

知道自己干什么&怎么干的自我培训方案
细化到每一件事&每一个问题的工作手册

(实战图解版)

导购人员 » 岗位培训手册

导购人员应知应会的**10**大工作事项和**82**个工作小项

刘伟 ■ 编著

导购人员
10应知应会的
大工作事项

规范每个岗位的工作要求
提供清晰明了的工作**方案**
量化工作岗位的具体内容
提供工作绩效的**考核**依据

- 营业准备
- 吸引与接触顾客
- 商品推介
- 处理异议
- 促成交易
- 成交与欢送顾客
- 信息收集与分析
- 售后服务
- 交接班工作及异常处理
- 结束营业



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

弗布克岗位实战培训手册系列

导购人员岗位培训手册

——导购人员应知应会的 10 大工作事项和 82 个工作小项
(实战图解版)

刘伟 编著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

导购人员岗位培训手册: 导购人员应知应会的 10 大
工作事项和 82 个工作小项: 实战图解版 / 刘伟编著. —
北京: 人民邮电出版社, 2015. 3

(弗布克岗位实战培训手册系列)

ISBN 978-7-115-38586-4

I. ①导… II. ①刘… III. ①销售—岗位培训—手册
IV. ①F713.3-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 035818 号

内 容 提 要

作为一名导购人员, 你知道自己的工作职责是什么吗? 在履行这些职责的过程中, 该如何提升自己的工作效率呢? 另外, 作为企业管理人员, 你知道如何将人、岗、事密切结合, 打造一支素质过硬、执行力一流的导购团队吗?

为解决上述问题, 本书从导购人员的实际工作出发, 系统介绍了营业准备、吸引与接触顾客、商品推介、处理异议、促成交易、成交与欢送顾客、信息收集与分析、售后服务、交接班工作及异常处理、结束营业共 10 大工作事项和 82 个工作小项, 并对其进行了图解演示与说明, 可以帮助导购人员自我培训、自我提高。

本书是一部关于导购人员岗位培训与管理的操作手册, 为导购人员、企业管理人员提供了精细化、实务化、模块化的解决方案, 不仅使导购人员、企业管理人员知道自己要干什么, 还能知道怎么干, 从而帮助他们快速成长为高效能的职场人士。

◆ 编 著 刘 伟
责任编辑 陈斯雯
执行编辑 付微微
责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
固安县铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787 × 1092 1/16
印张: 15.5
字数: 200 千字

2015 年 3 月第 1 版
2015 年 3 月河北第 1 次印刷

定 价: 39.00 元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

前 言

企业招聘的目的就是要找到合适的人才，并将其放到合适的岗位上。每位员工在入职到岗时，都需要明确自己的工作职责是什么；自己与岗位之间的契合度如何；企业对该岗位的工作要求是什么；如何处理工作岗位上的具体工作事项；如何掌握处理这些工作事项的技巧和方法；如何在最短的时间内缩短与其他同事之间的差距；等等。

为解决上述问题，“弗布克岗位实战培训手册系列”图书针对具体的岗位，提供了精细化、实务化、模块化的解决方案。员工通过自我培训，能够明确自己的具体工作内容和事项，并掌握处理这些事项的工作程序、方法和技巧，从而全面提升自己的岗位操作能力，获得加薪和职业晋升的机会。

本系列图书涉及班组长、采购人员、销售人员、行政人员、文秘人员、餐厅服务员、仓库管理人员等多个岗位。《导购人员岗位培训手册——导购人员应知应会的10大工作事项和82个工作小项（实战图解版）》是该系列图书中的一本。本书以导购岗位的工作事项为中心，首先列出该岗位的工作大项和基本的岗位素质要求，然后分章讲述每个大事项所包含的工作小项。本书又将每个工作小项分为工作步骤、工作知识、注意事项、方法和技巧等模块逐一讲解，有针对性地为读者提供了具体事件和具体问题的解决范例。本书具有以下特点。

