

麦肯思特营销顾问公司

 零距离销售
技巧与策略



门店销售

技巧与策略

ALE

门店销售人员成功销售

14大策略与**63**大技巧



经济科学出版社



零距离销售
技巧与策略

门店销售 技巧与策略

麦肯思特营销顾问公司

经济科学出版社

责任编辑：张 力 闫建平

责任校对：董蔚挺 杨 海

技术编辑：董永亭

门店销售——技巧与策略

麦肯思特营销顾问公司

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：[www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件：[esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京欣舒印务有限公司印刷

创实兴达装订厂装订

787×1092 16 开 15 印张 180000 字

2005 年 3 月第一版 2005 年 3 月第一次印刷

ISBN 7-5058-4707-4/F·3979 定价：25.50 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

目 录

第一章 什么是门店销售

- 一、门店销售服务的作用····· (1)
- 二、门店成功销售的原则····· (3)
- 三、门店销售的服务流程····· (4)

第二章 门店销售的职业要求

- 一、角色定位····· (11)
- 二、素质要求····· (15)
- 三、工作职责····· (17)
- 四、专业知识····· (19)
- 五、基本技能····· (22)

第三章 门店销售形象塑造

- 一、仪容的修饰····· (28)
- 二、得体的着装····· (31)
- 三、饰物的选佩····· (34)
- 四、形象用品的使用····· (36)

五、正确佩戴工卡	(37)
----------------	--------

第四章 门店销售礼仪规范

一、表情礼仪	(40)
二、姿态礼仪	(44)
三、手势礼仪	(51)
四、接待礼仪	(54)

第五章 门店销售语言表达技巧

一、语言基本要求	(57)
二、语言艺术训练	(59)
三、语言表达方法	(60)
四、各种询问技巧	(64)
五、积极倾听诀窍	(67)
六、恰当运用赞美	(71)
七、常用服务语言	(74)

第六章 门店销售中的消费心理

一、不同阶段的购物心理	(79)
二、把握顾客的不同购物心理	(82)
三、不同年龄顾客的购物动机	(86)
四、不同性别顾客的购物动机	(89)
五、不同性格顾客的购物动机	(92)

第七章 门店销售中的顾客服务

一、更新顾客观念	(95)
二、提供优质服务	(97)
三、协调客户关系	(100)

四、有针对性地服务	(104)
五、提高顾客满意度	(109)
六、避免服务误区	(110)

第八章 门店销售中的销售技巧

一、适时接近顾客	(114)
二、进行商品说明	(116)
三、有效说服顾客	(120)
四、成功促进购买	(123)
五、做好收款工作	(125)

第九章 门店销售中的异议处理

一、处理异议的准备	(130)
二、处理异议的时机	(133)
三、处理异议的方法	(136)
四、处理不同类型的异议	(141)

第十章 门店销售中的促成成交

一、克服成交障碍	(146)
二、把握成交时机	(148)
三、促成成交的策略	(150)
四、缔结成交的方法	(153)

第十一章 门店销售中的售后服务

一、售后服务要求	(158)
二、售后服务内容	(160)
三、售后跟踪服务技巧	(162)

第十二章 门店销售中的投诉处理

- 一、顾客投诉的原因 (165)
- 二、投诉的解决步骤 (168)
- 三、处理投诉的方式 (170)
- 四、处理投诉的策略 (174)
- 五、处理不同类型的投诉 (177)

第十三章 门店销售中的商品陈列

- 一、商品陈列的要求 (180)
- 二、商品陈列的类型 (185)
- 三、商品陈列的方法 (189)

第十四章 门店销售中的安全管理

- 一、做好防窃工作 (193)
- 二、做好防抢工作 (195)
- 三、做好防火工作 (197)
- 四、处理好其他意外事件 (199)

第十五章 各类门店销售实战技巧

- 一、商场的销售技巧 (202)
- 二、超市的销售技巧 (207)
- 三、专卖店的销售技巧 (212)
- 四、便利店的销售技巧 (220)

