

普华
经营

正略钧策
管理丛书

王牌导购员速成系列

周德亮 编著

珠宝首饰导购员 快速培训教程



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

珠宝首饰导购员 快速培训教程



在珠宝饰品流行趋势不断变化的今天，珠宝首饰导购员面临的压力越来越大。要成为一名顶尖的珠宝首饰导购员，仅仅凭激情和努力是远远不够的，还需要知识和技巧。请试着回答以下的问题：

- ① 你掌握珠宝首饰的展示技巧吗？
- ② 你熟悉珠宝首饰的象征意义吗？
- ③ 你掌握珠宝首饰的分类方法吗？
- ④ 你掌握珠宝首饰的搭配知识吗？
- ⑤ 你掌握珠宝首饰的推介方法吗？
- ⑥ 你掌握成功促成销售的技巧吗？
- ⑦ 你掌握珠宝首饰的陈列技巧吗？

如果对于上述问题，你还不能给自己一个圆满的答案，那么看看这本快速培训教程吧！它将带给你一次不平凡的体验！细细品味书中的一招一式，你会惊喜地发现：**成功原来如此简单！**



北京普华文化发展有限公司

分类建议：销售/员工培训

人民邮电出版社网址 www.ptpress.com.cn

ISBN 978-7-115-16180-2



9 787115 161802 >

ISBN 978-7-115-16180-2/F

定价：20.00元

正略钧策
管理丛书

王牌导购员速成系列

珠宝首饰导购员 快速培训教程

周德亮 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

珠宝首饰导购员快速培训教程 / 周德亮编著. —北京: 人民邮电出版社, 2007. 7
(王牌导购员速成系列)
ISBN 978-7-115-16180-2

I. 珠… II. 周… III. ①宝石—专业商店—商业服务—技术培训—教材
②首饰—专业商店—商业服务—技术培训—教材 IV. F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 062689 号

内 容 提 要

本书讲述了成为一名优秀的珠宝首饰导购员所必需的种种“学问”: 珠宝首饰业的相关信息, 珠宝首饰的基础知识, 珠宝首饰的象征意义, 如何搭配珠宝首饰, 如何清洁与保养珠宝首饰, 如何识别与鉴定珠宝首饰, 如何验收、盘点和存储珠宝首饰, 如何塑造良好的珠宝首饰导购员的自我形象, 如何提高珠宝首饰导购员的自身素质, 珠宝首饰的陈列技巧, 如何做好珠宝首饰导购员的自我管理, 如何做好接待接待顾客工作, 珠宝首饰的销售技巧, 如何做好顾客投诉的处理工作, 如何建立和管理顾客档案等。全书文字简洁、内容由浅入深, 可作为珠宝首饰导购员快速上岗的工作手册。

本书适合珠宝首饰导购员、有志于成为珠宝首饰导购员的人士及珠宝首饰行业培训人员阅读。

王牌导购员速成系列 珠宝首饰导购员快速培训教程

-
- ◆ 编 著 周德亮
责任编辑 罗莉莎
 - ◆ 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
新华书店总店北京发行所经销
 - ◆ 开本: 700 × 1000 1/16
印张: 11 2007 年 7 月第 1 版
字数: 96 千字 2007 年 7 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-16180-2/F

定 价: 20.00 元

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



前言



导购员第一次走上工作岗位,往往会感到茫然无措,面对陌生的环境以及毫无头绪的工作,通常会不知道从何下手……要改变这种状态,导购员需要对自己将要着手的工作有一个全面而清晰的认识,并要能把握顾客的心理,掌握商品的销售技巧。

我国已成为世界上少数几个珠宝首饰年消费额超过 100 亿美元的国家之一。专家预计在未来几年里,我国的珠宝首饰产业将以年增长率大于 15% 的速度继续持续增长,到 2010 年,我国将有望成为全球珠宝首饰饰品的贸易中心。

与此同时,国内潜在的珠宝首饰消费市场正越来越受到国外厂商的重视,国内珠宝首饰消费已在向崇尚个性化和时尚化的方向转变。珠宝首饰品生产企业已经从 20 多年前的几十家发展到现在的 3000 多家,珠宝首饰销售企业从最初不过几百家发展到现在的 2 万多家,珠宝首饰品的销售额从 20 年前的每年 1.6 亿元发展到现在的每年近 1000 亿元。尤其是近年来,国内珠宝首饰销量的增长每年持续保持在 10% 以上。这些数据说明,我国的珠宝首饰品消费市场潜力巨大。

