

商业系统
服务态度的
大革命

工人出版社

商业系统
服务态度的大革命

•

工人出版社編輯、出版（北京東四牌市大街）
北京市書刊出版登記證出字第009号

工人出版社印刷厂印刷 新华書店發行

•

开本:1787×1092 1/32
字数:40,000字 印张:2 印数:1—27,000
1958年10月北京第1版
1958年10月北京第1次印刷

•

统一书号:3007·257

定 价:0.18元

編 者 的 話

經過偉大的整風運動，服務性工作各方面的工作人員（包括商業、郵電、交通、銀行、醫務、文化事業、娛樂場所及城市服務性行業的工作人員），在黨的領導下，思想上都進行了一次大革命，覺悟程度大大提高，明確解決了為誰勞動，為誰服務這個根本問題。服務態度有了根本性的變化，服務質量大大提高，整個面貌真是煥然一新，一種“人為人，我為人”的共產主義風格已在祖國各地形成起來。他們都把自己的心交給了服務的對象，把過去一切只從自己工作方便着想的陳規舊制度，來了個根本性的大革命，變成一切為了服務對象了。服務對象再不像在舊社會那樣是冤家了，他們把一切服務對象都當成自己的親人、朋友。所以，商店、飯館、澡塘、理髮館、洗染店、郵局、書店、藥店等地方，都成了“顧客之家”；火車、電車、汽車、輪船、車站等地方，都成了“乘客之家”；戲院、電影院等地方，都成了“觀眾之家”；公園成了“遊人之家”；旅館成了“旅客之家”；醫院成了“病人之家”……社會風氣完全變了，處處使人感到，在我們社會主義國家里，真是四海都可以為家，無處不像家。這是共產主義覺悟高漲的結果，這是共產主義道德風氣的萌芽，這是高尚的風格，是值得我們歌頌的共產主義的新氣象！

為了傳播各種服務性工作人員中共產主義的先進思想，感人肺腑的先進事跡，值得學習的先進經驗，使這種共產主義風格能夠更加成長壯大，我們編輯了這套小叢書。

总名叫“服务态度的大革命”，将出下列五本：

“商业系統服务态度的大革命”

“服务性行业服务态度的大革命”

“邮电、交通、銀行服务态度的大革命”

“医务工作者服务态度的大革命”

“文化事业、娱乐場所服务态度的大革命”

这些書，对同行來說，可从中學習先进經驗，交流服务工作中成功的做法；对这套書所包括的各行业來說，也可以互相啓發，互相促进；对学生、青年工人和一般讀者來說，这些新社会里的新人新事，可作为培养我們崇高的道德品質的思想修養讀物。

有关服务性工作的範圍很广，我們掌握的材料远未能包括所有有关的工作。每一类工作中所介紹的，虽說都是当地的或者全国的先进生产者和紅旗單位，但并不都是全国最好的，只能說是我們从各类工作中选出的代表。我們相信，在全民大跃进中，一定很快就会有更多的服务性工作者和服务性工作單位，突破我們这套書中所歌頌的事迹！

編 者

1958年9月

“服务态度的大革命”丛书

商业系统服务态度的大革命

0.18元

本書全面介紹了天橋百貨商場服務態度的生動事跡和先進經驗，介紹了天津市百貨、副食業幾個模範營業員的服務經驗，還有北京市上岸鄉供銷合作社及麻城縣的一個模範女營業員、山西省的一個鄉供銷合作社的新貨郎怎樣下鄉上山、送貨上門，千方百計為農民服務的先進事跡。

服務性行業服務態度的大革命

0.17元

本書介紹了旅館、飯館、照像館、理髮館、澡塘、洗染店以及糧店、藥店等單位或其中的工作人員怎樣擴大服務項目，提高服務質量，改善服務態度，千方百計為顧客服務的生動事跡和具體做法。

郵電、交通、銀行服務態度的大革命

0.18元

本書介紹了全國郵電紅旗單位北京市東四郵電局一個營業室和一個模範營業員，全國銀行紅旗單位北京新街口西大街儲蓄所的模範營業員，以及交通系統的模範女列車長、福建彰州汽車站、青島市模範售票員和航運系統的优秀服務員等改善服務態度，主動為顧客服務的具體做法和生動事跡。

