

成为优秀营业员的11堂必修课

完美销售

perfect marketing

何潺 周意纯 著

广东省出版集团
广东经济出版社

成为优秀营业员的**11**堂必修课

perfect marketing

完美销售

何潺
周意纯
著

F718
H2

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

完美销售：成为优秀营业员的 11 堂必修课/何潺，周意纯著. —广州：广东经济出版社，2004.8

ISBN 7-80677-798-9

I. 完… II. ①何…②周… III. 销售—方法
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 077657 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	广东金冠印刷实业有限公司 (广州市黄埔区南岗云埔工业区骏丰路 111 号)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	14.75 2 插页
字数	202 000 字
版次	2004 年 8 月第 1 版
印次	2004 年 8 月第 1 次
印数	1~6 000 册
书号	ISBN 7-80677-798-9 / F·1102
定价	29.50 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话：[020] 83780718 83790316 邮政编码：510100

邮购地址：广州市东湖西路永胜中沙省食品大楼 6 邮编：510100

(广东经世图书发行中心) 电话：(020) 83781210

本社网址：www.sun-book.com

·版权所有 翻印必究·

前言

在市场经济迅猛发展的时代，“销售”对商场的的作用不言而喻；在竞争日趋激烈的今天，“销售”也与我们每个人如影相随。一个人的成功从某种程度上来讲，就是将自己推销给社会 and 他人并被接受，从而实现自己渴望达到的目标的过程。欢迎你选择销售这个职业，祝贺你加入营业员这个平凡而不平庸的团队。

在本书中，我们将系统地讲授有关的销售知识、销售技巧，以及顾客服务理念和方法。然而，本书所讲也还只是刚起步，只是学到一些最基本的东西，更多的还需在实践中总结和提升。正如要想成为一名优秀的长跑运动员一样，我们必须每天在教练的监督下训练跑步，提高成绩。同样的，要成为一名优秀的营业员，我们必须每天都投入到销售中，并不断地寻求进步的方法。成功者对他们所做的每一件事情无不认真对待，无不投入大量的时间和精力以力求完美。像你最喜欢的足球运动员、歌星、舞蹈家、演员等，他们付出了非凡的努力才成就了今天的自我。

成功没有捷径，只有通过无数次的练习和改进才能达到。成功者知道如何向做得最好的人学习，从同事、支持者和专业人士那里汲取经验。他们并没有停留在自己取得的成就上，而总是向如何做得更好挑战。同样，销售没有捷径，我们必须经历销售中的每个细节，不断检验哪里可以做得更好，从而不断超越你过去的成就，能更好地服务于你的顾客！

最后，我坚信：你一定能成功！

何 潺

2004年8月1日

目录

第一课 何为完美销售

第一节 销售的定义	(3)
一、销售的特点	(3)
二、销售的四个要素	(4)
第二节 销售的前提	(5)
一、了解商品知识	(5)
二、掌握商品知识的途径	(6)
三、熟知自己所卖的商品	(6)
四、熟悉竞争品牌的产品	(7)
五、将“特性”转化为“利益”	(7)
第三节 商品陈列的技巧	(8)
一、商场橱窗的陈列	(9)
二、商品陈列的作用	(9)
三、商品陈列的原则	(10)

第二课 营业员的着装和仪容

第一节 营业员的着装	(17)
一、着装的 TOP 原则	(17)
二、商务男士穿衣的学问	(19)
三、商务女士穿衣的学问	(20)
四、营业员的仪容	(21)
第二节 营业员的礼仪规范	(24)
一、营业员的仪容要求	(24)
二、营业员的服务姿势	(26)
三、营业员必须遵守的礼仪	(27)

第三课 销售的黄金三法则与语言艺术

第一节 销售的黄金三法则	(33)
一、黄金法则一：准确发问	(33)
二、黄金法则二：积极聆听	(34)
三、黄金法则三：示范与销售	(35)
第二节 营业员的语言艺术	(41)
一、营业员用语的基本原则	(41)
二、营业员的语言要领	(42)
三、如何回答顾客的问题	(42)
四、销售须知的语言艺术	(43)
五、友好沟通的语言技巧	(44)

第四课 销售的五大修炼与十大技巧

第一节 销售的五大修炼	(49)
一、修炼一：看——领先顾客一步的技巧	(49)
二、修炼二：听——拉近与顾客的关系	(51)
三、修炼三：笑——微笑服务的魅力	(54)
四、修炼四：说——顾客更在乎你怎么说，而不是你说什么 ...	(57)
五、修炼五：动——运用肢体语言的技巧	(63)
第二节 销售的十大技巧	(67)
一、仪容整齐清洁	(67)
二、了解顾客想法	(68)
三、顾客一视同仁	(68)
四、勿顾此而失彼	(68)
五、选对服务时机	(69)
六、塑造购买动机	(69)

