

普
华
经
管

正略钧策
ADFAITH

掌握工作技能 把握工作机会

普华经管职业技能培训系列

滕宝红 李建华 / 主编

促销人员

技能手册

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

普华经管职业技能培训系列

促销人员技能手册

滕宝红 李建华 主编

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

促销人员技能手册 / 滕宝红, 李建华主编. —北京: 人民邮电出版社, 2009. 6

(普华经管职业技能培训系列)

ISBN 978-7-115-19951-5

I. 促… II. ①滕…②李… III. 企业管理: 销售管理—技术培训—手册 IV. F274-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 071866 号

内 容 提 要

本书从促销人员所应具备的素质要求、促销工作的工作内容、促销人员岗位职责及行为规范等方面入手, 深入浅出地阐述了促销人员工作中必备的基本知识以及促销工作所涉及的技能, 涵盖了促销过程中的促销基本模式、促销策划技能、促销准备技能、现场促销技巧及促销结束后的整理技巧等所有内容, 是一本很实用的以技战术为主的促销人员培训手册。全文简洁易懂, 针对性强, 图文并茂, 并配有大量的实用表格, 便于读者学习和实际应用。

本书既适合终端卖场的店长及一线促销人员阅读, 也可作为零售企业的内部培训教材使用, 同时还可以为广大进城务工人员就业提供充分的指导。

普华经管职业技能培训系列 促销人员技能手册

-
- ◆ 主 编 滕宝红 李建华
责任编辑 王华伟
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京隆昌伟业印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 880 × 1230 1/32
印张: 5 2009 年 6 月第 1 版
字数: 110 千字 2009 年 6 月北京第 1 次印刷
-
- ISBN 978-7-115-19951-5/F

定 价: 15.00 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

本书专家委员会

- 刘建生 中国商业史学会副会长、山西大学经济与工商管理学院院长、教授、博士生导师
- 王生平 香港公开大学特聘 MBA 导师、中国管理科学研究院特聘研究员、中国管理科学学会理事
- 安维洲 鹏程国际认证有限公司董事长、总裁、国际注册高级审核员、QMS/EMS 验证审核员
- 孙德禄 太平洋地区合作委员会兰图战略研究中心秘书长、第二至第四届中国策划大会秘书长
- 陈放 北京创意村营销策划公司董事长、国际品牌标准工程组织 (IBS10000) 中国区首席专家和专家委员会主任
- 翟鸿燊 清华大学特聘教授、演讲家、首届国际营销节获评中国最佳营销教练
- 王合成 中国管理科学研究院区域经济研究员、《中国品牌》杂志特邀品牌专家
- 罗伟钊 中国工商管理研究院执行院长、中国生产力学会策划委员会专家
- 李德伟 中国当代名人协会秘书长、国家职业资格标准及相关培训鉴定体系评审专家
- 黄鹏人 中国人力资源十大风云人物、上海鹏人酒店管理公司总经理
- 李建华 CETITT 企业行政管理项目办公室主任、中国职业经理人专家评审委员会评审专家
- 高俐珍 新疆商业职业技能鉴定中心副主任、中国商业联合会培训认证专家
- 王学文 黑龙江省教育厅指定高校青年教师培训师、哈尔滨师范大学教育科学院教授、博士生导师
- 朱其俊 合肥工业大学管理学院教授
- 钱海燕 安徽大学经济学院教授、安徽财政科学研究所特邀研究员、安徽省会计学会理事、安徽省中青年财政理论研究会理事
- 丁兴良 中国市场学会常务理事、中欧国际工商管理学院 EMBA
- 陈胜 澳大利亚蓝山酒店管理學院特聘教授、IHIA 国际健康产业协会中国分会副会长、IHIA 国际高级酒店管理者

本书编委会

主 编：滕宝红 李建华

编 委：王春华 王 刚 刘 颖 刘 玮 刘建伟
林 静 林艺红 李昌鸿 李 东 李建华
李 莉 张 燕 张智通 张静萍 黄 明
黄 河 田 伟 田真之 陈 鹏 陈 义
陈 波 马丽平 侯福东 侯建国 邓清华
鲁跟明 路 花 安 新 周 波 佰 伟
尹 刚 罗伟钊 秦 斌 郑嫦丽 赵建学
匡仲潇 杨 春 杨 扬 高俪珍 胡萧筠
单明海

前 言

全球金融风暴的袭击，使珠三角地区和东南沿海地区的一些企业进入“寒冬”，用工市场的萎缩，导致越来越多的进城务工人员加入寻找工作的大军。部分进城务工人员失去工作，看似根源在金融危机，然而和进城务工人员自身缺乏劳动技能也不无关系。中国改革开放 30 多年过去了，很多企业在产业结构、设备门类、资本组成和营销方式等方面都发生了翻天覆地的变化，而进城务工人员就其谋生技能而言，却并没有发生质的飞跃。大部分进城务工人员只是初中毕业，有的甚至是小学毕业，这就决定了进城务工人员所从事的工种和应对外来风险的能力不高。另外还由于社会相关部门一直疏于对进城务工人员的培训，这样危机一来，首当其冲的受影响者自然就是他们。

