

适用

经销商老板 · 店长
销售 · 设计 · 运营

门店工具应用版 V5.3

配套表单 8 张

SALES

好成交

用统一的产品、设计和谈单逻辑，让客户理解方案并做出决定。

销售与设计同频
方案推动成交

看场景 · 选工具 · 做动作 · 出结果



业务员按五步带店用工具，不需要重新备一套课

每个知识点都必须落到学员知道什么时候用、怎么用、用完怎么复查。

01 讲

用门店听得懂的话讲清一个标准

02 问

先问现状和难点，让学员参与

03 示

业务员或优秀员工完整示范一次

04 练

店长、营业员分角色练习并互评

05 填

打开对应表单，录入真实动作和下一步

带训：开场就说明今天不只听课，结束前每个人必须完成一次演练和一张真实表单。



开课前准备齐四样，现场就不会讲成空话

建议业务员提前1天向店长收集资料，并确认参训人员。

本店数据

最近4周客资、成交、交付或经营数据

真实案例

准备1个成功案例和1个问题案例

表单工具包

整包解压，保持课件与Excel目录不变

演练分组

3人一组：执行人、客户、观察员

带训：资料不齐也可以开课，但演练必须使用本店真实产品、客户或项目。

建议按这个流程完成一场门店训练

建议半天完成；复杂内容可拆成2次训练。

环节	业务员动作	学员交付
破冰与目标	说清本课要解决的门店问题	说出自己当前最大难点
标准讲解	每页只讲一个结论并提问	能用自己的话复述
业务示范	按标准完整做一遍	记录关键步骤
分组演练	观察、纠偏、让学员重做	完成一次角色演练
工具操作	打开对应工具并看第4—5行范例	第6行录入一条真实数据
考核带店	评分并布置7天任务	明确责任人和完成日期

带训：讲解时间不超过一半，至少留出40%的时间用于演练、填表和点评。

点击课件里的绿色按钮，就能打开对应执行表

为保证链接有效，请把完整ZIP解压后使用，不要单独移动PPT或Excel。

- 01 整包解压**
保留“02-七大模块培训课件”和“03-执行表单”目录
- 02 点击按钮**
在相关知识页或表单目录页点击“打开Fxx表单”
- 03 先看范例**
Excel第4—5行为虚构填写范本
- 04 现场实填**
从第6行填写本店真实客户、项目或经营数据
- 05 保存副本**
门店按日期另存，保留培训前后变化

带训：现场先点击测试；若Excel打开后未自动跳转，直接点击对应的Fxx工作表标签。

这套课的目的，是让门店每天照着做

不要求门店背概念；只要求把动作、责任、表单和复查做实。

先把动作说清

员工知道先做什么、做到什么程度、留下什么记录

每天有人检查

店长用晨夕会和看板看客户、订单、交付和当天卡点

问题当天处理

先回应客户，再定责任、时间和复查；重复问题再改标准

带训：让学员各选一个本店最薄弱的动作，写到F39作为本周改善题。

[打开 F39 A3问题改善单 →](#)

好成交每天、每周、每月怎么跑

经销商门店团队精简，更需要短会和固定节奏，避免所有问题都等老板处理。

节奏	固定动作
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

带训：现场把三个节奏写进店长日历，明确谁主持、看什么、产出什么。

用红黄绿管理异常：绿色复制，黄色纠偏，红色升级

阈值先用建议值，连续四周稳定后再按门店基线调整。

状态	判断	店长动作
绿	方案完整、毛利达标、客户下一步明确	按节点推进，不额外施压
黄	提案停滞或同类异议反复出现	店长参与一次复盘与示范
红	虚假稀缺、越权承诺、隐瞒费用或无记录降价	立即停止并补训复考

带训：让店长读出本模块今天是什么颜色，并说出下一步负责人和时间。

打开 F39 A3问题改善单 →

店长现场辅导固定五步，员工才会真正上手

管理者的任务不是代替员工解决，而是让员工掌握解决问题的方法。

- 01 定标准**
先说清合格结果和不可触碰的红线
- 02 看现场**
观察一次真实动作或角色演练，不凭印象
- 03 说事实**
指出看见的行为、数据和差距，不贴标签
- 04 让重做**
员工复述并立即再做一次，直到合格
- 05 留记录**
写下责任人、复查时间和结果，必要时补训

