

适用

经销商老板 · 店长
销售 · 设计 · 运营

门店带训实用版 V5.9

配套表单 8 张

SALES

好成交

不靠硬推。把需求问清、产品讲透、方案说懂，
客户才敢做决定。

销售和设计说同一种话
用方案帮客户做选择

听得懂 · 练得会 · 回店就能做





这节课怎么学，学完怎么用

请拿出一名正在比较、犹豫或等待方案的真实客户。我们从需求确认、方案呈现到推进决定完整练一次。

- 01 先说清今天要解决什么** 先把门店现在卡在哪里、今天练到什么程度说清楚
- 02 我先做一遍** 我先用一个真实场景完整做一遍
- 03 大家动手练一遍** 三人一组：一人做、一人当客户、一人帮忙找问题
- 04 把结果记下来** 先看范例，再把本店一条真实工作记录进去
- 05 一周后看结果** 写清谁来做、做多少、哪天检查；没做完怎么补

方法说到这里。接下来直接进门店场景，边讲边练。



先明确输入、动作和完成标准

先说清开始前要准备什么、由谁完成、完成后进入哪一步。

本模块的完成标准

销售和设计按同一顺序问需求、做方案、报价、处理顾虑并推进决定。

开始前需要准备的资料

开始谈单前，先确认客户需求、预算、决策阶段和预约目的。

本模块完成后，下一步是

成交后 24 小时内完成订单交接：合同、图纸、配置、尺寸、承诺和客户重点一次交清。



谁负责，完成到什么程度

先定负责人、交付结果和检查时间，课后按记录验收。

岗位分工

销售 关系建立、需求诊断、产品体验、谈单推进

设计师 量尺、布局、搭配、方案与技术边界

店长 关键单协同、价格权限、谈单复盘

老板 统一文化、价格政策、产品结构和授权

现场完成标准

01 能讲清企业文化、服务承诺和产品价值

02 能完成量尺、画图、配色和方案分级

03 能按阶梯报价处理价格异议

04 能识别成交信号并使用合规的逼单技巧

店长以后就看这几项：**量房率 · 方案成交率 · 平均客单 · 成交毛利率**



门店平时怎么练成交

每天把当天的事做完；每周看结果；每月只调整真正影响生意的做法。

什么时候	要做的事
每日	看重点客户下一步；店长观察 1 次沟通或谈单
每周	复盘漏斗、赢单 / 丢单、毛利与越权；训练一个卡点
每月	更新主销产品证据、报价边界和岗位认证



从进店到下单，照着这几步走

人少可以一人兼多岗，但下面的顺序不要省。

01	建立信任	文化、身份、服务方式和案例证据
02	诊断需求	人、房、物、钱、时、决策
03	体验产品	按场景讲利益，不背参数
04	量尺设计	数据准确，方案围绕优先级
05	呈现报价	三档方案、价值顺序、边界清楚
06	处理异议	先确认真实顾虑，再给证据和选择
07	推动决定	识别信号，明确下一步或成交
08	订单交接	承诺、尺寸、配置、时间全部书面化



先看三个成交场景，再用本店真实客户演练

不做空泛演示，直接用真实客户练需求复述、方案比较、异议处理和推进。

案例 1 [四款床垫怎么比较](#)

先定软硬、包裹和透气标准，再给人群结论和推荐排序。

成交动作：形成三档试躺建议

[▶ 看抖音参考 ↗](#)

02:57

案例 2 [沙发避坑怎么讲](#)

用客户听得懂的选购误区替代堆参数和自夸。

成交动作：把顾虑转成验证项

[▶ 看抖音参考 ↗](#)

02:44

案例 3 [直播讲解如何自然带产品](#)

把选购常识、使用体验和空间搭配融进现场讲解。

成交动作：练一轮 3 分钟讲解

[▶ 看抖音参考 ↗](#)

竖屏示范

现场练习：选一名真实在谈客户，当场完成需求复述、三档比较和下一步确认。



案例图示：客户只想买沙发，怎样谈成客厅整体方案

把家庭使用问题、方案差异和价格边界讲清，让客户自己比较。

门店场景

三口之家试坐后认可舒适度，但担心客厅搭配与总预算

这一页，我们只解决一个问题：
本页练习如何确认客户的未决问题，并约定下一次决策动作。

01

复述需求

确认谁用、空间尺寸和优先级

02

给三档方案

基础 / 主选 / 升级，差异要可见

03

回应顾虑

用材质、功能、交付证据回应原话

04

确认动作

约量尺 / 定方案版本，不做空口保留

请把本次处理结果记录到对应表单：

[打开 F16 谈单与逼单复盘 →](#)

[▶ 看竖屏实拍参考](#)

一人客户、一人销售、一人观察员；观察员只记录客户原话和下一步是否具体。

[打开 F16 谈单与逼单复盘 →](#)