目录

七、解决顾客抱怨	(69)
八、和顾客做朋友	(69)
九、工作态度热忱	(70)
十、告知商品讯息	(70)

第五课 顾客类型及超速行销法

第一节 顾客类型分析	(75)
一、顾客购买心理的年龄差异	(75)
二、顾客购买心理的性别差异	(76)
三、顾客购买心理的性格差异	(76)
四、顾客购买心理的职业差异	(77)
五、如何与顾客打交道	(77)
第二节 六种超速行销法	(80)
一、直接建议法	(80)
二、选择商品法	(80)
三、化短为长法	(80)
四、机不可失法	(80)
五、印证法	(81)
六、奖励法	(81)

第六课 何为完美服务

第一节 用服务栓住顾客心	(85)
一、为何要顾客服务	(85)
二、顾客服务的定义	(86)
三、“好的顾客服务”的标准	(89)
四、顾客服务的内容	(90)

五、顾客服务的效益	(91)
第二节 如何与顾客建立关系	(92)
一、认识与顾客的关系	(93)
二、顾客服务时的态度	(93)
 第七课 完美服务经典三部曲	
一、售前服务	(99)
二、售中服务	(105)
三、售后服务	(116)
 第八课 如何服务不同类型的顾客	
一、见多识广型顾客	(123)
二、慕名型顾客	(124)
三、性格未定型顾客	(126)
四、亲昵型顾客	(127)
五、犹豫不决型顾客	(128)
六、好讲道理型顾客	(129)
七、爽朗型顾客	(130)
八、谦虚型顾客	(131)
九、腼腆型顾客	(132)
 第九课 顾客服务中的沟通	
第一节 沟通的要点与表达的艺术	(137)
一、沟通的要点	(137)
二、表达的艺术	(138)
第二节 挽留住不满意的顾客	(142)

目 录

一、顾客抱怨是一个机会	(143)
二、让沉默的顾客开口抱怨	(144)
三、挽留住不满意顾客的四步骤	(145)

第十课 顾客投诉与处理

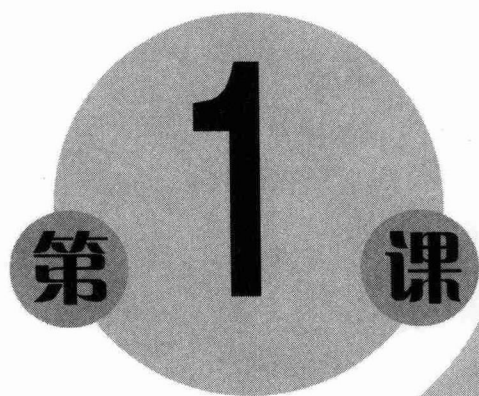
一、顾客投诉的原因	(151)
二、解决顾客投诉的策略	(153)
三、投诉处理时避免说的话	(162)
四、处理投诉时的理念	(163)

第十一课 成为优秀营业员

第一节 何为优秀营业员	(169)
一、营业员的职责	(169)
二、营业员的性格要求	(171)
三、顾客心中的优秀的营业员	(172)
四、优质服务理念	(173)
第二节 如何成为优秀的营业员	(174)
一、注意细节问题	(174)
二、学会控制情感	(175)
三、努力克服缺点	(176)
四、不断提升自我	(178)
五、搞好人际关系	(180)

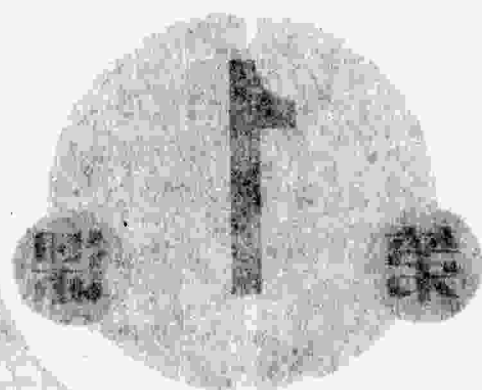
附录一：自我检测	(187)
----------------	-------

附录二：完美销售 28 天训练宝典	(193)
-------------------------	-------

A decorative graphic featuring a large, bold number '1' in the center. To the left of the '1' is a smaller circle containing the Chinese character '第' (Dì), and to the right is another smaller circle containing the Chinese character '课' (kè). These elements are set against a background of overlapping circles in shades of gray.

