

金牌店员 必修课

导购员的完美修炼

马福存 编著



作为导购员,主要的工作就是向顾客介绍商品,说服顾客购买,本书即是教导导购员如何塑造完美的导购形象和修炼“金口玉言”,把握不同类型的顾客,以商品为中心进行导购,处理导购工作中的“不完美”,从而为顾客提供最完美的服务。

店员手册

金牌店员 必修课

 导购员的完美修炼 

马福存 编著

中国宇航出版社

· 北京 ·

版权所有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

金牌店员必修课: 导购员的完美修炼 / 马福存编著.
—北京: 中国宇航出版社, 2007.4
(店员手册)

ISBN 978-7-80218-238-7

I. 金… II. 马… III. 商店—商业服务 IV. F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 043882 号

责任编辑 卢 珊

封面设计 谭卫华

出 版 社 中国宇航出版社

社 址 北京市阜成路 8 号 邮 编 100830
(010) 68768548

网 址 www.caphbook.com/www.caphbook.com.cn

经 销 新华书店

发行部 (010) 68371900 (010) 88530478 (传真)
(010) 68768541 (010) 68767294 (传真)

零销店 读者服务部 北京宇航文苑
(010) 68371105 (010) 62529336

承 印 北京智力达印刷有限公司

版 次 2007 年 5 月第 1 版 2007 年 5 月第 1 次印刷

规 格 787 × 960 开 本 1/16

印 张 8.75 字 数 120 千字

书 号 ISBN 978-7-80218-238-7

定 价 74.00 元 (全书共 4 册)

本书如有印装质量问题, 可与发行部联系调换

前言

近年来，我国的零售业发展得很快，那些遍布于各类城市的零售卖场不仅数量众多，形式上也从大型零售商店垄断市场的结构，转向以大型零售商店、各类连锁商店、超级市场、仓储商店等零售商业形式组成的多元化经营结构。但另一方面，商店的经营方式和内容却逐渐趋同化，原本依赖铺天盖地的宣传攻势“一招鲜吃遍天下”的操作方式，已经远不能适应目前的市场环境。越来越多的商店也开始重视渠道的力量，作为销售渠道的末端——终端也成为各个商家的必争之地，一时间“终端为王”、“决胜终端”等理念被一些企业接受并付诸实践。

终端作为“销售的最后一公里”，重要性不言而喻，而店长、营业员、导购员和收银员作为终端销售的“临门一脚”也越来越被企业所重视。一个高效的店长能够使商店变得寸土寸金，使每一份空间都能带来最高的效益，也只有这样的店长才能做好人员、商品、财务、信息的管理，保证门店能够长盛不衰。而营业员、导购员和收银员则是距离顾客最近的人，能否引来顾客关键在营业员，能否用商品打动顾客达到交易关键在导购员，而能否管理好营业收入，让顾客满意地离开则要看伶俐的收银员，只有他们的出色工作才能使顾客盈门，只有他们的通力协作才能让商店日益兴旺，最终制胜终端。

本丛书专门针对店长、营业员、导购员、收银员这四种基础岗位而设计，是已在或正要进入零售业工作的相关从业人员的工作指南和迅速提升自身业务技能、历练个人素质的工具，另一方面，这套工具也是企业对员工进行培训的最佳教程，在它的正确指引下，企业的员工会迅速地成长起来。

《店长的全面修炼》从店长的自我认知开始，先介绍了店长的基本职责、工作内容，毕竟要做到高效先得从最基本的做起。然后分别从准备工作、卖场规划、商品管理、员工管理、顾客管理、营销管理、财务管理、信息管理等几个方面介绍店长如何才能在这些方面做到高效能，其中实用的方法、技巧十分值得借鉴。这几个方面基本上涵盖了店面管理的各项内容，如果一名店长能够在这些方面做得到高效管理，就一定能够使自己的店面高效运转，而高效能的结果自然就是高利润。

《营业员的强化修炼》是专门为在各种门店中工作的营业员而写的。营业员不同于其他的岗位，营业员要做的工作内容较多，既要为顾客提供咨询服

金牌店员必修课.....

