

樊丽丽 编著

完美销售

Wanmeixiaoshou

吸纳完美销售服务之精华
汇集现代导购规范之大成

导购

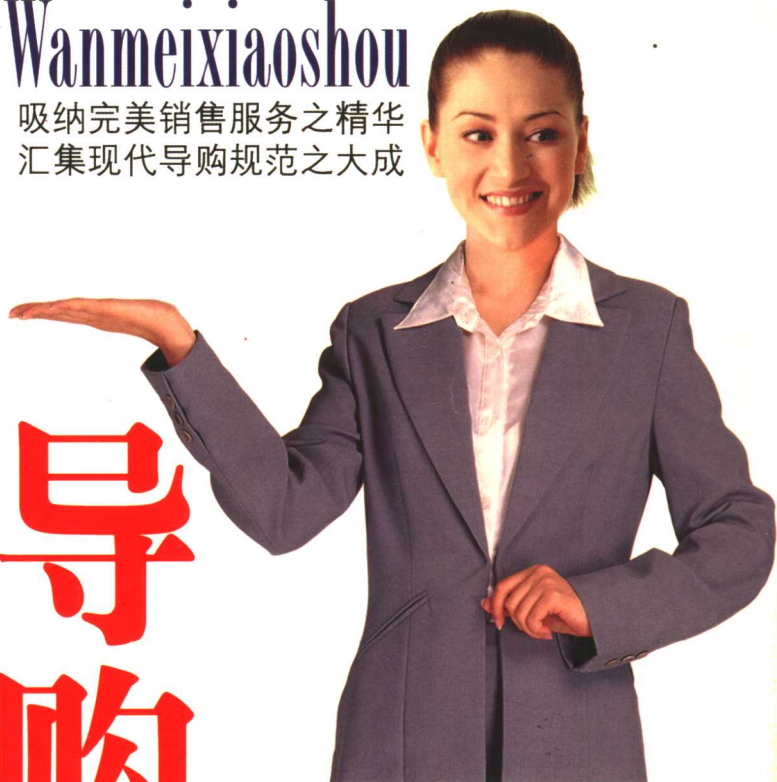
服务规范手册

DAOGOU
Fuwuguifan
Shouce



销售服务人性化的
理想平台

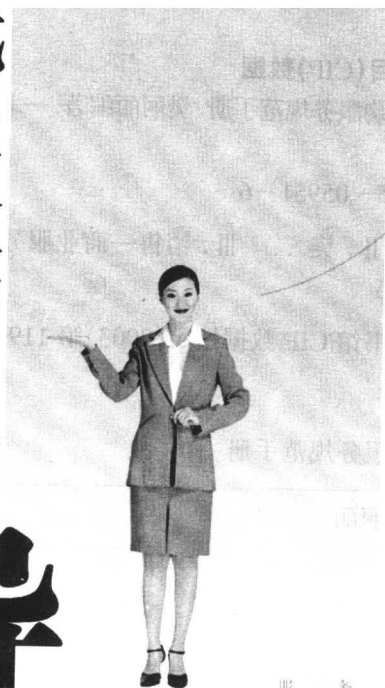
导购管理规范化的
必由之路



民族出版社

樊丽丽 编著

完美销售 导购



服 务 规 范 手 册

daogou
fuwuguifan
shouce

服务规范手册

吸纳完美销售服务之精华
汇集现代导购规范之大成
销售服务人性化的理想平台
导购管理规范化的必由之路

民族出版社

图书在版编目(CIP)数据

完美销售:导购服务规范手册/樊丽丽编著. —北京:民族出版社, 2004. 1

ISBN 7-105-05951-6

I. 完... II. 樊... III. 销售—商业服务—规范

IV. F718-65

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 119118 号

完美销售

——导购服务规范手册

-
- | | |
|------|---------------------------------|
| 编 者 | 樊丽丽 |
| 策 划 | 汉 四 |
| 责任编辑 | 张 军 |
| 封面设计 | 家仁工作室 |
| 出版发行 | 民族出版社 |
| 地 址 | 北京市安定门外和平里北街 14 号 |
| 邮政编码 | 100013 |
| 印 刷 | 北京市艺辉印刷有限公司 |
| 版 次 | 2004 年 1 月第一版 |
| 印 次 | 2004 年 1 月第一次印刷 |
| 开 本 | 大 32 |
| 印 张 | 9.5 |
| 字 数 | 186 千字 |
| 书 号 | ISBN 7-105-05951-6/F.160(汉 122) |
| 定 价 | 22.00 元 |
-

