

门店销售计划表 门店销售个人工作计划(通用6篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理工具。相信许多人会觉得计划很难写？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

门店销售计划表 门店销售个人工作计划篇一

在尚未了解公司的整体战略目标和经营思路的前提，我凭借我自身工作经历实践初步计划从如下几步入手开展我的工作。

第一：基本情况摸底

- 1、基本硬件：店面、样柜、品牌经营权、广告投放
- 2、基础团队：销售、设计、安装、文员、(老板)
- 3、基本制度：工资制度、各种规范性文件

第二：日常管理的规范化和流程优化

(一)店面工作表格化管理

- 1、日常客户来访登记
- 2、日常客户合同登记
- 3、日常客户回访等记
- 4、日常客户投诉与信息反馈登记
- 5、日常店面人员工作交接登记

6、日常店面设计师派单登记

7、日常店面财务登记

8、日常店面人员考勤

(二)形成例会制

1. 通过日、周、月例会总结前一阶段的销售结果，下发和明确今天的目标作任务。

2. 及时传达公司和商场相关文件和通知。

3. 激发员工责任感，完善激励机制，调动店面人员的积极性。

4. 优秀销售案例的分享与总结

(三)加强卖场巡视的督导的作用

1. 主要对商品陈列，卫生清洁，员工形象，人员的服务态度，促销情况检。

2. 调动销售人员的积极性，活跃气氛。

3. 维护卖场环境整洁，及时主动协助导购人员解决消费过程中的问题。

4. 收集顾客建议和意见及时反馈公司。

第三：销售任务管理

(一)：销售目标管理与细化

1、数据分析：历史数据、竞品、同级市场、政策、环境

2、前景预测，全员认可销售目标

3、任务分解：时间分解、店面分解(人员分解)

4、目标激励：通过现有制度进行各类有效激励。

5、方案支持：促销方案、小区团购、广告支持、促销支持

(二)优化自身资源，开拓多渠道，提高门店业绩：

1、开拓顾客购买橱柜渠道市场。(力求对每个渠道可以定制一个目标和推广的方案)

a□提升店面销售的服务意识

操作方向：制定统一的服务标准，引入考核机制。

b□训练店面销售人员的沟通技巧

操作方向：定期开展模拟演练和沟通技巧的培训

c□针对自己对产品卖点进行重新梳理，找寻产品的优点及给客户带来的利益点。

d□对竞品调研与分析。

操作方向：对竞品调研与分析，找准自身品牌真正的经争对象，找寻竞品优缺点，实行有效竞争。。

3、扩大关联产品销售力度

操作方向：实行提高衣柜，电器的配套率来增加销量

4、做好店内vip客户的管理。

操作方向：实行店内vip客户的登记管理，节假日定期回访。

第四：团队培训提升

- 1、产品特点销售话术统一与训练
- 2、销售技巧与问话技巧的沟通与说服力训练。
- 3、竞品分析与标准话术
- 4、关联产品销售标准话术
- 5、电话接听服务标准话术

第五：店面销售过程监控与日常解决问题

(1)负责对店面销售人员，设计人员，业务人员的工作管理、分配与协调。

(2)实行任务细化管理，协助各销售人员达成公司下达的各项销售指标。(4)负责建立店面完善的客户信息档案，督促与监督销售人员跟进、服务好每一个顾客。

(5)负责协助店内人员处理日常顾客的疑问、投诉和店面紧急事务，并视情况及时向上级征求处理意见和汇报处理结果。

(6)负责通过各种渠道收集与整理竞争品牌和异业合作品牌的相关促销信息、其他动态信息等。

门店销售计划表 门店销售个人工作计划篇二

我们连锁店xxxx年前三季度销售总额为xxx万元，毛利为xx万元，占销售额的xx%[]全面完成了公司下达的销售工作任务，完成任务率为xx%[]取得了良好的业务经营成绩。

1、加强思想教育，提高员工凝聚力

我们连锁店切实加强思想政治工作，对员工开展思想教育，培养员工的工作责任心与感恩心。通过开展思想工作，使每个员工树立正确的世界观、人生观和价值观，提高思想政治觉悟，热爱企业，热爱工作岗位，做到心往一处想，劲往一处使，增强执行力，提高工作效率和工作质量，确保完成公司下达的销售工作任务。

