

服装导购

孙 健◎著

实战
白金版

话术模板 与应对技巧

即学即用的81个话术模板，简明准确的行动指南

**用好微表情读心术，于细微处引导销售过程！
牢牢抓住顾客心理，说对，说准，迅速成交！**

明确销售流程、关键问题与销售目标
快速提升销售技能，增长销售业绩
全面实施销售过程训练、指导和监督
促进内部销售系统和培训课程开发

服装导购
必备·实用
手册



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

服装导购 话术模板 与应对技巧

孙 健◎著

实战
白金版

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书内容涵盖了服装销售的各个阶段——迎接顾客、了解需求、鼓励试穿、服装品质疑惑、价格异议、优惠折扣、成交、售后服务等。从这些方面的问题出发,本书结合顾客心理,给出了卓越的解决话术及相匹配的销售引导模式,使销售人员“不但知道怎么说,而且知道怎么做”。通过系统地学习和应用本书,将为销售人员提供全方位的销售技能指导,帮助销售人员快速掌握业绩倍增的销售方法。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

服装导购话术模板与应对技巧:实战白金版/孙健著. —北京:电子工业出版社, 2014.2

(华通咨询内训好课程书架·微表情销售力提升丛书)

ISBN 978-7-121-21684-8

I. ①服… II. ①孙… III. ①服装—销售—口才学 IV. ①F768.3②③H019

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第244829号

责任编辑:杨 雯 文字编辑:王陶然

印 刷:三河市鑫金马印装有限公司

装 订:三河市鑫金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

开 本:720×1000 1/16 印张:16.75 字数:315千字

印 次:2014年2月第1次印刷

定 价:35.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。



中国企业从改革开放以来经历了三十多年的发展，现在正处于经济和产业结构的调整期。当下的经济形势严峻，全球性竞争格局正在进一步加剧，而中国企业不管是从研发、管理，还是从品牌、服务上来说，竞争力都有所欠缺，这是大部分管理者承认的一个现实，且多数管理者也深刻地感受到当下这个调整期的艰难。

素以“狼性管理”著称的华为掌门人任正非说：“华为没有成功，只是在成长。”在这位掌舵着世界排名第三位的通信企业经营者眼中，企业的成功必须如德国、美国、日本等国家的那些优秀企业一样历经市场检验，做到严守企业的经营理念 and 生存信条，与时俱进地提供高品质的产品和优质的服务。

而综观国内的大多数企业，除了经历过浮躁的市场拓展和粗放式的发展历程以外，真正用于锻炼内力、修炼品质的时间还很少。“中国制造”仍然是加工厂和低端产品的代名词，中国大多数企业仍然很难经得起风雨。

这是我们的底子较弱、管理水平较低所致。

毫无疑问，我们将会迎来一个新的未来，这是社会和经济发展的必然。经由结构性调整所产生的未来经济或产业格局中，也必将成就一批优秀的企业。但是，谁是未来的幸运者？我们能否安然无恙地踏上通向未来的发展之路，并且在未来的市场和经营格局中占据一席之地？或者，哪些企业最有可能在这种变化中被逐步边缘化，以致失去对未来市场的适应力？这些问题很重要，但这并没有现成的答案，需要我们在实践中敏锐地察觉变化，总结出科学的经营模式和管理方法。

我们要做很多工作，才能避免企业被边缘化。但有一条核心原则是不变的，那就是必须改变过去普遍存在的粗放式管理现状，寻求企业在各个关键资源、关键业务上的价值产出。过去，我们可能认为服务好客户或者做好产品研发是第一要务，今天，这两者同等重要；过去，我们可能认为在成本的基础上控制质量是关键，今天，质量、成本及产品创新等，都需要齐头并进。我们能够感受到的一个基本事实就是：在一个社会快速发展的时期，把管理的重心压到任何单一经营管理要素上，都是行不通的，都不可能保障企业通向未来。我

们需要以一种“全面管理”的视野来经营企业——市场位置的锚定、竞争优势的形成与维系、应对变化的思路、业务流程的科学性、人与业务的整合、人才价值的深度挖掘等——这些关键要素都应该纳入系统整合、优化的范围。最终，我们需要用“全面管理”的原则和实践赋予企业强健的魂魄。

