

美容业营销丛书

- ◆ 100%销售沟通技巧
- ◆ 16种不同类型客户的辨析
- ◆ 16个急速提升销售业绩的法则
- ◆ 如何应对顾客拒绝与砍价高手

周
茵
编
著



金牌美容导师

点石成金术

——全方位销售案例精华实录

中山大学出版社
· 广州 ·



作者简介

周茵，原名周开茵。澳大利亚EILY JONES 化妆品事业机构海外总裁；广东省美容美发行业协会 SPA 专家；芭妍国际88项皇牌经典技术项目创始人。历任数十家大型美容院高级经营管理顾问，其扎实的实战皇牌技术令加盟店业绩倍增，被美容业内誉为“经营管理疑难解码专家”。其论文《标本根治黄褐斑》、《避免以疤代痣》曾荣获中美国际医学美容会大奖。

解析美容疑难，传播美容时尚。你欲了解周茵，请登录百度输入“周开茵”，了解更详细。

作者联系方式：

地址：天河北路88号903房

电话：020-87504213 020-87504092

13265965246

<http://www.baryan.com.cn>

周茜女士足迹踏遍我国30多个省市及澳大利亚、美国、法国、瑞士等国家，讲授美容疑难技术及传播美容时尚。以下为周女士参加各类美容培训与社会公益活动的部分图片：



作者在“’95国际医学美容研讨会”上讲解、演示“祛除黄褐斑”

1998年作者论文《标本根治黄褐斑》、《避免以疤代痣》在“中美中草药研究与应用研讨会”上荣获大奖





作者与国内中医美容教授彤云合影



1999年作者与澳洲同仁分享美容经验

作者与广东电视台名主持
任永全等主持娱乐点歌
(右二)



1997年作者与国际学术研究教授
(左二)合影



作者在“'97美容保健暨皮肤病特色
疗法国际会”上宣读论文



1998年作者与芭妍美容
连锁店美容师合影



1998年作者接受广东电视台
名主持侯玉婷采访



1998作者与珠江电台名主持郑达
(排中者)一同主持“现代女
性如何美容”节目



2000年作者为全国代理商讲授经营管理



2000年作者在人民大会堂获
“全国美容院经营管理奖”



2002年作者与芭妍全国优秀加盟店老板合影

芭妍百万优秀连锁店MBA特训营



2002年作者与芭妍全国代理、加盟店老板合影



2002年作者为芭妍全国代理、
店老板演讲「凹洞填平」术 加盟



2003年作者为芭妍全国代理、
加盟店老板授课



2004年作者给杭州美容院老板进行“芭妍美容经典皇牌项目技术”培训后留影





2005年作者与芭妍全国代理、加盟店老板合影



2005年作者在五台山招商会上
讲授美容经营管理



2005年作者在云南为美容院管理者演讲“双模式营运”



前言

近年来,随着美容业的蓬勃发展以及化妆品企业规模的不断扩大,高素质的美容人才告急,然而在短时间内,很难造就出色的专业人才。不过,美容行业内有一个潜规则,那就是多数代理商、美容院选择代理、经营产品的时候,会把厂家是否拥有优秀的美容导师作为主要的衡量标准。拥有良好的职业道德,熟练的专业技能,卓越的销售能力,这类复合型“金牌美容导师”,在当前广泛受到代理商、加盟店的青睐。代理商、美容院所要求的人员支持,最基本的就是美容导师的支持,因为一个优秀的美容导师可以直接为其创造价值。《金牌美容导师点石成金术》就是为了适应这种市场迫切需求,让有志成为美容导师的从业者,可以迅速明确自己的目标,明确美容导师的服务对象及职责所在,在最短时间内成为一名较为出色的美容导师。

本书以一个全新的视角,结合当前国际销售技巧,对美容界的销售服务加以系统阐述。在阐述过程中,尽力避开深奥复杂的营销理论,而采用通俗易懂的语言全面剖析不同类型客户的消费需求与特点,并通过丰富的营销案例加以诠释,从不同角度、不同层面生动具体地介绍了美容导师如何接近客户、服务客户、开发新客户、化解客户矛盾、有礼貌地拒绝异议、完满促成交易等相关技巧,让从业者掌握如何对美容院进行经营诊断、如何了解客户的心理与行为特点、如何促成终端销售及破解销售疑难密码等诸多方面的知识。

尤其值得一提的是,本书内容是作者从事美容行业20多年的理论研究与经验总结,同时广泛汲取业界其他成功案例精华,较为全面地阐述了要





成为一名金牌美容导师必须具备的条件。书中每个具体案例后面都配有作者的个人点评，读者借此可以丰富、积累自身的知识，在实际工作中更加游刃有余，走上成功之路。

我们相信，无论是美容院老板、美容师、美容导师、美发店经营者，还是美容界深受营销困扰的广大销售人士，都可以从本书丰富的案例、精彩的点评中得到创业成功的启迪。真诚希望此书的出版，能给有志于美容事业的工作者一把金钥匙，成功开启美容王国的大门。让其一书在手，轻轻松松走进美容专业领域，激发自己在市场竞争中运筹帷幄、决胜千里的灵感。

