

童装周工作计划(大全7篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

童装周工作计划篇一

在因金融风暴所影响的各个行业中，服装行业影响甚大。为此，根据分析的数据，做出了2012年服装店工作计划书：

据统计，我国400亿童装商机催促行业发展提速

号称中国服装大省的广东，历年来生产总量、出口总量都在全国名列前茅，尤其是男装业和女装业起步晚但发展迅速，赶超了其他服装强省，但广东的童装业发展却相对落后，叫得响的童装品牌寥寥可数。面对中国潜在的400亿元童装消费市场商机，广东相关行业正扬起马鞭，加快步伐，力求争夺最大份额。

粤童装产量占全国三分之一强

日前，广东省服装服饰行业协会副会长、童装专业委员会执行主任委员刘宪生专门接受本报记者采访时指出，广东的童装业相对于男女装业起步较晚，但发展迅速，并日益壮大。

近年来，依托于良好的产业环境和区位优势，广东童装产业得到了极大发展，无论生产水平、产量和销量均在中国同行业中名列前茅。据保守估计，广东童装产量已连续两年超过3亿件，占中国总产量的30%以上。有米奇妙、青蛙皇子、叮当猫、小猪班纳等为代表的领军品牌。

从产业集群的分布来看，目前佛山拥有童装产业链2300多家，

建成童装城、童装设计研究中心、检测中心、交易中心等，成体系地成为中国童装生产基地；深圳目前也诞生了60多个童装品牌；东莞、汕头、中山等地也有规模不等的童装企业群。目前，深圳、广州与上海、北京一道，成为中国童装品牌集中度最高的几大城市。另外，广东的童装专业市场相对成熟，其中有的闻名全国，还有童装自主品牌已成功地打入国际市场，在国外开专卖店，如“力果”品牌就是一个先例。

童装面临发展瓶颈

记者了解到，目前，广东童装产业也面临诸多瓶颈问题，制约产业发展。其中面料无法满足童装企业需求就是关键之一。据企业抽样调查表明，目前广东专门从事童装面辅料开发的企业为数甚少。同时，专业童装设计人才目前在广东也非常紧缺，真正从事童装设计的人才不多，高层次、专业的童装营销人才更是少见。

专家指出，目前广东童装品牌发展相对滞后，还处于初级阶段，知名品牌不多，企业规模和市场占有率也很小，地位不稳固，而且外省童装企业集群的竞争也不断加剧。此外，从国际环境来看，童装出口的绿色壁垒也对其营销通路有所限制。

加强产业链对接与合作

广东服装服饰行业协会决定把童装妇婴用品专业委员会更名为童装专业委员会，把童装分立出去，作为今年的重点项目来抓。并创新该专业委员会组织机构，本届童装专业委员会由童装企业家担任，除了童装企业外，还吸收了杰出设计师、面料商、商场代表、童装协会商会到专业委员会里来，原因是企业家更了解企业的实际情况和需求，更有条件有能力带领同行共同发展。下一步，该委员会将促进产业链对接与合作，举办专业童装面料辅料采购会，抓好名牌培育工作，举办2009年华夏童装设计大赛等等活动。

更多：各行业工作计划范文全集

童装周工作计划篇二

第一，在店长的带领下，团结店友，和大家建立一个相对稳定的销售团队，销售人才是最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们店的根本。在以后的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队是我和我们所有的导购员的主要目标。

第二，热忱服务，要以饱满的热情面对每位顾客。注意与客户的沟通技巧，抓住客户的购买心理，全心全意为顾客服务。

第三，熟悉服装，了解我们商店每款服饰的特点，对于衣服的款型，模型，颜色，价格，面料，适合人群做充分了解。

第四，养成发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯，养成发现问题，总结问题目的在于提高我自身的综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，把我的销售能力提高到一个新的档次。

第五，根据店内下达的销售任务，坚决完成店内下达的某某万的营业额任务，和大家把任务根据具体情况分解到每周，每日；以每周，每日的销售目标分解到我们每个导购员身上，完成各个时间段的销售任务。并争取在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为我们xx童装专卖店的发展是与全体员工综合素质，店长的指导方针，团队的建设是分不开的。建立一支良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

