

# 服装活动结束总结(模板5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吧。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？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。

## 服装活动结束总结篇一

本次促销活动圆满结束了，虽然有所收获，但是不足的地方还是有很多。

### 一、促销的3个执行关键

本文虽然突出实战介绍，但一些重要的理论介绍还是不能一概省去。让我们在开始之前，再次审视一下促销的定义：促销从字面理解就是“销售促进”，是通过信息传播和说服活动，与个人、组织或群体沟通，以直接或间接地促使他们接受某种商品或服务。

站在零售的角度，在这个定义里，有三个关键词值得关注：

1. “信息传播”，主要就是指促销广告的宣传和氛围营造；
2. “沟通”，主要指现场的`促销口头介绍和导购接待；
3. “说服”，这主要指通过促销买赠、降价和销售技巧等各种努力达成最终的交易。这三个关键词，构成了零售促销执行环节最主要的工作事项，是我们在促销准备和执行中必须重点对待的。

### 二、促销的6大主要目的

卖场促销，和单一品牌的厂家促销活动，在其出发点上还是有着诸多鲜明的不同：厂家活动突出自身品牌和销量的提升，而卖场促销则既要突出个体品牌和品类的表现，又要关注卖场整体，实现综合量和质的提升。从卖场的角度，其开展的促销目的主要有以下几种：

1. 鼓励顾客大量购买，迅速提升卖场整体销售量。
2. 给顾客带来新鲜感，加深对某商品品牌的印象。
3. 争取潜在顾客尝试购买，使顾客尽快熟悉商品（新品），促进商品（新品）的销售。
4. 提升卖场品牌形象之目的。
5. 老品、积压品清库，降低高库存。
6. 吸引竞争对手的顾客改变既有的消费习惯，抢夺顾客，打击竞争对手。

### 三、促销执行的3大原则

#### 1. 创新至上

创新是促销实现“突破”的“秘密武器”，是狙击其它品牌跟进和拦截的有效方式。如果活动形式没有创新，简单地依靠打打特价或买赠来执行，这样的活动不可能取得良好的效果。在各个商家促销手段日益同质化的今天，要做到创新就要充分地进行差异化，促销方案的设计、广告的发布等均要考虑到差异化。

#### 2. 少量多次

由于消费者的欲望总是无止境，且都有越不容易得到的东西越想得到的心理，因此促销要遵循“少量多次”的原则，每

次促销力度不宜过大（减少其期望，避免对平常销售的影响），产品范围不宜太多（越难得到的东西，越想得到），人为设定一些活动门槛让客人觉得占了便宜。

### 3. 赢在细节

消费者在最终决定购买的那个环节，经济学上称为“惊险的一跃”，意思是说消费者很娇贵，往往会因为一些在平时很不起眼的小问题而放弃购买，警惕性非常高。在这种情况下，把握好执行细节就显得尤为重要。在整个促销活动中，从小到海报设计与张贴，大到促销流程精细化及现场执行都要关注细节。

## 四、促销的3种常用分类

虽然有了促销目的，但在很多时候，我们却还是经常陷入这种一种思考中：我该何时做促销呢？何时做促销效果会更好呢？以下的各种促销分类和形式，或许能让你在促销策划时找到更多的思路：

### 1. 大型节假日促销

包括但不限于：元旦促销、春节促销、元宵节促销、三八节促销、端午节促销、建军节促销、中秋节促销、国庆节促销等。

### 2. 主题性促销

针对某一品类商品或事件的策划组织的专项性主题促销，包括但不限于：

- （1）针对卖场重要节日开展的庆典促销，比如公司司庆促销
- （2）新店开业促销

(4) 一般性主题性节日促销：情人节促销、3、15促销、517促销、父亲节、母亲节

(5) 卖场策划的主题性节日促销：手机节、智能手机节、音乐手机节

### 3. 常规性促销

除以上两类外，为了活跃现场气氛、围绕某一特定目的或市场应变开展的小规模促销，我们称之为常规性促销，主要包括以下几类：

(1) 平常周末提升人气和销量的小型促销

(2) 应对竞争对手开业等促销活动的应对性促销

(3) 针对清库机的专项促销

(4) 店庆促销

(5) 新品上柜促销

(6) 针对该区域有重大活动或节日的借势性促销。比如□xx每年年底都会有一个政府组织的大型xx欢乐节□xx的王者天创手机连锁也会同期举办“王者天创手机欢乐节”，一直以来市场反响不错。

