

成败，往往系于店员的一个姿势，或一句话。



服装店店员培训及提升的必备工具书

服装导购



即学即用

服装店要想赚钱，有一个很重要的因素被不少人所忽视

——店员的能力与素质。

优秀导购员的三大要素

- ☒ 凭什么来吸引顾客登门
- ☒ 靠什么打开顾客的荷包
- ☒ 用什么来获得更多的老顾客



做服装导购
准备好了吗

让你的服装销售轻松无比，**即学即用！**

原野◎主编

 中国纺织出版社

服装店店员培训及提升的必备工具书

服装导购

即学即用



原野◎主编



做服装导购，
准备好了吗？

 中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装导购即学即用/原野主编.

—北京:中国纺织出版社,2010.11

ISBN 978-7-5064-6828-2

I. ①服… II. ①原… III. ①服装-销售-基本知识

IV. ①F768.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第177553号

策划编辑:苏广贵 责任编辑:高振亚

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京振兴源印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2010年11月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:16

字数:185千字 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



前言

开家服装零售店,多则投资上百万,少则几千元,可谓“贫富皆宜”。更吸引人的是,服装店一般不存在赊账欠款的现象。因此,开服装店成为普通创业者最感兴趣的创业方式之一。当然,门槛不高又有钱赚的行业,历来都是人人争先恐后、趋之若鹜的,这也是当今满大街都是服装店的主因。

多家服装店比邻而居,高中低档全有,各种款式俱全。你的店作为其中的一员,凭什么来吸引顾客登门,靠什么打开顾客的钱包,用什么来培育老顾客的忠诚度……

服装店要想赚钱,众所周知的是和店铺地段、货物特色有很大的关系。除此之外,还有一个很重要的因素被不少人所忽视——店员的能力与素质。也许有些服装店老板会认为:店员不就是“卖衣服”吗,很简单的啊。事实上,即使是“卖衣服的”,也需要懂得不少服装知识,了解顾客购物心理,掌握待人的礼仪以及推销的策略。在服装销售过程中,店员有着不可替代的作用:是否能成交,能否培养更多的回头客,可不可以化干戈为玉帛……成败,往往系于店员的一句话甚至一个姿势、一个眼神。

本书从服装店店员做导购这一重要环节入手,进行了全面深入的阐述。本书专业、实用,是服装店老板培训店员不可多得的益友,也是服装店店员提升自我的良师。

成功的导购员必须以情人的眼、诗人的心、侠者的剑、学者的脑去深入执



行,请你思索,我真的了解我所销售的商品吗?我真的了解我所面对的顾客吗?我凭什么让顾客对我产生好感和信赖?我能给顾客带来的价值究竟在哪里?我能不能持续给顾客带来意外惊喜或额外价值。做到了以上几点,再不断思索,那么,你离一名优秀的导购员将不再遥远。

一切问题,归根到底是人的问题。作为店老板,如果你拥有一批高素质的店员,相信你的服装店一定会生意红火。而如果你是一个高素质的店员,编者相信你一定会拿到更高的薪酬,拥有更远大的前途!

编 者
2010年7月





第一章

做服装导购,准备好了吗

- 1 / 正确认识服装导购员的作用
- 4 / 热情是服装导购员必备的条件
- 8 / 始终坚信自己的能力
- 11 / 塑造导购员的专业形象
- 14 / 首先让自己成为服装专家
- 17 / 时刻做好迎接顾客的准备



第二章

掌握接近顾客的时机和方式

- 21 / “上帝”也需要距离
- 24 / 掌握与顾客打招呼的时机
- 27 / 让顾客与你“一见钟情”
- 32 / 正确运用招呼语
- 37 / 练就一双善于观察的慧眼
- 40 / 掌握几种接近顾客的方法
- 42 / 谨防不当的语言吓跑顾客



第三章

巧妙探询顾客的需求

- 45 / 巧妙问出顾客的需求
- 49 / 挖掘顾客的真正需求
- 53 / 让顾客主动张开“金口”



