# 导购员

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2025-02-13

*第一篇：导购员导购员岗位职责1、向客户宣传产品和公司形象，提高公司品牌的知名度；2、检查展厅产品标价牌和产品是否一致，是否有未贴价码产品；3、做好展厅海报、POP、产品宣传资料的陈列以及安全维护工作，保持产品、产品标示卡摆放整齐、清洁和有...*

**第一篇：导购员**

导购员岗位职责

1、向客户宣传产品和公司形象，提高公司品牌的知名度；

2、检查展厅产品标价牌和产品是否一致，是否有未贴价码产品；

3、做好展厅海报、POP、产品宣传资料的陈列以及安全维护工作，保持产品、产品标示卡摆放整齐、清洁和有序；

4、时时保持在展厅良好的服务心态，创造舒适的购物环境，积极热情向客户推介，帮助其正确选择能满足客户需求的商品；

5、利用各种销售技巧，营造展厅参与气氛，提高客户的购买欲望，增加展厅的营业额；

6、收集客户对产品和公司的意见、建议和期望，妥善的处理客户抱怨，并及时向主管汇报；

7、关注、了解柜台上的物品去向，及时对空缺的柜台进行补货；

8、按照促销活动管理规定，执行促销活动，9、积极参与公司组织的各项培训、例会；

10、完成上级交办的各项工作，并坚定实行展厅的各项零售政策；

**第二篇：导购员**

大家早上好

占用大家宝贵时间和大家分享一下导购员的工作心得

在平时的工作中我们的角色定位是导购员，我们不能做1看货员，因为看货员是消极的，被动的等待顾客上门。2不能做推销员，因为推销员过于主动热情，容易吓到顾客。3也不能做普通意义上的售货员，因为售货员只强调卖，削弱买，没有技术含金量。我们的角色定位是导购员，我们不能做1看货员（是被动的消极等待的）2推销员（半被动过分主动热情）3售货员（半主动只强调卖削弱买没有技巧含金量）。我们要做导购员。

优秀导购员应具备的素质：

1服务意识。要与顾客以心换心2提供无缝隙和差错服务。犯了错误要勇于承担责任，（人的一生没有不犯错误的，要消除心理障碍）3不抱怨（努力工作，不要抱怨，因为工作会带给你一切）4不以貌取人（现在的有钱人低调，更注重理性消费）5沟通能力（沟通要从心开始）

顾客=上帝=人民币。顾客总是对的，不与顾客争对错。规则1顾客总是对的，规则2如果顾客错了请参考规则1.与顾客发生争吵，你永远都不会赢。

销售=说服=财富。销售中最难的事情是：1把你的思想放进顾客的脑袋里2把顾客口袋里的钱放进你的口袋里。总的来说，销售是一门艺术。销售的秘密武器是商品的专业知识和了解顾客的需求.日常工作要求

—售前流程：

进货检查验收制度标准：

商品进货时营业员要对商品进行验收，商场规定不允许销售三无产品，不能让残次商品上柜。合同以外品牌不能上柜台等规定。我们要对其进行逐一检查。就童装来说要检查商品三证是否齐全，商品是否有明显残次等。否则应封存拒绝上柜并与厂家联系进行商品调整。

清点商品、清理商品、商品陈列：

进货时要清点商品件数，对进货数量、商品货号、规格与进货单核对准确。查看商品的售价是否相等。如有出入应与厂家核对清楚。

把商品全都核对准确后要清理商品，不能让商品占用商场通道。如有仓库的专柜要把商品整理到仓库，要按货号把不同的商品摆放整齐把畅销商品放在易于拿取的位置，理货时要注意仓库防火安全，不要占用通道应避开危险地带，最后要盘查所要商品是否全部到货，否则应与厂家联系确定到货日期，以保证我们心中有数，给顾客准确的答复以保证我们的销售不受影响。

对于商品陈列要本着方便顾客拿取为宗旨，要整齐化一。分系列、分规格力求美观，造型要新颖。应过一段时间调换商品摆放，给人以新鲜的感觉。将主打商品放于醒目位置，以达到吸引顾客的目的，商品摆放要丰满，要突出专柜特色。

价签管理制度标准：

价签必须使用“大连市物价检查所监制”字样价签。商品标价必须作到一货一签，货签对位，整齐划一，美观醒目，标价率达100﹪

备用品管理标准：

备用品包括为顾客提供服务的，除商品以外的用品，就童装专柜来说主要有：包装袋、记录本笔、计算器、销售小票等。一切备用品应放于相应位置。除笔、计算器、销售小票放于开票桌上，其它用品都不能裸露于卖场。备用品要准备充足，项目要齐全，放于易于拿取的地方。

陈列的作用：将商品以满足顾客需求的方式展示于店铺恰当的位置，从而达到销售目的。随着服装的“同质化”和商业竞争加剧，陈列将成为商家竞争的重要手法，其“空间感觉”给人的视觉营销，有效的提升品牌服装的价值感。一句话概括就是：提升销售，降低库存

基本陈列原则

? 男女童分区

? 款式系列化

? 成套展示优先

? 分款式分颜色陈列

? 经常更新，更换调整频率一周一次

陈列方法

基本方法：按系列、按款、按色的顺序进行排列

系列：按照不同系列分开陈列（一般分运动、休闲、时尚三个系列）

款：按照形象款、畅销款、促销款、平销款顺序陈列，同时尽量照顾配套展示。色：由浅到深、由亮到暗

\* 形象款指代表当季时尚和流行趋势，代表品牌形象的款式；

\* 畅销款指当季销售情况非常好的款

\* 促销款指当季重点销售的款（为了提高销量或者降低库存的款）

\*平销款指当季结构必须，但是销售情况一般的款。

（1）正挂陈列方法

陈列形式.特点:可以进行上下装搭配式展示,以强调商品的风格和设计卖点,吸引顾客购买.弥补侧挂陈列不能充分展示服装,以及人模出样受场地限制的缺点.正挂指货柜的鱼骨刺，有斜式和直式两种方式。

?挂装特点：款式、颜色展示清楚、方便顾客触摸、观看及试衣。

陈列要求1．第一套尺码一律以130码为主，如果断码可选择120码或140码，（同一挂柜切记相邻两列码数不相差2个码）；第一套后面陈列的所有服装应全部短于第一件，以免打破正挂整体.2．一个正挂杆，春夏以6套为最饱和搭配陈列，秋冬以4套为最饱和搭配陈列（棉衣或羽绒款视服装厚度也可以3套为最饱和搭配陈列）；

3．一根正挂杆上只允许陈列同一主题商品，不允许多主题混搭；

4．以两套为一单位，相邻两套颜色应陈列相同或相近色，后面依次陈列的套装色彩以红、橙、黄、绿、青、蓝、紫的彩虹色彩规则进行陈列。

（2）侧挂陈列方法

? 侧挂位置指圆通，一般长0.5到1.2米。

? 挂装特点：陈列数量多，方便客户比较。

? 陈列要求1.侧挂尺码要求120—140码，3件相同颜色为一组尺码由前到后，由小到大依次为：上衣120—130—140；裤：120—130—140。

2.以颜色的明暗程度变化和款式层次变化来吸引顾客；

3.同一系列款式的货品陈列在一起，突出色系感；

4.所有货品需面向右边，侧挂两头的衣服需成套陈列；相对最后一件衣服要面向顾客；

5.侧挂数量：在一个侧挂杆上将所有货品推向它的一头，所有货品的长度不能超过该侧挂杆全长的1/2；货品之间距离应在3-6CM为宜。

（3）叠装陈列方法（只有上装可做叠装）

? 叠装位置指高柜、中岛和边柜的层板位置，一般长0.45到1.2米。

\*上部封闭的中岛和边柜顶端不能陈列叠装，以陈列用品和道具为主。

? 叠装特点：陈列数量多，多件陈列，可以凸现细节部位。

? 陈列要求1.同季、同类和同系列的货品陈列在同一区域内，同款同系列一层，同柜上下层板叠数相同，左右间距相同。上面三层一般放上装，最下面一层一般放下装；根据货架的层板分层重色在下浅色在上的原则叠放；

2.叠装的宽度要求21CM（A4纸或专业叠纸宽度），在印花或刺绣图案的款式，将印绣花部位展示出来，并保持一致；

3.叠装的高度春夏装高度为15CM，秋冬装高度为20CM为宜，加厚型外套、棉褛、羽绒如需叠放陈列时，以120码为基准，同肩宽折叠，叠放相邻尺码3件即可；视专柜情况而定，比如棉褛若有叠放空间，按包装大小摆放，可摆放中间尺码3件即可，若没有展示空间，全部挂摆；

4.尺码按照尺码顺序，小码在上，大码在下；

5.吊牌不要露出，应放在衣服内；

6.PP陈列区（正挂、半身模特组合、精品摆放台和流水台）必须陈列相对应的同款同主题的叠放，以方便取货（即易看见、易拿取）；

7.保持叠装的整齐、美观、平直，叠放时尽量同宽、同长，避免成梯形陈列；陈列方法：层板用来陈列畅销款，上衣裤装、裙装不适宜叠装。

二、售货技巧：

初期服务技巧：

判定顾客技巧：

可以根据顾客的举手投足，穿着打扮来大概地判断此名顾客的社会层次以及消费档次，大致分为4种：一种是平常型，普通的穿着服饰，不显张扬的举止，这类顾客的消费趋向为普通经济型。一种是穿着高档举止夸张的顾客，这类顾客属显富型，面对这种类型顾客，主要介绍高价位的商品。一种为穿着体面举止讲究的顾客，这类顾客属理智型。价位偏高，质量优良，多用型商品是他们的最爱。一种为穿着时尚举止新潮的顾客他们当属时尚型。新奇、新样、漂亮是他们的最关心的；至于实用性，质量，价格往往被他们忽略。

与顾客说好第一句话的最佳时间：

要根据不同的顾客不同情况，不同时间，采用不同的方式。如匆匆步入专柜直对某款商品而来这类属于目的明确性顾客。我们应快捷的迎接上前主动询问直入主题：您好，这是\*\*品牌的\*\*，当闲逛的顾客步入专柜，这类顾客一般步履缓慢，观看商品的眼神无法固定。对这类顾客，我们可以采用规范的问侯语，“您好，欢迎光临”，如果是经常光顾专柜的熟悉的顾客。最好放下正统的迎宾语改为朋友试的问侯语可以说：“今天光临本商场，想买点什么？”“有些日子没看到您了，您还好吗？”等等，我们要针对不同社会层次不同类型的顾客，来选择我们的语言可以文雅些，专业些。随意些，或是严谨些，要随时调整自己来适应顾客的喜好。与顾客建立同频的和谐氛围。

服务中技巧：

如何揣摩顾客心理：

在销售过程中，导购员要善于运用眼晴捕捉顾客的每一个细微之处，根据顾客的一举一动，一言一行为我们折射出有利于销售的有价值的信息，当我们介绍一款质量较好的商品

后，如顾客的脸上略带一丝无奈说：“还有其它款式的吗？”显然，顾客承受不了介绍过的那款商品的价格，所以无奈地想找出其它能够代替的商品，如果顾客的表情是不在乎的，继续寻问时，那么那款商品没有打动顾客我们应把重点定在价位更高，质量更好的商品上。我们专柜的商品有时和邻专柜商品的不同之处加以介绍，至于相同之处则可少说或不说，如果把有共性的一面加以讲解无疑是在为邻专柜商品做介绍，很难令顾客留下印象，就无法吸引顾客，因为有的顾客要光临完所有同类专柜后选择购买，如果不抓住商品特点做介绍很难令顾客认可。有时我们会看到手拿很多份产品说明书的顾客向我们咨询商品，这说明顾客正在进行商品比较，正处于茫然阶段想从中选购，遇到这种情况，我们要抓住本专柜商品的特点，优点，不同之处做介绍尽量让顾客的脑海中留下印象，切不可中伤其它品牌的商品，夸大本专柜商品，因为这样是顾客最为反感的认为你是在极为地推销而不是中肯地介绍，你无法让顾客对你产生信任，白白浪费了自己的机会，也予示着你把顾客推到竞争对手的怀抱。在销售中，导购员最好不要说这件商品打特价，特别便宜顾客你买吧，这款商品才\*\*元等。这样会自贬商品无法突出商品自身的感染力，任何产品都有自身独特的卖点，我们要发现卖点借助卖点促进顾客联想刺激顾客的购买欲望。

