



做最棒的
系列丛书

余杰奇◎著

做最棒的 导购

超级导购的8堂提升课

导购是战斗在销售一线的战士！

如何建立以销售为乐的心态，让销售成为你的本能？

如何提升掌握顾客的能力？掌握主动，掌握感受，掌握业绩。

如何将服务从技术走向艺术，赢得顾客好感，达到百分之百成交？

最棒导购的8堂提升课将为您一一揭示答案。



中国零售业提升业绩最佳培训教材
ZUOZUIBANGDEDAOGOU

 中国发展出版社

余杰奇◎著

做最棒的 导购

超级导购的8堂提升课



 中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

做最棒的导购——超级导购的8堂提升课 / 余杰奇著. —北京:
中国发展出版社, 2010. 1

(做最棒的系列丛书)

ISBN 978-7-80234-509-6

I. 做… II. 余… III. 销售—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 211502 号

书 名: 做最棒的导购——超级导购的8堂提升课

著作责任者: 余杰奇

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 978-7-80234-509-6

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 中国纺织出版社印刷厂

开 本: 700×980mm 1/16

印 张: 13

字 数: 163千字

版 次: 2010年1月第1版

印 次: 2010年1月第1次印刷

印 数: 1—6000册

定 价: 30.00元

咨询电话: (010) 68990625 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.develpress.com.cn>

电子邮箱: drccpub@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

从书序 做最棒的你

中国零售业发展至今日,已成为一个相对成熟的行业,并以惊人的速度发展和壮大起来。

随着信息产业的快速发展和普及,零售资讯的交流变得越来越容易,消费者可以轻易地找到任何感兴趣的信息,网络的普及也打破了地域的界限,仿佛一夜之间,全球已经一体化了。信息量的增加,使人们的眼界更加开阔。无论是商界的经营者还是普通的消费者,其行为都在日趋专业化、理性化,这无疑给零售业的从业人员带来了更大的挑战和压力。

如今,“零售为王,渠道制胜”的时代来到。面对这些变化,中国零售业的发展方向在哪里?发展的道路在哪里?在市场逐步细分的状况下,零售经营如何有效提高运作能力?在竞争逐渐白热化的市场环境中,零售业又应该从哪里找到业绩提升突破口?作为零售终端,要想在竞争激烈的市场中立于不败之地,在经营中,整合店铺中“人”的因素和“店”的因素至关重要。

本套丛书就是基于目前零售行业现状,分析了中国零售消费市场的实际状况,结合了广州守正众多零售业顾问的多年智慧结晶,提出“决胜终端,零售为王”的观念,围绕店铺管理本身和卖场中的人两个面展开。

本系列丛书从有以下的特点:

1. 针对性,实用性

本丛书从中国终端零售业的实际出发,管理理论与经典案例相结合,语言通俗易懂,并配有技术实施时所用到的管理工具和大量的终端管理

表格、管理模型,可拿来即用。

2. 讲求知识的系统性

本丛书围绕店经理、导购、店铺业绩提升要素展开写作,力求给读者提供一个解决店铺人员能力及店铺运作能力提升的系统化方案。便于终端人员在了解自身情况的基础上,有针对性地进行训练,迅速提高。

3. 体例活泼,图文并茂

本丛书中包含“案例链接”、“余杰奇点评”等栏目,并配有漫画插图,使内容更加丰富多彩,可读性、实用性更强。

希望本套丛书提到的经营运作思想,能给您带来一些启发,能够为推动零售业的发展尽到微薄之力,能够给广大的业内朋友带来事业和利益的丰收。

本套丛书在编写过程中得到众多专家、学者的支持与帮助,在此向他们表示衷心的感谢!本套丛书旨在解行业之急需,仓促中缺点和不足在所难免,欢迎广大读者提出宝贵意见和建议。

