# 服装销售渠道论文范文共16篇

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-12-09

*服装销售渠道论文范文 第一篇作为店长我深深的感受到：作为有前景的品牌店的店长一定要懂管理、熟业务、责任心强。管理品牌店必须有一套科学的管理制度。店长及店员必须有高涨的工作热情，良好的工作心态，能积极为本店的销售做出应有的贡献。在经营上要本着...*

**服装销售渠道论文范文 第一篇**

作为店长我深深的感受到：作为有前景的品牌店的店长一定要懂管理、熟业务、责任心强。管理品牌店必须有一套科学的管理制度。店长及店员必须有高涨的工作热情，良好的工作心态，能积极为本店的销售做出应有的贡献。在经营上要本着“发展新顾客、稳住老顾客、扩大品牌店在xx的影响力”的理念，让xx的服装在xx人心中生根发芽。

我深深的感受到品牌服饰非常适应现在人的需求，只有优雅的环境、高质量的服务、热情的售后才能吸引顾客到我店购物，让他们体会到品牌服饰的质量好、品牌店的员工素质高，和售货员能做到近距离的沟通。无论是进货渠道、还是销售方法以及公司的售后服务，都让我感受到品牌的力量无穷的，xx的管理是科学的，我愿意为品牌店的经营献出自己的力量。

对于上半年的经营我做如下总结：

>一、销售目标完成

销售额完成（xx），较去年同期增长（xx）经常变换店铺的陈列，吸引顾客，在顾客在店前停留的时候，要把握好时机，想办法把顾客请进店里来，保持微笑，让顾客觉得你很亲切，在顾客进店后，注意顾客的一举一动，观察顾客的微表情变化，当顾客用手接触某件服装时，说明对这件服装感兴趣，那就要简单介绍该件服装产品。

介绍完后，可以叫顾客试穿，突出产品的卖点，当顾客试穿的时候发现服装适合自己，就要适当地附和着并加些赞美之词。当顾客对产品更加感兴趣的时候，就会考虑购买。另外还依仗xxx对我店的宣传以及老板的精心策划、科学管理以及合理宣传。

>二、培养员工

培养员工3名，达到对xx企业理解、熟练掌握销售技巧的水平，平时让她们多学习理论知识，然后将理论知识转化为实践，结合自己的工作经验，借鉴优秀员工的服务经验。

>三、调动员工积极性方面

在调动员工积极性方面，我能根据每人的实际情况进行合理的时间调配，家中确实有事的酌情串假，发现情绪不好的及时沟通，消除员工的负面情绪，以利于销售工作的开展。

>四、强化员工服务意识

强化员工服务意识，逐步完善会员维护体系。要时刻面带微笑，亲和的对待每一位顾客，建立完善的会员信息，了解会员的需求，经常与会员沟通，介绍会员所喜欢的服装类型，促进销售额的提升。

>五、处理好商场关系

处理好商场关系，遵守商场制度，配合商场工作，树立xx在商场员工中良好形象。能按要求及时参加xx的各项会议，将xx的制度较好的执行，在会上认真听讲，做好笔记，及时传达给员工，按时参加发放传单、打扫卫生、军训、培训等各项活动，让周围的店铺感受xx员工的企业精神，让员工树立不管在家还是商场时刻保持自己的形象，为xx在他人心目树立形象起到较好的作用。

配合好xx店销售工作，及时做好服装的号码调配，加大员工的培训力度，让他们知道只有多学习才能适应xx的经营理念，只有认真对待每一位顾客，才能使自己和店主双双受益。

>六、存在不足

1、用于学习销售经验的书籍时间不充足。应该多学习销售技巧类的书籍，多向优秀的同行学习。

2、有时候把微小的负面情绪带到工作中，降低了自己的工作热情。

3、没做到与店员经常沟通，不能及时调动店员的积极性。

成绩只能代表过去，在未来的半年里我会更加努力做好自己的本职工作，使销售额比去年同期增长xx个百分点。我要带领全体员工做到以下几点：

1、加强管理，完善制度执行，学习并制定科学合理的管理制度，加强制度的执行力度，做到奖惩分明，使销售业绩稳步提升。

2、加大员工培训力度，每个月的第一周自学服装的面料以及服装的尺寸、价位。每个月的第二周对服饰的陈列、服装的搭配进行培训；每个月的第三周对销售技巧进行培训，每个月的第四周进行月工作总结，对前三周的重点知识进行考试，对于考试优秀的员工进行奖励。

3、做好其他店销售管理工作，分三步进行：

一、做好分店的奖励机制：

第一，实施月销售额评比制度，对销售额好的分店进行奖励；

第二，每个月的测试成绩进行通报，实行奖励；

第三，对于销售额月增长百分率较多的分店进行奖励。

二、加大分店的管理制度的执行力度：每周不定期对自己的业务范围进行检查指导，做到赏罚分明。

4、继续维护好会员体系，以xx店为样板，在节假日期间让店员亲自与会员沟通，及时送去xx的祝福，特别是会员生日；对会员的喜好进行及时记载，使其在服务时能投其所好；让每位员工都熟悉会员的职业、爱好及衣服尺码，使会员感受到店员的用心良苦，让他们体会到xx的销售理念，爱上xx服饰。

**服装销售渠道论文范文 第二篇**

对我来说，这三个月是紧张而充实的。我三个月前加入了我们公司。因为工作需要，我成了一名服装销售员。我是销售行业的新人，刚进这个岗位的时候真的什么都不懂。感谢同事的帮助和指导，感谢领导的支持，让我能够逐渐适应这份工作的`需要，然后在这个试用期结束的时候能够顺利转正，所以一定要感谢每一个帮助过我的人！甚至公司的要求也是我自己对进步的要求。以下是我在三个月试用期内的工作总结：

作为一个服装销售员，公司对我们有销售要求，而我又是一个涉及这个行业的新人，所以第一次了解这个规定的时候很慌张，不过好在因为我们是新员工，所以有超前的计划。第一个月完成多少，第二个月完成多少，然后第三个月转正的时候，会要求和正式员工一样的销售额。有了这样先进的安排，有了同事的帮助，我会渐渐安心。

经过三个月的工作，我知道销售不仅需要沟通技巧，还需要很多重要的方面。三个月的试用期让我在这些方面有了很大的进步。我们在销售的时候需要很大的自信，因为面对的是陌生人，所以在突如其来的交流中，一定要有自信才敢开口。刚开始的时候我心里还在犹豫，但是在同事的帮助下，我逐渐完成了几个订单，这些订单的成功逐渐让我有了成就感和自信，所以我现在很自信，不会因为自己是陌生人而不敢交流。

服装销售也需要学习很多服装知识，很多会在购买前试穿，但是我们只是想评估一下，有时候需要我去搭配，所以我要了解很多服装知识，了解当前的时尚趋势，然后我在推荐的时候才能更加自信，从而增加销售的成功率。在匹配的时候，我们也用自己的知识帮助他们匹配，更好的方便交易。

当然，我还有很多缺点。比如前段时间的假期推广活动，发现自己缺乏推广经验。在活动的准备阶段，我不知道如何找到自己的工作。我还没找到自己的东西就要被别人安排，所以我缺乏事情的主动性，这也是我以后需要继续学习的地方。

**服装销售渠道论文范文 第三篇**

20xx年已经结束，回首20xx年的工作，有硕果蕾蕾的喜悦，有与同事一起忙碌到深夜的艰辛，也有遇到困难和挫折时的惆怅。这一年，在公司领导和产品设计中心总监的关心和指导下，全体同事的热心帮助下，我项目组较好的完成了本年度的工作任务，、看问题和眼光等各方面都有了一定的提高。现讲本年度的个人工作总结如下：

>一、就本年度工作的完成情况汇报如下。

1、在同事的协助和帮忙下，我部门参与并顺利的完成了20xx年秋冬和20xx春夏的订货会的样品开发以及订货会现场产品维护和讲解工作。

2、在20xx年的5月份我们有对我国的西南部的一些发达城市的市场调研活动，对国内市场目前的一些男装的流行和市场消费有了一定的了解。

3、在公司的组织下，在20xx年9月份的xx市场调研，使我们在了解国内的市场的同时，又看到了我们国内与国际市场的差距，使我们在以后的工作中眼光会放的更远，从而使接下来的产品开发的方向更专注于品味与时尚。