醫務工作者服務態度的大革命

0.25元

本書分為兩部分，第一部分包括各種醫院（中醫在內）改善服務態度、提高服務質量，一切為病人服務的先進事跡和先進做法；第二部分包括各種醫務工作者（醫生、護士、藥劑師、炊事員等）怎樣插紅旗、拔白旗，樹立共產主義風格，全心全意為病人服務的動人事跡。

文化事業、娛樂場所服務態度的大革命

0.15元

本書介紹了書店、圖書館、劇院、電影放映工作者、公園等文化事業和娛樂場所怎樣在大躍進中解放思想、打破陳規，樹立全心全意為人民服務的思想，改善服務態度，改進服務辦法的先進事跡和具體經驗。

工人出版社出版

新華書店發行

目 录

編者的話

- 全心全意为顧客服务的天桥商場 巩 一 1
- 一个处处便利农民的乡供銷社 萧恩惠 19
- 农民热爱的新货郎——萧富年
..... 山西省寿阳县商业局局长 王培棠 23
- 做顧客的知心人 天津黄家花园百货商店 張慧梯 30
模 范 售 貨 員
- 麻城县的一位优秀女营业员 湖北省麻城县工会联合会 38
- 熟悉商品,更好地为顧客户服务
——千方百计学习业务的售货員李鳳华
..... 北京市商业工会 徐绍华 44
- 我对做好售货員工作的体会
..... 天津河北区副食品零售公司 張士珍 54
模 范 售 貨 員

全心全意为顧客服务的天桥商場

巩 一

主动、热情，接待顧客如亲人

顧客一走进北京市天桥百貨商場，售貨員就像看到自己久別重逢的亲人故友一样，巴不得能給你服务，不管你是隨便看看或准备买什么东西，他們都准备給你最大的方便，使你买到适意的商品，得到愉快。因此，当你一接近柜台，就有人滿臉笑容，亲切和藹地主动向你發問：“同志（或老大爷、老先生、老大娘、老太太），您需用点什么？”不要看这只是一个見面的称呼，这都是他們經過細心研究的。以前，他們或者根本不理，或者只說：“你要什么？”甚至有的說：“老头兒！你要什么？”整風后，大家都認為这样很不礼貌，有的顧客听售貨員喊他“老头兒”，連話也不說，扭头就走了；有的顧客甚至說：“我什么也不要，难道还不許我看看嗎？”現在不同了，自从領導上指出过：解放軍有三大紀律八項注意，对群众总是和和气气，“老大爷”、“老大娘”总是喊在头里，使群众感到你和他們是一家人；商場里也推广了九項服务公約，而对顧客和藹、主动、热情，称顧客为“您”、“老大爷”“老大娘”……，顧客临走，向顧客說声：“您不需要别的啦！再見！”开始时，有的老太太激动得流了眼泪，临走时抓住女售貨員的手說：“姑娘！你今天的服务态度太好了，你知道我自从到你們这兒来买东西，还是第一次听你喊我

老大娘啊！……”据售貨員們体会，这样称呼顧客使人感到特别亲切。但是在具体应用这些称呼的时候，他們都很有分寸，不是千篇一律的，而是按照不同顧客的穿戴、举止、年齡、像貌来判断这位顧客是工人、是农民、是干部、是学生，是有目的地来購買，还是随便来參觀的等情况而灵活运用

的。

天桥商場售貨員的服务态度主动，热情表現在另一方面是肯于多拿、多講，不嫌麻煩。他們能够随着顧客的目光，你看到哪里，他的商品就拿到哪里。并且能够根据你的年齡、身材和你整个穿戴的色調，挑选大致为你所喜爱的商品，摆在你面前，讓你鉴赏。同时实事求是地向你介紹商品的性能、質量、产地，使用和保管的方法等一系列恰恰是你所需要了解的商品特点。更重要的，他不是像过去做买卖的那样，非賺你的錢不可，而确实是忠心耿耿，满怀热情地在为你服务。

可是，話又說回来了，商場里的顧客每天成千上万，他們的需要和爱好又都迥然不同，怎样才能做到接待送迎都能切合顧客的心理呢？根据天桥售貨員的售貨經驗和日常观察，他們認为什么顧客需要哪路商品，应该怎样去接待才能使他滿意，大体上都有个一般的規律。比如拿买袜子來說，农民好买結实、耐髒、价錢又便宜的，城市里的人好买朴素、大方而花样又流行的，年輕人爱买鮮艳、漂亮的，老年人爱穿雅致、色重的……；对农民和城市居民可称“老大爷”“老大娘”，对工人、干部可称“同志”，对小学生称“小朋友”，一般都会使他們感到滿意。因此，顧客虽有千差万別，情况大致总不外有几种，憑自己的判断十之八九能讓顧客买走他所喜爱的商品。顧客有时并不是給自己买，而是給別人买