本书在写作过程中，参考了郑方华主编的《销售技能案例训练手册》（北京：机械工业出版社，2006）、周海涛著的《商务谈判成功技巧》（北京：中国纺织出版社，2006），特此说明并向作者致谢。





目 录

前言	(1)
第一章 概述	(1)
第一节 金牌美容导师的专业形象	(1)
一、美的传播者	(1)
二、美容导师的专业形象	(1)
第二节 优秀美容导师必须具备的素质	(3)
一、良好的心态	(4)
二、勇于挑战自己	(4)
三、积极的情绪	(5)
四、独行侠式的生活	(5)
五、良好的应变能力	(6)
六、自尊自爱自信	(6)
七、全面的综合素质	(6)
【案例】以诚为本	(7)
八、与顾客沟通的能力	(10)
【案例】诚心沟通, 困难不难	(11)
九、优雅的肢体语言	(17)
十、强大的抗压能力	(17)
十一、熟悉各地文化差异、风土人情	(17)
【案例】同乡人	(18)
十二、涉猎面广、兴趣广泛	(21)
十三、适时把握成交机遇	(22)
【案例】把握成交时机很重要	(22)
第三节 美容导师综合能力的要求	(24)
一、敏锐的洞察力	(24)





二、出色的表达能力	(25)
三、纯熟的销售技能	(25)
四、以客户为本的健康理念	(26)
【案例】成功的代价就是失败	(26)
五、一定的专业英语水平	(28)
【案例】学无止境	(31)
六、出色的专业社交能力	(33)
七、优秀的创新才能	(34)
【案例】成功属于勤奋的人	(34)
第四节 美容导师的职业生涯规划	(40)
一、专业美容销售管理	(42)
二、专业培训讲师	(42)
三、产品开发和产品策划	(43)
四、店务管理人员/店长	(44)
五、美容院老板	(44)
六、区域代理商	(45)
【案例】美容导师的“化妆品”——爱情	(45)
第二章 美容导师须具备的专业技能	(47)
第一节 做顾客眼中的化妆品工程师	(47)
一、矿物油	(47)
二、酒精	(48)
三、碱	(48)
【案例】巧用专业筹码创造信任	(48)
第二节 做个养分十足的营养师	(51)
一、减肥营养食品套餐	(52)
【案例】营养餐	(54)
二、六大有效排毒途径	(54)
三、30天排毒	(55)
【案例】营养餐	(57)





第三章 美容导师在终端拓展中的工作流程	(59)
第一节 下店前的准备	(59)
一、第一道工序	(59)
二、电话沟通	(59)
三、物品准备	(60)
第二节 与客户迅速建立感情纽带	(60)
一、与顾客建立感情基础	(60)
二、让客户感觉到“被重视”	(61)
第三节 量身裁衣,销售库存积压产品	(61)
一、制订全年终端促销计划	(62)
二、根据库存积压产品量身裁衣销售存货	(64)
三、巧妙搭配销售	(64)
【案例】推销库存产品	(65)
第四节 加盟店产品陈列黄金标准	(69)
一、产品陈列黄金标准	(69)
二、产品陈列的原则	(69)
【案例】如何巧妙组合搭配刺激销售	(70)
第五节 灵活实施分类培训	(71)
【案例】美容师对培训的逆反情绪	(72)
第六节 销售售后服务延伸工作	(73)
第四章 美容导师的营销技能	(74)
第一节 如何拟订促销方案	(74)
一、标题设计	(75)
二、文案写作技巧	(75)
三、拟订促销计划	(76)
四、为美容院拟订促销中的培训计划	(77)
【案例】套餐折价促销	(79)
五、制订促销广告	(80)
【案例】芭妍促销海报	(81)
【案例】凹凸式“千人进店”双响炮——迎新年“炮响 一条街升级战略”	(82)





【案例】“1带2客满店”促销方案	(83)
第二节 急速提升销售业绩的13个法则	(86)
一、精神要执着	(86)
二、心态要积极	(86)
三、自信心要强	(86)
四、综合能力要过硬	(87)
五、耳朵要学会倾听	(87)
六、嘴巴要善于谈价格	(88)
七、预见能力要强	(88)
八、沟通技巧要娴熟	(88)
九、准备要充分	(89)
十、价值观要让客人乐意接受	(89)
十一、成交机遇要善于把握	(89)
十二、要学会面对失败	(90)
十三、目标要明确	(90)
【案例】不断进取	(91)
【案例】用实力说话	(92)
第三节 9种非专业推销的话术	(94)
一、批评性话语	(94)
二、主观性议题	(94)
三、专业性术语	(94)
四、夸大不实之词	(95)
五、攻击性话语	(95)
六、隐私问题	(95)
七、质疑性话题	(95)
八、不雅之言	(95)
九、贬低同行	(96)
第四节 辨析16种不同类型的客户	(96)
一、理智型	(96)
二、冲动型	(97)
三、习惯型	(97)
四、经济型	(97)





