

独特的“柳式”销售法

访北京格格旗袍有限公司金源新燕莎店店长柳桂青

本刊记者 李英 / 文 张彦山 / 摄

凭借多年的销售经验，柳桂青早已摸索出了一套独特的“柳式”销售法，当她的手在消费者腰间一摸，便能知道对方的号码是多大。

早在1999年，柳桂青就与格格结缘。“干一行就要爱一行。既然选择了格格，我就要把事情做到最好。”柳桂青告诉记者。也许正是这股狠劲儿，柳桂青进步很快，凭着优秀的业绩，最终于2009年2月份晋升为格格金源燕莎店店长。这个100多平方米的店面，布满了300多种花色的中高档旗袍，也让柳桂青再次向梦想迈进了一步。

品质：一眼认出格格装

旗袍的魅力之一是修身，它对工艺的要求不同于职业休闲装，因此穿旗袍，对细节有了更多的要求。格格旗袍以生活装为主，因此在带有古典民族气息的同时，也不乏现代时尚感。格格不仅对服装本身进行着不断的突破，他们热情的售后服务，更是给顾客增添了品牌附加值。“旗袍对每个人的体型有一定的要求，我们会通过观察顾客的体型，来为顾客提供多种选择。有些顾客，试成衣效果并不好，然而换成定制，却能达到最完美的效果。这种情况下，我们会坚定地建议她直接定制。”柳桂青说道，“有些衣服让顾客感觉腰身处肥了点，我们就拿到公司里重新修改，一遍不行，就两遍、三遍，直到顾客满意为止。”不仅是修改，格格店还根据顾客的需求，为顾客加急制作。这一系列繁琐而细小的服务，在他们眼里，每一步都必须做得完美无缺。“格格，不仅让你穿上宫廷格格旗袍的质量，还让你享受到宫廷格格专享的周到体贴服务。”这不仅耐心，更需要真心。而这一切，从顾客脸上亲切的笑容，已得到有力的证明。

“有次我走在大街上，一眼看出有个人穿着格格旗袍，亚麻荷花色的，其他品牌都没有。虽然市场上有仿造的，但那件不是。我上前一问，果然是格格的。”柳桂青笑眯眯地昂着头说道。

销售：一看二摸三试装

如果说产品是考验设计师价值的标尺，那么，销售业绩则是考验店长价值的标尺。

身为一店之长，业绩是最能说服人的。柳桂青表示，她并不是生硬地把店内的产品推销给顾客，而是通过自己的“柳式”销售法“一看二摸三试装”，与顾客互动，达成销售。

“一看，当每一位顾客一进店内时，店内导购的眼光要随着顾客的目光而动，当顾客的眼光看到哪儿时，你就从哪儿开始给顾客推荐服装，顺便还要问问她要什么场合穿。”柳桂青和记者分享了她的“柳式”销售法第一步，“同时，要观察一下顾客的穿衣打扮，了解他们的喜好和气质。比如顾客喜欢深色，就多选择推荐几件深色系列的服装。”

柳桂青还表示，顾客往往不太懂中式服装，经常需要导购推荐。在推荐的时候，要尊重顾客的喜好，推荐与她们气质相符的旗袍。

其次，是“二摸”。格格的客户80%的年龄都在30-50岁之间。这个年龄段的顾客一般身材发福的比较多，相应地腰围会粗。“但作为一个经验老道的导购，你不能去问顾客的腰围是多少？这样问对方敏感的话题，很有可能会失去一个

潜在的消费者。”

因此，柳桂青长期坚守一项原则——不直接问顾客的腰围。多年的经验，她早已学会了观体量衣。而当顾客穿着很宽松的衣服时，她会给一句轻轻的问候：“您好，您能稍微侧侧身吗，让我看看您适合多大的号码？”顾客一个转身，柳桂青就顺势用手测量顾客的腰部，猜出该顾客的大致腰围。

最后，就是“三试”。这是最重要也最为关键的一个环节。柳桂青说，通过简单的沟通后，如果对方是一个很有主见的顾客，试完比较满意的款式时，作为导购就要少给意见。而当遇到没有主见的顾客，对自己喜欢的款式犹豫不决时，这时顾客需要的是一种肯定，你只需要说，你穿这件衣服很好看，很适合你的发型、脸型，这就足够了。一般，柳桂青给顾客推荐2-3款。“试多了，顾客不知道怎么选择，眼睛挑花了更选不出来。”柳桂青解释道。

格格的顾客回头率是让人羡慕的。据柳桂青介绍，她的一位顾客曾说：“我的衣柜里全是格格的衣服，我就喜欢格格。”一位在银行工作的老主顾甚至一次买了15件衣服，除了上班，其他场合的衣着，她全交给了格格。

柳桂青的“柳式”销售法让金源店的销售业绩节节攀升。从去年



■柳桂青

2月份开始逐渐上升，到今年6月份，更是创造了目前为止的最佳月销售额45万元。十多年的磨练，让她不仅对产品知识了若指掌，对销售方法别有所悟，更是学会了如何通过细枝末节掌握顾客的基本信息。

管理：不带个人情绪

作为店长，柳桂青不仅拥有丰富的销售经验和产品知识，还能够很好地运营管理整个店面。

“微笑服务，不把个人情绪带到工作中。”这是柳桂青制定的服务宗旨。因此，柳桂青格外关注每个导购的日常心理状况，常跟他们聊天，及时了解他们的一些想法，帮他们排忧解难，给他们送去生日的问候等等。正是这种人性化的管理方式，调动了大家的积极性。对于年轻的导购，她还会毫不吝啬地将自己多年的经验手把手地教给他们。

对于店面陈列，柳桂青会和其他导购一起商量。当销量不好时，他们就尝试着更换服装的摆放方式，调整位置。“当天任务若没完成，肯定要反省。但店长不能失去信心，无论什么情况下都要保持精力充沛，这样才能带动导购，这是作为店长必须具备的素质。”

“每天14:30-16:00这个时间段客流量最大，我们选择在两点半接班，为了促进销售，大家都经常自愿加班，很有激情。我总相信，齐心协力，一定能把事情做好。”柳桂青说。

对于已创造的月销45万元的佳绩，柳桂青并不满足，她有着更宏伟的目标：将格格金源店月销售额突破至60万-70万元。“这个目标难度很大，有压力，但我们这个团队绝对有信心。公司给我们制定了年销售450万元的指标，现已完成了三分之二，但我们自己有更高的目标。”自始至终，柳桂青保持着一如既往的微笑，谦虚中不乏自信。□



■格格店中总是充满了浓浓的中國風。