版权所有,翻印必究

(编辑室:64299507;发行部电话:64211734)

前言

当今的市场是买方的市场。为了求生存谋发展，厂家和商家都愈来愈趋向以消费者为中心，并越来越重视销售终端的建设。与此同时，零售市场狼烟四起，大大小小的商场、超市、购物中心、专卖店遍地开花，如珍珠般撒落在城市的每个角落。

在这些零零总总的购物场所里，有一群夺目身影越来越活跃，这就是导购员。顾名思义，导购员就是引导、指导顾客购买商品的人员。导购员不同于传统的营业员，也不同于推销员，他是多种角色的统一体。当前，导购员这一职业在我国方兴未艾，并呈现强劲的社会需求。

导购服务并不是简单地把商品卖给顾客，它是一系列复杂行为的综合过程，涉及多方面的知识，如商品知识、服务技巧、销售语言技

巧、顾客心理、商品陈列知识等等，只有掌握了这些知识和技能才能更好地为顾客服务。

导购服务也是一项规范性很强的工作，从迎接顾客到商品展示，从销售促成到送别顾客，都有一定的服务规范，只有全面地掌握相关服务规范，才能很好地胜任导购服务工作。

本书从对导购的基本认识谈起，全面详尽地阐释了导购员的仪容仪表规范、服务语言规范、导购服务工作规范、商品陈列技术规范以及安全服务规范等内容，适用于即将从事导购工作的人员学习掌握，也可作为导购岗位上的员工提升自己业务能力的学习材料，还可用作商业企业训练导购员的参考资料。如果本书能对读者有所裨益，编者将感到莫大的欣慰。

编 者

2003 年岁末

目 录

第一章

导购人员基本要求

第一节 导购员与导购工作 / 3

- 一、导购员 / 3
- 二、导购工作的特殊性 / 4
- 三、导购工作的内容 / 5
- 四、导购人员的心态 / 6

第二节 导购人员应具备的思想素质 / 7

- 一、良好的职业修养 / 7
- 二、强烈的事业心 / 10
- 三、良好的服务意识 / 11

第三节 导购人员必备知识与能力 / 14

- 一、导购人员必备的知识 / 14
- 二、导购人员必备的能力 / 22

第四节 导购人员的行为准则 / 26

- 一、导购人员的意志品质 / 26

二、处理好个人与企业的关系 / 28

三、保护企业内部信息 / 28

四、正确对待企业财产 / 29

五、遵守卖场纪律 / 30

第五节 导购人员对顾客的认识 / 31

一、了解顾客的基本权利 / 32

二、了解顾客的类型 / 34

三、认识顾客的购物动机 / 37

四、了解顾客的购物心理 / 39

五、掌握不同类型顾客的心理 / 47

第二章

导购人员仪容仪表规范

第一节 导购人员的着装 / 55

一、重视导购人员着装 / 55

二、导购人员着装的原则 / 56

三、西装与套裙着装规范 / 59

第二节 导购人员仪容修饰 / 67

一、仪容与化妆 / 67

二、导购人员化妆要则 / 69

第三节 导购人员的行为举止 / 73

一、导购人员的姿势 / 73

二、导购员的手势 / 87

三、导购员的表情 / 92

第三章

导购服务语言规范

第一节 正确运用服务语言 / 103

- 一、服务语言的特点 / 103
- 二、服务用语的要求 / 105
- 三、服务语言的运用 / 111

第二节 导购服务过程中的用语 / 116

- 一、招呼用语 / 116
- 二、答询用语 / 117
- 三、介绍用语 / 118
- 四、顾客挑选时用语 / 120
- 五、业务繁忙时用语 / 123
- 六、包装商品时用语 / 123
- 七、缺货时用语 / 124
- 八、应对顾客刁难或辱骂时用语 / 125
- 九、退换商品时用语 / 125
- 十、道歉用语 / 127
- 十一、下班前用语 / 128
- 十二、道别用语 / 128

