



白金书系

· 岗 位 业 务 培 训 系 列 ·

如何做好 促销员

RUHE ZUOHAO
CUXIAOYUAN

《现代超市求职·上岗指南》编委会○主编

| 职业入门的技能指导 · 岗位竞逐的看家本领 |

廣東省出版集團
廣東人民出版社

· 岗 位 业 务 培 训 系 列 ·



《现代超市求职·上岗指南》编委会◎主编

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

如何做好促销员 / 《现代超市求职·上岗指南》编委会主
编. —广州: 广东经济出版社, 2011.12

(广经企管白金书系: 岗位业务培训系列)

ISBN 978—7—5454—1049—5

I. ①如… II. ①现… III. ①企业管理: 销售管理 IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 225183 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	湛江日报社印刷厂 (湛江康宁路 17 号)
开本	730 毫米×1020 毫米 1/16
印张	11.5
字数	212 000 字
版次	2011 年 12 月第 1 版
印次	2011 年 12 月第 1 次
印数	1~4 000 册
书号	ISBN 978—7—5454—1049—5
定价	22.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

邮购电话: (020) 37601950 邮政编码: 510075

营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

总 序

今年7月底，我应《新快报》管理沙龙第190期之约，做了一次“用《弟子规》培育员工”的专题报告会。会前，我与一位相识10年的老朋友——广东经济出版社姚丹林社长聊起该社改革开放30年来在企业管理领域出版的一系列优秀作品，还谈及中国的优秀企业——华为、联想、海尔的经营管理之道，大有“如数家珍”和“酒逢知己千杯少”之感。此后，我荣幸地接受了姚社长的邀请，为本系列图书作序。

“文章千古事”。正如姚社长所说的，广东经济出版社作为一家在全国有一定影响力和知名度的出版社，乐于承担社会责任，为广大企业读者服务。最近，广东经济出版社通过多种渠道对企业管理、经济管理领域的广大读者群进行了广泛深入的调查研究，并根据读者群的反馈意见和建议，对该社10年来出版的几百本企业管理、经济管理图书进行排序，精选出百种优秀图书，编制了一套“广经企管白金书系”，期待她能够为从事企业管理和经济管理领域的同仁们带来更多的实用参考价值。

著名的英国哲学家、文学家弗兰西斯·培根在回答读者“读什么和怎样阅读”时说：“书籍好比食品。有些只需浅尝，有些可以吞咽，只有少数需要仔细咀嚼，慢慢品味。所以，有的书只要读其中一部分，有的书只需知其梗概，而对于少数好书，则应当通读、细读、反复读。”

正如培根所说的那样，从事企业管理和企业中高级管理者教育培训以来，我和我的许多同事一直在案头热读、通读、细读、反复读广东经济出版社那些优秀的图书，受益匪浅。作为这些优秀图书的“受益者和老粉丝”，归纳起来，我觉得这套图书对我们有以下三个方面的学习和典藏价值：

1. 高屋建瓴，形成经典——这套系列图书的作者多数来自国内外优秀企业的中高级管理者和长期从事企业管理咨询、培训的专家教授。其中大多数人是优秀企业的总经理、副总经理、公共关系管理专家、市场营销专家、人力资源专家、物流与供应链管理专家、精益生产管理专家、质量管理专家、企业培训管理专家和现场管理专家等。本书系是他们在改革开放30年中从事企业管理智

慧的结晶。

2. 简明易懂，方便实用——改革开放头 20 年，从我国著名的工商管理学院给企业管理者开设的 EMBA 和 MBA 的核心课程来看，学习、消化、吸收欧美国家企业先进的科学管理经验似乎成为我们学习企业经营管理的主旋律。但是，实践证明：由于国家、企业文化、制度、语言等环境的差异，对于欧美企业的管理经验真正做到“消化吸收、洋为中用”确实需要一个比较漫长的过程。许多有识之士发出了“哈佛学不到”的叹息！最近 10 年来，我国本土的企业家将西方的先进管理经验与自己企业的具体实践相结合，创造了许多超越欧美企业的第一业绩，并总结管理经验，形成了这套书系的雏形。她来自中国企业，用于中国企业，自然简明易懂、方便实用。

