团结才能释放最大能量。互相学习，互相进步。

总之，在这2月里我工作并快乐着。

4、由于刚实践自己工作经验不足，在工作中缺乏处理用户投诉的实践经验善后工作做得不够细致。

5、回顾过去的几个月，我认真学习。全心全意，以礼待人改掉了原先在校期间的一些坏脾气，并在不断的实践中提高自身素质，努力成长为一名合格的销售员。

在xx商场的的店员实践共计几个月，从一个学生转入销售员的职位，在这个对我来说全新的领域里，我感到自己在销售知识的欠缺和对这个行业的规则的陌生。

于是我从对的产品开始了解。

在刚刚上岗期间.我知道了包包陈列的很多学问，一个系列就是一组个性风格的陈列方式，直接的让产品在顾客面前体现他的风格，让顾客一目了然。

1、精神状态的准备。

2、身体的准备，3、专业知识的准备。

4、对顾客的准备。

当我们了解了相关的产品知识的时候，就是我们掌握销售的第一部，让自己的销售业绩提升还需要我们对顾客的性格，穿衣风格所该配的包类型等的了解，只有握顾客的心理，推荐适合他穿衣风格的所配备的包包。

xx年全体建二人紧紧围绕“差异化经营，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。

一、经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。

实际销售完成考核计划的xx%同比增长xx%所实现的纯利同比增长xx%确立了xx在xx区域市场的领先市场地位。

经营调整成效凸显。全年引进新渠道1xx个，淘汰品牌xx个，调整率达xx%以上。全场七大品类均实现xx以上的增幅，最高和最低毛坪较去年增长xx%和xx%

两个工程两手齐抓。“打造xx个百万品牌”和“引进xx个成熟品牌”的“两手抓”工程，有xx个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长xx%占全场销售总额的xx%

扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域领先优势。

二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然

xx年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”体系，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”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了xx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，涉及岗位异动xx人，在员工中形成了强烈的反响。

xx年的工作成绩显着，但也存在以下六点制约企业发展的问
题：

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。

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：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，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：供应商渠道的整合在09年虽有改变，但效果并不明

显。

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

二、准确把握市场定位，实施差异化经营略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌独家经营的格局。

三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

四、以四楼的改造与经营为契机，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09年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

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，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

六、狠抓渠道优化，减小因供应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应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、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xx年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。

八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型xx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，形成和谐、规范的良好工作氛围。

一、经营方面(一)抓好营销策划工作, 求新求变。

由于xx零售市场形势的变化□xx年我们xx百货也在营销策划、促销活动上下了功夫，目的是抓住元旦、春节两大节日的销售，我们推出了一系列的促销活动：会员积分兑换奖品、抓奖、买赠、打折、特价、平安夜送平安果、幸运大转轮、大型文艺会演、春节送对联、送福字、送红包、元宵灯会一条街销售、情人节投许愿石赢现金卡、送玫瑰、装饰巧克力一条街等等，这些活动都为商场的聚集人气，扩大影响，促进销售，起到了一定的拉动作用。因为我们在促销策划上面没有什么经验，但经过张经理和同事们的努力，我们的促销活动还是取得了一定的效果，我们相信我们的促销活动会越来越多，越来越好的。良好的开端便是成功的一半。节日旺季过后，把工作的重点从旺季保供应转移到淡季促销售上来。坚持“有节借节，无节造节”，特别是做好“无节造节”的文章。争取厂商支持，整合各类营销资源，统一策划营销方案，统分结合地把握好营销活动推出的时间、形式、规模和力度，放大营销资源的促销功能。

(二)抓好商品的结构调整、库存管理，争取厂商的政策支持，适应市场消费需求。

由于经济形势的变化，销售市场竞争格局的变化，今年的商品的结构、库存是很难把握的，随着两节销售旺季的到来，各部门经理始终把商品结构调整□xxx适销对路商品，库存管理最优化作为一项重要工作来抓落实。各部门经理主动对两节销售形势进行了分析，对商品的结构、库存进行了更加详细的分析，按照优胜劣汰的原则，抓好商品结构的调整、抓好库存管理。

1、生鲜部：部经理与各组组长开会交谈，研究要货方案，最终的要货量基本上是准确的。为了吸引更多的顾客，部经理与供货商勤沟通，基本做到了进价最低、售价低于兴隆的进销策略。另外还补充了不少新产品，例如糕点组的xxx特产糕点、糯米糍；干果组的红泥花生，低价位的冰糖、葡萄干；香肠组的十元一只的沟帮子熏鸡、锦江香肠等等，都提高了销售。

2、食品部：根据今年的实际情况，调整了上货量，啤酒、中低档白酒、礼包系列按去年的xxx%；茅台、五粮液、剑南春等高档酒按去年的xxx%；食用油随进随买、调料饮料宁多毋少。两节过后，看这个比例是正确的。为丰富商品品种，提高竞争力，又新进了黄金酒、进口品客薯片、好友趣系列薯片，吊炉花生□600g南方黑芝麻糊、砂糖系列、婴儿颗粒面等等。

3、百货部：部经理与各个小组分析现有的库存情况，经营情况，准确要货，保证了节后库存商品，无大量积压、无断档现象。根据民俗，中国人在春节有更换生活日用品的习惯，百货部将日用碗的种类达到了xxx多个品种，筷子达到了xxx多种，菜板规格xxx多种，不锈钢、塑料盆xxx多种，使销售得到平稳上升。

