

RIGHT

服装销售经典读物

服装这样卖 就对了

情景再现+错误示范+问题剖析+应对策略



YZLI 0890092120



陈莹莹 编著

为什么顾客明明很喜欢这件衣服却不购买？

为什么我很热情地接待顾客，销售业绩却无法提高？

为什么即使衣服标价再低，顾客还是要讲价，就算老顾客也会还价？

为什么很多顾客只试不买，该怎么说服他们？

为什么同事的老顾客会帮他们介绍新顾客，而我的却不能？

.....



化学工业出版社

RIGHT

服装销售经典读物

服装这样卖 就对了

情景再现+错误示范+问题分析+应对策略



陈莹莹 编著



YZLI 0890092120



化学工业出版社

· 北京 ·

本书采取情景模拟的形式,依托多年来的服装销售实践,精心挑选了服装销售过程中常见的代表性问题,通过“情景再现”、“错误示范”、“问题分析”、“应对策略”等模块全方位展示了服装导购员的销售策略与销售技巧。认真阅读本书,你很快就能掌握高超的服装销售技巧,轻松应对顾客的种种异议,提升你的销售业绩。

本书适用于各类服饰导购员及门店管理人员,以及相关机构的培训人员和有志于从事服饰销售的人士使用。

图书在版编目(CIP)数据

服装这样卖就对了/陈莹莹编著. —北京:化学工业出版社, 2011. 1

ISBN 978-7-122-09769-9

I. 服… II. 陈… III. 服装-销售-基本知识
IV. F768. 3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第206423号

责任编辑:郑叶琳
责任校对:宋夏

文字编辑:贺婷婷
装帧设计:尹琳琳

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)

印刷:北京云浩印刷有限责任公司

装订:三河市宇新装订厂

710mm×1000mm 1/16 印张14 $\frac{1}{2}$ 字数161千字
2011年2月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686)

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: 29.80元

版权所有 违者必究

前言

Preface

对于服装行业来说，门店终端是抢占市场份额一个非常重要的战场。在现在这个高度发达的商品经济社会中，服装品牌繁多，各类服装店、百货商场、大卖场比比皆是，每天有开业的也有关门的，有盈利的也有亏本的，竞争异常激烈。导购是真正接触市场终端脉搏的一线人员，其重要性不言而喻。服装导购员的销售能力与水平，在很大程度上决定了服装店生意的好坏。

近几年来，企业越来越重视对服装导购员销售技巧的培训，然而大部分培训往往形式大过于内容，培训的内容流于表面化，未能解决门店工作中所遇到的实际问题。而且服装行业的人员流动率相对较大，常常是未经培训直接上岗，导购销售业绩的好坏只凭运气，就像没受过训练的士兵匆匆提枪上战场一样，结果非死即伤，业绩也就无从谈起。

拿破仑曾经说过：“不想当将军的士兵不是好士兵。”虽然很多导购员都想成为商场这个大战场上的“将军”，然而由于欠缺系统专业的服饰终端培训，他们经常用不合理的方式同顾客沟通，从而导致驱逐顾客离开、销售业绩无法提升等种种问题。应该说，成为一名服装导购员并不难，但要成为一名优秀的服装导购员却不是一件容易的事。即使是已经有多年销售经验的服装导购员，也经常面临着诸多困惑：

为什么顾客明明很喜欢这件衣服却不购买？

为什么我很热情地接待顾客，销售业绩却无法提高？

为什么即使衣服标价很低，顾客还是要讲价，就算老顾客也会还价？

为什么很多顾客只试不买，该怎么说服他们？

为什么同事的老顾客会帮他们介绍新顾客，而我的却不能？

.....

在实际销售过程中，服装导购员经常会面临上述各式各样大小不一的问题。俗话说“千里之堤，溃于蚁穴”，解决这些最为常见的问题对销售业绩至关重要。因此，我们依托多年来的服装销售实践与培训经验，大量收集整理了门店销售中经常遇到的顾客关系问题、服装穿着问题、服装品质问题、价格折扣问题以及投诉问题，分别选取实战中的典型案例，运用通俗易懂、生动活泼的语言进行表述，以便导购员在实际工作中随时应用，真正做到“现学现用”。

当然，参考案例处理问题治标不治本。经过大量的调查发现，导购员解决问题的能力不仅决定个人销售业绩的高低，甚至直接关系到服装门店的竞争力。微软总裁比尔·盖茨曾经说过，绩效的获得来自于解决问题的能力。为提高导购员解决实际问题的能力，我们采用“情景再现”+“错误示范”+“问题分析”+“应对策略”的模式进行阐述，即依照麦肯锡发现问题和分析问题的方法论有步骤地解决问题，力求循序渐进地启发读者的思维，一步步帮助读者取得骄人的销售业绩。

