# 内衣品牌督导工作总结(实用22篇)

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-12-15

*内衣品牌督导工作总结1这里引用牛根生的一句话“企业80%的矛盾和误会都来自于沟通不畅”。一家企业的发展20%靠战略，80%靠执行，执行的80%在于充分的沟通，而企业80%的矛盾和误会也基本都来自于沟通不畅。那么怎样做才能达到一个充分的沟通效...*

**内衣品牌督导工作总结1**

这里引用牛根生的一句话“企业80%的矛盾和误会都来自于沟通不畅”。一家企业的发展20%靠战略，80%靠执行，执行的80%在于充分的沟通，而企业80%的矛盾和误会也基本都来自于沟通不畅。那么怎样做才能达到一个充分的沟通效果?xx内衣加盟xx店的店长林x被她的员工和她身边的朋友们称作“史上最会沟通的店长”，她会想很多方法来增加沟通的渠道和效果，减少上下级之间的隔阂，使信息能在最快的时间内被大家共享。

>1、写工作派遣单。

林x在让员工去执行一项比较重要的工作之前，都会写工作派遣单，讲工作的内容清楚的写在上面，在什么时间，要完成到什么程度，而不是口头的给员工交代一下。工作派遣单一式两份，林x和员工各留一份。有了书面的派遣单，就可以确保信息的正确和有效，将工作中因信息传递失误造成的执行错误降低到最小。

>2、短信沟通。

短信沟通方便快捷，老板出差或不在店面的时候，林x每天晚上都会把店面的经营情况以固定格式的短信给老板发过去，同样，她本人和员工出差的时候，林x也会要求每晚以短信形式互通工作进展。

>3、开展沟通日。

每个月林x都会抽出一天时间，安排员工进行无距离无障碍的沟通。这一天林x和老板什么都不做，就是听员工说，等着解决所有员工的问题。开展沟通日能使企业的透明度不断提高，大家敞开心扉把一些事情说开，就便于管理，是一个良性循环。

>4、举办活动，增进沟通。

通过辩论赛、讲故事、生日晚会、年会等活动，达到公司与员工之间，员工与员工之间信息的传递。

>5、学习企业报刊和杂志，并写读后感。

除了企业内部刊物外，林x还订了很多专业类的报刊杂志，每星期都会组织员工开阅读会，亲自给员工念文章，并让大家写文章读后感。通过企业内刊能充分了解公司高层的思想和企业的目标方向，通过行业刊物则能了解行业的发展和最新动向。

总之：内衣店店长要做的事情，不外乎做好产品和文化、做好员工培训和管理、做好顾客的服务和营销、增加营业额和成本控制。但店长不是一个颐指气使的管理者，而是身先士卒的领头人，所以真正要把店长做好并不容易。通过文中这些店长的故事，我们也许能找到成为优秀店长的秘密。

**内衣品牌督导工作总结2**

俗话说：“万事开头难”，千里之行始于足下，良好的开端是成功的一半，对于目前内衣市场的竟争格局来说，通过开业前后有效的营销策略扩大店铺及品牌的知名度，对于该店后期的生存、发展无疑起到举足轻重的作用。本人通过长期的市场实践，认为以下几种策略、方法对于开业前期店铺的宣传具有相当的借鉴意义。

>一、以制造强大人流量为刚开业内衣店扩大宣传策略

即使不迷信什么黄道吉日，但尽可能科学的选择开业时间是很重要，要尽可能通过目标群体细分及市场调查，知悉什么时段较休闲，从而网罗较多的顾客，造成轰动的效果；一般是选在周六与周日开业是的，因为一周当中这两天是人最有购物感觉的两天，也是人流量最多的时候；顾客是有从众心理，喜欢热闹的，喜欢人多的。就像有的终端商说得那样，甭管今天做了销售业绩有多高，看着人多就舒服，有了人气，将来必会带来兴隆的生意。

>二、以浓郁的购物氛围为刚开业的内衣店扩大宣传

内衣店铺开业一定要有开业的气氛，要让顾客知道你是新开业的店铺，说不定有便宜可占哦！我虽不勉强一定要放什么烟花，但一定要想办法搞些花蓝，而且越多越好，太少了不行，没有气氛；当然如果条件允许，也可以配备彩虹拱门，加之搞些乐队之类，但这都不重要，重要的是要有开业的气氛；开业气氛的营造可以增加进店率，有了进店率才可以有成交率。

此外店铺播放音乐也是非常重要的，而且是有动感的音乐，没有音乐的店面是沉寂、可怕的，开业时当你试着把音乐停下来，人们说话的嘈杂声一下子就凸显出来，大家会一下子显得不知所措；音乐声掩盖了人们的嘈杂声，同时也增加顾客的安会感。静悄悄的内衣店让女性顾客缺乏安全感，不敢去试身，也不利于放松心情购物，最终导致不能成交。

>三、以奇异的促销策略为刚开业的内衣店扩大宣传

由于近些年来消费者长期养成的习惯，如果开业没有一些促销之类，顾客会不适应，其实并不是要求卖赠商品有多大价值，也并不是要求一定要让利；但是采取的促销方式或选择的促销赠品一定是“新、奇、特”。不能标新立异、独具匠心，面对当今社会浩瀚如大海之商品，就一定不能抓住消费者的眼球，吸引消费者注意，当然就更不能让消费者接受了。因此我在走访终端市场时，一般都会要求终端商促销赠品很精致，市场上一般是见不到的，女孩子一见就喜欢；也或者促销手段、方式很特别，令人在尝试后终生难忘，由于本人精心准备了西游记中很多人物的服装道具以致于走秀现场及最后拍大头照都具有创新意味，最终那次活动场面火爆，参加活动的络绎不绝。为此，本人认为我们终端内衣店铺在策划促销活动时，一定要不落俗套，结合自己身边的人和事，加以独创方可取得预期效果。

>四、以促进第一次成交为刚开业的内衣店扩大宣传

新店开业，顾客进店，顾客图的是新鲜，而我们则要让顾客有购物的体验；当顾客有了一次在店中购物的体验后，下次来，就有熟客的感觉，下次来，心情就会放松，下次来，就有机会建立友情逐步成为忠实顾客。这就是为什么我们常说有了第一次就有第二次；另外当顾客选购了第一件商品时，会大大增加购买其它商品的购买欲望；这就是为什么本来我们到超市只是为了买一瓶洗发水，最后搞了一大堆东西回来。所以准备一些价廉物美、物超所值，人人都可以购买，多一个不多，少一个不少的商品，是非常有必要的；例如超市常常会把鸡蛋、洗衣粉、食用油做为此类商品；我们37度内衣品牌内衣旗舰店开业时总是会多准备一些小耳环，小饰品之类，也是这种通过层层递进、逐步渗透的方式来发展一批又一批的忠实会员、使得我们在全国市场节节攀升。

以周到、细致的开业前期预备工作为刚开业的内衣店扩大宣传很多店在装修期间的促销是一片空白，十多天的装修期，店门口人来人往，白白浪费了，其实这时可以做一个显眼的大喷绘，一个临时性的广告，花费不是很多，百余元就可以，广告内容可以是即将开业的品牌形象宣传，也可以是开店促销的一点透露或让人惊讶、感叹的资讯，还有一种省钱的方法就是拉一个条幅，上写“距某某店开业还有多少天”，也是不错的，造成顾客的期待与好奇感，为即将开业造势。此外制作精美的内衣营销人员招聘广告也是新店开业很好的宣传策略，很多店只是简单的写个招聘二字或几句招聘要求；因为开店必然要涉及招聘导购人员，精美的招聘广告有时意义大大超过招聘本身，起到很好的宣传作用。其实我们以前也经常看到一些公司在报纸上通过整版的招聘广告以及巨资招聘某一职位来显示公司的实力，其目的和道理都是同样的。

