

# 最新服装销售管理方案 销售管理方案(汇总5篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

## 服装销售管理方案篇一

1、描述公司概况

2、制定本销售管理方案的目的

1、销售组织设计原则（例：公平性）

2、销售组织结构类型的选择（例：区域客户产品）

3、具体设计（结构图+文字描述）

1、市场层次策略：核心市场辅助市场贸易市场

2、市场竞争策略（可略）

1、渠道选择（直销经销代销）

2、渠道管理：渠道商入选条件合同签订档案管理

3、渠道控制：价格控制激励政策窜货管理违约处罚

4、渠道培养：能力教育培养厂商亲情化培养

1、销售人员管理：招聘培训工作方法与考核激励政策费用与报销政策

- 2、订单流程管理：业务员合同审核盖章发货申请
  - 3、发货流程管理：财务下单提货出货物流过程客户验货回单返回
  - 4、货款回收管理：合同开票交款开题货单尾款催收
  - 5、售后服务管理：服务信息的获得落实经办人结果反馈电话回放
  - 6、绩效管理：日常工作量统计月末考核兑现
- 1、客户资源的来源：确定客户范围寻找客户收集资料建立客户档案
  - 2、客户访问：新客户访问老客户回访关系活动
  - 3、客户管理与淘汰：客户分类客户的评估客户的优化与淘汰
  - 4、风险客户的预警管理：客户销售货款的监控不及时回款原因是否需要报告及时停止发货
- 1、促销原则与目标：企业促销方向性原则联合促销与独立促销促销费用承担申请与审批
  - 4、广告活动、公共关系的支持：广告的支持公共管理的支持
  - 5、促销结束后的总结：总结得与失评估效果表彰与惩罚

## **服装销售管理方案篇二**

- 1、按合同图纸对货物逐项整理、清点、核对。并提前准备好五金配件等相关安装物品。
- 2、到客户家必须出示“安装工上岗证”，以便客户更好地监

督现场安装工作。

- 3、接到安装通知后，于约定时间内上门安装。
  - 4、必须严格按照公司的安装要求及安装流程进行安装操作。
  - 5、由于设计问题而影响到安装时，要善于与客户沟通并耐心解释，当场解决不了的问题不可随意向客户承诺，待回专卖店协商后再作答复。
  - 6、整个安装过程中出现的问题应及时汇报店长，以便及时由相关人员处理。
  - 7、安装完毕，必须整理打扫现场，收拾垃圾；记得交相关的衣柜产品使用说明书、售后卡交由客户签收保管。
  - 8、安装完毕，应请客户填写“好莱客衣柜安装验收单”、“顾客意见反馈单”，并按规定收回合同余款。
  - 9、衣柜安装过程中发生的遗留单由设计师签发；售后服务中发生的遗留单由店长签发。
- 2、安装完毕将现场清理干净。
  - 3、安装完毕必须先由公司派员验收、签字；再收客户验收、签字。
  - 3、安装责任人对自己安装的衣柜保修一月，移门接驳保修一年；
  - 5、安装失误造成向公司发遗留单的，安装责任人赔偿成本价的50%；损坏客户家物品造成的赔偿，由公司先行赔付，安装责任人承担一半；故意损坏的，双倍赔偿。
  - 1、上门安装、售服必须穿工作服、戴工作帽，保持仪表整洁。

一月内两次没穿工作服或不整洁的，第一次警告，第二次罚款50元。

2、在安装过程中，禁止以任何理由吃、拿客户食品、物品，发现一次罚款50元，第二次计罚该单工资50%。

3、禁止以任何理由与客户发生争执，第一次罚款100元，第二次做辞退处理。

5、一月之内无投诉或者连续受到10单客户表扬的，每月奖励50元；

6、不服从工作调配的，扣除当月50%工资，2次以上作辞退处理；

8、样品的安装是每个安装人员的义务，必须服从分派及时安装。

2、公司提供玻璃胶和锯条，以个换新。

5、辞职必须将公司提供的工具上交，否则照价赔偿。

1、到达客户家中须先按门铃或敲门（敲门动作应礼貌，不准野蛮用力），按约定须电话联系的由领班事先记清号码并及时联系。与客户见面或电话接通须友好致意并使用礼貌用语，如：您好！请问是不是xx先生（女士）家？我们是好莱客衣柜公司的xx今天来帮您安装衣柜??等等，严禁见到客户不打招呼或径直闯入客户家中。

2、在客户家中必须严格遵守如下规定：

1) 不准接受客户任何招待或赠物；遇有客户主动招待，必须婉言谢绝，须使用“多谢！您的心意我们的领了！但我们公司有规定，不能??”等礼貌语言。

- 2) 进入客户家中时，如遇客户已装修好，则应穿戴上鞋套在进入客户家中；严禁在客户家中东张西望或乱动东西，更不准踏入与工作地无关的区域（如客户、卧室等）；使用洗手间必须征得客户同意，并切记冲水。
- 3) 严禁行为举止野蛮粗鲁或懒散无状；工作时间不准坐在衣柜或客户家中物品上休息或抽烟闲聊以及乱扔烟头、严禁对客户家中与衣柜安装有关的事物评头品足。
- 4) 严禁在工作期间睡觉、擅自离岗或办理私事。
- 5) 回答客户任何询问必须热情有礼，一般情况下由领班回答。任何情况下不准与客户争吵，即使客户意见明显不对亦不准粗暴打断或粗暴否定客户谈话；更不准嘲笑、讥讽或使用污言秽语。
- 6) 严禁在任何场合，特别是客户家中对公司设计、生产、装修等其它部门工作质量或个人进行任何贬低、诋毁或不负责的评论，以维护公司整体形象。
- 7) 对客户提出的有违我方规定的要求，必须耐心细致地解释后婉言拒绝。对于既不违反规定、又不会为公司带来经理损失的要求，须尽可能帮助客户解决。
- 8) 要求客户提供必要的配合时由领班出面与客户提出并必须使用礼貌用语。严禁向客户提供任何与工作无关的要求，使用客户电话（打工作电话）须征得同意，通话要尽量简短，不准在客户家中打私人电话。
- 9) 送装人员工作过程中必须密切配合，团结协作；严格服从领班指挥。严禁互相指责，推脱责任，更不准在客户家中（或电话中）互相争吵。
- 10) 严禁野蛮操作而损坏客户物品，损坏后应照价赔偿。

