

和氣待顧客

商业小丛书

第 3 辑

中国商业出版社

和 气 待 顾 客

中国商业出版社

商业小丛书
和气待顾客

*

中华商业出版社 出版
昌平印刷厂印刷

*

787×1092毫米 1/32 1.5印张 28千字
1980年8月第1版 1981年8月北京第二次印刷
印数：100,001—120,000册 定价：0.14元
统一书号：4237·004

编 者 的 话

为了适应广大青年职工业务学习的需要，我们从过去《大公报》“生意经”专栏刊登的文章中，选了十八篇，汇编成这本小册子。希望能对青年职工掌握商业基本知识，提高业务水平和服务质量，有所帮助。

一九八〇年八月

目 录

和气待顾客·····	(1)
接一顾二联系三·····	(3)
柜台语言·····	(6)
便利老少·····	(9)
拿、放、包、扎、算·····	(11)
秤平提满尺码足·····	(14)
分档出售，欢迎挑选·····	(16)
连带介绍商品·····	(18)
拆零供应·····	(20)
零售店的“必备商品目录”·····	(22)
营业前的准备·····	(24)
明码标价，便利买卖·····	(26)
茶叶讲究色香味·····	(29)
穿鞋戴帽，各有所好·····	(31)
卖煤防赔，送煤上门·····	(34)
顾客就餐以前·····	(37)
餐桌旁边的服务·····	(39)
待客如亲，宾至如归·····	(42)

和气待顾客

肖 群

一个有几十年工龄的老售货员说：站柜台做买卖，最要紧的是讲究“和气”两个字。售货员这个工作，一方面是和商品打交道，更重要的一方面，是要和人打交道。顾客进得店门，首先碰到的就是售货员的态度问题。俗话说：“买卖不成仁义在。”就是说，不管怎样，售货员和顾客之间总要保持良好的关系。

有些青年职工对这一段话还不太理解，觉得讲究和气就是要自己低三下四，接受不了。有的说，顾客进店是为了买东西，又不是来看“面孔”的，何必讲究态度？甚至有些老职工也认为，在旧社会憋着怨气扮笑脸，是为了混饭吃，新社会里用不着这一套了。

的确，对顾客要和气这条生意经，正如别的传统经验一样，曾经在封建时代和资本主义时代为商店老板服务过，因而被打上了剥削阶级的烙印，是非参杂，精芜难分。要想利用它为社会主义商业服务，自然要批判地去重新认识它。

哪家商店对人和气，顾客就愿意去买东西，买卖就好。这一点，古今同理。可是，新旧商店的“和气”，在许多方面又大不相同。

在旧社会，一个学徒进店，首先要接受“忍为高，和为贵”，“生意人要有三分捺气”的教训。站上柜台以后，老板从旁监视，对顾客态度欠佳，三节算帐便有卷铺盖的危险。社会上有钱有势的人也很欺压店员，稍不如意，打骂随

之。那时，店员在种种威胁之下，只好忍住肚内的无穷怨气，面带笑容，殷勤招徕顾客。解放以后，那些不可一世的豪门贵族没有了，仗势欺人的军警流氓也没有了，人与人之间都是平等互助的同志关系；售货员去看戏、理发、上澡塘、坐电车时，到处都受到热情的接待；自己的工作又体现着党和国家对人民的关怀；在这种情况下，怎么能够允许自己不以和气待人呢？一位老售货员谈到这个问题的时候说：

“解放以前是不敢不和气，现在是不能不和气。”这句话说得很深刻。一个“不敢不”，一个“不能不”，说明了同样是和气对待顾客，甚至前后同是一个人，却有两种迥然不同的思想基础。

