

最新导购培训总结(精选5篇)

围绕工作中的某一方面或某一问题进行的专门性总结，总结某一方面的成绩、经验。什么样的总结才是有效的呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看看吧。

导购培训总结篇一

十一月份已经过去，在这一个月的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把以后的工作做的更好。下面我对这一个月的工作进行简要的总结。我是今年十一月一号来到劲霸男装专卖店工作的，在进入贵店之前我有过女装的销售经验，仅凭对销售工作的热情，而缺乏男装行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到劲霸男装这个销售团队中来，到店之后，一切从零开始，一边学习劲霸男装品牌的知识，一边摸索市场，遇到销售和服装方面的难点和问题，我经常请教店长和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在对一些比较难缠的客人研究针对性策略，取得了良好的效果。

现在我逐渐可以清晰、流利的应对客人所提到的各种问题，准确的把握客人的需要，良好的与客人沟通，因此对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习劲霸男装品牌知识和积累经验的同时，自己的能力，销售水平都比以前有了一个较大幅度的提高。同时也存在不少的缺点：对于男装市场销售了解的还不够深入，对劲霸男装的技术问题掌握的过度薄弱(如：质地，如何清洗熨烫等)，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决方法。在与客人的沟通过程中，过分的依赖和相信客人。

服装销售市场的容量一直是很大的，消费者也是从最初的保

暖的需要转向了对生活的精神层面需求。服装营业员面对客人时，该如何推销呢？下面我们来分析一下服装营业员的销售技巧：

在销售过程中，服装营业员除了将服装展示给客人，并加以说明之外，还要向客人推荐服装，以引起客人的购买兴趣。推荐服装可运用下列方法：

- 1、推荐时要有信心，向客人推荐服装时，营业员本身要有信心，才能让客人对服装有信任感。
- 2、适合于客人的推荐。对客人提示商品和进行说明时，应根据客人的实际客观条件，推荐适合的服装。
- 3、配合手势向客人推荐。
- 4、配合商品的特征。每类服装有不同的特征，如功能、设计、品质等方面的特征，向客人推荐服装时，要着重强调服装的不同特征。
- 5、把话题集中在商品上。向客人推荐服装时，要想办法把话题引到服装上，同时注意观察客人对服装的反映，以便适时地促成销售。
- 6、准确地说出各类服装的优点。对客人进行服装的说明与推荐时，要比较各类服装的不同，准确地说出各类服装的优点。

重点销售的技巧

重点销售就是指要有针对性。对于服装的设计、功能、质量、价格等因素，要因人而异，真正使客人的心理由“比较”过渡到“信念”，最终销售成功。在极短的时间内能让客人具有购买的信念，是销售中非常重要的一个环节。重点销售有下列原则：

1、从4w上着手。从穿着时间when[]穿着场合where[]穿着对象who[]穿着目的why方面做好购买参谋，有利于销售成功。

2、重点要简短。对客人说明服装特性时，要做到语言简练清楚，内容易懂。服装商品最重要的特点要首先说出，如有时间再逐层展开。

3、具体的表现。要根据客人的情况，随机应变，不可千篇一律，只说：“这件衣服好”，“这件衣服你最适合”等过于简单和笼统的推销语言。依销售对象不同而改变说话方式。对不同的客人要介绍不同的内容，做到因人而异。

4、营业员把握流行的动态、了解时尚的先锋，要向客人说明服装符合流行的趋势。

在我给销售员培训服装销售过程中，销售员除了将服装展示给客人，还要根据客人的情况，向客户推荐服装，引起客人的购买欲。

上海马克西姆服饰有限公司，由法国巴黎马克西姆服装进出口公司授权在中国组建注册的公司，马克西姆公司在欧洲享有很高的商业信誉，加盟专卖店已有一千多家，30%的产品在中国采购，以欧洲的时尚设计风格，结合中国的手工艺生产的产品，独具魅力，产品畅销世界各地。

意大利啄木鸟品牌，一个来自原始森林的故事，一个世界著名，请保留此标记的服饰品牌，为蒙得利家族在世界时装之都意大利罗马创立。

蒙得利家族以南美洲原始森林卫士为服饰商标后，以其“自然、亲和、文化”的理念和“雍容、高贵、优雅”的个性驰名于国际时装界。蒙得利家族是世界时装之都罗马的一个服饰世家，蒙得利先生还是一位野生动物专家和爱好者。在众多奇异而又色彩斑斓的鸟兽中，他以为其品牌商标，籍以表

