



旺铺丛书

服装店

待客

之道

之

中国宇航出版社



玄秀 编著





旺鋪丛书

服装店

待客

之

道

玄秀
编著

中国宇航出版社

·北京·

版权所有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

服装店待客之道 / 玄秀编著.

—北京: 中国宇航出版社, 2006. 6


(旺铺丛书. 开店系列)

ISBN 7-80218-123-2

I. 服... II. 玄... III. 服装—商店—商业服务

IV. F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 059319 号

责任编辑 张弛 封面设计  排版 威远兴辉

出版
发行 **中国宇航出版社**

社址 北京市阜成路 8 号 邮编 100830
(010) 68768548

网址 www.caphbook.com/www.caphbook.com.cn

经销 新华书店

发行部 (010) 68371900 (010)88530478 (传真)
(010) 68768541 (010)68767294 (传真)

零销店 读者服务部 北京宇航文苑
(010) 68371105 (010) 62579190

承印 北京智力达印刷有限公司

版次 2006 年 7 月第 1 版

2006 年 7 月第 1 次印刷

规格 889 × 1194

开本 1/24

印张 6

字数 120 千字

书号 ISBN 7-80218-123-2

定价 16.00 元

本书如有印装质量问题, 可与发行部调换



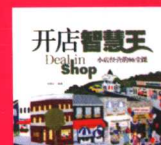
服装店待客之道

待客，是服装店经营中的一个重要问题，对“自力更生”的小型服装店来说更是如此。很多时候，店员的一个微笑、一个眼神、一句话语，都可以给顾客留下深刻的印象，而良好的印象有利于提升服装店的形象和声誉，对于小型服装店来说，这种提升无疑是至关重要的。

本书从大义出发，从细节着眼，以实用生动的语言，向读者介绍服装店的待客之道，希望能成为读者创业守业的好帮手。



旺销丛书



装帧设计: 日工舍 68373635 书装工作组

试读结束: 需要全本请在线购买: www.ertongbook.com

前 言

在店铺经营领域——尤其是在个体小店铺的经营领域中，做服装生意恐怕是店铺数量最多，也是竞争最激烈的行业。每天都有一家服装店张灯结彩，喜庆开业；每天也会有不少服装店不堪压力，关门歇业。在现代服装零售业的竞争中，任何店家都是不进则退，服装业的顾客需求虽大，却挽回不了它成为最大的买方市场的定局。

很多经营不善的服装店店主在退败出局后仍会感到很疑惑：为什么在同样的地段设店，卖的是同类服装，自己的店却不如别家呢？其实，对于定位相似的服装店来说，货品从质量到价格都不会有太大差别，而只要遵循了选址的一般原则，位置也不会成为影响店铺经营的主要因素。与这些显眼的“硬件”相比，经营不善的问题其实恰恰出在“软件”——待客之道上。

待客，也就是服务，是店铺经营中的一个重要问题，对“自力更生”的小型店铺来说更是如此。在服装店的经营中，店员往往需要与顾客进行更多的交流和接触，这时，待客之道的重要性就体现得极为明显了。很多时候，店员的一个微笑、一个眼神、一句话语，都可以给顾客留下深刻的印象，而良好的印象有利于提升服装店的形象和声誉，对于小型店铺来说，这种提升无疑是至关重要的。

对于待客之道，每家店都有自己的理解。其实，它们相互之间的差距在于对细节的处理。大家同样知道“顾客是上帝”这一原则，但如何把这句话转变为待客中的具体行为，就需要下一番功夫研究了。本书正是从细节入手，介绍经常被忽略的服装店待客之道。

本书分为六大部分，全面介绍待客之道中的各



个方面。

一、服装店待客的重要性

服装店待客为何重要？它对服装店的经营又有怎样的影响？在引言部分，我们将结合具体的案例告诉您答案。

二、店员礼仪与待客环境

待客的前提是店员和环境，它们也是待客之道中重要的两个因素。在这一章中，就从这两个方面来说一说：在顾客跨入服装店之前，我们应该做些什么？

三、“从入门到出门”的待客之道

第二章主要介绍从顾客“入门”起到“出门”后的全套待客过程，这也是全书的重点，其中涉及的店内导购技巧部分更是重中之重。本章内容实用，语言简明生动，值得读者用心体会。

四、待客语言规范与技巧

在待客过程中，服务语言一直是一个难过的“关”。试想，有多少店内纠纷是因几句口角而引起的？又有多少桩本应成交的买卖是因为一句不合适的话而丢掉的？说话看似简单，但其实学问不浅。

