

# 店铺销售年度工作总结(汇总5篇)

对某一单位、某一部门工作进行全面性总结，既反映工作的概况，取得的成绩，存在的问题、缺点，也要写经验教训和今后如何改进的意见等。相信许多人会觉得总结很难写？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看看吧。

## 店铺销售年度工作总结篇一

在\_\_眼镜店的六个月时间里，感悟到了太多，也学到了太多。从开始的销售员到现在的店长，其中也经历了各种各样的事情，有欢声笑语，也有彷徨迷茫。我们怀疑过，畏缩过，但庆幸的是现在的我们坚持了下来。在此我就这段时间的工作心得和发现的一些问题进行一下总结。

一个店就如同是一个家，而店长就是这个家的一家之长。家长要管理和解决这个家的所有问题，人员、货品、卫生、陈列、设备、安全……各个方面都要照顾周到，任何一个小的细节考虑不周全，就有可能给工作带来不良影响。店长也是一个店的领导者，是企业文化信息传递的纽带，是公司政策的执行者和具体操作者；是企业产品的代言人，是店铺的核心。

因此，店长需要站在经营者的立场上，综合的、科学的分析店铺运营情况，全力贯彻执行公司做为一名店长不只是需要理解上级下达任务和目标。还要为了达到这一目标需要做什么，怎么做才能达到最佳的效果。每一位顾客的资料都不应该一成不变，而是要不断丰富，要注意对每一个顾客细节资料点点滴滴地积累，这样，在与顾客沟通中才能让顾客真正感受到关怀。此外，通过对同一顾客消费资料的连续分析，将为对该顾客制订有针对性的服务与销售策略提供最直接的依据。外出派单是获得新顾客资料的最直接有效的手段，特别是应该在客流不够充足时，将此作为一项日常工作，一方

面可以将人力资源利用得更加充分，同时也可以通过这一工作更加的了解客户。电话跟进客户则是向外延伸服务的有效手段，对服务情况进行售后追踪，将大大有利于新顾客和有流失迹象的顾客关系的巩固。总之，要做一名合格的店长，必须要做到顾全大局，里外兼顾，宣传是带动店面发展的命脉，只有有了足够的新客户店面才能活起来。同时，服务质量和对客户了解也是不容忽视的，否则之前的一切将会白费，将是毫无意义的。

另外，店面的经营管理也要常抓不放，这是店面运营的基础。

第一要建立逐级管理制度，岗位职责分工细化，自上而下。使工作事事有人管，件件能落实，防止死角现象的出现。

第二要注重店内人员的培训工作，培养员工、销售人员的集体荣誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位员工、销售人员充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到、懂业务、会管理的高素质人才。

第三要建立分明的奖惩制度，以激励和约束员工、销售人员的工作，使全店成为一支团结协作的集体，在竞争中立于不败之地。

第四要创造良好的外围环境，协调好与政府部门的合作关系，以减少不必要的麻烦。

一句话，市场是良好的，形势是严峻的。假如在短期内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

我会认真执行公司的品牌策略，全力发挥店长的职能。在以后的工作中要努力改进，在新的一年里我会更好的做好自己的本职工作，用责任心做事，用感恩的心做人，让盛世的生意做的更大。

## 店铺销售年度工作总结篇二

一周之际在于周一，周一同时也是一周当中最淡的一天，所以这一天最好安排基础性的市调工作与数据分析工作。通过市调与数据分析制定行动计划做好准备迎接周高峰的到来。

要点：

- 2、 对上周工作计划完成情况检查及本周工作计划安排；
- 3、 各店可根据门店情况再安排分析内容；
- 4、 每周一的市调(竞争对手的商品价位和市场价位，本店所缺的品项)。

## 店铺销售年度工作总结篇三

一、全年工作总体思路：

现在，随着经济的飞速发展，私家车的数量也越来越多，汽车轮胎也相应的在市场上占据了相当大的份额，针对这一情况，我部门要积极树立以公司利益最大化为前提的目标，并且采取“针对性销售，扩大销售群体”的方针，坚持以“内抓管理，外树品牌”为重点，以目标管理的方式，认真扎实的落实各项工作。

二、销售业绩目标：

本年度，我部门的总体销售目标金额为450万元，实现的总体利润为\*\*万元。根据这个经济指标，我部门平均每月要完成\*\*万元的销售业绩。

三、具体措施：

### (一)、加强内部管理，提高经济效益：

本年度，我部门将在原有的制度上进行进一步的完善，比如完善销售管理制度，并且要求各个销售人员要完全按照制度做事，切实做到有章可循，有法可依。以此让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识，以此提升公司的经济效益。