那么作为进城务工人员，面对如此严峻的就业形势，该如何圆自己的“就业梦”呢？

一般而言，农村青年身强体壮，做一些不需要太多文化知识和技术含量的工作似乎更容易些。例如，大家都认为做一名促销人员就很容易。很多人认为，促销就是在卖场等客人来了打招呼、介绍产品、把产品卖出去，非常简单。殊不知，要想成功地把产品卖出去并不是那么简单。现在，各种产品的竞争都非常激烈，要把自己促销的产品成功地介绍给顾客并让顾客欢欢喜喜地买下，需要促销员的激情和热情，更需要促销员有促销技巧。不同的促销方案、不同的说话技巧可能会带来完全不同的效果。在同一个商场里摆放着两个品牌的同类产品，两个品牌的知名度、产品质量不相上下，但一个品牌产品的月销售额达十几万元，另

一个品牌产品的销售额却只有两三万元。这是为什么？其中的重要因素就是促销员的促销技能相差很大。

所以，要想干好促销这一行，促销人员就必须具备一定的基础知识和业务技能。《促销人员技能手册》一书从促销人员从业所需的素质要求、工作内容及行为规范等基础入手，深入浅出地阐述了促销工作中必备的知识，如商品促销基本模式、商品促销策划、商品促销准备等，并且有针对性地介绍了产品现场促销、促销结束整理等促销过程中各项事务的操作技巧、方法和注意事项。

总之，《促销人员技能手册》一书本着学用结合的原则，突出了职业教育的特点，体例简明，通俗易懂。作者希望广大读者在阅读后能快速地将书中的知识学以致用，迅速适应工作，并在工作中不断完善和充实自己。本书不仅可以作为各企业、各经销商和零售商、培训机构对促销人员进行培训的教材，也可为进城务工青年学习或投身促销服务提供参考指导，还可作为经销商管理促销工作的工具书。

目 录

第一章 导读部分	1
一、学习指导流程	1
二、求职应聘指导	2
第二章 岗位描述	5
第一节 促销人员素质要求	6
一、基本职业道德	6
二、基本能力要求	6
三、专业知识要求	7
第二节 促销人员的工作内容	8
一、策划促销活动	8
二、做好促销准备	8
三、促使交易成功	9
四、建立相关档案	9
五、总结促销活动	9
第三节 促销人员的行为规范	10
一、仪容仪表规范	10
二、服务接待规范	11
三、用品佩带规范	15
第三章 促销作业技能	17
第一节 商品促销基本模式	18
一、折扣促销	18
二、优惠卡促销	20
三、积分促销	21

四、赠品促销	23
五、兑换印花促销	26
六、会员制促销	28
七、分期付款促销	30
第二节 商品促销策划技能	31
一、进行促销调研	31
二、确定促销目标	38
三、选择促销方法	39
四、确定促销活动要素	45
五、计划促销活动细节	48
六、事先预评促销方案	50
七、事前预测促销绩效	52
八、撰写促销策划书	54
第三节 商品促销准备技能	55
一、参加促销培训	55
二、深入了解促销知识	58
三、整理个人仪表	65
四、布置活动现场	67
五、检查促销货品	75
六、准备销售工具	76
第四章 促销服务技巧	77
第一节 产品现场促销技巧	78
一、引起顾客的兴趣	78
二、了解顾客的需求	90
三、洞悉顾客的真实想法	91
四、进行产品说明	92
五、做好产品示范	101
六、处理顾客异议	104

七、适时促成交易	105
八、消除顾客购后疑虑	114
九、安排收款事宜	115
十、做好售后工作	117
第二节 促销结束整理技巧	122
一、做好货品管理	123
二、整理促销现场	125
三、填写销售报表	126
四、总结促销工作	128
五、撰写总结报告	131
六、建立相关档案	132
附录 测试题与求职指导	141
一、技能测试	141
二、求职黄页	144