2、开展业务培训，提高员工业务水平

要做好连锁店销售工作，扩大食品、百货商品销售量，增加经济效益，员工业务水平是关键。为此，我们连锁店加强对员工的业务培训，通过会议、座谈等方式学习各类业务知识，使员工懂得食品百货商品知识，能够回答顾客的询问，让顾客放心购买我们连锁店的商品；使员工把连锁店食品、百货商品摆放得整齐美观，让顾客挑选方便，增加食品、百货商品销售量；使员工改进服务态度，热情接待顾客，耐心细致回答顾客提出的问题，营造温馨和谐的气氛，促进食品、百货商品销售。

3、开展促销活动，努力增加百货商品销量

增加食品、百货商品销量，是创造经济效益的关键。xxxx年前三季度，针对竞争激烈食品、百货商品市场，我们连锁店加强对顾客购货心理的了解，想办法，定方案，积极开展促销活动。在促销活动中，制定工作措施和激励方案，落实到实际工作中，增强员工的工作积极性，促销活动取得了较好的成绩，为完成xxxx年前三季度销售工作任务，起到积极的作用。xxxx年前三季度共开展x次促销活动，分别为xxx活动、xxx活动等。

1、市场竞争环境更加激烈，生意越来越难做

我们连锁店旁边批发市场多，新超市不断的增加，使得市场竞争环境更加激烈，有限的顾客不断被分流，生意越来越难做。

2、促销活动受限制，扩大百货商品销量有困难

促销活动是扩大食品、百货商品销量的一个重要举措和有力手段，但是受城市管理的影响，不允许我们搞场外活动，而店内促销达不到一定的效果，这给我们连锁店扩大食品、百货商品销量带来实际困难。

总而言之，我们连锁店各项工作是靠员工做的，没有一支稳定的员工队伍，要扩大食品、百货商品销量，增加经济效益是困难的。我们连锁店员工队伍不够稳定，具体表现为：一是员工流失率过高，部分员工入职时间不长对业务熟悉后又辞职，造成新员工多，对业务不熟悉，影响业务的开展。二是员工薪酬不高，服务态度不够好。因为薪酬不高，员工惰性强，工作积极性不高，防损意识不强，收银员的服务态度不好，没有按照“五唱”要求去做，部分营业员和导购服务态度有时候不好，都给工作的正常发展，带来一定的困难。

由于平时店里工作繁忙，日常事务多，化去了店里领导大部分时间和精力，很少有时间能静下心来，考虑管理情况，以致店里管理不够精细化，防损把关不严格，没有认真去做，一定程度上影响了店内各项工作的发展。

1、加强思想工作，稳定员工队伍

我们连锁店要进一步加强思想政治工作，针对员工的思想问题进行教育，帮助员工解开思想疙瘩，提高员工的政治思想觉悟，热爱企业，热爱工作岗位。同时加强对员工的关爱，通过扩大食品、百货商品销量，提高员工待遇。通过以上工作，稳定员工队伍，促进连锁店销售工作发展。

2、抓好自身建设，提高服务水平和质量

我们连锁店要努力按照业务精、善经营的复合型高素质的要求对待自己，加强业务知识学习，全面提高业务和管理素质，实现日常管理规范化和精细化，做好食品、百货商品防损工作，减少经济损失，增加经济效益。要加强对员工的业务培训，增加员工的业务知识，熟悉食品、百货商品经营。要改进和提高服务态度，热情、礼貌、文明接待顾客，营造良好销售环境，提高食品、百货商品销量，增加经济效益。

3、加强促销活动，扩大百货商品销量

我们要在促销活动中，动脑筋想办法，利用第四季度的销售旺季，多开展一些促销活动，要营造浓厚的促销声势，运用各类促销措施，增强对顾客的吸引力和购买欲望，使促销收到良好成效，为完成全年目标销售任务，奠定坚实基础。

