



全国十万名手机店员的销售羊皮书

手机 销售神兵 速成手册

SHOUJI XIAOSHOU SHENBING
SUCHENG SHOUCE

周鑫◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

全国十万名手机店员的销售羊皮书

手机 销售神兵 速成手册

SHOUJI XIAOSHOU SHENBING
SUCHENG SHOUCHE

周鑫◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

手机销售神兵速成手册/周鑫著

北京: 中国经济出版社, 2013. 8

ISBN 978 - 7 - 5136 - 1538 - 9

I. ①手… II. ①周… III. ①移动电话机—销售—方法 IV. ①F724. 746

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 191586 号

责任编辑 李煜萍

责任审读 贺 静

责任印制 常 毅

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 三河市佳星印装有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 13.5

字 数 202 千字

版 次 2013 年 8 月第 1 版

印 次 2013 年 8 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 1538 - 9/C · 255

定 价 39.00 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

前言

销售神兵之路

在过去几年培训中,常有学员问我:如何成为一名优秀的手机店员?如何成为一名优秀的店长?每一次我的回答都是很简单的两个字:学习!

但学什么?如何学?如何具体操作?这一问题困扰着无数店员。这几年中,我一直努力围绕着这些问题作思考。如果可以简明、通俗、系统地为学员解决这些问题,那一定是非常有意义的。于是我经过三年多的努力,写成这本《手机销售神兵速成手册》。由书名不难看出,这是一本让你成为手机销售冠军的实操宝典。

本书由实战出发,条理清晰,案例丰富,不仅是一本指导你成为金牌神兵的书,更是一本帮助你由店员晋升为店长的书,同时也是手机店员(促销员)在职培训的绝佳教材。各位学员如能认真阅读,专心思考,灵活运用,一定可以成为一名销售神兵。

周 鑫

2013年3月16日

第一章 手机销售必备知识

第一节 认识手机销售职业	2
手机店员的职业要求	2
手机店员的具体职责	3
手机店员扮演的角色	4
第二节 手机店员的综合素质	4
手机店员的综合素质一——观念	5
手机店员的综合素质二——心态	11
手机店员的综合素质三——信心	13
手机店员的综合素质四——品牌	19
手机店员的综合素质五——目标	21
手机店员的综合素质六——坚持	25

第二章 卖手机不如卖文化理念

第一节 卖手机不如卖文化	29
企业文化与手机销售密切相关	29
企业精神文化增强顾客对产品的信心	31
企业行为文化增强顾客对产品的安全感	31
企业物质文化吸引顾客光临店铺	32
第二节 手机行业知识	32

中国手机市场简介	33
移动通信从业商简介	35
店员手机应用常识	37

第三章 手机销售实战流程

第一节 售前准备	49
营业环境的准备	49
商品的准备	50
个人自身的准备	51
销售辅助工具的准备	54
第二节 接近顾客	55
把握接近顾客的最佳时机	56
接近顾客的方式	57
建立亲和力,拉近与顾客之间的距离	57
第三节 了解需求	59
领先顾客一步——销售中“看”的技巧	60
怎样了解顾客的真实需求	64
第四节 产品介绍	68
手机介绍的原则	69
手机介绍的次序	69
手机介绍的方法	70
第五节 说服顾客	76
店员与顾客沟通的原则	76
几种错误的说话语气	79
关于说的小测试	79
FABE 说服法的应用	80
服务式销售话术	81
销售说话“七不问”	83
第六节 解除异议	84
认识手机销售异议	84

手机价格异议基础知识	87
手机价格谈判十大策略	91
如何有效解除顾客的异议	97
第七节 促成交易	100
销售成交三原则	100
识别顾客的购买信号	101
成交说服法则的运用	102

第四章 手机销售终端实战策略

第一节 手机销售概述	111
什么是手机销售	111
服务式销售理念	111
手机店两种员工角色	112
第二节 顾客购买心理分析	114
顾客:销售事业的基础	114
顾客购买的基本知识	115
顾客的购买动机	117
顾客的类型	119
顾客购买心理变化	123
第三节 手机促销员销售技巧	126
促销员应掌握的基本知识	126
促销员(导购)销售技巧	129
第四节 现场导购的十个关键时刻	138
营业前准备——第一个关键时刻	138
初步接触——第二个关键时刻	139
揣摩顾客需要——第三个关键时刻	141
产品介绍过程——第四个关键时刻	142
处理异议——第五个关键时刻	143
成交——第六个关键时刻	144
附加推销——第七个关键时刻	145