第一章 导读部分

一、学习指导流程



二、求职应聘指导

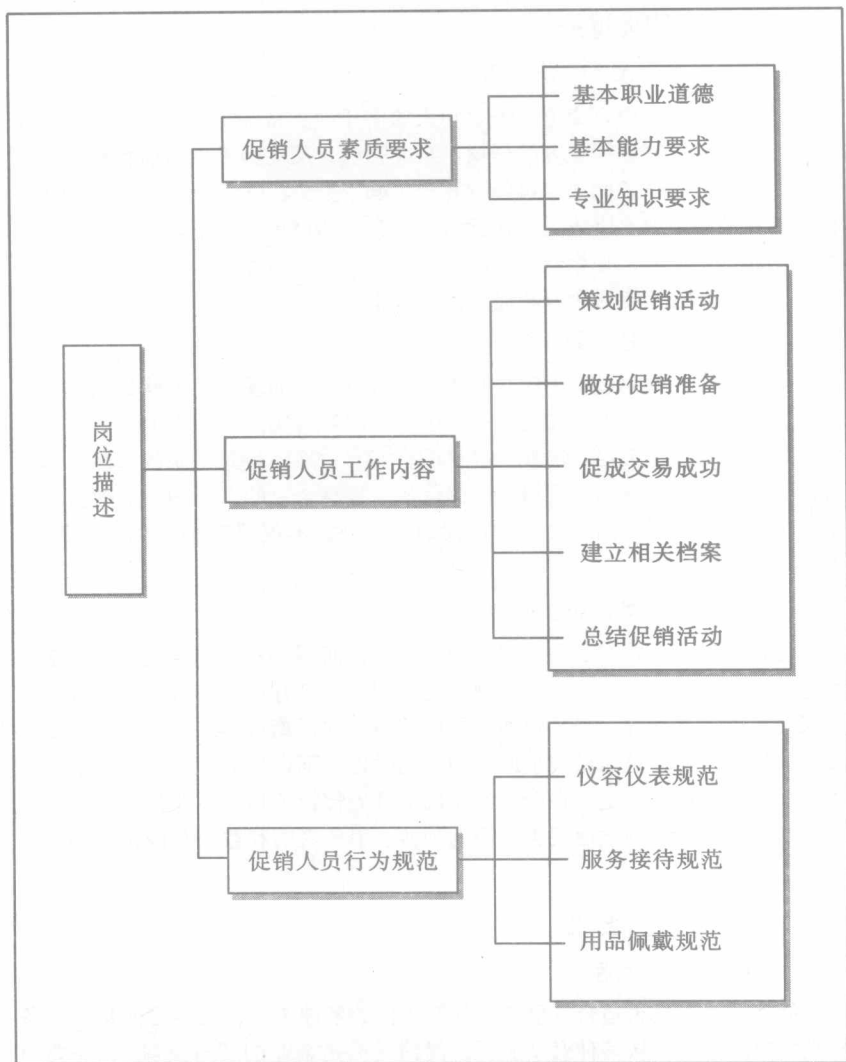
项目	内容	备注
受训学习	<ul style="list-style-type: none"> ※ 进城务工人员在接受参加培训前，首先应进行市场分析，根据自身实际选择就业前景较好的工种 ※ 如果自身没有一技之长，可参加劳动保障部门开展的职业技能培训，以取得相应的职业技能资格 ※ 各地政府和有关部门都有许多针对性的培训工程，并有许多优惠政策，进城务工人员在参加培训时，可以对相关情况进行详细了解 ※ 如果自己已有一技之长，最好取得相应的职业资格证书，这样更能得到社会的认可，有利于找到适合的工作 	
求职捷径	<ul style="list-style-type: none"> ※ 根据自身的求职意向，上相关网站浏览用工信息 ※ 到所在城市的劳动保障部门和人才交流中心去，那里有大量的用工信息 ※ 找当地的劳动中介市场（机构）或人事部门主管的职业介绍机构介绍就业 ※ 由社会团体、街道、社区等举办的社会职业介绍机构介绍就业 ※ 通过工友、亲戚、朋友、老乡或熟人介绍工作 ※ 通过报纸、电台等媒体了解用工信息 	
陷阱规避	<ul style="list-style-type: none"> ※ 不要轻信招聘广告和招工信息上的承诺，要注意辨别信息的真假 ※ 找工作要到正规的职业介绍机构，避免上当受骗。到职业介绍机构求职，首先应查看该机构是否有劳动保障部门颁发的《职业介绍许可证》。 ※ 接到用人单位的录用通知后，要到该单位进行实地考察 ※ 即使工作是由亲朋好友介绍的，也要增强维护自身合法权益的意识，防止被骗 	

(续表)

项目	内容	备注
找工作技巧	<ul style="list-style-type: none"> ※ 薪酬待遇应合理。若工资待遇要求过高,会使企业成本上升,从而减少用工数量 ※ 不要频繁跳槽。找到工作后,不要频繁跳槽,认真学好岗位职业技能知识,不断提升自身水平 ※ 学会适应环境。无论从事什么样的工作,都应该是人去适应环境,而不是让环境适应人 	
权益维护	<ul style="list-style-type: none"> ※ 签订合同。如果与用人单位达成就业意向,一定要签订劳动合同。合同中须注明劳动合同期限、工作内容、劳动报酬、违反劳动合同的责任等内容。劳动合同可以协商约定试用期,但一般试用期不得超过6个月,而且试用期也包括在劳动合同期限内 ※ 加班工资。正常工作日延长工作时间的,用人单位须支付不低于劳动者工资150%的工资报酬;休息日安排加班的,用人单位须支付不低于劳动者工资200%的工资报酬;法定带薪节假日安排加班的,用人单位须支付不低于劳动者工资300%的工资报酬 	