如何实施有效沟通：如何正确对待无效沟通：

与顾客沟通的方法方式是因人而异，对不同的顾客要选择不同的沟通方式。那么怎样才是所有顾客喜欢的方式呢？那就是要于顾客“同频”，要用对方喜欢的方式对待他（她）这样能以顾客为中心，建立真正的双赢关系，也就是说要把自己推销出去，要善于记住别人的姓名（建立顾客档案）找到共同点把自己变成顾客类型。比如顾客是属于外向型，那你就不能表现得内向，你要迅速变成顾客类型与之沟通，表现的快人快语，热情洋溢。沟通中要善于找出顾客的优点找角度的赞美顾客，赞美是人与人之间有效沟通的润滑剂，出自内心的赞美回让对方迅速与你接近，产生好感，可以拉近感情，从而促使顾客购买。我们的赞美要切入顾客的心理比如顾客的一枝普通发卡，一条小手链，哪怕是眼影的颜色都是我们赞美的最好的主题，赞美的宗旨就是要和顾客拉近距离，感染顾客，将自己的想法融入其中。要恰到好处不要弄巧成拙。“您说的没错”“您搭配衣服真有品位”“您真会选东西”等等语言都会促进顾客购买的信心。要仔细聆听顾客倾诉不可打断顾客话题，注意力要集中，要适时把话题交给顾客，使其发言。只有让顾客说的越多，我们知道顾客的想法才会更多。要顺其顾客的意见，延顺顾客的内容，反应迅速、准确、并要附合点头，及时帮助顾客解决问题，提出合理化建议，我们要做到望、闻、问、切另外，在顾客同意购买后，开具小票的各项内容要准确，价格不能随意篡改；不能这时才发现顾客购买的商品已无库存仅余样品；与顾客递拿、包装商品动作要轻柔.诸如此类工作我们一定要仔细、准确、认真，不能在销售的收尾阶段把正常的工作流程变成了无效沟通，从而导致顾客的不满，使此次销售失败。有时经我们介绍商品之后顾客没有立即购买，我们应摆正态度不能由热情变为冷漠。顾客是形形色色的有可能是暂时不买，但你热情真挚的服务会给顾客留下美好的印象，也许是我们的服务存在某种问题，我们应自检以便我们的服务更加出色。

宣传商品技巧及应注意的问题：

宣传商品时导购员遵循的原则是：坦诚+灵活的方法。品牌不同商品不同顾客喜欢哪个品牌不是我们所掌控的，但让每个光临专柜的 顾客了解品牌商品是导购员应该做的。不同的顾客有不同的需求，对同一产品或同一种服务有不同的看法，如果想获得销售成功，当然不能千篇一律，我们要把介绍的目标集中到顾客最关心的问题上。抓住专柜商品的特点独到之处给予顾客介绍，诚挚向顾客传播正确、丰富的商品知识及信息，在介绍商品时给顾客讲解服装洗涤的一些专业知识。引导顾客如何挑选服装，这样顾客就能明白品牌商品与普通商品的差别，有利于让顾客记住品牌同时赢得顾客的信任。宣传商品还要运用灵活的方法，要把商品不利的一面转化为卖点，向顾客解释清楚。

宣传商品语言上要有主次，连带巧妙的说出商品的利益点也很重要，如：“这款产品比其他产品穿着更具耐磨性”。“价钱虽然高一点，但是质量很好啊”！等。这样会引发顾客的购买欲望并使顾客信任该商品。另外要根据年龄的差异选用不同的宣传方法，介绍不同的商品。

在宣传商品时应注意要切合实际，不能强卖于顾客不能把不适合顾客的商品介绍给顾客。不能隐瞒商品的真实性，不可夸大商品的功能、优点，要对商品一份为二。

销售中常出现的问题如何避免如何处理：

就童装来说常出现有开线和洗涤掉颜色等问题。避免这些问题的出现，解决的最佳时间是在销售中而不是售后。在宣传商品时我们就应该的向顾客宣传讲解商品的特点、正确的穿着方法、保养方法、注意事项以及穿着洗涤后应出现的正常变化。一旦有问题出现我们应遵循厂家、商场提出的具体售后规定予以处理。如营业员解决不了，也不能故意刁难顾客，激化与顾客的矛盾，态度要热情，语言要诚恳，遵照新玛特三级陪送制度，带领顾客找到楼层领导予以解决处理。

售后服务沟通技巧

与顾客沟通：

一项完美的销售尤其作为一个品牌专柜，留下顾客档案是相当有必要的，一方面有助于你对顾客加深印象，以后与顾客取得联系，可以电话咨询穿着情况，也可向顾客推荐商品有助于建立忠实顾客。另一方面会让顾客的心感到温暖，从一个侧面免除了对于售后方面的忧虑。如果又看到我们的顾客也不能视而不见，要主动与其打招呼询问商品穿着情况，要努力为自己培养忠实的顾客，同时通过顾客对我们的反馈意见能够增长我们的专业知识，这将是我们宝贵的知识财富。

与厂家沟通：

导购员是商场与厂家联系的纽带，要善于与厂家做好沟通，主要包括质量反馈。合理意见及信息，市场分析，商品价位等等，及时与厂家做好沟通能够作到知己知彼，及时做好计划有助于我们的销售

内部沟通：

纵向沟通主要是指上下级之间的沟通。作为导购员我们不但要与商场领导及时联系搞好销售，还要把商品的优点，日常工作易出现的问题及时向商场领导反馈，使商场对专柜情况了如指掌，有助于专柜发展。

横向沟通主要是指专柜间、商场间、区域间的价位、品质、促销活动等方面的调研。我们不仅要熟知本专柜情况，同时也要及时对其它同类专柜，不同商品情况有一定了解。这样有助于我们做出相互调整，在销售中做到心中有数。

售中流程：

成交前：

在顾客到达专柜观看商品时，我们要与顾客进行有效沟通，与顾客拉近距离。当顾客想对商品有进一步了解时，我们应依靠过硬的专业知识让顾客信任我们，继而我们应揣摩好顾客购买的心理，对其激发兴趣。当顾客对商品表示初步接受时，我们应及时为顾客排疑解难。免除他们的后顾之忧，从而达到成交这一环节。在销售中我们也应顾及到商品安全；如果本专柜顾客人数多余三人以上，则应在介绍商品时，时刻留意自己的商品。当顾客比较拥挤时，还要叮嘱顾客看管好私人物品。

成交中：

成交时导购员要快速，准确的开具销售小票，并指示收银台方向。这时可拿出顾客要买的商品，收取小票时要叮嘱顾客保管好购物小票，并同顾客一同来检查商品质量，再向顾客

说明注意事项。检查无误，应在顾客的注视下快速把商品包装好，力求标准美观，动作要轻柔要让顾客感到自然、亲切，非常重视顾客所购的商品，然后把包装好的商品双手递给顾客。

成交后：

成交后要积极的向顾客索要联系方式，建立专柜顾客档案，并亲切的与顾客送别。要根据不同的顾客说出不同送别语，一般情况下以“欢迎您再次光临\*\*专柜”即可。对待专柜的忠实顾客可以随意些，主要表示感谢。对一次性购买多件商品的顾客可关心的询问离店方式，需要时要送顾客到店外，进行送别。

售后流程：

对于售后工作也很重要，我们要及时清点商品，确保商品安全，要勤于整理柜台商品，让商品恢复原位要检查价签是否与商品相符，有无串位，要确保一货一签，掌握商品库存，缺货要及时进行补货，合理的货品库存是决定销售成败的一大关键问题，绝对不能出现销售商品以无库存现象，积极备好货源以保证顺利的进行商品销售。

实战情景训练

1顾客：我再去对比一下，如果没有更好再回来

答：是，买一样东西不容易，但是这款很适合你，就一件了我给你开票，你拿着，再去看看，如果没有合适再回来买，省的再跑一趟。

2顾客：现在不打折，等打折时再来买，反正也不急着用

答：现在码全，打折一般等季末，那时码都没了，多可惜啊。

问：如果再打折咋办啊

答十天内如果再打折，我给你找差价

3顾客停下脚步仔细看某款鞋或包

答：是今年新款，还有别的颜色，正好与你的鞋搭配，要不我拿你试一下？

4顾客喜欢却不愿意试穿

答：鼓励试穿，”不买没关系，你穿试一下效果“

5顾客：这款早就过时了

答：错误：这是去年款。正确：你比较时尚，是，这不是新款，现在是秋天，这是春款，价格合适，经典款，再穿2.3年没关系。

总得来说：销售是一门技巧，我们要学以致用。我们平时总是懂得太多，会得太少，知道的太多，做到太少。

希望这些能对大家日常工作有所帮助.

**第三篇：导购员**

导购员岗位职责 ：

1.用心接待每一位顾客。

2.为每一位顾客提供高品质的服务。

3.定期电话跟中目标顾客，并说服顾客购买产品。

4.做好顾客的售前、售中和售后工作。

5.准时（送货后一周内）电话回访已成交的顾客。

6.耐心处理客户的抱怨和投诉，并做好投诉记录。

7.获取并反馈竞争对手的信息、顾客信息及其他信息。

8.随时维护展厅形象，确保展厅形象

9..积极向店长提出建设性建议。

10.不断学习、掌握产品知识和销售技巧，提高销售能力。

11.必要时写协助同事接待顾客。

为顾客提供优质导购服务

整理展厅，保持展厅情节整齐

提供顾客咨询服

优秀的导购员不仅能够很好的销售产品，还能给客户带来知识、文化等超值的服务，他（她）是公司与顾客之间沟通的桥梁。一个业务的失败，往往是败在第一道关：顾客不喜欢的导购员。为此，导购员必 须是一个有着专业素质、专业技巧、专业服务、有着顾客喜欢的亲和力的导购员。因此，导购员的日常行为要求已成为严格的规范制度。

一、导购员服务的基本原则

必须做到热情、专业、负责、节俭、完美。这是名匠轩产品促销服务的五大原则，它们体现的是品牌理念及服务价值。

1、热情

导购员在为顾客服务时，必须热情、主动、大方。面带微笑是服务顾客的最基本准则。

导购员必须能使顾客在购物时享有亲切、愉快的感觉。

2、导购员在为顾客服务时，必须统一着装，使用规范语言，进行规范操作。导购员必须成为其所售产品的专家，对产品的功能、使用、维护等了如指掌，使顾客在购物中产生信赖感。

3、负责

导购员必须对其顾客、工作及行为负责，必须具备极强的责任感，而不马虎应付。导购员在工作中必须注意节俭，以保证能有效且最大化地使用各项资源。

5、完美

导购员不能抱有“只要按手册来做就万事大吉”的想法，应该比手册规定的做得更加完美。

二、导购员服务的基本仪容

平时，导购员和顾客接触都是短时间的，注重仪表仪容相当重要，平整的发型和穿着整齐的工服，比较能够获得良好的印象。头发必须保持整齐清洁，发型美观自然，不可过于前卫，禁止染成前卫色。

**第四篇：导购员辞职报告**

一般情况，辞职报告只是法律程序。那么，下面是小编给大家整理收集的导购员辞职报告，供大家阅读参考。

导购员辞职报告

1尊敬的xx：

自xx年入职以来，我一直都很喜爱这份导购员的工作，感谢各位领导的信任、栽培及包容，也感谢各位同事给予的友善、帮助和关心。在这2年电脑导购员工作里，我学到了很多有关电脑产品的销售技巧，自己的销售能力又上了一层楼，这些都是我最宝贵的财富。非常感谢公司给予我这么好的机会，让我的未来充满了希望.但因为某些个人的理由，我最终忍痛选择了向公司提出辞职申请，并希望能于下个月xx号正式离职。希望领导能早日找到合适的人手接替我的工作，我会尽力配合公司做好交接工作，保证销售业务的正常运作，对公司，对客户尽好最后的责任。

希望公司对我的申请予以理解并批准为盼。

此致

敬礼

辞职人：xxx

日期：x年x月x日

导购员辞职报告

2尊敬的xx领导：

您好!我怀着复杂的心情写这封辞职信。由于您对我的能力的信任，使我得以加入公司，并且在短短的两年间获得了许多的机遇和挑战。

自xx年入职以来，我一直都很喜爱这份导购员的工作，感谢各位领导的信任、栽培及包容，也感谢各位同事给予的友善、帮助和关心。由于个人的原因，我不得不向公司提出申请，并希望能与今年x月xx日正式离职。

对于由此为公司造成的不便，我深感抱歉。但同时也希望公司能体恤我的个人实际，对我的申请予以考虑并批准为盼。

此致

敬礼

辞职人：xxx

日期：x年x月x日

导购员辞职报告3

尊敬的服装店老板：

您好!