带训：业务员现场示范一次，再让店长用同样五步辅导一名员工。

[打开 F36 店长标准工作与现场观察](#)





这门课在7S里负责什么

Sales | 把经过筛选的需求转为量尺、方案、报价和订单。

本模块的结果

销售、设计师按同一套流程完成需求诊断、方案呈现、异议处理和逼单。

上游输入

好客资交付客户画像、预算、阶段和预约。

下游交接

成交后把订单边界、承诺和客户重点交给好交付。

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。



学完后，不只是听懂，而是能完成四件事

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

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

谁执行、谁协同、谁检查，开课前先说清楚

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

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

本模块只看这些结果指标

指标	口径	检查频次
量房率	量房客户÷有效到店	每周
方案成交率	成交客户÷已提案客户	每周
平均客单	成交合同额÷成交单数	每月
成交毛利率	成交毛利÷合同额	每单/每月

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

打开 F17 成交漏斗表 →

好成交标准流程

任何门店都按同一顺序做，规模不同只调整数量，不改变关键动作。

- | | | |
|----|------|------------------|
| 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 |

带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

案例图示：客户只想买沙发，怎样谈成客厅整体方案

成交不是逼客户买贵，而是把家庭使用问题、方案、价格边界讲清。

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

课堂只讲一件事：
每一步都要留下下一步。

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，差异要看得见

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

证据留在表单：

[打开 F16 谈单与逼单复盘](#) →

[▶ 点击观看 \(网页跳转\)](#)

带训：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](#) →

让客户在空间里比较，而不是站在价格牌前纠结

图片用于带出使用者、尺寸、功能和预算；再进入三档方案。



01 | 先问使用者

老人、孩子、夫妻、来客频次决定体验重点



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

功能、材质或整套效果必须对应真实价值

课堂练习：每人任选一张图，先说客户会问什么；再写出门店该问的一句和下一步动作。

不要讲图片好不好看。每张图只练一次“客户会问什么—员工怎么回应—表单里留什么”。

让产品图成为方案比较，不是单纯讲参数

同一件产品，先讲客户怎么用，再讲为什么这个配置和预算更合适。



看图顺序：先让学员说“客户会在意什么”，再由带训人追问“下一步应该做什么”。

01 | 先定使用者

老人、孩子、夫妻、来客频次决定体验重点

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

现场练习：用本店一张真实照片，按右侧三步完成一次 3 分钟讲解；讲完立即写入对应表单。

这页不要求背稿。要求每名员工用本店一张图讲出一个客户问题、一个价值点和一个下一步动作。

好风景产品场景：让客户在真实空间里比较三档方案

公开家居案例只用于拆解表达与工具使用；请结合本店产品、价格和服务标准重做。



课上怎么借这个案例练工具

可看什么

客户不是比较一张产品图，而是在看坐感、动线、空间和预算是否适合

怎么拆

使用问题—方案差异—体验证据—预算选择

门店怎么用

做基础/主选/升级三档，不只报一个价格

[▶ 点击查看原案例（网页跳转）](#)

图文来源：好风景两厅睡眠培训 | 官方产品场景素材

带训：先用公开案例练拆解，再拿本店真实客户、产品和服务记录重做一版。

客户需要在空间和预算中做选择，而不是只听产品参数

好风景官方产品/空间素材，用于带训示范；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。



先让学员看图说客户会关心什么，再用本店真实样品完成一次讲解。



企业文化不是背口号，而是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、结果有闭环

长期

把交付和口碑当成下一单的开始

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。



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

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F16 谈单与逼单复盘 →](#)

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 |

带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

[打开 F16 谈单与逼单复盘 →](#)

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

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

[打开 F15 产品组合毛利表 →](#)



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

功能

收纳对象、拿取频次、人体尺度

材料

板材、封边、五金、门型和使用差异

交付

复尺、生产、安装、收口和售后边界

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F15 产品组合毛利表 →](#)



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

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F15 产品组合毛利表 →](#)

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

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

打开 F15 产品组合毛利表 →

设计师分三级训练，能力边界必须清楚

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

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F13 量尺记录表 →](#)