的怎么办？这时就要問清楚，是什么人，年齡、尺碼大小，等等，根据顧客所談的具体情况，向顧客推荐商品，这样做顧客往往也都十分滿意。

現在要問：天桥商場的服务态度为什么个个都能这样主动、热情、和藹、誠懇呢？这是和天桥商場在整風期間辯論“为誰劳动、为誰服务”辯得深透，以及日常的政治學習抓得紧分不开的。根据天桥商場售貨員的体会，要作到主动、热情，不能光靠称呼有礼貌、臉上有笑容……，最重要的是要在思想上对顧客忠心耿耿，有全心全意为人民服务的思想。他們的口号是：站在柜台边，为祖国的社会主义建設服务，把愉快帶給顧客。这样才能做到眼到、口到、腿到、手到，才能說話受听，动作灵敏。如果臉笑心不笑，表面热情、心理厭煩，那就不能設身处地为顧客着想，就不会真正使顧客滿意。

处处替顧客設想

天桥商場的售貨員，接待顧客的时候，不是單純为了完成今天的銷貨計劃，非把这件商品卖给顧客不可；而是首先替顧客設想，一切从便利顧客出發，在这个前提下去完成和超額完成銷貨計劃。

比如，有一天，有位顧客到天桥商場去买一件襯衣，布料、顏色选好以后，一定要买三十八号的，可是售貨員一看他的身材，准知道三十八号的現在他虽然穿着合身，但将来下水一洗，經過縮水，非小不可，就劝顧客买身四十号的。顧客却誤以为三十八号的是缺貨，怎么也不相信售貨員的話。这时售貨員想：如果現在卖給他三十八号的，固然能使他高兴，对自己也省事，可是等将来穿着小了，顧客准会后

悔。于是就再三耐心地說服顧客。后来顧客买了一件四十号的。第三天他高高兴兴地又来到了天桥商場，在意見簿上表揚了这位售貨員。他說：“天桥商場的服务态度果不虛傳，能叫人买时高兴，走出門高兴，回家穿到身上更高兴。”

这样的态度，天桥商場的售貨員也并不是过去就有的。比如，拿买鞋來說，过去有顧客来后，拿出来一試，說：“小了！”售貨員却說：“小了穿着跟脚！”如果說：“大了！”售貨員会說：“大了穿着舒服！”总之，小有小的說法，大有大的解釋，大小都合适，其实是卖瓜的不說瓜苦，是怕麻煩，圖省事。

我們再拿过去在天桥落后出名、服务态度頂不好的梁材來說，也可以看出天桥商場的售貨員在对待这个問題上前后的态度該有多么大的变化。以前顧客找他修表，撥撥快慢針本来几分鐘就可以解决，可是一問：“需要多長時間？”他說：“一个礼拜！”再問：“能不能快点？”他說：“是你修还是我修？”頂得顧客无話可說。鐘表是耐用商品，价錢也貴，顧客买一个不容易，所以选得特別仔細。过去他就頂不耐煩，經常和顧客吵嘴，他还这样向顧客說過：“有意見你往意見簿上写去，再不然你到法院里去告我！”可是在整風期間他有了比較徹底的轉變，現在已成了天桥商場的五大标兵之一，他不仅对待顧客的态度主动、热情、和藹、誠懇了，而且能够处处替顧客設想，讓顧客少花錢或者不花錢也能解決問題。他这样做，受到了顧客的好評。比如，有的顧客嫌自己的表鏈带着松了，要买只新的。他一看顧客的表鏈还滿好，就是長了一些，就建議顧客截去三节，經他一弄，果然很好，顧客一个錢也不要花，問題給解决了，顧客感到非常滿意。还有一次，有一位身高体胖手腕子特別粗的顧客，

