

2023年服装销售技巧分享总结(优秀11篇)

通过写学习总结，可以帮助我们更好地理解和消化所学知识。通过学期总结范文，我们可以了解到其他同学在学习中所遇到的困惑和解决方法，为我们的学习提供借鉴。

服装销售技巧分享总结篇一

不管应聘任何职位的销售员，很多的单位都喜欢有恒心且有相关工作经验的人。除此之外，你还需要掌握一些销售员面试技巧。以下为您介绍应聘服装销售员面试技巧，请参考。

大学生着装独特的面试技巧(相关度53%)

参加面试的装扮以整洁美观、稳重大方为总原则。服饰和配件的色彩、款式要和自己的年龄、气质、体态，以及你所应聘的职业岗位相协调一致。搭配出最为得当的衣装，为你的面试来加分，但最关键的还是自己有好的仪态和气质。

大学生面试着装也需应季而变

骄阳似火高温天，却得穿着一身深色西装走在大太阳下。暑期将至，许多大学生正忙着为假期实习...

服装销售过程中导购如何提升销售技巧(相关度52%)

在服装销售过程中，导购提升自身的销售服务技巧，最为有效的方法就摸透客人的心理，摸透了客人的心理，就是事半功倍，牵住了牛鼻子。摸不透客人的心理，就是事倍功半，拉住了牛尾巴，客人死活不跟你走。中国服装经营网认为，研究销售、提升门店销售业绩、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...

服装销售技巧让服装导购销量倍增(相关度52%)

在服装销售过程中，导购提升自身的销售服务技巧，最为有效的方法就摸透客人的心理，摸透了客人的心理，就是事半功倍，牵住了牛鼻子。摸不透客人的心理，就是事倍功半，拉住了牛尾巴，客人死活不跟你走。中国服装经营网认为，研究销售、提升门店销售业绩、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...

不同职业的面试着装技巧(相关度47%)

着装应与人的职业和身份相适应。

一般来说，职场中精英女性的装扮，首要应讲求端庄、稳重。人们对服饰过

于花哨怪异者的工作能力、工作作风、敬业精神、生活态度等，都会持怀疑的态度。

其实，职业女性的穿着，应该以你希望获得的职位为标准，而不是依照你目前的状况而定位。这项原则经常被人们忽略，在此，我提醒广大的女性朋友，千万不... 服装与肤色搭配技巧(相关度47%)

服饰：深浅、明暗不同的两种同一类颜色相配。例如：青色配天蓝色墨绿配浅绿咖啡配扎、摆放、色彩配比工作都不是尽善尽美，但是之后在店长教导下，也同样能出色完成。

q4:你在未来工作有怎样的一个想法？

a:那么现在呢！我主要是想结合自己的色彩理论知识，为顾客进行搭配；脚踏实地一步一步做起，其余的我暂时没有太多考虑。

q5:你认为一个服装导购应该具备怎样的工作素质呢？

a:您的问题提到非常具有代表性，请允许我思考一下。两方面谈起吧，首先是硬件，作为一个导购先要把自己的本职工作做好，包括日常清洁、区域陈列、叠装摆放，处处给顾客营造良好的、国际化的购物环境，那么一般像咱们品牌都是在一层居多，因此，在这样的情况下，通过延长顾客的停留时间，加深顾客对国际品牌的服饰以及员工素质的印象来促进成交。那么其次就是软件，我们遇到的顾客基本是两类居多，一类是老会员，一类是新会员。从服务意识上来讲，我们要做到一视同仁的对待，但是从营销策略上来讲，就会略有改动的。老会员，一定是有一定的消费能力，因此在推荐过程中力推新款，根据之前会员着装风格，定制搭配。那么新会员，我们要做到更加春天般的温暖，因为他们是从新会员转变成老会员的机会，可能他们一次不会购买，但是良好的服务意识在他们面前已经有了形象，自然那是他们抉择的明镜（钥匙）。那么第三就是管理回访，由于之前在您的品牌购买过服饰，因此就在消费过后留下了电话和姓名，这样的方式，一方面推进导购与顾客的距离，另一方面在成交上也能得到良性的循环，因为回头客购买的机会是70%，增加顾客的购买机会，将会增加店铺的销售业绩。

q7:你对我们这个品牌有怎样的了解？

a:之前在网上看过品牌的特色和实力，也对这个品牌初步有些了解（可以将网上查到该品牌的品牌故事、创立年份、品牌大事记简单扼要的说一下，但最好不超过2分钟）。那么通

过这些了解以及之前在店铺购买的情况，我想，如同我所说的的那样，只有将自己转变成顾客，从顾客的角度出发考虑问题，设身处地为顾客提供穿搭方案，才有可能成交。当然了，在这个同时要结合公司的利益、公司的活动有机配合。

q8:你还有什么想对公司方面想说的么？

a:在每年换季的时候，我都会结合当年的流行趋势将自己的着装方案提上日程，因此每年的购物清单都有该品牌的身影，所以我对这个品牌还是了解一些的。那么我将会通过本人的穿着体验介绍给顾客，让顾客真正了解到国际品牌带给我们的魅惑所在，提高公司的品牌形象同时，增加店铺的销售业绩。之后通过自己所学的色彩理论以及营销策略有机配合，我相信这是服装导购必备的，我也同样相信我能胜任该品牌的服装导购一职，通过团队协作配合，我能很快融入到这个大家庭中。请您给我这样的展现机会。

服装销售技巧分享总结篇二

好的开场白是你吸引客人的制胜法宝，如果你可要花点心思设计你的开场白了。首先，你要给客户展示一个专业、有礼仪的形象，给予他们好的第一印象，然后，你的语言要有礼貌，巧妙地为客人介绍你的产品，宣扬它的优点，激起客人的兴趣。

2、练习推销语言

提高销售口才的最好的办法就是多加练习。你要全面了解你所推销的产品的特性，并组织好相应的推销语言，不断练习与熟记于心，进行推销时，你就能更加顺利地与客户交流了，减少出错了。

3、以手势语言为辅

在进行口头推销时配合对应的手势语言能为你的推销加分，比如，你在介绍一件衣服时，你可以使用一些手势去引导客人的目光，着重介绍产品的特性，加深客人对此件服饰的印象与了解，这样能大大促成成交率。

4、学习正确地措辞

在说话前，你要经过深思熟虑，尽量运用简单、清楚、通俗、易明的词语去推销，这样就能保证客人是能听懂你的话的，避免造成交流障碍。所以，你平常要多看书与多练习自己的口语。

服装销售技巧分享总结篇三

销售小票是顾客购买的凭证，许多店铺也将其作为退换货时必须出示的重要证明。但时间一长或由于顾客购买的衣服比较多，难免出现小票遗失的情况，按照公司规定就不能为顾客办理退换货手续了。

我一直认为，处理问题最好的方法就是让不该出现的问题不出现。

导购在顾客付款后一定要轻描淡写地告知顾客售后服务的条件并提示顾客妥善保管好相应凭证。如果还是出现类似情况，导购可询问顾客退换货原因并加以解释，从而打消顾客退换货的念头。当然，如果顾客还是执意退换货，导购则可以婉拒顾客，并解释具体原因，请求顾客谅解。如果顾客情绪激动，有将事态扩大的趋势，则应请示上级领导协助处理。