4、针纺部：与厂家沟通，争取了一些特价商品：床上用品组的“xxx”元特价双人被，销售了近xxx条，并带动了其它商品的销售。

5、鞋部：加强与各个联销商、供应商的协调，争取更多的优惠政策和促销资源。例如童鞋组新组装了一套货柜，改变了形象，增加了销量，平均完成计划的xxx%□

6、服装部：因原材料价格上升，商品价格偏高，购买力下降，整个服装行业都显得冷清，各厂家销售都较去年直线下降，部经理与营业员每天考查市场，共同分析、探讨。童装组

的xxx童装成了主打商品，价格适中、适合运动。又进了一种时尚的款式，使得童装销售非常乐观，完成了计划的xxx%□

3月已至，奶粉的销售渐渐进入淡季。但是各商家丝毫没有放下作战状态吗，在各大卖场都卯足了劲进行着一轮轮的促销活动。

在随机选取了两个大型卖场的奶粉专柜，各品牌的促销方式大致如下：

第一类：买产品送产品。

这一类还可细分为两种，一种是买本品牌(子品牌)一定数量送本品牌。例如圣元买荷兰乳牛奶粉听装送盒装。这种方式的好处在于，对于那些对品牌已经有偏向性的消费者而言，这种形式会促进他们大量购买，从而增加产品的销量。但是与此同时，这也大大削弱了单个产品的利润。

另一种是买本品牌(子品牌)一定数量，送公司旗下其他子品牌。例如，惠氏买5盒健儿乐奶粉送1盒幼儿乐奶粉。这种方式可以用于公司新品种(赠品)的推广，同时还可以帮助公司清掉那些销量不佳的产品。不过这样可能会导致消费者对所赠产品产生“次货”、“处理货”的认知。使得所赠品牌在消费者心中的价值大打折扣。

第二类，买产品送其他相关物品。

这一类促销方式有个重要的前提：必须是跟婴幼儿相关的产品，如：纸尿裤，奶瓶等。这种促销方式对于那些正需要赠品品类的产品的消费者来说，是非常具有吸引力的。他们可能会因为赠品，而转变原来意向购买该品牌。某些消费者甚至会为了赠品，而大量购买。反之，这种促销方式的成功与否也在于消费者对于赠品品类的产品是否有需求。对于那些没有该类需求的消费者而言，这种促销对她们毫无吸引力可

言。所以，这种促销方式的效果存在很大的局限性。

第三类，直接减免现金。

这类促销方式根据是否限定购买额，可以分为两类。

第一类，是无限购买额。就是我们通常所说的打折。即：无论你购买多少钱的产品，都可以减免现金(打折)。这种方式普遍运用于各种产品销售终端，它对于不同需求量的消费者都具有一定的吸引力。

第二类，是限定了购买额的，例如“买多美滋金盾盒装400g/350g任意15盒减120元”还有平时较常见到的“买2件打8折，买3件打7折”等。这类方式在很大程度上会促使消费者为了达到指定额度而增加其购买量。但是对于那些需求量较小的顾客则毫无作用。

主播童装话术 销售童装工作总结篇五

转眼20xx年我在xx的学习、试用已经结束，为了更好的'开展接下来的工作，我就试用期的工作做一个全面而详实的总结，目的在于吸取教训、提高自己，以至于把接下来的工作做的更好，完成公司下达的销售任务和各项工作。

低档酒占总销售额的xx%[]其中以xx[]xx[]xx销售为主;中档酒占总销售额的xx%[]主要以xx及xx为主;其中x月份销售额为x万元，占总销售额的xx%;x月份销售额为xx万元占总销售额的xx%;x月份销售额为xx万元，占总销售额的xx%[]

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，一定程度上杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的营

销策略，在各终端张贴了舍得酒统一的xx价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。

按照公司对xx陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、对我公司产品的陈列进行了相应赠送政策宣传，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

上半年开发xx总共31家。部分新开发网点是xx区较大规模商超，对于我公司产品陈列较为齐全，由低端至高端酒均有不同程度的上柜；其他新增网点为xx区中小零售终端，所上产品主要集中在中低档产品区。

对于公司的旅游参观政策进行了积极有效的落实与人数统计，积极配合公司对xx区客户到本公司旅游参观的向导工作，此次一系列工作对公司的历史文化有很好的宣传作用有力提升了品牌形象及品牌认知度，让家乡人民进一步认识与了解我公司。

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存，使得的每月计划更加客观、准确。

在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

市场流通速度快，很大程度上影响了我公司xx[]xx的市场占有率及市场流通，这也为我公司低端简装产品的推广设置了巨大障碍。

xx公司最近执行市场优惠政策：连续或一次性进xx[]xx等系列酒达xx元可获得xx一台，达x万元可获得价值xx元xx一台。

xx以单品单行x盒为基准，陈列x种及x种以上产品送xx□

尽管在试用期当中做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备在接下来的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作。

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是xx营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。

其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

xx市场的销售渠道比较单一，由于种.种原因大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。接下来在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道进一步拓展。

在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。

了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个xx市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，搞好客情关系，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。

最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予更多点拨与指导!