### (二)、实行考核制度，增加员工积极性：

本年度，我部门会加大考核制度的实行，我们将会根据销售总目标，分别下指标，切实的做到责任明确，落实到人，绩效挂钩。一是在具体过程中我们会将每个月的销售目标分配到各个销售人员，并且将各个销售人员的业绩做真实的记录。二是出勤考核，销售部是公司的对外窗口，它既是公司的对外形象又是内部的风标，所以今年我们将会加强出勤制度的考核力度。三是对服务质量和工作态度进行考核，我们会将请每位顾客填写销售人员的态度和服务质量，并用做评鉴。

### (三)、加大培训力度，提升整体实力：

本年度，我部门会根据实际情况对本部门人员进行系统的培训。一是积极培训销售人员的业务能力水平，比如我们会进行专业的销售技能培训、销售手段等，并将理论联系实际，从而使每一位员工在平时的每项具体工作和每个工作细节中不断的提高业务素质，以达到提高我部门整体销售实力的目的。二是我们将会对轮胎的品牌知识进行深入学习。我公司主要经营的是马牌，邓禄普，米其林，固铂，固特异等轮胎，因为所涉及的品牌较多，各个品牌的轮胎也有别不同，所以在具体的工作中，我们要求每个工作人员必须对我公司所经营的各个轮胎品牌知识了若指掌，做到心中有数。

### (四)、加强团队建设，搞好人力资源管理：

人才是每个企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，所以建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。本年度，我部门将以建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项重要的工作来抓，我们将采取活动的方式来加强每个销售人员的团队意识和合作精神的培养，同时反复强调销售人员的责任感，在让大家增进情感的同时清楚认识团队重要性，以形成一个团结积极，具有良性竞争意识的优秀销售团队。

(五)、根据实际情况，调整销售策略：

本年度，我部门会积极的分析市场情况，并且及时根据市场变化情况做出一些调整和改变。比如在销售淡季，部门将会进行一些促销活动的开展，以吸引更多新客户，扩大客源。

总之，在新的一年里，公司还有很多工作需努力开展，还有许多事项要切实去落实。为此我们要紧紧围绕公司工作要点，结合部门实际，在20xx年度中承担应负的责任，为公司的战略目标实现作出自己应有的贡献。

## 店铺销售年度工作总结篇四

心之鞋积极倡导“每时每刻，心系每位顾客”、“心之鞋，挑战每一刻”等健康生活理念，致力于推动“运动生活化”生活方式的形成，开发与“健康的、活力的、希望的、自由的、快乐的、出色的”等符合年轻女性消费群体消费需求的产品，必须在产品上市初，做到一定的市场占有率，以做到在市场上享有较高的品牌知名度和美誉度。我们坚信，在“一切以客户为中心”的经营理念统领下，心之鞋将同广大女性消费者一起，开创更加美好的未来，改善人类生活方式，提升人类生活品质。同时，心之鞋走时尚健康运动路线，其目标消费群为年轻时尚，热爱运动的新生代，选择了与“飞特”所倡导的“运动，健康”的品牌核心。

企业愿景：创百年品牌，建长青基业。

服务宗旨：步步卓越，步步超越。

服务理念：宁让企业吃亏，也要让消费者满足。

企业核心价值观：团队协作、卓越服务、负责任、高标准、速度、学习与成长、感恩、付出与奉献。

性、或是质量含量这些方面。心之鞋与其他鞋的定位不同之处便在于：心之鞋更在意的诉求点是美感、时尚、富有年轻、朝气、以及潮流。

异。

调查问卷得到的结论是：

(一)以78.4%的比例结果显示年轻人是比较喜欢穿运动鞋的；并且对鞋子是否美观舒适、质量是否好、是否流行时尚这些因素比较在意。所以我们的情侣鞋主要以运动为主。

(二)商业发展很不繁荣、不方便。街道和店面不多，不足以满足消费者的物品需求，但去市区也不是很方便。在这些局限性下，一般了解运动鞋是通过电视广告和市面上各大门面及专卖店这些途径得知的。

(三)购买鞋一般是在专卖店购买居多，并且受打折促销这些活动的影响也较大。调查得知很多一部分学生一般购买李宁、安踏等，因为对心之鞋品牌的不了解或是不知道，购买者不多。正是针对这一调查结果.我们的品牌宣传推广策划的目的:通过我们的宣传策划及推广，消费者由不熟知心之鞋这个品牌到渐变的了解、知道、认识心之鞋这一品牌，在选择购买时成为他们的选择购买对象，通过购买体验从而渐进的成为心之鞋的忠实顾客。

