


周新文◎著



# 服装销售 业绩倍增实战手册

快速提高销售技能，有效提升店铺业绩



 中国纺织出版社有限公司

国家一级出版社  
全国百佳图书出版单位

# 服装销售 业绩倍增实战手册

周新文◎著



中国纺织出版社有限公司

国家一级出版社  
全国百佳图书出版单位

## 内 容 提 要

服务成就业绩! 本书围绕如何提升服务水准, 从人、货、店三个角度, 按照售前、售中、售后的销售顺序, 详细讲解了服装销售过程中的各类服务细节, 案例典型, 实操性强, 非常适合服装销售一线人员阅读。

### 图书在版编目 ( CIP ) 数据

服装销售业绩倍增实战手册 / 周新文著. —北京:  
中国纺织出版社有限公司, 2019. 9  
ISBN 978 - 7 - 5180 - 6599 - 8

I. ①服… II. ①周… III. ①服装—销售—手册  
IV. ①F768. 3-62

中国版本图书馆CIP数据核字 (2019) 第187978号

---

策划编辑: 陈 芳 责任校对: 楼旭红 责任印制: 储志伟

---

中国纺织出版社有限公司出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010—67004422 传真: 010—87155801

http: //www. c-textilep. com

E-mail: faxing@ c-textilep. com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京佳信达欣艺术印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2019年9月第1版第1次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 13

字数: 182千字 定价: 42.00元

---

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

## 自序

近几年，我一直“泡”在一线鞋服店铺，亲身感受着鞋服实体店发生的翻天覆地的变化。鞋服类产品的同质化越来越严重，各种营销方法几乎已经用尽，消费者越来越不买账。然而，我却发现了消费者正在进行消费升级，由以往以鞋服本身为主的消费，正在升级为以满足精神需求为主的消费。这一发现令人惊喜不已，我尝试着“把衣服和感情一起打包卖”，结果在河北、浙江、山东、河南、湖北、湖南、云南、福建、广东、上海、江苏、贵州等地的一些鞋服店取得了喜人的业绩！此后，“似大江一发不收”，通过微课和线下集训，在短短的一年多时间里，我把全国各地的一些优秀实战经验直接传播给了1万多家鞋服实体店。

本书拒绝高深的理论，特色是接地气的实战，实战的目标是业绩倍增，为此，不仅分享了“做什么”，更分享了大量的“怎么做”。

在此，特别感谢河北邯郸永峰鞋服的刘永峰先生、刘红娟女士，感谢山东临沂的赵玉玲女士，感谢河南南阳的王继宏先生，感谢杭州的陈浩明先生，感谢福建厦门的李娅女士、张海



峰先生，感谢福建南平的芮水仙女士，感谢广州的徐芳女士，也感谢陕西的韩姣，感谢山东的王贵林、刘红云、陈清、朱文青、赵红，感谢湖北的李毕华、黄红、陈旭霞、熙禹，感谢湖南的王大元、苏燕春，感谢浙江的瞿三忠、陈碧霞、吉莉，感谢江苏的李冰，感谢福建的周盛荣、缪夏龙、黄书锦、陈伟柱、郭世旭、黄清芳、华彬彬，感谢河南的王琳、赵桂平，感谢江西的唐珊等一众朋友的支持。

周新文

2019年3月于广州

## 服装销售五部曲

### 打招呼 / 迎宾

热情招呼乃职责  
站立姿势有新规  
含胸提肩和拔背  
双手下垂头顶悬  
一见顾客便招呼  
接一看二招呼三  
吐字清晰声音响  
热情诚恳待顾客  
招呼简洁语多变  
早晚节日各不同  
遇到熟客呼姓名  
顾客内心自开怀  
视线接触目光柔  
点头微笑轻致意  
招呼频率定要高  
店铺氛围更融洽  
顾客不理乃常有  
付出不必求回报