我们连锁店要在完成前三季度销售任务的基础上，再接再厉，加强学习，深化管理，以求真务实的工作作风，以创新发展的工作思路，奋发努力，攻坚克难，把第四季度工作提高到一个新的水平，创造良好成绩，为公司的健康持续发展做出应有的努力与贡献。

门店销售计划表 门店销售个人工作计划篇三

361° 专卖店店铺面积要求不低于60平米，招牌有固定的颜色规格给消费者以直观的第一印象。卖场内装潢陈列符合良好的通路规则使消费者在店内可以轻快的选购，橱窗、出入口以运动性的装饰品点缀彰显361° 独特的运动风格。无锡商业职业技术学院里的361° 店面主要分为两个小的区域，东边的区域较大，主要是女式运动服和男式运动鞋；中间贴墙放置的是女士运动鞋；西边的区域较小，主要是男式运动服。361° 又是我们学校的校企合作，学校给予了很多关注和支持，让361° 的生存有了更大的保障。在无锡商业职业技术

内，除361°之外没有其他的运动品牌专卖店，所以竞争压力小，可发展空间大。

位置分析

361° 门店地处我校新创业园，占地面积大，地处位置优越，客流量大。

环境分析

(1) 地面不是很干净，店员打扫的时间是上午一上班和晚上下班时候。但有时一整天都不打扫。

(2) 灯光：灯光效果还是可以，因为店里外面都是开着的，能清楚的看到每一样货品。

(3) 音乐：音乐的播放频率比较高，一般从开店到结束，那段时间都是播放的，而且用的是音响，声音很大，能吸引到顾客，但是播放的音乐大部分都是店员自己喜欢的音乐，很少播放361°的多一度热爱的音乐。

(4) 招牌：招牌比较旧，有些地方都已经烂了。广告：没有在店门口贴广告信息。

(5) 通道：店面不是很小，所以店里通道还是比较宽敞的。

(6) 顾客休息室：鞋子区域有顾客坐的地方，但是在衣服区域就没有了，试衣间的地方比较小。

我们361° 校中店针对的消费人群主要是商院的学生，教职员以及周边学校的学生和教职工。人数众多，消费群体庞大，有一定的购买欲望和购买能力。361° 校中店地处北小门，人流量最大。在校的大学生偏多，年轻一族，运动量大，对运动用品的要求也高。大学生的文化程度比较高，对品牌的认

可度也很高。我校共有学生13000，男女比例为3：7，应多多重视女款。因为面向的是学生群体，所以校园内部的361°价格相对于校外而言便宜了很多，很容易吸引学生消费。因为商院内部男士鞋店较少，而运动鞋、篮球鞋对于男生来说又是必需品，所以在校内开这样一家运动品牌店可以培养一批固定的顾客群，同时可以培养很多的商院男生成为361°的忠实消费者。作为校企联盟的企业，所以361°很容易深入人心，得到学生的关注。

在我校大学生主要以时尚舒适休闲的风格为主，所以我们361°的产品应趋于休闲，得赶得上潮流，当代大学生消费趋于品牌化，361°应提升自己品牌知名度和名誉度，更为大学生接受。

目前我们361°对于客户资料收集与管理有很大的缺陷，基本上没有客户资料，对此我们做出了整改，每位购买本店商品的顾客，都要留下自己的联系方式，以便我店有活动更好的进行通知，也会给顾客带来更好的印象，让他们觉得他们是受到我们关注的顾客，在店面里最好有顾客意见簿，让顾客对我们的产品和服务进行评价打分，给出建议。

1、主要产品品类

361° 门店主要产品品类表

品种

服装类

裤类

鞋类

运动服

卫衣

风衣

夹克

t恤

各式运动裤

针织长裤

卫裤

篮球鞋

运动鞋

跑鞋

板鞋

2、产品价格

361° 的鞋分为男，女两款，男款鞋子有40—44码，女款鞋子有36—39码。361° 的女款鞋子一般为100元左右，男款鞋子为120元左右。而各类衣服价格区间在100—300元不等。新品衣服的促销折扣价为一件8.8折，两件7.5折。袜子是均码，男袜为19元一双，女袜为16元一双。额外还卖帽子、小背包、篮球。

