

汽车

销售服务接待

程国元 储 骏 主编

QICHE

XIAOSHOU FUWU JIEDAI



化学工业出版社

汽车

销售服务接待

程国元 储 骏 主编

QICHE

XIAOSHOU FUWU JIEDAI



化学工业出版社

· 北京 ·

本书由知名汽车品牌 4S 旗舰店店长、营销总监及部分职业院校从事职业教育多年的汽车教育专家编写,书中以实际汽车 4S 店汽车销售营销活动为主线,设计了整个内容体系,同时在汽车销售礼仪、汽车销售技巧等多个模块中按照汽车 4S 店的真实场景把销售话术展现在图书上。具体内容包括:汽车销售人员职业修养、汽车销售人员沟通礼仪、汽车市场调查与需求分析、新车销售流程、汽车 4S 店销售管理、汽车销售法律法规。本书内容翔实,图文并茂,注重实例介绍,可读性强,真正实现与企业间的零距离无缝对接。

本书适合广大汽车行业销售从业者学习参考,也可供广大汽车 4S 店及相关机构作为培训用书,还可作为职业院校相关专业的教材。

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车销售服务接待/程国元,储骏主编. —北京:化学工业出版社,2018.12
ISBN 978-7-122-33150-2

I. ①汽… II. ①程… ②储… III. ①汽车-售后服务
IV. ①F407.471.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 230745 号

责任编辑:韩庆利
责任校对:王 静

文字编辑:张绪瑞
装帧设计:刘丽华

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装:天津画中画印刷有限公司

720mm×1000mm 1/16 印张 11 $\frac{3}{4}$ 字数 216 千字 2019 年 1 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询:010-64518888 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:49.00 元

版权所有 违者必究

前言

汽车销售顾问是指为客户提供顾问式的专业汽车消费咨询和导购服务的汽车销售服务人员。其工作范围实际上也就是从事汽车销售的工作，但其立足点是以客户的需求和利益为出发点，向客户提供符合客户需求和利益的产品销售服务。其具体工作包含：客户开发、客户跟踪、销售导购、销售洽谈、销售成交等基本过程，还可能涉及汽车保险、上牌、装潢、交车、理赔、年检等业务的介绍、成交或代办。在4S店内，其工作范围一般主要定位于销售领域，其他业务领域可与其他相应的业务部门进行衔接。现在很多汽车销售企业十分重视规范化服务，汽车销售业务接待作为汽车销售企业的窗口，代表着企业的形象，这一职位越来越显示出其存在的必要性和重要性，越来越受到汽车行业管理部门与企业的重视。正是在此背景下，我们组织编写了《汽车销售服务接待》一书。

为了更好地培养适合汽车销售与服务业务接待岗位的人才，我们组织了知名汽车品牌4S旗舰店店长、营销总监及部分职业院校从事职业教育多年的汽车教育专家作为编写团队。本书以实际汽车4S店汽车销售营销活动为主线，设计了整个内容体系，同时在汽车销售礼仪、汽车销售技巧等多个模块中按照汽车4S店的真实场景把销售话术展现在图书上，真正实现与企业间的零距离无缝对接。具体内容包括：汽车销售人员职业修养、汽车销售人员沟通礼仪、汽车市场调查与需求分析、新车销售流程、汽车4S店销售管理、汽车销售法律法规。

本书由程国元、储骏担任主编，参加编写的有潘明明、杨光明、魏金营、江滔、徐峰、杨小波、周宁、姚东伟、潘旺林、卢小虎、陈忠民等。真诚感谢在编写本书过程中提供支持帮助的各位企业老总、同行及参与院校领导。

本书内容翔实，图文并茂，注重实例介绍，内容深入浅出，可读性强，特别适合广大汽车行业销售从业者学习参考，也可供广大汽车4S店及相关专业的职业院校作为培训教材选用。

由于工作繁忙，再加上编者水平有限，书中疏漏和不妥之处请广大同行和读者批评指正。

编者



第一章 汽车销售人员职业修养

1

第一节 汽车销售人员工作职责	2
一、汽车销售人员的基本要求	2
二、汽车销售人员岗位职责	7
第二节 汽车销售人员职业着装	8
一、不同场合的着装规范	8
二、女士着装要点	9
三、男士着装要点	9
四、丝巾及领带的系法	10
第三节 汽车销售人员仪容和形象修饰	12
一、职业人员发型要求	12
二、职业人员手部要求	13
三、职业人员妆容要求	13
第四节 汽车销售人员职业仪态	14
一、站姿	14
二、坐姿	16
三、蹲姿	17
四、行姿	18
五、微笑	19
六、注视礼仪	20
七、鞠躬礼	21

