

中国零售业提升业绩必选培训教材



祝文欣◎主编

■ ■ ■ ■
终端乃『销售最后一公里』，
导购乃『最后一公里』的『最后冲刺』。
怎样练就导购的完美形象和『金口玉言』？
怎样实现自我的卓越提升？



中国发展出版社

成交的 项能力

金牌导购

中国零售业提升业绩必选培训教材



SEC
SYSTEM OF EXPERT CONSULTANCY
品牌顾问 零售专家

祝文欣◎主编

金牌导购

成交的5项能力

■ ■ ■ ■ ■
终端乃『销售最后一公里』，
导购乃『最后一公里』的『最后冲刺』。
怎样练就导购的完美形象和『金口玉言』？
怎样实现自我的卓越提升？



中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

金牌导购——成交的 5 项能力/祝文欣主编. —北京:
中国发展出版社, 2010. 5

ISBN 978-7-80234-547-8

I. 金… II. 祝… III. 销售—基本知识 IV. F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 068005 号

书 名: 金牌导购——成交的 5 项能力

主 编: 祝文欣

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-80234-547-8

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京科信印刷厂

开 本: 640 × 1000mm 1/16

印 张: 10. 25

字 数: 100 千字

版 次: 2010 年 5 月第 1 版

印 次: 2010 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1—6000 册

定 价: 25.00 元

联系电话: (010) 68990625 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮箱: drcpub@126.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换



总序

很多人在谈及成功学的时候，都乐于念叨这么一句话：“一念天堂，一念地狱”，什么意思呢？

不管是生活，还是工作，其最终结果都取决于一种态度，态度不同，在对待环境时所采取的方式自然也有很大差异。为什么有些零售店能够拥有应接不暇的生意、良好的客户关系和健康的发展趋势，员工们过着一种快乐、积极的生活？为什么有些零售店终日忙忙碌碌，却只能维持最低限度的收支？这中间的差别与日彰显，根源却难以捉摸。

其实，事业的构成并非只有无奈和等待，而是可以通过自身的努力去把握和调控的，这取决于你的“心态”。我们有理由相信，人生的成败有很多种因素的影响，但起决定作用的却是心理态度。这种态度的最大特征，就是在身处知识经济蓬勃发展的时代里，在如旋风般改变当代人的生活和工作环境的状况下的自我适应能力。终端市场激烈的竞争环境会使达者愈达、愚者愈愚，自然也使很多人措手不及，一觉醒来就不再熟悉这个时代。

在你面对激烈的终端竞争是否感觉手足无措？当你面对竞争对手的进攻是否感觉毫无办法？当你站在门可罗雀店铺门口是否感到尴尬？

如何为零售店从业者提供一套完整的学习方案，如何

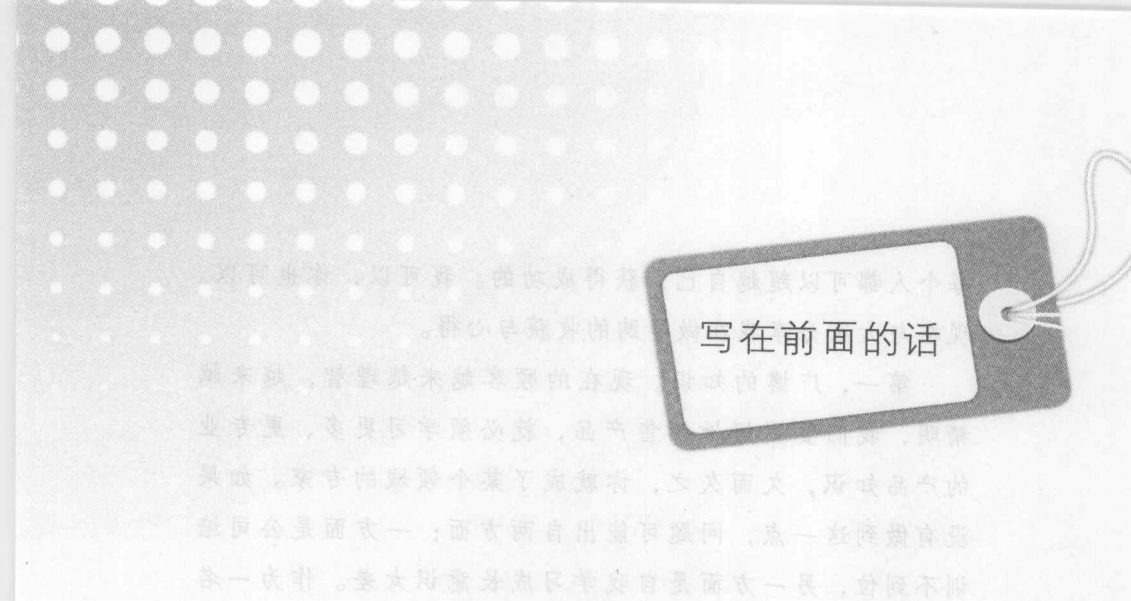
以最经济、最高效的形式获取尽可能多的专业知识，这是本书在撰写过程中主要考虑的问题。我们也在朝着这个方向努力，试图达到“一册在手，事半功倍”的效果，使本书成为零售店经营历练的宝典。为此，我们将零售店经营必须具备的各种素质归纳分类，从对行业整体的把握，到与顾客的见招拆招；从对份内工作的深刻理解，到对份外工作的外延拓展；直至达成与行业、与公司融为一体的至高境界，举凡心态、技巧、行业资讯、专业知识，不一而足。

