

导购话术设计 导购技巧揭秘 导购案例拆解

学话术  
卖产品

# 学话术 卖产品

将复杂的销售程序化，将优秀的话术模板化，  
让普通导购成为销售精英！

张小虎

科特勒咨询集团主席 米尔顿·科特勒  
《销售与市场》杂志社社长 李颖生  
派力营销咨询公司董事长 屈云波  
通路快建招商外包公司总裁 林翰  
新日电动车公司总经理 赵学忠  
全立手机营销总监 胡宇峰

联袂评荐



本书列举的销售话术已在金立手机、万利达手机、新日电动车、双喜压力锅、通路快建等企业广泛采用，卓有成效。作者本人更得到格力空调、美的生活电器、三洋洗衣机、步步高音乐手机、四季沐歌太阳能、马可波罗瓷砖、橡果国际电购、南极人内衣等知名企业的邀请提案和管理高层的高度认可！

# 学话术 卖产品

# 自序 让普通导购成为销售精英

先问一个小问题：一家耐用消费品企业有 100 名导购员，销售一种同样功能同样型号同样价格的产品，这些导购员会有多少种说法？回答正确：99+1 种。理论上讲，最能卖货百里挑一的说法只有 1 种，那么其他 99 种说法是不是瞎忽悠？为什么同样的品牌，同样的产品，同样的价格在各地的销售情况不一样？笔者常年反复监听各地导购员的销售录音发现，一家企业的导购员成千上万，真正文武双全能说会道的金牌导购员往往只有百分之一、二，其他绝大多数导购员简直是信口雌黄、言不着调。

其实，这不能怪一线导购员，这与企业没有给他们提供标准的销售语言很有关系。产品制造需要生产工序，产品包装需要包装设计，产品广告需要广告创意，产品销售要不要销售语言？如今，企业供应链管理早已运用 ERP，生产管理早已 9000 认证，财务管理早已电算化，你的终端销售升过级吗？你目前采用的是不是 20 年前老掉牙的旧办法？销售是一门语言科学，企业为什么不去开发一套标准的销售话术，让其全国各地的导购员用“同一个声音”销售同一种产品？这个显而易见的问题几乎被绝大多数企业所忽视。

什么是销售话术？

销售话术就是销售的标准语言。它是通过市场调研把一个或多个优秀销售人员的销售语言、销售技巧提炼加工为格式固定、通俗易懂新的语言和技巧，即规范的销售话术。比如销售手机，一款手机有五六十个功能，在没有设计销售话术的时候，导购员的销售说辞是杂乱无章的。有的导购员先讲屏幕尺寸，有的先讲机身厚薄，有的讲音乐动听，有的讲照相清晰。到底先讲什么才能抓住消费者，如何讲解才能促成消费者购买？大多数导购员是没有概念的，只能凭经验拿消费者“试错”。个别情况下蒙对了实现了销售；多数情况下说错了，然后等下一个消费者再来。长此以往有多少销售时机被错过，有多少顾客给流失！

如果有一套标准化的销售话术，产品介绍的顺序就会被格式化，产品的介绍用语也会固定下来。

例如【金立手机 L600 销售话术】

开场：您好！看看金立最新推出的新待机王手机，它是行业内唯一一款最强大最好用的手机。其他手机有的功能它都有，还有三点和其他手机不一样。

1、超长待机：（演示：扒下后盖，手指电池正中间。）

这款新待机王，超长待机，可待机 38 天，买 1 台顶 2 台。你看它的电池 1800 毫安，多数手机 900 毫安，待机时间 1 台顶 2 台。您原来的手机多久充一次电？（比如，顾客回答 2 天）这款手机 4 天充一次。

2、双卡双待：（演示：抠下电池，手指 SIM 卡插槽。）

你的朋友一定很多吧？这款手机双卡双待，一机双号，一个用于工作，一个用于生活，1 部手机 2 个号码，1 台顶 2 台。

3、纯平触控：（演示：装电池，合后盖，转到正面，开启电源。）

它采用最先进最时尚的纯平触控设计，防静电、抗油污，而且手写按键双输入，1 台手机 2 种用法，你的短信多时，手写更快；坐车摇晃不好手写，就用按键。1 台顶 2 台。