务，又要照顾好自己的商品货架，有的还要为顾客开票收款。因此，营业员是个要求更加全面的岗位，营业员要具备各种必要的素质。而本分册就是对营业员各种能力素质的强化训练，既详细介绍了零售业、商品、服务知识，又重在为营业员提升自己的个人能力、商品推介技巧、卖场布置方法提供可行的参照技巧、方法，使营业员可以依书行事，按方法训练，真正把自己训练成为一个金牌营业员。

《导购员的完美修炼》是针对商店中的导购员。作为导购员他们的主要工作就是向顾客介绍商品，说服顾客购买，本分册也正是以此为中心来展开。首先教导导购员如何塑造完美的导购员形象和修炼“金口玉言”，其次把握不同类型的顾客，以商品为中心进行导购，还有如何处理导购中的“不完美”，从而为顾客提供最完美的服务。

《收银员的精彩修炼》详细介绍了作为收银员的工作职责、收银程序，对收银员顺利开展工作有很重要的指导意义。职场看台例子作为每节的开始使知识的介绍更加生动、形象，更利于收银员去理解，关键之处的小贴士作为点睛之笔提醒收银员应当注意的事项。不同岗位收银工作的介绍，可以使在不同岗位上的收银员更好地对号入座，改进工作。最后，由于收银员岗位的特殊性，收银员了解必要的相关法律知识，可以避免自己走向违法或犯罪的道路。

本丛书针对当前专业化销售管理发展的趋势，具有良好的规范性、系统性、实用性和前瞻性。本丛书的四个分册各具特色，针对性强，其可操作性使你受益匪浅，能力迅速提升。它将使你成为一个优秀的人才，在零售业中打拼出一番自己的天地。本丛书是商店经营者培训员工、组建工作团队、实现销售目标的实用培训书籍，并且它也可以使新入行的员工迅速进入角色、适应本职工作要求，可以使已经工作多年的人进一步提高自身的专业素质和工作能力，表现得更为出色。

编 者

2007年4月

目 录

第一章 完美，从“认识自己”开始	1
☆ 导购员的角色认知与扮演要求	1
☆ 导购员需要负责哪些工作	3
☆ 完美导购员的能力素质要求	5
☆ 完美导购员的全能心态修炼	9
☆ 自我激励，成就完美	12
第二章 不以规矩，难成“导购员”	15
☆ 遵守导购员的职业操守	15
☆ 仪容修饰不可小视	16
☆ 着装与饰物：规范中的完美无缺	18
☆ 导购员语言：完美的真功夫	19
☆ 哪些话一定不能说	22
☆ 如何修炼出一口“金玉良言”	24
☆ 肢体语言的完美应用	28
第三章 通识不同类型的顾客	33
☆ 把准顾客的心理脉动	33
☆ 辩证地应对顾客千差万别的个性	37
☆ 区别不同性别消费者的消费风格	39
☆ 年龄：心理、生理上的不同阶段要细分	43
第四章 以商品为媒介的导购服务	46
☆ 对商品了如指掌	46
☆ 提炼卖点，吸引顾客	48
☆ 挖掘顾客的需求	52
☆ 激发顾客的购买欲望	54
☆ 识别顾客的购买信号	57
☆ 导购员的常规技巧示范	58
☆ 交易完成后的“着重号”	63
☆ 顾问型导购员：为顾客打如意算盘	64
☆ 完美导购员“倒着做”	66

金牌店员必修课.....