五、待客细节见真功

在“待客细节见真功”这部分中，主要讨论的是待客时一些不常引人注意的细枝末节。如试衣间、穿衣镜的设置；对待不同顾客的不同态度等。

六、“这时怎么办？”——待客中的特殊情景处理

最后一个章节主要提供的是服装店经营中常遇到的几个特殊情景和它们的处理办法。如遭遇顾客埋怨时的应对之道；面临顾客讨价还价时的回答技巧等。在特殊情景出现之前，如果让店员先准备好适当处理的方法，就会避免很多因无经验而导致的慌乱、失误了。

编写这本书最主要的目的，是启发读者更加注意服装店的待客问题，特别是注意待客中的细节问题。并积极地应用到自家店铺的经营实践中。全书语言贴近生活，中间穿插案例分析，每章中小标题的划分使内容变得更清晰，可以使读者毫不费力地学会待客技巧。

最后祝读者们在创业的路上走得更加顺利！

作者

2006年6月

目 录

Content

引言 服装店待客的重要性

第一章 店员礼仪与待客环境 / 5

第一节 从头规范店员礼仪 / 7

一、待客礼仪的重要性 / 7

二、服装店店员的服务礼仪 / 8

小贴士 男女店员仪容的着重点 / 12

三、微笑胜过千言万语 / 14

第二节 精心打造待客环境 / 17

一、舒服从颜色开始 / 17

二、声音影响购物心情 / 19

三、清新空气不可少 / 19

四、多强的灯光才合适 / 20

小贴士 灯具的选择 / 21

五、缔造“休闲空间” / 22

六、精美橱窗展示流行魅力 / 22

七、服装陈列有诀窍 / 22

第二章 “从入门到出门”的待客之道 / 25

第一节 提高导购技巧的一般知识 / 27

一、导购技巧太重要 / 27

二、店员的角色定位和基本素质 / 29

三、店员应该遵守的原则 / 30

小贴士 待客中的“4S”原则 / 31

四、店员基本服务规程 / 32

小贴士 这些事你千万不能做 / 34

五、了解消费者心理 / 35



六、销售要有针对性 / 37

第二节 迎送顾客的实战真经 / 38

一、不可忽视的“待机” / 38

二、如何招呼你的顾客 / 39

小贴士 像彩虹一样打招呼 / 40

三、接近顾客的时机 / 41

四、接近顾客的方法 / 41

小贴士 如果顾客请你帮忙挑选怎么办 / 43

五、与顾客沟通的原则 / 44

六、探寻顾客的购买动机 / 44

七、如何把握“准顾客” / 45

八、怎样引导不同年龄的顾客 / 46

九、细心观察有同伴的顾客 / 48

小贴士 需要严阵以待的伴侣型顾客 / 49

十、推荐购买的技巧 / 50

十一、结账收银要规范 / 50

十二、导购实战二十要点 / 52

第三章 待客语言规范与技巧 / 57

第一节 重新认识待客语言 / 59





一、待客语言并不只是说话/ 59

二、日常语言与待客语言要分清/ 61

三、辅助性语言也很重要/ 61

第二节 待客语言的实际应用/ 63

一、待客语言的使用技巧/ 63

二、需要经常使用的待客用语/ 65

小贴士 待客时千万不能使用的语言/ 71

三、回答顾客有技巧/ 73

四、一个意思, 不同效果/ 75

五、不要忘记向顾客致谢/ 76

六、巧妙回答顾客的问题/ 78

小贴士 几种情景中的服务用语/ 80

七、电话应对的规范/ 81

小贴士 服装店铺常用对话语句汇总

(汉英对照版) / 82

第四章 待客细节见真功 / 85

第一节 待客细节之店员篇/ 87

一、多一句话, 效果大不一样/ 87

二、用视线捕获顾客/ 88



三、记住顾客的名字/ 89

四、让顾客主动把需求说出来/ 90

五、对待老年顾客不能大意/ 91

六、对待熟悉的顾客不能失礼/ 92

七、不同顾客的差异化服务/ 93

八、了解女性顾客的心/ 94

小贴士 别忽略了孩子/ 95

第二节 待客细节之店铺篇/ 96

一、试衣间不可马虎/ 96

二、穿衣镜的小秘密/ 100

小贴士 在店内准备一些小件的服饰/ 101

三、不要让高音喇叭吓跑消费者/ 102

四、彩页购物效果佳/ 102

第五章 待客中的特殊情景处理 / 105

第一节 导购过程中的常见问题/ 107

一、当顾客只看而不试时/ 107

