

★★★★★ 畅销书《服装应该这样卖》
《导购这样说才对》作者最新力作!



店铺装修很漂亮可顾客还是不进店? 我们热情招呼, 顾客却沉默不语? 我们引导顾客体验, 可他却无动于衷? 顾客很喜欢我们的东西, 却拼命杀价? 眼看就要成交, 却被闲逛客一句话搞砸? 这本书将令类似问题迎刃而解! 因为书中的内容出版前就已经有20万中国零售人在学、在用!

王建四◎著

卖什么也别卖东西

◇66个终端秘籍, 48个导购套路 ◇上午学下午用, 从理念到行动

门店销售业绩倍增秘诀



化学工业出版社

打造顶级导购人员，倍增门店销售业绩！

本书极具突破性，它解决了终端销售中每天都会遇到，同时也令销售人员很困惑的问题，是一部真正可以解决问题、提升门店业绩的实战指南！

学完本书，你将能够

- ★ 巧做附加销售，轻松提升客单价和货单价
- ★ 弄清影响开单率的因素，轻松增加签单率
- ★ 奠定专业形象，建立顾客心目中的信任度
- ★ 树立正确的门店销售观念，让门店持续盈利
- ★ 学会正确地招呼顾客，让销售赢在起点
- ★ 根据六字套路引导顾客进行全方位的体验
- ★ 产品定向：像医生一样为顾客“开处方”
- ★ 掌握黄金四步套路法轻松处理顾客异议
- ★ 熟悉高端产品销售的6大终端销售诀窍
- ★ 掌握“三步倒报价法”巧妙促成顾客购买
- ★ 学会如何“少降价甚至不降价”照样成交
- ★ 巧妙维护顾客关系，赢得更多忠诚顾客
- ★ 让顾客主动为你做免费的口碑宣传

上架建议 企业培训·销售

ISBN 978-7-122-04831-8



9 787122 048318 >

定价：33.00元

★★★★★畅销书《服装应该这样卖》
《导购这样说才对》作者最新力作!

卖什么也 别卖东西

门店销售业绩倍增秘诀

王建四◎著



化学工业出版社

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

卖什么也别卖东西：门店销售业绩倍增秘诀/王建四
著. —北京：化学工业出版社，2009.3
ISBN 978-7-122-04831-8

I. 卖… II. 王… III. 商店-销售管理 IV. F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 021734 号

责任编辑：曾清燕 张焕强
责任校对：洪雅妹

装帧设计：润和佳艺

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011）
印 刷：化学工业出版社印刷厂
装 订：三河市延风印装厂
720mm×1000mm 1/16 印张 13½ 彩插 2 字数 153 千字
2009 年 4 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899
网 址：<http://www.cip.com.cn>
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：33.00 元

版权所有 违者必究

推荐序一

我一直在思考：依琳娜要想持久发展，除了产品研发以外，我们如何在终端建设上加大力度呢？一年前，我有幸在机场拜读了王建四老师的《服装应该这样卖》。我虽不做服装，但依然感觉书里很多东西对我们化妆品销售很有帮助。随即我们邀请王老师给公司全国各省的区域经理做了一场实战培训。通过培训，我真切地感觉到终端门店对于一个企业的品牌塑造和终端建设是多么关键，我也深刻地理解了怎么做才叫真正的决胜终端。

王老师说得好，我们不仅要给依琳娜的经销商一个好的产品，更要给他们一个赚钱的方法，让他们跟着依琳娜不仅能赚到钱，更能学到东西，与依琳娜一起不断成长。有鉴于王建四老师对化妆品零售终端的深入研究，我们公司几个高层研究决定与王老师结成长期的战略合作关系，聘请王老师为我们的终端营销顾问，为依琳娜品牌全国各区域经销商、店长及导购进行巡回培训和驻店辅导。相信通过导入这种高水平的培训，依琳娜 6000 家门店的整体素质和终端实战能力定会得到持续提升！

近日，我获知王老师集其 8 年终端实战智慧于一书的《卖什么也别卖东西》即将出版。读完书稿，我深深感到该书就是我们化妆品行业亟需的一本书！可以肯定的是，在如今零售类书籍基本大同小异的

状况下，王老师撰写的这本原创性书籍必将引起热烈反响。因为实用性和可读性决定了一本书籍的生命，而这正是本书的最大特点。

我为王老师对零售事业的这份专注、热情及理解所感动！相信这本书一定能帮助我们化妆品行业不断提升终端业绩。我真诚地希望依琳娜的终端朋友在阅读本书后能够学以致用，在成功开拓自己的职业生涯的同时获取更多的“金牌”。

最后，再次感谢中国著名零售终端实战培训师、门店业绩诊断提升专家王建四老师为中国化妆品零售终端提供了一本不可多得的原创性实战宝典！我代表上海雅恩丝娜化妆品有限公司衷心祝愿王老师可以抽出时间在中国化妆品行业留下更多的足迹……

上海雅恩丝娜化妆品有限公司董事长

A handwritten signature in black ink, appearing to read '王香' (Wang Xiang), written in a cursive style.