童装周工作计划篇三

童装店开店创业计划书

前沿

我们要成功，首先需要付出的就是低下您高昂的头，来个向别人学习。唯有源头活水来，才能增加抗争苦难的智慧和力量，获得生命与生活的真本事、真知识。

开店的三个关键条件：“第一是地点：第二是地点：第三还是地点”。由此可见店铺的开发对于专卖店的成功经营所具有的深远影响。供货商与加盟商之间需要紧密的配合，全方位的思考和制定开店的策略，以最有效的方式制定和执行开店规划，包括市场分析、商圈调查、选址、装修、开业筹备和开张等。所有的配备、装置和货品也都应该在规定的时间内备妥。以便争取到最快、最高的经济效益。二、流程 市场分析-商圈调查-选址-装修-开业筹备-开张。分析：

1、考虑童装店为新店，为减少租金，减少费用，店面积少点可以，因此决定先租10平方米左右的店铺即可。 2、要繁华地段，但经营品牌就必须在此品牌一条街。只有在此街找店铺才有商业氛围。

3、必须经营一家综合店，才适合当地情况，因专卖一款品牌风险较大。要涵盖二线、三线甚至四线品牌、配饰玩具等 选址：

开店是眼下一种投资理财方式。自己开店当老板，假如经营状况比较理想，不仅可以保障财产得到有效的保值增值，而且还能在心里上获得一份成就感。

选择经营地段要把握以下几个关键：

把握“客流”就是“钱流”原则在车水马龙热闹地段开店，成功几率往往比普通地段高出许多，因为川流不息的人潮就是潜在的客源，只要你所销售的商品或者提供的服务能够满足消费者的需求，就一定有良好的业绩。

在初步选定开店地点后，还应作进一步的全面考察，对相关的情况做一定的调查分析后，方能解决是否最后决定于此。主要考察以下几方面的情况：

店面本身情况：举个例子如开服装店的小明不久前从别人手里盘下来了一个店面，这个面积达15平米的店面位于繁华地段，每天的人流量也十分可观，可是租金却非常便宜，每月只要1100元，小明以为捡到了便宜，偷偷直乐，没想到，花了一万多元装修费，隆重开张还不到一个月，一张纸《拆违通知书》把他打了满头晕。原来上家通过内部关系得知店面迟早要拆，便来了一个金蝉脱壳，捞了一票溜之大吉，所以在租店面之前，一定要对店面的情况作一番仔细调查了解。

房东的背景：有的人急于寻找店面，就满大街搜寻，有时还真能让他找到正挂着“转让字样的店面”变迫不及待的与之谈判，交付定金甚至租金。这种做法极其草率，很容易到来一系列的后遗症，假如你真的看中了店面，最好从侧面打听真正的房东即产权所有者，对其背景情况基本了解，觉得可靠在进行接触。一般最好直接与真正的房东谈，假如房东表示已将承包权出租，不愿再插手时，你再与现在的店主谈判也不迟。另外，一旦谈成功，也要注意必须正式前协议并要求到房产所有者哪里更改租赁人姓名。

同行业竞争情况注意是经营业绩的情况、商品的价格水平。考察同一地段同类商店的经营业绩，可以初步测算出租此店面可能产生的利润状况；而考察他们的商品价格水平，是为了确定自己今后的商品价位。这些都是十分必要的。

客流状况“客流”就是“钱流”，考察客流状况，不仅能对今后的经营状况胸有成竹，而且还能为你今后的经营重点提供科学的依据。客流状况主要考察内容：附近的单位和住家情况，包括有多少住宅楼群、机关单位、公司、学校甚至其他店家，（这些店家极有可能会成为你的常客）：过往人群的结构特性，包括他们的年龄、性别、职业等的结构特性和

消费习惯。客流的淡旺季状况。比如学校附近的店面要考虑寒暑假、机关和公司集中地段的店面就必须掌握他们的上下班时间、车站附近的店面应摸清旅客淡旺季的规律，这些都是你设定营业时间的重要依据。

第三步：尽快拿下看中的店面

一旦找到理想的店面，就要当机立断，出手迅捷，尽快拿下看中的店面，否则夜长梦多，很有可能会因为你的片刻迟疑而被别人捷足先登，导致错失良机。如何拿下店面？谈判自然是至关重要的。