第三节 导购服务禁忌语 / 130

- 一、导购服务禁语 / 130
- 二、导购服务忌语 / 136

第四节 服务语言运用技巧 / 138

- 一、介绍与说服 / 138
- 二、拒绝时巧用请求 / 139
- 三、恰当地使用褒扬 / 140
- 四、使用委婉语 / 140

第四章

导购服务工作规范

第一节 导购工作程序 / 145

- 一、营业前的准备 / 145
- 二、营业中的服务 / 149
- 三、营业结束后的工作 / 152

第二节 顾客接待规范 / 158

- 一、待机 / 158
- 二、初步接触顾客 / 160
- 三、商品展示 / 164
- 四、商品介绍 / 168
- 五、达成交易 / 177
- 六、送别顾客 / 185

第三节 导购服务技巧 / 186

- 一、辨认真假顾客 / 186
- 二、与顾客打成一片 / 188
- 三、询问的技巧 / 190
- 四、学会倾听 / 192

- 五、正确处理“不” / 194
- 六、适当赞美顾客 / 198
- 第四节 处理顾客异议 / 199**
 - 一、如何对待顾客异议 / 199
 - 二、顾客异议处理方法 / 200
- 第五节 处理顾客抱怨 / 204**
 - 一、处理顾客抱怨的重要性 / 204
 - 二、了解引致顾客抱怨的原因 / 206
 - 三、顾客抱怨处理规范 / 210
 - 四、预防顾客抱怨 / 218
- 第六节 走出服务的误区 / 224**
 - 一、卖场上的禁忌 / 224
 - 二、容易犯的毛病 / 225
 - 三、错误的认识 / 227

第五章

商品陈列技术规范

- 第一节 商品陈列举要 / 233**
 - 一、商品陈列的作用 / 233
 - 二、商品陈列的要求 / 235
- 第二节 商品陈列形式与方法 / 238**
 - 一、售货场所的布局 / 238
 - 二、商品陈列位置 / 239
 - 三、商品陈列形式 / 240

四、商品陈列方法 / 243

五、运用 POP / 250

第三节 商品陈列辅助手段 / 253

一、色彩的运用 / 253

二、灯光照明 / 258

三、添加背景音乐 / 261

四、增强商品动感 / 262

五、调节卖场空气 / 263

第六章

销售服务安全规范

第一节 服务安全述要 / 267

一、服务安全知识 / 267

二、遵守各种规章制度 / 269

三、熟悉紧急情况处理程序 / 271

第二节 各种突发事件的处理 / 273

一、对行窃的处理 / 273

二、火灾预防与处理 / 278

三、遇到抢劫时的处理 / 281

四、其他情况的处理 / 285

第一章

导购人员基本要求

本章重点

- ☐ 导购员与导购工作
- ☐ 导购人员必备知识与能力
- ☐ 导购人员行为准则
- ☐ 了解和认识顾客

第一节 导购员与导购工作

一、导购员

导购员是在终端现场引导顾客购买商品、促进商品销售的人员。从推销学的角度上来说,导购员是指直接从事销售,站在销售第一线与顾客直接接触的销售人员。

导购员通过自己的技术性劳动和服务性劳动,以及通过与消费者双向沟通来实现商品的销售。导购员的这种具有特殊性质的劳动是整个商业活动的关键,无论商业现代化程度有多高,都离不开这种特殊的劳动。

导购员与传统的营业员、促销员不同。传统营业员从某种意义上讲是计划经济的产物,往往仅以单纯销售为中心,机械性有余而主动性不足,对终端形象的建设维护以及与产品相关的品牌宣传涉及不多,服务意识也往往不是很强。而促销员所进行的活动则是一种特定时间内的短期行为。他们一般是做促销活动时临时聘请的,并且往往是活动一结束,人员自动解散,双方很难有系统的沟通。厂商不愿投入太多资源去培训促销员,而促销员也往往不可能深入地了解其产品。