- 56 / 倾听,听出顾客的潜在需求
- 60 / 自以为是会把顾客推得更远
- 65 / 从关心顾客的角度考虑



第四章

把服装介绍得人见人爱

- 69 / 导购就是凭舌头赚钱
- 72 / 准确恰当地介绍服装特点
- 77 / 了解顾客不同的购物心理
- 80 / 迎合不同类型顾客的购物风格
- 85 / 抓住不同年龄和性别顾客的关注点
- 88 / 实事求是介绍服装
- 91 / 说得顾客正中下怀



第五章

激发顾客的购买欲

- 97 / 刺激顾客最直观的感受
- 100 / 打造吸引顾客的服装“磁场”
- 103 / 演示,用逼真的效果打动顾客
- 106 / 亲身体验,让顾客大吃一惊
- 109 / 给顾客丰富的联想空间
- 112 / 掌握不同的激发技巧
- 116 / 让顾客感受到切身利益



第六章

推顾客成交

- 123 / 坚持促成交易的原则
- 127 / 善于捕捉顾客的购买信号



- 132 / 掌握几种促使成交的方法
- 138 / 给顾客一个无法拒绝的理由
- 141 / 说服顾客今天买
- 145 / 附加销售,为顾客“锦上添花”



第七章 巧妙应对价格异议

- 149 / 质量不错,价格太高
- 153 / 款式面料一样,为何价格不同
- 157 / 同样都是品牌,为何价格差异这么大
- 160 / 钱未带够,少点啦
- 162 / 去掉零头,何必小气
- 165 / 对价格异议不必大惊小怪
- 169 / 着眼于价值,淡化价格
- 172 / 化险为夷,处理异议



第八章 服装品质异议巧处理

- 177 / 不是纯棉的,我不喜欢
- 181 / 不能水洗,我不要
- 183 / 这种面料打理起来太麻烦
- 186 / 这种高档品牌居然还有线头
- 187 / 我不喜欢这款衣服,太老土
- 191 / 什么国际品牌,只不过挂个牌子而已



第九章 折扣及优惠问题

- 195 / 等打折再买
- 198 / 我是老顾客了,没有一点优惠吗



201 / 刚买的衣服就打折,你们赔我差价

204 / 我不要什么赠品,换做折扣吧

207 / 多给一套赠品吧



第十章

化解抱怨和投诉,提升顾客满意度

213 / 顾客为什么会抱怨

218 / 处理抱怨的原则

223 / 掌握处理抱怨(投诉)的技巧

228 / 顾客退货巧处理

233 / 提升服务满意度,赢得忠诚顾客

237 / 持续提升顾客满意度是解决抱怨的根本



附 录

着装技巧

241 / 不同体型的着装

243 / 办公室着装

244 / 女性着装全攻略

246 / 时尚男人的着装

247 / 胖人着装小窍门





第一章

做服装导购，准备好了吗

要成为一名服装导购员，首先需要明白服装导购员需要具备什么条件，服装导购员的职责是什么。

服装导购员的职责分为“相对于顾客的职责”和“相对于企业的职责”两部分。从“相对于顾客的职责”方面来说，导购员首先要热情，有一颗服务顾客的热心，而且要站在消费者的立场为顾客提供服务；另外，导购员还应成为服装专家，只有这样，才能为顾客提供放心可靠的服务。从“相对于企业的职责”这方面来说，导购员销售的是服装背后的品牌，表现的是一种品牌承诺，让顾客从品牌中对服装店产生好感。

只有把这两种职责一肩挑，才能成为一名合格的导购员。



正确认识服装导购员的作用

许多人可能都会在大商场、超市甚至一些服装专卖店中会发现有一些服务员静静地站在离你不远处的地方，等你需要帮助时，他们会及时出现在你面前，为你答疑解惑。他们就是一种特殊的服务员——导购员。

在某些经营者的心目中，对导购员的作用总是认识不到位。他们认为：我卖什么，顾客就要买什么。特别是服装，看得见摸得着，不是什么高科技产品。顾客完全可以凭自己的感觉来挑选颜色、款式等，为什么需要导购员呢？

殊不知,在购买服装的过程中,顾客很少是抱着明确的需求而来,大多还是通过浏览来选购服装。尽管有些顾客抱定了来服装店就是要挑一件合适的服装,但是在选择的过程中,常常因为对服装款式或者质量不了解等,迟迟下不了决心;有些人因为身边没有同伴可以参谋,对自己适合穿的款式或者颜色也犹豫不决。

下面是几位消费者对于买服装的感叹,我们可以了解一二:

第一位:漂亮美眉

我是一位时尚的“80后”,非常喜欢漂亮衣服,也爱逛商店,特别是那些时髦靓丽的服装对我的吸引力可是无法抵挡啊!可是,踏入店门我才发现,真是“乱花渐欲迷人眼”!

