



超级导购

打造卓越导购的52条法则

导购是什么？

导购需要做什么？

导购的角色定位是什么？

怎样才能成为一个合格的导购？

怎样才能成为一个超级导购？

本书将告诉你一切！

周小来 著

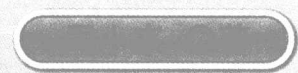


清华大学出版社



超级导购

打造卓越导购的52条法则



清华大学出版社
北京

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

超级导购——打造卓越导购的 52 条法则/周小来 著. —北京：清华大学出版社，2008.10
(极致零售终端系列)

ISBN 978-7-302-18602-1

I. 超… II. 周… III. 销售—方法 IV.F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 143621 号

责任编辑：荣春献 高晓晴

封面设计：周周设计局

版式设计：康 博

责任校对：胡雁翎

责任印制：李红英

出版发行：清华大学出版社

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编：100084

社 总 机：010-62770175

邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者：清华大学印刷厂

装 订 者：三河市金元印装有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：180×250 印 张：15.5 字 数：241 千字

版 次：2008 年 10 月第 1 版 印 次：2008 年 10 月第 1 次印刷

印 数：1~6000

定 价：36.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题，请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话：(010)62770177 转 3103 产品编号：029929-01

总序：如何获得卖场竞争优势

随着中国社会、经济和零售业不断向纵深发展，人们对产品的需求不仅仅限于基本需求，而更追求商品的附加值，希望各类商品能为精神、情趣、品位等方面带来满足，要求产品的质量、色彩适合自身的生理、年龄特点，品位风格适合自身的职业、身份、时尚追求；人们渴望产品能反映自我的个性、情趣诉求和价值观。因此，中国市场越发变得扑朔迷离，难以把握，再加上国内众多产品品牌的迅速崛起，国外强势品牌的蜂拥而入，中国市场将更加风云变幻。

面对零售行业激烈的市场竞争，各个企业的总裁都绞尽脑汁地想提升终端业绩，使卖场能够常胜不衰、持久盈利。而广大的中国企业和加盟商在将产品转移到顾客的诸多环节中，卖场这一产品最底端的“出水口”就变成了火药味最浓的竞争战场，掀起了激烈的广告战、促销战、价格战以及终端拦截战。

要想达到赢利最大化的目的，就必须抢占终端销售竞争的制高点。

我们还发现，享誉国际的大品牌不是在每个地方都能够达到销量第一，国内一般的知名品牌在有些卖场也能取得非常好的销售业绩。另外，从顾客选购习惯分析，排除产品与价格差异，在同质品牌中左右顾客选择的，往往是该品牌在当地的影响力、卖场形象、服务质量和导购的销售技巧起着更加重要的作用。所以，终端业绩的好坏，不仅要靠品牌自身的拉动力，还要靠卖场自身运作的推动力。

我们知道，卖场之所以赚钱，靠的不仅仅是品牌的影响力，卖场的选址、布局、装修、陈列到进货、销售、库存处理；导购的销售服务技巧、职业能力

到店长的管理水平和知识涵养，都会对销售业绩产生决定性的影响。因此，把卖场日常运营过程中的每一个环节系统化和规范化，从而建立一整套的规范是21世纪卖场生存和发展的核心所在。

据我们了解，现今大部分卖场的店长管理水平不足、导购销售能力差、陈列水平太业余、账面混乱，再加上日益同式化的促销方式和同质化的产品结构，使得很多卖场进退维谷、身陷危局，而大部分卖场所有者本身的经营管理能力就不强，找不到卖场业绩萎靡的症结所在。

卖场迫切需要专业、系统的知识来为他们提供服务和指导。

为此，我们策划推出了一套“极致零售终端”系列图书，希望能够给广大的卖场从业人员提供帮助和指导。本丛书分别从导购、店长、细节和服务四个方面入手，深入剖析卖场终端运营和持续获利的秘密。