余杰奇

2009年11月

前言

零售终端导购：我们的未来不是梦！

亲爱的朋友们，我们为什么会选择导购这个职业呢？恐怕很多导购朋友自己还没有弄清楚。对零售终端的大多数导购人员来讲，很少有人把导购这个工作作为自己的终生职业选择。大多数终端导购对自己的前途都很迷茫，对自己未来没有明确的职业生涯规划。他们认为，导购的工作不是什么太体面的工作，只是个过渡，是养家糊口，混口饭吃的临时性工作。

终端导购的未来是什么呢？终端导购如何实现“我的未来不是梦”？谁为导购的未来指点迷津呢？

从导购员的产生来看，导购员的出现是“买方市场”和“渠道经济”的必然产物。很多的资料表明，作过销售的人最容易成功，销售不是一个卑微的职业，而是一个成就人生的职业。纵观现在的商业奇人，他们中大多数都是从一线的销售员做起，例如李嘉诚、马云、史玉柱、宗庆后、夏华等知名企业家，他们曾经都是优秀的销售员，最后成为优秀企业家。我本人也是从一线销售做起的，在工作过程中不断实践、不断积累经验。

为什么说导购的岗位是成就人的岗位呢？因为它锻炼了导购的四项能力。

能力一：超级销售能力

做导购最大的收获不仅仅是销售产品的提成，而是在这个过程中获

得了销售产品的能力,这种能力是导购一生的财富。一次性提成再高也是有限的,拥有了持续赚钱的能力,这才是成长发展的保障。不管什么企业最终都需要把产品卖出去,虽然只销售产品不是万能的,但是不卖产品是万万不能的,没有哪一家企业离得开销售。

能力二:无所不通的沟通能力

做任何管理者都要拥有一流的口才来实现沟通,通过语言才能表达管理者的管理思想,在导购的工作中,我们每天都要与不同的顾客沟通、交流、介绍产品,不同的顾客,不同的脾性,同样的产品需要用不同的方法介绍、讲解,久而久之,优秀的导购会拥有一流的口才及沟通能力。

能力三:严谨的学习能力

导购的角色是顾客的顾问,在这个过程中,导购除了要给顾客提供全面的产品知识外,还要不断地学习其他知识,不断地拓宽自己的知识面。现在的顾客越来越理智,越来越精明,所以我们要更好的销售产品,更好的说服客户,必须学习更多知识,为成为某个领域的专家而努力,例如:销售化妆品的导购朋友们,会成为一个美容保养、皮肤护理的专家;销售服装的导购会成为顾客的形象设计专家。可见,导购必须具备自我学习成长的能力。

能力四:超强抗压能力

导购每天都与不同的顾客打交道,他们来自不同的行业、不同的层次,他们有不同的需求、不同的心态,他们或者脾气暴躁,让人不敢亲近触犯,或者优柔寡断让人不得不耐下心来认真对待。无论他们买与不买,我们都要让顾客满意而归,这就需要我们具备在面对失败,面对别人说“NO”时仍然表现从容的心理素质。所以我们要感谢导购这项职业,让我们在长期的工作中学会了察言观色、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。

全面提升

市场是一所没有围墙的大学。在市场上,导购看到的、听到的、感受到的都比学校要多得多,市场的竞争不分年龄,不分学历,不分地区,不分性别,一切以结果为导向,有能力者上,没能力者下。因为市场不相信眼泪,企业有情,市场无情。所以做销售能全方位地提升一个人的能力,除了上述的四种能力外,导购还会在观察能力、判断能力、思维能力等方面得到提升。因为没有观察能力,你就不知道谁是客户;没有判断能力,你就不知道什么时候成交;没有思维能力,你更是无法长期在这个行业中生存和发展。而这些能力恰恰也是自身发展需要的能力,如果你都具备了,那么,你就比别人更有优势。

认真做好导购能够培养我们这么多的能力,让我们欣喜,也许我们不再认为我们的职业低下、卑微了。但是,要做好导购还需要导购训练好自己的六颗心。

1. 信心

导购不仅是对自己有信心,而且要对产品有信心,首先要告诉自己,我是能做好这件事的。要使自己的个性充分发挥,强调自己与众不同,并把这种原则运用到产品上,我们公司的产品是最好的,它有其他公司无法比拟的优点,它能给顾客带来一种享受。有了这种信心才能在不经意间吸引顾客,感染顾客。

