



高等职业教育土木建筑类精品系列教材
“互联网+”新形态一体化精品教材

室内设计谈单技巧

SHINEI SHEJI TANDAN JIQIAO

主 编 方 银 张 艳 赵晓跃

副主编 张廷兴 吴让萍 刘利丹 黄 莹



 电子科技大学出版社
University of Electronic Science and Technology of China Press

· 成都 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

室内设计谈单技巧 / 方银, 张艳, 赵晓跃主编. —

成都: 电子科技大学出版社, 2021.4

ISBN 978-7-5647-8854-4

I. ①室… II. ①方… ②张… ③赵… III. ①室内装
饰设计 IV. ①TU238.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 064343 号

室内设计谈单技巧

SHINEI SHEJI TANDAN JIQIAO

方 银 张 艳 赵晓跃 主编

策划编辑 张 鹏

责任编辑 张 鹏

出版发行 电子科技大学出版社

成都市一环路东一段 159 号电子信息产业大厦九楼 邮编 610051

主 页 www.uestcp.com.cn

服务电话 028-83203399

邮购电话 028-83201495

印 刷 北京荣玉印刷有限公司

成品尺寸 210mm × 285mm

印 张 8.5

字 数 194 千字

版 次 2021 年 4 月第 1 版

印 次 2021 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5647-8854-4

定 价 42.00 元

版权所有 侵权必究



前言

FOREWORD

室内设计是一个新兴的行业，这是一个充满希望、孕育生机、蓬勃发展的朝阳行业。近些年，从事室内设计行业的人员越来越多，每年都会有大量的新人涌入室内设计行业中来。室内装饰与千家万户的幸福生活有着重要关联，它是人们生活水平的直接体现，它的良好发展也对人们的生活质量起着举足轻重的作用。随着人们对住宅装饰质量的要求日益提升，原有的营销及管理模式已经很难再有突破，行业的发展需要打破原有的僵局，大胆创新，在工业化大发展的前提下，走节能环保、可持续发展的道路。

谈单是任何一个设计师都不可或缺的一个职业技巧。作为一名室内设计师，“签单率”非常重要，有的设计师一个月单子满满，而有的设计师一个月却签不了几单。问题的根源就在于设计师没有办法把自己的作品“推销”出去。那么，在与客户交流时，同样的一个意思往往有雅俗不同的许多种说法，同样一句话不同的设计师说出来，有的显得笨拙生硬，有的就生动活泼，富有感召力，容易获得客户的认同，这与设计师自己的知识素养有很大的关系。一个成功的设计师能够口若悬河、妙语连珠正是他综合知识外露的表现。

本书结合室内设计行业对设计师的职场技能要求，根据作者多年的实践经验、教学经验和教学反思，结合 OBE 教学理念，构建以成果为导向的课程体系和教学策略进行编写；从设计师的综合能力素质、客户的分析、签单步骤及技巧、客户关系的维护及处理四个方面来教授和引导设计师进行自我能力的培养和提升；从设计师与销售之间的关系、室内设计风格两大方面的知识来对室内设计师谈单能力进行扩充和加强；从而更好地培养室内设计师掌握运用各种表现工具进行表达锻炼的技能，并与语言表达快速结合，提高室内设计师运用签单技巧的综合能力。此外，本书作者还为广大一线教师提供了服务于本书的教学资源库，有需要者可致电 13810412048 或发邮件至 2393867076@qq.com。

方银 张艳

2020 年 12 月



目录

CONTENTS

第1章 室内设计师综合能力素养	1
第一节 室内设计师形象	1
第二节 室内设计师的表达能力	4
第三节 室内设计师的专业能力	6
第四节 室内设计师的意志和心态	18
第五节 室内设计师职位应具备的基本知识	21
第2章 了解客户和分析客户	27
第一节 了解客户的基本信息	27
第二节 成功的销售是问出来的	29
第三节 如何解除客户抗拒点	32
第四节 客户的心理	36
第3章 签单步骤及技巧	41
第一节 室内设计师谈单的基本流程	42
第二节 签单话术技巧	48
第三节 成交技巧	52
第四节 客户问题解答技巧及话术	56
第五节 家装咨询常见问题解答	63
第六节 换个心态去销售你的设计，你会越来越顺利	79

第4章 客户关系维护与管理	81
第一节 客户的选择、管理与开发	82
第二节 客户的分级与客户的沟通	86
第三节 客户的满意与客户的挽留	90
第四节 维护客户关系的办法	93
第5章 营销型设计师生存手册	99
第一节 销售员靠什么开拓市场	99
第二节 业务员生存法则	105
第三节 送给每个销售人的 10=0！	109
第四节 发脾气时，不要随意说话	110
第6章 家居设计风格	113
第一节 家居设计的十四种设计风格	113
第二节 设计师的使命	122
第三节 视错觉在室内设计中的运用	124
第四节 室内设计的要求	126
参考文献	129



