

专 柜 操 作 手 册

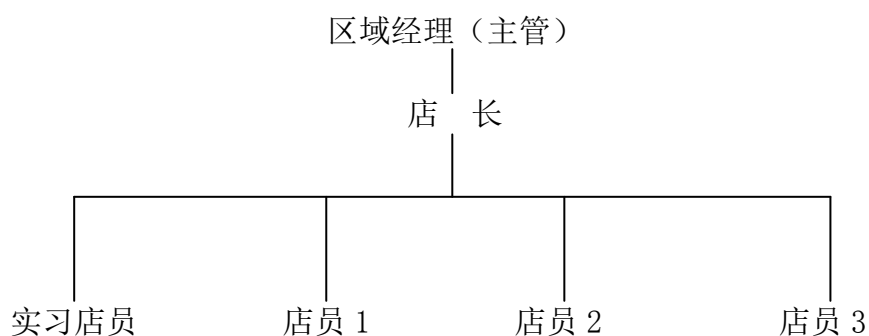
专柜操作手册大纲

第一章	人员管理	共 4 页	
	第一节	店铺组织图	P4
	第二节	入/离职流程图	P4
	第三节	店长与店员的工作分工及关系	P5
	第四节	店长及店员的工作职责.....	P5-P7
	第五节	薪酬与考核激励（详见附件一）.....	P7
第二章	帐目管理	共 2 页	
	第一节	帐目流程图.....	P9
	第二节	库存盘点制度.....	P10
第三章	货品管理	共 3 页	
	第一节	货号的编制规则.....	P12
	第二节	货品存放、保管、维护.....	P12-P13
	第三节	库存控制.....	P13-P14
	第四节	《产品手册》.....	P14
第四章	店面形象管理（详见《陈列手册》）	共 2 页	
	第一节	店面形象的基本八大统一.....	P16
	第二节	店面形象展示及要求.....	P16
第五章	销售管理	共 7 页	
	第一节	日常销售工作管理.....	P18-P21
	第二节	销售服务的规范程序.....	P21-P24
	第三节	专柜气氛的控制.....	P25
第六章	信息管理	共 1 页	
	第一节	信息收集、统计及分析	P27
第七章	VIP 客户	共 2 页	
	第一节	VIP 客户发展及客户资料档案.....	P29
	第二节	VIP 享有的政策.....	P29-P30
第八章	服务	共 2 页	
	第一节	个性服务.....	P32
	第二节	售后服务.....	P32-P33
第九章	表单应用		P35-P38

第一章

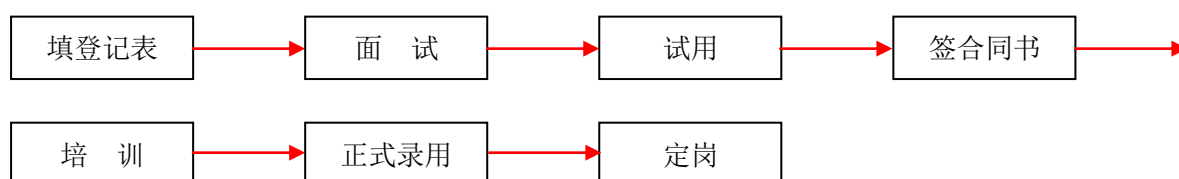
人员管理

第一节 店铺组织图

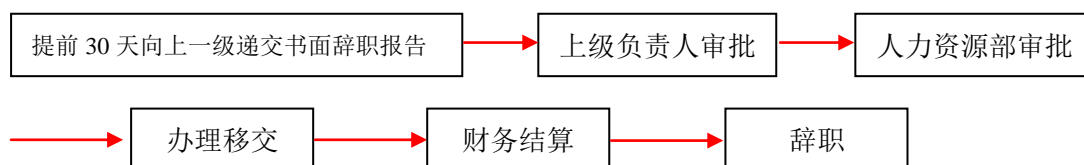


第二节 入/离职流程图

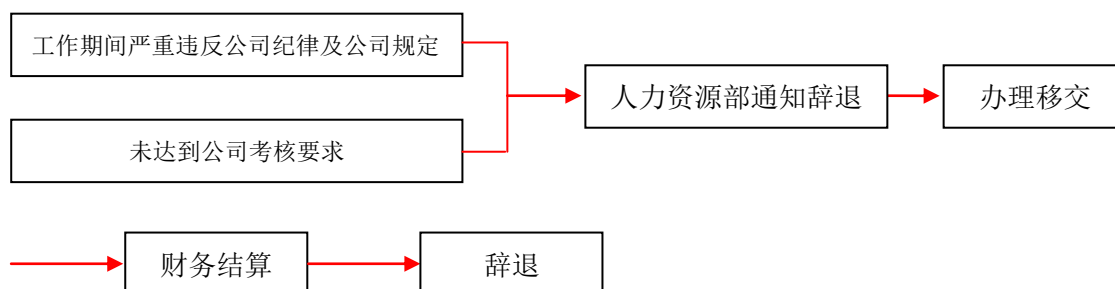
一、入职



二、离职



三、辞退



第三节 店长与店员的工作分工及工作关系

1. 实习店员

在公司规定的实习期内熟悉专柜的实际操作，主要包括服务顾客、推销货品、了解货品、清理专柜、有序的整理货品等。

2. 店员

做好顾客服务和尽力推销公司的产品，在空闲的时候做一些辅助工作，如整理货品、清洁店铺、了解货品等。

3. 店长

根据公司制定的销售指标，有效激励店员提升业绩，完成指标。督促店铺的正常运作，处理可能产生的诸如顾客投诉之类的突发事件。督促店员做好VIP卡的消费记录，在空闲时整理和清洁开票区域。同时店长也起着桥梁的作用，因此店长还应与商场及公司保持适当的沟通。

