



服装高等教育“十二五”部委级规划教材（高职高专）  
浙江省重点教材

# FUZHUANG DAOGOU YU DIANZHANG

## 服装导购与店长

刘建长 主 编

田犇 章春苗 副主编

· 服装导购销售训练  
· 服装销售准备、服装导购过程、服装成交与售后  
· 服装店长成长训练  
· 店长上岗前的准备、建立规范的店铺运作体系、  
· 提高员工士气、做好销售现场管理、  
· 提高货品效益

中国纺织出版社



服装高等教育“十二五”部委级规划教材（高职高专）  
浙江省重点教材

# 服装导购与店长

刘建长 主编

田 犇 章春苗 副主编



 中国纺织出版社

## 内 容 提 要

本书分为服装导购销售训练和服装店长训练两部分。在服装导购销售训练部分,重点强调销售技巧,主要包括服装销售准备、服装导购过程、服装成交与售后等内容。在服装店长训练部分,重点强调管理技能,主要包括服装店长上岗前的准备、如何建立规范的店铺运作体系、如何提高员工士气、如何做好销售现场管理、如何提高货品效益等内容。

本书注重实际运用和实践训练。内容针对性很强,每章都以实际案例导入,引导读者思考,课后通过思考训练题和综合实训巩固学习成果。

本书可作为服装营销与管理专业学生用书,也可作为服装店铺从业人员及服装企业内训参考用书。

## 图书在版编目(CIP)数据

服装导购与店长 / 刘建长主编. —北京: 中国纺织出版社, 2014.6

服装高等教育“十二五”部委级规划教材(高职高专)

浙江省重点教材

ISBN 978-7-5180-0356-3

I. ①服… II. ①刘… III. ①服装—销售—方法—高等教育—教材②服装—商店—商业经营—高等教育—教材 IV. ①F768.3②F717.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第125649号

---

责任编辑: 张思思      责任校对: 楼旭红  
责任设计: 何 建      责任印制: 储志伟

---

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010—67004422 传真: 010—87155801

http: //www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 http: //weibo.com/2119887771

三河市宏盛印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2014年6月第1版第1次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 10

字数: 191千字 定价: 32.00元

---

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

# 出版者的话

《国家中长期教育改革和发展规划纲要》（简称《纲要》）中提出“要大力发展职业教育”。职业教育要“把提高质量作为重点。以服务为宗旨，以就业为导向，推进教育教学改革。实行工学结合、校企合作、顶岗实习的人才培养模式”。为全面贯彻落实《纲要》，中国纺织服装教育学会协同中国纺织出版社，认真组织制订“十二五”部委级教材规划，组织专家对各院校上报的“十二五”规划教材选题进行认真评选，力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应，并对项目式教学模式的配套教材进行了探索，充分体现职业技能培养的特点。在教材的编写上重视实践和实训环节内容，使教材内容具有以下三个特点：

（1）围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点，从培养学生学习兴趣和提高职业技能入手，教材内容围绕生产实际和教学需要展开，形式上力求突出重点，强调实践。附有课程设置指导，并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能，章后附形式多样的思考题等，提高教材的可读性，增加学生学习兴趣和自学能力。

（2）突出一个环节——实践环节。教材出版突出高职教育和应用性学科的特点，注重理论与生产实践的结合，有针对性地设置教材内容，增加实践、实验内容，并通过多媒体等形式，直观反映生产实践的最新成果。

（3）实现一个立体——开发立体化教材体系。充分利用现代教育技术手段，构建数字教育资源平台，开发教学课件、音像制品、素材库、试题库等多种立体化的配套教材，以直观的形式和丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分，为出版高质量的教材，出版社严格甄选作者，组织专家评审，并对出版全过程进行跟踪，及时了解教材编写进度、编写质量，力求做到作者权威、编辑专业、审读严格、精品出版。我们愿与院校一起，共同探讨、完善教材出版，不断推出精品教材，以适应我国职业教育的发展要求。

