

99种导购技巧，一学就会；

99个场景对话，一看就懂！

导购员 这样说才对

一线导购员的枕边书、必备书！

林立文|编著

顾客难缠？是因为我们做得还不够；

顾客挑剔？是因为我们还有提升的空间！

竞争日益激烈，产品同质化严重，如何提高销售业绩？

作为一名导购员，你找到制胜之道了吗？



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

导购员 这样说才对



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

导购员这样说才对 / 林立文 编著. — 武汉 : 华中科技大学出版社, 2014.10

ISBN 978-7-5680-0432-9

I. ①导… II. ①林… III. ①销售-方法 IV. ①G713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 230973 号

导购员这样说才对

林立文 编著

责任编辑:孙 倩

封面设计:柏拉图

责任校对:张 丛

责任监印:张贵君

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027) 81321915 (010) 64155588

印 刷:北京毅峰迅捷印刷有限公司

开 本:710mm×1000mm 1/16

印 张:16

字 数:238 千字

版 次:2015 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

定 价:29.80 元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

前言 Foreword

导购员是联系厂家和销售商的纽带，同时也是销售商和顾客之间的桥梁。在超市及其他各类卖场中，恐怕没有哪类员工比导购员与消费者的接触更频繁了。可以说，导购员的言行举止、工作态度，直接关系到卖场的形象、品牌传播效果、零售业绩、顾客忠诚度等。在顾客眼中，导购员就是卖场形象的窗口和服务的一个代表；然而，想要成为一名优秀的导购员并不是一件简单的事情。

对于个性原本就相对内敛的中国人来说，传统的教育方式和民族特性在一定程度上又进一步制约了个性的张扬。许多人在公众场合讲话或与人沟通时，往往会心慌、紧张、不知所措，不知如何组织语言，以至于根本无法清晰地表达自己的意思。很多人害怕与陌生人接触，尤其因为缺乏自信而害怕成为公众焦点，因此失去了许多展示自我的宝贵机会，与成功擦肩而过。作为每天都要与各种顾客打交道的导购员，一言一行都要符合规范，因而更需要掌握一定的语言艺术。所谓“说出去的话，泼出去的水”，这句话形象地说明了语言对人所产生的重要影响，而这恰恰是很多导购员的弱点所在。

投资口才就等于投资未来；口才的优势，将改变一个人的一生。本书

介绍了卖场上最直接、最便利、使用率最高的口才技巧和处世方略，力图使导购人员在最短的时间内掌握能言善道、精明处世的本领。本书从销售终端的实际出发，用实际有效的例证阐述了一线销售说话的方法和技巧，一看就懂，一学就会，一用就灵，方便实用；必要时还可以现查现用，称得上是导购人员得力的秘书和高级参谋。

书中多的是锦囊妙语、多的是奇谋妙计。掌握书中说话办事的方法和技巧，将使你成长为一名成熟老练的导购员，与顾客应酬起来更轻松，更容易达成交易；同时使你在任何场合，面对任何人，都能做到从容不迫、潇洒自如地说话，从而在经济上找到财富、在事业上获得成功。