第 1 课

何为完美销售



書 畫 美 完 成 圖

第一节 销售的定义

销售就是指营业员在所属的商场这个整体经营环境中,采用适当的方法和技巧,说服和引导潜在的顾客购买你柜台里陈列的商品或推出来的服务,从而满足顾客需求,实现商场销售目标的活动过程。归纳起来,现代商场的销售主要有以下三个要点:

- 销售的过程是营业员与顾客之间的双向沟通,也是双方情感交流及心理活动的过程;
- 销售的核心是耐心说服和正确引导顾客的购买行为;
- 销售的目的在于满足顾客实际及心理需求并实现企业销售目标。

一、销售的特点

作为一名营业员,销售是你最主要的职责。在销售过程中,应把握住以下四个特点:

1. 主动性

商场的销售基本上就是传统的坐店经商、等客上门等经营形式。然而,又不只限于这种方式,营业员还应主动出击,扩大你的销售业绩:一方面需要营业员通过平时的训练掌握技巧,使前来商场的顾客购买你的商品;另一方面需要营业员在平时通过各种方式去主动接触潜在的顾客,并与之建立良好的和谐的关系,进而将这些顾客转变为你的实际买主。

2. 灵活性

由于营业员要与各种各样的顾客进行面对面的交流、沟通和对话,因此工作的灵活性较大,较难掌握顾客的特征。因而,在实际的工作当中,营业

员应根据各类顾客的不同需要、欲望和动机，有针对性地采取恰当的方法去满足顾客的需求。销售高手都能很好的掌握这些特征。这是一个需要长期锻炼的过程，需要你不断地总结和实践。

3. 服务性

商场所属的零售百货行业本身为服务行业，因而服务的重要性就不言而喻了。销售的服务性，就是指营业员要直接面对消费者提供售前和售后的相关服务，通过现场的示范教会顾客如何正确及有效地使用产品，由此激发顾客进一步的购买欲望，从而创造更多的销售机会。好的服务可以使顾客成为你的回头客，给你带来源源不断的生意。

4. 互通性

营业员长期在市场的最前线工作，最了解顾客的需求和市场的供求，最熟悉商场本身的情况和文化，因而也最有利做供求信息的双向沟通。营业员是企业（商场）、消费者及市场三者之间联系的桥梁，信息的“交换机”：可以为企业反馈有价值的意见及市场的供求信息，为企业研发新产品，以及制定销售策略提供了非常重要的依据；同时，营业员的推销、服务也有利于引导顾客合理的消费。

二、销售的四个要素

一般来说，销售主要由主体、客体、顾客和环境这四个要素组成。

- 销售的主体——营业员；
- 销售的客体——产品、服务和观念等；
- 销售的对象——顾客（顾客有多种分类，包括现有顾客、潜在顾客；内部顾客、外部顾客等）；
- 销售的环境——商场的整体形象，以及社会背景、文化习俗、经济境况等。

第二节 销售的前提

平时作为消费者，我们在逛商场时，看到商场里的每个营业员基本上都是笑容满面，非常热情的。其实，作为一名非常专业的营业员，不仅要有微笑的面孔，亲和的气质，还必须掌握各种商品、服务的有关知识，要做到“卖什么，就学什么，就懂什么”，当好顾客的参谋和帮手。营业员在上岗工作前，都要接受商场所组织的有关商品、服务知识的培训和学习。

一、了解商品知识

在了解掌握商品知识前，让我们先来了解一下商品的分类。一般而言，商品按消费观点可以分为以下四种：

(1) 软性商品，如服装、首饰、礼品等。这类商品销售的主要动力是流行及个人嗜好。

(2) 硬性商品，如汽车、家用电器等。这类商品比较贵重，主要是以服务取胜。营业员在销售过程中应详细说明，让顾客买得放心，用得称心。

(3) 包装性商品，如饮料、食品等。这类商品在包装时非常注重外观形象，因为包装能把产品品质的好坏信息传达给消费者。

(4) 服务性商品，如金融产品、广告等。这是一种抽象的商品，具有专业性，因此要以专门知识来销售，如保险行业的营销就具有代办的性质。

营业员应掌握所经营的商品的名称、商标、规格、产地、成分、性能、使用方法、洗涤及养护等方面的知识。如数码相机、高级组合音响等高档产品的功能很多，顾客边看说明书边操作是比较困难、比较费时的，因此你必须熟悉这些商品的特点、功能及使用方法，主动展示商品，才能促进顾客购

