

# 2023年服装导购心得体会(汇总5篇)

在撰写心得体会时，个人需要真实客观地反映自己的思考和感受，具体详细地描述所经历的事物，结合自身的经验和知识进行分析和评价，注意语言的准确性和流畅性。大家想知道怎么样才能写得一篇好的心得体会吗？下面我给大家整理了一些心得体会范文，希望能够帮助到大家。

## 服装导购心得体会篇一

服装导购行业是一个繁忙而竞争激烈的行业，人们对时尚和个性化的需求不断增加，导购员在引领时尚潮流和满足消费者需求方面发挥着重要作用。作为一名服装导购兼职人员，我在此职位上积累了丰富的经验和体会。在这篇文章中，我将分享我在兼职服装导购岗位上所获得的心得和体会。

### 第二段：了解产品及销售技巧

作为一名服装导购人员，首先需要熟悉所售商品的品牌、款式和特点。了解产品的优缺点以及如何与其他商品进行比较，可以帮助提高销售能力和客户满意度。此外，了解销售技巧也是必不可少的。例如，在接待顾客时，我会采取友好热情的方式向顾客介绍商品，并引导他们更好地选择。同时，在销售环节，通过使用积极的语言和有效的销售方法（如推荐搭配、分期付款等），我能够增加销售量和提升客户满意度。

### 第三段：人际交往和团队合作能力的重要性

服装导购工作主要是与顾客和团队成员进行交流与合作。因此，具备良好的人际交往和团队合作能力非常重要。我学会了在与不同类型顾客交谈时调整自己的态度和语气，并耐心地解答他们的问题和疑虑。同时，与团队成员紧密合作，共同努力实现销售目标也是非常关键的。通过与团队成员交流

和分享经验，我们能够相互学习和取长补短，提高整个团队的绩效。

#### 第四段：应对挑战和解决问题的能力

在服装导购工作中，会遇到许多挑战和问题。例如，顾客可能提出对商品的不满意或退货请求，或者团队成员之间出现沟通问题。面对这些挑战，我们需要具备应对问题和解决问题的能力。首先，我会听取顾客的意见，了解他们的需求，并尝试提供合理的解决方案。在团队合作方面，我会主动沟通并寻找解决问题的方法，以确保工作的顺利进行。

#### 第五段：个人成长和职业发展

通过在服装导购兼职工作中获得的经验和体会，我不仅提高了自己的销售能力和人际交往能力，而且对时尚行业有了更深入的了解。这份兼职工作也为我未来的职业发展提供了宝贵的经验。我相信，通过不断学习和努力，我能够在服装导购行业中获得更大的成就，并为顾客提供更好的服务。

#### 总结：

服装导购兼职工作是一个需要全方位发展能力的职业。在我的兼职经历中，我学到了许多关于产品和销售技巧的知识，提高了人际交往和团队合作能力，培养了解决问题的能力，同时也为个人成长和职业发展奠定了基础。我相信这些经验和体会将对我的未来产生积极影响，并让我在职业生涯中取得更大的成功。

## 服装导购心得体会篇二

作为商场服装导购员，我有幸领略到了这份工作背后的艰辛和乐趣，这让我对于服装行业有了更深刻的认识和理解。在工作中，我不仅通过协助顾客们选择合适的服装，而且也掌

握了一些实用的技巧和经验，下面就跟着我一起来看看商场服装导购的心得体会吧。

## 第二段：注意顾客需求

作为导购员，我们的工作主要是帮助顾客选择适合自己的服装。因此，了解顾客的身材、喜好、职业和需求是至关重要的。比如，如果顾客是身材高大的男性，我们应该为他们推荐适合体形的上衣和外套，同时还需注意颜色和图案的搭配。如果顾客是职业女性，我们应该推荐专业一些的套装和配饰，让她们在工作中更加得体自信。总而言之，了解顾客的需求是我们成功的第一步。

## 第三段：提高个人形象

作为导购人员，我们给予顾客的形象不仅仅是推销产品，还有我们自身的形象。好的形象能够为服装品牌加分，提高我们的工作效率。因此，在工作中要注意穿着整洁，妆容得体，做到面带微笑、温和亲切的服务态度。只有让顾客有信任我们的感觉，才有可能形成客户黏性和良好口碑。