小结：它是行业内唯一一款同时具备纯平触控、超长待机、双卡双待功能的高档手机。双卡双待、超长待机不稀奇，但加上纯平触控就是手机行业独一无二的产品了……

这是作者走访深圳、广州、成都等地的几十个金牌导购员之后，为金立手机设计的一套销售话术，被金立手机的营销总监归纳为“133 记忆法”，即，“一句话”开场，三个“不一样”，每个不一样只讲“三个要点”。通过各省的巡回培训，这一款手机一个月销售了 10 万部，相当于一个手机小厂家各款手机一年的总销量。

笔者还应邀给一家生产小海带的企业设计了另外一套销售话术。即：

#### 【海之宝小海带销售话术】

第一、深海小海带是中日海带的杂交新品，营养独特，易于吸收，是海带中的极品。

第二、它生长于胶东半岛最东端最洁净的深海海域，无污染纯天然。

第三、他在春分前后收割，味道最为鲜美。

对比日常的老海带，第一是品种不同，中日杂交；第二是出生地不同，生长海域得天独厚；第三是收割期不同，比老海带早收割几个月，鲜嫩得像 18 岁的少女。短短几句话，精准地说出了产品的诱人之处。销售话术的运用效果

看似简单的几句话术，对于一线的导购员来说，却有着极大的促进作用。以金立手机为例，通过话术培训，东莞五一节一天销售手机 4300 多台，贵阳五一销量翻 3 倍，金立语音王手机培训前后同比递增 77%……

武汉徐东国美卖场导购员周女士，第一次接触销售话术培训，当月销售这款手机 120 台。

广州中华广场四楼某手机促销员，原来卖服装，培训后第一天上班打电话给销售督导：“我用张老师的话术销售，刚讲了一半，这个中年顾客就让我开票，我该怎么办？我还没有讲完呀！”……

东莞郑女士：“金立 L600 上货一星期没有销售一台。培训结束后我没有下班回家，想去卖场验证一下培训中学到的方法，结果当晚上 8 点就卖出去一台。后来，从一个月销售不到 10 台，到一个月销售 30 多台”。话术从群众中来

为什么“张小虎导购话术”会有如此显著的效果？这是因为我们的课程内容均来自企业内部一流的促销员和一流的业务员，即“从群众中来”。因为实践已经证明，他们的销售态度、销售方法、销售技能都已经非常成功。

在前期开发课程时，老师就像一只辛勤的蜜蜂，首先要用 1-2 个月的时间深入到企业几个核心销售区域的几十个核心门店，找到销量最多或者成交率最高的杰出经销商和导购员，然后扮演成消费者，去观摩体会这位销售精英是如何接待“顾客”的。说了哪些话，做了哪些演示，采用了哪些技巧，最终顺利促成了交易。然后组织经销商座谈，导购员座谈，消费者座谈，再进一步印证核实哪些动作是这位销售精英的销售绝招。以此提炼出该产品的介绍话术和销售技巧。课堂培训就是把这样提炼出的产品介绍话术和销售技巧强制复制到广大学员中去。复制到群众中去

开发出实用的培训课程，只是成功了一半。学员掌握了课程的内容并充分运用到工作中去，才能达到的培训目的。如何实现学员今日学今日会，明天用明天销量翻一倍的培训效果？

我们的培训方式叫“强制复制”或者强化训练。课堂培训分为三个步骤：

第一步死记硬背。老师把下发销售话术让所有的学员背诵，而且由慢到快，越背越快。不分男女，不分老幼，不分学历，不论经验，必须在最短的时间内，背诵得滚瓜烂熟，形成“肌肉记忆”，让其张口即来、见人就说、不吐不快。

第二步角色演练。人人参与情景模拟，相互讲解 10 遍以上。不求速度，只求逼真。检查标准是语速、语调、眼神、肢体语言。

第三步人人过关。在老师的高压和领导的监督下，分小组进行严格的面试考核。一人不合格，全小组不得课间休息，不得吃饭，不得睡觉。只有课堂“人人过关”，才能保证学员回到终端卖场后出口成章张口即来。

这种培训模式也是颠覆性的。就是由老师说学员听，转变为学员说老师听；由老师做学员看，转变为学员做老师看。学习流程为：跟我读，认真背，相互讲，上台练。严格抽查，人人过关。