我们的主要消费者是学生情侣鞋为主。我们的调查对象是以大学生，情侣是一个特殊的消费群体，他们追求美感、时尚，也很容易受到流行思潮的影响。因此对产品的质量与价格也有特殊的要求。心之鞋符合年轻人的时尚追求；也有一定的经济来源，在鞋的价位接受上有一定的范围选择心之鞋在价位上立足中档、中上档、高档价位，都是比较容易接受的。

(一) 主要以明星代言的方式增加品牌知名度，美誉度。

(二) 推广途径主要是影视广告，校园传播，网络传播，平面广告。

通过各种调查和了解，所有我们心之鞋的推广是：

1. 在校园粘贴海报，进行校园广播进行宣传等。
2. 我们还在益阳市学校、居民区等情侣出没密集的地方张贴海报。
3. 学校里的垃圾桶都由我们心之鞋提供，达到宣传效果。垃圾桶上写心之鞋的环保提示，比如“清洁靠大家”“请爱护环境”等。
4. 还会采用直接有效的宣传方式，从人群密集的整体环境出发，将心之鞋品牌概念进行传达，深入消费者内心。加大品牌宣传的力度，渐渐增强在消费者心中的知名度，从而拉动消费。

促销策略

“情侣鞋”方案

另外，心之鞋还会仿照情侣衫的销售模式来吸引年轻人的眼球，设计“情侣鞋”方案最初的设想是这样的，男款鞋搭配

女款鞋一起销售，也叫“捆绑式销售”。因为心之鞋品牌下暂时没有情侣鞋方案，存在着男鞋和女鞋可能款式不一致的问题，所以这点和市面上通常的情侣衫销售方式还是有一定的区别的。因为市场调查显示男鞋的消费市场要优于女鞋，所以可以借情侣鞋方案来很好的带动女鞋的消费市场。(比如说，有些女生不太喜欢买运动鞋，平时穿运动鞋也不是很多，可是她的男朋友给她买了一双时尚流行的心之鞋休闲鞋送给她，这务必增大了女生体验运动鞋的机会，从而可以引领女生消费市场的扩大)

具体实施方法：先以传单、海报等文字方式传达，让这些受众了解“情侣鞋”。摆展销台，小组成员都参与其中，可以穿上时下流行时尚的不同款式的鞋子，向受众们展示鞋子的美观。

价格策略：采用特殊数字，比如：125元/双(寓意：你爱我)179元/双(寓意；一起走走吧)169元/双(一起溜达溜达吧)101元/双(百里挑一)165元/双(原谅我)147元/双(一世情)210元/两双(爱你哦)230元/两双(爱上你)198元/两双(你走吧，这个适合分手时最后的礼物，呵呵)。结合当代的恋爱率，情侣鞋的潜在消费者还是一个不小的群体，所以情侣鞋方案应该是可行的。通过问卷调查我们了解到目前的消费水平居于100—300元间较多。这样的价位是很具有吸引力的，并且年轻、流行、时尚、朝气风格的鞋一定会是受到消费者的青睐的选择。

价格促销：买两双“情侣鞋”打折会更优惠的。买两双打0.9折，购买三双以上者打0.8折。公司的销售理念：定期做优惠活动，以满足既有经济限制又有追求时尚休闲产品的消费者的需求。我公司通过网上搜集资料，比较一下其他品牌下情侣鞋的价位，像阿迪达斯、耐克[kappa]彪马等等价位多分布在200—300元之间，这对于大部分消费者的购买力无疑是一种负担。相比这下，心之鞋的价位更容易让在校大学生接受。



具体活动实施：“情侣鞋”的活动实施，主要是在心之鞋专卖店里实施，很接受这种男鞋搭配女鞋这种销售模式。然后我们以海报、传单或其他方式来通知消费者。

- 1、此次所有经费将由公司会计部门计算为300万元。
- 2、公司的的主要人员以及聘请的临时工。
- 3、此次活动为2个月。

## 店铺销售年度工作总结篇五

解析：周二也是每周中比较淡的一天，这一天人力资源部门可以安排全员学习，学习贯彻公司的各项规章制度、流程标准、企业文化等。

要求：学习时间一个小时以上, 并做培训记录，学习内容主要为：

- 1、 员工手册/管理制度
- 2、 工作流程
- 3、 服务礼仪
- 5、 经验交流
- 6、 每周二8：30分的周例会(各部门汇报上周总结和下周计划)；