对管理进行全面优化涉及的不只是经营和管理理念，它更需要落实到具体的行动中去，落实到实际管理行为中去，它是对管理实践活动提出的最基本的要求。正因为如此，我们每一个管理者都必须有意识地发现有效的、更好的管理方法，有意识地去改变企业经营中落后的因素。

鉴于过去近十年时间里，华通咨询（全称“北京华通正元管理咨询有限公司”）一直在从事企业管理咨询和研究工作，我们有机会接触到各类型企业经营管理中常见的问题，也能够较深刻、全面地理解各类企业的管理需求。与此同时，华通咨询在过去近十年时间里，已经形成了较强的咨询与研究互补结合的能力。因此，华通咨询希望与更多具备前瞻力的企业经营者和管理者一起推动这项变革。基于这样的信念和目标，华通咨询确立了一项基本的使命，那就是推进管理思想和管理技术的实践应用与研究。

在过去一些年里，我们的研究人员、咨询师队伍满怀改善中国企业管理水平的使命感努力地工作，未来我们也将如此。您现在看到的这些图书产品，是我们依据管理实践的需求和企业普遍存在的问题，进行系统分析和总结的成果，也是我们对中国企业普遍存在的管理问题的系统解答。

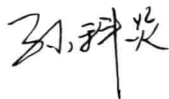
站在变革时代的风口浪尖上，我们满怀希望——希望中国的每一个企业都能够在剧变的经营环境中安然无恙，都能够找到自己的产业坐标。我们推进咨询与研究一体化的工作，并总结咨询研究成果汇集出版，其目的正如上述。

但是，除非管理者认识到企业的管理不足及自身的不足，意识到这些不足是迫切需要解决的问题，否则再正确的经营思路、再有效的管理方法都不可能产生实际的经营成效。企业管理水平的提升，首先面临的问题就是企业管理者思维方法和能动性的提升。麻木不仁或者满足于现状的管理者，是不适合当下及未来的经营管理需求的——管理者必须更加努力地学习新知识、新方法，必须更加努力地通过管理的优化为企业创造出更好的局面，这是管理者的使命。

当下是未来的序幕。我们今天的努力将决定我们的未来。

谨此，与读者朋友和管理同人们共勉！

华通咨询 总经理





现在，我要说的是，我们不仅仅是在卖东西，而是更多地在利用我们的销售力获得相应的利润。在这种销售力的主导下，卖什么并不重要，重要的是能够将我们所卖的东西变成现金，而实现这一结果最有力的武器，便是我们是否能够准确把握住顾客的心理，并在正确的时机，用正确的话术和引导技巧使顾客主动购买。

对于这样的销售技术和服务能力，并不是每个门店的经营者及销售人员都已经掌握的。他们甚至觉得只要商品好，店铺位置不错，就一定有好的销售业绩——这是一种一厢情愿的美好想法。在当下，商品琳琅满目，你很难自信地说自家的商品就是最适用于顾客的。可以毫不夸张地说，现在已经不再是一个卖商品的时代，更多地是一个卖销售服务的时代。

顾客在挑选商品的过程中，你只要多说一句话，只要把其中的某句话说得更契合顾客的心理，加之细微的引导技巧，就可以将许多的销售过程转化为业绩增长。

为了帮助更多的店铺及其销售人员掌握这种专业的销售技巧，华通咨询的销售力培训老师和咨询顾问一直从事着各类型销售团队、销售人员的话术设计、销售技巧训练，曾帮助数十家企业重新构建销售力系统，帮助他们在新的竞争环境下取得了良好的业绩。“微表情销售力提升丛书”正是基于这样的实践基础，悉心研发而成的。

本套丛书系统地归纳了在销售过程中最常出现的各种销售场景，针对各个场景中需要重点应对的问题进行了深入的分析，并提供了专业的销售技巧指导。它根据销售原理，结合顾客心理，给出了卓越的解决话术，以及相匹配的销售引导模式，使销售人员“不但知道怎么说，而且知道怎么做”，只要活学活用这些销售话术与引导技巧，就能实现与顾客的有效沟通，进而快速地达成交易。

