

全面提高门市经营者综合素质和技能的实战教程

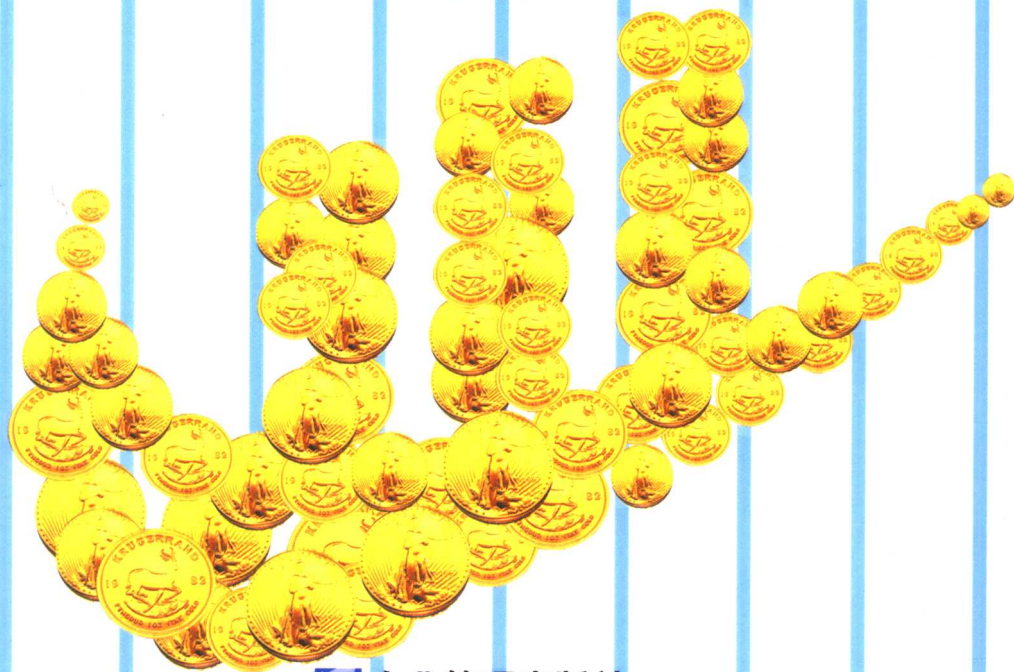
如何经营 赚钱的门市

修订第三版

赚钱门市的全部要点和关键

全面提高店员服务素质

本书编写组 / 编著



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

《如何经营赚钱的门市》

本书编写组 编著

江苏工业学院图书馆
藏书章

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

如何经营赚钱的门市/本书编写组编著. —3 版.
—北京: 企业管理出版社, 2005. 12
ISBN 7-80147-156-3

I. 如... II. 本... III. 零售商店-商业经营
IV. F713.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 141047 号

书 名: 如何经营赚钱的门市

编 著: 本书编写组

责任编辑: 乔 琦

书 号: ISBN 7-80147-156-3/F·154

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 香河闻泰印刷包装有限公司

经 销: 新华书店

成品尺寸: 170 毫米×230 毫米 16 开本 20 印张 256 千字

版 次: 2006 年 1 月第 3 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前 言

全中国的门市可谓成千上万：当您走在大街上的时候，映入您眼帘的就是各式各样的门脸和店铺，经营着从油盐酱醋、服装鞋帽到日用百货的各色商品……您是不是其中的一个老板呢？或者，您是否也打算开一家门市呢？如果是，那么这本书就正合您的需要！

本书称得上是门市经营者的实务工作手册。它从您打算开店的那一刻讲起，历数**如何选址、如何内外装修、如何订货、如何搞好货品摆放、如何进行店员业务培训、如何接待不同类型的顾客、如何促销、如何搞好库存和财务管理、如何掌握竞争情报和猎取销售信息、如何不断提高店员营业素质**……真正是想您之所想、急您之所急，把您开店中可能遇到的问题，都预先帮您想到并都给您解决好了……这样的一本书，是不是您的好帮手呢？！

