# 促销活动方案话术

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2025-02-22

*第一篇：促销活动方案话术促销活动方案话术（参考）1.客户：你们的价格为什么这次做的这么便宜啊？导购员：先生/小姐，您这个问题问的很好，您可能对我们这次活动还不是很了解，我们这次的优惠活动是得到了集团总部的大力支持，此次优惠活动是我们欧派全...*

**第一篇：促销活动方案话术**

促销活动方案话术（参考）

1.客户：你们的价格为什么这次做的这么便宜啊？

导购员：先生/小姐，您这个问题问的很好，您可能对我们这次活动还不是很了解，我们这

次的优惠活动是得到了集团总部的大力支持，此次优惠活动是我们欧派全国1000

多个专卖店统一做的活动，我们是想通过这次活动让全国各地的像您一样的业主亲

身体验到我们欧派卫浴的产品，感受我们产品的优良品质，以后给我们做口碑，同

时介绍更多的客户体验欧派卫浴带给大家的高品质生活享受，所以这次才会不计成本的把价格做得这么低，所以先生/小姐现在买我们欧派的产品真的非常划算，也

是个非常好的时机。

2.客户:你们这次的价格比较低,是不是处理的都是一些过时的产品?

导购员: 先生/小姐，我非常理解您的想法，有些客户也有您这样的疑虑的，您可能对我们

这次活动还不是很了解，我们这次的优惠活动是得到了集团总部的大力支持，此次

优惠活动是我们全国1000多个专卖店统一做的活动，我们是想通过这次活动让全

国各地的像您一样的业主使用到我们欧派卫浴的产品，感受我们产品的优良品质，以后给我们做口碑。而且您所看到的这些款式的马桶、花洒、浴室柜都是我们的新

款，一直都卖得非常好，像这一款上个月还卖断货了呢，这两天订购量非常大的，（呵呵）所以先生/小姐现在买我们欧派的产品真的非常划算，也是个非常好的时

机，顺便也可拿些订购的客户名单。

3.客户:你们这次的价格比较低,是不是处理的都是一些是质量不过关的产品?

导购员:先生,我非常理解您的想法,市场上有些品牌确实是这样的，也难怪您会这样问，我们欧派卫浴都做了7年了，欧派橱柜更是做了16年了，我们此次的优惠是全国

性的，如果我们有质量不好的产品，那不是毁了自己的品牌形象，不等于搬石头

砸自己的脚？而且先生/小姐，您可以感受这个产品（让顾客用手摸），无论从设

计上，做工精细上都可以看得出来，用材、工艺、品质非常精湛，另外，相信您

通过我们卖场氛围和老客户的售后服务都可以看出的出来（同时，拿出老客户满

意度鉴证表给客户看），所以质量问题你可以绝对放心的，我们欧派对出厂的产品

都经层层检查，严格把关的，（然后马上转移话题，重点介绍产品功能、优势和带

给客户的好处。）.客户:我看上了你们这里的另外一款产品了（客户不想买我们的组合产品）,那款产品

你要是帮我搞个特价,我就买了.导购员:先生/小姐，您的想法我真的很理解，我想了解一下，您不喜欢我们这款特价

产品的哪个方面呢？《根据客户的回答进行引导，然后讲解我们产品的优势，好处，把我们的劣势（客户不喜欢的原因）变为好处》。同时，我们这次的优

惠活动是得到了集团总部的大力支持，此次优惠活动是我们全国1000多个专

卖店统一做的活动，这个组合是我们这次特别优惠的，很多客户都喜欢，您看，昨天一天这个套餐就成交了10多套呢。

如果无法说服顾客，客户执意要换：

先生/小姐，真的很抱歉，您的想法我真的很理解，而且这次活动如此优惠

全因我们集团总部的大力支持，刚好您看重的那款不在这次活动的范围内，我觉得您眼光很好，我也特别希望像您这么有品位的顾客用到我们欧派的产

品，真的，要是这个按特价，就得我们自己贴钱了（看客户对另一款非特价

产品喜欢的程度再决定说服）。

5.客户:我不喜欢这套打特价的浴室柜/马桶/花洒/水龙头,要是把那款和这款换了我就买

了。

导购员:先生/小姐，我想请教一下您，能了解一下您不喜欢这款浴室柜/马桶/水龙头的原

因是什么吗？（据客户的回答而决定如何进一步说服，尽量将顾客认为的劣势变

为我们的优势）。同时，我们这次活动优惠套餐是集团总部统一定的，您看这次的价格这么优惠也完全是集团支持我们，我们才能做得到的，所以这些产品套餐组

合，我们真的更改不了，其实，我特别想帮助您的。您看我们的产品在环保方面/

节水做的非常优秀。。（转移到介绍产品的好处上面）。

6.客户:这次我可能定不下来，你们下次这样的优惠什么时候？

导购员: 先生/小姐，这个还真不好说呢，这次的优惠活动是得到了集团总部的大力支持，此次优惠活动是我们全国1000多个专卖店统一做的活动，我们是想通过这次活动让全国各地的像您一样的业主使用到我们欧派卫浴的产品，感受我们产品的优良品质

和贴心的服务，以后给我们做口碑，给我们介绍多一点客户，所以这次才会不计成本的把价格做得这么低，所以先生/小姐现在买我们欧派的产品真的非常划算，也是个非常好的时机。