服装售后问题处理：应对服装掉色要求退换货。

不建议的说法：

1. 有点掉色是正常的。

2. 正常洗涤应该不会，您怎么洗的
3. 这种状况我们还从来没有遇到过。
4. 唉，真麻烦，怎么老出这种问题！

问题诊断

“有点掉色是正常的”，暗示顾客没有见识，并且这样的语言过于简单，没有把话说圆满，让顾客感觉导购在敷衍他。

“正常洗涤应该不会，您怎么洗的”，这种说法一开始就假定顾客有过错，并且接下来就开始盘问顾客，让顾客怀疑你处理问题的诚意。

“这种状况我们还从来没有遇到过”，会让顾客在潜意识中认为自己很倒霉，要不就是导购认为他在撒谎，有强烈的怀疑意味。

“唉，真麻烦，怎么老出这种问题”，这种说法表示导购对这个问题已经很厌烦了，而且这款衣服确实有严重的质量问题！

导购策略

这个世界上最好的顾客不是买东西的顾客，而是来投诉的顾客，因为顾客来投诉说明顾客对你还没有死心。有研究表明，顾客每5次光临店铺就有1次不满意，而只有5%的人会说出不满意。这5%的顾客投诉如果得到很好的处理，有91%的可能性还是你的顾客，否则他将有95%的可能性拒绝继续光临，并且利用负面口碑影响到身边的11个人。这11个人又各自影响5个人，最后我们会失去67位潜在顾客。所以投诉的顾客既可以是魔鬼也可以是天使，既可以是敌人也可以是朋友，一切都取决于我们的态度！

导购要明白，投诉的顾客不是来找麻烦的，而是有问题寻求我们的帮助，这是我们减少损失并挽留顾客的最好时机。所以面对顾客的投诉，我们要做到以下三点：

1. 聆听。聆听是顾客焦虑心情的最好安慰剂，不去聆听或没有充分聆听就打断顾客的倾诉会让顾客感觉不舒服，并认为自己没有得到尊重。一个专业的店铺销售人员在处理顾客投诉时绝对不会过早解释，他们知道这不会有任何效果，因为没有足够的聆听，顾客心中就会充满消极情绪，你的任何解释他都听不进去，相反他会将你的解释视为你缺乏诚意的推脱敷衍之词。

2. 记录。导购一定要学会做笔记。这个好习惯可以让我们把顾客的投诉事实记录下来，为问题处理留下第一手资料，并且这可以让顾客感受到我们对他的重视与尊重。

3. 节奏。导购应该学会利用“放风筝法则”来处理顾客投诉，即当顾客情绪激动的时候你需要做的就是聆听、点头和记录，当他情绪平稳时你再加以适当的询问与解释。

具体到本案而言，褪色是门店服务中顾客投诉比较多的问题，要处理好这个问题，我们应该从以下几方面人手：

1. 在服装售出前做好保养知识的介绍。

2. 褪色是否是在国家标准范围内的正常褪色。

3. 如果褪色严重应该首先探询具体原因，责任在店方则尽越以换货代替退货！

建议说法：

导购：张小姐，其实您这款衣服是为了突出穿着的舒适感，所以采用了这种具有特殊染色技术的面料，有点掉色也很正

常。我刚才看过您的衣服，您这种情况完全正常，张小姐，您放心好了，如果真是质量问题，我们一定会为您服务到位。

(探询褪色的原因)

导购：(如顾客想退货，确认属于质量问题后请示上级)让您久等啦，刚才我与经理联系过了，非常抱歉，这么热的天让您跑来跑去的，真不好意思!张先生，您喜欢什么样的款式呢，我来帮您挑选几件供您参考。(引导换货代替退货)

个人建议：我们可以使投诉的顾客成为天使也可以让他变成魔鬼。

服装销售技巧分享总结篇四

服务专卖店销售，第一步应该是销售者的心理准备，有了心理准备之后，才能从容的去应对接下来的销售活动。

销售时的五种心情

- 1、信心：信心是一种无形的品质，不是吃一片药就能得到，但可以被开发出来，是对未来重要的投资。
- 2、爱心：要视同顾客为亲人，朋友，要用你的服务让顾客感受得到。
- 3、耐心：在进行销售时，在把握顾客可否购买的前提下，一定要十分耐心，周到有一种韧劲。
- 4、恒心：不甘失败，要一件一件的继续努力。
- 5、抓住顾客的`心：掌握顾客的心理动态，下一步想要做什么，需要什么。

接下来就是一系列的销售过程中会出现的一些技巧。

服装销售技巧分享总结篇五

那么下一步就是我们该以何种方式来接近顾客促成交易。

一、提问接近法您好，有什么可以帮您的吗？这件衣服很适合您！喜欢可以试试的，没有关系的。

服装店销售技巧增加回头率一、注重店铺的服装摆放及宣传

店铺选址如果不在繁华的街面上，路过的人群是没有采购服装的需求的，那么店铺的服装摆放就很重要，门口可以挂上夸张的独特的搭配，目的是吸引人来看。品牌断码，商场专卖撤柜呀之类的标幅都可以醒目的挂出。总之，只要能把顾客吸引到店内的方法，都可以尝试下。

服装店销售技巧增加回头率二、陪衬对比法

人无论对价格还是美的心理感觉，都是在比较后才知晓的。所以对主推的服装要对比着卖，顾客在挑选甩卖的衣服时，在旁边摆放上质好价高的服装，让顾客自己去对比选择。例如，卖真丝衣服，就在旁边摆放假真丝的面料，并且告诉客户怎样辨别，那手感和穿上后的感觉是完全不一样的。价格即使高一些，人还是愿意多花一点钱买好的。

服装店销售技巧增加回头率三、笼络人群中的领导者

大批的低价甩货可以带来人气，中国人爱跟风，大部分人拿不定主意，一群人中总有一两个自然的领导者，她们的言语就特别有影响力，所以要多刺激她们讲话，她们一旦热情，品评这个是真品牌，那个价格合理，识货的人就会让周围的人加速判断。对这样的顾客要不见山见水的笼络，她们可以帮你带来很多顾客，也会帮你无形中“卖”出很多。

服装店销售技巧增加回头率四、培养服装知识及搭配常识

店主应该懂得一些服装知识及搭配常识，见到顾客热情的告诉他们怎么辨别服装的做工、面料、染色、辅料，好衣服和差衣服的区别，如何搭配等。顾客对服装了解的越多，越愿意购买你的服装。

服装销售技巧分享总结篇六

错误应对

1. 那好，您先随便看看，有需要再叫我吧。（然后对顾客不理不睬）
2. 哦，好的，那您随便看吧。
3. 那好，您先看看，喜欢能够试试。

问题诊断

在全国各地授课时，我经常问学员：门店最难对付的是什么样的顾客？90%以上的学员给出的答案是：不说话或说随便看看的顾客。给柒牌和劲霸培训时如此，为哥弟及声雨竹培训时如此，在鸿星尔克和特步培训时也是如此，甚至连给小猪班纳和兔仔麦这种童装品牌授课时许多店长也是异口同声，足见该问题在中国服饰门店的普遍性。

“哦，好的，那您随便看吧”和“那好，您先随便看看，有需要再叫我吧”属于消极性语言，暗示顾客随便看看，看看就走，而且，一旦我们这样应对顾客，要想再次主动接近顾客并深度沟通就变得极为困难。

“那好，您先看看，喜欢能够试试”这句话相当于没说，因为不试穿就买衣服为顾客几乎没有。

导购策略

顾客刚进店时通常都有戒备心理，表现为不愿多说话。他们担心一旦自己说话就会被导购抓住把柄从而难以脱身。可导购在接待顾客时显然没有摸清顾客的这种心理，他们经常在顾客一进门的时候就急于招呼，对顾客采取边喋喋不休地语言骚扰，边步步紧逼的贴身追随策略。这样过分热情地接待顾客，会让顾客无所适从并感到无形的压力，甚至有顾客因此而对导购产生厌烦感。