第二章 汽车销售人员沟通礼仪

23

第一节 汽车销售人员谈吐修养	24
一、介绍	24
二、交换名片	26
三、握手礼仪	27
第二节 汽车销售人员电话礼仪	30



一、拨打电话的礼仪	30
二、接听电话的礼仪	31
三、代接电话的礼仪	32
四、手机的使用礼仪	32
五、预约电话接打礼仪	33
六、投诉电话接听礼仪	34
七、回访电话拨打礼仪	35
第三节 汽车销售人员服务接待	36
一、迎送客户礼仪	36
二、客户休息区接待礼仪	37
三、商务会议礼仪	37

第三章 汽车市场调查与需求分析

41

第一节 汽车市场调查	42
一、汽车市场调查意义	42
二、汽车市场调查含义	42
三、汽车市场调查方法	43
四、汽车市场调查的内容	44
五、汽车市场调查实务	46
第二节 汽车市场需求分析	48
一、汽车市场需求研究的意义	48
二、汽车消费者需求研究的内容	49

第四章 新车销售流程

57

第一节 客户开发	58
一、客户开发的渠道	58
二、确定客户开发的优先等级	58
三、客户开发的准备工作	59
四、制定客户开发方案	60
五、与客户建立互信关系	61
第二节 客户接待	62
一、销售接待人员素质要求	63
二、展厅接待客户流程	64
三、客户接待时洽谈和说服技巧	67
四、客户类型分析及说服对策	68

第三节 需求分析	73
一、需求分析的价值	74
二、了解客户购车动机	74
三、客户需求信息的内容	75
四、客户需求分析的方法	78
第四节 车辆介绍	83
一、车辆展示要点及标准	83
二、产品介绍方法及流程	87
三、六方位绕车介绍方法	88
第五节 试乘试驾	96
一、售车前的试乘试驾	97
二、试乘试驾中危机处理	102
三、试乘试驾宣传活动	102
第六节 异议协商	103
一、分析客户异议的产生原因	104
二、处理客户异议的方法和技巧	105
三、客户异议的防范	108
第七节 签约成交	110
一、成交应具备的基本条件	110
二、促进成交的方法	111
三、成交信号表现	112
四、正确报价方法	113
五、把握成交机会	114
第八节 交车服务	115
一、完善交车程序	115
二、交车检查 (PDI)	117
三、交车流程	117
四、与客户告别	119
第九节 售后服务	120
一、汽车售后服务的作用	120
二、售后服务的概念	122
三、售后跟踪的方法	123
四、售后跟踪服务的主要程序和内容	125
五、客户的维系	126

第五章 汽车4S店销售管理

129

第一节 汽车4S店展厅基础管理	130
一、4S店组织架构	130
二、主要职能部门职责	130
三、展厅环境“5S”管理	136
四、展厅设施布置管理	137
第二节 汽车4S店客户关系管理	141
一、客户关系管理策略及其作用	141
二、客户关系管理的职能部门	143
三、客户关系管理组织实施方法	144
第三节 汽车4S店销售服务管理	150
一、销售服务标准流程	150
二、销售流程“关键十刻”识别及标准	152

第六章 汽车销售法律法规

159

第一节 汽车销售与《中华人民共和国合同法》	160
一、《中华人民共和国合同法》简介	160
二、汽车销售与《合同法》	161
三、汽车销售合同	163
四、二手车买卖合同	165
第二节 汽车销售与《中华人民共和国产品质量法》	166
一、《中华人民共和国产品质量法》简介	166
二、汽车销售与《产品质量法》	167
三、汽车“三包”政策	168
第三节 汽车销售与保险	170
一、汽车保险的种类	170
二、汽车保险的特点	172
三、汽车保险的适用范围	173
四、保险方案的选择	174
五、保险方案的确定	174

参考文献

177

第一章

汽车销售人员 职业素养

- 第一节 汽车销售人员工作职责
- 第二节 汽车销售人员职业着装
- 第三节 汽车销售人员仪容和形象修饰
- 第四节 汽车销售人员职业仪态



第一节 汽车销售人员工作职责

一、汽车销售人员的基本要求

(一) 汽车销售人员的基本素质

在发展一支成功的销售队伍过程中,企业一切产品与服务的销售都必须通过销售人员来完成,在销售活动中销售人员即代表公司,要联系顾客,既要取得销售利润,又要为用户尽责,要完成如此艰巨的任务,就必须有较高的素质。