## 服装活动结束总结篇二

返现就是终端店在促销时，规定买满多少金额，现场返还现金多少，比如买满200元返20元，如同打9折。

这种促销手段商场用得比较多，因为是直接用现金返还的，所以，吸引力较大。

但是在制订促销时，要注意返现的金额，既不超出限制，又能有吸引力(更多精彩尽在世界工厂网学堂频道)，所以，制定合理的返现金额是十分重要的。

### 【服装年底促销活动方案之限时抢购】

商场用得比较多，对于比较大的店铺里也可以用，可以提高二天左右进行宣传，横幅可以提前挂，真正促销时间可以限时一天，一般产品折扣都比较低，把新产品正价产品收柜，如果数量不多的话可以继续向公司申请，以达到一定的影响力，找一个很好的主题，如全场装修、门面拆迁、店庆等。

### 【服装年底促销活动方案之抽奖促销】

是指利用消费者追求刺激和希望中奖的心理，以抽奖赢得现金、奖品或者商品，强化购买某种产品的欲望，对销售具有直接的拉动作用，可以吸引新顾客尝试购买，促使老顾客再次购买或者多次重复购买，达到促进产品销售的目的。

抽奖促销是我们在日常生活中最常见的促销方式。

采取抽奖促销的不分是大品牌，还是新进入市场的品牌，都是屡试屡爽的促销方式。

### 【服装年底促销活动方案之特价周期】

固定的促销时间，让消费者形成一种习惯，以特价为主(更多精彩尽在世界工厂网学堂频道)，比如每周六特价促销日，比如每月特价专场，把正价产品入库，促销结束后再全部更换产品，做好陈列，以消化库存为主。

对于比较大的店铺来说库存也比较大，特价专场就可以试用。

### 【服装年底促销活动方案之折上折】

有的商场实行4折销售，却用另一种方式如5折再8折，吸引了不少人购买，这是抓住人喜欢优惠多的心理。

店铺也可以借用，比如会员可以折上折，比如买满多少还可以再9折。

### 【服装年底促销活动方案之直接打折】

在短期内可以快速拉动销售、生效快，增加消费者的购买量，对消费者最具有冲击力和诱惑力，直接打折在促销中采取的最常见、也是最有效的促销策略。

现在市场诚信度不高的情况下，到处是促销，到处都充满着消费陷阱(更多精彩尽在世界工厂学堂频道)，面对纷扰的市场环境，作为消费者，有时分不清真伪，面对众多的促销活动有点无所适从的感觉。

因此，在这样的大环境下，进行货品打折，是最直接的方法，也是消费者最容易接受的方法缺点是不能解决根本的营销困境，只可能带来短期的销售提升。

不能解决市场提升的深层次问题;同时，产品价格的下降将导致企业利润的下降，而且，产品一旦下降，想要恢复到以前没有折价的水平，可能性非常小。

乱打折会打击消费者对品牌的忠诚度。

### 【服装年底促销活动方案之场外促销】

场外促销主要借店外客流量加特价产品来吸引人气，可以把顾客带到店里推销其它产品，一箭双雕。

如果店铺前面空间较大，客流量也不错的，可以采用店外促销，效果好，要求花车为，主数量要多，形成气势，花车周

围用有吸引力的内容做成促销海报围起来。

有关系的还可以与商场联系在门口做促销专场，那更好，人流量大。

如果有条件的最好用大的遮阳篷，一来可遮阳二来防下雨，还要注意与城管的关系，要得到批准，以免产生不必要的麻烦。

### 【服装年底促销活动方案之新品促销】

内衣店铺新品一上市就进行促销现在已很常见，他们主要是想通过旺季多抓顾客，以提高老顾客数量，在新品牌店铺居多，一般新品促销主要是通过赠送小礼品，不采用新品直接打折的方法。