这是一份来自\*\*的辞职报告。

目前由于个人原因向您提出辞职，如您所至爱的这份事业，这也是我深爱的一份工作。每个人都有理想，坚持理想，幸福而又孤独，坚持自已，执着而又艰辛。我想我们都一样，不断的肯定理想又否定理想，又找寻新的理想，也不断的肯定自已又否定自已，又找寻新的自已。一个有理想的人是非常令人钦佩的，过去的日子，我能为您梦想大旅的这一小段征程效力，深感荣幸!

对于辞职离开服装店一事，深感歉意!但是我不会因为有辞职打算而影响工作质量，这个您大可放心!

此致

敬礼!

辞职人：

20xx年xx月xx日

**第五篇：导购员心得体会**

导购员心得体会

导购员心得体会1

在销售一线上工作多年，对彩电的推广积累了肯定的阅历，近来重温工作、学习日记，感觉有系统整理一下自己的销售心得的必要，思索一再最终理出六大要点来贯串这心心得体会，以鄉读者。

1．利用独有技术参数和机器性能，制造虚拟对象进行攻击

在终端实战中，一般说来，消费者在购买彩电的时候，会货比三家，导购人员如何引导消费者作出购买打算是达成交易的关键。现在在我们借用swot图来分析一下，厦华彩电应如何利用独有的技术参数来制造虚拟的攻击对象。（注:

s-strength优势、w-

weakness劣势、o-

opportunity机会、t-threat威逼）

假如其他品牌给消费者输灌“扫描线越多或精显倍数越高彩电清楚度也就越高”、“我们是1250线扫描、8倍精密显象，800\*600的辨别率”的理念时，笔者就亮出厦华的技术王牌“1920线扫描、12倍精密显、1024\*768的辨别率”，用其他品牌的“市场训练”结果制造虚拟的攻击对象，让消费者学会自已学会对比，再恳请消费者自己作出明智的选择，结果往往是其他品牌的导购人员搬起石头咂自己的脚。

各厂家的技术同中有异，做为一线的销售人员，笔者认为我们有必要查找出同一技术中的差异，在介绍产品过程中进行技术辨义，扬长避短！比如现在国内品牌多在炒作3d数字彩电，而各个品牌的3d技术又不尽相同，名同而实不同。如创维的3d从宣扬单上看只是侧重三维空间音响系统，其3d数字彩电的实质是“音响+逐行技术”而并非从技术上的突破，其3d有偷换概念之嫌；康佳的3d是由“垂直扫描+水平扫描+对角线扫描”构成；厦华的3d是由“空间维（垂直扫描、水平扫描）+时间维”构成，这一微妙的技术差别只有细心人才能

留意到，在介绍产品的过程中，笔者往往会特殊对一些消费者进行善意的“提示”，让消费者明明白白的去消费！

用数据说话是最有劝说力的，而这些数据的获得是要靠平常自己采集，厂家的培训只是供应了方法论，而修为的高深还是要靠自己的努力。

从上面的例子我们可以看出，厂家的独有技术参数只要能充分利用，也能成为我们终端致胜的法宝。

2．充分利用终端的宣扬物料

随着其他品牌数字电视的大规模上市，数字电视这块市场的竞争越来越猛烈，学会应用终端宣扬物料来宣扬我司产品已成为一名弱势品牌优秀导购人员的致成功器！现在笔者例举两例厦华宣扬物料在终端的应用：

由于中国的数字信号还未正式开通，各个厂家多在预炒数字电视的概念，但全部的品牌也只有厦华敢对消费者做出上述承诺（见承诺书），在终端销售过程中，笔者通过出示承诺书来解决消费者“市面上的数字电视能否接收将来数字电视信号”的顾虑，做到让消费者“用的安心，买的放心”。其次个证书的作用除了向消费者证明厦华彩电产品的技术含量以外，还能奇妙地向消费者传达“厦华彩电已不是传统意义上的模拟电视，而是一种终端显示器”的信息，从而加强厦华彩电的高品质、高质量的形象。

以上两个“人无我有”的宣扬品，在终端销售中往往能关心笔者更有力地劝说消费者。从这两个例子我们不难看出，终端宣扬品只要我们应用得当，就是我们增加产品劝说力的利器。

3．对不同的消费群体用法不同的推广用语

消费群体由于学问层面存在差异性，在给顾客介绍功能卖点的时候应充分考虑。

导购员心得体会21、选择一家国际大公司

加盟公司前，要做好代理品牌的市调，否则就是方向不对，努力白费。

由于在化妆品德业，你拿着一款生疏品牌，想大规模引导当地消费习惯，开单难上加难，咱们只能顺应消费习惯，做锦上添花的事情，根本做不了雪中送炭的推介!

假如加盟一家化妆品公司，仅仅是维护终端，搞一搞节日促销支配，平常充当理货员，这类工作不是开疆拓土式的销售，提成有限，建议慎重加入。所以在黄金行业，选择公司太重要了，挺直打算你的收入

2、只做优质产品

公司选产品五个原则：A、中高端品牌;B、产品在当地知名度高;C、有大量用户群;D、质量牢靠效果好;E、当地有肯定用法历史。

3、岗位是跑渠道招商和加盟;

一线城市攻略：一线城市北上广深，多以厂家和大批发商为主;

4、公司支持力度大，重视服务，信誉度高。

二三级城市攻略：多以代理商为主，越大的代理商越有机会拿到市场将来可能暴红的品牌，建议以品牌为市调重点，通过市调猜测品牌将来趋势，再顺藤摸瓜找到有机会或正在代理该品牌的公司，争取加盟，把握好致富时机;

大代理商攻略：市场爆红品牌有时可遇而不行求，在市场临时缄默期，咱们可退而求次，由于在二三线城市，大牌厂家多是托付大代理商为其聘请区域营运人员，待遇不菲;

做好预备，以大牌厂家的业务目标来切进行业。

5、进军化妆品德业，要做到四个积累

结交行业牛人，几个牛人抱团一起做事

A、积累人脉资源：

主动结交线上线下各路销售渠道;行业牛人;厂家OEM代加工等人脉。前期特殊要交往各省市数一数二的日化店、美容院老板和店长以及有影响力的BA老师等。尤其应当单爆一个省的渠道人脉，后期代理产品能很快铺货，创收。

B积累行业阅历：

·扫一眼产品，便能知道产品成本、进货价、市面价、原材料品质、包装是否畅销，了解流行趋势，信息灵通，有货源优势;

·有打造“爆款”的力量，一个应季爆款，能带来几十万利润;

·成长为店面销售、招商和在线销售三合一高手。

C、积累投资：

化妆品德业创业，要有投资，白手起家不太现实。

D、积累行业技能优势：

行业最重要的是服务，特殊是受电商冲击后，拓展和留住客户更加需要;

自学或请教高手，学习化妆品美容保养技法，无论是打工还是创业，都能在销售过程中为客户供应增值服务。

6、留意：提防拿我们的努力当炮灰。

不论是代理境外还是国内化妆品牌，要提防厂家取消我们代理资格，或每年都有新厂家冒出来，我们代理新品猛打猛冲，然而开拓一个市场很难，没打开市场，则赔钱陪时间;打开市场，就怕厂家见钱眼开，舍掉一个商，招来100个商，当炮灰不值当。

A假如没有厂家的人脉，尽量不要做代理商，除非有赚快钱的机会。

B假如想加盟美容连锁店创业

C假如自身没有优势，请不要投资作美容院或养生馆;

D假如没有数量级的粉丝群，在“淘宝”开化妆品店铺，赚钱难，由于电商毁灭了暴利，销售模式又不起量，长此以往，非“创业”上策。

导购员心得体会3

1．利用独有技术参数和机器性能，制造虚拟对象进行攻击

在终端实战中，一般说来，消费者在购买彩电的时候，会货比三家，导购人员如何引导消费者作出购买打算是达成交易的关键。现在在我们借用swot图来分析一下，厦华彩电应如何利用独有的技术参数来制造虚拟的攻击对象。

假如其他品牌给消费者输灌“扫描线越多或精显倍数越高彩电清楚度也就

越高”“我们是1250线扫描、8倍精密显象，800-600的辨别率”的理念时，笔者就亮出厦华的技术王牌“1920线扫描、12倍精密显、1024-768的辨别率”，用其他品牌的“市场训练”结果制造虚拟的攻击对象，让消费者学会自已学会对比，再恳请消费者自己作出明智的选择，结果往往是其他品牌的导购人员搬起石头咂自己的脚。

各厂家的技术同中有异，做为一线的销售人员，笔者认为我们有必要查找出同一技术中的差异，在介绍产品过程中进行技术辨义，扬长避短！比如现在国内品牌多在炒作3d数字彩电，而各个品牌的3d技术又不尽相同，名同而实不同。如创维的3d从宣扬单上看只是侧重三维空间音响系统，其3d数字彩电的实质是“音响+逐行技术”而并非从技术上的突破，其3d有偷换概念之嫌；康佳的3d是由“垂直扫描+水平扫描+对角线扫描”构成；厦华的3d是由“空间维+时间维”构成，这一微妙的技术差别只有细心

人才能留意到，在介绍产品的过程中，笔者往往会特殊对一些消费者进行善意的“提示”，让消费者明明白白的去消费！

用数据说话是最有劝说力的，而这些数据的获得是要靠平常自己采集，厂家的培训只是供应了方法论，而修为的高深还是要靠自己的努力。

从上面的例子我们可以看出，厂家的独有技术参数只要能充分利用，也能成为我们终端致胜的法宝。

2．充分利用终端的宣扬物料

随着其他品牌数字电视的大规模上市，数字电视这块市场的竞争越来越猛烈，学会应用终端宣扬物料来宣扬我司产品已成为一名弱势品牌优秀导购人员的致成功器！现在笔者例举两例厦华宣扬物料在终端的应用：

由于中国的数字信号还未正式开通，各个厂家多在预炒数字电视的概念，但全部的品牌也只有厦华敢对消费者做出上述承诺，在终端销售过程中，笔者通过出示承诺书来解决消费者“市面上的数字电视能否接收将来数字电视信号”的顾虑，做到让消费者“用的安心，买的放心”。其次个证书的作用除了向消费者证明厦华彩电产品的技术含量以外，还能奇妙地向消费者传达“厦华彩电已不是传统意义上的模拟电视，而是一种终端显示器”的信息，从而加强厦华彩电的高品质、高质量的形象。

以上两个“人无我有”的宣扬品，在终端销售中往往能关心笔者更有力地劝说消费者。从这两个例子我们不难看出，终端宣扬品只要我们应用得当，就是我们增加产品劝说力的利器。

3．对不同的消费群体用法不同的推广用语

消费群体由于学问层面存在差异性，在给顾客介绍功能卖点的时候应充分考虑到这一点。技术参数对大多消费者来说是特别生疏的，笔者留意到其他品牌的导购人员在推广数字逐行系列时大多是用法“1250线、8倍精显、0.64点节距”“wow、srs”等专业性的用语，不能