7.客户：##那里的特价比你们的还便宜呢？

导购员：①是的，先生/小姐，您观察的很仔细，您说的 ## 牌子其实都很有自己的特色和

设计风格，因为这两个品牌都是很好的品牌，我想请教一下，要是##牌子，哪方面

做的更好，您才会满意，（让客户说出竞争对手的缺点。然后说出我们这方面的优

势，强调我们的特点和好处，既解决了客户的疑虑，又把竞争对手的产品打了折扣）。

②先生/小姐，您说的是，我们的是要贵一些，同时相信您也看到，我们产品的品

质和款式还是有区别的，就像您看的这款\*\*（介绍产品的质量，用价值法，品质法

说服客户），所以我还是希望您可以多投资一点买套自己喜欢，质量上等的卫浴产

品，享受欧派卫浴带给您的高品质生活。况且我们这次的活动力度之大，您也看到

了，就像您选的这一款，原价都去到\*\*钱，现在只需要\*\*钱（拿个计算器算给客户

看），我们以前从来没有这么优惠呢，现在买真是太划算了！

8.客户：这些东西（指打特价的东西）再便宜点，我就买了，你看我们也是打工的，不是什么

大老板。

导购员：大姐/大哥，我们也理解你们不容易，我真的很羡慕您可以使用到我们欧派卫浴的好

产品。我们欧派一直秉承“欧洲品质中国价”就是希望为我们中国更多的工薪阶层提供更高性价比的好产品，让大家都能感受“有家有爱有欧派！”呵呵，我们这次的优惠活动是得到了集团总部的大力支持，您看这套产品如果没做套价时都要比现在多3000多元呢，所以大姐现在买我们欧派的产品真的非常划算，也是个非常好的时机。咱欧派是统一专卖的，全国卫浴有1000多家专卖店呢，您买了以后不会有失落感。像先生这么时尚，如果不选欧派，我们会感到很遗憾的。像小姐这么漂亮，如果选择我们欧派，一定永保青春漂亮。您和先生的事业也都会蒸蒸日上。春节晚会看过吧？不差钱，呵呵

9、客户：买个东西还要我们带上购房合同，这不是折腾人嘛，难不成我们还会买个十套八

套的放家里堆着。

导购员:先生/小姐，请您谅解，我们之所以这么做是因为我们这次的活动的力度确实是非

常大，这套浴室柜原价都\*\*\*\*钱，现在前10名才卖1888元。我们要是不做这样子的限制，就怕有人故意订多几套囤着，搞得像您这样很有诚意真正想使用我们欧派

卫浴产品客户却享受不了这么大的优惠，那到时就是我们工作的失职了，也就唯有

麻烦一下您把购房合同带过来，我也希望您能高高兴兴的用最低的价格，把我们欧

洲品质的浴室柜带回您家里。

10、客户：赠品对我没用，要不换成折扣算了，再便宜点

导购员：先生/小姐，这一点真的不好意思，我们的赠品是在正常的价格基础上厂家额外

服务客户的，就当做是您来我们这儿买东西，集团总部额外总送您的礼物。因

此赠品与价格没有关系，不过这些赠品是我们厂家特意为客户精心挑选的，很

多客户也都很喜欢，而且又很实用，（解说用途，并与客户的特点相结合）您可

以用这些赠品可以用来挂浴巾，毛巾，衣服和厕纸，这些赠品和我们这套浴室

柜和座便器搭配起来也非常合理，而且使用起来也非常方便。

11、客户：客户购买了3000多元的产品，却想要6000以上购物优惠的赠品

导购员：①可以请店长/老板申请送给客户，但是不要让客户觉得很轻而易举就得到了，要让客户觉得我们很尽力才给他们争取到。

②我是真心的想帮助您的，哎呀，您这就让我为难了。我们这次活动赠送的礼

品是我们厂家额外赠送给客户的一份小礼物，我们订购这套产品最主要是因

为他们非常适合我们，您也不是因为赠品才买这款产品的，你说对吗？（如

客户仍然不愿意接受）看来您的确喜欢我们的赠品，那这样吧，如果这次活

动结束了以后，确实有多余的赠品，我一定给您留一个，然后我们给你送过

去，您看这样好吗？

12、客户：你们这些做特价的产品的保修是不是跟其它不搞特价的产品一样的？

导购员：那是当然的，这点您就完全放心吧，我们这些套餐优惠的产品跟我们正价产品的品质是一样，当然他的保修时间也是一样的，现在唯一不同的就是你平时得

花多一半的价格来买这个产品，现在您就可以省下不少钱买其它东西了。呵呵

13.客户:你们产品这次这么便宜,是不是你们都卖了这些你们就不在这里做了？

导购员: 先生/小姐,你真会开玩笑, 我们欧派卫浴也做了7年了，欧派橱柜更是做了有16

年了,是个大品牌集团公司，我们这个专门店也在这里做了有两年了，这次的优惠活动是得到了集团总部的大力支持，此次优惠活动是我们全国1000多个专卖店统一做的活动，我们是想通过这次活动让全国各地的像您一样的业主使用到我们欧派卫浴的产品，感受我们产品的优良品质，以后给我们做口碑，给我们介绍多一点客户，所以这次才会不计成本的把价格做得这么低，所以先生/小姐现在买我们欧派的产品真的非常划算，也是个非常好的时机。

卫浴营销部 培训教研室2025-9-11

**第二篇：促销话术**

促销活动话术

1、活动内容介绍话术：

（1）„„先生/女士，您好，我们本次“苏皖联动抢工厂”活动是苏皖两省联合向集团总部工厂要价的一场特大型促销活动，所有客户都必须到圣象集团丹阳工厂现场才能选板下单。本次活动都是以工厂价成交，省去省公司、各地区域经销商环节，无运营成本，零利润，对我们消费者来说是最大的机会，我们保证，本次价格是全年最低是空前的也可能是绝后的。

（2）„„先生/女士，您好！本次活动是由圣象地板总部在全国三十几个省统一组织的特大型活动，近期也在沈阳、云南、天津等地已经非常成功的举办了多场，现场去了10000多人。我们这次苏皖两省联合抢工厂比上几次规模还要大，现场估计要到2万多人，您到工厂买地板，拿的肯定是工厂价。