就本案而言，当顾客说“随便看看”的时候，导购可设法减轻顾客的心理压力，将顾客的借口变成自己接近对方的理由，用心地将销售过程向成交方向推进。当然，如果顾客确实需要一个空间自由选购，导购就应尊重顾客意愿，让顾客在自由自在的氛围下挑选，导购则可回到正常岗位，留意顾客行为，观察顾客购买兴趣，并在适当时为顾客带给帮忙。

语言模板

导购：是的，小姐，此刻买衣服是要多看看1再说此刻牌子也多，都不明白怎样选了，您说是吧？但是，小姐，我必须向您介绍几款我们正在打特价的衣服，这几款衣服此刻都卖得个性好，并且颜色款式也很适合您。小姐，您买不买没关系，能够先了解下嘛，来，请您跟我这边来（利用好奇心理引导顾客思维）

导购：哦，小姐，您此刻买不买没关系，能够先看看我们的衣服，多了解一下我们的品牌，这样等哪天想买的时候也想得起我们呀，您说是不是？小姐，我们品牌（适用于好沟通的顾客）

导购：（介绍品牌后立即提问）请问小姐，您平时一般喜欢穿什么颜色的衣服

导购：小姐，您说得有道理，此刻的服装牌子也多，买衣服的时候是要多看看、多比较，这样买了才不后悔呀，您说是吧？这样，小姐，您先自己慢慢看，如果有需要就请叫我一 声，不管您这天买不买，我们的服务都一样的。（给顾客适当空间并关注其动向）

顾客能够对我们说随便看看，我们却不能够因此随便对待顾客。

销售情景2顾客很喜欢，可陪伴者说，我觉得一般再到别的地方转转看

错误应对

1. 不会呀，我觉得挺好的。

2这是我们这季的重点搭配。

3这个很有特色呀，怎样会不好看呢？

4. 甬管别人怎样说，您自己觉得怎样样？

问题诊断

上海沙驰男装邀请我为其进行全国秋冬订货会培训，在赶赴绍兴授课前，我在成都双流机场顺便走访了几家在国内做得还算不错的男装品牌，结果发现本案例真实地发生了。想必你也曾遇到过类似状况吧？请问你有没有像上面那样说过呢？如果有，那我告诉你，因为对该问题的不当处理让门店每个月少做了三五单生意。

“不会呀，我觉得挺好的”和“这个很有特色呀，怎样会不好看呢”纯属导购自己“找打”的错误应对，这两种说法缺乏充分的说服力，并且容易导致导购与陪伴者产生对立情绪，

不利于营造良好的销售氛围。

导购策略

服装销售中，陪伴购物的关联人越多，衣服销售出去的难度就越大。服饰店铺中经常出现顾客对衣服很满意，但陪伴购物者一句话就让销售过程终止的现象，确实十分令人头疼。其实，陪伴者既能够成为我们成功销售的敌人，也能够成为我们成功销售的帮手，关键看导购如何运用陪伴者的力量。只要从以下方面入手，就能够发挥陪伴者的用心作用，并尽量减少其对销售过程的消极影响。

第一，不要忽视陪伴者。顾客通常与同伴站在“统一战线”，只要陪伴者说不好看，顾客多会给朋友面子，有鉴于此，店面销售人员必须要明白，陪伴者虽然没有购买决定权，但具有极强的购买否决权，所以顾客一进店，你要首先决定谁是陪伴者，如果陪伴者不止一个，你要决定谁是第一陪伴者，并且对陪伴者与顾客都要热情对待，不要出现眼中只有顾客而将陪伴者晾在一边的状况。

第二，陪伴者与顾客相互施压。有时候陪伴者会为朋友推荐衣服。当顾客穿上朋友推荐的衣服感觉满意并且你认为也不错时，你就能够这样说：“小姐，您的朋友对您真是了解，她给您推荐的这款衣服穿在您身上很有女人味。”这句话会给顾客压力，因为她不好直接说衣服难看，或多或少要给朋友面子，何况她本身也喜欢这款衣服，当然陪伴者心里面更是乐滋滋的。如果顾客给自己选衣服，顾客喜欢而你也觉得不错，你就能够对陪伴者说：“先生，您女朋友就应很喜欢这件衣服。”因为这件衣服顾客确实喜欢，加上你前期与陪伴者关系处理得也不错，此时陪伴者直接说衣服难看的概率也会降低。因为这样等于是说顾客没眼光，会让顾客没面子，所以也会给陪伴者造成心理压力。

第三，征询陪伴者的推荐。最愚蠢的导购就是将自己与陪伴

者的关系搞得对立，这无助于问题的解决及销售的推进。如果销售中确实出现陪伴者的消极行为，为了增加销售的成功率，导购能够采用将陪伴者拉为合伙人的办法，共同为顾客推荐衣服。

语言模板

导购：（对陪伴者说）这位小姐，您不仅仅很会买衣服，而且对自己的朋友也很用心！请教一下，您觉得那里哪款衣服最适合您的朋友呢，我想听听您的看法。（拉拢陪伴者）

陪伴者：这款裙子稍微短了点，我感觉那款长裙会更好。

导购：您真是太会穿衣服了，这款长裙穿在您朋友身上确实很显身材，而且也很时尚。抱歉，我刚才忽略了这款裙子。

（对顾客说）这位小姐，要不您就先试一下您朋友推荐的这款长裙吧？（顾客不试显得不给朋友面子，从而巧妙改变了“敌我力量比较”）

导购：（对顾客说）您这位朋友真细心，对您也很用心，能有这样的朋友真好！（对陪伴者说）谢谢您小姐，请教一下，您觉得什么地方不好看，我们能够交流下看法，然后一齐帮您朋友选一件更适合她的衣服。

服装门店销售要学会巧妙地引导顾客，陪伴着能够成为朋友，也能够成为敌人。

销售情景3犹豫不决的顾客说：我先思考（比较）一下再说吧

错误应对

1. 这款真的很适合您，还思考什么呢？
2. 真的很适合，您就不用再思考了。

3（无言以对，开始收衣服）

4. 那好吧，欢迎您思考好以后再来。

问题诊断

最后顾客出去后买了隔壁的衣服，而且性价比还不如自家衣服好，你说冤不冤？

“这款真的很适合您，还思考什么呢”，这句话给人的感觉太强势，容易招致顾客心理排斥，毕竟顾客花钱买衣服，与家人商量也很正常。“真的很适合，您就不用再思考了”，这句话牵强附会，空洞的表白没有说服力。“无言以对地收衣服”显得过于消极，没有做出任何努力让顾客改变主意。

“那好吧，欢迎您思考好以后再来”则不做任何努力，等于放下销售，并且还有给顾客下逐客令的感觉。因为只要导购这句话一出口，顾客为了避免留在原地的尴尬，就只有顺着台阶离开门店。

导购策略

顾客说“思考思考”、“商量商量”、“比较比较”等，是我们在服饰门店销售中经常遇到的问题。顾客这么说可能是为自己找一个拒绝的借口，也可能是顾客真实的心理状态。所以导购首先要了解顾客到底属于哪种类型，也就是说必须要明白其真正的原因。但是许多导购一遇到顾客提出类似问题，要么就是不着边际地重复介绍，要么就是机械地强调优点，要么就是无言以对，显得被动消极。其实处理这个问题可遵循三个步骤：