安排付款——第八个关键时刻	146
售后服务——第九个关键时刻	148
结束送客——第十个关键时刻	149
第五节 终端促销操作实务	150
柜台——位置、装饰与生动化	150
样机(机模)——生动化摆放	151
POP——手机终端展示的“伴娘”	151
赠品——抛给顾客的“诱饵”	153
演示——让顾客眼见为实	155
公关——玩转你的终端	156

第五章 手机岗位技能知识

第一节 售后岗位技能知识	158
认识手机店的售后服务	158
售后管理员的工作职责	160
售后管理实务	161
顾客投诉处理知识	165
第二节 收银岗位技能知识	170
收银员的行为标准	170
收银员的作业流程	172
收银员的业务知识	174
第三节 仓管岗位技能知识	176
仓库管理的定义	177
仓库管理实务	178
5S 管理在仓库管理的应用	180

第六章 手机金牌店员成长指南

第一节 人际关系管理	183
你会沟通吗?	184

建立良好人际关系的技巧	187
第二节 金牌店员成长的五项修炼	189
修炼一:金牌店员的学习力	190
修炼二:金牌店员的行动力	191
修炼三:金牌店员的说服力	193
修炼四:金牌店员的服务力	194
修炼五:金牌店员的竞争力	196
第三节 快速晋升店长的职业设计	197
个人特性分析	198
个人自我分析方法	199
如何快速晋升为店长	200

第一章

手机销售必备知识

课前 引导

走在繁华的街市上,各类商品店铺琳琅满目:服装店、化妆品店、快餐店、鞋店、珠宝店、便利店,等等。除此之外,你还能想到有哪些商品店铺呢?(请将答案写在下面)

也许有人会写“手机店”。非常好!本课程将带你进入一个最具有发展前景的朝阳产业——手机销售业。手机销售业不同于其他普通零售业,它有着更为职业化的严谨性和挑战性,因此,手机店员的准入门槛也是相对较高的。

首先,恭喜你有机会进入手机销售行业!因为你的职业选择是明智的!

理由一:薪资水平高

我们曾作过调查,手机销售店员平均薪资水平(基本工资+提成+奖金)一般在2000~5000元之间,这种薪资水平是一般零售业的店员不能比拟的。

理由二:市场前景广阔

手机是科技含量较高的商品,又是人们生活中的必需品,据统计,手机销售正呈现出每年30%的增长态势,就国内而言,每年市场需求量约为1亿~1.5亿部左右;而且手机销售市场虽然竞争激烈,却远远未达到饱和。

理由三:销售人才短缺

随着国内手机市场的迅猛增长,手机用户由1亿到5亿仅用了5年时

间,销售人才短缺已经成为制约手机销售行业发展的瓶颈。据权威部门调查数据显示,未来两年内,国内手机销售行业人才需求量将达到150万以上。然而,同行竞争和职业选择观念的改变等因素,导致手机行业销售人才流失率过高。因此,如何吸引销售人才,如何进行销售人才的培养,如何留住销售人才,这些问题直接关系到手机销售企业的生存与发展,手机销售人才成了抢手的香饽饽!

综合上三点,我们得出的结论是:手机终端零售店员大有可为。

第一节 认识手机销售职业

手机店,顾名思义是手机等通信产品的终端卖场,“手机专卖店”作为手机终端销售的模式之一,以品牌多、款式齐、服务好、信誉高等优势,已成为该行业的主流模式。

在手机终端零售店从事手机销售服务的基层人员,统称手机店员,涵盖营业员、销售代表、销售顾问、导购员、促销员等不同的称呼。手机店员主要有两类,一类受雇于手机零售店,可以销售手机零售店内经营的所有手机;另一类受雇于手机品牌厂家,以销售品牌厂家机型为主。但无论是哪一类,都是从事手机销售与服务的职业,在销售理念与技巧上是相通的。



手机店员的职业要求

正如社会阶层的区分一样,手机作为日常通信的必需品,为适应社会不同阶层的需求呈现出高、中、低档多元化发展态势。品牌的竞争主要集中在外型、功能、实用性等方面,尤其在同等品质机型的性价比方面,不同品牌的竞争已趋向白热化。这就对手机销售店员的综合素质提出了更高的要求。

首先,作为一名手机店员,要具备好学、积极向上的销售心态。

其次,一位优秀的手机店员,是厂商、公司和顾客之间沟通的桥梁,一方

面要把顾客的需求和建议传达给厂家或公司;另外一方面要把厂商(公司)的手机设计理念传达给顾客。

再次,手机店员的销售技巧和服务意识,决定了一款手机是否能够赢得顾客认同并最终促成购买行为。除了手机本身的设计理念和实用价值外,销售成功与否在很大程度上取决于店员与顾客的沟通。