（3）这绝对是一次难得的机会，你只需花一天的时间，有可能省下一半装修的钱，„„省仅限XXX个名额，我们\*\*市只有\*\*名额，我现在已经有\*\*户预约客户了，数量有限，您得抓紧机会哦。

（4）我们这次苏皖联合抢工厂活动，没有礼品、没有抽奖，没有噱头，没有利润。有的是17年如一日的品质和绝无仅有的价格。集结工厂千余款产品，打造绝无仅有的顶级地板盛宴，举全集团之力，只为苏皖两省。全中国，看苏皖！

（5）到现场选地板除了价格实惠，迓能看到更多花色的地板，增加选择，放心够买。我们承诺，如果6月23日在活动现场没有选到满意的地板，我们退换50元定金，所以您是无风险的预订。

（6）本次活动是由圣象地板总部主办的，活动优惠力度是史无前例的，而且是总部直接收款，所以，参加本次活动的客户在当天必须交全款才可享受本次活动的优惠价格。

（7）您看我们这个店面积只有XXX平米，最多也就XX款产品，但活动当天我们是去集团工厂，上万平米展示区，展示了近千款产品，所以您不用担心选不中你想要的产品。话说回来，去不去是您的意愿，选不中是我们的责任。您到时去了现场真没选中，我们无条件退回预约金，您也免费参观到世界一流、亚洲第一的木地板基地，感受圣象地板大工业之旅。

2、各类预约标准话术：

①小区业主电话标准话术：

„„先生（小姐、女士）您好！我是圣象地板的XXX，知道您正在装修，所以我们才给你打返个电话：6月22日，圣象集团将举办“万人疯狂抢工厂”活动，届时，苏皖两省2万多人云集圣象集团丹阳工厂。参加“苏皖万人抢工厂”活动，不但省去省公司、代理商、经销商环节运营成本，享受空前绝后的最大的让利；还可以参观到世界一流、亚洲第一的木地板基地，感受圣象地板大工业之旅。我们是凭券入场的。你们小区很多业主朋友已经拿到了我们的嘉宾入场券，您看我要不要跟您也保留一张？我们的认购书50元一本（圣象集团工厂？？元大礼包），如果没有选中我们退回预约金，您也免费参观到世界一流、亚洲第一的木地板基地，感受圣象地板大工业之旅。您尽管放心！

本次活动将在近期举行，到时您家也应该要装地板了，您看要不要跟您先报个名呢? 先生（小姐、女士）？

②扫楼现场标准话术：

„„先生（小姐、女士）您好！我们是圣象地板的。您的新家真是气派（微笑打先锋，赞美第一招），看到你们在施工，所以我们特意过来给你介绍一个重要信息：6月22日，圣象集团将举办“万人疯狂抢工厂”活动，届时，苏皖两省2万多人云集圣象集团丹阳工厂。参加“苏皖万人抢工厂”活动，不但省去省公司、代理商、经销商环节运营成本，享受空前绝后的最大的让利；还可以参观到世界一流、亚洲第一的木地板基地，感受圣象地板大工业之旅。我们是凭券入场的。你们小区很多业主朋友已经拿到了我们的嘉宾入场券，您看我要不要跟您也保留一张？我们的认购书50元一本（圣象集团工厂？？元大礼包），如果没有选中我们退回预约金，您也免费参观到世界一流、亚洲第一的木地板基地，感受圣象地板大工业之旅。您尽管放心！本次活动将在近期举行，到时您家也应该要装地板了，您看要不要给您登记一下，您看„„谢谢！

祝您装修进展顺利！如果在您装修过程中遇到任何难题需要我们帮忙，请您电话联系我们，我们一定尽力帮您解决！随便问一下您身边还有其他朋友在装修吗？亲戚、朋友、同亊、熟人都可以？能告诉我们他们的联系方式吗？我能说是你介绍我去的吗？谢谢！

③装修公司标准话术：

XXX大设计师您好！我们是圣象地板的，6月22日，圣象集团将举

办“万人疯狂抢工厂”活动，届时，苏皖两省2万多人云集圣象集团丹阳工厂。参加“苏皖万人抢工厂”活动，不但省去省公司、代理商、经销商环节运营成本，享受空前绝后的最大的让利；还可以参观到世界一流、亚洲第一的木地板基地，感受圣象地板大工业之旅。我们是凭券入场的。你们小区很多业主朋友已经拿到了我们的嘉宾入场券，您看我要不要跟您也保留一张？我们的认购书50元一本（圣象集团工厂？？元大礼包），如果没有选中我们退回预约金，您也免费参观到世界一流、亚洲第一的木地板基地，感受圣象地板大工业之旅。我们想多收集一些客户信息，您这边手都上开工的客户大概有多少？帮我们介绍个7、8个。规矩我们都知道的，公司肯定不会忘记XXXX大设计师的，您看......我们XX总说，有时间大家聚聚，随便到我们店去指导一下！顺便问一下，你们公司其他朋友还有信息吗帮我们问问？谢谢！

④木工师傅标准话术：

XXX您好！生意可好？6月22日，圣象集团将举办“万人疯狂抢工厂”活动，届时，苏皖两省2万多人云集圣象集团丹阳工厂。参加“苏皖万人抢工厂”活动，不但省去省公司、代理商、经销商环节运营成本，享受空前绝后的最大的让利；还可以参观到世界一流、亚洲第一的木地板基地，感受圣象地板大工业之旅。我们是凭券入场的。我们的认购书50元一本（圣象集团工厂？？元大礼包），如果没有选中我们退回预约金，您也免费参观到世界一流、亚洲第一的木地板基地，感受圣象地板大工业之旅。您看我们给您留几张合适？您到时候一共几家