向他买表鏈，他就把鋼表帶拿出給顧客。顧客說：“我手腕子粗，沒有帶鋼表帶的命。”他聽見后，就主动將鋼表帶接上三節，立刻幫助顧客解決了問題。顧客感動地說：“你們天橋商場賣東西真負責，我為買一只帶着合適的鋼表帶，曾托人到幾個城市都沒買到，最后到你們這兒总算解決了。”還有的顧客買表托，也是跑了很多家買不着一個合適的，到梁材這兒來買，梁材照着表的形狀只要把現有的表托稍微銼一些，就給顧客解決了問題。像這類處處為顧客設想，給顧客作參謀，認真幫助顧客解決問題的事例，梁材每天都有很多。梁材轉變是天橋商場的一件大事，黨用他由落后變先進的事實教育大家，終於做到了人人先進。同時，自從天橋商場樹立起五大標兵以后，整個天橋商場的服務態度就由接待熱情主動進一步，樹立了處處替顧客着想，一切從便利顧客出發，認真為顧客負責的風氣。

作 顧 客 的 參 謀

由于天橋商場的售貨員肯為顧客負責，在接待顧客的時候，他們還有一個共同的想法，就是替顧客作參謀。有些顧客，特別是郊區農民和家庭婦女，平時因為生產忙或家務事多，他（她）們去一次百貨商場是不容易的，要買什么，一般都是事先考慮好了的，甚至連花多少錢事先都有個打算。可是到了商場以后，因為花色、品種、尺碼大小、價錢、規格各有好壞，有時難以選擇。特別是有些新產品，看看滿漂亮，耐用不耐用，顧客心里沒把握。這時，售貨員就不能講這個好、那個也好，而應當根據不同的對象，實事求是地幫助顧客挑選一種最適合于他用的商品。這樣做有幾個好處：第一，可以使顧客買到最滿意的商品；第二，可以縮短成

交時間；第三，可以減少退貨或換貨的事情發生。

比如，有一次有位東北顧客來買鐘，他一眼看中了一個雙鈴的小座鐘；但售貨員看他站在柜台前猶疑不決，向他了解，才知道他家里孩子多，買了又怕摔壞了。售貨員梁材就實事求是地告訴他：這種雙鈴的看著好看，其實並不耐用，介紹他最好買一只掛鐘，掛鐘並不貴，走起來又準確，掛在牆上小孩子又打不了。顧客一听，言之有理，就照着他的話滿意地買了一只掛鐘。

有的學生刚开始學吹口琴，就想買一只敦煌牌的玻璃口琴，要四、五元，恐怕學會了也要吹壞了。售貨員就勸他不如先買只普通的，只花一塊來錢，等學會了再買只好的也不晚。學生一听很有道理，也就照着售貨員的話買走了一只。

有的運動員到商場里去買球襪，看看藍色的又看看米黃的，端詳過來端詳過去拿不定主意，就征求售貨員的意見，問買哪一種好。售貨員如果照從前對待顧客的辦法去說，那就是兩種都好，根本不考慮顧客的心情、要求如何，現在就不同了，他立刻實事求是地幫助顧客作了分析：按季節來說，現在是夏季，藍色的顯得深了，米黃的比較合適；可是米黃的有個缺點就是不耐髒，不過，一雙襪子踢完一場球下來總得洗一次，還是買雙米黃的好。顧客對他的分析很滿意，既不掩飾缺點，又不吹噓優點，是一種誠懇為人民服務的態度，因此立刻就掏錢買了一雙。

又有一天有三位顧客，兩男一女，到“天橋”買枕套，三個人的審美觀點不一樣，一個說藍邊的好，一個說紅邊的好，女的在中間拿不定主意。這時售貨員就看出了女的八成是買主，兩個男的是“參謀”，于是他就着重向那位女同志介紹，

先說第一種，他認為藍邊的、配紅花，不太調合；又拿起第二種，他說：粉邊的、趁白底、配紅花，有點順色；最後着重向她介紹了一種淡綠邊、配紅花的，他說：這一種既雅致，又漂亮。那位女同志端詳了一陣，向另外兩位男同志說：“對！我不聽你們倆的了，聽售貨員的。”立刻挑好一對。枕頭買成了，售貨員又向他們介紹枕巾，結果三個人的意見還是不一致，一個男的說買藍的好，另一個男的說買綠的好。售貨員却說：綠邊枕套最好配一條粉枕巾，看起來既大方，又雅氣。結果，那位女同志說：“我還是聽售貨員的！”於是兩筆生意很快成交，顧客最後高高兴兴地走了。