第一章 什么是门店销售

在所有的销售形式中，处于市场竞争最前沿的，当推门店。

从经营规模来分，门店可以分成大型的商场、商厦、中型的超市、百货店和小型的店面、铺面。

从经营的方式来分，门店可以分成分散化的连锁店和集约化的专营店。

从经营的种类上分，门店又可以细分成：百货店、服装店、书店、音像制品店、食品店、五金店、日杂店、各类修理店、水果店、花店、家具店、餐馆、精品屋、酒吧等等。

可以说，门店的销售活动是市场所有的竞争活动与结果的直接体现，如此复杂、激烈的市场环境，就要求门店销售与服务必须能体现出自身的特色，如此才能实现门店经营的利润最大化目标。

一、门店销售服务的作用

随着时代的变化和消费习惯的改变，顾客逐渐意识到亲切服务是个人应该享有的权利，于是对门店销售中的待客服务提出了更高的要求。因此，门店经营的主管人员与销售人员都必须更新传统销售观念。尤其是销售人员，更要具备一定的商品专业知识，主动亲切地接待顾客，提供最适当的商品建议，才能赢得顾客的信赖，满足顾客的需求。

门店销售工作的目标是顾客的再次消费，服务的流程是购买前——购买中——购买后的不断循环。服务的工作不论是在购买的哪一阶段，都有其不可缺少的价值性，而且具有相互间的影响性。

具体来说，门店销售服务的作用主要包括以下几点。

（一）影响门店的形象

销售人员作为门店中首先与顾客直接接触的人，对门店的形象影响极大。顾客通过销售人员提供的服务水平来了解门店，因此，销售人员在很大程度上影响着顾客对门店的总体印象。

（二）满足顾客的需要

通过门店销售服务，既能满足顾客对商品的需要，又能满足顾客对商品信息等其他需要，还可以促使顾客选购本门店的商品。

（三）传递消费的信息

门店销售的过程同时也是个传递生产与消费信息的过程，而这一点将引导生产、指导消费。在提供销售服务的过程中，销售人员能直接观察和了解顾客对商品的态度、意见和要求，并将这些消费信息传递给企业，以使未来的商品更符合顾客的需要。

（四）提高销售业绩

通过门店销售服务，门店经营者能清楚地了解每个顾客存在的购物问题，而销售人员也能有针对性地帮助顾客做出购买决定，顺利成交，极大地提高了销售业绩。

（五）与顾客建立良好合作关系

优质的门店销售服务能为顾客提供周到的服务和热情的帮助，

促使顾客形成在本店购物的习惯，从而成为门店最忠诚的顾客。这样，门店与顾客间就建立起了良好的合作关系。

二、门店成功销售的原则

门店销售是市场竞争的最前沿，市场所有的竞争活动与结果都在门店中直接体现，如此复杂、激烈的市场环境，门店要做到顾客盈门、提高销售额，就要讲究销售的原则。

（一）发挥特色

现代市场是个性化的市场。市场上销售同样东西的门店多如牛毛，所以要使顾客上门就要有自身的特色。门店的特色，就是要配合顾客的需要。在注意店址和开店条件的基础上，还要考虑该地区的收入水平、文化水平等。良好的服务、华丽的店面、诚恳的员工等，都属于本门店的特色，好好加以发挥，才能吸引顾客上门。

（二）以顾客的眼光为出发点

在进行门店销售时要以顾客的眼光为出发点，才能让顾客买到他所需要的东西。顾客的价值观念，不见得跟销售人员的相同，何况顾客还分男女老幼。门店销售人员应该设法了解顾客的需要，然后去满足，这样才能得到顾客的认同，赢得更多的顾客。

（三）让顾客享受到购物的乐趣

今天的顾客并不只满足于购买到他们所想要的商品，还要求享受到购买过程中所带来的乐趣。所以，销售时要迎合顾客的这一要求。在设计时除了考虑本身的业态、规模及顾客阶层、商品空间等

因素外，对于销售人员的服务态度、店内的色彩、照明等装潢都必须加以注意。

（四）提高售货的效率

在销售过程中，从接待客人开始到货物的包装、货款的收取等，销售人员都应快速、有效地适时进行。

（五）懂得把握时机

所有的门店销售都有销售周期，淡季旺季的销售业绩相差很大。时机就是门店生意的“天时”；“地利”是门店的店址；“人和”是顾客的心和门店员工的凝聚力。门店销售在平时要懂得把握适当的时机，调查顾客预期购买的物品，以及可能的购买时机，这样在销售上就有更多的优势。

