

麦肯思特营销顾问公司

 零距离销售
技巧与策略



柜台销售

技巧与策略

ALE

柜台营业员面对面销售实战的

10大策略与**51**大技巧



经济科学出版社



零距离销售
技巧与策略

柜台销售

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：王肖楠

技术编辑：董永亭

柜台销售——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 13 印张 150000 字

2005 年 3 月第一版 2005 年 3 月第一次印刷

ISBN 7-5058-4708-2/F · 3980 定价：22.50 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 柜台销售概述	(1)
一、什么是柜台销售.....	(1)
二、柜台销售的发展.....	(3)
三、何为柜台销售人员.....	(5)
第二章 销售柜台的设计	(8)
一、橱柜设计与布置.....	(8)
二、柜台照明设计.....	(11)
三、柜台声音设计.....	(15)
四、柜台色彩设计.....	(18)
五、柜台周围气味设计.....	(22)
六、柜台的广告策略	(23)
第三章 柜台销售中的售前准备	(28)
一、销售人员仪容修饰.....	(28)
二、销售人员着装要求.....	(35)
三、销售工作用具佩戴.....	(39)

四、销售人员的姿态礼仪	(41)
五、销售人员售前心态调整	(47)
六、售前商品的检查与准备	(50)
第四章 柜台销售中的顾客了解	(54)
一、顾客的购买动机	(54)
二、影响顾客购买的因素	(57)
三、顾客的购买行为	(62)
四、不同类型顾客的消费心理	(64)
第五章 柜台销售中的顾客接待	(70)
一、做好时机等待	(70)
二、从表情上表示欢迎	(74)
三、引起顾客的注意	(78)
四、获得顾客的好感	(82)
五、接待顾客的语言技巧	(88)
六、不同类型顾客的接待	(93)
第六章 柜台销售中的商品推介	(98)
一、商品介绍与说明	(98)
二、做好商品的展示	(103)
三、有效的促销手段	(106)
四、商品推介中的感情攻略	(110)
五、应对不同类型顾客的技巧	(114)
第七章 柜台销售中异议的处理	(118)
一、顾客异议产生的原因	(118)
二、处理异议的态度要求	(122)

三、处理顾客异议的时机	(125)
四、处理异议的各种方法	(128)
五、不同类型异议的处理	(132)
第八章 柜台销售中的促成成交	(135)
一、营造和谐的购物环境	(135)
二、把握促成成交的时机	(138)
三、促成成交的技巧	(140)
四、识别成交信号	(144)
五、商品包装要点	(146)
六、做好送别服务	(150)
第九章 柜台销售中的售后服务	(154)
一、售后服务基本内容	(154)
二、售后服务步骤	(157)
三、“三包”服务	(159)
第十章 柜台销售中的技巧提升	(162)
一、建立顾客档案	(162)
二、与顾客建立长期联系	(164)
三、妥善处理顾客抱怨	(166)
四、避免与顾客产生矛盾	(169)
五、让“道歉”成为一种宣传	(172)
第十一章 柜台销售中的日常工作	(176)
一、商品组合	(176)
二、商品陈列	(179)
三、盘点作业	(184)

四、存货作业	(187)
五、防止商品损失	(189)
参考文献	(193)
后记	(195)

第一章 柜台销售概述

柜台销售是一项规范性和技巧性很强的工作，从迎接顾客到商品展示，从销售促成到送别顾客，从完善售后服务到销售技巧的提升，都必须遵循一定的规范和技巧。优质的柜台服务，不仅能突出商场和柜台的特色，强化顾客的购物体验，而且能借助“口碑效应”，招揽到越来越多的顾客，大幅度提升销售业绩。而要把这一系列工作做得尽善尽美，首先要了解什么是柜台销售。

一、什么是柜台销售

随着各种不同形式的零售终端的涌现，零售环节的竞争变得越来越激烈，柜台销售作为最常见的一种销售形式亦发挥着不可忽视的作用。由于顾客对品牌的忠诚度还不充分，所以在购买某种产品时，柜台销售人员的介绍仍然是影响顾客购买的重要因素。这也是众多商家越来越重视柜台销售人员培训的原因所在。

