

导购 应该这样说

王宝玲 / 编著

做一名导购，你准备好了吗？

竞争同式化、产品同质化，如何实现销售？

终端零售人员人手一本的必杀技！

导购 应该这样说

王宝玲 / 编著



印刷工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

导购应该这样说/王宝玲编著. —北京:印刷工业出版社, 2012.6

ISBN 978-7-5142-0446-9

I. 导… II. 王… III. 销售—口才学 IV. ①F713.3②H019

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第097054号

版权合同登记号: 01-2012-6099

导购应该这样说

编 著: 王宝玲

策划编辑: 孙 祺

责任编辑: 赵英著

责任印制: 张利君

责任校对: 郭 平

责任设计: 张 羽

出版发行: 印刷工业出版社 (北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: pprint.taobao.com

经 销: 各地新华书店

印 刷: 三河国新印装有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17

印 次: 2012年7月第1版 2012年7月第1次印刷

定 价: 32.80元

I S B N : 978-7-5142-0446-9

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系。发行部电话: 010-88275602。

PREFACE 前言

导购员不仅是联系厂家和销售商的纽带，更是销售商和顾客之间的桥梁，也是顾客在店铺和卖场中购买产品时接触最频繁、最密切的人。一线导购员的服务水平和销售技巧直接决定了产品的销量。

由于人们购物需求的门槛不断提高，消费者在购物时除了考虑自身的基本需求，还开始追求商品所带来的精神上和心理上的享受，考虑产品能否突显自己的品位和个性，是否能够满足自身职业、身份、年龄的要求，加上众多国内品牌纷纷崛起和国外品牌的大批涌入，零售行业的竞争变得日益激烈起来。

为了能在竞争中取胜，零售商们纷纷打响广告战、促销战、终端拦截战、价格战，但是由于竞争方式的日益同式化和产品结构同质化，不少零售商并没能从整体管理策略上取胜，反而是那些站在产品销售终端地点的导购员，成了零售商们在零售行业中脱颖而出的重要决定因素之一。导购员服务水平的高低，直接决定了产品的销售量、企业销售的成败。商家的“战争”开始转变为导购员之间的“战争”。

让导购员在“战争”中取胜的最有效利器是什么？那就是好口才。俗话说：“三寸之舌胜于百万雄师。”拥有一副好口才的导购员能够赢得更多的销售业绩，拥有更广阔的发展空间。良好的沟通可以帮助导购员吸引顾



客的注意力、激发客户的兴趣和购买欲望、消除客户疑虑，还能够缓解紧张气氛，使导购员能够自如地与顾客交谈，充分地向客户传递信息，掌握主动权，实施销售策略，从而赢得顾客的认同。导购员只有通过正确的沟通，消除沟通中的多种问题，才能在顾客心中建立信任，让客户放心购买，这样一来，销售业绩自然就上去了。所以，对于导购员来说，谁与顾客沟通更有效，谁成功的机会就更大。

那么，在这个顾客越来越难以满足，顾客的需求越来越苛刻的时代，又加上顾客类型不一、销售场景多变、产品性质不同，导购员应该怎样说才能赢得更多顾客呢？

理论化的说法难免会陷入空谈，经验化的说话方式难免会有失偏颇，而缺乏市场调查和导购实践的说话方法，终究又会因为实战性不足而缺乏指导性。为了打破这些限制，本书特别从导购员口才训练的八个方面，即管好嘴，站好位——千万别让顾客反感你；轻松问，慎试探——明确顾客的最大需要；会介绍，知轻重——向顾客还原产品原貌；邀体验，谈感受——使顾客说出购买理由；巧议价，诚相待——让顾客感觉物有所值；解异议，化矛盾——让产品交易水到渠成；解疑难，不敷衍——制造再次交易的机会；看清人，再开口——应对不同顾客的技巧，向导购员介绍了如何用好口才来引导顾客顺利购物的方法。同时，本书还结合导购的整个流程，在每一章尾都配有“导购链接”，从大方面充分讲述了导购员应具有的销售素质、销售观念以及销售技巧，指导导购员提升口才技能，让不可预知、变化多端的成交变得易如反掌！

当然，这本书不仅可以作为商场、超市以及一些专卖店或是零售企业对导购员进行培训的教程用书，同样还可以作为导购员的自学用书。

最后，祝愿每一位看过本书的导购员能够走出口才的误区，从书中找到适合自己的口才提升技巧，使终端销售的业绩节节高升！

第一章

管好嘴，站好位——千万别让顾客反感你

1. 初次交谈，不要说给顾客压力的话 / 003
 2. 说话时适当放低姿态，但要适可而止 / 007
 3. 忙碌时用话语照顾到店里的每一位顾客 / 011
 4. 避免令顾客反感的身体语言 / 014
 5. 赞美要在顾客自愿参与谈话后展开 / 018
 6. 不要在顾客一进门时就胡乱推荐 / 022
 7. 热情要有度，心里要有数 / 026
- 【导购链接】做一名导购，你准备好了吗 / 030