工作关系：管理(店长)与被管理(店员)

第四节 店长及店员的工作职责

一、店长的工作职责

1. 所管辖店的日常管理工作

- 1) 负责导购的工作安排、考核，并督促其做好日常工作。
- 2) 负责店内设施、货品、灯光及促销用品的整洁有序，确保店面形象。
- 3) 负责专柜货品合理有序的陈列、出样，确保货品对顾客产生吸引力。
- 4) 负责店内的日、周、月报表等账目管理，做到帐实相符，如有问题及时与公司核对。

-
- 5) 监督指导店员的售前、售中、售后服务工作,树立以顾客为关注焦点的服务意识,提升品牌的知名度。
 - 6) 审核店员考勤记录和业绩评估,提出调整建议。
 - 7) 每周组织一次工作例会,带领店员分析销售及货品,并将建议及信息反馈公司。
 - 8) 提高自身的销售能力和管理水平。
2. 销售指标的完成、市场信息的收集
 - 1) 销售指标传达给店员,并在日常销售中激励店员完成指标。
 - 2) 店内货品的配置是否合理,以确保销售指标的完成。
 - 3) 该店的店员能否完成销售任务,对不合格者的建议、培训。
 - 4) 及时了解商场动态和其他品牌信息,反馈给公司,并提出促销建议。
 - 5) 负责该店的销售报表准确无误、准时的反馈公司。
 - 6) 负责该店在销售过程中发生的产品质量问题及时反馈公司。
 - 7) 负责该店所处商场竞争对手畅销货品、销售额、促销方法等信息的收集,并汇总反馈公司。
 3. 配合公司各项工作
 - 1) 合理利用所处商场的促销活动。
 - 2) 配合营销部做好在所处商场的特卖及各项活动。
 - 3) 负责与商场日常事务的联系,并及时反馈给公司。
 - 4) 负责店员遵守所在商场的各项规章制度。
 - 5) 听从区域经理的工作安排,并努力完成上级交给的任务。

二、店员的工作职责

1. 服从店长的工作安排。
2. 努力提高销售业绩,完成销售指标。
3. 热情、礼貌地接待顾客。
4. 做好货品的验收、登帐、盘点、整烫、整理、存放以及交接工作。
5. 认真做好各项记录,确保准确、清晰、及时,发现有笔误等差错可进行划改,但须保留原来痕迹。
6. 根据销售情况每日编制销售日报表和提出补货清单。

-
7. 积极主动、热情地做好本职工作并与店长及其他营业员协调、配合、发挥团队精神。
 8. 做好店堂的清洁卫生工作及货品安全防范工作。
 9. 每日检查挂通和层板，对缺货位置要及时补货，对于未能补齐的货物应马上调整展示位置。
 10. 做好货品价码展示。
 11. 注意每一款的销售情况，并及时上报店长，以便店长能根据实际情况进行调配货。
同时根据经营情况，配合店长分析商品库存结构，适时推出进货计划，保证经营的花色、品种、规格齐全，供应数量充足，对过时款、滞销款、应适时提出建议。

第五节 薪酬与考核激励

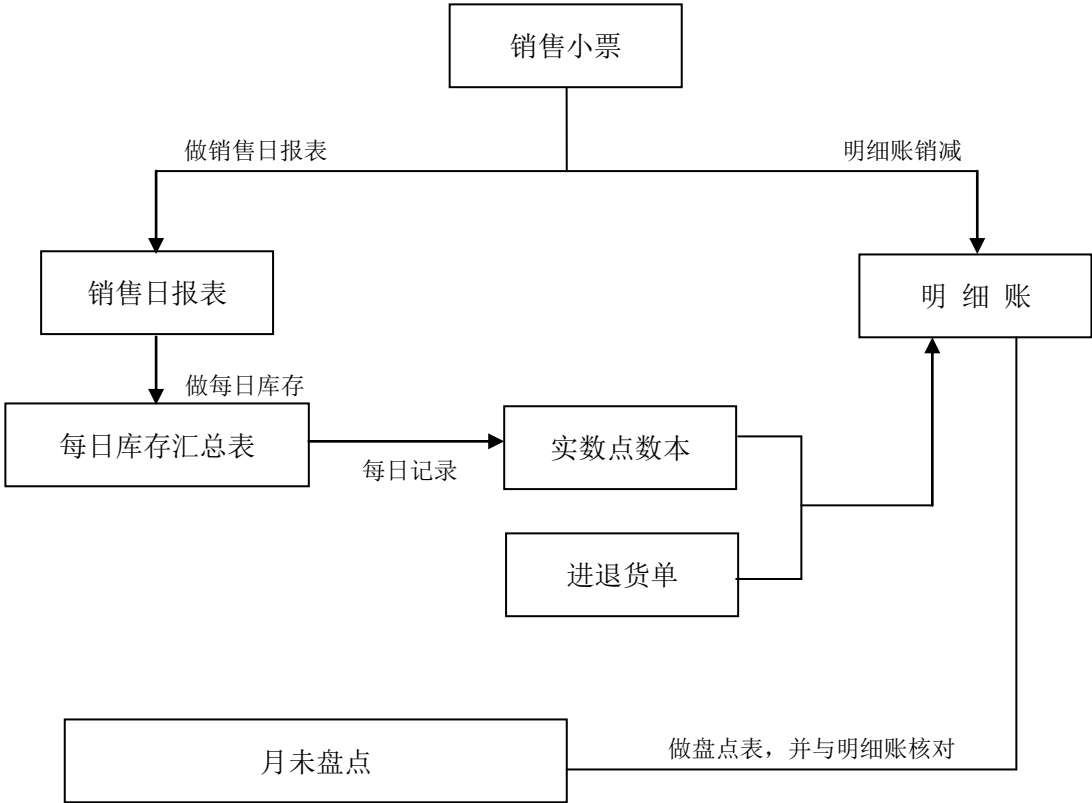
详见附件一

第二章

帐目管理

第一节 店铺帐目流程图

一、流程



二、账目要求

1. 店铺在保管账目的过程中，以上几种原始票据及账目须按月装订好，经每月盘点核对清楚后封存，每年年终退回公司，由公司统一保管。
2. 账面清晰、不可随意涂改，店长每日按时销账、核对，做到“日帐日销”。