☆ 选好诱饵钓到团购的“大鱼”	70
☆ 顾客资源的拓展与维护	73
第五章 巧对顾客服务中的“不完美”	76
☆ 顾客的异议从何而来	76
☆ 辨清真假异议	79
☆ 把握异议的多种形态	80
☆ 把顾客的异议化为完美的导购员	83
☆ 不让顾客把异议说出口	89
☆ 了解顾客的抱怨	91
☆ 巧妙地处理顾客的抱怨	93
☆ 防怨于未怨	96
☆ 变投诉者为拥护者	98
☆ 正确地面对顾客退换货	100
第六章 收放自如管好你的商品	103
☆ 商品陈列的五大黄金原则	103
☆ 陈列类型知多少	106
☆ 陈列绝招大盘点	108
☆ 盘点作业要精细	111
☆ 损耗控制要严格	114
☆ 防止偷盗，杜绝“免费的午餐”	116
☆ 沉着冷静防抢劫	119
☆ 处乱不惊，应对火灾事故	121
附录：导购员管理范本	125



第一章 完美,从“认识自己”开始

早在2000多年以前,古希腊人就把“认识你自己”作为铭文刻在德尔裴神庙上。一个人如果能够认识自己、接纳自己,对自己有合理的期望,他的一生就会快乐、充实而有意义。一个人如果缺乏自我认识,就会产生一种角色混淆的感觉,他会不知道自己是谁,当与人相处时会感到困难,生活缺乏动力,他的潜能也很难得到有效的发挥。同样,做一名精彩的导购员需要对自身很明了。老子在《道德经》中说道:“知人者智,自知者明。”让完美的导购员修炼从“认识自己”开始吧!

☆ 导购员的角色认知与扮演要求

导购员是一个什么样的职业?对此众说纷纭,莫衷一是。

“店里卖衣服的就是导购员!”

“说的好听点叫导购员,其实就是服务员嘛!”

……

这些说法都难免片面,现在让我们从头认识导购员。

导购从书面解释即为“引导采购”,也就是引导顾客促成购买的过程,即消费者进入店内往往存有疑虑,阻碍着购买行为的实现,而导购是解除消费者心理的种种疑虑,帮助消费者实现购买。这是导购员最基本的职责,也是众商家聘用导购员后所发挥出的最常见功能。实际上,导购员的身份远远不仅止于营业员,他们还是商店品牌的代言人、信息使者、顾客的顾问等等。

一、导购员的角色认知

首先,对导购员的身份认定上,导购员不只是销售员,而是品牌代言人。导购员面对面地直接与顾客沟通,他们的一举一动、一言一行在顾客的眼中就代表着商店(品牌)的形象。

这包括两个角度:第一个角度是商店,也就是说商店对导购员的定位,应该将导购员纳入品牌的一部分,最主要的一点就是培养导购员的品牌归属感;第二个角度是导购员自己,在自己角色的认定上,不仅仅是销售产品,而是在

推广品牌、推广理念与文化。

商店角度的实现，是从商店与个人愿景策划、人力资源储建出发的，要防止导购员有“导购员仅仅是为了获取经验与赚工资”的想法，而是让导购员看到导购员背后的一条职业规划道路，比如说导购员由于在专卖店陈列有特长，可以培养成商店自己的陈列师，用于指导所属专卖店的陈列，也可以根据其他特长储备成商店的店长、督导、市场开拓人员等各方面人才，并根据对他们的定位实施有目的的培训。有了较为理想的职业规划，可以从思想上杜绝导购员“打一枪换一个地方”，以求得导购员与商店的共同发展。除此之外，商店对导购员的培养是系统化的，例如品牌理念、产品知识、服务、信息、礼仪与销售技巧、管理等等。对于导购员自己来说，不再是狭隘地认为导购员只是作为自己求职生涯中的过渡，看到的不仅是现在，还有将来。在销售时，自己的角色就是一个品牌代言人，可以将品牌的信息传递给消费者。

在这一实际操作中，导购员身上有双重身份：一是尽量把自己的品牌推广出去，达成销售目标，这是营业员；二是了解市场信息，包括顾客的实际需求、顾客对品牌的评价建议、顾客心目中的竞争品牌情况等，这是市场调研员。