业主呀？他们要几张邀请函我也好一幵给你送来！

顺便问一下你们其他的队伍都在哪里开工，他们信息是不是会多一点？你帮我也问问？您知道哪里还有其他的开工信息没有？谢谢！

3、报名统计

统计参加活动人人员的姓名、电话、徃装修房地址、面积等信息，据此表单编队，安排车辆，确定每辆车的乘客名单。标准要求：

1）保证报名热线电话全天畅通，每户限定至多2人参加，在发车前2天最后确后名单。

2）上门测量面积，确保信息的真实性，还可以对活动结束后未下单的客户进行跟踪回访；

3）每辆车上要有2位工作人员，人手一份本车人员联系清单，并负责协调、解决本车人员的各种突发情况，跟踪全程安排。

⑷建议：对于跟车的工作人员，可以根据本车下单情况和定单数量适当考虑予以奖励，以此促进其积极参与该活动，加强导购工作。

**第三篇：服装店铺促销话术**

1、你们品牌的衣服为什么这么难看、而且质量这么差、还这么贵？你们的衣服太老气了？款式太难看？ 错误应对：是的，在我没来品牌之前我也这么认为，那是因为我不了解品牌的产品，有优质的售后服务和质量，价格的保证承诺，在贵州买到同品牌、同质量、同款式的话我们双倍退还你的差价，所以你可以尽管放心购买。

正确应对：是的先生，你这个问题提的非常好；在我还没有来品牌上班以前我也是这么认为的，可是当我进到公司经过专业知识的培训后，我就真的不是这样认为了；先生，给我一点时间让我给您作个介绍好吗？但现在我不这么认为，因为我们香港品牌的风格与定位主要针对的是像您一样的成功男士、相信您也注意观察到了其实我们公司的风格与款式跟其它品是有一部份不太一样、因为现在品牌之间在形成同质化竟争的同时也成在差异化竟争、但我们公司优质的售后服务肯下定让您放心、质量肯定没有问题，先生这边请、、、、、（引导顾客去试衣，并在这过程中了解相应信号有针对解决）

正确应对：这个问题太棒了，我也有这想法，但进品牌后经过接触一段时间我才发现，其实每一个定价的背后都有他独特的卖点，因为现在资讯非常发达，顾客也能清晰的掌握商品信息，如果一种产品的价值不能跟价格相对应的话，这个产品的生命力肯定不长的，先生你说是吗？先生，请给我一次能为你服务的机会好吗，让我在服装的专业知识上给您作一个简单的介绍，先生是这样的，我今天给您作这样的一个介绍，并不是希望您一定要购买我们的产品，目的是为了方便您在以后选择服装的过程中有一个更清晰的了解和对比？、、、、、、、（为顾客介绍衣服）

品牌观点：路靠走出来，产品靠塑造出来，转移也是一种美。

2、我都买了一千多块钱的了、我不要你们返一百的商品、不如送我一只198元的包！

错误应对：先生很感谢你的支持，只是我们这里买满980元返100元是公司规定的，也是为了回馈老顾客对我们的支持，如果你真的很喜欢这个包的话，只需付98元就可以了；

正确应对：先生，您提的这个想法我也非常希望能帮您实现、先生您看这样好不好，让我占用您一小点时间把我们公司的情况给您作一个简单的介绍好吗，谢谢！我们公司是一个连锁企业，连锁企业的优点就是对消费者保证绝对的消费公平，因为我们每一个消费者都非常希望能够有一个非常公平的消费环境和公平的消费待遇；它的每一个环节或活动的执行都是经过严格的构思和检查后作一个系统的管理与执行的，这就是一个优秀的连锁企业为消费者提供一个良好的消费平台的最佳保障；像我们的每一个操作流程都是统一操作的，也就是每一个小的环节变化对我们来说都是一个系统的工程，先生您说对吗？所以我们非常感谢像您这样的一直支持和理解我们的顾客，正因为有了像您们这样好的顾客，我们公司才有了今天的发展，所以先生，我发自内心的希望能够得到您的理解，谢谢！再说您选的这件衣服的确和您的气质非常的吻合，我真的希望这件衣服能够穿在您的身上，如果是因为这个礼品的问题而导致这件衣服和您擦肩而过的话，那我觉得真的是太可惜、太不值得的了！先生您说是吗？先生那您是穿着走还是打包走呢（帮助顾客下决心）？

品牌观点：打西洋拳，不如打太极拳。

3、你们品牌的衣服太贵了？如果能打折就买？

错误应对：我们的服饰都是打折完才销售的，我们打的都是3-7折，比其他家价钱都要优惠，而且在我们这里消费，可以享受到终身免费维修、整烫、剪边、织补。还可以免费给您办一张VIP贵宾卡，那您就成为我们品牌的贵宾了，还可以在我们连锁店长期享受到8.8折最优惠的折扣。

语言模板

正确应对：先生，除了价格之外其它您都满意吧，在这一点上面我也非常希望能够帮到您同时我有一个这样的看法：我想在您购买的过程中，价格的考虑应该只是一方面原因吧！主要还是要看这款适不适合自己、如果不适合自己就算再优惠、您买回去穿几次就不想穿了的话，这样价格算起还更高、您说是吧！正因为

这件衣服是这样的价格才值得向您这样成功的男士推荐；我们这款服装是这个季节卖的最好的，我们每天都要卖出去好几件；您仔细看一下这款衣服的面料、工艺都是非常独特的，真的和您的气质非常的吻合，这一款衣服您穿起来真的很适合，如果不能穿在您身上我觉得实在太可惜了，先生您不防给我一次能为您服务的机会，让您来体验一下我们的服务，先生您想一想，开奔驰和开桑塔纳的感觉是绝对不一样的，您说对吗？那先生我给您包起来好吗，您是付现金还是刷卡呢！是我帮您还是您自已来呢？那先生这边请（促成生意）