### 【服装年底促销活动方案之节日促销】

中国节日比较多，都是大家搞促销的好理由，如元旦、情人节、三八妇女节、国庆节、母亲节、教师节、端午节、春节、元旦等等这些中国传统的节日，因为在这段时期，消费力量激增，是内衣销售的黄金时期，所以，每个店铺都想抓住这种契机，抢占市场，竞争的花样也是多样性，可以打折也可以送礼品。

最好配上促销宣传，门口的横幅比较显眼，加上会员促销短信效果会更好。

### 【服装年底促销活动方案之主题促销】

主题促销，是创造一个主题，然后以围绕主题展开促销活动，让消费者认为这是名付其实。

如店庆、门面装修、厂庆、节假日等，事出有因，促销更要

如此，不明不白的促销不能引起顾客的认同感。

有句话说得好，“没有理由创造理由也要促销”。

是指两个或者两个以上的品牌或者公司合作开展促销活动，一般是在两个知名品牌之间展开(更多精彩尽在世界工厂学堂频道)，讲究的是强强合作，实现双赢的目标。

基本上，两个不对等的品牌之间是很难开展联合促销的。

### 【服装年底促销活动方案之联合促销】

服装店铺可以联合化妆品、美容院、女装店等一起做促销。

这样一种互动的促销手段，能有效整合两个品牌的资源，集中优势，把促销活动做大做好，又在一定程度上节省了双方的资金，因此，是一个不错的方式。

但也要注意：在合作伙伴的选择上一定是产品相关。

另外，双方在交换赠品时，注意金额等值的折算，费用分摊的原则举行的促销活动。

### 【服装年底促销活动方案之消费券】

消费券促销，不单在节假日可以做，在平时也可以做。

这也是提前完成消费者者竞争的一个方法，如果有消费时她可能直接来你的店，这是对竞争对手的打击。

可以印刷消费券，一共十二张，折扣自己定，但不要伤害会员的感情，比如一件七点五折，会员才八点五折，就不行。

可以到有关第的各单位发放，可以联合其它店铺促销时用，最好是指定的点，不要在大街上随便发，这样会让顾客不够



重视。

## 服装活动结束总结篇三

时间在不经意中从指间划过，转瞬间又是一年，回顾光棍节的工作，在公司领导的正确指导和同事的大力配合下，我的各项工作都能够按部就班的正常开展，现就光棍节的工作情况总结如下：

我认为做导购就好象在读免费的mba课程，它让我学到了许多无法在大学校园里学到的知识与技能。现在的顾客越来越理智，越来越精明，所以我们要更好的销售产品，更好的说服客户，必须学习更多，更专业的产品知识，所以久而久之，就成了某个领域的专家，之前我连服装方面一些基本的问题都回答不出来，更不要说成为什么专家了。我认为问题出现在两个方面：一方面公司培训不到位；另一方面自我学习成长的意识太差。我想如果这样继续干下去，十年以后我依然还是一名平凡的小人物，成功永远与我无缘。在xx年我参加了好几次公司组织的.专业培训，在平时闲暇时也自己去网上查找各种服装方面的知识来充实自己，现在我已经可以自信的说自己是服装的专家了。

作为一名导购除了学习专业的商品知识外，还要学习一系列与商品相关的外围知识，这样才能让我表现得更自信，更有专家水准，成交率更高。于是，我利用业余时间，大量参与公司其它部门的工作，向同事学习。就这样一个不经意的行为让我的业务越做越顺，让我成为公司销售业绩的导购之一。做得比别人多一点，学得比别人多一点，于是经验就会比别人多一点，这样我的成长速度也就会比别人快一点，收入就会比别人多一点。学习是为自己、为财富、为成功、为快乐、所以作为一名优秀的导购不但是某些产品的专家，他的知识也应是全方位的。

在工作中每天都与行行色色的人打交道，他们来自不同的行

业、不同的层次，他们有不同的需求、不同的心态，如果我们想把每一位顾客服务好，无论买不买东西，都能让顾客满意而归，那就需要当我们面对失败、面对别人说“no”时表现一流的心理素质。所以我要感谢工作，让我在工作中学会了察颜观色、眼观六路、耳听八方的本领，让我的心理素质在工作中得到了良好的锻炼。