第二章

轻松问，慎试探——明确顾客的最大需要

1. 少说话多观察，把主动权先交给顾客 / 035
2. 在最佳的时间向顾客提问 / 039
3. 询问与推荐交叉进行的万能提问 / 043
4. 从开放式提问到封闭式提问，逐渐缩小交谈范围 / 046
5. 适当提些不重要的问题，从侧面了解顾客喜好和需要 / 050
6. 针对不同类型顾客的需求提问 / 054

7.会提关键性问题，会听高价值回答 / 058

【导购链接】了解顾客是导购的工作核心 / 061

第三章

会介绍，知轻重——向顾客还原产品原貌

1.可以强调自己优点，但别直指别人的缺点 / 069

2.把专业性强的语言转换成通俗的介绍 / 073

3.把产品介绍到卖点上，给顾客一个购买的理由 / 076

4.条分缕析地让顾客了解产品特点 / 080

5.像介绍产品一样介绍服务 / 083

6.站在顾客的使用角度介绍产品 / 087

7.时段不同，介绍产品方式不同 / 091

【导购链接】介绍产品是个技术活 / 096

第四章

邀体验，谈感受——使顾客说出购买理由

1.怎样建议才能使顾客愿意主动试用 / 101

2.询问顾客试用过程中的感受和意见 / 105

3.在顾客试用时将产品优势与顾客本身结合 / 109

4.如何应对顾客试用后的不满意 / 113

5.引导顾客观看其他人试用，让顾客有全面的认识 / 117

6.打破顾客不愿试用的顾虑 / 120

【导购链接】试用是最有用但最容易被导购忽略的环节 / 124

第五章

巧议价，诚相待——让顾客感觉物有所值

1. 让顾客认识到昂贵产品的物有所值 / 129
 2. 让顾客感觉你的每一次让步都无比艰难 / 133
 3. 把无法开脱的价格问题转移到服务上 / 137
 4. 重申产品的独特优势保持价格 / 141
 5. 清点顾客所能得到的利益来支撑价格 / 145
 6. 如何应对老顾客的砍价 / 149
 7. 不能打折的产品怎么卖 / 153
- 【导购链接】导购员要学会与顾客打价格持久战 / 157

第六章

解异议，化矛盾——让产品交易水到渠成

1. 即使迫不及待，也要表现得不情愿 / 163
 2. 不能答应请求要拒绝，但要给顾客台阶下 / 167
 3. 敢想敢说，假设成交往往能真的成交 / 171
 4. 避重就轻，引导客户主动说“是” / 175
 5. 消除第三人对顾客购买的障碍 / 179
 6. 用话语让顾客感觉自己是最尊贵的客人 / 183
 7. 如何有效拒绝顾客不合理的请求 / 187
- 【导购链接】异议是“俘虏”顾客的最好机会 / 191

第七章

解疑难，不敷衍——制造再次交易的机会

1. 产品没有质量问题顾客也要退货怎么办 / 197
2. 超过退货期之外的退货处理 / 201
3. 如何说服顾客成为VIP成员 / 205
4. 把顾客变成朋友还是敌人都在于你的态度 / 209
5. 如何处理顾客使用不当造成的产品问题 / 213
6. 无论责任在谁，先道歉是黄金法则 / 217
7. 客户无理取闹该怎么办 / 221

【导购链接】售后服务，再次赚取客户的时机 / 225

第八章

看清人，再开口——应对不同顾客的技巧

1. 如何应对“浑身長刺”的顾客 / 231
2. 如何应对“全知道”的顾客 / 234
3. 如何应对果断的顾客 / 238
4. 如何应对有疑虑的顾客 / 241
5. 如何应对好争辩的顾客 / 245
6. 如何应对顾虑重重的顾客 / 248
7. 如何应对冲动型顾客 / 252
8. 如何应对不愿说话的顾客 / 256

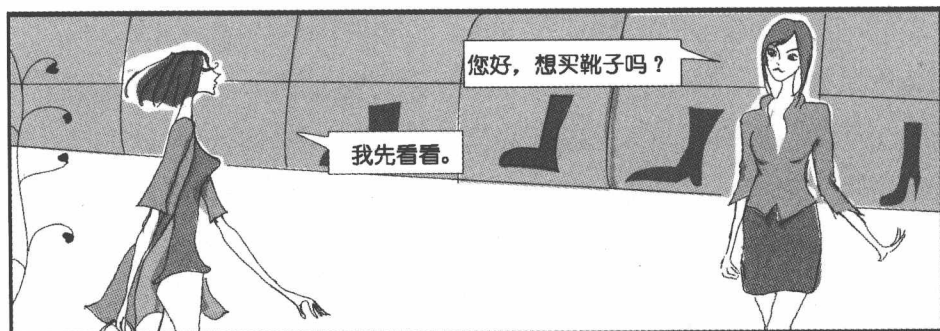
【导购链接】导购要做个多面手 / 259

第一章

管好嘴，站好位

——千万别让顾客反感你

导购常常败在让顾客反感的语言和行为上。不能让顾客喜欢，就不可能让顾客感兴趣，卖出产品也将是遥不可及的事情。所以导购要做的第一步不是怎么卖产品，而是如何推销自己，让顾客喜欢你。



1.

