

图解服务的细节
027

最強販売員トレーニング

最强导购 成交术

17个妙想小贴士打通你的任督二脉

6大自查表快速武装专业度

导购员最头疼的55个现场问题 那都不是事儿!

「目」北山节子
周征文
译 著

人民东方出版传媒

People's Oriental Publishing & Media



东方出版社

The Oriental Press

图解服务的细节

027

最強販売員トレーニング

最強导购 成交术

「日」

北山节子 著

周征文 译

人民东方出版传媒

People's Oriental Publishing & Media



東方出版社

The Oriental Press

图书在版编目 (CIP) 数据

最强导购成交术 / (日) 北山节子 著; 周征文译. —北京: 东方出版社, 2015. 5
(服务的细节; 27)

ISBN 978-7-5060-8220-4

I. ①最… II. ①北… ②周… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 118646 号

Saikyo Hanbain Training by Setsuko Kitayama

Copyright © 2013 Setsuko Kitayama

Simplified Chinese translation copyright © 2014 Oriental Press,

All rights reserved

Original Japanese language edition published by Nikkei Publishing Inc.

Simplified Chinese translation rights arranged with Nikkei Publishing Inc.

through Beijing Hanhe Culture Communication Co., Ltd.

本书中文简体字版权由北京汉和文化传播有限公司代理

中文简体字版专有权属东方出版社

著作权合同登记号 图字: 01-2014-5594 号

服务的细节 027: 最强导购成交术

(FUWU DE XIJIE 027: ZUIQIANG DAOGOU CHENGJIAOSHU)

作者: [日] 北山节子

译者: 周征文

责任编辑: 吴 婕

出版: 东方出版社

发行: 人民东方出版传媒有限公司

地址: 北京市东城区朝阳门内大街 166 号

邮政编码: 100706

印刷: 北京市大兴县新魏印刷厂

版次: 2015 年 7 月第 1 版

印次: 2015 年 7 月第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

开本: 880 毫米×1230 毫米 1/32

印张: 7.25

字数: 87 千字

书号: ISBN 978-7-5060-8220-4

定价: 36.00 元

发行电话: (010) 64258117 64258115 64258112

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场

如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 64258029

前 言

营业员，作为站在“第一线”向顾客提供商品的角色，无论何时，在顾客面前都要面带笑容，但在这笑容的背后，却隐藏着营业员痛苦的心声。

“明明很努力，但销售业绩却不见增长。”

“每月必须完成的销售额任务太重……”

“同事间的关系不融洽……”

“要怎么做，才能让顾客获得愉悦的购物体验呢？”

“如今经济大环境不景气，所以很难向顾客推荐高价商品……”

即便绞尽脑汁、竭尽全力，却仍然无法获得明显成效，于是导致工作热情下降。这样的情况，在营业员中并不少见。

而负责指导营业员的相关人员，则需要让营业员提供令顾客愉悦的服务，并且完成既定的销售额目标，因此他们肩上的责任也非常重大。

在这种情况下，以“回归原点”的方式思考，就显得非常重要。即从实际出发，以“局外人”的角度审视自己家的店铺或专柜，或者以消费者的立场看问题。比如思考“顾客为何光顾我们的店”“顾客对于店铺和营业员有什么期待”“自己为什么会从事这种待客销售性质的工作”……

顾客邂逅优秀营业员时的喜悦，顾客购买到满意商品时的喜悦；营业员卖出商品时的喜悦……要以这些幸福的体验为基础，重新思考自己的待客方式及推销方式。这是一条捷径，它能够让偶尔光临的顾客成为自己家品牌的“粉丝”，即“回头客”。

作为待客培训讲师，排解和解答奋战在待客销售现场、从事营业员工作的兄弟姐妹们的烦恼和疑惑，是我的工作内容之一。而本书便是以 Q&A 的问答形

式所构成。书中的内容都是基于近期我在参加研讨会及进行店面指导时经常被问到的问题及我所给出的启示，主要涉及“员工的热情提升”和“卖场实际问题的解决”等方面。

希望本书能给从事营业员工作的读者朋友们带来帮助，祝愿各位能够面带笑容地站在卖场，收获许许多多顾客的笑容，持续热爱这份待客销售性质的工作。如能得偿所愿，便是本人之幸。

