

门店销售是销售的一种重要形式，作为企业产品的终端环节，门店销售甚至决定一个企业的生死。决胜市场，就必须提高门店销售人员的技能水平。

门店 卖 翻天

终端销售实战培训





门店 翻天

终端销售实战培训

SALE
OPEN
汪文辉

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

门店卖翻天：终端销售实战培训/汪文辉著. —北京：中国财富出版社，
2013. 1

ISBN 978 - 7 - 5047 - 4549 - 1

I. ①门… II. ①汪… III. ①商店-销售管理 IV. ①F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 267908 号

策划编辑 范虹轶
责任编辑 刘淑娟

责任印制 方朋远
责任校对 孙会香 梁 凡

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

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 三河市西华印务有限公司

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 4549 - 1/F · 1872

开 本 710mm × 1000mm 1/16 版 次 2013 年 1 月第 1 版

印 张 15.25 印 次 2013 年 1 月第 1 次印刷

字 数 219 千字 定 价 32.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换



推荐序

根据一份市场调查报告可知，很多人进商场只是随便逛逛，其中 83.6% 的消费者是非计划性购买，而 91.6% 的消费者是到了门店才决定购买商品的。可见，门店营销在市场营销中的作用不容小觑。

在市场营销中，门店营销可谓是销售的终端，是实战性最强的销售方式。从市场经营学的概念上来讲，门店销售是指店铺内外都经营，针对光临或路过的流动顾客所要做的促销手法。店头行销是流通零售终端所特有的行销方式，而它的表现除了反映商品、企业活动、商店促销之外，也是终端在行销力及服务力的结合表现。与其他销售模式相比，门店销售更加强调导购员的主观能动性、阶段性重点事件处理和时效延续性。

确实，在市场竞争日趋激烈的今天，终端门店企业经营中发挥着越来越重要的作用，而企业也逐渐意识到，要提高门店的销售业绩，决胜市场，就必须提高门店销售人员的技能水平。

作为一线的门店销售者，可能会经常遇到这样的问题：眼看就要成交，却被闲逛客一句话搞砸；我们热情招呼，顾客却沉默



不语；店铺装修很漂亮，可顾客还是不进店；我们引导顾客体验，可顾客却无动于衷；顾客明明很喜欢我们的东西，却拼命杀价。如何让顾客满意？如何在卖场中与顾客建立良好的关系？如何向顾客提供恰到好处的服务……这些问题也是很多门店销售者提升业绩的拦路虎。

《门店卖翻天》一书可谓是门店营销的成功之作。本书从营造舒适环境、打造门店温情氛围、做好导购服务、解读顾客的消费心理、推销自己的产品、门店的经营创新、为顾客增值服务等多个方面讲述了成功的门店销售所必须具备的技能、技巧，为门店销售提供可借鉴的操作模式。

本书全面地向读者展示出了：不同顾客的接待技巧；如何了解、管理以及满足顾客的期望值；遭遇异议时有效的应对方法。书中的方案贴近门店第一线，帮助读者通过理念、意识的培养，技能、技巧的掌握，达到提高自我，成为优秀销售人员的目标。

《门店卖翻天》语言流畅，并配有简洁明了的框架语言对主题加以提炼，更有利于门店经理、销售主管及营业员加以学习掌握。

我们知道，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。

在市场经济中，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。



可以说，本书极具突破性，它解决了终端销售中每天都会遇到，同时也令销售人员很困惑的问题，是一部真正可以解决问题、提升门店业绩的实战指南。通过阅读本书后，相信很多一线门店销售者会掌握各种销售技巧：巧做附加销售，轻松提升客单价和货单价；树立正确的门店销售观念，让门店持续赢利；学会正确地招呼顾客，让销售赢在起点……

正所谓赢终端者赢天下。本书是各类门店老板、店长及销售人员必备的实战秘籍，也是品牌企业馈赠加盟店、门店老板馈赠员工的绝佳礼物。作者倾力打造这本书旨在帮助读者分析、解决服饰销售中的实际问题，指导读者如何在工作中运用良好的销售方法，为顾客提供优质的服务。希望作者的倾心之作能给一线销售者带来新的销售体验，也祝福所有的读者业绩更上一层楼。

翁建江

中华讲师网 CEO

2012年10月



前言

门店销售是销售的一种重要形式，作为企业产品的终端环节，门店销售甚至决定一个企业的生死。可以说，在市场竞争日趋激烈的今天，终端门店在企业经营中发挥着越来越重要的作用，而企业也逐渐意识到，要提高门店的销售业绩，赢得市场，就必须提高门店销售人员的技能水平。