第一，找原因、给压力，刚柔并济。应对顾客的异议，如果采取不作为的方式，顾客感受不到任何压力，就能够轻易逃脱，从而降低销售的成功率。我在服饰门店八年的实地带教

经历证明：透过探询适当给顾客施加压力，可使导购变被动为主动，从而有利于业绩提升。但导购要把握好压力点，压力不可太大也不可太小，因为压力太大会让顾客厌恶，压力太小则没有任何作用。

第二，处理顾客异议，推荐立即购买。找到顾客的所有异议后，就应立即处理并在问题解决之后推荐顾客购买。因为当顾客还在店面的时候，我们能够去影响并激发顾客的购买欲望，一旦顾客离开我们就鞭长莫及了。所以不要轻易让顾客离开，正确的做法是抓住机会进行销售，比如，“把利益说够，把痛苦说透”。

第三，尽量增加顾客的回头率。如果顾客确实想到其他商店去比较或与家人商量一下，这种情绪导购就应给予理解。此时不可再强行推荐，否则会让顾客感觉不舒服，但我们必须要增加顾客的回头率。有研究证明，顾客一旦回头，其购买的概率为70%。

语言模板

导购：小姐，这件衣服真的很适合您，穿在您身上个性精神，当然您有这种想法也能够理解，只是我担心自己什么地方没有说清楚，所以请教下，您此刻主要思考的是哪方面的问题呢？（引导顾客说出顾虑）

导购：（继续深度询问）小姐，除了以外，还有其他原因让您不能此刻作出决定吗？

导购：（顾客说出所有顾虑后再分别处理。如顾客对处理满意就开单走人，否则导入第三步）小姐，如果您实在还要思考一下，我也能够理解。但是这件衣服穿在您身上真的好看，并且这款衣服只有这最后一件了，如果不能穿在您身上真是可惜。您看这样好吗，我先暂时将衣服为您单独收起来，您没有看到适宜的再回来吧，因为我真的不期望您与这件衣服

失之交臂。（客气地将顾客送出去，让顾客都感觉有点不好意思）

导购：是的，小姐，您有这种想法我能够理解。此刻大家赚钱都不容易，再说买件衣服也不算便宜，肯定要与老公商量一下，多做一些思考，这样买了才不会后悔，您说是吧？这样好吗，您再坐一会儿，我给您再多介绍几款，您能够再多看看，多比较一下（延长留店时间，了解状况并建立信任）

明白顾客为什么犹豫不决，不要让自己死得不明不白。

销售情景4顾客很喜欢试的衣服，可闲逛的顾客却说不好看

错误应对

1. 哪里不好看啦？
2. 您不买东西就不要乱说？
3. 您不要听他的，他乱说的。
4. 拜托您不要这么说，好吗？

问题诊断

作为导购要明白，导购就是“主动引导顾客朝购买的方向前进的人”。所以，凡是不利于顾客“走向成交的购买方向”的事情就坚决不做，凡是对成交不利的消极因素都要尽量回避，要学会扬长避短，避重就轻，最后引导顾客走向收银台，实现我们的短期目标。

“哪里不好看啦”只会引起闲逛顾客进一步详细说出不好看的方面，属于一种消极的引导方式。

“您不买东西就不要乱说”和“您不要听他的，他乱说的”

可能导致闲逛顾客与导购发生争吵，影响导购的专业形象，并且顾客会认为衣服真的有问题，否则导购为什么如此生气呢，这将导致顾客的购买热情大大降低。

顾客与顾客之间相互品评对方的衣着效果十分普遍，你认为顾客会更相信谁呢？答案当然是闲逛顾客，因为他们是站在同一阵线的“同路人”，他们之间更容易沟通和产生共鸣，所以，闲逛顾客的一句话可能成为顾客购买的推动力，也可能成为顾客离开的导火索。

就本案而言，导购就应做到以下三点：

1. 镇定自若不失态。任何失态的语言行为不仅仅影响自己在顾客心目中的形象，也会让顾客感觉衣服真的有问题。
2. 真诚感谢，用心转移。应立即透过提问快速转移问题焦点，将顾客与闲逛顾客隔离，这是本案的关键。
3. 重新调整主攻火力的重心。要明白只有顾客才是你这天最重要的人，这个阶段关键是让顾客感觉到闲逛顾客的观点其实不重要，重要的是自己穿着很适合。

语言模板

导购：（对闲逛顾客说）这位小姐，感谢您的推荐，请问，您这天想看点什么呢？（冷处理令其无趣离开，如她说要看什么则求助于同事）

导购：小李，这位小姐要看你过来给这位小姐介绍下吧（引开闲逛顾客后再对顾客解释）

导购：王先生，您觉得买东西最重要的是什么？（透过提问控制顾客思维，不等回答继续说）

导购：其实，买东西最重要的还是自己喜欢，您说是吧？穿衣服也一样，王先生，我在服装行业做五年了。我能够负责地告诉您，这件衣服穿在您身上效果真的十分棒！您看
（阐述衣服的好处）

导购：（微笑着对闲逛顾客说）这位小姐，感谢您的推荐，请问，

您这天想看点什么呢？（冷处理令其无趣离开，如她说要看什么则求助

于同事）

导购：小张，这位大姐要看看鞋子，你过来给大姐介绍一下吧

（引开闲逛顾客后再对顾客解释）

导购：张女士，鞋子穿在自己脚上，舒不舒服只有自己最清楚，您说是吗张女士，我在服装行业工作三年了，我是真心想为您服务。我认为这件衣服无论色彩还是款式都很适合您，您看而且您自己也很喜欢，如果因为外人的一句话就错过的话，以后说不定会后悔的，您说是不是？（阐述优点并引导顾客思维，只要顾客默认就立即开单）

不要抱怨门店业绩不够好，是我们没找到提升业绩的方法。

销售情景5顾客对衣服很满意，却说等把男友带来试穿后再决定

销售应对

1. 不要等，此刻不买就没有了。
2. 您此刻买就能享受折扣。

3. 那好，您把男友带来再说吧。

问题诊断

在为国内一些男装品牌做终端培训的时候，我经常会遇到学员提出这样的状况。

“不要等，此刻不买就没有了”，没有带给明显的事实依据，顾客可能会认为这是导购在故意施加虚假压力。一旦顾客感觉到导购是在耍把戏，那么无论导购怎样说顾客都会表现得毫不在意。

“您此刻买就能享受折扣”，好像顾客买这件衣服就是为了贪图便宜似的。

“那好，您把男友带来再说吧”则刚好进入了顾客的圈套，给了顾客一个离开的台阶并好心好意地将顾客赶出门店，这将会降低顾客购买的欲望和可能！

导购策略

顾客提出这种问题大多有两方面顾虑：担心自己买错东西，所以期望带男朋友来后结合其意见再做决定，或者就是将男朋友作为推迟购买的挡箭牌。所以，导购首先要分析顾客的真实心理状态再做决定。

其实，销售做的是心理，成交靠的是引导。导购要引导顾客说出此刻不能立即决定购买的原因，抓住女顾客为了男朋友买衣服始于对男朋友的爱，也是为了让自己的男朋友更爱自己这一心理，多说此刻购买的好处并解除顾客的后顾之忧，从而推动顾客立即采取行动。

语言模板

导购：张小姐，您做事真细心啊|我想明白，此刻主要是哪方面的问题让您难以立即作出决定呢（探询对方犹豫的原因并针对性解决）

导购：（如果对方说不确信男友是否喜欢）其实，张小姐，这已经不是一件简单的衣服啦，您男朋友感动还来不及呢，您说是不是？再说了，如果他真有什么不满意的地方，只要不影响销售，我们个性允许您在三天内能够拿回来换，您看这样成吗（主动提出推荐，顾客默认后立即开单）

