◎ 中国服饰业经营实战丛书

超级导购

李宽　编著

中国纺织出版社

需要全本请访问 www.ertongbook.com

内 容 提 要

本书是专为服饰店的超级导购而写的。书中详细介绍了作为一名超级导购所应具备的素质、能力和知识，如何树立现代导购的新形象，导购在营业前、营业中和营业后的工作职责，超级导购优质服务的八步曲，卓越的推销技巧，各类顾客服装购买心理预测以及有效处理好顾客的投诉等。最后在附录中还有：服装面料知识、面料的洗涤与保养、皮革面料的保养、服装的洗涤标志、服装尺码换算及服装英语。本书是内容最全面的服饰导购手册，导购拥有此书，将使你的营业业绩大幅提高，赢得上司和同事的赞赏。店长也可用本书对导购进行培训，不断提升本店人员的整体素质。

图书在版编目(CIP)数据

超级导购 / 李宽编著. —北京：中国纺织出版社，[illegible]
(中国服饰业经营实战丛书)
[illegible]
Ⅰ.超… Ⅱ.①杨…②李… Ⅲ.服饰 商业销售学 Ⅳ.[illegible]
中国版本图书馆 CIP 数据核字([illegible])第[illegible]号

策划编辑：刘 磊 曲小月 戴 超 责任编辑：吴嘉云
责任校对：楼旭红 责任设计：何 建 责任印制：初全贵

中国纺织出版社出版发行
地址：北京东直门南大街 [illegible]号 邮政编码：[illegible]
电话：[illegible] 传真：[illegible]
[illegible]
[illegible]
中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销
[illegible]年 [illegible]月第一版第一次印刷
开本：[illegible] 印张：[illegible]
字数：[illegible]千字 印数：[illegible] 定价：[illegible]元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社市场营销部调换

目　录

第一章　超级导购应具备的素质、
能力和知识　　员
第一节　超级导购的素质　　圆
一、业务素质　　圆
二、心理素质　　缘
三、身体素质　　远
第二节　超级导购的能力　　苑
一、待人接物能力　　苑
二、应变能力　　怨
三、表达能力　　园
第三节　超级导购的知识　　员
一、产品知识　　员
二、面料知识　　员
三、店铺运作知识　　圆

第二章　创造导购新形象　　圆
第一节　统一的制服　　圆
第二节　简洁适宜的化妆　　圆
第三节　专业的行为举止　　圆
第四节　顾问式专业推销　　源

第三章　超级导购的工作职责　　源
第一节　营业前的工作　　源
第二节　营业中的工作　　源
第三节　营业后的工作　　源

第四章　店铺服务的八步曲　　缘员
第一节　打招呼　　缘圆
第二节　主动接受购物信号　　缘猿
第三节　开场白　　缘远
第四节　试衣间服务　　缘苑
第五节　听或辨认顾客的需要　　缘愿
第六节　建立顾客档案　　远园
第七节　收银台服务　　远源
第八节　告别　　远缘

第五章　顾客类型　　远苑
第一节　按性别分类　　远愿
第二节　按年龄分类　　苑员
第三节　按职业分类　　苑猿
第四节　按性格分类　　苑缘
第五节　按购买态度分类　　苑苑

第六章　卓越推销新境界　　愿员
第一节　待客销售的心态与基本技术　　愿圆
第二节　待客销售的实战技巧　　怨圆
第三节　待客销售的成交技巧　　员园圆
第四节　做一个受欢迎的导购　　员园源

第七章　有效处理顾客投诉　　员园苑
第一节　了解顾客产生投诉的原因　　员园愿
第二节　认真倾听顾客叙述　　员员圆
第三节　与顾客沟通达成共识　　员员猿
第四节　及时有效解决顾客投诉　　员员猿
第五节　后期跟进工作　　员员缘

