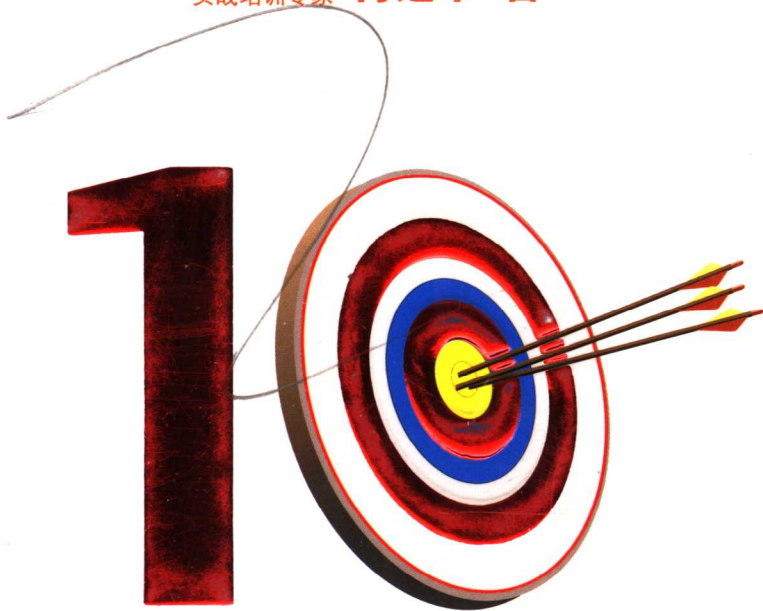


十项全能训练丛书
21天绩效倍增法

导购营业员 十项全能训练

著名营销教练
实战培训专家

肖建中 著



凝聚10年销售服务实战精华
{打造百分百成交的超级导购}



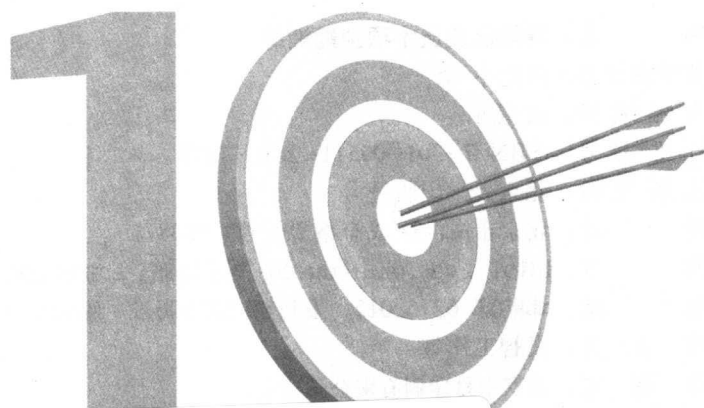
北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

十项全能训练丛书
21天绩效倍增法

F718
25
:2
2005

导购营业员 十项全能训练

著名营销教练 肖建中 著
实战培训专家



凝聚10年销售服务实战精华
{打造百分百成交的超级导购}



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

导购营业员十项全能训练 / 肖建中著. —北京: 北京大学出版社, 2005.9

(十项全能训练丛书)

ISBN 7-301-09511-2

I. 导… II. 肖… III. 商业服务—基本知识 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 092630 号

书 名: 导购营业员十项全能训练

著作责任者: 肖建中 著

责任编辑: 张慧卉

标准书号: ISBN 7-301-09511-2/F · 1179

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn> 电子信箱: em@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926

排版者: 灵智工作室

印刷者: 北京中科印刷有限公司印刷

经 销 者: 新华书店

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 17.75 印张 270 千字

2005 年 9 月第 1 版 2006 年 3 月第 2 次印刷

定 价: 36.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 翻版必究

内 容 提 要

“导购实务+工作流程+操作细节+实际案例”是本书的核心特点，“简洁的语言+活泼的版式”，带给你寓学于乐的体验。

本书由终端实战经验丰富的专家撰写，归纳提炼出导购营业员基本功、必备技能与卓越提升三大内容，包括卖场陈列、商品推介、异议处理及交易促成等十项技能，既是导购营业员自学提升的实用宝典，也是企业及主管对其进行培训辅导不可多得的培训指南。

如何成为 超级导购营业员

如果把商场比做战场，那么货品便是子弹，导购营业员便是一线的战士。能否在商战中取胜，除了商品要独具特色外，更重要的是导购营业员在一线的服务水平。尤其是在品牌过剩、产品严重同质化的今天，一线导购营业服务水平的高低，直接决定了企业销售的成败。

遗憾的是，尽管一线导购营业员的作用至关重要，但往往没有得到应有的关注：企业没有将对导购营业员的培训提到战略高度，导购营业员自身也对销售产品这个工作缺乏热情与投入。单纯靠一句没有温度的“您好，欢迎光临”来应付顾客，销售业绩理想才怪！