### 介绍商品

留意信号红绿灯  
悉心恭候一旁等  
一举一动皆在意  
一言一行总关情  
打开话题开场白  
用心聆听有耐心  
了解需求靠询问  
察言观色少不了  
介绍商品看需求  
特性优点变好处  
挖掘货品独特性  
讲多试多客买多

### 鼓励试穿

上装下装加配件  
成套搭配常提醒  
熟记货品小专家  
衣服号型一拿准



开门检查里面请  
如有要求门外应  
有眨有褒有针对  
声东击西有目标  
调动顾客想象力  
赞美鼓励有效果  
协助顾客作比较  
帮助选择亮高招

### 附加推销

要想销售得第一  
附加推销显威力  
选择成交要常用  
直接成交亦看好  
热点成交需客观  
哥伦布式捏分寸  
关联推销求补缺  
找零成交适配件  
假设成交看时机

买单还可再推销  
不断增加中销率  
销售超标奖金拿

### 收银服务

收银服务要规范  
微笑速度少不了  
双手接物莫拖延  
折叠衣服打包快  
确认金额和数量  
还有封口胶莫忘  
清晰唱票仔细验  
客人买单笑开颜  
洗涤介绍求简单  
洗水麦上有指引  
售后服务记提醒  
若有问题凭小票  
附加推销接力赛  
勇者才能争冠军

## 第一部分 服务成就业绩

1. 服务成就业绩 / 2
2. 态度是和顾客情感联结的纽带 / 7
3. 做销售就是做服务 / 11
4. 服装店服务的八个层次 / 15
5. 服务是高级的销售技巧 / 20

## 第二部分 服务销售三部曲：售前、售中与售后服务

1. 售前服务提升有效进店率 / 26
2. 售中服务第一步：打招呼 / 迎宾 / 32
3. 不同顾客的不同服务技巧 / 37
4. 有理有据地推介商品 / 49
5. 鼓励试穿 / 54
6. 深度破解嫌价格贵顾客的成交方法 / 68
7. 冠军赢在附加推销 / 87
8. 收银服务 / 96
9. 店前销售技巧 / 101
10. 充值技巧 / 119
11. 售后服务提升回头率 / 124
12. 服务促进业绩倍增的成功实践 / 146



### 第三部分 服务与销售实战案例

1. 文娟第一次擦鞋的心路历程 / 154
2. 一个小故事，一个暖暖的家 / 155
3. 可爱的木兰姐，朴实的服务 / 156
4. 急顾客所需，想顾客所想 / 158
5. 小服务，开大单 / 159
6. 阿姨嫌贵，也不接受服务，却还是买了 / 161
7. 步步为营，循序渐进，闲逛的顾客买了一双鞋 / 163
8. 一片创可贴，交到一个顾客朋友 / 165
9. 微笑服务为我带来回头客 / 166
10. 好服务，7连单 / 167
11. 服务至上，停电也能卖个8连单 / 168
12. 鞋店淡场连开5单的秘籍 / 170
13. 因为说到顾客心里去了，所以她买了2双鞋 / 172
14. 用心待客是种善因，销售成交是得善果 / 174
15. 回头客是如何来的 / 176
16. 把国外不认识的顾客做成回头客 / 179
17. 有一个顾客可以救场 / 182
18. 挑战人性极限，终于成交3连单 / 184
19. 顾客已远去，店长追回来成交3467元 / 186
20. 要离店的顾客成交了一个2连单 / 189
21. 即将跑掉的单如何重新挽回，并促成万元大单 / 190
22. 兰花心跳记：1个小时内开了3000元大单 / 192
23. 在顾客的朋友圈互动，竟然卖了1件外套 / 195
24. 一名店员的业绩保卫战 / 196
25. 开始嫌贵不想买，最后却买了三件 / 200



## 服务成就业绩



## 1. 服务成就业绩

这些年我去过很多地方，包括国外。有时是专门考察，我会在不远处静静地看着各个服装店，比较店员和顾客的行为表现；有时是驻店，和店铺同事们一起接待顾客、服务顾客，我经常拿起手机反复拍摄同事们的行为，以及顾客在同事们的相应行为下是否进店、进店后的行为乃至后续是否成为回头客。