全套书既独自成篇、自成体系，又彼此配合、相互呼应，实为国内企业有效提升终端业绩不可多得的培训手册和“教材秘籍”。

前



在市场竞争日趋激烈的今天，零售行业最缺的人才不是所谓的专业管理人士，而是优秀的导购！普通的导购遍地可抓，可是优秀的导购却千里难寻。

我们知道，在卖场中，恐怕没有谁能比导购与顾客接触得更频繁、更密切。

导购的言谈举止、工作态度直接关系到卖场的品牌形象、宣传效果、零售业绩、顾客忠诚度等因素，因此在竞争激烈的市场竞争中，卖场如果治理有方，培养出优秀的导购队伍，将极大地提升自身的竞争力。但事实上却并不尽如此，有的导购深受顾客喜爱，为卖场吸引和留住许多回头客，而有的导购却让顾客难以接受。所以，导购的整体素质和水平既影响到卖场在顾客眼中的形象，又影响和制约着卖场的整体管理水平和绩效。

那么，优秀的导购是怎样“炼成”的呢？

怎样才能成就最成功的导购呢？

这就是我们这本书所要探讨的问题。

如果把零售行业的卖场比作战场，那么货品便是子弹，而导购便是一线的战士。能否在商战中取胜，除了商品要独具特色、具有品牌吸引力外，更重要的是导购要有一线的服务水平和销售技巧。尤其是在品牌过剩、产品严重同质化的今天，一线导购服务水平和销售技巧的高低，将直接决定卖场的成败。

遗憾的是，尽管一线导购的作用至关重要，但往往没有得到应有的重视：卖场没有将对导购的培训提到战略高度，导购自身也对销售工作缺乏热情和投入，如果单靠一句没有任何感情色彩的“您好，欢迎光临”来应付顾客，销售业绩是不可能理想的！

从另一方面来说，世界上永远没有免费的午餐。做任何一份工作，都要承受工作带来的压力。导购工作更是如此：工作时间长、底薪低、辛苦无保障等职业性质决定了不可改变的游戏规则。但是，导购工作虽然辛苦，却是世界上最具有前途的职业之一，因为只要我们锻造了卓越的销售技能，就拥有了白手起家成为亿万富翁的可能。

国美集团董事长兼总裁黄光裕，就是这样一位从导购做起的亿万富翁，他曾经这样评价自己的成功：“我绝不担心我的目标定得太高，因为，把我的箭瞄准月亮而只射中一只老鹰，不比把我的箭瞄准老鹰而射中一块石头更好吗……高目标不会使我敬畏。面对行进中的困难，跌倒了再爬起来，这连小孩都会做的事，为什么我不能！只要坚持就会成功，只有努力才能成功！”

他的话对于有志成为最成功导购的你，无疑是一种激励和启示。

那么，就从现在开始行动吧，亲爱的导购朋友们！相信，只要我们通过不懈的努力，熟练地应对形形色色的顾客，利用导购服务知识取得销售成功，充分施展专业技能创造高额销售业绩，那么我们便能成为最成功的导购，并且为进一步的发展打开一条通路。



目 录

第一章	导购的角色定位与职业操守	1
	导购的角色定位与角色扮演	2
	你的职责不仅仅是把商品卖出去	6
	树立良好的个人形象	10
	优秀导购应具有的良好心态	17
	良好的职业操守是构成导购工作的基础	25
第二章	刺激顾客消费欲望, 吸引顾客进店观看	29
	灯光照明要能够吸引顾客进入	30
	橱窗是最容易“出彩”的地方	32
	色彩的不同组合表现不同的气氛	35
	保持卖场的干净整洁是必要的工作	37
	在顾客进店的一刹那留住顾客目光	40
	恰当热情的迎宾方式	42
	生意冷清时一定要让自己忙起来	46
第三章	把销售工作做到滴水不漏	49
	在销售工作中充分施展微笑	50
	揣摩顾客心理, 随其所需, 应其所变	53