待客培训讲师 北山节子

2013年10月

前言 001

CHAPTER 1

与销售额息息相关的交流 001

Q 01 大家明明都很擅长待客，可结果却……

- ▶ 从对话中提炼关键词，并且反映到对顾客提出的问题中 004

要点贴士 把顾客的言语与问题联系起来 006

Q 02 顾客数量少……

- ▶ 越是没有顾客的时候，越是要“动起来” 008

Q 03 只打趣闲聊而不买东西的顾客

- ▶ 目前没买东西的顾客，也会在未来成为下单的顾客 012

Q 04 最强的营销说辞

- ▶ 营业员的一句“连我都想要”所具备的说服力 015

Q 05 对顾客的同伴该如何接待？

- ▶ 顾客的同伴亦是顾客 017

要点贴士 带着孩子来的顾客 019

Q 06 改善后却不见成果

- ▶ 作为营业员，关键在于持续牢记“身为顾客的心情” 021

Q 07 在不花钱的前提下，能做点什么呢？

- ▶ 帮助顾客消除“小压力” 024

Q 08 如何才能让大家共同理解销售额目标

- ▶ 把“负面的内容”以“正面的方式”来传达 027

要点贴士 注意表达方式 029

Q 09 如何才能让 DM 和宣传推广产生效果

- ▶ 要在脑中浮现每位顾客的音容笑貌 031

Q 10 如何提高顾客回头率？

▶ 要对具有价值的邂逅心存感激 034

Q 11 当顾客提及商品的缺点时……

▶ “YES（是的）· BUT（不过）”式
说话技巧 037

核对表 039

CHAPTER 2

平易近人的店 平易近人的营业员 041

Q 12 有人说我们店“不好进”

▶ 卖场是为了让顾客购物而存在的，是属于
顾客的主场 044

Q 13 要记的东西太多……

▶ 无论多忙，都不要忘了“嘴角上扬” 047

Q 14 不擅长称赞别人

▶ 试着称赞顾客最显眼的部分 050

Q 15 找不到可以称赞的“亮点”

- ▶ 顾客的鉴别能力和独到眼光也是可以称赞的“亮点” 053

专栏 提高“称赞”能力的训练“Praise Pairwork (结对称赞活动)” 055

Q 16 业绩优秀的卖场的共通点是什么？

- ▶ 卖场内外洋溢着笑容 059

Q 17 如何避免顾客产生“门槛高”的感觉

- ▶ “营业员对顾客”的关系基础是“人对人”的关心体贴 062

Q 18 即便向顾客打招呼，顾客也不理睬我

- ▶ “春风化雨”般默默关注顾客，站在顾客的角度思考，不要错过与顾客搭话的最佳时机 065

Q 19 当使用“洋文”和专业术语时

- ▶ 营业员摆出“你当然应该知道”的态度，这是让顾客失望的原因所在 068

核对表 070

CHAPTER 3

以“人对人”的理念为基础的真诚接待 073

Q 20 顾客谢绝我的好意

- ▶ 要以顾客愿意接受的方式表示好意 076

Q 21 当让顾客久等时

- ▶ 从顾客等待到购物完成的整个过程中，
营业员能做些什么？ 079

Q 22 当顾客向我问路时

- ▶ 要注意用词，慎用“那边”，多用
“这边” 082

要点贴士 把顾客的诉求转告顾客目的地的
店员 083

Q 23 如何才能让问候语直达顾客的心灵

- ▶ 要仔细推敲问候语的含义 085

要点贴士 以“七大待客问候语”为例的具体

说明 086

Q 24 礼貌待客的“陷阱”