形象地传达产品的功能卖点。笔者在介绍厦华数字高清系列时最常用法的是“dvd的清楚度、dvd的音质”或“dvd的清楚度、vcd的音质”，这种推广用语能简洁明白地向客户传达产品的功能卖点，并能说明同类产品价差的缘由在于音质上的区分！

言简意骇的推广用语，往往能在终端销售中起到事倍功半的效果，做为一名优秀的导购人员，应留意在实践中总结行之有效的推广用语！

4．现场突发大事的处理

大千世界，芸芸众生，顾客千姿百态，什么样的顾客多有，在销售一线的销售人员往往要有敏捷的应变力量。如：开箱新机有划伤被客户发觉了，我们应当如何处理呢？在事实面前，辩解是苍白无力的，这时我们最好的处理方式是“对不起，我们搬运工师父搬错机器了，这是我们要退回厂家的划伤样机，我们立刻给你换一台新机器”这样的回答，顾客在心理上会接受的，也可以避开不必要的争吵给厂家带来不必要的负面影响。

导购人员是厂家在终端的形象代言人，导购人员的一言一行多会间接影响到产品在消费者心目中的形象，“好事不出门，坏事传千里”没有敏捷的应变力量来处理类似的突发性大事会挺直影响到终端的销售！这种应变力最终还是要来自实践，在平常我们就应留意其他品牌的人员是如何处理该类大事，积少成多，应变力就随之增加。

5．如何处理消费者的异议

由于笔者是长期奋斗在销售一线上的员工，经过长期的总结发觉，消费者的异议有许多是聚中体现在以下几个方面：

①“厂家送赠品，是否是羊毛出在羊身上”

应对处方：厂家的促销活动是阶段性的，厂家赠送礼品的目的是促进销售，而非是一种“捆绑式销售”，其次，厂家赠送礼品属于厂家的市场推广活动与商家的利润无关，且这种活动是有时间性的，所以消费者的担忧是多余的。

②“我买以后没几天，会不会再一次降价”

应对处方：“消费者是厂家的上帝，任何一个明智的厂家不会愚蠢到为了得到-新上帝-的青睐而抛弃-旧上帝’盲目的降价行为会损害厂家自身的利益“或“从长期来看降价又是确定的，但是厂家会考到消费者的利益，比如我们现在所送的礼品就是对产品的保价行为“

③“售后服务是否象厂家宣扬的那样”

应对处方：每个厂家多有自己售后服务的名称及承诺，如厦华的“小蜜蜂“服务工程，我们要充分利用厂家给我们的各种资料来打消顾客的顾虑。

④“为什么xxxx型号要比aaaa型号贵”

应对处方：这个问题应从产品的功能、原材料、技术含量等方面来说明，让消费者明白我们的产品贵在“实在“让消费者从心理上认同这个价格。

⑤“你们的产品和其他品牌比起来，究竟谁会好一点”

应对处方：这是一个最麻烦的问题，由于现在的大商场都有“导购人员之间不得相互攻击“的规定，面对消费者的提问，我们最好从企业文化和行业背景入手，淡化消费者对品牌的横向比较，让消费者学会选择。

⑥“厦华彩电？我怎么没听说过“

应对处方：“首先，这是由于我们只做高端机型，价位偏高，我们的目标市场主要是锁定在一级市场和二级市场，而非农村市场；其次，我们广告做的少是由于我们把广告的费用节约下来用于新品的开发，所以我司的技术研力量是同行业中的佼佼者；再者，知名度意味着广告费和推广费的浩大，这笔费用最终还是要让消费者来买单，您是买广告还是还是卖产品？“把消费者的视点从品牌知名度问题，转移到产品的技术含量上，扬长避短！

消费者的异议解决的好，就是交易胜利的一半。而解决异议的力量不是一躇而就的，它是在不断实践中总结和完善的，优秀导购员的“优秀”之处是在于擅长学习，擅长总结，不是盲目被动地等待答案，而主动地去寻求答案！

6．如何应对新兴的“团购”消费方式

随着竞争日益猛烈，几乎全部的厂家多会对一次性购买较多产品的顾客实行肯定的价格折让政策，由于消费者消费意识的不断成熟和提高，消费者往往会几个人或甚至十几个人的购买量来压价，这是近几年兴起的零散型“团购”，面对这种新的消费方式，有的导购员急于成交往往会压低商家的利润来达成交易，一次或许商家可以容忍，但假如是常常性的行为，商家必将抵制导购员的损人利已行为，最终造成宁有需求商家也不愿出货的局面！对这种消费方式，笔者往往会对来人较多的购买团体多留

一个心眼，比如在价格上留有肯定的让价余地，在礼品上保留一手，在价格上僵持不下的时候，就协作礼品进行“优待”折让，说究竟许多消费者要的是心理上的“优待”，只要把握住消费者这一心理特点，我们就能从容地保证商家有肯定的利润空间。

面对批量大的团购，导购员仍要把眼完放长远一点，商人重利，损害商家的利益最终也必将损害到自身的利益。

要想成为名副其实的优秀导购员，除了良好的心态以外，还要注意学习：向同事学习，向竞争对手学习，向顾客学习，要学会超越自我，永不满意，通过量的积累，必定会实现自我超越，成为王牌的导购员，实现自己的.价值。在工作中学习其乐无穷！

导购员心得体会4

昨天晚上又去联想,进行实习面试之前的培训.女督导说了她进联想时的面试,她对面试官说:我做过联想的导购.当时面试官问:那你做了导购有什么收获和阅历呢?

我想到了收获和阅历,国庆我在联想做了三天的导购,的确收获不少.最大的收获或许就时增加了自己不少的信念.和其他许多人一样,做兼职感觉很累,但和其他人不一样,就是工作过程中我并不期盼赶快结束,在最终一天,我舍不得那里的人,我甚至想多做两天,只是公司只给我们三天的兼职时间.在那三天里,做了许多事,我们是做兼职的,去的时候刚好是店面搬到新家,于是清理,布置店面,扫地,贴海报,第一天的时间过得很快,许多时候我主动去问店员说需要我做什么吗?或者看到他们在做事我会过去帮忙,顾客过来的时候我们会帮忙招呼,但是店员不允许我们卖,由于他们是提成的,怕我们坏了事.有时候店员在介绍产品,我会在四周听,观看她们怎么推销,假如意识到对方很可能有买的倾向,我会去帮顾客倒水,微笑着递给他们,请他们坐下.派传单是做得比较多的事，我做得很快乐,对自己也很满足.我并不觉得派传单是一件很无聊的事,由于我派得很快,厚厚的一叠传单在我手里一会就派完了,总店长当时看了也很惊讶:”怎么能这么快?”下面说说派传单的阅历.一个是位置的选择,刚拿到传单的时候,刚好四周有彩票卖,人特殊多,我想在里面派,但是被保安员拒绝,他对我说不能在里面派传单,这是不允许的,要的话只能在广场外面派.我微笑着跟他说不好意思.但是去哪派呢?假如任凭找个地方,不是每个人都会接你的传单的,那样我手中的传单就要花比较久的时间才能派完.我看了四周有个红绿灯口,刚好每次绿灯会有许多人走过来,于是我就站在公路对面,这样子像是一班班,绿灯一亮就有许多人过来,刚好一过来就是我们的店面,那天早上的传单发得很快.回到店面的时候那个大哥说:怎么发得怎么快啊?美女就是不一样,一派就有人拿.我只是笑笑.下午两三点的时候发传单，在同样的地点人流量少了许多，而且也很少有人会接过你的传单，大家都匆忙忙忙，于是我找到另一个路口，这里人流量特殊多，而且大都是往广场这边来的，我刚站在那的时候就有保安过来说这里不行以派传单。我笑着回答说好的。只是他一说完就走开，也没怎么理我，于是我还是站在那里发，这个地点比早上的人流量好多，传单很快就发完了，回去的时候负责整个区的店长的负责人很惊异地问：“你发完了?”我说是啊，他说：“这么快，刚刚拿给你的时候可是挺多的啊!”说实在的，那一刻挺骄傲的。

另一个是表情，一般我发传单的时候我会带微笑，稍弯腰，而且每面对一个人我都会给称呼：阿姨麻烦看下，小姐看下吧，联想搞促销。先生……我发觉，一般你带着微笑，称呼别人并递出你的传单，很少人会拒绝你的。

在那三天里，我让始终严苟不言笑的店长最终对我惝开漂亮的笑容。并且和店里的员工都相处得很好，他们会传递给我他们的阅历，并邀请我以后若有机会连续到他们那里做兼职，第三天晚上，一个店员还要我当他的妹妹……

这是我第一次做兼职。没有别人说的单调，无聊，和厌烦，却有许多收获，有快乐，有不舍。这也是对我自己力量一个很好的证明，给了我更多对自己的信念，我信任，将来我肯定开创出无限的精彩!

导购员心得体会5

从学校回来以后，我在县城找了份工作，在一家衣服专卖店做导购员，虽然我学的是护理专业，可能用不上，但总觉得多尝试一些，多实践一些，多些阅历总是对以后会有关心的.记得第一天上班，出于对初次工作的羞怯，总觉得无所适从，当看到其他的同事忙得不亦乐乎的时候，自己却帮不上什么忙，真的恨不得找个地洞钻进去心中很多次给自己打气说，有什

么好怕的呢，但自己始终放不开，只好在门口招呼客人，以前逛街的时候，很多次经过专卖店，从来没留意那些站在门口的店员们是如何做好她们的工作的，可如今自己站在这个岗位上，亲身体会工作的味道，懊悔自己的当时，幸运的是，同事们对我挺照看的，店长是一个布满活力的小伙子，他给我讲解了很多招呼顾客的方法，有什么应付不了的，他总是和我协作，把工作做好，还有小贝她们，具体地给我介绍了各种款式适合哪些人穿等等.中间我学到了很多阅历，譬如要有耐性，要学会见机行事，顾客是我们的上帝，顺随他们的脾气，像还价等不合理要求要婉言拒绝，作为一个小店员还要勤快，要始终面带微笑等等.其实作为一个护理人员也需要有这样的素养。

虽然我只是大一，但离真正参与工作也不远了，从我进高校以后，觉得时间过得真快，唯恐自己还趁早学就再也没有机会了，我的许多的同学有的已经踏入.，有的结婚生子，有的还在复读，苦苦的熬.我深感到，我进入高校并不是人生的终点，只有多吃苦，才知道生活的艰辛，不易.虽然只是两个星期的短短的时间，我却觉得像经受数年，自己长大了很多.店里各种各样式顾客，有有钱的，穿得很气派，也有一些贫寒的，进来看看.看到心仪的衣服，却苦于囊中羞怯，专卖店里的衣服一般价格不菲，像一般的人很难接受，但还是常常看到一些穿着简朴的父母带着孩子来买件新衣过年.曾看到一位贫困的母亲在门前徘徊半天，在特卖的衣服堆中翻出一件处理的童装牛仔上衣欣喜的付了钱，只为上面也有oniy的品牌，看了很让人心酸.店里的的士高音乐很大，年前的生意也特殊好，成天送往迎来，推销自己的产品，口才，待客看法，还有热忱的招呼都让顾客享受到了专卖店里专业的服务.店长曾经说，专卖店里不只是特地卖衣服，顾客来这是花钱买服务，买我们的信誉.我.在心，看到很多回头客最终在我们手中买走我们品牌的衣服时，心中的无限的欣喜，傲慢，胜利的喜悦难以言表，我很庆幸自己选择了一个好的熬炼空间，感谢店长他们给了我这个机会让我学到了许多学校里学不到的东西，感谢！

.实践的时间并不长，可它使我熟悉到：人的一生中，校内并不是永久的学校，真正的学校只有一个，那就是.。一周的实践一晃而过，却让我从中悟到了许多东西，而这些东西也将让我终身受用。.实践加深了我与.各阶层人的情感，拉近了我与.的距离，也让自己在.实践中开拓了视野，增长了才能，进一步明确了我们青年同学的成材之路与肩负的历史使命。.是学习和受训练的大课堂，在那片宽阔的天地里，我们的人生价值得到体现，为将来打下坚实基础。我会不断实践，在实践中熬炼，在实践中得真知。在今后的学习生活中会更加努力，端正思想，明确方向，在不断完善中求进展。

导购员心得体会6

进入xx从事导购工作已经有两年多了，在这两年时间里，通过公司的培育及自己努力的学习，使自己的销售力量有了较高的提升。现在就我自身的销售阅历及销售心得与大家做个共享。

我们每一天都在面对面的与消费者沟通，我们的一言一行在消费者的眼中都代表着企业的形象，所以我们首先应当给自己的定位要高，我们是xx品牌的代言人，只有充分地了解我们所销售的产品的特点、用法方法、性能等，以此为基础，适当的为顾客供应良好的服务、建议和关心，以优质的服务来服务顾客，才能压制竞争对手。

潜在的顾客在我们的热忱与微笑中诞生。同时，我们又是企业与消费者的桥梁与纽带，我们一方面要把产品信息传达给消费者，另一方面要把消费者对产品的建议和盼望反馈给企业，以便更好的服务于消费者。产品当然重要，但我们肩负的责任更重要，由于产品自身是不能与消费者沟通的，只有我们才可以和消费者之间建立良好的沟通关系，把企业的信息完整、精准的传达出去，把“好房子，要配好厨电”的理念通过我们一线的销售人员更好地诠释给消费者!