目

录

五、比较型	(97)
六、沉默型	(98)
七、风趣型	(98)
八、高傲型	(98)
九、老实型	(99)
十、挑剔型	(99)
十一、喜唱“对台戏”型	(99)
十二、暴躁型	(100)
十三、知识渊博型	(100)
十四、心怀怨恨型	(100)
十五、期望过高型	(101)
十六、敏感孤僻型	(101)
【案例】善用激将法	(101)
第五节 提炼产品独特的卖点	(104)
一、差异化	(105)
二、无孔不入	(105)
三、人异我新	(105)
四、人新我异	(105)
五、拜客户、竞争者为师	(106)
【案例】差异化形成卖点	(106)
第六节 如何应对顾客拒绝	(108)
一、击破客户的“拒绝理由”	(109)
二、击破客户防御推销线	(112)
三、美容导师扮演不同角色来促销	(112)
【案例】巧以朋友身份引导消费	(112)
四、让客户享受愉快的谈判过程，从而实现成交	(113)
【案例】巧用“功效”破解疑惑	(114)
五、转移反对意见的三个步骤	(116)
第七节 如何应对砍价高手	(117)
一、报价的技巧	(117)
二、如何处理价格异议	(118)
三、价格谈判的有效法则——阶段式降价法	(119)





【案例】阶段式降价速成交易	(120)
---------------------	-------

第五章 成功谈判必杀技	(122)
-------------------	-------

第一节 谈判的准备阶段	(122)
-------------------	-------

一、搜集情报, 掌握主动权	(122)
---------------------	-------

二、进行可行性分析	(124)
-----------------	-------

【案例】知己知彼, 成功签单	(124)
----------------------	-------

第二节 谈判的过程	(126)
-----------------	-------

一、开局阶段	(126)
--------------	-------

二、磋商阶段	(127)
--------------	-------

三、成交阶段	(127)
--------------	-------

【案例】智慧与精明的较量	(128)
--------------------	-------

【案例】以客为本, 扭转局势	(130)
----------------------	-------

第三节 谈判的11种实用战术	(134)
----------------------	-------

一、重建谈判	(134)
--------------	-------

二、暗示法	(134)
-------------	-------

三、重新框定法	(134)
---------------	-------

【案例】临门一脚	(134)
----------------	-------

四、以退为进	(137)
--------------	-------

【案例】以退为进	(138)
----------------	-------

五、拖延交战, 虚与周旋	(140)
--------------------	-------

六、沉默应对	(140)
--------------	-------

【案例】沉默应对	(141)
----------------	-------

七、声东击西	(143)
--------------	-------

【案例】障眼法	(143)
---------------	-------

八、清除障碍	(145)
--------------	-------

【案例】找准需求, 征服店主	(145)
----------------------	-------

九、假设成交法	(146)
---------------	-------

十、投其所好	(146)
--------------	-------

【案例】投桃报李	(147)
----------------	-------

十一、反客为主	(148)
---------------	-------

【案例】“石中探金”的打拼	(148)
---------------------	-------





第六章 美容导师的客情关系	(153)
第一节 如何营造良好的人际关系	(153)
一、与代理商的关系	(153)
二、与终端美容院的人际关系	(154)
三、与公司内部的人际关系	(154)
第二节 成功的客户管理之道	(155)
一、掌握客户信息,从而保持良好的客户关系	(155)
二、主动追踪并满足客户需求	(157)
三、保持客户忠诚度,用心留住老客户	(158)
第三节 平息顾客抱怨有高招	(159)
一、解决终端消费者投诉	(160)
【案例】收拾残局,准备下一回推销	(162)
二、解决加盟店的投诉	(163)
【案例】复杂问题化为单一问题	(165)
三、平息抱怨不如积极预防投诉	(167)
四、让顾客的抱怨变成利润	(167)
【案例】棘手的问题迎刃而解	(168)
第七章 美容导师与美容院经营诊断	(170)
第一节 美容院经营诊断	(170)
一、解决美容院经营管理问题	(170)
二、成为顾客的美容专业顾问	(170)
三、测试美容院经营状况	(171)
第二节 美容师素质高低影响业绩好坏	(172)
一、美容院业绩不佳的原因及应对策略	(172)
【案例】培养美容师综合素质	(173)
二、美容师的修养	(175)
【案例】克服推销的心理障碍	(177)
第三节 美容院成功的关键在于打造超强的服务力	(178)
一、美容院打造服务力主要突出两大结构元素	(178)
二、美容院如何打造销售力	(180)