至于新旧商业要求售货员和气待人的出发点，其差别就比较明显了。旧商业讲究和气，是为了招引和保有更多的顾客，以便在激烈的商业竞争中击败对手，占据上风，归根结蒂是为了赚更多的钱。“和气生财”是旧商业一条重要的生意经，和气是手段，赚钱是目的。我们现在讲究和气待人，是为了提高商业工作水平，更好地为生产建设服务，为人民生活服务，也是社会主义社会人与人之间的平等互助关系在商业工作上的反映。

由于出发点不同，新旧商业对和气的要求，无论内容和形式都不完全一样。我们永远也不需要旧商业的那种卑躬屈膝，低三下四的样子；我们要求的是热情、诚恳、耐心，使顾客感到满意，反过来顾客也可能以相应的态度对待售货员，这就能体现出新社会人与人之间的融洽和温暖。

明白了这些道理以后，待人和气，便不只是一项必须自觉遵守的纪律，而且应该说是一种特有的工作乐趣了。

接一顾二联系三

金 戈

柜台前面拥挤着一堆顾客，有的要这样，有的要那样，这对一个新售货员来说，是最难办的事情。可是你看人家老售货员，不慌不忙，应付裕如，让顾客都很满意。这里面有什么窍门呢？

最近看到北京王府井百货大楼张秉贵同志。他是一个以善于同时接待许多顾客闻名的售货员，曾经出席过全国群英会。听说他有个“接一顾二联系三”的工作法，在接待一个顾客的时候，可以照顾到另外两三个顾客，并与其他三两位顾客联系。我向他请教了这方面的经验。

“站柜台，讲究的是要有一股子‘精气神’，没事站在那里，也要生气虎虎的，这样，顾客就是打听个事儿也愿意来找你，你接待顾客自然就能够热情主动。卖货时更要精神充沛，思想集中。老话说：‘忙时心不乱，闲时心不散’。可见这个‘精气神’，在营业闲时需要，营业忙时更需要。”

初听之下，觉得这一条并不稀奇，要做到也并不困难。可是细想一下，有的商店中的确有两种服务态度的售货员，有的人站在柜台里没精打采的，看到顾客多就心烦意乱；而有的人就能随时随地都精神勃勃，越忙越来劲。这是什么缘故呢？原来，这里面还有一个思想认识问题。张秉贵同志说得好，解放前的大商店一般主要是做“大宅门”的买卖，只要把这些大顾主招待好了，老板就满意了。当然也有顾客比较多的时候，可是和现在比起来，就差得太远了。哪里看过

从早到晚顾客这样拥挤的呢？同时接待许多顾客，是解放后才显得突出的问题，也可以说是一个新问题。为了适应这种新情况，张秉贵同志经过不断学习摸索，才创造了这“接一顾二联系三”的方法。从这里，我开始认识到，要精神充沛、思想集中，关键在于如何认识顾客多、营业忙的现象。只看见它给工作带来的困难，从心里讨厌，那么，人一多，就会心烦意乱。如果认识到这是解放后人民生活改善、市场繁荣的标志，从心眼儿里高兴，那么，自然就能够越忙越来劲。

谈到“接一顾二联系三”的操作要求，他提出了三点：耳目灵敏，抬头售货，动作“三快”。耳目灵敏就是要“眼观六路，耳听八方”。卖货时要经常观察顾客动态、注意听顾客的话。看到新来的顾客，虽然不能马上接待他，也要先打招呼，这就是常说的“人不到话到”。有些顾客想买某样商品，不知有没有，看售货员在忙，可能向别的顾客去打听，售货员听到，就要答复。抬头售货，就是称货、包扎都不低头，这样才能“眼观六路”，让新到的人按次序等待，并且照顾老、弱、残、孕以及象有急事之类的人，在和其他顾客商量之后，让他们先买。“动作三快”就是拿货快、称包快、找钱快。他说，顾客多的时候，快很重要。售货员动作快，顾客即使等着也比较安心。有一次，一个顾客卖九利糖，每样要二两，等着的人就有些烦躁，可是一转眼，张秉贵同志就称完包好，收清了钱，顾客们也都安心等待了。他特别指出，这个时候，“问一答十”、“精工细作”的办法不适用，因为顾客这时候都希望你快些让他买好东西。当然，在营业不忙的时间，顾客希望你为他当“参谋”、出主意的时候，你就不能单求快，而应该尽力“精工细作”了。