所谓“授人以鱼，不如授人以渔”，结网的手艺永远比区区几条小鱼来得更加长久，比起熟稔书中的学习技巧，我们更期待读者能够举一反三、触类旁通。

在本套书的撰写过程中参考了一些销售名家的观点，在此谨致感谢。因为作者水平所限，书中不免存在一些疏失与遗漏，恳请读者老师批评指正，我们把每一位读者都当做是老师，老师的指教，自然永远都是欢迎的。

祝文欣

2010年4月



写在前面的话

走出去，前方海阔天空

各位导购朋友们，你们因为自己是一位导购而感到骄傲过吗？当初你们为什么会选择导购工作呢？

有人会说：“当时选择导购是为了生存，为了找份工作。”有人会说“暂时没有太好的工作，先从导购开始做做看，有好的工作再说，但是一做就是几年过去了，突然发现自己只会做导购，其他什么都不会了。”

其实我们每个人都是一只“跳蚤”，有跳跃高空的潜力和张力。而之所以一些人慢慢变成“爬蚤”，是因为一次次受挫学乖了，习惯了，麻木了。各位优秀的导购朋友们，人生有无限的可能，只怕你不敢想，不去想，习惯了，麻木了。这是一个风云激荡的时代，这是一个机会频生、奇迹迭出的时代，这真正是一个人人都渴望成功而且极有可能成功的时代。我相信，每位导购朋友也同样渴望生活得更好一些，收入更多一些，职位更高一些，得到的认同更多一些……

我曾经也是一名导购，现在已拥有了一家自己的公司，

每个人都可以超越自己，获得成功的。我可以，你也可以。现在与大家分享我在做导购的收获与心得。

第一，广博的知识。现在的顾客越来越理智，越来越精明，我们要更好地销售产品，就必须学习更多、更专业的产品知识，久而久之，你就成了某个领域的专家。如果没有做到这一点，问题可能出自两方面：一方面是公司培训不到位，另一方面是自我学习成长意识太差。作为一名优秀的导购，除了学习专业的商品知识外，还要学习一系列与商品相关的知识，这样才能让你表现得更自信，更有专业水准，成交率更高。你若想从导购迅速升为店长，从店长升为区域经理，那就得做得比别人多一点，学得比别人多一点，这样经验就会比别人多一点，晋升速度也就会比别人快一点，收入自然就会比别人多一点。

第二，良好的心理素质。导购每天都与形形色色的人打交道，他们来自不同的行业、不同的阶层，他们有着不同的需求、不同的心态，如果我们想为每一位顾客服务好，无论买不买东西，都能让顾客满意而归，那就需要我们在面对失败、面对别人说“No”的时候表现出一流的心理素质。我们要感谢导购这项职业，它让我们在长期的工作中学会了察言观色和眼观六路、耳听八方的本领，让我们的心理素质在工作中得到了良好的锻炼。

第三，扎实的销售基本功。人们做任何工作都与销售有关，就连总统竞选都要四处演讲，推销自己。优秀的导购不但拥有良好的心理素质，更是一位优秀的销售心理学家，他可以通过顾客每一个细小的工作、每一个细微的面部表情分析出顾客的心理变化及需求。经过正规训练的导购，他们在那里一站、一开口、一笑，就能表现出专业的

销售功力。导购是销售最前沿的工作，他们非常了解市场的变化及顾客的需求，所以一流的导购是公司未来选拔和培训店长及销售经理的对象。

第四，一流的口才。任何管理者都要拥有一流的口才，通过语言表达他的管理思想。在导购工作中，我们每天都要与不同的顾客沟通、交流，同样的产品可能会用不同的方法介绍、讲解，久而久之，每个导购都拥有一流的口才及沟通技巧。

