

权威 / 实用 / 系统 / 有效的口才提升最佳读本

导购促销口才 训练 实用技巧



DaogouCuxiaoKoucai
Xunlian yu Shiyong Jiqiao

周祖民◎编著

口才的影响力贯穿于销售业务的整个过程，对销售工作的成败产生决定性的影响。毫不夸张地说，销售的成功在很大程度上可以归结为销售业务人员对口才的合理运用与发挥。

ELOQUENCE



海潮出版社
Hai Chao Press

权威 / 实用 / 系统 / 有效的口才提升最佳读本

导购促销口才 训练 与 DaogouCuxiaoKoucai Xunlian yu Shiyong Jiqiao 实用技巧

周祖民◎编著

口才的影响力 [] 呈，对销售工作的成败产生决定性的影响。 [] 力在很大程度上可以归结为销售业务人员对口才的合理运用与发挥。

ELOQUENCE



海潮出版社
Hai Chao Press

图书在版编目 (CIP) 数据

导购促销口才训练与实用技巧 / 周祖民编著. -- 北京:
海潮出版社, 2013.1

(金牌口才训练实用丛书)

ISBN 978-7-5157-0355-8

I. ① 导… II. ① 周… III. ① 销售 - 口才学 IV.
① F713.3 ② H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 306280 号

书 名: 导购促销口才训练与实用技巧

作 者: 周祖民

责任编辑: 罗 庆

封面设计: 嘉惠士林

责任校对: 徐云霞

出版发行: 海潮出版社

社 址: 北京市西三环中路 19 号

邮政编码: 100841

电 话: (010) 66969738 (发行) 66969736 (编辑) 66969746 (邮购)

经 销: 全国新华书店

印刷装订: 北京建泰印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17.5

字 数: 180 千字

版 次: 2013 年 1 月第 1 版

印 次: 2013 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5157-0355-8

定 价: 29.00 元

(如有印刷、装订错误, 请寄本社发行部调换)



前言

门店销售是所有销售环节的末端，在整个销售体系中具有举足轻重的作用，产品销售如何就看这临门一脚了。

为了在最短的时间达成销售，大家都在打促销战和价格战，商家之间争位置、抢资源，但最终都要回归到终端销售人员的销售拉锯战。谁能说到顾客心坎里，谁能把顾客说得开心，谁能把顾客说得舍不得离开，谁才可能是最终的赢家。

一线导购促销员与顾客接触最频繁、最密切，他们是与顾客的直接对话者，其销售说话技巧直接影响到商品是否热销。销售说话技巧是导购的一种在洞察顾客心智的基础上燃起其购买欲望的沟通技巧。

每位导购都会遇到下面的几个问题：市面上的产品同质化严重，作为导购该怎么讲？竞争对手某款产品功能和我的一样，但价格更低，该怎么应对？产品有很多卖点，怎么直观演示给顾客看，打动顾客使其购买？不同身份、不同需求的顾客，导购该怎么接待？怎样有针对性地介绍？这些客观存在的问题，只靠理念的灌输永远无法化解，只有具体分析怎么做，才能迎刃而解。

俗话说：买卖不成话不到，话语一到卖三俏。准确又生动的销售语言技巧，能够创造让顾客敞开心扉的良好沟通氛围，能够深入



了解顾客需求，并能够用自己的语言让顾客理解自己所销售的产品能够满足他的需求。

导购促销员要想业绩骄人，就需要规范自己的言行，让自己的语言高效地达到目的。同一款产品，100个导购员会有100种说法，高效成交的往往不超过10个。对于导购促销员来讲，最需要掌握的是能促成成交的方法与技巧，解决实际问题。

本书介绍了卖场上最直接、最便利、使用率最高的一线导购促销口才训练与实用技巧，可在最短的时间内帮助导购提高说话能力和销售技巧，提高销售业绩。



第一章 有效说话让顾客心动，成交从留住顾客开始

- 前几分钟至关重要，让开场白充满趣味 / 002
- 引导顾客，让顾客对产品产生兴趣 / 003
- 对待随便看看的顾客，注重用话语引导 / 005
- 打破沉默，引导顾客参与交流 / 006
- 人情味要浓，与顾客做好情感沟通 / 007
- 察言观色，找到顾客的兴趣所在 / 010
- 热情产生动力，用热情感化顾客 / 012
- 高效成交，顾客需要什么就说什么 / 014
- 因势利导，选准介绍产品的时机 / 016
- 获得认同，让顾客参与体验 / 018
- 没有卖点就没有销售，把卖点说得闪亮动人 / 020
- 赞美顾客，成交从制造好感开始 / 021
- 贬低同行的产品，就是在贬低自己 / 024