不要抱怨门店业绩不够好，是我们没有找到提升业绩的方法。

销售情景6：导购主动推荐顾客试，可顾客就是不肯采纳导购的推荐

错误应对

1. 喜欢的话，能够试穿。
2. 这是我们的新款，欢迎试穿。
3. 这件也不错，试一下吧。

问题诊断

“这是我们的新款，欢迎试穿”这句话几乎成了中国服饰终端销售中老生常谈的经典用语。有的导购只要看到顾客一进店或开始触摸衣服就这么大声招呼，让顾客听得耳朵都起老茧，但其实说的都是废话，因为顾客买衣服通常都要经过试穿环节。

“这件也不错，试一下吧”，则让顾客感觉导购缺乏专业知识，所以只要顾客看哪件衣服就说那件不错，导致顾客不信任导购的推荐，能够说是导购自己的表现让顾客不把我们的

推荐当回事。

导购策略

顾客什么时候才会思考把衣服买回去？对，必须是透过试穿并感觉良好后才会做出购买决定，顾客不试穿就把衣服买回去的可能性微乎其微，所以提高顾客试衣率就是提高销售业绩。但事实上我们导购在请求顾客试穿时经常得到消极的回应，究其原因可能有以下几种：顾客害怕试穿后不好意思不买，不明白价格而不敢试穿，嫌麻烦不想试穿或者自己都不明白该试哪一款衣服等。

所以在邀请顾客试穿时必须针对顾客的顾虑并尽量消除顾客的担心。就本案而言，导购要求顾客试穿的时候，要注意：

1. 要把握机会，不可过早提出试穿推荐，除非你真的觉得衣服很适合顾客。
2. 试穿推荐的提出必须要真诚，因为第一次邀请试穿的成功率是最高的，所以绝对不要滥用第一次。

第5/9页

3. 推荐试穿必须要有信心，这种信心能够透过语言与肢体的力量表现出来，而且必须要不断给顾客传递“买衣服必须要试穿才能够看出上身效果”的信息。
4. 推荐试穿时不要轻易放下，如果对方拒绝，应事先想好再度要求对方试穿的理由，并让顾客感觉合情合理，但推荐试穿不要超过三次，否则就会让顾客有反感情绪。
5. 在顾客面前树立自己专业的顾问形象并获取顾客信任，对于导购推荐具有用心的推动作用。

语言模板

导购：小姐，您眼光真好这件衣服是我们刚上市的新款，也是这个礼拜卖得最火的一款。以您的身材，我相信您穿上后效果必须超级棒！这边有试衣间，您能够试一下，看看上身效果，小姐，这边请（不等回答，提着衣服主动引导试衣）

导购：（如顾客还是犹豫不决）小姐，其实衣服每个人穿的效果都不一样，就算我说得再好，如果您不穿在身上也看不出效果。小姐，您买不买真的没关系，先试一下嘛，来，我先帮您把衣服的扣子解开。（再次拿起衣服主动引导试衣）

导购：小姐，您真有眼光。您看的这款衣服是我们刚上的新货，十分受白领女性欢迎。以您这样的模特身材，我认为您穿这件衣服效果必须不错。光我说好看还不行，到底上身效果怎样您试一下就明白了，这边有试衣间，来，小姐这边请（提着衣服引导顾客去试衣间）

导购：（如顾客还不愿试穿）小姐，您最好还是试一下，因为每款衣服的版型不一样，有的偏大有的偏小，您不试怎样明白衣服是否合身呢，您说是吧？您先试一下吧，如果觉得不好不买也不遗憾，如果觉得好买起来也就更放心了，您说是不是？（只要顾客默认，就立即提着衣服引导顾客试衣）

导购：（如顾客依然还不试穿）小姐，我发现您似乎不大愿意试。其实，您这天买不买这件衣服真没关系，但是我确实想为您服好务。请问是不是我刚才的介绍有什么问题，还是这款衣服哪方面您不喜欢？您能够告诉我吗，谢谢您！（降低身段获得顾客认同，如果顾客说不喜欢，则转入询问推荐阶段）

要提升服饰门店业绩，先想办法赶顾客进试衣间。

销售情景7你们品牌经常打广告，费用还不是羊毛出在羊身上

呀

错误应对

1. 买名牌，那是要多花点钱嘛。
2. 你这点钱算什么呀。
3. 这个我就不明白了。

问题诊断

我为鸿星尔克做全国巡回培训时，有位山东的学员就提到这个问题，之后在其他品牌培训时也陆续有几个学员问到过。透过我对终端的实地调研，发现上述几种回答比较典型。

“你要买名牌，那是要多花点钱嘛”及“你这点钱算什么呀”让顾客感觉自己的提问很幼稚，可能激怒顾客，而且也没有正面解决顾客的顾虑。

“这个我就不明白了”则属于不负责任的解释，不利于引导顾客购买。

导购策略

服饰门店什么事情都可能发生，关键是我们在应对时要做到张弛有度、坦然处之。而要做到这一点就要求导购明白自己的主角定位，清楚自己到底是做什么的。

确实，名牌需要适当的广告包装，难免会增加商品的零售成本。顾客一方面期望买到名牌，另一方面又担心广告费会摊到自己的头上。顾客有这种心理其实很正常，当顾客问到该问题时，导购能够从广告费用分摊比例来解释，让顾客明白广告费其实只占十分小的一部分，或者透过明星代言来侧面证明产品品质，进而引导顾客购买。

语言模板

导购：张先生，您这个问题提得十分好，确实为了快速提升品牌知名度，我们也做了一些广告，但由于我们品牌具有较高的知名度和较大的影响力，许多媒体对我们品牌的宣传都是最低价格甚至免费，加之我们公司走的是规模化路线，那点广告费分摊到每件衣服上可能就是那么一两块钱而已。所以，您大可不必过于担心这个问题。

如果顾客不是很配合，那是因为我们没有引导好顾客。

销售情景8顾客担心特价品有质量问题，任凭怎样解释都以为导购在骗他

错误应对

1. 您放心吧，质量都是一样的。
2. 都是同一批货，不会有问题。
3. 都是一样的衣服，怎样会呢？
4. 都是同一个品牌，没有问题。

问题诊断

深圳一家女装品牌dd淑女屋邀请我为其做全国订货会培训，在与学员的沟通交流中，有位店长问到上述问题。我们都明白服装企业，尤其是女装企业在库存处理上很多时候依靠季末清仓等特价活动，而做活动就必然导致一系列消极问题的发生，本案例即是如此。

中国的服饰终端销售人员要做好服装销售，永远要记住“认真做对事，用心做好事”这句话。透过八年的服饰终端调研

和实地教练，我深刻地感觉到：部分终端店员很多时候给顾客的解释感觉是在尽义务。语言平淡，空洞无力，缺乏真诚和热情，这样的语言自然就缺少说服力。

其实就本案而言，顾客表面上是怀疑衣服的质量问题，可实质上是对导购不信任。所以处理好这个问题的关键是要取得顾客信任，让顾客相信你说的话。很显然，用上述简单空洞的直白性语言向顾客解释，难以取得顾客真正的信任，自然效果也就大打折扣了。

导购策略

这个世界上人是最复杂的，顾客是人，心理自然不好把握。衣服贵了，他跟你讲价，并且讲价过程越痛苦他越有成就感。如果你轻易就主动给他打折，他却可能怀疑起你来。所以，给顾客让步尽量不要太多太主动，而应学习恋爱中那些聪明女人的做法——慢慢给，一次给一点。