其次，导购员是商店（品牌）与消费者之间的信息使者，一方面把品牌的信息传递给消费者，另一方面又将消费者的意见、建议和希望等消息传达给商店，以便更好地服务于消费者。产品很重要，但我们认为，导购员比产品更重要。因为产品不能和客户沟通，只有导购员可以与客户之间建立良好的沟通关系，把商店的信息完整、准确地传达出去。

另外，导购员还是顾客的顾问和服务大使，每一位导购员必须对商品的特征、使用方法、服务、品牌价值等方面了如指掌，才能对顾客提出较好的建议，这便是所谓的顾问式销售。在当今竞争日益激烈的情况下，导购员一系列微小良好的服务，就会使顾客感动，从而征服每一位顾客。

二、如何演好导购员的角色

导购员的多重身份，足以显示导购员的角色重要性。那么，如何去扮演好这一角色呢？

1. 充分理解商店的理念与文化

充分理解商店的理念与文化，将自己融入到文化中去，而不是作为旁观者自说自话。每个品牌都有自己独特的文化，例如可口可乐象征着“美国精神”，太子龙品牌透析出“自信自然出色”。只有把握了品牌文化，在推广时才能真正将文化推广出去，而不只是把商品卖出去。

2. 保持良好的心态

态度决定一切，保持良好的心态可以保证高昂的战斗力和导购员的工作是具有较大挑战性的，每天都要面对不同类型的客户，保持一个良好的心态，服务才会好起来，良好的品牌形象也就传递出去了。

3. 真诚地对待服务

售前、售中服务想必各品牌都能做得无可挑剔，而关键在于售后服务。真正能留给消费者长久印象的是售后服务，比如消费者在买了衣服之后某天，突然收到一张生日卡片与一份生日礼物，肯定是惊喜万分了，品牌形象也就印在脑海里了。当然，无论是售前、售中还是售后服务，都必须真诚对待，要重视内容而不仅是形式。

4. 培养市场敏感性

消费者对产品或活动的评价是多方面、且均以自己的某利益点提出的，当这种现象不是孤立存在，而是普遍存在的时候，就证明是商店本身存在缺陷，商店需要根据导购员所提供的信息迅速弥补。

5. 善于把握消费者的心理

消费者所传递的信息跟消费者本身的动机很有关系，有为享受更大优惠而推托竞争品牌好的，有真正发现品牌某些方面不适合自己的，凡此种种，都需要导购员去把握。而为了把消费者吸引到卖场，更是要对消费者的心理进行分析，从而在卖场货品筹备、氛围布置、活动操作上吸引消费者。

总而言之，市场作为商店品牌展示与推广的一块天地，品牌与导购员是互动的，导购员主观能动性的发挥直接影响到品牌建设，甚至是品牌竞争的优劣，一个商店拥有成功的品牌与拥有成功的导购员是分不开的。

☆ 导购员需要负责哪些工作

既然有自己的岗位和职责，就要把自己的工作负责好，就要“在其位，谋其政”。一个商店有不同的岗位，不同岗位的人如果能认清自己的岗位职责，完成自己的职责，商店自然能够健康发展。那么，导购员的工作有哪些呢？