## 第四段：掌握产品知识

商品知识是导购员必须掌握的基本技能，我们必须掌握每一款品牌和商品的特性，以便向顾客进行详细的介绍和推荐。在店铺中，每种商品的定位、款式、面料、价格和配饰都是我们需要熟知的。同时，也要对市场趋势和流行风向进行了解，及时调整和更新店铺的搭配。

## 第五段：创造购物体验

除了优秀的推销技巧和商品知识，打造优秀的购物体验也是导购员需要着力发展的技能。在购物体验方面，导购员应注意为顾客提供良好的环境和服务，为顾客制定个性化的购物

计划，提供专业的意见和建议，让顾客有一个愉快的购物过程。在这个过程中，也要注意把握好交际的分寸，在提高购物效率的同时，让顾客感觉温馨舒适。

结论：

作为商场服装导购员，我们的任务不仅是向顾客推销商品，更重要是要为顾客提供个性化的服务和优质的购物体验。这就需要在工作中细心、负责、专业和热情。只有真正的喜欢和热爱这份工作，才能增强对顾客的敬意和对产品的热情，取得更好的工作成绩。

### 服装导购心得体会篇三

我在培训之前，只要有时间，我就会在商场里观察店员销售，时间久了，我发现，很多商场的店员在销售的时候，都很容易犯两个错误：1. 顾客看哪个功能就讲哪个功能，没有自己的思路，反而让顾客引导导购的思路。2. 顾客刚拿起手机，就迫不及待的讲产品的功能，忽略了顾客的需求。很明显，犯这样错误的导购，肯定不是销量很好的导购，那么作为培训讲师的我们，有责任帮助导购改正这样的错误，但要改正这样的错误，像上面所说的只讲公司企业文化和简单的产品知识，肯定是不行的。其实，要解决这两个问题，只要找出顾客做关心的卖点，就能避免这样的错误。

要找出顾客关心的卖点也不难，店员只要问问顾客就可以了。我们现在假如遇到了一个年轻的顾客，对于年轻的顾客，买手机现在关注的无非就是上网，听音乐，拍照，游戏等这些卖点，我们只要让顾客做个选择题，就可以把顾客的关注点问出来的。例如：“美女，你平时用手机除了接打电话发短信，上网聊天的时间比较多还是听音乐的时间比较多呢？”像这样的问题，顾客能给你的也就四个答案，我喜欢上网，我喜欢听音乐，我这两个功能都经常用，我这两个功能都不用，但不管顾客怎么回答，店员接下来的讲解都会有针对性，即

使得到的答案是两个功能都不用，那就讲打电话和发短信的优势好了。

服装导购员，简单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察，分析，对对手的信息反馈，对客户的优质服务等。

所以，服装导购员的能力提升直接关系到服装企业的发展，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，今天小编为大家总结了一下服装导购员培训心得的思路，希望对服装企业店主们有一定的帮助：

由于很多企业通路导购存在短期性，做为企业对从事服装导购工作的朋友就应当对他们今后的工作有长远的打算进行引导，服装导购工作兼容统计，推销，陈列，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，可以学习到很多的产品知识，行业知识。此外，你还会感受到企业文化，企业的历史背景，如果你是国际品牌的导购，那样你还会学习到更多的知识，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。

我们在很多卖场发现，大多数企业在招聘导购人员时，都喜欢找年轻漂亮的女孩子来从事导购工作，这是不正确的，因为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，如果让一个女孩去导购男式\_\_\_。因此，企业要根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。

1. 导购员的工作日报不能仅仅只记录一天卖出去多少，而是要非常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变化的记录与分析, 记录一切与销售与关联的事情, 间接的与直接的都要记录, 越详细越好, 这不但能及时反馈到公司, 帮助公司研究开发产品, 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帮助, 所以观察与分析对一名导购员来说至关重要.