- ▶ 不要把自己的“待客套路”强加于顾客 089

要点贴士 减轻顾客的“焦躁感” 091

Q 25 是否应该向顾客推荐其他店？

- ▶ 顾客的信赖胜过眼前的销售额 094

Q 26 如何接待已经发了DM的顾客？

- ▶ 手写的信息 + 能够让回头客倍感亲切的待客方式 097

Q 27 怎样才能让营业员时刻牢记“笑容是待客之本”

- ▶ 上司首先要以身作则，面带笑容 100

Q 28 如何分辨顾客是否愿意闲聊？

- ▶ 要根据顾客的态度来揣摩其心理 103

Q 29 太过拘泥于指导手册

- ▶ 只有发自内心的语言，才能直达顾客的心灵 106

要点贴士 指导手册的本质是什么? 108

Q 30 如何减少顾客的退货率

▶ 顾客退货的真正原因 110

核对表 112

CHAPTER 4

如何解决顾客的投诉和烦恼 115

Q 31 如何应对顾客的抱怨

▶ 顾客不满的本质是期待 118

要点贴士 如何安慰被顾客抱怨的店员 120

Q 32 如何应对顾客“不近情理”的投诉

▶ 顾客“不近情理”的投诉，对店铺和服务的改良而言其实是一种启示 122

Q 33 如何把顾客的投诉案例灵活运用到卖场的改良中

- ▶ 要“精确到细节”地记录已经解决的投诉
案例 125

要点贴士 一定要把投诉记录下来 127

Q 34 与顾客通话时的注意点

- ▶ 正因为对方看不见，所以更要注重礼仪 129

Q 35 没有足够的时间去待客

- ▶ 要意识到“顾客把宝贵的时间交付给了自己” 132

要点贴士 卖场的小窍门 133

Q 36 不擅长向顾客传达商品的缺点

- ▶ 先把商品的缺点告诉顾客 135

要点贴士 要按照“缺点→优点”的顺序告知
对方 137

Q 37 不得离岗时

- ▶ 与周边专柜的营业员建立“互帮互助”
的关系 139

要点贴士 要告知对方大概的离岗时间 140

Q 38 店员的穿着打扮让人纠结

▶ “顾客的感受”才是判断基准 142

要点贴士 穿着打扮的规范也在随着时代
而变化 144

核对表 145

CHAPTER 5

营业员的培养与团队协作 147

Q 39 营业员之间陷入互相竞争的局面

▶ 顾客对于营业员之间的人际关系
也很敏感 150

Q 40 激发新人的工作热情

▶ 新人是最贴近顾客的人 153

Q 41 渴望具有“决定性”的创意

▶ 要“吸收”新人营业员的意见 156

Q 42 大家无法做到“团结一心”

- ▶ 避免“内部竞争”，以“店铺整体”为单位展开待客服务，就能提升顾客的满意度 159

Q 43 希望营业员能发挥主观能动性

- ▶ 引入“负责人制度”，让每位营业员都成为各个具体领域的“小领导” 162

Q 44 与生产现场的沟通

- ▶ 把顾客的喜悦更好地传达给生产现场 165

Q 45 如何对待心态消极的店员

- ▶ 行动是语言的反映，首先要让语言充满正能量 168

要点贴士 当描述一个人时，可以采用的积极肯定的表达方式 170

Q 46 “努力推销”造成了逆反效果

- ▶ 要让全体店员“共享纠纷” 172

Q 47 把握“表扬”和“批评”的分寸

- ▶ 当营业员“给顾客添麻烦”时要进行

批评 175

Q 48 如何打造一支强大的团队

- ▶ 从“提升员工满意度 (ES)”到“提升顾客满意度 (CS)” 178

核对表 180

CHAPTER 6

回归“一切为了顾客”的初心 181

Q 49 怎样以“自己的话”来问候顾客

- ▶ “欢迎光临”不止一个“版本” 184

Q 50 何为问候语所发挥的“意外作用”

- ▶ 问候也是一种收集信息的方式 187

Q 51 不擅长角色扮演训练

- ▶ 共享信息，克服弱点 190

Q 52 保持积极的心态

- ▶ 回归原点，不忘初衷 193