4、20xx秋冬的开发中，我部门产品开发的主线又回归了以往的三个系列即：精致商务（长销款）简约办公（畅销款）时尚商务（新潮品）等，使我们的产品定位更贴近市场。

5、在订货会时候，有客户反映我们的产品到货时间较晚，给他们的销售带来了影响，我们听说这些事情后就努力的跟生产部沟通，争取做到订货会结束我们就把资料交接给生产部门，以便使他们能够早日下单，早日出货。

6、在自己公司板房打样的过程中，发现因各项配套设施不是很完善，导致很多辅料都不是自己理想中的产品，就跟辅料开发人员沟通，自己去辅料工厂去交流，在接下来的辅料中就比之前以往有了一些进步。

>二、20xx年工作安排。

1、配合各部门，努力做好3月份12秋冬订货会和9月份的20xx春夏订货会样品开发工作。

2、在原有样品的基础上，我们会把产品开发做的更商务、时尚、更迎合市场需求与季度开发主题。

3、休闲裤、牛仔裤、西裤在原有板型的基础上，我们会更加努力，力求做的更合身与舒适。

展望明年，我们充满了信心，即使道路坎坷荆棘，只要我们同心协力，与各位同事一起，一点能做的更好，xxx男装的明天一定会更美好。

**服装销售渠道论文范文 第四篇**

随着工作的深入，我接触到了许多新的事物，也遇到了许多新的问题，而这些新的经历对于我来说都是一段新的磨练历程。回顾整个一月，我学会了很多：在遇见困难时，我学会了从容不迫地去面对；在遇到挫折的时候，我学会了去坚强地抬头；在重复而又单调的工作背后，我学会了思考和总结；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。

以上是我在工作方面取得略微突破的地方，但这种突破并不意味着我就能够做好工作，在接下来的工作中我会继续完善自己，在失败中不断总结经验和吸取教训；在和同事配合工作过程中学习他们先进的工作方法和理念；在沟通和交流过程中学会谅解他人。

现将一月份工作总结作如下汇报：

>一、工作方面：

1、做好基本资料的整理，及时向工厂反映客户的情况、向工厂反映客户的信息；

2、是做好订单跟踪：在下订单后要确认工厂是否排单，了解订单产品的生产进程，确定产品是否能够按期发货，最后还要确定客户是否准时收到我司产品；

3、是货款回笼，与客户确认对帐清单并确认回传，及时将开票资料寄到财务处，做好开票的事项，最后确认客户财务收到xxx并要求及时安排；

4、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最新动向。另外要向客户推出公司最新产品，确定客户是否有需要。

>二、工作中存在的问题

1、货期协调能力不够强，一些货期比较急的货经常不能很好地满足客户的需求，货期一退再推，有些产品甚至要二十多天才能完成。这种情况导致了部分客户的抱怨。工作的条理性不够，在工作中经常会出现一些错误；对时间的分配和利用不够合理，使工作的效率大大地降低；不能很好地区分工作内容的主次性，从而影响了工作的整体进程。

2、由于自身产品知识的缺乏和业务水平的局限，在与客户的沟通交流过程中不能很好地说服客户。这一方面我还需要继续学习去完善自身的产品知识和提高业务水平。

3、产品质量问题在大货生产中是很难避免的，但是所有人都希望降低产品质量问题的发生率。据统计，上个月客户投诉我司产品存在质量问题的案例达十几起。举两个案例：邦威（盛丰）H0710136单撞钉，因为底钉在实际大货生产过程中不够锋利、穿透力不够强，导致客户在装钉过程中出现大量底钉打歪、打断、变形情况。这给客户带来了一定的损失，经过协调，客户要求我司尽快补回损耗的底钉1000粒；邦威（圣隆）H0710052单的工字扣，客户投诉我公司产品存在严重的质量问题，一个工字扣同时出现几种质量问题：掉漆、钮面变形、颜色不统一。这使我们和客户的沟通出现空前的尴尬场面。客户对我们的产品质量表示怀疑，也对我们的态度表示怀疑。他们觉得我们没有一点诚意。后来我们工厂采取了相应的措施解决了此次质量问题。但是之前糟糕的质量问题给客户带去了非常不好的影象对我们的信任度和满意度都大幅度降低。

对于产品质量问题我觉得它是客观存在的，如果要求工厂生产的大货不发生质量问题，那时不现实的也是一种幼稚的想法。容忍一定限度的质量问题是每个业务员所必须做到的，如果一味地去埋怨工厂，只会让事情变得更加糟糕。如果说有什么可以弥补质量问题，那就是我们的态度。一旦发生质量问题我们就应该及时有效地去挽回损失和客户对我们的信任，拿出我们的诚意寻找并承认自己的过失之处，这才是首先要做的事情。

**服装销售渠道论文范文 第五篇**

20xx年已经过去，新的一年又在展开。作为一名服装营业员，我现将我的工作总结及心得呈现如下，希望各位予在指导建议。

在服装销售过程中，营业员有着不可比拟的作用，营业员是否能掌握服装销售技巧很重要，首先要注意推荐购买的技巧。

营业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：

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感。

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、结合不同款式服装，向顾客讲解每款服饰适合穿着的场合。

6、配合服饰特点进行推荐。每种类型的服装具有不同的特征，如功能，设计，质量和其他方面，都应该适当向顾客说。

7、谈话中注意技巧。向顾客推荐服装时候，语气应该有礼貌、在充分听取顾客意见的基础上，再向顾客推荐。

8、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。

9、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：

10、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。

11、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。

12、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。

13、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。

以上就是我做服装导购员这一年的工作总结，在新的一年里，我将继续努力工作，不断学习，吸取工作经验，不断改进自己的工作方法，为公司销售更加辉煌业绩而奋斗。

**服装销售渠道论文范文 第六篇**

(1)垂直营销联盟模式。垂直营销联盟是指在业务上具有上下游关系的企业形成营销联盟，如产品工序互为上下游关系的制造商形成的联盟，供应商、制造商、销售商在产品营销上形成的联盟等等。

(2)专业市场营销模式。专业市场就是以一个类别或几个近似类别的商品为集中交易对象，以现货批发经营为主、兼顾零售的市场形式。专业市场营销模式为集群内的企业提供了营销渠道，节省了企业的渠道建设费用。

交叉型的集群营销模式

所谓交叉型的集群营销模式，是指集群内的企业之间既存在广泛的横向联系，又存在显著的纵向联系。集群内同类企业之间联系密切，在产品、价格、渠道、促销等领域相互合作，同时，在供应链上，处于不同价值环节的企业之间又合理分工，密切配合。中卫式的集群营销模式即为交叉性集群营销模式的代表。

4 集群营销模式与集群生命周期阶段之间的关系

目前国内外关于集群生命周期的研究主要集中于产业集群从低级到高级演化的过程上。而有关集群生命周期各发展阶段中的群内企业行为特征及合作方式等方面的研究还极为欠缺，只是在有关产业集群可持续发展的文献中略有涉及。因此，对于集群营销模式与集群生命周期阶段两者之间关系的研究，一方面，我们要借鉴现有的研究成果，另一方面，我们还需要分析国内外典型的产业集群的发展历史，着重从集群营销的角度去考察集群的发展。

骆文达认为，在集群发展的萌芽阶段，群内企业间一般不存在相互联系或影响;在集群的形成阶段，集群内部开始出现劳动分工，产业链开始形成并逐步完善;在成熟阶段，集群已发展成为一个完整的产业价值体系，在产业价值体系中，相关企业的劳动分工更加明确，各企业之间的联系更加密切。这一阶段集群内可能出现几个以主体企业为核心的、拥有大批下属企业的企业集团。胡军(20\_)对广东产业集群组织演化进行了研究，认为集群发展有横向一体化和纵向一体化两个阶段，横向一体化是初级阶段，纵向一体化是集群发展的高级阶段，广东产业集群目前大多处于初级阶段。姚海琳认为，横向一体化只是专业化分工发展的初级阶段，而纵向一体化才是专业化分工的进一步发展。