中国纺织出版社  
教材出版中心

# 前言

服装企业迫切需求市场营销管理人才。一线岗位有：服装导购员、服装客服专员、服装销售代表、市场拓展专员等；管理岗位有：服装专卖店店长、区域经理、营销活动策划人员、培训助理、市场总监、销售总监等。为了使学生毕业后尽快与企业接轨，熟悉相应的服装营销管理知识，掌握相关的技能，成为受用人单位欢迎的、有内涵的服装营销管理人才，浙江纺织服装职业技术学院和温州职业技术学院的教师牵头编写了服装营销系列教材（共5本）。该丛书是浙江省教育厅立项的高校系列教材建设项目之一，本书为这一系列教材的其中一本。

决胜终端绝不是一句空洞的口号。不断提升终端导购员和店长的素质及能力，是品牌服装市场竞争力提升的有力保障，因此，这个领域需要吸纳更多高技能、高素质的人才。本教材以服装导购销售训练和服装店长成长训练为载体，通过层进式的内容组合，让学生按照实际的工作流程逐步学习，在自主探究的活动中丰富专业知识、提升专业技能，形成较高的综合素质。教学内容的展开循序渐进，环环相扣，不断深入。上篇和下篇的教学都有相应的教学目标、教学要求、教学方式和课前准备等供教学参考，教学过程注重学习相关知识和技能，通过实际案例和实践训练，引导学生思考问题，研究自身技能与素质的提升策略，提高学生的学习兴趣。通过小组讨论、互动学习、案例分析、社会调查等形式培养学生观察、分析、解决实际问题的能力，努力使学生具备服装导购的销售能力和服装店长的店铺管理能力。

目前市场上尚没有这样命名的一本教材来满足服装市场营销专业和连锁经营管理等专业学生的学习需求。本书的出版有利于帮助这些专业的学生谋求服装导购与店长的工作，也有助于服装店铺的从业人员和管理者的自我提升。本书同时也可以作为服装企业内训的参考用书。

该教材由浙江纺织服装职业技术学院（雅戈尔）商学院副院长刘建长副教授主编并负责编写提纲和统稿，由田犇副教授、章春苗讲师任副主编。温州职业技术学院营销专业主任易淼清副教授和浙江纺织服装职业技术学院（雅戈尔）商学院茅淑桢讲师参编。具体编写分工如下：上篇的第一章由刘建长和田犇编写，第二章和第三章由田犇编写；下篇的第四章由刘建长编写，第五章由刘建长和章春

苗编写，第六章由茅淑桢编写，第七章由易淼清编写，第八章由章春苗编写。上篇的综合实训由田犇编写，下篇的综合实训由刘建长编写。

在本书的编写过程中，编写人员走访了大量的服装导购和店长，他们的建议为本书的编写带来很多启示。雅戈尔集团董事长助理张明杰博士提供了大量雅戈尔集团FA（导购员）和店长培训的一手资料。浙江纺织服装职业技术学院时装学院郑宁老师和戴炯老师为本书的编写提供了一些店铺管理的资料。部分案例材料来源于网络。

编 者

2013年10月

教学内容及课时安排

| 章/课时         | 课程性质/课时                  | 节    | 课程内容              |
|--------------|--------------------------|------|-------------------|
| 第一章<br>(4课时) | 上篇<br>服装导购销售训练<br>(16课时) |      | · 第一章 服装销售准备      |
|              |                          | 一    | 销售知识准备            |
|              |                          | 二    | 销售心理准备            |
|              |                          | 三    | 销售礼仪准备            |
| 第二章<br>(6课时) |                          |      | · 第二章 服装导购过程      |
|              |                          | 一    | 观察顾客              |
|              |                          | 二    | 接近顾客              |
|              |                          | 三    | 倾听顾客              |
| 第三章<br>(6课时) |                          |      | · 第三章 服装成交和售后     |
|              |                          | 一    | 与顾客成为朋友           |
|              |                          | 二    | 发现顾客的购买信号         |
|              |                          | 三    | 促成交易              |
|              | 四                        | 售后服务 |                   |
| 第四章<br>(4课时) | 下篇<br>服装店长成长训练<br>(24课时) |      | · 第四章 服装店长上岗前的准备  |
|              |                          | 一    | 认识服装店店长           |
|              |                          | 二    | 熟悉服装店的一般工作流程      |
|              |                          | 三    | 做好上岗前的准备工作        |
| 第五章<br>(4课时) |                          |      | · 第五章 建立规范的店铺运作体系 |
|              |                          | 一    | 建立合理的店铺组织结构       |
|              |                          | 二    | 明确各岗位的职责          |
|              |                          | 三    | 建立科学的店铺运行制度和办法    |
| 第六章<br>(4课时) |                          |      | · 第六章 提高员工士气      |
|              |                          | 一    | 科学实施绩效管理          |
|              |                          | 二    | 团队激励与沟通技巧         |
| 第七章<br>(8课时) |                          |      | · 第七章 做好销售现场管理    |
|              |                          | 一    | 营造良好的销售氛围         |
|              |                          | 二    | 做好销售现场的工作安排       |
|              |                          | 三    | 正确处理销售现场突发事件      |
|              |                          | 四    | 有效制订与实施促销策划       |
| 第八章<br>(4课时) |                          |      | · 第八章 提高货品效益      |
|              |                          | 一    | 科学合理订货            |
|              |                          | 二    | 有效管理仓库            |
|              |                          | 三    | 高效处理库存            |

