

<<服装应该这样卖>>

图书基本信息

书名：<<服装应该这样卖>>

13位ISBN编号：9787301165225

10位ISBN编号：7301165226

出版时间：2010-1

出版时间：北京大学

作者：王建四

页数：218

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<服装应该这样卖>>

### 前言

在同质化的产品竞争中，终端零售无疑就是营销高手们过招的“集中营”。试想，如果单店销量都能做到第一或名列前茅，那不就是“决胜终端”了？那么，决定单店零售量的主要因素是什么呢？

一是品牌拉力，二是终端推力。

终端推力不外乎人的因素、物的因素（商品、物料）、政策因素。

而后两者均需通过人去执行和实现，所以人的因素是关键。

这里所讲的“人”，主要是指终端导购。

靠什么来打造优秀的终端导购队伍？

回答只能是：培训！

古人云“不训之师，断不可用”。

十八淑女坊今天的成就是与各位加盟商的不懈努力分不开的，共同打造学习型团队，是目前“淑女坊人”团队建设的一个重要主题。

与专业的服饰专家合作也成为当前十八淑女坊培训中的一个重要方式。

在众多的专家中，印象最为深刻的就是王建四老师课程内容的简单、实用、高效，能够在终端快速复制，潜移默化间让淑女坊的终端人员真正做到专业化和职业化。

终端导购，随着十八淑女坊营销重心的下移，在企业发展中所扮演的角色愈加重要，我们也随之不断完善终端培训体系。

## <<服装应该这样卖>>

### 内容概要

本书是服饰行业老板、店长及导购人员必备的实用宝典，也是馈赠员工及加盟店的绝佳礼物，是国内服饰销售行业第一本“上午学完下午就可以用”的最具实操性的书籍！书中的88个经典场景极具代表性，是店面销售中每天都会遇到，让销售人员非常头疼的问题。每个场景均以客户需求为线索，以销售人员的沟通能力为核心，按“错误应对”、“问题诊断”、“导购策略”和“语言模板”的顺序逐一讲述，简短易懂，可操作性极强。

不管您是老板还是店员，可能没有意识到：店面每天都少卖了五六件衣服！甚至把顾客赶走！这一切都源于采用了不合理的销售方式。店面销售不专业，店员未经培训，必然导致销售额和利润的流失，也会损害店铺赖以生存和发展的基础——品牌形象。

本书中的方法与技巧经过大量服饰门店的实战运用并被证明行之有效，对极需提升自身能力但又异常忙碌的销售人员来说，每天只需花上几分钟，就能轻松掌握服装销售秘诀，给店铺的业绩带来翻天覆地的变化！

推荐购买王建四终端销售必读书

《服装应该这样卖》+《导购这样说才对》

## <<服装应该这样卖>>

### 作者简介

王建四，中国服装订货会培训不可多得重量级讲师，金牌店长实战培训的代表性人物，中国服装网专栏作者。

其培训苛求实战性与可操作性完美结合，授课语言生动风趣，现场气氛互动热烈，并用800多个培训案例实践着“刀刀真功夫，绝对不假打”的庄重承诺。

作为中国服饰行业实战培训的实力派人物，其培训多为老客户重复邀请或口碑介绍获取。

王老师始终秉承“实战第一，互动第二”，被老客户赞誉为“中国最放心的订货会讲师”，被学员们称赞为“中国最受学员欢迎的门店实战老师”。

作为中国服饰行业实战培训的顶级专家，始终坚信50万学员的良好口碑是对“王建四”品牌的最好推广，竭力打造中国服装终端培训领域“第一实战”品牌，并毕生信诺“打造讲师品牌比赚钱重要一万倍”。