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, 因为这是与导购员有着直接的效益挂钩, 但是做为企业对导购员的工作日记应当进行更高的要求, 导购员的统计工作它应该包含几个方面, 不光是销量的统计, 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光临这里, 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. 这些是非常珍贵的商业资料, 是很有价值的.

4. 做为一名导购员一定要有敏锐的观察力, 要有火眼金星, 一位优秀的导购员, 它能对大部分来光临卖场的消费者做出很有效的判断, 她可以通过消费的衣着, 年龄, 说话, 行为, 大致猜测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? 观察与了解, 这样才能更有效地做好导购工作.

服装销售行业的培训可谓是五花八门, 而每一个门店的导购员也是去了又来, 员工流动频率平均在3到5个月。又因为每一个品牌的管理者的个性与能力差异, 很多终端导购的培训经常是不培训很贵、培训更贵、没有绩效考核的培训更是贵上加贵的现象!

服装产品销售不同于其他产品销售, 不是学会了和顾客周旋、

记住了价格、记住了性能面料那么简单的就能把衣服卖掉。假如你还在使用这样的方法还能销售业绩做得好，那说明你是幸运的(这种现象通常是超市或大卖场的做法)。因为你的顾客对服装的需要还停留在原始的着装功能需求上!

还有一些老板希望既然培训,那么马上就要见到效果,否则说明你的培训不专业。培训可以马上见到效果往往会有两种现象:1培训多是激励和简单的话术培训,受训者当时的激情较高,用当前学的几句可以套用的语言,提升了销售信心,可以马上见到效果。2培训时采用实地带教的方式,有培训师带领公司原来被提拔起来的销售骨干,学习教练技术,由于销售骨干本来都是销售高手,加上马上现学现练的授课方式,往往可以带动店铺几天的业绩。而培训师走后,由于服装公司内部缺乏对所培养的中层的执行管理,培训过后店铺销售就会恢复原样。

大部分老板忽略了员工职业乐趣的培训,认为服装销售是一个简单的职业。会不会销售全凭个人爱好和兴趣。又因为降低了人员成本,通常舍不得花学费给导购员送出去培训。而较低的工资,通常可以招聘到适合做导购的人选很难。面对为了赚钱吃饭找来的导购人员,培训第一步首先应该是职业乐趣的培养!

职业乐趣主要是引导导购如何在销售过程中发现销售乐趣点,以及导购未来的职业成长梦想启发。销售乐趣点有自然产生的销售成交的成就感,还有通过销售沟通帮助每一个顾客达成自己的愿望,以及通过服装搭配改善顾客形象的造型作品的成就感受等。这些乐趣的培养需要一些专业知识的启发,让导购发现原来没有发现的职业乐趣,改变原来机械的上班下班的工作印象,让导购学会享受销售工作过程。这样的引导有助于导购员自己在工作中主动寻找成交方法,也让导购感觉到这份工作的充实;而导购职业的未来规划和梦想启发,可以为导购提供职业发展方向引导推荐,让导购员在日后的工作中感觉到为自己职业生存与发展的重要性。只有让导购

感觉到是为了自己工作才能从心里愿意最大程度的配合老板完成一些共同的工作目标。

因为大部分的服装导购员的成长经历中对服装消费形态的理解比较基础，认为服装需求就是商品购买需求，对服装商品背后的心理寻求、着装需求的动因了解很少。这也就不难理解为什么很多顾客都不相信导购员的推荐和语言了。

消费文化包括，目标顾客年龄与服装消费需求、目标顾客职业与服装需求、目标顾客气质风格与消费需求、目标顾客生活方式与消费需求等种种目标消费群购买形态分析。让导购员从根本上看懂理解顾客的差异消费动机，更得体的把控销售过程中的沟通重点。而这样的销售会逐渐建立起顾客对导购人员的信任。导购也因此更加体会到职业带来的满足。

商品基本知识可以通过日积月累、死记硬背、严格考试来完成。很多导购员对商品的基础知识了解很少，顾客问起来还需要再去寻找资料，时间的耽搁会错失销售机会。

商品基本知识包括，各种面料洗护和特点、服装版型特点、价格、尺码选择等。

在销售过程中快速的反映应对顾客的种种疑问，并能创造融洽的气氛来促进顾客购买，这样的顾客关系心理类的培训在当前算是最被重视的。因为这一部分是每一个人感触最明显的，在卖场工作第一天就可以让导购感受到。所以这部分内容的培训和书籍也是最多的。

