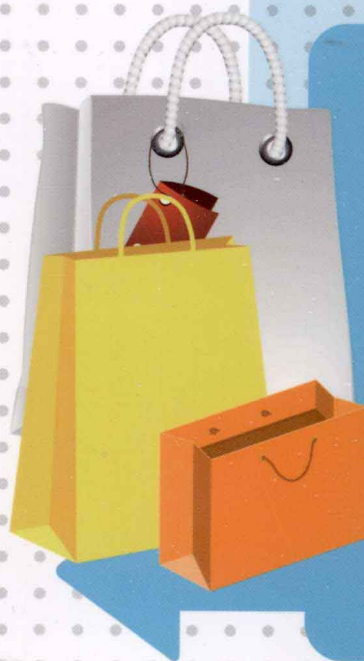


导购 这样说 才对

王建四◎著



有效解决终端销售最头疼的50个难题

50种导购技巧，即查即用
50种销售话术，让业绩倍增

第2版

连续加印 **23次**，销量说明一切！

近1000家企业一线员工培训用书，100多万终端销售人员从中受益
好风景家居、美的厨卫、深圳麦金利等知名企业的共同选择

全新升级，技巧更实用、话术更有效！



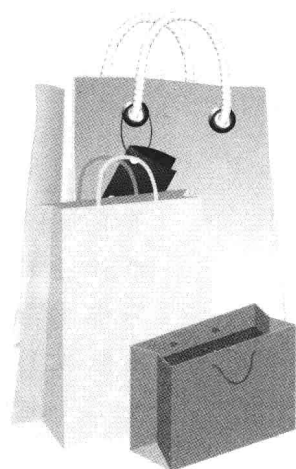
北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

第2版

导购 这样说 才对

王建四◎著

有效解决终端销售最头疼的50个难题



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

导购这样说才对 / 王建四著. —2 版. —北京: 北京大学出版社, 2012.7

ISBN 978-7-301-20503-7

I. 导… II. 王… III. 销售—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 066965 号

书 名: 导购这样说才对 (第 2 版)

著作责任者: 王建四 著

责任编辑: 张国良

标准书号: ISBN 978-7-301-20503-7/F · 3147

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 82893506 出版部 62754962

电子邮箱: tbcbooks@vip.163.com

印刷者: 北京嘉业印刷厂

经销者: 新华书店

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 彩插 1

14 印张 195 千字

2008 年 9 月第 1 版

2012 年 7 月第 2 版第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

推荐序 1

初识王建四老师，源于偶然看到他写的《导购这样说才对》这本书，一开始被书名所吸引，随便翻了翻，很快被其内容打动，我毫不怀疑这是一本充满诚意和能量的书。在我看来，诚意在于作者所宣称的那些良好愿望，能体现在把那些愿望落到实处！显然，写这本书的人，不仅有着扎实的终端经验，更有着敏锐的触觉，深刻知道终端到底需要什么！于是我联系到王建四老师，决定请他为公司员工和经销商进行终端导购技能培训。

2011年7月，“麦金利商学院第三届金牌店长训练营”在杭州开课，全国医药百强连锁的千名金牌店长在现场接受了他的能量！王建四老师讲的都是销售终端日常工作中经常遇到的销售难题！一天的培训下来，掌声不断，店长们认真聆听，仔细记笔记，生怕漏过一丝细节。

本次麦金利商学院金牌店长训练营反响非常好，一段时间下来，各门店业绩都有了大幅度的增长。全国各地的店长、店员们深切感受到王建四老师的图书和培训给自己带来的帮助，纷纷通过不同途径对王建四老师表达谢意。我们的经销商也看到了此次训练营对店员和店长们的帮助和潜能的激发，纷

纷问我什么时候还有此类培训。于是公司决定将一年两次的训练营改为两个月一次，继续聘王老师为麦金利商学院讲师，全国巡回讲课，让所有的店员、店长们现场接受他的指导。

《导购这样说才对》一书自 2008 年出版以来已连续加印 23 次，被许多家公司选为一线员工培训用书，且一直处于同类书畅销排行榜前列，其实用性和实操性经受住了时间和实践的考验。值《导购这样说才对》（第 2 版）出版之际，特向广大终端销售人员推荐此书，愿更多的人能够从中受益！

——麦金利（中国）有限公司总裁

孙鹤鸣



推荐序 2

销售终端作为维系消费者与品牌厂商的桥梁，历来是众多厂商所重视的市场节点之一。对于家居建材行业来说，要想取得良好的销售业绩，不仅要有优质的产品和与产品配套的装饰装修，还需要有良好的销售氛围。销售氛围的营造，除了硬件设施之外，终端销售人员——导购的业务素质和技能就显得非常重要。终端导购人员的一个动作、一个眼神、一句话都会对消费者的购买行为产生影响。对终端导购进行全方位的训练，是终端提升战斗力、销售力的一个基础。如何寻找到合适的终端导购培训教练，如何用好培训教练，是企业和销售商们研究的课题。