三、注意事项：

1. 保证原始票据页数不缺、页面不残、页面整洁、字迹清楚。
2. 销售小票不得涂改、缺损、遗失。

第二节 盘 点 制 度

一、盘点时间

各店铺在每月的最后一天进行盘点（遇周六、周日需提前），并在盘点后的第二个工作日将盘点明细表传真至公司（数量明细必须是当月盘点日前一天晚上销售结束时的库存）。

二、盘点人员

公司派员及店长、店员

三、盘点要求

1. 每月盘点前，必须将店铺内货品明细帐销至盘点规定日期之前。
2. 在正式盘点时店铺内须封帐，禁止发生货品的进、退及调拨。
3. 在盘点过程中，必须以实际库存量记录在盘点表上，明细到货号、款式、尺码、颜色的数量。
4. 当日盘点结束，店铺内盘点人员必须对盘点结果签字确认。
5. 公司所派参加盘点人员，将填好的盘点表及店内明细帐同时带到公司与公司仓管帐核对。
6. 如有特殊原因不能按时盘点或者传真盘点表，店长需提前通知区域经理，并由区域经理通知公司商品部门，并按商品部要求时间将盘点表传真至公司。
7. 店铺盘点时，公司派员到店铺监盘、抽盘，店铺及区域负责人应配合。
8. 公司数据统计员（商品部）每月 15 日及盘点后的第三个工作日与店铺核对销售、调入、调出、店铺库存的服装件数，对不相符之处，二个工作日内查出原因并记录信息、处理意见。
9. 公司提供的赠品、出样品等要求纳入盘点记录在盘点表上。

四、盘点遗失或污损

在盘点的过程中，如发现店铺内货品有遗失或污损，将以零售价为基准进行赔偿，如无明确责任人，则店铺成员进行平摊赔偿。

第三章

货品管理

第一节 货号的编制规则

第二节 货品存放、保管、维护

一、店员每天都应对专柜内存货清点两次，早上营业前一次，确定昨晚存数是否正确；晚上营业结束一次，得出今存数，统计销售、进退数后与实际是否一致。

二、专柜铺面货品的保管及维护

1. 每天早班/晚班各安排一位店员在下班前 15 分钟检查各个货架及层板的陈列品是否按规定的程序排列，不整齐及时整理好。
2. 随时检查店内出样的挂件货品，如有褶皱需要熨烫的货品应立即熨烫，以免影响出样效果。
3. 专柜内挂样的浅色服装包括其他货品尽量避免灯光直射；毛衫等针织类产品采取叠放，如悬挂陈列每二天更换一次。
4. 平时或定期检查时发现专柜内的残次品及需要修补的货品，应统计在《残次品报表》上报公司批准后统一退回仓库。其他如遇到由于非人为原因造成衣物变形等情况影响销售、可申请退回仓库，申报专管人员、统计货号、数量、办好退货手续，由专管人员安排退回仓库重新整烫。
5. 营业结束后，店铺内所有货品必须用防尘布遮盖。

三、库房的存放、保管及维护

1. 货品排列整齐、有序，内仓保管中做到品种定位、规格定位、件数定位。
2. 皮衣挂放不能太挤，防止积压变形；
3. 浅色服装（或其他浅色货品）必须套上透明塑料包装袋（防尘）；
4. 清点货品或盘点时，禁止手拿书写用具，以防止货品被划脏。
5. 店铺内所有货品做到全部悬挂、陈列、出样、库存货品需防尘、防光、防潮、防虫、防霉。

6、随时掌握上柜动向，库存保管应密切配合柜台销售，以促进销售为前提；

备注：因未按上述规定进行货品维护及保管而产生的残次品，将由专柜内员工负责。

第三节 库存控制

一、货品的进（退）、调入（出）：

1、自公司进货品：

- 1.1 店铺填写《进~~退~~货单》，传真（或电邮）到公司仓库，仓库按店铺《进~~退~~货单》安排发货；
- 1.2 随货附打印的货品清单，店铺收到货品后及时按随货清单清点商品，并在随货清单上签字确认回传公司；
- 1.3 清点时如果发现数量、规格、品名与货单不符，应在清点结束的 2 小时内与公司仓管联系，核对，并对结果双方确认，当天到货需当天确认；
- 1.4 货品到达店铺的 3 个工作日内为货品质量检验期，店铺应在此 3 日内检验货品质量并将有质量问题的货品反馈公司，超出 3 日发现的质量问题由店铺承担货品成本价，并将货品退回公司；

2、店铺退货品给公司（换季品、滞销品、残次品、按公司要求退回的商品）：

- 1.1 店铺填写《~~进~~（退）货单》，传真（或电邮）到公司，商品部审核；
- 1.2 随货附货品清单，公司仓库收到货品后及时按随货清单清点商品，并在随货清单上签字确认回传店铺；
- 1.3 清点时如果发现数量、规格、品名与货单不符，应在清点结束的 2 小时内与店铺联系，核对，并对结果双方确认；
- 1.4 货品到达公司的 2 个工作日内为货品检验期，公司在此 2 日内检验货品，并将有质量问题、店铺确定残次品而经检验属非残次的货品反馈店铺，超出 2 日发生的问题由公司承担；