第二章 了解顾客的期望，把话说到顾客的心里去

- 了解顾客的真实需求，是销售的重要环节 / 028
- 要把产品卖给顾客，就得唤起顾客的购买欲 / 030
- 成交从了解开始，引导顾客说出真实期望 / 033
- 事实就是说服力，让顾客亲自体验产品 / 034
- 用“加垫子”的技巧了解顾客需求 / 036



让成交更进一步，挖掘顾客的潜在需求 / 038
销售是一种互动过程，要时刻注意顾客的反应 / 040
对于目标模糊的顾客，帮助顾客认清购买需求 / 042
倾听体现尊重和关心，善于听取顾客意见 / 044
介绍要选准方向，卖点要对准顾客需求 / 048
利用顾客趋利避害的购买心理来提升销售业绩 / 050

第三章 把销售的话语说得深入人心，让顾客快速做出购买决定

相信自己的产品，先说服自己才能说服顾客 / 054
开口之前，先让自己成为产品专家 / 056
提炼富有感染力的卖点，让消费者产生共鸣 / 057
尽力展示产品的好处，用利益打动顾客 / 059
吸引顾客的注意力在产品的好处上，强化购买欲望 / 061
敢于暴露产品的缺陷，赢得顾客信任 / 063
从顾客角度出发，才能把话真正说到顾客心里 / 064
突出产品的价值和特色，让顾客觉得物有所值 / 066
有一说一，不随意夸大产品的性能和价值 / 067
让顾客行动起来，以良好的体验打动顾客 / 069
当顾客感到可有可无时，加强产品功能和附加值的介绍 / 071
话题要避免重复，介绍产品的说法和角度要多 / 073
把产品和客户需求结合起来，让顾客更容易接受产品 / 074
强调顾客的核心关注点，将会事半功倍 / 076
让顾客听得明明白白，介绍不能过于专业 / 078
从细节展示，让顾客充分感受 / 080
面对多个顾客，如何不自乱阵脚 / 083
当顾客指出产品的缺点时，要沉着应对 / 085

第四章 顾客有异议时，如何说服让顾客满意

明明店里琳琅满目，可顾客却说东西少 / 088
店里没有顾客想要的商品 / 089



- 顾客认同产品但却不认同品牌 / 090
- 顾客喜欢某个产品，但却借口离开 / 092
- 顾客喜欢产品，但陪伴者反对 / 093
- 顾客对产品介绍没有耐心 / 095
- 产品仅余一件，顾客却要新品 / 096
- 顾客认为产品有瑕疵 / 098
- 顾客对产品质量提出质疑 / 100
- 顾客看好其他店的产品 / 101
- 顾客为别人选购，担心不合适 / 102
- 顾客对产品功能有异议 / 104
- 顾客态度不好，对服务不满 / 106

第五章 顾客讨还价，如何说服促成交易

- 价格已经很低，顾客仍旧不满意 / 110
- 购买数量多，顾客借机要求降价 / 112
- 价格降到了底线，顾客还要求再降 / 114
- 顾客多次来店，迟迟没有购买 / 115
- 顾客称价格高，拒绝购买 / 118
- 顾客对特价商品心存顾虑 / 120
- 价格便宜顾客却不放心 / 122
- 顾客认可产品款式，担心产品质量 / 123
- 顾客想买却说没钱 / 124
- 顾客说现金不够，过几天再来 / 125
- 顾客称产品价格贵，要求降价 / 126
- 顾客称产品不够档次 / 128
- 顾客决定购买时犹豫不决 / 129

第六章 促销时如何说，才能让顾客更满意

- 顾客对促销活动不感兴趣 / 134
- 顾客抱怨促销力度小 / 136



- 面对低价格，顾客持怀疑态度 / 137
- 不给顾客赠品，顾客放弃购买 / 138
- 顾客不要积分和赠品，直接要求降价 / 140
- 顾客对无保修产品不放心 / 142
- 顾客拿同类促销产品做比较 / 143
- 打折和赠品顾客都想要 / 145
- 顾客只喜欢赠品，对促销产品没兴趣 / 147
- 顾客主动要求对喜欢的产品促销打折 / 149