房租往往是最大的一块固定成本，在于房东砍价之前，你自己心中首先应该有一个谱，首先自定一个能够接受的最高价，这个价位必须是你觉得自己是有把握负担得起的，尤其是在必须一笔付清数年租金的情况下，看看自己有没有给付的能力，预算一下是有钱可赚的，再向附近类似的门面打探一下，价位也是基本一致，说明是比较合理的。然后再依据自己设定的最高房租价格，比较房东给出的房租价格，权衡后进行砍价谈判，就比较容易成功。

预算提前预付6个月店租，1500元 /月合计9000元。装修：灯具、货架、涂料、其它（店内装饰）1500元 产品首批调货（3个档次，其中主要中高档占65%，补充中档占30%，特价品服装配饰占5%）（中高档次进价为45-55元之间，中档次进价为30-40元之间，特价、服装配饰进价为10-15元之间）根据男孩、女孩、样式、款式不同，合计6000元 四、经营效果分析：

经过一年的销售，基本收回投资成本，以每月月销售一万计算（年营业总额12万元，除去产品成本，因产品折扣率不同，此处不能详细说明）大约6万元，毛利为6万元，全年费用：租店：1500元/月*12=18000元/年。工商税务等：1500元/年，水电费、电话费、400元/月*12月=4800 以上汇总，全年费用

为24300元，全年纯利润为： $6-2.43=3.57$ 万元 五、导购用语：

1、顾客快要进店里时，首先要迎出去致问候语“欢迎光临”，请随便看看。（普通话）

2、当顾客的目光停留在某一款式时，要对产品的功能及款式卖点进行介绍，并建议叫小孩试用“小弟弟、小妹妹或统称小朋友”这个款式是今年最流行的款式，具有某某优点，某某人已给小孩买过了，穿上特别合适，您叫您的孩子试穿下，并主动询问其码数，并将货物取下来，交到顾客手中。 3、对顾客感兴趣的衣服提出试穿，“根据我的经验，亲相信我，这个款式及颜色非常适合您的小孩，您叫他/她试穿下”。4、若顾客选中某款衣服，要及时赞美她的眼光，“大姐/小姐，您眼光真好，您选择的是我们公司销售最好的款式，我将它包好”。

5、不要问顾客试穿后觉得怎么样，应主动说：“您的小孩穿这个款式非常漂亮”。

6、交收现金，应唱收唱付，“共收您100元，找您12元，多谢！”

7、交收产品时，“请收好，多谢惠顾”

8、顾客挑了不买时，“没关系，欢迎您再次光临，某某时候我们有新款式进货，有合适时您再来”

9、当顾客所需要的服装美货时，“对不起，您需要的款式（号码）暂时没货，如您方便的话，请留下您的联系方式，有货我们会马上通知您” 10、当顾客要求打折时，“对不起，我们公司有严格的促销制度，全国统一，请原谅不能打折”。

11、顾客要走时，双目平视对方，送到店门口，点头请慢走！

六、店进销存管理

1、日销单

2、每日盘点货物记录 3、每日进销存表 4、进货单 七、建议

2011年3月3日星期四晚鄂尔多斯出差

完成时间23点24分

童装周工作计划篇四

按店规规定穿着上班，早八点半开门后，安排一人打扫卫生，一人在试衣间涂眼影、唇彩、腮红（时间不超出五分钟），后轮换。八点四十五分安排早班工作，具体为根据店内圈圈账制定配货清单，交给业务经理，整理样面（橱窗模特、灯模三日一换）。后二人轮流站于店前处迎宾。

为防止因样面空缺或地面不清洁导致扣分发生店员和负责人之间出现扯皮、推诿状况，二人应分清所负责片区。

注意要点：因早班相对客流较少（除节假日外），将工作重心着重于进销账、圈圈账和导购员作一些短时间的案例交流（但不能影响销售）、短期备货、店堂环境及一些后勤工作。

下午班店员xx点进店后，店长和副店长进行现金、账目的交接，店员进行货品的交接，交接后店长和副店长在工作日记上签字确认。如店长、副店长提前交接完毕，应协助店员点货。常规班中午交接应清点上班所销售货品的库存，另外每周二中午两班清点所有货品的库存。