我发现，无论是南北东西，无论商场专柜还是商业街专卖店，无论男装、女装、童装、鞋子、内衣、箱包店，无论高、中、低档，无论1个店员还是多个店员——从表面上来看，货品、店员、客流都没有太多的不同。

然而，这只是冰山浮出海面的一小部分，海面以下还有更多看不到的部分，那就是服务、顾客情感联结、重点顾客维护以及员工的热忱与奉献！

看不见的部分决定了进店率、成交率、连带率、回头率、业绩和员工收入！

下面是福建仙游县郭老板的分享：

我有次到一个男装店去考察，一进门，那店铺员工就热情接待，而且要帮我免费洗鞋子，刚好外面在下雨，鞋子有些不干净，我就把鞋子脱下换了她准备好的拖鞋，让她拿到后台去洗。接着她就介绍产品。哇！我本来就只是想体会考察她店铺里的服务和服装，现在想走却走不了，因为鞋子还在她手上。一说鞋子，员工就说“鞋子还在帮你认真保养，还没完”。待着没事就逛逛，最后购买了一条皮带。这个对男士有用，男的脸薄。有美女，有好的茶水服务，鞋子又在她的手上，成交率是很高的。她的技巧是鞋子不在顾客的视线内，说词是正在专业保养。

郭老板是因服务而成交的案例，当然，我也看到很多服务没有成交的案例。

而且，在服装店初期推行优质服务时，往往会遇到顾客的排斥。这种排斥可能是因为顾客有压力，怕接受优质服务后不买东西不好意思；有的顾客是一种本能排斥，其实内心还是愿意享受优质服务的。

当顾客排斥的时候，店铺同事往往会把这种排斥放大。大多数时候，顾客是欣喜地接受我们的优质服务的，但是少数拒绝服务的情形出现，会显得很特别，我们会记住，有的同事甚至会产生一些恐惧的心理。

但是只要我们克服了心理障碍，往往会有意想不到的收获。

我们来看看福建光泽县 217 路某女装店叶风的感受：

### 【每过一关，都会带来收获】

9 月的一个傍晚，一位美女顾客进店。

我上前问好，接着就问她的需求，她却不怎么爱说话，就说“随便看看”。

她走到裤子区域时，我挑出了适合她穿的裤子。

她一开始不肯进试衣间试穿，我就耐心地向她介绍这条裤子的卖点……后面进去试了。

出来以后，她照了照镜子，我说：“挺好看的，衣服帮你挑了一件，你拿去配一配，看看整体效果怎么样。”

她再次试穿出来后一直说：“会不会显胖？”这个问题让她纠结了十几分钟。

我就和她聊，后面她叫我别说了，说我很烦！

我笑了笑说：“好，我这还有别的客人，你可以问问她们，别看我们是做销售的，不完全是忽悠你们，不然怎么有那么多老顾客。”

她自己又去挑衣服了，我就帮她倒了杯水。

后面她开口说我这态度真的还不错，她说她逛了一下午，进了很多店，

基本看她穿得朴素都不搭理她。

渐渐地，她开始相信我，叫我多给她挑一套，后面成交了2套。

她还要求加我个人微信，说有新款可以微她。之后她每次来都会带走一套，最少一件。现在我们在微信里会聊生活等等，从顾客成为朋友，真的很开心。

以下是广州某女鞋店店长张琦的分享：

星期三，一个很平常的日子，人流量很少，直到下午三点左右，店里才陆陆续续地进来几个客人。

我接待的是两个女性顾客，其中一个（简称美女A）看了一会儿，就直接拿起一只鞋子试穿。

我看她对这鞋子还挺有兴趣，就跟她说可以拿一对给她试一下，她同意了。

试完一对后她说：“这个鞋子有没有黑色的？我比较喜欢黑色。”

我说：“这个鞋子只有金色和银色，夏天穿金色和银色也比较好搭衣服一点。”