1. 人、岗、事密切结合

本书将导购人员与岗位、工作事项紧密结合，针对导购岗位任职人员面临的困难和亟待解决的问题，提供知识和指导，帮助读者快速充电。

2. 知识导图概括全部工作事项

为了让每个大事项中的小事项清晰可见，本书在每章前面都设计了一张工作事项知识导图，图中概括了每章将要讲述的全部工作事项。

3. 图表提炼工作要点

本书依据导购岗位的工作内容，绘制了大量图表，精准地提炼出导购工作所需的知识要点及操作要点，方便读者理解与掌握。

4. 问题字典易查易用

本书对导购工作规范和知识要点的图解处理，如同一本细化易查、简单易用的问题字典，方便读者在实际工作中遇到问题时随时查阅，提高工作效能。

在本书编写的过程中，孙立宏、孙宗坤、程富建、董连香负责资料的收集、整理工作，贾月、罗章秀负责图表编排工作，王淑燕参与编写了本书的第一章，程淑丽参与编写了本书的第二章，姚小凤、严刘建参与编写了本书的第三章，杨茜参与编写了本书的第四章，刘瑞江参与编写了本书的第五章，金成哲参与编写了本书的第六章，金虎男参与编写了本书的第七章，孙佩红参与编写了本书的第八章，唐磊参与编写了本书的第九章，王春霞参与编写了本书的第十章，毕汪峰参与编写了本书的第十一章，全书由刘伟统撰定稿。

目 录

第一章 导购人员的具体工作事项	1
第一节 导购人员的 10 大工作事项	3
一、营业准备	3
二、吸引与接触顾客	3
三、商品推介	4
四、处理异议	4
五、促成交易	4
六、成交与欢送顾客	5
七、信息收集与分析	5
八、售后服务	5
九、交接班工作及异常处理	6
十、结束营业	6
第二节 导购人员应了解的 8 项知识	6
一、了解企业	7
二、了解行业及常用术语	8
三、了解商品	10
四、了解竞争商品	15
五、了解售点知识	17
六、了解企业销售政策及促销活动内容	18
七、了解顾客及其购买心理过程	19
八、了解工作规范	20
第二章 营业准备	29
第一节 营业前个人准备应知应会的 2 个工作小项	31
一、着装准备	31
二、仪容和举止准备	34

第二节 营业前工作准备应知应会的 4 个工作小项	36
一、参加早例会	36
二、检查所销售商品	37
三、清理营业环境	39
四、摆放促销用品	39
第三章 吸引与接触顾客	41
第一节 用商品陈列吸引顾客应知应会的 3 个工作小项	43
一、明确商品陈列的原则	43
二、用不同的陈列方式吸引顾客	47
三、用不同的陈列技巧吸引顾客	52
第二节 了解顾客应知应会的 3 个工作小项	53
一、了解顾客购买决策心理	54
二、分析顾客类型	60
三、知道不同顾客的消费差异	61
第三节 初步接触顾客应知应会的 3 个工作小项	72
一、吸引顾客目光	72
二、选择好接触顾客的时机	76
三、使用不同的迎接方式和技巧	78
第四章 商品推介	81
第一节 商品解说应知应会的 4 个工作小项	83
一、分析商品	83
二、准备解说词并演练	86
三、利用数据和图表	89
四、提供有力证据	90
第二节 现场演示应知应会的 4 个工作小项	91
一、演示准备	92
二、进行现场演示	96
三、让顾客参与示范	98
四、讲解商品卖点	100
第三节 商品推介应知应会的 5 个工作小项	100
一、不要与顾客争辩	100