就阅历方面来说，我个人的总结有以下几点：

1、对产品和自己要有高度的自信念。对产品及自己强大的自信念，将我与顾客之间的关系建立得更加美妙。用自信及热忱去感染顾客，热忱、执着是我能在导购这个岗位取得一些成果的内因。更重要的是我能依托xx这个平台来发挥自己的专长，让自己的工作成为自己的事业，是我最傲慢的地方。同时要用布满.的心态对待每一位顾客。

2、了解顾客的需求，熟记产品学问。我个人觉得了解顾客的需求是导购的关键，针对不同的客户，为他们供应适合的xx产品是我始终坚持的。我觉得做导购是有技巧的，首先你要观看消费者的需求是什么，然后找机会向顾客推举自己的产品，突出自己产品的特点，在此过程中要细心，耐烦，不要急于求成，从心理上赢得顾客的信任，让顾客接受并信任我们的产品。由于作为导购员就是要引导消费者进行消费，我们必需对我们的产品的外观、功能、技术参数烂熟于心，让顾客在比较不同款式，不同功能的产品中选择我们的产品。作为一名导购，除了要有较强的专业学问外，还要把顾客当伴侣，跟他们谈心，在融洽的氛围中完成每一笔销售。

3、良好的心态是做好导购的基础。作为导购员，保持好心态，永久用最真诚的看法去面对工作和顾客，抓住每一次机会，全力付出，努力过了，就不会懊悔，同时欢乐地营销!心态打算成败，时刻保持一种主动向上的心态，设定阶段性目标，并为达成目标努力。

4、具备良好的学习力量。我们要具备良好的学习力量，只有不断坚持学习熟识产品学问、不断创新，并能够把握现代营销技能，才能树立品牌形象，提升品牌服务价值，我们要珍惜每一次公司供应的培训机会。家电行业里竞争激烈，我所在的衢州普农家电卖场里，厨电品牌多达十多种，两年多的一线导购工作让我受益匪浅。我比较喜爱学习和反思，我觉得肯定要多学习，多了解xx品牌理念和企业文化，对产品学问把握的越多就能让顾客更信任你，也能使自己的工作干得更好。对于学习，我们不仅要学习自己品牌的产品学问、特性，同时，还需要了解行业内的全部产品，进行具体的市场分析，对核心的竞争对手做出策略性的应对方式，这样在导购过程中就能够知己知彼，开展工作。

我坚信只有多点付出，才能多点收获。只有从事自己喜爱的工作才会有热忱，而做导购就是我所喜爱的一份事业，我从导购工作中获得了乐趣。当我每卖出一件xx的产品时，都会有一份成就感。我会始终从事这份我喜爱的工作，通过自己的努力，使xxxx年的销售业绩得到更好的提升，并做到“以此为乐，以此为业，以此为生”!愿与xx同成长!

导购员心得体会7

通过这次实习，使我熟悉到企业文化对于企业生命的重要性。企业文化是企业将从来没有过的人文理念以人性的方式融入经营体系，从而快速提升企业的凝聚力，并且增加了经营体系不断创新的力量。而创新又不仅是企业家或员工个人价值的体现，也是企业的一种超越传统的经济行为更是一种生命力更强的、制造价值更高的经营要素。

3个月的实习生活，非常感谢公司对我供应的关心。能够拥有这样的经受，无论是对现在的自己还是将来的自己都是有所裨益的，感觉自己真的是很幸运。在这里，我能够有机会通过实践来加深自己的服装专业学问，学会了如何合理的把所学的学问运用于实际操作中，让我充分的体会到团队协作的必要性，磨练了自身的意志，得到了真正的熬炼。学到了很多为人处世的道理与方法，学会了和善待人，也学会了时刻勉励自己，使自己始终保持自强不息的良好心态！这也让我明白了很多事情，了解到生存的艰辛，工作的辛苦，端正了自己以前那种不珍惜别人劳动的不良心态，也明白了.的复杂和多样性。为了能更加了解.，适应.，融入.，我们要不断地学习新的学问，在实践中合理的将其运用，不断地提高自己的素养，熬炼自己的力量，使自己在激烈的竞争中立于不败之地。

此时此刻;即将面临毕业，最深切的感受就是，无论从何处起步，无论详细从事哪种工作，仔细细致和踏实的工作看法才是胜利的基础。

导购实习心得体会总结

在新百实习的其次个月，我轮到了导购的岗位，起初并没有觉得这个岗位对我有什么挑战性，就是与顾客接触，介绍商品，然后努力成交。但当我切身的在导购这个岗位上的时候我才深切的领悟到导购的工作并没有我想象的那么简洁。导购员在销售过程中有着不行代替的作用，其在一线与顾客挺直接触，能够导向顾客的消费趋向。导购员在卖场里扮演的是个推销员的角色，但不仅仅是推销商品、统计销量，还要对消费者的行为进行观看、分析，对竞争对手进行信息反馈，给顾客优质服务等。而导购员的身份也不仅仅是一名导购，那是我们整个品牌的形象和代表。

在姬龙雪专柜近一个月的实习，基本熟识了导购员的工作流程和店铺的运营流程。我所学习并感悟到的包括以下几个方面：

一，商品的基本学问。

作为一名导购，必需对商品有了很好的了解，才能去介绍给顾客，进一步才能察觉到顾客的购买欲望，最终达成销售;同样对作为一名商场的管理者来说，只有对商品学问有了熟识的了解，才能有形成更为敏锐的市场嗅觉，才能在与供应商谈判的时候更有底气。商品的基本学问包括许多方面，如商品的价格、款式，商品的功能、设计、品质的特征，商品的面料以及商品的保养等。例如，姬龙雪专柜，箱包风格以时尚休闲为主，加上各种不同的皮革加工工艺，达到质量与外在的完善融合;针对皮革的保养，用专业的清洁膏清洁，并涂上适当的专业爱护油，切忌储存前要将包用填充物撑好然后放入防潮袋保存。

二，商品的陈设技巧。

专柜内优秀的商品陈设，能够第一眼吸引到顾客，将商品的最佳效果呈现给顾客，使消费者对商品产生印象，引导顾客消费，并让顾客顺当随便的观看到他所想要的商品;一个好的商品陈设也能让顾客清晰的看出店铺的风格主题，.同时还有装饰店面，美化卖场的作用.通过这段时间的实习，我学习到许多臆想外的学问，也熟悉到什么工作都不是那么简洁的，都需要有相印的专业学问，任何工作都容不得我们怠慢，我们要时刻有一颗虚心求知的心才能不断取得进步！

导购员心得体会8

家具行业导购员普遍存在的问题是家具的价格、性能、质量、售后服务和公司的品牌形象等都是影响终端店面销售的一些因素，抛开这些方面，影响终端店面销售的还有两个主要因素：产品的形象展现和导购员。产品和形象展现对渲染、营造店内气氛、强化产品标识印象及引导消费等方面非常重要。高质量的展现可以给顾客良好的印象，吸引他的眼球，让他来到我们的专卖店或展柜前，从而制造更多的销售机会。但是，在终端店面中起主导作用的并不是第一个因素，而是其次个因素——导购员的工作。一些很强势的品牌，由于没有好的导购员，销量和它的市场地位并不相符合；反而一些弱势的品牌，雇佣了很有阅历的导购员，它们的销量相对而言也很可观。

在工作中我们发觉，导购员在面对顾客促销的过程中有许多不恰当的地方，下面是一些普遍、典型的问题：

第一个问题：语速过快、吐词不清

在实际观看中我发觉，面对顾客的时候，许多导购员说话的速度比平常快了三分之一多。我曾经和顾客站在一起听促销员讲解，在她讲完后，以我对公司产品的熟识程度，尚不能完全明白她说的什么。可以想象，顾客肯定是如坠云端、不知所云。当你讲完的时候，他对产品的基本概念都没有形成，更不要奢望在他的脑海里留下什么深刻的印象了。在一个顾客对你的产品还没有基本了解的时候，你盼望他打算购买你的产品，这无疑是不行能的。其实，平常导购员说话或训练时，她们的语速并不是显得特殊快，说话也很清晰。出现这种现象的缘由可能是她们面对顾客时有些紧急。这正如有些同学一样，平常的成果很好，但是一到考试就要砸锅。说究竟这还是一个心理素养的问题。所以一个好的导购员首先要培育良好的心理素养。在任何状况下都要稳住心神，不能急躁。给顾客作介绍的时候，语速应当比平常说话慢一点，说不同方面的问题时要做短暂停顿，重要的地方要重复强调几次，力求让顾客听得清晰明白，另一方面也可以让他在你的展柜前多站几分钟，这样推销胜利的几率就会更大一些。

其次个问题：抓不住重点

不同的顾客，对家具关怀的重点有所不同。有的最关怀价格，他盼望你能够在价格方面多介绍一些，看看是否有合适他需求的价位，是否可以在标价上面有所折扣，是否有什么促销礼品等；有的人对价格并不敏感，他最关怀的是家具的性能，他盼望得到更多有关产品性能的信息，盼望你告知他你的家具有些什么独特之处，盼望了解这套家具在质量款式等方面有什么突破等等；有的最关怀质量，他盼望你能够多说说质量的问题；有的最关怀服务，他盼望知道公司在送货、安装、修理等售后服务方面的政策。

导购员假如抓不住顾客关怀的重点，只是根据自己的想法给顾客讲解，就很难得到顾客的认可，很难让顾客满足，也不行能激发顾客购买的欲望。那么，怎么辨别顾客关注的重点呢？这可能是他问的第一个问题；可能是他反复追问的问题；可能是他主动要求你介绍的问题；可能他会说“某品牌家具怎么怎么好”，或许这一点正是他最关怀的。总之，要从顾客的言语中发觉他关怀的重点所在。然后对症下药，在这一点上做具体的讲解，充分展现公司产品的优点。

第三个问题：术语（名词）过多

一般而言，大多数导购员还是比较了解和熟识自己公司的产品，但正是她们的了解使得她们在为顾客做介绍的时候往往会犯一个错误，这就是：假设顾客和自己一样对专业术语（名词）比较清晰。例如：“进口红橡木经过高温真空缓慢处理”是公司的一项技术，本技术使材料干湿度达到国际标准，具有不变形、不虫蛀、耐腐蚀等优势，一些导购员在给顾客介绍的时候喜爱说：我们的进口红橡木经过高温真空缓慢处理。事实上，促销员自己觉得很清晰，但是顾客却是很生疏的，他并不知道那个“高温真空缓慢处理”是什么东西，感觉非常模糊，许多人甚至并没有听清晰你说的是哪几个字。他经常会追问：什么？所以促销员在给顾客做介绍的时候，要用顾客很简单听懂的话来说，要用生活中的语言来说，要把抽象的名词用详细的功能来说明，要告知他可以得到的实实在在的好处是什么。