一、导购员的工作内容

1. 营业前

待机，所谓待机，就是商店已经营业顾客还没有上门或暂时没有顾客光临之前，导购员边作销售准备，边等待接触顾客的机会。

①正确的待机姿势：将双手自然下垂，轻松交叉于身前，两脚微分，平踩在地面上，身体挺直，朝前，站立的姿势不但要使自己不容易感觉疲劳，而且

还必须使顾客看起来顺眼。

②正确的待机位置：站在能够照顾到自己负责的商品区域，并容易与顾客做初步接触的位置为宜。

③待机工作：在待机时间内可以检查展区和商品，整理与补充商品。

④时时以顾客为重，一旦有顾客有所求，就应立即放下手中工作，来迎接顾客。

2. 营业时

①巡视负责区域内的货架，了解销售情况。

②根据销售动态及时做好补货上架，做好清理、整洁工作。

③协助顾客挑选商品，回答顾客询问，接受顾客的建议。

④注意卖场内顾客的行为，有礼貌地制止顾客的不良行为。

3. 营业后

①负责打扫区域内卫生。

②检查劳动工具。

③认真填写交接班记录。

④进行当日盘点。

二、导购员的工作职责

导购员的职责主要包括以下几方面。

1. 分析了解顾客的需要，帮助顾客选择

利用自身的商品知识与其他专业知识向顾客提供咨询，充当顾客的消费顾问与参谋。

作为一名导购员，在销售商品时要想着顾客的需要、顾客的利益，而不是单纯地推销商品，不要“为卖出商品而销售”，而要“为顾客而销售”。

2. 提供周到细致的售前、售中、售后服务，提高顾客的满意度

3. 搜集、反馈顾客信息

导购员应当利用自己直接在卖场工作，处于销售第一线，直接和顾客、商品打交道的有利条件，多方面收集并向商店反馈信息，包括市场信息、商品信息、卖场情况等，为商店制订、调整产品组合、定价、服务、促销等营销策略提供参考意见，充当商店的决策参谋。

4. 协助商店做好客情管理

如建立顾客档案，提供使用安装指导，售后回访（包括电话回访），妥善处理顾客抱怨等。

5. 做好报表工作

导购员要填写好销售日报表、月报表、市场信息调查表等，并上交主管。

☆ 完美导购员的能力素质要求

每一项工作都需要从业人员具备一定的基本素质，导购员工作也不例外。导购员应当具备什么样的素质？具备什么样的能力和素质才能成为一名优秀的导购员呢？

一、导购员的基本素质

想成为出色的导购员，拥有全面而专业的素质是成功的关键一步。

1. 业务素质

① 熟练的销售意识

什么是销售意识？美国一位销售专家进行过这样一个试验，他将钱夹搞得破烂不堪，然后穿上笔挺的西服，到大商店买领带。在这些商店里，领带和钱夹在一起销售。销售专家装作不小心将钱包掉在地上，导购员都能主动地帮他将钱包捡起来，但没有一个导购员对这个衣装笔挺但用一个破烂不堪钱包的人说“该换一个钱包了”。由此，这位销售专家得出一个结论，许多销售人员缺乏销售意识。

对导购员而言，销售意识就是导购员要有“我是一个导购员，我要把商品卖给顾客，我一定要把商品卖给顾客”的观念和对销售机会的敏感性。强烈的销售意识能使导购员发现或创造出更多的销售机会。导购员如果抱着顾客买不买无所谓的态度，他就肯定会失去许多销售机会。

强烈的销售意识是导购员对工作、商店、顾客和事业的热情、责任心、勤奋精神和忠诚度的结果。

② 丰富的商品知识

对产品具有丰富的专业知识，是一个优秀的导购员必备的基本条件。一个连自己所卖的产品都不了解的人，如何将他的产品卖给顾客呢？

在某高档时装店，几乎清一色地聘用 30~40 岁的中年妇女做“导购员大姐”。她们衣着简朴、貌不惊人，与豪华的店堂和高档时装相比形成强烈的反差。但该店的生意却十分红火，甚至在其他店卖不动的高档服装，在这里也很畅销。

原因何在呢？

原来该店聘请的都是在服装行业中工作多年的老职工，她们有着丰富的经验，对服装的质地、款式、花色了如指掌，介绍起来如数家珍，能名副其实地为不同顾客“导购”到合适的服装。

她们不仅工作经验丰富，而且大多是精明能干的贤妻良母，有丰富的生活经验，所以善于揣摩顾客的需要。她们热情而实在，能给顾客以亲切和贴近之感，顾客遇到她们保准满意而归。