人生何处不营销，我觉得任何工作都与销售有关，就连美国竞选总统，总统们都要四处演讲，销售自己。优秀的导购不但要拥有良好销售及服务的心理素质，更是一位优秀的销售心理学家，在日常工作中我学会了通过顾客每一个细小动作，每个细微的面部表情，分析出顾客的心理变化及需求。

要做一个优秀的导购就必须要有拥有一流的口才，通过语言才能表达出自己的思想，在日常的工作中，我每天都要与不同的顾客沟通、交流、介绍产品、久而久之，口才及沟通技巧都有了大幅的提升。

在销售过程中我们每天都在与人打交道，所以是学习如何与人沟通、如何建立信赖、如何赢得他人认同的机会。而我，充分把握住了这个机会，通过优质的服务把一个陌生的顾客变成一个知心的朋友，让各种各样的顾客都能喜欢我，为未来的成功做好的充分的准备。而之前我从来都没有意识到这些，工作只是为了工作，从没有想到我还能未来做些什么准备。

当然，我在工作中还存在许多不足和困难，因此在这些收获面前我不会骄傲，我将不断提高业务素质，加强业务训练和学习，不断改进工作中的不足，以更加热情，优质的工作服务于公司，服务好顾客。我们一天的大部分时间都是在工作岗位上度过的，只有使工作真正的快乐起来，我们的生活才能真正的快乐。很庆幸我找到了一份能使我快乐和充实的工作，我非常热爱自己的工作。新的一年里，我会以更加饱满的热情投入到工作当中，为公司贡献出我的光和热！

## 服装活动结束总结篇四

那么，服装年底促销活动应该怎么搞才能足以吸引客户？价格永远是消费者关心的一个话题，想要做好服装年底促销活动，您不得不下一番功夫喽！

### 【服装年底促销活动方案之返现】

返现就是终端店在促销时，规定买满多少金额，现场返还现金多少，比如买满200元返20元，如同打9折。这种促销手段商场用得比较多，因为是直接用现金返还的，所以，吸引力较大。但是在制订促销时，要注意返现的金额，既不超出限制，又能有吸引力所以，制定合理的返现金额是十分重要的。

### 【服装年底促销活动方案之抢购】

商场用得比较多，对于比较大的店铺里也可以用，可以提高二天左右进行宣传，横幅可以提前挂，真正促销时间可以一天，一般产品折扣都比较低，把新产品正价产品收柜，如果数量不多的话可以继续向公司申请，以达到一定的影响力，找一个很好的主题，如全场装修、门面拆迁、店庆等。

### 【服装年底促销活动方案之抽奖促销】

是指利用消费者追求刺激和希望中奖的心理，以抽奖赢得现金、奖品或者商品，强化购买某种产品的欲望，对销售具有直接的拉动作用，可以吸引新顾客尝试购买，促使老顾客再次购买或者多次重复购买，达到促进产品销售的目的。

抽奖促销是我们在日常生活中最常见的促销方式。采取抽奖促销的不分是大品牌，还是新进入市场的品牌，都是屡试屡爽的促销方式。

### 【服装年底促销活动方案之特价周期】

固定的促销时间，让消费者形成一种习惯，以特价为主(更多精彩尽在世界工厂网学堂频道)，比如每周六特价促销日，比如每月特价专场，把正价产品入库，促销结束后再全部更换产品，做好陈列，以消化库存为主。对于比较大的店铺来说库存也比较大，特价专场就可以试用。

### 【服装年底促销活动方案之折上折】

有的商场实行4折销售，却用另一种方式如5折再8折，吸引了不少人购买，这是抓住人喜欢优惠多的心理。店铺也可以借用，比如会员可以折上折，比如买满多少还可以再9折。

### 【服装年底促销活动方案之直接打折】

在短期内可以快速拉动销售、生效快，增加消费者的购买量，对消费者有冲击力和诱惑力，直接打折在促销中采取的最常见、也是最有效的促销策略。

现在市场诚信度不高的情况下，到处是促销，到处都充满着消费陷阱，面对纷扰的市场环境，作为消费者，有时分不清真伪，面对众多的促销活动有点无所适从的感觉。因此，在这样的大环境下，进行货品打折，是最直接的方法，也是消费者最容易接受的方法缺点是不能解决根本的营销困境，只可能带来短期的销售提升。