在服装销售过程中，客户关系应对是不能单独存在的！也就是我们会看到一个导购在跟顾客销售沟通时，很圆融，可以用伶牙俐齿来形容，但是最终顾客还是没有购买。很多导购跟我说，“现在的顾客不知道怎么了，试了好几套也不买，任凭我怎么说不买，真搞不懂现在的顾客在想什么”。这是典型的所谓从业5年以上的资深导购嘴里说出来的。销售过程



中的客户关系处理是在了解顾客的需求上建立的，一个不关注顾客需求的关系处理是无效的。因此顾客关系处理的种种变化应该建立在真实的顾客需求上才会有效。

服装搭配技术如今也已经被很多服装经营者重视，只是苦于搭配能力一般，又不能总结出实用、简单又专业的搭配理论来，因此目前的很多搭配销售通常是仁者见仁、智者见智的。大部分导购都是凭着自己对搭配的理解来为顾客搭配衣服。一个适合顾客的搭配可以促进顾客连带购买，而不适合的搭配顾客会一件都不买。如今的顾客个性化审美现象越来越突出，尤其高端的服装品牌更是明显。

## 服装导购心得体会篇四

服装专卖店经营者要找准挖掘导购员潜力的关键点，对导购员进行培训和培养，以提升专卖店销售业绩，使企业在竞争中取胜。下面是本站带来的服装导购员培训心得，欢迎大家阅读。

我在培训之前，只要有时间，我就会在商场里观察店员销售，时间久了，我发现，很多商场的店员在销售的时候，都很容易犯两个错误：1. 顾客看哪个功能就讲哪个功能，没有自己的思路，反而让顾客引导导购的思路。2. 顾客刚拿起手机，就迫不及待的讲产品的功能，忽略了顾客的需求。很明显，犯这样错误的导购，肯定不是销量很好的导购，那么作为培训讲师的我们，有责任帮助导购改正这样的错误，但要改正这样的错误，像上面所说的只讲公司企业文化和简单的产品知识，肯定是不行的。其实，要解决这两个问题，只要找出顾客做关心的卖点，就能避免这样的错误。

要找出顾客关心的卖点也不难，店员只要问问顾客就可以了。我们现在假如遇到了一个年轻的顾客，对于年轻的顾客，买手机现在关注的无非就是上网，听音乐，拍照，游戏等这些卖点，我们只要让顾客做个选择题，就可以把顾客的关注点

问出来的。例如：“美女，你平时用手机除了接打电话发短信，上网聊天的时间比较多还是听音乐的时间比较多呢？”像这样的问题，顾客能给你的也就四个答案，我喜欢上网，我喜欢听音乐，我这两个功能都经常用，我这两个功能都不用，但不管顾客怎么回答，店员接下来的讲解都会有针对性，即使得到的答案是两个功能都不用，那就讲打电话和发短信的优势好了。

服装导购员，简单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察，分析，对对手的信息反馈，对客户的优质服务等。

所以，服装导购员的能力提升直接关系到服装企业的发展，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，今天小编为大家总结了一下服装导购员培训心得的思路，希望对服装企业店主们有一定的帮助：

由于很多企业对于通路导购存在短期性，做为企业对从事服装导购工作的朋友就应当对他们今后的工作有长远的打算进行引导，服装导购工作兼容统计，推销，陈列，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，可以学习到很多的产品知识，行业知识。此外，你还会感受到企业文化，企业的历史背景，如果你是国际品牌的导购，那样你还会学习到更多的知识，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。

我们在很多卖场发现，大多数企业在招聘导购人员时，都喜欢找年轻漂亮的女孩子来从事导购工作，这是不正确的，因为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，如果让一个女孩去导购男式。因此，企业要根据不同

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.