**内衣品牌督导工作总结3**

进入公司快半年时间，由最初的坐在办公室看文件，到现在东奔西走，我开始正式融入这份工作，也慢慢喜欢这份工作。现将过去的一年的工作作以下总结。

1、x月份刚进入公司，主要是对公司日常运作以及本职工作的一个了解阶段，通过查阅公司的各类文件和同事聊天了解公司情况和工作职责。

作为市场督导，首先要了解自己的货品，哪些畅销，哪些滞销都要清楚，同时还要具备一定的专业知识，演讲技巧。再者，要保持积极，持之以恒的工作心态。

2、x月份出差本省、xx等地，在这这段时间我第一次接触实体店铺。

在这过程中，也发现很多问题，包括货品，专柜形象，人员管理等方面都出现不同程度的漏洞，这也是我以后工作必须注重的，也深知市场督导作为公司与代理商的纽带，必须有专业的知识，良好的沟通能力、管理能力和十足的热情和责任心才能把工作做好。

3、x月份主要是订货会的相关事情，由前期的准备阶段到订货会结束，提升最快的是对货品的陈列方面。

通过市场部其他同事的指导，我对货品的陈列有了很大的进步，也分清三个品牌不同的陈列风格。但目前掌握的还是一些基本的陈列方法和局部的陈列方法，对整个卖场的陈列，和突显品牌风格的陈列方法还没能掌握。陈列没有固定的方法，需要不断去尝试不断去学习，特别是一些国际品牌的陈列更值得我去学习。

4、x月份出差xx，主要针对店员进行培训和协助销售。

x月份的出差可以说是对我前期知识积累的一次检验。心得体会在xx驻店期间，对员工培训了基础知识和服务礼仪，基本可以流畅地讲完课程，但这过程中发现自己对皮料的了解还不够透彻，包括皮料的种类和皮料的护理方法。

在驻店期间除了培训，大部分时间都是做销售，一方面可以让我更了解货品，了解陈列；另一方面增加销售经验和卖场管理经验。

对于我来说，这些经历对日后工作将会有很大的帮助，特别是做培训的时候，有相关的卖场经验会更容易让销售顾问去接受我的一些见解。

对我来说，服装行业了解尚浅，要学习的还有很多。正因为这样，我必须以十足的热情和努力，不断提升自己。

>xx年工作计划

xx年的工作继续围绕着提升专业知识开展，同时加强对整个行业的了解。现将xx年工作做以下计划：

1、继续加强自己的专业知识，熟悉新货品的销售情况。继续加强对培训资料的熟悉程度，加强普通话的锻炼。

2、了解所有竞争品牌，包括其品牌文化，产品风格，产品价位以及销售情况。

3、争取xx年能够出差不同区域，了解全国市场情况。

4、争取年底有自己管理的区域，把之前积累的经验拿到实际管理中去，提高自己的管理水平，提高区域销售业绩，为公司创造效益。

**内衣品牌督导工作总结4**

同时，20xx年公司在终端形象建设上加大了投入市场力度，对一些没有品牌形象的省代、终端专卖店进行了逐步淘汰。公司从20xx年6月份开始每个月对客户的月度销售进行分析、评比，有的客户已经提出限期改正。20xx年上半年公司将坚决导入订货套餐制定，其目的是帮助客户规划货品结构，优化终端网络，加强品牌化管理及执行力度，突出品牌形象和产品风格。因此，20xx年下半年开始。公司将对每个省代要求：要做xxx品牌，必须配备一个品牌小组，其组织架构为业务主管一名，文胸培训督导一名，客服专员一名。没有配备以上人员的省代，公司限期在20xx年10月底以前必须人员到位，否则将取缔其代理xxx品牌资格。

>五、公司发展勇于面对挑战、面对市场、发现市场。

20xx年上半年对于xxx来说富有挑战性，我们将继续务实、高效开展各项市场工作。中国情、国际风将贯穿xxx品牌发展主题。xxx公司继续加强与广大客户、朋友的沟通与联络，加强品牌营运机制执行力度，不断学习、不断创新，提高市场占有率，共创品牌价值与市场价值双赢局面。

**内衣品牌督导工作总结5**

20xx年公司在产品上结构上进行了合理、科学的调整。根据xxx的市场定位风格，提升产品开发能力，优化产品结构。以系列化、主题化、时尚化、风格化的形式满足广大消费者不同季节的市场需求。产品从杯型结构不断丰富，增加了时尚元素。在上身舒适度上不断加强。产品工艺精益求精。公司董事长亲自带领产品开发部经理、营销总监下到市场终端，从黄河内外到大江南北六个省市走访市场。了解市场需求，分析产品结构，以市场需求为导向，不断听取、学习同行先进经验及工艺要求。在文胸花边辅料采购上严格筛选评估供应商，产品大量采用了天海花边、诺阳花边等高档面料辅料。对公司自身，对省级代理商严格要求以保证市场发展。

**内衣品牌督导工作总结6**

内衣行业，还包括我国绝大多数企业的市场营销正处于一个“以补课为主、其次创新”的阶段，这其中最迫切需要补充的就是产品渠道的建设与管理工作，原因是多方面的，但有三点是主要的：

第一，我国长期的计划经济使得商业流通业态明显滞后于工业企业的.发展，不仅表现在商业企业的规模较小，对商品的分销能力较弱，而且还表现在管理水平差、诚信不足等方面。

第二，我国地域辽阔，要将产品通畅的流通到全国各地的消费者手中，就必须有足够大而且足够通畅的产品流通渠道。

第三，工业企业因为采购和生产的资金需求大，所以企业的流动资金特别依赖于资金的回笼速度，而此则需要流通渠道的支持。

渠道补课主要有以下几个阶段：

首先是在渠道结构（模式）选择上的“组合主义”。

其次是在渠道的维护与管理上的精细化和在渠道创新上的“吸收拿来主义”。

渠道结构（模式）选择上的“组合主义”。

渠道模式也叫渠道结构是企业进行渠道建设的战略内容，即选择怎样的渠道结构来流通自己的产品，通常要考虑的有横纵两方面的内容：

纵的一面是指企业要通过几个层级将产品送到消费者的手中，是渠道的深度。

横的一面则指的是渠道的宽幅，即在同一个层级上企业选择多少个渠道商。

除此外，企业与渠道商建立怎样的关系也是相当重要的内容，是代销还是经销，是自建渠道还是共建渠道，是特许加盟还是直营连锁等等，都要充分考虑到企业的资金实力、产品线、企业的管理能力和行业特点，在选择之前做一定的综合分析判断。

作为保暖内衣行业的迟到者，暖飞丝可以借鉴其他品牌的成功渠道模式，比如全国代理分销制、特许经营、自营专卖等，我们经过比较认为暖飞丝渠道网络可以分为紧密、半紧密和松散三种情形加以利用。

对于紧密的杭州、上海、宁波地区采取自营模式，深度开发商场、专卖店和二三级代理加盟商，作为自己产品营销策略的实验地，这样不仅风险小而且最近回笼的速度快。

对半紧密的浙江、上海的其他则采取小区域代理模式，旨在依托杭州、宁波、上海两地的高知名度与美誉度精细运做；

对于松散型的华北、东北地区采取大区域代理模式。

**内衣品牌督导工作总结7**

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，xx男装的明天一定会更美好。

**内衣品牌督导工作总结8**

20xx年公司成立售后服务部，使得公司的售后服务工作有了很大的改观，客户的满意度也有了很大的提高。取得的这些成绩，首先感谢公司各位领导的正确领导和帮助；其次，要感谢各位同事的大力支持；最后，要感谢售后服务部全体员工的齐心协力的不懈努力。

我作为售后服务部的负责人，现将售后服务部工作总结如下>：

>>一、努力做好各项工作

作为售后服务部，主要负责公司的设备的售后维护、设备的调试及培训、设备售前演示等各项工作；售后服务部，认真解决每一例客户报修，认真调试每一台设备，认真给每一位客户讲解设备的使用操作方法，认真解答每一位客户遇到的问题，认真给客户演示设备每一项功能；售后服务部每一位员工，都齐心协力做好每一项客户服务工作，不断提高客户对公司的满意度和忠诚度。

>>二、干中学、学中干，不断提高自身工作能力

服装售后服务部包xxx等几位员工，每一位员工都发扬不怕吃苦，勤于学习的精神；努力做好自己负责的本职工作，同时干中学、学中干，不断提升自己的工作能力和工作效率。

我要负责的售后服务，把的售后工作做的井井有条，大大提高了客户的满意度；默默的做好安排每项工作，并在干中不断总结学习，提高自己解决问题的能力；接受能力强，善于干中总结，不断提高自身技能，把售后工作做的让客户满意。

