

最新服装销售团队激励展示方案(通用5篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

服装销售团队激励展示方案篇一

6月17日到6月18日

二、活动目的：

- 1、通过活动刺激亲情消费，提升企业的良好品牌形象；
- 2、拉动消费量，竞争市场份额；
- 3、加大e餐销售量，提高各店的营业创收。

三、活动主题：

心系父亲节□xx一家亲。

四、活动地点：

xxx

五、活动内容：

- 1、活动期间，各店迎宾人员对来店消费的中老年男性送上节日祝福“您好，节日快乐”。

2、活动期间，各店增加播放《报答一生》《父亲》这两首曲目。

3、活动期间，订xxx餐均有好礼相送。

凡电话订餐消费满688元免费赠送xx餐扑克牌4副，凡电话订餐消费满888元免费赠送xxe餐及时送vip会员金卡一张，各店做好登记，财务备存。

4、活动期间各店厨政部推出几款父亲节爱心套餐，价格各店可根据自己的具体情况而定，菜式以健康，营养为主，菜品名体现父爱(参考：感恩之爱、父爱如山、父爱似水、父子情深)。并且主推一道父亲节特色菜品。

5、活动期间到店内消费的客人，单桌消费满800元可获赠免费全家福(10寸塑封)一张，各店做好登记，财务备存。

六、宣传事宜：

2、管理公司企划部于6月16日统一为各店客户发送父亲节祝福短信，“心系父亲节□xx一家亲，多款父亲节爱心套餐温情推出□xx餐饮祝天下所有父亲节日快乐!”。

七、注意事项：

1、各店认真组织员工学习活动方案，根据方案对员工进行相关知识培训；

2、各店活动期间充分做好拍照、洗照工作，增加创收点；

3、积分卡活动、赠券活动与此活动同时进行。

服装销售团队激励展示方案篇二

6月16日是父亲节，是献给父亲的节日，也是男士商品热销的黄金时机，以此为主题开展文化营销活动，可以营造亲情，更好传播xx文化，同时期间也是高考后学生放假购物的黄金时期。

二、活动主题

恩深似海父爱无疆

三、活动时间

6月11日——6月16日

四、活动目标

- 1、男士商品掀夏日热销到，带动全场；
- 2、营造父亲节氛围，体验亲情营销
- 3、全店销售保证增长20%

五、活动内容

快乐父亲节，全场亲情价

全场各卖区对持购男士商品信誉卡的顾客给与一定幅度让利

- 1、尊贵父亲珠宝钟表类，黄铂金全市最低，男士首饰、名表超低折扣。
- 2、帅气父亲化妆品类主推男士防晒护肤产品及夏妆新品，全场满减、赠礼。

3、爱家父亲女装、女鞋各品牌灵活开展折扣、满减、买赠等活动。

4、活力父亲运动类商品夏日新品推荐，户外类功能推荐，中老年运动商品，器材超低折扣。

5、潮流父亲休闲类各品牌灵活开展折扣、满减、买赠等活动。

6、舒心父亲大商电器节日礼品大推荐，小家电手机，数码商品等礼品，现代家电让父亲生活更惬意，赠重磅买赠礼，更有品牌加赠礼、节日特别礼、套购回馈礼等尽情畅享。

7、健康父亲大厦食品、大商超市食品、保健品、烟酒糖茶类作为节日礼品类商品热销。

最爱父亲节，购物双重礼

品牌礼：各卖区各品牌组织各自品牌赠礼，要求新颖、实用、切合品牌特点。

业种礼：各业种推出大力度买赠活动，礼品要结合父亲节活动主题，如啤酒红酒、夏凉用品等。重点烘托亲情，礼品，赠送等级由业种自定，上报营销部。

金榜祝福、学子放价、放飞心灵：

1、全场新款潮服大放价：持学生证至各穿品业种购物，享受折上降0.5到1折的优惠，也可在原折扣基础上加赠品牌好礼。四楼运动、休闲卖区为本次活动重点，商品陈列上要突出时尚青春的气息，针对学生群体开展品牌特惠或新品推荐活动，根据学生出游的特点开展户外用品推广周，折度参考运动风暴。

2、大商电器3c数码大放价□3c数码类商品(手机、电脑、摄

照)要适时推出商品量丰富的低价特卖活动，同时购物即赠品牌礼。

会员活动：

- 1、活动期间持男士用品信誉卡或学生证即可免费办理xx大厦会员卡一张，持卡购物满200元以上赠送会员好礼。
- 2、持男士购物信誉卡或学生证购物满300元以上赠xx旅行社旅游折扣券一张。