二、当顾客用其他店的商品与本店商品
比较时/ 108

三、当明知服装不适合顾客、但顾客要求试

穿时/ 108

四、当顾客试穿服装后未表态时/ 108

五、当顾客的同伴对商品不满意时/ 108

六、如何引导以各种理由拒绝购买的顾客/ 109

七、轻松应对讨价还价/ 109

第二节 善于处理顾客的抱怨/ 112

一、为什么顾客会抱怨/ 112

二、让抱怨尽可能不发生/ 114

三、处理顾客抱怨应遵循的原则/ 116

小贴士 顾客盛怒时怎么办/ 117

四、一步步处理抱怨/ 118

小贴士 用OHS基本策略来化解抱怨/ 122

第三节 缺、退、换货时的待客技巧/ 124

一、遭遇缺货怎么办/ 124

二、如何处理换货/ 125

三、如何处理退货/ 125

四、退货时语言需谨慎/ 126

第四节 特殊情况处理招数进阶/ 128

一、搞定难缠的顾客/ 128

二、尴尬的情况——遇到梁上君子/ 130

服装店待客的重要性

在深入阅读本书之前，请读者们先来看两个案例。

案例 1

有一天，小王去一家商店买裤子，他拿起选好的一条裤子问服务员：“有没有我穿的号码？”
“没有”。

听到斩钉截铁的回答，小王觉得面子上有些挂不住，为了挽回颜面，他又问了一句：“请你找一找。”

“跟你说了，没有，我们要下班了”。售货员不耐烦地回答。于是，小王悻悻地走出了商店。

案例 2

一天，小李看到某服装店外挂着打折的广告，但此时天已经黑了，没有多少时间可以选购了，可是第二天他就要出差了，错过这个机会多可惜呀！于是，他走了进去，挑了一套衣服正要试穿，一看表，离店铺打烊只有 10 分钟了，便把衣服重新挂回架子。

一位店员见状立刻走过来问道：“试得还合身吗？”

“你们快下班了，就是看好了这套衣服也交不了钱。”小李说。而那位店员说：“绝对不会，您放心试吧，我们和收银员都会等您的”。

“真的吗？不会是为了营业额吧？”怀着这个疑



问,小李匆匆将衣服试完,果真很合适,便决定买下了。这时已经超过店铺下班时间将近15分钟了,想到整整一个店铺的服务员还都守在岗位上,小李的心情有些不安,他忍不住问:“你们不怕耽误下班时间吗?”店员微笑着回答:“不会的,服务好每一位顾客,既是店铺的规定,也是我们应该做到的。”

看完这两个案例,读者不难比较出:案例1中的服装店失去的不仅仅是一位顾客,从更大意义上来说,是失去了一个店铺的声音;案例2中的服装店留住的不仅仅是一位固定的客源,而且还会通过扩散效应给此店带来更多的顾客。

首先,读者们要明确服装店发展的趋势。从以上两个案例可以看出:店员的职责已经从商业化扩展到了公益化,服务功能逐渐强于销售功能。人们在服装店中不仅要看到有形的服装,还要享受到无形的服务,而店员扮演着非常重要的角色。如果我们把服装的品种、服务设备、店面装修归属于服务业的“硬件”,那么,由店员所体现出来的高水准的服务则可以称为“软件”。诚然,软件与硬件都很重

要,但是由于服务需要在与顾客的沟通中实现,与顾客直接对话,从这一角度讲,软件甚至更为重要。

在物质生活日益丰富、消费水平日益提高的今天,顾客除了满足物质需要外,还需要获得精神上的愉悦。中国有数以万计的服装店,在服装行业面对WTO挑战,大踏步走向国际化的同时,提高服务质量就成为了服装店提升企业文化及增强企业市场竞争力的重要内容。

首先,在服装销售业里,把商品的价格压低虽然不失为一种经营方法,但是很难完全适应现代社会的发展需求。众所周知,在风险无处不在的现代市场中,优胜劣汰是激烈竞争之下的必然结果。那些大型企业凭借手中所掌握的雄厚资本和大量优秀人才,占据着绝大多数的市场份额,主导着市场潮流的走向,这是小店经营所无法比拟的绝对优势。因此,怎样才能众强林立之间找到自身生存发展的空间,便是小店经营者首先要考虑的核心问题。高水平的服务,虽不能保证能从大企业手中争夺到大量客户,但至少可以保证客户不轻易流失,所以,提高服务水平的技巧是小型服装店尤其是众多个体



服装店成功的必备学问。

其次，要牢记“口碑”这个词。口碑是什么？它可以说是一种口头广告，同时也是最有力的广告。说得通俗一点，就是顾客对某家店铺的赞同、认可或者抱怨。店铺的口碑有好有差，如果一位顾客对他的朋友抱怨一家店铺，说它“口碑极差”，就是顾客之间正在传递对这家店铺不利的信息。