我话刚刚说完，她朋友（简称美女B）本来坐在沙发上玩手机，一直没说话，这时突然语气很不好地冲我说：“她都是黑色和深色的衣服多，肯定是黑色的好搭一些，你这里没有黑色的鞋，肯定就说黑色不好搭啊！”

我一下子没反应过来，被美女B给搞蒙了！

我也没说话，心里想美女B肯定很难搞，要先把她搞定才行。

这时，我突然想起培训时学到的方法。于是，默默起身跑到后场倒了一杯水递给美女B，然后面带笑容地说：“美女，喝杯水吧，天气也挺热的，解解渴。”

美女B先是愣了一下，然后对我笑了一下，说了一声“谢谢”。

后来我明显感觉到美女B的态度转变了很多，美女A穿好鞋子问她好不好看，她就说好看；美女A说穿这个鞋子有点滑，她就说因为你穿丝袜，滑

很正常，把丝袜脱了就不滑了。其实到后来美女A买那双鞋我都没怎么说，只是在旁边帮她穿鞋脱鞋，美女A就在美女B的点头夸奖中愉快地买了这双鞋。

她们走后，我想，要是美女B反驳我的时候，我当场和她争辩起来，或者后来没有给她倒杯水，这单肯定成不了。我当时就觉得，参加培训学习真的可以改变自己的思路，有时其实只是一杯水，就可以改变一个人的态度，把销量提高很多。

所以，我提出了一个口号：“金牌导购勇闯关，个人业绩翻一番。”

那么，站在顾客的角度，很多顾客表面上看起来，感觉是匆匆的、冷冷的、爱理不理的、怀疑的、挑刺的、还价的、不自信的、不知在想什么的——然而，在这些外表的里面，都有一颗脆弱的、需要被尊重的、需要友谊和爱的内心！

只要我们以心换心，就能走入顾客的内心，打开顾客的心扉，激活顾客内心深处的真情，就能赢得广大顾客朋友们的支持！顾客就会优先购买我们的衣服并且带朋友来购物。

下面是湖北石首资深导购李金培的分享：

### 【一双鞋带，成就四双鞋】

当时，我的搭档叫李道华。

那天，店里进来两位男士，有一位男士买了一双鞋子，另一位男士试了好几款，都没有选到自己喜欢的，他指着自已的鞋子对同伴说：“我这么好一双鞋子，1000多的，鞋带坏了。”

我们听到后跟他说：“嗯，没事的，我们要公司发一双鞋带过来给你吧。”

最后他自己还是没有买鞋子。

他的同伴讽刺地说：“你都没买鞋子，还好意思找人家要鞋带？”

我们马上回应：“没事的，没事的。”

一个星期后的一天晚上，我们打了这位顾客的电话。

他过来拿鞋带的时候，也没有在店逗留一分钟。

他说完“谢谢你们，我今天有事”，拿起鞋带就走了。

其实我和李道华当时有些失落。我们更希望他坐下来聊聊天，看看我们的鞋子。

大概过了半年，那时李道华已经离职了。

这天我上早班，正准备下班的时候，突然听到一个熟悉的声音。

站在门口的一位男士正在朝我打招呼：“嗨！美女，我来啦！我带老婆来看鞋子的，你帮我老婆选两双鞋子。”

我赶快把我的背包放下桌，搭档则给他们倒了一杯水。

那位男顾客告诉我，其实十天前，他带老婆来买过两双鞋子。

我对班的那个女孩子也小声告诉我：“是的，他过来买过两双鞋子，并且很爽快。”

他老婆也是一个很爽快的人，一会儿就选定了两双鞋子。

两双鞋子，不到20分钟就埋单了。

我在山东诸城兴隆百盛商场巡店时，看见一位70多岁的老人坐在一楼李宁专柜旁边的长条凳子上，一坐就是2个小时。

老人应该很孤独、寂寞，没有什么人陪他聊天，他宁愿一个人静静地坐在商场里面，看人来人往。如果我们热情服务，能让老人坐在店里的休息区，并陪他聊天、给他提供茶水服务等，相信他会很开心，会支持我们的工作，会在我们的店里购买衣服。