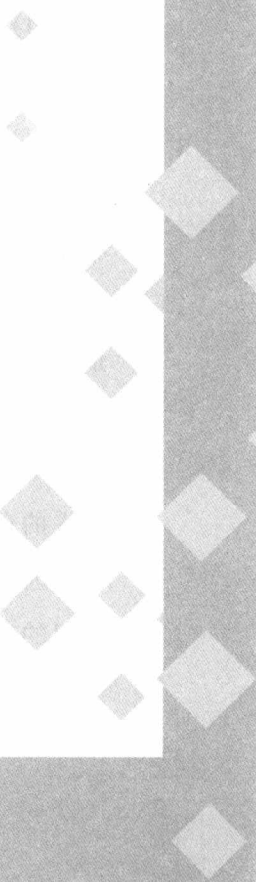
卖点提炼的原则与方法	61
巧妙激发顾客的购买欲望	66
善于用语言艺术说服顾客	74
识别顾客的购买意图	84
为销售工作打上完美的句号	88
第四章 谙熟完美的销售技巧	95
以诚相待，也是有条件和方法的	96
与顾客的第一次接触是个难题	100
接待顾客的销售技巧	107
用询问的方式探明顾客需要	113
把 80% 的时间用来倾听	116
肢体语言是不可缺少的表达手段	120
有效处理顾客异议	123
第五章 提升卖场顾客服务的水平	129
熟悉顾客服务的类型与分类	130
让顾客服务的观念深入人心	134
卓越导购卖场服务的流程	138
提升卖场顾客服务的水平	142
提高顾客感知的服务满意度	146
售前服务做到有备无患	150
售中服务让顾客购物称心	152
售后服务让顾客放心使用	157
第六章 对顾客投诉充满感激	161
顾客投诉为卖场带来了什么	162
主动为顾客投诉创造多种渠道	166
正确处理顾客投诉的一般原则	169

顾客投诉处理的一般步骤	173
处理投诉过程中的“禁语”	182
顾客投诉处理的新思维	186
第七章 有效管理好你的商品	189
适销对路的商品配置	190
进货管理有窍门	194
产品检验是上货前的关键一关	197
存货控制要安全	203
盘点作业要精细	208
损耗控制要严格	211
第八章 导购的自我修炼和提升	215
确定目标是导购走向成功的第一步	216
机遇是导购走向成功的捷径	220
成功与失败的界线在于怎样分配时间	223
人脉是导购一生最大的“存折”	226
像成功人士一样思考	230
成功是后天的太阳，别在明天晚上死掉了	233
后 记	237

第一章

导购的角色定位 与职业操守



- 导购的角色定位与角色扮演
 - 你的职责不仅仅是把商品卖出去
 - 树立良好的个人形象
 - 优秀导购应具有的良好心态
 - 良好的职业操守是构成导购工作的基础
- 



导购的角色定位与角色扮演

产品很重要，品牌也很重要，但沟通更加重要。因为如果不能与顾客很好的沟通，再好的产品和品牌也是白费。作为沟通的桥梁，导购可以和顾客之间建立良好的沟通关系，把卖场或品牌的信息完整、准确地传达出去，并将意见反馈回来。