初次交谈，不要说给顾客压力的话

导购员初次接触顾客，与顾客进行交谈时，往往很容易就会导致顾客的无形流失。因为多数导购员没有经验，在与顾客初次交谈的一瞬，就直接说出一些让顾客感觉很有压力的话，最终让顾客因为压力或者不舒服而离开。

作为导购员，与顾客交谈是我们给顾客第一印象的最佳时刻，最大目的就是让进店的顾客感觉舒服，消除我们彼此间的陌生感、疑惑感乃至距离感，这样才能最大程度地实现成交。因此，在与顾客初次交谈的时候，导购员要把握好说话的度，尽量不给顾客压力。

对话情景

一位顾客在商场转悠，过了一会儿，走进了一家鞋店。一直在雪地靴的柜台边徘徊，看看这个，摸摸那个，始终没有下定决心购买。

旁边的导购员已经观察了很久，最后忍不住走上前去与顾客展开沟通。

导购员：“您好，想买靴子吗？”

顾客：“我先看看。”

导购员：“这一款是我们今年新推出的主打产品，销量一直比较紧俏，很适合你们学生穿。”

顾客：“我喜欢这款白色的。”



导购员：“您真有眼光，这款白色的的确很漂亮，也是最受欢迎的。”

顾客：“我可以试穿一下吗？”

○交谈雷区

(1) 您先看好，这款靴子售价 499 元，不还价。

(2) 您想买吗？试穿之后合适的话就得买。

(3) 可以，但别弄脏了，弄脏了你就必须得买走。

○建议应对

(1) 当然可以，这款我们卖得好，当然价格也就比较高，一分价钱一分货，希望您能理解。

(2) 由于这双颜色很浅，所以一般是不让试穿的。但如果您想试穿，合适的话，可要买下呀！

(3) 好的，这款颜色比较浅，您可以先试试这款驼色的，如果感觉合适，我再给您找一双白色的，您觉得呢？

○对话诊疗

“您先看好，这款靴子售价 499 元，不还价”，这样的回答，只能让顾客感觉你瞧不起他，提前说出价格，也给顾客以无形的压力。

“您想买吗？试穿之后合适的话就得买”，你可以像“建议应对”中，换种方法来说，让顾客体会到你的难处，顾客是会理解的。按照这种方式说出来，显得导购员在“强买强卖”，逼迫顾客购买，顾客很容易就会被吓跑。

“可以，但别弄脏了，弄脏了你就必须得买走”，这句话同样带有逼迫的意味，同时让顾客有试穿的压力，更不会受到顾客的欢迎。

在恰当的时候接近顾客，不说有压力的话，能够很好地促成交易，反之你只能眼睁睁看着生意从你眼前溜走。



对话策略

其实，作为导购员来说，你的主要职责就是引导顾客购物。同时在引导的过程中，给顾客空间，让顾客抱着一种非常愉快、轻松的心情进行选购，这样你才能提升自己的“抓客率”，更好地完成自己的销售业绩。

那么，优秀的导购员是怎样接近顾客，同时又是怎样与顾客沟通而不给顾客施以压力的呢？

（1）接待时，不要这样说

按照终端卖场的管理，在顾客一进门的时候，导购员就应该立即接待。但通常情况下，导购员在接待顾客时，会犯以下错误：

① “××您好，需要我帮忙吗？”

② “欢迎光临，请问需要什么样的产品？”

③ “欢迎来到××专区，请问您需要什么价位的？”

④ “××您好，我是这里的导购员××，您先看看我们这款产品，现在正在进行打折促销……”

面对导购员这般“热情”地接待，如果你是顾客，你会怎样回答呢？据调查，这类问话方式，通常顾客的回答就是：“没事，我先随便看看。”或是直接假装没有听到。因为顾客在进店时，可能只是转转，有合适的目标才会进行购买。在他们没有发现合适的目标之前，导购员直接就介入顾客的思考范围，上前推销自己的产品，毫无疑问是会引起顾客发自内心的排斥的。这样更会导致推销难度的增加。因此，在接待顾客时，这类话最好应该避免。