从某种程度上讲,珠宝首饰导购员引领着珠宝首饰的消费潮流,她们对珠宝首饰商品设计思想和艺术风格的介绍和解释直接影响着消费者的购买行为,从而也影响着商品的流行趋势。要当好一名珠宝首饰导购员,除了需要具备一般销售人员的素质和技能外,还应该把握珠宝首饰这一特殊时尚商品的特点,掌握珠宝首饰知识,注意细

节,把握销售良机。

本书讲述了成为一名优秀的珠宝首饰导购员所必需的种种“学问”:珠宝首饰业的相关信息,珠宝首饰的基础知识,珠宝首饰的象征意义,如何搭配珠宝首饰,如何清洁与保养珠宝首饰,如何识别与鉴定珠宝首饰,如何验收、盘点和存储珠宝首饰,如何塑造良好的珠宝首饰导购员的自我形象,如何提高珠宝首饰导购员的自身素质,珠宝首饰的陈列技巧,如何做好珠宝首饰导购员的自我管理,如何做好接近接待顾客工作,珠宝首饰的销售技巧,如何做好顾客投诉的处理工作,如何建立和管理顾客档案等。全书语言简洁,内容由浅入深,可作为珠宝首饰导购员快速上岗的工作手册。

具体而言,本书具有如下特点。

1. 简明扼要,直奔中心,更简练,更精确。
2. 浅显易懂,针对相关的读者群,摒弃高深的理论,提供实际操作的技能技巧。
3. 由浅入深,内容循序渐进,按部就班,点、线、面三者结合,如能熟练掌握和运用,必可增强销售能力,提升销售业绩。
4. 注重速成,重点突出,条理清楚,是实现销售能力大幅度提升的好教程。

本书能顺利成稿,离不开麦惠群、潘正林、陈金龙、李善良、戴启雄、张汉统、胡锡燕、莫小琼、黄菊、郑菊玉、曾尉明、周义花、高全发、高丽琴、邢春梅等人的辛勤工作,在此表示衷心感谢!

编 者

2007年5月

CONTENTS

目 录



第一章 了解珠宝首饰业的相关信息	1
一、我国珠宝首饰业的 7 个发展优势	1
二、我国珠宝首饰业的 6 个发展现状	2
三、我国珠宝首饰品的 4 个发展走向	4
四、珠宝首饰品的 4 种主要销售形式	5
五、最典型的 3 种珠宝首饰设计风格	6
第二章 掌握珠宝首饰的基础知识	9
一、宝石的 4 种分类方法	9
二、宝石的 16 个基本特性	10
三、珠宝首饰的 12 种分类方法	12
四、珠宝首饰销售的 8 个相关知识	13
五、珠宝首饰计量的 4 个相关知识	15
六、世界上钻石资源最丰富的 5 个国家	17
第三章 熟悉珠宝首饰的象征意义	19
一、6 种常见珠宝首饰的含义	19
二、12 个月份与珠宝玉石的联系	21
三、12 个星座与宝石的联系	22
四、18 种宝石与结婚纪念的关系	25

五、10 种宝石颜色与性格的关系	26
------------------------	----

第四章 掌握珠宝首饰的搭配知识

一、珠宝首饰与脸型搭配的 6 个原则	27
二、珠宝首饰与肤色搭配的 6 种方法	28
三、珠宝首饰与体型搭配的 9 个知识	29
四、珠宝首饰与发型搭配的 3 个知识	31
五、珠宝首饰与手型、脚型搭配的 11 个诀窍	31
六、珠宝首饰与气质搭配的 4 种方法	32
七、珠宝首饰与年龄搭配的 3 个知识	33
八、根据服装搭配首饰的 6 个诀窍	33
九、不可忽视的珠宝首饰的 3 种协调美	34
十、珠宝首饰与季节的 4 种协调美	35

第五章 清洁与保养珠宝首饰

一、钻石首饰清洁和保养的 14 个要点	37
二、红、蓝宝石清洁和保养的 4 个要点	39
三、黄金首饰清洁和保养的 6 个要点	40
四、K 白金首饰清洁和保养的 7 个要点	41
五、白金首饰清洁和保养的 7 个要点	42
六、银首饰清洁和保养的 11 个要点	43
七、珍珠首饰清洁和保养的 16 个要点	44
八、琥珀首饰清洁和保养的 8 个要点	46
九、翡翠首饰清洁和保养的 8 个要点	47
十、玉石首饰清洁和保养的 9 个要点	48