量尺按“看一问一量一拍一核”完成

01	看	观察结构、动线、光线、设备和风险
02	问	确认家庭、需求、保留物、施工计划
03	量	总尺寸、分段、层高、梁柱、门窗、点位
04	拍	全景、四面墙、细节、设备和障碍
05	核	现场复读关键尺寸，让客户确认信息

带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

打开 F13 量尺记录表 →



量尺必须记录六类风险点

墙地顶

垂直、水平、空鼓、踢脚和收口

梁柱

位置、尺寸和遮挡关系

运输

电梯、楼道、门洞和搬运

门窗

开启方向、窗台、门套和通行

水电

插座、开关、管线、空调和暖气

施工

未完成项目、复尺条件和时间

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F13 量尺记录表 →](#)



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

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F13 量尺记录表 →](#)

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

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

[打开 F13 量尺记录表 →](#)



色彩搭配先用60/30/10控制比例

比例是训练工具，不是硬性公式；最终以空间采光、材质和客户偏好校正。

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

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F13 量尺记录表 →](#)

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 |

带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

[打开 F14 方案报价单 →](#)



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

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F14 方案报价单 →](#)

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

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

打开 F14 方案报价单 →



异议处理用五步，不急反驳

- 01 听完**
不打断，让客户把顾虑说完整
- 02 确认**
“您主要担心的是预算超出，对吗？”
- 03 追问**
确认比较对象、范围和影响
- 04 回应**
用方案、证据、选择或边界解决
- 05 推进**
确认顾虑是否解除并进入下一步

带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

打开 F16 谈单与逼单复盘 →



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

带关键人

家人、设计师或决策人参与

比较细节

在两套方案或两个产品中选择

询问权益

价格有效期、赠品、排期和合同

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F16 谈单与逼单复盘 →](#)



逼单不是强压，是帮助客户把决定做完整

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

权益、库存、排期必须真实，不虚构稀缺

结果

成交、明确修改项、明确时间或明确放弃

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F16 谈单与逼单复盘 →](#)

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

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

打开 F16 谈单与逼单复盘 →



逼单红线必须写进培训和巡检

不虚构

不编造最后一天、最后一套、领导特批

不贬低

不攻击竞品或制造家庭成员矛盾

不隐瞒

不隐藏收费、材料变化、交期和限制

不越权

超出价格和承诺权限必须请示

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

[打开 F16 谈单与逼单复盘 →](#)



谈单后无论成交与否，都要完成四项记录



带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。

打开 F16 谈单与逼单复盘 →

课件讲完后，必须用表单把动作留下来

表单是流程的证据，也是店长检查和总部复盘的共同语言。

F13	量尺记录表	点击打开 →	F17	成交漏斗表	点击打开 →
F14	方案报价单	点击打开 →	F35	日经营看板与晨夕会	点击打开 →
F15	产品组合毛利表	点击打开 →	F36	店长标准工作与现场观察	点击打开 →
F16	谈单与逼单复盘	点击打开 →	F39	A3问题改善单	点击打开 →

带训：先打开第4—5行填写范例，再让学员从第6行录入一条本店真实数据。

现场用工具：看范例、录真实、定下一步

表单不是作业，而是把动作、责任和结果留在门店的工具。

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	A3问题改善单	打开 →			

统一要求：第6行必须写清负责人、结果和下一步；没有下一步的记录，不算完成。

带训：随机抽2名学员讲解自己录入的内容，店长现场判断是否可执行。



现场演练：把知识变成一次真实动作

3人一组：执行人、客户、观察员；每轮结束必须依据表单给反馈。

产品讲解

用特点—利益—证据讲一款主销产品

设计提案

根据模拟户型做三档方案呈现

逼单演练

针对价格、比较和考虑三类异议推进决定

带训：先问门店现在怎么做，再讲标准；每讲一项，让学员举一个本店例子。

通过考核，才能独立执行本模块

总分100分，80分合格；关键红线项未通过，必须补训。

考核项	分值	合格标准
需求与产品	25	诊断完整，产品价值与需求匹配
量尺与方案	25	数据准确、布局合理、边界清楚
谈单与报价	25	阶梯报价、异议处理有效
逼单与合规	25	能推进决定且无虚假承诺

带训：让店长逐行判断本店现状，圈出1个立即整改项。

回店7天，完成一次真实闭环

培训结束不是结课，完成真实结果才算结课。



带训：业务员先完整示范1遍，再让学员按顺序复述并现场操作。