3、同区域货品之间调入、调出（非同区域调货，需经区域经理批准同意）

- 3.1 调货人员须填写《进（退）货单》，按照《进（退）货单》的格式详细填写，《进（退）货单》为一式二联，发出方及收入方双方签字确认；

3.2 发出方将发生《进（~~退~~）货单》在两日内反馈到公司仓管。

备注：所有调拨货品全部由发出方将《进（~~退~~）货单》单据反馈到公司。

二、包装物库存控制

- 1、公司包装品实行专物专用，当某包装品数量不足时，应提前向公司提出申补，禁止用其他包装物代替；
- 2、包装品的补货手续，与本章第三节第一条的“自公司进货品”相同；

二、库存分析

通过全面盘点，分析服装的库存结构，分门别类、逐项进行。第一要分析服装品种款式、规格、价格等适销程度；第二分析这些品种的库存，使上升还是下降，哪种情况最为合理；第三分析这些品种在畅销、长销及滞销商品的比例构成。

第四节 产 品 手 册

公司配备《产品手册》，随当季货品到店铺，同时公司派员进行产品知识与卖点培训。

第四章

店面形象管理

（详见《陈列手册》）

第一节 店面形象的基本八大统一

一、标志(颜色、大小等)

公司统一制作同一色调、尺寸标准的标志。

二、装修风格道具

公司统一设计、装修。

三、主形象画

公司统一制作形象画，内容一致。

四、人员着装

公司配备统一工作制服。(商场要求除外)

五、宣传品

公司提供统一 POP、海报等。

六、模特

专柜模特出样各专柜统一定期更换(每周 2~3 次)。

七、音 乐(商场内店铺除外)

只能播放公司规定的背景音乐。

八、灯光

店内灯光保持色调一致。

第二节 店铺的形象展示及其要求

第五章

销售管理

第一节 日常销售工作管理

一、营业前

1. 沟通

- 1) 营业员应提早 30 分钟到达店铺并签到。
- 2) 由店长做好员工迟到、事假、病假等记录。(店长月末将下一月店员班次安排书面汇报公司,月底应将店员考勤记录传真给公司)
- 3) 换工装,并相互检查仪容仪表。

2. 清点帐目、货品、交接班

- 1) 营业员应核对上一班的进、销、出等帐目上的数字是否正确,对货品进行清点,同时核对上一班之结存数量。
- 2) 如有差异,立即盘点,确认后告知店长并联系上一班人员,进行核对并做好书面记录。
- 3) 此项工作应在接班营业之前结束,如营业后发现数量有误,则由当天当班营业员承担责任,反之,由上一班当班人员负责。
- 4) 上一班店员将本班销售、货品情况、公司及商场信息等交待给下一班。

3. 检查 POP 海报、价贴,新款货品需打印价码的应避开营业高峰期,同时店铺不得出现脱岗现象,建议由非当班店员安排打印。

4. 清洁工作

- 1) 货区清洁工作由班组人员共同负责清扫。
- 2) 对摆放货品的所有货架、柜台、展台、背板、夹缝、装饰物模特的“脸、手、脚”等进行除尘,要求无积灰、无印痕、无杂物、无脏物。
- 3) 对商铺地面进行清扫,做到无积灰、无团灰、无死角、无明显污渍。
- 4) 对商铺里的玻璃橱窗、玻璃展台、试衣镜等玻璃制品要做到表面光洁明亮。
- 5) 试衣间的拖鞋、凳椅、装饰画、标贴语等应整洁、完整。
- 6) 墙面要清洁,宣传品张贴要整齐、美观,摆放有序并保持干净。

5. 货品整理

- 1) 整齐摆放商铺出样货品,做到间距平均,整洁美观。
- 2) 对货架上的货品及模特出样的衣物进行除尘,保证货品的表面整洁。

- 3) 更换出样时间过长的货品，避免次品的出现。
- 4) 陈列的货品必须熨烫平服，吊挂整齐，并按合理的尺码排放。
- 5) 妥善安排营业中必须物品的摆放位置，如发票、剪刀、笔、皮尺、备用金、纸袋、针线等。对仓库货品应进行整理、合理堆放。

二、营业中

1. 接待顾客时应注意仪态，使用文明礼貌用语。
2. 始终以顾客为中心，有顾客时其他事情应先放一旁，尽量做好顾客的接待、销售和售后服务工作。产品旺销时更应兼顾不可忽略下位顾客。
3. 随时留意货架商品情况，注意店铺周围环境，谨防失窃现象。
4. 一般情况下，不要让顾客带多于三件的衣物进入试衣间，同时及时处理顾客不要的衣物，切勿让顾客拿着不想要的衣物，以免给顾客带来不便或发生丢损。
5. 无顾客时，营业员应随时整理货架、补充货物、清洁地面展台等，让整个产品展示区表现出忙碌、活络的气氛。切忌在无顾客时发呆、闲聊或看书、看报，任何时候都不可出现脱岗现象。
6. 货品数量不足时，应提前二天通知公司补货或进行调拨。店铺间货品调入调出应填写《货品调入（出）单》，并做好登帐工作和货品质量检验。
7. 营业场所清点货品，不得影响对顾客的接待和销售。
8. 营业中就餐时间一般定在中午 11:00—12:00、晚上 17:00—18:00, 可根据商场规定用餐时间调节，但每人用餐时间不得超过 30 分钟。

三、营业结束

1. 整理货架以便次日方便开铺。
2. 核对货品、单据是否相符，如有差异应立即重点，直至找出差异所在。
3. 办理交班手续，当班结束时应记录商品的盘存数量，及需要留言的内容并签字。（接班在复查盘点后签收确认）。
4. 晚班结束时应填写《销售日报表》并在当晚传真至公司。
5. 将商铺内所有货品（包括模特、展台）盖上防尘布，保证货品清洁卫生。
6. 确认所有的音响、电视、熨斗、收银机及不用的灯光已关闭，方可签退离店，确保