当顾客不信任我们的时候，我们无需简单地表白和空洞地解释，此时，最需要做的是恢复顾客对我们的信任。就本案而言，导购能够坦诚地告诉顾客衣服特价的真正原因，以事实说服顾客，同时以特价商品实惠、划算作为卖点引导顾客立即购买。

导购：小姐，您有这种想法能够理解。但是我能够负职责地告诉您，虽然我们这些衣服做特价，但都是同一个品牌，质量也完全一样，并且价格比以前还要优惠得多，所以此刻购买真的很划算！（认同顾客并强调特价品优点）导购：小姐，您这个问题问得十分好，其实，这些衣服先前都是正价商品，只是因为这个款已经断码，所以才拿来做特价，但质量完全相同，这一点您能够放心。（先认同顾客，然后给顾客合理的解释）

导购：小姐，您这个问题问得十分好，我们以前有些老顾客

一开始也有过这种顾虑。但是这一点我能够负职责地告诉您，不管是正价款还是促销款，其实都是同一个品牌，质量也完全一样。就拿您此刻看到的这一款来说吧，质量和质保其实都一样，但价格却要低得多，所以此刻买这些衣服真的十分划算。您完全能够放心地选购！

没有不能引导顾客去认同的问题，只有不会引导顾客解决问题的人。

销售情景9你们卖衣服时都说得好，哪个卖瓜的不说自己的瓜甜呢

错误应答

1. 如果您这样说，我就没办法了。
2. 算了吧，反正我说了您又不信。
3. （沉默不语，继续做自己的事情）

问题诊断

“如果您这样说，我就没办法了”，这种语言表面上好像很无奈，其实却很强势，会让顾客感觉自己没面子，潜在的意思是说顾客不讲道理，我对你都无话可说了，简直不想理你。

“算了吧，反正我说了您又不信”的意思是，你反正也不会相信我说的，所以我懒得理你。

沉默不语地继续做自己的事情则传递给顾客这样的信息：导购自己觉得理亏，所以默认了他的说法。

导购策略

中国此刻的市场环境还欠缺足够的商业诚信，无论是服装企

业、代理商、加盟商还是终端导购都是如此。有些导购为了完成眼前的短期目标，不择手段地将一些本不适合顾客的衣服推销给顾客，事后对顾客的投诉又采取置之不理的态度，导致许多顾客对导购的推荐产生不信任感。

在这种状况下，导购首先要做的就是恢复顾客对我们的信任感，如果顾客没有信任感，导购说得再真诚都会被顾客怀疑。其次，导购能够认同顾客的感受，对同行这种不负职责的行为进行谴责，并证明本店铺的立场和态度，以真诚的语言、客观的事实去说服顾客，从而恢复顾客对我们的信任。

语言模板

导购：小姐，您说的这种状况确实也存在，有的店为了卖衣服把自己的东西吹得天花乱坠，对于这种不负职责的行为，我们也十分痛恨，所以您有这种顾虑我完全能够理解。但是请您放心，我们店在这个地方经营三年多了，拥有很好的口碑，我们绝对不会拿自己的招牌去冒险。我相信，我们必须会透过过硬的质量和良好的服务来获得您的信任，这一点我很有信心。小姐，请问，您这天是（透过提问引导顾客思维）

导购：小姐，您说得也没错，谁卖东西都会说自己的东西好，但光说好是没用的，东西好不好还得顾客说了算，您说是吧？您看我们店在那里开五年多了，连锁店也开了五六家，如果我们东西不好，顾客不买账自然店也不可能越开越多呀，您说是不是这样？所以呀，您还是先试一下，自己亲身感受这款衣服是不是真的好，因为您亲身感受的才最有发言权呀，您说是吧？来，这边就有试衣间，您这边请（直接引导顾客试穿以转移顾客注意力）

导购：我完全能够理解您的这种顾虑，但是这一点请您放心。因为我就是卖“瓜”的，并且我已经在这个店卖了五年“瓜”了。如果“瓜”不甜，您肯定会回来找我，我又何必给自己找麻烦呢，您说是不是？我们对我们的“瓜”十分有

信心。当然光我这个卖”瓜”的说“瓜”甜还行，“瓜”到底甜不甜，您自己尝一下就明白了，这边有试衣间，来，小姐，这边请！（不必总在“甜不甜”上纠缠，顺势引导顾客去试穿）

当顾客对我们不信任时，我们首先要做的就是恢复顾客对我们的信任。

销售情景10营业高峰时段，导购如何招呼顾客以减少顾客流失

错误应对

1. 您等一会儿再过来好吗？
2. 您等一下，我先忙完这儿的顾客。
3. （任凭顾客询问，无暇顾及）

问题诊断

有人气的店铺个性容易吸引顾客光临。但由于门店人流量的分布不均匀，有时候人气可能个性好，导致顾客无法得到周到全面的服务，并因此延长了顾客的等待时间，降低了顾客的满意度，有些急躁的顾客还可能一走了之。所以，如何在顾客较多的时候延长其停留时间并引导顾客选购商品就显得尤为重要。其实，顾客此时对导购服务时间的适当延长都能理解，关键是我们不能够有刺激并伤害顾客的语言及行为。接待顾客的时间分配以顾客的购买意愿而定，但绝对不能够因此而顾此失彼。导购要以诚恳的态度、委婉的语言向顾客说明状况并请求顾客理解。

导购要有先来后到的顺序观念，否则可能人为制造顾客的抱怨，当然，对于后到的顾客应亲切地招呼并有礼貌地请他稍

等片刻，当再次接待其他顾客时必须礼貌地向顾客致歉。

语言模板

导购：（顾客大多理解，导购离开去照顾其他等候顾客）真不好意思，让您久等了，没有及时为您服务还请您见谅。您想试穿下这条裙子是吗？我立刻给您拿，请稍候。

门店无大事，做的都是细节，门店无小事，细节做不好就是大事。

服装销售技巧分享总结篇七

一、当顾客看着某件商品(表示有兴趣)

二、当顾客突然停下脚步(表示看到了一见钟情的“她”)

三、当顾客仔细地打量某件商品(表示有需求，欲购买)

四、当顾客找洗水唛、标签和价格(表示已产生兴趣，想知道品牌、价格、产品成分)

五、当顾客看着产品又四处张望(表示欲寻求导购的帮助)

六、当顾客主动提问(表示顾客需要帮助或介绍)原则把握住了，时机找准了，请直接在微信公众搜索服装培训四个字关注我的. 每日更新。

服装销售技巧分享总结篇八

1、本来就是做折扣店的，跟其他专卖店比较，价位已经很低了，所以不议价的原则，顾客的心理是，你让价了，他下次会想让得更多，如果下次你又给多让一点，又觉得第一次吃亏了。让所有的人都习惯你的店是不议价，大家自然就不会

还价了。不议价还能容易管理店员。

2、对待进店的顾客，不能热情过头，但也不能爱理不理，如果顾客拿起某一件衣服开始前后看看时，可以让他试穿，并可以推荐类似的款式供他多样选择，这时就要求营业员有一定的经验，不能弄巧成拙。有一点，真得不合适顾客的衣服，千万不要一定说合适，硬是想让他买，人都是长眼睛，下次他就不一定会光顾你这家店了，如果他穿在身上合适，人家看了也说好，哪他还能帮你介绍生意呢。记得问对方要不要留下电话，下次有新货可以通知他。