这种训练的方式，在二战时期曾经用于训练军人。话说战争的需要，一个月之内必须急调 100 名美国士兵潜伏到德国做特工，那时候能征善战的士兵比比皆是，但是能说德语的美国兵却凤毛麟角。怎么办？只有强化训练。在美国某军事基地，精挑细选出来的 100 名美国士兵，开始了短短 20 天的德语集训。按照常理，要掌握另外一个国家的语言至少也要 2 年的时间，区区 20 天，美国大兵能够学会德语吗？时间有限，也只能听天由命。很快，这批美国军人被空投到德军阵地。此后的岁月这批德语速成班的美国兵虽然也有几个人被捕，但没有一个人是由于语言问题而被捕。足见话术演练是何等厉害！重申从群众中来到群众中去的工作方法

引用毛泽东同志的话：“凡属正确的领导，必须是从群众中来，到群众中去。”

“从群众中来”，就是深入群众，虚心倾听各方意见，获取来自于群众的大量真实材料，并且将这些材料进行去粗取精，去伪存真的科学“加工”，形成系统的、符合实际情况的方针、办法和政策。

“到群众中去”，就是把从群众中集中、提炼、概括而成的领导意见，通过深入的宣传教育和思想政治工作，使之化为群众的意见，付诸群众的实际行动，并在群众的实践中加以检验、丰富和发展。

请不要囫囵吞枣地阅读这些貌似“政治”的语言。谁能老老实实在地坚持这一方针去开发培训课程，谁能扎扎实实地坚持这一方针授课训练学员，并“付诸群众的实际行动”，谁的培训就能给企业的业绩带来曙光。

张小虎

2011 年 7 月于广州海滨花园

# 写在前面

## 告别最差劲的开场白

话术，说话的技术。观察发现，销售一线的导购员最缺乏的就是这项技术，尤其是开场白话术。卖钻戒不是卖白菜

到市场买菜，一个个菜贩儿争先恐后，众口一词，“老板，随便看看。”菜贩没有经过培训人云亦云无可厚非。到商场买衣服，服装导购员说“随便看看，现在买打五折”，顾客也没有说你的价格高，为什么脱口而出要打五折？见到顾客的第一句话为什么是千篇一律的“随便看看”？带着这一问题来到珠宝店，没想到到珠宝店导购员也是说“随便看看”。选一款套在指头上，导购员说大气，再选一款，导购员说大气，连选五款她都说大气，说得我直来气！来到第二家知名的珠宝专柜，还是“随便看看，大气”。走访十二家珠宝店，完全是一个腔调，只有一家，我试戴时说又大气又时尚。白菜2元一斤，销售话术第一句说“随便看看”没问题，钻戒2万元一枚，销售话术第一句也说“随便看看”就有问题。卖钻戒不是卖白菜，“随便看看”说给比尔盖茨一类的亿万富翁可能没有问题。

## 售楼小姐的开启话术

几年前去某花园的售楼中心买房子，售楼小姐笑吟吟快步迎上来，开口就问：“先生，你的车停在哪里了？”我一头雾水，惊讶地如实说，我没有车呀！她更惊讶地说：“不会吧，你是大老板没有车？哦，我明白了，你是要么不买车，一买就是高档跑车那种人”。听得我心理很爽。近日，开车去售楼中心买房子，售楼小姐张口即来：“先生是开车来的吧？”我点点头，接着问她，你怎么知道？她说：“一看你就是大老板”，我心里又是一爽。售楼小姐为什么老拿车说事？因为如今的小轿车就像古代的高头大马是身份的象征。恭维目标消费者有车，这可能是约定俗成一个售房销售开启话术。这句话术比“随便看看”要高明很多。

## 主动相迎的四种话术

主动相迎是门店销售人员的重要专业素养之一。通常在客户接近柜台一定的距离，可以进行语言交流的时候，就应该打招呼，这个距离是不一定的，视环境而定，如果卖场很空旷，客户出现在2米左右的地方就应该问好，而在繁忙、拥挤的卖场中，距离当然要小。那么给顾客打招呼，第一句话说什么好呢？

根据情境的不同，主动相迎的语言可以分为问好式、插入式、应答式、迂回式四种：

### 1. 问好式

### (1)情境

当客户接近柜台时，销售人员主动对客户打招呼，进而开始销售。

### (2)方式

通常问好式的开场白使用的语言有：

“您好，欢迎光临。”

在我们的卖场中，客流的流速很快，有可能促销员简单地说欢迎光临的语句，客户并不感兴趣，因为现在几乎随处可以听到这样的欢迎词，并没有什么特殊的地方，更有甚者，就像文章开头那样竟然是“随便看看。”