不能解决市场提升的深层次问题;同时，产品价格的下降将导致企业利润的下降，而且，产品一旦下降，想要恢复到以前没有折价的水平，可能性非常小。乱打折会打击消费者对品牌的忠诚度。

### 【服装年底促销活动方案之场外促销】

场外促销主要借店外人流量加特价产品来吸引人气，可以把顾客带到店里推销其它产品，一箭双雕。如果店铺前面空间

较大，人流量也不错的，可以采用店外促销，效果好，要求花车为，主数量要多，形成气势，花车周围用有吸引力的内容做成促销海报围起来。

有关系的还可以与商场联系在门口做促销专场，那更好，人流量大。如果有条件的用大的遮阳蓬，一来可遮阳二来防下雨，还要注意与城管的关系，要得到批准，以免产生不必要的麻烦。

### 【服装年底促销活动方案之新品促销】

内衣店铺新品一上市就进行促销现在已很常见，他们主要是想通过旺季多抓顾客，以提高老顾客数量，在新品牌店铺居多，一般新品促销主要是通过赠送小礼品，不采用新品直接打折的方法。

### 【服装年底促销活动方案之节日促销】

中国节日比较多，都是大家搞促销的好理由，如元旦、情人节、三八妇女节、国庆节、母亲节、教师节、端午节、春节、元旦等等这些中国传统的节日，因为在这段时期，消费力量激增，是内衣销售的黄金时期，所以，每个店铺都想抓住这种契机，抢占市场，竞争的花样也是多样性，可以打折也可以送礼品。配上促销宣传，门口的横幅比较显眼，加上会员促销短信效果会更好。

### 【服装年底促销活动方案之主题促销】

主题促销，是创造一个主题，然后以围绕主题展开促销活动，让消费者认为这是名付其实。如店庆、门面装修、厂庆、节假日等，事出有因，促销更要如此，不明不白的促销不能引起顾客的认同感。有句话说得好，“没有理由创造理由也要促销”。

是指两个或者两个以上的品牌或者公司合作开展促销活动，一般是在两个知名品牌之间展开(更多精彩尽在世界工厂学堂频道)，讲究的是强强合作，实现双赢的目标。基本上，两个不对等的品牌之间是很难开展联合促销的。

### 【服装年底促销活动方案之联合促销】

服装店铺可以联合化妆品、美容院、女装店等一起做促销。这样一种互动的促销手段，能有效整合两个品牌的资源，集中优势，把促销活动做大做好，又在一定程度上节省了双方的资金，因此，是一个不错的方式。

但也要注意：在合作伙伴的选择上一定是产品相关。另外，双方在交换赠品时，注意金额等值的折算，费用分摊的原则举行的促销活动。

### 【服装年底促销活动方案之消费券】

消费券促销，不单在节假日可以做，在平时也可以做。这也是提前完成消费者者竞争的一个方法，如果有消费时她可能直接来你的店，这是对竞争对手的打击。可以印刷消费券，一共十二张，折扣自己定，但不要伤害会员的感情，比如一件七点五折，会员才八点五折，就不行。

可以到有关第的各单位发放，可以联合其它店铺促销时用，是指定的点，不要在大街上随便发，这样会让顾客不够重视。

### 【服装年底促销活动方案之买赠】

从维护形象的角度看，买赠更体面些，送赠品可以创造产品的差异化，是一种常规性的促销手段，具体做法是买满多少金额的货品，赠送相应的物品，以达到增加销量的目的。

选择赠送的礼品时，要考虑这一消费群体的喜好，送一些女

性用品，如丝巾、雨伞、袜子、肩带、洗衣袋、洗衣液等。在做这类促销活动时，应特别注意，礼品一定要精致，因为，相对来说，赠送的礼品的金额不大。如果因此而采购一些质量不好的礼品，对于促销活动、对于企业品牌都是伤害。