附录一　常用面料知识　　员远
一、纺织纤维的来源及分类　　员远
二、纺织纤维应具备的基本性能　　员远
三、常用纺织纤维介绍　　员苑
四、服装面料与设计的关系　　员怨
五、面料的熨烫及处理　　员园
六、服装面料测试　　员员
附录二　常用面料的洗涤和保养　　员猿
附录三　新型面料　　员远
附录四　皮革服装的保养　　员愿
附录五　裘皮服装的保养　　员缘
附录六　国际通用服装洗涤方法标志　　员缘
附录七　中国现行号型标准简介　　员猿
附录八　常用服装专业英语词汇　　员源
附录九　部分国际和中国服装、鞋、时
尚网站　　员怨
参考书目　　员员

需要全本请访问 www.ertongbook.com

前　言

随着中国加入 WTO，2003 年中国的服装服饰市场将全面向世界开放，虽然中国是服装大国，但真正的世界名牌并不多，国内大部分企业还没有真正的实力与国外大的服饰品牌抗衡。面对急骤变化的市场环境，企业发展的空间越来越小，压力越来越大，因此，练好企业内功，创优秀品牌，制定有特色的经营策略，全面提升店铺业绩，成为每位企业家和部门主管所必须面对的问题。

服饰企业经营与品牌树立是一个完整的系统工程，在目前非常激烈的市场竞争中，企业必须在各方面都做好，策略正确、制度完善、计划周密、执行有效、调整及时，容不得半点失误。国内的服饰企业在近几年发展很快，尤其是民营企业如雨后春笋般茁壮成长，但发展过快势必导致基础管理跟不上，管理系统不能适应宽幅变化的运作，会出现产品问题、加盟商管理问题、店铺管理问题和服务问题，各项制度需要完善，各种系统需要调整，因此，“中国服饰业经营实战丛书”就是专门针对以上问题为正在成长和发展期的国内中小型服饰企业而编写的一套实战型丛书。为了满足行业最迫切的需求，解决最广泛层面上的问题，本套丛书首批推出五本，分别是：

《商品企划》详细阐述了一种服装品牌的建立和企划，它包含根据潮流趋势和新型面料进行的设计企划，针对市场状况的投放企划，根据上货期设计高效的生产企划以及最关键的市场营销企划。本书在每节后还附有实际案例可供读者作为操作参考，它将使你在一切尚未发生的时候，已经掌握了一切。

《连锁加盟》主要是针对那些急需拓展市场的服饰企业而编写的。书中详细介绍了连锁加盟系统的准备和建立，如何制定正确的加盟策略，加盟系统总部的实务操作管理以及加盟店的具体营运管理。本书会让你的企业与加盟商在合作中共同成长。

《店铺运作》是专为服饰专卖店的管理者而编写的。书中详细介绍了店铺的选址与开发，店长在营运管理中的工作细则，店铺人员管理，有效的商品管理，店铺促销的运作管理，利用数据进行

分析的资讯管理，顾客管理，店铺服务管理以及店铺绩效的评估。本书全面列出店铺实际营运的方法，拿来即用，非常方便有效，无论对新店长还是老店长的工作都会起到很好的帮助作用。

《超级导购》是专为服饰店的导购而写的。书中详细介绍了作为一名超级导购应具备的素质、能力和知识，如何树立现代导购的新形象，导购在营业前、营业中和营业后的工作职责，优质服务八步曲，卓越的推销技巧，各类顾客购买服装的心理预测以及有效处理好顾客的投诉。在书后的附录中还介绍了服装面料、面料的洗涤与保养、皮革面料的保养、服装的洗涤标志、服装尺码换算及服装英语等知识。本书是内容最全面的服饰导购手册，导购一旦拥有此书，将会使你的业绩大幅提高，赢得上司和同事的赞赏；店长也可用本书对员工进行培训，不断提升他们的整体素质。

《视觉营销》是专为服饰卖场装饰推广人员而写的。书中用大量图片详尽介绍了服饰的摆放在一定时间内所能散发出的视觉魅力，对于店铺的标志和招牌、橱窗设计、店面布局、展示架的应用、壁面展示、模特儿的展示与选择 POP 的位置、照明灯光的运用、导购的服装、装饰物品甚至店铺香味都有非常具体的设计说明。本书还应用实例、实图讲解了店铺的九种陈列技巧，介绍了各类不同服饰店视觉营销设计。这是一本最全面陈述服饰店陈列技巧的好书，公司推广人员可以参考本书实例，把公司的橱窗和卖场变成一个无声的超级导购。

