

F715
Z34

商店經理

提高 銷售 業績 法則

台
张思汉
编

西南财经大学出版社

台湾汉湘文化事业股份有限公司独家授权。

本书著作权登记号为：图字 021—1999—049 号。

责任编辑：傅 虹

封面设计：大涛视觉传播设计事务所

书 名：商店经理提高销售业绩法则

编 著：张思汉（台）

出 版 者：西南财经大学出版社

（四川省成都市光华村西南财经大学内）

邮政编码：610074 电话：(028) 7353785

排 版：西南财经大学出版社照排中心

印 刷：四川机投气象印刷厂

发 行：西南财经大学出版社

全 国 新 华 书 店 经 销

开 本：850mm×1168mm 1/32

印 张：9

字 数：127 千字

版 次：2000 年 8 月第 1 版

印 次：2000 年 8 月第 1 次印刷

印 数：6000 册

定 价：18.80 元

ISBN 7-81055-663-0/F·545

1. 如有印刷、装订等差错，可向本社发行部调换。
2. 版权所有，翻印必究。

前 言

21 世纪服务业将成为第一大行业，而服务质量则是影响服务业发展的主要因素。面对未来炙手可热的市场“大饼”，培养高素质的销售员已是刻不容缓的事。

销售员站在面对顾客的第一线，所以，代表的正是商店整体予人的第一印象。与其把金钱与时间花在店面的装潢与折扣战上，倒不如脚踏实地地进行员工的培训。因为一位优秀的销售员不仅能使营业额上升，而且还可提高诸如商誉、顾客回头率、商店形象等附加价值，这足以使您的经营步入康庄大道。这样合算的事，各位经营者可得想一想。

人的因素应永远摆在第一位。进行商品买卖时，销售员与顾客之间微妙的心理反应，将如同一场角力赛般上演。本书将为您详尽介绍销售前的准备工作

及基本技术,让您成为高明的超级销售员。解读各种顾客的心理,掌握财务管理上的难点,了解 POP 广告之制作,是您经营商店不可不知的镇店守则。

目 录

第 1 章 接待客人、开展销售的准备工作和基本技术

1 自信于销售,致力于效益 /	2
2 正确理解“服务”二字 /	5
3 打破陈规,向目标挑战 /	8
4 接待客人要有“三意” /	11
5 销售员不可欠缺的七点意识 /	14
6 掌握商品知识 /	17
7 归纳总结商品特点的五个阶段 /	20
8 购物心理活动的七大步骤 /	23
9 销售过程的五个阶段与销售员的职责 /	26
10 掌握接待顾客、销售的 4S 原则 /	29
11 讲究形象与服装 /	32
12 进行发音练习 /	35

13	语言表达和倾听的基本方式/	36
14	扎扎实实地掌握基本动作/	39
15	礼貌用语与应酬语的练习/	42
16	掌握应酬用语/	45
17	接听电话的技巧/	50
18	每个人都喜欢受人尊敬的感觉/	57

第 2 章 接待客人进行推销的实践知识

19	从朝会制定目标做起/	62
20	营业前要清点并备齐销售必需品/	65
21	伺机吸引顾客入店的方法/	68
22	七种接近顾客的时机/	71
23	正确把握接近动作和接近位置/	75
24	与客人沟通的六大技巧/	78
25	介绍商品的原则/	82
26	销售员亲自示范/	85
27	尽可能地多刺激顾客的感官/	88
28	先说缺点后提出优点/	92
29	灵活应用赞美语七原则/	94

30	把握提问五原则,了解顾客的需求 /	97
31	做好准备回答问题 /	101
32	掌握杀价的应付方法 /	104
33	正确判断顾客想买的征兆,以免错过 时机 /	107
34	促使顾客下决心的五大原则 /	110
35	货款的收付准备和做法 /	114
36	掌握商品包装知识和技术 /	117
37	送客秘诀 /	124
38	对待不同顾客的灵活接待 /	127
39	留心关联销售 /	130
40	多样顾客百变接待法 /	133
41	如何防止第三只手? /	138
42	发现顺手牵羊事件怎么办? /	141
43	安抚顾客不满情绪的三大进行曲 /	144
44	处理不满情绪的“三变”法 /	147
45	攻破顾客心防三原则 /	150
46	顾客的相貌和姓名的记法 /	153
47	造就常客的技巧 /	156
48	无顾客时的店内工作 /	159