第六章 掌握珠宝首饰的识别与鉴定知识	51
一、正确鉴定珠宝的 9 个要素	51
二、识别与鉴定钻石的 17 个要点	53
三、识别、鉴定红、蓝宝石的 7 个要点	55
四、识别、鉴定珍珠的 6 个要点	56
五、识别、鉴定金银首饰的 22 个常识	58
六、识别、鉴定珍珠首饰的 14 种方法	61
七、识别、鉴定翡翠玉石首饰的 16 个要领	63
八、识别、鉴定水晶首饰的 14 种方法	65
九、识别、鉴定祖母绿首饰的 5 个要点	67
十、识别、鉴定玛瑙首饰的 3 种方法	67
 第七章 验收、盘点和存储珠宝首饰	69
一、与盘点相关的 13 个名词解释	69
二、盘点珠宝首饰的 6 个步骤	70
三、盘点珠宝首饰的 14 个注意事项	71
四、储存珠宝首饰的 11 个关键点	73
 第八章 塑造良好的自我形象	75
一、服务仪容的 12 个规范要求	75
二、服务仪表的 20 个规范要求	77
三、站姿的 9 个规范要求	78
四、坐姿的 14 个规范要求	80
五、行姿的 4 个规范要求	81
六、手势的 5 个规范要求	82
七、运用礼貌用语的 7 个原则	83
八、销售中常用的 8 种礼貌用语	84



九、必须掌握的 4 个化妆原则	85
十、用好表情“语言”的 6 个要点	85
十一、应避免的 18 种服务禁忌语	86

第九章 修炼良好的自身素质

一、应坚守的 5 个职业修养	89
二、应注意的 12 种团队精神	90
三、应重视的 6 种心理素质	90
四、应胜任的 5 个角色	91
五、应熟知的 7 个销售知识	92
六、提升业务能力的 14 种方法	93

第十章 掌握珠宝首饰的陈列技巧

一、珠宝首饰陈列的 9 个原则	95
二、陈列时搭配色彩的 12 个要诀	96
三、陈列珠宝首饰的 8 种常用方法	97
四、运用 POP 广告的 9 个注意事项	98
五、增强珠宝首饰动感的 4 种办法	99
六、合理陈列珠宝首饰的 8 个要点	100
七、有利于珠宝首饰销售的 2 种辅助手段	100

第十一章 做好自我管理工作

一、要牢记的 8 个目标管理内容	103
二、有关时间管理的 16 个事项	104
三、进行工作检讨的 16 个要点	105
四、需训练的 15 个自我完善法	106
五、导购员自我激励的 17 种方法	108

第十二章 做好接近、接待顾客工作	111
一、保持良好营业环境的 8 个重点	111
二、正确操作放大镜的 6 个要求	112
三、正确操作热导仪的 8 个原则	113
四、巧妙使用宣传手册的 4 种方法	114
五、等待销售时机时的 10 个要领	114
六、招待不同顾客的 19 个法则	115
七、需了解的 12 种顾客购买动机	118
八、接近顾客的 5 个最佳时机	120
九、接近顾客的 3 种常用方法	122
十、有效接近顾客的 6 个技巧	123
十一、导购员察言观色的 4 种有力武器	124
十二、导购员必须牢记的 8 个接待原则	124
第十三章 掌握珠宝首饰的销售技巧	127
一、选择与佩戴珠宝的 7 个消费需求	127
二、影响顾客选购珠宝首饰的 4 个因素	128
三、珠宝首饰的 14 个展示要诀	129
四、推介珠宝首饰的 8 种方法	131
五、正确对待顾客异议的 4 种态度	132
六、说服顾客购买钻石的 9 个理由	133
七、需掌握的 25 个翡翠推介要点	135
八、需掌握的 26 个珍珠销售要点	138
九、顾客异议类型的 7 个内容	141
十、妥善处理异议的 5 种方法	142
十一、有效预防异议的 13 个要点	144