③诚实守信

商品的推销并不是用花言巧语诱骗消费者，而是诚恳地将商品的好处介绍给消费者，让消费者成为优良服务的受益者，向顾客作出的任何承诺一定要兑现，导购员的这种业务素质也是商店信誉的保证。同时也要保守商店内部商业信息，维护商店利益，严格遵守店铺规章，对于内部销售资料、商业档案、策略方针、营销计划等，绝不向外泄露。

④热情友好的服务

服务创造销售机会，服务能够通过吸引顾客创造销售佳绩。

服务首先是态度问题。美国一位销售专家对顾客服务下了一个定义，“服务指的是一位员工对顾客所表示的谦恭、有效的关心程度。”谦恭、有效的关心，就是对服务态度要求。服务态度包括主动、热情、爱心、帮助等。

⑤积极的敬业精神

导购员作为销售行业的最前沿，直接将商品交与顾客手中，马虎大意或者不负责任的行为都会直接影响到店铺的形象，所以，导购员在工作中必须敬业负责，以高度的敬业精神投入到每一天的工作中。

2. 心理素质

心理素质的好坏决定着人的学习、工作、生活等方方面面，只有努力培养良好的心理素质，才能适应社会的发展。一个具备良好心理素质的导购员，便能够积极、乐观地面对工作中的各种问题。

①有自信，能战胜自己。自信是对自我能力的充分肯定，它是建立在正确的自我认识和评价基础之上的。深入地了解自己，弄清自己的长处与短处，在不断地肯定和发展优秀的一面的同时，从自身弱点出发，不断磨练自己，鼓舞自己，克服弱点所带来的自卑心理，相信自己能够胜任导购工作，相信自己能够与顾客融洽沟通，相信自己能够战胜困难。同时这种信心也会感染顾客，使顾客对你产生信心。但自信不是无根据的盲目自我崇拜，只有拥有健康、积极的自信心理，才能更加出色。

②坚强，勇敢地面对现实。现实不可能总是一帆风顺的，面对一次次挫折和销售中的拒绝，不能情绪低落，畏缩怯懦，而应该敢于面对现实，直面痛处，不断进行反思，勇敢地找到“症结”，并有决心将其清除。

③有宽容平和的心态。在受到顾客的刁难、抱怨时，导购员要做的不是赌

气、怨愤、争吵，而是仍能带着微笑，诚恳地致歉，并理智地为顾客解决问题，而此时由于你的宽容大度和妥当地处理顾客关系，更能拉近你和顾客的关系，甚至顾客也会为你平和的态度而提高对店铺的满意度。

④有良好的审美情操。美是外在与内在的综合体现，导购员在给予顾客外在仪表的满意印象之后，在与顾客的沟通中更多地展现的是内在气质和能力，以内在美打动消费者，使其对于你提供的服务表现真正的满意，这就是服务中美之所在。

⑤有正确的价值观。每个人都渴望被人重视，被人承认其价值，但是在工作中，不可以太突出个人的个性主张，而应该以团队合作为主，不可为曾经的荣誉而目中无人忽视团队，要记住承认不是自来于一部分人，而应该是所有人，而对于个人的提高应该是不断向更高的目标进取。

3. 身体素质

导购员每天的工作都是站立，走动，整理货品，销售商品，从营业前到营业后，这样的工作强度在体力上的消耗是相当大的，这就需要导购员拥有健康的身体、充沛的精力、灵活的头脑与持久的耐力。所以导购员在生活中应该注意增强体质，加强锻炼，睡眠充足，起居有节，注意营养，饮食有度，养成良好的生活习惯和生活规律。

二、导购员的基本能力

导购员的能力不是提升商店业绩的唯一因素，但确是一个重要因素。作为导购员，需要努力提升自己的工作能力，来实现商店和自身的价值。因此，完美的导购员要具备以下基本能力。