>>三、20xx年售后服务数据统计

20xx年全年出差人数xx人/次，有赏服务xx人/次，外厂免费缝补xx人/件，用户穿搭不当xx人/次，售后服务xx人/次。

>>四、不足之处

售后服务部由于人员不足，造成有些问题，不及时造成客户抱怨；售后人员缺少定期培训，不能及时对公司的新技术，新方法，新产品及时了解；售后人员之间经验交流太少，不能及时分享各自的工作经验和心得；客户回访工作没有真正落实；客户报修没有及时记录处理；售后总结及资料整理不及时不完善。

>>五、改进措施

1、售后服务工作要得到公司领导的足够重视和支持；市场是一个公司的生命线，但是售后服务，是决定这个生命线是否存亡的重要因素；

2、定期组织售后人员培训，及时掌握新技术，新产品；同时加强售后人员的沟通及经验交流。

**内衣品牌督导工作总结9**

转眼间，x月过去了。回顾这几月来的工作，我在xxx服装店内作为一名服装导购努力的完成自己的工作职责！为来来往往的顾客推荐我们xxx品牌的各式服装。作为一名导购，在这几个月来的工作中，我也累积了不少的经验和想法。如今，我对自己这x个月来的工作情况总结如下：

>一、工作情况

在工作中，我严格的遵守自己的工作职责。每天开店后按照指定的位置整理好商品，并与同事们一起对店内进行简单的打扫，保持店内的清洁卫生。以及良好的购物环境。

之后，我们会在店内一边做一些清点工作一边等待顾客的光临。

几个月来，我也有负责过在店门们招揽顾客的工作，但在后来招聘了新人之后就全心放在店内的工作中。店内方面，我主要负责的服务顾客选购衣物，并对其进行推荐和销售。几个月来，我也掌握了不少推荐的技巧来帮助自己更好的完成工作目标。

几个月下来，在销售方面的工作我已经能完成的较为稳定，并且在工作中也能对自身的问题和不足进行反省、检讨，进一步的去完善自身。

>二、个人情况

在这几个月的工作中，我主要在销售方面有很大的提升。当然，这也是因为在这段时间里，我一直有利用休息的时间学习和提升自己。不仅一直在阅读销售类的经验书籍，还一直在向有经验的前辈请教，学习如何在导购中提升顾客的购买欲望，让自己得工作能更加的顺利。

而在实际的工作中，我也一直在努力的累积和分析自身的收获，通过对每一次导购工作的反省，我更加认识到自己的工作中有哪些需要提升的地方！

>三、自身的不足

回顾这几个月，要说到自己的不足，最大的问题首先是在礼仪上。因为自身对礼仪方面的不够重视，只注重嘴上的功夫，却没能做好自身的形象管理，这让工作变的不够圆满。

其次，对于仓库货物的掌握不够到位！对商品的剩余不够了解，导致在导购途中经常要去确认！这总是会消耗顾客的耐心，甚至导致销售失败！

回顾了这段时间的工作，我对自己工作中的不足感到非常的惭愧。但是通过对自己的分析总结，我也更加明白自己该怎么去做好自己的工作，今后的工作中，我一定会更加努力，把自己的工作完成的更加完善。

**内衣品牌督导工作总结10**

一名内衣合格的导购员首先要做到以下基本几点：

1.微笑(微笑能传达真诚，迷人的微笑是长期苦练出来的)

2.赞美顾客(一句赞美的话可能留住一位顾客，可能会促成一笔销售，也可能改变顾客的坏心情)

3.注重礼仪(礼仪是对顾客的尊重，顾客选择那些能令他们喜欢的导购员)

4.注重形象(导购员以专业的形象出现在顾客面前，不但可以改进工作气氛，更可以获得顾客信赖。所谓专业形象是指导购员的服饰、举止姿态、精神状态、个人卫生等外观表现，能给顾客带来良好的感觉)

5.倾听顾客说话(认真倾听顾客意见，是导购员同顾客建立信任关系的最重要方法之一，同样顾客也很尊重那些能够认真听取自己意见的导购员)

以上是对导购员来讲十分重要也是最基本的注意事项，是必须做到的。

针对货品销售方面，我们导购人员还必须注意以下几点：

1，熟悉自己店内的货品，能清醒的知道哪件衣服适合什么样的顾客，估到每件衣服都能记在心里，做到客人进厅能推荐对衣服，吃的准衣服类型风格。

2，掌握顾客心理，这一点是最难的，通过顾客进店时的穿着和进店后的浏览，判断出顾客想要什么样的衣服，从而有助于自己的推荐。

3，专业度的撑握，做到专业的建议和搭配，让顾客选到不仅自己满意，包括周围朋友都要满意的服装。我们不仅要做他的生意，还要做他身边朋友的生意，不仅做他今天的生意，还要做他永久的生意，如果抱着这种心态去服务，那样我们的品牌只会越做越好。

4，增加自己的知识面，多掌握与自己工作有关或与顾群相对有关的知识，和顾客聊天的时候能找到共同话题，顾客有形形色色，想和他们能融入到一起，聊到一起，因此这方面也是相当的重要，否则对于和他们之间的沟通就有了阻碍，从而也影响了销售。

5，建立顾客档案，留下顾客的资料，最好能记住顾客的姓名，记得他买过的衣服，也体现了我们这个品牌对他的重视，这样子他也感到很有面子很开心，他有了面子，我们就有了票子，票子的来源是顾客，因此在我们心中每位顾客都是美丽的天使，即便有时天使也有不开心无理取闹，也许是我们的服务没有到位，也许是我们的沟通出现了问题，总之多从自身方面找原因，多问自己几个为什么，我相信世界上每个天使的心灵原本都是美丽的。

我们遐逸品牌衣服款式相当多，颜色也相当丰富，目前库存有约3000件，虽然货品让我们眼花缭乱，但是我们都要求自己尽量记得衣服的货号、色号和价格，在客人指向一款衣服的时候，我们以最快的速度从仓库拿出他所需要穿的号码，并引领到试衣间试穿，这也涉及到导购员的三厚之一，“脚皮厚”，不厌其烦的很客人试穿，当顾客定下几件要购买的衣服时，要以最快的速度把票开好，而不是将客人穿在身上的衣服吊牌从里面拉出来，这样对客人也很不礼貌，因此熟悉货品是非常重要的。

现在的生意真的都很难做，相对以前，现在的款式越来越多，品牌也越来越多，竞争十分的激烈，因此抓住每一位客人是相当重要的。顾客形形色色，有的客人性格比较开朗，也很容易接近，这些客人每个导购员都很喜欢做他们的`生意，但是一旦遇到比较“闷”的客人，主动招呼后看没什么反应就自动放弃或者是干脆直接放弃沟通的，有很多很多，这又涉及到另外三个字“脸皮厚”。下面可以提供一些我们在销售过程中总结的一些接近客人的方法：

一、提问接近法

您好，有什么可以帮您的吗?

这件衣服很适合您!

请问您穿多大号的?

您的眼光真好，这是我公司最新上市的产品。

**内衣品牌督导工作总结11**

时间一晃而过，20xx年已渐渐离我们远去。过去的一年里我专柜历经了不平凡的一年，年初的人员变动，大型特卖活动，还有本人的《弟子规》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取得了圆满成功，在一次次的业绩突破记录中是充分发挥着我们的团队力量，很骄傲也很荣幸有这么个团队。

在过去的一年里客诉也时有发生，如前几天发生的“羽绒服”客诉事件，虽然事情已经圆满解决，但做为导购的我们也得深思，在工作中是否有不足的地方，将在以后的工作中更加细心多提醒顾客仔细检查货品，尽可能的少发生类似客诉，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《弟子规》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限的，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，战胜了自己也是我一年来取得的最大的成绩。

更值得高兴的是我专柜被评为“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。在高兴和兴奋之余我感受最深的是压力，在20xx年里我们将如何取得更的成绩呢?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，提高销售业绩。

b：充足的货品，争取做货品的供应，以满足顾客的需求。

c：提高服务质量，用心服务，尽量减少客诉的发生，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，让新的顾客转变为忠实顾客;针对老顾客要付出更多的耐心和细心，并让其带新的顾客进行消费。

f：提高销售技巧,定期让公司对导购进行专业知识培训，曾强自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去，虽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20xx年里取得更的成绩。我相信自己一定能做!!!