导购员则兼营业员、促销员职责于一身,其角色更

为多样化。

二、导购工作的特殊性

了解导购员工作的特殊性，是做好导购工作的基础。导购员的工作是直接与客户、商品和货币打交道的。因此，导购员工作的特殊性主要表现在以下几个方面。

（一）制约性和影响性

顾客是导购员服务的对象，没有顾客的加入，导购员的销售工作就无法开展。导购员在工作过程中必须严格执行党和国家的政策和法规，并受到各项规章制度的约束。导购员工作的好坏，不仅会影响顾客的心理感受和企业形象，而且还将影响到国家、集体和个人的经济利益。

（二）不均衡性和不定型性

顾客到商店购物的时间和人数是非固定化的。导购员的工作也就不可能持续不断，会出现间歇。商店各部门及每一位导购员的工作状况是不均衡的，但是具有一定的规律性。导购员每天面对的是千差万别的顾客，接待的时间和成交的次数带有很大的灵活性，难以定型化。

（三）独立性和协作性

导购员劳动效率的高低，取决于个人的经验、知识、技术、自觉程度和生理状况等，要靠导购员独立完成工作，既有技术性劳动，又有服务性劳动，但有的工作是不能完全靠分工来完成的，必须依靠协作劳动。对导购员的劳动效果评价也要运用综合性指标，既从经济

效果考核,也从社会效果考核。

三、导购工作的内容

导购员的主要工作就是把商品推销给顾客,让顾客接受商品的同时也接受公司的形象和服务等。归纳起来导购员的工作主要有以下内容:

通过在卖场与消费者交流,向消费者宣传商品和企业形象。

在卖场派发企业和商品的各种宣传资料。

做好卖场、商品和 POP(购买点的广告)的陈列以及安全维护工作,保持商品与助销用品的摆放整齐、清洁和有序。

保持良好的服务心态,创造舒适的购买环境,积极向消费者推介,帮助其正确选择能满足他们需求的商品。

利用各种销售技巧,营造卖场顾客参与气氛,提高顾客购买愿望,增加营业额。激发现实的和潜在的顾客购买欲望,促进购买行为的发生。

善于向顾客提供售前、售中和售后服务,即向顾客提供咨询、给予技术协助、帮助办理各项必要的手续等。

维护顾客的利益,使顾客满意,通过周到的服务,使企业赢得顾客的认可,提高公司的信誉。

收集顾客对商品和企业的意见、建议与期望,及时妥善地处理顾客抱怨,并向有关管理人员汇报。

收集竞争对手的产品、价格和市场活动等信息,并

向有关管理人员汇报。

完成日、周、月报表填写等各项工作，及时上交给上级主管。

完成上级主管交办的其他各项工作，并严格执行商店的各项零售政策。

四、导购人员的心态

一般来说，导购员与顾客的交往是偶然的、暂时的，彼此在交往前并未事先约定，相互之间并不熟悉。导购员与顾客的关系是纯事务性交往。导购员关心的是销售额，总想尽快地把商品卖出去，而顾客的目的是想买到物美价廉的商品。由于双方利益存在对立性，潜藏着在双方交往中发生种种不愉快的因素，所以导购员一定要把握好自己的心态。

导购员首先要具备正确的服务心态和从业观念，并透过亲身的经验与揣摩，适应工作环境，从而与顾客建立良好的客情关系，圆满完成销售工作。

导购员要时刻防止两种消极心态：瞧不起导购工作或者认为导购很容易。

要做到在推销商品之前一定要先推销自己，让顾客接受自己，这样才能更好地销售商品。

导购员要做到热诚、微笑、心胸开阔、对待顾客一视同仁并且站在顾客的立场上考虑问题。

导购员要热情饱满、精力充沛、朝气蓬勃，给顾客以愉快、安全、卫生的心理感受。