国外有学者将销售人员应具备的素质简称为“3H1F”模式。3H是指Head、Heart和Hand,1F是指Foot。Head是指销售人员要有学者的头脑,要注重销售创新;Heart是指销售人员要有艺术家的心,要会观察市场和客户;Hand是指销售人员要有技术专家的能力,要了解产品及其使用的知识。Foot是指销售人员身体首先要健康,要能主动寻找客户。如图1-1所示。

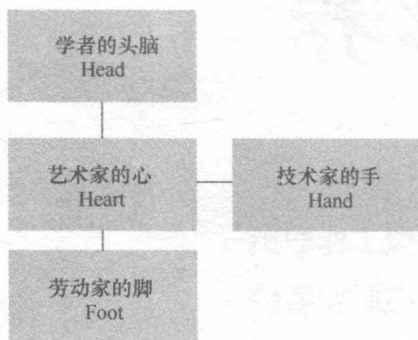


图 1-1 3H1F 模式

一般来说,一名合格的销售人员,应具备思想品德、心理素质、业务素质、能力素质等几方面的基本素质。

1. 销售人员的思想品德

(1) 实事求是。销售工作的实质在于通过买卖双方信息交流来达到销售产品和服务的目的。要使销售活动获得成功的基本前提是所传播的信息必须真实准确。严重的信息失真不仅会导致企业在客户心中名声扫地,而且会导致企业管理和生产决策的失误,给企业带来形象和经营上的损失。销售人员说话办事要表里

如一,不可投机取巧,所作所为要经得起顾客的检查与事实的考验。

(2) 讲究信用。我国有句俗语:“言必行,行必果。”无论对哪个企业,信誉是至关重要的。对顾客做得到的才承诺,不承诺办不到的事情,一个企业的良好信誉甚至可以在关键时候挽救企业。讲究信用是商务活动中的基本准则。作为销售代表,每发布一条信息,签订一项合同,承诺一桩购销协议,都应当想方设法去兑现。

(3) 遵纪守法。销售人员作为社会的一分子,他的一切活动都置于一定的法律规范之内。这就要求销售人员具有强烈的法制观念,遵纪守法,一切依法办事,真正做到执法、懂法、守法。

(4) 廉洁奉公。销售人员每天与各类公众打交道,最有机会获取信息、技术和商品,因此销售人员必须遵守廉洁奉公、不谋私利的道德规范。

2. 销售人员的心理素质

(1) 豁达大度。由于销售工作要接纳各种各样与自己性格、风格不同的人,所以要善于相处,并使顾客产生好感和信任感,从而提高销售效益。

(2) 充满自信。销售人员要使销售成功,必须对企业有信心,对产品有信心,对自身个人能力有信心。

(3) 坚忍顽强。销售人员常年在奔波劳顿,会遇到许多挫折和失败,这就需要销售人员对所负担的工作有忍耐精神和坚持不懈的毅力。

3. 销售人员的业务素质

销售人员是否具备良好的业务素质,直接关系到他们的工作业绩。因此,优秀的销售人员就需要具备多方面的专业知识,并且要把多种专业知识内容化为自己头脑的知识体系和知识结构。

(1) 销售理论知识。销售理论知识及销售工作的基本理论,主要包括市场营销学、消费者行为学、广告学、传播学、顾客管理等方面内容。

(2) 销售环境知识。一般环境包括政治、经济、法律、社会文化、社会心理等,它对购买行为能产生较大的影响,因此销售人员必须了解他所面临的一般环境与行业环境。如销售人员必须了解销售区域内的风土人情、宗教信仰、交通运输、语言习惯等,而行业环境中特别要分析竞争对手、目标市场的变化等等,以利于克服工作中的困难,减少工作中的麻烦,促进销售工作的顺利完成。

(3) 销售实务知识。销售实务知识主要包括:企业知识、商品知识、市场知识、合同知识、结算知识、销售技巧等。

4. 销售人员的能力素质

能力是指一个人从事一定社会实践活动的本领,是销售人员十分重要的智能因素,一个人仅仅掌握知识是不够的,还必须学会运用知识。

(1) 观察能力。由于不同的人在天资、能力、个性、生活阅历、社会经验等

方面存在着不同的差异，因而对一件事情就可能产生不同的看法，仁者见仁，智者见智。又由于各人所处的地位，承担的工作和生活习惯不同，从不同角度去观察问题时，也会得出不同的结论。如果某人具有敏锐的观察能力和行为上相应的灵活性，从这个角度看，此人就比较适合于从事销售工作。