店铺安全。

四、售出衣物的换货情况

1. 一般情况下，在销售栏中反映（负数）。
2. 调换处理，换进的衣物在销售栏中作退回处理，换出衣物则作为销售处理。
3. 店铺销售中的退换货品，需请示区域负责人同意。

五、赠品的处理

1. 促销使用的赠品，顾客应要求顾客在销售小票上签“赠品已取”并签字和留下电话；
2. 当日《销售日报表》对发生赠品的货品，在备注栏中注明。

六、电话查询及转换货品

1. 如果客人需要的货品店铺内没有，不可直接拒绝客人，应向其他店铺或公司仓库电话查询后再答复客人。
2. 如果查询到其他店铺有顾客所需的货品，应征求顾客意见；是去对方店铺购买还是等候我们将货品调换到本店，在本店购买。
3. 电话查询货品时双方店铺应真诚合作，将顾客的利益和公司整体利益放在第一位。
4. 如果因员工的人为过失，使顾客无法取得保留的衣物，应立即向顾客说明情况并道歉。

七、仪容仪态的要求

1、仪容

- 1) 穿着规定的制服，并保持干净整洁，熨烫平整，衬衣要塞入裤（裙）里，不得将制服袖口卷起。钮扣不可脱落，胸章、铭牌要端正地别在正确的位置。
- 2) 内衣、紧身衣不可露出制服外。
- 3) 穿公司统一配备鞋子，鞋子应干净光亮。
- 4) 袜子应每天更换，没有破损。
- 5) 指甲要经常修剪，不要留得过长，指甲油不要太艳丽，注意保持手的清洁卫生。
- 6) 面部应注意清洁，须施以淡妆，妆面要淡雅自然，不可浓妆艳抹，口红颜色不可

过于鲜艳，并禁用紫、黑等前卫色，休息及饭后应补好妆再上岗。

7) 头发必须保持清洁，发型美观自然，不可过于前卫，禁止染成很前卫的颜色。

8) 首饰可以适当佩带，但不得过于耀眼，以免影响顾客的购买情绪。

9) 当面对顾客服务时，不可做出抓头、搔痒、剔牙、挖耳朵、打哈欠等不文明举动。

2、仪态

1) 店堂内应为站立服务。站姿应端正、挺拔、优美、典雅、精神饱满，并使人感觉亲切有礼貌，不可身体歪斜，弯腰驼背，趴伏倚靠，不可交叉双手或把手插入口袋。

2) 仪态自然大方，无顾客时，左手握住右手、手背朝外放于身体前方，双脚自然并拢，目视前方，面带微笑；有顾客光临时，需对进入专柜内的每一位顾客应点头示意。不可抱胸、插兜、叉腰。

3) 步姿应协调稳健，轻盈自然；取物、行走快而不乱。

4) 与顾客交流时，要保持一定的距离。

第二节 销售服务的规范程序

一、销售服务流程

1. 未成交型：

顾客：靠近专柜——观看——触摸——考虑——离开

导购：迎接——适时介绍——现场展示——劝说（试穿）——送别

2. 成交型：

顾客：靠近专柜——观看——触摸——考虑——成交——离开

导购：迎接——适时介绍——现场展示——劝说（试穿）——成交——包装——送别

二、销售服务规范

1. 进店

1) 从顾客进门（或在厅外驻足观看我们的模特时）开始，那个人便已经成为我们的顾客。

2) 在顾客路过专柜时，应立即放下手上的工作，对顾客主动微笑、点头示意、打

招呼，打招呼时须注意时机，要表现得真诚、自然，注意身体语言的运用。（这样能令顾客有倍受重视的感觉。）

3) 欢迎用语：

“欢迎光临”或者“您好”、“早上好”、“下午好”、“晚上好”、“欢迎光临，意大利XXX女装”

2. 介绍

必须亲切地与顾客交谈，在了解顾客需求时，要消除顾客的疑虑及防备。导购须依据顾客的需求，向其推荐并介绍符合其需求的商品，对顾客提出的问题，必须不厌其烦地进行解答。咨询过程中，如遇到自己不清楚的问题或其他敏感问题，不可随意答复，应及时联系公司，了解清楚再答复。咨询过程中要注意维护公司及品牌形象，严守公司机密，不说、不做有损公司利益的事。

- 规范用语：您好！（在提供任何服务之前，必须礼貌地引起顾客的注意）

- 规范动作：与顾客交谈时——亲切

 - 介绍货品时——专业

 - 解释问题时——耐心

 - 拿取货品时——灵敏

- 1) 顾客走进专柜后，不要立即站在顾客身旁或跟在他后面，应该先让顾客随意浏览，在附近留意顾客。

- 2) 通过观察、聆听、交流询问等途径，寻找顾客的需求。

- 3) 一旦发现顾客发出购物信号，应立刻主动上前提供帮助“请问您需要什么？（哪一款？…）”或“这是当季的畅销款，如果喜欢可以试穿一下！”

- 4) 顾客的购物信号一般有以下几种：翻看衣服、选择颜色和尺寸、拿起衣服照镜子。

- 5) 对距专柜五米以内的在询问顾客意图后，站在专柜货品约 50cm 处为顾客介绍货品。

3. 挑选及推荐

- 1) 导购应给予顾客自由挑选商品的空间，以顾问式引导试穿为主，避免过于积极，给顾客造成心理压力，而减少购买机会。

- 2) 当顾客犹豫不决时，可向其推荐符合其需求的货品，帮助顾客做出决定。当顾

客决定购买所需货品时，也可建议她再看一下与所购货品相搭配的其他货品，特别是那些正在进行促销的相关货品。但导购在推荐时切不可过于强迫，且每次推荐的货品不可超过两款，强迫或推荐项目过多，避免引起顾客的反感。

