

服装营销策略

没有卖不出去的衣服。在店里想要成为出色的促销员，如何更好的进行终端销售。

服装营销策略一：厉兵秣马

不打无准备之仗。做为销售来讲，道理也是一样的。很多刚出道的促销员通常都有一个误区，以为销售就是要能说会道，其实根本就不是那么一回事。记得那时候我们培训了将近一个月，从产品知识到故障分析，从企业历史到销售技巧，每一个环节都反复练习，直至倒背如流。

那时候我们同事之间经常互相打趣说咱都成了机器人了。我记得当时为了调试出一个最佳音乐效果，一没有顾客在场，我就专心致志地一个键一个键的反复试验，持续了将近一个星期，终于得到了自己满意的效果。

每次轮到自己休息，我总喜欢到各个卖场去转转：一来调查一下市场，做到心中有数。现在的顾客总喜欢讹促销员，哪里哪里有多么便宜，哪里哪里又打多少折了，如果你不能清楚了解这些情况，面对顾客时将会非常被动。二来可以学习一下别的促销员的技巧，只有博采各家之长，你才能炼就不败金身！

服装营销策略二：关注细节

现在有很多介绍促销技巧的书，里面基本都会讲到促销员待客要主动热情。但在现实中，很多促销员不能领会到其中的精髓，以为热情就是要满面笑容，要言语主动。其实这也是错误的，什么事情都要有个度，过分的热情反而会产生消极的影响。热情不是简单地通过外部表情就能表达出来的，关键还是要用心去做。所谓精诚所至，金石为开！随风潜入夜，润物细无声，真正的诚就是想顾客所想，用企业的产品满足他们的需求，使他们得到利益。

现在竞争这么激烈，简单的向顾客重复产品卖点显然是不行了，在信息爆炸的年代，怎么样才能让顾客记住你，记住你的产品，你必须要学会想象，学会画饼，让他感受到切实的利益。举个简单的例子，我们推出了一款新型电压力锅，它的特点是安全、省电、环保。

他就讲解的非常有特点，先是跟顾客唠家常，现在用煤气怎么贵啦，用电则速度慢啊等等，取得了顾客的共鸣，接着话锋一转，介绍到自己要推荐的产品，给顾客算了一笔经济账，用了这款产品，怎么省时，一个月又可以帮他省多少钱。最后，顾客欢天喜地地买了产品走了。

服装营销策略三：借力打力

销售就是一个整合资源的过程，如何合理利用各种资源，对销售业绩的帮助不可小视。作为站在销售第一线的促销员，这点同样重要。

我们经常在街头碰到骗子实施诈骗，其中一般都有一个角色——就是俗称的托，他的重要作用就是烘托气氛。当然，我们不能做违法的事，但是，我们是不是可以从中得到些启发呢？我在做促销员的时候，经常使用一个方法，非常有效，那就是和同事一起演双簧。

特别是对一些非常有意向购买的顾客，当我们在价格或者其他什么问题上卡住的时候，我常常会请出店长来帮忙。一来表明我们确实很重视他，领导都出面了，二来谈判起来比较方便，只要领导再给他一点小实惠，顾客一般都会买单，屡试不爽！当然，如果领导不在，随便一个人也可以临时客串一下领导。关键是要满足顾客的虚荣心和爱贪小便宜的坏毛病。

服装营销策略四：见好就收

销售最惧的就是拖泥带水，不当机立断。根据我的经验，在销售现场，顾客逗留的时间在 5—7 分钟为最佳！有些促销员不善于察言观色，在顾客已有购买意愿时不能抓住机会促成销售，仍然在喋喋不休地介绍产品，结果导致了销售的失败。

所以，一定要牢记我们的使命，就是促成销售！不管你是介绍产品也好，还是做别的什么努力，最终都是为了销售产品。所以，只要到了销售的边缘，一定要马上调整思路，紧急刹车，尝试缔约。一旦错失良机，要再度勾起顾客的欲望就比较困难了，这也是刚入门的促销员最容易犯的错误。

服装营销策略五：送君一程

很多促销员在达成销售后就马上松了一口气，甚至有人马上离开顾客干自己的活去了。其实这也是犯了一个严重的错误。很多人都说，一个人最重要的资源不是别的什么，而是人脉！这是很有道理的。