2. 热心

当遇到顾客对所购买产品不太了解时,导购应主动地去帮助他,用热情去感动他,让顾客所得到的不仅仅是商品,而是一种使他无法忘怀的品牌形象。

3. 用心

用心就是用心察言观色,主动去和顾客沟通,了解顾客的言行、举止、性格、爱好,在短时间内尽快掌握顾客的心理,然后选择推荐一些产品,导

购最终目的是感动顾客,使导购和顾客之间形成一种友谊,而不是单纯的买卖关系。

4. 耐心

目前的导购中,有90%以上都是青年人,一般青年人最缺乏的就是耐心,特别是一些顾客询问了很多,想买又不想买的时候,导购要耐心的去引导他们,而不是流露出一不耐烦的神情。如果遇见没有目的或没有主见的顾客,这就需要导购主动的解说,即便顾客不买,也要让顾客成为我们的潜在顾客。

5. 诚心

诚心也是最重要的,在导购和顾客的交往中,导购的言谈也许使顾客怀疑,对于推介的要点,顾客也许不赞同,然而导购的诚心可以感染顾客,使顾客对我们的产品产生信任和支持。

6. 细心

很多看似不经意的做法往往就是感动顾客,促成交易的行为。

每一位用心的导购,都会珍惜自己的销售生涯,因为那是锻炼自己、成就自己的宝贵机会,导购只有在工作中意识到这点并努力地去提升自己,才能拥有这笔巨大的无形资产。成长、晋升已经指日可待,用心经营自己是您一生的宝藏。最棒的导购们,加油!

余杰奇

2009年11月

《《 目录

第一章 最棒导购的积极职业心态与能力

不管干哪一行,只要有正确的认识,保持一个良好的心态,就会让自己在平凡的岗位上成就不一样的自己。如果你是一名导购,千万不要认为这是低下的工作,因为你是正在为人服务,服务本身就是一件光荣的事,别人会因为买到了称心的商品而对你感激不尽。态度决定一切,保持良好的心态可以使导购保持高昂的战斗力和

正确理解服务行业	2
导购的职业化建设	6
销售就应该产生利润	9

第二章 认知导购——导购的角色与岗位职责

想成为一名优秀的导购,首先要明白什么是导购职责。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?答案很简单:卖好产品。回答是没有错误,但如何卖好产品,里面的学问就多了。把商品卖出去是导购员的天然职责,但成就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,站在顾客的角度,导购员的工作职责是:为顾客提供服务;帮助顾客在购买商品时作出最佳的选择。

优秀导购的岗位职责与角色认知	14
导购应该掌握的专业知识	22
最棒导购的仪容、仪表	26

第三章 导购应具备专业的销售知识

毫无疑问,销售是导购的主要职责之一,对导购来说,销售知识的学习无疑是很重要的,没有知识作为根基的销售,只能视为投机,无法真正体验销售的妙趣。对顾客的了解、商品知识的学习、销售过程的语言规范等等都是导购应该掌握的基础销售知识,运用时应加以研究、分析,以便做到自然流露。

了解顾客心理,迎合顾客需要	42
商品 FAB 销售法则	60
卖场销售服务 4S 及全程语言	68

第四章 卖场销售实战演练

店铺服务如何与顾客沟通?如何选择自然的销售方式?如何从点到面演绎服务?下面详细介绍导购为顾客服务的重点环节,例如打招呼、主动接受购物信号、开场白、试衣间服务、听或辨认顾客的需要、收银服务、包装、送客等环节,使我们向“全面优质服务”的目标迈进。