室内设计师综合能力素养

室内设计是一个服务行业，因而设计师应有一个基本的服务意识，设计师应在设计的过程中严格遵守行业规范标准，并通过自己的作品传达一种积极的生活观念、良好的生活方式和健康的审美情趣。要保持积极而理性的职业心态，在碰到挫折和困难时不要气馁，对客户林林总总的无理要求，要通过既专业又讲求技巧的方式引导说服客户，并最终赢得对方的认可与尊重。因此，设计师应该掌握更多的技能，如个人形象、专业技能、专业知识、生活常识、审美等来提高自己的综合能力。

学习目标：提高自我认识和定位，掌握设计师形象语言、说话能力、沟通话术等方面的技巧。

知识重点：设计师语言表达和谈单话术的运用。

知识难点：设计师综合技能的锻炼及良好心态的养成。

第一节 室内设计师形象

一、设计师个人形象的重要性

室内设计师的自身形象是非常重要的，一个受过良好教育有一定艺术修养的设计师，其良好优雅的仪表并不是为了炫耀和显示，而是个人审美的一种展示，同时代表了公司的形象。在现实的谈判交易过程中，同样是一个公司的室内设计师采取相同的技巧所得到客户的评价也截然不同，通常造成这种评价的原因来自设计师自身。优秀的室内设计师在与客户沟通中会给客户留下较好的印象，而反之能力缺乏的室内设计师在与客户沟通中会给客户留下许多误解，使客户对设计师、对公司同时失去信心。

- (1) 作为设计师最基本的就是形象，首先要让自己像一个设计师（图 1-1-1）。
- (2) 做“时尚的代言人”，提升自己的品位和时尚度。
- (3) 提高自己对新鲜事物的敏锐度和关注度。

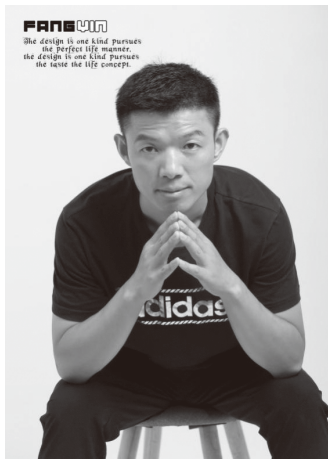


图1-1-1 个人形象

作为一名设计师，必须要有高度的眼力和洞察能力。通过观察和留意不同的客户，去分析他们的性格、喜好，并想出相应的对策和方法。可以多留意身边的任何事，用眼睛的余光去留意一些事或人的细节；观察身边的每一个擦肩而过的陌生人，去记忆他们的穿着、表情、语速、说话方式、喜好、性格等；将你所遇到的各种类型的客户进行分类，并记录下这些类型客户的特点。

二、室内设计师学谈单技巧的意义

设计师刚开始工作一年属于工作迷茫期；当工作两年时，就会进入疲倦期，这个时候还能继续设计的只有百分之五十左右；当工作四年左右又进入盲目期，有人会选择转行或者转管理层；五年后能够继续做设计师的已经所剩无几了；能够从事十年和十年以上已经属于设计疯子，非常不容易。室内设计师不但要引领潮流还要融入生活，设计灵感是出于生活也高于生活的一种产物，如果室内设计师脱离于生活就会不被客户接受，卖不出去的作品就是废纸。所以每个优秀设计师都需要前期的谈单磨炼和经验积累。

三、经验不足的设计师最容易出错的几个点

(1) 言谈侧重：有些设计师习惯于书面化、理性化的论述。会使甲方感觉其建议可操作性不强，达成目标的努力太过艰难。因此常会拒绝合作或拒绝建议。

(2) 语气蛮横、不温和：这会破坏轻松自如的交流气氛，增强甲方反感心理，会使合理建议不能付诸讨论。

(3) 喜欢反驳：如果设计师不断打断甲方谈话，并对每一个异议都进行反驳，会使自己失去一个在短的时间内发现真正异议的机会，而这种反驳不附带有建议性提案时，仅仅是一时的痛快，易导致甲方恼羞成怒中断谈话，这对于双方都是非常遗憾的。

(4) 谈话无重点：如果你的谈话重点不实际，甲方无法察觉或难以察觉你的要求，就无从谈

起。所以，谈话时围绕重点进行陈述可以帮助你成功。

(5) 言不由衷的恭维：对待甲方我们要坦诚相待，由衷的赞同他们对于市场的正确判断，若为求得签单而进行华而不实的恭维，会降低设计师及公司的信誉度，亦会在日后承担由此带来的后果。

