

服装销售 细节大全

林葳◎主编



FUZHUANGXIAOSHOU XIJIEDAQUAN

在同一地段、代理同样品牌的服装店，为什么有的赚得盆满钵满，门庭若市；而有的支不敷出，门可罗雀。

在同一个服装店的导购员有的业绩累累，有的业绩平平；这一结果全是服装销售技巧的高低导致的



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

服装销售 细节大全

林葳◎主编



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

服装销售细节大全 / 林葳 主编. — 武汉: 华中科技大学出版社, 2013. 1
ISBN 978-7-5609-7935-9

I. 服… II. 林… III. 服装-销售学 IV.F768.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 085994 号

服装销售细节大全

林葳 主编

责任编辑: 汤 梅

封面设计: 金 刚

责任校对: 张 丛

责任监印: 张正林

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027) 81321915 (010) 84533149

印 刷: 北京毅峰迅捷印刷有限公司

开 本: 720mm×1040mm 1/16

印 张: 17

字 数: 255 千字

版 次: 2013 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 29.80 元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

前 言

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。人们把“衣”放在前位，可见衣服对于我们生活的重要性。在人口众多的中国，随着人们生活水平的不断提高，服装消费市场容量巨大，服装店铺如雨后春笋般迅速发展。服装不仅是人们遮身蔽体、保健御寒所必需，而且还有着装饰、美化、标志等功能，通过服装的布料、造型设计、色彩、款式搭配等变化，充分显示出人的体态和仪容的美感，表现人的个性、职业、社会地位和生活品位，并在一定程度上反映着民族的服装文化及时代风尚。

在服装市场国际化的环境中，竞争的胜负不仅取决于企业的发展战略，也往往取决于销售人员的素质和销售终端的经营水平。服装行业越来越需要既具有服装专业知识，又掌握市场营销理论和方法的综合型人才。但现在很多人做服装销售仍然是凭着感觉走，以不怕交“学费”的心态，“摸着石头过河”。尤其是在服装销售终端，销售人员缺少必需的基础知识和能力，无法在具体销售工作中找出制胜的关键因素，取得良好的业绩。

本书正是专门针对终端服装销售人员，包括店铺导购员、店长

和服装店铺经营者、服装销售基层管理人员而编写的实用销售技巧类图书。书中全方位地阐释了服装行业终端店铺的销售细节、方法技巧及法则，内容包括：服装销售行业基础知识、销售人员素质修炼、店铺的选址命名及布置设计、服装陈列技巧、销售人员日常的标准应对语言、服务原则与规范化、客户购物心理分析、接近不同客户的技巧、如何处理客户异议、促成交易的语言技巧，以及促销策略、销售管理等。

书中摒弃枯燥晦涩的营销理论，重点解决销售过程中的实际问题，强调如何做、怎么做，语言简明，内容实用，耐看易懂，可以即学即用。相信本书能够帮助您迅速提升销售业绩，实现您做好服装销售的梦想。

目 录

Contents

第一章 人行基础知识

一次成功的销售不是一件偶然发生的事，它是销售人员学习、计划以及对知识和技巧运用的结果。因此，任何一个销售人员在取得一鸣惊人的成绩之前，必须要先做好准备工作，掌握行业知识。没有学问作为根基的销售，只能视为投机，无法真正体验销售的乐趣。

- 细节一 常见服装的分类及特点 / 2
- 细节二 服装的属性信息 / 6
- 细节三 服装面料的种类及特点 / 11
- 细节四 服装面料的鉴别方法 / 14
- 细节五 不同服装的保养方法 / 20
- 细节六 服装搭配技巧 / 24

第二章 销售人员的素质与形象塑造

客户会通过与销售人员的交谈，以及对店铺环境和销售人员言谈举止的观察来判断自己是否应作出购买决定。在这种情况下，销售的最大障碍不是价格，也不是竞争，不是客户的抗拒，而是销售人员自身的缺陷。因此，销售人员的素质与形象塑造至关重要。

细节一 服装销售人员必备的能力 / 38

细节二 出类拔萃的自我包装 / 42

细节三 恰到好处的言谈举止 / 46

细节四 微笑是促进成交的利器 / 51

细节五 首先学会推销自己 / 52

细节六 培养良好的服务意识和职业习惯 / 55

第三章 店铺的开设与形象打造

在服装销售行业，从家庭式的“夫妻店”到大型的现代化商厦，都面临日益激烈的竞争经营环境，这个看似简单的买卖，其实十分讲究营销技巧。开店前，店铺的选址、产品定位、店铺命名、资金来源等，都需要慎重考虑和选择。开店后，店铺还有一个形象问题，它是店铺经营者品位和实力的象征，如店铺的色彩、造型、布局、陈列及卖场环境等细节，都会对客户心理产生不可忽视的影响。

