

ICS 03.100.20  
CCS A 10

# T/CCAGM

中国百货商业协会团体标准

T/CCAGM 001—2022

## 全渠道零售导购服务规范

Omni-channel retail shopping guide specification

2022-06-16 发布

2022-07-16 实施

中国百货商业协会 发布

## 目 次

前 言 .....	II
引 言 .....	III
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 服务规范 .....	2
4.1 售前准备 .....	2
4.2 接触顾客 .....	2
4.3 促成交易 .....	3
4.4 完成支付 .....	3
4.5 售后服务 .....	4
参 考 文 献 .....	5

## 前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由中国百货商业协会提出并归口。

本文件起草单位：中国百货商业协会、中国财贸轻纺烟草工会、上海汇金百货有限公司、南京新街口百货商店股份有限公司、银泰商业（集团）有限公司、杭州有赞科技有限公司、奥特莱斯投资管理有  
限公司

本文件主要起草人：杨青松、李杰、张建芳、胡雪飞、李燕君、赵丹丹、田松、马弢、苏有余、张  
蕾

CCAGM

## 引 言

导购是促成商品成交的重要因素，在零售业的整体经营过程中起到至关重要的作用。全渠道零售模式的出现，导购的职能和服务内容产生诸多变化，在商业企业中，特别是百货、购物中心、奥特莱斯等业态的作用也越来越大。

加强零售企业导购服务管理，可以有效利用传统的导购员模式，打造全新的数字化智能导购系统，为商场数字化发展提供重要助力，使之成为实现精准营销服务、打造新体验模式的关键环节。为此，中国百货商业协会会同中国财贸轻纺烟草工会等单位，制订本团标，以促进零售导购服务工作更加规范、高效开展。

CCAGM

# 全渠道零售导购服务规范

## 1 范围

本文件规定了零售企业的导购服务过程中，相关的术语定义和规范要求。  
本文件适用于零售企业导购服务工作。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

SB/T 10832 百货店会员服务体系要求

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**导购 shopping guide**

在零售经营中，通过引导顾客促成购买的过程。

### 3.2

**导购员 shopping guider**

与顾客进行沟通，向顾客传递商品（或服务）和企业相关信息，使顾客对商品产生兴趣、好感和信任，并引发其购买的销售人员。

### 3.3

**售前服务 pre-sale service**

企业在顾客未接触商品之前所开展的一系列激发顾客购买欲望的服务工作。售前服务的主要目的是协助客户做好需求分析，使得企业的商品能够最大限度的满足用户需要。

### 3.4

**售后服务 after-sale service**

在商品销售后，企业继续为顾客提供的各项服务，包括商品维修保养、退换货问题处理等。企业通过售后服务提高信誉，扩大品牌知名度和市场占有率。

### 3.5

**全渠道零售 omni-channel retail**

零售企业通过整合线上线下多种渠道，实现一体化的经营闭环的零售形式。

### 3.6

**数字化会员 digital membership**

指拥有会员身份，并可被在线识别、可触达的会员。数字化会员是数字化营销的基础，通过数据、数字来呈现会员的消费情况和消费属性，能够让零售企业更加了解用户需求，从而实现精准营销。

### 3.7

#### 客户关系管理 customer relationship management (CRM)

指企业应用数字技术，协调企业与用户间在销售、营销和服务上的交互，从而提升其管理方式，向用户提供创新式的个性化的用户交互和服务的过程，目标是吸引新用户、保留老用户以及将已有用户转为忠实用户，增加市场。

## 4 服务规范

### 4.1 售前准备

#### 4.1.1 工作内容

4.1.1.1 保持营业场所干净、明亮、舒适。做好专柜和陈列架及商品的清洁和营业区域卫生。对需要顾客触碰的辅助导购屏、导购机器人等，进行定期消毒处理。

4.1.1.2 熟悉与商品有关的专业知识，精通商品的卖点，熟悉陈列技巧和销售方法。

4.1.1.3 保持陈列商品的品种齐全、搭配合理，如需配备宣传资料，应擦拭干净、摆放整齐。

4.1.1.4 保证充足库存，核对商品数量和陈列位置，核验价签内容，了解交接班事项。

4.1.1.5 对有保质期要求的商品，确保在保持期限内，临近保质期的，及时上报处理。

4.1.1.6 熟悉社群、线上商城等渠道的功能模块和操作方法，借助会员大数据分析等工具，了解顾客的消费需求，在适当的时机提前向顾客推介相关商品促销信息。

#### 4.1.2 行为规范

4.1.2.1 衣着和仪表端庄、整洁，保持站姿。

4.1.2.2 营业时间内，不在营业区内从事与导购无关的事项。

4.1.2.3 个人物品单独存放。

#### 4.1.3 辅助导购

##### 4.1.3.1 导购屏导购

是在商场内设置的具有感应、触摸等互动功能的设备，顾客通过触屏操作，可自助了解店铺介绍、品牌信息、购物线路、活动资讯、楼层导视、公共设备、精彩活动等信息，实现辅助导购的功能。

##### 4.1.3.2 机器人导购

是在商场内具有自主行走、自主定位、语音交互功能的智能设备，主要由人工智能系统、机器人显示界面、迎宾接待、智能导览、人脸识别问候、语音交互、智能娱乐、辅助定制开发等功能模块组成。