2009年2月18日，上海

推荐序三

金牛奋蹄、万象更新，转眼间我们与王建四老师已合作4年之久。自从聘请王老师为我公司长期战略合作伙伴以来，我亲身感受到了王老师高尚的职业操守。在王老师的帮助与指导下，好风景家私的品牌知名度及美誉度得到了明显的加强，专卖店的销售实战能力显著提高！

4年前，王老师对好风景家私全国经销商进行了“赢在终端”的大型培训，课程取得了巨大的成功，王老师更是受到现场400多名经销商老板的高度评价，王老师所带的培训光盘被抢购一空。2008年，王老师又为好风景家私全国各分公司的终端专卖店进行巡回辅导，使专卖店的实战能力得到迅速提升，终端人员的观念与素质发生了可喜的变化。从4年前到现在，好风景家私的销售额由几千万做到了几个亿，一跃成为西部中高档精品家私的第一品牌。在短短三四年时间里取得这样令同行瞩目的成绩，这其中也包含着王老师的辛勤付出！在此，我想真诚地对王老师说一句：“谢谢！”

基于我们长年的合作，我很期望王老师能够将他多年的终端智慧汇集成书，这样可以使更多的人受益。王老师的《导购这样说才对》出版后，我喜出望外，一次性订阅了1000本。因为这本书确实是一本能“上午学下午用”的好书，一本中国零售终端的原创性著作，一

部中国零售终端不可多得的实战宝典！

令我更加欣喜的是，王老师的第三本著作——《卖什么也别卖东西》即将出版。当我一口气读完书稿后，我真切地感到该书确实非常实际、实用和实操，其中的许多方法对于指导家居建材产品的店铺销售非常具有创意。它就是我一直期待的一本书！我认为本书一定会像王老师的前两本书一样受到中国零售终端的热烈欢迎。好东西大家分享，我愿在此负责任地将该书推荐给我们家居建材界的同行们，相信大家会通过这本书获得自己最需要的东西。

王老师的每本书都是精品，每本书都是原创，这一点令我非常钦佩！我真心感谢王建四老师为中国零售终端作出的贡献，我衷心希望王老师能够保重身体，抽出更多的时间来帮助更多希望发展壮大成长性企业走向辉煌！

成都好风景实业有限公司总经理



2009年2月于成都

自序

请走开，如果不解决问题 ——绽放于红酒与香烟中的智慧

本人拙作《服装应该这样卖》出版后一年多加印 20 次、销量突破 10 万册，长时间位居销售类图书排行榜首。《导购这样说才对》出版后更是立即在全国引起热烈反响，3 个月内热销 3 万册，迅速登上各大畅销书榜。很多老板以为我的经典课程全部都已出版成书，表示要全套购买，也有很多读者致电咨询我的下一本书何时出版。读者的肯定与厚爱令我倍感欣慰。本着“对读者负责，本本皆精品”的原则，经过本人 6 个月的亲笔撰写，伴随着 50 包香烟和 30 瓶干红在电脑旁消耗殆尽，《卖什么也别卖东西》诞生了！

这本书延续了前两本书的风格和特点，内容实战，行笔互动。该书基于顾客进店到出店的整个流程，指导店员抓住顾客心理，摸清其问题和需求，科学合理地规范自身行为，直至顺利成交。全书针对顾客及店铺常见问题，大量运用各行业的最新互动案例，让店员不仅知道要做什么，而且还明白为什么这么做；不仅知道该如何做有利于成交的事，而且还知道该如何避免阻碍成交的事。

如果说《服装应该这样卖》及《导购这样说才对》是工具书的

话，那么《卖什么也别卖东西》则是方法与工具有机结合的实战指南。这本新书凝聚了我8年来对中国终端深入研究的成果，不但有方法，而且有经验与技巧；不但有驻店调研情况、错误应对分析、实战策略说明，而且有丰富的实战演练和实用语言模板。

其实，门店销售每天都会遇到问题。问题就好像成功道路上的绊脚石，一个店要想取得成功，首先要有智慧发现并想办法解决这些绊脚石，否则问题就会一辈子形影相随，并在不经意时把我们绊倒。所以，店铺销售成功的过程其实就是一个不断发现问题并解决问题的过程。