让客户在真实空间里比较三档方案

先看使用者、尺寸、功能和预算，再讨论产品档位。



01 | 先问使用者

老人、孩子、夫妻、来客什么时候决定体验重点



02 | 再看空间

用实际场景讨论尺度、通道和搭配



03 | 最后讲升级

销售讲解功能、材质和整体效果时，要对应客户需求与真实证据

现场演练：每人选一名真实在谈客户，写清需求、方案差异和推进动作。

先不评价画面是否好看；先确认客户问题、门店回应和下一步是否清楚。

用产品图比较方案，不只讲参数

先讲客户怎么用，再说明为什么这个配置和预算更合适。



先复述客户需求，再确认方案、预算和下一步。

01 | 先定使用者

老人、孩子、夫妻、来客什么时候决定体验重点

02 | 再定空间

确认尺度、动线、颜色与其他家具关系

03 | 最后定档位

基础、主选、升级三档都要有清楚配置和理由

现场演练：用一名真实客户完成需求复述、方案比较和下一步确认，并把结果写入谈单记录。

不用背稿。按客户需求讲方案差异、证据和下一步。

让客户在空间和预算中比较方案

好风景官方产品 / 空间素材，用于现场练习；实际讲解以当期产品与价格文件为准。

先确认使用者、空间尺寸与预算，再让客户比较够用款、主推款和升级款；每一档都要对应可见体验与明确配置。

练习：任选本店一款沙发或床，写出三档方案分别解决什么问题。



拿一名真实客户的户型、预算和异议，按方案—证据—下一步完成一次提案。

企业文化要体现在客户能感受到的四个行为

诚信

不隐瞒限制，不用无法兑现的承诺成交

专业

问清需求、量准尺寸、讲清方案

负责

问题有人接、过程有反馈、结果有记录

长期

交付后继续回访和服务

萨马奇销售训练在门店落地，统一映射到六个动作

如总部另有授权版课程，以总部定义为准；本页用于把课程内容接入 7S 成交流程。

识别	识别客户阶段、角色和购买信号
提问	用问题发现真实痛点与优先级
呈现	用场景、证据和体验说明价值
回应	先接住顾虑，再处理异议
推进	用选择题推动明确下一步
复盘	记录赢单 / 丢单原因并改进



一次完整谈单，先后回答六个问题

- | | | |
|----|------|-----------------|
| 01 | 谁用 | 家庭成员、生活方式和关键决策人 |
| 02 | 哪里用 | 空间、动线、尺寸和已有物品 |
| 03 | 解决什么 | 最困扰的问题和优先顺序 |
| 04 | 什么时候 | 入住、装修、交付和决策节点 |
| 05 | 花多少 | 预算区间和可调整项 |
| 06 | 怎么决定 | 谁参与比较、主要顾虑和下一步 |



产品讲解用“特点—利益—证据”替代参数堆砌

层次	说什么	示例
特点	产品真实属性	坐垫结构 / 面料 / 五金
利益	对客户生活的好处	久坐不易累 / 更好打理
证据	看得到或可验证	拆解、触摸、测试、案例、质保



定制产品培训要讲清四个边界

空间

柜体与墙、门、窗、插座、设备的关系

材料

板材、封边、五金、门型和使用差异

功能

收纳对象、拿取什么时候、人体尺度

交付

复尺、生产、安装、收口和售后边界



皮布产品培训，先让销售会体验再会讲

坐感

软硬、支撑、座深、靠背和起身

材质

触感、透气、耐磨、清洁和使用环境

结构

框架、填充、弹簧 / 绷带和连接

场景

家庭成员、宠物、儿童、父母和空间尺度



产品组合不只看销量，还要看毛利和带单能力

角色	任务	管理动作
引流款	降低进店门槛	数量少、价格清楚、不承担全部利润
主销款	满足多数客户	重点培训、重点陈列、稳定交付
形象款	建立品质和差异	用场景和设计拉高方案
利润款	贡献毛利	与主销款组合，不孤立硬推

门店按三级能力训练设计师，并明确每一级可独立完成的工作

初级

量尺准确、基础布局、产品落位、规范出图

中级

动线收纳、风格配色、定制成品协同

高级

旧改整家、复杂现场、预算统筹、提案成交



量尺按“看—问—量—拍—核”完成





设计师量尺时记录六类现场风险

墙地顶

垂直、水平、空鼓、踢脚和收口

门窗

开启方向、窗台、门套和通行

梁柱

位置、尺寸和遮挡关系

水电

插座、开关、管线、空调和暖气

运输

电梯、楼道、门洞和搬运

施工

未完成项目、复尺条件和时间



画图先解决功能，再谈风格

第一层

动线是否顺、尺寸是否放得下

第二层

收纳对象和使用频率是否匹配

第三层

家具比例、留白和视觉重心

第四层

材质、色彩、灯光和软装统一



初级图纸至少包含四张

图纸	回答的问题	检查点
原始测量图	现场是什么	尺寸 / 点位 / 风险完整
平面布置图	家具怎么放	动线 / 开门 / 尺度合理
关键立面图	高度和收口	定制、插座、门窗协调
产品清单	买什么	型号 / 尺寸 / 颜色 / 数量一致