为了吸引客户的注意，可以加上产品的主要卖点的简要介绍。比如，卖金立手机，可以说：

“您好，请看看金立的待机王手机。”

“您好，请看看能够为您省钱的手机。”

## 2. 插入式

### (1)情境

经常发生很多客户同时来到柜台的情况，客户也许已经在旁边听、看了一段时间，销售人员才发现新来的客户。

这种情况经常发生，客户大多有从众心理，越是人多的地方，越要挤过去看看。很多销售人员也发现有这样的规律：往往买手机是几个客户连续地买，客户看到别人买，也下定了购买的决心。

所以这种状况是非常重要的，销售人员既要照顾好先前的客户，又不能让后来者感到冷落。

### (2)方式

销售人员如果发现后来的客户，就应面对新客户，主动打招呼。我们把这种开场白(或主动相迎)的方式称为插入式。

我们可以说：“对不起，让您久等了，这是我们的金立好易用手机……”

### 3. 应答式

#### (1) 情境

也有些客户很爽快，或已经对金立手机很了解，刚来到柜台，还没等销售人员问好，就主动发问。

#### (2) 方式

比如：

客户：“这就是金立 L800 手机吧？”

销售人员：“是的先生，这就是金立的导航手机，先生对金立手机很了解是吗？”

### 4. 迂回式

#### (1) 情境

想一想：老朋友见面时，我们说什么呢？

我们常常说：

“今天的精神头不错吗，有什么好事呀？”

“哟，你的孩子都这么大啦……”

#### (2) 方式

在有些情况下，我们销售人员对客户也可以采用这种方法，客户会感到你把他(她)当朋友来看待。

我们可以说：

“陈先生，今天带孩子一起来逛一逛商场？您的孩子可真漂亮。”

“大姐今天的发型真不错，在哪儿做的呀？”

哪种话术最具杀伤力

在以上四种方式中，哪种最有效？显然是迂回式。我称迂回式销售就是“给面子”，给消费者面子，实际上就“拍马屁”。也许有人说，我是读书人，做人要正直，要厚道，要高尚，宁死不学拍马屁。试问：不“拍马屁”、不说好话，怎么缓解顾客的紧张，怎么获得顾客的好感？

### 迂回式销售话术

导购员看到顾客要做的第一件事情就是与陌生顾客搭讪。让顾客思想上放松，让顾客听起来舒服。哪怕顾客买你一分钱的产品，你也要给他VIP大富翁一样的尊重，让他有面子。你要说顾客是个大老板有钱，是个局长行长有权，是个大教授有学问，是个帅哥有很多女朋友……

### 香水的妙用

售楼小姐接待男性顾客会问他有没有车，如果是女的，你怎么问？因为现在的女人大多爱化妆品，你最好问她用了什么香水？她说她用的是什么什么品牌香水。你接着说“这星期天我也去买一瓶送我女朋友！”这个女顾客就会比较开心，接下来的销售就会比较顺畅。如果她说她没用香水，你走进了死胡同是不是会很尴尬？那也没关系。你就说“没用香水怎么会这么香，说明这是体香啊。”这样一说，这个女孩也许觉得你嘴贫，但她心理同样会很高兴。

### 大学的教授

类似的方式比比皆是。比如进来一位戴眼镜的朋友，一看就像个教书匠。你可以说：“你是数学系的教授吧？”

顾客莫名其妙：“我不是，你怎么认为我是教授呢？”

你马上说“你戴个眼镜很有教授的风度，昨天X大学数学系的王教授买了一台，告诉我他们系还有个教授今天要来买，我以为是您呢。”这个小学教员开不开心？

### 不是所长将来有机会

一位穿蓝衣服的小伙子，一看就是小区的保安。但你就不能说：“你是保安吧？”你可以说：“你是不是派出所所长啊？”顾客说：“我当所长？下辈子吧！”你怎么说？你这么年轻，有机会，下一回领导提拔的人肯定是你。

### 不是明星也是明星

但是，恭维顾客不能过分，过分恭维会适得其反。比如说，看到一个长相一般的女孩，你说：“你长的好像赵薇啊。”这时候她就想：赵薇？我不太像赵薇啊，少来这一套！但是可以这样说：“你的鼻子长得像赵薇。”赵薇的鼻子长的怎么样，信口开河罢了。不过她可能也不知道赵薇的鼻子长的怎么样，买了你的产品回去，说不定真的会翻出赵薇的明星照比对一番，看她的鼻子像不像赵薇，也许很像，也许一点都不像。