注 各院校可根据自身的教学特点和教学计划对课程时数进行调整。

# 目录

## 上篇 服装导购销售训练

|                       |         |
|-----------------------|---------|
| <b>第一章 服装销售准备</b>     | 002     |
| 第一节 销售知识准备            | 003     |
| 一、服装导购的必备知识           | 003     |
| 二、导购知识的学习方法           | 004     |
| 三、导购知识的实践训练           | 008     |
| 第二节 销售心理准备            | 010     |
| 一、导购工作的心态准备           | 010     |
| 二、导购调整心态的策略           | 012     |
| 三、导购调整心态的技巧           | 015     |
| 第三节 销售礼仪准备            | 016     |
| 一、礼仪训练的意义             | 016     |
| 二、礼仪训练的方法             | 017     |
| 三、礼仪情境训练              | 019     |
| 思考讨论                  | 020     |
| <br><b>第二章 服装导购过程</b> | <br>021 |
| 第一节 观察顾客              | 022     |
| 一、导购的观察力思考            | 022     |
| 二、提升观察力的方法            | 023     |
| 三、导购的观察力训练            | 026     |
| 第二节 接近顾客              | 027     |
| 一、接近顾客的要领             | 027     |
| 二、接近顾客的过程             | 028     |
| 三、接近顾客的实践训练           | 032     |
| 第三节 倾听顾客              | 033     |
| 一、学会倾听顾客              | 033     |
| 二、倾听力提升的关键            | 034     |

|                          |            |
|--------------------------|------------|
| 三、倾听力的有效训练 .....         | 037        |
| 思考讨论 .....               | 038        |
| <b>第三章 服装成交和售后 .....</b> | <b>039</b> |
| 第一节 与顾客成为朋友 .....        | 040        |
| 一、学会与顾客建立友谊 .....        | 040        |
| 二、与顾客建立友谊的策略 .....       | 041        |
| 三、与顾客建立友谊的技巧 .....       | 046        |
| 第二节 发现顾客的购买信号 .....      | 047        |
| 一、发现购买信号是成交的关键 .....     | 047        |
| 二、不同类型顾客的购买信号 .....      | 047        |
| 三、发现购买信号的实践训练 .....      | 050        |
| 第三节 促成交易 .....           | 051        |
| 一、促成交易是导购的最终目标 .....     | 051        |
| 二、促成交易的方法 .....          | 052        |
| 三、促成交易的实践训练 .....        | 057        |
| 第四节 售后服务 .....           | 058        |
| 一、售后服务是销售活动的重要环节 .....   | 058        |
| 二、售后服务的相关知识和技能 .....     | 059        |
| 三、售后服务的实践训练 .....        | 062        |
| 思考讨论 .....               | 064        |
| <b>上篇综合实训项目 .....</b>    | <b>065</b> |

下篇 服装店长成长训练

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>第四章 服装店长上岗前的准备 .....</b> | <b>068</b> |
| 第一节 认识服装店店长 .....           | 069        |
| 一、服装店店长的工作职责 .....          | 069        |
| 二、优秀服装店长的技能要求 .....         | 070        |
| 第二节 熟悉服装店的一般工作流程 .....      | 071        |
| 一、营业前的工作安排 .....            | 071        |
| 二、营业中的工作安排 .....            | 072        |
| 三、营业后的工作安排 .....            | 073        |
| 第三节 做好上岗前的准备工作 .....        | 073        |
| 一、优秀服装店长的素质 .....           | 073        |

