

中年衣服网上进货多莉娅20年冬装新款女式风衣外套

产品名称	中年衣服网上进货多莉娅20年冬装新款女式风衣外套
公司名称	武汉爱弗瑞服饰有限公司
价格	.00/件
规格参数	品牌:多莉娅 库存:10000 份数:100
公司地址	武汉市东西湖区九通路15号爱弗瑞服饰批发中心
联系电话	15902751355

产品详情

中年衣服网上进货多莉娅20年冬装新款女式风衣外套

爱弗瑞服饰主要经营各品牌女装折扣尾货批发、大码衣服进货来源、网上服装走份厂家拿货、服装怎么从工厂直接拿货。

导购经常犯的一个错误，就是在顾客问到高价格商品的价格的时候，第一时间，不假思索的告诉顾客。这是大错特错了。很多导购员奇怪，顾客问我价格了，难道我不回答？对导购来讲，一定要先把自己产品的优势、核心卖点、给顾客带来的利益点充分介绍清楚之后，判断出顾客有购买意向和基本的选择倾向，再说出价格，才顺理成章。如果顾客不了解你的产品，你的产品又标价很高，顾客肯定会嫌贵。对顾客来讲，他们容易感知和判断的就是产品的价格，所以他们关心价格、首先谈到价格是很自然的。对于优秀的终端导购来讲，就要巧妙化解。导购的普遍想法是，为了让顾客不跑掉，先用低价的产品吸引顾客留店。而按低 - 中 - 高的“加法”介绍方法，低价的产品只能使后面介绍的产品显得非常昂贵，顾客的心理账户发生了微妙的变化，促使顾客放弃了购买的决定。这样做，可能促进低价产品的销售，但无形中增大了高端产品的销售难度。而导购还浑然不觉，认为是产品价格高的原因。其实，是导购不正确的介绍顺序让顾客感觉产品价格高，赶跑了顾客。物以稀为贵——稀缺气氛的创造当顾客感觉自己购买的产品数量非常少，或会越来越少的時候，都愿意为拥有产品付出更高的价格。“数量有限，售完为止”，“后截止日期”策略都是“物以稀为贵”在商业上的实战应用。终端导购如果能在终端巧妙地

创造这种稀缺的气氛，也能使顾客的心理发生微妙的变化，促成高价产品的销售。品牌尾货中寻找高品质女装货源

品牌服装工厂经常会有一些当季的计划外订单和库存服饰，会在每年新品推出的时候打包销售给品牌折扣供货商，这些货品就成为品牌折扣货或者尾货。整体的价格十分优惠，而且涵盖的品类十分丰富。而折扣厂商会将此类商品分成不同的份型按份出货，一份货品比例结构选择都很多，店主朋友们需要按照自己的需求拿匹配的货源。