品牌观点：绝路亦是出路，危机亦是转机。

4、我买了这件衣服回去要是我家人不喜欢或穿不了可以拿回来退货吗？

错误应对：

1、不好意思，如果说他穿不了可以拿来换号

2、如果他不喜欢，我们可以给他换其它款。

正确应对：先生，这一点可以放心，如果说他不能穿或您家人不喜欢的话，只要不影响我们的第二次销售，在规定的时间内您可以拿来我们帮您换一款其它风格的就行了，同时再加上我们综合一下您家人的情况，挑一款适合的给您带回去，这样的话就能避免这些情况了、而且我们品牌的宗旨是：为所有的顾客挑选一款最适合他的衣服，因为顾客的满意是我们永远的追求（导购应引导换款而不引导退货）。

品牌观点：帮助顾客、以诚换心

5、你们的衣服和其他品牌的比还是有悬殊的错误应对：是的，我们和他们的经营不一样，而且质量我们是完全可以向您保证的，比如你看一下这款是的，他们主要是单一品牌，而我们是组合的风格更多，是的，我们的定位不同，他们的款式跟我们的款式相同，相同质量，但价格却相差一三百块钱。

正确应对：是的先生，我们跟其他品牌确实有不同之处，因为每一个品牌都有他自己独特的风格；我们公司的经营宗旨是一切以客户价值为核心，以顾客利益为最大化为准则，所以我们公司的服装在款式、质量、设计风格上多样化、在性价比上或服务上都非常注重，我们的目的是为了让每一个消费者在品牌都能挑出一款适合他自己风格的衣服；先生您主要是喜欢哪一种风格的衣服呢？我觉得这款衣服的风格非常适合您的气质，先生您不防试一下好吗，这边请、、、、（转移在销售上来）

品牌观点：直贬别人不如认同别人、同时巧妙推荐自己。

6、你们说起你们公司售后服务这么完善，为什么都没有干洗这一服务呢？

错误应对：是的，我们公司售后服务依然完善的，但干洗一块的话，我们在一步一补的完善中，希望我们免费维修、整烫，能依然为您服务。

是的，谢谢您提出了这个非常宝贵建议给我，我会马上向公司反映您这个建议，希望您能再为我们提出更多的意见！

正确应对：是的先生你提的这个问题之前也有顾客给我们提过建议；我们公司通过认真分析后考虑到每个顾客对服装洗涤要求都不一样，（比如你有什么个性要求或时间要求等）而且对所有的顾客都不太方便；在这里我们可以给您介绍几家：如小白熊、千庭白鸽等洗得都不错您可以给他提示您的个性要求！品牌观点：简单也是一种价值

7、你们家做生意太死了，我都经常来消费，你们也不送点礼品。

错误应对：是的，送礼品能让消费者心理平衡一些，但那些只是变向的促销手段而已，在我们品牌消费，我们给您承诺在贵阳市买贵双倍退还你差价，而且还给您作积分，积分是不限制时间的。，积满980分返赠

100元以内的服饰。另外我们还赠送你VIP卡贵宾卡，还可以在我们连锁店长期享受到8.8折最优惠的折扣。

正确应对：先生你这个问题提得太好了，之前也有一些顾客给我们提了这个问题，我们及时把这一情况汇报给公司，我们公司通过一段时间讨论调查后分析、怎样才能给我们的贵宾一个好的、实用的礼品，所以公司最后确定起动我们的VIP项目、只要您持有我们公司的VIP卡就可以在我们连锁店长期享受到8.8折最优惠的折扣及免费整烫维修各类男装品牌服饰、同时您的积分还不会被清零当磊积到5000或10000分的时候我们将隔外赠送您一件精美礼品或出去旅游一次！对了先生您今天主要是想了解哪一种风格的产品呢？让我为您介绍一下，（把顾客引导到服装价值上去）

品牌观点：小的观点，必出大的效果

8、你们家毛料的西服都没有，还说什么品牌店呢？而且你们的西服都没有开叉的呢？

错误应对：你说得有道理，但是衣服是否有毛料并不取决于品牌的知名度，主要是衣服的版型，而毛料衣服的洗涤和保养又是一种专业的工作。

语言模板

正确应对：先生这个问题提得太好了，之前也有很多顾客给我提过这个问题，先生您对服装应该也是非常了解！有时间的话一定要好好向您请教一下；今天有幸能为先生您服务我非常高兴；听先生这样一说，可能平时都喜欢穿毛料的衣服是吧哦原来是这样，请问先生您主要是在什么场合穿比较多呢（答：出差、商务洽谈、经常在办公室坐着办公）。哦，原来是这样呀！因为我们的西服是比较职业化的商务西服，而商务西服都是不开叉的，这样才显得比较稳重；再说我们家产品的性质和羊毛相比本来就不大，而且垂直感特别强，防皱性也非常好，穿上它给人的感觉很笔挺，由其适合出差的时候穿；当然我们公司也会引进几款、对了我们公司的XX款式刚到，我觉得这款服装非常值得与您共同研究一下，先生这边请（拿起衣服跟他介绍并让他试一下，同时在交流中引导灌输消费观！如某种衣服面料的特性更适于什么样的场合穿等！）正确应对：先生，我非常赞同您的观点；在我还没有进品牌之前我也这么认为，但当我进入公司经过专业培训后才知道，其实所有商品的品质和价格都一定成正比例的您说是吗？请您给我一点时间，让我和您分享一下我在服装行业3年的工作感受好吗？一般西服含毛在60%至70%的话，价格大概在1500-2025元左右，含毛在95%的价格在3000-5000左右；而我们品牌的西服定价是如何帮助到更多的商务人士选择到一款性价比和风格都非常适合自己款式；我们公司的XX款式刚到的，我觉得这款服装非常值得给您介绍并与您共同研究一下，先生这边请（拿起衣服跟他介绍并让他试一下，同时在交流中引导灌输消费观！如某种衣服面料的特性更适于什么样的场合穿等）

