

活学活用

门店 销售技巧

赵春涛 编著

MENDIAN

XIAOSHOUJIQIAO

门店销售第一金牌书

Welcome

中国物资出版社

活用学活

门店 销售技巧

常州大学图书馆
藏书章
赵春涛 编著

Welcome

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

活学活用门店销售技巧/赵春涛编著. —北京: 中国物资出版社, 2011. 10
ISBN 978 - 7 - 5047 - 3673 - 4

I. ①活… II. ①赵… III. ①商店—销售—通俗读物 IV. ①F717 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 103154 号

策划编辑 钱 瑛
责任编辑 刘天一

责任印制 何崇杭
责任校对 孙会香 梁 凡

出版发行 中国物资出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)
010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.clph.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 3673 - 4/F · 1543

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 16.25

字 数 283 千字

印 数 0001—4000 册

版 次 2011 年 10 月第 1 版

印 次 2011 年 10 月第 1 次印刷

定 价 29.80 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换



前言

作为一位二十几年来始终研究商业企业终端销售技巧的讲师，我接触到了许多行业的一线销售员。一次，我到北京搞调研，向一位服装门店的销售员问起：你怎么看销售？她说，销售简直是地狱。销售失败了，销售员浪费了精力，也浪费了时间。而隔壁另一家门店的销售员却说，销售就是天堂。销售成功了，销售员就能获得足够的收入待遇。

销售就是魔鬼。它既能让销售员成功，也能让销售员失败。

失败者常有这样的叹息：做什么千万别做销售员。

社会上的就业压力不断增大，做销售变得越来越不容易了，来自同行业的竞争是加剧销售困难的一个因素。越是这样，对具有一定技能水平的销售员，门店越是“求贤若渴”。一位门店负责人曾对新聘用的大学生员工说：“我发给你 1000 元工资，你要做 5000 元的销售。我发给你 5000 元工资你要做 10000 元的销售。”现实就是这样，尽管你会发出“做什么千万别做销售员”的慨叹，但是你仍要努力使自己成为销售导购的行家里手，否则你就无法混迹于销售界。这就是销售界的“潜规则”。

我想，那些说“做什么千万别做销售员”的人可能没有考虑过这样一个问题：你做的工作对得起自己那份工资吗？

常常听到门店销售员说很忙。这实际上很对。门店以支付薪酬的形式购买了你的工作时间。在工作时间里，你要用自己的付出为门店创造价值。这样才是合理的。



我不知道门店销售员是否想过这样几个问题：

1. 销售员仅仅是一个卖货的吗？
2. 你是在销售自己吗？
3. 你是在销售自己的劳动吗？

销售并不是仅仅卖货那么简单。一天卖一件商品，这样卖货，有几个门店老板满意？老板希望的理想结果是：你在一天的工作时间内卖出了高于你一天工资额 2 倍以上的业绩。这样，老板才会觉得买你的工作时间有赚头。你也会觉得自己有了价值感。

而当你的时间卖给了老板，你会怎么做？这取决于你的工作态度。从某种意义上讲，“做什么千万别做销售员”是逃避你作为时间出售者责任的一个借口。这种工作态度为你的失败找到的理由可以有很多，比如顾客的要求越来越苛刻、竞争对手越来越强大、市场需求不令人满意，等等。

大家可能都听到过这样一个小故事：

一个人路过一处建筑工地，见到三个正在砌墙的工人。于是，他问：“你们在做什么呢？”

甲工人态度生硬地说：“怎么，你没看出我正在做砌墙的事情吗？”

乙工人不满足地说：“现在，物价这么涨，可我还得做这项每小时只有 20 元的工作，真烦。”

丙工人眼睛放光地笑着说：“我的朋友，我要告诉你的是，我正在建设世界上最伟大的宫殿，你也来投身到这项神圣的建设事业当中吧！”

而现实中，这样的事例也在销售员身上真实再现着。

顾客：您在做什么？

销售员：我在做销售啊。

顾客：可我要的商品您并没有拿给我啊？

销售员：可我一刻也没离开柜台啊。



顾客：这样的时间好打发。

销售员：当一天和尚撞一天钟。撞一天就能收入到一天的钱，还管这钟响与不响。

顾客：钟不响，你还假装撞钟干吗？

.....