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| 二、服装店店长的角色定位 .....           | 074        |
| 思考讨论 .....                   | 075        |
| <b>第五章 建立规范的店铺运作体系 .....</b> | <b>076</b> |
| 第一节 建立合理的店铺组织结构 .....        | 077        |
| 一、组织结构的分类 .....              | 077        |
| 二、服装店铺组织体系的设计原则 .....        | 078        |
| 三、服装店铺的一般组织结构 .....          | 079        |
| 第二节 明确各岗位的职责 .....           | 080        |
| 一、岗位分析要解决的6个重要问题 .....       | 080        |
| 二、岗位说明书 .....                | 080        |
| 第三节 建立科学的店铺运行制度和方法 .....     | 082        |
| 一、服装店铺人事安排 .....             | 082        |
| 二、建立顾客管理制度 .....             | 084        |
| 三、建立店铺财务管理制度 .....           | 087        |
| 思考讨论 .....                   | 088        |
| <b>第六章 提高员工士气 .....</b>      | <b>089</b> |
| 第一节 科学实施绩效管理 .....           | 089        |
| 一、制订有效的考核标准 .....            | 089        |
| 二、做好绩效管理的沟通工作 .....          | 093        |
| 三、对绩效信息进行有效分析 .....          | 095        |
| 四、绩效评价结果的反馈 .....            | 096        |
| 五、店长对店员有效管理的技巧 .....         | 097        |
| 六、科学的绩效管理降低店员的流失 .....       | 099        |
| 第二节 团队激励与沟通技巧 .....          | 101        |
| 一、有效激励的基本原则 .....            | 101        |
| 二、团队精神的培育 .....              | 101        |
| 三、激发店员工作意愿的技巧 .....          | 103        |
| 四、提高店员士气的沟通技巧 .....          | 104        |
| 五、店长激励店员的黄金法则 .....          | 106        |
| 思考讨论 .....                   | 108        |
| <b>第七章 做好销售现场管理 .....</b>    | <b>109</b> |
| 第一节 营造良好的销售氛围 .....          | 110        |
| 一、店内人员气氛的营造 .....            | 110        |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 二、店内灯光气氛的营造 .....      | 111 |
| 三、店内色彩气氛的营造 .....      | 112 |
| 四、店内音乐气氛的营造 .....      | 114 |
| 第二节 做好销售现场的工作安排 .....  | 115 |
| 一、人力安排 .....           | 115 |
| 二、店铺环境管理 .....         | 115 |
| 三、销售运行流程管控 .....       | 116 |
| 四、服务质量管理 .....         | 116 |
| 五、货品管控 .....           | 117 |
| 六、市场信息管理 .....         | 118 |
| 七、财务及报表工作管理 .....      | 119 |
| 八、其他事务管控 .....         | 119 |
| 第三节 正确处理销售现场突发事件 ..... | 120 |
| 一、正确认识和处理顾客投诉 .....    | 120 |
| 二、偷盗的防范和处理 .....       | 124 |
| 三、火灾的防范和处理 .....       | 125 |
| 四、遭遇抢劫的防范和处理 .....     | 126 |
| 五、其他突发事件的处理 .....      | 127 |
| 第四节 有效制订与实施促销策划 .....  | 129 |
| 一、了解促销的目的与方法 .....     | 129 |
| 二、促销的策划与实施 .....       | 131 |
| 三、促销评估与控制 .....        | 133 |
| 思考讨论 .....             | 134 |
| <br>                   |     |
| 第八章 提高货品效益 .....       | 135 |
| 第一节 科学合理订货 .....       | 136 |
| 一、服装订货的原则 .....        | 136 |
| 二、预测销售周期 .....         | 136 |
| 三、补货量的计算 .....         | 137 |
| 第二节 有效管理仓库 .....       | 137 |
| 一、仓库管理的原则 .....        | 137 |
| 二、仓库管理的一般方法 .....      | 138 |
| 三、仓库盘点 .....           | 139 |
| 第三节 高效处理库存 .....       | 140 |
| 一、服装库存产生的原因 .....      | 140 |
| 二、合理库存量的计算 .....       | 140 |

|                |     |
|----------------|-----|
| 三、库存处理 .....   | 141 |
| 思考讨论 .....     | 142 |
| 下篇综合实训项目 ..... | 143 |
| 参考文献 .....     | 145 |