下午接班后，主要注意四个问题，应于店堂无人时逐次检查。

销售灯光卫生样面

至晚七点整，开始作销售日报、圈圈账、进销存卡。

注意要点：下午班时，由于工作时间较长，顾客流为时断时续，必须注意调节好本人和店员的精神状态。临下班时，同中午交接班一样，必须要四十五分钟内独立完成销售日报、圈圈账、进销存卡。

每月xx后一天晚七点全体人员盘点。尽全力在一日内完成盘货及对账工作，第二日作好盘存报表交给会计。

不要把视野局限于个人利益或只思考为老板创造多少利润上。

童装周工作计划篇五

- 1、制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打20个电话，每周至少拜访6位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。
- 2、见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。
- 3、不定期为客户实施策划促销方案，促进客户的销售。
- 4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办事项。
- 5、为所有客户建立档案，具体内容：客户编码、客户姓名、店面地址、电话、拿货时间、货号、数量。
- 6、定期电话回访，了解销售情况。若是滞销，分析原因，解决问题。与客户建立良好的关系。
- 7、解决处理好客户的退货换货问题。

8、大客户拜访。区域内拿货较多的客户需专门拜访，将公司的方针政策传达给客户，了解大客户对我们公司、产品、政策的想法。

9、转换杭州店的职能，暂定为服务职能。主要任务为物流配送，品牌的展示，售后服务，业务洽谈。

10、空白区域零售商的开发：

跨区经营：支持鼓励客户跨区到空白区域经营。可以解决同区域内有多家意向客户的问题。

童装周工作计划篇六

2007年12月7日，中国服装协会男装、女装、童装、内衣、服装辅料联合年会暨服装行业高峰论坛在浙江省宁波市召开。中国服装协会常务副会长蒋衡杰，宁波市委常委、宁波市副市长余红艺，宁波市鄞州区区长薛维海，中国服装协会副会长、杉杉集团董事长郑永刚，中国商业联合会副秘书长、中华全国商业信息中心副主任王耀，中国针织工业协会名誉理事长王智，中国服装协会副会长、中国服装股份有限公司董事长方玉根，中国服装协会副会长、雅戈尔股份有限公司董事长李如刚，中国服装协会副会长、汉帛(中国)有限公司董事长高志伟，中国服装协会副会长、陕西伟志集团股份有限公司总裁向炳伟，中国服装协会副会长、中国纺织信息中心传媒中心主任魏林及企业代表、新闻媒体等400余人出席了会议。会议由中国服装协会副会长兼秘书长陈大鹏主持。

会上，针对中国服装产业发展趋势，中国服装协会常务副会长蒋衡杰发表重要讲话。他指出面对品牌创新时代的来临，服装企业应量力而行，实事求是，改变数量扩张的发展模式，立足、提高产品的质量，全面规避同质化经营及低价倾销的局面，加快提升从实现产品价值到实现商品价值与品牌价值的转变。企业应注重从服装的人文关怀、审美习惯、时尚创

意、品牌引导等方面着手，提高服装的非物质享受功能，满足多元化、个性化的消费需求。他指出，服装产业应进一步立足、发挥区域性产业集群优势，充分利用“标杆型”、“领军型”企业的作用，紧密结合，利用优势，为我所用，合作共赢，实现可持续发展。他表示，面对市场多元化、个性化的消费趋势，应加强品牌与品牌之间的开放型合作与资源整合能力。

杉杉集团董事长郑永刚在会上也作了发言。他指出，杉杉集团的“多品牌、国际化”战略的实施已获得阶段性成果，在此基础上，杉杉集团将继续推进“多品牌，国际化”战略，在合作共赢的基础上实现资源的整合。郑永刚同时表示，将继续借助集团雄厚的资本力量与资源优势，构建奥特莱斯(outlets)新型流通业态，探索利用“品牌整合产业”的新型发展模式。