如果卖场顾客不多，导购员就要反复练习给顾客搭讪的这些动作。只要顾客进入视野，就开始琢磨如何恰如其分地恭维他(她)。否则，一旦他们走近你的销售区域，你只好以不变应万变，说一句不痛不痒的“随便看看”，或“欢迎光临”之类的废话。

平时导购员培训开会，领导也可以组织大家相互写写优点相互恭维一番，看到衬衫不错的，说是不是名牌啊？看见衣衫不干净的，说他是好男人，在家给老婆做饭，他的老婆太幸福了。能够一口气说出同事的 30 个优点者，一定是销售高手。当然刚开始大家达不到这个标准，可以先写出同事的 10 个优点。见人说人话，见鬼说鬼话，这就是销售第一步，主动相迎给面子。这第一步练习好了，进入销售的下一个环节就顺畅多了。

“马屁”也拍过了，顾客也开心了，此时，是否应该介绍产品呢？

大多数导购员销售都陷入了一个误区，急于从头讲到尾介绍产品，顾客一走过来，就像背书一样马上滔滔不绝地推荐产品。如：欢迎看一下 XX 手机，双开双待，超长待机，16 和弦，40 首铃声，3.5 英寸超大屏幕，看起来很舒服，IP 键，拨打长途更方便，功能简单，很好用，来电 7 彩显示，很好看，铃声很大，顾客看了一会儿，没有买走了。她还说，先生，回来回来，我还两点没给你讲完呢！

那么，恭维顾客之后，导购员下一步该做什么呢？

# 第一章 你动我动产品动 主动接待留 顾客

很多企业的经理、老板，很多院校的老师常把导购员热情服务主动接待挂在嘴边。那么，什么叫主动接待呢？怎样接待顾客才算主动呢？在行业竞争白热化的今天，怎样主动接待才有效呢？

笔者将“主动”分解为“三动”。

第一个“动”就是“让自己动起来”。导购员自己要动起来，见到顾客的时候要心情要激动，进而嘴动手动身体动，让顾客感动——至少不反感。

第二个“动”就是“让产品动起来”。给顾客演示，让货物动起来，让顾客知道货是好货，怎样好，好在哪儿，对他有什么好处。

第三个“动”就是“让顾客动起来”。让顾客参与到产品的演示中来，导购员演示完产品让你重复她的动作再演示一遍，让你动起来，觉得她说的话是真实的，她演示的产品卖点，确有其“实”。

唯有把这“三动”的功课都做足了，做到位了，并融会贯通在销售的前三分钟，你的销售工作才真正称得上主动。

案例：

某地经销商曾经一个月卖二百多辆电动车，有一段时间老板娘怀孕了回家生孩子，销量就下滑的很厉害。我蹲点暗访这家电动车专卖店后，老板问道，为什么他老婆在店里电动车就买得多，价钱也卖得高？他老婆不在，为什么销量就下滑呢？

我告诉他，主要是你的导购员不主动。几个导购员一听这话觉得很刺耳，当面质问道，老师，你说我们不主动有没有证据？我们每天上班八九个小时，站的腰酸腿痛，怎么说我们不主动呢？

我说，你回答我几个小问题就不会觉得冤枉了！

第一：我进店之后你微笑了没有？你看我在店里转了两圈马上接待没有？我问你的电动车好骑不好骑，你爱理不理地踢了一脚轮胎告诉我说可以，你演示电动车的优点没有？另外，你接待我的时候，你的同事配合没有？

第二：我要走的时候，你挽留我了没有？我走出门外，你们盯梢了没有？我出去之后是到竞争对手那里购买了，还是直接回家了？我不买的原因你们几个分析没有？

第三：没有顾客的时候，你观察店外的顾客没有？在进门之前我在竞争对手那里询问了二十分钟，你们发现我没有？

她们的回答是，没有，没有，都没有。

为此我们派人随机抽查国内几大电动车品牌县级专卖店，关于“主动接待”的数据显示，即使在市场竞争异常激烈的电动车行业，主动接待的导购员还不足65%，如下：

品牌	主动接待的导购员	检测样本量
爱玛电动车	3	6
绿源电动车	3	5
速派奇电动车	3	7
小鸟电动车	2	2
新日电动车	5	7
雅迪电动车	8	9

## 第一节 让自己动起来

面对顾客的光临，就要像对自己多年未见的好友、亲人，表现出激动的欢迎，起码做到微笑、端茶、倒水、恭维。

### (1) 心情激动起来

导购员心情要好，面对顾客要露出真诚的微笑，微笑的标准就是露出八颗牙齿。导购员见到顾客不要直接介绍产品，要有个主动接待的过程，并且要有个好心情和保持笑脸。在与导购员座谈时，问及“你哪天卖货最多”，多数导购员回答，心情最好的那天卖货最多，如果导购员一天的心情都不好，卖货的时候也会把这种情绪带给顾客，没有好心情什么产品都卖不好。这个道理在很多老板娘那