- 3) 劝说应从多方面进行，如品牌知名度，货品质量，货品功能与特点，面料，颜色，促销活动等。
- 4) 推荐货品时，对货品的介绍必须专业、准确、求实，同时不能任意贬低其他同类产品，以免失去顾客信任。
- 5) 在推荐货品时，要掌握和运用货品的专业术语，不能运用当地的忌讳语。
- 6) 告诉顾客正进行的促销或优惠活动。

4. 试穿

- 1) 在最短的时间里把尺寸最合适的衣服拿给顾客试穿。
- 2) 在顾客进入试衣间前，应确定里面没有前一位顾客留下的物品及其他杂物。
- 3) 提醒顾客锁门，并保管好自己的物品。
- 4) 顾客如长时间在试衣间内不出来，应向顾客询问“请问需要帮忙吗？”。
- 5) 告知顾客自己的名字，以便顾客需要帮忙时招呼自己。
- 6) 在顾客试衣时，应积极琢磨适合客户的衣服及其搭配，并拎出来热情展示及促成多试衣与多件购买。

5. 购买

- 1) 顾客决定购买后，应询问是否还需要其他配套的系列品。
- 2) 在确定顾客不要其他商品时，应迅速、准确的开好小票，并向顾客复述、确认。
- 3) 用双手将小票递交给顾客，并向顾客指明交款地点（比较便捷的收银台）。
- 4) 顾客交完款后（取回小票公司联），将货品包装好交于顾客。

6. 交货

- 1) 当顾客从收银处返回时，导购应请顾客再次确认并检查其所购货品及质量，并在征得顾客同意后包装。在顾客检验确认后，将货品包装好交给顾客，同时感谢顾客购买产品。有赠品的应按活动要求提供并介绍赠品。

注意：对发现的不合格产品，导购应立即将其放至一边，并立即重新到仓库取货，同时向顾客道歉。等顾客离开后，要立即记录下不合格产品的货号，迅速与区域经理或公司联系，决不允许将其暴露在销售现场或当众进行

修理。

“对不起，这是我们工作失误，我给您重换一件”

- 2) 货品包装应使用公司包装规定及式样（参见陈列手册说明）；
- 3) 服务热线专用卡随同货品交给顾客，并告知顾客如有建议或质量问题，可拨打热线；
- 4) 规范用语：

“这是您的 xx（货品），请再检查一下”、“感谢您购买我们的产品”

7. 道别

- 1) 当顾客购买产品离开时，店员须面带微笑地向顾客道别，并真诚地希望他再次光临。

规范用语：

“谢谢，有空多来转转”

- 2) 当顾客没有购买任何产品离开时，店员同样要礼貌地向顾客道别。

规范用语：

“谢谢，有空多来转转”

8. 整理

在顾客离开后，店员必须快速将现场整理干净，将货品摆放整齐，以作好迎接下一位顾客的准备。

9. 附加推销销售

- (1) 主动询问顾客还需要什么？
- (2) 主动为其搭配，例：你看你穿的这双半高棉靴，如果搭配这条深色短裙效果一定不错，要不要试一下？
- (3) 介绍刚到的新款，例：你看这是刚到的毛料长裙挺不错的，要不要试一下？
- (4) 主动推荐积压品或特价品，例：这款是店长推荐款，价格非常优惠，这款很适合您，欢迎试穿下．．

三节 专柜气氛的控制

（陈列气氛布置参考《陈列手册》）

一、店铺内顾客较多时

当货品旺销时，导购也应照顾好每位顾客，切不可因为当前顾客的购买行为而忽略了下位顾客，或因为当前顾客的犹豫不决而怠慢于他。导购应按先后次序接待顾客，可在接待当前顾客的同时，招呼下位顾客，或给予他有关商品信息，请他稍等片刻，并感谢他的合作。

规范用语：

“您好，请先在沙发上休息下，我马上过来”

“对不起，让您久等了”

店员要控制专柜的气氛，做到忙而不乱，随时整理顾客翻乱的货品，能够在最短时间内完成每笔销售。同时，仔细观看店铺的进出顾客，细心照看店铺内各区域货品，以免丢失。

二、专柜顾客很少时

店员在为顾客服务试穿时，店长应做调节作用，从中可为顾客多选择一些款式的衣服进行多种搭配反复让顾客试穿，一方面能吸引其它顾客进店，另一方面让顾客感觉到无微不至的服务。

三、专柜无顾客时

暂时没有顾客光临时，导购应在专柜内进行一些日常工作，如清洁地面、展台，或整理货架、补充货品等。虽无顾客，仍应让整个专柜表现出忙碌、热闹的气氛。导购切忌在无顾客时发呆、闲聊、吃零食或看书、看报。

第六章

信息管理

第一节 信息收集、统计及分析

一、统计周期以日、周、月为主

- 1、店铺每日营业结束，销售信息短信发给区域负责人，当日将《销售日报表》传真给公司，《销售日报表》各栏要求填写准确、完整；
- 2、店长（区域负责人）每周上报周报表；详见附表《店铺周报表》

二、信息的统计

- 1、店长对所处商场其他同类品牌的销售情况的收集、统计汇总并及时反馈公司；
- 2、店长对同类竞争品牌、周边品牌销售情况的调查，主要针对其销售、货品、促销方式等详细的了解，真实详细填写《店铺周报表》并在每周的周一传真给公司；
- 3、店长对竞争品牌货品信息进行收集；
- 4、店长应将商场各类活动、通知提前书面反馈公司。