第七章 见什么人说什么话，面对不同顾客要有不同说法

- 面对不同性格顾客，采取不同的销售方式 / 152
- 面对吹毛求疵的顾客，要耐心与热情 / 155
- 面对挑剔的顾客，要顺应顾客 / 157
- 面对高傲的顾客，要满足他的自尊心 / 158
- 面对圆滑难缠的顾客，要察言观色投其所好 / 159
- 面对和气型的顾客，要帮助他下定决心 / 162
- 面对了解产品的专业型顾客，要摆出请教的姿态 / 163
- 面对青年顾客的销售策略 / 164
- 面对中年顾客的销售策略 / 166
- 面对老年顾客的销售策略 / 167
- 顾客充满疑虑时，要多寻找证据 / 169
- 顾客反应冷淡时，尽量活跃气氛 / 171
- 顾客产生愤怒时，要表现尊重与理解 / 172

第八章 各行业导购销售说话技巧

- 化妆品行业导购销售说话技巧 / 178
- 家电行业导购销售说话技巧 / 181
- 药品行业导购销售说话技巧 / 183
- 建材行业导购销售说话技巧 / 185



- 图书行业导购销售说话技巧 / 187
- 汽车行业导购销售说话技巧 / 188
- 房地产行业导购销售说话技巧 / 190
- 玩具行业导购销售说话技巧 / 192
- 办公行业导购销售说话技巧 / 194

第九章 运用销售策略，让成交倍增

- 让顾客明白一分钱一分货 / 198
- 给顾客出价的机会 / 199
- 让顾客明白价格贵的原因 / 202
- 让他做贵宾，满足他的自尊心 / 204
- 少幅让价策略 / 205
- 先谈价值，后谈价格 / 208
- 已让利了，顾客仍还觉得价格高 / 210
- 多重报价，让顾客不再还价 / 212
- 以坚定的语气说明不降价的理由 / 213

第十章 掌握促成顾客成交的话语，让顾客无法拒绝

- 让顾客产生立即购买的欲望 / 216
- 当顾客说再比较比较 / 217
- 顾客多次试用却迟迟不买 / 218
- 试探顾客的购买意向 / 220
- 为顾客制造紧迫感 / 222
- 让犹豫的顾客快下决心 / 224
- 顾客对产品百般挑剔 / 226
- 让顾客做出肯定回答 / 238
- 让顾客感觉到你的真诚 / 231
- 没有热情就没有销售 / 232
- 满足顾客表达异议的欲望 / 235

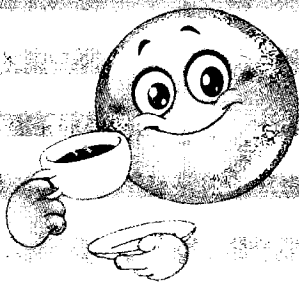


- 给顾客一些补偿，让他心理平衡 / 236
- 将顾客的反意见转换成购买理由 / 237
- 找到顾客的隐藏异议 / 238
- 软化不同意见 / 239
- 解除顾客的疑虑 / 241
- 化解顾客对产品的误解 / 243
- 成为让顾客信赖的顾问 / 244
- 给顾客适当的优惠 / 245
- 主动请求成交 / 247
- 促使顾客有紧迫感和压迫感 / 249
- 利用顾客的从众心理 / 250
- 假设成交法 / 251
- 启发引导顾客的需求 / 253

第十一章 顾客退货的应对话语

- 顾客因质量问题要求退货 / 256
- 购买产品后，顾客找各种理由要求退货 / 259
- 没有质量问题顾客却要求退货 / 259
- 产品已过退货期，顾客仍要退货 / 260
- 产品质量有问题，顾客要求赔偿 / 263
- 抱怨产品不好，要求退货 / 265





第一章

有效说话让顾客心动， 成交从留住顾客开始

一句问候语或者一个彬彬有礼的鞠躬迎宾，或许会把顾客迈出去的一条腿给拉回来。导购在没有顾客的时候，一定要当做顾客刚刚离开的样子，整理顾客拉乱的服装、吊牌、价签，补全顾客购买后缺号的尺码。当然，如果有顾客进店，要尽量延长顾客在店内逗留的时间，通过试穿、提供时尚信息和建议，提供休息和饮品等，增加店内人气，吸引更多的顾客进店。优秀的导购会利用每一个机会对进店的顾客展开销售，使顾客对产品产生兴趣，促使顾客最终做出购买的决定。



前几分钟至关重要，让开场白充满趣味

当顾客进店时，如果不能在最短的时间内，用最有效的方法，让顾客的注意力转移到你身上的话，那么推销活动基本上就算是宣告失败了。要想做一名成功的导购员，有趣味的开场白是必不可少的。如果你的开场白足够吸引人，顾客就有可能听你介绍产品，也有可能成交。