再来看一看世界上发展得比较成熟的几个产业集群的营销模式：

意大利的中小产业集群在国民经济中发挥着极为重要的作用，集群发展极具特色。在意大利的中小企业集群内，通常存在两个起主导作用的企业群体――最终企业群和中间企业群。最终企业群拥有产品设计、组织生产、营销等能力，他们会根据产品的加工工艺选择和组织中小企业。最终企业在集群中扮演中心者的角色，大量的中间企业围绕着最终企业来进行生产。最终企业之间的竞争是创造各自的市场营销特色;中间企业之间的竞争相对比较激烈，但是这种竞争是建立在专业化分工基础上的，大多是业务上的上、下游关系，在竞争中协调，又是在协调中竞争。

自然资源并不丰富的日本却创造了二战后的经济奇迹，当中，中小产业集群在日本的经济复兴中发挥了不可替代的作用。在日本的产业集群内，“下包制度”是被广泛采用的一种集群营销模式。所谓下包制度，是指在分工协作的基础上，大企业集中于对其具有战略意义的关键环节上，而将零部件以及次要环节下包给其他企业的生产方式。下包制通过大制造商将成千上万的中小企业集结起来，大企业处于整个集群的支配地位，小企业处于外围或下属地位，主要为大企业进行特定的专业化加工。参与集群的中小企业往往又有一次承包、二次承包、三次承包甚至多次承包之分，即把大企业委托的生产业务根据专业分工要求分包给其他小企业，从而形成多层次的分工协作体系。

从上述有关集群研究的理论和集群发展的实践经验来看，我们可以得出这样的结论：集群营销模式与集群的生命周期阶段存在一定的相关性，两者之间的联系表现为：

(1)在产业集群的萌芽时期，集群内的企业大多单兵作战，联系并不紧密，呈现出典型的离散型集群营销模式。

(2)在集群的成长期，群内企业联系日益紧密，集群营销模式也会由原来的离散型逐渐转化为横向型或是纵向型的集群营销模式。这里需要指出的是，很多学者认为，横向型的集群营销模式是集群发展的初级阶段，纵向型集群营销模式是集群发展的高级阶段，从集群发展的实践上看也呈现出这种现象。究其原因，主要是因为，横向型的集群营销模式，如水平营销联盟模式、以品牌为中心的联合营销模式，均可以由当地的政府或行业协会，或是集群中的龙头企业等通过一些列的措施构建而成。但要形成纵向型的集群营销模式却并非易事。要想让集群内从事价值链上不同环节的企业之间做到合理分工，在生产流程上相互连接，这不仅需要集群内大中小企业间的通力配合，不同规模企业需找准自身的定位，抛弃“宁为凤尾，不为鸡头”的传统思想。并且，高度的专业化分工是建立在高度信任的集群文化基础上的，而信任、诚信文化的培育与建立并非是一朝一夕就能做到的。

**服装销售渠道论文范文 第七篇**

时间一晃而过，20xx年已渐渐离我们远往。过往的一年里我专柜历经了不平凡的一年，年初的职员变动。大型特卖活动。还有本人的《xxx规》演讲等等，一路数来有辛酸，有汗水，有泪水，但更多的是喜悦。

20xx年也是大丰收的一年，在8月份的大型特卖活动获得了美满成功，在一次次的业绩突破记录中是充分发挥着我们的团队气力，很自豪也很荣幸有这么个团队。

在过往的一年里客诉也时有发生，如头几天发生的羽绒服客诉事件，固然事情已美满解决，但做为导购的我们也得沉思，在工作中是不是有不足的地方，将在以后的工作中更加仔细多提示顾客仔细检查货品，尽量的少发生类似客诉，也要在以后的客诉处理上多一些冷静。理解，将事情解决在萌芽中，这也是我们需要改进的。

非常荣幸本人能代表我们营运二部参加公司举行的《xxx规》演讲比赛。在此活动中我学习到了很多，也发现人的潜能是无穷的，只要你肯努力，肯付出一定会有回报的。在一次次的登台演讲中，能够突破了自己，克服了自己也是我一年来获得的最大的成绩。

更值得兴奋的是我专柜被评为杭州地区业绩年增长率最高的一家店，是荣誉，是对我们工作的一个肯定。在兴奋和兴奋之余我感受最深的是压力，在xx年里我们将如何获得更好的成绩呢?针对未来的xx，我专柜将重点放在以下几个方面：

a、积极配合商场促销活动，进步销售业绩。

b、充足的货品，争取做好货品的供给，以满足顾客的需求。

c、进步服务质量，专心服务，尽可能减少客诉的发生，保持品牌形象。

d、完善顾客资料，重点培养新的顾客群，完善顾客资料，让新的顾客转变成忠实顾客;针对老顾客要付出更多的耐心和仔细，并让其带新的顾客进行消费。

f、进步销售技能，定期让公司对导购进行专业知识培训，曾强本身素质并提升个人销售业绩。

我相信在今后的工作中，我会继续不断的努力下往，固然有时也会在纪律中偶犯小错误，因人无完人，出错在所难免的，所以我不会过分的苛求自己。不过我相信只要我在岗位上一天，我就会付出自己最大的努力，将自己所有的精力和能力都用在工作上，再接再厉争取在xx年里获得更好的成绩。

**服装销售渠道论文范文 第八篇**

>一、在市场拓展方面

2、基本完成年初制定的拓展目标，进一步扩大了市场份额。

>二、在加强企业制度化和企业文化的建设和完善方面

1、通过提升对企业文化的深入渗透和引导，公司建立了一支依托以“诚信”为根本的有战斗力的“敢拼、敢想、敢于亮剑、敢打硬仗”的干部队伍和团队，并培养了众多的销售精英。基本上能够支持我们的大团队“基业公司”20xx年的企业快速增长。

2、通过xxx会的建立，增加了员工相互了解的平台，进一步增进了员工荣誉感和对企业和团队的认同感、凝聚力。更好的体现了公司理念“至诚聚心、和谐聚力”。

3、引进了新的经营观念和更科学的管理机制，促进了公司的建设，使公司上下都动了起来，不断的小跑起来，不断的发现问题、面对问题、解决问题，让公司的上上下下都感受到了激情和活力，真正的体现了公司企业文化中公司精神所提倡的“激情、执着、创新、卓越”的精神和公司作风所要求的“协作进取、雷厉风行”。

4、通过对各个部门专业性的不断整合和对各级管理人员的不断高标准要求和评估，运用在“过程中发现问题、在过程中解决问题、在过程中完善”的办法，力求以方案，更求以最及时解决的态度，促使各级管理人员和各个部门的“工作责任要求、工作标准、工作技能、工作效率、工作配合”等各个方面得到了巨大的提升;同时对各级管理人员的“严格要求、细心提醒、给予机会”等方面情理并济的提携，真正体现了公司企业文化中公司管理理念所要求的“严制明责、执行高效、情理并济”。

5、在制度建设方面我们还有更多的路要走，更多的标准要建立并细化……

>三、在人才的引进、提拔、储备方面

1、通过大胆引进，引进了一些服装行业的精英人才，已经在企业中发挥了重要的作用，并将与企业共同成长……

2、在提拔人才方面，通过“大胆用人、提高标准用人、放手用人”，培养了一批忠诚的“中高级管理干部”，对于企业未来的发展提供了更有力的人才支持和初步建立了培养人才的孵化模式……

3、通过对人才“能者上、平者下、庸者退”的调整，增强了企业和团队的活力，激发了人人积极向上，敢于争先的竞争意识;并锻炼了干部和团队“坚强的意志、积极平和的心态、良好的适应性”;大部分人都能够做到“能上能下、敢于承担责任、敢于挑担子”。

4、通过对公司人才结构的大胆调整和改革，让公司的\'全体人员都感受到

了未来的发展空间是多么的广阔，感受到了变革的力量，感受到了未来和希望……

5、通过改革进一步明确和增强了“目标性与务实的工作态度”，为未来建立更为科学的目标体系铺平了道路。

>四、20xx年的销售业绩

1、自营店：x力x品牌万，达标率，比xx年提升;

其他品牌万，达标率，比xx年提升;