在本书的编写过程中，得到了陈海全、陈建安、胡原庆、苏艳绯、吴文生、洪从凤、洪文金、王阿星、杨国盛、谢路生、黄开耿、许坤棋、巫许云、吴美新、卢广平、范志德、包上明、郑蓉贞、陈宇、叶冰等人的大力支持和帮助，陈春洁为本书的审稿人，在此一并给予感谢。由于作者水平有限，书中难免有不足之处，恳请广大读者批评指正。

目 录

Contents

第一章 如何处理同顾客的关系

- 002/ **情景一** 导购热情接待顾客，顾客冷淡回应
- 004/ **情景二** 无论导购怎么推荐，顾客就是不愿试穿衣服
- 006/ **情景三** 顾客说：我考虑一下再决定吧
- 008/ **情景四** 陪伴购买的人左右了顾客的决定
- 010/ **情景五** 顾客很喜欢试穿的衣服，却被闲逛的顾客随口否决了
- 012/ **情景六** 营业高峰期，顾客抱怨导购服务不周甚至离开
- 014/ **情景七** 导购热情过度，遭顾客反感
- 017/ **情景八** 导购应适当赞美顾客，博取欢心

第二章 如何处理顾客的穿着异议

- 022/ **情景一** 这件衣服穿起来很显胖啊，我还是不要了
- 024/ **情景二** 这件衣服太成熟了，穿起来显得好老气
- 026/ **情景三** 我不喜欢这款，看起来太土了
- 028/ **情景四** 衣服很合身，可是顾客还是觉得有点小
- 030/ **情景五** 你们的衣服怎么穿起来这么紧呀？
- 032/ **情景六** 这件衣服款式不错，可是颜色不适合我
- 034/ **情景七** 你们店的衣服颜色怎么都那么深呢
- 036/ **情景八** 这款衣服满大街的人都在穿，我不试了
- 038/ **情景九** 算了，我不想试，我已经有一件和这款差



- 不多的了
- 040/ **情景十** 这款还不错，但是我同事已经买了一套，我不想和她穿一样的
- 042/ **情景十一** 衣服款式不错，可惜，好像面料质量不是很好
- 044/ **情景十二** 你家的衣服越来越年轻化了，都没有我穿的款式
- 046/ **情景十三** 你们的款式怎么这么少，都找不到喜欢的
- 048/ **情景十四** 算了吧，这件衣服我穿起来一点都不好看
- 050/ **情景十五** 这件衣服的领口有点低，容易走光
- 052/ **情景十六** 这种裙子风一吹就飘起来了，不安全
- 054/ **情景十七** 我穿这个，会不会显得太年轻幼稚了？
- 056/ **情景十八** 这条牛仔裤穿着挺好看，但是腰太低了
- 058/ **情景十九** 你们的牛仔外套很硬，穿起来很不舒服
- 060/ **情景二十** 裤子太长，可是如果改短了，裤脚的装饰就会有影响
- 062/ **情景二十一** 你们这种面料还有其他款式吗？
- 064/ **情景二十二** 顾客试了几套衣服过后，什么都不说转身离开

第三章 如何处理顾客的质量异议

- 068/ **情景一** 顾客认为面料透气性差
- 070/ **情景二** 顾客担心纯棉衣服会褪色、缩水或起球
- 072/ **情景三** 这款不是纯棉的，我不要了
- 075/ **情景四** 这件衣服的面料好像不是很好
- 077/ **情景五** 这件衣服车工不好，线头又多



- 079/ 情景六 衣服不能机洗，太麻烦了吧
- 081/ 情景七 怎么这个衣服还需要干洗啊
- 083/ 情景八 听说羊毛衫很容易掉毛，还会起球
- 087/ 情景九 顾客看上了一件针织衫，因为担心会变形而犹豫不决
- 090/ 情景十 你们拿出来做促销的产品是不是质量有问题啊
- 092/ 情景十一 旧款重新上架，被顾客认出
- 094/ 情景十二 由于款式类似，顾客误认为新款是去年的旧款

第四章 如何处理顾客的品牌异议

- 098/ 情景一 你们这个牌子是刚出来的吧，都没有听说过
- 100/ 情景二 顾客不满地说你们品牌怎么找XXX代言啊
- 102/ 情景三 我一直都是穿XX这个牌子
- 105/ 情景四 现在很多都说自己是国际品牌，谁知道是不是呢
- 107/ 情景五 你们这个牌子的衣服和XX牌子很像，到底谁仿谁的啊
- 109/ 情景六 你们新品上架的速度实在太慢了
- 111/ 情景七 我是你们品牌的老顾客了，发现你们的风格一直在变
- 114/ 情景八 你们品牌在其他商场还有店铺吗，我想去看看