第五，人脉就是财脉。在任何领域中，成功人士都需要拥有良好的人际关系。管理就是如何让别人把你想做的事做好。在销售过程中我们每天都在与人打交道，这是学习如何与人沟通、如何建立信赖、如何赢得他人认同的最好机会。请问，你把握好这个机会了吗？你想过要通过你优质的服务把一个陌生的顾客变成一个知心的朋友了吗？你能让各种各样的顾客都喜欢你吗？如果你做到了，那么恭喜你，你已经为未来的成功做好了充分的准备。但很多导购朋友没有意识到这些，工作只是为了工作，从没有想到我还能未来做些什么准备。以下三点讲述的是你如何进一步经营自己，用心经营自己是你一生的宝藏。

首先，市场的需求就是你存在的价值。我们在培训中，经常发现许多老板因为没有好的导购人才而感到头痛，可见未来的市场对导购的需求是巨大的，但一定得是一流的导购。以前谈到导购要微笑服务，要这样、要那样时，总觉得是公司的要求、公司的命令，现在我想你们会明白，这一切都已经不再是命令和要求了。为了明天我们能够拥有更高的身价，我相信这一切你都会认为是在为你自己创造价值，我相信在明天的销售服务中你会笑得更灿烂，语

言会变得更诚恳，目光变得更真挚。

其次，积累自己的无形资产。纵观世界500强企业的总裁，大都具有从基层做起的工作经历，所以我们现在不但要认真地做，而且要用心地做，用心去规划我们的未来。

最后，自我成长与学习是身价保值的根本。现在是知识经济时代，社会变化太大，我们必须学习、学习、再学习。我们现在要将学习当作一种投资，投资自己。我们不但要学习新知识，更要注重学习能力的提升和学习速度的提高——现在的竞争已经不是大鱼吃小鱼的年代，而是快鱼吃慢鱼的年代。

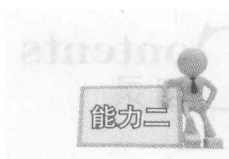
看到这里我相信大家对现在所从事的工作会更加充满信心，对未来的实际工作有所帮助。最后祝所有的导购朋友勇敢高飞不寂寞！

本书的编写得到了众多专家的支持，在此深表感谢。因时间仓促，编写有不足之处敬请指正。

编 者

2010年4月

导购的基本功	1
一 导购的自我认知	2
1. 导购的工作职责	2
2. 导购的角色定位	4
二 导购的基本观念和态度	8
1. 正确理解导购销售服务事业	8
2. 导购对自己的职业定位	9
3. 以销售活动为荣	11
4. 向目标挑战, 突破低潮	12
工具 1: 销售服务的基本观念和态度检查	13
三 导购的能力素质和礼仪要求	14
1. 导购的能力素质	14
2. 导购的礼仪要求	17
3. 导购的服饰、仪容要求	18
四 导购需要具备的 8 项意识	19
1. 导购不可欠缺的 8 项意识	19
工具 2: 检测你是否遵守导购守则	23
2. 以顾客意识为出发点	23
案例链接	24



	商品陈列技巧	27
一	以 AIDCA 原则考虑陈列方式	28
	1. 陈列的重要性	28
	2. 陈列的目标	30
	3. AIDCA 陈列原则	31
二	导购必备的色彩知识	32
	1. 不同色彩给人带来不同的感觉	32
	2. 组合色彩带给人不同的感受	32
	3. 色相环的基本知识	33
	4. 色彩的感觉	34
三	装饰与配色方法	35
	1. 色明度（明亮度）顺序与色相（色调） 顺序的配色	35
	2. 同色的配色	35
	3. 类色的配色	36
四	背景色彩的使用方法	38
	1. 不要太醒目	38
	2. 不要使用补色	38
	3. 选择与商品同系列的色调	39
	4. 使用冷色	39
五	了解卖场的动线与通道	39
	1. 卖场规划的原则	39
	2. 了解基本的动线设计和通道设定	40
	3. 卖场入口设计	41
六	标题陈列的方法	42
	1. 标题陈列的重要性	42

	2. 标题陈列的种类和方法	42
七	促进顾客选购的销售陈列技巧	43
	1. 销售陈列的重点	43
	2. 让顾客容易了解商品的分类方法	43
	3. 以顾客对象分类	44
	4. 注重陈列的关联性	44
八	充分利用黄金带陈列	44
	1. 让顾客接触商品的重要性	44
	2. 有效陈列范围	45
	3. 黄金带	45
	4. 中心陈列法	45
	5. 横向陈列与纵向陈列	45
九	充分发挥 POP 广告的作用	47
	1. POP 广告与购买心理的关系	47
	2. POP 广告的目的和种类	48
	工具 3: 自我检测与提升练习	49