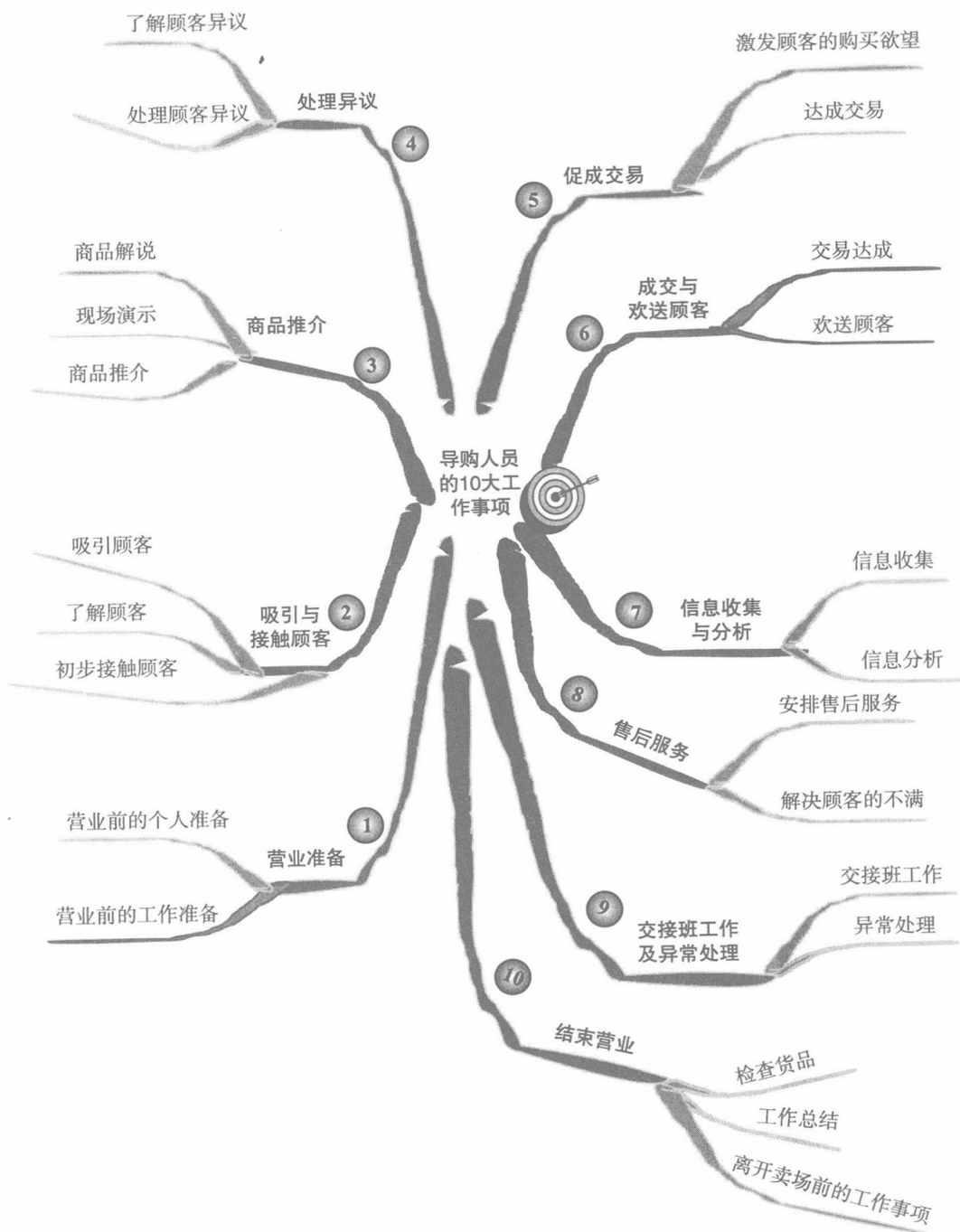
二、不要贬低竞争品	102
三、不要夸大宣传	103
四、把商品特性转化为顾客利益	104
五、努力挖掘顾客的真实需求	105
第五章 处理异议	113
第一节 了解顾客异议应知应会的 2 个工作小项	115
一、分析顾客产生异议的原因	115
二、识别顾客异议的真伪	121
第二节 处理顾客异议应知应会的 3 个工作小项	122
一、了解处理顾客异议的流程	122
二、知道处理顾客异议的方法	126
三、预防异议的产生	134
第六章 促成交易	137
第一节 激发顾客购买欲望应知应会的 3 个工作小项	139
一、巧用促销策略	139
二、讲述顾客利益	140
三、比较同类商品	141
第二节 达成交易应知应会的 3 个工作小项	143
一、识别顾客购买信号	143
二、巧用成交方法	146
三、促使及早成交	154
第七章 成交与欢送顾客	159
第一节 交易达成应知应会的 4 个工作小项	161
一、确认购买	161
二、安排付款与收银	162
三、附加销售	166
四、商品清点与包装	168
第二节 欢送顾客应知应会的 3 个工作小项	170
一、欢送已购买商品的顾客	170
二、欢送未购买商品的顾客	171

三、不冷落顾客	172
第八章 信息收集与分析	175
第一节 收集信息应知应会的 5 个工作小项	177
一、收集顾客相关信息	177
二、建立顾客档案	179
三、收集竞争者信息	180
四、收集卖场对公司品牌的信息	182
五、收集卖场的销售和库存信息	182
第二节 信息分析应知应会的 4 个工作小项	183
一、同类品牌信息分析	184
二、竞争品牌活动分析	185
三、顾客购买分析	186
四、本品牌信息分析	187
第九章 售后服务	189
第一节 售后服务应知应会的 2 个工作小项	191
一、了解售后服务内容	191
二、安排售后服务	193
第二节 解决顾客不满应知应会的 3 个工作小项	195
一、处理顾客的投诉	195
二、处理顾客退换货	201
三、应对顾客的错误	204
第十章 交接班工作及异常处理	207
第一节 交接班工作应知应会的 3 个工作小项	209
一、更换工作服	209
二、商品清点	209
三、货款清点	210
第二节 异常处理应知应会的 7 个工作小项	211
一、处理暂时缺货	212
二、处理突然停电	213
三、应对突然患病顾客	214

