

夺业绩之最

[员工技能培训]

林若海◎著

橱柜导购速成实战手册

橱柜销售，从零学起 实战操作，业绩爆发



占领——橱柜销售职业的制高点
凝炼——橱柜培训最实战的技巧
缔造——橱柜行业最突出的业绩

体验橱柜行业的高端培训
领军橱柜行业的品牌冲刺



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

在近十多年的中国，导购书籍从未如此诚恳！



夺业绩之最

橱柜导购速成实战手册

[员工技能培训]

林若海◎著

一本耐用品行业终端导购的枕边书！

一本建材行业有史以来口语化的畅销书！

这不仅是一本培训专著，更是一本终端销售人员的成长笔记！



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

夺业绩之最: 橱柜导购速成实战手册: 限量版/林若海著.

北京: 中国经济出版社, 2011. 7

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0648 - 6

I. ①夺… II. ①林… III. ①市场营销—销售技巧—橱柜销售 IV. ①F724. 785

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 048902 号

责任编辑 金 珠

责任审读 霍宏涛

责任印制 张江虹

封面设计 久品轩

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京市昌平区新兴胶印厂

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 12.5

字 数 170 千字

版 次 2011 年 7 月第 1 版

印 次 2011 年 7 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0648 - 6

定 价 32.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

推荐页

在近十多年的中国,导购书籍从未如此诚恳!

——中国橱柜实战第一人 林若海

中国的橱柜行业是一个发展非常快的朝阳行业,这个行业不缺乏资金,缺的是人才,特别是缺乏大量的各个岗位的专精人才。培养人才在橱柜行业显得尤为重要,这是一个长期持久的工作,是橱柜行业进一步发展的基础。橱柜是一个订单生产的产品,从接触顾客开始,要经过顾客的认同,签单、设计,再认同,然后是生产、运输、安装,最后的认同。所有的一切环节都要获得客户的认同,因此,和客户的沟通显得尤为重要。所以,做好橱柜的营销,终端导购是最重要的一环。《夺业绩之最——橱柜导购速成实战手册》是对橱柜终端从业人员有很大指导性的秘籍,它融实战性、技巧性为一体,文字朴实易懂,对一线导购人员及相关的管理者都有很大的实用价值。

——全国工商联家具装饰业商会执行会长 张传喜

这是一本橱柜行业实战的导购书籍!林若海的《夺业绩之最——橱柜导购速成实战手册》,从橱柜店导购入手,是他多年来心血的结晶和总结。从实战中来到实战中去,从终端中来到终端中去,读完林若海的这本书,终端的导购们,你一定会有所收获!

——广州贵仁相助营销顾问机构总经理 韩 锋

在橱柜行业历经风雨不断做大的今天,我们需要品牌营销的探路者,更需要专业营销的播火者。林若海先生兼具一线实战经验和营销理论素养,本书的出版正所谓此其时也,功莫大焉!愿更多的行业精英加入到这一阵列,为新时期的橱柜企业开创一条实战创新之路。

——广州大显营销顾问机构总经理 刘学旦

这是我见到的“第一本”根据厨柜终端导购实战提炼出来的“口语化”的书,这本书可以快速提升厨柜终端导购的水平。

——佛山市尚朋堂家居用品有限公司总经理 叶忠胜

从林若海的身上,我仿佛看到了我当年的影子。做终端培训最重要的特质就是要勤奋,勤走市场、善于观察、总结、提炼、思考,进而再把自己的独特思想写出来、讲出去,这些说起来容易,但长期坚持并乐此不疲却很难。可喜的是,当年我做到了,今天林若海也做到了。有了这种精神和追求做指引,其佳作自然值得一读。

——著名终端培训专家、著名商业财经主持人 张会亭

群雄逐鹿,橱柜行业烽烟四起;战场旗帜,引领终端销售业绩成长历程。

——北京赢道营销顾问机构总经理 邓明超

十年磨一“针”，天才是天天练才出来的

天才是天生的，还是后天锻炼出来的？对这个问题的回答，有人说是天生的，有人说是后天培养锻炼出来的，两方都据理力争，莫衷一是。

对这个问题的回答，我的解读是天才需要天分，更需要后天的刻苦训练。中国有一句流传非常广泛的古语：铁杵磨成针。这是所有人都耳熟能详的非常励志的古语。成为针的前提是你首先是一个铁杵，这就是天分，如果你是一个木头的话，最多磨成木棍，成不了针。木头应该更适合雕刻成为一件艺术品。即使是铁杵，也必须经过千辛万苦的打磨——刻意的训练，才能最终成为发挥穿针引线功能的“针”。