鉴于本套丛书的这一定位，通过阅读和使用本书，我们将重点为读者解决以下问题和提供以下帮助：

（1）认清每个销售环节和销售场景，洞悉顾客的心理特征，准确把握自己的销售目标，不再盲目地实施销售行为。

（2）根据顾客的行为特征，提供“即学即会，一用就有效”的销售话术和销售引导技巧，帮助销售人员与顾客之间迅速建立起友好的关系。

（3）指导销售人员在合适的时间、合适的地点用合适的“话术和微行为”影响、刺激客户成交。

本书是本套丛书中的一本，内容涵盖了服装销售的各个阶段——迎接顾客、了解需求、鼓励试穿、服装品质疑惑、价格异议、优惠折扣、成交、售后服务等，通过系统地学习和应用本书，将为导购人员提供全方位的销售技能指导。

导购在服装销售的过程中，经常遇到各式各样的难题，如果不能很好地加以解决，这些困境会阻碍服装销售的成功。本书罗列了81种常见的销售难题和销售障碍，并通过提供专业的销售指导，帮助导购人员快速掌握业绩倍增的销售方法。

参加本书编写工作的人员包括：孙健、孙科炎、陈智慧、李国旗、罗先凤、洪少萍、李瑞文、秦术琼、宋松红、孙东风、谭海燕、谭汉贵、王晓荣，在此一并表示感谢。

衷心地希望这本书能给广大读者朋友带来帮助。如果您发现书中不足之处，请提出宝贵的意见和建议。

笔者



第一章 迎接顾客的过程中遇到的问题

销售场景01 / 顾客在店门外打量, 犹豫着要不要进去·····	2
销售场景02 / 顾客进店后, 四处打量, 一句话也不说·····	5
销售场景03 / 你别老是跟着我·····	8
销售场景04 / 面对推荐, 顾客说不买衣服, 只是随便转转·····	11
销售场景05 / 顾客环顾四周, 说店里没有适合的衣服·····	14
销售场景06 / 老顾客光临, 却说没有看到新款·····	17
销售场景07 / 顾客很喜欢这件衣服, 但得知价格后便直摇头·····	20
销售场景08 / 如何接待不同体型的顾客·····	23
销售场景09 / 如何接待不同心理特质的顾客·····	26
销售场景10 / 根据顾客的购买信号做出回应·····	29
销售场景11 / 店里人多, 顾客等不及就要走·····	32

第二章 了解顾客需求的过程中遇到的问题

销售场景01 / 我也不知道自己要买什么·····	36
销售场景02 / 我想要 × × 款·····	39
销售场景03 / 顾客表示想尝试一下不同的风格·····	43
销售场景04 / 我不知道自己适合哪种类型的衣服·····	46
销售场景05 / 你介绍一下吧·····	49
销售场景06 / 我不喜欢你推荐的这件·····	52
销售场景07 / 从来没穿过类似风格的衣服, 我看还是算了吧·····	55
销售场景08 / 你们走的是时装路线, 我没有鞋子配·····	58
销售场景09 / 你们的牌子不够响亮·····	61
销售场景10 / 名牌又怎样, 还不是靠钱砸出来的·····	64

第三章 顾客试穿的过程中遇到的问题

销售场景01 / 顾客只在镜子前比试衣服, 不想进试衣间	68
销售场景02 / 顾客穿上后, 二话不说便要脱下来	71
销售场景03 / 尺码正好, 顾客却嫌不合身	74
销售场景04 / 衣服太长了, 显得我很矮	77
销售场景05 / 衣服颜色太深了, 我穿上以后显老	80
销售场景06 / 我有一件类似的衣服	83
销售场景07 / 旁人说了一句不好看, 顾客黑了脸	86
销售场景08 / 顾客很满意, 但陪伴者直摇头	89
销售场景09 / 顾客穿上以后效果很好, 但怕撞衫	92
销售场景10 / 顾客试了七八件衣服, 就算合适也不买	95