1. 高超的销售技巧

优秀的导购员不但要拥有良好的商品知识，还要具备良好的销售技巧，这需要不断地学习和磨练。同时，还要有积极的开拓创新能力，比如发现产品的新卖点，找到介绍商品更好的方法，或有更多创意性的促销方式等。

2. 敏锐的商业洞察力

首先，要注意对商业信息的捕捉，对自己负责销售的商品领域中的商业动态、同类商品的价格比与性能比、品牌的认知程度等要有所了解，有效地抓住相关商业销售的主流和重点。

其次，善于把握服务对象的直观反应，当看到一位顾客，能很快产生一个直观印象，通过对服务对象的外在信息，如年龄、气质、着装等方面的观察，即可大致判断顾客的类型、消费倾向与偏好、档次需求、购买欲望等内在信息，从而为进一步与顾客沟通作好准备。

3. 流畅的表达能力

真挚流畅的表达,能迅速、完整、生动地向顾客提供信息,引起顾客发自内心的好感,激发顾客的购物行为。

流畅的表达能力包括:

①语言表达能力。导购员应掌握好柜台基本用语,并按照文字逻辑性合理、规范地表达出来。如顾客进门,应说:“欢迎您光临。”因手头忙,无法接待某些顾客,应说:“实在对不起,请稍等片刻。”导购员的语言表达必须流畅,音调高低适度,语调中肯恰当。在交谈中,要把握好分寸,尊重顾客的内心感受,避免让顾客产生不悦或与顾客发生冲突。

②表情的传达。表情对表达起着重要的作用。对导购员来说,最重要的表情莫过于微笑。微笑能沟通感情,变生疏为亲密,变隔阂为融洽,变不满为顺心,变恼怒为平和。运用得当的微笑,有着“无声胜有声”的效应。

4. 良好的沟通能力

导购员的工作不仅要与形形色色的顾客打交道,还要保持与上级、同事间的良好关系,有良好的沟通交往能力,处理好人际关系,往往会事半功倍。

5. 灵活的应变能力

导购员每天面对着不同年龄、性别、个性和需求的顾客,身临纷杂多样、时刻变化的服务情境,因此,导购员的服务工作绝不可僵化死板。在遵守工作纪律和原则的基础上,导购员应根据错综复杂的情况,针对顾客的不同特点,采取创造性的服务措施。

一位女顾客要求百货商店退回一条毛料裤,她对商店导购员说:“我绝没有穿过这条裤子,请一定要退换。”

导购员仔细检查了毛料裤,发现许多地方有干洗过的痕迹,要是直截了当地向顾客说出这一点,顾客不会轻易承认且易产生争执,因为她已表示绝对没穿过。

机敏的导购员为避免与顾客发生争执,以平和的口吻说道:“我很想知道是否你们家的某位成员把这件衣服错交到干洗店去了。我记得不久前也发生过一件同样的事情,我把一件刚买的衣服和其他衣服一起堆在沙发上,结果我丈夫没注意,把这件刚买的新衣服和一大堆脏衣服一股脑儿塞进了洗衣机。我怀疑您是否也会遇到这件事情,因为这条裤子的确看得出有被洗过的痕迹。您只将它与别的裤子(商店卖的新裤)一比就清楚了。”

女顾客进行了比较,感到隐瞒不过,于是借着导购员已为她搭好的台阶,心悦诚服地收起裤子,离开了商店。

6. 冷静的自控能力

正如汽车需要“车闸”来限制速度一样，导购员需要冷静地分析各种事物，要有能够忍受委屈痛苦的自控力，以控制自己的情绪。如果烦恼的时候迁怒于顾客，或对顾客大动肝火，与顾客唇枪舌剑，那么即使错误出自顾客，商店的信誉也会因此而受损。

优秀的导购员能始终用理智的力量控制住自己的消极情绪，以愉快乐观的精神状态热情周到地为顾客服务。即使顾客无理取闹，使导购员自尊心受到伤害，他们也不会变得粗野，而是平静耐心地寻求解开疙瘩的方法。