**内衣品牌督导工作总结12**

谈起内衣店导购员（也称为促销员或者店内顾问等），所有的销售人员都不陌生，因为绝大部分企业/厂家/公司在销售终端都安置有相应的导购员，尤其是在KA卖场/超市更能体现出来，一个KA卖场/超市的导购员的数量远远超过该卖场/超市的正式员工，很多卖场的理货工作基本上就是各个厂家的导购员来完成的，而作为厂家的导购员，是厂家终端销售的一线销售人员，是直接代表厂家的，各厂家对导购员的培训也是很重视，导购员的重要性就不言而喻了，做销售的人员人人皆知。而就是这样一个目前比较庞大的且很重要的导购员队伍，她们/他们的工作现状让人担心让人忧。

>一、大部分为女性，女性的特征导致了导购员工作的不稳定性

现在的导购员大部分都是女性，结过婚的可能相对会好一些，而更多没有结婚的女性，在其工作的过程中，难免要结婚，生子，而一旦她们结婚，就会很容易辞退工作，跟着老公回其老公的家乡工作或者生活；而有些结婚后很快就要生小孩子，这样的情况下，导购员就会辞退工作，这些女性生理上的特征导致了导购员这个群体工作的不稳定型，所以很多公司也很无奈，不得不面临这样的状况。

在一个A卖场的导购员，工作非常卖力，非常积极主动，不论与门店的客情关系或自己对产品的知识，还是自己的推销服务技能方面都是一流的，门店的销售也是第一的，在公司工作3年多了，一直都被评为公司的优秀促销员，但是有一天突然接到该导购员的辞职申请，原因很简单，她们家是外地的（省外的），她需要回老家结婚，且自己的对象家在外地，结婚后就不会再回到这里上班了。对于公司，这么好一个导购员，就是因为客观原因而无法继续工作，对公司来讲是一个损失和遗憾。这样类似的情况数不胜数，所以对于未结婚生子的女性（导购员）来讲，自身的特征注定了今后的工作的不稳定性

>二、大部分为低学历，低学历的特点导致了导购员工作的局限性

大部分导购员的学历只有高中学历，相当一部分只有初中甚至小学学历，这种情况，只能靠自己更多的体力来获取薪酬，当然了，这里讲的都是相对的，不是绝对的，也不是说低学历的导购员就没有前途，只是机会很小，且只有很少一部分人。这里谈的都是相对来讲的多数。

这部分导购员的特点就是学习能力差，公司对其培训的效果会大大折扣，这些人基本上对工作方面的文字总结能力较差，相当一部分人都不会对工作进行文字总结，这样就限制了其自身的发展。当然了若是能靠自己后天的努力勤奋刻苦的学习，善于总结，善于思考，还是很有机会的，但是这样的导购员少之又少。基于以上现状，导购员的薪酬一般都会偏低，拿不到好的薪酬，工作自然没有激情，没有激情就会陷入消极的工作状态，这样就导致了其工作的局限性。有一个厂家的促销员学历低，但是也在公司工作了3年多了，自己也没有什么追求，反正每个月都拿这样的工资，自己就慢慢的学会了耍“油条”，没事的时候就找很多理由向公司请假，甚至有时候欺骗公司（自己根本没有到卖场上班，而等公司打电话或者到卖场走店时问其他促销员时，其他人都会说该导购员去洗手间了等等诸如此类的借口），而该厂家的销售人员又很少到该门店去巡查，所以该导购员到现在还是这样情况，经常不来上班，欺骗公司。

>三、非正式员工，工作无发展前途，导致导购员不思进取

大部分公司对优秀导购员最多也是给予适当的物质奖励或者精神奖励，但是很少给予导购员一个发展或者提升的机会，这就会造成了导购员在一定程度上不思进取，做一天和尚撞一天钟—得过且过。导购员说的好听些是企业/公司在终端一线的销售人员，但是很多企业/公司根本就没有把导购员当成是自己公司的正式在职员工，基本上都是委托第三方进行管理和考核的，这一点就注定了导购员的职业发展没有太大的机会，而作为导购员，其实她们也很清楚公司都没有把她们当成是公司的正式员工，或者至少和负责她们的公司销售人员的隶属性质一样（都属于公司的正式员工），所以她们从一进入该公司就没有考虑过自己的长远发展规划，而是能做就做，毕竟自己的学历，自己的家庭出身（相当一部分来自农村，都是出来短暂打工的）也注定了公司不会给自己太多的机会和发展空间。

无三金保障（养老/医疗/失业），大部分企业/公司都是委托第三方或者自己的经销商进行导购员考核和管理，根本不会给导购员缴纳相应的三金（社保等），这样对于导购员来讲就没有相应的保障。无用的培训。说这句话的时候我也是讲的相对，而不是绝对，因为大部分导购员对于公司各种各样的形式的培训不感兴趣，即使有一部分导购员培训时挺感兴趣的，过后也起不到相应的作用，非常简单，自己再怎么努力，再怎么进取，自己在公司没有发展前途，很少听说哪个公司给促销员设定了一个职业发展规划（如：导购员—理货员—销售代表—城市主管—城市经理—区域经理—大区经理—营销总监，至少作为笔者来讲，很少听说，讲的悲观一点，就从没有真正见到哪个公司有这样对导购员的职业发展规划。在这种情况下，导购员也都有自知自明，你公司再对我们进行培训，其目的也无非就是想让我们工作进取一些，销售多提升一些，即使有些培训对其人生态度/生活的启发进行专题培训，其实结合到她们自己现实的实际生活和工作，意义也不大，因为她们的很多自身因素和社会因素注定了她们不可能如培训师想象中的那样。

为什么这样说，因为笔者四年前也是这样认为：只要对导购员进行一系列的，系统的专业/专题培训（工作技能/产品知识/人生哲理/为人处世/生活态度等等），导购员一定会发挥巨大的效应，而经过近1年的无数次的，各种各样的培训，其效果还是不大，老的导购员按部就班，该怎样还怎样，新促销员可能会相对好一点，但是时间一长也和老的导购员一样。唯一的办法，就是让各企业/公司对导购员从本质上重视起来，给予其一个发展机会和合理的发展空间，再加上各种培训，可能才会有一定的效果。

当然了，也不是任何培训一点用途也没有，只是没有公司/培训师们想象中的那么好而已。对于导购员的考核和管理更多的也需要一个合理的制度来完善。

>四、工作强度过大，导致导购员频频跳槽

现在导购员的工作强度大是公认的事实，而强度大，主要大在了导购员帮助商场完成非自己品牌产品的工作，也就是说厂家的导购员身不由己，20%的时间给厂家工作，其余至少80%的时间为商场工作，商场为的是给自己节省人员开支，这样一来，商场每日盘点，每周盘点，每月盘点，每个季度大盘，都是导购员极其不愿意上班的时间，因为在盘点期间，基本上都是通宵达旦，且商场不给导购员任何加班费和补贴，甚至有些商场连到了凌晨的夜宵费用都没有，导购员的工作强度可见一斑，平时商场动不动就要调整货架布局，这也是导购员最害怕的一件事，商品需要搬来搬去，价格便签需要重新打印张贴……

很多新上岗的促销员，往往工作不到3天就因无法忍受巨大的工作压力而提出离职，这也是导致其频频跳槽的主要原因之一。

工作强度过大，因为自己的学历低等客观原因，自己也愿意忍受，可是有些导购员就是无法忍受商场那些正式员工对她们的那种态度，在很多商场里面，商场的正式员工往往不把导购员当人看，把导购员唤来唤去的，稍不顺从就破口大骂，甚至有些会被投诉到厂家，或者要求你离职……在这种情况下导购员也会选择从事其他行业。而这样一来就造成了现在导购员频频跳槽，工作极其不稳定的现状。

