

服装销售报告总结 服装服装销售总结

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

服装销售报告总结 服装服装销售总结篇一

通过实习，我们要努力提高动手的能力，在实践的过程中发现其不足，然后去反馈到学习中去，会更能提升自己的能力。销售服装是一门当面与顾客打交道的学科!它要求极强的表达能力及反映能力，所接触的顾客是包罗万象的，需要你擅变!而且需要技巧性!如何才能把衣服卖出去!要求价钱赚的，数量最多，顾客达到满意!

到服装店实习主要是为了锻炼自己的表达能力，应变能力及销售产品能力!向那些老员工学习经验。

一、实习内容

销售服装的实习内容主要有以下几个方面:

- 1、实地销售: 只有进行实地实践, 才能学到销售服装的经验, 表达和应变能力! 还有让顾客满意而归!
- 2、总结经验: 短短的实习中, 把每天销售后的经验教训记录下来, 从中吸取不足, 发扬自己的长处, 完善自己! 如此来提高自己的销售业绩。
- 3、学习管理: 到服装店不仅要学习直接的销售产品, 也要学习服装店是如何管理员工及安排任务的! 从而扩展思维, 学习

企业的管理系统。

二、实习收获

在短短的实习期内，通过与顾客的直接接触，真正的锻炼自己的表达能力，提高了自己的应变能力，锻炼了心理素质。介绍服装自如，现场处理灵活，通过对自己经验教训的总结，提高了销售业绩，学习了书本学不到的经验!在管理方面也有所收获!

通过这次实习，自己的社会实践能力大大地提高了，适应社会的能力强了，语言运用能力增强了，真正跨出了，走好了市场营销道路上的第一步。

三、实习中存在的主要问题

以上是我的实习工作总结，通过实习发现，自己还存在着不少问题，包括文化知识的欠缺，真是“书到用时方恨少”。学习涉及的面太窄，学到的知识太单一，没有形成一个很好的体系。联系实际的能力太差，将学到的知识不能运用到实践中去，没有一个知识储备体系，用到哪学到哪。而且应变能力较差，不能果断处理问题。在今后的学习中还需要在各方面去提高自己的各方面的能力，尽可能完善自己。

实习，是非常重要的第一步，在实习中提升能力，在实习中学习都是非常关键的，抓好实习，是关键，迈好这一步，是步步高的前提。好的开头是成功的一半。

服装销售报告总结 服装服装销售总结篇二

乙方:

第二条 定货、交货及验收

1、定货日期为本合同签订之日。

5、付款方式；签订合同时，乙方向甲方交付：

(2) 预付款_____元。

(3) _____(付款条款)

6、验收方式：甲方向乙方说明电脑的配置，核对电脑配件品牌、型号和编号，开箱检验，正确调试，保证商品符合产品使用说明明示的配置和产品的质量状况，经乙方确认，当面向乙方交验商品，并介绍产品的使用、维护和保养方法以及三包方式，明示三包有效期，提供三包凭证、有效发货票、产品（选配件）合格证和使用说明。

第三条 质保规定

1、甲方对其所配置的电脑产品各选配件，按生产商提供的质保期为准，向乙方提供质保服务。

2、整机三包有效期内出现质量问题，甲方负责在 日内免费维护、修理，并保证修理后的商品能正常使用30天以上，主要部件三包有效期内出现故障，甲方负责在 日内免费修理或免费更换新的主要部件（包括工时费和材料费）。

3、自售出之日起7天内，售出的计算机整机或配件出现性能故障时，乙方可选择退货、换货或修理，乙方要求退货时，甲方负责免费为乙方退货，并按发货票价格一次退清货款。

4、自售出之日起第8日至第15日内，售出的计算机整机或配件出现性能故障时，乙方可选择换货或修理。乙方要求换货时，甲方负责 日内为乙方调换新的同型号同规格商品；同型号同规格商品停产时，负责调换新的不低于原产品性能的同品牌商品，部件差价由乙方负担。