天分，通俗地讲，就是你超越一般人的、持久而稳定的一个特质。比如说是你的勤奋、你的创意、你的沟通、你的领悟、你的表达、你的写作、你的文采、你的激情等，只要这项特质非常明显，而且能持续稳定地超越你周边的所有人，这就是你的天分。很多人，穷其一生在看别人的优点，弥补自己的缺点，用自己的短板和别人的长板相比，终其一生不会有太大的成就。我们每个人出生的时候都是原创，但慢慢都活成了盗版！发现你生命中的原创天分，才能在激烈的竞争中脱颖而出。

有了天分，并不代表成功。就像天才不是整天躺在床上睡大觉就可以成为天才的。发现了自己的天分，只等于发现了你身上的那块

独特的“铁杵”，必须把这块铁杵经过千辛万苦、千锤百炼才能成为天才的“针”。任何天才都是发现自己的天分后，经过痛苦的磨炼、超越常人的刻意训练出来的。

美国卡内基梅隆大学的一位教授做过一项对专业人士的研究，发现了一个“十年法则”。就是所有卓越的专业人士在成为专家，成为被外人称奇的天才前，创造出杰出作品前，都经历过一个漫长而必需的十年沉默期。他们绝大部分的杰出作品都是他们从事本专业领域十年之后完成的。在对各个历史时期的 76 位作曲家的 500 多部作品的研究中，研究者只发现有三部作品是这些作曲家在从事其专业领域十年内完成的，而且这三部作品都是在第八年至第九年完成的。在对 131 个画家的研究中也发现了相同的规律，即便是天才毕加索也概莫能外。在对 66 名诗人的研究中，只有几个能在十年内发表杰出的作品，但没有一个可以少于五年的时间，66 个诗人中 55 个需要十年或以上的時間。

不论作曲家、画家、诗人，他们成为自己专业领域的专家都需要至少十年的時間，正所谓“十年磨一‘针’”。

这些专业人士不是在这十年里无所事事就能成为专家，而是要经过大量刻意的训练和艰苦卓绝的努力。一位世界一流的高尔夫球手一生中要训练击出 400 万球，一位杰出的小提琴手在成名前可能已经训练了上万小时，世界一流国际象棋棋手脑子里能记忆上万张棋谱，以至于可以战胜每秒运算达亿次的计算机。大量事实证明，在数学、自然科学、音乐、文学创作、运动等领域，哪怕最具天赋的人士，没有十年艰苦卓绝的准备也无法出类拔萃。

所以，我经常讲，天才是天天练“才”出来的。这条法则，对所有想成功的人都适用，对所有有天赋、想成为天才的人都可以作为激励自己的座右铭！

林若海是我在家居建材企业任营销总监时，制定为企业腾飞的

序

“飞天计划”培养出来的第一批从校门直招进入企业的大学生。在短短的三年时间内,通过我的言传身教,林若海进步得非常迅速,他的学习能力非常强。幸运的是,他找到了自己心中的那块“铁杵”,并刻意训练自己,逼迫自己,在通往“天才”的道路上狂奔,已经甩开了同龄人一段不小的距离。

从实战中来到实战中去,从终端中来到终端中去,这是我一直倡导的终端实战观点。欣慰的是,林若海的这本书,践行了这个观点。

长江后浪推前浪,徒弟把师傅拍到沙滩上——这是每位想带出高徒的高师的厚望。没有高徒的高师,注定是庸师!不想超越高师的高徒,注定是庸徒!

读完林若海的这本书,终端的导购们,你一定会有所收获,你是否已经在天天刻苦训练,立志要超越他了呢?

十年磨一“针”!如果你还没有行动,就从看这本书的第一天开始吧!



贵仁相助营销顾问机构创始人、首席营销顾问

中国首家家居建材行业营销全套解决商

2011年4月

写给导购，也是写给自己的话

看这本教材是为了什么？

我想你们跟我一样，希望这本实战手册能够实实在在地给自己带来实操性的帮扶。那并不是因为我们痛恨理论，只是我们更加希望获得简单直白的东西。在全行业战斗的硝烟中，终端市场不允许有浮夸和吹嘘。

所以，作为一名导购，如果你想自己刺痛一下自己，你想知道，为什么会存在优劣之分，如果你有足够的胆量去看自己的不足！那么，请鼓起勇气看看这本教材！

这本教材提过技巧和诀窍，但是，这本教材不是秘诀，不是葵花宝典，所以，不见得你们看完后就会马上提升。

很有可能你们认真看完后，你们还是原来的你们，很有可能看时激动，看后不动！这些取决你们能不能结合自身的特点去贯通，更重要的是取决你们有没有行动起来！立即行动胜过千言万语！

所谓的技巧和诀窍是不存在的。如果真的存在技巧和诀窍，那些都是经历了无数次私底下的练习，承受很多痛苦和失败，才总结出来的。

勤奋，是所有技巧的来源！

欢迎所有橱柜家居导购学习本教材，欢迎不是导购职业的其他群体，给本教材提供更好的建议！也希望本教材能够给家居建材行业的导购带来那么一丝微薄的帮助！

夺业绩之最

橱柜导购速成实战手册

这本教材肯定有很多不足的地方,真的需要你们来一起完善!