（一）柜台销售的概念

金牌解析

柜台销售，是指销售人员在固定的经营区域里，采用适当的方法和技巧，说服和引导潜在顾客购买某种商品或服务，从而满足顾客需求并实现销售目标的活动过程。

柜台销售的概念可以归纳为三点：

- 柜台销售是柜台销售人员与顾客之间的双向沟通，也是双方情感交流及心理活动的过程。

- 柜台销售的核心是耐心说服和正确引导顾客的购买行为。

- 柜台销售的目的在于满足顾客实际及心理需求并实现企业销售目标。

（二）柜台销售的特点

1. 主动性。

柜台销售是通过销售人员主动接触顾客，并与之建立和谐关系，进而将潜在顾客转变为实际买主。

2. 服务性。

柜台销售人员直接对顾客提供售前及售后服务，通过现场示范教会顾客如何正确及有效地使用产品，由此来激发顾客进一步的购买欲望，从而创造众多的销售机会。

3. 灵活性。

由于销售人员与广大顾客直接保持联系，因此，在销售中也最了解顾客的购买心理。销售人员可以根据各类顾客的不同需要、欲望和动机，有针对性地采取恰当的方法满足顾客的需求。

4. 互通性。

由于柜台销售人员长期处于市场第一线，最了解顾客的需求，最熟悉市场供求和企业情况，因而也最有利于做供求信息的双向沟通。

（三）柜台销售四要素

1. 销售的主体——柜台销售人员。

柜台销售人员直接与顾客接触，是销售的主体，销售人员工作

的好坏决定了销售业绩。销售人员能发现顾客的需求和愿望，并说服顾客购买。因此，柜台销售人员代表着企业的形象和所售产品的形象。

2. 销售的客体——产品、服务和观念等。

不要只把产品作为销售的客体，柜台销售人员在出售商品的同时，也在出售自己的服务和观念，这种服务和观念不但代表销售人员个人，也是企业形象的人格化。

3. 销售的对象——顾客。

对柜台销售人员来说，顾客就是上帝。赢得更多的顾客才能赢得更多的销售业绩。

4. 销售的环境——当时的社会、文化、经济和法律环境等。

柜台销售也受一定社会、文化、经济和法律环境等客观因素的制约，在不同的销售情境下，营销手段和策略也是有差别的。

二、柜台销售的发展

很多人认为，销售只是“把产品介绍及售卖给顾客”。其实不然。销售蕴涵在人们生活及工作中的各个方面。当柜台销售人员向顾客展示自己的商品时，其实也是在展示自己，并希望借此来推动个人事业的发展；商家在举办各类公益活动以回馈社会时，也“销售”了其健康及关爱的企业形象，以便获得社会各界更大的认同、支持与配合。凡此种种，都足以证明销售与每一个人息息相关，它是人类生活中不可缺少的社会行为和交往活动。

随着市场经济的发展，柜台销售已经逐步改变了原来站在三尺柜台之后的叫卖，开始在装潢时尚的开放式柜台里与各式各样的顾客更亲近地沟通。柜台销售也已不再局限于向某个顾客出售某种商

品，而是面向更大的顾客市场。

从柜台设计的改变到销售人员业务水准的不断提高，其永恒不变的法则就是如何满足顾客的需求。以顾客满意为出发点，完善主客观条件。在需求的循环过程中，出现了更丰富更新奇的商品、更贴心的顾客服务、更多出奇制胜的促销手段等。

柜台销售以定时定位、设施好、系列服务和明码标价的经营方式，改变了传统的小商贩摆摊设点或走街串巷、讨价还价、没有固定时间和地点的经营方式。这种销售方式的根本性变革概括起来就是：

- 顾客可以毫无顾忌、自由自在来光临柜台。
- 顾客的光临不仅是购物，也是消闲、娱乐，或是对市场行情的考察等。
- 商品销售实行“明码标价”，对任何顾客都以同样的价格出售，做到“一视同仁”。
- 柜台陈列出大量的商品，便于顾客任意挑选。
- 顾客购买的商品，如果不满意，可以退还。