自营小计万，达标率，比xx年提升。

2、加盟店：x力x品牌万，达标率，比xx年提升。

3、公司：销售万，达标率，比xx年提升。大大的超过了公司年初制定的销售业绩增长60%的预期目标，超过的幅度为。

**服装销售渠道论文范文 第九篇**

在销售的过程中，我的感觉是所有的销售都是一样的，只是我们卖的产品不一样，那么掌握了产品知识之后如何提高销售技巧呢？我想我在几天的实习中总结了以下几点：

>一、心理状态的准备

在销售过程中，如果销售人员有良好的精神状态，就会给客户一种积极、充满活力、积极向上的氛围，所以这种积极、积极向上的情绪总是会影响到客户，从而让客户觉得自己受到了情感的感染，这样客户就可以在我们店里呆更多的时间，总是选择合适的服装。心理状态的表现也表现在我们的gfd上。只有具备一定礼仪知识的销售人员才能让客户感受到品牌的价值，因为在看待一个品牌时，我们的销售人员直接反映了我们的品牌形象，所以销售人员素质的提高也是品牌推广的重要标志。一个精神状态良好的优秀销售人员达成交易的几率要高得多。

>二、身体准备

如果我们有一个好的身体，我们就能保持旺盛的精力，更好地工作。在这段时间里，店里的站务让我感觉很累，这样我就可以对拥有一个好身体感觉更好，这样我们就可以更努力了。因此，一个强壮的身体是一支充满活力的团队所必需的。

>三、专业知识的准备

接待客户的时候，因为不熟悉产品知识，不能在客户要中号毛衣的时候把中号衣服拿给他们，因为我不知道中号衣服的尺码。我着急的时候，店长把中号衣服给了顾客。售后店长跟我说32号毛衣小，34号中等，36号大，反映你是一点产品知识。因为你不能给他提供适合他的产品。因此，产品知识在销售中至关重要。

>四、为顾客做准备

当我们了解了相关的产品知识，我们是第一个掌握销售的人。为了提高我们的销售业绩，我们还需要了解客户的性格和着装风格。只有多了解客户，才能更好地把握客户心理，与客户建立和谐的关系，营造轻松休闲的购物环境，善于倾听客户的每一句话。然后分析客户是否有购买意向，推荐适合自己的衣服。

实习期间，店长的销售让我觉得了解客户是轻松销售的关键。顾客试穿一件衣服后，店长为顾客整理自己穿的衣服，让顾客觉得自己受到了尊重，一种亲切的感觉，让顾客对店长产生了好感。那就是先做好人，再做好销售技能。然后店长对顾客穿的衣服做了一个很中肯的评价，然后告诉他们怎么搭配衣服。如果他们穿成这样，他们会告诉他们衣服的感觉。然后顾客也觉得很合适，然后给了他们买的理由，于是毫不犹豫的买了皮衣。

销售看似那么容易，其实这里用了很多销售技巧。所以销售是有方法和技巧的。只要用心做，我们的销售业绩一定会提高。两个月的店铺生活，让我学到了很多东西，充实了自己；专卖店人员流失很大。但我发现，最好的专卖店有五个基础的、坚实的支柱，在五个环环相扣的领域为客户创造价值。提供解决方案。比如作为店长，光保证卖的衣服质量好是不够的。你必须雇佣能帮助顾客找到合适体面衣服的销售人员。他们需要有丰富的专业知识，提供专业知识；比如，专业裁缝随叫随到，为客户提供送货服务，愿意接受特殊订单。

实习是每一个学生都必须具备的体验，让我们在实践中了解社会，巩固知识；实习也是对每个毕业生专业知识的考验。它让我们学到了很多课堂上学不到的知识，不仅开阔了视野，也增长了知识。它为我们将来进一步走向社会奠定了坚实的基础，也是我们走向工作的第一步。

通过这几个月的实习，我锻炼和提高了自己，特别是开阔了眼界，了解了一个我从来不知道的环境，受益匪浅。同时，对未来研究的方向和目标也更加明确和肯定。可能我这个没经验没经验的大学生，距离成熟还有很长的路要走，这鼓励我不断的学习锻炼自己。

**服装销售渠道论文范文 第十篇**

我打过工，知道学生打工很不容易。学生是廉价劳动力，有的公司很江湖，我们辛辛苦苦赚来的钱还少给，有的是托着不给，还有的干脆就不给了。今年寒假我来到一家公司打工，我的运气还不错，遇到了一个好老板，工作没有上次累了。那么现在自然先是得选择好打工的种类。时下大学生打工无非是做家教，搞推销，出卖劳动力。据说现在做家教就等同于骗钱。这可是我们班上十几位做家教的同学一致的心得体会。再说由于这学期就要结束了就算想骗也没有地方骗了因此做家教显然行不通。搞推销，说句老实话，其实我是很想干这行的。不就是告嘴皮子混饭吃吗，那还不容易？可转念一想，还是不行，只因为自己面目狰狞。加上五短身材，我的哥们一致要求我不要去现丑。说是影响市容，极易让外国游客对广州产生误解。我知道什么叫金玉良言。什么叫忠言逆耳。为了顾全大局，推销也只好作罢----说实话，推销实在太苦了。我怕我受不了。

我寒假每天早晨6：30起来，下午6：30下班。我每天很早的来到公司把所有的窗户都打开，把窗户擦了一遍，然后又把桌子擦了一遍，地扫了扫又拖了拖，桌子上的文件全部都整理了一遍。到7：45的时候其它的人都陆续的来了。我刚来主要是跑跑腿，给元老们倒倒水，跟元老们去送送货，听听他们的工作经验，慢慢的我干了将近半个月，老总让我在电脑上发信息，回信息，教我一些有关公司的基本知识。我慢慢的开始进入工作状态。每天对象是电脑，一天下来，我的眼睛都成肿的了。打工可真累，我是深有体会呀！但是打工不仅可以增加收入，减轻家里的负担，还可以通过打工锻炼自己，培养各方面的能力。打工是人生历练的过程，是人生很有意义的经历。边学习边打工，收获肯定会比在学校里一味读书多得多。

两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书”只是古代读书人的美好意愿，它已经不符合现代大学生的追求，如今的大学生身在校园，心儿却更加开阔，他们希望自己尽可能早地接触社会，更早地融入丰富多彩的生活。时下，打工的大学生一族正逐渐壮大成了一个部落，成为校园里一道亮丽的风景。显然，大学生打工已成为一种势不可挡的社会潮流，大学生的价值取向在这股潮流中正悄悄发生着改变。对于大学生打工，一直是“仁者见仁，智者见智”，许多人的看法不尽相同。每个人都有自己的人生模式，我们有理由走自己选择的人生路，只要把握住自己，掌握好学习与打工的分寸，肯定能把大学这个人生阶段过得丰富多彩。

打工的途径或者形式多种多样，只要是对社会有益，对自己积累人生经历有益，还能够有少量收入，就可以毫不犹豫的参与其中。老板对我很好，对员工们都很好，第一月虽然没有学到多少东西，但是，我对公司的印象还是比较不错。我会更加努力的去做。不会让公司的员工失望的。

打工只是一种磨练的过程。对于结果，我们应该有这样的胸襟：不以成败论英雄，不一定非要用成功来作为自己的目标和要求。人生需要设计，但是这种设计不是凭空出来的，是需要成本的，失败就是一种成本，有了成本的投入，就预示着的人生的收获即将开始。小草用绿色自己，鸟儿用歌声自己，我们要用行动证明自己。打一份工，为以后的成功奠基吧！