特别活动：

- 1、《父爱》店内优秀散文或诗歌或故事展播

播放几篇描写父爱、赞美父亲的优秀散文或诗歌或故事(超短篇)，配合燃情音乐，引起顾客共鸣，开展免费点歌活动，营造亲情气氛。

- 2、孝心系列故事展制作几幅关于孝敬父亲的中国传统小故事带图文，在正门前或店内空场展示，呼唤孝道意识，渲染大厦如家的亲情氛围。

服装销售团队激励展示方案篇三

- 2、城网负责城网区域内数字电视整转的协调工作、机顶盒的安装调试工作、有线电视维护工作。协助市场客服部完成城网区域内数字电视整转及机顶盒销售工作。

- 3、其余各片区负责各自片区的数字电视整转工作、机顶盒销售工作以及机顶盒的安装、调试和有线电视维护工作。

- 4、技维部负责数字电视技术支持工作。

1、数字电视整转根据公司既定整转目标，分时间和区域制订数字电视整转任务。市场客服部及各片区根据任务制订本年度数字电视整转工作。

2、对各个片区的数字电视机顶盒业务实行区域限制政策，即：各片区工作人员只能在各自负责区域内进行机顶盒销售工作，其他片区人员不能随意进入该片区进行机顶盒销售。

3、数字电视整转工作完成情况与机顶盒销售情况单独考核，但考核结果影响各自本月度绩效考核成绩。

4、数字电视机顶盒销售实行区域竞争责任制。该方法首先默认各自片区负责人为该片区整转以及机顶盒销售负责人，如果负责人自认为不能完成整转及机顶盒销售任务则可以申请协助或放弃该区域内机顶盒销售权利；如果通过考核公司认为该负责人不能胜任此项工作也可要求该负责人放弃机顶盒销售权利。

5、对放弃机顶盒销售区域，公司所有员工均可提出申请接管该区域内数字电视整转和机顶盒销售工作。如无员工提出申请，则由市场客服部接手此项工作。

6、无论是否负责本片区内整转及机顶盒销售工作，各片区对数字电视整转工作均应无条件协助。

1、数字电视整转工作及机顶盒销售实行销售提成制，任何完成机顶盒销售任务目标的个人和团队均可获得一定提成奖励，没有完成则没有销售提成。

2、销售提成根据任务完成量多少而变化，完成任务量则获得3%提成，完成1.5倍任务量则获得4%提成，完成2倍及以上则获得5%提成。

3、公司鼓励无销售任务员工通过协商和公司指定区域方式进

行数字电视机顶盒销售和帮助整转工作，无销售任务员工销售机顶盒一律获得3%提成。

4、无销售任务员工积极进行机顶盒销售并取得一定业绩的，公司在年终考核中不得评选为不及格，在评选优秀员工中予以加分。

1、各片区负责人不能完成本片区内整转和机顶盒销售任务的，年终考评不得评优，绩效考核不得及格。

2、通过竞争方式取得本区域内数字电视机顶盒销售的，不能完成机顶盒销售任务的，扣除当年绩效奖励。

3、对于既不能完成数字电视整转和机顶盒销售任务的片区负责人和员工又不积极协助和配合其他人员完成该项任务的，年终考评为不及格。

服装销售团队激励展示方案篇四

激励全员，发挥团队协作优势，冲锋销售，提升毛利

所有门店

全体员工、促销员

20xx年x月18日—20xx年x月21日

分组排名奖励

- 1、门店在活动前每天进行培训以及销售演练；
- 2、办公室支援明细；
- 3、销售pk目标及预算；

4、销售达成奖励；

1)、重点培训员工的销售技巧，利用不同品类、不同形式的促销方式来引导顾客消费，培训员工的主动性、服务意识、关联性商品搭配销售技巧。

2)、每天安排促销员支援促销活动销售，每天销售高峰时段门店全体人员必须投入到卖场销售中，重点是食品、用品、纸品各岗位必须有现场导购人员，值班店经理亲自在卖场做现场人员及其他调配，在没顾客的情况下维护排面陈列及货源的补充工作。

4)、在活动商品缺货的情况下请联系部门负责人等相关人员进行调货，请部门负责人协助货源的协调跟进，商品当天来货必须当天陈列在卖场销售。

2) 监督人员做好相应的定岗定位及货源等相关协调工作，附件是支援、队长、监督员模版。

门店销售3天合计达成保底预算100%以上参与pk奖励，达成率由高到底进行pk评选。

服装销售团队激励展示方案篇五

底薪：试用期3500/月转正4500/每月，资深5500/月

注：根据公司a□b□c类城市对区域督导给与不同的金额补助。
(详情请参与公司的规章制度)

1、销售业绩考核

按月考核(督导：考核900元/季度)附：所辖区域店铺销售指标(年度，季度，月度)。

注：月度考核结束后，奖金予发80%，剩余部分若全年指标完成90以上，则于到年底全部发放，若全年指标完成80%，则发放50%，低于80%将不发放。

2、订货指标出货率考核：

所在区域加盟商在拿取订货货品100%以后。

3、巡店考核：

根据督导工作流程表考核打分，附督导工作流程表

1、连续两个季度未完成所管区域销售计划70%以上的，自动辞职或调离区域。

2、新督导一个月实习期，实习期按固定工资计算，实习期满按工资方案进行。

3、根据工资需要督导应无条件服从公司更项安排，如有临时支持市场任务，经分公司经理同意进行安排。

4、督导每月有四天带薪休息（调休以电话方式直接告知上级为准，否则一经查处给与重罚）。

5、督导严重失职第一次扣除本月50%工资，第二次自动离职。

严重失职范围：

一、巡查店铺时发现问题步及时上报，导致公司利益损失。

二、协助加盟商骗取公司利益。

三、督导本人侵害公司利益。