5、整机三包有效期内，主机、外设商品出现性能故障，经两次维修，仍不能正常使用的，凭修理记录，甲方负责在 日内免费为乙方调换新的同型号同规格商品；同型号同规格商品停产的，调换新的不低于原产品性能的同品牌商品。若甲方既无同型号同规格商品，又无不低于原产品性能的同品牌商品的，乙方要求退货时，甲方负责免费为乙方退货，并按发货票价格一次退清货款。

6、整机三包有效期内，主机、外设商品出现性能故障，符合上述换货条件的，乙方若不愿意换货而要求退货的，甲方负责退货，并按日折旧率0.25%的标准收取折旧费。

7、在三包有效期内，选购件出现性能故障，甲方负责在 日内为乙方免费调换新的选购件。选购件更好两次后仍不能正常使用的，甲方负责免费为乙方退货，并按发货票价格一次退清货款。

8、在三包有效期内，乙方凭发货票和三包凭证办理修理、换货、退货。如乙方丢失发货票和三包凭证，但能够证明该产品在三包有效期内，甲方负责修理、更换。

第四条 属下列情况之一的，甲方不实行三包：

- 1、超过三包有效期的；
- 2、未按三包使用说明的要求使用、维护、保管而造成损坏的；
- 3、非承担三包的一方拆动造成损坏的；
- 5、擅自涂改三包凭证的；
- 6、三包凭证上的产品型号或编号与商品实物不相符合的；
- 7、使用盗版软件造成损坏的；

- 8、使用过程中感染病毒造成损坏的；
- 9、无厂名、厂址、生产日期、产品合格证的；
- 10、因不可抗力造成损坏的。

第五条 在接受硬件维护前，乙方自行备份保存在硬盘中的主要数据资料，否则在硬件维护中因此而导致的数据丢失，甲方不负有责任。

第六条 甲方为乙方提供自售机之日起 年内城区用户免费上门硬件维修服务，实行 小时内响应，乙方如需软件上门服务，按每台 元/次收取服务费，软件由乙方提供。

第七条 质保期外，甲方提供有偿跟踪服务，服务费按每台机元/次收取。

第八条 违约责任

- 1、除不可抗力外，甲方未按时交货，则每日按合同总价款的向乙方支付违约金。
- 2、除不可抗力外，乙方付款逾期，则每日按合同总价款的向甲方支付违约金。
- 3、甲方未在约定时间内修理、更换或退货，应付 违约责任。

第九条 甲、乙双方确因不可抗力的原因，不能履行本合同时，应及时通知对方，并说明相关理由。

第十条 本合同所订一切条款，甲、乙任何一方不得擅自变更、修改或解除，如一方单独变更、修改或解除，对方有权拒绝，并可要求变更、修改或解除合同的一方承担由此造成的一切损失。

1、提交 仲裁委员会仲裁；

2、依法向人民法院起诉。

第十二条 本合同自双方签字之日起生效，本合同在执行期间如有未尽事宜，由甲、乙双方协商，另订附则附于本合同之内，其在法律上与本合同享有同等效力。

第十三条 本合同一式 份，甲、乙双方各执正本一份、副本份。

甲方

____年____月____日

乙方

____年____月____日

服装销售报告总结 服装服装销售总结篇三

1) 甲方同意将_____品牌女装在_____经销权授予乙方。

2) 乙方不得擅自转让，乙方未经甲方授权同意不得跨越权限范围以外的地方销售_____品牌女装，甲方也不能在同地区授权他人经销同品牌产品。

2) 甲乙双方于本合同到期时，乙方不再续签：依据本合同之第八款规定办理，在乙方无任何违约责任前提下，将无息退还乙方保证金，时间为30天。余款处理：以当季等值货品相抵之办法办理。