3. 立足实战，讲求实效——多年来，广东经济出版社紧紧依托广东作为经济强省、金融强省和全国第一制造业大省形成的作者、选题、市场资源，策划出版了一大批来自于企业管理实践和各种经济活动，又回到企业管理实践和经济活动中去，服务于广东企业和经济投资活动主体的“广味”图书，打造了“实际、实用、实操、实效”的市场图书品牌。这套白金书系主要定位于企业培训学习，尤其在岗位培训方面具有全面覆盖各个行业、针对性强、应用性强的特点，反映了“实际、实用、实操、实效”的品牌特色，以及广东经济出版社多年来秉持的品牌化运作、市场化运营、特色化方向、专业化道路的发展理念。

企业家、专家学者最重要的责任就是总结过去、利用现在、开创未来。“人生终有限，事业总无限。”任何一个人的生命都是有限的，因此，任何一个人的经验也是有限的。但历史是永恒的，他人的经验是无限的，用他人的经验来丰富自己的经验永远是明智的选择。那么，就让我们做一次“开卷有益”的选择吧！

金井露

2011 年 8 月 15 日于华为

目 录

第一章 任职资格要求	1
第一节 基本素质要求	3
要求一：具备道德素质	3
要求二：具备文化素质	4
要求三：具备个体素质	6
第二节 基本能力要求	7
要求一：基础能力	7
要求二：专业能力	8
要求三：发展能力	9
第三节 基本职业准则	10
准则一：诚信	10
准则二：求实	11
准则三：奉公	11
准则四：守法	11
第二章 服务礼仪规范	13
第一节 促销员仪容仪表	15
一、仪表要求	15
二、用品佩戴	17
第二节 促销员仪态礼仪	18
一、促销姿势	18
二、待客礼仪	19
三、服务礼仪	20

第三节 促销员表情仪态	21
一、眼神	22
二、微笑	22
第三章 促销基本技能	23
第一节 做好促销调查	25
一、促销实务调查	25
二、竞争对手调查	26
三、消费需求调查	26
四、促销环境调查	26
五、销售服务调查	26
第二节 制订促销计划	27
一、促销要素	27
二、促销目的	29
三、促销对象	30
四、促销时间	30
五、促销商品	31
六、拟订促销主题	32
七、选择促销方式	32
八、促销费用	34
第三节 策划促销活动	35
一、促销活动策划程序	35
二、促销活动策划应注意点	38
第四节 商品促销陈列	40
一、促销陈列原则	40
二、促销陈列方法	41
三、促销陈列技巧	44
四、促销陈列应注意点	45
第四章 商品促销模式	51
第一节 促销活动类型	53
一、特价促销	53
二、有奖促销	55

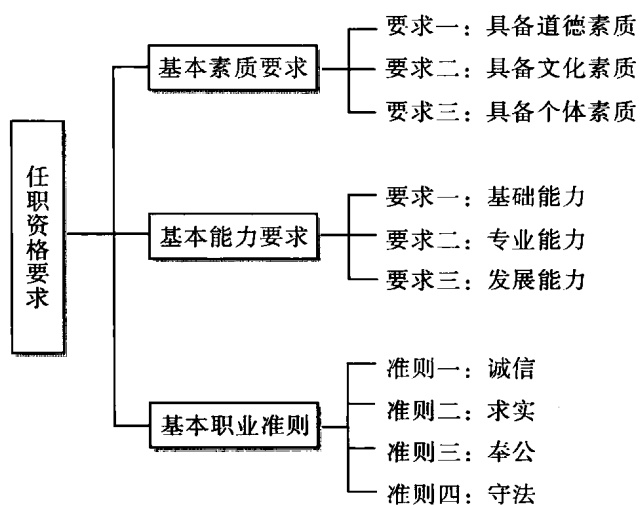
三、样品派送	57
四、服务促销	57
五、公关促销	60
六、短期促销	60
七、长期促销	60
八、其他模式	61
第二节 促销活动工具	61
一、优惠券	61
二、样品赠送	64
三、竞赛和抽奖	68
四、免费赠品促销	70
五、附加赠送	73
六、返还促销	74
七、POP 促销	77
八、折价促销	81
九、现场演示	83
十、试吃	84
十一、面对面销售	85
十二、广告促销	85
十三、竞赛活动	86
十四、会员制促销	86
十五、分期付款	89
第五章 商品促销技巧	101
第一节 与顾客沟通技巧	103
一、倾听	103
二、提问	105
三、肢体语言	107
第二节 促销技巧	109
一、分析购买动机	109
二、有效传达信息	111
三、准确实施促销	112
四、促销技巧运用	115