本书所讲内容，均直接来自实践；所以应用起来包管您得心应手！比如说，我们讲了来您店的**7种怀着不同目的的顾客**，又把这些顾客分成**7种不同性格**，并相应为您设计了不同的接待方法；我们还讲了**店员售货的10大技巧**，还讲了必须摒弃的**3种错误定位**以及**顾客服务的5S原则**；我们讲了店内规划的**4种布局类型**，并讲了如何针对这4种类型出现的问题及时进行必要的调整……总之一句话，对您门市经营中可能出现的问题都做了精当分析并以简洁的语言告诉您应该怎么做！

无论您是刚刚当上门市老板，还是经营门市多年，这本书对您均有极高的参考价值，绝对可以助您事半功倍！

编 者

目 录

第1篇 开店规划篇

第一章 创立商店开好头

1. 门市的定义与分类 /(4)
2. 怎样算成功的门市 /(5)
3. 顾客对门市的需求 /(7)
4. 门市经营的原则 /(9)
5. 顺应大环境规划门市 /(11)
6. 进行市场调查 /(12)
7. 慎重考虑选址 /(13)
8. 分析商圈因素 /(13)
9. 区别行业特性 /(15)
10. 明了地域与地段 /(16)
11. 编制投资计划 /(18)
12. 测定营业额 /(21)
13. 概算商店运营费用 /(22)
14. 明确商店定位 /(22)
15. 拟定开店计划 /(23)
16. 统筹开店作业 /(24)
17. 了解租房事宜 /(26)
18. 和工商打交道 /(28)
19. 和税务打交道 /(29)
20. 如何开设账户 /(30)
21. 给商店命名 /(30)

22. 面试员工的要点 /(31)
23. 商品订价的考虑 /(34)

第二章 门脸装修引客来

24. 门脸的重要功能 /(35)
25. 实现商店个性化 /(36)
26. 顺应生活意识的改变 /(36)
27. 选择装饰材料 /(37)
28. 店名招牌设计 /(38)
29. 店门的设计装饰 /(39)
30. 活用标志性外观设备 /(39)
31. 备齐各种设备 /(41)
32. 橱窗、橱柜的选择 /(41)
33. 橱窗布置的规则 /(44)
34. 妙用售货处 /(45)
35. 装修施工知识 /(46)
36. 施工业者的选择 /(47)

第三章 进货环节多把关

37. 商店进货的作业流程 /(49)
38. 进货的原则 /(50)
39. 货源的组织 /(51)
40. 进货成本的核算 /(51)

- 41. 识别货色 /(52)
- 42. 鉴别假冒伪劣产品的方法 /(53)
- 43. 进货的运输 /(54)

- 44. 进货的存储 /(56)
- 45. 实施商品验收 /(56)

第2篇 卖场设计篇

第四章 商品陈列的诀窍

- 46. 构筑吸引顾客的磁场 /(61)
- 47. 顾客对商品陈列的要求 /(63)
- 48. 商品陈列时必须考虑的因素 /(64)
- 49. 陈列种类与具体方式 /(66)
- 50. 为顾客改善卖场 /(68)
- 51. 采纳店员的构想 /(69)
- 52. 利用陈列的相乘效应 /(70)
- 53. 创出卖场的特色 /(71)
- 54. 散发陈列的魅力 /(73)
- 55. 5W1H 陈列法 /(74)
- 56. 卖场的三易效果 /(75)
- 57. 用营业额检测卖场的优劣 /(76)

第五章 店内装潢的提升

- 58. 装潢设计的基本顺序 /(77)
- 59. 局部照明的设计 /(78)

- 60. 店内音响的安排 /(82)
- 61. 店内色彩的搭配 /(82)
- 62. 创造动感氛围 /(83)
- 63. 壁面展示台的布置 /(84)
- 64. 中央陈列台的摆放 /(85)
- 65. 辅助陈列品的妙用 /(87)