四、处理与防范行窃	214
五、处理抢劫	217
六、处理与预防火灾	219
七、处理儿童走失情况	220
第十一章 结束营业	221
第一节 检查货品应知应会的 4 个工作小项	223
一、清点、摆放商品	223
二、酌情增补货品	223
三、存货管理	224
四、处理残损商品	226
第二节 工作总结应知应会的 3 个工作小项	227
一、填写销售日报表	227
二、整理销货单与登记账簿	228
三、总结经验，提出合理化建议	229
第三节 离开卖场前应知应会的 4 个工作小项	230
一、站好最后一班岗	230
二、检查安全措施	231
三、班后留言	232
四、参加晚例会	233

第一章

导购人员的具体 工作事项



第一节 导购人员的 10 大工作事项

“您的皮肤，非常适合用这种保湿的产品！”“您看，穿上这种款式的衣服让您看上去不显胖！”导购人员的专业意见，往往会在某种程度上影响购买者的决策。

导购人员就是在零售终端引导或指导消费者购买商品、促进销售的人。其工作内容主要包括以下 10 大项。

一、营业准备

（一）营业前的个人准备

1. 着装准备

导购人员要依照着装规定检查自身穿着是否得体，此外还要检查工作要求佩戴的胸卡、笔等是否齐全。

2. 仪容和举止准备

导购人员在营业前要做好迎接顾客的准备，包括得体的外在形象、端庄的行为举止及正确的迎客姿势等。

（二）营业前的工作准备

（1）参加导购人员工作例会，了解当天的工作内容、任务、促销活动等，为一天的工作做好准备。

（2）检查所销售的商品，补充货品，准备助销用具。

（3）清理营业环境。

（4）摆放赠品、宣传品等助销品，以吸引顾客注意。

二、吸引与接触顾客

（一）吸引顾客

导购人员应知道如何通过商品陈列来吸引客户注意，知道商品陈列的原则，用心体会不同商品陈列的方式和技巧。

（二）了解顾客

导购人员要了解顾客做出购买决策的心理过程，分析顾客类型，知道不同顾客的消费差异。

（三）初步接触顾客

做好迎接顾客的准备，知道如何吸引顾客的目光，把握初步接触顾客的时机，并学会使用不同的迎接方法和技巧与顾客建立初步关系。

三、商品推介

商品推介主要包括商品的解说和示范，同时要注意商品推介中容易发生的问题。

（一）商品解说

导购人员应掌握商品解说的方法与技巧，分析并充分了解商品，最好将所了解的商品知识编写成生动的解说词，以便闲暇时演练。在解说时，导购人员应巧妙运用数据、图表等方式来提高商品解说的可信度，增强顾客的购买欲望。

（二）现场演示

导购人员首先要做好现场演示准备，在演示的过程中不忘适时邀请顾客参与，抓住商品卖点，增强顾客对商品性能、质量、使用方法等的了解，减少顾客的购买顾虑。

（三）商品推介

导购人员应了解商品推介过程中常见的错误，减少和避免这些错误发生在自己身上。

四、处理异议

（一）了解顾客异议

遇到顾客提出异议时，导购人员应先分析顾客异议产生的原因，根据对顾客的判断，辨认顾客异议的真伪。

（二）处理顾客异议

导购人员还要掌握处理顾客异议的流程，了解处理异议的方法，妥善处理顾客的异议，消除顾客的购买障碍，同时还要预防顾客产生新的异议。

五、促成交易

（一）激发顾客的购买欲望

导购人员在进行商品推介和异议处理后，还应通过运用促销策略、讲述顾客利益、比较同类商品等方式激发顾客的购买欲望，主动建议顾客购买，促进交易的达成。

（二）达成交易

导购人员要通过观察顾客的行为举止和动作表情来捕捉顾客的购买信息，针对不同的顾客采用不同的成交方法，促使顾客及早成交。

六、成交与欢送顾客

（一）交易达成

当顾客表示出购买意向后，导购人员应做好以下4项工作：再次确认购买、安排顾客付款与收银、进行附加销售、对商品进行必要的包装。

（二）欢送顾客

在顾客购买到称心的商品后，导购人员要做好欢送工作，以赢得顾客的好感，争取回头客；对于那些没有购买商品的顾客，导购人员同样不能怠慢，要热情相送，培养自己的潜在顾客。