由此，我想说：做什么千万别做销售，而要做价值！

价值是什么？对于门店来说，它是门店赖以生存的法宝。对于销售员来说，它是其成长的基石。没有价值，门店就失去了存在的意义。没有价值，销售员就不会在职场中发展，而面临淘汰。不发展就意味着被淘汰，这是当今职场的一个“潜规则”。

门店造就了老板，也造就出销售员的工作岗位。门店的发展有赖于老板创造出价值，也有赖于销售员创造出价值。常常听老板们讲，某某门店只要有某某销售员一个人就行了。那么，这个销售员一定是门店的核心员工，是那些能够创造出价值来的优秀员工。门店是优秀销售员的产生地，也是平庸销售员的淘汰地。只要你能够创造出价值来，无论岗位如何，你都会成为最快晋升的那个人。

那些在销售场能够创造出价值的人是英雄，收到的是鲜花和掌声。而你没能创造出价值，那么你就会受到冷遇。在一场宴会上，老板把你身旁的某某人叫到他的贵宾席上去喝酒，你的心情该是如何的懊恼。他有资格当着贵宾诉说其创造价值的辛酸苦辣，能够感动得让人落泪。而你倘若也有机会对着贵宾诉说，你诉说的辛苦无论多么辛酸，也不会让人为你叫好，因为你没能创造出价值，你的辛苦在别人眼里等于零。

你也许觉得社会不公，但你要懂得：社会公平是建立在创造价值的基础之上的。奖赏不能创造出价值的销售员，是对创造出价值的销售员的不公。无论什么时候，苦劳都不等于功劳，也不等于价值！



老板们多是秉承靠价值说话的人，因此，他们对于创造价值的销售员奖励优厚，对于不能创造价值却说三道四或创造价值平平的销售员，他们的态度是“走人”。

每个门店都有其价值观念，这是判断每个岗位工作是否有价值的客观依据。完成既定的工作任务，在一些销售员看来就是尽职尽责了，其实，真正意义上的尽职尽责并不是仅仅局限于完成工作任务那么简单。一个工作日站八个小时的班，如果你没能销售出一件商品，那么你的价值如何体现出来？如果让你在一个不用付出什么就能轻易拿到奖金的岗位上，那么你的价值又如何体现出来呢？有人抱怨，老板给了他一个不太好做的岗位，那么老板就会向他发问：“不把你派到别人做不太好的岗位上，怎么能体现出你与别人不一样的价值来呢？”

价值从来就是与工作难易程度相联系的。越难做的工作，你做成了，那么你无疑越会受到老板的重视，你的价值具有排他性，进而可以这么说：你已经在职场赢定了！

当然，创造出与众不同的独特价值并非易事，需要你掌握一定的技巧，锤炼自己的能力。技巧是你创造非凡价值的基础。一天掌握一个技巧，一天创造一点价值，长此以往，你的职场人生才能达到完美的巅峰！

作者

2011年9月



目 录

第一部分 做什么千万别忘了做技巧

第一章 做什么千万别做销售	3
第二章 做什么千万别忘了做价值	5
第三章 做价值的关键是做技巧	7

第二部分 技巧决定价值

第一章 辛苦不等于价值，别拿辛苦说事	11
1. 辛苦不提供工作价值	12
2. 面对难实现的价值不要以辛苦安慰自己	12
3. 工作的价值是对门店资源的充分利用	13
第二章 价值体现能力，技巧体现能力	14
1. 能力和技巧是价值的代名词	14
2. 价值由专业技能来决定	15
第三章 价值拒绝平庸，价值追求卓越	16
1. 不要自我设限阻碍自我价值的实现	16
2. 平庸是实现价值的大碍	16
第四章 尽职不在任务，尽责锁定价值	18
1. 明确责任才能锁定价值	18