不经风雨，怎见彩虹，没有人能轻轻松松成功。

在现今社会，招聘会上的大字板都总写着“有经验者优先”，可是还在校园里面的我们这班学子社会经验又会拥有多少呢为了拓展自身的知识面，扩大与社会的接触面，增加个人在社会竞争中的经验，锻炼和提高自己的能力，以便在以后毕业后能真正的走向社会，并且能够在生活和工作中很好地处理各方面的问题记得老师曾说过学校是一个小社会，但我总觉得校园里总少不了那份纯真，那份真诚，尽管是大学高校，学生还终归保持着学生身份。而走进企业，接触各种各样的客户、同事、上司等等，关系复杂，但你得去面对你从没面对过的一切。记得在我校举行的招聘会上所反映出来的其中一个问题是，学生的实际操作能力与在校的理论学习有一定的差距。在这次实践中，这一点我感受很深。在学校，理论学习的很多，而且是多方面的，几乎是面面俱到的，而实际工作中，可能会遇到书本上没学到的，又可能是书本上的知识一点都用不上的情况。或许工作中运用到的只是简单的问题，只要套公式就能完成一项任务，有时候你会埋怨，实际操作这么简单，但为什么书本上的知识让人学的那么吃力呢也许老师是正确的，虽然大学不像在社会，但是总算是社会的一部分。我们有了在课堂上对知识的认真消化，有平时作业的补充，我们比别人具有了更高的起点，有了更多知识去应付各种工作上的问题。虽然在实践中我只是负责比较简单的部分，但能把自己在学校学到的知识真正运用出来也使我颇感兴奋!在学校上课时都是老师在教授，学生听讲，理论占主体，而我对知识也能掌握，本以为到了企业能够应付得来，但是在企业里并没有想象的那么容易，平时在学校数字错了改一改就可以交上去，但在工厂里，数字绝对不可以错，因为质量是企业第一生命，质量不行，企业生产就会跟不上，而效率也会随之下降，企业就会在竞争的浪潮中失败。因此，每一个环节都不能出错。这种要求是我们在课堂上学不到的。在学校里可能只需会解一道题，算出一个程式就可以了，但这里更需要的是与实际相结合，没有实际，只是纸上谈兵是不可能在社会立足的，所以一定要特别小心谨慎，而且一旦出错并不是像学校里一样老师打个红叉，然后改过来就行了，在工厂里出错是要负责任的，这关乎工厂的利益存亡。总之，这个寒假的社会实践是丰富而又有意义，一些心得和体会让人感到兴奋，但却决不仅仅用兴奋就能描述的，因为这是一种实实在在收获，是对“有经验者优先”的感悟。

在我的打工生活中，我也明白了许多：在日常的工作中上级欺压、责备下级是不可避免的。虽然事实如此，但这也给我上了宝贵的一课。它让我明白到别人批评你或是你听取他人的意见时，一定要心平气和，只有这样才能表示你在诚心听他说话。虽然被批评是很难受的，而且要明确表示你是真心在接受他们的批评。因为这样才能在失败中吸取教训，为以后的成功铺路。我们要学会从那里跌倒就从哪里爬起来，这才是我所应该做的。我也从工作中学习到了人际交往和待人处事的技巧。在人与人的交往中，我能看到自身的价值。人往往是很执着的。可是如果你只问耕耘不问收获，那么你一定会交得到很多朋友。对待朋友，切不可斤斤计较，不可强求对方付出与你对等的真情，要知道给予比获得更令人开心。不论做是事情，都必须有主动性和积极性，对成功要有信心，要学会和周围的人沟通思想、关心别人、支持别人。打工的日子，有喜有忧，有欢乐，也有苦累，也许这就是打工生活的全部吧。我不知道多少打工的人有过这种感觉，但总的来说，这次的打工生活是我人生中迈向社会的重要一步，是值得回忆的。现在想来，二十四天的打工生活，我收获还是蛮大的。我所学到的生活的道理是我在学校里无法体会的，这也算是我的一分财富吧。现今，在人才市场上大学生已不是什么“抢手货”，而在每个用人单位的招聘条件中，几乎都要求有工作经验。所以，大学生不仅仅要有理论知识，工作经验的积累对将来找工作也同样重要。事情很简单，同等学历去应聘一份工作，公司当然更看重个人的相关工作经验。就业环境的不容乐观，竞争形式的日趋激烈，面对忧虑和压力，于是就有了像我一样的在校大学生选择了寒期打工。暑期虽然只有短短的两个月，但是在这段时间里，我们却可以体会一下工作的辛苦，锻炼一下意志品质，同时积累一些社会经验和工作经验。这些经验是一个大学生所拥有的“无形资产”，真正到了关键时刻，它们的作用就会显现出来。

大学生除了学习书本知识，还需要参加社会实践。因为很多的大学生都清醒得知道“两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书”的人不是现代社会需要的人才。大学生要在社会实践中培养独立思考、独立工作和独立解决问题能力。通过参加一些实践性活动巩固所学的理论，增长一些书本上学不到的知识和技能。因为知识要转化成真正的能力要依靠实践的经验和锻炼。面对日益严峻的就业形势和日新月异的社会，我觉得大学生应该转变观念，不要简单地把暑期打工作为挣钱或者是积累社会经验的手段，更重要的是借机培养自己的创业和社会实践能力。

现在的招聘单位越来越看重大学生的实践和动手能力以及与他人的交际能力。作为一名大学生，只要是自己所能承受的，就应该把握所有的机会，正确衡量自己，充分发挥所长，以便进入社会后可以尽快走上轨道。在这次寒期的工作中，我懂得了理论与实践相结合的重要性，获益良多，这对我今后的生活和学习都有很大程度上的启发。这次的打工是一个开始，也是一个起点，我相信这个起点将会促使我逐步走向社会，慢慢走向成熟。

**服装销售渠道论文范文 第十一篇**

谈我国牛仔服装企业国际市场营销策略

【摘要】20\_年以来发生的全球金融危机和欧洲债务危机对全球经济产生了非常不利的影响，导致国际市场消费需求和投资需求大幅萎缩，我国的大多数牛仔服装企业都遭受了不同程度的损失。人民币的不断升值、国内劳动力成本和融资成本的不断提高都成为企业出口的障碍，摆在这些企业面前的唯一出路就是要以新的思路和方法去开拓国际市场。

【关键词】牛仔服装企业;国际市场;营销策略

全球金融危机和欧洲债务危机导致国际市场消费需求和投资需求大幅萎缩，我国的大多数牛仔服装企业都遭受了不同程度的损失。由于长期单一依赖于国际市场，疏于对国内市场的开发和管理，这些企业要想在短期内打开国内市场的销路难度相当大，再加上人民币的不断升值，国内劳动力成本和融资成本的不断提高使得这些企业面临着“内外交困”的局面。目前摆在这些企业面前的唯一出路就是要以新的思路和方法去开拓国际市场，本文认为应从以下几个方面入手：

一、不断提高出口产品的质量

中国产品之所以在国际市场上具有竞争优势，主要是因为我们的产品质量好并且价格便宜，“质优价廉”是中国产品在国际市场上的最大卖点。我国出口企业必须不断提高出口商品的质量，保证这一传统优势能够得以延续。虽然出口贸易的利润要大大高于国内贸易，但国外进口商对商品质量的要求也比国内经销商高得多。所以，必须尽快建立和完善企业内部质量监管体系，完善产品质量监督管理制度，依靠规范、合理、完善的规章制度来管理企业，不断提高出口产品的质量。

二、塑造出口产品自主品牌

目前，在大多数牛仔服装生产企业的出口产品中，约有60%的产品品牌属于国外进口商，企业拥有自主品牌的产品出口数量较少，只占企业全部出口产品的约40%，企业主要是在为国外进口商做定牌生产，所以出口产品的利润较低。从当前国际牛仔服装市场行情分析，为国外进口商做定牌生产可以紧跟国际牛仔服装市场的潮流和时尚，快速消化吸收国外先进的生产技术和设计理念，进而快速提高企业的设计、生产水平。但从长远角度来看，企业对于国际市场的开发不能仅仅停留在这个层面上，原因主要有以下几个方面：第一、国际牛仔服装市场行情波动较大，如果企业把主要的精力都放到为国外进口商做定牌生产上，而不注重塑造自己的品牌，建立自己的国际市场销售渠道，就很容易受到国际市场行情波动的影响，进而影响企业的持续、健康发展。全球金融危机和欧洲债务危机对我国出口企业造成的冲击就是一个很典型的例子。第二、长期为国外进口商做定牌生产而不注重去塑造自己的品牌，会导致企业始终处于国际牛仔服装市场产业链的下游，产品利润中的绝大部分都被国外进口商掠走了，企业只能赚取微薄的加工费，企业很难有大的发展。所以，我国牛仔服装企业必须要注重塑造出口产品的自主品牌。