目 录 Contents

第一章 现场销售的语言规范 / 001

第一节 迎宾送客的礼仪及语言规范 / 002

- 1. 迎宾的语言规范 / 002
- 2. 卖场服务语言的运用 / 003
- 3. 送客礼仪与语言规范 / 005

第二节 接近顾客 / 007

- 1. 顾客购物的心理变化过程 / 007
- 2. 突破顾客的心理防线 / 010
- 3. 接近顾客的说话技巧 / 015

第三节 现场交谈 / 020

- 1. 现场待客的语言规范 / 020
- 2. 根据顾客类型随机应变 / 021

第四节 促成交易 / 027

- 1. 促成交易的必要策略 / 027
- 2. 主动开口促成交易 / 034

第五节 待客忌语 / 040

- 1. 待客说话“九禁忌” / 040
- 2. 忌用不良用语和负面语 / 045

第二章 商品促销说话技巧 / 049

第一节 发现并创造顾客需求 / 050

- 1. 解除顾客的戒心 / 050
- 2. 挖掘顾客的需求 / 054

第二节 提炼商品卖点 / 059

- 1. 突显商品的优势 / 059
- 2. 把卖点和买点相结合 / 063

第三节 诱导顾客购买的欲望 / 066

- 1. 善解人意，投其所好 / 066
- 2. 为顾客描绘美景 / 068

- 3. 巧妙利用人性的弱点 / 071

第四节 巧妙化解顾客异议 / 078

- 1. 对待异议的态度与处理方式 / 078
- 2. 有效处理异议的说话技巧 / 082

第五节 应对顾客拒绝 / 087

- 1. 巧妙转变顾客的抵制心理 / 087
- 2. 应对顾客拒绝的口才策略 / 090

第六节 学会拒绝顾客 / 095

- 1. 拒绝顾客的一般原则 / 095
- 2. 拒绝顾客的说话艺术 / 096

第三章 导购员说话的四大特殊技能 / 101

第一节 巧妙提问 / 102

- 1. 提问的原则和方式 / 102
- 2. 巧妙提问的说话术 / 107

- 
- 3. 销售中的倾听艺术 / 112

第二节 赞美顾客 / 119

- 1. 善于从缺点中找出优点 / 119
- 2. 赞美顾客的说话技巧 / 121
- 3. 把握赞美顾客的分寸 / 126

第三节 介绍商品 / 131

- 1. 商品的说明（陈述）技巧 / 131
- 2. 介绍商品的基本原则 / 135
- 3. 巧妙推介商品说话术 / 140

第四节 说服顾客 / 145

- 1. 说服要有针对性 / 145
- 2. 学会尊重顾客的情感 / 146
- 3. 因势利导说服顾客 / 148
- 4. 用真诚和信任打动顾客 / 149
- 5. 顾全顾客的面子 / 151
- 6. 巧用幽默打破僵局 / 153

第四章 应对特殊场景说话术 / 155

第一节 应对抱怨与投诉 / 156

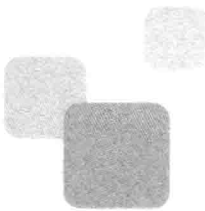
- 1. 处理投诉的六大法则 / 156
- 2. 巧妙处理顾客抱怨 / 162
- 3. 化解顾客愤怒的技巧 / 170
- 4. 处理抱怨不宜说的话 / 174

第二节 应对“麻烦”顾客 / 181

- 1. 冷静应对爱“找麻烦”的顾客 / 181
- 2. 正确应对顾客的过分要求 / 185
- 3. 妥善解决与顾客间的争执 / 187
- 4. 建立和谐客户关系的方法 / 192

第三节 应对卖场突发事件 / 197

- 1. 常见特殊事件的应对 / 197
- 2. 顾客不良行为的处理技巧 / 201
- 3. 善待顾客的过失 / 204



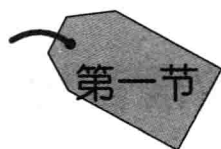
第五章 现场销售情景范例 / 207

- 1. 应对没有明确购买目标的顾客 / 208
- 2. 开场说话技巧 / 210
- 3. 巧妙应对顾客询问价格 / 212
- 4. 顾客不同说话方式也应不同 / 214
- 5. 提高询问的价值 / 218
- 6. 避免他人意见对顾客的影响 / 221
- 7. 创造顾客需求的话术 / 224
- 8. 尊重是提升说服力的前提 / 229
- 9. 利用建议性诱导实现配套销售 / 232
- 10. 活用不同的讨价还价技巧 / 234
- 11. 应对挑剔型顾客的策略 / 236
- 12. 巧妙促成顾客成交 / 239
- 13. 正确处理顾客退换商品 / 241
- 14. 如何留住老顾客 / 244

第一章 现场销售的语言规范

卖场销售的语言规范化十分关键。一套标准的销售语言既能体现卖场销售的规范划一，给顾客以良好的销售形象，又能在自然的气氛中营造销售的最佳氛围，并逐步渗透各种销售技巧，使顾客欣然接受，达到最佳的现场销售效果。





第一节 迎宾送客的礼仪及语言规范

1. 迎宾的语言规范

迎宾语言规范，是人们在卖场销售过程中，反复实践总结形成的，并通过某种风俗、习惯和传统的行为方式固定下来的。

真正的标准迎宾语只有一句话，最多两句话——问候、欢迎。但这一两句话也有不少讲究。



场景演示

下面是某服装专卖店的迎宾范式。

等候顾客：表情温和自然，面带微笑，双手交叉自然放于身前，身体挺直，不可倚靠门框、货架或收银台。

要点：创造动态店面（卖场）要从导购员的明朗表情和快乐工作的样子体现出来。导购员要用轻盈的步履、敏捷的动作、愉快的心情投入工作，营造亲和的氛围。

迎宾语：使用标准迎宾语，声音柔和、音量适中——“早上好！欢迎光临××服饰！”

笑容和蔼、亲切，并与顾客有目光接触，保持适当的姿势（站姿、手势）；若有门，则主动帮顾客拉门、点头示意；观察顾客，考虑适合顾客的商品，准备开展下一步的工作。如手头有其他工作，应放下手头的工作，先迎接顾客。

一句迎宾语有两个关键点：一是为了对商场、经营品牌形象进行传播，在“欢迎光临”后面务必加上店名或经营品牌名称，如“您好，欢迎光临××超市！”二是用态势语言加以辅助表达更丰富的内容。

2. 卖场服务语言的运用

(1) 称呼语

称呼是指当面招呼对方以表明彼此关系的名称。称呼语可谓交际语言中的先锋官，一声充满感情而得体的称呼，不仅体现出一个人待人礼貌诚恳的美德，而且能使对方感到愉快、亲切，易于交融双方情感，为深层沟通打下基础。