十二、激发顾客购买欲望的 6 种方法	145
十三、辨识成熟销售时机的 18 个技巧	146
十四、成功促成销售的 12 种方法	147
十五、包装珠宝首饰的 6 个要点	149
十六、做好顾客跟踪服务的 10 个步骤	150

第十四章 做好顾客投诉的处理工作

一、要了解顾客投诉的 11 个原因	153
二、顾客投诉的 7 种心态和后果	154
三、妥善处理顾客投诉的 9 个原则	155
四、处理顾客投诉的 12 种有效策略	156
五、投诉未得到正确处理的 11 种后果	157
六、处理顾客投诉时的 7 个注意事项	158

第十五章 建立和管理顾客档案

一、建立顾客档案的 5 个目的	159
二、顾客档案中必备的 3 个内容	160
三、获得顾客信息的 3 个渠道	160
四、管理与维护顾客信息的 4 个步骤	161
五、建立顾客档案的 8 种用途	161



第一章 了解珠宝首饰业的相关信息

珠宝首饰导购员对珠宝首饰设计思想和艺术风格的介绍和解释直接影响着消费者的购买行为,影响着珠宝首饰的流行趋势。从某种程度上说,珠宝首饰导购员是引领珠宝首饰潮流的人。在日常工作中,珠宝首饰导购员应牢牢掌握人们对珠宝首饰的需求方向 and 世界珠宝首饰的流行趋势,引导人们树立正确的珠宝首饰消费观念。

一、我国珠宝首饰业的 7 个发展优势

1. 在珠宝镶嵌加工方面,经过十多年的发展,我国已经具备了成为世界珠宝加工中心的能力和基础。据统计,我国有 200 多个加工厂常年为国外加工首饰,年产值达 30 多亿美元。

2. 我国淡水珍珠年产量达 600 吨,占世界总产量的 90% 以上,珍珠质量正在逐年提高。今后,我国珍珠业的主要任务是在养殖原珠的同时,培养自己的深加工能力和建立完整的产业链。

3. 以广西梧州为代表的中国人造宝石切磨加工中心的形成,使世界人造宝石加工、生产重点转移到了中国。



4. 我国钻石加工能力和加工水平已经达到国际水准。年加工量达 300 万克拉,从业人员达 18000 人。只要政策疏导得好,钻石加工业可解决几万人的就业问题,发展潜力巨大。我国很有可能成为世界的钻石加工中心。

5. 我国的石雕、玉雕业独具特色,是一个具有浓郁文化内涵的行业,目前该行业从业人员有 40 多万人。拿翡翠来说,翡翠产自缅甸,但市场却在中国。从数量上来看,80% 的翡翠在我国内地加工销售;从市场上来看,自亚洲金融危机后,我国正逐渐成为主要的高档翡翠市场之一。

6. 改革开放后,我国利用地方资源优势、传统工艺优势和区位优势,陆续形成了一批以珠宝玉石为主的资源开发基地、首饰加工基地和贸易中心,形成了以深圳、番禺、东莞、梧州、昌乐、镇平、诸暨、东海、福州、青田、岫岩等 20 多个城镇为代表的珠宝玉石资源基地。

7. 进入 21 世纪后,我国经济仍保持着强劲的发展势头,居民收入增长迅速,每年居民的银行存款总额都增长过万亿人民币,居民购买珠宝首饰的经济能力更加强劲。在这一时期,我国的珠宝首饰业必定还会保持一定的发展速度,但数量的增长将让位于质量的提高,只有提升产品质量和企业的营销技巧,才能增加企业的竞争实力。

二、我国珠宝首饰业的 6 个发展现状

20 世纪 90 年代后,由于产业发展环境的不断改善,我国珠宝首饰业获得了前所未有的发展机遇,并保持着健康、持续、稳定的良好发展态势。

1. 政策的大力支持。为了发展珠宝首饰行业,我国政府先后出台了不少有利于该行业发展的政策措施。例如,(1)关税方面,总平均关税从2001年12月的15.3%下调到2004年的10%左右;(2)税收方面,对进口钻石、进口黄金、进口铂金等的税收政策做了一系列的调整。这些政策的制定,不仅是为了兑现我国政府对世界贸易组织和上海 APEC (亚太经济合作组织) 会议的承诺,更是为了使我国珠宝首饰企业能更好地参与国际竞争,提高竞争实力提供重要的保障。