1. 导购员的工作日报不能仅仅只记录一天卖出去多少, 而是要非常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变化的记录与分析, 记录一切与销售与关联的事情, 间接的与直接的都要记录, 越详细越好, 这不但能及时反馈到公司, 帮助公司研究开发产品, 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帮助, 所以观察与分析对一名导购员来说至关重要.

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, 因为这是与导购员有着直接的效益挂钩, 但是做为企业对导购员的工作日记应当进行更高的要求, 导购员的统计工作它应该包含几个方面, 不光是销量的统计, 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光临这里, 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. 这些是非常珍贵的商业资料, 是很有价值的.

4. 做为一名导购员一定要有敏锐的观察力, 要有火眼金星, 一位优秀的导购员, 它能对大部分来光临卖场的消费者做出很有效的判断, 她可以通过消费的衣着, 年龄, 说话, 行为, 大致猜测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? 观察与了解, 这样才能更有效地做好导购工作.

服装销售行业的培训可谓是五花八门, 而每一个门店的导购员也是去了又来, 员工流动频率平均在3到5个月。又因为每

一个品牌的管理者的个性与能力差异，很多终端导购的培训经常是不培训很贵、培训更贵、没有绩效考核的培训更是贵上加贵的现象！

服装产品销售不同于其他产品销售，不是学会了和顾客周旋、记住了价格、记住了性能面料那么简单的就能把衣服卖掉。假如你还在使用这样的方法还能销售业绩做得好，那说明你是幸运的(这种现象通常是超市或大卖场的做法)。因为你的顾客对服装的需要还停留在原始的着装功能需求上！

还有一些老板希望既然培训,那么马上就要见到效果，否则说明你的培训不专业。培训可以马上见到效果往往会有两种现象：1培训多是激励和简单的话术培训，受训者当时的激情较高，用当前学的几句可以套用的语言，提升了销售信心，可以马上见到效果。2培训时采用实地带教的方式，有培训老师带领公司原来被提拔起来的销售骨干，学习教练技术，由于销售骨干本来都是销售高手，加上马上现学现练的授课方式，往往可以带动店铺几天的业绩。而培训师走后，由于服装公司内部缺乏对所培养的中层的执行管理，培训过后店铺销售就会恢复原样。

大部分老板忽略了员工职业乐趣的培训，认为服装销售是一个简单的职业。会不会销售全凭个人爱好和兴趣。又因为降低了人员成本，通常舍不得花学费给导购员送出去培训。而较低的工资，通常可以招聘到适合做导购的人选很难。面对为了赚钱吃饭找来的导购人员，培训第一步首先应该是职业乐趣的培养！

职业乐趣主要是引导导购如何在销售过程中发现销售乐趣点，以及导购未来的职业成长梦想启发。销售乐趣点有自然产生的销售成交的成就感，还有通过销售沟通帮助每一个顾客达成自己的愿望，以及通过服装搭配改善顾客形象的造型作品的成就感受等。这些乐趣的培养需要一些专业知识的启发，让导购发现原来没有发现的职业乐趣，改变原来机械的上班

下班的工作印象，让导购学会享受销售工作过程。这样的引导有助于导购员自己在工作中主动寻找成交方法，也让导购感觉到这份工作的充实；而导购职业的未来规划和梦想启发，可以为导购提供职业发展方向引导推荐，让导购员在日后的工作中感觉到为自己职业生存与发展的重要性。只有让导购感觉到是为了自己工作才能从心里愿意最大程度的配合老板完成一些共同的工作目标。

因为大部分的服装导购员的成长经历中对服装消费形态的理解比较基础，认为服装需求就是商品购买需求，对服装商品背后的心理寻求、着装需求的动因了解很少。这也就不难理解为什么很多顾客都不相信导购员的推荐和语言了。

消费文化包括，目标顾客年龄与服装消费需求、目标顾客职业与服装需求、目标顾客气质风格与消费需求、目标顾客生活方式与消费需求等种种目标消费群购买形态分析。让导购员从根本上看懂理解顾客的差异消费动机，更得体的把控销售过程中的沟通重点。而这样的销售会逐渐建立起顾客对导购人员的信任。导购也因此更加体会到职业带来的满足。