达高尚生活之品味及世界一流之气派。从此，蒙得利家族为之倾注了全部的灵感和智慧。几十年来，因出品高雅之男、女、童装及饰物而享誉欧洲，在米兰、佛罗伦萨、威尼斯、巴黎、伦敦时装界都极负盛名。以其独具一格的设计、巧夺天工的裁剪和时尚经典的风格，深得世界各地消费者的推崇和信赖，特别是香港、新加坡、日本等亚太地区市场的欢迎和喜爱。

早在20世纪80年代，“啄木鸟”品牌就已进入中国市场，并深受世界各地华人的青睐。在新世纪初，公司收购了法国啄木鸟服饰(香港)国际集团有限公司全部股权，其牌商标已获中华人民共和国工商总局商标局批准注册，注册号：第25类服装，1939467、1939469，第24类床上用品，1992832，第18类，皮件，2002782。产品分设二十余个项目。由此公司独资在中国大陆投资成立了啼雅啄木鸟服饰(苏州)有限公司，在苏州市虞山镇招商东路设立专卖总店，展示其所有系列产品，由上海马克西姆服饰有限公司独家代理，组织落实全国各地专卖店加盟。

【品牌定位】

以高品质为核心，实用主义与时尚生活交融的高级商务休闲品牌。适应日常工作、社交以及户外生活的服装服饰，讲究简约、蕴涵时尚、舒适的特点。高贵而不失时尚体面的多元化风格定位，即将秉承良好的信誉和卓越的品质，创造完美、经典、时尚的男装系列。

20xx年已经过去，新的一年又在展开。作为一名服装营业员，我现将我的工作总结及心得呈现如下，希望各位予以指导建议。

在服装销售过程中，营业员有着不可比拟的作用，营业员是否能掌握服装销售技巧很重要，首先要注意推荐购买的技巧。

营业员除了将服装展示给顾客，并加以说明之外，还要向顾客推荐服装，以引起顾客的购买兴趣。推荐服装可运用下列方法：

1、推荐时要有信心，向顾客推荐服装时，营业员本身要有信心，才能让顾客对服装有信任感。

2、适合于顾客的推荐。对顾客提示商品和进行说明时，应根据顾客的实际客观条件，推荐适合的服装。

3、配合手势向顾客推荐。

商场导购员年终总结(2) 4、配合商品的特征。每类服装有不同的特征，如功能、设计、品质等方面的特征，向顾客推荐服装时，要着重强调服装的不同特征。

5、把话题集中在商品上。向顾客推荐服装时，要想方设法把话题引到服装上，同时注意观察顾客对服装的反映，以便适时地促成销售。

6、准确地说出各类服装的优点。对顾客进行服装的说明与推荐时，要比较各类服装的不同，准确地说出各类服装的优点。

其次要注意重点销售的技巧。重点销售就是指要有针对性。对于服装的设计、功能、质量、价格等因素，要因人而异，真正使顾客的心理由“比较”过渡到“信念”，最终销售成功。在极短的时间内能让顾客具有购买的信念，是销售中非常重要的一个环节。重点销售有下列原则：

1、从4w上着手。从穿着时间when□穿着场合where□穿着对象who□穿着目的why方面做好购买参谋，有利于销售成功。

2、重点要简短。对顾客说明服装特性时，要做到语言简练清楚，内容易懂。服装商品最重要的特点要首先说出，如有时

间再逐层展开。

3、具体的表现。要根据顾客的情况，随机应变，不可千篇一律，只说：“这件衣服好”，“这件衣服你最适合”等过于简单和笼统的推销语言。依销售对象不同而改变说话方式。对不同的顾客要介绍不同的内容，做到因人而宜。

4、营业员把握流行的动态、了解时尚的先锋，要向顾客说明服装符合流行的趋势。

以上是我在工作中的小小心得，在以后的过程中，我将做好工作计划，及时总结出工作中的不足，力求将服装营业工作做到最好。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

导购培训总结篇二

5月10号我孤身一人坐着摇摇晃晃的火车来到了美丽的鹏城——深圳。

刚下火车我一下子就蒙了，因为这里的天气很遭连下了几天

暴雨，这会儿就想起老爸经常给我说的一句话“做任何事情一定要有计划性和预见性，不要整天像个没头的苍蝇一样。”说实话这句话我真的不爱听，觉得老爸有一些唠叨。

但是，今天就验证了“不听老人言，吃亏在眼前”。

哎，没办法只好硬着头皮往出走。

因为任何困难都阻挡不了我学知识的欲望和决心。

到泉来净水器总部还要一个小时的时间，我坐在大巴上静静的履了一下思路。

脑海中蹦出了几个问题，1我为什么要到这个城市来?2到这各城市干什么?3具体想解决什么问题?一路上我都在思考这个问题。

车到了我提上行李走进了“华丰留学生产业园”的大门，一边走一边看，隔着透明的玻璃看去每个厂房里的工人都在忙碌着，而且是井井有条一点都不乱。

还没看够泉来总部就到了“”。

导购培训总结篇三

第一段：导购培训的必要性和重要性。(200字)