2. 尽职重在价值	20
第五章 技能职业化是聚积价值的重中之重	21
1. 让销售员的技能实现职业化	21
2. 销售员技能职业化的底线是其职责、职业道德	22
3. 职责就是创造出价值	22
4. 价值是销售员的职业底线	23
5. 建立价值制度培养价值交换思维	24
6. 门店价值 + 客户价值 + 导购价值 = ?	24

第三部分 销售技巧的准备

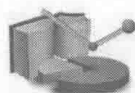
第一章 销售技巧的心理准备	29
第二章 销售技巧的知识准备	31
第三章 销售技巧的语言准备	33
1. 语言运用常用技巧	34
2. 销售语言的延伸运用	35
3. 语言运用的关键点	36
第四章 销售技巧的思维准备	40
1. 销售员的扩散思维	40
2. 销售员的收敛思维	40
3. 销售员的逆向思维	41
4. 销售员的组合思维	41
5. 销售员的逻辑思维	41
6. 销售员的系统思维	42
7. 销售员的想象思维	42
8. 销售员的直觉思维	42
第五章 销售技巧的能力准备	44
1. 加强广告效果的评估	44
2. 注重经营情报的收集	45



3. 加强顾客需求分析	45
4. 要有保密意识	45
5. 创造卖点	46
6. 要让钱生钱	46
7. 聘员工看实战经验	47
8. 快刀斩乱麻	47
9. 有市场就有销售员	47
10. 销售员要从顾客询问中抓“点”	48
11. 吸引和控制并重	48
12. 要冷静看待“暴利”商品	48
13. 热中冷思考让人清醒	49
第六章 销售技巧的素质准备	50
1. 做有“德”之人	50
2. 做有“识”之人	52
3. 做有“才”之人	52
4. 做善“学”之人	54
5. 做健“体”之人	54
第七章 销售技巧的态度准备	55
1. 保持一颗平常心	55
2. 坚信自己能够获得成功	56
3. 树立创新销售的理念	56
4. 站在成功者的肩膀上	57
5. 培养你的发现思维	57
6. 认清成功并不是偶然的	57
7. 牵住资助者	57

第四部分 从顾客角度看销售技巧

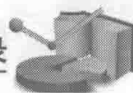
1. 顾客的价值排序	61
2. 顾客的物理印象	61



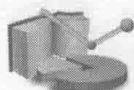
3. 顾客的购买范围	61
4. 顾客的时间价值	62
5. 顾客的购买条件和原则	62
6. 顾客的团队经验	62
7. 顾客的眼见之实	63
8. 顾客的情绪反应	63
9. 顾客的思维逻辑	63
10. 重组知识使与顾客顺利交流	64

第五部分 外行人想不到的销售技巧

1. 让顾客实现理想自我	67
2. 让胖顾客的神经不再易敏	68
3. 对爱听承诺的顾客不要妄言	69
4. 堆码商品传递积极的信号	71
5. 为商品找到最好的销售位置	72
6. 好的卖场陈列赢得顾客好感	74
7. 一眼识出畅销商品	75
8. 让顾客感到销售员能知书更会达理	76
9. 应对节日高顾客流量	77
10. 有效搞好营销策划	78
11. 销售员与顾客交谈口吻要恰当	79
12. 采购要进行预算	79
13. 在顾客需要时使用帮助性语言	80
14. 整理货架让顾客有新鲜感	81
15. 把握好进货关就等于成功了一半	82
16. 让业务数据变成可视的图像	83
17. 进货要求从“品种对路、数量恰当”到“适销对路”	84
18. POP 广告是无声的推销员	86
19. 为你的门店起个好名字	87