3、对于成群结对进店的客户，这种生意往往做得成的比较少，因为人多嘴杂，眼光都不一定一样，别去争论衣服是不是真得是不是适合，两个人一起来的生意最好做，因为两个人一般是好朋友，自然在喜好上也会比较相同，所谓物与类俱。

4、对于老客户，尤其是一些经常帮你带来生意的`老客户，我有些客户只要一个电话说有新货从十几公里外赶来，如果不议价的原则哪就行不通了。但是接待这些老客户自己一定要在场，多聊聊当成朋友一样，他们聚在你店里还会给你拉生意呢，会跟新进店的客户说好话的。

一、把握时机

1、当顾客选中单件衣服时。理由很简单，当顾客选了单件衣服时，总是需要搭配的，上衣搭配下装，外套配个内搭，与其让顾客再去别的店选，不如让他在自己的店里买，这样就可以提高单次成交的服装件数了。

2、顾客和朋友一起来购物时。很多人逛街买衣服时都会拉上朋友一起，这就是你的连带销售机会，你可以在顾客试衣服时，推荐她的朋友也试试，说不定就可以多成交一单。

3、店内有相关配饰时。试穿衣服的时候，不仅需要搭配衣服，

也需要配饰来点缀，毛衣配个毛衣链，裤子配个腰带，这些小配饰就是你的连带销售的机会。

4、有促销活动时。店内有促销活动时，也是导购连带销售的好机会，买二送一，买三送二，满200减30等等促销活动可以提升顾客的购买欲，导购们一定要懂得把握。

二、抓住了连带销售的机会

当然也需要学习一些连带销售的方法，那么有哪些方法和技巧呢？

1、补零式。你好，衣服是92元，先生，你要不要再看看我们的棉袜，8元一双，一起买的话刚好100。很多时候顾客其实不在乎你找的那几块零钱，不妨就推荐一点小东西凑个整数，大家都方便。

2、新品推广式。你好，这边是我们刚进来的新款，全都是今年最流行的，您要不要看看？新款上市我们还有折扣的。这样说不但可以宣传品牌的新品，还能提升业绩，导购们不妨学一学。

3、家人朋友推广式。告诉客人：要不要给你的家人/朋友也带一件？买两件的话可以打折。既有人情，又有实惠。

4、款式收藏式。如果您卖的是休闲装，那么同一颜色，不同款式，同一款式，不同颜色，对于顾客来说吸引力是相同的，尤其是对于男性来说，购买同款不同色或是同色不同款是很常见的事，导购们如果能把握这一点的话，也是一个提升销售业绩的方法。

服装销售技巧分享总结篇九

从事销售，首先要认识新产品，其次要有自信，第三有一定

的语言表达能力和沟通技巧，第四就是不言放弃让顾客自由地挑选商品并不是意味着对顾客不理不睬，不管不问，关键是店员需要与顾客保持恰当的距离，用目光跟随顾客，观察顾客。一旦发现时机，立马出击。

那么最佳时机： 1. 当顾客看着某件商品(透露表现有兴趣) 2. 当顾客突然停下脚步(透露表现看到了一见钟情的“她”) 3. 当顾客仔细地打量某件商品(表示有需求，欲购买) 4. 当顾客找洗水唛、标签和价格(表示已产生兴趣，想知道品牌、价格、产品成分) 5. 当顾客看着产品又四处张望(表示欲寻求导购的接济) 6. 当顾客主动提问(表示顾客需要接济或介绍)。

服装营业员的销售技巧之推荐：

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、合营手势向顾客推荐。

4、合营商品的特征。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。服装营业员的销售技巧都是从

实践当中得来，还要运用到实践当中去，所以要想提高自己的销售能力，就得时时注意学习和积累销售技巧。现下服装专卖店的数量越来越多，使得市场的竞争也是越来越激烈，如何能在激烈的市场竞争中取得优势，服装专卖店销售技巧也要算一方面了，这也是有众多专卖店经营者一直在摸索积累的，更是希望销售人员不断提高的。在这里为各人筹办了一些服装专卖店销售技巧，与各人一起分享。服务专卖店销售，第一步应该是销售者的心理筹办，有了心理筹办之后，才能从容的去应对接下来的销售活动。

销售时的五种心情： 1. 信心：信心是一种无形的品质，不是吃一片药就能得到，但可以被开发出来，是对未来重要的投资。 2. 爱心：要视同顾客为亲人，朋友，要用你的服务让顾客感受得到。 3. 耐心：在进行销售时，在把握顾客可否购买的前提下，一定要十分耐心，周到有一种韧劲。 4. 恒心：不甘失败，要一件一件的继续努力。 5. 抓住顾客的心：掌握顾客的心理动态，下一步想要做什么，需要什么。

接下来就是一系列的销售过程中会泛起的一些技巧。

迎宾的技巧：只有在顾客踏入你的店堂后才会有生意做，而顾客往往希望在充满活力[20xx秋冬服饰搭配愉快的气氛中赏心悦目地购物。因此导购员应该显示出对工作很热情的样子，动作敏捷、轻快利落，适时地“忙”，不是布置商品就是添置商品。笑容是最佳服务，只要出于自然，就能感染给顾客，声音一定要温柔、自然、有力、清晰并充满自信。顾客刚走进店里，导购员不要急于上前打招呼，给顾客一个自由空间，避免过度热情让顾客反感。

接待顾客的根本技巧：

1. 以我为中心的顾客：此类顾客对产品的选择有很有反把握和原则，轻易不会为别人的劝解而变动。因此，仔细观察其衣着、举动，往往他关注最久的衣服就是他最感兴趣的，这

时店员应该主动为他找适合的尺寸试穿。

2. 左右不定的顾客：这种顾客选择时往往有时因为这个或哪个的原因而犹豫不决，店员应该主动与其交谈，了解原因，站在他的立场为他考虑，提出建议，注意语气和内容应该专业化，而且选择清晰，不要让顾客更加犹豫。

3. 健谈的顾客：对顾客应该少说话，多听取。适时的拿取商品满足其要求。不要与其意见相争论。如果业务繁忙，可以礼貌地告退，马上转向对其他客人服务，同时不要忽略了他。

4. 话少的顾客：先仔细观察、判断其兴趣点，而后主动出击，专业地讲述产品优点等，注意语言简洁和感人。

5. 纠缠不放的顾客：先要仔细听取其纠缠的理由，而后将其带离卖场。

6. 挑剔的顾客：我们的产品质量经得起最严格的查抄，顾客挑剔时应该满怀信心，同时把更加严格的专业检查标准告知顾客，让其了解产品质量经得起推敲。

促进销售的技巧：

1、紧逼法：在销售不好时或没有客流的情况下运用。利用仅有的客流抓好成功率。在顾客处于犹豫不决或寻找借口时运用。运用时要步步跟进，不能有失误。注意语言不要太过强硬，避免引起顾客反感和麻烦。

2、热情法：是一种常用的方法，适合大部分顾客群体，尤其是老顾客。

3、冷淡法：对很有主见或不说话的顾客可以使用。冷淡是指语言恰到好处，而不是表情和语气冷淡。运用时要加强形体服务。

4、多次推销法：要包管第一笔销售成功后再进行多次推销。推销时要有原则：由内到外，由上到下，由薄到厚，由单件到成组，成系列的销售。而且反应要敏捷，思路清晰。只要顾客不离店，我们的销售就不能停止。

服装专卖店销售技巧，除了从书本上学到，还要像经验一样，慢慢的累积，并放到实践中去测试，一系列的转化之后，你得到的才是最适合自己的销售技巧。导购员在服装销售过程中有着不可替代的作用，它代表着商家的外在形象，更是加速着销售的过程，因此，对于服装导购员销售技巧的培训，提高服装导购员销售技巧，一直是商家必做的工作。