第六章 店内的整体规划

- 66. 越容易狩猎采集的商场生意越兴隆 /(89)
- 67. 接触型商店 /(91)
- 68. 退缩型商店 /(92)
- 69. 退缩·回游型商店 /(94)
- 70. 接触·退缩·回游型商店 /(95)
- 71. 退缩型商店的行为诊断 /(96)
- 72. 退缩·回游型商店的行为诊断 /(98)
- 73. 接触·退缩·回游型商店的行为诊断 /(100)

第3篇 了解顾客篇

第七章 不同目的的顾客

- 74. 探价的顾客及其接待方法 /(107)
- 75. 购买特卖品的顾客及其

接待方法 /(110)

- 76. 杀价型的顾客及其接待方法 /(112)
- 77. 退货、换货的顾客及其接待

方法 /(115)

78. 结伴同行的顾客及其接待

方法 /(116)

79. 喜欢赠品的顾客及其接待

方法 /(117)

80. 带着孩子的顾客及其接待

方法 /(119)

第八章 不同性格的顾客

81. 见多识广的顾客及其接待

方法 /(122)

82. 犹豫不决型顾客及其接待

方法 /(123)

83. 慎重型顾客及其接待方法 /(125)

84. 沉默型顾客及其接待方法 /(126)

85. 聊天型顾客及其接待方法 /(127)

86. 爽快型顾客及其接待方法 /(129)

87. 好讲道理的顾客及其接待

方法 /(130)

第九章 紧紧抓住顾客心

88. 激发顾客的好奇心 /(132)

89. 利用顾客的占有欲 /(133)

90. 抓住女性的虚荣心 /(134)

91. 利用人类的爱美心 /(134)

92. 尊重子女的孝心 /(135)

第十章 接待顾客的方法

93. 善待顾客 /(136)

94. 了解顾客 /(137)

95. 开发顾客 /(139)

96. 影响顾客 /(141)

97. 如何处理顾客的抱怨 /(142)

第4篇 店员素质篇

第十一章 店员的基本素养

98. 摆脱三种错误定位 /(151)

99. 店员的不良态度及其危害 /(153)

100. 店员身体语言的正确使用

方法 /(155)

101. 穿着与化妆的讲究 /(161)

102. 二元化的顾客服务方式 /(162)

103. 顾客服务的5S原则 /(164)

104. 必须注意的说话用语 /(165)

105. 掌握咨询销售服务 /(166)

106. 熟悉销售中的基本数字 /(167)

107. 精于常用计算 /(169)

第十二章 店员必备营销技巧

108. 营业前的准备 /(171)

109. 营业中的基本步骤 /(174)

110. 营业服务的十大技巧 /(181)

111. 科学的销售技术 /(186)

112. 待机的技巧 /(187)

113. 初步接触的技巧 /(188)

114. 商品提示的技巧 /(188)

115. 商品说明的技巧 /(189)

116. 把握顾客需要的技巧 /(190)

- 117. 劝说的技巧 /(190)
- 118. 销售要点的把握 /(192)
- 119. 成交的促成 /(193)
- 120. 收银与送客的技巧 /(194)

- 121. 包装技术 /(195)
- 122. 开业与打烊 /(197)
- 123. 商品被顾客损坏或被窃
怎么办 /(198)

第5篇 营业促销篇

第十三章 基本促销方法

- 124. 咬牙打折 /(203)
- 125. 常用的促销形式 /(205)
- 126. 广告媒体宣传 /(207)
- 127. 迎合大众的促销技巧 /(208)
- 128. 促销的目标及沟通方式 /(209)
- 129. 商店的公关活动 /(210)
- 130. 促销展开的程序 /(211)

第十四章 如何在同行中脱颖而出

- 131. 创造出差别化来 /(212)

- 132. 加强商品力 /(215)
- 133. 提升服务力 /(215)
- 134. 凸显文化力 /(217)