### 【服装年底促销活动方案之会员促销】

目前，开展对会员促销的店铺越来越多，通过买一定金额可以达到什么级别的会员，不同级别的会员可以享受正价产品的折扣，这是长期的。还有会员的其它促销比如对会员提供一款特殊价格的产品或礼品，每个月有固定的时间对会员进行促销，可以是特价，可以是送赠品，也可以是免费送小礼品做服务，如果会员很多的还有可以做会员促销专场。

### 【服装年底促销活动方案之特价专区】

很多店铺都有特价专区，划出一个区域用花车或落地架陈列特价产品，一是为了与正价产品区分从而不影响正价产品的销售，二是让消费者容易找到，实行特价专区的要在花车和落地架上有相应的宣传内容。

## 服装活动结束总结篇五

根据学校的实践活动要求，结合自己的实际情况，我利用假期去工作的“李宁服装店”进行了一日促销实习，活动也为自己提供了一次进一步接触了社会的机会。对我来说促销是个全新的领域，通过一天的实习，我深切地感受到自己社会经验的欠缺，也深刻体会到了促销工作的艰辛和专业，现将我的实习感受总结如下：

1、商店要有良好的卫生环境。

带我进入服装店，作了简单的介绍后，便开始了一天的工作，首先被安排的任务便是打扫卫生，先拖地，然后擦拭、整理

衣服货架。每次顾客走后，若地面脏乱也要整理，尤其是门口一带。良好的卫生环境能给顾客留下好的第一印象，是顾客愿意逗留、顺利购物的前提。反之，顾客很可能产生反感情绪甚至“拂袖而去”。

## 2、销售人员要有良好的精神面貌。

销售人员如果拥有阳光向上、富有活力的精神面貌，便会影响到顾客，从而让顾客也感到自己情绪高昂，那么才能让顾客愿意主动与你交流。好的精神状态还表现在仪容仪表上，顾客们在看一个品牌时，销售人员就成为了这个品牌的“代言人”，具备良好的专业知识的销售人员，才能对服装品牌给出的诠释。精神状态好的销售者，成交的几率会大很多。

## 3、营业人员要有良好的身体素质。

销售人员一整天都要在店里工作，忙碌时更要不停地走动，站立服务让我感到劳累。只有拥有良好的身体素质，才能拥有旺盛的精力来全力以赴地工作。强健的体魄是一个销售人员必备的“硬功夫”。从这个角度来讲，做生意也是一种体力活。

## 4、销售人员要有良好的专业知识。

专业知识自然是顺利销售商品的基础，我们在销售商品时要掌握相关专业信息，譬如32号是小号，34号是中号，36号是大号，而且我们看到顾客，就应当大致清楚他(她)应穿多大的衣服，我们也要清楚每种服装的价格，熟悉它们在仓库的位置，并熟悉商店的折扣情况，从而更好地为顾客服务。

## 5、销售人员要有良好的销售技巧。

销售技巧是顺利销售货物的关键，作为销售人员，要善于察言观色，能够大致了解顾客的心思，判断顾客的态度。譬如



从顾客说话的方式、走路的姿势等言谈举止，便能判断出顾客是漫无目的的闲逛，还是想要认真地挑选。当顾客试穿衣服时，要真诚地称赞顾客的优点，委婉地指出不足，注意措辞，当顾客临走时，亦可推荐顾客到与本店拥有共同利益的其它店(对方不知情)，正所谓“肥水不流外人田”。

## 6、销售人要有良好的营销心态。

经过在服装店实习，我进一步认识了社会，一天的时间也接触到了形形色色的人。总体感觉作为销售人员，必须具备良好的心理状态，树立“顾客至上”的销售理念，无论顾客是何态度，都要用友好的态度耐心地为顾客服务，即使卖不出衣服也不可急躁。同时，长久的站立服务可能会感到枯燥、疲倦，销售人员应当具备顽强的毅力，才能坚持工作。

经过实习，我感受到了工作的辛苦、挣钱的不易，也丰富了一些社会阅历，并进一步拓宽了视野，同时也认识到了自己的不足，这都是一笔财富，为将来进入、融入社会积累了一些宝贵的经验。