我的亲朋好友,我亲爱的导购们:

ACTION NOW!

A stylized, cursive handwritten signature in black ink, reading '林若海' (Lin Ruohai). The signature is fluid and expressive, with a long horizontal stroke extending to the right.

林若海

2011 年 3 月 26 日

Contents

目 录

【第一章：解谜】橱柜导购的“华丽转身”

第一节 橱柜导购常遇见的9大难题 / 004

第二节 橱柜导购的361°定位新解 / 044

第三节 金牌橱柜导购的“三多”品质 / 051

第四节 橱柜导购的“三到”接单技巧 / 061

【第二章：解读】顶级导购的“绝对战术”

第一节 化被动为主动,做一名老板式导购

(如何赢取老板的信任) / 075

第二节 将自己的脚,放进消费者的鞋(如何赢取客户的信任) / 078

第三节 不抱怨的世界,导购必备“心”境界 / 081

第四节 请牢记:神奇的力量来自“感恩” / 086

【第三章：解惑】分解任务与跟单技巧

第一节 分解任务秘诀，“漏斗式”分解法 / 091

第二节 “最粗鲁”的跟单 5 大绝招 / 096

【第四章：解放】“二次创新”争夺订单

第一节 从守株待兔到主动出击 / 111

第二节 客户新渠道，优化自己的老客户 / 125

第三节 引擎促销活动，如何快速签单 / 131

第四节 除了卖橱柜，还能卖什么 / 135

【第五章：解渴】可持续的职业生涯培训

第一节 如何超越现状，做“通用型”导购 / 141

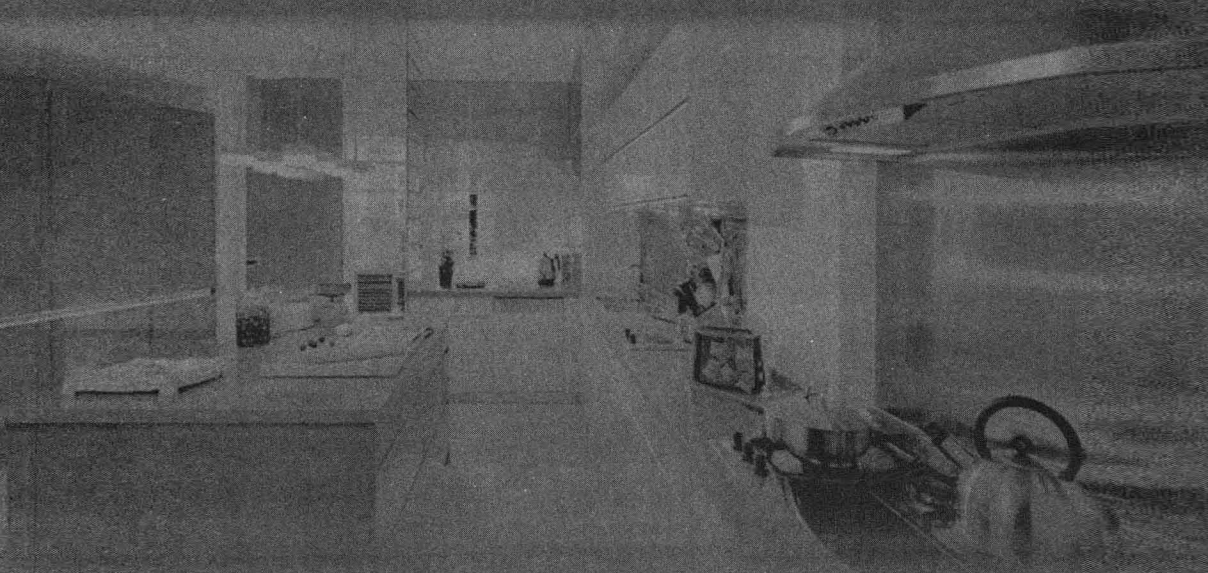
第二节 掌控未来，革命你的导购生涯 / 163

【第六章：解说】“全景式”错位培训革命

第一节 导购从“设计”开始培训 / 172

第二节 设计从“安装”开始培训 / 178

第三节 安装从“导购”开始培训 / 180



【第一章：解谜】

橱柜导购的“华丽转身”