**内衣品牌督导工作总结13**

20xx年是比较忙碌的一年，也是动荡的一年。xx内衣在王总和徐总及各部门领导的带领下，贯彻公司文化及理念，开创行业重大创新，为我们共同的目标去奋斗。回顾这一年的工作历程，作为xx内衣x品牌的销售人员，没能完成公司的既定目标，工作中存在不少的问题，希望公司能给于指正。为了来年更好的完成xx的营销工作、实现既定目标，特对阶段性的销售工作进行总结，让初入内衣行业的我有史可鉴。

刚进公司那会，什么都不懂。公司本着培养的目的把我招至xx的大家庭，通过近一年的学习及摸索，我主要从以下两方面来总结与展望未来。

>1、团队性开发市场，促使熟知区域市场经济状况及竞争品牌的市场分布。

如：年初的“xx”行动，年底的“xx”大型招商会等不仅仅训练了销售人员的对市场的分析能力、协作能力，而且家人们均在行动中互相学习，在工作中互相总结，不断创新，不断完善。同时xx内衣在行业内树立了更好的形象，在市场上减少我们推广的难度。这样的前期铺垫，将对我们后期的开发及维护

>2、企业强大团队的建设，团队及人才的培养，不断通过培训补充团队战斗力。

如：不惜血本的逐步完善团队建设及人员配置，xx雅安莉娜团队的成立及区域人员的分布，让我感到不会顾此失彼且提高了市场的开发及维护能力。各方面的培训，让我们了解到更多的行业知识及销售技巧。同时通过沟通学习了解到自己的不足及改进方法，不至于走弯路。团队的建立及培训让我们有了方向及期望。

经过这一年来的工作的磨练，能得到公司的认可我感到非常荣幸。临近年终，展望20xx年，自己有必要对工作做一下回顾，目的在于吸取教训，提高自己，以使把工作做得更好，自己也有信心和决心，在新的一年内把工作做得更出色。最后祝xx雅安莉娜能在公司和我们小组的共同努力下创造财富。

**内衣品牌督导工作总结14**

20xx年时间转瞬已经过去了，在公司的领导下、在同事们的支持和帮助下，我坚持不断地学习理论知识、总结工作经验，加强自身思想修养，努力提高综合素质，严格遵守各项规章制度，完成了自己岗位的各项职责，在这里将自己的思想、情况等简要的个人工作总结如下：

>一、日常工作

1、培训。

新店员工开业前培训，三天的脱岗培训，对于新导购员来说是上岗前一次对我品牌文化、企业文化了解的过程；是对服务礼仪、销售技巧再次巩固的过程；是对陈列准则、陈列技巧、搭配技巧学习的过程。而开业后实地培训：边销售边针对各员工、店长培训，这是员工对于产品卖点和销售技巧及服务礼仪的再次温习。

一年来，我一直到每个店铺进行培训，也深有体会，两种培训方式都各有千秋。岗前三天封训，因为没有跟实际结合，我们的导购员往往会忘记培训时所说的礼仪和技巧，而实际培训时又碍于时常有顾客走动不能很系统地培训，所以根据这一年的培训经验，我的心得是：两者一定要相结合，以系统培训为前提辅以实际培训来加深记忆。这需要督导从开业前封训完一直跟踪店铺开业后两到三天时间，才能完成一整套培训课程。

2、开店工作指导。

新店从量尺寸开始、后装修、招人、铺货直至开业，整个程序需要各个部门的全力配合，发现问题，解决问题，最后将最好的形象展示在顾客面前。几家店铺开张，虽然问题不断，但最后都顺利开业了。对于开业工作流程，我的心得是：跟各部门全力配合，大家一条心把事情做好，无论争吵有多厉害，最终只要是为了店铺开好，其他一切都不重要。

>二、工作中发现的问题及针对诸类问题提出的建议方案

现在回想起去年的那一系列问题，很多基本已经解决，以下有几点我想要再次提出来，希望以后的工作当中这类的问题不要再出现。

1、装修。

我们品牌是以一流品牌的标准来要求自己的，所以装修不仅要有整体的美感，细节方面一定不能被忽视。比如xx加盟店门头字母间隔太开；比如xx店经过整修，不锈钢毛边仍然将店内一件衣服刮破、又比如xx店沙发质量太差以至于现在不能坐人等等诸如此类的细节问题，本身就给现场造成了很多不便，且也影响了我们品牌的形象。

建议：20xx年狠抓装修细节，一点都不能放松，一定要让装修公司精益求精，装修到位！

2、人员招聘。

虽然现在公司将导购员的年龄标准定于20—30岁之间，但实际招聘起来还是遇到了一些难题，比如xx市本身招工就非常困难，所以根本就没有选择的机会，而我们目前的工资水平也并不比别的品牌高，所以这一年龄段我建议：适当放宽至20—38岁之间，有一定工作经验者优先。

3、铺货。

目前铺货出现的最大问题是，各店铺在过季或者特卖结束后退回仓库时没有及时将吊牌上的价签撕掉，导至仓库将这些货品铺至新店时出现一个吊牌两个价格的尴尬局面。

比如本次在xx加盟店我们就在现场偷偷撕掉不下40件货品的特价签，正价出售的商品，如果加盟商或顾客在吊牌上发现特卖的价格，那结果可想而知。

这个问题，我们曾经也让各店铺撕掉后退回，但还是有特卖场货品难以控制，因为导购员把货退回来后，仓库不能及时整理货品，且即便是知道也不可能将所有货品都全部退回已经撤柜的店铺。

所以我建议：一方面让店铺务必撕掉所有价签，否则将按个数罚款（定下制度），另一方面公司需增加仓库整理员，杜绝再次出现一个吊牌两种价格的问题！

4、道具铺货。

我们品牌道具中有历史相框、工艺品等均属于易碎品，而我公司的包装实在太不完整。据我半年来到各店铺开业观察，历史相框几乎都会碎掉好几个，xx店连工艺品都碎掉一个。

这样一来实在是影响了相框的美观，也会给加盟商造成我们物流不专业的印象。建议：仓库重新包装这些工艺品，玻璃制品应该有专业的包装，这样才能在托运时不被打碎。

5、开业活动及店铺日常活动。

在商场内开设专柜，如果只有我们一家单独开业，除非有大量以前积累的VIP顾客，不然我们品牌单独做活动是没有太大效果的。比如xx店之前开业满送活动，效果并不好。

所以建议：应该以商场的大体活动为主，店铺不宜脱离商场而做太低折扣的活动，这样会起到反效果。

店铺日常活动则多种多样，建议以后能针对VIP客户单独做一些赠送活动，比如公司可定制一批有纪念价值的礼品（如抱枕、陶瓷套装等）来赠送给VIP客户。

以上是我本次提出来的所有工作中的建议，以前所做的报告当中也针对每次的店铺发现的问题而提出来的，我认为那个更具有针对性！所以请领导关注我日常的信息反馈报告！

**内衣品牌督导工作总结15**

时间在不经意中从指间划过，转瞬间又是一年，回顾20xx年的工作，在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20xx年的工作情况总结如下：

>一、在20xx年的工作中努力拓展自己知识面

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，之前我连化妆品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20xx年我参加了好几次组织的专业培训，在平时闲暇时也自己去网上查找各种化妆品及美容方面的知识来充实自己，现在我已经可以自信的说自己是美容保养、皮肤护理的专家了。

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知识，这样才能让我表现得更自信，工作总结更有专家水准，成交率更高。于是，我利用业余时间，大量参与其它部门的工作，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。

>二、在工作中培养自己的心理素质

在工作中每天都与行行的人打交道，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。

>三、用心锻炼自己的销售基本功

人生何处不行销，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，出顾客的心理变化及需求。

>四、口才方面有了大幅提升

要做一个优秀的导购就必须要要拥有一流的口才，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。

>五、培养人脉，增加顾客回头率

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，从没有想到我还能为未来做些什么准备。

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，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，为贡献出我的光和热！

**内衣品牌督导工作总结16**

xxx实业有限公司一直秉承商道酬信、天道酬勤、开拓创新、以人为本的经营理念。旗下的“xxx”内衣品牌营销团队20xx年上半年完成了20xx年全年销售任务，比去年同期销售增加超过了100%，基本达到了品牌效益和市场效益双丰收。现就“xxx”内衣品牌运营体验与内衣界新老朋友一起分享探讨。