20. 门店外观设计应做到形式与内容相结合	87
21. 门店内部设计重在细节	88
22. 陈列商品要醒目	91
23. 不要让店堂里显得太不紧凑	91
24. 商品陈列必须讲究章法	91
25. 利用好新产品展示台	92
26. 收款台要有安全保障措施	93
27. 合理利用店堂内的经营空间	93
28. 色彩在商品陈列中的应用	94
29. 迅速分类	94
30. 及时补货	96
31. 搞好类别结构调整	96
32. 促销之前要准备充分	97
33. 把商品的价位定得尽量低些	97
34. 熟记相关资料	98
35. 先做优秀的调查员	98
36. 薄弱环节要变强	98
37. 要问自己关于竞争对手的信息了解多少	99
38. 与客户进行攀谈讲究策略	99
39. 要让顾客觉得放心	100
40. 让顾客能摸到实物	100
41. 拿出一元钱放在透明的袋子里	100
42. 门店服务质量管理	101
43. 顾客服务管理通则	101
44. 生财容易莫忘守财和理财	102
45. 团队生合力	103
46. 策划要防止“一意孤行”	103
47. 策划要注重“文化性”	103
48. 策划要建立在对市场心中有数的基础之上	104
49. 规划好收银台	105
50. 安全员是门店一个不可或缺的角色	105



51. 认清成功并不是偶然的	106
52. 要重视品牌经营	107
53. 要重视时间的经营价值	109
54. 沟通有技巧	110
55. 将培训进行到底	110
56. 激发员工荣誉感	110
57. 利用“知恩图报”的心理搞好经营	111
58. 先发才能制人	111
59. 关注细节与销售目标之间的关系	111
60. 在市区中心经营也要注意布局	112
61. 不要放弃竞争的机会	112
62. 再坚持一下	112
63. 综合性或专业门店都要考虑顾客构成	113
64. 对经营门店设计要着眼细小处	113
65. 制造购物“紧张”的氛围	114
66. 超市班车免费接送顾客赢在“民心”	114
67. 赢得商品专营	114
68. 不要断生意	115
69. 让必要的压力迸发自身的活力	115
70. 要学会应对危机	115
71. 成为经营上的“王者”	117
72. 要掌握谈判技巧	124
73. 销售策划中要注意的几个问题	127
74. 不可不讲的七大营销艺术	129
75. 怎样设计好销售活动	130
76. 经营门店靠推手	137
77. 销售员的预测技巧	138
78. 销售员要成为多面手	139
79. 不要批评别人	139
80. 保持耐心面对挑剔的客户	139
81. 使别人喜欢你	140



82. 让员工踏实为你工作	141
83. 进门三相	142
84. 了解顾客的心思	143
85. 要保持顾客的心理满意水平	143
86. 假定顾客已经购买	144
87. 帮助顾客挑选商品	144
88. 利用“怕买不到”的心理	144
89. 先让顾客买一点试用看看	145
90. 欲擒故纵	145
91. 学会做反问式的回答	145
92. 言语表达也要务实	146
93. 对顾客说他们想说的话	146
94. 鼓励顾客及时提示自己的不满意	146
95. 找客户最感兴趣的话题	147
96. 打电话更要讲究语调、语气、语感	147
97. 说好接待客户的第一句话	148
98. 要练好接待顾客的基本功	148
99. 门店的“安全库存”动态调整	148
100. 猜测客户真实意图	151
101. 经营方式要方便顾客	152
102. 恰到好处地向无明确目标的顾客推荐	152
103. 吉祥数字让顾客心有所动	152
104. 质量与服务勿倒置	153
105. 为特型顾客量身定做	153
106. 贵在和气	153
107. 永远有礼貌地和顾客说话	154
108. 联系老顾客	154
109. 识别“回头客”	155
110. 用关心的口吻请顾客消消气	155
111. 即使是等待顾客也要做美好的等待	156
112. 闲暇时要表现出忙碌的样子	157