## 上篇 服装导购销售训练

**教学目标：**服装导购在业界称为时尚顾问（Fashion Adviser）或者时尚咨询师（Fashion Consultant）。追求顾客满意度是服装导购的重要工作。一名优秀的服装导购人员能根据顾客的需求，结合服装商品和时尚元素，为顾客提供合适的建议。当顾客感受到超出预期的服务时，才开始对服装商品和导购产生信任，并做出购买的决定。本篇努力使学生了解服装导购岗位的基本要求，学习相关的知识和技能，熟悉导购的服务过程，掌握促成交易和提供售后服务的技巧，努力提高销售技能，为成为一名专业的服装导购人员做好准备。

**教学方式：**教、学、做一体化。

**教学要求：**

1. 教师要明确该篇的任务目标和训练要求。
2. 学生在任务实施和实践操作环节之前，要学习相关知识与技能，并有自己的思考和观点。
3. 任务实施和实践操作小组人数在4或6人为宜，一般情况下要确保人数为偶数。要体现团队合作精神，认真实施并及时总结反馈。
4. 对于学生在各方面的表现要及时给予真实反馈和鼓励。

**课前准备：**

1. 学生应选择某个服装品牌店铺作为项目的载体。如果是和学校合作的服装品牌店铺效果更佳。
2. 需对学生进行项目分组。
3. 各小组需先到确定的店铺现场采样。采样内容包括：场景图片的拍摄，在售服装产品的学习，简单道具的制作，顾客群的了解，周边市场状况的调查等。
4. 对各个任务的目标和要求要进行预习。
5. 教师为学生指定参考用书、电子资料或网络学习内容。

# 第一章 服装销售准备

## 【学习目标】

知识点：

1. 了解如何准备服装销售知识。
2. 了解如何具备良好的销售心态。
3. 了解相关礼仪知识和训练方法。

能力点：

1. 能通过现场调研、资料整理和小组训练等方法掌握基本的服装销售知识。
2. 能通过情绪管理训练和目标管理训练等方法养成良好的销售心态。
3. 能通过模拟情境训练等方法有效把握服装销售礼仪。

## 【引导案例】

### 某服装店铺的早课

一日，×先生到A品牌女装店铺调研，亲身体验了早课的作用和效果。

店铺早课由店长主持，分为四部分。第一部分，自我确认。所有员工站成一圈，由店长选派一名店员站在圈中，讲自己的故事。×先生第一次参加，店长推荐×先生做自我介绍，在讲述自己故事的过程中，其他成员不时用掌声给予肯定和鼓励。自我介绍后，店员对×先生进行自由提问，以一种轻松的方式交流。第二部分，审查。店长会就前一天遇到的问题询问当事人，当事人描述后，员工共同寻找解决方法。例如，有店员反映一位顾客打碎了店内装饰物。店员针对如何处理这件事情以及如何避免类似事情发生开展开放式讨论，在店长引导下最终达成共识。第三部分，布置当日工作计划和目标。各销售组组长总结前一日的销售成果，计划当日的销售计划 and 目标，小组成员共同表态，每个人需大声而清晰地喊出目标，表达决心。第四部分，在轻松的气氛中，做团队协作操。

早课，是每一家专卖店日常工作的第一个环节，作用在于调动一天的工作热情，增进团队凝聚力，为一天的工作做好前期准备。

完美的准备实现完美的结果。服装导购人员真正和顾客面对面的时间是非常有限的,即使你有时间,顾客也不会有太多时间留给你。实际上,导购工作的大多数时间是用在前期准备上,导购人员必须事先了解自己销售的产品和即将面对的潜在顾客,管理好自己的心态,布置好销售的现场,伺机而动。

## 第一节 销售知识准备

### 一、服装导购的必备知识

服装导购员掌握的知识并非越多越好,每个人的认知都是有限的,导购员不一定要比顾客显得更博学,但是,却要表现得更专业。在日常生活中,当人们遇到疑难时,更加愿意相信专业人士,人们坚信专业人士精深于某一领域的知识、技能,能够给人们在该领域正确的指引。在实际的消费活动中,一名专业的导购员能够提供给顾客准确的信息、恰当的建议、满意的服务,对顾客消费决策的引导让他们感到可靠、信服。那么导购员需要具备哪些知识储备,才能显得更专业,更加令人信服呢?