“中国服饰业经营实战丛书”是一套实务操作的工具书，是服饰企业管理人员和前线员工手头必备的参考资料，尤其是书中的实用表格和管理制度，使管理工作或服务工作更加得心应手。

丛书的编写得到了众多专家的支持，他们投入了许多精力与宝贵的时间，在此深表感谢。同时，因为时间仓促，不足之处敬请指正。

在《超级导购》的编写过程中，天津工业大学的陈静杰、田鑫为资料的收集和整理做了大量的工作，此外，陈静杰参与了第五章、第七章的编写；田鑫参与了第一章、第二章的编写。正是由于团队的合作精神，本书才得以顺利地与读者见面。在此，对她们的认真态度和辛勤劳动表示衷心地感谢。

“中国服饰业经营实战丛书”主编　杨大筠

副主编　李　宽

第一章

超级导购应具备的素质、能力和知识

是精英就要比别人做得更好，
不积跬步无以至千里，
行动就从今天开始

商业竞争是一场人与人素质、能力和知识的较量。好的素质缔造优良的营销理念，从而导致较高的销售业绩。

商业竞争的概念在现今社会不再是以单纯的商品销售量为惟一的衡量标准，从实质来说，它可以看做是一场人与人素质、能力和知识的较量。好的素质缔造优良的营销理念，从而导致较高的销售业绩。店铺商品销售是通过导购的专业性工作和服务性工作来实现的，销售的过程就是导购与顾客交流并引导顾客购买的过程，在这之中，导购的心理品质、商业道德、交际能力、专业知识直接影响着每一次交换活动的水平、质量和成败，直接影响顾客对总体服务质量的心理感受和评价，最重要是对未来的影响。因此，若想成为一名出色的超级导购，拥有专业的素质是成功的关键一步。

第一节　超级导购的素质

一、业务素质

不是每一人都能成为出色的导购，也不是每一位导购都能拥有辉煌的业绩。导购之所以不同于其他行业职员，首先在于他必须具备作为导购的基本业务素质。所谓“干哪行像哪行”，导购的行业特性决定了从事导购的人需要符合的一些商业销售中所提出的要求，必要具备的‘商业气质”。像舞蹈演员一样，当他站在舞台上，音乐响起的那一刻，他马上就能感受到一种强烈的表演欲望，激情与舞者对于美的感受，通过肢体语言淋漓尽致地传达给观众，而这些与舞者自身具有的对动作、音乐、美的感悟与热爱等这样的职业素养是分不开的。导购就像是演员，销售场所就是表演的舞台，导购如何能将角色的特点把握好，演绎好，让顾客接受和欢迎，其具备的自身业务素质是主要基本前提，如何将这种素质很好地运用到销售环节之中，也是导购能否成功的动能之一。

1.商业素质

导购从事商业销售，身处商业圈内，应当具备基本的市场营销概念和商业意识，这是业务素质体现的主要方面。

◆ 较为敏锐的商业洞察力

▼对于商业信息的捕捉　对自己负责销售的商品领域中的商业竞争态势、流行时尚、消费趋向、新上市产品、大的变化动向、

同类商品的价格比与性能比、品牌的认知程度等等，对其大致的水平与方向有粗略了解，有效地抓住相关商业销售的主流与重点，对于较为普遍的、变化幅度较大的形式有一定的察觉意识。

▼对于服务对象的直观反应　当看到一位顾客，能很快的产生一个直观印象，通过对服务对象外在信息如年龄、气质、着装等方面的观察，即可大致判断顾客的类型、消费倾向与偏好，档次需求、购买欲望、浅层心理状态等内在信息，从而为此后进一步与顾客的沟通做好准备。

▼商品比较力　能够对比商品间质量、档次等综合因素的比较、品牌间概括性比较，销售方式及商品定位的差异等商品间不同点的把握，如服装品牌设计风格总体感觉的差别之处，这些都有赖于导购对于商品的了解程度。