随后，会议审议2007年中国服装协会男装、女装、童装、内衣、服装辅料专业委员会秘书处工作报告及2008年工作计划。中国服装协会副会长兼女装专业委员会副主任、汉帛(中国)集团董事长高志伟，浙江省服装行业协会童装分会会长、浙江红黄蓝集团有限公司董事长叶显东，中国服装协会内衣专业委员会副主任、猫人国际(香港)股份有限公司董事长游林，中国服装协会服装辅料专业委员会副主任、金三发集团董事长严华荣，战略趋势研究专家孟祥青，分别就行业关注的女装、童装、内衣、服装辅料、战略思路确定等热点问题发表演讲。

会议同期举办了服装行业高峰论坛。商务部贸易谈判代表办公室副司长赵宏，中国对外贸易理事会副理事长、丰佳国际集团公司董事长耿健，比兰国际咨询公司总经理李凯洛，中国服装协会专家委员会委员刘文献，国际形势研究专家孟祥青，分别就“中国服装产品的出口贸易”、“中国企业进入欧盟市场的国际化策略”、“品牌致胜法则”、“服装品牌的特许经营”、“国际军事、政治形势对中国经济和市场的

影响”等专题作了精彩演讲。

会议同时对参加2007年衬衫、茄克衫质量检测活动中荣获优等品和连续三年衬衫检测获优等品的企业及品牌进行表彰；并对销售业绩突出的男装、女装、童装、内衣、服装辅料企业及品牌进行表彰。

本次会议由杉杉集团有限公司承办。会议期间与会代表还参观了杉杉时尚产业园等。

童装周工作计划篇七

做淘宝客服销售工作，首先要了解顾客的需求，准确定位给客户推介合适的产品以及发送链接，能够非常专业地回复客户每一个问题。以下是我自身的一些工作总结：

一、了解顾客

淘宝客服强调了不能议价，已经是最低价格了呢，这时客户会想得到其它方面的优惠。既然不可以还价，那给免邮或者赠送礼品之类的，其实，这也在变相还价。邮费的问题每家都不一样，快递公司给的价格也不一样，商家产品的性质也不近相同，所以要商家免邮也是成本考核的一项。

还有就是想要卖家送个小礼物了，既然不能还价也不可以免邮，送个小礼物总得可以了吧！一般卖家都会赠送客户一些小礼物，因为成本也不是很高，客户拿到礼物也开心。

网上买东西不像现实那样，看得见摸得着，顾客担心的或者想要的优惠也是可以理解的，把客服自己当做一个买家，换位思考一下，尽量满足顾客的需求。客户对我们的服务和产品满意了，培养个回头客也是值得，另外客户也可能会帮着店家去免费推广给他的亲朋好友。

我们做的是服务行业，一定要有耐心和热心，顾客的满意才是我们最大的追求，顾客关心的问题，就是我们将要努力做好的工作内容，这样才能把销售做的更好，也更能体现客服的价值。

二、了解商品

做好淘宝客服工作，一定要了解自己销售商品的特性以及每个环节，这样买家在购买商品的时候，客服才能很好地做好导购和回复。如果客服不了解商品，那么买家在询问商品的时候，就会出现回复慢或者回复的内容让客户不明白，应答时间的长短，很容易影响到买家的购买欲。

还有就是一定要如实回答顾客所提出的问题，不要刻意去夸大自家的商品，因为一旦顾客收货发现商品与介绍不符，就会产生失落感，很有可能给你个中评或是差评，那就得不偿失了。如果买家怀疑商品的品质好坏时候，可以建议买家参见评价信息，因为这是比较客观的，大家说好才是真的好，更是推销东东的好方法之一哦。

三、售后服务

售后服务非常重要，要做好客户投诉的处理，妥善处理退换货。是自家店铺的质量、物流等引起的纠纷和投诉，一定要端正态度，承认错误，和客户协商一致，把售后问题处理好。

把握好老客户，建立客户的群体，这样会事半功倍。对于经常来的顾客可以标上记号，下次来的时候，可以给客户更多的优惠之类的，因为这样可以带动产生新的顾客。一般顾客觉得东西好，都会介绍给自己的朋友或者同事，或者比如买衣服，同事觉得这衣服好看，问在哪买的，这时新的订单不就来了吗。