看看这件,漂亮!摸摸这件,手感就是好!再看看其他,颜色款式更是美不胜收。我到底适合选哪件啊!哪件衣服才是适合我穿的啊!不可能把钱都消费在这里啊!每个星期天,挑选衣服都要浪费我大半天的时间,愁死我了。谁能帮我支个高招?

第二位:家庭妇女

现在的服装款式和颜色都变化太多,年轻时没赶上好时候,现在可得消费一把。可是,尽管狠下心来要买,无奈资金有限。太贵的品牌衣服好看,我买不起;价格太低廉的,又看不上;只好选择中等价位的,可是当时感觉千挑万选买好的,回家一穿又不理想,真想扔到垃圾桶里去。我怎么光花钱,买不到理想的衣服啊!

第三位:不老的帅哥

我今年虽然迈进了40岁的门槛,可是并不显老,初看过我的人猜不对我



的年龄，他们说我只三十几岁。而且我还有个特别令人自豪的外号“周润发第二”。和明星一样的闪亮的人，当然要“好马配好鞍”了。在服装穿戴上我是一点也不马虎，特别注意修饰自己，不过当然不可能是明星大腕级的消费了。

可是，我发现，要选择和我的气质相配的服装可真是比登天还难。虽然，现在男人的服装比起以前单一的“青灰蓝”多了很多款式和颜色，可是，不知道是不是我太挑剔，总是买不到适合我的衣服。那些服务员都是千篇一律地说他们的服装怎样好，就是不曾了解我的职业和服装爱好。如果有人能够像健康营养师那样对我指点一二，我也是求之不得的。

像上面这三位顾客在选择服装时所遇到的困惑，相信其他人也会遇到，只是情况不同。此时，如果经营者自身或者服务员对服装的面料品质、流行款式等也不清楚，不注意了解顾客的职业、爱好等，只是对自己的服装自卖自夸，怎能及时而准确地引导顾客呢？此时，导购员的作用就格外重要。

“导购”就是“引导”和“购买”，通过在适当的时机接近顾客，帮助顾客缩小选购范围，引导他们的注意力集中到服装导购员推荐的选购区域，从而实现顾客在门店购买的目的。这就是导购员的服务职能。

现在社会上各行各业都需要专业分工，导购工作也有着自己的专业性，从职业性质来看，导购员也不同于一般的服务员、售货员或者促销员。他们有什么不同之处呢？

在一些大型的服装批发市场或者一些小型服装店里，我们经常看到这样的售货员，他们往往仅以单纯销售为中心，只关心自己的服装是否能卖出去，从而一味炫耀自己的服装怎样好。他们从来不关心顾客的服装品位和职业特征，更不关心与服装产品相关的服装制造商的品牌宣传，因此也无法完成帮助顾客挑选服装的目的。而促销员，一般是服装厂或者商家在做促销活动时临时聘请的，他们总是针对需要促销的服装夸夸其谈，对其他服装却热情



大减。这种在特定活动时间内的短期行为,和顾客很难形成有效的互动。如果促销服装不适合顾客的爱好的,即便价格便宜,恐怕也达不到目的。

可是导购员与他们不同。与促销员相比,导购员的工作是一种长期行为,他们这种引导不是歇斯底里的“跳楼价”诱惑,而是凭借自己良好的举止和专业的知识来服务顾客;与传统的售货员相比,多了和顾客互动的主动性。导购员就是处于某一特殊环境的业务员,是直接面向顾客的终端业务员。他们要在服装店里通过恰到好处的举止和优质的服务,在顾客的心目中留下美好的印象,帮助引导顾客完成服装的选择,使顾客当场购买或在未来形成购买冲动。整个导购的过程不但为服装品牌“锦上添花”,而且也可以通过自己的服务树立服装店良好的形象。这一切,绝非售货员和促销员可比。因此,服装导购员,不仅顾客需要,服装店需要,服装制造商也需要。