好风景家居一直坚持“用爱心做事业，用感恩的心做人”的经营理念，并把这一理念贯穿到终端销售培训中。我们以爱心服务，以感恩之心提供超值体验，让消费者能够真实地感受到家居产品所带来的美好生活氛围。为了使“雅生活方式”能够在终端得到更好的体现，让终端销售导购与消费者的沟通更通畅，我们邀请了王建四老师作为我们的终端销售培训教练。王老师一直以来致力于家居行业的销售培训，具有丰富的行业知识和经验，能够根

据企业实际需求进行有针对性的培训，而不是大而全或者重概念不重实际。通过多次合作，王老师在好风景家居“雅生活方式”传播和终端销售力打造中发挥了重要的作用，在这里深表感谢。

王建四老师所著的这本《导购这样说才对》是其终端销售培训课程的系统化和总结，内容实际、实用、实操。好风景家居一向非常重视团队学习，经常到书店买一些终端书籍，但感觉许多书籍内容都差不多，而这本书可以说是真正意义上的“上午学、下午用”的实操性很强的书籍，是一本中国零售终端的原创性著作、一部不可多得的零售终端实战宝典！

《导购这样说才对》（第2版）即将出版，在这里，我愿负责任地将该书推荐给家居建材界的同行们，相信大家会从这本书中获得自己最需要的东西，也坚信这本书会给中国各个行业的零售终端带来革命性的业绩提升！

——好风景家居总裁

王自松

目 录

推荐序 1 / V

推荐序 2 / VII

第 1 章

顾客进店后，如何打破你与顾客之间的沟通坚冰

- 1 我们热情地迎接顾客，可顾客毫无反应，或冷冷地说：我随便看看 / 3
- 2 顾客其实很喜欢，但同行的朋友却觉得一般，并建议顾客再到别处看看 / 9
- 3 顾客喜欢我们的东西，但讨价还价后说了句“我再考虑考虑”就犹豫地离开了 / 15
- 4 顾客进店后东看看，西看看，我们建议他体验一下产品，但顾客怎么都不热心 / 20
- 5 好的嫌贵，给他推荐实惠的特价款，他对质量又总不放心 / 26
- 6 你们都说自己的东西好，哪个卖瓜的不说自己的瓜甜呢 / 30
- 7 顾客喜欢，本想买来送给男朋友，但突然说改天把他带过来再决定 / 34
- 8 眼看要成交，经过的闲逛客随意说了句消极的话，顾客犹豫起来 / 38
- 9 导购介绍完商品后，顾客毫无感觉，什么也不说就转身要走 / 43
- 10 顾客进店后看了看说：东西好少呀，感觉没什么好买的 / 47

- 11 夫妻或情侣双方在购买上产生分歧，甚至有些愉快 / 51

本章自测题 / 54

第 2 章

在销售中遇到以下问题，你应该怎么办

- 12 顾客刚进门就问：你们店有没有 XX(款式 / 风格 / 材质 / 功能)的东西 / 57
- 13 你们的品牌就是广告砸出来的，还不是我们顾客买单吗 / 61
- 14 如何才能延长顾客留店时间，让顾客坐下来交流 / 65
- 15 刚摆的新货，质量完全没问题，可顾客仍要拿新的，但库房里已经没有了 / 69
- 16 东西我满意，但我的一个朋友已经买了，我不想买一样的 / 72
- 17 东西挺好的，下次我带朋友过来，让他帮我看看再说吧 / 76
- 18 顾客询问产品会否出现变形 / 变色 / 生锈 / 过敏等自然性问题时，我们该如何回答 / 80
- 19 你们是哪里的牌子呀，都没听说过，还卖这么贵 / 84
- 20 处理库存时，有顾客突然说：这好像是以前的老款，怎么还拿来卖呢 / 87
- 21 隔壁那家店的东西和你们比较，你觉得他们的怎么样 / 91
- 22 你们还名牌呢，样品做工都这么粗糙 / 95
- 23 算了吧，现在很多产品都是贴牌或者随便挂个国际牌子 / 99

本章自测题 / 102

第 3 章

当顾客对价格有异议的时候，你应该怎么办

- 24 隔壁牌子的东西跟你家各方面都差不多，但价格要便宜得多 / 105
- 25 东西我喜欢，我也来了好几次了，你再便宜点我就买了 / 110
- 26 都谈这么久了，给我个面子，再少 XX 元我就要了 / 114