三、加强国际市场销售渠道建设

加强国际市场销售渠道建设，最重要的一项举措就是实施“走出去”战略，直接在国外设立办事处或销售分公司，建立起企业自己的国际市场销售渠道。

实施“走出去”战略是xxx、xxx从我国经济发展全局出发做出的重大、战略性决策，对我国企业的快速发展和拓展国民经济发展空间都具有十分重要的意义。它既可以补充我国需要的资源，又可以带动商品和劳务的出口，还可以培育我国的跨国公司和知名品牌。实施这一战略有两个目的：首先，通过在国外设立分公司或办事处，可以直接面对更多的国外进口商，从而可以拓宽国际市场的销售渠道;其次，由于自我国实行汇率改革以来人民币对世界主要流通货币均呈现不断升值的态势，这对我国企业的出口非常不利，因为人民币的升值严重挤压了我国出口企业的利润空间，使得出口商品的利润不断下降，甚至是低于生产成本。面对人民币不断升值的趋势，我国大部分出口企业也只能是“哑巴吃黄连，有苦说不出”，拿不出什么解决办法。但是，通过实施“走出去”战略，在国外直接设立分公司就可以较好的解决这一问题。我们可以用销售出口货物所得的当地货币直接在当地购买国内需要的货物，然后再将货物运回国内销售。这样做不但可以降低人民币升值对出口企业带来的不利影响，同时还可以通过在国内销售进口货物为企业带来额外的利润，可谓是一举两得。

在积极实施“走出去”战略的同时，还应广泛参加国内外各种大型和专业的展览会，如中国进出口商品交易会、中国东盟博览会、中国国际服装博览会等，如果资金条件允许，还可以直接到国外参加国际上知名度较高的展览会。通过参加这些展览会，可以结识更多的国外客户，拓宽企业的出口渠道，提高出口量。为保证这一目标的顺利实施，应加强企业外贸部门的力量，成立国际贸易部，招聘专业的人才。通过提高相关专业人才的工资待遇，改善其工作和生活条件，保证这些人才能引进来，留得住。同时，要充分的信任他们，给予他们足够的权限和发展空间，让他们的专长有用武之地，从而确保企业的国际市场销售渠道建设能够顺利进行。

参考文献：

[1]菲利普・科特勒，加里・阿姆斯特朗.郭国庆译.市场营销原理[M].清华大学出版，20\_

[2]徐鼎亚.市场营销学[M].复旦大学出版社.20\_

[3]郑锐洪，赵志江.分销渠道管理[M].大连理工大学出版社.20\_

[4]菲利普・科特勒.赵萌萌译.市场营销原理[M].机械工业出版社.20\_

[5]马丁・林斯特龙.感官品牌[M].天津教育出版社.20\_

[6]菲利普・科特勒.营销革命[M].机械工业出版社，20\_

[7]杨秀丽.营销策划[M].上海财经大学出版社，20\_

[8]李永平.国际市场营销管理[M].中国人民大学出版社，20\_

**服装销售渠道论文范文 第十二篇**

《服装品牌虚拟体验营销策略研究 》

摘要：品牌认知是品牌忠诚的决定因素，体验是消费者形成品牌认知的主要途径，虚拟体验营销对于服装品牌的形象认知和价值认知都有显著的提升作用。本文以提升服装品牌认知为基本目标，从品牌文化和品牌互动两个体验基点探讨了服装企业开展虚拟体验营销的具体策略。

关键词：品牌认知;虚拟体验营销;品牌价值;品牌文化

中图分类号：F2723 文献标志码：A

体验营销是现代营销的一种新型方式，它以满足消费者的体验需求为目标，从消费者的感官、情感、思考、行动、联想等因素出发，拉近与消费者之间的距离，最终影响消费者的购买行为。消费者在观摩、聆听、尝试、试用的过程中，亲身体验企业提供的产品或服务，实际感知产品或服务的品质或性能，从而产生认知、喜好并购买等行为。从产品属性上来讲，一般只能通过实际接触或使用产品来获得如味道、手感、做工、质地等相关信息的经验型产品更适宜采用体验营销。

服装类产品带有显著的经验属性特征，需要亲自触摸、试穿才能了解其实际情况，仅仅依靠广告宣传和用户评价难以影响消费者的购买决策，在传统销售渠道终端

1.品牌认知概述

品牌认知和品牌认知度

品牌认知是品牌建设中最复杂的部分，是消费者对品牌相关信息的综合感知和评估。从心理学视角来看，品牌认知是消费者形成品牌态度以及购买意愿的基础。从认知科学和认知心理学的范畴来看，品牌认知是从消费者接收品牌内涵及价值信息开始，进行信息加工的全过程。品牌认知不仅直接对消费者当前的购买行为有影响作用，还会间接影响消费者未来的购买行为。

品牌认知度是消费者对品牌文化的内涵和价值的认知和理解程度。消费者对品牌的认知和理解是一个动态变化的过程，随着消费者对品牌的接触广度和深度的提高，行动、心理、情感、态度等主要认知程度也在逐渐发生变化。消费者对品牌的认知经历了从品牌形象认知到品牌价值认知两个阶段。

品牌认知的形成

由于认知的形成是一个复杂的心理过程，国内外学者对品牌认知的研究大多集中在其后向影响作用上，对于品牌认知的形成机制和影响因素的研究比较少见。综合已有的研究观点，消费者自身的认知结构和知识层次、对品牌信息的掌握程度、个人偏好、价值主张、所处文化环境，以及获取品牌信息的渠道和方式、广告宣传、产品的包装外观等都会影响品牌认知的形成。消费者对某一品牌产品和其他品牌同类产品差异性的识别，以及对品牌标识、包装、环境等相关刺激因素的主观心理和行为反应，从品牌知晓到最终购买整个过程中对品牌的体验和感受，即构成了消费者对某一品牌的认知。体验是产生品牌认知的主要途径，借助体验主题和场景的规划设计，引起消费者的关注和兴趣，从而对其品牌认知起到―定的形成和强化作用。

2.虚拟体验营销对消费者品牌认知的提升作用分析

**服装销售渠道论文范文 第十三篇**

自己20xx年销售工作，在公司经营工作领导魏总的带领和帮助下，加之全组成员的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，截止20xx年12月24日，20xx年完成销售额元，起额完成全年销售任务的60%，货款回笼率为80%，销售单价比去年下降了10%，销售额和货款回笼率比去年同期下降了12%和16%。现将全年来从事销售工作的心得和感受总结如下：

>一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作。

作为一名销售经理，自己的岗位职责是：

1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；

2、努力完成销售管理办法中的各项要求；

3、负责严格执行产品的出库手续；

4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；

5、严格遵守公司制定的各项规章制度；

6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；

7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量销售经理工作好坏的标准，自己始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其它销售经理勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己能积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过实践证明作为销售经理技能和业绩至关重要，是检验销售经理工作得失的标准。今年由于举办奥运会四个月限产的影响，加之自己对市场的瞬息万变应对办法不多而导致业绩欠佳。

>二、明确客户需求，主动积极，力求保质保量按时供货。

工作中自己时刻明白销售经理必须有明确的目地，一方面积极了解客户的意图及需要达到的标准、要求，力争及早准备，在客户要求的期限内供货，另一方面要积极和客户沟通及时了解客户还款能力，考虑并补充完善。

例如：

1、今年九月份，河南省润封基防腐防水有限公司在北京安定镇垃圾处理厂污水池需要881—H11防腐涂料，当时奥运会禁运刚刚结束，生产线还在石家庄没回迁，由于工期急对方要料急迫，自已在九月初就及时和生产线及时沟通，这样既节约了时间，又使生产线安排了进货，在生产线努力配合下，很及时给客户供了货，受到了客户的好评。

2、今年八月下旬，自己得知金九鼎公司急需环氧富锌涂料，自己了解详细情况后及时汇报领导并尽快寄去有关资料，自己深知，这是个有潜力的大客户，多次前去和客户进行沟通，虽然因为限产公司不能供货耽误了良机，但是通过和客户的交往，为产品以后的销售奠定了坚定的基础。