>一、“xxx”内衣市场核心价值与市场定位：

一个品牌没有清晰市场定位，就等于没有目标。“xxx”内衣在确定做品牌的同时，公司董事长、总经理及公司领导就对整个内衣行业进行了系统分析评估，结合企业自身优势定位于做三线内衣品牌市场定位。

目前市场上讲的文胸牌子，价格段设定，以文胸单件为例，三线约定价格40—80元/件，这样价格段设定就基本确定市场网络的覆盖面很广，在地县级市场上产品性价比较高，市场网点存活率比较高，从而拉动品牌在以省为区域市场的发展，增加网络覆盖率，拉动三线市场发展及网络覆盖率。

A、市场网络定位：

省级：中心城市（Ⅰ级）建议省代设立自营店，以形象展示中心，培养客服专员，专业培训督导实战经理，形象推动三线网络销售。

地级：树立良好品牌形象。完善市场二线网络规划布置，提升品牌知名度。为客户赢得市场利润，培养客户终端零售能力（Ⅱ级网络）。

县级市：县城结合当地实际，树立品牌形象，实现网络覆盖率，良好展示和体验品牌个性与一级市场和县级市场形成良好互动。（Ⅲ级网络）。

三线内衣品牌市场定位：三线品牌消费能力与客户经济承受能力，完善网络规划要做到终端让客户买得到、买得起、方便买，体现终端专业服务价值。

三线文胸品牌的网络定位从价格上来讲消费群体市场覆盖面很广。市场网络到达率高，在县级市场上很容易形成良性补货。40—70元/件，在市场比较容易实现良性动销。

B、品牌风格:

xxx品牌风格：中国情、国际风、以具时尚中国元素的凤尾标识为核心记忆点，即品牌视觉DnA，来区别于其它品牌文胸，凸现品牌个性。

目前市场上三线文胸品牌也在形象上加大了投入力度，但是在整体考量，系统分析方面，从形象上可以很清晰地分别于其它品牌的不是很多。“xxx”文胸品牌从ViS系统上以明亮的视觉格调，清晰东方元素、凤尾标识以及系统展示时尚化体现了xxx品牌风格。

>二、强大的营销能力与产品开发能力是保证品牌发展的基础：

①20xx年初公司诚意聘请南海知名二线品牌资深设计师加盟xxx内衣事业。

②公司硬件投入：20xx年公司投入巨资引进了eRP数据管理系统。产品从原料检验，进仓，生产计划、排期成品进仓全部实行规范化、数量化管理。为20xx年xxx全面实行市场定货打下坚实的物质基础。

>三、系列化、品牌化、时尚化的产品定位是品牌发展的基础：

20xx年公司在产品上结构上进行了合理、科学的调整。根据xxx的市场定位风格，提升产品开发能力，优化产品结构。以系列化、主题化、时尚化、风格化的形式满足广大消费者不同季节的市场需求。产品从杯型结构不断丰富，增加了时尚元素。在上身舒适度上不断加强。产品工艺精益求精。公司董事长亲自带领产品开发部经理、营销总监下到市场终端，从黄河内外到大江南北六个省市走访市场。了解市场需求，分析产品结构，以市场需求为导向，不断听取、学习同行先进经验及工艺要求。在文胸花边辅料采购上严格筛选评估供应商，产品大量采用了天海花边、诺阳花边等高档面料辅料。对公司自身，对省级代理商严格要求以保证市场发展。

>四、产品上市之前，屡次改良工艺，不断试身，从而保证了供应市场的产品的品质优良，有良好性价比。

同时，20xx年公司在终端形象建设上加大了投入市场力度，对一些没有品牌形象的省代、终端专卖店进行了逐步淘汰。公司从20xx年6月份开始每个月对客户的月度销售进行分析、评比，有的客户已经提出限期改正。20xx年上半年公司将坚决导入订货套餐制定，其目的是帮助客户规划货品结构，优化终端网络，加强品牌化管理及执行力度，突出品牌形象和产品风格。因此，20xx年下半年开始。公司将对每个省代要求：要做xxx品牌，必须配备一个品牌小组，其组织架构为业务主管一名，文胸培训督导一名，客服专员一名。没有配备以上人员的省代，公司限期在20xx年10月底以前必须人员到位，否则将取缔其代理xxx品牌资格。

>五、公司发展勇于面对挑战、面对市场、发现市场。

20xx年上半年对于xxx来说富有挑战性，我们将继续务实、高效开展各项市场工作。中国情、国际风将贯穿xxx品牌发展主题。xxx公司继续加强与广大客户、朋友的沟通与联络，加强品牌营运机制执行力度，不断学习、不断创新，提高市场占有率，共创品牌价值与市场价值双赢局面。

**内衣品牌督导工作总结17**

视觉营销的目的在于通过视觉设计，传达和展示服装品牌内涵、服装产品的个性和企业的经营理念，以达到展示，感动和吸引消费者。视觉营销的内容从广义的角度看，包括企业的cis（企业形象识别系统）的全部内容，从实际操作的角度看，视觉营销的内容概括如下：

>（1）店铺导购人员

除了店铺，顾客接触的就是人员所以店员的综合素质、仪表、举止等需要严格培训和管理，所以很多服装企业和商店非常注重现场导购人员的遵选、岗前培训、上岗后的管理和再

培训。店员是最直接和消费者沟通的人员，他们的举手投足、形象代表企业和品牌。

>（2）店铺店面的地理位置和装修

顾客第一印象是店面，包括店面在商场的位置、面积、店面设计的风格以及要表达的想法等。

>（3）店铺商品陈列

视觉营销要求对产品进行三次设计：第一次是原始的设计，第二次是卖场的陈列，第三次即再设计、搭配。陈列师要在原有的基础上再设计。

>（4）店铺服务

顾客通过体验感受品牌所倡导的时尚生活，感受产品本身所能带给顾客的核心价值，此外，服装店里装饰的鲜花，备有咖啡、点心、糖果、杂志的休息角烘托着温馨的氛围，则是

品牌文化和品牌个性点滴细节的流露。

>（5）店铺环境

消费者一进店，看到的不光是满堆的货，而是建筑艺术、装潢艺术、视听艺术、嗅觉艺术等元素综合运用所设计营造的一种环境，让消费者感到这个店面的文化和品位。

>（6）品牌产品

产品是视觉营销的核心，产品不行其他做得再好也没用，毕竟消费者最终选择的是产品。

丹蓓姿内衣这方面就做的很好。

>（7）内衣展示会

内衣产品特有的色彩、款式、质感、风格要素通过展示会能淋漓尽致地表达出来。

店铺视觉营销是以用户需求和店铺产品特色为依据的一种促销形式，促销形式上分为产品促销和形象促销，因此视觉营销一定是建立在店铺和产品二大基础之上。以上来自丹蓓姿内衣。

**内衣品牌督导工作总结18**

20xx年时间转瞬已经过去了，在领导下、在同志们的支持和帮助下，我坚持不断地学习理论知识、总结工作经验，加强自身思想修养，努力提高综合素质，严格遵守各项规章制度，完成了自己岗位的各项职责，在这里将自己的思想、情况等简要的个人工作总结如下：

>一、加强业务学习，不断提高业务素质，努力做出更大贡献。

我在工作已经有年多时间了，应该算是“老同志”了。回想在这多的工作历程，是至今我人生中重要的一段时期，在这期间我的收获主要有两个方面：政治思想上的成熟和业务工作方面积累了丰富的工作经验，总结为八个字“收获颇多、受益匪浅”。

我想自己在政治思想上进步、成熟的重要标志是，自己在工作期间从一名普通群众成为了一名\_党员！我的转变与进步，是领导的培养、同志们的帮助与支持和自身的努力才取得的。我清楚自己入党时间还不是很长，还有很多方面（政治思想、理论知识、工作水平等）需要不断的学习，要时刻以党员的标准衡量和要求自己的言行，注意加强政治修养，进一步提高自己的党性认识。我也希望领导和同志们一如既往的给与我指导和帮助，我也将加倍努力，争取更大的进步！