细节一 开设服装店铺的知识准备 / 60

- 细节二 服装店铺的选址方法 / 69
- 细节三 服装店铺的取名技巧 / 73
- 细节四 黄金店面的打造 / 78
- 细节五 服装陈列——打造消费新动力 / 84
- 细节六 卖点广告运用及制作关键 / 93
- 细节七 店铺“软环境”的营造 / 97

第四章 服装销售标准流程与服务

一个装修时尚、华丽、简约而大气的卖场（店铺），配以风格多样化、款式新颖时尚的货品，加上销售人员提供的五星级服务，不仅能带来滚滚财源，而且能树立起完美的店铺形象。

- 细节一 销售流程及服务标准 / 102
- 细节二 迎宾与接近客户的技巧 / 109
- 细节三 巧妙满足客户的需求 / 113
- 细节四 对不同的客户用不同的服务方式 / 117
- 细节五 争取客户的信任 / 121
- 细节六 服装销售的推荐技巧 / 124
- 细节七 处理客户异议的原则、时机和方法 / 128
- 细节八 有效诱导客户成交 / 133
- 细节九 促成迅速成交的特殊技巧 / 136

第五章 服装销售高级技巧

从销售执行到销售策略，是销售层次的提升。优秀销售人员与一般销售人员的最大区别，就是他们不仅熟练掌握服装销售的整个流程，而且善于使用销售策略，从根本上把握与推进客户的购买进程，提高成交率。

- 细节一 服装价格的制定方式 / 142
- 细节二 定价策略的运用 / 146
- 细节三 客户讨价还价的应对策略 / 152
- 细节四 价格，别轻易作出让步 / 157
- 细节五 察言观色促进成交 / 159
- 细节六 用赞美开始销售 / 164
- 细节七 试穿的服务技巧 / 168
- 细节八 巧妙应对举棋不定的客户 / 171

第六章 服装促销策略

在服装销售实践中，促销活动的策划与实施是以有效的产品策略、价格策略、分销策略为前提的，主要包括人员推销、广告促销、销售促进和公共关系等内容。促销的本质是一种暂时性、短期性的刺激活动，如果能审时度势，抓住机会，再加上一个好的创意，就能取得比预期中更好的促销效果。

- 细节一 提炼服装卖点 / 176
- 细节二 促销前的市场调研 / 181

- 细节三 促销计划的制定与实施 / 183
- 细节四 广告促销 / 188
- 细节五 会员促销 / 192
- 细节六 淡季促销 / 194
- 细节七 出奇制胜巧促销 / 197
- 细节八 制造流行, 拓宽促销思路 / 204

第七章 服装销售管理

服装店铺无论大小, 总是五脏俱全。店铺经营能否成功, 与店铺经营者是否善于管理有着直接的关系。为此, 店铺经营者应结合自身的实际情况, 借鉴他人的成功经验, 制定出适合自己店铺的人员、物品、销售、财物等管理办法, 使之切实可行并行之有效。

- 细节一 店铺货品管理 / 210
- 细节二 店铺人员管理 / 213
- 细节三 激励员工的具体措施 / 217
- 细节四 店铺财务管理 / 221
- 细节五 走出进货的迷宫 / 225
- 细节六 妙计消化库存 / 231

第八章 售后服务与客户管理

发货、回款是销售人员最基本的职责，到目前为止，中国尚有无数销售人员的销售概念仅停留于此，还不懂什么叫客户管理。营销大师告诫我们，成交不是销售的终点，做好售后服务和客户管理是下一次成功销售的开始。

- 细节一 建立良好的客户关系 / 236
- 细节二 及时处理客户投诉 / 239
- 细节三 正确对待客户的退货要求 / 242
- 细节四 化解客户的不满情绪 / 247
- 细节五 客户管理的一般方法 / 250
- 细节六 认真对待客户流失问题 / 253
- 细节七 抓住核心客户 / 256