专业的服装导购员必须掌握的知识包括服装商品知识、相关工作程序知识、相关的法律知识、服务对象的信息、公司的政策等。这样一般性的描述仍然让初学者迷茫,因为仅仅就服装商品知识而言,一件服装从选择面料,加工为成品,到摆上货架,包含了一系列的知识和信息,哪些才是导购员必备的专业知识呢?

导购员知识储备的内容和数量取决于顾客。这就再次强调了“以顾客为中心”的理念,顾客需要知道什么,顾客在消费活动中需要怎样的服务才是最重要的。相关的服装专业知识包括服装材料学、服装设计学、服装加工工艺、服装市场营销、时尚文化等。以服装面料为例,就包括纤维的种类、性能、纱线的类型、纺织方法、织物的组织结构、织物的染整等。如果这些知识服装导购员都能掌握当然好,但人们储备和精通知识的能力是有限的,很难做到既是服装面料专家又是服装营销专业人士。那么,服装导购员需要知道什么,需要精通什么?从顾客的角度思考,如果你就是顾客,你要买衣服,必然会考虑到服装的材质,这时你会关注什么?服装材质是否环保,天然材质还是非天然材质?穿着是否舒适,保暖和透气性如何?它的结构和色彩是否能经得住洗涤?从顾客的角度出发,服装导购员的知识可以简化,这种简化是围绕着为顾客提供更好的服务以及他们关注的信息展开的。

从顾客角度思考,服装导购员在提供服务时,不能总是围绕服装商品本身,为了增进与顾客的关系,有时服装导购员要迎合顾客的兴趣和爱好,谈论更加广泛的内容,这就需要导购员具备更广博的社会知识、生活知识、娱乐知识。这种广博也是围绕着为顾客提供更好的服务以及他们更喜爱的信息展开的。

二、导购知识的学习方法

每位学生在课程开始时，应拟定一家店铺作为实践的对象，这里将其称为A品牌。当走上A品牌女装店铺导购员的岗位时，应怎样进行知识准备？

（一）掌握A品牌顾客的基本信息

导购员所有知识的准备都是从顾客开始的，在掌握了面对顾客群的基本信息和特征后，所有的准备就有了目标和实际内容。顾客群的一般信息包括：顾客的性别、年龄、体态、收入水平、消费水平、文化程度、职业分布等；顾客群的特征信息包括：顾客的价值取向、文化背景、购买习惯、审美标准、兴趣爱好等；顾客群的具体信息包括：居住区域、交通方式、家庭结构、历史购买记录等。

导购员走上岗位的第一步，就是了解和掌握顾客群信息。导购员可以通过向店长或高级导购员请教，或者通过自身的观察和有计划的调查获得信息，再通过认真地整理、思考，形成对顾客的初步认识。