第五章 如何处理顾客的价格异议

- 118/ 情景一 这一件还不错，就是有点贵了



- 120/ 情景二 我都来过好几次了，是诚心想买，你就算我便宜点，下次我多带些朋友光顾
- 122/ 情景三 我经常来你们店，也算是老顾客了，怎么一点优惠都没有
- 124/ 情景四 我是你们的老顾客，怎么和新顾客的折扣一样
- 126/ 情景五 我是你们的老顾客介绍过来的，可以优惠多少
- 129/ 情景六 我看到对面店的衣服和你们的款式差不多，但是比你们便宜很多
- 131/ 情景七 你们的衣服为什么那么贵
- 133/ 情景八 顾客认为太贵了，没必要买这么好的衣服
- 135/ 情景九 我也懒得再讲价了，你说吧，最低多少肯卖
- 137/ 情景十 顾客明明很喜欢这件衣服，却拼命在讲价
- 140/ 情景十一 顾客试穿后很满意，但是看到价格就不买了
- 142/ 情景十二 顾客一看到衣服标价转身就走
- 144/ 情景十三 做促销的衣服，顾客依旧在讲价
- 146/ 情景十四 我是你们老板的朋友，怎么说也得再优惠点吧，要不我给他打个电话
- 148/ 情景十五 你们家的衣服质量一般般，怎么价位那么高
- 151/ 情景十六 你们店什么时候会打折呀
- 153/ 情景十七 现在连国际品牌都打折，你们凭什么不打折
- 156/ 情景十八 怎么你们的品牌还没有过季就开始打折
- 158/ 情景十九 你们现在打7.5折，以后会不会有更低的折扣
- 160/ 情景二十 好像你们的衣服越来越贵了
- 163/ 情景二十一 我不要赠品积分，直接给我打个折扣吧
- 165/ 情景二十二 给我去掉29元的零头，我一定买



- 167/ **情景二十三** 你们品牌经常打折打得很厉害，我还是等到打折的时候再来买
- 169/ **情景二十四** 这条裤子这么贵，送我条皮带可以吧
- 172/ **情景二十五** 打折后顾客还想要赠品
- 174/ **情景二十六** 好吧，既然不打折，那送我一些饰品
- 176/ **情景二十七** 别的品牌也打7折，赠品比你们丰富多了
- 178/ **情景二十八** 这种面料有什么特别，怎么那么贵
- 181/ **情景二十九** 我只是个学生，虽然很喜欢你们的衣服，但是价位承受不了
- 183/ **情景三十** 活动规定产品一件6折，两件5折，但是顾客只看中一件，要求以5折够买
- 185/ **情景三十一** 一件不打折，两件也没有优惠，那我还不如不买
- 188/ **情景三十二** 我只是先试试，等你们打折的时候我再买
- 190/ **情景三十三** 和其他店比起来，你们提供的会员卡优惠力度太小了
- 192/ **情景三十四** 如果这款衣服一个月内打更低的折扣，你们保证给我补差价吗
- 194/ **情景三十五** 这件衣服我才买了没多久，就打折打得那么厉害，你们要赔我差价

第六章 如何处理顾客的投诉问题

- 199/ **情景一** 前不久买的衣服经过洗涤后出现了褪色、缩水、起球之类的质量问题

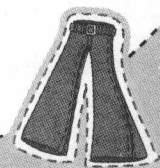


- 202/ 情景二 顾客投诉衣服出现裂开、脱线现象
- 205/ 情景三 顾客自身原因造成服装损坏，却要求退换
- 208/ 情景四 在退货期内，因款式大小等非质量问题要求退换
- 210/ 情景五 按规定这种情况可以退货，但是已经超出了退货期限
- 212/ 情景六 按规定这种情况可以退货，但是顾客丢失了购买单据
- 215/ 情景七 顾客在商场看到相同款式的衣服，但是价格较低，要求补差价
- 217/ 情景八 别的品牌店都可以帮我们改裤脚/尺寸，为什么你们不可以
- 219/ 情景九 顾客打电话来投诉某位导购服务态度差



第一章

如何处理同顾客的关系





情景一 导购热情接待顾客，顾客冷淡回应



情景再现

导购满脸微笑迎接顾客，然而顾客却冷淡回应甚至不予理睬，自顾自地看衣服去了。俗话说“伸手不打笑脸人”，顾客虽然不“打”你但却只是简单地敷衍你“我随便看看”。这无疑会浇灭你心中的热情。



错误示范

1. 好的，您随便看看吧。
2. 您随便看看，有喜欢的可以试试。
3. 没有关系，你先看看，有需要叫我。



问题分析

以上三种回答，看似态度不错，实际上属于导购的消极应对。买衣服是一定要试穿的，这样的回答给顾客一种过于随意的感觉，不够热情主动。更重要的是，一旦开始没有与顾客进行沟通的表示，想要再次接近顾客并进行进一步的沟通相对来说就会变得比较困难。顾客来消费可以说随便看看，但是导购一定不能说这种相当于“废话”的随便看看。