第三节 顾客投诉处理	120
一、顾客投诉的分类及处理	120
二、投诉处理的技巧	121
三、处理顾客投诉的步骤	124
第六章 促销员培训管理	131
第一节 促销员日常作业培训	133
一、日常工作流程	133
二、营业前的准备工作	134
第二节 新品牌促销员培训	138
一、培训程序	138
二、培训形式	138
第三节 专柜促销员培训	143
一、服务规范	143
二、服务要点	144
三、接待规范	146
第四节 供应商促销员培训	147
一、超市情况	147
二、促销要领	148
三、促销知识	148
四、商品陈列展示	148
五、收银技能	149
六、商品管理	149
七、促销管理规定	150
第七章 促销员自我管理	161
第一节 促销员自我提升	163
一、让自己完善充实	163
二、搞好人际关系	164
第二节 促销员自我调整	169
一、学会自我解压	169
二、进行自我培训	170
参考文献	172

第一章 任职资格要求

- 基本素质要求
- 基本能力要求
- 基本职业准则

任职要求示意图



第一节 基本素质要求

要求一：具备道德素质

在现代促销活动中，一方面需要促销准则的指导，另一方面，也需要促销道德对促销员的行为和市场的运行进行有效的监督控制。遵循促销职业道德的促销行为，使促销员个人、企业和顾客的利益保持一致，从而有利于企业的经济效益和社会效益。

因此，有远见卓识的超市和促销员都应该诚恳地对待顾客，获得顾客的信任，并重视与顾客之间建立长期的关系往来，提高顾客的重复购买率，增加企业的经济效益，亦可在顾客心目中树立起良好并长久的形象。

商品促销工作对促销员素质提出了很高的要求，一个企业如果拥有一批素质优秀且受过良好训练的促销员，就能吸引较多的客户，进而在市场竞争中取得成功。

那么一个促销员应当具有什么样的风度、品质、性格、特点、态度，才可以成为卓越的促销员呢？

➤ 热爱促销工作

成功的促销员热爱促销工作，认为促销工作令人振奋，并且深信售出的商品能给人们带来很有价值的东西，因为“态度决定一切”，要想成功，你必须满腔热情地投入工作，必须深入了解自己的商品及其用途。

➤ 百折不挠的进取精神

积极的工作态度创造出非凡的成就。成功的人们经常被说成是幸运的，其实他们说的幸运就是工作和进取。他们工作得越努力，就会越幸运。

成功的促销员说：一个人想在业务上获得成功，则每天花 10~12 小时来工作是很普遍的，包括许多星期六和星期日。

➤ 成功的欲望

每一个人都渴望成功，然而某些人对成功的渴望更为强烈。成功的促销员有强烈的职业道德感和勇争成功的迫切需要，这是他们个性中的一部分。如果人们热爱本职工作，心甘情愿付出艰苦的努力，热切地希望取得成功，你认为他们会不会成功？