113. 必须讲求自己站位的合理性	158
114. 在告示牌上做出花样	159
115. 初次见面的称呼礼仪	160
116. 切勿两眼直视顾客	160
117. 选择好打第一声招呼的时间或时机	162
118. 认真考虑第一句招呼语说什么最好	164
119. 打招呼不要冷冷淡淡,更不要过分热情	165
120. 发自内心地说声“您好”	167
121. 学会两种招呼语言方式表达对顾客的敬意	168
122. 将第一位顾客尽量多留一会儿	168
123. 说一句招呼的话让顾客“想”进来	169
124. 对第二次进店的顾客要道出对方的姓名	170
125. 假定顾客曾买过你店的商品而打招呼	171
126. 和顾客初打招呼的行礼幅度以 30°为佳	172
127. 使用更能令顾客“联想”高涨的招呼语	173
128. 对左顾右盼的顾客尽早打招呼	173
129. 几种有特点的顾客	174
130. 顾客常见的几种表现	175
131. 招呼过后很短时间内销售员要接近顾客	177
132. 预备开始接近顾客应自然一些	178
133. 及时询问顾客的不满	179
134. 对与推销或成交无关的问题不宜询问	179
135. 询问顾客对商品的意向,心中要想着顾客	180
136. 询问后及时拿出商品	181
137. 熟练运用征询语	181
138. 展示出商品的特有价值	182
139. 向顾客展示两三件商品	182
140. 让顾客看清商品的好处	183
141. 说明商品的核心本质	183



第六部分 掌控顾客心理的销售技巧

第一章 销售的话怎么说	187
1. 自信的销售话怎么说	187
2. 自谦的销售话怎么说	190
3. 同情的销售话怎么说	190
4. 真诚的销售话怎么说	191
5. 友善的销售话怎么说	191
6. “恫吓”的销售话怎么说	191
7. “软硬”的销售话怎么说	191
8. “侧攻”的销售话怎么说	192
9. “反间”的销售话怎么说	192
10. “设限期”的销售话怎么说	192
11. “挤牙膏”的销售话怎么说	193
12. “设价陷”的销售话怎么说	193
13. “柔缓”的销售话怎么说	193
14. “质询”的销售话怎么说	193
15. “放长线”的销售话怎么说	194
16. “藏真”的销售话怎么说	194
17. “主动”的销售话怎么说	194
18. “转移话题”的销售话怎么说	195
19. “留退路”的销售话怎么说	195
第二章 应对顾客的话怎么说	196
1. 看似简单但不易回答的话怎么说	196
2. 容易使自己丢脸面且易得罪顾客的话怎么说	196
3. 明知顾客的某些话本身就是陷阱时怎么说	196
4. “吃亏销售”的话怎么说	197



第七部分 销售窘境——一个不可避免的话题

第一章 何谓销售窘境	201
第二章 几种常见的销售窘境	203
1. 顾客只看不买	203
2. 销售员越殷勤，顾客越疏远	204
3. 销售员工作到位但顾客仍挑三拣四	204
4. 商品与顾客要求差不多，但顾客还要犹豫	205
5. 眼看要成交，但顾客突然变了卦	205

第八部分 实战大演习

第一章 和顾客打招呼的技巧演习	209
1. 和顾客打招呼的两种常见方法	210
2. 和顾客打招呼的实战技巧	210
第二章 察言观色的技巧演习	213
1. 弄清顾客话里的深意	214
2. 弄清顾客手势里的深意	215
3. 弄清顾客眼神里的深意	215
4. 弄清顾客脸色里的深意	216
5. 弄清顾客缄默里的深意	216
第三章 致力成交的技巧演习	218
1. 让看客购买	218
2. 让顾客亲近	218
3. 让挑剔远离	219
第四章 针对顾客潜台词的导购技巧演习	220
1. 顾客说：太贵了	220