案例链接	50
-------------------	----



	销售技巧	53
一	做好充分准备	54
	1. 做好心理准备	54
	2. 开好晨会	56
	3. 开店前的检查与准备要点	56
二	接近顾客的技巧	58
	1. 7 个初步接近顾客的机会	58
	2. 引起注意的 9 种开场法	59

3. 与客户沟通的 10 个维度	64
三 展示商品的分析法	66
1. FAB 分析法	66
2. 产品演示的其他方法	69
3. 进行有效的沟通	71
四 快速成交的方法	74
1. 识别客户购买信号	74
2. 促成成交的方法	77
3. 促进成交的结束语	79
五 创造回头客的秘诀	80
1. 记住顾客的容貌与姓名	80
2. 赢得客户的信赖	80
3. 正确的送客方式	82
4. 与顾客保持联系	84
六 附加销售的心态与技巧	84
1. 对附加销售要有自信	84
2. 明确商品的关联性与搭配技巧	84
3. 不要强制附加销售	85
4. 要利用好闲暇时间	86
七 清扫卖场与点验商品的方法	86
1. 卖场清扫	86
2. 商品点验	87
八 滞销商品的处理方法	88
1. 盘点分类统计滞销品	88
2. 商品滞销的原因	88
3. 滞销商品的处理办法	89
4. 滞销品处理过程中的注意事项	91



危机处理技能 95

- 一 处理顾客不满的程序与技巧 96
 - 1. 学会倾听 96
 - 2. 整理倾听内容 98
 - 3. 找出不满原因 99
 - 4. 确定处理决策 99
 - 5. 跟进顾客电话 101
 - 6. 自我反省 102
- 二 巧妙对待顾客的异议 102
 - 1. 正确对待顾客的异议 102
 - 2. 处理顾客异议的技巧 103
 - 工具4：自我检测与提升练习 109
- 三 让顾客认同商品价格 110
 - 1. 导购对价格的认知 110
 - 2. 处理价格问题的技巧 112
 - 工具5：自我检测与提升练习 115
 - 3. 价格问题的主要类型及解决方法 115
- 四 最佳的道歉方式 119
 - 1. 对“道歉”的认识 119
 - 2. 常见的错误道歉方式 120
 - 3. 正确的道歉方式 123
 - 工具6：自我检测与提升练习 125
- 五 防止商品失窃与失窃的处理方法 125
 - 1. 容易发生顺手牵羊的情形 125

2. 偷窃者的类型及手段	126
3. 发现偷窃事件的处理方法	126
六 处理顾客抱怨的程序与技巧	127
1. 处理顾客抱怨的三个步骤	127
2. 活用处理抱怨的三变法	128

案例链接

.....	129
-------	-----



自我提升能力	133
一 勤于参加各种会议	134
1. 积极思考发表见解	134
2. 以正确的态度出席会议	134
二 运用头脑风暴法产生创意	135
1. 头脑风暴法	135
2. 头脑风暴法的四项原则	135
3. 创意的选择与实行	135
4. 头脑风暴法成功要点	136
三 促进人际关系的方法	137
1. 舒适的工作场所与人际关系	137
2. 导购的人格成长与人际关系	138
3. 良好的人际关系建立在大家 共同努力的基础上	138
四 自我提升素质的方法	139
1. 能力的种类	139
2. 自我启发的基本态度	140
3. 学习的种类	140

案例链接

.....	142
-------	-----

导购的基本功

导购需要具备的8项意识



导购的自我认知

1. 导购的工作职责

想成为一名优秀的导购，首先要明了一个问题，那就是导购的职责是什么？我们在实际工作中经常问到导购：你知道自己的职责是什么吗？得到的答案往往是：卖好产品。没错，把商品卖出去是导购员的天然职责，但一个好的导购员绝不只是把商品卖出去这么简单。销售是涉及买卖双方的事，因此，导购的职责应该从顾客的角度与企业的角度来考虑问题。

(1) 顾客的角度。从顾客的角度来讲，导购员的工作就是帮助顾客在购物时作出明智的选择。因此，导购员的工作职责包括两个方面：为顾客提供服务和帮助顾客在购买商品时作出最佳的选择。

①为顾客提供服务。由于顾客能在多个品牌中挑选到他们需要的商品，所以导购员礼貌热情地对待顾客是非常重要的。

②帮助顾客作出最佳的选择。顾客不是专家，对商品的优点、利益并不了解，并且顾客面对众多商品，不知道哪一个商品最适合自己。导购员在了解顾客需求心理的基础上，使顾客相信购买某种商品能使他获得最大的利益。导购员是顾客购买商品的导师、顾问、参谋。顾客能否买到合适的商品，很大程度上取决于导购员。

那么导购员如何帮助顾客呢？