第四章 面对顾客对服装品质的疑惑

销售场景01 / 装饰太多, 我不喜欢复杂的衣服	99
销售场景02 / 衣服都过时了, 怎么还拿出来卖	102
销售场景03 / 顾客觉得衣服颜色少, 没有适合自己的	105
销售场景04 / 顾客嫌衣服面料差, 担心变形或起球	108
销售场景05 / 还说是国际名牌, 线头这么多	111
销售场景06 / 缝线和做工也太差了吧	114
销售场景07 / 这种料子不能机洗, 干洗太贵, 手洗麻烦	117
销售场景08 / 特价衣服质量有保证吗	120
销售场景09 / 去年的旧款, 怎么还拿出来卖	123
销售场景10 / 你们卖衣服的都是这样, 王婆卖瓜, 自卖自夸	126

第五章 价格方面遇到的问题

销售场景01 / 一件衣服的成本就 $\times \times$ 元, 你们卖这么贵	130
销售场景02 / 同样的一件衣服, $\times \times$ 牌比你家便宜得多	133
销售场景03 / 价格超出预算, 我不要了	136
销售场景04 / 实话实说吧, 这个价格我无法承受	139
销售场景05 / 我来了好几趟了, 再便宜 $\times \times$ 元就买了	142
销售场景06 / 都是熟人, 说个最低价	145

销售场景07 / 我就这些现金，你们看着办吧·····	148
销售场景08 / 我认识你们老板，再便宜点，要不我直接和他说··151	
销售场景09 / 我还是等到打折的时候再过来买吧·····	154
销售场景10 / 你家衣服太贵了，我还是去别家买便宜的吧·····	157

第六章 关于优惠折扣的问题

销售场景01 / 这几件衣服我要是一起买，有什么优惠吗·····	161
销售场景02 / 国庆节期间，你们的优惠力度太小了·····	164
销售场景03 / 送××赠品给我，我就买这件衣服·····	167
销售场景04 / 顾客买打折衣服还想要店里的装饰品·····	170
销售场景05 / 衣服刚上市就打八折，以后的折扣岂不是更低·····	173
销售场景06 / 别家都在打折，你家怎么没有折扣·····	176
销售场景07 / 我要积分也没用，换算成现金折扣吧·····	179
销售场景08 / 以前一直都有赠品，这次为什么没有·····	182
销售场景09 / 顾客买完衣服后，再索要赠品·····	185
销售场景10 / 你们要是再打折，就赔我差价·····	188

第七章 成交的过程中遇到的问题

销售场景01 / 两件衣服都很喜欢，顾客拿不定主意·····	192
销售场景02 / 衣服很合适，顾客想去别家再逛逛·····	195
销售场景03 / 我考虑一下，需要的时候再过来·····	198
销售场景04 / 只剩最后一件，顾客想要新的·····	201
销售场景05 / 陪伴者小声对顾客说：还是别买了·····	204
销售场景06 / 我帮××买的，不合适怎么办·····	207
销售场景07 / 衣服挺好看的，但我得回去问问我朋友的意见·····	210
销售场景08 / 你们这里不能刷卡，我现金不够了·····	213
销售场景09 / 免费为顾客办理会员卡，顾客却说不需要·····	216
销售场景10 / 结账之后，如何送别顾客·····	219

第八章 售后服务中遇到的问题

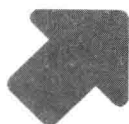
销售场景01 / 我昨天全价买的，今天就搞活动了·····	223
-------------------------------	-----

销售场景02 / 衣服清洗不当而损坏, 顾客坚持要退货·····	226
销售场景03 / 还纯羊毛呢, 我穿上以后过敏·····	229
销售场景04 / 无法弄清责任方, 顾客却在店里大吵大闹·····	232
销售场景05 / 这衣服洗了之后掉色严重, 我要退款·····	235
销售场景06 / 顾客要调换衣服, 却遗失了购物单据·····	238
销售场景07 / 退货期已过, 顾客仍要退货·····	241
销售场景08 / 如何对待频繁调换衣服的顾客·····	244
销售场景09 / 与顾客保持联系, 顾客也是朋友·····	247
销售场景10 / 如何调动会员参加店面活动·····	250