▼相关销售环境了解　清楚自己所在店铺的消费环境、销售商品面对的群体、顾客来源、商品竞争等情况，“知己知彼”才能主动地在自我活动范围内有效地调整服务方式和服务质量。

◆商业道德与服务品质

导购代表的是店铺形象，顾客对店铺的信任很大程度上建立在对于导购业务品质的认可度上。导购一丝不苟的工作精神，诚恳守信的服务态度，让顾客对商品放心，对服务放心，对店铺放心。

▼敬业负责，严格把关　导购作为销售行业的最前沿，他直接将商品交与顾客手中，如果由于自己的马虎大意或不负责任，将有问题的商品交与顾客，给顾客带来了麻烦，将会直接影响到店铺的形象质量。所以，具有这种品质，做好顾客的“审验官”，也是导购一项重要的业务工作，导购在商品上货架前、在销售中和在给顾客包装时都要仔细地检查。

▼诚实守信的品德　“以诚待人，以信取益”商品的推销并不是用花言巧语诱骗消费者，而是诚恳地将商品的好处介绍给消费者，让消费者成为优良产品的受益者，向顾客所做出的任何承诺一定要兑现，避免“有意搭货”、“强行推销”、“不守时到货”、“不告之商品准确信息”等现象发生，导购的这种业务素质也是店铺信誉的保证。

以诚待人，以信取益。

▼坚持原则，不随意泄露店铺内部经营信息　商业促销也要

讲求原则，对于顾客提出的无礼要求，应当婉言回绝，坚持店铺经营原则，严格遵守店铺规章，对于内部销售资料、商业档案、策略方针、营销计划等不向外泄露。

自身业务素质

◆充满激情与活力

热爱生活，热爱工作，以极大的热情投入每一天的工作当中。从工作中感受乐趣，让周围的人为你的激情与活力所感染，创造舒心氛围，才有可能迈向成功。

◆头脑清楚，办事认真

导购工作具体、繁琐，从进货、检货、理货、销售到成交、取货、送货、接受反馈、联系顾客等一系列细致的工作，导购人员必须拥有清楚的头脑，有条不紊地进行，且要认真负责，不可马虎大意。试想：如果交与顾客的商品与顾客所要商品不一致，或是搞不清一种款式的服装有几种颜色、型号等，都会对工作产生不小的影响。

◆善于沟通、交往

导购的工作不仅要与形形色色的顾客打交道，还要保持与上级、同事间的良好关系，有良好的沟通交往能力，处理好人际关系，你的工作会有很多人支持，往往会使事情变得事半功倍。

◆踏实谦逊，勇于创新

踏实谦逊的作风易于获得他人的赞许，较易取得信任，同时自己也通过这种品质获得扎实的工作经验和多方面的支持。勇于突破陈规，对于不完善的方面，不是一味保守行事，而是大胆地提出革新建议，发挥自我才能，提高销售业绩。

◆持久耐性，适应力强

商业环境瞬息万变，面对不停变化的形势，有一定的适应和应变能力。而且日复一日地重复工作，看着川流不息的顾客，新鲜感总是暂时的，如何适应这种生活方式，就需要有持久的耐性和较强的适应力，以最佳的状态进入每一天的工作之中，并持之以恒，在改变自己的同时改变生活。

◆有进取心，求知欲

“不想当将军的士兵不是好士兵”，只有拥有奋斗的目标，才能不断发展。在奋斗中我们需要不断地补充“营养”，从一点一滴

需要全本请访问 www.ertongbook.com

的学习中，积累经验，从而能做得更好。要想成为出色的导购，良好的求知心态是成功的阶梯。

二、心理素质

良好的心理素质，使导购能够积极、乐观地面对工作，这种素质并不全是与生俱来的性格因素，人的心理因素，客观上存在着可塑性，导购心理素质的形成与发展是依靠后天的磨炼和活动实践以及心理素质培养的结果。只要在平日的工作中，有意识锻炼自己，调整心态，必要的时候可采取自我暗示、心理释放等方式，解除压力困扰和心理负担，不断培养健康向上的心理素质。那么，就会成为出色的导购，出色的导购应该从哪几方面努力呢？