##### 4.1.3.3 VR 导购

利用虚拟现实技术（VR），将购物场所形成三维虚拟环境，顾客可通过智能终端，在与现实环境隔绝的虚拟环境中实现跨楼层导航、商铺查询、品牌检索等导购服务功能。

##### 4.1.3.4 AR 导购

利用增强现实技术（AR），将现实的购物场所与图像、视频、3D模型等技术交互结合，在智能终端显示出楼层导览、步行距离、商户信息、优惠等信息，顾客可以通过智能终端与虚拟世界进行互动，实现导购服务功能。

### 4.2 接触顾客

#### 4.2.1 工作内容

- 4.2.1.1 宜利用社交工具，通过建立社群或以一对一服务方式，在线与顾客互动，作为线下接触的补充。
- 4.2.1.2 按照所受培训的话术进行接待，介绍商品、询问购买意愿。
- 4.2.1.3 及时整理和补充货品，更新陈列和标识，保持店面的美观整洁。
- 4.2.1.4 及时解答顾客的问题，实事求是。
- 4.2.2 行为规范
  - 4.2.2.1 掌握销售技巧和礼仪，执行规定的顾客接待流程，高水准服务。
  - 4.2.2.2 接待顾客的过程中，保持社交距离，言语举止得体，主动交流和推荐商品，态度谦和，呈现专业素养。
  - 4.2.2.3 衣着配饰类商品协助顾客试穿试戴，适当操作示范。
  - 4.2.2.4 收集顾客对商品和商场的意见、建议，并及时反馈给相关部门，持续改善商品质量，改善经营和服务水平。
- 4.3 促成交易
  - 4.3.1 工作内容
    - 4.3.1.1 运用商品知识和销售技巧，及时把握销售机会促成交易。适时介绍关联商品，争取形成连单消费。
    - 4.3.1.2 尊重顾客选择权。有无成交，均感谢顾客光顾。
    - 4.3.1.3 提示顾客，可以通过线上 APP、小程序商城等全渠道平台下单，商品配送到家或顾客到店自取。
    - 4.3.1.4 宜在完成线下顾客接待工作的前提下，尝试利用直播、社群、小程序等线上渠道推介商品，增加销售。
  - 4.3.2 行为规范
    - 4.3.2.1 了解顾客的实际需要，态度不卑不亢，不过度推销，不诋毁同行。
    - 4.3.2.2 可推荐顾客在线上了解其它顾客对商品的评价，作为选择参考。
    - 4.3.2.3 尝试推荐关联商品，引导顾客了解和消费。
    - 4.3.2.4 服务接待，保持团队协同，共同完成绩效目标。
- 4.4 完成支付
  - 4.4.1 工作内容
    - 4.4.1.1 核实顾客所购商品的规格、价格和总值，为顾客开具购物票据，指引顾客通过移动收银或在柜台完成付款。
    - 4.4.1.2 请顾客对本次购物进行服务评价，或者推送线上评价链接，供顾客评价、打分、留言。
    - 4.4.1.3 有线上商城业务的，告知顾客线上下单和订单履约方式。
    - 4.4.1.4 告知顾客售后服务要求、发票开具、免费停车等政策。
    - 4.4.1.5 非会员顾客，引导顾客加入成为数字化会员。
  - 4.4.2 行为规范

4.4.2.1 顾客在决定购买后，协助顾客完成交易，帮助顾客了解优惠卡、券、积分和线上平台的使用流程，服务快捷稳妥。

4.4.2.2 保持谦恭礼貌，对所有到店顾客表示感谢之意。

4.4.2.3 对于未及时解决的问题，告诉顾客准确的回复时间。

#### 4.5 售后服务

##### 4.5.1 工作内容

4.5.1.1 了解《产品质量法》、《消费者权益保护法》的有关规定，售后服务有据可依。

4.5.1.2 依据企业客户关系管理系统和顾客跟踪服务的相关要求，定期回访顾客，并记录、留存相关信息。

4.5.1.3 当接到顾客投诉后，认真记录投诉内容，了解投诉要求与投诉理由。确属商品质量问题的，根据具体情况，给予退货、换货、维修处理。需要由上级决定的，应承诺解决的时间。

4.5.1.4 对不符合退换规定的，做好解释工作。

4.5.1.5 及时协调产品部门、售后维修服务部门，履行服务承诺。

4.5.1.6 商场宜建立售后服务基金，充分授权直接接待人员，为顾客营造放心的购物环境。

4.5.1.7 充分利用线上手段，提供便捷服务，提高沟通和解决问题的效率。

4.5.1.8 做好商品盘点和销售统计工作，及时调换不合格品，按要求及时补货，保持合理库存。

4.5.1.9 在服务工作中，注意保护顾客隐私。

##### 4.5.2 行为规范

4.5.2.1 以对顾客负责的态度，诚恳认真，正面解答，切实帮助顾客解决问题。

4.5.2.2 不推诿拖延，达成解决方案的，快速处理完成。

4.5.2.3 创造顾客满意，提升品牌影响，实现重复消费。



### 参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国民法典》，2021年1月1日起施行。
  - [2] 《中华人民共和国电子商务法》，2019年1月1日起施行。
  - [3] 《导购服务规范》，T/FSLs 2—2019，2019年1月24日实施。
- 

CCAGM