有趣味的开场白，能够缓解现场的紧张气氛。这样的开场白无疑是成功的。有一个成功商人就是利用积极的开场白吸引了合作者，从而让自己挖掘到了第一桶金。

这个成功商人最初经营的是一家出售建材产品的小店，由于盈利非常小，因此他常常在想怎样才能大赚一笔钱。正巧这时一个著名的瓷砖工厂召开订货会议，他很想参与，但是由于店面太小，资格不够，因此没有收到厂家的邀请函。

会议召开那天，他想尽一切办法弄到了一张入场券才进到了会议中心。在订货会上，为了能够引起厂家的注意，他抢先第一个发言，把所有关于瓷砖的知识浅显地讲了一遍，讲了足足有半个小时，那些死板的知识通过他的讲解变得非常有趣，给人一种耳目一新的感觉。效果是很明显的，厂家自然注意到了他，会议结束后，厂家直接找到他，想探一下虚实。成功商人见自己第一步的目的已达到，便直接告诉了厂家：“其实，我的公司只是一家小店，没有那么多雄厚的资金，没有那么响亮的名字，我是自己进来的，但我很想与你们建立起业务联系。也就是说我来的目的其一是因为觉得贵厂的产品确实很好，其二是因为我想借贵厂发展一下自己。”

听到如此坦诚的讲话，厂家感觉他很诚实，并且是一个有事业心的人，于是很爽快地答应了合作。



导购促销口才训练



当顾客走进门店时,前几分钟是至关重要的,并且在很多时候,第一句话的印象可以关系到整个交易的成败。如果你一开始就吸引了顾客的注意力,那么很可能整个交易过程都会变得很顺利。一个好的开场白,应该具有以下四个特点。

1. 有趣

开场白必须能够吸引住顾客,让他对你或产品产生兴趣,产生想进一步了解的欲望。

2. 简洁

迅速切入主题,过多闲聊很可能意味着浪费客户时间。

3. 推迟对策介绍

不必一开始就提供方案或解决对策,那样可能提前制造异议,使交流的时间过多浪费在处理异议上。

4. 善于随机应变

不同的顾客有不同的心理特质、性格特征,因此你的开场白也应该根据不同的顾客和氛围有所区别。

引导顾客,让顾客对产品产生兴趣

根据观察,有相当一部分顾客走进店里进去转了一圈,然后一言不发径直地走了出去。而导购员除了在门口说一声“欢迎光临”,然后一言不发地跟在顾客的后面,顾客可能被跟烦了,匆匆走出门口的时候,导购员还不忘在后面喊一声“慢走,欢迎再来。”

为什么我们一再强调终端导购的重要性,是因为来到店里的顾客,一般都是有需求或潜在需求的人,谁抓住了这些有限的顾客,谁成功的可能更大。抓住顾客的第一步就是要留住顾客,顾客在你这里停留的时间越长,对你的产品的优势、给他带来的利益点了解得越多,选择产品的可能性就越大。

可以这样说,顾客在你这里停留 30 分钟,一定比 3 分钟更有希望,如果在其



他店里停留了 50 分钟，那么人家的希望就比你的大。因此，在顾客刚刚驻足的时候，就要抓住顾客的注意力。要抓住顾客的注意力，就要学会引导顾客。

一名顾客走进一家家具店，进店后随手按了按摆在店门口的床垫。

导购员：“这款床垫稍微硬一点，您比较喜欢睡硬一点还是软一点的床？喜欢哪一种，可以躺上试试。”

顾客：“我这种体型的，适合睡哪一种？”

导购员：“您来这边看一下，这款比较适合您的身材。”

顾客：“为什么？”

导购员：“人的体型不一样，需要的床垫也不一样，您的身材偏瘦，比较适合这种乳胶的。”接着做个姿势把顾客引到一款乳胶床垫面前。

顾客进店后随手按了按摆在门口的床垫，进店后马上锁定的一款产品，没有经过仔细甄选的举动大多是随意性动作或者是好奇性动作。顾客的动作是没有目的性的，这时候如果导购员判定顾客对这款产品产生了浓厚兴趣而着重推荐，开始背诵产品卖点，大多会失言，同时马上会丧失自己的主导地位，顾客随之而产生的异议就蹦出来了，剩下的时间更多是被动地解决异议。

面对顾客进店的首个动作，先有回应并满足其好奇，也就是“摸啥讲啥、看啥讲啥”，但要点到为止，不全面展开。首个动作，不是购买信号的表现。并不是每位进店的顾客都清楚地知道自己应该买什么样的产品，导购员对进店顾客该做的事情是帮助顾客做选择和判断，从而塑造顾问的形象。

这位导购员在开场接待做得不错，先一句话介绍顾客摸的这款产品，回应顾客的动作，然后转换思路，了解顾客想要什么，力争做到有的放矢。当顾客自己无法判定或不愿意说出自己的目的后，根据顾客的外部表现特征去推敲顾客的心理，言之有据。在几次简短的对话中，把自己的专业形象体现出来，也占据了主动地位。