七、信息收集与分析

（一）信息收集

导购人员应了解信息收集的内容，掌握信息收集的途径。应该收集的信息包括顾客的相关信息、竞争者的信息、公司品牌信息、卖场的销售和库存信息等。

（二）信息分析

导购人员对收集到的信息还要进行分析，以便于自己顺利开展工作，以及为公司提供商品、制度的改进和完善的依据。需要分析的内容包括同类商品品牌信息分析、竞争品牌活动分析、顾客购买分析及本品牌商品信息分析。

八、售后服务

（一）安排售后服务

导购人员要了解每一件商品的售后服务承诺，知晓卖场的售后服务规定，安排相关人员为顾客做好售后服务工作，赢得顾客的信任。

（二）解决顾客的不满

妥善处理顾客的不满，主要是应对顾客的抱怨、投诉和退换货工作。导购人员应在制度规定的范围内做好对不满意顾客的接待工作，化解顾客的怨气，尽量消除顾客的不满。

另外，在卖场中，导购人员还会遇到顾客不小心打碎、弄脏商品等意外情况。这时，导购人员应本着“服务顾客”的原则，按照相关规定，与管理人员一起处理此类意外情况。

九、交接班工作及异常处理

（一）交接班工作

交接班工作的内容主要有商品清点、货款清点和填写各种报表。导购人员要做到账目明晰，责任明确，准时交接。

（二）异常处理

导购人员还要培养自己的应变能力，掌握卖场出现异常情况时的处理方法，包括突然停电、顾客突然患病以及发生行窃、抢劫、火灾、儿童走失等突发事件。

十、结束营业

（一）检查货品

检查货品，主要是指导购人员要清点商品，看是否与账目相符，是否有缺失，并根据以往销售经验酌情增补货品，整理摆放商品，同时清点库存，做好存货管理，处理残损商品。

（二）工作总结

导购人员要做的工作包括填写日报表、登记账簿及整理交款单，核对数目并总结经验，向公司提出合理化建议。

（三）离开卖场前的工作事项

营业结束，离开卖场之前，导购人员还应站好最后一班岗，检查安全措施，做好留言，并参加晚例会。

第二节 导购人员应了解的8项知识

案例展示

坐落在北京王府井的××高档时装店，几乎清一色地聘用了三四十岁的中年妇女做“导购大姐”。她们衣着简朴、貌不惊人，与豪华的店堂和高档时装相比形成强烈反差。但该店的生意却十分红火，甚至其他店卖不动的服装在这里也很畅销，原因何在呢？

原来，该店聘请的都是服装行业中工作多年的老职工，她们有丰富的经验，对服装的质地、款式、花色了如指掌，介绍起来如数家珍，能名副其实地为不同顾客“导购”到合适的服装。同时，她们个个精明能干，都具有丰富的销售经验，所以善于揣摩顾客的心理，让顾客高兴而来，满意而归。

案 例 分 析

从此例中可以看出，作为导购人员，应学习所销售商品的各种知识，做到“卖什么、学什么、懂什么”，只有成为相关商品的专家，才能为顾客提供高水平的服务，做好顾客的生活顾问，提高自己的销售业绩。

一、了解企业

企业的形象、规模、实力、行业地位和声誉等都会使顾客产生联想，从而影响到顾客对商品的信任，增强顾客对商品的好感。而对于导购人员来说，多了解企业，可以增强自身的荣誉感，树立信心，并能够间接帮助自己提高商品销售数量。

（一）明确需要了解的内容

- （1）导购人员应充分了解企业的创业历程、目前发展状况和未来的发展前景。
- （2）导购人员应了解企业的社会形象、经营理念、得到过哪些荣誉等。
- （3）导购人员需要了解企业商品与质量管理、售后服务等相关内容。
- （4）导购人员应掌握企业技术水平、生产和销售能力、服务项目等内容。

（二）掌握了解企业的途径

导购人员可通过下列 6 个途径来了解企业的相关情况，具体如图 1-1 所示。



图 1-1 了解企业的途径