第十五章 提升营业额的技巧

- 135. 提升营业额的途径 /(219)
- 136. 使卖场更有效率 /(223)
- 137. CVS 成功秘诀 /(227)
- 138. 分析生意清淡的原因 /(229)
- 139. POS 战略规划 /(230)
- 140. 提高营业的自动化率 /(231)

第6篇 内部管理篇

第十六章 人员管理

- 141. 门市的常见人事组织 /(237)
- 142. 人力资源系统的规划 /(237)
- 143. 正确的人员管理系统 /(239)
- 144. 打通门市求才的渠道 /(239)
- 145. 店员的训练和教育 /(241)
- 146. 培养团队精神 /(242)
- 147. 激励员工的方法 /(242)
- 148. 如何批评部下 /(243)

- 149. 如何辞退员工 /(244)
- 150. 如何调解纠纷 /(245)
- 151. 开好每日朝会 /(246)

第十七章 货品管理

- 152. 重视资产保全 /(249)
- 153. 商品管理的五个重点 /(251)
- 154. 采购管理 /(251)
- 155. 库存管理 /(252)
- 156. 卖场货物管理 /(253)

- 157. 商品盘点与存货管理 /(254)
- 158. 货品销售管理 /(255)
- 159. 缺货管理 /(256)
- 160. 交换和退还商品的管理 /(257)
- 161. 商品损失的发生 /(258)
- 162. 商损的管理 /(259)
- 163. 制订商品计划 /(259)

第十八章 财务管理

- 164. 门市的基本财务 /(261)
- 165. 控制商店经费开支的六个要点 /(262)
- 166. 单店会计简易计账法 /(262)
- 167. 了解会计制度 /(264)
- 168. 单店内部控制事项 /(266)
- 169. 单店内部稽核事项 /(267)
- 170. 单店财务资金管理
与运用 /(269)
- 171. 柜台收银管理 /(271)
- 172. 加强欠款催收 /(272)
- 173. 如何看各种账目 /(272)
- 174. 如何依据财务报表
实施决策 /(273)
- 175. 财务控管架构 /(275)
- 176. 常见的异常项目 /(276)

第十九章 情报管理

- 177. 搞好情报管理 /(278)
- 178. 如何收集情报 /(280)
- 179. 情报的记录与整理 /(281)
- 180. 调查竞争商店的情况 /(282)
- 181. 建立商店经营的数学资料
系统 /(283)
- 182. 沟通顾客的情报管理
系统 /(284)
- 183. 顾客满意度管理 /(284)
- 184. 顾客动线的勘察 /(285)

第二十章 评估与检测

- 185. 商店类型回顾表 /(287)
- 186. 销售能力诊断书 /(288)
- 187. 激励员工士气检测表 /(289)
- 188. 门市高手管理检测表 /(290)
- 189. 门市选址诊断表 /(291)
- 190. 店长工作说明书 /(293)
- 191. 卖场陈列图解 /(297)
- 192. 包装技法图解 /(305)
- 193. 竞争门市分析表 /(308)
- 194. 店员训练表 /(309)

开店规划篇



要想开一家成功的门市，需要精心的筹备和计划，比如商业圈的分析、店址的选择、营业执照的办理、资金储备等事项都需要进行细致的分析和调查。只有做好从心理到各项实际工作的充分准备，我们才能给自己的事业一个真正好的开始。

第 1 篇

● 本篇主要内容

第一章 创立商店开好头

门市的定义与分类
怎样算成功的门市
顾客对门市的需求
门市经营的原则
顺应大环境规划门市
进行市场调查

.....

第二章 门面装修引客来

门面的重要功能
实现商店个性化
顺应生活意识的改变
选择装饰材料
店名招牌设计
店门的设计装饰

.....

第三章 进货环节多把关

商店进货的作业流程
进货的原则
货源的组织
进货成本的核算
识别货色
鉴别假冒伪劣产品的方法
进货的运输

.....