在此过程中，柜台销售人员作为柜台销售四要素中的销售主体，也在不断地发展变化。当今市场上，当顾客在购买某种商品，其对品牌的忠诚度还不充分，柜台销售人员的介绍与展示将会起到很大的作用，而柜台销售人员巧妙的问话与回答不仅可以促进销售，还进一步提升了自身的销售水平。反之，不恰当的推介方式在某种程度上会让顾客产生非常大的抵触情绪，丧失成交的机会，同时也会失去一部分市场。

金牌提醒

专业的柜台销售人员，应该做到既卖出了商品，又能赢得顾客的好感。

一般来讲,柜台销售人员是指零售终端的销售人员,如商场、超市、专卖店的售货员。作为柜台销售的主体,柜台销售人员不需要访问顾客,因为销售的商品大都是共知的消费产品,但必须具备一定的产品知识和良好的服务意识,以面对日趋激烈的市场竞争。

柜台销售人员要有一个正确的定位。销售工作其实是一种服务，一种高尚的职业，一种为顾客谋利益的工作。销售人员在人们的日常生活中有着无法替代的作用：

- ## （二）柜台销售人员的必备素质

1. 态度。

151

2. 知识。

知识是指柜台销售人员对所售商品了解的专业知识。随着科技的日新月异、时尚潮流的更替，产品的更新速度越来越快，因此，柜台销售人员应该不断地学习，充实自己，特别要掌握丰富的商品知识，例如商品的产地、结构、功能、给顾客带来的好处等等，还有掌握最新的产品销售信息动态和该产品所属行业的最新技术发展知识。

金牌技巧

柜台销售人员需了解竞争对手所销售商品的风格、款式、价格、销售方式等这些方面的可取之处，以便更好地解答顾客的各种疑问。

3. 技巧。

掌握销售技巧，前提是要了解顾客的购买心理，因为单纯的解说不能使顾客做出购买决定。其中的技巧需要经过一段时间的积累、揣摩才能掌握并运用得恰到好处。掌握一定的销售技巧，不但可以节省销售时间，使销售过程更顺利，还可以使一些无心购物的顾客变成潜在的顾客，最终使他们满意而归。

金牌提醒

对于众多直接面对顾客的柜台销售人员来说，掌握精湛的销售技巧不仅能给顾客留下非常深刻的印象，更重要的是它能提高销售成交率。

4. 更新顾客观念。

这就是要求销售人员研究什么是顾客、如何为顾客服务的学问。柜台销售人员要不断更新自己的顾客观念，从内心深处真正重视为顾客服务的重要意义。

销售人员应树立正确的顾客观念，主要包括以下几点：

(1) 对顾客心存感激。柜台销售人员不仅要把顾客看成自己的薪水来源，还要把为顾客服务看成是工作的宗旨和目标。

(2) 顾客永远是正确的。即使个别顾客有错误，那也是在所难免的。只要柜台销售人员真诚服务，终究可以感动顾客，使其纠正错误。

(3) 每一个顾客都应该受到同等尊重，只能认同顾客而不能误导顾客。

(4) 柜台销售人员只能认同顾客的价值观，而不能要求顾客接受自己的价值观。只能适应顾客而不能让顾客来适应自己。

(5) 顾客的满意度是鉴定销售人员一切行为的惟一标准。顾客的满意标准是不一致的，因此，柜台销售人员提供的商品或服务应该有差异。

(6) 顾客的概念包括内部顾客和外部顾客。顾客满意包括外部顾客满意和内部顾客满意。当外部的顾客和内部的顾客满意之间发生冲突时，以外部顾客的满意为主导。

顾客满意是柜台销售的无形资产，它可以随时随地向有形资产转化。良好的顾客服务不但可以推动销售过程的顺利进行，还可以给顾客带来愉悦感，由新顾客变成老顾客。

第二章 销售柜台的设计

独具特色的柜台设计能吸引住每位走近的顾客。一般情况下，卖场柜台是统一规划和设计的，但是对于单个的销售柜台来说，如何才能突出自身的特点和优势，则需销售人员也参与到其设计中来。可以说，柜台设计的好坏体现了柜台销售人员对美的追求和对销售工作的热爱程度。在柜台设计时，销售人员不但要考虑美观、讲究物品之间的搭配艺术，还要考虑商品销售因素，