看过张秉贵同志卖货的人，都说他的售货本领的确是名

不虚传。可是很少人知道他练这些本领下过多少苦功。为了提高包扎速度，他曾经在下班回宿舍后用报纸包碎砖瓦和木块。几个月的苦练，使他在忙时接待一个顾客的速度平均由两分钟缩短到一分钟。为了学习抬头售货，他又在夜晚摸黑练包扎，终于能够不用眼看而包扎得既快又好。为了称货快，他摸熟了各种糖每斤、每两的块数，一抓一看，就能“八九不离十”。为了找钱快而且准，他摸索出了一手拿大票，一手拿小票的“两手抓”的办法。冰冻三尺，非一日之寒。单是一个“快”字，就需要这么深厚的基本功；要想做一个优秀的售货员，那是多少个日夜的辛勤锻炼呀！

柜 台 语 言

徐 桂 香

售货员售货，是要通过和顾客的交谈来实现的。话说得好不好，不仅关系到能不能做成买卖，还往往与服务质量的好坏有关。所以，每一个售货员都应当精心研究柜台语言。

在旧商店里，接待顾客常常首先由新手上去，老售货员站在一旁观察。哪里出了问题，例如顾客对售货员的回答不满意，或者眼看顾客要走，买卖要做不成的时候，老售货员就上前去把生意接过来。说也奇怪，这样一来，往往顾客就满意了，买卖就做成了。现在我们商店（北京天桥百货商场）里也有这样的情况：同是一个货柜，老售货员值班的卖钱额总要比新手高出一倍左右。这种差别，也就是会不会做生意的反映，其中的关键就表现在柜台语言上面。当然，旧商店的柜台语言有一部分是很不健康的，有些不正派的商人，为了把买卖作成，不惜施展欺骗手段，花言巧语，骗取顾客的信任。今天，我们社会主义商业的柜台语言，首先讲究实事求是，其次才是如何把话说得准确、得体，使顾客满意。

语言是表达人们思想感情的工具。一个正在闹情绪的售货员，他的服务态度一定不够主动热情。碰上某种商品暂时缺货，顾客询问有没有、什么时候才有等问题时，他很可能用“没有！”“不知道！”简单的词句，冷淡生硬的态度，把顾客打发走。一个好售货员却是另外一种样子。例如顾客要买白头纱，没有货，可以向她介绍：“您要不要看看花

的？”如果顾客不想要花的，可以请她过两天再来看看，或者介绍她到别的商店去买。这样就做到了“买卖不成仁义在”。这说明，我们讲究柜台语言，首先要有全心全意为顾客服务的思想，自始至终要主动热情地接待顾客。但是，话说回来，柜台语言也有技巧问题，也是一种艺术。

当顾客走近柜台表示要买东西的时候，售货员怎样打招呼，很值得琢磨。最初，我们有的售货员招呼：“您要点什么？”有一个顾客就向售货员开玩笑说：“我要的东西多啦，你给吗？”这说明“要”字用得不够恰当。也有售货员招呼，“您买点什么？”个别顾客打趣地反问道：“我不买，不准看看吗？”说者无意，听者可能有心，来参观的顾客就会不大满意。那末怎样招呼才好呢？我的意见还是这样说合适：“您看看什么？”“看看”，不问买或不买都表示欢迎之意。别以为这样太咬文嚼字，这一字之差的效果是不一样的。

售货员介绍商品要力求简练而明确。有一次，一位新售货员向买枕巾的顾客这样介绍：“来这个吧，很好看，往枕头上一铺多漂亮啊！”谁不知道枕巾是铺在枕头上的呢！这样的话起不到介绍商品的作用。应当把这种枕巾的质量好在哪里，有什么特点，恰到好处地介绍出来。