我先后在等不同的岗位上工作，无论在什么岗位我始终以饱满的热情对待自己的工作，勤勤恳恳、尽职尽责、踏踏实实的完成自己的本职工作。的工作纷繁复杂，领导临时交办性的工作比较多，这些都要求的同志，要对的现状情况，有较为熟悉的了解与掌握，同时还应具有较强的应变和适应能力。几年来的工作实践，我十分注意对现状情况的积累与总结，现在我对的现状整体情况已经比较熟悉，对也有系统的了解与掌握。基于几年来工作经验的积累，我对的各项业务工作都有比较全面的了解与掌握！我想自己的工作经验一方面是自己工作的积累，更重要的是自己在这样的工作岗位上、有这样的工作机会，是领导和同志们信任和支持的结果！正因如此，我将更加珍视自己的岗位，以无比的热情与努力争取更大的进步！

>二、工作中，严以律己，宽以待人，向身边的党员模范学习，起相应模范带头作用。

半年来，我在平时工作中，始终以党员的标准严格要求自己，模范遵守单位的各项规章制度，力求时刻严格要求自己，不等不靠、有条不紊地安排好各项工作，身体力行，努力起到科内的表率作用，协助领导开展各项工作。

我认真坚持学习制度，积极参加各项学习，以《十九大》的学习为契机，深入领会《十九大》的精神，在政治思想觉悟和对党的认识上均得到了进一步提高。在开展学习的同时，我按照党组开展的党风廉政建设宣传教育月活动的工作部署，对照廉政规则查找工作中的不足与缺点。通过系列的学习与批评和自我批评活动，我的思想得到了净化，工作的`责任心得到了加强。

今年以来，在日常工作过程中，注重强调从政治的高度对待问题，我与领导密切配合并带头垂范，使同志们思想认识高度统一，自觉遵守各项规章制度。具体工作中，我们提倡任劳任怨、自觉刻苦、默默无闻的工作精神，一切从全局出发重团结、讲实效、不推诿。积极协助做好工作部署，并克服家庭困难加班加点，与同志通力协作，保证工作顺利完成。

在的工作上，我们主要作了三个方面工作：一是抓学习。认真落实局党组的学习内容、学习主题和学习时间。紧密联系实际，重点放在如何提高工作水平和工作作风方面。二是发扬民主，增强成员之间的团结与活力。对待各项工作同志均充分发表意见和建议，集思广益，注重发挥集体的聪明才智和整体效能。三是按党组要求高标准、高质量开好会，开展批评与自我批评，使规划用地科成为团结务实，开拓创新，富有朝气、充满生机与活力的集体。

>三、缺点与不足

我也很清楚自己还存在很多的不足与缺点，自我的总结和领导同志们的批评和指导，对我今后的提高是十分必要的，我的缺点与不足自己总结可有以下几点：

1、在协助管理工作过程中，缺乏大胆管理的主动性，今后我应加强学习不断提高自己的管理水平，工作中不断总结经验。

2、与同志交流少，关心同志不够。

具体表现：

（1）同同志们的联系不够，缺乏交流；

（2）工作中对同事们的关心不够。我这方面的缺点，同志们曾给我指出过，但自己也注意改正自己的不足，但还需进一步努力。

3、我在，也就是现在的，工作的时间比较长，与新同志相比有一定的工作经验，特别是对区域现状和规划情况的掌握上，但在对新同志的“传、帮、带”方面做的还十分不够。

回顾这一段时间的工作，我基本完成了本职工作，这与领导的支持和同志们的帮助是分不开的，在此对局领导和同志们表示衷心的感谢！以上是我对半年来思想、工作情况的总结，不全面和不准确的地方，请领导和同志们批评、指正。在以后的工作中，我将做好个人工作计划，使自己的工作做到更好。

回首今年，是播种希望的一年，也是收获硕果的一年，在上级领导的正确指导下，在公司各部门的通力配合下，在我们全体同仁的共同努力下，取得了可观的成绩。

服装店长对于一个服装店来说起着领头羊当然作用。对于一个经济效益好的服装零售店来说，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。

好的服装店长要做到哪些呢？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，为顾客营造一个舒心的购物环境；

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。

面对明年的工作，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。

**内衣品牌督导工作总结19**

自从xx开始招聘开始我就在那报名了，现在进入公司已级有x个多月了，在这期间，我作为现场部的一名督导真真切切的体会到公司给xx人民带来的各种好处，如：买衣服不要再东跑西跑、给人民带来了在家门口就业的机会等等，我也是一个刚从大学毕业的学生，一出来就能大家门口找到工作真的好开心。

现将本人20xx年的工作情况作一简单汇报，请大家批评指正。

>一、培训期间

在这期间，我从对这行业的一无所知到进一步的了解。这都是公司给我们培训的功劳，从这学会了作为一个基层的管理者如何去熟悉各项业务到如何去和员工或是上级沟通，还有顾客的服务和客诉等等，经过培训和军训之后自己在各方面都有了一定的提高，给了更好的为公司和顾客服务的信心。

>二、工作职责

本人后在女装、休闲装、运动区担任过督导，作为最基层的一名管理者，我深感自己更是一名最终端的经营者。我的主要职责是：维护卖场现场经营秩序的有序运行。具体到日常工作内容，主要有员工日常行为规范化管理，商品的退换或客诉等。

>三、工作职责执行状况

3个月来，本人在各位领导的关心爱护、各位同仁的支持配合和现场部全体员工的通力协作下，依靠各个层次坚强的团队，较好地履行了自己的工作职责，圆满完成了领导交给的各项工作任务。

1、提高自身素质，尽力适应岗位需要。

本人是在学校刚毕业的一名学生，学的是软件，俗话说，“隔行如隔山”，如何做好服装的督导，对我来说，依然是一个全新的课题。为此，我不断学习，充实自我，以尽力适应岗位需要。通过学习与实践的有机结合，自身素质逐步得到提高，基本适应了本岗位的需要。

2、注重规范管理，提升员工整体素质。

20xx年来，营业人员调动频繁，针对新员工对公司纪律和经营业务不够熟悉的状况，我在平时工作中，能利用各种机会，在员工间进行专业性商品常识、销售技巧、商品陈列的交流，并在日常巡视中加强了监督与执行力度，提高了员工的纪律意识，使部分新员工较快地进入了工作角色，并养成了良好的职业习惯。同时在规范化管理的过程中，本人自觉遵守公司的各项规章制度，要员工做到的，自己首先做到，要求员工不做的，自己首先不做，在管理中发挥了表率作用，促使自己加深了对管理、对自己的进一步了解。

3、加强现场巡视，保证经营秩序良好。

督导的工作场所就是卖场，工作内容非常具体、琐碎，这就要求本人必须具备较强的责任心，保证在经营现场对各种具体、琐碎的工作当场进行解决，使营业秩序良好运行，给顾客提供一个方便、舒适的购物空间。

4、坚持公正合理，灵活商品退换管理。

配合柜组和营业员做好商品退换管理工作是本人的一项重要职责，三个月来，我认真学习并灵活运用商场在商品退换方面的相关办法，对每一起退换货的处理都努力做到有章可依，特别是依据公平、公正、合情合理的原则保护消费者的合法权益，维护公司在消费者中良好的口碑，就上个月本人每月的冲红数都在33起以上。

5、了解员工状况，努力打造和谐团队。

3个月来，本人注重了解员工的自然状况和思想状况，坚持多与员工进行沟通、交流，同时，善于通过日常口头表扬和鼓励来保持员工较高的积极性、稳定性，尽自己的努力，带动更多员工，形成一个和谐的工作团队。

>四、本人工作中存在的不足

1、工作中，对一些日常管理方面出现的问题尚未进行及时的总结和归类，特别是在现场货品管理方面做得还很不够，仍待向其他领导、经理、主管学习。

2、对品牌特色的了解、对员工思想的了解、对专业知识的了解仍有待深入、细致，对现场管理的执行力都有待加强，自身管理水平有待进一步提高。

3、处理退换货时，有时心态不能平和，未能在感情方面让顾客感性理解未予以退换的原由，需要在今后的工作中认真修炼。

>五、明年工作打算

1、加强对服装现有品牌和服装面料的了解，进一步从专业知识上加强对各品牌的理性认识，配合各柜组和相关领导，及时将合理化信息和建议传达厂家或营业员。

2、充分调动每一位员工的积极性，通过平日的沟通，让员工在里了解公司的最近动态，以及公司的各种要求，要关注、关心自己的员工，及时肯定员工的进步，让员工行有规范、学有榜样、干有目标，心往一处想、劲往一处使，为公司的发展凝心聚力。