商品基本知识可以通过日积月累、死记硬背、严格考试来完成。很多导购员对商品的基础知识了解很少，顾客问起来还需要再去寻找资料，时间的耽搁会错失销售机会。

商品基本知识包括，各种面料洗护和特点、服装版型特点、价格、尺码选择等。

在销售过程中快速的反映应对顾客的种种疑问，并能创造融洽的气氛来促进顾客购买，这样的顾客关系心理类的培训在当前算是最被重视的。因为这一部分是每一个人感触最明显的，在卖场工作第一天就可以让导购感受到。所以这部分内容的培训和书籍也是最多的。

在服装销售过程中，客户关系应对是不能单独存在的！也就是

我们会看到一个导购在跟顾客销售沟通时，很圆融，可以用伶牙俐齿来形容，但是最终顾客还是没有购买。很多导购跟我说，“现在的顾客不知道怎么了，试了好几套也不买，任凭我怎么说不买，真搞不懂现在的顾客在想什么”。这是典型的所谓从业5年以上的资深导购嘴里说出来的。销售过程中的客户关系处理是在了解顾客的需求上建立的，一个不关注顾客需求的关系处理是无效的。因此顾客关系处理的种种变化应该建立在真实的顾客需求上才会有效。

服装搭配技术如今也已经被很多服装经营者重视，只是苦于搭配能力一般，又不能总结出实用、简单又专业的搭配理论来，因此目前的很多搭配销售通常是仁者见仁、智者见智的。大部分导购都是凭着自己对搭配的理解来为顾客搭配衣服。一个适合顾客的搭配可以促进顾客连带购买，而不适合的搭配顾客会一件都不买。如今的顾客个性化审美现象越来越突出，尤其高端的服装品牌更是明显。

## 服装导购心得体会篇五

当我们有一些感想时，写心得体会是一个不错的选择，如此就可以提升我们写作能力了。怎样写好心得体会呢？下面是小编帮大家整理的服装导购实习的心得体会，欢迎阅读与收藏。

记得高三毕业的时候，因为假期有点长，所以找了一份工作，就是做导购的。这次因为课程的需要，做了一天的导购，感觉回到了那段日子。

那是我第一次从学校出来接触到社会，对我来说是个全新的领域里，虽然我是学那个专业的，但是一直都在学校学习一些相关知识，没有直接接触过人群（消费者）。

记得第一天上班，对于初次工作的羞涩，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，心中无数次给自己打气说，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，无数次经过专卖店，从来没注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滋味，后悔自己的当初，幸运的是同事们对我挺照顾的。有了那次的经历所以这次就熟练多了，加上时间不是很长，没碰到什么状况。

那次工作地方的店长是一个充满热情的美女，她给我讲解了许多招呼顾客的办法，有什么应付不了的，她总是和我配合，把工作做好，还有燕子她们，详细地给我介绍了各种款式适合哪些人穿等等。中间我学到了许多经验，譬如要有耐性，要学会随机应变，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。

刚开始的时候我感到自己力不从心，在产品知识方面和对这个行业规则的都了解太少。于是我先从对产品知识的了解开始，现将我那一个多月来的实习工作总结如下：

我觉得每一件服装、每一系列装都有着一个个浪漫而寓意深刻的故事，一个故事就是一组个性风格的陈列方式，直接把设计师的创意完全用产品展示出来，不失设计的原创，直接的让产品在顾客面前体现他的风格，让每一个不同的门店都能通过故事把同样的寓意表达出来，让服装的陈列统一起来。

只有了解产品知识和服装所体现的设计创意，把服装的特点和穿在顾客身上的效果讲出来，同时把服装如何搭配告诉顾客，才能激起顾客的购买欲望，从而销售成交率也会随之提高。当下社会销售已经不是完全的单一的在卖产品了。所以我很喜欢它们的每一组故事，让卖服装成为卖故事，卖文化。所以我觉得每一个店员要掌握他的每一组故事，即使在销售

