

服務流程常見問題或注意事項		
基本 導購 模組	親切招呼	<ol style="list-style-type: none"> 1. 站位不正確，以致未能留意是否有客戶進入店堂。 2. 客戶進入店堂時，未及時做出相應的迎賓動作。(Ex.主動開門、招呼問候、點頭示意…等) 3. 迎賓之際，未暫時停止手邊工作，以示尊重。 4. 問候僵化，不能依時段或節慶提出適當的問候語。 5. 肢體語言生硬或不恰當，沒有微笑，且目光未與客戶正面接觸。
	探詢需求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客人瀏覽商品時，露出警戒形態，或緊盯在後，或緊緊跟隨。 2. 未在適當的時機，主動向客戶提示讓導購人員介入的機會。(Ex. 主動詢問客戶對商品的意見…) 3. 沒有事先探詢客戶的消費需求，即開始盲目推介商品。(Ex. 使用者、使用場合…等) 4. 沒有積極向客戶展示商品，以致不能有效提升客戶購買動機。
	誠意推介	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商品知識欠缺，無法正確回答客戶對商品所提出的問題。 2. 專業能力不足，隨意附和客戶判斷，盲目推薦商品，以致客戶產生質疑。 3. 無法具體描述產品特性，強化產品優點，並依不同消費需求，提示相應的促銷賣點。(FAB) 4. 害怕重新理貨的麻煩，有意無意妨礙顧客觸動商品、展開商品。
效益 提升 模組	鼓勵試穿	<ol style="list-style-type: none"> 1. 積極性不夠，未主動鼓勵顧客試穿，反而處於被動立場。 2. 不能以正確的引導動作，指引客人前往店堂試衣間。 3. 顧客試穿前，未將商品完全展開，如拉鍊、鈕扣等，應全部打開。 4. 顧客試穿後，未主動協助顧客整理衣着，並參與試穿後的意見評估。
	銷貨組合	<ol style="list-style-type: none"> 1. 太過被動，喪失影響客戶的主导空間，不能激發入店客戶潛在的消費需求。 2. 太過急躁，在消費確信未形成之前，急於附加推銷，擾亂客戶消費決策判斷，引起反感。 3. 太過單薄，相關專業能力不足，不能靈活組織單品 FAB，不能進行有效的銷貨組合推介。 4. 太過主觀，不能善用引導、說服的推介方式，而將自己的主觀意見，強加在客戶身上。 5. 太過健忘，對已有歷史性消費記錄的客戶，未能以其消費記錄，做為銷貨組合推介的依據。
訊息 建構 模組	收銀服務	<ol style="list-style-type: none"> 1. 營業員未主動引導顧客到收銀台結帳。 2. 收銀員未主動向客戶提問有無 VIP 卡。 3. 收銀員于現金找付時，未唱收唱付。 4. 客戶結帳後，營業員或收銀員未進行出店品檢及售後服務說明。(特別是商品洗滌保養部分) 5. 客戶結帳後，收銀員不應急著向客戶說「謝謝光臨」，而應提問是否有其他需求。
	客戶記錄	<ol style="list-style-type: none"> 1. 流於形式，客戶資料卡任由客戶自行填寫，未對字迹、內容進一步確認。 2. 未主動向客戶索取名片，以期建立更完整的資料。 3. 只是為了指標而要求客戶填寫，未對客戶說明資料卡用途，反而引起質疑。 4. 客戶資料卡，未妥善建档管理，造成日後「客群經營模組」執行操作困難。
客群 經營 模組	客 群 經 營 注 意 事 項	
	聯系服務	<ol style="list-style-type: none"> 第一. 吉慶假日、客戶生日、及重要的紀念日，向客戶致意； 第二. 在節氣重大變化，特別是天氣突然變冷的时候，應向客戶提示，借以觸發消費動機； 第三. 新貨上櫃或公司舉辦優惠回饋等活動時，優先告知； 第四. 問候客戶一個主要的方法是根據客戶留下的手機號碼發送短信，這樣既不會打擾到顧客，成本也比較低。