從這些例子里可以看出一個問題，天橋商場的售貨員在主動、熱情地接待顧客的時候，不是用動員顧客購買商品的口吻，而是用提醒、吸引和對比介紹的方法，站在顧客一邊，替顧客作參謀、出主意。他們這樣作自然並不是憑自己主觀想像或個人的愛好來強加於別人的，也不是千篇一律不管什麼人來了都是老一套說法，絲毫 invariant。而是根據顧客的年齡、性別、職業、購買力等不同條件來為顧客作參謀的。正因為如此，所以才使顧客感到這樣的售貨員除主動、熱情外，還特別善于體貼顧客，替顧客負責，因而都十分滿意。

天橋商場的售貨員給顧客作參謀還表現在臨道別時總是要向顧客介紹連帶性的商品，不說“斷頭話”。就是當你買完東西時，他們決不只說：“再見！”而總是問你一句：“還需要別的不？”或者“需要別的東西時，請下次再來！”由於他們人人都肯於向顧客介紹連帶性商品，所以往往就提醒了很多顧客，買了枕套的就想再買條枕巾，買了手巾就想再買塊香皂；對於正準備結婚的青年人有的售貨員甚至幫助他

們安排購買計劃，比如，用最少的錢買最必需和最適用的商品。但一般說來，他們也体会到對於幹部或指名要買什麼樣的商品的顧客不必作過多的介紹，因為一般來說，他們有選擇能力或有一定的愛好，介紹多了反而令人感到囉嗦。

千方百計便利顧客

為了便利顧客，天橋商場的售貨員們還研究出了許多新的售貨方法，比如：

(一)實行敞開售貨。當你走進天橋商場時，你會發現有很多櫃台已經斷開，顧客可以自由走進櫃台內到貨架上去任意挑選自己喜愛的商品。這樣做有三個好處：(1)顧客可以自由挑選；(2)可以縮短交易時間；(3)可以減輕售貨員往返遞送商品的勞動強度。因此，受到廣大顧客的熱烈歡迎，如一位聾啞顧客在意見簿上曾經這樣寫道：“過去我買商品，比划半天也買不到合適的，你們這種方法太好了，使我這個不會說話的人也能買到了滿意的東西。”

(二)建立了缺貨登記簿。顧客每天有成千上萬，要求購買的商品品種很多，雖然天橋商場的商品品種已增加到七千多種，但缺貨總是難免的。售貨員根據顧客的反映，隨時記入缺貨登記簿上(注明缺貨名稱，顧客的姓名、住址、電話號碼等)，及時地提出要貨計劃，積極組織進貨；如果缺貨是屬於顧客急需的商品，等貨一到手，立刻用電話通知顧客，或者由售貨員抽時間親自送貨上門。這樣就彌補了缺貨的不足，便利了顧客。

(三)量體售貨。布匹組和服裝組為了既節約布，又使顧客穿衣合體，專門從服裝縫紉社請了一位加工員，與售貨員一道參加售貨，當顧客選購布匹或服裝時，售貨員由加工

員協助，按照顧客要做的服裝樣式或者顧客要買的服裝，先替顧客量好尺寸，如果顧客要買布現做，則用新式剪裁法計算用料；如果顧客要買現成服裝，也是先量好長短、肥瘦尺寸，再根據服裝實際抽縮程度，建議顧客買哪一號的。這樣做一般顧客都非常滿意。

（四）代客加工。天橋商場本來是不做加工活的，後來發現有很多顧客因體形長得特殊，如頭特大、身特胖、腳特長，買不到合體的鞋、帽和服裝，他們就與縫紉生產合作社聯繫，在商場後院開設了一個加工部，專門為顧客做臨時加工活。如有一位頭長得特別大的顧客，走了多少家買不到一頂合適的帽子，到“天橋”後，給他定做了一頂，顧客很滿意。有的顧客因急於要離開北京，需要趕做幾件衣服，他們也想代顧客趕做。還有的顧客買了布想縫成一條大床單，當時到加工部，花很少的錢，幾分鐘就解決了。有的顧客只買一隻鞋，這在一般商場是很難辦到的，但天橋商場就幫助這樣的顧客到有關生產單位去定做過。像這類便利顧客的做法，都受到了顧客的熱烈歡迎。