第一章 入行基础知识 |

一次成功的销售不是一件偶然发生的事，它是销售人员学习、计划以及对知识和技巧运用的结果。因此，任何一个销售人员在取得一鸣惊人的成绩之前，必须要先做好准备工作，掌握行业知识。没有学问作为根基的销售，只能视为投机，无法真正体验销售的乐趣。





常见服装的分类及特点

服装的种类很多，由于服装的基本形态、品种、用途、制作方法、原材料的不同，各类服装亦表现出不同的风格与特色，变化万千，十分丰富。不同的分类方法，使得人们平时对服装的称谓也不同。

1. 根据服装的基本形态分类

依据服装的基本形态与造型结构，可分为体形型、样式型和混合型三种类型。

(1) 体形型。指符合人体形状、结构的服装，起源于寒带地区。这类服装的一般穿着形式分为上装与下装两部分。上装与人体胸围、项颈、手臂的形态相适应；下装则符合于腰、臀、腿的形状，以裤型、裙型为主。此类服装裁剪、缝制较为严谨，注重服装的轮廓和主体效果，如西服类多为体形型。

(2) 样式型。指以宽松、舒展的形式将衣料覆盖在人体上，是起源于热带地区的一种服装样式。此类服装不拘泥于人体的形态，较为自由随意，裁剪与缝制工艺以简单的平面效果为主。

(3) 混合型。混合型结构的服装是寒带体形型和热带样式型的综合形式，兼有两者的特点，剪裁采用简单的平面结构，但以人体为中心，基本的形态为长方形，如中国旗袍、日本和服等。

2. 根据服装的穿着组合、用途、面料、制作工艺分类

(1) 按穿着组合分类，大致分为如下几种：

① 整件装：上下两部分相连的服装，如连衣裙等，因上装与下装相连，服装整体形态感强。

② 套装：上衣与下装分开的衣着形式，有两件套、三件套、四件套。

③ 外套：穿在衣服最外层，有大衣、风衣、雨衣、披风等。

④ 背心：穿在上半身的无袖服装，通常短至腰、臀之间，略微贴身的造型。

⑤ 裙：遮盖下半身用的服装，有筒裙、斜裙、超短裙、褶裙、节裙、缠绕裙等，变化较多。

⑥ 裤：从腰部向下至臀部后分为裤腿的衣着形式，穿着行动方便，有长裤、短裤、中裤。

(2) 按用途分为内衣和外衣两大类：内衣紧贴人体，起护体、保暖、调整体形的作用；外衣则因穿着场所不同，用途各异，品种类别很多，又可分为社交服、日常服、职业服、运动服、室内服、舞台服等。

(3) 按服装面料与工艺制作，可分为中式服装、西式服装、刺绣服装、呢绒服装、丝绸服装、棉布服装、毛皮服装、针织服装、羽绒服装等。

3. 其他分类方式

服装还可以按性别、年龄、民族、特殊功用、厚薄和衬垫材料、洗水效果等方面的区别进行分类。

(1) 按性别分为男装、女装。

(2) 按年龄分为婴儿服、儿童服、成人服。

(3) 按民族分为汉族服装、藏族服装、墨西哥服装、印第安服装等。

(4) 按特殊功用分类，有耐热的消防服、高温作业服、不透水的潜水服、高空穿着的飞行服、宇航服、高山穿着的登山服等。

(5) 按厚薄和衬垫材料不同，分为单衣类、夹衣类、棉衣类、羽绒服、丝绵服等。

(6) 按服装洗水效果，分为石磨洗、漂洗、普洗、砂洗、酵素洗、雪

花洗服装等。

4. 根据针织服装的生产和加工特点分类

(1) 按原料成分分类,大致可分为以下几种:

①纯毛类(包括毛类混纺类):分为羊毛衫、羊绒衫、驼毛衫、羊仔毛(短毛)衫、兔羊毛混纺衫、驼羊毛混纺衫、牦牛毛羊毛混纺衫等。

②混纺类:分为羊毛/腈纶、兔毛/腈纶、马海毛/腈纶、驼毛/腈纶、羊绒/锦纶混纺衫、羊绒/蚕丝混纺衫等。

③纯化纤类(包括化纤混纺类):分为弹力锦纶衫、弹力丙纶衫、弹力涤纶衫、腈纶膨体衫、腈纶/涤纶、粘纤/锦纶混纺衫等。

④交织类:分为羊毛腈纶、兔毛腈纶、羊毛棉纱交织衫等。

(2) 按纺纱工艺分类,大致可分为以下几种:

①精梳类:采用精梳工艺纺制的针织绒、细绒线、粗绒线织制的各种羊毛衫、粗细绒线衫等。

②粗梳类:采用粗梳工艺纺制的针织纱线织制的各种羊仔毛衫、羊绒衫、兔毛衫、驼毛衫、雪兰毛衫等。

③花色纱毛衫:采用花色针织绒(圈圈纱、结子纱、自由纱、拉毛纱)织制的花色毛衫。这类毛衫外观奇特、风格别致,有艺术感。

(3) 按坯布组织结构分类,一般分为单面、四平、鱼鳞、提花、扳花、挑花、绞花等多种。

(4) 按修饰花型分类,可分为印花、绣花、贴花、扎花、珠花、盘花、拉毛、缩绒、镶皮、浮雕等。以下介绍几种常见类型:

①印花毛衫:在毛衫上采用印花工艺印制花纹,以达到提高美化效果的目的,是毛衫中的新品种。印花格局有满身印花、前身印花、局部印花等,外观优美,艺术感染力强,装饰性好。

②绣花毛衫:在毛衫上通过手工或机械方式刺绣上各种花形图案,花形细腻纤巧,绚丽多彩,以女衫和童装为多。有本色绣毛衫、素色绣毛衫、彩绣毛衫、绒绣毛衫、丝绣毛衫、金银丝线绣毛衫等。

③拉毛毛衫：将已织成的毛衫衣片经拉毛工艺处理，使织品的表面拉出一层均匀稠密的绒毛。这类毛衫手感蓬松柔软，穿着轻盈保暖。

④缩绒毛衫：又称缩毛毛衫、粗纺羊毛衫，一般需经过缩绒处理。经缩绒后毛衫质地紧密厚实，手感柔软、丰满，表面绒毛稠密细腻，穿着舒适保暖。

⑤浮雕毛衫：这是毛衫中艺术性较强的新品种，将水溶性防缩绒树脂在羊毛衫上印上图案，再将整体毛衫进行缩绒处理。印上防缩剂的花纹处不产生缩绒现象，织品表面呈现出缩绒与不缩绒凹凸为浮雕般的花形，再以印花点缀浮雕，使花形有强烈的立体感，给人以新颖醒目的感觉。

了解服装的各种分类方法以及不同服装的性能特点，有利于销售人员向顾客说明、推销。不过，从商业的角度来看，平常说得最多的是以下服装品种，见表 1-1。

表 1-1 服装品种分类及相应代码

品种分类	相应代码	品种分类	相应代码	品种分类	相应代码
便裤	1501	夹克衫	1802	民俗服装	2201
长裤	1502	套装	1901	内衣	2301
短裤	1503	连衣裙	2001	睡衣	2601
衬衫	1601	裙子	2002	制服	2701
上衣	1602	纱丽服	2003	游泳服	2801
针织套衫	1701	和服	2004	运动服	2901
羊毛衫	1702	罩衣	2101	T 恤衫	3001
外套	1801	连裤服	2102	马甲	3101

注：表格资料来源于第一营销网 <http://www.cmmo.cn/article-72611-1.htm>。



服装的属性信息

服装产品是一种比较特殊的产品，其主要特点是品种、款式、颜色、面料、品牌等属性分类繁多，变化快。服装生产、销售企业在产品销售、生产、仓储物流管理等环节中，必须对服装的各种属性信息进行标志与表述。

根据服装产品的特点，通常可以将服装产品的属性信息分为以下三类：

1. 基本特征属性

特征属性是指对产品特点、性质的描述。不同的产品具有不同的基本特征属性。

服装产品的基本特征属性通常可以分为以下几项：

(1) 品种。指对服装基础产品类别小类的描述，如上衣、衬衫、短裤、童装、睡衣、T恤等。

(2) 面料。指缝制服装正面表层材料，可以粗略地分为棉织物、毛织物、皮革、麻织物、丝织物等，详细分类达数百种。

(3) 款式。指服装局部造型设计元素对服装成品的描述，其具体分类非常多，比如衣领就可以分为圆领、尖领、方领、倒挂领等数十种。

(4) 规格。通常也叫号型，这是一种比较常用的服装规格表示方法，一般选用人体的高度（身高）、围度（胸围或臀围）再加体型类别来表示服装规格。号型是专业人员设计制作服装时确定尺寸大小的参考依据。