【第一章：解谜】 橱柜导购的“华丽转身”

从事家居行业的导购遇到的困惑是比较多的，特别是在产品生产周期比较长的橱柜行业，其中存在的问题数量更是排在整个家居业的榜首！

无论有多少困惑，它们归根到底都有相同之处。

在终端一线工作中，我走访近千家家居专卖店，与数千名家居业的导购、设计师、安装师进行交谈，累积数百条终端导购人员、设计师、安装师的困惑和问题。通过认真研究提炼，我从数百条的难题中提炼出导购两大终极困惑和9个终极难题。

两大终极困惑为：第一，对产品知识的困惑，有时候不知道怎么回答客户的问题；第二，导购对自己的职业规划的困惑。不知道自己的未来在哪里，看不到希望，日复一日的工作，1~3年就出现疲倦恐慌的现象。

现在，我以一种双重身份（导购身份和区域经理身份）与终端导购一起解读困惑如何处理，难题如何解答，同时告诉导购，家居导购的未来到底在哪里！

第一节 橱柜导购常遇见的9大难题

通过数次店面验证,只要导购能够记住这9个难题和答案,保证导购的提升是飞速的,业绩也是飞速的!请认真看以下的真实案例,看看这些问题是否发生在自己的身边,这些问题我又是如何与导购一起分析和解答的!

【难题1】销售心态的难题

三年终端市场走下来,我发现橱柜行业甚至是整个家具建材行业的导购普遍存在一些左右业绩提升的销售心态难题,正是有这种消极的心态左右,才自然而然地出现了金牌导购和普通导购。

每到一個优秀的店面,我就与金牌导购进行沟通和交流,我发现他们身上无时无刻不都是激情,都是希望。我不怎么喜欢与低沉的导购交流,因为他们无时无刻不在传达一种消极的信息。试想,若我是第三方客户,那么导购的消极情绪一定会影响到我的购买选择。因为大家都一样,没有人愿意跟一个死气沉沉的人交流,我们更多的是喜欢跟活泼开朗的人交流。装修对于客户来说就很辛苦,如果导购还给他一种沉闷的感觉,客户怎会接受你?

所以,橱柜导购一定要端正自己的销售心态。一个好的销售心态将会改变你的一生。

那么,我们现在来共同探讨一下,导购的消极情绪主要来源于什么?

第一,不知道自己的未来在哪里。

在深入市场的这些时间里,我以导购的身份与家居导购进行交流的时候,发现这个问题最令他们迷茫,也是在困惑他们的问题中,排在首位的。因为,他们每一天重复相同性质的工作,不知道何时是个头,不知道经过1年后,自己会是一个怎么样的人,特别是那些工作了2~4年的导

购,他们无法看到自己未来的发展方向!

所以,他们会对未来的发展感到迷茫!甚至会感到恐怖,心烦意乱。对于当地已婚的导购,这种困惑稍微少一些,对于那些未婚导购,这个问题会一直困惑着他们。所以,在与导购接触的过程中,我非常关注这一点,着重给他们分析他们的未来在哪里。如果你想知道参考答案,请直接跳到本教材的第五章第二节“掌控未来,革命你的导购生涯”,其中有详细的分析和讲解。

第二,没有主人翁的意识。

这一点也是非常关键的,但凡我走到的市场,85%以上的导购都会存在这个问题,他们总认为店是老板的,我是打工的,干得好都是老板赚得多,干得不好也还是这样,对自己没有很大的影响,于是总是将自己置身以事外。也有一些工作相对认真的导购,但是他们工作带有较强的目的性,就是单纯地为了赚钱。在这些导购的眼中,工作并非意味着进步,工作无须用心思考。

在这些导购的脑海中,只有对比,只有比较,对比其他店的老板对人家员工的待遇,比较自己与同事的待遇有多少差别。有这种心态的导购绝对不会是出色的导购,绝对是一位平庸的导购。针对这一点,我们在本教材的第二章第一节“化被动为主动,做一名老板式的导购”中进行了详细的阐述。

第三,不相信自己,面对客户没有信心。

这是新手最容易犯的毛病,也是导购们常见的毛病。这个问题来源于:首先,导购对自己的产品不熟悉,这是橱柜导购的通病。深入走访市场后,我发现,很多时候客户比我们的导购更懂橱柜。试想,一个比你还懂橱柜的客户,他会轻易相信你吗?如果你没有专业的橱柜知识,客户会相信你吗?

要解决不自信的心态难题,必须对自己所从事行业的产品知识进行疯狂恶补学习。金牌导购在面对客户的时候,为什么能够那么镇定自如,