>三、正确对待客户投诉并及时、妥善解决。

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以销售经理应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照公讣制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。比如：有客户投诉901涂料白色差别太大，自己及时反馈给技术部，技术部做出改变配方解决问题的承诺。

>四、认真学习我厂产品及相关产品知识，依据客户需求确定可代理的产品品种。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对公司生产的涂料产品的用途、性能、参数基本能做到有问能答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、价格和施工要求。

>五、涂料产品市场分析

涂料产品销售区域大、故市场潜力巨大。现就涂料销售的市场分析如下：

（一）市场需求分析

涂料应用虽然市场潜力巨大，但北京区域多数涂料厂竞争己到白热化地步，再加之奥运会过后会有段因奥运抢建项目在新一年形成空白，再加上有些涂料销售己直接威胁到我们己占的市场份额，虽然我们有良好的信誉和优良品质，但在价格和销售手段上不占优势，销售任务的加30%，销售经理的日子并不好过；可是我们也要看到今年取得三合一认证，为明年打拼多了份保障，如果上三版市场，资金得到充分的支持，还是有希望取得好销售业绩的，关键是公司给销售经理更大更有力的支持和鼓舞。

（二）竞争对手及价格分析

这几年通过自己对涂料市场的了解，涂料生产厂家有二类：一类进口和合资品牌如杜邦、上海开林、上海国际、海虹等，此类企业有较强实力，同时销售价格下调，有的销售价格同我公司基本相同，所以已形成规模销售；另一类是和我公司生产产品相等，此类企业销售价格较低，如大连振邗氟碳漆销售价格仅为60元/公斤、此类企业基本占领了代销领域。沈阳一家企业已经挤入北京水利工程供货，石家庄金鱼牌饮用水涂料也在挤占我公司901的市场份额，北京通县紫禁城牌涂料日趋强大，很多钢构厂都用他们的涂料，尤其是环氧复锌涂料。

>六、20xx年销售经理工作设想

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他销售经理和同行学习，14年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

（一）依据20xx年区域销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在钢构厂供货渠道上，一是主要做好原有的钢构厂供货工作，挑选几个用量较大且经济条件好的如：绿创环保、华龙实业、华企光科贸等做为重点；二是发展好新的大客户比如金九鼎钢构、河北荣盛集团等，三是在某些区域采用代理的形式，让利给代理商以展开销售工作，比如上海某贸易公司。

（二）20xx年首先要积极追要往年的欠款，并想办法将欠款及时收回，及时向领导汇报，取得公司的支持。

（三）20xx年自己计划更加积极搜集市场信息并及时联系，力争参加招标形成规模销售。

（四）为积极配合代理销售，自己计划在确定产品品种后努力学习代理产品知识及性能、用途，以利代理产品迅速走入市场并形成销售。

（五）自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质。

（六）为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。

>七、对销售管理办法的几点建议

（一）20xx年销售管理办法应条款明确、言简意赅，明确业务员的区域、任务、费用、考核、奖励，对模凌两可的条款予以删除，年底对销售经理考核后按办法如数兑现。

（二）20xx年应在公司、销售经理共同协商并感到满意的前提下认真修订规范统一的销售管理办法，使其适应范围广且因地制宜，每年根据市场变化只需调整出厂价格。

（三）20xx年应在情况允许的前提下对销售经理松散管理，解除固定八小时工作制，采用定期汇报总结的形式，销售经理每周到公司1—2天办理事务，如出差应向领导汇报目的地及返回时间，在接领导通知后按时到公司，以便让销售经理有充足的时间进行销售策划。

（四）考虑销售经理实际情况合理让销售经理负担运费，小包装费，资金占用费，减免补偿因公司产品质量等原因销售经理产生的费用和损失。

（五）由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，20xx年领导应认真考察并综合市场行情销售经理的信息反馈，上下浮动并制定出合乎公司行情、市场行情的公司出厂价格，以激发销售经理的销售热情。

**服装销售渠道论文范文 第十四篇**

先说销售：由于我服务的品牌的市场占有率不是强者姿态，所以，在销售过程中，要极力争抢同一层次的竞争品牌的市场份额，要竭尽全力的苛刻。

以我西单xx店的运动100店铺为分析对象，整个商场是以运动鞋为销售主体，并且整个商场的客流以运动年轻人为主，随着奥运会20\_年的北京召开，以及非典、禽流感对人们的警惕重用，人们对运动类的消费势必会大力发展。我在配货的时候，就要充分的加以搭配如：运动鞋+牛仔裤+休闲运动上衣组合。我周边的品牌，我确立的竞争品牌为牛仔裤jive、休闲上衣bossini。之所以选择他们为我们的主要竞争品牌，而不选择levi’s，lee，是因为我觉得竞争品牌为在一个战略发展进程中我们能够超越或被超越的品牌。

在竞争过程中，在能够接受的利润范围内竭尽全力克制竞争品牌的发展。在竞争的过程中，主要运用的是概念战和价格战。不过，要灵活运用战术，不可鸡蛋碰石头，要避实就虚，灵活运用。比如，jive陈列的时候，推出一款牛仔裤，我就要用有较强价格优势和款式优势的牛仔裤和你对着干，他出什么，我克什么，如果，对方的竞争优势太强，我的利润不允许我做出盲目的行为，那么我就从他的软处进攻，不过，在双方交战的过程中，还要注意别的品牌的市场份额的抢占，以免别人坐守渔翁之利。在销售的过程中，货品的库存配比，及陈列一定要以整个货场的销售配比相适应，但是，还是全盘掌握一个气势的问题，比如，如果我的男T恤的销售份额占到了40%，女T恤的销售份额只占到20%，那么我切不可以将库存调整为男T恤40%，女T恤20%，因为如果这样调整，我的女装的气势将减弱，其销售轨迹必然会向50%和10%推进，如果，一旦，我的女T恤失去了气势，我的整个货场的销售必然会大幅下降。因为品牌的完整性极其重要，或者说是丰富性。在货品陈列方面，我觉得货场的入口一定要是一个开阔的容易进入的。

因为整个销售的决定因素无非就是客流量和顾客在店的驻足时间。店铺的管理者一定要知道自己店铺的最畅销款是什么以及最出钱的货架是什么，店铺的发展不同阶段，所采取的陈列思想也是不一样的，如果在求生存阶段，那么就要用最畅销的款陈列在最出钱的货架上面，如果是奔小康阶段，就要采取畅销款和滞销款的不同组合已达到四面开花的景象。另外，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，一定要注意整体的布局，以及最小陈列单元格的陈列，再到整场组合的布局。在陈列的时候，一定要充分利用绿叶红花的组合，如果，但单纯的色彩重复组合，而没有画龙点睛的妙笔的话，整场的布局会出现没有焦点的尴尬局面。

在店铺海报方面，一定要突现品牌的主题文化，设计来自于生活，反馈于生活，在概念营销方面，要告诉顾客我们的衣服是在什么样的场合穿的，以寻找与顾客生活态度上的共鸣。在销售方面收集销售的方面的数据，一定要各店铺分开对待，做到一家店铺一份资料，做好销售工作总结这样才能够最准确地反馈设计及生产。在销售过程中碰到的挫折要进行下一季计划的弥补。比如说，这一个星期，男T恤的销售只有10%的市场份额，要考虑为什么是10%，能够在下一季的销售过程中提升多少，15%或者其他?这个推断必须要有根据和战略的眼光。

促销方面：促销要有工作计划的制定，而不应该盲目，在全季开季之前，就要制定好全年的促销计划，而不是盲目的跟随竞争品牌，被竞争品牌牵着鼻子走。

**服装销售渠道论文范文 第十五篇**

通过实践，努力提高自己的动手能力，在实践过程中找出它的不足，然后反馈给学习，这样会提高自己的能力。卖衣服是和客户面对面打交道的科目！它需要很强的表达和反思能力，它接触的客户包罗万象，你需要改变！而且需要技巧！怎么卖衣服！求价格赚，数量最多，客户满意！