导购促销口才训练



导购员要想实现销售，一个至关重要的环节就是首先用自己的言谈来吸引顾客的注意力，使顾客对销售的产品产生兴趣，进而才有可能说服顾客，并促使其最终做出购买的决定。



对待随便看看的顾客，注重用话语引导

在零售门店，顾客形形色色。对于导购员来说，最让人头疼的顾客总是说“随便看看”。遇到此类顾客，很多导购员通常只会消极的说“没关系，您随便看看吧”和“好的，那你随便看吧”。这样的话一吐口，就等于放弃了服务的主动权，从而大大降低了顾客购买的可能性。

那么导购员怎么应对“随便看看”的顾客呢？具体的应对可以这样说：

导购 1：是的，先生，现在买衣服是要多看看！再说现在牌子也多，都不知道怎么选了，您说是吧？不过，先生，我一定要向您介绍几款我们正打特价的衣服，这几款衣服现在卖得特别好，并且颜色款式也很适合您。先生，您买不买没关系，可以先了解一下嘛，来，请您跟我这边来……

导购 2：哦，先生，您现在买不买没关系，可以先看看我们的衣服，多了解一下我们的品牌。来，我先帮您介绍一下……请问，您比较喜欢什么衣服？……

导购 3：（介绍品牌后立即提问）请问先生，您平时一般喜欢穿什么颜色的衣服？

导购 4：先生，您说得有道理，现在的服装牌子也多，买衣服的时候是要多看看、多比较，这样买了才不会后悔呀，您说是吧？这样，先生，您先自己慢慢看，如果有需要就叫我一声，不管您今天买不买，我们的服务是一样的。

导购 5：先生，您看的这款衣服是我们刚到的最新款，卖得非常好。对了，顺便问一下，先生，请问您今天想看看什么场合穿的衣服呢？

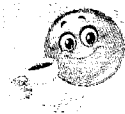
但是，有时尽管使用了这样的方法，还是会受到顾客的拒绝。这时，导购员千万不要灰心，更不要抱怨，甚至感到自尊心受到伤害。要知道，顾客做出这样的反应是正常的，只要他还没有离开店面，你就有机会。此时，可以这样说：“没关系，先生！您挑选一下自己喜欢的衣服，有需要请您立即喊我！”

记住，说话的时候一定要面带微笑，体现真诚。然后，进入第二次寻机状态，再按照上面的流程进行第三次“接近”，当然，第三次“接近”的时候，如果你前面还没有给顾客倒水，那就要献上你的“好茶”喽！针对这种难以应对的顾客，一



杯热咖啡，或者一杯冷饮，一杯花茶，都可以撬开顾客的嘴巴。我们这样做可以拉近你同他们的距离，最终顺利实现第三次“接近”。

导购促销口才训练



顾客说随便看看，我们却不可以随便对待顾客。应对这种问题，我们首先要认同顾客，然后用兴奋的语气将话锋一转，导向强调某款产品的介绍上来，并且同时使用专业的手势作以引导。这时，大多数顾客会感到盛情难却，便进入产品介绍的下一个流程。其次，在引导顾客前往某款产品的同时，你也可以顺势探寻需求，以便有目的性的进行产品推介。此时，顾客开始愿意听你说话，留店时间开始延长。最后，要巧妙借顾客的话题转变成接近顾客的理由，然后向顾客提一些他们比较关心而又易于回答的问题，从而朝着有利于积极销售的方向前进。

打破沉默，引导顾客参与交流

有些顾客进店后，沉默寡言，导购员打招呼都不理不睬。对此，导购员常见的应对语言：“先生，需要我帮忙吗？”“先生，请问您需要什么样的产品？”“先生，请问您需要什么价位的？”“先生，您先随便看看，有需要随时喊我！”

诸如此类的接待语言都是失败的，如果我们是顾客，面对如此的问话，又该如何回答？答案往往是“我先随便看看！”或者装作没有听到。如果此时上前介绍，会显得很生硬、尴尬，难度也随之增加。

针对此种情景，导购员应通过增加与顾客融洽度的方法拉近与顾客的关系：

导购 1：“先生，您是北方人吧！”

顾客：“哦，你怎么知道的？”

导购：“因为我也是北方人啊，一听您说话就感觉到了家乡的口音，在广州这个大都市能遇到老乡，听到我们北方人讲话特有的口音，感觉就像回到家一样舒服。不知您是刚来广州还是已经待了一段时间？”（可以用家乡的口音和顾客