1. 自信——成功的最大秘诀

自信是对自我能力充分肯定，它是建立在正确的自我认识和评价基础之上的。因此，深入了解自己，弄清自己的长处与短处，在不断地肯定和发展优秀的一面的同时，从自身弱点出发，不断磨炼自己、鼓舞自己、克服弱项所带来的自卑心理，相信自己能够胜任导购工作，相信自己能够与顾客融洽沟通，相信自己能够战胜困难。始终保持必胜的心理，只有充满自信，激发出极大的勇气和毅力，同时这种力量也会感染顾客，使顾客对你也产生信心。但自信不是无根据的盲目自我崇拜，只有拥有健康、积极的自信心理，才能最终取得成功。

自信——成功的最大秘诀。

2. 坚强，勇敢地面对现实

现实并不会总是一帆风顺，出色的导购面对一次次的挫败，不是情绪低落，畏缩怯懦，而是直面痛处，不断进行反思，勇敢地找到“症结之处”，忍住牙关，一点点地将其清除。坚强的毅力让你在遇到任何困难时，都不被打败。“逆流而上”当取得胜利的那一天，你会觉得比别人得到得更多。

“逆流而上”当取得胜利的那一天，你会觉得比别人得到得更多。

3. 打破低谷，调整心态，克服羞怯心理

也许你认为自己是一个内向的人，低调的生活方式让你不适

应公开地在人前表现自己，遇到陌生的环境，会感到怯懦，但这些是完全可以改变的，因为导购的职业特点给了你充足的锻炼机会，只要你一次次地尝试，打破一切常规，打破自己原有的定论，不断调整心态，终有一天你会惊讶地发现，顾客会因为你出色的导购表现，欣然买下商品，这也就是你创造优秀业绩的开始。

2. 宽容平和的心态

从事服务行业，拥有宽容平和的心态相当重要。在接受顾客各种不同的抱怨时，导购要做的不是赌气、怨愤、争吵，而是仍能带着微笑，诚恳地致歉，并理智地为顾客解决问题。此时妥当的处理顾客关系更能拉近导购与顾客的关系，甚至顾客也会为你平和的态度而加强对店铺的满意程度。

3. 正确的荣誉观

荣誉只是对过去能力、表现的肯定，而现在要做的是向更高的目标进取。

荣誉感是一种积极的心理素质，它可以产生不可估量的精神力量，是一个人内在价值的外部标志，并能激发事业心和对目标的不懈追求，有利于导购良好心理素质的培养。但也不可为荣誉的取得沾沾自喜，目无他人，要记住荣誉只是对过去能力、表现的肯定，而现在要做的是向更高的目标进取。

4. 良好的审美情操

美是外在与内在的综合体现。导购在给予顾客外在仪表的满意印象之后，在与顾客的沟通中更多地展现了内在的气质与能力，以内在美打动消费者，使其对于导购所提供的服务表现再次的满意，也是服务学中美的所在，如：某些导购长相并不一定很美，但她有一种气质，给顾客一种亲近感，这种亲近感就吸引着顾客不停地到店铺购买衣服。

三、身体素质

一天 8 小时的工作，几乎不间断地工作，站着、走动、整理货品、销售商品，从营业前、营业中到营业后，这样的工作强度，体力上的损耗是相当大的，这就需要我们的导购拥有健康的身体，充沛的精力、灵活的头脑与持久的耐力。表 1－1 列出导购在工作时

的表现状况、需注意点和原因。

表 员原员

原因		表现状况		注意点
缺乏锻炼 体质较差	→	工作时没精打采，体力不支，懒散、拖沓、无生机	→	增强体质 加强锻炼
休息不好 睡眠不足	→	面色不好，眼中布满血丝，哈欠连天，形象欠佳	→	睡眠充足 起居有节
营养不良 饮食不当	→	反应迟钝，行动缓慢，丢三落四，错误百出	→	注意营养 饮食有度
用脑过度 记忆力差 劳累过度 生病休假	→	延误工作，打乱安排，影响正常工作	→	养成良好 的生活习 惯和生活 规律