下面是河南新乡平原商场某男装专柜刘巧玉的分享：

这件事过去很久了，当时有位老太太在我们商场里，可能走累了，没找到坐的地方，就靠在我们3楼的服务台，那里有个桌子，没有凳子，她老人家就坐在地上。

我看到了，说：“大娘，来吧，到俺这里来坐吧。”

大娘说：“不用了，我坐那里影响你卖东西。”

我说：“不影响，来吧。”说着，就伸手拉了她一把，把她拉起来，来到我们专柜的沙发上坐下来。

通过聊天，得知她是和儿子一起来的，不想左转右转了，等儿子呢。

我给大娘倒了杯水，就觉得她年龄大了，语言上也比较关心。

过了很久，她儿子来了。她对儿子说，我怎么怎么对她好。

我说：“这没什么的，准见到了，都会这样做。”

她儿子穿着很讲究，一看都是大牌。

他看了看我们家的衣服，说：“你帮我给我朋友挑几件衣服吧。”

就这样，我帮他挑了2000多元的衣服，我知道这些衣服他是不会穿的。

做这个事情之前也没想到让人家买咱的衣服，结果却出乎我的意料。

## 2. 态度是和顾客情感联结的纽带

我们急于成交，或者内心抵触、厌倦、敷衍、想草草打发顾客；或者想顾客所想，微笑、耐心、快捷、有礼、真诚为顾客服务……顾客都是能感觉到的，并给了负面的或正面的反馈，且通常以跑单或成交的形式呈现出来。

有一次，我在香港海港城帮朋友购买化妆品，在一个化妆品专柜的过道上站了还不到10秒钟，有个店员就过来撵我走。她可能通过我的穿着打扮判断出我不是目标顾客，冷冷地说：“先生，请不要站在过道上！”听了她这话，我顿时没有继续浏览商品的兴致了，觉得非常晦气，竟然碰到这样的店员了！

于是去了隔壁一家专柜买了化妆品。

还有一次，我问一名化妆品专柜的店员：“请问，资生堂专柜在哪里？”

店员没好气地回答：“对不起，我们这里不是咨询台！”

其实，我自己找，很快也能找到。原来资生堂就在这个店对面10米处，她只需要用手指一下即可。而我们较少到香港来，有时候确实是晕头转向的。

这家店，以后我是再也不会去了，现在想起来还觉得不爽！

当然，香港很多店的服务也是不错的，像G2000的店员就很友善、热情，我也在G2000买过几件衬衣。

友善、热情的服务态度，往往会促进成交。

再来看看山东诸城王素素的分享：

1月3号开门没几分钟，成交了两单，我心想，今天开门顺，心情很好。

之后来了两位大姨看裤子，我一边帮大姨选裤子，一边同她们聊天，知道两位大姨是乡镇来的，不舍得花钱。我帮两个大姨各选了一条比较实惠的，有一个大姨穿上之后，我说：“大姨穿得真适合，看体形我也想给我姥姥买一条。”大姨哈哈大笑说：“你是个孝顺孩子。”另一个大姨看着这个大姨穿得不错，也赶紧试穿了我帮她选的，正好合身，两位大姨很高兴。成交之后，第一个大姨握着我的手，我觉得很温暖。闲聊的时候知道两位大姨的儿子都在外面上班没时间经常回去。我说：“大姨，要理解现在奋斗的年轻人，要不然您们就把上身也买了吧，正好有特价的。”两位大姨说好，然后围在特价羊毛衫的车旁，让我帮她们选。

因为两位大姨的人气，这期间就开始陆续来人了，帮她们选好后，又卖了10件特价的，虽然都是特价的，但是我觉得有了人气才会来客，有了耐心和感动才会成交。

我永远不会忘记那个大姨握着我的手的温暖。

王素素没有华丽的语言，也没有高大上的销售技巧，但是她为顾客着想，帮顾客挑选实惠的衣服；她还说“大姨穿着真适合，看体型我也想给我