创造热情的开始	82
引发顾客的购买欲望	90
与顾客沟通的六个技巧	95
收银、包装、送客细节	105

第五章 具有销售力的商品陈列展示方法

零售终端通过视觉来打动顾客的效果是非常显著的。商品陈列的优劣决定着顾客对店铺的第一印象。使卖场的整体看上去整齐、美观,是卖场陈列的基本思想。陈列还要富于变化,不同陈列方式起到的不同效果,在一定程度上左右着商品的销售数量。要充分地将这些基本思想融入货架、端头、平台等各种陈列用具的商品陈列中去。

卖场陈列目的与原则	116
了解卖场的动线计划和通道设定	126
充分活用黄金带陈列	133
如何做好橱窗陈列	139
如何充分发挥 POP 广告的作用	144

第六章 导购的店务处理

导购的店务处理是很重要的工作,店务处理是为销售而做的相关准备工作,例如晨会的目标确认、跟进;卖场空闲时的商品点验及整理;竞争对手的调查。这些工作的做得好坏直接影响到销售业绩。因为只有这些工作做好了,导购的销售活动才能做得游刃有余。

开店前准备及检查要点	150
闲暇状态及商品点验方法	155

第七章 顾客异议及危机事件的处理

顾客投诉 = 店铺机会。顾客因各种原因对卖场进行投诉,对于卖场来说,这反倒是一个好的机会。投诉可为卖场带来长期的忠诚顾客的机会。导购应训练自己的应变能力,锻炼自己的口才及胆量。这样,服务水平会更加得到提高。

处理顾客投诉的程序与技巧	162
巧妙对待顾客的异议	170
防止商品失窃与失窃的处理方法	175

第八章 最棒导购的修炼

同是一家的导购,销售同样的商品,不同的导购员销售业绩会存在很大的差距,在一个零售企业里面80%的销售业绩是由20%的导购员完成的。究竟是什么原因造成导购员之间销售业绩如此悬殊呢?大量的事实表明,导购员的个人素质直接影响了销售业绩,而不是运气或其他外在因素来决定。作为一名最棒的导购,应该不断地通过各种方式训练自己的基本素质。

导购如何开拓思维能力 180

导购应该修炼的十项素质 184

第一章

最棒导购的积极职业心态与能力

不管干哪一行，只要有正确的认识，保持一个良好的心态，就会让自己在平凡的岗位上成就不一样的自己。如果你是一名导购，千万不要认为这是低下的工作，因为你是在为人服务，服务本身就是一件光荣的事，别人会因为买到了称心的商品而对你感激不尽。态度决定一切，保持良好的心态可以使导购保持高昂的战斗力。



正确理解服务行业

从服务业目前在国民经济中的地位来看,我国服务业占国内生产总值的比例为42%,世界平均水平为60%,其中34个低水平国家为36%,48个中等收入国家为50%,22个高收入国家为65%,而澳大利亚、加拿大、法国、德国、英国和美国的服务业产出比重已经接近或达到70%。我国目前服务业的就业比重只有27.7%,而世界大多数中等收入国家一般为45%左右,发达国家大都在70%左右。随着工业化、城市化水平的提高,服务业将成为吸纳就业的主渠道,而劳动密集型产业是我国长期发展的比较优势所在,应当作为发展的重点。

何为真正的服务?真正的服务就是通过人来满足顾客需求的商业活动过程。在今天的零售业,服务已经成为企业的一种文化传播。无论服务怎样变化,顾客都想得到超值服务。如何让顾客满意呢?在销售过程中一切以顾客为中心,只要能提供出乎他们意料之外的产品、价值、价格、热情及售后服务等,就一定能赢得顾客的满意。

1. 导购应具备的服务心态

(1) 导购与顾客的地位

顾客是上帝吗?顾客是主人,服务员是仆人吗?