第二节　超级导购的能力

一、*待人接物能力*

1.协调人际关系

人际关系是比较复杂和难于处理的关系，与顾客建立良好的和谐关系，工作中更要与同事之间、上级之间保持良好的合作关系，这对于工作的顺利进行，目标的达成都是十分有益的，人际关系的建立和维护是导购能力与素质考核的一个重要方面。

◆与同事共同协作，相互关心、相互帮助，相互谅解，彼此激励，树立团队精神

工作中难免会出现一些磕磕碰碰，有时并不触及根本利益，这个时候就应当以宽容大度的心态处理碰到的不快，时刻记得自己是一支统一团队中的一员，一人的力量永远是微薄的，只有与大家团结在一起，彼此间以诚相待，共同协作，才能将优势发挥到极至。“同舟共济”需要的不仅是勇气，还需要相互间的默契，这样才可能为了同一个目标不懈努力，共同前进。

“同舟共济”需要的不仅是勇气，还需要相互间的默契。

◆与上级关系融洽，不卑不亢，积极主动，尽职尽责

与上级间的关系绝不是像“墙头草”般风往哪里吹草向哪里倒，而是应当在一个融洽的氛围中积极配合上级完成所下达的各项任务，客观地分析问题而不是盲目遵从，对于不适当之处用恰当的方式提出自我见解，但绝不是以个人为中心，而是从集体利

益出发，对于分配的工作，尽心尽力，认真负责。

圖啦近与顾客距离

◆把顾客当朋友

诚意、热意、创意。

诚意、热意、创意此“三意”，是导购受到顾客支持、提高工作质量、扩大成果所不可或缺的心态。在现代商品交易中，不只是冷冰冰的商品交换价值与使用价值的相互转变，其中还渗透着人与人的一种微妙的感情因素，感情投入得越多往往得到的回报也就越多，导购的诚意会换来顾客的诚意，导购的热意会让顾客感动，导购的创意会使顾客眼前一亮，此三意让顾客与导购在短短的相识、交谈中彼此接近，甚至成为朋友，在这样的心情下购物，相信每一个人都有无比畅快的感觉。也许有时我们导购的诚意与热意并没有得到回应，但我们要做到持之以恒，真正的让顾客在心里留下美好的印象，只有经常对顾客尽心尽意，销售才能产生效果。

经常对顾客尽心尽意，销售才能产生效果。

◆有足够的亲和力

从言语行动上多替顾客考虑，对所有的顾客都一视同仁，亲切和蔼，体贴细致，亲和力也就自然而然地产生。

导购是否容易让他人接近，也是一种自身能力和个人魅力的体现。有些导购相貌仪表都还不错，但却总是给人一种“距离感”，顾客心里会隐约地感到不自在或压力，造成这种情况的原因其实与导购的心态很有关系，有些导购只是出于对导购职责和店铺规章的遵照，认为符合导购的“标准”，尽到分内的职责就可以了，因此在执行上就不免会有种生硬感、勉强感，可是如果能够用心的照顾每一位顾客，从言语行动上多替顾客考虑，对所有的顾客都一视同仁，亲切和蔼，体贴细致，亲和力也就自然而然地产生了。例如在看到顾客提着大兜的物品购物时，拿取服装十分不便，这时导购主动走上前去帮助顾客提拿物品或亲切地让顾客将物品暂且存放于某处，并取拿顾客需要的衣服放到顾客手中，微笑着对顾客说：“您可以随意试试，看看效果”，此时相信这位顾客已从心里接受了导购，亲和感也就应运而生。有了足够的亲和力，便于导购与顾客更好地沟通，也是提高顾客信任，创造美好购物气氛的有利因素。

◆待人接物掌握有“礼”有“度”

“过犹不及”，人与人的接触也同样需要把握分寸，过分热情与冷漠麻木一样会让人感觉不舒服或无可奈何，甚至导致抵触心

理，认为有虚伪推销之嫌，所以导购在接待顾客时应注意适时、适事、适情、适理，恰到好处地表现出自己对顾客的那份真心，让顾客能够感受到又不认为是多余，这样才能达到最好的服务效果。