第一章 创立商店开好头

也许您经过几年的打拼，已经积攒下了一些资本，而您正打算让这些钱生出钱来，改善一家的生活；也许您遇到了几位好心的亲戚，他们答应先借给您一部分资本金，让您能干一份自主经营的活计；也许您正为单位的不死不活而着急上火，想要跳槽自己发展……

总而言之，千条万条的理由使您下决心要开一个自己的店面，为自己的生活撑起一片自由自在的天空！

您应当为您的想法而感到骄傲，因为花自己劳动挣来的钱，又能交税养活国家的人是最光荣的！您一旦经营了一间赚钱的门市，您就能为您自己，为您的亲人担起一份责任，为家庭做出自己的一份贡献！

您同时也要保持一份冷静，赚钱的门市是靠经营得来的，它需要拼搏，更需要知识！不懂得经营门市的必备知识，门市就会“门庭冷落车马稀”，不但难以赚钱，恐怕还会导致蚀本，眼睁睁地看着辛辛苦苦挣来的钱、或者求爷告奶凑来的钱一天天像水一样从指间溜走，那是一件多么令人痛心的事啊！

要避免这种情况出现，您就必须在开店之前熟悉开店的各种事务和各类知识。您最好能找一本精当又全面的书来获取这样的知识。而现在您手中的正是这样一本书。

我们以对门市经营长达 20 年的研究积累下来的经验忠告您：开好店首先要开好张。

表面上一听开张，人们的第一反应是邀上一批亲朋好友，放上几个花篮，点燃几挂鞭炮，大家对店主恭贺一番，这就是开张了。

实际上，开张远不是这么简单的，它是开店最初的一个阶段。这个阶段要持续几个月甚至半年。在这个阶段里，您需要了解门市本身，要了解您规划中的商店的特点，要探测商圈，要选好地段，要做好融资、租房、办证、开户等各项手续，最后还要为商店取一个好名字，招一批好店员。这些都做完了，您才能轻轻松松地开张了，只有这样财源才会滚滚而来。这时您也是可以安然地享受这些钱财了——既然已经付出了辛劳，有什么理由不享受胜利的果实呢？

1. 门市的定义与分类

要开店，首要的就是要了解门市的定义与分类。如果连门市是什么都搞不清楚，那还想通过门市赚到钱吗？

通俗地说，门市就是店铺，它可大可小，大的门市我们叫它“商场”、“大楼”、“商城”、“广场”等，如我们熟悉的“双安商场”、“王府井百货大楼”“蓝岛大厦”、“百盛购物中心”、“当代商场”、“华联商厦”等等。小的门市我们就叫它“××店”。这样的门市遍布全国，触目皆是。

从静态上讲，门市就是一个经营者出售商品、顾客选购商品的场所；从动态上讲，门市是一个商品流转的环节，服务展示的舞台、经营技巧运用的场所。

许多人仅仅把门市看成一个静态的店铺，这种看法是极其有害的。如果门市仅仅只是一个商品存放的平台，那全国这么多门市，它们的经营业绩又怎么会有天壤之别呢？

要经营好一个门市，就必须从动的角度去看待门市，要把它看成是一个鲜活的生命体，门脸是它的脸面，卖场是它的身姿，装修是它的服饰，服务是它的灵魂，管理是它的自律，经营是它的应对，氛围是它的气质，资金是它的血脉，赚钱是它的成功！

店主必须像呵护自己的儿女一样爱护自己的门市，要充实它、丰富它，教育它，培养它，让它成长，使它成功！只有这样您才能在成就了您的门市的同时，造就您自身的成功！这就正像父母亲如果培养出一个成功的儿子，那他们自身也会感到骄傲并得到实惠一样。

门市有多种分类方法。从经营规模来分，可以分成大型的商场、商厦、中型的超市、百货店和小型的店面、铺面。

从经营的方式来分，可以分成分散化的连锁店和集约化的专营店。

从经营的种类上分就可以细分成：百货店、服装店、书店、音像制品店、食品店、五金店、日杂店、各类修理店、水果店、花店、家具店、餐馆、精品屋、酒吧等等。

针对不同的店，店面设计和经营技法上都要有区别，要针对不同需求的顾客实行不同的门市定位。比如说，一个精品屋没有多少老年顾客的光顾，这并不奇怪，因为精品屋本身针对的就是花钱很“冲”的年青人的。