在服装店实习的主要目的是培养他们的表达能力、适应能力和销售产品的能力！向老员工学习。

>一、实习内容

销售服装的实习内容主要包括以下几个方面：

1、现场销售：只有通过现场实践，才能学到卖衣服的经验、表情和适应能力！并且让客户满意！

2、总结经验：在短暂的实习中，每天记录售后的经验教训，从中吸取教训，扬长避短，完善自我！从而提高他们的销售业绩。

3、学习管理：去服装店不仅要学会直接销售产品，还要学会管理员工，安排任务！从而拓展思维，学习企业的管理制度。

>二、实习收获

在短暂的实习期间，通过与客户的直接接触，真正锻炼了自己的表达能力，提高了自己的适应能力，锻炼了自己的心理素质。免费介绍衣服，现场灵活处理，提高销售业绩，学习书本学不到的经验！管理上也有收获！

通过这次实习，我的社会实践能力得到了很大的提高，适应社会的能力得到了加强，语言应用能力得到了增强，真正走上了市场营销的第一步。

>三、实践中的主要问题

以上是我实习的总结。通过实习，我发现自己还是有很多问题，包括文化知识的欠缺，真的是“用书少恨”。学习范围太窄，学到的知识太单一，没有形成好的体系。联系实际的能力太差，学到的知识无法应用到实践中。没有知识储备体系，用起来可以借鉴。而且他们适应能力差，不能果断处理问题。在未来的学习中，我们需要提高各方面的能力，尽可能地完善自己。

实习是很重要的一步。在实习中提高自己的能力和学习至关重要。做好实习是关键。走好这一步是步步高的前提。良好的开端是成功的一半。

**服装销售渠道论文范文 第十六篇**

>一、课程性质与设置目的

（一）课程性质与特点。本课程是全国高等教育自学考试服装设计与工程专科的一门专业基础课程，是为培养与检验自学应考者市场营销和策划能力而设置的应用性管理课程，共4个学分。它是结合服装企业与服装市场营销的实际需要，阐述市场营销中产品、价格、促销、分销渠道等知识的应用，培养学生的服装市场营销行为的实施和管理能力。

（二）课程的基本要求。通过本课程的教学，使学生正确认识服装市场营销对服装企业运作与发展的作用，掌握市场营销的一般原理、服装产品研究、服装产品定价、服装销售渠道以及服装促销模式等基本内容，了解服装销售分析与预测和服装市场调查的方法和基本内容，学会应用相关的营销知识分析、策划和管理企业的营销行为，并能从事服装行业的管理和销售工作。

（三）本课程与相关课程的联系。本课程应具备的基础知识包括服装企业督导管理、服装生产管理、企业管理概论等，其后续课程为服装企业实习及毕业论文等，本课程的重点章有：服装消费者研究、服装产品研究、服装价格研究、服装销售渠道研究、服装品牌策略、服装促销策略；次重点章有：导论、服装市场的调查与分析、服装销售分析与预测；一般章有：服装卖场陈列研究。

>二、考试内容与考核目标

第一章 导论（8学时）

（一）学习目的与要求

了解有关服装市场营销的基本概念，理解市场营销学的发展过程和各期的核心内容，认识市场营销的目的，掌握营销的四个要素。

（二）课程内容

第一节市场的产生和发展

市场的产生与发展、市场的含义、市场的分类、市场营销学的产生与发展、市场营销的含义、市场营销学研究的内容

第二节市场营销观念的发展

生产导向观念、产品导向观念、推销观念、营销观念、生态营销观念、社会行销观念、后市场营销观念

第三节市场营销组合原理

营销四要素、市场营销系统、市场营销组合中的风险控制、控制市场营销组合风险应注意的问题

第四节市场营销战略

市场营销战略的含义、制定市场营销战略的一般过程、战略业务单位划分、目标市场战略、市场竞争战略、市场发展战略

（三）考核知识点

市场营销概述

市场营销观念的发展

市场营销组合原理

市场营销战略

（四）考核要求

1、市场营销概述

（1）识记：市场的产生与发展、市场营销学的产生与发展。

（2）领会：市场的含义和分类、市场营销的定义。

（3）简单应用：市场营销定义的核心概念

2、市场营销观念的发展

领会：各种营销观念的核心和区别。

3、市场营销组合原理

（1）识记：市场营销系统、市场营销组合中的风险控制。

（2）领会：市场营销的四要素、控制市场营销组合风险应注意的问题。

4、市场营销战略

（1）识记：市场战略的含义、市场营销战略制定的一般过程。

（2）领会：战略业务单位划分。

（3）简单应用：结合服装企业实际，分析服装企业市场营销战略确定应该包括的内容和方法。

第二章 服装消费者研究（6学时）

（一）学习目的与要求

了解服装消费者的分类，重点掌握服装消费者细分的意义，消费者行为研究，学会分析不同消费者的购买特点。

（二）课程内容

第一节 服装消费者细分

消费者细分的概念、消费者的细分意义、消费者细分的标准和差异性分析

第二节 服装消费者与服装的关系

消费者体型分类的方法、服装号型标准、不同体型消费者的生理特点和对服装的需求

第三节 服装消费者的购买行为分析

消费者需求的概念和研究意义、服装消费者需求的特点、影响消费者购买行为的因素、服装消费者购买过程分析

（三）考核知识点

1.服装消费者细分

2.服装消费者与服装的关系

3.服装消费者的购买行为分析

（四）考核要求

1.服装消费者细分

（1）识记：消费者细分的概念、消费者细分的意义。

（2）领会：进行消费者细分的原因、消费者细分的标准和差异。

（3）简单应用：各种影响消费者需求差异的因素在商品的购买过程中是怎样发生作用的。

2.服装消费者与服装的关系

（1）识记：消费者体形的分类；服装号型系列标准。

（2）简单应用：不同体型的消费者如何选择合适的服装。

3.服装消费者的购买行为分析

（1）识记：服装消费者需求研究的意义、服装消费者需求研究的特点。

（2）领会：影响消费者购买行为的因素分析。

（3）简单应用：消费者购买过程的分析。

第三章 服装产品研究（8学时）

（一）学习目的与要求

掌握产品开发的程序、产品的概念和产品生命周期，理解服装产品组合开发的意义和策略，了解服装产品流行性。

（二）课程内容

第一节 服装产品开发

产品的概念、服装产品的概念、服装产品开发的含义及开发程序

第二节 服装产品的细分与组合策略

服装产品细分的作用和细分方法、服装产品组合概念和产品组合策略

第三节 产品生命周期

产品生命周期的概念和划分标准、产品生命周期不同阶段的特点和企业的营销策略变化、延长产品生命周期的方法

第四节 服装产品流行性

服装产品流行的概念和特点、流行产生的原因、流行趋势的预测、服装产品流行周期的形式、流行的生命周期和各阶段的销售特点

（三）考核知识点

1.服装产品开发

2.服装产品的细分与组合策略

3.产品生命周期

4.服装产品流行性

（四）考核要求

1.服装产品开发

（1）识记：服装产品的概念、服装产品开发的含义。

（2）领会：产品的概念、产品整体概念对营销活动的意义。

（3）简单应用：服装企业开发新产品的程序。

2.服装产品的细分与组合策略

（1）识记：产品细分的作用、产品细分的策略。

（2）领会：产品细分的方法、服装产品组合的概念。

（3）综合应用：结合服装企业实际运作，分析服装产品的细分和产品组合策略。

3.产品生命周期

（1）识记：产品生命周期的概念、产品生命周期的划分方法、产品生命周期的延长方法。

（2）领会：产品生命周期各期的特点。

（3）综合应用：运用相关理论分析不同产品生命周期对服装营销策略的影响。

4.服装产品流行性

（1）识记：流行趋势的预测、流行的生命周期。

（2）领会：产品流行的概念、产品流行的特点、服装产品流行发生因素、服装产品流行周期的形式。

第四章 服装价格研究（8学时）

（一）学习目的与要求

掌握服装产品的价格构成和相关影响因素，掌握产品价格界定方法，了解服装产品价格的调整策略，心理定价策略。

（二）课程内容

第一节服装价格的构成

价格的含义、服装商品的比价、服装商品的差价、企业制定产品价格的目标、服装价格的构成

第二节 影响服装价格的因素

影响服装价格的内、外因素

第三节 服装定价的方法

成本导向定价法、需求导向定价法、竞争导向定价法

第四节 服装定价的策略

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！