里也得到印证，老板娘很迷信每天的第一单生意，说开门头份儿生意的好坏决定一天的生意。

## (2) 主动恭维顾客

导购员面对顾客的时候，要先与顾客进行一个好的沟通，而好的沟通就是拍顾客马屁，学会恭维顾客。见人说人话，见鬼说鬼话，拍马屁有大学问。

导购员面对男顾客、女顾客都要有不同的恭维方法，男的一般会对车比较重视，女的一般偏爱化妆品。所以大城市的导购员在见到男顾客的时候不妨问他，“帅哥，你是开车来的吧？”如果碰到女顾客时，不妨问她：“美女，你用的香水味道好极了，在哪里买的？”

下面是“主动恭维顾客”的课堂训练记录。扮演顾客的是一位女学员，扮演导购员的其他学员是这对她恭维的：

你的身材非常好！

你笑起来特别漂亮！

你的发型很时尚！

你的眼睛很迷人！

你的嗓音很甜！

你的动作很优雅！

你的笑非常灿烂！

你的谈吐很大方！

从你的谈吐中发现你很谦虚！

你身上散发着青春的气息！

## 第二节 让产品动起来

“产品动”，就是让我们的产品动起来，产品是静止的，产品“自己”不会说话，只有会动的产品才最吸引顾客！而如何让产品动起来，导购员是最终实现的载体。

导购员要给顾客进行演示，导购员要结合产品的卖点，敲一敲，拍一拍，按一按，蹦一蹦，掂一掂，让顾客看在眼里，爱在心中。

如何看，如何试，如何演，如何说，耐销品企业最好找专业公司的专业人员，设计一套产品演示规范。请看笔者给新日电动车企业量身定做的 10 个关键部件的演示规范之车架演示部分。

演示项目	演示动作	演示说辞	演示照片
蹦	1、穿平底鞋 2、双手抓紧车把和车闸。 3、站稳脚跟后，将车把摆正 4、双脚一块儿连续快速轻轻跃起，垂直落下。	【话术】新日电动车的车架都是用特厚钢材做的，20万次震动试验不断裂，它车架粗、车架厚、车架重。 您看，不管怎么蹦，都这么稳。	
拽	1、将车站稳，车把摆正。 2、右手拇指和食指捏紧左车把，向左侧猛拽一下并快速松手。 3、让顾客看车尾摆动几下	《故事》有个卖摩托的，叫小伟，他来这买车那才叫专业。他来了二话不说，把前把一抖（猛拉一把丢开），然后说，你这个车架不错。我就问他，你这么一逮咋就知道新日的车架不错呢？ 他说，车好不好先看车架，前把一逮，车架就会晃动。然后，你看车尾晃动后几下能停住，你这车，两下就停了，说明车架不错。	

### 第三节 让顾客动起来

为什么魔术师在表演时喜欢找现场观众一起表演？因为人性本来就是多疑的，没有亲身参与，总会怀疑那是不真实的。真实感的增加，最好的办法就是让顾客亲身参与、亲自使用。一旦顾客亲身参与进来，不但可以提高产品的可信度，更能有效加强他们的参与感，成交的几率当然也会随之提高。

“客动”就是每到演示的一个环节，就让顾客参与进来，导购员做什么，也让顾客一起做一下。比如前面提到的“车架粗、车架重”，讲车架的时候，导购员两手抓紧后衣架把车抬起来，告诉顾客我们的电动车很重，然后让顾客动起来——也用同样的方法把这辆车抬起来，感觉是不是很重。以此类推，导购员说这个车座软，导购员不仅自己要按一按，也要让顾客来按一按。如果顾客不按，抓住他的手也要他来按一下。因为车垫软不软是看不出来的，所以你一定要让他按一按。并且顾客全身心参与进来，也就不会一直在想价格问题。