第四个问题：没有条理

在向一个顾客介绍家具的时候要涉及到许多方面的问题，包括品牌、价格、设计风格、性能、质量、附属功能、售后服务等。那么，先说什么，后说什么就很值得探讨了。许多导购员在讲解时是没有章法的，显得很混乱，甚至该说的没有说到，不重要的却在那里反复地说。介绍家具时，一般应当根据下面的程序讲解：设计风格、质量（材质）、特点以及带来的好处、服务、价格。对该套家具的卖点要突出介绍，并且在说每一个不同方面时要加上“第一”、“其次”的序列号，序列号要重复两遍，再接着说下面的内容。这样让顾客感到条理清晰，很简单明白整体状况。假如发觉顾客有特殊关怀的问题，则要把这个问题放在第一位具体讲解。

第五个问题：分不清晰谁是购买决策的关键人物

就我国的消费水平和消费习惯看，家具属于大的耐用消费品。对许多家庭来说，购买家具的打算也是一个较大的决策。因此，在实际购买家具的顾客中，一个人来的很少，多是一家几口，或者是一个买主和若干个参谋。

面对几个甚至是一群人，导购员首要的任务就是辨别谁是要买的人，以及谁是对决策影响最大的人。假如不先搞清晰攻击的目标就在那里乱说一气，很可能你费尽心机去劝说的人根本就是来看喧闹的，真正对决策有影响力的人反而被你冷落了，这样的结果必定是事倍功半。那么如何知道谁是关键人物呢？假如是一家人来的，虽然可能女仆人问话多一些，但是真正决策的多是男仆人。在来的一群人中找到买主还算比较简单，通过简洁的观看就可以知道。其实，我们很难找到一种辨别影响决策的关键人物的万能方法，最重要的还是靠促销员的阅历和感悟。

第六个问题：不知道如何和别的品牌做比较

出于某种心理，许多顾客喜爱说“某某牌子的家具是如何如何好”。这就有一个怎么样打击别人，宣扬自己的问题。我曾经听有的导购员这样贬低别的品牌：那是个杂牌子；他们的质量很差。这样类似人身攻击的话语实在是不恰当的。其实贬低别人并不能抬高自己，唯一的结果只能贬低了自己。须知一个品牌的存在必定有它存在的理由，必定会有它的过人之处。而且，一个明智的顾客肯定会对这样的说法非常反感。

但是出于商业竞争的需要，我们不行避开的要打击对手。那么，什么样的说法既不引起顾客的反感，又达到攻击对手的目的呢？最重要的是突出自己的独特卖点，拿自己的特长和对手的短处比较。比较的时候要有理有据，要有较大的劝说力。此外，要勇于承认对手的特长。当顾客说别的牌子的家具有何优点，假如公认是这样的，那就没有必要去争什么，可以大度地表示赞同，还可以说“这一点是我们学习的榜样”。假如事实上并非如此，也可以给顾客一个合理的说明。

第七个问题：过度服务我发觉这样一个现象：一个顾客在某套家具前观看，可是导购员一走上去他就离开了。我曾经问过一个顾客，他说自己是被吓跑的。对此我做了一个不完全的统计，发觉被“吓跑”的顾客多有以下特点：外表文弱，青年男性。这种现象给导购员出了一个难题，那就是：是主动地上前和顾客搭话，还是被动地等顾客的询问？怎么判别喜爱自己单独观看的顾客？事实上，我们根本不行能找到一个肯定的判别方法，只能靠促销员的个人阅历和感悟力量。

第八个问题：不先搞清晰顾客的需求不同的顾客有不同的需求，有的需要高档豪华的家具，有的需要经济有用型的，有的喜爱敦实厚重的，有的喜爱时尚简约的，还有的人甚至根本不知道自己需要的家具是什么样子。假如顾客想要轻松简约的的，而你在那里舍命向他推举敦实笨拙的，你说他会购买吗？假如顾客想买一套经济型的家具，而你却在那里跟他说某套豪华家具怎样怎样性能优越，这会让他非常尴尬。导购员面对顾客的时候，首先要搞清晰对方的需求。这可以通过观看、倾听和询问得知。通过观看顾客的年龄、性别、衣着、气质、谈吐，还有购买的用途，比如是公司的还是私家的，民营和还是国有的，老板自己买还是办事人员买等等可以猜想他需求的层次；倾听就是让顾客自己说出来需要什么样的产品；询问是最需要技巧的，特殊是在档次（价格）的询问上，是一个敏感和简单让顾客受伤的问题。

要搞清晰的第一个问题应当是“您需要什么类别的家具？”“房间的空间有多大？”。再搞清晰他需要的价格，接着介绍相应类别、款式、价格的家具。

第九个问题：身份问题

我还发觉一个好玩的现象：销售量大的导购员多是30岁以上的已婚女性，年轻的未婚导购员业绩不如她们。可能的缘由是已婚女性比较善解人意，比较简单沟通，给人的亲切感和信任感较强。而且她们也比较敬业。这或许可以为我们聘用促销员供应一点参考。

第十个问题：和顾客做无谓的争吵

这是一个偶发的现象，不是出现的特殊多，但是造成的影响很坏。我在家具市场发觉过这个问题。有一次，一个顾客说两套家具的材质不一样，但是一个导购员坚持说它们是一样的，结果是不欢而散。其实，我们的目的只是想顾客推介产品而达成购买，当顾客说到一些无关紧要的事情时，我们实在没有必要去做无谓的争吵。假如你不同意顾客的说法，一笑了之就可以了。

导购员心得体会9

服装导购员，简洁说来就是在卖场指导消费者购买服装的人，大部分服装导购员工作不太稳定,具备短期性,而且难以管理。

此外，服装导购员不仅是推销员,她们在卖场中不仅仅推销商品,统计销量,而且要对消费者的行为进行观看,分析,对对手的信息反馈,对客户的优质服务等.所以，服装导购员的力量提升挺直关系着服装企业的进展，但是多数企业缺乏服装导购员培训心得，企业对导购员的培训都是在摸着石头过河，今日为大家总结了一下服装导购员培训心得的思路，盼望对服装企业店主们有肯定的关心：

心得一：培训服装导购员的职业规划

由于许多企业对通路导购存在短期性,做为企业对从事服装导购工作的伴侣就应当对他们今后的工作有长远的准备进行引导,服装导购工作兼容统计,推销,陈设,市调等,是复合性销售人才,导购工作是培训市场部经理最好的学校,有了明确的人生目标,对导购员来说就不是一份短期的工作了,通过从事导购工作,可以学习到许多的产品学问,行业学问.此外,你还会感受到企业文化,企业的历史背景,假如你是国际品牌的导购,那样你还会学习到更多的学问,甚至于学习终端管理的科学方法,在你职业人生中会重重地写下一笔.心得二:培训服装导购员对不同服装类型的把握

我们在许多卖场发觉,大多数企业在聘请导购人员时,都喜爱找年轻飘亮的女孩子来从事导购工作,这是不正确的,由于不同的服装类型需要不同性别的导购人员,包括年龄的选择.试想一下,假如让一个女孩去导购男式\*\*\*。因此,企业要依据不同的服装品牌类型来选择不同的导购员.如年龄段,性别等的选择.心得三:培训服装导购员的细心程度

1.导购员的工作日报不能仅仅只记录一天卖出去多少,而是要特别细化的对卖场的人流量,服装的销量等进行记录,对来这里的人消费行为特点,风俗习惯,甚至于对消费者在购物前的心理改变的记录与分析,记录一切与销售与关联的事情,间接的与挺直的都要记录,越祥细越好,这不但能准时反馈到公司,关心公司讨论开发产品,制定销售政策,就是对自己今后的职业生涯的提升也有着很大的关心,所以观看与分析对一名导购员来说事关重要.2.一般在卖场我们看到的都是导购员对一天的销量的统计,由于这是与导购员有着挺直的效益挂钩,但是做为企业对导购员的工作日记应当进行更高的要求,导购员的统记工作它应当包含几个方面,不完是销量的统计,笔者曾见过一本导购工作笔记,它记录着一位导购员负责的十米货架,大致是这样的,它记录着每天有多少位消费者完临这里,有多少消费者买了多少什么样的产品,有多少消费者摸过多少什么样的产品,有多少消费者来这里说过多少什么样的话,无论对产品的褒贬都统统记录下来.这些是特别宝贵的商业资料,是很有价值的.3.理货工作对导购员来说是一门必修课,产品的陈设有横向,纵向的,水平的,垂直的排列等,在卖场有效生动的产品陈设是向消费者展现出一幅企业产品的漂亮图画.所以理货工作要一丝不苟地去完成4.做为一名导购员肯定要有敏锐的观看力,要有火眼金星,一位优秀的导购员,它能对大部分来完临卖场的消费者做出很有效的推断,她可以通过消费的衣着,年龄,说话,行为,大致猜想到此消费者的文化层次,收入水平,以及他应当适合于消费什么样档次的产品,我们试想一下,一位开着“奔驰”车来购物的消费者,你向他推销10元钱5双的.打折袜子,或者是向一位穿着工作服刚下班还没来得及换衣服的消费者去推销几千块一条的名牌皮带,这样能合适吗?观看与了解,这样才能更有效地做好导购工作.导购员心得体会10

导购员是店铺的形象，是品牌大使，挺直面临面的与终端客户接触，是销售的重要环节，对品牌企业而言更是整体营销体系的末梢神经。导购员的整体素养挺直影响着市场及消费者对企业品牌的认知度和美誉度，也是影响市场销售额的枢纽因素，所以导购员的销售技巧水平是品牌决胜市场的条件。

xx月，我到了xx做了一名xx导购员。

精通产品卖点，这是作为一名导购员的基本技能，首先必需要精通把握产品的卖点，挖掘所卖产品的别出心裁之处（只要专心去找总能找到），然后以长比短（就是以己之长，比人之短，这是个不能回避的现实，只是要充分把握技巧，不能恶意攻击竞争品牌），只有这样，才能在淋漓的品牌中脱颖而出，制造良好的销售业绩。我们很难想象，自身对产品都不熟识的导购员怎样去劝说顾客购买？

作为一名导购员，每天面临的竞争是很激烈的，在一些品牌众多的大卖场更是如此。所以，如何在过客匆忙的卖场中慧眼识真金快速识别哪些人今日肯定要买，哪些是潜在顾客，那些只是任凭看看，哪些是其他厂家或经销商的卧底线人，都需要导购员日积月累，练就一身好功夫，然后坚决的抓住机会，雷霆出击，针对不同的顾客（广义的，来的都是客）实行不同的应对措施，最终实现既卖了货，又做了宣扬，还打发了卧底的有效销售。

抓住了恰当的机会之后，接下来就是，针对真正的顾客，如何尽快的摸清他们的需求。同样是一种商品，就拿电饭煲来说吧，有人喜爱便利，图省事，就可能要电脑模糊掌握的；有人喜爱实惠耐用，操作简洁的，可能就要一般机械型的；还有人干脆就觉得大一点好，蒸馒头便利，于是就选择直筒锅；更有人追求时尚，享受生活，则选用液晶显示的。所以，电饭煲尚且有这么多种选择，事实上不论任何商品，只要导购员专心ABC，这样，在找准了顾客的真正需求之后，就能够做到看菜吃饭，量体裁衣，保证每位顾客都能满足而归。

找准了顾客的真正需求之后，下一步要对顾客动之以情，晓之以理。一般来讲，除非是某个品牌的拥护者或回头客，一般的顾客在刚刚接触一个品牌的时候往往会不自觉地带着一种批判性的怀疑，这时候假如导购员不识时宜或不知趣地走到跟前胡吹海喝，极有可能会遭受顾客立马表示没什么，我只是任凭看看的搪塞，这唯恐是我们每个人都不盼望出现的结局。因此，我们不妨先从简洁的问候入手，逐步深化，按部就班，用最为有效的方式手纤薄的顾客的认同。只要他认可你了，下面就好办了，这时候你假如再把它逐步引导到产品上来，他就会不知不觉地上了你善意的圈套，服从的跟着你的描述进入那奇妙的产品世界。柳暗花明之际，正是水到渠成之时，这时候他要是再不买，他就会感觉对不住你，你说，你能不买吗？