《门店卖翻天》正是从门店销售这个特殊的岗位出发，精心策划出了门店销售的各种观念以及技巧。特别是门店销售中出现的一些具体问题解析问题。

本书主要从基础篇——导购，导顾客，先导自己；实战篇——绝对成交，用心拿订单；升级篇——服务用嘴，不如用“心”三个部分重点来介绍门店销售业绩倍增的技巧。本书从营造舒适环境、打造门店温情氛围、做好导购服务、解读顾客的消费心理、推销自己的产品、门店的经营创新、为顾客增值服务等多个方面讲述了成功的门店销售所必须具备的技能、技巧，为门店销售提供可借鉴的操作模式。

具体来讲，《门店卖翻天》从顾客进店到出店的整个流程，



分析顾客的需求，指导门店销售人员抓住顾客心理，摸清其问题和需求，科学地规范自身行为，正确地与顾客建立关系、进行产品定向、推介展示、清除异议、关闭交易、挽留顾客等方面，详述了关于店铺销售技巧的经验与案例，将种种经营秘诀毫无保留地倾囊相授。书中一些重要的销售技巧、方法和案例分析，使本书更为实用、更贴近实际。本书是各类门店老板、店长及销售人员必备的实战秘籍，也是品牌企业馈赠加盟店、门店老板馈赠员工的绝佳礼物。

作者以犀利的眼光指出并深入剖析品牌营销竞争的发展趋势，以自己多年实际管理、渠道销售的行业经验及优秀终端店铺的成功案例为例，提炼出简单、实用、快速、有效的“赢销”方法，从根本上帮助终端销售人员提升从业综合素质和销售能力，为终端销售人员增强信心。本书语言流畅，并配有简洁明了的框架语言对主题加以提炼，更有利于门店经理、销售主管及营业员加以学习掌握；逻辑层次，以深入浅出、通俗易懂为行文基调，是一本能够帮助门店销售员快速提高销售能力和销售业绩的实用性书籍。

常言道，门店销售需良方，开店必赚靠诀窍。《门店卖翻天》是一本具有指导性的开店读物，开店做老板赚钱的必备之书，带给你实实在在帮助的创业经典，可谓是门店销售的成功之作。

作者

2012年10月

目 录

基础篇——导购，导顾客，先导自己

第一章 好心态才有好业绩	3
门店销售≠卑贱的职业	3
门店销售者必须具备的八种心态	5
导购，你到底在为谁工作	8
心态决定门店销售的成败	11
重视每一位进店的顾客	13
把责任心贯彻在产品的推销中	14
用热情创造业绩	17
第二章 用六大信念启动心灵扳机	20
要把顾客的利益放在首位	20
信任是成交的基础	22
拒绝=成功，没有拒绝，没有成功	25
沟通感情少谈功利	27
有多少付出就有多少回报	28



让顾客爱上你的产品广告 30

实战篇——绝对成交，用心拿订单

第三章 如何提高顾客进店率 35

 门店布局是成功吸引客人的前提 35

 营造融洽的门店购买气氛 38

 巧妙地利用价位吸引顾客 40

 提高顾客的进店率 45

 怎么利用宣传单提高顾客进店率 47

 如何营造氛围提高顾客率 49

 门店销售应注意的细节 51

第四章 如何让顾客信任你 55

 笑脸相迎，让顾客感觉宾至如归 55

 亲和力让你赢得顾客的心 59

 “一见钟情”如何一秒钟打动顾客 63

 让顾客没机会说“NO” 66

 关心顾客，赢得顾客的心 69

 门店导购员要懂得为顾客着想 72

第五章 如何设计开场白 74

 主动介绍，把握主动 74

 开场介绍产品时要适度说一些“小缺点” 76

 开场就要把话说到点子上 78

开场懂得长话短说	80
精雕细琢产品推介词	81
设计一个有创意的开场白	86
要积极主动多提出问题	87
第六章 如何探寻顾客需求，摸清顾客“底牌”	91
如何一秒钟读懂顾客的心	91
把握时机，热情有度	92
不同的顾客用不同的策略	95
顶尖说服的沟通方法	101
从谈话中寻找成交的机会	103
在言谈中发现谁是“当家的”	105
注意顾客的肢体语言	107
敏锐地发现成交信号	111
第七章 如何有效地介绍产品	115
好的解说词让产品更丰满	115
给顾客描绘一幅美丽的图画	118
站在顾客的角度去介绍产品	120
根据不同产品运用不同方法去介绍	122
门店卖翻天，推销有学问	123
以满足需求来介绍商品	126
以“利”拴住顾客的心	128
让顾客乐于“先体验，后购买”	129
运用第三方暗示进行产品说明	132
让顾客参与产品演示	133