（六）倾听顾客的意见

成功的门店都把顾客当成老师，把顾客的意见当做金玉良言。如果一个门店销售人员只顾推销商品，而听不进顾客的意见，就不会受到大家的欢迎。在销售过程中，只有持之以恒地以谦虚的态度，去倾听顾客的看法，销售工作才会越来越顺利。

三、门店销售的服务流程

门店销售的服务流程包括销售前的准备、销售中的操作和销售后的结束工作等几个环节。负责销售的人员应熟练掌握各个环节的要领及相应的操作规程和操作技巧，以便为顾客提供高质量的服务。

(一) 销售前的准备工作

在营业之前，应准备好当天销售所需的物品和事项。即要求销售人员在门店开门之前到达，换好工作服，佩戴好证章，开始准备当日的工作。

1. 参加早例会。

店长需布置当天应完成的工作计划以及工作重点，而销售人员则需向主管人员汇报前一天的销售情况、遇到的问题以及解决的情况。

2. 注意门店卫生。

门店的卫生好坏，标志着店容店貌和文明经商的水平。因此，需尽力清扫、擦洗门店的各个角落，以使顾客进店时产生良好印象，进店后心情舒畅。

3. 备足备齐商品。

首先要检查、核对前一天的商品，备齐备足当天所需商品。注意认真检查商品有无残损变质，有无假冒伪劣等现象，避免造成出售后退货的麻烦。

4. 整理陈列商品。

在整理陈列商品时，要注意凡是陈列的商品，都必须有货可供，否则就把陈列品撤下换掉，不出售的商品不能陈列。

5. 检查价格标签。

要认真检查商品的价格标签是否齐全，有无缺签。在检查中如果发现错价或缺签，要立即改正并补上，并将标签悬挂式安放在商品上。要保证有货有价，有价有签，有签到位，标签齐全，货价相符。

金牌提醒

对商品进行标价时，通常要求一价一签；大件商品要做到一件一签；价签大小要适度，要使顾客在距离2米左右时即可看清楚；标签应采用一致的格式，其内容主要包括“六标”：货号、产地、品名、规格、单位、单价。

6. 拆包、分装和配套。

应对需要整理和分装的商品进行拆包、分类、挑选、整理配套等。

7. 准备好销售所用物品。

应把所需物品准备齐全，放在方便拿取的固定的位置上，如包装用的塑料袋、手提袋、包装纸、捆扎绳、胶带纸等。

8. 备好开票用具和零钱。

应准备好开票用的工具，如圆珠笔、复写纸、开票本等。收款员要备好备足小面额的零钱。

9. 检查仪容仪表。

在做完销售所需的一切准备工作后，销售人员要检查自己的仪容仪表是否有不妥之处，如发型弄乱、化妆脱落、工作服有污渍、鞋袜有灰尘，女销售人员的长筒袜出现破洞等。发现后，要及时补救，以便给顾客留下一个好印象。

（二）销售中的工作

销售过程中，销售人员操作技术有一套工作程序，其中的每个环节又有不同的操作技术和要求。

1. 准备、接待顾客。

销售人员要以饱满的精神、优美的仪表，随时准备接待顾客。在接待过程中，要善于观察顾客的举止，了解顾客的购买动机，根

据顾客的不同需要推荐不同的商品。

2. 展示、介绍商品。

要不失时机地向顾客展示并介绍商品，要注意观察顾客的表情，根据顾客的喜好有针对性地向顾客推介，以引起顾客的兴趣，使之以对选中的商品感到满意。

3. 拿取、摆放商品。

销售人员在向顾客展示、介绍商品时，从货架或柜台内拿取商品时动作迅速、拿取准确、摆放得当，就能向顾客展示商品的全貌，从而吸引顾客。放回商品时的位置要符合商品特性要求，便于顾客观赏和鉴别。

4. 售货计价方法。

金牌解析

售货计价是指门店销售人员在售货过程中的计算工作。

算账收款是交易过程中的一个重要环节，要求门店销售人员苦练基本功，掌握熟练而快捷的计算方法，熟记各种商品的价格，认真计算好每笔业务。

5. 成交开票技巧。

顾客确认购买商品时，销售人员要及时开出购物交款票或发票。在开交款票或发票时，按票中的要求认真填写每栏的内容，把商品的名称、产地、价格、质量、货号等认真填写清楚，不能遗漏。