对不同的顾客介绍商品，说话也有讲究。我就曾闹过笑话。有一次，一起来了两位女的和一位男的顾客，都是青年。其中一位梳小辫子的女同志选购了一双袜套，我就对她作连带介绍：“您不再看看小孩袜套吗？”话刚说完，那位男同志笑着对这位女同志说：“对啦，买吧！看你给谁穿？”这位女同志马上来了个大红脸。这时我才领会到这位女同志一定还没有结婚，很懊悔自己讲话太冒失。以后，我

就琢磨对那些可能还没有结婚的年轻妇女该怎样连带介绍商品。我觉得这样的招呼比较合适：“您不给家里小弟弟小妹妹买一双吗？”任何人听了都不会有反感，只能感到售货员的关怀。

对顾客说话，要力求意思完整，合乎语法，不致发生误解。例如顾客要买汗衫、袜子或鞋子，售货员如果问“您要男的，还是女的？”就不礼貌。应当说：“您要男用的，还是女用的？”顾客买完了东西，很多售货员常说：“来，我帮您捆起来！”就不如说：“同志，这样不好拿，我帮您把这些东西捆一下。”我们社会主义的售货员应当“文明经商”，说话有礼貌，也是重要的一条。

要掌握柜台语言这门学问，除了思想感情和语法修辞这两方面之外，还必须学会必要的商品知识。只有这样，才能对答如流，说话恰当，令人满意。

便利老少

运 富 夫 石

为消费者服务，是社会主义商业的基本任务之一。要为消费者服务得好，就要体贴各种不同顾客的不同条件和要求。老年人和小孩子在生活中需要照顾，买东西容易发生差错，售货员在接待他们的时候，应当更加耐心、细致地为他们服务。

接触老人、儿童最多的是副食品商店。副食品商店经营的商品从青菜，萝卜到油、盐、酱、醋，与人民生活关系十分密切，生意小，顾客多，男女老少都有；怎样为老人、小孩顾客服务好，这里有很多值得注意的地方。

小孩买东西，比较粗心大意。叫他买油，他买了酒，叫他买半斤，他买了一斤，叫他买中档的，他却买了高档的或低档的。副食品商店的售货员要防止小孩子买东西发生差错，有这样五句要诀：听他的口气，看他的神情，问他的用处，核他的钱数，嗅他的容器。当他说出要买的商品品种和数量时，就要听他的口气，看他的神情，分辨他是肯定还是犹豫。如果他报出的品名和数量含含糊糊，就要加倍注意，可能他已经忘记了要买的商品品种和数量。有时在买的数量上也可以判断出来，因为有些商品是不宜买得过多或过少的。问他的用处，有时可以摸清他要买的东西对不对。核他的钱数，就是看他带的钱与要买的東西有没有出入。嗅他的容器，就是卖油、酒、醋或酱油的时候，在灌瓶以前，先嗅一嗅，防止拿错瓶子或买错东西。这五句要诀能够都做到，

一般可以避免小孩买错东西。此外，在收钱找钱时还要向小孩一一交代清楚。临走，最好能关照一下：把东西拿好，把找的钱放好。

老年人买东西往往与一般顾客不同。第一、动作比较慢。有的把钱放在内衣口袋里，甚至还用手帕包得紧紧的。第二、挑选商品比较细致，有些商品往往要挑很久。第三、记忆力比较差，有时买了这样，忘了买那样。根据这些特点，售货员接待老年人要特别耐心。在顾客不多的时候，要告诉老人别着急，慢慢来，免得他们心慌出错；把商品展示在老人面前，让他们挑选，或者尊重他们的要求，帮助挑选。有些老人说话比较唠叨，问题比较多，售货员要平心静气地向他们解释，既要求实事求是，又要尽量顺着他们的心。在交易将结束时，要提醒他们买不买别的商品，比如在杂货柜买了火柴，问买不买肥皂，买了盐，问买不买碱，等等。这一方面是主动介绍商品，另一方面是提醒老人有没有忘了别的商品。好些老人经售货员一提醒，就想起了要买的东西，他们从心底感激售货员服务周到。