学生可分组到实习店铺进行调查，自行设计表格，整理收集信息。具体如表1-1所示。

表1-1 A品牌店铺顾客群信息一览

| 一般信息 | 分析                                              | 特征信息 | 分析                                                                  | 具体信息   | 分析                                                              |
|------|-------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------|
| 年龄   | 25 ~ 35 岁                                       | 价值取向 | 重视服饰美、追求时尚，但不前卫，着装讲究一定的品位和内涵，认同品牌价值和品牌忠诚度较高                         | 居住区域   | 1 公里范围内占 40%，3 公里范围内占 40%                                       |
| 性别   | 女性，20% 有男性陪伴                                    |      |                                                                     | 交通方式   | 步行 30%，驾车 50%，使用公共交通工具 20%                                      |
| 体态   | 标准体态 55%，偏瘦体态 25%，偏重体态 15%，肥胖体态 5% 左右           |      |                                                                     |        |                                                                 |
| 收入水平 | 个人年收入 10 万 ~ 20 万占 70%，20 万以上占 25%              | 文化背景 | 受过正规教育，生活在城市，本地原住民和新移民各占 50% 左右，习惯用普通话交流                            | 家庭结构   | 单身占 30%，基本家庭占 30%，核心家庭占 25%                                     |
| 消费水平 | 个人年服装消费 5000 ~ 10000 元为主流，占 60% 以上              |      |                                                                     |        |                                                                 |
| 文化水平 | 本科以上学历超过 70%，高中以下学历低于 5%                        | 购买习惯 | 较少单独购物，以女性密友陪伴为主，男友、丈夫陪伴也较多；购买单件较多，自主搭配者占一定比例；很多顾客已习惯刷卡支付；习惯自网络获得信息 | 历史购买记录 | 新顾客占 7% 左右，购买 2 件 / 年以下占 50%，购买 2 ~ 3 件 / 年占 30%，3 件 / 年以上占 20% |
| 职业分布 | 政府机关工作人员、学校教师、企业中层以上管理人员等占 70% 以上，私营企业主占 20% 左右 |      |                                                                     |        |                                                                 |

## （二）理解A品牌的经营理念、文化内涵

理解服装品牌的经营理念、文化内涵，是服装导购员获得职业归属、社会认同的过程。通俗地讲，就是解答导购员需要做什么，导购员能给别人（企业、顾客）带来什么帮助，导购员的劳动有怎样的社会价值和意义。解答了这几个问题，有利于导购员个体能力的发展和职业素质的养成，有利于企业文化的展现和传播。设计师是服装理念的营造者，导购员就是服装理念的传递者。导购员必须理解服装品牌的理念、文化，并能把它准确地传达给顾客。

A品牌服装的理念是“倡导时尚理念，引领时尚生活”，借鉴了中国香港和西方国家的休闲服饰文化，服务于中国女性顾客对时尚和美的追求。

在这里首先需要理解“时尚”。服装产业中的时尚不是一个空洞的概念，服装就是它的载体，是可以触摸到的。导购员应该紧跟全球服装时尚流行的趋势，了解巴黎、米兰、伦敦、纽约等传统服饰文化中心的时尚信息，经常关注东京、中国香港、首尔等亚洲服饰流行，时刻关注上海、大连、杭州等国内服饰文化的脉动。同时，导购员还要知道所销售服装的风格特征，掌握销售品牌的潮流定位。所有的顾客都对时尚产品有兴趣，导购员必须让顾客了解时尚产品“潮”在哪里，才会使顾客产生良好的购物体验。有时，导购员在工作中还需要提前收集具体的潮流信息，如从时尚杂志、网站、视频收集时尚信息，提供给顾客参考。当然，对时尚的敏感度不是一朝一夕获得的，而是在生活中不断养成的，所以要成为高级服装导购员还需要时间的历练。

## （三）记住销售商品的价格

价格永远是销售中最敏感的信息。牢牢记住每件商品的价格以及价格的变化，是对导购员最基本的要求。

为了提高记忆价格的效率，可以在联想过程中加入以下要素。

（1）服装色彩。色彩越生动、越丰富，记忆效率就越高。利用服装的丰富色彩，通过想象，生动地记忆价格。

（2）节奏。利用音符，有节奏地记忆数字。

（3）夸大。把一些数字夸大，越大、越多，就越好。

（4）动感。尽可能地使大脑中的图像动起来，动的东西比静止的东西更容易记忆。想象将服装穿着在身的动感形象 and 不同款型的动感效果，并把它们和价格联系记忆。

（5）感受。包括触感、听感和观感等。在记忆价格时，参与的感官器官越多，记忆就越清楚。把对面料的触感，款型、色彩的观感，加入到对价格的记忆中。

（6）顺序和条理。只靠想象记忆是不够的，导购员还要按照一定的顺序和条理把商品分门别类地装在脑子里。把服装按照款式、面料、季节分类，按照类别记忆。

（7）编码。为了按一定的顺序记忆，可以按照事先编好的数字或其他固定的顺序记