参考文献

第一章

迎接顾客的过程中遇到的问题



迎接顾客进店是服装销售的第一步，顾客愿意进门，销售话术才有用武之地，导购需要精心准备好措辞，将潜在顾客迎接到店铺里。

销售场景

01

顾客在店门外打量, 犹豫着要不要进去

顾客心理活动

- (1) 店内装饰或陈列很有特点, 不知道里面有没有中意的衣服?
- (2) 被橱窗内展示的服装吸引了, 要不要进去看个究竟?
- (3) 店里这么热闹, 是不是在做什么特别的促销活动?
- (4) 门店装饰得这么奢华, 衣服也不错, 我能消费得起吗?
- (5) 导购小姐实在太迷人了, 要不要顺便去看看衣服?

导购的销售目标

成功邀请顾客进店是销售的第一步。顾客在店门外张望, 说明店内有吸引他的东西, 我们应抓住时机, 热情邀请顾客进店。

导购的销售意识与行为准备

顾客在店门外打量, 如果我们不做任何努力, 就有可能损失掉潜在的客户。不管顾客的心理动机如何, 我们都需要热情、大方地邀请对方到店内一看。

(1) 抱持增加潜在客户基数的销售理念。销售活动就是概率高低的问题, 当你接触到足够多的潜在客户时, 就一定能够找到有购买欲望的客户。

(2) 视每位客户为准客户, 热情欢迎, 留下好印象。将每个人都看成是你的客户, 这种强烈的销售意图会增强你的销售气场, 使你始终保持积极的销售心态, 研究客户, 喜欢客户, 爱上客户。

(3) 适时地邀请顾客到店内。如果对方有购买意愿, 那么就给了对方一个好印象; 如果对方无意购买, 也是一次不错的品牌推介。

延伸来说，好的导购总是用积极的眼光看待他的每一位顾客，并且遵循人际交往中的三秒钟法则——在目光接触对方的三秒钟内，做出自己的邀约行动。理解了销售策略后，我们所要做的就是训练自己的措辞，将顾客吸引到店中来，将边缘化的顾客拉到潜在客户名单中。

导购销售话术模板

导购销售话术模板1>>

先生，您好！我们店的衣服是欧版正货，质量好，价格便宜，进来看一下吧！请！

配套行为：真诚地注视顾客的眼睛，侧身并用右手指向店内服装的陈列区，然后躬身做一个邀请的手势。

话术点评：欧版正货、价格便宜，这是店铺的核心竞争力，也是吸引顾客进店的理由。销售的痕迹不宜过重，顾客愿意挪步即可。

导购销售话术模板2>>

小姐，您好！店内正在进行促销活动，全场三折起，您进来看一下吧！

配套行为：步履轻快，表情亲切而不过度热情。身体微微倾斜，一侧朝向顾客，另一侧朝向门店。

话术点评：说出店铺的促销或优惠信息，用利益暗示吸引顾客进店，激发顾客的抢购心理。

导购销售话术模板3>>

小姐，您好！有段时间没见着您了！最近我们店里进了很多新款服装，风格也更多样了！您进来看看吧！

配套行为：略带欣喜地看向顾客，用一侧手掌指向新款区，侧身为顾客引路。

话术点评：说出新款上市的消息，吸引顾客进店观看。很多顾客对上市

的新款服装毫无招架之力，我们要利用好顾客的这种心理。

话术全景展开参考模板>>

导购：“先生，早上好！”

顾客：“早上好！”

导购：“我们店里刚进了一批新款服装，您进来看一下吧！”

顾客：“你们店的衣服太贵了，我买不起！”

导购：“我们店二楼正在进行促销活动，价格优惠了许多呢！”

顾客：“打几折啊？”

导购：“全场三折起，您进来看看吧！请！”