7. 准确的记忆能力

准确的记忆是高效服务的后盾，为此，导购员平时要注意锻炼大脑的敏捷性，加强快速记忆的训练，不断扩大记忆的广度及深度，在最短的时间内记忆尽可能多的内容，包括商品知识、顾客的姓名、音容笑貌、兴趣爱好、性格特点等，这样必然能使导购员工作得心应手。

☆ 完美导购员的全能心态修炼

心态决定命运，态度决定一切。既然选择了导购员这份职业，就应该做好自己的本职工作，好的心态会使工作更加顺畅。

一、导购员常见的消极心态分析

1. 自卑心理

认为自己技不如人。在传统上，导购员这种工作一直不被人们重视。很多导购员也是因为学历不高才选择从事这一职位，所以他们中很多人也抱有一种传统的态度，认为自己能力不佳，技不如人。

2. 报复心理

报复心理是在社会交往中欲以攻击方式对那些曾给自己带来挫折、不愉快的人，发泄怨恨、不满的一种情绪。当别人指出不足和错误时，其会将矛盾焦点指向批评者，恶意中伤贬低批评者。

3. 攀比心理

盲目攀比，脱离实际，心理失衡，不利团队建设，是内部不团结的一个重要因素。这类导购员最直接的表现是喜欢将自己的收入与他人对比，总认为自己的收入和付出不成正比，这种心理长期积累会使导购员失去工作的激情。

4. 补偿心理

自己的既得利益或个人收入受到了一定的损失或个人欲望得不到满足，于

是想方设法通过各种途径来补偿。通常来说抱有此心理的导购员在接受罚款通知的时候不是反思自己的错误，而是想怎么通过虚报销量或其他手段来弥补目前的损失，使商店的惩罚制度失去“治病救人”的本意。

5. 自私心理

其行为具有一定的隐蔽性，喜欢唱高调、故作姿态，明明损人利己却说是替他人着想，这类的导购员总会想尽办法掩饰自己，推卸责任。每个人都有自私的一面，我们必须通过加强团队建设，最大限度地发挥导购员的合作意识，引导他们在考虑自身利益的同时兼顾团队的利益，使其认识到损害团队的利益，结果受伤的还是自己。

6. 吝啬心理

不愿帮助和提携新人成长，缺乏乐于助人的精神，不关心周围的事物，抱着“多一事不如少一事”、“事不关己，高高挂起”的心理。抱有这种心理的导购员不愿将自己的经验拿出来与人分享，有的甚至排斥新人，不利于团队相互学习氛围的形成。

7. 空虚心理

指一个人的精神世界一切空白，没有信仰，没有寄托，百无聊赖，混日子，把工作责任推卸给别人，“不求有功，但求无过”，“做一天和尚撞一天钟”。这种行为是导购员队伍老化的一个重要特征，老化的队伍将使团队的战斗力大幅度下降。

8. 贪婪心理

这类导购员好大喜功，贪小便宜，总是喜欢将商店的赠品或其他资产转为个人所有。针对这类导购员，我们要私下提出批评教育，不可做公开批评，以免其滋生抵触的情绪。

9. 压抑心理

忧郁，感到自己在团队中的存在价值不大，对前途缺乏信心，感到外部压力大，情绪低落。

厌倦，容易失去信心，工作效率低下，不愿承担社会工作和义务，成就动机下降。

10. 嫉妒心理

先进与落后错位，不是以先进为榜样，而是妒忌先进。动机的错位使导购员只对报酬、晋升、条件感兴趣，对工作本身缺乏热诚。

11. 浮躁心理

浮躁指轻浮、轻率、急躁，做事无恒心，见异思迁，不安份，总想投机取巧，无所事事，脾气大。浮躁是一种病态心理的表现，对导购员来说就是缺乏