3、分析总结

(1) 361° 产品款式主要为运动型，缺乏时尚潮流感，产品单一缺乏吸引力。

(2) 产品更新速度过慢，要随时掌握潮流动向，让更新的产品尽量符合大学生的喜好。

(3) 价格方面可以促销活动为理由稍微调整一下，相对于普通大学生月生活费，部分361°产品服装单价偏高，导致部分消费群体减少。

361° 校内竞争者分析表

门店优劣势

361° 校园门店

校内竞争者（锐动体育）

优势

- 1、有品牌、美誉度
- 2、有三包
- 3、有质量
- 4、舒适度高
- 5、价格低
- 6、地理位置优越
- 7、人流量大

劣势

- 1、价格较高

2、距离女生宿舍较远

3、无品牌

4、质量没保障

优势

(1) 产品质量好。

(2) 知名度高。

(2) 竞争压力小，可发展空间大。（在无锡商业职业技术内，除361°之外没有其他运动品牌专卖店。再加上现在的学生都偏向于购买品牌产品，所以361°在校园里具有很大的发展优势）。

(3) 地理位置优势，处在校门口，便于接触校外人员，增加校外人流量，发展校外客户。

劣势

(1) 旧款居多。（因为是校园内部折扣店，所以361°里面的产品很多是旧款，对于追求新款的学生来说，可能吸引力不是太大。

(2) 宣传力度不够。

(3) 离女生宿舍较远，导致女性消费者人群偏少。

(4) 产品更新比较慢。

机会

(1) 全民健身的热潮已经向我们扑来。近年来，电视节目

的全民参与运动使运动越来越受到人们的重视，为人们创造一种能满足他们对运动的追捧，同时用服装来证明自己热爱健身、热爱运动。

(2) 校园内部经常会有运动会、篮球会，361°可以提供赞助，这样可以让更多的人知道361°并且了解其产品。

门店销售计划表 门店销售个人工作计划篇四

(一) 细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。2012年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量；要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。

要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。2012年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理；每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，

电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。

同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三) 加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩

大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四) 抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养xx部门人才

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五) 强化流程管理，提高风险控制水平

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监

督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

门店销售计划表 门店销售个人工作计划篇五

为做好店面管理日常工作，在尚未了解公司的整体战略目标和经营思路的前提，我凭借我自身工作经历实践初步计划从如下几步入手开展我的工作。

- 1、基本硬件：店面、样柜、品牌经营权、广告投放
- 2、基础团队：销售、设计、安装、文员、（老板）
- 3、基本制度：工资制度、各种规范性文件。

（一）、店面工作表格化管理

- 1、 日常客户来访登记
- 2、 日常客户合同登记
- 3、 日常客户回访等记
- 4、 日常客户投诉与信息反馈登记
- 5、 日常店面人员工作交接登记
- 6、 日常店面设计师派单登记
- 7、 日常店面财务登记
- 8、 日常店面人员考勤

（二）、 形成例会制

1. 通过日、周、月例会总结前一阶段的销售结果，下发和明确今天的目标作任务。
2. 及时传达公司和商场相关文件和通知。
3. 激发员工责任感，完善激励机制，调动店面人员的积极性。
4. 优秀销售案例的分享与总结

（三）、加强卖场巡视的督导的作用

1. 主要对商品陈列，卫生清洁，员工形象，人员的服务态度，促销情况检。
2. 调动销售人员的积极性，活跃气氛。
3. 维护卖场环境整洁，及时主动协助导购人员解决消费过程中的问题。
4. 收集顾客建议和意见及时反馈公司。

（一）：销售目标管理与细化

- 1、数据分析：历史数据、竞品、同级市场、政策、环境
- 2、前景预测，全员认可销售目标
- 3、任务分解：时间分解、店面分解（人员分解）
- 4、目标激励：通过现有制度进行各类有效激励。
- 5、方案支持：促销方案、小区团购、广告支持、促销支持