第二章 岗位描述

【章前导读】



第一节 促销人员素质要求

合格的促销人员必须具备相应的条件和素质，否则难以胜任促销工作。通常而言，合格的促销人员应当达到以下几个方面的素质要求。

一、基本职业道德

(一) 诚信待人，守信处事

促销人员与客户打交道，争取别人的信任，要靠诚实的品德。促销人员要言行一致，才能赢得顾客的信赖。当顾客认为某促销人员值得信赖时，同类产品的其他竞争者就很难再使顾客产生购买欲望。守信就是要求促销人员在市场促销活动中要讲信用。在竞争日益激烈的市场条件下，信誉已成为一种重要的竞争手段，它综合反映出了一个企业、一名促销人员的素质和道德水平，只有守信才能为企业和促销人员带来良好的信誉。

(二) 实事求是，敢于负责

促销人员在促销过程中应当实事求是，敢于直面现实，不欺瞒哄骗企业与顾客。因此，促销人员在促销过程中应向顾客讲实话，如实地为顾客介绍促销产品的优点和不足，向顾客提供能真实有效地满足其需要的商品，千方百计地为顾客排忧解难，赢得顾客的信赖，提高企业的声誉和社会效益。促销人员在促销过程中的一言一行都代表着企业，不仅要对企业和社会负责，而且要对顾客负责。

(三) 奉公待客，守法促销

促销人员对待顾客必须公平、公道、公正而不自私，也就是说，不论男女老幼、贫富尊卑，每一位顾客都有充分的权利享有他们应得到的服务。促销人员不能以次充好、缺斤短两、弄虚作假、欺行霸市、欺弱怕强、欺小骗老，那样的行为都是违反公平原则的，同时也是不道德的。促销活动必须遵循相关法律法规的规定，在合法的基础上开展促销策划，不能只顾本企业的利益或自己的个人利益而侵害社会的利益、消费者的利益或其他企业的正当利益。

二、基本能力要求

(一) 社会交际能力

衡量一个人是否适合从事产品促销工作的条件之一，就是看他是否具备较强的交际能力。从某种意义上说，促销人员是企业的“外交家”，需要与

各种类型的顾客打交道。这就要求促销人员具备与各类顾客交往的能力，即善于与他人建立联系、互相沟通、赢得信任以及处理各种矛盾的能力。促销人员应当能在各种场合应付自如、圆满周到。

（二）语言表达能力

良好的语言表达能力是一名合格促销人员的重要条件之一。在促销过程中，为了达到销售产品的目的，促销人员要回答顾客的各种提问，向顾客介绍、宣传本企业的产品，与顾客洽谈业务，乃至达成交易后向顾客表示谢意，这些都需要用语言来恰当地表达。

（三）技术维修能力

促销人员在促销高科技产品，比如电脑、智能化电器等产品时，仅依靠语言说服还不足以使顾客购买产品，还必须向顾客示范产品的使用方法，教会顾客如何正确地使用产品，只有这样才能使顾客领略到产品效用的美妙之处，从而产生购买欲望。

促销人员还应具有一定的维修产品的技能，以便随时向顾客提供维修服务，因为有的顾客不会使用产品，有时因操作不当而使产品出现故障，这些都需要促销人员及时予以解决。如果促销人员具有熟练的维修技能，随时可以解决问题，就能够缩短与顾客之间的距离，赢得顾客的信任，为达成交易奠定基础。

三、专业知识要求

（一）市场知识

促销是一种经济行为，促销创意必须接受市场的检验。因此，促销人员必须掌握市场经济的基本知识，了解宏观市场的基本走向和微观市场的分布状况。另外，还应了解并掌握市场营销的基本理论。这样，促销人员才能树立现代营销理念，通过营销环境分析并发现销售机会。

（二）产品知识

促销人员要对企业有足够的认识，熟悉企业的发展历史、经营范围、经营宗旨、经营方针、在同行业中的地位、企业的规模、企业的规章制度、企业的销售政策、定价策略、交货方式、付款条件、服务项目及优惠政策等有关销售的基本知识；同时，促销人员还应该掌握基本的产品知识，应该熟悉产品性能、用途、用法、特点、价格、特色、使用方法、维修方法、管理程序、竞争产品（包括替代品及同行业的产品）、本产品的寿命周期、本产品的优点与缺点等。