三、信息的分析

每周四交接班时，店长组织店员召开每周例会，时间控制在 20 分钟左右，开会前店长应做好会议内容准备，会后店长详细填写《周例会表》并传真给公司，要做到“会则议、议则决、决则行、行则果”。

四、顾客需求调查

1. 顾客需求的调查

- 1) 要什么类型（颜色、版型、款式、工艺要求）的服饰？用途是什么？
- 2) 顾客对品牌服饰的价格的承受范围。
- 3) 顾客最喜欢的促销优惠方式是什么？
- 4) 顾客对于所喜欢的服饰品牌，最想了解的是什么？

2. 顾客满意度的调查

- 1) 对所在店铺的购物环境（灯光、音乐、人员形象等）是否满意？
- 2) 对店员所提供的销售服务是否满意？
- 3) 对所购商品是否满意？

第七章

VIP

客

户

第一节 VIP 发展及客户资料档案

一、顾客在店内购买货品的累计金额达到 2000 元可申请办理 VIP 贵宾卡一张，同时填写顾客档案登记表。（对于新开店铺，首 2 个月所有有购买公司货品的顾客）

二、VIP 客户资料及发展

1. 顾客资料的建立

- 1) 顾客基本资料：姓名、联系地址及电话（E-mail）、证件、职业、爱好等；
- 2) 做顾客每次购物记录：时间、地点、购物内容、购物金额等；
- 3) 顾客档案登记表上的累积积分达到公司的规定将得到一定的返现；
- 4) 对不完整的资料，店员根据观察和判断进行补充完整，如重点的：**顾客体型、年龄段、喜欢的颜色、穿着风格等**；

2. VIP 客户发展激励

1) 公司对努力发展 VIP 客户的导购实施奖励政策，具体奖励如下：

当月发展 VIP 数	奖金
< 10 张	0
≥ 10 张	3 元/张
≥20 张	5 元/张
≥25 张	8 元/张
≥30 张	15 元/张

- 2) 发展的 VIP 客户销售，当日《销售日报表》上注明；
- 3) VIP 客户资料齐全的，经公司核实后方可作为有效 VIP 卡计算，资料不完整的不予以计算。

第二节 VIP 享有的政策

一、VIP 顾客的积分

- 1、VIP 顾客购物，一元积一分
- 2、积分按档可领取不同价值的“购物券”，5000 分为一档，每档可领取“购物券” 200 元，如：5000 分可领取“购物券” 200 元、10000 分可领取“购物券” 500 元、15000 分可领取“购物券” 700 元，依此类推；
- 3、积分每一年为一次最长兑换周期，逾期不办理兑换，积分清零；

二、VIP 顾客享受的其他优惠

- 1、生日当天，凭身份证可享受全场 6 折优惠；
- 2、凭 VIP 卡 88 折优惠购物；
- 3、享受优先折扣权、产品及促销信息等；

第八章

服

务

第一节 个性顾客服务

- 1、15 天价格保障承诺：顾客购买的正价商品，15 天之内如发生价格下浮或折扣，公司补贴顾客差价；
- 2、订货服务：当顾客未选中合适尺码或是其他特殊原因当时未购买，可在店铺享受适时订购服务。
 - 1) 导购应与公司沟通，确定顾客所需的款是否可以订购、成品所需要的时间，并清楚的告诉顾客；
 - 2) 顾客订购货品需交纳 100 元作为订金；
 - 3) 货品到达店铺后，订购人应在 2 日内取货，未在规定时间内取货的，店铺将订金交纳公司（店铺要求订货前明确告诉订货人）；

第二节 的售后服务

- 一、消费者购买“XXX”服饰后由于质量问题 7 日内无条件退换，并向顾客道歉。
- 二、非质量原因的退换：
 - 1、消费者购买“XXX”服饰后由于各种原因不满意希望退货，必须满足以下条件：购买后未穿、未起皱破损、皮衣皮面干净，产品标识具全未拆毁、购买票据凭证齐全，不影响第二次销售的，在 7 天之内即可退货。
 - 2、消费者购买“XXX”服饰后希望调换其他款式，必须满足以下条件：购买后未穿、未起皱破损、皮衣皮面干净，产品标识具全、购买票据凭证齐全，不影响第二次销售，在 7 天内可以调换同等价值、不同款式、不同颜色和不同规格的服饰。
 - 3、如货品内的洗涤标签显示不正确，造成货品因洗涤不当而出现的变形或质量问题给予调换，并向顾客道歉。
 - 4、双方因质量问题的判断而产生分歧，导购应及时反馈到公司，由公司安排处理。
 - 5、对非国家质量标准所规定的质量问题，如针织品、毛衫的起球、脱色等，参照当地《纺织品、服装三包规定》、工信部公布的《纺织行业标准》执行，对于低于“国家

规定级限标准”产生的面料起球、毛衫起球、脱色给予退换。

三、其他规定

- 1、顾客可调换同等价值的货品，如所换货品的价格高于原来所购货品的价格，应当补足差额；
- 2、提供货品调换服务时，顾客须出示该物品的购物凭证；
- 3、特卖商品经公司明确告知不可退换的，不接收退换。

四、本售后服务规定如果与商场《售后规定》有不同，以商场为准执行。

五、顾客热线电话

如果顾客投诉事项在店铺无法解决，顾客可拨打公司的顾客热线服务电话得到解决。
热线：

第九章

表单应用

一、销售小票

销售小票：每个商场所要求使用的电脑小票不同，店铺按商场要求填报。作为店铺销售货品的原始凭证，同时电脑小票也是测算店员个人销售业绩的凭证；

二、《日报表》

1、依据销售小票做每日销售汇总统计；

2、《日报表》所反应的是店铺当日经营信息，每一项店员都要如实填写，以便公司对店铺做出快速指导。通过《日报表》的填写，当日班店员可明确知道当日销售目标的完成率、至当日销售任务完成率，与竞争品牌的差异，当日店员应将信息在交接本上做简要说明；