过程中并不一定要把我们的故事讲出来，但是如何我们能够把每一组充满设计畅想的故事掌握娴熟，就更能抓住部分客户的心理。

在销售过程中我的感悟是：所有的销售都是相通的，只是销售的产品不同而已，所以我们在掌握产品知识的以后，如何让自己的销售技巧提高。在实习中我总结了如下几条：

在销售的过程中，如果销售人员有一个好的精神状态，就会给顾客一种积极的、有活力的、上进的氛围，那么这种积极的上进的情绪总会影响到客户，从而，让顾客感到自己得到一种情绪感染，那么才能让我们的店里多留些时间，让他们挑选适合自己的衣服。精神状态的表现还从我们的仪容仪表表现出来，具备一定礼仪知识的销售人员，才能让顾客感觉到品牌的价值，因为在看一个品牌的时候，我们的销售人员就是直接体现我们品牌形象的，所以销售人员素质的提升，也是品牌提升的一个重要的标志。精神状态好的好的销售人员，成交的机率大很多。

如果我们有一个好的身体，我们才能保持旺盛的精力，才能更好的工作。在店子里导购都是站立服务的，会让人感觉到很疲惫，但为了工作，我们必须有一个好的身体，这样才能让我们更好的全力以赴的工作。强健的体魄还是一个有活力有朝气的团队所必备的。

在接待顾客的时候，由于我对产品的知识的不熟悉，在顾客要一件中号的毛衣的时候，我不能把中号的拿给顾客，因为我不知道中号毛衣是几号，在我手忙脚乱的时候，店长把中号的毛衣拿给顾客，销售结束后，店长告诉我毛衣32号是小号，34号是中号，36号是大号就是这么一点小小的产品知识，体现的就是你是一个新手，你不懂，顾客就不会和你购买。因为你不能把适合他的产品提供给他。所以产品知识在销售中是很关键的。



当我们了解了相关的产品知识的时候，就是我们掌握销售的第一部，让自己的销售业绩提升还需要我们对顾客的性格、穿衣风格等的了解，只有我们对顾客掌握的越多，我们就能更多的把握顾客的心理，和顾客建立一种和谐的关系，创造一种轻松休闲的购物环境，善于倾听顾客的每一句话，然后分析顾客是否有购买的意向，推荐适合她们的衣服。

在实习中店长的一次示范，让我感觉到对顾客了解才是轻松销售的关键，一位顾客在试穿一件外套后，店长为顾客把穿在身上的服装整理好，让顾客感觉到他很受尊重，一种亲切的感觉，让顾客对店长产生好感，这就是先作好人，才能做好销售的的销售技巧。然后店长对穿在顾客身上的服装做出了一个很中肯的评价，然后将这件服装如何搭配别的衣服告诉顾客，如果这样穿出来，这件衣服所体现的感觉是什么样的效果告诉顾客，然后顾客同样感觉很合适，然后给顾客一个购买的理由，于是顾客毫不犹豫的就把这件皮衣购买了。

销售看起来是如此的轻松，其实在这里运用了很多销售技巧。所以销售是有方法有技巧的，只要用心去做，我们的销售业绩一定会有所提高的。

一般店里都会有各式各样的顾客，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，却苦于囊中羞涩，专卖店里的衣服一般价格都不是特便宜，像一般乡下的人很难接受，但还是经常看到一些穿着简朴的父母带着孩子来买件新衣。曾看到一位贫穷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上衣欣喜的付了钱，只为上面有个only的牌子，看了让人心酸。

专卖店里不只是专门卖衣服，顾客来这是花钱买服务，买我们的信誉。我铭记在心，看到许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，骄傲，成功的喜悦难以言表，当时我很庆幸自己选择了一个好的锻炼空间。这次一天的导购实习我很快乐，好久没那样站了、好久没那

样笑了，一天下来虽然有点累，但蛮充实的。呆在宿舍也只能对着电脑打发时间。

实习的时间并不长，可它使我认识到：人的一生中，校园并不是永远的学校，真正的学校只有一个，那就是社会。那次经历也将让我终身受用。，也让自己在社会实践中开拓了视野，增长了才干，进一步明确了我们青年学生的成材之路与肩负的历史使命。社会是学习和受教育的大课堂，在那片广阔的天地里，我们的人生价值得到体现，为将来打下坚实基础。