各位，您工作中遇到过这些问题吗？店铺装修很漂亮，面积比隔壁店还大，可顾客就是不愿进店，即便进来也是随便看看就匆忙离开；顾客进店后我们热情招呼，可顾客对我们不冷不热或根本不搭理我们；我们主动引导顾客体验，可顾客却无动于衷；有的顾客其实很喜欢我们的东西，可就是犹豫不决地说再考虑一下，要不就是拼命杀价等。如果您遇到过类似问题，那您是否可以做到游刃有余、胸有成竹呢？如果您还不能做到这一点，那也没关系，因为您现在阅读的这本书可以帮助您具备这样的智慧，因为这本书最大的特点就是实战，能有效解决门店每天都在发生并且困惑我们的实际问题。

我可以自信地告诉您，如果您理解了本书的内容，哪怕只使用其中的10%，都能够让您的店铺业绩大增，因为该书中很多内容都曾经被国内诸多知名服饰鞋帽及家居建材企业作为课程导入全国终端做巡回培训。该书中很多方法都是本人用8年时间去调研、提炼、回炉，并被国内几百家门店证明行之有效的。许多知名品牌的老总以及金牌店长都为我的研究提供了大力支持，并提出了不少宝贵的建议。可以这么说，《卖什么也别卖东西》凝聚了所有中国零售人的智慧精华，真正反映了中国零售终端领域的顶级水平。所以，我真诚地向您推荐：

看下去吧，请看完这本书！因为它可以帮助您迅速提升业绩，因为它尚未出版时就已经有 20 万中国零售人在看、在用本书中的部分内容，并且广为认同，评价为“真正可以上午学下午用，帮助门店实实在在解决问题”！如果将本书与我的前两本书《服装应该这样卖》、《导购这样说才对》以及光盘《高盈利终端实战训练营》结合使用，其效果将会更好！

最后，在该书出版的过程中也得到了许多专家及零售同仁的鼓励、支持和帮助，在此，首先要向万杏波、张小萍、汪耀斌、许晴、李晶、邵平、董永春等表示感谢，同时还要对上海雅恩丝娜化妆品有限公司营销总监王雷先生、《华东家具》杂志总编李家网先生、爱慕内衣西区总经理张保平先生、浙江永吉地板营销总监黄永平先生等的支持表示特别感谢！他们为本书的创作提出了许多宝贵建议。本书行文及内容上难免有偏颇之处，还望各位读者及专家海涵并提出宝贵建议！

王建四

2009 年 2 月 20 日于上海

阅读说明：如何让“一千块”变成“十万块”

——书不是看的，而是拿来背、拿来练的

在驻店调研和终端培训中，经常有经销商问我：“王老师，我们二三线城市很难招到好点的店员，想内部培养，但自己能力一下子也达不到，想派出去听课，但在当地又找不到合适的课程，再说时间和费用确实也不低。您看我怎样才可以低成本地培训自己的团队呢？”

各位，您是否有类似的困惑呢？确实，中国的零售门店规模庞大并且大多比较分散，加之门店工作的特点，导致我们不可能让所有员工都去参加现场培训，但随着竞争压力的增加和顾客要求的日趋苛刻，终端素质又亟需提高，所以，如何快速提升员工能力一直是很多经销商老板非常关心的问题。

本人根据8年的终端调研总结了一套低成本学习方法，经过大量的门店实践取得了非常好的效果。现在与各位分享，希望对您建立学习型门店及提升销售业绩有所帮助！

员工辅导=每人两本书+每店一套光盘

一、如何选择我的书和光盘

1. 如果是销售耐用消费品（家具卫浴、地板瓷砖、家纺、橱柜及通讯电器等），建议人手两本书：《卖什么也别卖东西》和《导购这样说才对》。

2. 如果是销售时尚品（服装鞋帽、箱包饰品、珠宝首饰及化妆品等），建议人手两本书：《卖什么也别卖东西》和《服装应该这样卖》。

3. 无论您从事什么行业，建议每店购买一套2008年最新版

DVD 光盘《高盈利终端实战训练营》。

二、如何使用我的书和光盘

建议老板在导入店铺全员学习之前，先向员工宣讲学习的重要性并制定学习规则，尤其要强制性规定统一的“店铺歇业学习时间”，比如每周二晚 7 点到 9 点。

1. 每位员工拥有一本《卖什么也别卖东西》及《导购这样说才对》（时尚行业则为《服装应该这样卖》）。老板每周从《卖什么也别卖东西》中选取一个问题作为学习内容，员工利用一周时间熟读、理解该问题，尤其要结合自身情况反复背诵调整后的语言模板，同时参考《导购这样说才对》（或《服装应该这样卖》）中的相应语言模板，然后一定要在下周“店铺歇业学习时间”组织一对一现场演练。