常见错误销售行为规避

01 / 别站在门口，都挡着我们店里的生意了/直接露出鄙夷的眼神。

这是一种厌烦顾客的说法（或神态），顾客听了（或感受到了），会感觉特别没面子，遇到性急的顾客，还可能与店员争吵起来。

02 / 这件衣服可贵了，你要是想买的话就进来试一下。

这种说辞直接怀疑顾客的购买力，也说明导购人员太过势力，目光不够长远，即便顾客现在的财力有限，将来的事谁又能预料呢？

03 / 在外面站着能买到什么啊，有啥好犹豫的，赶紧进来吧！

过于强硬的话语对顾客而言是一种心理上的绑架，进店或不进店都在顾客一念之间，如果拿话语的刀架在顾客的脖子上，他们不会心甘情愿地走进店中。

04 / 你朋友都进去了，你还愣着干吗啊！

将顾客和陪伴人员的行为进行对比，这种语气很有种瞧不起人的意味，会给陪伴人员制造出一种心理落差，很容易激发他们的逆反心理。

销售场景

02

顾客进店后，四处打量，一句话也不说

顾客心理活动

- (1) 我不买衣服，只是随便逛逛。
- (2) 我知道自己要买什么，不需要导购的帮助。
- (3) 导购说来说去，让人很有压迫感。
- (4) 我一开口说话，就掉进导购设置的陷阱里去了。

导购的销售目标

让顾客开口说话是彼此沟通的开始，也是触发销售契机的机会所在。若顾客始终保持沉默，我们就无从得知顾客的真实想法，销售就失去了针对性。

导购的销售意识与行为准备

这种沉默型顾客除了极有主见外，还有对导购强烈的戒备心理，此时，我们不能急于推销服装，而应该平静地表达一种友好的态度，将他们拉到柔和的交流情境中，循序渐进地让他们接收接下来的销售信息。

(1) **观察顾客的服饰装扮及携带的物品特点。**顾客的穿着和携带的物品能够反映出他的兴趣点，挂着耳机的人多半喜欢音乐，而打扮很精致的人多半对时尚很有兴趣，顾客所穿衣服的颜色及款式也可以成为谈话的突破口。

(2) **让顾客参与到交流情境中来。**精心设计语言，提出一些具有针对性的问题，卸下顾客的防备心理，刺激顾客参与到对话中。

(3) **进行礼貌、得体的问候。**在双方见面的最初几分钟，向顾客表达问候，给顾客良好的第一印象，让顾客愿意诉说。

导购需要主动同顾客交谈，展现专业的销售姿态，鼓励顾客开口说出自

己的喜好, 以此为依据, 引导他们主动选择适合的服装。

导购销售话术模板

导购销售话术模板1>>

小姐, 您好! 您的包真好看, 我还没见过这种款式的呢! 您可以给我介绍一下吗?

配套行为: 表情要放松, 看到顾客的包 (或其他配饰) 之后, 目光可多停留几秒 (接话术), 然后注视顾客, 认真倾听顾客的说话。

话术点评: 顾客对服装搭配有着自己的见解, 我们可以通过赞美顾客佩戴的饰品表达认同, 通过询问向顾客请教, 打开顾客的话匣子。

导购销售话术模板2>>

小姐, 您好! 祝您节日快乐! 您是我们店今天第100位顾客, 我们准备了精美的礼品要送给您。在这之前, 请您填写一些资料, 以证明第100位顾客已经过来了! 您这边请!

配套行为: 手里拿着相关的卡片向顾客表明话语的真实性, 边说边递给顾客笔, 并用另一只手为顾客指引填写资料的地方。

话术点评: 向顾客讲述店内的免费活动, 吸引顾客参与进来, 在讲述的过程中努力让对方接纳自己, 顾客同意配合后, 可以根据问卷上的信息来判断顾客的喜好。

导购销售话术模板3>>

您好, 欢迎光临×××! 外面的雨下得挺大吧! 来, 我帮您把雨伞收好。这边有干净的毛巾, 您可以擦一下, 这边请。

配套行为: 在店门口迎接顾客, 主动将顾客手中的雨伞接过来, 把雨伞收好, 挂在顾客能够看到的地方, 手掌指向毛巾所在的位置, 前行为顾客带路。

话术点评: 用细心周到的服务打动顾客, 在心理上让他们欠下感情债,