（二）、优化自身资源，开拓多渠道，提高门店业绩：

1、开拓顾客购买橱柜渠道市场。（力求对每个渠道可以定制一个目标和

推广的方案） 顾客购买厨柜衣柜的渠道。

2、提升现有团队的服务和技巧提高店面的成交率

a□提升店面销售的服务意识

操作方向：制定统一的服务标准，引入考核机制。

b□训练店面销售人员的沟通技巧

操作方向：定期开展模拟演练和沟通技巧的培训

c□针对自己对产品卖点进行重新梳理，找寻产品的优点及给客户带来的利益点。

d□对竞品调研与分析。

操作方向：对竞品调研与分析，找准自身品牌真正的经争对象，找寻竞品优缺点，实行有效竞争。。

3、扩大关联产品销售力度

操作方向：实行提高衣柜，电器的配套率来增加销量

4、做好店内vip客户的管理。

操作方向：实行店内vip客户的登记管理，节假日定期回访。

1. 产品特点销售话术统一与训练

2. 销售技巧与问话技巧的沟通与说服力训练。

3、竞品分析与标准话术

4、关联产品销售标准话术

5、电话接听服务标准话术

(1) 负责对店面销售人员，设计人员，业务人员的工作管理、分配与协调。

(2) 实行任务精细化管理，协助各销售人员达成公司下达的各项销售指标。

(4) 负责建立店面完善的客户信息档案，督促与监督销售人员跟进、服务好每一个顾客。

(5) 负责协助店内人员处理日常顾客的疑问、投诉和店面紧急事务，并视情况及时向上级征求处理意见和汇报处理结果。

(6) 负责通过各种渠道收集与整理竞争品牌和异业合作品牌的相关促销信息、其他动态信息等。

门店销售计划表 门店销售个人工作计划篇六

一. 早会——仪容仪表检查，开心分享工作心得及服务技巧，昨日业绩分析并制定今日目标，公司文件通知传达。

二. 在销售过程中尽量留下顾客的详细资料，资料中应详细记载顾客的电话、生日和所穿尺码。

可以以办理贵宾卡的形式收集顾客资料，并达成宣传品牌，促成再次购买的目的，店内到新款后及时通知老顾客(但要选择适当的时间段，尽量避免打扰顾客的工作和休息)，既是对老顾客的尊重也达到促销的目的，在做好老顾客维护的基础上发展新顾客。

三. 和导购一起熟知店内货品的库存明细,以便更准确的向顾客推荐店内货品(有些导购因为不熟悉库存情况从而像顾客推荐了没有顾客适合的号码的货品造成销售失败)。

及时与领导沟通不冲及调配货源。

四. 做好货品搭配,橱窗和宣传品及时更新,定时调场,保证货品不是因为卖场摆放位置的原因而滞销。

指导导购做好店内滞销品和断码产品的适时推荐,并与领导沟通滞销货品的具体情况以便公司及时的采取相应的促销方案。

五. 调节卖场气氛,适当的鼓励员工,让每位员工充满自信,积极愉快的投入到工作中。

团结才是做好销售工作的基础。

六. 导购是品牌与消费者沟通的桥梁,也是品牌的形象大使,从店长和导购自身形象抓起,统一工作服装,时刻保持良好的工作状态,深入了解公司的经营理念以及品牌文化,加强面料、制作工艺、穿着保养等专业知识,了解一定的颜色及款式搭配。

最主要的`是要不断的提高导购的销售技巧,同事之间互教互学,取长补短。

七. 做好与店员的沟通,对有困难的店员即使给予帮助和关心,使其更专心的投入工作。

做到公平公正,各项工作起到带头作用。

八. 工作之余带领大家熟悉一些高档男装及男士饰品(如:手表、手包、皮鞋、男士香水、)甚至男士奢侈品品

牌(如lv、zeina、armani、hugo boss等)的相关知识,这样与顾客交流时会有更多的切入点,更大程度的赢得顾客的信赖。

作为一名店长我深感到责任的重大,多年来的工作经验,让我明白了这样一个道理:对于一个经济效益好的零售店来说,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。

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。

- 1.门店销售求职简历范文
- 2.门店销售人员个人总结
- 3.门店销售人员的个人工作总结
- 4.门店转让合同
- 5.个人提升工作计划
- 6.门店租赁合同
- 7.门店活动广播稿