要经营成功的门市就要把握好门市的定义，同时要事先想好自己要开一个什么类型的门市，只有做到这两点之后，才能开始着手考虑其他的开店事宜。

2. 怎样算成功的门市

在开店之前，人们心目中都会对未来的业绩有一个基本的心理预期的。这种主观的心理预期有可能是符合实际标准的，也有可能并不符合。那么什么是衡量成功的门市的客观标准呢？

一般来说，具有以下8个特征的门市就算是成功的门市：

①成功的门市都有一个“灵魂”人物。

门市经营是市场竞争的最前沿，市场所有的竞争活动与结果都在门市中直接体现，如此复杂、激烈的市场环境，要求门市必须有一个核心人物，也就是说赚钱的门市都有一个“灵魂”人物。

经营门市生意必须具备特定的“商业感觉”，也就是理解特定门市的目标顾客、准备适销对路的商品、制定合适的价格政策，采取有效的促销措施，要做到这些完全依赖特定的人。尽管一些营销理论与技巧可以提供一定的帮助，但这些还依靠个人的消化和吸收，经营者还需要将这些知识融汇贯通到实践当中，才能形成竞争力。

同时门市生意每天人来人往，千头万绪，各种琐事如果不及时处理，都可能影响门市的经营业绩，甚至影响门市的生存，也必须有人及时决策与处理，门市生意做的可是“人”的生意。

因此，赚钱的门市必须有一个“灵魂”人物，及时、正确地打点门市生意。这个人或许是老板、老板娘；也可能是门市经理，甚至是头牌营业员。但肯定是有这么一个人存在的。当然，对于小型门市来说，这个“灵魂”最好是老板。

②成功的门市追求创新。

只有努力创新的门市，才会有前途。墨守成规或一味模仿他人，到最后一定会失败。任何门市，都必须表现出自己的特色，才能创造出附加价值，也才能不断增加顾客。做生意总会遭到困难和挫折，这就要靠老板去突破了，一定要拿出魄力和决断力，在创新方面去寻求机会。

门市生意通常是“扎堆”的生意，竞争对手或许就在隔壁，没有创新是不可能形成自己的竞争优势的。在香港，如果一家门市更换招牌，不出3天，整条街

的招牌都会更换一遍，可见门市生意创新的压力之大。“一条道走到黑”的门市绝不会成功！

③成功的门市注重成长。

做生意如果不追求成长，或不向更高的目标挑战的话，就只能不进则退。业务的成长通常是以营业额来衡量。要想扩大营业额，就必须加强有关的活动，如商品的筹集、现场销售、资金周转等。

只有想把生意做大做好的门市，才会有足够的动力提高门市的经营水准，才能应对同行的竞争以及市场的挑战。门市生意永远没有尽头。

注重成长是成功门市的灵魂。

④成功的门市必须确保合理的利润。

做生意，必须获得合理的利润。赔钱赚吆喝那是慈善机构做的事。

大家都知道赔本的生意不能做。门市生意更是如此，没有合理的利润的生意是不能做的。所谓合理的利润是指除去本钱之外，还必须赚到一定的利润。

门市生意中，通常有一定量的存货。但在现在的买方市场的情况下，特定商品的生命周期越来越短，“囤积居奇”只能是“自杀”！一般来说，过季存货的价值只会随时间的推迁而贬值，所以门市生意的利润必须分担存货的损失。