无疑，一家服装店待客的质量直接影响到它的口碑。目前的服装市场——特别是个体服装小店之间——竞争呈现白热化状态。在这种大环境下，小店经营不进则退，要想在市场中站稳脚跟，小店更需要建立良好的口碑，赢得更多的回头客。

在讨论口碑的时候，读者要特别注意顾客的正面情感和负面情感的宣泄问题。人类对负面情感的反应要比正面情感强烈，不良的口碑更会让顾客到处宣扬；而对于服务态度，顾客不会很关心那种仅具有一般竞争性的服务，而是更关心那种有竞争优势的服务。因此，只有通过给顾客留下深刻印象的服务，才有可能把自己良好的口碑通过顾客进行传播。

第三，要了解顾客的心理。人是感情动物，具有敏锐的感受性。因此在进行销售时，一定要洞悉顾客的心理，打动顾客的心弦，这才算是进行了“服务”。

服装店的待客服务内容，大致可以分为销售前服务、销售中服务和销售后服务三个阶段。搞好这三种服务就能全方位为顾客服务，店里生意自然会兴隆。

所谓销售前服务是指开始营业前的准备工作，包括店内的清洁工作，陈列计量，每件服装的标价补货、服装陈列等内容，以及指导店员有关服装知识或接待顾客的方法等。为了要让顾客感到满意，营业前的准备工作是必不可少的。做好这些工作对于促进营销大有裨益。

销售中服务是指顾客进入店铺后到离开店铺之时，店方所提供的服务。这类服务包罗甚广，从向顾客问好到推荐服装都属于此类。售中服务是顾客感受最直接、最真切的服务，店方尤其要注意。销售中服务也是这本书重点讨论的一个问题。

售后服务则指在服装销售出去之后，店方为顾



客所提供的追加服务。这类服务包括处理退赔的方法、送货，给顾客送贺年卡等。售后服务如果做得到家，顾客们会因为得到这些“额外的”服务而欣喜万分。

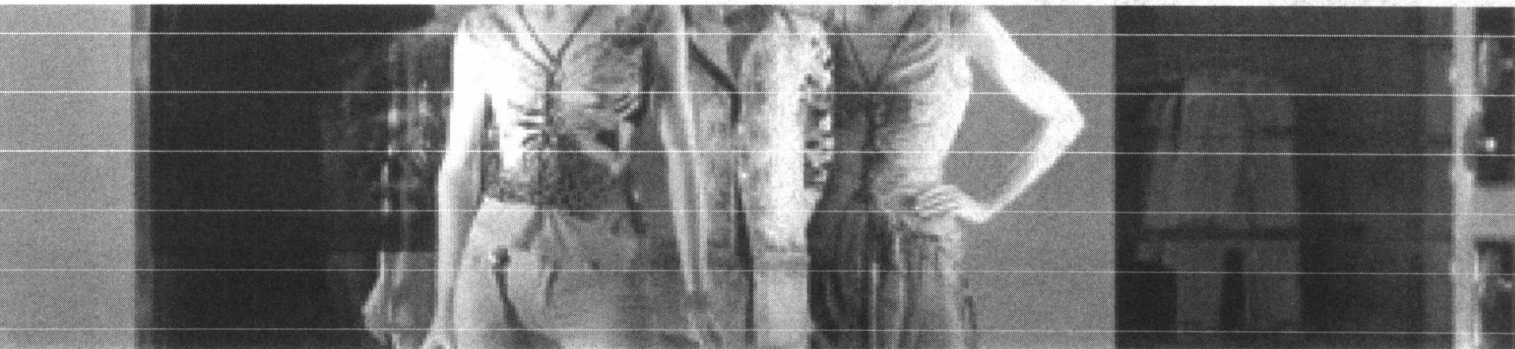
另外，一个优秀的店员一定要牢记：顾客的眼睛是雪亮的，只有重视顾客的意向的店铺才会获得顾客的青睞，其业绩才会“芝麻开花节节高”。

服务是根本。对于服装店来说，要想增加营业额，店方就必须提供超越服装之外的服务。潜心研究待客之道，实在是极为必要的。



第一章

店员礼仪与待客环境





讲究待客之道，首先需要作好待客的准备，这就需要店家在顾客光临之前做足“前奏”。店员是待客的“软件”，待客的效果之优劣很大程度上是由店员的素质决定的，要使顾客心情愉悦地进行采购，就要从店员的形象、行为举止、待客语言等方面进行规范；而店铺中的环境则是待客的“硬件”，服装店环境不一定豪华，但一定要让顾客感觉舒服、方便。本章就从这两个方面入手，介绍如何进行待客的“软硬件”准备工作。