品牌观点：合理的拒绝观念是好，但请教式的沟通也是一门不错艺术！

9、你们家的西服面料怎么都是涤纶加沾胶的，而且没有B版的，穿不了啊？

错误应对：我们家的西服穿上身就很特别的，现在人考虑的面料只是一方面，最关键的是看适合于否，您说先生是吗，而且版型的话，现在很少人穿得特别宽松，都是穿着很时尚的。

语言模板

正确应对：先生，您问的这个问题问的非常好，是否能请教一下先生您的贵姓呢；是这样的，像涤纶这款面料的话呢，在许多朋友的记忆中还是感觉像以前的“的确良”面料，其实不是，（本段话可以省略）它的另外一个名字叫聚脂纤维，其特性是：防皱、笔挺、耐磨性超过任何一款纤维；其次由于它是从多种植物里面提练出来的一种植物纤维，通过人工技术处理后形成的一种合成纤维，具备了多种面料的优点和特性，所以涤纶和沾胶的面料制作而成的服饰穿起来非常的舒适、易保养、易存放；先生我觉得这们家刚到的XX新款比较适合您个人的气质，而且也走的非常的好，让我们一起来感觉一下吧、、、、、当然B版我们也会进一些！

正确应对：针对版型：先生，您问的这个问题问的非常好，请问怎么称呼先生您呢；是这样的，这款服装的设计是根据我们贵州人的体形而单独设计的（简称为AB版），因为我们贵州人的体形相比要秀气一些，当然B版我们也会进一些、、、、、！因为我们的设计师建议这款上衣适合XX风格来搭配，这样显得更为时尚，如果宽松了就没有味道了；像先生您就非常适合、、、、、，先生，您不买没关系，请先跟我来试一下这件衣服的整体搭配效果吧

品牌的观点：以数据、事实说话，将优势扩大化

10、你们公司服装的吊牌上注明含羊毛，但实际上没有含羊毛的成分，而且还不能用水洗、机洗，只能干洗？

错误应对：哦，这样呀，那可能是厂家印错了吧，不好意思您再换看别的吧

语言模板

正确应对：先生，您好！您有这种想法我能理解，同时请允许我给您做一个详细的介绍；我们产品所含的成分是80%的涤纶和20%的沾胶，这就已经是100%的面料成分了；吊牌上有注明含毛料，目的是很清晰的让顾客知道，我们这款服装它已具备羊毛的质感；并还有另外一层意思：是国家规定的正牌商品必须是有这样正确的标识和规定，因为我们店内销售的每一个品牌都属于国家规定的正牌商品；我们品牌的使命就是：不管是在价格上还是在服务上都要为顾客提供最优质、最满意的产品；注明不可以机洗主要是为了更好的保护好衣服的版型，像先生您就非常适合我们店的这款衣服、、、、、，先生，您不买没关系，请先跟我来试一下这件衣服的整体搭配效果吧？

正确应对：先生，是这样的，服装如果您要用水洗或机洗的话实际上也是可以的，只不过是为了延长其服装的寿命，才建议您拿去干洗的；注明不可以机洗主要是为了更好的保护好衣服的版型，毕竟衣服也像人的身体一样同样需要好好的保养嘛！而且您看的这款衣服也是非常珍贵的哟？我们的这种建议是为先生您着想，希望您穿上我们的衣服后更能给您的形象增加一份光彩，让您更有气质，而且还可以给我们做做宣传哟、、、、、11、你们家的毛衣和丝制T恤会起球吗？起球退货吗？

错误应对：先生，毛衣是属于长纤维制品，起毛、起球是正常的，不过在一般情况不磨擦的话是不会起球的，如果有谁告诉你毛衣100%不起球的那是不可能的。除非他只买你这件衣服。如果我们不是我们衣服本身的质量问题。我们是不能退货的。

语言模板

正确应对：先生您这个问题提得太棒了，这也是我们很多顾客所关心的问题；请您给我一点时间让我在毛衣专业洗涤/保养知识上给您作一个介绍好吗？是这样的：毛衣是属长纤维制品，本身表面就有一层毛细纤维，在穿的过程中产生静电以后表层的细毛就会打结形成毛球现象，所以经常磨擦到的地方会起一点小疙瘩；您在洗涤时最好翻过来洗，避免直接搓洗；另外毛衣穿久了，有些部位会磨得发亮，这时您可用醋、水各半混合液在发亮部位喷洒一下或在洗剂里滴数滴阿摩尼亚再洗涤，洗后色泽丝毫不损，就可恢复原样。所以你只要按我们给您提供的保养方法去操作的话就可以避免起球的情况发生了；如果有类似的情况，您随时拿过来，我们一定以最快的时间帮您处理好，这点你完全可以放心。

品牌观点：以自己的专业与经验，往往是打开客户心门的钥匙。

12、建议顾客试穿衣服，可顾客就是不肯采纳建议

错误应对

1、喜欢的话，可以试穿。

2、这是我们的新款，欢迎试穿

3、这件也不错，试一下吧。

语言模板

正确应对：先生，您真是非常有眼光。这件衣服是我们这个周期卖得最火的一款，每天都要卖出好几件呢。

以您的身材和气质，我相信您穿上后效果一定非常不错！来，这边有试衣间，您先试穿一下看看效果怎么样…（不等回答就提着衣服主动引导顾客去试衣间，尤其适用于犹豫不决的顾客）；（如果对方还不动）先生，衣服是一定要穿上身才会有感觉的，您说是吗？先生，我有一个小小的请求：只要您能给我一次为您服务的机会，我一定会帮助您挑选出一套最适合您的衣服；其实衣服每个人穿的效果都不一样，就算我说很再好，如果您不穿在身上也看不出效果，您买不买真的没有关系，来我先帮您把衣服的扣子解开吧；（再次拿起衣服主动引导试衣）