四、设计师与甲方沟通的几点建议

(一) 设计师必会的技能是沟通

在实际的项目中，总有些甲方会跑过来问设计师为什么要这样设计呢，同事们遇见之后，第一反应都是懵，为什么要这样设计，因为好看呗。但是回答甲方的时候又不能草率，所以就要求设计师有扎实的原理基础，平常多看多思考，设计原理记一记，回答甲方时才能理直气壮，让甲方信服。会做设计不会说是一大难题，平常多练习，和同事讲讲自己设计好的部分，交流一下设计见解，会成长得很快。

(二) 帮助甲方明确意向

其实一开始，许多甲方都没有特别明确自己到底想要什么，概念非常模糊，以至于我们与甲方沟通起来特别困难，此时我们可以用选择性提问的方式，来帮助甲方摸清内心的想法，让甲方明确自己到底想要设计什么。

(三) 避免主观性强烈的词汇

在沟通过程中，我们不能用“我觉得 × × × 怎么样”“我认为 × × × 应该这样”这样的词汇过于主观，会使甲方产生强烈怀疑的态度，甚至还会有些反感。

(四) 尽量去理解甲方

有一些甲方属于天马行空这类，并且审美也并不一定符合大众看法，此时我们决不能去 diss 甲方不懂设计、审美低下，因为不同的人都有不同的想法，我们只需要站在一个输出优质设计的理念下，去理解甲方，去研究行业的属性风向，以及公司的理念与特征，达到甲方预期，实现设计的目的。

课后小结

优秀的室内设计师在与客户沟通中会给客户留下较好或较高的评价，而反之能力缺乏的室内设计师在与客户沟通中会给客户留下许多误解，使客户对设计师对公司同时失去信心。客户通过与设计师进行交谈时了解公司，不论这个室内设计师在公司地位是高还是低都代表着公司的整体形象。

课后思考

请问设计师个人形象与签单成功率高低有何关系？

第二节 室内设计师的表达力

表达能力，是指在拟定工作计划时，表达自己观点和意见的能力，或在各种活动中，运用文案、设计将设计创意有效地表达出来的能力。表达能力包含着说服能力、解释能力、辩论能力、文字写作能力，以及动作语言、表演的感染力等。有些设计人员在设计创意中想象极为丰富，但表达时就发生了困难，这除了缺乏现代的技术因素外，表达能力不强也是设计创新的一个障碍。设计师必须具有高人一等的审美能力，其中包括敏锐的观察、丰富的想象、灵活的构思，综合审美能领先于他人。设计师还要同时对其他艺术有广泛的爱好，这样对于设计才智的发挥有不可忽视的作用。

一、销售的语言表达

（一）用客户听得懂的语言来介绍

通俗易懂的语言最容易被大众所接受。所以，语言使用上要多用通俗化的语句，让自己的客户听得懂。因为表达不清楚、语言不明白，就可能会产生沟通障碍，就会影响签单。比如营销员在对公司产品和条款内容介绍时必须简洁明了，表达方式要直截了当，最好不要用一些太专业的词语，这会让客户觉得晦涩难懂。此外，还应该根据每个客户不同的语言习惯，转变交流方式，与每一位客户都能顺畅沟通。

（二）用讲故事的方式来介绍

大家都喜欢听故事，如果用讲故事的方法来介绍自己的产品，就能够得到事半功倍的效果。

罗伯特·麦克菲·布朗说：“讲故事是把自己的观点融入当今世界最有效的方式。”通过故事来介绍商品，销售员把要向客户传达的枯燥信息变得饶有趣味，使客户在快乐中接受信息，对产品产生浓厚兴趣。由于故事都倾向于新颖、别致，所以它能在客户的心目中留下深刻的印象，与此同时，销售员就占据了真正的优势。

（三）要用形象的描述来介绍

说话一定要打动客户的心而不是客户的脑袋。为什么要这样说？因为客户的钱包离他的心最近，打动了他的心，就打动了他的钱包！而打动客户心的最有效的办法就是要用形象的描绘让客户感受到，让他们动心。

营销员给客户讲解的不是产品有多好，而是购买产品后能给客户带来多大的好处。营销员把产品的优点说得再多，客户也不会动容，因为他们感受不到。如果告诉客户购买产品后就能得到哪些好处，那客户肯定马上就能动心。因为你让他们感受到了购买产品后的“美好”，为得到这些“美好”，他们自然心甘情愿地掏腰包。

（四）用幽默的语言来介绍

每一个人都喜欢和幽默风趣的人打交道，所以一个幽默的营销员更容易得到客户的认可。可