6. 收款、找零钱。

销售人员在售货过程中收款和找零钱也是一个重要环节，要求是迅速而准确。要认真计价，仔细收款，反复核对然后找零，收款找零时要唱收。

7. 苦练包装技术。

包装商品是销售人员售货过程中的一项重要技能。要勤学苦练，努力掌握熟练的包装技术，提高服务质量。

（三）辅助工作

在销售过程中，如果遇到顾客多时，门店销售人员要全力以赴地为顾客服务，做好接待售货工作；碰到顾客少时，除了稍微休息之外，还需要做一些辅助性工作，以便更好地进行下一轮售货。

1. 整理、添加商品。

销售人员要对销售过程中顾客挑选的商品进行整理、归类、放置。要检查商品的销售情况，如发现货架上或柜台上的商品已售完或将要售完，应及时补足。除此之外，门店销售人员还要清理货架上的灰尘或污染物，利用空闲时间盘点所销商品，为交接班做好充分的准备。

2. 练习基本功。

销售人员可利用销售中的空闲时间练习服务的基本功，如学习商品知识，熟记商品名称、价格，学习计算方法，熟悉商品陈列位置等。

3. 整理货款及票据。

销售人员可利用空闲时间整理、清点货款或销货单，做好发票的汇总工作，清点货物与销货票并进行核对，以避免出错。

4. 核对进销手续和货款。

销售人员要利用空闲时间进行核对进货与销售手续，根据进货单据上的品名、数量、价格，核对销售所剩实物的计价是否正确，检查价格标签与售出商品是否相符，汇总销售数量，与销售货款核对，保证商品数量与货款收入没有差错。

5. 要把顾客放在首位。

不管在什么情况下，销售人员都要把接待好顾客始终放在各项

工作的首位。另外，还要与同事搞好关系，齐心协力搞好服务。

（四）交接班的工作要求

门店销售人员交班时应把在工作中所销货物名称、数量、价格、货款和所剩余货物的数量以及进货、退货、发票、票证等，清楚地填写在交接单内，并协同接班的店员一一进行核对，经接班人员检查无误后，交班人员方可离开门店。

交接班时，如存在货款溢缺与票证不符的现象，接班人员应积极协助交班人员查找原因；不能及时查到原因的长短款，除记入交接单外，还要向上级汇报，并在月终或季终盘点时填报商品盘点长短货款处理表，请示店长酌情处理。

金牌提醒

工作交接的具体要求为“一准”、“二明”、“三清”。

“一准”，要求门店销售人员准时交接班。

“二明”，要求门店销售人员必须做到岗位明确、责任明确。

“三清”，要求门店销售人员交接工作时，钱款清楚、货品清楚、任务清楚。

（五）销售结束时的工作要求

销售结束前，销售人员要对一天的销售情况进行全面检查、清点和总结。销售结束工作一定要做好做细，为第二天的营业打下良好的基础。

1. 清点当日商品。

销售结束时，销售人员要全面清点当日所剩的商品数量，计算

销货款，并核对售货单，检查有无差错。

2. 填写交款单。

销售结束后，销售人员要把当天所收的货款或收款单及货款核对无误后，连同填写好的交款单一起及时上交财务部门，结清当天的销售款。

3. 记账、填写报表。

销售人员把当天所收货款上交后，还要把当天的进货、销货记入账簿，结出当日的库存，并填写各项销售报表。

4. 适当增补商品。

记账清查完商品后，如发现某种商品已售完或数量较少，可适当增补商品。畅销商品如果库存无货，应及时反映，及时进货，不能影响第二天的工作。

5. 整理、摆放商品。

销售结束后，销售人员除了做好清查、核对工作外，还要把销售过程中由于顾客挑选摆放错位或弄乱的商品摆放整齐，并把销售场地打扫干净，为第二天的工作做好准备。

6. 要确保安全。

销售人员对所管理的发票、收款单据、个人名章、营业用章、账簿等物品要妥善保管，贵重商品要入箱进柜上锁，确保安全；要注意熄灯、关掉电源、锁好门窗，保证安全。

7. 班后留言。

轮休的门店销售人员，要把当班时一些未了事项或价格、商品变动等情况记录在留言簿上，提醒下一班同事的注意，并要求他协助处理。

8. 参加班后会。

销售人员在当天的工作全部结束后，要参加班后会，提交当天的销售报表。