（五）實行夜間售貨。自從天橋商場處處便利顧客的名聲在廣大群眾中傳開以後，天橋商場一般到了晚上九點鐘以後顧客還是熙熙攘攘的（從前是一到點就關門）。整風後，商場里實行了一班頂到底，售貨時間延長了。但即使是這樣，還是滿足不了顧客的要求。每到夜深人靜，大街上行人稀少以後，還經常有些因一時急需特去天橋商場要求幫助解決問題的不速之客。如有一個幹部，第二天一早要下鄉，臨時想起還要買個筆記本；有的旅客晚上趕火車離開北京，急需買些日用百貨。不論晚上什麼時候，只要到天橋商場，敲開門馬上就可以買到。因為天橋商場經常派有一、兩

位售貨員睡在店子里，專門為這些顧客服務。如有天晚上，已經是夜半一點多鐘了，有一位南苑農場開拖拉機的工人推着腳踏車到了天橋商場。他因公來北京，需要連夜趕回去，誰知車走在半路上後軸折斷了，在前門大街一連喊了幾家修理自行車的合作社，都說夜間不做活，急得他毫無辦法，他想，如果步行回去，得到三點多才能到家，第二天就把工作耽誤了。最後才想到到天橋商場，也許能解決問題。沒料到來到這裡，一進貨場，就有售貨員立刻幫助他換好了後軸，使他按時回到了目的地。第二天他就寫信來表揚，並表示要學習他們為人民服務的精神。

(六)取消零售起點。過去天橋商場因為內部手續制度繁瑣，售貨員又嫌麻煩，零售起點有很多都規定得過高，給顧客帶來很大不便。如布以前規定至少得買五寸，白糖至少得買半斤，塊糖最少買二兩，針最少買一包，顧客很感不便。可是現在的情況變了，只要湊够一分錢，又能拆開賣的，都可以賣；許多商品的零售起點都已經降低到最低限度，例如布從寸起、糖從塊起、論斤的糖從一分錢賣起、針從根起，一根針不到一分錢還可以配幾根線、一個鈕扣，便鞋、鞋帶、白線手套都可以賣一只，有幾種牌子的香煙可以買零的。這樣大大便利了顧客，很受顧客歡迎。有的農民半道上把糧布袋扯破了，小学生踢足球把褲子扯破了，走進天橋商場，也是一分錢解決問題，而且售貨員還幫你縫好。群眾對他們這樣做簡直是人人傳頌，有口皆碑。

(七)送貨上門。有些顧客買了大宗商品或者急需某種商品時，只要留下姓名、地點，憑發票售貨員能夠給顧客準時送到門上。一天某機關有位干部要買八十幾條毛巾，準備發獎用，走了好多家都買不到合適的。到天橋商場後也

沒有，售貨員看他挺為難，就告訴他：下班後負責到批發部去幫助他挑選樣品，如果合適，一定替他送去。這樣，終於給那位干部解決了問題。春節前梁材幫助一位老太太修理了一個鐘，按說得等到過年以後才能取貨，可是他想：如果年前能夠把鐘修好，給她送去，那該有多好呢，於是臨到年三十他把鐘給趕修好，並且又按地點給老太太親自送上門去，感動得老太太不知說什麼好。

(八)實行商品保退、保修。以前天橋商場也是按老規矩辦事：商品出門，概不退換；或者只管賣，不管修，在以前來說誰都會認為這是合理合法的。可是現在，他們認為這樣不行了，商場里起了革命，一切不合理的舊制度都被革掉了。商品出門，只要合乎下列條件之一者，他們都可以退換：(1)顧客對商品的花色、式樣、號頭大小感到不滿意，只要不污不損，保持原樣，可以退換；(2)原有殘疵，買後發現，責任由生產部門負，可以保修保換；(3)有些商品買時並未拆包，或一時難用肉眼發現的疵點，但事後發現，經證明屬實的，可以退換；(4)布匹可以退換，按布頭讓尺出售，損失部分由顧客負責。不過，食品、西藥一律不退換。天橋商場自從實行了這種辦法以後，顧客都很滿意。不過，事實上由於售貨員認真負責，能夠幫助顧客挑選商品、替顧客當好參謀，顧客很少有回來退換的。以前天橋商場的售貨員常因顧客退貨而和顧客吵架，有的甚至吵到派出所去才能解決；現在，退貨、換貨的事情幾乎沒有了，即使偶而發生一件兩件，售貨員也都認為這是由於自己沒有盡到應盡的責任所造成的，再也不像過去那樣去責備顧客，與顧客爭是非論短長了。而是來了該換的就換，該退的就退，不該退的也耐心說服。