- 27 东西的确不错，我也喜欢，就是太贵了 / 118
- 28 算了吧，我觉得没必要花这么多钱买这么好的东西 / 122
- 29 别的地方老顾客都有折扣，你们这里怎么没有优惠呢 / 126
- 30 我跟你们 X 总很熟，你不给我这个价格我就给他打电话了 / 130
- 31 顾客对东西各个方面都很满意，但了解价格后转身就准备离开 / 133
- 32 我是你们的老顾客，怎么和新顾客一样，一点优惠都没有呢 / 137

本章自测题 / 141

第 4 章

顾客对优惠折扣有异议，你应该怎么办

- 33 你们的東西可不便宜，都能打几折呀 / 145
- 34 我今天只是先看看，等你们打折的时候我再来买 / 149
- 35 我不要你们的赠品和积分，你换成折扣吧 / 152
- 36 你们怎么会不打折呢？比你们好的 × × 品牌都打 × 折呢 / 156
- 37 买一件不打折也就算了，我买三件也不打折呀！那我就一件都不买了 / 159
- 38 折扣和赠品只能二选一，可顾客既要折扣又要赠品，怎么办 / 163
- 39 × × 品牌不光打折，而且还有赠品呢 / 167
- 40 我也不给你还价了，你把那个饰品送给我吧 / 171
- 41 顾客对东西很喜欢，询问什么时候有活动 / 174

本章自测题 / 177

第 5 章

当顾客对商品存在不满情绪时，你应该怎么办

- 42 与其他品牌比起来，你们的贵宾卡优惠力度太小了 / 181
- 43 如果过段时间货品价格比我买时低，你们要赔我差价 / 184

- 44 我不喜欢小牌子，我买这类商品一般都买 × × 牌子 / 189
- 45 虽然货品在退货期内，但顾客却因非质量问题要求退货 / 192
- 46 虽然可以按规定退货，但时限已超过退货期，怎么办 / 195
- 47 有些顾客无端要求退换货，并且威胁不解决不离店 / 199
- 48 有的顾客买东西特麻烦，反复调换 / 203
- 49 想收集 VIP 客户资料，可顾客不是很配合 / 206
- 50 我们索要顾客电话，顾客说他需要的时候会来找我们 / 209

本章自测题 / 213



第 1 章

顾客进店后，如何打破你与顾客之间的沟通坚冰

1 /

我们热情地迎接顾客，可顾客毫无反应，或冷冷地说：我随便看看

—— 现场诊断 ——

零售门店导购人员每天都会接触到形形色色的顾客。什么样的顾客最难接待？在全国各地的授课现场我经常提出这样的问题，几乎每次培训都会有学员回答：不说话或者说“随便看看”的顾客。

的确，说“随便看看”或一言不发的顾客在门店里比比皆是。许多导购人员碰到这种顾客都觉得头大，不知如何应对，久而久之，严重削弱了他们对这份职业的兴趣，降低了他们对品牌的信心，甚至有的店员会怀疑自己是运气不好，怎么遇到的都是这种不爱说话的人呢。但抱怨会让顾客开口说话吗？抱怨会解决问题吗？不会，除非我们知道顾客为什么不开口。

[错误应对 1] 没关系，您随便看看吧。

[错误应对 2] 好的，那你随便看吧。

[错误应对 3] 那好，您先看看，需要帮助的话叫我。

[错误应对 4] (不管他是否说话，依然主动为其介绍)

进店的顾客大致分为三种，有的顾客进店就是要买东西，有的顾客则可能只是为日后购买收集资料，当然也不排除有的顾客今天来纯粹只是无

聊消遣而已。对不同的顾客应采取不同的接待策略，如果我们拿着自己爱吃的巧克力去钓鱼，结果自然可想而知。但我经常发现，许多门店导购人员一见到客人进店就采取主动出击、热情迎接这种千篇一律的应对方式，结果碰一鼻子灰。我经常说，很多时候不是我们的客人不好说话，而是我们把话说错了，把事情做错了。

“没关系，您随便看看吧”和“好的，那你随便看吧”，皆属于消极性语言，暗示顾客随便看看，看看就可以走了，这将令我们陷入尴尬的境地，此时想要再次主动接近顾客将变得困难，所以假如不小心遇到此类顾客，绝不可轻易退下阵来。第三种错误应对方式则实际上就是缴械投降，放弃了服务顾客的主动权。第四种错误应对看似掌握主动，但其实极容易导致顾客反感，加快顾客离店的速度。