（2）给顾客 15 秒钟的自由，也给自己 15 秒钟的思考

如果在顾客进店之后，导购员就直接上前与顾客进行交谈，势必会显得谈话比较突兀，同样也会给顾客制造紧张感，并吓跑顾客。那么，什么时候才是与顾客进行交谈的好时机呢？

15 秒钟，对，给顾客 15 秒钟的时间。顾客进店一般会首先观察店里的



产品，在顾客观察的 15 秒钟的时间内，导购员需要与顾客保持一定的距离，同时自己站在能够看到顾客表情或是动作的正确方位，仔细观察并分析顾客的表情、动作，一旦注意到顾客一直在盯着某件产品观看，或是用手去触碰某件产品，显得非常仔细、爱不释手时，就需要导购员及时出现在顾客的面前，与顾客展开交谈，并为进一步地销售做好充分的准备。

这样做，既不会显得导购员比较唐突，同时也能够给顾客一些自由、无压力的挑选时间。与此同时，在接下来与顾客的交谈中，导购员可以有针对性地进行引导，让成交更顺畅。

（3）多说让顾客心悦的话，但要把握好度

在与顾客初次交谈时，怎样把话说好是非常重要的。因为话说好了，让顾客愉悦，可以直接帮助到销售；说不好，就会影响顾客的兴趣，给顾客制造压力，降低顾客的购买欲望。当然，想要说出的话能够打动顾客的心，让其产生深入了解的欲望，你可以这样说：“您真是好眼光，一眼就看中我们新上市的最新款，它的设计很适合您，相信您穿上一定会气质出众，我帮您拿出来试戴一下。”“您真是这方面的行家呀，这款手表非常受欢迎，在韩国销售市场上也是位居榜首，有兴趣的话，我帮您取出来您看一下，好吗？”等。

当然，让顾客心悦的话有很多说法，导购员可以在话语中加一些程度词，例如“最”、“非常”、“很”等，对顾客的赞美同样也不能缺少。这样说出来的话，才能吸引顾客的注意，顾客也不会拒绝。

总之，在初次接触顾客时，不说给顾客有压力的话，一方面可以增加销售的机会，另一方面还可以提升自己的销售业绩，卖出更多的产品。

2.

说话时适当放低姿态，但要适可而止

对于导购员来说，成功地留住顾客就等于是为自己的成功销售增添了一个优质砝码。但留住顾客，实现成交却并不容易。因为很多顾客在购买之前，总是会想方设法挑产品的毛病，甚至是挑剔服务的质量，乃至提出一些附加条件等。面对这样的状况，很多导购员急于实现成交，常常放低姿态来挽留顾客。当然，在顾客面前适当放低姿态是一种对顾客的尊重，但凡事都有度，过低地“乞求”顾客，只会适得其反，让顾客看不起，同时也不利于你实现成交。



对话情景

一位新入行的化妆品导购员，在面对自己的第一位顾客的时候，表现得非常糟糕。

导购员：“太太，想要化妆品吗？”

顾客：“我先来看看是否有合适的。”

导购员：“太太，我刚观察您的眼袋比较重，可以用点眼霜。我们店新推出××牌眼霜，不知道您是否有兴趣看一下呢？”

顾客：“那先让我看看吧。怎么卖的？”

导购员：“太太，原价398元，现价256元。”



顾客：“太贵了，我再看看别的吧！”

顾客说完，就要离开。

○交谈雷区

(1) 太太，这款产品真的很好，您就试试吧。

(2) 太太，求求您帮帮我吧。如果我这个月不能完成规定的任务就会被解雇掉的，您就帮帮我这个忙吧！

(3) 太太，我如果一次性送您三套赠品的话，您是不是可以先看看，然后再决定呢？

○建议应对

(1) 一分价钱一分货，虽然贵点，但是产品质量还是有保证的。您可以试用一下看看效果，好吧？

(2) 请留步，太太，我很想为您提供满意的服务。但您能告诉我，您想购买什么价位的产品吗？我们这里在价位方面可是很齐全的哦！

(3) 太太，其实这款产品并不贵。一般情况下，这款产品能够保证您用3个月，您可以算一下，平均下来每天才花4块钱，就能摆脱眼袋的困扰，难道您还说它贵吗？来，您先试用一下。

○对话诊疗

“太太，这款产品真的很好，您就试试吧。”注意：顾客并没有说这款产品质量不好，顾客仅仅是嫌价格高而已。在进行说服引导的时候，一定要抓住主要矛盾。

另外，这种恳求式的用法最好避免：“太太，求求您帮帮我吧。如果我这个月不能完成规定的任务就会被解雇掉的，您就帮帮我这个忙吧！”面对这样的苦苦哀求，只会让顾客产生疑惑，看来是没什么人买他的产品，要不