正因为服装导购员肩负着以上双重甚至多重使命,所以,做好导购工作不仅需要具备服装专业知识,同时也需要掌握心理学、语言学、人际关系学等知识。如果认为这个工作简单好学,只要是个健全的人就能干好导购工作,或者把导购这份工作作为一个跳板,从而在心理上否定这份工作,就肯定干不好这份工作。

在服务为主的时代,服务功能逐渐强于销售功能,服装导购员不仅要为顾客提供满意的商品,更需要为顾客提供满意的服务。因此,只有端正对导购工作的认识,认识到导购工作的重要性 and 专业性,才是干好导购工作的前提。



热情是服装导购员必备的条件

服装导购工作虽然技能水平含量不高,但是,也绝非随便一个人就能胜任的。

导购员是服装销售时直面客户的第一人，也是对销售起到决定作用的人，除了掌握导购必要的技能外，积极与热忱是最基本的要求。如果导购员失去了积极与热忱，就会像发电机失去动力一样。没有热情，服装导购员更不可能和顾客形成良性互动，打开顾客的心扉，从而达到引导购买的目的。

特别是在直销店这个终端卖场上，导购员的一举一动对顾客都会产生的影响。热情的导购员，其言行举止能使卖场变成一个对顾客有强大引力的磁场，能够吸引顾客上门，让顾客愉快地完成消费过程；否则就会适得其反。

王先生因为要去国外洽谈一项商务合作，下班后没顾上吃饭就冒雪急匆匆直奔附近的一家品牌服装专卖店。虽然王先生以前的服装都是太太打理，可是王先生认为自己都人到中年了，即便太太不在身边，自己也可搞定。说不准，等太太看到自己买的裤子时，可能还会佩服自己的眼光呢？这样想时，王先生的心中不免有一丝得意感。

当王先生兴冲冲地来到西裤专卖店时，他推开门后根本就没人注意到他的到来。因为，有几名导购员在忙着做下班前的交接工作，不是在对账，就是在盘点货物、清理店面，还有一位居然傻傻地站在那里看着窗外，一点主动服务意识也没有。

王先生想，难道是因为下雪了，这位导购员的心也凉了？服务热情哪里去了？但是，王先生也顾不上理会这些，就径直奔向一排排的西裤。他拿起一条裤子看了看，感觉还不错，只是号小了，就让身边的一位导购员帮忙找一条号大点儿的。没想到，这位导购员正在核对销售数额，头也不抬地对王先生说：“我们马上要下班了，你自己先看吧。”

本来，王先生认为自己找到了合适的款式，情绪很好，可是，这位导购员敷衍冷淡的态度使他的好心情顿时消失殆尽。王先生生气地放下裤子，气愤地说：“什么服务态度！”

等那位看雪景的导购员走过来，王先生早已走出门了。



结果,导购员在下班时急躁,说话不客气,直接伤害了顾客的感情,商场失去的不仅仅是一次生意,还可能失去一位回购率很高的顾客。

服装导购员是店铺接待顾客的“一线”人物,其一言一行,都直接关系到顾客对店铺的感受。特别是导购员的态度,能够直接影响顾客的购物情绪。根据调查显示,约70%的顾客都会因为服装导购员态度冷淡而离店。如果再按照25%的原则,这些离店的顾客还会影响他们身后25%的潜在顾客的选择。

其实,服装导购员所做的一切准备及辅助工作都是为了更好地接待顾客与推销服装。如果在顾客光临时忙于做其他工作而冷落了顾客,那么你前期的努力就都白费了。因此,要时刻提醒自己,无论顾客什么时候来、从什么地方来,都要让顾客在最短的时间内得到最满意的服务,千万不能在最关键的时刻忽略了自己最重要的职责——热情接待顾客。如果导购员对顾客做到和蔼、虚心、耐心、周到、主动,将会给顾客带来满意的购物感受。

一次,刘女士路过某服装店,看到条幅上写着打折的宣传语,怦然心动,走了进去。不知不觉,刘女士挑了很多衣服,她还打算再试一套衣服,才发现商场就要打烊了,只好把衣服还给导购员。