导购在整个销售过程中扮演着非常重要的角色。

在现代服务理念中，导购的角色已从商业化的销售员、导购扩展到公益色彩更强的服务员，服务功能逐渐强于销售功能。而顾客也不只限于看到有形的商品，还要享受无形的服务。

因此，如何成为最卓越的导购，必须先从理解导购的角色定位开始。

1. 导购的多重角色定位

导购是指在零售终端通过现场服务引导顾客购买、促进产品销售的人员。

(1) 与顾客建立良好的沟通关系

导购是卖场(品牌)与顾客之间的桥梁，一方面他们要把品牌的消息传递给顾客，另一方面又将顾客的意见、建议和希望等消息传达给卖场，以便更好的服务顾客。

我们知道，产品很重要，品牌也很重要，但沟通更加重要。因为如果不能与顾客很好地沟通，再好的产品和品牌也是白费。

作为沟通的桥梁，导购可以和顾客之间建立良好的沟通关系，把卖场或品牌的信息完整、准确地传达出去，并将意见反馈回来。

(2) 代表卖场的服务风格与精神面貌

由于导购面对面地直接与顾客沟通，因此他们的一举一动、一言一行除了代表个人的自身修养、素质外，在顾客的眼中还代表着卖场的服务风格与精神面貌。

因此，导购们必须认识到自己是卖场形象和品牌产品的代表，要时时刻刻注意自己的言行举止，确保服务品质，使顾客在“信赖”的基础上乐于再次光顾。

(3) 站在顾客的立场上给予咨询和建议

只有事先充分了解自己所销售商品的特性、使用方法、用途、功能、价值及每一件商品将会给顾客带来的益处，导购才能适时地为顾客提供最好的建议与帮助。

我们都应该知道，一位优秀的导购，不仅要在服务、业绩上有最好的表现，同时还应该是顾客的生活顾问，应站在顾客的立场上给予他们最多的商品咨询和建议。

(4) 帮助顾客做出选择

导购有责任帮助顾客做出最佳的选择。而且必须在了解顾客需求心理的基础上，使顾客相信购买某种产品能使他们获得最大的利益。那么，导购如何帮助顾客呢？

- ① 询问顾客对商品的兴趣，爱好；
- ② 帮助顾客选择他们需要的商品；
- ③ 向顾客介绍产品的特点；
- ④ 向顾客说明买到此种商品后将会给他带来的益处；
- ⑤ 回答顾客对产品提出的疑问；
- ⑥ 说服顾客下决心购买此商品；
- ⑦ 向顾客推荐别的商品与服务项目；
- ⑧ 让顾客相信购买此种商品是一个明智的选择。

一个优秀的导购能告诉顾客很多有用的信息，提供许多好的主意和建议，能够帮助顾客选择最中意的产品。

(5) 天生就是为顾客服务的

在现今激烈的市场竞争中，竞争优势将越来越多地来自于无形服务，因此一系列微小的细节都能征服顾客，使我们压倒竞争对手。

所以，每一位导购必须牢牢记住：导购是来为顾客进行服务的。

导购只有在充分了解自己所销售产品的特征、使用方法、服务、品牌价值的基础上，适时地为顾客提供最好的服务、建议和帮助，以优良的服务来征服顾客，才能最终压倒竞争对手，赢得销售业绩。

导购服务和销售的对象是顾客，也就是说顾客是卖场最重要的人。

我们只有赢得顾客的心，才能让卖场在社会上生存。

直接与顾客进行接触的导购，是卖场销售的主体。导购工作的好坏决定了产品的销售量，也决定了卖场能否取得进一步的发展。同时，导购是发现顾客的需求和愿望，并说服顾客购买的人，因此导购是卖场业绩提升和业务发展的基础力量。

2. 导购的角色扮演

上面我们已经谈过，导购具有多达六重的身份，这足以说明导购角色的重要性。那么，作为导购应该怎样扮演好这些角色呢？

(1) 充分理解品牌的理念与文化

充分理解卖场的理念与文化，将自己融入文化中，而不是作为旁观者自说自话。

每个品牌都有自己独特的文化，例如太子龙品牌透析出“自信自然出色”、李宁品牌透析出“一切皆有可能”。

只有在把握了品牌文化的前提下，在卖场销售时，导购才能真正将文化推广出去，从而有效地达成销售。

(2) 保持一颗良好的心态

导购应该保持一个良好的心态去看待平凡的工作。有些导购觉得在平凡的岗位上体现不出自己的人生价值，大有“英雄无用武之地”的感慨，因而产生消极的思想，导致养成大事做不来，小事又不做的坏习惯。

不管干哪一行，只要保持一个良好的心态，就不存在工作的高低贵贱了。如果你是一名导购，千万不要认为这是低下的工作，因为你是在为人服务，服务本身就是一件光荣的事，别人会因为买到了称心的衣服而对你感激不尽。