49	保持商店清洁和保证货源充足 /	162
50	滞销商品摇身一变成抢手货 /	165
51	商店忌讳种种 /	168
52	汲取同行商店的优点 /	171
53	开讨论会是成功的基础 /	174

第 3 章 制作 POP 广告的知识和技术

54	不同色彩的百变功能 /	180
55	掌握色彩所隐藏的魔力 /	184
56	了解无彩色的特性 /	189
57	商品的陈列方式与 AIDCA 原则 /	192
58	商品摆设位置如何才能引人注目? /	195
59	通道设计的知识 /	198
60	陈列商品的要领和开发陈列技术 /	201
61	使顾客易选商品的陈列方式 /	203
62	方便顾客观看与触摸是陈列的 不二法则 /	206
63	陈列方式不同,表现出不同风格 /	211
64	使商店充满丰富感的表现方法 /	214

65	陈列背景效用大 /	217
66	色彩的巧妙搭配 /	220
67	如何吸引顾客掏出“白花花的银子”? /	227
68	保持商品清洁,避免肮脏 /	230
69	按照广告制作原则制作 POP 广告 /	233
70	POP 广告与购买心理的联系 /	236
71	了解 POP 广告的目的和种类 /	239
72	POP 广告制作的准备工作 /	242
73	POP 广告制作的基础练习 /	245
74	POP 广告的种类不同,制作要领 也不一样 /	248
75	POP 广告词的制作 /	253

第 4 章 销售员的社交活动与自我启发

76	善用各种会议收集资料 /	258
77	通过自由讨论,调动人的大脑 /	261
78	改善商店人际关系 /	264
79	遵守礼仪 /	267
80	自我启发的方法 /	270

第1章

接待客人、开展销售的 准备工作和基本 技术

1 自信于销售,致力于效益

◆不能创造效益的销售不是真正的销售

(1) 自信于销售活动

不论商品是如何的优良,假如销售员不明了其价值,无法详细地介绍给顾客并使之欣然接受的话,是无法销售出去的。因此,建议销售员要极力宣传商品的优点(方便、有趣、舒适等优点)。也就是说,要在销售活动中将商品的各种优点明确地告知顾客。