2. 全员光盘学习：每周学习《高盈利终端实战训练营》光盘一张（约 1 小时），然后根据光盘内容展开讨论，2 个月循序渐进地学完全套课程（全套 8 张）。

3. 演练具体操作：建议 6 人分成 3 组进行，每组中一人“扮演”顾客，一人“扮演”导购，进行现场模拟，其他两组做裁判，点评演练过程。反复演练直到效果满意为止，然后小组内角色互换继续演练。其他组的演练流程类似，直至全部做完。

三、如何考评效果

1. 组织模拟竞赛。经过一段时间的学习，可从学过内容中选择一些问题，让各组抽签后现场演练，并组织裁判打分得出优胜者。

2. 鼓励员工将学过的知识逐渐用到终端工作中，老板店长应不断观察，发现问题及时跟进辅导。

四、学习注意事项

1. 学习是个系统工程，切忌急躁，一定要坚持每周学习一次，共学习一年时间。

2. 在背诵语言模板的过程中，可以结合自己行业特点灵活调整，但一定要理解其方法和精髓。

各位朋友，我们其实都不是天才，做终端也不需要天才！您说是不是？虽然许多店员都没有经过系统培训，但是我坚信，只要门店店长坚持按照上述方法带领全店员工系统学习一年，您会发现您的店员在工作中遇到的问题越来越少，工作越来越轻松，凝聚力越来越强，当然业绩也越来越高，利润更是越来越多。真正可谓是小投入大变化！

各位，也许您会问我为什么这么有信心，那是因为现在有许多门店正在按照上述方法实践着，并且大多取得了理想的效果。既然如此，为什么您不试一下呢，您说是不是？只要您尝试，您就会发现，其实一切都在慢慢地改变……

中国零售终端实战讲师：王建四
2009年2月18日夜于深圳

目 录

CONTENTS

第一章 提升终端业绩的真正秘诀

/1

- 第一节 导购，您为什么老拿那么少/2
- 第二节 老板，您为什么总那么辛苦/10
- 第三节 超级导购与普通导购的差距/14
- 第四节 到底是谁在驱逐顾客离店/17
- 第五节 顾客为什么总不相信我们/19
- 第六节 导购最高境界：与顾客做一辈子的朋友/21

第二章 导购一辈子要做的三件事

/25

- 第一节 请问，您懂什么叫导购吗/26
- 第二节 导购一辈子要做的三件事/31
- 第三节 导购综合情景训练 (1) /33
- 第四节 导购综合情景训练 (2) /38

第三章 实现与顾客良好沟通的实战策略

/41

- 第一节 把话说得让顾客感觉舒服/43
- 第二节 超级导购熟谙功夫在诗外/54
- 第三节 提高语言说服力的简单武器/63

目 录

CONTENTS

第四章 快速成交的高级沟通技巧 /71

- 第一节 让顾客自我说服的绝妙沟通/72
- 第二节 说服顾客其实没有那么难/74
- 第三节 让最难对付的顾客开口说话/79
- 第四节 顾客滔滔不绝你就成功了一半/88

第五章 建立关系：主动接触，赢在起点 /92

- 第一节 我们每天都在制造麻烦/93
- 第二节 顾客类型——选对池塘钓对鱼/96
- 第三节 店铺氛围：吸引顾客进店的舞蹈/99
- 第四节 超级导购每天在用的两种招呼套路/102
- 第五节 九字真经助你建立良好顾客关系/107

第六章 产品定向：探询需求，准备契合 /112

- 第一节 顾客最缺的永远都不是好产品/114
- 第二节 导购，就应像医生一样诊断/116
- 第三节 做产品定向，如同医生开处方/120

第七章 推介展示：介绍卖点，引导体验 /122

- 第一节 王婆应该如何卖瓜/123

目 录

CONTENTS

- 第二节 如何介绍并销售高档品/134
- 第三节 引导体验就是提升业绩/137
- 第四节 成套销售快速提升客单价/141

第八章 清除异议：解决问题，巩固需求 /145

- 第一节 是谁让你打不中十环/146
- 第二节 如果不对症怎能下好药/152
- 第三节 黄金四步处理顾客异议/158
- 第四节 价格是卖者心头永远的痛/162

第九章 临门一脚：达成交易，快速开单 /175

- 第一节 是什么影响了你的开单率/176
- 第二节 立即提升业绩的成交秘诀/179
- 第三节 心理引导：成交后必补的功课/182

第十章 顾客挽留：做好服务，不离不弃 /185

- 第一节 销售永远不会也不能结束/186
- 第二节 做好顾客服务的两个层次/187
- 第三节 顾客服务要做别人不敢做的事/188
- 第四节 投诉是顾客给我们活着的机会/190