小结一下：主动接待就是“三动”，首先让自己的情绪、手、嘴动起来，然后让产品动起来，最后让顾客跟着动起来。

当然，主动接待也要把握分寸和火候，防止主动过头，吓跑顾客。反面案例 1:

顾客买东西经常遇到两种不愉快的接待方式，要么没人接待，要么就是导购员太主动，争着接待。

在河南某市，我们暗访人员扮演成顾客正“购买”导购员 A 女士推荐的一款产品，旁边的一个导购员 B 女士争先恐后亟不可待地协助讲解，我们的市场调研人员见机行事，移步面对 A，把 B 挡在身后，以肢体语言告诉 B 我现在就听 A 讲，你就别讲了。但是，心有不甘的 B 却从背后又转到前面开始讲。暗访人员眼看没有办法阻止 B，就只好转身来听 B 怎样讲。谁知 A 也不善罢甘休又追到面前继续讲解。这边 A 说一句，那边 B 说一句，两人互不相让。暗访人员最终不知听谁的好。反面案例 2:

浙江某市同时开了八家连锁店，我受工厂之委托实地培训其导购员。一天，我正津津有味地给她们四位讲解如何销售产品，店里忽然来了一个顾客，于是，四个导购员不约而同地扑了过去，把那一个顾客团团围住，七嘴八舌讲了起来，吓得那位顾客落荒而逃。

顾客跑了，培训继续。不到十分钟时间，又来了一个顾客。她们四个又要冲过去，我拉住其中一位导购员说：“既然她们三个都过去了，你就不用过去参合了。”

她说：“那不行，我已经三天没卖货了。”说着也奋不顾身地加入到销售队伍中去。

结果，这个顾客与上一位顾客一样慌不择路匆忙离开。

等他们灰心丧气地回来继续上课，我调侃她们说：“你们兴师动众接待顾客，顾客怎么跑了？”

她们说：“是呀，老师你说顾客为什么跑了？”

我说：“你们一副围猎打狼的样子，顾客不跑才怪！”

显然，接待顾客主动过头与不主动接待顾客，都会令顾客大失所望。不过，相比而言，导购员缺乏主动接待的现象更加普遍。有没有一个“葵花宝典”让导购员养成“你动我动产品动，主动接待顾客”的习惯呢？不妨拿本章第五节的“训练工具”训练一个月。

## 第四节 案例拆解——主动接待怎么“动”

### 【背景说明】

2010年5、6月份，根据某知名手机品牌销售话术培训的需要，我们组织了一个十二人小组，相继奔赴四川、湖北、湖南、广东四省，对国产手机品牌的金立、OPPO、步步高、万利达促销员进行了深度的调研。通过暗访和座谈，他们收集到不少鲜活的导购案例。为了大家阅读的便利，我将对其进行一一拆解。希望能给读者带来些许启发或指引。

### 【四川调研员暗访导购员后的口述】：

上午，大家分头行动，我被分配到成都太升南路的超强店。我还没有溜达到店门口，一位女店员就迎上来微笑着说：“先生里面请！”我漫不经心地跟随在她身后往里走，她询问：“想买个什么样的手机呢？”我说：“随便看看”。我在柜台外边走边看，她在柜台内跟随着我的步伐不停地介绍。只要我的头往前伸一下，或者眼睛盯了一眼什么手机，店员马上就介绍这款机型！

### 【张小虎点评】

什么叫主动接待？主动拉客进店，主动跟客介绍，主动察言观色。并以此揣摩判断顾客需求。促销员虽然很主动，但她的提问欠妥。她用一个开放式问题提问，顾客一般不容易回答，干脆用“随便看看”来应付。

开放式问题就像问答题一样，不是一两个词就可以回答的。它适用与熟人之间的深度交谈，不便于陌生顾客回答，因此陌生顾客回答率较高。

封闭式问题有点像对错判断或多项选择题，回答只需要一两个词。封闭式问题可以让对方提供一些关于他们自己的信息，供你做进一步地了解。封闭式问题容易回答，节省时间，陌生的顾客比较乐于接受这种方式，因而问题的回答率较高。

对于一些敏感的问题，用封闭式问题，往往比直接用开放式问题更能获得相对真实的回答。促销员再遇到“随便看看”的顾客，不妨试试用封闭式问题提问。

比较一下其他问话：

- ① 先生，您原来用的是牌子的手机？
- ② 先生，你以前用的是直板机还是滑盖机？