(2) 应变能力。在日常工作中，销售人员所接触的客户很复杂、很广泛，这就要求销售人员有认真观察对手的特点。掌握各地风土人情、生活习惯，了解社会各阶层的知识水平和涵养，以适应不同顾客的具体要求。一般环境的不断变化，竞争对手的此消彼长等不断加入，都要求销售人员具有适应变化的能力和技巧。销售人员在日常工作中还要机警灵敏，随时应付可能出现的顾客异议和突发事件。

(3) 控制情绪的能力。销售人员在工作中要与各种矛盾、冲突打交道，要处理各种突发事件和纠纷，并常常受到顾客冷淡、批评、拒绝甚至挨骂，这就需要销售人员具有善于控制情绪的能力。要遇乱不慌、遇危不惊、有理有节、沉着应付，决不能任由情绪办事。

(4) 语言表达能力。能言善辩是做好一个销售人员的重要能力之一。销售人员必须具有良好的语言表达能力和应变能力，既是企业的外交家，又是企业的社会活动家，从而广交朋友。正如日本松下幸之助管理学所说：“培养销售人员一套完整合适的应对辞令，那就如虎添翼，一定能达到销售的目的。”

(5) 社会交际能力。一个从事销售工作的人必须具备较强的交往能力，在任何场合都能应付自如。社交能力是衡量一个销售人员能否适应社会和做好本职工作的一条重要标准。与各界人士建立亲密的交往关系，懂得各种社交礼仪，比如日常的礼节、各种宴会聚会礼仪、公共场合礼节。在洽谈的过程中，往往有些问题是正式场合不能得到解决，而在社交场合却能得到圆满解决的。

(6) 动手操作技能。销售人员在工作中不能夸夸其谈，只说不做。仅有语言说服已不能促使顾客购买，还必须能够教会顾客使用方法，并掌握产品展示、现场广告策划及实施等技术，从而提高企业的形象与服务质量，使顾客感到满意，赢得顾客的信任，同用户建立起密切的关系，取得销售的成功。

(7) 活动组织能力。销售人员的工作就是开展多种形式的促销宣传活动，如各种纪念活动、重大的庆典活动、新闻发布会、记者招待会、用户联系会、商品展览会，以及日常接待、整理资料、编写宣传材料等工作。销售人员必须在每一项活动中都参与筹划安排。因此强有力的组织能力对一个销售人员来说是十分重要的。

(8) 开拓创新能力。从事销售工作，大到一个总体计划的制订，小到一份请柬、一张名片的印制，都可以有多种截然不同的做法。作为一名销售人员，要有“别出心裁”的创新精神，善于采用新方法，走新路子，这样他们的销售活动才

能引起广大顾客的注意,取得良好的效果。

5. 销售人员的仪表与礼节

销售人员的仪表和礼节,既是内在素质的外在表现,也是自己日常修养与锻炼的结果,是文明风范的体现。仪表是指销售人员在销售活动中表现出的仪容、服饰、举止、谈吐等。它如同一张介绍信,给顾客留下第一个印象。因此,一流销售人员首先要成为一流社交家,用自己的仪表给顾客留下美好的印象。

(1) 仪容是指一个人的长相和修饰。一个人长得美与丑是无法选择的,顾客也不会责怪。但是销售人员的仪容要大方、整洁、修饰得体,不能不修边幅、蓬头垢面和有严重缺陷,要避免怪异形态。切不可浓妆艳抹、香气袭人,这样反而使顾客产生不好的印象。

(2) 服饰是服装与装饰的统称。它是销售人员的广告。俗话说:人要衣裳,马要鞍装。销售人员穿着以协调得体、稳重大方、整齐清爽、干净利落为宜。穿着要因时制宜,因地制宜。例如,访问办公室的客户宜穿西服佩领带;访问工厂则穿夹克衫更适宜。不要珠光宝气,使人觉得俗不可耐。

(3) 举止与谈吐反映一个人的文明修养程度与水平。举手投足,都要保持不卑不亢,与客户见面,要主动问好;接受别人帮助,要表示谢意;交谈时,要认真倾听客户的谈话,不随便打断别人的谈话,不左顾右盼,不冷言冷语;遇到不抽烟的客户,决不能“吞云吐雾”;宴会喝酒要适度,不要失态;递名片要用双手,接名片要先过目,后放入包中;不乱丢烟头、果皮和纸片,不随地吐痰,不在公共场所吸烟,不说脏话等等,要表现出很高的文明风尚。