导购员问道:“这位女士,这套衣服您不满意吗?”刘女士回答:“你们快要下班了,恐怕来不及试穿。”

导购员回答道:“没关系,您尽管放心地试,我们和收银员都会耐心地等您的。”

等刘女士试完衣服,已经超过商场下班时间了。尽管只有她一位顾客,导购员仍然微笑着回答:“服务好每一位顾客是我们应该做的。”

伴随着导购员“谢谢,欢迎再次光临”的声音,刘女士心中十分感动,以后她成了这家商场的常客。

美国通用食品公司总裁弗朗克曾说:“你可以买到一个人的时间,也可



以花钱让一个人到指定的工作岗位，还可以买到按时间计算的技术操作，但你买不到热情。”热情是吸引顾客的法宝。服装导购员不仅需要充沛的体力，积极的干劲，更需要有热情的服务态度。因此，导购员自身的热情和对顾客的亲和力是做好服装导购工作的前提。

有一家高级时装店在招聘服装导购员时，来了许多应试者。有许多人不仅学历高，而且穿戴不凡。在他们看来，既然给高级时装店做导购员，当然要彰显自己的服务品位。可是，在这些衣着高贵的人群中，有位小伙子却只穿了一身粗布工作服，当然特别显眼。

不管从外貌还是穿戴来看，这位小伙子一开始就处于劣势。然而，这个穿戴再普通不过的小伙子却接到了录用通知。其他应试者很疑惑：是不是“考官”搞错了？

这位穿戴普通的小伙子应试成功的秘诀是什么呢？

原来，小伙子一进门，见到那些款式新颖、做工精良的高级服装，就忍不住大声说：“说真格的，我长这么大还没见过这样美好的服装。我真想把这服装介绍给每一个普通人，让他们从头到脚马上靓起来。”原来，是他的热情打动了考官。

由此看来，积极与热情是从事服装导购工作最基本的要求。虽然热情只是在一刹那间产生，却给人留下永恒的记忆。试想，如果只是彬彬有礼而缺少热情周到的服务态度，就会给顾客以拒人千里之外的感觉。而热情，缩小了心理距离，成为情感交流的阶梯。当顾客感受到导购员亲切热情的态度时，才乐意迈进店门。特别是在引导顾客时，导购员的热情谦和能给顾客带来良好的情感效应。

顾客在服装店里不仅要看到有形的服装，还要享受到无形的服务。如果我们把服装的品种、服务设备、店面装修等都归属于服务业的“硬件”，那么，导购员所体现出来的服务水平就是“软件”。顾客能否得到愉快的购物体



验,软件甚至更为重要。因此,尽管服装店环境不一定豪华,但一定要让顾客感觉到你的热情。

一名充满活力、心情舒畅的导购员会给顾客带来愉快与热情。而只有热爱生活、热爱顾客、热爱服装导购工作的人,才能保持并永久拥有那种服务顾客的热情。要做好服装导购工作,首先要具备一颗热情的心。

无论什么时候,导购员在迎接顾客时,都要向顾客传递一种热情和快乐。特别是在挑选服装时,有些顾客可能会多次拿、长时间挑、反复试穿,最终还是不买。此时,导购员如果仍然微笑着对顾客说“欢迎以后再来”。即使对方最终没有购买,也会对服装导购员产生良好的印象。他们日后有需要时就会想到该服装导购员,甚至还会将该服装导购员销售的服装推荐给身边的亲朋好友。



始终坚信自己的能力

导购是与人交往的工作,在导购工作中,非常容易遭到顾客的拒绝。由于顾客性格不同、层次不同、地位不同、境界不同,他们拒绝的方式也会千差万别。那些态度粗暴的顾客甚至会不给导购员任何情面;而冷漠的顾客又会对你的热情漠然视之,甚至嗤之以鼻。

因此,在服装导购员队伍中,我们经常会听到这样那样推脱责任的借口。

“人家牌子好,生意好那是很正常的事情。我们经销的不是品牌服装,任你嘴皮子磨破也不行。”

“公司里好卖的货总是补不到,不好卖的货却发给我一大堆,叫我怎么做生意啊?”

“现在生意不好做啊,你看隔壁的服装店,样式和我们的几乎一模一样。还有那么多伶牙俐齿的促销员,我们怎能比过他们?”