3、提高自身服务意识，做好整体员工服务意识的灌输，养成良好的心态，特别要加强自身专业知识的学习，要努力建立与员工之间的任信关系，树立自己的，为所有员工树好形象，努力把整个打造成为一个步调一致的和谐团队。

各位领导，20xx年让我有点依依不舍，在这一年里，曾流过辛勤的汗水，也流过激动的泪水，正因为经历了这点点滴滴的酸与甜，才让我不断成长着，进步着。所以，我热爱这份工作，希望自己今后能快乐着工作，同时也能在工作中找到更多的快乐！与之同成长。

**内衣品牌督导工作总结20**

>一、市场督导部门的工作

职能描述：对所管辖区域运营管理提供指导、监督和服务，通过对店铺商品陈列、服务、库存管理等提出指导，对相关人员进行培训提升能力，促使店铺进入良性运转;通过市场巡查，监督，协调与维护客情关系，提升单店销售业绩，使品牌在市场上达到有序、规范、良性的发展。

>二、工作职责：

1、负责所管辖区域的销售工作，并对职责范围内的工作负全责;

2、定期对所管理店面的整体运作及员工销售技巧、服务意识等进行指导培训，督导所辖店面严格执行公司的各项业务操作流程及管理制度;

3、负责所辖区域内的销售任务分解与制定;

4、负责按公司发布的形象标准进行店铺形象维护。制定和完善本区域店铺商品的陈列与展示方案，定期对各店面进行产品的陈列，并对相关人员进行培训;

5、指导策划本区域新店面的开业及推广活动的现场布置与货品筹备与陈列等;

6、负责所管辖区域客情关系的维护;

7、协助加盟商提出对店面员工绩效评估及人员更替工作做好一线人员的储备建议和协助;

8、对所辖区域店铺营业目标达成情况等进行全面分析并进行改进，制作相关销售报表体现出来，分析与报告及营业效益的评估与营销策略的改进建议;

9、制定并持续优化市场发展的管理流程及决策机制;

10、负责推广活动方案执行;

11、协助产品部、财务部与加盟商进行欠款回收;

12、完成公司领导交办的其他临时性工作。

**内衣品牌督导工作总结21**

一个品牌没有清晰市场定位，就等于没有目标。“xxx”内衣在确定做品牌的同时，公司董事长、总经理及公司领导就对整个内衣行业进行了系统分析评估，结合企业自身优势定位于做三线内衣品牌市场定位。

目前市场上讲的文胸牌子，价格段设定，以文胸单件为例，三线约定价格40—80元/件，这样价格段设定就基本确定市场网络的覆盖面很广，在地县级市场上产品性价比较高，市场网点存活率比较高，从而拉动品牌在以省为区域市场的发展，增加网络覆盖率，拉动三线市场发展及网络覆盖率。

A、市场网络定位：

省级：中心城市（Ⅰ级）建议省代设立自营店，以形象展示中心，培养客服专员，专业培训督导实战经理，形象推动三线网络销售。

地级：树立良好品牌形象。完善市场二线网络规划布置，提升品牌知名度。为客户赢得市场利润，培养客户终端零售能力（Ⅱ级网络）。

县级市：县城结合当地实际，树立品牌形象，实现网络覆盖率，良好展示和体验品牌个性与一级市场和县级市场形成良好互动。（Ⅲ级网络）。

三线内衣品牌市场定位：三线品牌消费能力与客户经济承受能力，完善网络规划要做到终端让客户买得到、买得起、方便买，体现终端专业服务价值。

三线文胸品牌的网络定位从价格上来讲消费群体市场覆盖面很广。市场网络到达率高，在县级市场上很容易形成良性补货。40—70元/件，在市场比较容易实现良性动销。

B、品牌风格

xxx品牌风格：中国情、国际风、以具时尚中国元素的凤尾标识为核心记忆点，即品牌视觉DnA，来区别于其它品牌文胸，凸现品牌个性。

目前市场上三线文胸品牌也在形象上加大了投入力度，但是在整体考量，系统分析方面，从形象上可以很清晰地分别于其它品牌的不是很多。“xxx”文胸品牌从ViS系统上以明亮的视觉格调，清晰东方元素、凤尾标识以及系统展示时尚化体现了xxx品牌风格。

**内衣品牌督导工作总结22**

通过20xx年度对我所负责卖场的了解，发现多数区域人员对于销售工作仅仅停留在单一的送货售后回款的工作方面。工作非常被动，不能主动的找出问题、优化环节，缺少了最重要的客户掌控、渠道掌控和终端拉动。部分销售人员对于自己的工作职责含糊不清，只做了最表面的基本工作。根据一些实际情况，我冒昧阐述一下市场督导岗位的工作职能。

督导工作不能仅仅局限于促销员管理方面，一方面督导要提高自身的素养，包括对于销售技巧和手段的认识，处理促销员在销售工作中出现的难题；另一方面提升自身的管理能力与协调能力，善于处理促销员与门店负责人、促销员与其他公司促销员、促销员与店员之间的种种或大或小的矛盾。

我作为一个市场督导人员，下面谈一谈本人的工作体会及经验总结：

>一、帮助销售

市场督导应该连同培训师一起，对于无促销员渠道的店面，进行简单有效的销售技能培训。要让经销商和终端门店负责人认识到，我们不仅仅是机器上了柜，同样我们一直关注、关心他们的整体销售。对于销售技能方面，我们给他们进行帮助培训，让他们对我们公司的形象、人员素质留下好印象，并让其感受到我们是实事求是地在帮助他们。同样，他们的感激心理能帮助整体的销量提高。对于合作方面，这些都是保持良性发展的必要条件。

>二、惯性推销

在帮助销售的同时，认真教会门店店员关于金立机型的独特卖点和销售技巧。通过这样的培训，店员如果能够按照教授的方法卖出机器，肯定在内心有一定的成就感和满足感。这样，在再一次向客人推荐金立的机型时，在信心上都会有一定的提高。

通过多次的成功，很容易就会形成：某些店员专会推荐xx品牌，而且成功率非常高；以后有客人上门，都会主动的推荐xx的款式。这就是成功的惯性推销，这对于我们xx服装在终端门店冲量是很有效果的。

>三、灵活促销

促销，无论在哪一行，都是一个客观存在、无法回避的常见主题。受天时、地利及人脉的限制和影响，其资源和方法往往有很多种，这就需要我们头脑机敏地巧用资源、广开思路、目标专一、灵活促销。也就是根据不同情况，在不同场合，用不同方法对待不同的顾客，达成销售。

从分析顾客心理的角度，往往能挖出更多顾客的消费潜能。顾客能走进卖场，不外乎两种情况：

第一，确实是来买衣服的。

这个时候，往往要采取先势夺人，以最直接和最有效的方式来吸引顾客的注意，从而达成向他推荐衣服的目的。

这里的“灵活促销”，体现在促销员及督导员如何通过对顾客的第一眼观察并迅速准确地对观察信息作出相对准确的判断，或者根据顾客的信息反馈迅速通过口头语言消除他的一些心理障碍，清除他的一些心理干扰，拉近顾客与手机柜台的距离，进一步打开顾客信与不信的心扉。综上简述，就是“巧观顾客，当机立断”。

第二，可能是来买衣服的。

这里，又可分为两种，一种是想买，但没带钱的；另一种是带了钱，但不一定当下就买的。这里的“灵活促销”，体现在与顾客良好的互动过程中。构建与顾客和谐无障碍的沟通聊天平台，打开顾客情感的心扉，通过情感互动的方式，了解顾客的真实需求以及客观困难，促进这位顾客这一次或者下一次前来消费。

简述之，即“情感互动，和谐营销”。

从销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。xx产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月xx天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，xx就是一个明显的例子。

工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

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！