(二) 汽车销售人员应具备的工作意识

这是一个需要时时刻刻思考如何适应外界变化如何适应竞争压力的时代,作为营销人员,在工作过程中首先应该注意以下工作意识的养成。

1. 职业化的定位

市场经济条件下,职业化将成为每个人安身立命的根本,职业化说白了就是:干一行爱一行、干一行专一行、干一行精一行。职业化要求每个人具备核心工作能力,你必须具备把自己本职工作干好的基本能力素质;你必须成为你所从事工作的专家;你必须能独当一面;你必须能体现出你存在的价值。

2. 认真负责的态度

对自己负责,对工作负责,为自己的职业生涯工作。自助方能被助,天助自助者。不要想着自己是打工仔,为老板打工,更应该为自己的声誉、能力、职业生涯而工作,自己对自己负责,为自己的身价打工。市场经济人才是有价的,你有什么样的工作能力,你就有什么样的身价,但前提是你的职业声誉要好、道德水平要高、核心工作能力要强。

你必须对你的工作效率负责、对工作结果负责,不要以为可以推托,不要以

为有些事别人看不到，事实上，群众和领导的眼睛是雪亮的。

3. 终生学习的意识

(1) 终身学习观念。你必须有学习的意识与观念，还必须具备学习的能力，学习是一个人一生的事，不可能有结束的时候。

(2) 随时随地学习的意识。你不可能专门找出一段时间来学习，必须利用一切业余、空闲时间来学习提高。

(3) 广泛学习的意识。向市场、对手、他人、朋友、同事、客户学习。

(4) 标杆学习的意识。你可以拿生活中、书本上的一个人、一个企业的成功之处当成自己的标杆，向他学习，并试图超过他，这样才能不断进步，标杆还可不断抬高。

4. 竞争与创新的意识

提高自己竞争力的最有效的方法就是不断创新、不断变化，不求变意味着你正在被淘汰。

今天不努力工作，明天就要努力找工作。

5. 团队意识与协作精神

最新研究表明，对于大多数行业来说，一个人成功的重要因素中，情商的作用远远大于智商，情商与智商的作用在一个人成功的比例大约是 7 : 3。情商除了自我情绪调节与控制外，更重要的是与人沟通、协作、配合、相处的能力。靠一个人单打独斗闯天下的时代已经一去不复返了，企业要成功、要发展壮大，就必须有一群志同道合的人共同努力，自从有了组织就有协调配合问题，就存在团队精神与意识问题。

6. PDCA 意识

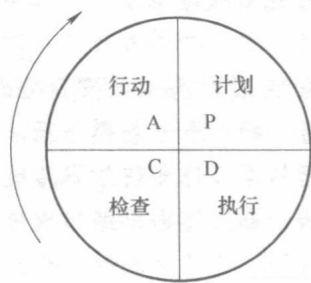


图 1-2 PDCA 循环

PDCA 意识是指在工作中首先有计划 (即 P)，即确定目标，去积极准备资料、信息等；然后执行 (即 D)，即根据目标，按照计划去推进工作并衡量效率；同时检查 (即 C)，即检查进展情况，及时汇报、联络团队人员，对有问题的及时进行修改；最后行动 (即 A)，即对总结检查的结果进行处理，成功的经验加以肯定并

适当推广、标准化,失败的教训加以总结,以免重现,未解决的问题放到下一个PDCA循环(见图1-2)。在实施中,一个循环完了,解决了一部分问题,可能还有其他尚未解决或者又出现了新的问题,再进行下一次循环,争取完美的结果。

二、汽车销售人员岗位职责

汽车销售人员岗位职责如下。

(1) 负责整车销售服务和进店客户咨询服务。

通过专业知识、标准流程接待顾客,并为顾客解答咨询问题,为顾客提供服务,达成交易。

(2) 及时和准确地完成顾客记录。

销售人员在接待工作完成后,要及时填写顾客来店登记表,并分析与客户的沟通情况,考虑建立顾客档案,判定潜在客户。把握“MAN”原则。

M: MONEY,代表“金钱”。所选择的对象必须有一定的购买能力。

A: AUTHORITY,代表“购买决定权”。该对象对购买行为有决定、建议或反对的权力。

N: NEED,代表“需求”。该对象有这方面(产品、服务)的需求。

“潜在客户”应该具备以上特征,但在实际操作中,会碰到以下状况,应根据具体状况采取具体对策:

购买能力	购买决定权	需求
M(有)	A(有)	N(大)
m(无)	a(无)	n(无)

其中:

- M+A+N: 是有望客户,理想的销售对象。
- M+A+n: 可以接触,配上熟练的销售技术,有成功的希望。
- M+a+N: 可以接触,并设法找到具有A之人(有决定权的人)。
- m+A+N: 可以接触,需调查其业务状况、信用条件等给予融资。
- m+a+N: 可以接触,应长期观察、培养,使之具备另一条件。
- m+A+n: 可以接触,应长期观察、培养,使之具备另一条件。
- M+a+n: 可以接触,应长期观察、培养,使之具备另一条件。
- m+a+n: 非客户,停止接触。

(3) 每个月及时、准确地完成收入和销售目标工作。

(4) 在交车3天内100%地对顾客进行回访。

客户回访是寻找新的潜在客户,培养忠诚客户的重要环节。销售人员通过回访来确认客户是否满意,减轻客户可能产生的不满情绪。销售人员一般最少应在

客户购车后的3天、10天、1个月、3个月主动与客户联系，了解相关情况，如有可能在客户进行车辆首保时陪同。

(5) 通过倾听顾客需求、提问找出需求、处理顾客抱怨和销售额外的服务，以提供优质的顾客服务。

在销售过程中顾客往往对推销品、推销人员、推销方式和交易条件发出怀疑、抱怨，提出否定或反对意见。销售人员在应对时可以采用转折处理法、转化处理法、以优补劣法、委婉处理法、合并意见法、反驳法、冷处理法等方法进行灵活处理。

(6) 正确和及时地完成文书工作和分配的工作。

及时上交计划与总结并做好相关文件的处理工作。

(7) 销售附件和金融保险产品。

汽车销售人员在销售汽车时还应向顾客推销本公司汽车附件，如汽车装潢、高档配件等。同时推荐顾客在本公司购买汽车保险、代办车牌、汽车贷款等业务，并熟悉其业务流程。

(8) 及时、礼貌地回复来电，努力满足来电者的询问。

营销人员接听电话应注意电话声响马上接，以不超过三声为原则。保持笑容，使声音更富有感情。电话旁要准备笔记本、笔等用具。长话短说，简明明确。

(9) 用积极和值得回忆的方式向顾客交车。

交车是成交的最后环节，要赢得顾客的满意，完美的交车环节是顾客最开心、最期待的时刻。销售人员应按照交车确认、准备交车、交易过程、技术讲解、交车仪式、送别客户这些环节完成顾客交车，给顾客以完美的体验。



第二节 汽车销售人员职业着装

一、不同场合的着装规范

(1) 上班：注意维护职业形象，应突出端庄、整洁、稳重、得体、美观、方便原则。以正装、职业便装为宜。

(2) 社交场合：应突出时尚、个性和庄重大方。以着社交礼仪装为宜，包括黑色西装、中山装、长过膝盖的连衣裙、套裙、旗袍等。

(3) 休闲场合：应突出舒适、自然。以休闲装、运动装、T恤、夹克、牛仔等为宜，正装会不合时宜。

二、女士着装要点 (图 1-3)

1. 衬衫的搭配

衬衫面料要求轻薄,可采用真丝、麻纱、府绸、罗布、花瑶、涤棉等。衬衫色彩要求雅致而端庄,不能过于鲜艳,常见的是白色。

2. 鞋袜的搭配

袜子可以选用尼龙丝袜或羊毛袜。颜色以肉色、黑色、浅灰、浅棕等几种颜色为主,肉色最佳,单色为主,高筒袜和连裤袜是套裙的标准搭配。

用来和套裙搭配的鞋子,应该是皮鞋,并且以黑色的牛皮鞋最好。

3. 饰品的搭配

女士在选择佩戴物品的时候,需要注意:商务礼仪的目的是为了体现出对他人的尊重。女士可以从两方面来体现:一方面是修饰物;另一方面是商务物品。在这两个方面中,修饰物应该尽量避免过于奢华。



图 1-3 女士着装

三、男士着装要点 (图 1-4)

男士西装三规则:

(1) 三色原则。穿西装的时候,包括外衣、衬衣、领带、鞋、袜子在内,全身的颜色不能多于三种。

(2) 三一定律。重要场合穿西装外出的时候,鞋、腰带、公文包应为同一颜