导购人员在超市中起着至关重要的作用，他们是店家与顾客之间的桥梁，直接关系到超市的销售额和顾客的满意度。因此，导购培训对于提升超市的销售业绩和顾客服务质量非常必要。在经过导购培训后，导购人员能够掌握专业产品知识、销售技巧以及顾客沟通能力，提高销售效率和顾客满意度。

第二段：导购培训的内容和方法。(200字)

导购培训的内容通常包括产品知识培训、销售技巧培训以及顾客服务培训。产品知识培训主要包括了解超市中的各类商品的特点、功能以及使用方法，从而能够为顾客提供准确和有效的购物建议。销售技巧培训主要包括倾听顾客需求、提供专业建议和推销商品的技巧，提高销售的成功率。顾客服务培训主要包括礼貌待客、解决问题和处理投诉的技巧培训，提升顾客的满意度。

第三段：导购培训带来的好处。(200字)

经过导购培训，导购人员能够具备专业的产品知识，能够为顾客提供准确和专业的购物建议，提升顾客的购物体验感，从而增加购买欲望和销量。同时，导购人员也能够熟练掌握销售技巧，能够准确识别顾客需求，提供个性化的推销服务，增加销售成功率。此外，导购培训还能够提升导购人员的顾客服务意识，礼貌待客、提供解决问题和处理投诉的能力，为顾客提供优质的服务，提高顾客的满意度以及超市的声誉。

第四段：导购培训存在的问题和挑战。(200字)

在导购培训过程中也存在一些问题和挑战。首先，导购培训需要大量的时间和成本投入，对于一些小型超市来说，培训所需的费用可能过高。其次，在培训过程中，导购人员的参与意愿和学习态度也会对培训效果造成影响，培训师需要克服导购人员的抵触情绪和培训动力不足。此外，导购培训的内容和方法需要不断更新和调整，以应对不同超市和顾客的需求。

第五段：结语。(200字)

导购培训是提高超市销售业绩和顾客满意度不可或缺的一步。通过导购培训，导购人员能够提升产品知识、销售技巧和顾客服务意识，为顾客提供优质的购物服务。然而，导购培训仍然面临一些问题和挑战，需要不断优化和改进培训内容和

方法。总之，导购培训的重要性不容忽视，超市需要重视并投入足够的资源来进行导购培训，提高超市的竞争力和经营效益。

导购培训总结篇四

导购标准化培训是现代零售行业中的重要环节，对提高导购员的专业素质和服务水平起到了至关重要的作用。通过参加这次培训，我深刻感受到了标准化培训对导购员的影响和价值。在接下来的文章中，我将分享我在这次培训中的体会和心得。

第二段：标准化培训的重要性

标准化培训的重要性不言而喻。在这次培训中，我们学习了店铺环境布置、产品知识、销售技巧、服务态度等方面的内容，这些都是提高导购员水平所必备的基本知识和技能。标准化培训的目的是通过统一的标准，使导购员的服务能力达到同一水平，提升整个店铺的形象和竞争力。

第三段：培训中的收获

通过参加这次培训，我受益匪浅。首先，我学习到了很多实用的销售技巧，比如主动引导顾客、了解顾客需求、使用产品特点进行销售等。这些技巧在实际工作中帮助我更好地与顾客沟通，提高了销售转化率。其次，培训过程中我们还进行了模拟销售演练，通过与同事的互动和讨论，我发现自己还存在着一些不足之处，比如沟通表达能力不够、产品知识掌握不全面等问题，这使我更加明确自己需要提升的方向。

第四段：标准化培训的挑战和应对

标准化培训并不是一帆风顺的过程，其中也存在一些挑战。首先，培训时间较短，要求学员在有限的时间内学习和掌握

大量的知识。在这种情况下，我们需要自我调整，提高学习效率，通过合理安排时间和及时复习来提高消化能力。其次，培训内容繁杂，需要学员们自觉进行整理和梳理，将知识点串联起来，形成自己的知识体系。最后，培训结束后，我们还需要在实际工作中应用所学知识和技巧，并不断总结经验、提升自我。

