

<<别卖衣服，卖美感>>

图书基本信息

书名：<<别卖衣服，卖美感>>

13位ISBN编号：9787301181898

10位ISBN编号：7301181892

出版时间：2011-1

出版时间：北京大学出版社

作者：贾小艺

页数：184

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>

<<别卖衣服，卖美感>>

内容概要

在服装店里，导购还在用千篇一律的语言应对所有顾客；导购还停留在卖服装的层次，不能为顾客提供专业化的购买建议；每次销售都只能卖出单品，导购不能通过专业的推荐促进连带销售；如果上面这些情况在你的店里也有发生，那么选择这本书再合适不过。

本书为服装导购提供了一种全新的服装销售模式——美感销售法，这种方法帮助导购针对不同销售情景，采用专业性更强的销售方法，最大化地挖掘服装的美感卖点，激发顾客的潜在购买需求，实现销售业绩提升。

这种方法帮助很多服装门店走出了销售困境：一个中档服装商场在淡季创下营业额翻两倍的业绩；一个每天亏损的高端品牌店铺迅速止亏，保持在稳定盈利的状态……作者是国内最早从事服饰搭配销售的培训师，有10多万人接受过她的培训，每场培训都给客户带来了销售业绩的提升。

她通过54个销售案例，传授了8大类美感销售方法，解决导购工作中遇到的各种问题。

方法好学易用，上午学完，下午业绩就能得到提升，让店面利润发生翻天覆地的变化。

<<别卖衣服，卖美感>>

书籍目录

前言：美感销售——一种全新的服装销售模式序：写给服装导购第一章 多加几个形容词，让你的话更有说服力/ 第一节 启发顾客发现服装的美，他们才会停下脚步 销售案例1 顾客进店只顾自己逛，搞不懂什么原因转身欲走 销售案例2 保守的顾客已经逛店几次了，却没有决心购买 第二节 让顾客说“这就是我想要的” 销售案例3 店内有时一连走进几个顾客，怎样向他们推荐呢 销售案例4 不同品牌的男士正装款式都差不多，怎样推荐才能打动顾客的心 第三节 用美感销售的方式，帮顾客拿主意 销售案例5 顾客挑的衣服穿上效果不好，穿着效果好的服装又不想买，怎么促进成交 销售案例6 顾客挑来选去，拿不定主意是否需要 第四节 顾客的难题，其实很简单 销售案例7 顾客要送衣服给别人，却不知道应该选择什么款式 销售案例8 推荐顾客购买多件衣服，他们却不为所动 第二章 从服装色彩的角度入手，解决棘手问题 第一节 告诉顾客他们不知道的色彩美感知识 销售案例9 有朋友陪同顾客购买服装，两个人对款式色彩的意见不一 销售案例10 顾客希望要深点儿的颜色 第二节 让顾客自己感受什么样的颜色适合她 销售案例11 顾客觉得导购选的颜色不适合她的肤色，显得她太黑了 销售案例12 顾客很喜欢一个款式，但相似款有好几个颜色，顾客又觉得价格太贵，一时拿不定主意 第三节 色彩搭配讲明白了，连带销售就会顺理成章 销售案例13 顾客觉得衣服的款式还行，只是颜色有点艳了 销售案例14 顾客说：“你们肯定说我穿这个颜色好看” 第四节 色彩搭配解决顾客“贪多又想嚼烂”的想法 销售案例15 顾客希望选择既显瘦、又适合自己的职业和多种场合的衣服，又不想多花钱、还不能接受多买一件，怎么办？