3、营业结束，当班店员要将《日报表》传真给公司；

4、统计人员对《日报表》汇总，并将销售信息以短信形式发给指定人员；

5、《日报表》一式二份，店铺一份，公司备档一份（传真到公司的仅一份既可）。

三、《店长周报表》

1、《店长周报表》是店长管理店铺一周的日志，通过《店长周报表》店长可以发现一周内店铺发生的状态，特别是销售任务的完成率、货品情况等，同时对下一周工作做出相应安排；

2、店长在每周六将《店长周报表》交给区域分管经理（主管）；

3、区域分管经理（主管）审阅《店长周报表》，并对店长的工作做出指导；

4、《店长周报表》纳入店长工作考核之一；

5、《店长周报表》一式二份，店长及上一级主管各一份。

四、《货品盘点表》

1、店铺月末盘点货品及核对帐目使用；

2、《货品盘点表》于盘点后的二个工作日内传真或快递给公司统计；

3、统计对《货品盘点表》进行审核并与日常统计核对，三个工作日内将结果反馈给店铺；

4、《货品盘点表》所反映出的损溢由统计核实无误后，由商品部提出处理；

5、区域经理（主管）分析《货品盘点表》，关注店铺的货品结构，并在下一个月度做出指导；

6、盘点表一式三份，店铺、统计、区域负责人各一份。

五、《进退货表》

1、店铺进货应填写《~~进退货表~~》，并提前二个工作日传真给公司商品部，商品部审批后，仓库安排发货；

2、店铺发生退货应填写《~~进退货表~~》，并传真给公司商品部，商品部审批后，店铺安排退货，《~~进退货表~~》随货品一同发出，以便仓库清点商品；

3、店铺与店铺之间发生货品调入和调出，由货品发出方填写《~~进退货表~~》随货品跟单发出，同时将《~~进退货单~~》传真给公司统计。货品按收方按随货清单清点无误后签字回传。

六、《区域巡店表》

1、本表是公司安排人员指导和考评店铺、区域经理（主管）巡查管理店铺所使用的工作记录及店铺考核表；

2、本表须店铺签字确认，并交营销部。

七、《残次品报表》

1、店铺验收货时出现、每月定期核查货品发现、销售过程中发生的残次品，应填写《残次品报表》记录凭证，如实填写各项并传真给公司商品部；

2、商品部核实原因后，审批处理意见，店铺按商品部审批处理。

八、《活动申请表》

1、店铺开展活动、店铺参加商场活动、营销部安排促销或推广（针对全部店铺）均需要填报《活动申请表》，经审批后执行；

2、商品部（市场部）开展的商品推广、品牌推广等，需要填报《活动申请表》，经审批后，店铺执行；

3、《活动申请表》应最少提前三个工作日提出申请；

4、《活动申请表》涉及的配合部门，由活动发起部门负责协调。

九、《店铺工资表》

1、店长与每月 5 日前将管理的店铺人员工资，按照《店员薪资及考核》标准，填报《店铺工资表》；

2、《店铺工资表》区域经理（主管）核后，交财务审批；

3、店铺未能在规定时间内填报《店铺工资表》造成店员工资推迟，由店铺负责。

十、《店铺排班表》

- 1、公司店铺一般聘用三名店员，对经营面积超过 60 平方的店铺可聘用四名或以上店员；
- 2、三名店员的店铺，采取“串班+做一休一制”：店长串班，其他二名店员做一休一，店长在周一至周四期间可自选一天休息；
- 3、四名店员的店铺，采取“做一休一制”：二人为一个班次，做一休一；
- 4、店长于每月的 28 日将下一月份的人员排班方式，填写《店铺排班表》报区域经理（主管）审批后执行；
- 5、店长于每月的 5 日将上一月度的《店铺排班表》和商场店员考勤传真公司作为店员出勤的依据。

十一、《周例会记录表》

- 1、店长每周四组织店员全体例会，《周例会记录表》作为会议记录；
- 2、《周例会记录表》在会后传真给区域经理（主管），区域经理（主管）审阅《周例会记录表》并对店铺工作及店长工作、店铺要求的协助等做出处理。

十二、《店长考核表》

- 1、区域经理（主管）每月对管辖店铺的店长进行一次考核，并如实填写《店长考核表》；
- 2、《店长考核表》交人力资源部，作为店长业绩考核的一种参考；
- 3、对店长管理方面的一些不足，区域经理（主管）要加以指导和培训。

十三、《销售分析周报表（区域经理用）》

- 1、区域经理（主管）根据统计人员提供的数据及对日常店铺的管理，填写《销售分析周报表（区域经理用）》；
- 2、《销售分析周报表（区域经理用）》以电子档形式 CC 到总经理、上一级负责人。

十四、《区域绩效考评表（区域经理用）》

本表是营销部对区域经理（主管）下达月度任务及考核用的凭证，在《营销管理手册》中明确规定。

十五、点数本

每日交接班的实数交接记录本。

十六、明细账

店铺内的汇总账目，属于店铺内每月盘点货品的依据，由店长负责。

附：电子表格：

《日报表》、《店长周报表》、《货品盘点表》、《货品盘点表》、《进退货表》、《区域巡店表》、《残次品报表》、《活动申请表》、《店铺工资表》、《店铺排班表》、《周例会记录表》、《店长考核表》、《销售分析周报表（区域经理用）》、《区域绩效考评表（区域经理用）》，以上表格印刷（或打印）给相应店铺各有关人员，需要电子档，可自统计人员处拷贝。