色彩搭配先用 60/30/10 练习比例

最终还要结合空间采光、材质和客户偏好调整。

60% 主色

墙地、大面积柜体与主要背景

30% 辅色

沙发、窗帘、地毯和主要家具

10% 点缀

抱枕、单椅、装饰和小面积跳色

校正

同一色在不同光线和材质下现场确认



提案顺序决定客户能不能听懂

01	复述	先复述客户问题和优先级
02	总览	一句话说清方案主张
03	布局	解释动线、功能和空间变化
04	产品	说明关键产品为何适合
05	预算	按保留、主选、升级讲三档
06	下一步	确认修改、复尺、锁单或排期

报价采用阶梯式，不用一张总价把客户吓住

基础方案

解决最必要的问题，边界清楚

主选方案

功能、品质和预算最均衡

升级方案

改善材质、舒适、智能或完整度

可调整项

明确哪些能删、能换、不能省



价格异议先判断是哪一种

客户说法	真实可能	处理重点
太贵了	价值没看懂	回到问题、差异和总拥有价值
别人更便宜	在比较	对齐配置、服务、交付和风险
再考虑	还有顾虑 / 决策人不在	问清卡点和决策流程
预算不够	支付能力限制	调整优先级和组合，不乱降价



异议处理用五步，不急反驳





这些信号出现时，可以进入逼单

反复确认

尺寸、颜色、交期、售后、付款

比较细节

在两套方案或两个产品中选择

带关键人

家人、设计师或决策人参与

询问权益

价格有效期、赠品、排期和合同



逼单的作用，是帮助客户把最后一个问题说清

前提

需求、方案、价格和主要异议已处理

方法

把未决问题缩小成一个可回答的选择

边界

销售确认真实的权益、库存和排期，不用虚假稀缺催促客户

结果

成交、明确修改项、明确时间或明确放弃



六种合规逼单技巧

技巧	适用	话术结构
二选一	方案接近	A 更重功能，B 更重质感，您更偏哪一个？
小步确认	大决定犹豫	先确认布局 / 材质 / 尺寸中的一项
风险提醒	排期真实受限	说明晚决定对入住节点的真实影响
关键人	决策不完整	邀请关键人视频 / 到店共同确认
预算拆解	总价压力	按空间、阶段、使用年限解释
总结成交	异议已解	总结已确认项，直接提出签约 / 定金

店长把成交推进的行为边界纳入培训和日常检查

不虚构

不编造最后一天、最后一套、领导特批

不隐瞒

不隐藏收费、材料变化、交期和限制

不贬低

不攻击竞品或制造家庭成员矛盾

不越权

销售遇到超出价格或承诺权限的事项，先向负责人确认再回复客户



谈单后无论成交与否，都要完成四项记录





现在打开工具，完成一条可交接记录

先看填写范例，再用本店正在推进的客户、项目或任务完成一条记录。

F13	量尺记录表	打开 →	F14	方案报价单	打开 →	F15	产品组合毛利表	打开 →
F16	谈单与逼单复盘	打开 →	F17	成交漏斗表	打开 →	F35	日经营看板与晨夕会	打开 →
F36	店长标准工作与现场观察	打开 →	F39	一页问题复盘问题改善单	打开 →			

为了让下一位同事能继续处理，记录中写清负责人、当前进度、下一步动作和完成日期。

请两位同事现场复述自己的记录；店长检查别人能否据此继续执行。



现场演练：用本店真实业务完成一次

店长按照动作结果、记录完整性和责任人三个项目进行验收。

01 产品讲解

用特点—利益—证据讲一款主销产品

02 设计提案

根据模拟户型做三档方案呈现

03 逼单演练

针对价格、比较和考虑三类异议推进决定

每组演练结束后，讲师确认一项继续使用的做法和一项需要返工的动作。



回店后 7 天执行安排

第 7 天由店长按结果验收；未完成项当场确定负责人和补做时间。

01	第 1 天	完成企业文化、主销产品价格政策过关
02	第 2 天	销售与设计完成一次量尺模拟
03	第 3—4 天	完成一套三档方案和报价
04	第 5—6 天	完成 3 轮异议与逼单角色演练
05	第 7 天	跟进一名真实客户并提交谈单复盘

离场前写清负责人、每日动作、检查人和验收时间。