正确应对：先生，您真有眼光，这款衣服是我们的新款。卖得非常好！来，我给您介绍一下，这款衣服采用\*\*\*工艺和面料，导入\*\*\*风格与款式，非常受像您这样的成功人士欢迎。以您的气质体形，我认为您穿这件衣服效果一定不错。来，先生，光我说好还不行，这边有试衣间，您可以看已穿上看看效果，这边请…（提着衣服引导顾客去试衣间）；（如果对方还不动）很多先生当需要为自己购买服饰时，都不知道什么样的衣服适合自己，只有平时多挑选、试穿，自己有需求时，才能选择到适合自己的，先生您说是吧！先生，我发现您似乎不大愿意去试，其实，您今天买不买这件衣服真的没有什么关系，不过我确实是想为您提供最好的服务，请问是不是我刚才的介绍有什么问题？为了我能为您提供更好的服务，您可以告诉我吗？谢谢您！（如果顾客说不喜欢这个款式，则转入询问推荐阶段）

品牌观点：抛弃根深蒂固的散货观念；服饰门店销售需要不断创新的意识

**第四篇：大拇指扫地机促销话术稿**

大拇指自动扫地机促销话术稿

时代在发展，社会在进步。

改革开放搞得好，万里长城永不倒。

看咱产品好不好，你们眼睛是领导。

悄悄看看不收钱，只为厂家做宣传。

科学家不种地,没事研究高科技。

【他是新产品、高科技、新一代的扫地机。拥有这台扫地机，回家清洁不费力。

手来推，手来动，一点电源都不用。既好看又新潮,扫地就用两朵毛。

前一推，后一拽，清洁垃圾他最快。扫地毯、扫地板，不把赃物留一点。

既省事，又省力，省时间出效益。扫的干，扫的净，瓜果梨核都不剩。

传统扫把扫，既起尘、又起毛，勾勾缝缝扫不着。

用他扫，不起毛、不起灰，瓜子皮子扫一堆】

扫地机帮你把灰尘赃物无处藏。干家务不累胳膊不累腰，就像在做健美操。

买一台，来送人，既有心意还创新，恩爱送妻子、孝敬送父母，把养育之恩补一补。简逸生活，商品好，就把这个送父母，小伙子买了送丈母娘，姑爷就比儿子强，这产品既好用、又简单，推来又推去，好像做游戏。大到中央、小到部队，每个家庭都需要，每个家庭都必备。

大拇指自动扫地机促销话术稿

时代在发展，社会在进步。

改革开放搞得好，万里长城永不倒。

看咱产品好不好，你们眼睛是领导。

悄悄看看不收钱，只为厂家做宣传。

科学家不种地,没事研究高科技。

【他是新产品、高科技、新一代的扫地机。拥有这台扫地机，回家清洁不费力。

手来推，手来动，一点电源都不用。既好看又新潮扫地就用两朵毛。

前一推，后一拽，清洁垃圾他最快。扫地毯、扫地板，不把赃物留一点。

既省事，又省力，省时间出效益。扫的干，扫的净，瓜果梨核都不剩。

传统扫把扫，既起尘、又起毛，勾勾缝缝扫不着。

用他扫，不起毛、不起灰，瓜子皮子扫一堆】

扫地机帮你把灰尘赃物无处藏。干家务不累胳膊不累腰，就像在做健美操。

买一台，来送人，既有心意还创新，恩爱送妻子、孝敬送父母，把养育之恩补一补。简逸生活，商品好，就把这个送父母，小伙子买了送丈母娘，姑爷就比儿子强，这产品既好用、又简单，推来又推去，好像做游戏。大到中央、小到部队，每个家庭都需要，每个家庭都必备。

**第五篇：活动促销话术**

截留喊麦及秒杀话术：

传单截留：来看一下，全场2折起秒杀了，年前最大力度的促销，最后一次，赶紧进去看一下啊（语言）+手势引导和轻微推送+诚恳的态度。

快快了喊麦话术：全场两折秒杀，99元就可以带走一件毛呢外套，走过路过您可千万不能错过！留住脚步就是留住实惠，留住脚步就是留住金钱！进店看一下什么叫真正的实惠，进店看一下什么叫真正的物超所值！我们丽歌服饰定位成功女性的时尚品牌，来丽歌服饰感受不一样的服装盛宴！丽歌，让美丽传播！！羊绒羽绒服打包两件！！欢迎光临丽歌服饰，年前最大力度促销，最后一次不容错过！！丽歌公司员工人数已超200多人，有专业的销售和策划团队，分丽歌部、佳马部和销售三部，年销售额已破亿元。公司发展迅猛，直营店数量已达21家，加盟店更是达到了420家。关注丽歌服饰，品味时尚生活！来丽歌，把美丽带回家！

秒杀话术：

我们的99元秒杀（还有半个小时即将）开始，99元您就可以带走一件价值500元以上的毛呢外套，是的！你没有听错，我也没有讲错！只要99，只要99元您就可以把它带走！··县历史上最大力度的促销，比来比去还是来丽歌买衣服最划算。店内更多惊喜啊！！借力话术:

这个问题你最好咨询一下我们西安来的服装形象顾问，她这方面经验很丰富，相信一定可以为您推荐适合您的款式（衣服款式问题）；这个衣服真的很值这个价钱了，是这样吧，你来和我们店长谈一下（价格问题/可用赠品解决）——引路到借力人面前，记得和借力人员一句话讲明客户购买款式意向和纠结的问题；