第五段：对标准化培训的期待

在这次标准化培训中，虽然我受益匪浅，但我也认识到自己还有很大的提升空间。因此，我对未来的标准化培训充满了期待。希望能够更加系统地学习营销理论知识、更加深入地了解产品特点，提高销售技巧和服务水平。同时，我也希望培训内容能更贴近实际情况，更注重实践操作和案例分析，帮助我们更好地将学到的知识运用到实际工作中。

总结：

通过参加导购标准化培训，我深刻认识到标准化培训对导购员的重要性，学到了很多实用的销售技巧和知识，也明确了自己需要提升的方向。虽然标准化培训存在一定的挑战，但我相信只要保持积极的学习态度和持续的努力，一定能够达到更高的职业水平。我对未来的标准化培训充满了期待，希望能够不断提升自己的销售能力和服务水平，为店铺的发展做出更大的贡献。

导购培训总结篇五

自进入恩施广场来已经有半年多时间，此次培训是入公司来的第一次培训，虽然时间不长，但也让我受益匪浅。

从中学到了很多在实践中很有用的知识，如导购员的定位、价值认知、素质素养要求；导购员的销售技巧，如何应对形形色色不同的顾客；以及在如何处理好售后等相关方面都学到许

多不同的技巧和技能。

首先，我们每一天都在第一线与消费者打交道，我们的一言一行在消费者的眼中都代表着企业的形象，所以我们首先应该给自己的定位要高，我们是这个品牌的代言人，只有充分地了解我们所销售的产品特点、性能等，并适当的为顾客提供良好的服务，而有优质的服务才能赢得长期顾客。

其次，我们面对的是不同的客户，作为美特斯邦威来说虽然之前的定位大部分是学生群体，但是随着现在不同风格的产品也相应有更多不同层面的顾客，男女老少，学生，职业化以及成熟年龄群体等等都有。

那么，在服务中更需要灵活运用销售技巧，面对不同的人了解其不同的心理和需求，并准确的作出判断(比如顾客所需尺码，尽可能一眼看出适合顾客的尺寸并提供给他)为其提供最合适的服装，赢得顾客信任度。

再次，售后处理在销售过程中也是很重要的一个环节，如何“化干戈为玉帛”也是导购员能力体现的一部分。

对于售后除了自身需熟知国家“三包”规定相关政策外，如何有技巧的与客户沟通，以及处理问题的态度与方式方法也非常得重要。

总之，一定要给顾客尽量留下一个良好的印象。

以上，是我个人的一点初略感想，更多的知识和技巧最重要还是要在实践中不断摸索和运用，才能做得更好。

导购销售培训心得体会【2】

八月二十六日下午，对新导购首次进行色彩搭配的培训，因为人数不足三十人，便采取了互动式学习的方法，每两人为

一组发放了色彩搭配工具，大家边听课边练习学习的积极性也因此高很多。

上课前崇文专卖的导购小范说：“张老师，我们家的窗帘和沙发的颜色配的总觉得不舒服，你帮我参谋一下！”我开玩笑说：“你先听课，听完课你就找到不舒服的原因，找不到算我笨，没把你教会。”课程一结束，小范乐了：“我终于知道为什么别扭啦！我家的沙发是艳橙色，窗帘是浅粉色。

黄绿桔配咖啡、粉蓝紫配灰。

(色彩搭配口诀之一)，一冷一暖那么亮的颜色在一起，能不打架嘛！”我建议她可以买一个象牙白的窗帘，配桔色的沙发；再做一套浅灰色的沙发套和浅蓝、浅粉、浅紫三个颜色的靠垫，来配那浅粉色的窗帘。

秋冬用暖暖的桔色，春夏用清爽的粉色。

做女人嘛，要烧出美食管住老公的胃，搭出美色迷住老公的眼，要知道会用色彩的女人最受老公疼！

搭配小贴士：无论是家居还是服饰，面积大的尽量用基础色，如黑白灰或深深浅浅的咖啡色系，小面积的用艳色，否则颜色之间协调不好会发生战争。

如果象小范一般选择了艳色的沙发，那您的.窗帘不妨用白色，如果想个性一点也可以用如斑点狗、奶牛般的黑白色。

在为导购做培训时，要注重可操作性。

内容不能太复杂、太学院派，要将培训的内容“化繁为简、化简为易、化易为趣、化趣为道”。

每次在给导购做培训时，都会费尽心思总结几句朗朗上口的

口诀，尽可能的达到“即学即用”的目的。

每每听到导购能将这些口诀用到实际案例上，心里总是美美的，颇有几分成就感。