门市生意如果赚到最后只得到了一堆存货，那门市经营就失败了。所以成功的门市必须要确保合理的利润。

⑤成功的门市以顾客的眼光为出发点。

做生意要以顾客的眼光为出发点，才能让顾客买到他所需要的东西。

顾客的价值观念，不见得跟我们的相同，何况顾客还分男女老幼。我们应该设法去了解顾客的需要，然后去满足它。

经营门市，必须把自己当作是替顾客采购商品，这样才能得到顾客的认同。

门市采购商品是“为卖而买”，不是自己消费。

⑥成功的门市倾听顾客的意见。

经营商店要顺应自然，集思广益。成功的门市都把顾客当成老师，把顾客的意见当作金玉良言。

如果一个门市只顾推销商品，而听不进顾客的意见，就不会受到大家的欢迎。在经营过程中，只要持之以恒地以谦虚的态度，去倾听顾客的看法，生意就必定会日益兴隆。

⑦成功的门市懂得把握时机。

生意成功的关键在于能否掌握商机。

门市在平时就要选择适当的时机，调查顾客预期购买的物品，以及不可能的购买时机，这样在销售上就方便多了。

所有的门市生意都有销售周期，淡季旺季的经营业绩相差很大。时机就是门市生意的“天时”；“地利”是门市的店址；“人和”是顾客的心和门市员工的凝聚力。

门市生意能否维持，取决于地利与人和；能否赚钱，尤其是赚大钱，完全取决于天时。成功的门市都把握了关键的商机。

⑧成功的门市懂得发挥特色。

现代市场是个性化的市场。市场上卖同样东西的门市多如牛毛，所以要有自身的特色。

门市的特色，当然要配合顾客的需要。至于如何去发挥，则要个别考虑。除了要注意店址和开店条件，还要考虑该地区的收入水平、文化水平等。

其实，特色不仅仅限于商品。其他因素如良好的服务、华丽的店面、诚恳的员工等，都是特色。只要发挥其中一两项特点，就足以吸引顾客上门了。

以往的门市生意中，“货卖独一家”是赚钱的秘诀。而今这条秘诀已经过时，货源上的垄断很难做到。形成门市的经营特色就是现代市场环境中的“货卖独一家”。

综上所述，具有以上8个特点的门市就可以称之为成功的门市。

3. 顾客对门市的需求

了解了成功门市的一般特点，接下来就要考虑顾客对门市的要求。

一般说来，顾客对现代的门市会有5大方面的要求：

- ①有舒适美观的购买环境；
- ②商品品种齐全，不会空手而返；
- ③缩短产销环节，做到货真价实；
- ④距离近，营业时间长，购买方便；
- ⑤服务品质高。

日本零售业者曾做过一个大规模的调查，结果归纳出顾客对门市的具体期望：

- ①顾客将渐渐移向人际关系较密切的门市；
- ②门市营业员的笑容可以改变购物心情；
- ③门市的环境洁净；
- ④对能站在购买者立场，从旁出主意的门市会产生信赖感；
- ⑤该门市有专门权威性；
- ⑥门市的店主是个认真勤勉的商人；
- ⑦门市中有人对顾客说“谢谢您！”；
- ⑧门市中的商品上都附有很明确的说明；
- ⑨门市中有现场示范讲解；
- ⑩该门市门庭若市，顾客也愿去；
- ⑪门市中的服务周到。

相应地，顾客对于有以下毛病的门市是不喜欢的：

- ①啰啰嗦嗦地紧迫钉人（尾随叫卖）；
- ②待客不亲切；
- ③如果不买，态度马上改变；
- ④强迫推销；
- ⑤换货困难且脸色很不和善；
- ⑥对顾客虚伪地巴结；
- ⑦缺乏商品知识，又不懂装懂；
- ⑧对工作没有热情；
- ⑨店堂令人觉得不干净；
- ⑩无视顾客的反应，我行我素；
- ⑪对于顾客提出的要求，无动于衷；
- ⑫营业员在营业时间相互聊天；
- ⑬对顾客很客气，对同事则动作粗鲁；
- ⑭谈论已经离开的顾客；
- ⑮在顾客面前窃窃私语；
- ⑯在接待某位顾客时，对其他顾客的询问不理不睬；
- ⑰对顾客厚此薄彼；
- ⑱无视陪同购物的人；
- ⑲不坦率地聆听顾客的抱怨；