一、橱柜设计与布置

橱柜作为柜台外观的重要部分之一，是柜台向外界宣传自身形象的一个阵地，亦是展示柜台的格调、吸引过往的顾客的重要手段。业种不同，橱柜的设计也各具特色，但应力求把橱柜设计成为柜台的一张俏“脸”。

（一）橱柜的具体功能

- 作为柜台的一部分，以特殊的造型设计吸引顾客注目。
- 陈列出经常销售和新推出的商品，体现柜台的格调。
- 随着社会环境与自然环境的变化而改变设计，指导流趋势、引导消费潮流。
- 向顾客提供新商品信息。

• 留住往来顾客的脚步，制造顾客光临机会，并刺激其购买欲望。

（二）橱柜布置的类型

1. 专题式。

以一个广告专题为中心，围绕某一特定的主题，组织不同类型的商品进行陈列，向顾客传送一种信息或理念，如绿色食品陈列、奥运用品陈列等等。专题式陈列多以某个特定环境、特定事件为中心，把有关商品组合陈列在一个橱柜。专题式陈列法有节日陈列、场景陈列与事件陈列三种形式。

2. 特写式。

运用不同的艺术形式和处理方法，在一个橱柜内集中介绍某一柜台的产品。适用于新产品、特色商品广告宣传。主要有单一商品及商品模型特写陈列两种形式。

（三）橱柜陈列设计五要素

1. 构思。

橱柜广告在构思阶段，不要为商品所局限，多从与商品有关的方面去想，这样才会找到深邃的思想内容和优美的意境。

2. 构图。

构图就是在橱柜陈列中，把要陈列的商品、道具以及衬景组织起来，使之发挥作用、说明问题的艺术手段。

3. 选择商品。

选择前首先要确定哪类商品可作为陈列的主题，然后进一步选择具体商品的颜色、大小、多少等，接着确定道具、衬景、装饰等。可以说选择商品是构图工作中一个最重要的步骤。

4. 色彩运用。

色彩是表现橱窗内容的组成部分。橱窗里的色调能反映季节，突出商品，对整体的情调也能起到举足轻重的作用。主调确定以后，再去考虑局部之间的色彩关系与变化，即色彩处理上应先整体后局部。

(1) 在橱窗广告空间布置中，对背景的要求，类似室内布置的四壁。

(2) 形状上，一般要求大而完整、单纯，避免小而复杂的烦琐装饰。

(3) 颜色上尽量用明度高、纯度低的统一色调，即明快的调和色（如粉绿、天蓝等色）。

(4) 如果广告商品的色彩淡而一致，也可用深颜色作背景（如黑色等）。

(5) 背景的颜色要求的基本原则是突出商品，而不要喧宾夺主。

（四）橱窗设计的原则

柜台的经营者在设计橱窗陈列广告时，必须遵循以下几点原则：

1. 动感“艺术美”。

橱窗实际上是商品陈列室，通过对商品进行合理搭配，来展示艺术美。它是衡量文化品位的一面镜子，是体现柜台经营环境文化、道德文化的一个窗口。

2. 同一橱窗上展示的商品要相互协调。

设计时可通过排列的顺序、层次、形状、底色以及灯光等来表现特定的展示主题，营造一种气氛，使整个陈列成为一幅具有较高艺术品位的立体画。

3. 应尽量少用商品做衬托。装潢或铺底。

除根据橱窗面积注意色彩调和、高低疏密均匀外，商品数量也不宜过多或过少。要做到使顾客从远处近处、正面侧面都能看到商