1) 负责设计，提供装修图纸（设计费用以每平方

米_____元计算)。

2) 甲方有义务协助乙方为其营业人员安排培训指导，相关费用由乙方承担。

1) 装修：根据甲方提供设计方案及陈列规划，定制道具，对店铺或柜位进行全方位的装潢，并达到我方的要求（拍成相片快递至甲方公司），费用乙方负责。

2) 通讯：乙方必须提供给甲方详细的通讯地址，本人身份证复印件，电话，传真，联系人，并提供专卖店与专柜的具体详细地址与联络电话。

3) 有效证明：乙方必须提供甲方有效的营业执照，税务登记证明复印件。乙方经营地必须悬挂标示_____品牌于明显位置。乙方店铺内不得销售其他品牌服饰。

4) 每星期一乙方应将上个星期的销售情况报表传真至甲方，以便甲方了解市场信息销售动态。

5) 乙方销售须依照甲方商品之牌价为基准，不得更换或涂改甲方商品之标示牌标签。

1) 乙方要求出货与追加，必须款到发货，由甲方协助代为发货。甲方有权不接受电话等其他形式的口头追加或不符合要求的追加单，追加有效期为：公司接到追加单之日起，二十天内有效，如需延长在截止日中指明。

含税价格)。

款汇到签约代表的帐号上。

户名：

帐号：

1) 质量问题：乙方收货后，如发现质量问题，以传真格式三天内通知公司业务部，如当时不通知则视为正品，如有损坏公司概不负责。并在10天内返回（日期以收发货品的包裹票为准），甲方应予无条件换货。

2) 串号问题：乙方收货后在三天内提出异议，逾期甲方有权不受理。

3) 退换：乙方可以在合同约定的退还率内调货（在非质量原因前提下，每季同款，同色，同码累积不得超过5件）。期限一个月（日期以收发货品的包裹票为准）返回的货品必须完好无损（含吊牌）无污渍，不影响货品的再销售否则甲方有权不受理。

1) 甲乙双方必须严格遵守合同中的每一条款，如任何一方违约，则违约方必须赔付另一方保证金的全额作为违约款。

2) 除合同中有关合同终止条款外，任何一方若无正当理由而任意终止合同时，则违约方得向另一方支付保证金款的全额违约金。

乙方如有下述条件之一者，甲方有权解除本合同：

1) 乙方于经营期中，有损甲方名誉，信用与经济等行为者。

2) 乙方未经甲方同意，擅自跨区域经营。

3) 乙方因经营不善，导致歇业，停业，合并与转让等行为者。

4) 合同期届满或甲乙任何一方提出希望中止本合同，必须提前一个月以书面形式通知另一方。

1) 本合同未尽事宜，由甲乙双方协商解决。

2) 本合同如涉及诉讼，双方同意以甲方所在地人民法院作为

第一管辖法院审理。

甲方：_____

乙方：_____

代理人：_____

地址：_____

电话：_____

电话：_____

_____年_____月_____日

服装销售报告总结 服装服装销售总结篇四

只有找到销售致胜的关键, 服装销售人员才能够有的放矢. 下面小编整理有关服装销售总结范文, 希望对大家有所帮助!

- 1、要让员工调整好积极乐观的心态, 相信并且做到, 而不是每天抱怨! 因为抱怨就是在向自己吐口水! 强调正能量。
- 2、让店长和导购员清楚自己的角色定位和岗位职责, 店长不是超级卖手, 而应该做到成为真正的管理者, 英雄退位, 团队进位! 店长需要打造精英团队! 要做到招之即来, 来之能战、战之必胜。
3. 要做到每天营业前、营业中和营业后的部署。

了解目标! 并分析达成, 要开好晨会! 知道淡场和旺场应该怎

么做并认真执行，分享总结！

4、要让员工充分了解店铺货品情况，畅销和滞销款！做好主推款的陈列，了解黄金陈列点的产出比并及时做出陈列调整。

除去上述几点概述之外，还需要对以下具体工作做到实时关心：

一、总销售额

1. 店长是否有订每日、每时段目标？
2. 是否利用时段会议对目标进行跟进？
3. 是否对时段目标未达成的原因进行分析？
4. 是否在时段会议上给员工足够的方法，让员工达成？
5. 是否通过每周的分析找到管理需要完善的地方？
6. 是否为目标达成确定方案？

二、畅销品

1. 每周找出畅销品了没有？
2. 畅销品的库存够吗？
3. 员工清楚畅销品的库存吗？
4. 管理者分析过商品形成畅销的原因吗？
5. 畅销品有替代品吗？
6. 是否教会员工搭配畅销品与其它货品出样(如滞销品)。