提供专业的推荐产品	136
把产品的特征清楚展现给顾客	137
第八章 如何排除顾客异议	139
顾客有疑问时，强调商品有价值的部分	139
感情沟通可化解顾客的犹豫	141
化解顾客心里的疙瘩	144
找出顾客不满的因素	146
用幽默化解顾客的不满	147
及时化解顾客的愤怒	150
冷静地处理顾客的异议	153
不给顾客反对的机会	156
直接否认顾客的异议要把握好度	158
用真诚化解顾客的异议	161
第九章 如何出手就成交，做一单，成一单	164
把握签约的最佳时机与准则	164
机动灵活，随时成交	166
让顾客自己来说服自己	167
如何识别种种成交信号	170
适时强化顾客的兴趣	172
成交从大胆开口要求开始	174
采用先价值后价格的技巧	177
抓住时机促成交易	180
巧用促销造旺铺	182
互补产品要放一起卖	183

找到促进成交的关键 185

升级篇——服务用嘴，不如用“心”

第十章 为什么要做好顾客服务 191

 以优质服务区分对手 191

 服务时为顾客量身定做 192

 对顾客的服务承诺要兑现 193

 不断完善售后服务 196

 为顾客提供人性化服务 197

 良好的售后是下次成功的开始 199

第十一章 做好顾客服务的方法和技巧 203

 感动，让顾客永远记住你 203

 尽量记住顾客的名字，让顾客宾至如归 206

 当东西卖出去后要与顾客聊聊天 210

 卖完东西要记得给顾客打售后跟踪电话 211

 要学会与老顾客保持长期联系 214

 完成交易后仍然与顾客保持联系 217

 把每一个顾客当成自己的朋友 221

 要把老顾客培养成知心朋友 224



基础篇

——导购，导顾客，先导自己





第一章 好心态才有好业绩



门店销售≠卑贱的职业

对很多人来讲，门店销售是一个非常不起眼的工作。门店导购员每天都要微笑地面对各式各样的客人推荐商品，还要面对内外两方面的工作压力，也就是老板和顾客。因此，很多销售者认为门店销售是一种低端的销售工作。其实，这种贬低门店销售的态度本身就是错误的。正所谓职业无贵贱，只要你把平凡的工作做出业绩，那么你的工作也一样有意义，一样伟大。

所以，对门店销售者来讲，在工作之前应该树立正确、积极的销售心态，就是摆正工作的态度，并且明确门店销售≠卑贱的职业。

有一个刚毕业的研究生，满怀理想地进入了沃尔玛工作，却发现企业里有那么多不尽如人意的地方，而老板分配给他的工作——门店的导购员，对平时自视清高的他来说，是一种打击，他感受到了前所未有的失落。一直以来他都看不起门店销售这个工作。

这个刚毕业的年轻人到处发泄他的不满，但好像没有人理睬他，他只好埋头工作，他的心里虽然仍然感到不平衡，但却不再像过去那样浮躁



了，而是努力地去做自己手头的事情。每做好一件，他都会得到老板的肯定，他的虚荣心就会得到满足，日子就这样一天天地过去了。

有一天，他认识了一位白发苍苍的老人，开始他并没有注意到这位老人，只是后来由于工作的原因，他同老人打过几次交道。经人介绍说，这位老人就是赫赫有名的沃尔顿先生，也就是沃尔玛全球连锁超市的创始人，他没有因为特殊的身份而讲究太多，竟然是那么平常，那么不起眼，每天同大家一起上下班，风雨无阻。这真是让人无法想象！

年轻人记得老人曾经对他说过这样一句话：“把手头上的事情做好，始终如一，你就会得到你想得到的东西。”

年轻人记住了老人的教诲，开始很认真地做每一件事情，无论这件事多么小，自己多么不情愿去做，都尽心尽力地做好。就这样，他的心态一天天地平静了，他每天微笑地面对每一位购物的顾客，细心地为每一位顾客排忧解难，慢慢地他发现自己的业绩不断地提升，自己的主管也对自己欣赏有加。过了好多年，这个年轻人依然记得那句话。

确实，世界上没有卑微的工作，只有卑微的心态。特别是对于销售这个行业来讲，更是如此。门店销售不像其他职业，看上去并不显眼，也不高雅。可是，我们千万不能因此而轻视这样一份工作，我们要用这样的尺度衡量它：只要它是有价值的，就值得去做。

《福布斯》杂志创始人福布斯说过：“做一个一流的卡车司机比做一个不入流的经理更为光荣，更有满足感。”没有不重要的工作，只有看不起工作的人。三百六十行，行行出状元，在工作中，你的工作态度决定了你的工作前景。无论你的工作是多么的不起眼，多么的烦琐，你只要认认真真地去做，就没有人会贬低你，你就会一天天地接近你的理想。

在门店销售中，保持良好心态是提高工作效率的根本保证。我们知道一个销售者对工作投入热情越多，决心越大，工作效率就越高。可以说，良好的精神状态是责任心和上进心的外在表现，即使工作不尽如人意，也