“过犹不及”，人与人的接触也同样需要把握分寸，适时、适事、适情、适理。

二、应变能力

应变能力是指在遇到意想不到的情况时，能使自己在不利的形势下扭转局势，或遇到突发事件时能处惊不乱，以自己的果断和果敢挽救可能出现的失误。这就要求导购具有灵活的头脑，敏捷清晰的思维，能够快速地分析、综合问题，判断和推理准确、沉着、冷静、果断，能触类旁通，在危机中找寻转机，将失误降至最少，短时间内使工作恢复正常。

果断和果敢，灵活的头脑，敏捷清晰的思维，触类旁通。

1. 处理紧急突发事件

缺货是销售中偶尔出现的现象之一，导购没能及时了解到库存信息，在拿货时发现此货品已经卖完，或是顾客想要的衣服刚好暂时无货，这时导购不可以慌张无措，叹息埋怨，而是以冷静的态度思考解决的方法，向顾客道歉是首先要做的事情，接着可报之店长，看是否能从别的店铺调货，如果实在没有存货，导购可在诚恳抱歉的同时，向顾客提供其他相类似的商品作为第二选择，看顾客是否接受，此时的态度应当恳切认真，让顾客感到你确实尽力了，但如果顾客仍希望购买到先前的商品，导购可请其填写“顾客资料卡”，以便在商品到货时，及时通知顾客。有时为满足顾客的需求，甚至介绍他去竞争对手店买衣服，让顾客感觉到你是为他服务，而不是想赚他的钱。

◆设施故障与意外事故

店铺运营中难免会出现一些机械、设备等设施故障，如收款机、打印机出现故障、照明灯不亮、断电等意外故障，给店铺正常工作带来暂时的阻碍，这时应当迅速修理，同时维持好顾客秩序，向顾客致歉，并保持沉着冷静，有条不紊地解决出现的问题。

2. 面对顾客投诉

从如何处理顾客投诉中很容易看出一位导购人员的基本素

在处理顾客投诉中始终保持良好的服务态度。

质与应变能力，顾客投诉的原因各不相同，所采取的方式态度也不相同，也许导购在处理投诉事件的过程中，会遇到顾客情绪激动甚至无礼行为，面对这些，导购应怎样处理呢？首先应当在自己保持冷静的同时安抚顾客情绪，对由于工作疏漏给顾客引起的不便表示深深的抱歉，认真倾听顾客的叙述，并用委婉的话语解释有关原因，积极为顾客解决问题，此过程中应始终保持良好的服务态度，以不变的诚信对待不同情况下出现的各种问题，一直做到顾客满意。

三、表达能力

“言为心声，语为人境”，语言不仅是传递信息的工具，同时也是体现服务水平的艺术。

“言为心声，语为人境”，语言不仅是传递信息的工具，同时也是体现服务水平的艺术。导购的表达是否清楚、有效、易懂，语言的运用是否礼貌、准确、得体有分寸，直接影响着顾客对商品和服务的满意程度。

1. 表达的基本原则

◆话题的目的性和主旨性

导购与顾客的交流应有一定的目的性，仅限于与商品交换有关的话题，避免谈及私人事务。主旨清楚，不要兜圈子、东拉西扯、啰嗦拖沓、夸夸其谈，因为顾客的时间是宝贵的。过多的信息也会扰乱顾客的思路，也使你所要表达的事情不明确，难以理解。

◆表达生动、富有感情

交流是一种感情的传递，干涩、僵硬、直白的表达总会让人产生冷漠无味之感，引导顾客购物，不是说教式礼仪，而是尽量使顾客对此款式服装产生兴趣，如介绍今年的流行趋势和流行色，提起顾客的兴趣，让顾客愿意与你深入探讨，这就需要表达的生动性和灵活性，有感染力的话语会促使顾客产生丰富的联想，从而激起购买的欲望。说话时可配合适当的表情与动作。

◆条理清楚，语句通顺，含义完整，陈述全面

讲求语言表达的顺序及逻辑性，层次分明，由浅入深，在顾客充分理解的基础上加深其对商品的认识，从感性向理性过渡。每一句话应力求完整表达主要含义，句与句之间有所承接，语义清

需要全本请访问 www.ertongbook.com