

导购工作计划 (通用4篇)

篇1：导购工作计划

我从20xx年进入服装店工作以来，虚心学习，认真对待工作，总结经验，也取得了一些成绩。在工作中，我渐渐意识到要想做好服装导购员工作，要对自己有严格的要求。特此，制定我的20xx年工作计划，以此激励自我，取得列好的成绩：

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。

适当地运用激励营业员天天站的时间在六个小时以上，工作做得好，也会让其产生成就感，没有哪个人希望自己是落后的，假如一个卖场治理人员只会用处罚手段，那无疑是监工，适当的激励会让人从心底里接受并做的更好。比如早会上，批评时可以只说现象，不提人名，犯错误者一定知道说的是自己而有所触动，而表扬的时候，点名，这样的效果会很好。

观察表情。当接过药店营业员递过去的药品时，顾客是否显示出兴趣，面带微笑，还是表现出失望和沮丧;当药店营业员向其介绍药品时，他是认真倾听，还是心不在焉，如果两种情形下都是前者的话，说明顾客对药品基本满意，如都是后者的话，说明药品根本不对顾客的胃口。店员进行观察时，切忌以貌取人。衣着简朴的人可能会花大价钱购买名贵药品;衣着考究的人可能去买的感冒药。因此，药店营业员不能凭主观感觉去对待顾客，要尊重顾客的愿望。

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。

提升政治素质：一是要善于从政治角度看问题。无论面临的情况多么复杂，要坚持从政治角度分析判断问题，保持清醒头脑。二要保持政治敏锐性。密切关注时事、了解时事，通过网络、报刊、电视等，敏锐把握各项方针政策动向，保持工作的主动性。三是要树立高尚的政治品格。做到眼界宽广、胸襟广阔、淡泊名利、甘于奉献、坚持原则。

公司自XX年以来一直存在发货缺货现象，公司能否考虑划出10%的生产能力设立缺货加急生产小组，把缺货产品的交货期缩短到25天以内。

A.公司的主营产品，如果公司以小规模发展速度，公司的人力、物力、财力实务不雄厚情况下，公司必须经营销售专一产品，方会尽快见到效果。面向更多的产品经营，战线拉得太长，从前线业务到工厂搜索与售后跟进需一个完整体系与多位专业人士及专业知识来操

控。

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XX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男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。

篇2：导购工作计划

转眼间又要进入新的一年20xx年了，新的一年对我们来产是一个充满挑战、机遇、希望与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。家庭、生活和工作压力驱使我努力工作和认真学习。在此，我订立了本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。

公司在不断改革，订立了新的规定，作为化妆品的美导，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，针对现有的老客户资源做业务开发，把可能有需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排见面洽谈。

2、在第二季度的时候，通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。在大力开拓市场的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，带来的无限商机，给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高

4、第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源。

二、制订学习计划。

学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。化妆品的美导专业知识、综合能力、都是我要掌握的内容。

知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给与我支持。

三、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

以上，是我对20xx年的工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望20xx年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求更多的客户，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接20xx年新的挑战。

篇3：导购工作计划

一、工作职责

- 1、打扫各自负责区域的卫生;
- 2、负责各自区域饰品摆放合理，整理窗帘、版本等;
- 3、准备接待工作，负责顾客上门接待。熟悉接待流程，提高业务技能，正规化、专业化;
- 4、挖掘新客户：每天电话拜访10个以上客户并发短消息，对有需求的客户定好下次电话回访的时间。电话拜访的目的：约客户到卖场了解我们的产品促使成交;
- 5、售后跟踪和售后服务：对成交的单要进行全程监控，实时关注进度，并告知客户，做到每个单都心中有数。协调安装师傅进行安装和收款;
- 6、自己作为团队一员，有相互协助，帮助新同事提高的义务，主动为其他同事的顾客倒水等;
- 7、不断学习、反省和总结，提升个人能力。
- 8、完成公司临时安排的其他任务，如派发宣传册页等。

二、每周、每天工作安排

8:30---9:00早会包含昨天开单人员经验分享;

9:00---9:30打扫清洁、工作前准备包含仪容、心情的准备;

9:30---10:00回顾昨天未完成的事宜、安排今天工作;

10:00-12:00接待客户、跟单量尺寸、电话挖掘新客户;

12:00-13:00午餐、休息调整;

13:00-14:00同事间业务探讨学习,安排下午工作;

14:00-18:00接待客户、跟单、电话挖掘新客户回访老客户挖掘新客户;18:00-18:20晚会解决今天出现的问题,总结今天工作情况,例会、培训等。

全周:跟自己熟悉的合作伙伴要客户名单;

周日:总结本周工作,制定下周工作计划和目标;

周一、三、四:负责对外的人员拜访合作单位;拜访客户,了解客户情况和装修知识;周二:为例行培训时间包含互动学习内容;

周五:给潜在客户统一发送活动信息;给设计师发送短信周末愉快。

周六、周日:客户较多,充分做好接待,避免不必要的外出;

每周每人安排一天以上进行扫楼、发单等工作。

篇4:导购工作计划

1、消费者洞察

消费者洞察,是要发现消费者真实的需求和偏好,并将之应用于企业的营销实务,它是发现新的市场机会、找到新的战略战术,从而提高营销成效和摆脱市场肉搏的有效途径。“洞察”不仅是针对企业高层而言,同样是针对区域市场乃至销售一线。

如今卫浴市场产品繁多,同质化现象却严重,不管在卫浴的功能还是外形上,大小企业的做法总是如出一辙。卫浴企业若能洞察到消费者真正的需求,找到市场机会,进而采取有效的市场行动,定会大有收获。

2、找准品牌定位

品牌定位是市场定位的核心和集中表现。其包含的维度有:市场定位、价格定位、形象定位、地理定位、人群定位、渠道定位等。企业一旦选定了目标市场,就要设计并塑造自己相应的产品,品牌及企业形象,以争取目标消费者的认同。

俗话说：品牌无定位，厂家不好活。对于卫浴产品来说，品牌的构建相当重要，它直接影响到卫浴企业的经营状态。每家卫浴企业都需要有一个主攻的方向，任何企业都不可能为市场上的所有顾客提供所有产品或服务，而只能根据自己的具体情况选择具有优势的细分市场，否则，就会处处兼顾、处处失败，处于被动境地。

3、产品推广要创新

创意，是指对现实存在事物的理解以及认知，所衍生出的一种新的抽象思维和行为潜能。小编暂且将“创意”分为技术上的创新和传播上的创新。对于技术上的创新，主要是针对不同消费者的不同需求，卫浴企业需要研发和生产出新的卫浴产品，以争取到更大的市场份额。

至于传播上的创新，则是要将卫浴产品推广出去后，给人一种新奇，惊人，震撼和实效的感觉，在消费者心中留下深刻的印象。

4、建立品牌传播

品牌传播，就是企业以品牌的核心价值为原则，在品牌识别的整体框架下，选择广告、公关、销售、人际等传播方式，将特定品牌推广出去，以建立品牌形象，促进市场销售。如今已经不是“酒香不怕巷子深”的时代，再好的产品，也需要靠吆喝。在卫浴行业中，品牌传播的方式有很多种：电视冠名、公益助学、终端体验、微信营销和展会营销等等。在某种程度上来讲，品牌推广与产品或服务质量的地位同样重要。