上述应对方法要么回避问题，要么我行我素，无利于问题的积极解决，因为我们缺乏顺势主动引导顾客并将销售过程向前推进的意识和行为，从而降低了顾客购买的可能性。那到底如何防范并应对这种“哑巴”型顾客呢？

—— 实战策略 ——

很多顾客在进入我们门店时都难免或多或少有一定的戒备心理，具体表现为他们不愿开口说话，对我们的热情迎接不理不睬，因为他们担心一旦自己开口说话或者回应我们的问题，就会被抓住把柄而落入导购设计的圈套，这是顾客不愿意看到的，他们可不希望自己被导购缠住而难以脱身。所以，顾客总想极力保护自己，而保护自己的最好方式就是：不说话或随便看看。

那我们到底应该怎么做呢？如何令这种顾客越来越少，并且即使遇到也能妙手回春呢？当我们清楚顾客进店时的心理状态后，招呼顾客时我们应从以下三个方面来规范自己的行为，以尽可能减少该类情况的发生。

首先，接待顾客要热情但不过分。

我发现店铺里很多人都喜欢在顾客进店时迎前热情接待顾客，或者在顾客身后紧紧尾随，这两种都属于没有管住脚，是消极并且令顾客讨厌的行为！因为顾客很多时候都不喜欢自己进店时被店员缠着不放，适当给顾客留一些空间往往效果更好。我一直在培训课堂上强调，客人进来我们要热情但切忌过度，否则就物极必反，因为在彼此都不是太熟悉的情况下，人都需要一个安全距离，过于热情会引起顾客的不适、不安甚至反感，从而加快了顾客离店的速度。

那我们到底应该怎么做呢？我认为只要对他们做到礼貌即可，因为大家毕竟都是第一次见面，再加上双方都有些防卫心理，此时立即大步前迎反而不好，真诚地点头微笑，然后脚步适当前行两三步即站立原地，接下来根据与顾客的沟通情况保持和顾客两米左右的距离。一定记得前迎的时候千万别直冲顾客而去，那样会令顾客有压迫感，正确的做法是往边上靠，让出顾客的前进通道，也是对顾客尊重的表示。

其次，招呼顾客时要管好嘴、说对话。

我在终端门店辅导和实地调研的时候经常发现，有很多导购用错误的说话方式与顾客沟通。他们经常提一些让顾客压力过大的问题，比如“你好，买东西吗”以及“请问需要我帮忙吗”等。我发现，最后顾客真正回应我们的少之又少。还有的导购会问一些不好问答的问题，比如“你好，要买什么东西”等。

各位以前询问过顾客类似的问题吗？如果有，请赶快收口吧，因为用类似问题招呼顾客，顾客就会很容易地以“随便看看”，或者干脆不回答的方式来保护自己。正确的做法应该是一开始的时候用高亢、有感染力的语调招呼顾客，然后循序渐进地询问顾客一些简单易回答的问题，比如“先生以前听说过我们的牌子吗”、“先生第一次来我们店吗”或者“先生以前用过我们的东西吗”等。只要顾客开口说话了，他的心灵坚冰就会慢慢消融，我们与顾客的交流就会变得越来越融洽。

最后，积极地引导顾客。

如果在招呼顾客的时候，顾客仍有“随便看看”这种敷衍之语，导购也可尝试以积极性的回答，即一定要引导顾客朝着有利于活跃气氛并促使顾客成交的方向努力。

总之，导购一方面要注意招呼顾客的时机以及招呼语言的合理运用，另一方面，如果顾客还是给我们说“随便看看”的时候，导购应该尽量想办法减轻顾客的心理压力，将顾客的借口变成自己接近对方的理由，然后询问顾客一些他感兴趣且易于回答的简单问题，以引导顾客开口说话，从而将销售过程积极地向成交方向推进。这种方法如果转换合理，可以起到以柔克刚、借力打力的效果，我下面给各位提供几套引导顾客的案例模板。

话术模板

话术模板 A

导购：没关系，先生，您现在买不买无所谓，您可以先了解一下我们的产品。来，我先给您介绍一下我们的东西吧……请问，先生您房间是中式风格还是欧式风格呀？

点评：先顺着顾客意思，以轻松的语气来缓解顾客的心理压力，同时简单介绍自己的产品或品牌，然后话锋一转引导顾客回答一些简单问题，只要顾客愿意回答我们的问题，店员就可以深入发问，将销售过程顺利推进。

话术模板 B

导购：没关系，买东西是要多看看！不过小姐，我想邀请您重点了解一下本店的一款最新产品，这几天这款产品卖得非常好，您可以先看看，来，小姐这边请……

点评：首先仍是认同顾客感受，让客户感觉放松，然后立