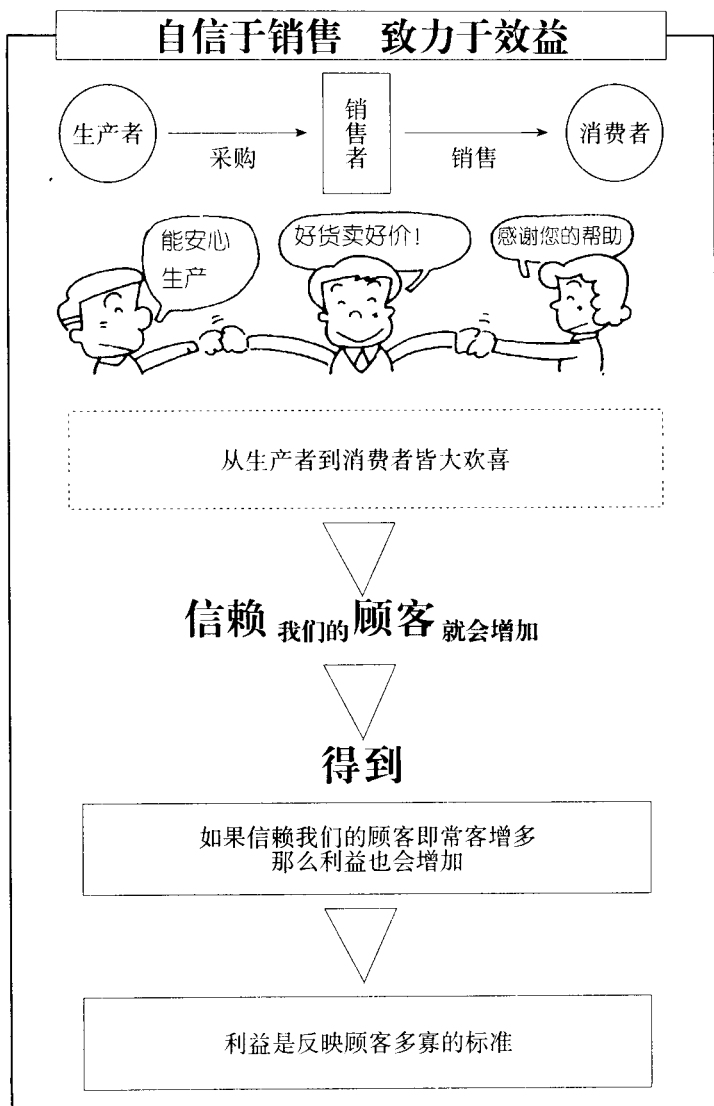
(2) 致力于效益

营业额中扣除成本后剩下的就是毛利。但其中还要支付员工工资、水电费、营业税、所得税等。商店发展所需经费和全体员工的生活费都要从毛利中产生,因此,致力于提高效益是很重要的。

(3) 要想赚钱就必须取得更多顾客的信赖

在自信于销售、致力于效益的同时,还要留意顾客的内心活动。相当多的顾客认为是由于销售员的宣传自己才多买了很多东西。所以获得更多顾客的信赖是赚钱的秘诀。





2 正确理解“服务”二字

◆没有平时的训练,就不可能做到真正的服务

(1) 真正的服务

说到服务,很容易令人联想到给顾客优惠和赠送小礼品,但这还不是服务的全部。比方说,在宾馆,当我觉得服务不错时,并不是说宾馆给了我住宿费的优惠。所谓真正的服务并不是以金钱为中心的服务,真正的服务才是顾客所追求的。

(2) 非金钱服务的五大领域

销售员能向顾客提供五项非金钱的服务:①给全体购物者带来兴趣与满足;②销售员合乎规范的表现;③提供适当的建议;④向顾客提供有价值的资讯;⑤售后服务。(详见下表)

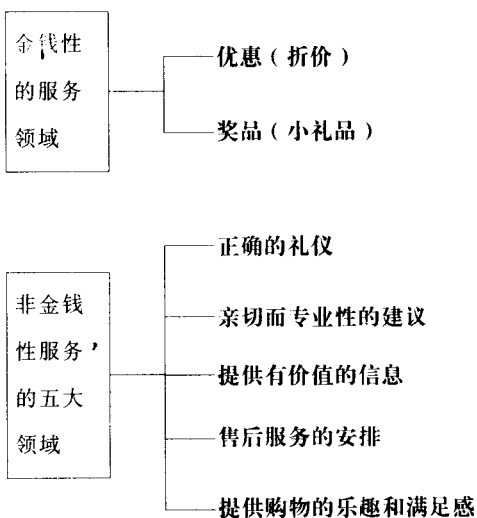
对服务的正确理解

1. 售前服务、销售服务、售后服务

	售前服务	销售服务	售后服务
内 容	· 广告单（散发） · 邮件 · 组织观摩会 · 电话邀请来店	· 微笑 · 提供信息 · 售货员许诺售后服务	· 承诺、修理 · 证实购买后的情况 · 推销员售后调查，提供信息

（注）可靠的售后服务也是一种售前的服务。

2. 销售服务的种类



（注）提供高水准的服务是销售员的本职工作。

(3) 作为提供服务者的自我磨练

把上面五大领域的服务恰到好处地提供给顾客，是销售员的职责，因此，销售员就必须从平时做起，努力学习礼仪，磨练自己，掌握知识和技术，注意收集信息等。



3 打破陈规，向目标挑战

◆为了在工作中感受到生活的意义，必须从旧的体制中摆脱出来

(1) 人的优点与弱点

人既有希望不断向上并勇于向困难挑战的优点，同时又有容易懒惰、追求享乐的弱点。在受弱点支配的时候，要想产生勤奋工作的动力，就必须不断努力，以打破这种不求上进的状态。

(2) 守旧的“元凶”——七种病

下面用疾病的名称来表示守旧的几种状态：①基本轻视症；②人生无味烦躁症；③缺乏自主症；④感觉迟钝症；⑤上进心丧失症；⑥缺乏创意症；⑦不平不满症。也许会有人以为“工作就是如此”，对于这样的人，我们也只好说他太可怜了。