2. 逐步规范的标准管理。我国政府一直在努力发展和规范珠宝首饰市场。国家相继制定了一系列的标准和规定,如《珠宝玉石名称》、《珠宝玉石鉴定》、《钻石分级》、《珍珠分级》及《金银饰品标识管理规定》、《首饰贵金属纯度的规定及命名方法》等。各省市也根据本地区的具体情况制定了许多办法和标准。这些行为准则为规范珠宝首饰市场和我国珠宝首饰业参与国际竞争奠定了良好的基础。



3. 市场潜力有待挖掘。国内巨大的消费市场为推动珠宝首饰业的腾飞奠定了基础。据统计,我国各种珠宝首饰的年营业额已超过1000亿人民币,成为世界上年销售珠宝超过1000亿人民币的少数国家之一,并且每年以高于10%的速度在继续增长。我国每年约有1000万对新人结婚,婚庆消费总额达2500亿元人民币,只要其中的10%用于珠宝消费,那全年就是250亿元人民币以上。同时旅游资源所带来的国际游客的珠宝消费,每年也在100亿元以上。正因为如此,许多国外的珠宝商纷纷将目光投向中国,洋品牌已逐渐进入中国市场。

4. 发展迅速,但同质化严重。我国珠宝首饰业发展快是因为珠宝首饰业初期的利润高。千军万马进入珠宝首饰业,一方面对珠

宝首饰业的发展是一个大的促进,大的普及;但另一方面,千店一面,没有区别,没有特点。品牌之间、企业之间没有太大的差别,缺少品牌定位的差异性和企业定位的差异性。所以总的来说,我国珠宝首饰业发展快,但缺乏特点和特色,同质化趋势严重。



5. 制造水平有待提高。在选料、加工、设计等方面,我国的技术人员还需要积累更多的经验和制作技巧,还需要不断地提高自己的设计和制作能力。在学习国外技术、工艺、设计的同时,技术人员还应学会挖掘本民族的特色,生产出具有民族特色的产品、艺术品、高档珠宝消费品。

6. 市场竞争还处于低层次的价格竞争阶段。乱打折,个别产品以次充好、以假充真等现象时有发生,这极大地损害了珠宝首饰业的行业形象,制约了行业的整体发展。行业自律任重而道远。

三、我国珠宝首饰品的4个发展走向

随着国民经济的持续快速增长以及人们物质文化生活水平的不断提高,未来3~5年内,珠宝首饰品行业的消费必将更加大跨步地向前发展。同时,随着社会的发展,人们消费观念的变化和创业意识的增强,更多的人将不再把钱存在银行里,而是以钱生钱,将有限的资金投入到有升值空间的珠宝首饰上去,通过奋斗实现资金的无限回报,这些必将为珠宝首饰行业带来大量的代理商和加盟经销商等渠道新生力量。

目前,珠宝首饰品的基本发展走向具体可总结为如下几点。

1. 扩展化。由以往的首饰发展到手饰、脚饰、胸饰、包饰、

车饰、台饰、床饰和房饰，人们开始追求生活中的各个方面都搭配一致。

2. 可爱化和小巧化。受日、韩和美国卡通文化的影响，在珠宝首饰品中，小巧可爱的卡通形象随处可见，也大受欢迎。



3. 日常化。节日和个人纪念日重要性的上升，人际关系符号化的发展使珠宝首饰品的需求数量和购买频率大幅上升。主要表现在由星座、情侣为符号的珠宝首饰品的热销。

4. 低端珠宝首饰品的发展。从材料、样式到渠道，珠宝首饰品的平民化趋势和大众化倾向非常突出。

四、珠宝首饰品的4种主要销售形式

1. 饰品专区。国外的一些大型跨国公司非常看好我国的饰品市场，国内一些大企业也非常重视品牌营销。近几年来，一些大型卖场都专门推出了饰品专区。珠宝首饰专营以及商场柜台是珠宝首饰的两大主要销售渠道。

2. 如鲜花店、礼品店形式的店面。在中小城市，由于受收入水平等方面的限制，目前仍然保留着如鲜花店、礼品店形式的店面为主的销售模式，其产品一般都是较普通的饰品，产品的档次偏低。不过，近年来这些地区也逐步朝着饰品专区的销售模式转变了。

3. 品牌专营连锁。品牌专营连锁具有极强的规模化经营优势。2005年，韩国饰品品牌登陆中国，其巨大