俗话说得好：“吃得咸鱼抵得渴。”世上没有免费的午餐，做任何一份工作，都要承受工作带来的压力。导购工作更是如此：工作时间长、底薪低、辛苦无保障等——职业性质决定了不可改变的游戏规则。然而，导购工作虽然辛苦，但也是世界上最有前途的职业。一位销售大师曾说过：“只要你拥有成功销售的能力，你就拥有白手起家成为亿万富翁的可能。”

那么，要成为一名超级导购营业员，应当如何训练自我，同时提升哪些技能呢？

笔者在多年销售实践体验的基础上，参考大量现代商业销售和服务资料，编写了本书，以一名初入行者如何成长为超级导购营业员为主线，由浅入深、循序渐进地进行了阐述。

第一章的角色认知与心态修炼以及第二章的礼仪修养，为刚刚进入导购行列的

你指点迷津、认识自我并教会你怎样以完美的第一形象和颇具魅力的语言艺术站在“上帝”面前。

第三章卖场陈列，对店内陈设与橱窗设计以及卖场氛围的营造提供了具有很强操作性的思路与方法技巧，帮助你创造一个吸引顾客眼球的绝妙舞台。

第四章至第七章从洞悉顾客心理开始，到商品推介、异议处理以及交易促成，你开始与顾客打交道，进入销售的实战领域，结合生动鲜活的事例，让你领会销售的要义。

第八章的商品管理、第九章的业绩提升以及第十章的异常应对，是本书的第三大部分。通过这一阶段的学习，导购不但可以提高自己的销售业绩，更能让自己由一个优秀的导购很快成长为导购中的佼佼者，成为店铺业务的高手。

你或许认为导购工作微不足道，又辛苦又难做，但你是否知道像李嘉诚、比尔·盖茨这样的首富，他们传奇的一生都是从销售开始的！

所谓行行出状元，只要在日复一日的导购工作中不断学习，不断磨炼、提升，你就一定能成为超级导购，成就辉煌人生！

肖建中

2005年8月

目录



第一部分 导购营业员基本功

第一章 角色认知与心态修炼

● 导购入门：角色认知

导购，你的未来是什么

导购舞台的四大角色

导购应具备的五大职业理念

● 作为导购，我该干什么

销售产品是第一要务

服务顾客义不容辞

商品陈列与卖场维护

销售的同时宣传品牌

收集和反馈终端信息

● 优秀导购的能力素质要求

合理的知识构成

纯熟的导购技巧

卓越的职业能力

● 导购必备的五种心态

自信：跨越平凡的超级秘诀

主动：把握自己命运的金钥匙

学习：走向成功人生的阶梯

包容：梳理人际障碍的润滑剂

/1

/3

/5

/5

/7

/8

/9

/9

/10

/10

/11

/12

/12

/13

/14

/14

/18

/18

/19

/20

/20

双赢：为老板工作，更为自己工作	/21
● 学会自我激励	/22
克服职业自卑感	/22
自我放松与解压	/23
自我激励训练	/25
 第二章 礼仪修养，细微处见真彰	/29
● 仪容仪表：给顾客美好的第一印象	/31
发型发式宜整洁忌夸张	/31
面部修饰须洁净自然	/32
统一着装有规范	/33
饰物选择的三大要求	/34
● 活用肢体语言：无声胜有声	/35
眼神是表达友爱的窗口	/36
微笑是靠近顾客的桥梁	/38
手势是表达心意的符号	/42
站姿：男女有别	/43
“走”出优雅和风度	/46
“坐”也有讲究	/48
● 文明用语五知道	/49
招呼询问要灵活	/50
赞美须恰如其分	/51
答谢道歉：态度真诚是重点	/51
收银打包不容有失	/52
禁忌用语 12 句	/53



第三章 卖场陈列——制造吸引顾客眼球的剧场 /55

● 商品陈列五大黄金原则 /57

整洁有序 /57

丰满充足 /58

美观悦目 /59

方便购买 /60

依主题进行陈列 /60

● 三大陈列类型 /62

展示式陈列 /62

推销式陈列 /64

橱窗式陈列 /65

● 商品陈列的八大绝招 /69

● 卖场氛围营造的四大元素 /73

灯光的选择与运用 /74

巧用音乐促进销售 /77

如何让顾客的眼睛放“光彩” /78

利用POP为销售加分 /80



第二部分 导购营业员必备技能 /85

第四章 洞悉顾客心理——找到打开顾客心扉的钥匙 /87

● 把握顾客的消费心理 /89

顾客需求的五个层次 /89

顾客的两大购买动机 /91

顾客购物心理的八个阶段 /94

顾客消费需求新趋势 /98

● 不同个性顾客的消费差异 /99

忠厚老实型顾客 /99

冷静思考型顾客	/99
内向含蓄型顾客	/100
圆滑难缠型顾客	/101
吹毛求疵型顾客	/102
生性多疑型顾客	/102
● 不同性别顾客的消费差异	/103
女性顾客	/103
男性顾客	/105
● 不同年龄段顾客的消费差异	/107
青年顾客	/107
中年顾客	/109
老年顾客	/111
	