11) 工作过程中发生需要与公司、设计、导购协调时，一律由领班出面电话联系，其它人无权参与（特殊情况下由领班指定者除外）。

12) 在工作中与客户发生意见不一致时，一切以公司利益为重。

## 服装销售管理方案篇三

市场特征、行业分析、竞争对手分析、消费趋势分析、销售状况分析

优势、劣势、机会、威胁

市场引爆点、市场布局、主导操作思路、运作模式、市场进入与运作思路及设计

产品策略、产品定位与细分;价格策略;渠道策略、渠道选择、渠道拓展顺序、渠道规划、渠道占比、渠道销售量预测分析、上市时间计划。

上市渠道促销计划、上市终端消费者促销计划、上市终端推广计划、媒介促销安排、后期促销跟进计划。

1、业务人员分解

2、经销商分解

3、区域指标分解

4、月度分解

5、品项分解

6、渠道分解

7、销售量完成可行性分析

## 服装销售管理方案篇四

1、描述公司概况。

2、制定本销售管理方案的目的。

1、销售组织设计原则。（例：公平性）

2、销售组织结构类型的选择。（例：区域、客户、产品）

3、具体设计（结构图+文字描述）

1、市场层次策略、：核心市场、辅助市场、贸易市场。

2、市场竞争策略（可略）

1、渠道选择（直销、经销、代销）

2、渠道管理：渠道商入选条件、合同签订、档案管理。

3、渠道控制：价格控制、激励政策、窜货管理、违约处罚。

4、渠道培养：能力教育培养、厂商亲情化培养。

1、销售人员管理：招聘、培训、工作方法与考核、激励政策、费用与报销政策。

2、订单流程管理：业务员、合同、审核、盖章、发货申请。

3、发货流程管理：财务下单、提货、出货、物流过程、客户验货回单返回。

4、货款回收管理：合同、开票、交款、开票货单、尾款催收。

5、售后服务管理：服务信息的获得、落实经办人、结果反馈、电话回放。

6、绩效管理：日常工作量统计、月末考核、兑现。

7、办公室日常工作管理：制定销售计划、落实计划执行、协助解决出现的问题、常规信息沟通、组织销售会员。

1、客户资源的来源：确定客户范围、寻找客户、收集资料、建立客户档案。

2、客户访问：新客户访问、老客户回访、关系活动。

3、客户管理与淘汰：客户分类、客户的评估、客户的优化与淘汰。

4、风险客户的.预警管理：客户销售货款的监控、不及时回款原因、是否需要报告、及时停止发货。

1、促销原则与目标：企业促销方向性原则、联合促销与独立促销、促销费用承担、申请与审批。

2、促销前准备工作：审核促销计划、落实可行性执行细节、确定具体人员、落实促销、财、物情况。

3、促销中的管理：具体实施促销活动、调查促销活动的效果、监督促销过程是否符合要求、及时处理出现的问题。

4、广告活动、公共关系的支持：广告的支持、公共管理的支持。

5、促销结束后的总结：总结得与失、评估效果、表彰与惩罚。



# 服装销售管理方案篇五

1、描述公司概况。

2、制定本销售管理方案的目的。

1、销售组织设计原则。（例：公平性）

2、销售组织结构类型的选择。（例：区域 客户 产品）

3、具体设计（结构图+文字描述）

1、市场层次策略：核心市场 辅助市场 贸易市场。

2、市场竞争策略（可略）

1、渠道选择（直销 经销 代销）

2、渠道管理：渠道商入选条件 合同签订 档案管理。

3、渠道控制：价格控制 激励政策 窜货管理 违约处罚。

4、渠道培养：能力教育培养 厂商亲情化培养。

1、销售人员管理：招聘 培训 工作方法与考核 激励政策 费用与报销政策。

2、订单流程管理：业务员 合同 审核 盖章 发货申请。

3、发货流程管理：财务下单 提货 出货 物流过程 客户验货 回单返回。

4、货款回收管理：合同 开票 交款 开票货单 尾款催收。

5、售后服务管理：服务信息的获得 落实经办人 结果反馈

电话回放。

6、绩效管理：日常工作量统计 月末考核 兑现。

7、办公室日常工作管理：制定销售计划 落实计划执行 协助解决出现的问题 常规信息沟通 组织销售会员。

1、客户资源的来源：确定客户范围 寻找客户 收集资料 建立客户档案。

2、客户访问：新客户访问 老客户回访 关系活动。

3、客户管理与淘汰：客户分类 客户的评估 客户的优化与淘汰。

4、风险客户的预警管理：客户销售货款的监控 不及时回款原因 是否需要报告 及时停止发货。

1、促销原则与目标：企业促销方向性原则 联合促销与独立促销 促销费用承担 申请与审批。

2、促销前准备工作：审核促销计划 落实可行性执行细节 确定具体人员 落实促销、财、物情况。

3、促销中的管理：具体实施促销活动 调查促销活动的效果 监督促销过程是否符合要求 及时处理出现的问题。

4、广告活动、公共关系的支持：广告的支持 公共管理的支持。

5、促销结束后的总结：总结得与失 评估效果 表彰与惩罚。