那么服装导购员销售技巧都有哪些呢？服装导购员首先要做到以下几点：

1. 微笑。微笑能传达真诚，迷人的微笑是持久苦练出来的。
2. 赞美顾客。一句赞美的话可能留住一位顾客，可能会促成一笔销售，也可能改变顾客的坏心情。
3. 注重礼仪。礼仪是对顾客的尊重，顾客选择那些能令他们喜欢的导购员。
4. 注重形象。导购员以专业的形象泛起在顾客面前，不但可以改进工作气氛，更可以获得顾客信赖。所谓专业形象是指导购员的衣饰、举止姿态、精神状态、个人卫生等外观浮现，能给顾客带来良好的感觉。
5. 倾听顾客说话。缺少经验的导购员常犯的一个毛病就是，一接触顾客就滔滔不绝地做商品介绍。

服装销售技巧分享总结篇十

企业的营销方式有多种，也因为需要多种类型的销售人员，导

导购员就是其中一种，好的导购员会成为企业在商场的外交大使；培养的不好，仅仅是个勤务员，甚至还不如。好的导购员必须完成一项主要的工作：做好一切利于销售的工作。这就必然要提到角色扮演，这也是最终取得消费者信赖的导购员销售技巧，让我们一起来了解下以下8个导购员销售技巧吧。

导购员销售技巧1:心理专家

作为导购必须会揣测顾客的心理活动，从具体的细节动作，穿着、举止、眼神、表情等，感知顾客的消费习惯，感知顾客的需求层次。

导购员销售技巧2:表演家

导购员每天要和顾客、商场人员、其他品牌的人打交道，如果没有一定的表演天份，想卖好产品是会有些难度。表演能力、交际能力强的人总能左右逢源，使困难迎刃而解。人都喜欢和积极主动热情大方的人打交道，你的热情和积极总能感染着周围的人群或顾客，得到意想不到的收获。

导购员销售技巧3:产品专家

要推销出自己产品首先要懂得自己的产品，以及竞争品牌的产品，产品的优劣势，产品的技术含量，产品生产流程，产品的独特卖点，懂得越多，越容易使顾客信服。

导购员销售技巧4:快乐使者

导购员要把郁闷的推介工作变成一种乐趣，变成发自内心的一种快乐的销售行为怀着感恩、愉快的心情去经营你的顾客。导购员不要因为顾客的责难，而迁怒顾客，对顾客不礼貌，影响品牌的形象。导购员记住：好心好意好心情也是促销力。

导购员销售技巧5:品牌大使

在实际生活中,一个优秀的导购是综合运用这些“卖点”的,抓住顾客心理看中的需要,再重点突出在某方面的介绍。好导购不仅自己为自己建立了品牌,而且更为企业的品牌和形象宣传扩大了影响。

导购员销售技巧6:情报员

导购要有一个明细的帐目,让商场知道你销售的东西不仅没亏,而总利润还增加了。作为一个导购要清楚产品的销售额,为卖场创造的利润,促销活动的投资额、利润点、效果,以及别的品牌具体销售状况、利润,活动成本,来分析我品牌在该商场的优劣状况,帮助业务员做好在该商场的销售、回款、谈判工作。

导购员销售技巧7:财务里手

导购员是卖场工作的第一责任人,直接和卖场管理者、顾客、竞品打交道,是信息来源切入口。导购员在日常工作中所收集的市场信息,是企业掌握市场发展变化的最佳资料。

导购员销售技巧8:装点师

在推广自己的产品时,潜在的用户往往会出现各种心理变化,如果推销人员不仔细揣摩用户的心理,不拿出“看家功夫”,就很难摸透对方的真正意图。

如何对不同的用户进行产品推广,看其属于哪种类型的人,就可以对不同类型的用户采取不同的措施,做到“有的放矢”,从而能起到事半功倍的效果。

一、自命不凡型:

这类型人无论对什么产品,总表现出一副很懂的样子,总用一种不以为然的神情对待,这类型人一般经济条件优越,以知识

分子居多。

对策:这类人喜欢听恭维的话,你得多多赞美他(她),迎合其自尊心,千万别嘲笑或批评他(她)。

二、脾气暴躁,唱反调型:

脾气暴躁,怀疑一切,耐心特别差,喜欢教训人,常常旁无道理地发脾气,有时喜欢跟你“唱反调”。

对策:面带微笑,博其好感,先承认对方有道理,并多倾听,不要受对方的“威胁”而再“拍马屁”,宜以不卑不亢的言语去感动他(她),博其好感。当对方在你面前自觉有优越感,又了解了产品的好处时,通常会购买。

三、犹豫不决型:

有购买的意思,态度有时热情,有时冷淡,情绪多变,很难预料。

对策:首先要取得对方的信赖,这类型的人在冷静思考时,脑中会出现“否定的意念”,宜采用诱导的方法。

四、小心谨慎型:

这种类型的人有经济实力,在现场有时保持沉默观察,有时有问不完的问题,说话语气或动作都较为缓慢小心,一般在现场呆的时间比较长。

对策:要迎合他(她)的速度,说话尽量慢下来,才能使他(她)感到可信,并且在解说产品的功能时,最好用专家的话或真实的事实,并同时强调产品的安全性和优越性。

五、贪小便宜型:

希望你给他(她)多多的优惠,才想购买,喜欢讨价还价。

对策:多谈产品的独到之处,给他(她)赠产品或开免费检查单,突出售后服务,让他(她)觉得接受这种产品是合算的。以女性多见。

六、来去匆匆型:

检查时匆匆而过,总说他(她)时间有限,这类型人其实最关心质量与价格。

对策:称赞他(她)是一个活的很充实的人,并直接说出产品的好处,要抓重点,不必拐弯抹角,只要他(她)信任你,这种类型人做事通常很爽快。

七、经济不足型:

这种类型的人想购买,但没有多余的钱,找一大堆理由,就是不想买。

对策:只要能够确让他(她)对产品感兴趣或想治疗,又拿不出钱,要想法刺激他(她)的购买欲望,和同其他人做比较,使其产生不平衡的心理,也可以让他(她)分批购买。

服装销售技巧分享总结篇十一

1. 对于销售代表而言,最有价值的东西莫过于时间。销售代表把时间和精力放在最有购买可能的客户身上,而不是浪费在不能购买你产品的人身上。

2. 有三条增加销售额的法则:一是集中精力于对你的重要客户;二是更加集中,三是更加更加集中。

3. 客户没有高低之分,却有等级之分。以客户等级确定拜访的次数、时间,可以使销售代表的时间发挥出更高的效能。

4. 接近客户一定不可千篇一律，必须事先有充分准备，针对不同类型的客户，采取最适合的接近方式。
5. 推销的机会往往是短暂的，你必须迅速、准确判断，以免错失良机，要努力创造机会。
6. 把精力集中在正确的目标，以及正确地使用时间给正确的客户，你将拥有“成功”推销的法宝。
7. 推销的黄金准则是你喜欢别人怎样对你，你就怎样对待别人；推销的白金准则是按别人喜欢的方式待人。
8. 让客户谈论自己。让别人谈论自己，可以给你很好的良机去挖掘共同点，建立好感并增加完成推销的机会。
9. 推销必须有耐心，不断地拜访，以免操之过急，必须从容不迫，察言观色，并在适当时机促成交易。
10. 客户拒绝推销，切勿泄气，要进一步努力说服客户，并设法找出客户拒绝的原因，再对症下药。