最后,一名王牌店员应是“一专多能”的综合型人才,所谓“一专”就是专注于销售,而“多能”就是要懂得手机专业的岗位技能和服务知识。

手机店员的具体职责

手机店员的职责主要有以下几方面:

(1)通过与消费者的交流,向消费者宣传商品和企业形象,提高品牌知名度。

(2)在卖场发放手机企业和商品的各种宣传资料。

(3)做好卖场的商品和 POP 陈列,以及安全维护方面的工作,保持手机和促销用品摆放整齐、清洁有序。

(4)保持良好的服务态度,创造舒适的购买环境,积极热情地向消费者推荐商品,以帮助其作出正确的选择。

(5)运用各种销售技巧,营造顾客在卖场的参与氛围,提高顾客的购买愿望,增加商店的营业额。

(6)收集顾客对商品和店铺的意见、建议与期望,及时妥善地处理顾客的抱怨,并向主管或店长汇报。

(7)收集竞争对手的产品、价格、市场等方面信息,并向店长或主管汇报。

(8)完成每日、每周、每月的报表等填写工作,及时交给店长或主管。

(9)完成店长与其他上级主管交办的各项工作,并坚定地执行店铺内的各项销售政策。



手机店员扮演的角色

1. 手机店的形象代言人

手机店员与顾客面对面地直接沟通,店员的服装、一言一行,包括微笑与服务等精神面貌,每个细节都代表着店铺的形象。

2. 沟通的桥梁

手机店员对手机卖点、新品理念、促销政策、同行性价比等动态了如指掌,能及时热情地给予顾客详细的解答。

3. 顾客的顾问

手机店员要充分了解顾客需求,为顾客提供最好的建议和帮助,协助顾客选择合适的手机。

4. 服务大使

在日趋激烈的市场竞争中,手机店要想有效地吸引顾客,不仅要依靠店铺体面的装修、有序而合理的陈列、积极有效的促销手段等,同时,还要依靠优质的服务来打动顾客的心,每一位店员必须时刻牢记自己是服务大使。

第二节 手机店员的综合素质

想成功,你得向成功人士学习,学习他们每天在想什么、做什么。同样,想成为优秀的手机店员,你也得向优秀的店员学习,学习他们的思考与行为方式,学习他们如何销售手机;这样即使不能成为销售冠军,你也离冠军不远了。

先问大家几个问题:(你只需回答是或否)

(1) 一家手机店铺的销售冠军,其业绩一定和他的销售技能分不开,是吗?

(2) 如果一个人经常锻炼身体,他应比不锻炼身体的人体质更好,是吗?

(3) 如果一个人对别人很尊重,他的人际关系会更好,是吗?

(4) 如果一个人工作很努力,说明他工作态度可能比别人更好,是吗?

(5) “种瓜得瓜,种豆得豆”的规律,你一定会反对的,是吗?

上文中的五个问题,其实都存在一个“因果”关系,“销售技能”是因,“销售冠军”是果,“锻炼身体”是因,“体质更好”是果……以此类推。所以一个人只有前面想对了,做对了,才会有好的结果。做销售的也是同样的道理,这正是我要告诉大家的。所以从此刻起,请大家全身心地投入本课的学习中去,你也一定会得到行动的果。

手机店员的综合素质——观念

一个人的心态受观念的影响,也就是说,有什么样的观念,就会有什么样的心态。

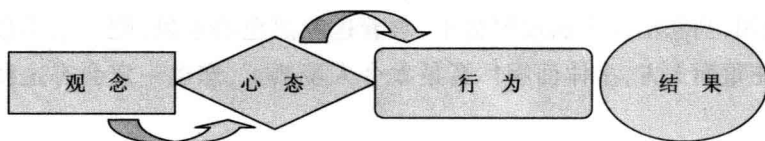


图 1-1

作为一名手机销售人员,要有正确的销售观念,才能战胜自己,才能将顾客的一些旧的消费观念转变过来。

(一) 转变顾客旧有消费观念

1. 将顾客的消费观念转变为投资观念

顾客在购买手机时,往往只想到要花多少钱,而并没有意识到,手机作为一种通信工具,在使用过程中给自己带来的诸多好处。优秀的销售人员

能引导顾客将购买手机作为一种“固定资产”的投资来理解。

【Case 1】:某店员对顾客说:“您想一下,您现在是花了 1300 元钱。可是,您通过手机做的生意、建立起来的人脉联系,等等,这些都是对您现在投资的回报,您这是在做一项非常明智的投资啊!还有什么好犹豫的呢?您说对吗?”