先生、夫人、太太、女士、大姐、阿姨、同志、师傅、老师、大哥等。



实战技巧

这类语言的处理，有下列要求。

① 体现尊敬、尊崇。现在常用的有：“您”——您好、请您……；“贵”——贵姓、贵公司、贵方、贵校；“大”——尊姓大名、大作（文章、著作）；“老”——张老、郭老；“高”——高寿、高见；“芳”——芳名、芳龄，等等。在购物场合对任何顾客都忌用诨号、绰号。

② 恰如其分。称呼常以年龄为依据，在吃不准的情况下，一般对男性称先生（未成年者可以称朋友或小朋友、小弟弟），对年轻女性称美女（或大姐），不论婚否或是否有男士陪同，称呼太太要慎重。若能判断出自己年长一辈的女性，则可称阿姨（或女士）。

③ 灵活变通。导购员接触的顾客有熟悉的也有不熟悉的，有本地的也有外地的，因此称呼不可太呆板。例如，顾客是一起来购物的母女，如称女儿为小姐，那么也称其母亲为小姐就不太恰当，应该称其母亲为阿姨或

女士。有一定身份的女士来购物，应该称其为老师或女士。有身份的男性老顾客来购物，称其为先生是对的，但如果已经知道他是张总、王总或李局长，再称他为先生反倒不恰当了。因而要求导购员记住老顾客的姓氏和职称、职务，并以此相称呼。记住并准确地呼叫对方的姓氏或职称，会使人感到亲切自然、一见如故。

(2) 问候语

“先生，您好!”“早上好!”“中午好!”“晚上好!”“圣诞好!”“国庆好!”“中秋好!”“新年好!”



实战技巧

这类语言的处理，有下列要求。

① 注意时空感。问候语不能仅是“先生，您好!”一句话，应该让顾客有一个时空感，不然会让顾客感到单调、乏味。例如，中秋节时向顾客说一声“先生，中秋好”，就强化了节日的气氛。

② 把握时机。问候应该把握时机，一般在顾客离自己1.5米的时候进行问候最为合适。对于距离较远的顾客，可微笑点头示意，不宜说话打招呼。

③ 配合点头或鞠躬。对顾客只有问候，没有点头或鞠躬的配合，是不太礼貌的。

(3) 指示语

“先生，请一直往前走!”“先生，请随我来!”“先生，请您在这稍坐一会儿。”



实战技巧

这类语言使用时有下列要求。

① 避免命令式。

② 语气要温和，眼光要柔和。指示语不仅要注意说法，还要注意语气要软、眼光要柔，才能给予顾客好的感觉。

③ 配合手势。有些导购员在碰到顾客询问某货品的位置时，仅用简单的语言指示，甚至挥挥手、努努嘴，这是很不礼貌的。正确的做法是运用明确、客气的指示语，并辅以远端手势、近端手势或者下端手势，在可能的情况下，还要主动地走在前面给顾客带路。

“良言一句三冬暖，恶语伤人六月寒。”热情而规范的服务是不打折服务，导购员应高度重视服务语言的艺术化与标准化。

3. 送客礼仪与语言规范

(1) 答谢语

“谢谢您的好意!”“谢谢您的合作!”“谢谢您的鼓励!”“谢谢您的夸奖!”“谢谢您的帮助!”“谢谢您的提醒!”



实战技巧

这类语言的使用，有下列要求。

① 顾客表扬、帮忙或者提意见的时候，都要使用答谢语。

② 要清楚爽快。

顾客有时会提出一些对货品和服务方面的意见，有的意见不一定提得

对，这时有的导购员喜欢争辩，这是不对的。正确的做法是，不管顾客提得对不对，都要向他表示：“好的，谢谢您的好意！”或者“谢谢您的提醒！”有时顾客高兴，夸奖导购员几句，导购员也不能心安理得或无动于衷，而应该马上用答谢语做出回应。

（2）告别语

通用的告别标准语是：“感谢您光临×××超市（店铺、货场等）。”

“先生，再见！”“（顾客要远去时）先生一路平安，希望再次见到您！”“先生您走好！”



实战技巧

这类语言的处理，要求做到以下两点。

① 声音响亮有余韵。

② 配合点头或鞠躬。

总之，不能将与顾客道别的语言和仪式，搞成缺乏感情的例行公事。要使道别的语言余音袅袅不绝于耳，给顾客留下美好的回忆。

若销售失败，导购员可以自找台阶、自留后路，比如说：“生意不在情谊在，欢迎您下次惠顾！”给再次推销留下余地。对于已无法挽回的死局，也不能轻易放弃。若是因为说服顾客的方式不佳造成的，则可以对顾客说：“对不起，占用了您的宝贵时间，我没能把商品的优点完全表达出来。如果您有机会，相信您会进一步了解我们的商品的。”

一个艺术的告别方式，正是下一次销售机遇的开始。