三、滞销品

1. 每周找出滞销品了吗？
2. 对滞销品是否加强了重视，如调整陈列等。
3. 是否对滞销品定每人每日销售目标，让员工重视？
4. 数量及金额占比最大的滞销品搭配其它出样了吗？(如畅销品)
5. 是否教员工滞销品的卖点呢？

四、人效

1. 是否通过游戏激发员工的积极性？
2. 是否经常训练员工的专业技能？
3. 是否了解员工的强弱项？
4. 排班时是否强弱搭配？

五、平效

1. 橱窗及模特是否经常陈列低价位货品？
2. 同事是否一直在卖便宜货品？
3. 是否教导员工主推商品卖点？
4. 客流高的店铺空间商品卖得好吗？

六、连带率

1. 每天计算过连带率了吗?
2. 是否为员工定每日连带率目标?
3. 是否经常训练商品的款式及色彩配搭能力?
4. 是否跟进员工拿一套以上的衣服给顾客试穿?
5. 对员工的连带率是否进行训练?

七、客单价&平均件单价

1. 是否教导员工高附加值商品的卖点?
2. 是否教员工如何回应价格高的异议?
3. 高附加值商品是否特殊陈列?

八、分类别货品的销售额

1. 是否通过报表分析货品的销售额?
2. 对不好销的类别是否加强推动?

对于回答生意差的常见解答:

- 1天气太冷;
- 2天气太热;
- 3天气不好(下雨下雪);
- 4客流少、进店率少;
- 5试衣率低;

6成交率低;

7没活动;

8活动力度不大, 不吸引客人;

9员工状态不佳;

10员工销售技巧不够;

当我们看到这些字眼儿是不是好眼熟?

当然以上一定会影响生意, 但它们只是结果, 没有方法, 所以这些不是原因, 真正的原因是我们没有对应生意的方法。

以上内容我们真的不可控吗?当然不是。

关于真正提高生意的方法, 必须要实时做出检讨:

1: 天气恶劣。

2: 进店率低, 与竞品差距大。

给自己二十分钟, 走出店铺, 进入竞品店, 看看客人在买什么?再看看逛街的客人都穿什么?最后回到自己店铺门口, 看看我们的主打货品是否是客人需求的?如果不是, 就要立即调整。

如果是, 客人就一定会进店。

3: 试衣率低, 成交率低, 购买力差。

4: 对比同期跌幅大。

5: 调整之后生意与理想差距还是未达理想。

6: 做到以上五点生意就会好了吗?答案是会的。

只是我们要做到更好，所以细节关注也很重要，如目标拆分、人员班次、忙时部署、闲时安排、货品管理、仓库管理、时段目标追踪等等等等…这些大家都会，但是只有用上了，才是真的会。

7: 以上方法都用了，生意还是不好。

怎么可能?都用了，生意不会不好，只是除了要依葫芦画瓢，更要看用心多少?多用多少心，多用多少脑，生意就会翻倍的回报你!