2. 将顾客眼前的利益转化为长远的利益

多数顾客只会关注眼前的得失,并没有思考以后手机在使用过程中能给予其本身带来的利益。因此,手机店员要能将顾客带领到长远利益的思维空间去。

【Case 2】:某店员对顾客说:“您想一下,您有了手机以后,它可以使用 3~5 年的时间,在这这么多年里,手机给您带来的利益远远大于现在的付出,您觉得呢?”

3. 将顾客对产品的需求转变为使用的感受

销售中,顾客的亲身体验可以增强其购买的欲望,所以店员在产品解说与演示中,应多建议顾客去试用手机,多谈一些顾客拥有后的感受。

【Case 3】:某店员对顾客说:“小姐,您真有眼光,这款黑色的手机非常适合您使用,当您出现在朋友聚会中,拿着这款黑色的手机,配上您黑色的连衣裙,庄重而大方,多体面啊!真是太令人羡慕了,您也一定会有这种感觉对吗?”

(二)手机店员的销售观念

1. 将买卖观念转变为服务观念

店员与顾客之间,不能像传统做生意那样,只是单纯的一个交易过程。现代的销售,店员应提升到服务观念的高度。要建立起不只是在“卖手机”,更是在“帮助顾客选择合适的手机”的观念。店员与顾客之间,是一种服务与被服务的关系。

2. 将店员的角色转变为专家顾问的身份

举一个简单的例子,每个人都有到医院看病的经历。假如有两个选择,一个是专家门诊,一个是普通门诊,在收费相同的情况下,你会选择哪一个门诊?毫无疑问,会选择专家门诊。因为专家门诊给病人的是安全感与可信赖感。顾客购买商品也同样需要质量上的安全感,需要一个可以信任的店员来解答疑问。

就手机销售而言,所谓专家顾问的角色,主要体现在对手机知识的熟悉程度上。手机是一种具有较高科技含量的科技产品,虽然近年来手机已较为普及,但是,普遍顾客对手机的功能、专业知识和售后服务等方面的知识,都还是外行,店员必须要对手机的正确使用、保养、售后等内容,有全面而系统的专业知识,才能解答顾客的所有疑问,为顾客选择品牌、机型提供专业和具有个性化的建议,从而赢得顾客的信赖。

3. 顾客不买也一样开心

手机店员要保持一颗平常心来接待每一位顾客。不因顾客购买而欢喜,也不因顾客不买而失落。要始终保持平常心态服务,并时刻提问自己:是否令顾客满意?是否帮顾客找到了合适的手机?

4. 将推销商品转变为推销自己

“卖产品不如卖‘自己’。”做一流的店员,首先,是将自己专业的形象与良好的精神面貌展现在顾客面前,塑造值得顾客信赖的第一印象;其次,是将自己的专业知识、观点、理念和其他想法等,通过引导和感染让顾客接受。

5. 将沉闷的销售演变为精彩的话剧

人们都喜欢跟幽默的人做生意,而不愿跟古板的人打交道。因此,在销售卖场,销售人员应该要风趣、幽默、健谈,善于引导顾客。实践证明,在跟顾客交流的过程中,多一些幽默元素,并配合以一些肢体语言,更容易拉近与顾客之间的距离,使其产生共鸣,从而有利于销售。

(三) 被顾客拒绝的正常观念



图 1-2

成功的销售都是从被拒绝开始的。在一部手机成功销售的过程中,对手机的品牌、功能、款式、价格及至保修等各方面,顾客都会有许多疑问。销售人员必须积极回应、耐心解答。只有克服被拒绝时产生的心理情绪,才能达到手机成功销售的目的。

顾客拒绝购买的原因很多,如对公司、产品性能不了解,对售后服务不满意,或是暂时没有购买预算,等等。总的来说,顾客拒绝听取建议或购买时,销售人员应该认真分析、总结并寻找失败原因。优秀的店员都清楚,适当运用一些销售技巧去与顾客沟通,可以做到事半功倍。不能一遭拒绝就简单地认为顾客不需要或不想买,如果这样的话,店员就失去了本身存在的意义。

下面列举一些突破顾客拒绝的语言应对方法:

(1) 如果顾客说:“我现在没时间挑选。”那么店员应该说:“我理解,我也老是时间不够用。不过只需要 3 分钟,你就可以完全了解和认识一款最新手机……”

(2) 如果顾客说:“我没兴趣。”那么店员就应该说:“是的,我完全理解!对这种非品牌手机,您有疑虑是很自然的,让我来为您解说一下吧……”

(3) 如果顾客说:“抱歉,我没有钱,今天只是随便看看。”那么店员就应该说:“先生,我知道只有您最了解自己的财务状况。不过,现在这款手机的确很实惠,而且非常适合您!”