第五章 商品推介——望闻问切“号”准顾客需求	/115
● 热恋商品，为展示说明作准备	/116
把握商品的整体观念	/117
判断商品所处的生命周期	/118
掌握商品的基本知识	/119
● 卖点提炼，帮你吸引顾客的心	/121
独特卖点的提炼流程	/121
卖点提炼的四大方法	/122
● 需求挖掘：顾客到底买什么	/125
察言观色	/126
适时接近	/129
谨慎询问	/132
用心倾听	/135
巧妙回答	/137

● 展示说明，用顾客喜欢的方式进行 /140

FABE 法：展示说明的四项内容 /140

展示说明的七大要点 /143

如何进行现场演示 /144

第六章 异议处理——变“嫌货人”为“买货人” /147

● 顾客异议从何而来 /148

顾客自身原因 /149

商品原因 /150

价格原因 /152

其他原因 /154

● 真假异议的区分 /155

● 异议处理的六个步骤 /157

放松情绪，正确对待 /157

认真倾听，同情理解 /158

稍作停顿，友善回应 /160

选择时机，审慎回答 /160

避开枝节，机智应对 /162

避免争论，留下后路 /163

● 异议处理的八种方法 /165

让步处理法 /165

转化意见法 /165

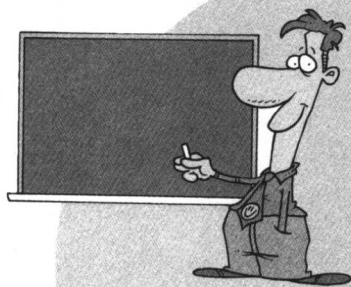
以优补劣法 /166

意见合并法 /167

直接否定法 /167

优势对比法 /168

比喻处理法 /168



讨教顾客法	/169
● 如何预防顾客异议	/170
第七章 交易促成——为销售划上完美句号	/173
● 激发顾客购买欲望的四种方式	/175
营造热销氛围	/175
用“如同”取代“少买”	/177
运用第三者的影响力	/179
运用人性的弱点	/180
● 识别顾客购买的三大信号	/183
语言购买信号	/183
行为购买信号	/185
表情购买信号	/186
● 促进成交的六个技巧	/187
二选其一	/187
帮助挑选	/188
利弊分析	/188
用赞美鼓励成交	/189
利用“怕买不到”的心理	/190
试买一次就好	/191
● 建议成交的八种方法	/192
请求成交法	/192
异议成交法	/193
提示选择法	/194
从众成交法	/195
优惠让步法	/196
保证成交法	/197



激将成交法	/198
小狗成交法	/198
● 交易完成后的注意事项	/199

第三部分 导购营业员卓越提升 /201

第八章 商品管理——货如轮转的秘诀 /203

● 进货管理有窍门	/205
进货三原则	/205
如何把握进货时机	/207
选择最佳进货渠道	/208
进货作业三部曲	/210
● 存货控制要安全	/212
良性存货与恶性存货	/213
存货控制的有效策略	/213
● 盘点作业	/215
商品盘点五原则	/215
盘点前的准备工作	/216
初点、复点、抽查	/216
盘点收尾工作	/218
● 损耗控制	/219
商品损耗原因分析	/220
商品防损控制方法	/220
残损商品处理	/221



第九章 业绩提升——从优秀到卓越 /223

● 附加推销，利润倍增	/225
附加推销的绝妙方法	/225

附加推销应注意事项	/227
● 特色服务，给顾客一份惊喜	/227
“男人的眼光”更有价值	/228
厨房就在大卖场	/229
“老公寄存处”的启示	/230
● 五彩缤纷的创意促销	/231
讲缺点也是促销	/231
让香味为你促销	/232
赏心悦目的色彩促销	/234
羞涩促销	/235
● 顾客资源的拓展与维护	/235
顾客开发的“绿色通道”	/236
如何与顾客保持良性互动	/238
赢得顾客忠诚的方法	/240
 第十章 异常应对——化“危”为“机”	 /243
● 变投诉者为拥护者	/244
是谁点燃了“上帝”心中的怒火	/245
处理顾客投诉的两大原则	/247
HAKS：投诉处理四部曲	/248
● 正确面对顾客退换货	/253
顾客退换货标准	/254
退换货流程	/255
退换货处理三注意	/255
● 积极预防顾客偷窃事件	/257
店铺失窃知多少	/257
防范偷窃的安全措施	/258



● 沉着应对意外事故	/260
卖场突然停电怎么办	/260
处乱不惊应对火灾事故	/261
妥善处理人身意外事故	/262

后记

/263



第一部分
导购营业员基本功

1