8: 计划很重要，执行更重要。

做再漂亮的计划，不去执行，等于零。

1. 明确的目标

成功的业务人员首先要有明确的目标。

明确的目标通常包括：确定每天要拜访的顾客，找出所需要的顾客属于哪一个阶层，即找到潜在顾客。

顾客目标群定位的错误，会使服装销售人员浪费很多时间，却一无所获。

此外，服装销售人员需要知道如何接近潜在顾客，充分了解顾客喜好，常常能给顾客留下最好的印象，而且在最短的时间之内说服顾客购买产品。

优秀的服装销售人员都有执行计划，其内容包括：应该拜访的目标群，最佳拜访时间、贴近顾客的方法，甚至提供推销的解说技巧和推销的解决方案，帮助顾客解除疑虑，让其快

速做决定购买产品。

2. 健康的身心

心理学家的研究证明，第一印象非常重要。

由于推销工作的特殊性，顾客不可能有充足的时间来发现服装销售人员的内在美。

因此，服装销售人员首先要做到的是具有健康的身体，给顾客以充满活力的`印象。

这样，才能使顾客有交流的意愿。

3. 开发顾客能力强

优秀的服装销售人员都具有极强的开发客户能力。

只有找到合适的顾客，服装销售人员才能获得销售的成功。

优秀的服装销售人员不仅能很好地定位顾客群，还必须有很强的开发顾客的能力。

4. 强烈的自信

自信是成功人员必备的特点，成功的服装销售人员自然也不例外。

只有充满强烈的自信，服装销售人员才会认为自己一定会成功。

心理学家研究得出，人心里怎么想，事情就常常容易按照所想象的方向发展。

当持有相信自己能够接近并说服顾客、能够满载而归的观念

时，服装销售人员拜访顾客时，就不会担忧和恐惧。

成功的服装销售人员的人际交往能力特别强，服装销售人员只有充满自信才能够赢得顾客的信赖，才会产生与顾客交流的欲望。

5. 专业知识强

销售致胜关键的第五个要素是极强的专业知识。

优秀的服装销售人员对产品的专业知识比一般的业务人员强得多。

针对相同的问题，一般的业务人员可能需要查阅资料后才能回答，而成功的服装销售人员则能立刻对答如流，在最短的时间内给出满意的答复。

即优秀的服装销售人员在专业知识的学习方面永远优于一般的服装销售人员。

6. 找出顾客需求

快速找出顾客的需求是销售致胜的第六个关键要素。

即便是相同的产品，不同的顾客需求不同，其对产品的诉求点并不相同。

优秀的服装销售人员能够迅速、精确地找出不同顾客的购买需求，从而赢得订单。

7. 解说技巧

此外，服装销售人员优秀的解说技巧也是成功的关键。

优秀的业务人员在做商品说明解说时，善于运用简报的技巧，

言简意赅，准确地提供客户想知道的信息，而且能够精准地回答顾客的问题，满足顾客希望的答案。

8. 擅长处理反对意见

善长处理反对意见，转化反对意见为产品的卖点是致胜关键的第八个要素。

优秀的服装销售人员抢先与顾客成交永远快于一般服装销售人员。

销售市场的竞争非常强烈，顾客往往会有多种选择，这就给服装销售人员带来很大的压力。

要抓住顾客，业务人员就需要善于处理客户的反对意见，抓住顾客的购买信号，让顾客能够轻松愉快地签下订单。

9. 善于跟踪客户

在开发新顾客的同时，与老顾客保持经常的联系，是服装销售人员成功的关键之一。

服装销售人员能够持续不断地大量创造高额业绩，需要让顾客买的更多，这就需要服装销售人员能做到最完善的使顾客满意的管理。

成功的服装销售人员需要经常联系顾客，让顾客精神上获得很高的满意度。

10. 收款能力强

极强的收款能力也是销售成功的致胜关键之一，否则就会功亏一篑。

优秀的业务人员在处理收款问题时，能比普通服装销售人员

更快地收回货款。

遇到顾客交款推托时(推卸责任,找各种借口或者拉交情的手段来延迟交款),优秀的业务人员能有办法让顾客快速地付钱。

把握销售致胜的10个关键要素,进行模仿、学习,将其强化为自身的习惯,服装销售人员才能够获得不断的成功,取得越来越好的业绩。

统一的门户设计、赏心悦目的购物环境赢得了现代人的认可。

通过这种模式的经营,既扩大了品牌的影响力又提高了销售额。

金峰基本情况:辖区面积29.88平方公里,常住人口7.2万人。

xx年晋升为福州市超一流经济强镇□xx全镇工业总产值近59亿元,上缴税收近9000万元。

草根工业”发源地,福州市超一流经济强镇。

xx年完成工业总产值55.86亿元;农业总产值13265万元,财政收入7523万元;农民人均纯收入7500元。

商贸业发达,现有各类商业网点3500多家,消费人群近30万人,日客流量5万人,社会消费品日销售额达700万元。

主要有化纤、棉纺、纬编、经编、机织、染整等6大项。

目前,正全力打造空港工业区金峰园区,正大力进行旧城改造和市政新区建设,旧城改造总规划面积700亩,首期42亩已进入建设阶段。

服装销售报告总结 服装服装销售总结篇五

乙方：_____

一、代理地区经营权限

1) 甲方同意将_____品牌女装在_____经销权授予乙方。

2) 乙方不得擅自转让，乙方未经甲方授权同意不得跨越权限范围以外的地方销售_____品牌女装，甲方也不能在同地区授权他人经销同品牌产品。

二、保证金(代理金)