拿、放、包、扎、算

高 其 宗

过去，商界里流行着这样一句话：“十年读出个秀才，十年学不成一个买卖。”做买卖，不管是搞批发、零售还是储运，学问都很深，值得人学一辈子。拿售货工作来说，新进商店的人往往认为这不过是一手钱一手货，没有什么可学；过了一个时期，慢慢感觉到并非那么容易，又会产生畏难情绪。“万丈高楼平地起”，任何学问都有它的尖端，也有它的基础。根据老售货员的经验，做售货员的基本功是拿、放、包、扎、算。

给顾客拿商品，要求十拿九准。要做到这“准”字，必须懂得顾客心理，熟悉商品知识，掌握业务技术。比如卖衣服，建筑工人一般喜欢夹克，许多青年人不爱穿中山装，而年纪大些的就不会要暗扣的青年服。比如，经验丰富的售货员一看顾客脚，就能拿出大小合适的鞋来。能作到这样，售货效率高，服务质量也高。拿商品还要讲究展示商品。展示商品，一要对顾客有礼貌，服务殷勤，二要尽可能让顾客看出商品的全貌。卖布的不能拿一匹布直挺挺地往顾客面前送，应当把布匹展开，让顾客能一眼看到这匹布的花色和宽窄。拿商品还要考虑到商品的保护，如拿酥皮点心要注意别掉皮，夏天拿浅色的床单要防止手汗沾污，否则弄成残次商品，顾客不愿意要，国家就要受损失。

拿了商品往顾客面前一放，这个简单动作也有讲究。放，其目的是把商品交给顾客去鉴别。衣服要提住两肩展示

全貌后，再平放在柜台上让顾客仔细观察，不能怕折迭麻烦。肥皂等份量较重的商品要轻放，不能发出啪啪的声音，象是在跟谁生气一样。五金商品一般都擦有防锈油，要提醒顾客，当心弄脏手和衣服。容易损坏的商品，要说明怎么试、怎么看……。顾客挑选以后，不买的部分要整整齐齐地放回货架或货柜的原位上。否则，第二次拿出来给顾客挑选的时候，就容易乱套。

一笔交易做成，有的商品要包，有的商品要扎，有的商品既要包又要扎。商品的包扎即要结实、美观、大方，又要节省材料。有些新售货员包一斤糖要用一大张纸，老售货员用一张小得多的纸还包得更牢更好看。有的新售货员捆瓶酒，用了大量绳子，花了许多时间，还是捆得松松散散的，甚至刚提起来就掉落在地上；老售货员只用少量绳子一绕一扎，很快就捆得结结实实。易脏易破的商品，更要注意包扎。比如白布一定要全部包住，否则顾客往手提包一塞，拿出来可能就脏了。有的顾客买东西是为了送礼，包扎的美观大方就特别重要。我国的商店一向讲究包扎。北京市的几家有名的茶叶铺包扎各有特点，从茶叶包就可以看出你是在哪家铺子买的茶叶。

算帐是交易最后的一道手续。算的本领对售货员来说十分重要，它对提高售货效率、避免差错损失直接有关。对算的要求是即快又准。有许多老售货员的心算本领十分高，达到了“一口清”的程度。如卖布，售货员一面唱，一面在脑子里算，等自己唱完，四、五种甚至六、七种价格不同、尺寸不同的棉布的价钱就算好了。不过，最基本、最重要的还是要求售货员能够打一手好算盘。许多人整天手指不离算盘，有顾客的时候算货价，空闲的时候自己练习，熟能生