顾客的冷淡回应，可能是因为没有明确的购买目的，随兴成分比较大。面对这样的顾客，导购应保持积极处理问题的心态，尝试主动和顾客沟通，尽量引导顾客说出她的需求，帮助明确购买目的。也有部分顾客是习惯性的保持与导购的距离，这时候导购就得留给顾客一定的自由空间，用目光跟随顾客并仔细观察，既让顾客有个人空间又不会感到不被重视。具体而言，当顾客说“我随便看看”的时候，导购可以“偷换概念”，将顾客的推脱变成自己推销的导引线，选择适当的时机去接近顾客，减轻对方的心理压力，活跃双方的交谈气氛，激发顾客的沟通欲望，这样很有可能起到不错的效果。



应对策略

1. 没问题，您可以多看看，多了解一下我们的品牌。请问，您平时都喜欢穿什么款式的衣服？
2. 好的，请随便看看，最近我们出了很多当季十分流行的新款。您今天是想看衣服还是裙子，买不买没关系，我为您介绍一下吧……
3. 您请随便看看，逛街就是一种休闲，有时候在不经意间还能淘到宝，我也很喜欢。请问您一般都穿哪一类风格的衣服？



提示

顾客是上帝，所以她可以说“随便看看”，但导购却不能随便地对待顾客，而是要引导顾客购买，否则就失去导购的意义了。



情景二 无论导购怎么推荐，顾客就是不愿试穿衣服



情景再现

导购已经为顾客介绍了N个不同款式、不同风格的衣服，然而顾客总是不满意，也不愿意试穿，这种情况很令导购头疼，也很考验导购的耐性。



错误示范

1. 这些衣服要穿了才知道好不好看。
2. 只要您试穿就一定会喜欢的。
3. 您不试穿怎么知道不合适？
4. 您究竟想要什么样的衣服？



问题分析

女人的衣柜里永远都缺一件衣服，任何时候都有可能产生购买行为。试穿是服装成功销售的开始，因此导购应积极鼓励顾客进行试穿。上述几种回应方式，就是导购缺乏耐性，不懂得灵活应变的表现，容易引起顾客的反感。顾客在消费的时候都习惯性地把自己当成“上帝”，即使顾客挑三拣四，导购也应当按照顾客的需求提供帮助。

如今越来越多的人喜欢上网买衣服，网络上没有办法看到实物，也无法试穿，顾客根本无法判断这件衣服是否适合自己。然而，为什么仍旧有那么多的人乐意网购衣服呢？排除价格因素，就是其产品图片和文字描述起到了关键作用。衣服并非冷冷地挂在衣架上，而是穿在摆着各种生动pose的模特身上，容易诱发顾客的联想：这件衣服我穿起来会是这样的效果吗？只要顾客产生这样的联想，再看到大肆渲染衣服优点的产品描述，很可能产生购买的冲动。因此，诱发顾客将眼前衣服和现实中的自己联系在一起非常重要，这将决定她是否会有下一步行动。

顾客不愿试穿衣服的原因有很多，可能是不相信导购的介绍，也可能是不喜欢这些款式，或者是考虑到价格问题……这个时候导购装点小糊涂也未尝不可，不去探寻顾客究竟为什么不试穿，而是在了解顾客购买意图的基础上，用生活情境诱发顾客的联想。当顾客的小心思被拨动后，对服装产生了兴趣，要求试穿就容易得多了。



应对策略

1. 小姐，这件衣服无论是款式还是颜色在今年都十分流行，您刚才说打算去参加一次老同学聚会，穿上这件衣服肯定会让你好久不见的同学赞叹不已。

2. 其实衣服一定要穿在身上才知道是否适合自己，试试吧，这件衣服的剪裁很能展示身材，我相信您穿上后效果一定不错。

3. 这件衣服是今年夏天最热销的一款，面料和款式尤其适合穿



去海边，也是旅游的着装好选择，非常受像您这样的年轻美眉欢迎。



提示

不要强求顾客去做她不喜欢的东西，而应采取有效的策略去诱导顾客。让顾客试穿的一个最为有效的方法是激发顾客的兴趣和想象力。

情景三 顾客说：我考虑一下再决定吧



情景再现

在试穿衣服之后，顾客常常会说：“我考虑一下再决定吧”。通常顾客说这句话的时候，并非不喜欢这件衣服，而是没有办法立刻下决定，简单来说就是对这件衣服喜欢程度还不够深。这时候，导购的技巧性说服就显得尤其重要。如果轻易放过这位70%会购买的顾客，那就是导购的失职了。



错误示范

1. 不用考虑了，这件很适合你。
2. 这件在做促销，现在买很便宜。