作为零售行业的顾客,很多时候会遭到冷遇和怠慢,仿佛只是账本上的一个账号、一张账单上的总金额数,而不是一个有血有肉的人。

作为零售行业的经营者、从业者,必须认识到这样一点,所谓“顾客至上”、“顾客是上帝”,指的是顾客应该受到良好的接待,应受到尊重。这种尊重,既不是奉承,也不是恩赐,而是顾客应得得一种权利。

顾客需要的是一种被重视、被关心得感觉和体贴。一次感人的关照,一个文明的答复,一张殷勤的笑脸,一副温柔的语调,都可以大大减轻对

一个人的刺激,甚至可以使日常生活充满幸福。

(2) 心态决定一切

从心理学角度讲,心态是由认识、情感和行为组成的。导购应充分认识到自己所扮演的社会角色,认识端正了、提高了,对服务工作和服务对象就会产生情感,而表现在行为上就会是良好的、令人满意的。这样,认识、情感和行为在表现上就会协调一致。因此,热爱工作,那你的生活就是天堂,讨厌工作,那你的生活就是地狱。我们来看一个故事。

一次国王打猎途经一处,有三个泥瓦匠正在一起工作着。国王问第一个“你在做什么?”这个工人没好气地说:“没看见吗?我在砌墙!”。国王问第二个人:“你在做什么呢?”第二个人无精打采地说:“我在盖一幢漂亮的小楼而已!”国王又问第三个泥瓦匠,这个泥瓦匠嘴里哼着小调,快乐地说:“我在创造一座伟大的城市,所以我很快乐。”

国王回去后立即召见了第三个泥瓦匠,并给了他总督的职位。国王的儿子很是不解,问及缘由,国王答复说:“一个人有多成功,最终是由他做事时的态度决定的,智者可以看到最后的结果,而不是局限于手头的任务,也只有这样,才会有克服困难的动力。”心有多大,舞台就有多大!

瞧!同样的工作、事物,不同的人,却有如此不同的解答,正是由于对所从事工作不同的态度,造就了不同的人生轨迹。

通过这个故事我们还可以看出,消极的心态表现为缺乏明确的目标、害怕失败、害怕拒绝、工作冷漠、拖延时间、做事马虎、悲观失望。同时消极是不愿意承担责任的表现,因而希望破灭、缺乏热心、容易错失机会;积极的心态则表现为热情、创造力、做事主动、乐观向上、较容易达到目标、容易吸收外物、获得更多资源。

(3) 导购应该具备的心态、状态

“心态决定一切”，“心态决定状态”，这两句话对终端销售人员来说尤其恰当。状态不好，导购的自身潜力可能只能发挥 30%。状态是表象，深层原因是心态。事实上，很多导购面对失败时，只是将怨恨的目光投向别人或客观原因上，很少问问自己该如何对失败负责。所以后果就是自己永远得不到改进与提升，结果是尝到更多失败的苦果。导购应学会将审视的目光聚集于自身，看看自己为人处世的态度与模式是不是有问题。

下面列举一下终端导购积极的心态有哪些表现：

- ① 热情、主动、勤奋，积极进取、上进、全力以赴、永不放弃的心态；
- ② 勇于战胜自己，不怕挫折、不气馁、永不言败的心态；
- ③ 不找借口，不怨天尤人，勇于负责的心态；
- ④ 谦虚好学，自我检讨、改进的空杯心态；
- ⑤ 赞美、欣赏、感恩的心态；
- ⑥ 严于律己的心态。

导购心态、状态方面常出现的问题有：

① 导购心态没有培训，处于自发状态，情绪起起落落，热情时有时无，无法有效控制与调适。店长应按周期组织全体会议，培训店员心态。

② 导购心理问题得不到及时的疏导，导致情绪低落，状态不佳。店长要经常和店员谈心、交心，片区经理或加盟商要经常和店长谈心、交心，及时发现心理问题，及时疏导。

③ 导购状态缺乏激发，一是缺乏“强烈目标感”的激发，二是缺乏团队“高昂情绪刺激”的激发与维持。应推行目标管理，学习、掌握并推行“团队情绪激发技术”。

(4) 热情友好的服务

服务创造销售机会，服务能够通过吸引顾客创造销售佳绩。

服务首先是态度问题。一位美国销售专家对顾客服务下了一个定