常言道：要想公道，打个颠倒，兵法有云：知己知彼，百战不殆。当今.物质的极大丰富使我们今日是一种产品的导购员而明天或许就是另一种产品的顾客。鉴于此类现象的广泛性，我们导购员在商品导购的过程中，将心比心，在内心中设想自己就是顾客，自己假如来买，会有什么样的问题，会关怀哪些方面，会在乎那些服务，真正做到这样的话，那么导购技巧必定会在潜移默化中提升，对顾客的亲和力会在不知不觉中增加，服务意识会美丽的再上一个水准，销售业绩便刺眼地迈上新的台阶。

另外，这里的YOURSELF还可以自私地理解为一切为了自己，事实上也的确如此，导购技巧提高了，服务意识也增加了，从而销售业绩也提升了，收入也就自然增多了，像这种利人利己的没事，又何乐而不为哪？

导购员心得体会11

我进入我们服装店也有两年有余了，我在这个行业始终都是自己摸爬滚打，除了最开头的岗前培训，再也没人教我什么，只能自己去拼去努力，我就拿店里资格最老，业绩最好的那个服装销售导购员做自己努力的目标，我花了一年多的时间去攀登她那个高度，却还是差一点，但是我却没有因此懈怠，放弃，目前店里的月销售业绩还是一如既往的她第一，我其次，始终被压着一头的感觉是不好受，很感谢店长把唯一的一个培训名额给了我。

经过此次培训和阅历沟通我有了很多的心得体会，总结出了以下几点：

1、身为一名服装销售导购员，自己的服装肯定要干净正式严厉，店里全部的服装销售导购员的服装应当统一，作为工作服，这样才能显得出我们店面的正式和高端，迎接和送客的礼仪肯定要到位，肯定程度上增加顾客对店面的好感的印象。

2、我们服装店是比较高档的儿童服装，还是比较好卖的，这方面在培训的时候也有提到，儿童服装的消费人群是孩子们的家长，一般孩子喜爱上的想要的，父母一般都不会拒绝了吧，所以当孩子们来试穿衣服的时候，肯定能要多夸赞他，比如“小伴侣，你穿着这身衣服，我都快不熟悉你了，真帅气”。这样能在肯定程度上增加孩子对试穿衣服的好感，进而增加销售出去的可能。

3、肯定要学会找机会，多推销其他的衣服，比如家长带孩子来买衣服，你不要管，为他搭配一套，衣服和裤子都找来，然后告知他们这套特殊搭，两件一起买还可以有折扣，但是肯定要会说话，会见机行事，不要引起顾客的反感。所以进行多推销的时机肯定要把握好，不要一味的尝试，并不是每个顾客都适合这套方法。

我信任有了这些阅历，我能在服装销售导购员的道路上越走越远，超过我定下的那个目标，现在很有信念，我肯定会向一名专业的服装销售方向进发，并越来越接近自己我幻想。

导购员心得体会12

实习时间：20xx。7。2―20xx。7。15。

实习地点：河北承德市滦平县

当导购员实习期间让我深深的体会到团队协作的重要性，一个人的力气非常有限，就由于凝聚和团结了全部员工的力气，才能制造出更好的业绩。服装导购员的实习业务流程：

专卖店流程：营业前预备——检查仪容仪表——打扫卫生整理货品货架——营业开头——预备营业——陈设组合规划——接待顾客——迎接顾客——留意顾客——展现商品——介绍商品——核实开标——核对单据——包装商品——交付商品——其他配套产品介绍——送客致谢——营业后——账目稽核——环境卫生——例会组织——环境清场。在销售过程中我的感悟是全部的销售都是相通的，只是销售的产品不同而已，所以我们在把握产品学问的以后，如何让自己的销售技巧提高。

我觉得在这次的实习中我总结出如下几条：

1、精神状态的预备。2、身体的预备。3、专业学问的预备。4、对顾客的预备。导购员的职责：

把商品卖出去是导购员的自然?职责，但成就一个好的导购员决不只是把商品卖出去这么简洁。销售既然是涉及到买卖双方的事，因此，站在顾客与企业的角度，导购员的职责包括以下方面。

站在顾客的角度，导购员的工作就是关心顾客在购物时作出明智的选择。因此，导购员的工作职责包括两个方面：为顾客供应服务；关心顾客在购买商品时作出最佳的选择。一是为顾客供应服务。由于顾客能在多个品牌中选择到他们需要的商品，所以导购员礼貌热忱地对待顾客变得特别重要了。

二是关心顾客作出最佳的选择。

顾客不是专家，对商品的优点、利益并不了解，并且顾客面对众多商品，不知道哪一个商品最适合自己。导购员在了解顾客需求心理的基础上，使顾客信任购买某种商品能使他获得最大的利益。导购员是顾客购买商品的导师、顾问、参谋。顾客能否买到合适的商品，很大程度上取决于导购员。

导购员如何关心顾客呢？

（1）询问顾客对商品的爱好和爱好；

（2）关心顾客选择最能满意他们需要的商品；

（3）向顾客介绍商品的特点；

（4）向顾客说明买到此种商品后将会给他带来的利益；

（5）回答顾客对商品提出的疑问；

（6）劝说顾客下决心购买此商品；

（7）向顾客推举别的商品和服务项目；

（8）让顾客信任购买此种商品是一个明智的选择。

当导购员实习期间让我深深的体会到团队协作的重要性，一个人的力气非常有限，就由于凝聚和团结了全部员工的力气，才能制造出更好的业绩。磨练了自身的意志，得到了真正的熬炼。学到了很多为人处世的道理与方法，学会了和善待人，也学会了时刻勉励自己，使自己始终保持自强不息的良好心态！这也让我明白了很多事情，了解到生存的艰辛，工作的辛苦，端正了自己以前那种不珍惜别人劳动的不良心态，也明白了.的复杂和多样性。为了能更加了解.，适应.，融入.，我们要不断地学习新的学问，在实习中合理的将其运用，不断地提高自己的素养，熬炼自己的力量，使自己在激烈的竞争中立于不败之地。

此时此刻；即将步入大三的我，最深切的感受就是，无论从何处起步，无论详细从事哪种工作，仔细细致和踏实的工作看法才是胜利的基础。

作为一个导购员在销售商品时要想着顾客，想着顾客的需要，想着顾客的利益，而不是单纯地推销商品。不要“为卖出商品而销售”，而要“为服务顾客而销售”。

虽然我的工作是导购员，但也要做许多与导购无关的事。每天早上到了，就要搞卫生，由于你几天没搞卫生，陈设台上就有一层灰尘，让顾客觉得这是放了很久的皮鞋，卖不出的。然后每天下班之前要把今日的帐做好，每天销的件数，进的件数都要记录，还要算好每天的营业额。这是为了让员工清晰每天的货物以防丢失和让店长知道每天的销售状况，做好下一步销售策略。

每周可能还会到货，由于货许多，我不但要一件一件验货，还要陈设一些新货出来，然后把多的收入仓库。虽然很不喜爱做这件事，但不得不做，不但要做还要做得很好。这么多员工中你想让自己多被关注就必需把每件事做得很好。不过做导购员最重要的还是销售，其实就是磨嘴皮功夫，人都是听觉动物，美丽话是每个人爱听的，所以在做销售中好话是随口就要说的，还要说的有含量，不能让人听了就觉得很假的那种。

对于不同年龄层次的购物者就要讲不同话。20多岁的追求时尚，所以要夸她穿得很时尚。对于30岁的女人就要跟她讲穿得很高尚，很显气质。对于年纪稍大点的说皮鞋的质量很好，穿着舒适。在这次实践中真的学到了许多无法在课本上学到的。

此次实习出现的问题：

1。没有与顾客进行充分的的沟通；

2。缺乏对顾客反馈信息的收集。对实习单位的看法：

3。提前整理货仓，为每日的正常销售活动做好充分的预备；

4。实行绩效公司，提高员工工作效率；

5。加强员工的沟通学习，在共享阅历的同时，提高整体的销售水平。

与本专业的联系：

对于本次的实习，我发觉县城以及乡村的电子商务很不发达，对于电子商务的进展还有很大的空间。在这些地区，大部分个体企业仍旧实行“一手交钱一手交货”式的交易，这样的交易有很大的缺点。首先是对于大笔货款的担心全性，其次是对于种类繁多的商品不能精准的实现配送，导致交易过程出现反复，非常繁琐，最终是这样的交易效益非常低下。而进展电子商务能够有效的改进这些缺点，电子商务交易平安，通过与现代物流相结合快捷便利，效益和效率都很高。

实习早已结束，回顾实习生活，感受是很深层的，收获是丰硕的。回头总结我的实习报告，感到非常的欣慰。它使我在实践中了解了.，学到了许多在课堂上根本就学不到的学问，也打开了视野、增长了见识，为我即将走向.打下坚实的基础。基本上达到了学校要求的实习目的。

以上只是我在实习过程的一些所见所想，盼望回到学校后会更加改善学问，努力让自己成长起来。

导购员心得体会13

营业员是店铺的形象，是“品牌大使”，挺直面临面的与终端客户接触，是销售的重要环节，对品牌企业而言更是整体营销体系的末梢神经。营业员的整体素养挺直影响着市场及消费者对企业品牌的认知度和美誉度，也是影响市场销售额的枢纽因素，所以营业员的销售技巧水平是品牌决胜市场的条件。

3月，我到了济南市槐荫区“竟然之家”做了一名箭牌卫浴导购员。经过不到一个月的熬炼，我总结了自己作为一名导购员，阅历如下：

1.M——MASTER——“精通”产品卖点;这是作为一名导购员的基本技能，首先必需要精通把握产品的卖点，挖掘所卖产品的别出心裁之处(只要专心去找总能找到)，然后“以长比短”(就是“以己之长，比人之短”，这是个不能回避的现实，只是要充分把握技巧，不能恶意攻击竞争品牌)，只有这样，才能在淋漓的品牌中脱颖而出，制造良好的销售业绩。我们很难想象，自身对产品都不熟识的导购员怎样去劝说顾客购买?

2.0——OPPORTUNITY——抓住现场“机会”：作为一名导购员，每天面临的竞争是很激烈的，在一些品牌众多的大卖场更是如此。所以，如何在过客匆忙的卖场中“慧眼识真金”——快速识别哪些人今日肯定要买，哪些是潜在顾客，那些只是任凭看看，哪些是其他厂家或经销商的“卧底线人”，都需要导购员日积月累，练就一身好功夫，然后坚决的抓住机会，雷霆出击，针对不同的“顾客”(广义的，来的都是客)实行不同的应对措施，最终实现“既卖了货，又做了宣扬，还打发了“卧底’”的有效销售。

3.N——NEED——找准顾客“需要”：抓住了恰当的机会之后，接下来就是，针对真正的顾客，如何尽快的摸清他们的需求。同样是一种商品，就拿电饭煲来说吧，有人喜爱便利，图省事，就可能要电脑模糊掌握的;有人喜爱实惠耐用，操作简洁的，可能就要一般机械型的;还有人干脆就觉得大一点好，蒸馒头便利，于是就选择直筒锅;更有人追求时尚，享受生活，则选用液晶显示的。所以，电饭煲尚且有这么多种选择，事实上不论任何商品，只要导购员专心ABC，这样，在找准了顾客的真正需求之后，就能够做到“看菜吃饭，量体裁衣”，保证每位顾客都能满足而归。

4.E——EMOTION——触动心灵“情感”:找准了顾客的真正需求之后，下一步要对顾客“动之以情，晓之以理”。一般来讲，除非是某个品牌的“拥护者”或“回头客”，一般的顾客在刚刚接触一个品牌的时候往往会不自觉地带着一种“批判性的怀疑”，这时候假如导购员“不识时宜”或“不知趣”地走到跟前“胡吹海喝”，极有可能会遭受顾客立马表示“没什么，我只是任凭看看”的搪塞，这唯恐是我们每个人都不盼望出现的结局。因此，我们不妨先从简洁的问候入手，逐步深化，按部就班，用最为有效的方式手纤薄的顾客的认同。只要他认可你了，下面就好办了，这时候你假如再把它逐步引导到产品上来，他就会不知不觉地上了你善意的“圈套“,服从的跟着你的描述进入那奇妙的产品世界。“柳暗花明之际，正是水到渠成之时”，这时候他要是再不买，他就会感觉对不住你，你说，你能不买吗?