会前动员内容：

A配合店铺老板负责人鼓舞士气。人不逼自己一把永远不知道读优秀，早就听说···店的团队非常的强悍。成功源自对目标的信念有多强！！然后讲三个案例 一个是土门日销售5万的案例，阐明团队协作的重要性；二个讲某店铺销售员（名字）日销售突破7000元，可以8联单销售，同样是一张嘴两条腿，别人做的到我们也一定可以做得到，年轻人拼的就是一股子干劲，要敢于自我挑战，挑战极限挑战认为不可能的事情！三讲一个自己的案例，切身感受的东西最容易打动人！最后讲明我们这次是6家店铺同时再搞活动，内部也是有竞争的，摆脱大家多多努力，让别的团队看看咱们···店的风采！

B协助制定活动目标任务，并告知我们也是带着3日10万的销售目标来的！马总和公司都很重视这次活动，希望能够通过这次活动给店铺员工带来更多实惠，提升店铺影响力！C强调或者推崇老板讲出本次活动完成目标的团队奖励机制！

D确定功能职责。店内几个人负责销售？哪个人对产品最熟悉，负责销售产品的陈列和调配？店外负责截留发传单的是谁？喊麦的是谁负责？确定活动总指挥！E讲明此次活动的主题内容及活动流程和注意事项。(详见课件及总结分享)H 明天早上8:30在店铺集合再次动员，一定让大家喊出来，我们的目标是突破2万，势必达成，势必达成！！活动现场氛围的营造：

A配衬一，活动物资的布置，必须在19号晚上全部到位，并发到研讨群接受审核！B配衬二，活动音响及音乐的准备必须到位！

C陪衬三，秒杀货品一天分6个时段在店前开展，吸引人气并往店内引！D配衬四，喊麦及截留人员的话术及引导培训！

E配衬五，销售组成员（根据人流情况）尽可能的让顾客多待一会！

F配衬六，通知会员并转发微信让会员及朋友在活动期间都来店铺了解一下！

G配衬七，找到刮刮乐售卖人员，可在店门前进行刮刮乐助刮奖协助（需要和店铺老 板沟通）, H配衬八，一天分6个时段统计销售数据并告知店内店外人员，激励士气，每次销售都要击掌加油并店内播麦告知组员！

I配衬九，门前跳舞蹈吸引人注意并活跃组员心态

产品库存及货品结构的调整是否到位（询问）活动总结及经验分享：

1活动内容不要太复杂，背后的原因是一准备不充分，二生搬硬套别人的模式 2活动时机赶在别人之前，先人一步做计划和实施，避免更多分流

3活动与活动之间的价格协调，要进行全年活动的统筹规划，注意整体性 4赠品的固定化，避免多色多样。女性喜欢挑细节

5会员宣传是否做到位？活动前必通知会员，并对A类会员电话通知

6活动不能太频繁，店铺会员会感觉不舒服，影响品牌价值。统筹安排全年活动，多赠少减 7会员桌牌的制作，放在收银台，方便顾客和店员了解

8货品陈列很重要。色彩搭配，模特摆放，服装陈烈，价格带分布，重点突出，顾客停留时间等

9店员穿什么就推什么就销售什么。把主推的及联单销售的穿在身上方便推荐 10跳舞吸引人进场。会场气氛的营造

11团队职能划分及相互协作很重要，明确职责及个人目标，相互配合完成团队目标 12对产品库存色类卖点要很熟悉，每个店必须有一个对产品非常了解的人 13士气很重要，活动成不成全靠参与人员的热情有多高，执行力有多强！14逼单不要太着急，避免围攻或者直接回绝客户回旋的试探性要求。15对顾客要 一句话引发兴趣——截留话术 注意事项

1街面店搞活动，左侧搞免费抽奖活动（积累微信平台客户），右侧喊麦秒杀吸引人流烘托氛围并引导入店（此环节可做其它）

2客户的从众心理如此之强，反向强调会场人气的重要性 3会场外打堆头吸引人一样重要

4客户习惯被引导，截流人员半推半就加之语言刺即可送入店中 5易拉宝的摆放和截流人员的站位都必须相互配合

6销售组员推衣服要学会发问，一看反应测意向，二方便推荐引导 7目标意识（包含货品目标）和话术技巧及对顾客的观察等都务必加强 8再有下店的家人一定要提前和老板沟通几个固定的问题 9输什么不可输气势

10知道你是谁，你该做什么不需要问别人，为更好而主动！

片区经理和店铺老板去沟通活动事项

A宣扬活动主题及活动重要性及其它店铺的取得的良好效果，达到店铺老板重视和积极配合的效果

B让老板提前做好准备做好人员职责划分（咱们只负责场内场外及协助）C参与店铺活动员工奖励机制的疏导 D活动物资统一印制

E这次活动下去住宿由店铺安排（标准间，后发公函通知）

1活动的主题内容及活动流程和注意事项

2会员宣传是否做到位？活动前必通知会员，并对A类会员电话通知

3店员穿什么就推什么就销售什么。把主推的及联单销售的穿在身上方便推荐 4团队职能划分及相互协作很重要，明确职责及个人目标，相互配合完成团队目标 5对产品库存色类卖点要很熟悉，每个店必须有一个对产品非常了解的人 6逼单不要太着急，避免围攻或者直接回绝客户回旋的试探性要求 7客户的从众心理如此之强，反向强调会场人气的重要性 8会场外布场设置吸引人一样重要

9销售组员推衣服要学会发问，一看反应测意向，二方便推荐引导

10目标意识（包含货品目标）和话术技巧及对顾客的观察等都务必加强 11输什么不可输气势

12知道你是谁，你该做什么不需要问别人，为更好而主动！

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！