买。展示技巧的高低，对顾客购买的决策影响很大。

一个优秀的营业员，必须学习和掌握以下几个最基本的商品知识：

- 商品的名称、商标和产地；
- 商品的原料、成分和工艺流程以及性能和用途；
- 商品的正确使用方法，特别是一些有特殊用途的商品的使用方法；
- 商品的售后服务和承诺，如上门安装、定期内可退换、维修服务等。

如果你对商品的性能和用途了解得越多，你说服顾客的机会就越大，从而达成销售的可能性也就越大。这与你的销售业绩、收入水平有着密切的联系。

二、掌握商品知识的途径

俗话说“人非生而知之者”，何况作为新进营业员的你，也是第一次接触到这些商品，而且脑子里也天生没有这些商品知识。那么，有哪些途径可以了解到这些知识呢？一般而言，营业员可通过以下六个途径，来了解到有关的商品知识的：

- (1) 通过商品包装中附带的包装、说明书，以及厂家的一些介绍资料来学习；
- (2) 向你的柜组长、业务经理、有多年经验的同事学习；
- (3) 向生产厂家、批发商以及一些懂行的顾客学习；
- (4) 通过网络搜索相关商品知识并从中学习掌握；
- (5) 从报纸、杂志等出版物中学习；
- (6) 从自身摸索的经验当中学习。

三、熟知自己所卖的商品

了解商品，就是要了解它的价值，以及顾客是如何来衡量商品的价值。总体而言，商品的价值由以下五个部分组成：

- (1) 价格。“它比我现在使用的同类产品便宜还是贵呢?”
- (2) 质量。“质量比我现在用的更好吗?”
- (3) 功效。“它的使用效果比我现在使用的产品要好吗?”
- (4) 口碑。“它的生产商誉好吗? 品牌有名吗?”
- (5) 服务。“我能享受到称心如意的服务吗?”

作为营业员,要了解你所销售的产品的最好方法,就是亲自使用这些产品,正如我们常说的:“菜好不好吃,自己尝一下就知道了”。使用这些产品,你就有了亲身的体验和感受,你就能在顾客面前真实地说出它的价值了。

四、熟悉竞争品牌的产品

古人说:“知己知彼,百战不殆”。要想成功地销售你的商品,提升你的销售业绩,你还需要对竞争品牌有一定程度的认识。比如,你是羽西化妆品品牌的营业员,你就应尽可能多地去了解一下小护士、玉兰油等同档次化妆品品牌的特点。

你可以采用以下的几种方法去了解竞争品牌的产品:留意市场上的产品动态;收集这些品牌的宣传资料;询问顾客对竞争品牌产品的使用心得及评价。这样,当有顾客来问你时,你就胸有成竹,可以很好地回答顾客的疑问了。

另外,需要注意的一点是,如果你对竞争品牌的产品不是很了解,或者是了解得不够,就不要对其妄加评论,甚至去诋毁竞争品牌。因为顾客即使这次不买你的产品,但你实事求是的专业态度会给顾客留下非常深刻的印象,也能增加下次购买你的商品的机会。

五、将“特性”转化为“利益”

营业员最大的工作职能,就是要学会将产品的特性转化为对顾客的利

益，达成销售这一目的。同时，也只有将产品的特性转化为对顾客的利益，才能打动消费者，实现你的销售。

- **产品特性：**就是对产品的客观描述。
- **顾客利益：**是指顾客使用该产品能为他们所带来的好处和帮助。

顾客所关心的不仅仅是产品本身有什么特点，他们更关心的是，产品能给他们带来什么利益。因此，你在向顾客介绍产品时，切记将产品的特性与顾客的利益相结合，从而引发顾客对该产品的兴趣，进而产生购买欲望和购买行动。

当你将产品的特性转化为顾客的利益时，可以使用“因为……所以……”等因果语句来进行过渡，例如：“由于具有……的特性，所以它可以为您带来……的利益。”

请记住：顾客购买产品时最看重的是利益，而不是产品的特性。

第三节 商品陈列的技巧

一个现代化的大型商场光有物美价廉的商品，却没有引人注意的商品陈列，是不够的，因为它无法给顾客一个整洁、幽雅的购物环境，无法给人以协调的美感。优秀的商场都是科学陈列商品的商场。因此，精明的商家都会强调陈列的重要性，着力培养营业员的陈列意识。

如果顾客对某件商品有一定的需要，便会去收集同类商品的有关资料，并加以比较，而陈列商品就是为了方便顾客进行商品的比较，以获取各方面信息，进而作出购买决定。营业员的重要业务技能之一就是商品的陈列技巧。