5.Y——YOURSELF——将心比心，想想“自己”：常言道：“要想公道，打个颠倒”，兵法有云：“知己知彼，百战不殆”。当今.物质的极大丰富使我们今日是一种产品的导购员而明天或许就是另一种产品的顾客。鉴于此类现象的广泛性，我们导购员在商品导购的过程中，将心比心，在内心中设想自己就是顾客，自己假如来买，会有什么样的问题，会关怀哪些方面，会在乎那些服务，真正做到这样的话，那么导购技巧必定会在潜移默化中提升，对顾客的亲和力会在不知不觉中增加，服务意识会美丽的再上一个水准，销售业绩便刺眼地迈上新的台阶。

另外，这里的YOURSELF还可以“自私”地理解为“一切为了自己”，事实上也的确如此，导购技巧提高了，服务意识也增加了，从而销售业绩也提升了，收入也就自然增多了，像这种“利人利己”的没事，又何乐而不为哪?

导购员心得体会14

在实践中，我学习到了许多在学校的书籍里学不到的用具，非常是我的店长教会了许多做人的原理，对劳动的看法等等。结果谈一谈我对xx的企业文化学问的懂得，xx的企业文化是一个进步的企业文化，能影响到公司每一个员工为协作的目的去斗争，这是我进公司后的感想。

xx的意思便是俊美特别聚合在此扬国邦之威固国邦之威，团体的主题代价观是诚信正直、一心专注、活力时尚、拥抱转变、追求完备，主题竞争力是品牌力、商品力、终端力、信息物流力、人力，这些都是进步的企业文化的呈现。xx的职责与愿景是成为环球成衣，为环球花费者供应新时尚的生存体验。企业理念是不走一般路，做大众不想做的事，耐得住寂寞，耐得住勾引；做大众未做过的事，勇于创新，间续超过。

杰出的企业文化吸引着许多的结业大门生前来成长，在这个品牌走向完辉的历程中进献自己一份气力，也为成果个体的人生代价而全力拼搏。在公司实践的历程中我还学习了产物学问、店肆任事礼节、陈设学问、任事十步曲、颜色基本学问、基本面料学问、装扮工艺等，这些天感想自己每天都过得很充分，由于学习到那么多的学问，也因此发生对衣饰的喜好，感想自己对这方面照旧有一些天资的，因此要把握住时机去实现自己的志愿，成果我自己的职业企业。

我刚到xx时做的是装扮导购，为什么我而今做的是堆栈治理那是由于当导购可以学到许多用具治理学问，而不是由于当导购有压力或许其他什么，实在当导购有压力，由于每月要完成指定的职分和目的。原来不管做哪行都离不开对劳动的仔细仔细和对劳动当心谨慎。

要做好每一件事是很困难的，当然我现在做的是导购，但是对其他导购来说我或者回从容一点，但是在从容中我也感觉到劳动的压力，劳动使我每天都得到了充分，也使我更快的懂得到出来.劳动基础分歧于畴昔的想象，出来劳动是不或者偷懒，不或者给你时机犯大谬误的。也知道了劳动里不克由于太辛苦就马虎完成，也不克企图舒适，把辛苦的劳动留给别人，或许缓缓来完成。

应当不怕困难，主动加入劳动，在劳动中充分、锤炼自己并全力进步劳动效果，主要是在最短的时间里，相宜xx这种气氛。这使我领悟到了日后踏入.对人对劳动的看法。

我的职位是导购，因此这是一个不简洁的差事，由于店肆导购要做的服务是每一个人都要做好的事我们不仅要完成每一天的指标还要做好自己的业绩。xx实践的过程中，许多的事变让我深刻记，也让我觉得踏入.的困难与穷苦，白到了劳动的重要性，我的目的是当一位好的治理员，既然有机缘，我们就要把握住，因此在以后的劳动中我会间续全力去斗争，让以后的每一天活的更精致！

导购员心得体会15

一。实习单位简介：

1953年，美国人休，赫夫纳制造了“PLAYBOY（花花公子）”服饰品牌。PLAYBOY的译意为：时敞，风雅，欢乐，蕴涵着“永久流行，永久年轻“的风格，拍鞋网花花公子专卖为您供应Playboy鞋，Playboy运动鞋，花花公子运动鞋，花花公子休闲鞋，花花公子鞋等鞋类产品。

PLYBOY历经了近50年的风雨洗礼，几经磨砺之后，化蛹成蝶，成为了全球时尚潮流的国际知名品牌，销售网点遍及全球，有逾千家连锁专卖店（柜）。1986年PLAYBOY“花花公子”品牌服饰进入中国市场，十余年的细心打造，已让中国广阔消费者领会了国际品牌的风采，其“时尚，风雅，欢乐”的风格已成为现代人士名贵身份的象征，并多次荣获全国性服装节和上服装文化节颁发的“最受欢迎十大品牌”称号；其系列产品有：西装，衬衣，西裤，休闲裤，T恤，夹克，毛衣，皮具，皮鞋，休闲运动鞋，袜子，内衣裤等，品种非常丰富。

二、实习过程：

在店里的一个月里，工作的节奏非常紧急，上班时间分为早班（上午9点到下午6点），晚班（下午12点到晚上9点），开头上班，先从熟识店内货品开头，经过几天的工作后，对服装的尺寸、颜色、价格、面料及洗涤方法都非常熟识。人流量最多，买单都会出现排长队的状况。我们一连上了十几天的全天班，每天十几个小时，大年初一初二也照常全天班，那段日子真是即紧急又改善，虽然很累但也从中总结了不少服装销售的阅历，其实销售中最重要的就是揣摩和把握住顾客的心理，能够从顾客的表情、举止中辨别出其类型，预备有针对性的服务。

而且年前每个人都会购买新衣，进店的人，都不能错过机会，不管顾客最终是否购买，都要一丝不苟的向顾客介绍产品的相关信息，所以常常性的下班都很晚，元旦后几乎都是半夜一两点，常常两点多到货，更延误了下班时间。但是每天工作时，我都让自己保持精神饱满地状态出现在店堂里，很热心地、快捷精准地为每一位顾客服务，以礼待客。我会先了解顾客对商品的爱好和爱好，真诚地盼望每一位顾客穿上最适合自己最舒适的服装。同时也会仔细回答顾客对商品提出的疑问，让顾客购买到最适合自己的服装，当顾客穿着合身满足的衣服，带着赞美的离开店时，是我最大的欢乐。我真正体会到了工作的艰辛，但是这也让自己得到成长。由于我觉得自己付出了许多努力，同时得到的回报也许多，每天紧急有序的工作，让我深深的体会到团队协作的重要性，一个人的力气非常有限，就由于凝聚和团结了全部员工的力气，店铺才能取得每月业绩第一的辉煌成果。在店里组长给了我充分熬炼的机会，让我每天独自一个人负责一个区域的点数与作帐。到后来，每个区域一千多件货品，还有常常性的调货、补货、退仓，这给作帐增加了难度，我也能够做到精准完成。每天都在更换陈设。经过一段时间的熬炼，我也能够独自为模特道具搭配并穿上整套服装。店里的店员都很年轻，大家相处得比较融洽，在销售淡季时，向有阅历的导购学习学问来改善自己。

三、实\_习体会：

一个月的店铺生活，让我学到了许多东西，改善了自己；专卖店的工作人员流失量很大。但是我发觉最优秀的专卖店都具有5个最基本的坚实支柱，在5个环环相扣的领域里为顾客制造了价值。

首先、供应解决方案。比如，作为店长，只是保证销售的服装质量良好是不够的。你必需雇佣能够关心顾客找到合身，得体衣服的销售人员，他们需具备丰富的专业学问，并供应专业学问性服务；如雇佣专业的裁缝随时候命，为顾客供应送货服务，并且乐于接受特别的订单。当然，必需让导购通过每期的培训；确定培训目标。这样，导购综合素养才有提高，销售业绩或服务水平才有更大的提升，更能利于培育团队精神。真正敬重顾客。要有主动的工作看法，商品整齐，摆放合理，有商品标价单。明码实价。和顾客建立情感联系。给顾客接近，喜爱和信任的感觉。熟记接近顾客的一些基本技巧：“三米原则”就是说在顾客距离自己还有三米远的时候就可以和顾客打招呼，微笑，目完接触。主动与顾客打招呼。导购员也应留意：a。顾客的表情和反应，察言观色。b。提问要谨慎，切忌涉及到个人隐私。c。与顾客沟通的距离，不宜过近也不宜过远。正确的距离是一米五左右，也是我们常说的社交距离。制定公正合理的价格，而不是最低的价格。要懂得价值等于顾客的全方位体验。适当开展促销，对销售的产品供应保障。

为顾客供应便利。现代人惜时如金，因此专卖店必需能让顾客便利地找到他们想要的商品，快速地结账和离开。通过干净有序的店铺陈设，敏捷的结帐通道设置等多种手段，给顾客带来实实在在的便利。

四、销售技巧

销售的数据传换：

以在线方式连接的POS系统，通过网络挺直连接到后台数据库，则在POS终端所做的单据是挺直提交到后台数据库，POS终端所需要的数据和单据也是从挺直从后台系统提取的，以离线方式连接的POS系统，用法本地的数据库，则在POS端所做的单据都是记录到本地数据库，再利用网络，通过数据传送系统将单据和数据上传到后台数据库；前台POS终端所需要的数据和单据也是需要从后台系统提取，通过数据传送系统下载到前台数据库。

公司仓库出货，只影响出货仓库的库存而不会产生对收货店铺库存的影响，只有完成“店铺收货单”后，店铺的库存才能增加。店铺收货可以引用仓库出货单，对于离线方式的POS系统，可以通过数据传送，将仓库出货单下载到本地数据库。店铺收货是店铺销售、货品调配等各个环节的基础。店铺库存的精准，挺直影响店铺的销售，店铺的财务帐目，精准的店铺数据也是丽晶销售分析系统的基础。丽晶系统中，通过损益产生损益单。损益单是用以调整存货单位的库存、监管存货单位库存差异的单据。

在核数系统中，损益单的应用有如下几种状况：

1。存货单位盘点实际存货后录入丽晶系统，经系统盘点模块分析后，如实际存货数与系统记录的库存数不相符时，系统自动生成相应的损益单；

2。利用损益单调整货品的库存数量，例如串色或串码的状况发生时，可以通过损益单调整库存；

3。假如发生货品的丢失，则通过损益单修正系统的库存数量；

4。盘点生成的损益单是系统库存数量和实际存货数量对比相抵的结果，正数表示盘亏，负数表示盘盈。

5。利用损益单调整库存时，货品数量：正数表示要削减的货品库存数量；负数表示增加的货品库存数量。存储部门实际的盘点操作中，由于时间、人员、库存量等各方面因素，可以对库存货品进行一部分、一部分的分期盘点。

在实际运营中，由于时间、人员、库存量等各方面因素，可能无法对全部货品进行全面地盘点，此时将选择一部分进出流量大的货品进行盘点，而一些进出流量小，库存数量改变不大的货品临时不进行实物盘点。

五、实习收获

在这次实践中，让我很有感受的一点就人际交往方面，大家都知道.上人际交往特别复杂，但是详细多么复杂，我想也很难说清晰，只有经受了才能了解。才能有深刻的感受，大家为了工作走到一起，每一个人都有自己的思想和个性，要跟他（她）们处理好关系得需要很多技巧，就看你怎么把握了。我想说的一点就是，在交际中，既然我们不能转变一些东西，那我们就学着适应它。假如还不行，那就转变一下适应它的方法。让我在这次.实践中把握了许多东西，最重要的就

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！