销售案例16 顾客看中了一件上衣，但因为找不到合适的搭配款准备放弃购买 第三章 不同的体型，不同的美 第一节 观身形，判断顾客适合的款型，帮顾客拿对款 销售案例17 一个随意逛店的顾客走进店内，如何接近顾客推荐款式 销售案例18 一个身材偏胖的顾客进店，看到款式就问有没有她穿的号码 第二节 鼓励顾客并协助寻找更多解决方式，达成顾客购买 销售案例19 顾客试过自己选的衣服以后，不太满意，准备放弃购买 销售案例20 顾客选了一个款式，导购劝她试穿，她却走开了 第三节 延续顾客购买需求，做顾客的贴心销售顾问 销售案例21 顾客希望选择显瘦的款式，却不愿意尝试导购推荐的款式 销售案例22 顾客认为衣服的款式还可以，可惜尺码穿不了 第四章 给顾客一个最适合她的造型 第一节 造型启发，只在顾客需要的时候介绍商品 销售案例23 年轻的顾客进店选购，跟她打招呼她却不理睬 销售案例24 顾客希望改变一下风格，逛了整个店却没有信心尝试 第二节 造型搭配，抓住目标消费者购买需求 销售案例25 顾客试了一件中长款上衣，却说款式太普通，很多人都在穿 销售案例26 一个顾客看着一款休闲裤在犹豫 第三节 造型表现，滞销品也能变成顾客的钟爱 销售案例27 店内有些时尚款，很多顾客只喜欢看，却很少有人试穿 销售案例28 为顾客推荐了一款休闲外套（店内库存较多的款式），顾客说款式过时了 第五章 在顾客的衣橱上打主意 第一节 化整为零，解决单价过高的问题 销售案例29 顾客光顾店铺几次了都看同样的款式，导购邀请她试穿，顾客总说再看看 销售案例30 顾客很喜欢导购搭配好的一套服装，但是觉得价格太贵了，而单独一个款式又觉得不好看，准备放弃购买 第二节 告诉顾客，每个人都应该有属于自己的衣橱 销售案例31 一名男士顾客说要选择一款较职业的服装，让导购介绍一下 销售案例32 有些服装款式风格比较复杂或个性化较强，顾客总以不好搭配为由拒绝购买 第三节 连带销售莫着急，衣橱销售法来帮你 销售案例33 顾客选购了一款，导购希望多推荐几款给顾客，如何附加销售 销售案例34 一个顾客试穿衣服后效果很好，但她脱下衣服却转身要走……第六章 用一个亮点卖出一套服装 第七章 连带销售的窍门——配装美感销售法第八章 善用风格美感销售法，让顾客成为回头客后记

<<别卖衣服，卖美感>>

章节摘录

第一章 多加几个形容词，让你的话更有说服力/ 第一节 启发顾客发现服装的美，他们才会停下脚步
销售案例1 顾客进店只顾自己逛，搞不懂什么原因转身欲走 常规应对 “您好，这是我们店里的新款，喜欢的话可以试穿一下。

” “这款卖得很好，您可以看一下。

” 消费心理 顾客在进入店内以后，看过了一些款式却没有表现出购买的意愿，并不一定是因为店里没有适合的款式，而是因为在短暂的时间内浏览琳琅满目的商品，一时很难发现某一单款产品的价值，或者还没有来得及分析出自己到底需要什么样的服装款式。

有时候哪怕顾客有明确的购买需要，面对众多的服装款式也容易丢失方向。

我们身边的很多女性朋友就经常出现这种情况，想买的没有买来，没想买的却买了一大堆。

当顾客对于商品还没有明确的选择标准，或者说还没有明确的购买意向时，导购模式化的销售语言就等于向顾客暗示这种产品是很大众化的，这样会更加模糊顾客的评判标准，不但起不到任何作用，反而会撵走客人。

另外，众所周知，现在的顾客已经越来越个性化了，尤其一些时尚类服装品牌和较高端的服装品牌，目标客户群体更加个性化。

而品牌终端的很多导购只是按照自己的销售习惯为顾客推荐款式，而且因为他们习惯了推荐某种类型，所以不管面对什么顾客，导购都是同样的一套说辞：这样的销售行为自然得不到顾客的欢迎。

<<别卖衣服，卖美感>>

编辑推荐

这是一本写给服装终端导购人员、主管、店长看的美感销售培训书，美感销售是一种全新的销售方式，导购从服饰穿着及搭配的专业性角度，帮助消费者对服装进行判断和选择，从而进行科学购买。

如美感形容词销售法，美感色彩销售法、美感造型销售法、美感亮点销售法等。

书稿采用的是场景、话术、知识点的方式，读者易学易用，新颖实用，上手很快，是一本为服装销售导购人员量身打造的行动指南，同时也可以作为一本团购书。

<<别卖衣服，卖美感>>

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>