态度决定一切，保持良好的心态可以使导购保证高昂的战斗力和战斗力。

一般来说，导购的工作具有较大的挑战性，因为每天都要面对不同类型的顾客。这个时候保持一个良好的心态，服务才会好起来，良好的品牌形象也才能传递出去。

(3) 对顾客真诚以待

卖场服务是导购必须具备的一项技能。

对于一般的卖场来说，售前、售中服务大家都能做得很好，可是关键的售后服务却不够好，这不能不说是一个遗憾，因为真正能留给顾客长久印象的还是售后服务。

务，比如顾客在买了件产品之后，突然在生日时收到一张生日卡片与一份生日礼物，肯定会惊喜万分，品牌形象也就印在脑海里了。

当然，无论是售前、售中还是售后服务，都必须真诚对待，不仅要重视形式，更要重视内容。这样才能逐渐培养出一批忠诚度比较高的顾客。

（4）根据市场信息及时做出反应

顾客对产品或卖场的评价是多方面的，也是从自身的利益点提出的，可是当这种现象不是孤立存在，而是普遍存在的时候，就证明是卖场本身存在着致命的缺陷。

这时，卖场需要根据导购所提供的信息迅速进行弥补和改善。

（5）对顾客的心理进行分析

顾客所传递的信息跟顾客本身的动机有很大的关系。

举例来说，有的顾客为了享受到更大的优惠而说其他竞争品牌好，其实该竞争品牌的某些方面并不适合自己。凡此种种，都需要导购去分析把握。

另外，为了把顾客吸引到卖场，更要对顾客的心理进行分析，从而在卖场货品筹备、氛围布置和促销活动操作上来吸引顾客。



你的职责不仅仅是把商品卖出去

若站在顾客的角度，导购的工作职责是为顾客提供服务，并帮助顾客做出最佳的选择。因此，导购必须保持良好的服务心态，创造舒适的购物环境，积极热情地接待顾客，向顾客推荐商品，并帮助其做出恰当的选择。

每个人都有自己的岗位和职责，所谓“在其位，谋其政”，我们必须把自己的工作做好。一家卖场有不同的岗位，只有在不同岗位的人能够认清自己的岗位职责，漂亮地完成自己的工作，卖场才能够健康发展。

那么，导购的工作有哪些呢？

1. 你的职责不仅仅是把商品卖出去

在卖场，导购直接和顾客进行面对面的沟通与交流，向顾客介绍商品，回答顾客的问题，帮助顾客做出购买决策。

把商品卖出去是导购的天然职责，但作为一名好的导购，必须懂得站在顾客和卖场双方的角度，来考虑自己的工作职责。

一般来说，导购的工作职责应该包括如下几个方面。

(1) 把产品卖出去，为卖场赚取利润

作为一名导购，最主要的工作之一就是把产品卖出去，为卖场赚取利润。也只有这样，导购才有其存在的价值。因此，导购要善于利用自己所掌握的各种销售技巧、业务知识和商品知识，通过热情大方、有创造力的服务方式取得顾客的信任，与顾客建立良好的人际关系，提高顾客的消费量和消费频率，使产品销量增加。

运用各种销售技巧，营造顾客在卖场的参与气氛，提高顾客的购买愿望，提升卖场的营业额；按照规定完成每日、周、月的报表等填写工作，做好专柜销售记录和定期盘点库存，确保商品账实相符。

(2) 帮助顾客做出最佳的选择

若站在顾客的角度，导购的工作职责是为顾客提供服务，并帮助顾客做出最佳

的选择。导购在了解顾客需求心理的基础上,使顾客相信购买某种产品能使他获得最大的利益。因此,导购必须保持良好的服务心态,创造舒适的购物环境,积极热情地接待顾客,向顾客推荐商品,并帮助其做出恰当的选择。

(3) 做好卖场维护工作

导购应该做好卖场陈列等方面的工作,保持商品与促销用品的摆放整齐、清洁有序。

营业前的准备工作、营业中的辅助性工作以及营业后的清点、整理、补货工作都属于卖场维护的范围。

作为卖场的一员,导购必须做好卖场维护,为顾客营造一个舒适、温馨的购物环境。

(4) 提高卖场及品牌的知名度

导购不仅要向顾客销售产品,更要宣传产品背后的品牌。

通过导购的服务,向顾客展示良好的卖场形象,提高卖场及品牌的知名度。因此,导购要在介绍产品的基础上,介绍产品的品牌价值及品牌承诺,让顾客不仅买到产品本身,更买到一份放心。

(5) 多方面收集并向卖场管理者反馈信息

导购是在卖场直接与顾客打交道的产品销售者。

因此,导购要利用直接在卖场与顾客、产品打交道的有利条件,多方面收集并向卖场管理者反馈信息。

具体包括:

- ①了解企业的经营理念、企业文化以及所销售商品的特点;
- ②及时妥善处理顾客的抱怨,收集顾客对卖场的意见、建议和期望,并将信息反馈给卖场,以帮助卖场改善经营策略和服务水平;
- ③收集竞争对手的产品、价格、市场等各方面信息,并将信息反馈给卖场,为卖场的经营决策提供参考;
- ④记录卖场对卖场品牌的要求和建议,及时向主管汇报,建立并保持与卖场良好的客情关系,获得最佳的宣传和促销支持;