2) 甲乙双方于本合同到期时，乙方不再续签：依据本合同之第八款规定办理，在乙方无任何违约责任前提下，将无息退还乙方保证金，时间为30天。余款处理：以当季等值货品相抵之办法办理。

三、甲方责任

1) 负责设计，提供装修图纸(设计费用以每平方米_____元计算)

2) 甲方有义务协助乙方为其营业人员安排培训指导，相关费用由乙方承担。

四、乙方责任

1) 装修：根据甲方提供设计方案及陈列规划，定制道具，对店铺或柜位进行全方位的装潢，并达到我方的要求(拍成相片快递至甲方公司)，费用乙方负责。

2) 通讯：乙方必须提供给甲方详细的通讯地址，本人身份证复印件，电话，传真，联系人，并提供专卖店与专柜的具体详细地址与联络电话。

3) 有效证明：乙方必须提供甲方有效的营业执照，税务登记证复印件。乙方经营地必须悬挂标示_____品牌于明显位置。乙方店铺内不得销售其他品牌服饰。

4) 每星期一乙方应将上个星期的销售情况报表传真至甲方，以便甲方了解市场信息销售动态。

5) 乙方销售须依照甲方商品之牌价为基准，不得更换或涂改甲方商品之标示牌标签。

五、 结算方式

1) 乙方要求出货与追加，必须款到发货，由甲方协助代为发货。甲方有权不接受电话等其他形式的口头追加或不符合要求的追加单，追加有效期为：公司接到追加单之日起，二十天内有效，如需延长在截止日中指明。

2) 乙方供货折扣为相关商品零售价的_____%(以上价格为不含税价格)款汇到签约代表的帐号上。

户名：

帐号：

六、 退换货方式

1) 质量问题：乙方收货后，如发现质量问题，以传真格式三天内通知公司业务部，如当时不通知则视为正品，如有损坏公司概不负责。并在10天内返回(日期以收发货品的包裹票为准)，甲方应予无条件换货。

2) 串号问题：乙方收货后在三天内提出异议，逾期甲方有权不受理。

3) 退换：乙方可以在合同约定的退还率内调货(在非质量原因前提下，每季同款，同色，同码累积不得超过5件)期限一个月(日期以收发货品的包裹票为准)返回的货品必须完好无损(含吊牌)无污渍，不影响货品的再销售否则甲方有权不受理。

七、违约条款

1) 甲乙双方必须严格遵守合同中的每一条款，如任何一方违约，则违约方必须赔付另一方保证金的全额作为违约款。

2) 除合同中有关合同终止条款外，任何一方若无正当理由而任意终止合同时，则违约方得向另一方支付保证金款的全额违约金。

八、合同终止

乙方如有下述条件之一者，甲方有权解除本合同：

1) 乙方于经营期中，有损甲方名誉，信用与经济等行为者。

2) 乙方未经甲方同意，擅自跨区域经营。

3) 乙方因经营不善，导致歇业，停业，合并与转让等行为者。

4) 合同期届满或甲乙任何一方提出希望中止本合同，必须提前一个月以书面形式通知另一方。

九、争议解决

1) 本合同未尽事宜，由甲乙双方协商解决。

2) 本合同如涉及诉讼，双方同意以甲方所在地人民法院作为

第一管辖法院审理。

十、本合同自签字之日起生效，从_____年_____月_____日至_____年_____月_____日，有效期为_____年，期满自动消失。

十一、本合同一式贰份，甲乙双方各执壹份，经双方签字，公司盖章后方始生效。

_____年_____月_____日