王建四原创著作《服装应该这样卖》《导购这样说才对》《卖什么也别卖东西》《高盈利终端销售实战特训营》（光盘）

## <<服装应该这样卖>>

### 书籍目录

推荐序

再版序

#### 第一章 顾客接待阶段常见障碍破解

销售情景1

导购热情接待来店顾客，可顾客冷冷地说：我随便看看

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

销售情景3

犹豫不决的顾客说：我先考虑（比较）一下再说吧

销售情景4

顾客很喜欢试穿的衣服，可闲逛的顾客却说不好看

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

销售情景6

导购主动建议顾客试穿，可顾客就是不肯采纳导购的建议

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

销售情景8

顾客担心特价品有质量问题，任凭怎么解释都以为导购在骗他

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

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

销售情景11

当面拆的新包装，顾客试穿满意后仍要再拿新的，可仅剩一件

销售情景12

顾客进来逛了一圈说：你们的衣服我以前买过，但觉得不好

#### 第二章 服装体验阶段常见问题破解

销售情景13

顾客试穿了几套衣服之后，什么都不说转身就走

销售情景14

其实大小很合适，顾客却说：这衣服穿起来感觉有点紧

销售情景15

算了，我觉得这件衣服穿在我身上有点显胖

销售情景16

我不喜欢这款，太成熟了，穿起来好老气

销售情景17

我确实喜欢这款衣服，但我同事也买了一套，而且又在同一办公室

销售情景18

这款式满大街的人都在穿，真不敢买你们的衣服

销售情景19

这款衣服还不错，等下次我带朋友来帮我看看再决定

销售情景20

算了吧，别蒙我啦，这款衣服我穿起来不大合适

销售情景21

## <<服装应该这样卖>>

算了吧，我不想试了，这款衣服和我去年买的差不多

销售情景22

算了吧，我穿这个颜色的衣服不合适

销售情景23

我不喜欢这款衣服，看起来太老土了

销售情景24

你们的衣服款式还不错，可为什么颜色都那么深呢

销售情景25

算了吧，这种面料穿起来一点档次都没有

销售情景26

你们的衣服怎么这么花呀，都找不到适合我穿的了

销售情景27

你们的款式越来越年轻了，都找不到适合我穿的了

销售情景28

你们的款式怎么这么少呀，感觉都没有什么可买的

销售情景29

你们的衣服好难看，怎么感觉都怪怪的呢

销售情景30

顾客感觉两款衣服都不错，不知如何选择

第三章 服装品质方面典型障碍破解

第四章 服装常见价格异议实战破解

第五章 优惠折扣方面常见问题破解

第六章 服务投诉常见问题实战破解

本书使用说明：门店业绩是怎么炼成的

## &lt;&lt;服装应该这样卖&gt;&gt;

## 章节摘录

销售情景8顾客担心特价品有质量问题，任凭怎么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，怎么会呢？

4.都是同一个品牌，没有问题。

问题诊断深圳一家女装品牌——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。

我们都知道服装企业，尤其是女装企业在库存处理上很多时候依赖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。

通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，而应该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，导购可以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。

服饰门店销售人员要谨记：当我们行为坦诚、语言真诚，并且表现得敢于负责的时候，往往容易取得顾客的信任！

语言模板导购：小姐，您有这种想法可以理解。

不过我可以负责任地告诉您，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，所以现在购买真的很划算！

（认同顾客并强调特价品优点）导购：小姐，您这个问题问得非常好，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，这一点您可以放心。

（先认同顾客，然后给顾客合理的解释）导购：小姐，您这个问题问得非常好，我们以前有些老顾客一开始也有过这种顾虑。

不过这一点我可以负责任地告诉您，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。

就拿您现在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，所以现在买这些衣服真的非常划算。

您完全可以放心地选购！

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对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）问题诊断河南一家服装商场老总邀请我为商场的800多名导购和促销人员做为期四天的导购轮训。

## <<服装应该这样卖>>

讲课前，我以神秘顾客的身份探访了该商场的一到五层。

当我提出该问题时，上述三种导购都鲜活地展现在我面前。

让我们扪心自问：如果你遇到顾客提出类似问题，你会怎么做呢？

“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。



## <<服装应该这样卖>>

### 媒体关注与评论

王建四老师以其独到的视角和丰富的实战经验，对目前零售终端存在的各种问题进行对比分析，并提出具体的解决办法，是服装品牌零售终端的入门指南！——中国服装网董事长 陈学军 王建四老师的课程简单、实用、高效，能够在终端快速复制。

书中提供的经验与方法，都有实例佐证，行之有效，拿来就可以用；所提供的失败教训，亦有现实的案例提供“活体”证明，可加深理解。

这是一本可以为你提供多方面指导，帮助你解决实际问题的图书。

我向关注品牌建设和零售管理的同仁们全力推荐！——十八淑女坊董事长 叶玉芹 这是一本真正可以解决问题的实战指南，紧贴服饰终端，极具行业针对性，是我所看到的最实用的终端培训书籍，建议每位门店销售人员必读、必备！——深圳达衣岩服饰公司营销总监 韩冬青 我是一名服装零售店店长，觉得《服装应该这样卖》很实用。

其中内容多是我们日常在卖场经常遇到的，而且书中能够给你指出问题的症结和解决的方向，使人茅塞顿开。

现在我又订购了两本，把它放在店铺，让员工也能读到，方便大家的工作，也能通过阅读逐渐提高员工的素质。

——网友tangai lei

## <<服装应该这样卖>>

### 编辑推荐

《服装应该这样卖(升级版)》：亚马逊网同类图书销量第一1000余家企业一线员工培训用书100多万终端销售人员从中受益柒牌、劲霸、与狼共舞、哥弟、鸿星尔克……你的竞争对手和同行都在用，你呢？

《服装应该这样卖(升级版)》适用范围：服装、鞋帽、饰品行业一线销售人员打造顶级导购人员，倍增店面销售业绩！

连续加印20余次，“销量是否提升”是检验此书培训效果的唯一标准。

<<服装应该这样卖>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>