➤ 有一定的勇气 and 自信

做一名促销员，要充满自信，坚信自己一定能够成功。有了自信心就有了勇气，就能够克服恐惧感，自信心是在不断获取经验的过程中树立起来的。

日本有一所促销员训练学校，规定学员每天清晨4点半必须起床，先上体育课，要求学员用冷水洗浴，然后用湿手巾用力拍打地面，一边拍打一边喊口号，据说这样可以增强学员促销产品的信心。为了锻炼勇气，有时让学员中午到东京最热闹的广场上，站在人流中高歌，教员则站在100米之外的地方倾听，如果听不到或听不清楚，那么这门课就不及格。在这种方法的磨炼下，大多数学员增强了直面困难的勇气，对未来的促销事业充满了信心。

➤ 诚实并且言行一致

促销员代表的是公司的利益，特别是在促销泛滥的当今社会里，促销员的诚实更是保证促销活动取得成功的基础，任何欺骗顾客的行为都会导致企业遭受灭顶之灾。因此，诚实是基本的条件，是企业利益的保证，同时也是顾客利益的保证。所以，促销员也必须具备其职业道德。

(1) 促销员与企业。促销员必须努力工作，具有强烈的事业心和责任感，要热爱自己的企业，忠实于企业，不要利用工作之便搞地下交易，甚至做一些损公肥私的事。

(2) 促销员与顾客。促销员对顾客要一视同仁，童叟无欺，平等待客，热情服务，不欺不诈，不行贿受贿，不诱购诱销。

(3) 促销员与竞争对手。要注意遵守同行业竞争中的道德准则，不能只讲自己的长处，也不能只讲别人的短处，不要互相拆台，否则会害人害己。

要求二：具备文化素质

促销员应具备一定的文化素质。一般来说，促销员合理的知识结构应该是“T”形结构。“|”代表专业知识，“—”代表横向的相关知识，也就是说既要有扎实的专业知识，又要有广博的相关知识。具体地说，促销员应掌握以下知识：

➤ 市场经济知识

促销是一种经济行为，促销创意必须接受市场的检验，因此，促销策划人必须掌握市场经济的基本知识，了解宏观市场的基本走向和微观市场的分布状况。比如，消费者市场状况、市场竞争结构、竞争规律、供求规律等。

➤ 心理学知识

市场促销的核心工作在于满足消费者的需求。因此，促销必须掌握消费心理

学的基本知识，比如，关于消费者需求、动机、注意、信念、态度、欲望等一系列与消费行为有关的心理学知识。

➤ 社会学知识

市场促销既是一种经济行为，又是一种社会行为。因为促销是在一定的社会形态、社会关系、社会活动中进行的，因此，促销员必须掌握社会学方面的有关知识。

➤ 信息学知识

促销特别是促销策划本质上是一种与消费者的信息沟通活动，因此促销员必须了解信源、信道、编码、译码、反馈等信息传播的基本知识。

➤ 市场营销基本理论

促销策划是对促销活动的策划，因此，作为促销员必须掌握较为深厚的市场营销理论，如广告学知识、媒体知识、人员推销理论、公共关系知识等。要了解和掌握市场营销学基本原理，树立现代营销观念，善于通过营销环境分析发现营销机会，掌握市场调查和预测的方法，科学把握市场发展变化趋势，并能制定有效的营销战略与策略。

➤ 企业及其产品的知识

促销员应该熟悉企业的发展历史、经营范围、经营宗旨、经营方针、规模、规章制度、销售政策、定价策略、交货方式、付款条件、服务项目、优惠政策及在行业中的地位等有关销售的基本知识。

促销员还应该掌握基本的产品知识，应该熟悉产品性能、用途、用法、特点、价格、特色、使用方法、维修、管理程序、竞争产品（包括替代品及同行业的产品）、寿命周期及优点与缺点等。

➤ 目标顾客的相关知识

懂得一些社会学、心理学、行为科学等知识，尤其要掌握消费者购买心理方面的基本知识，要善于针对不同类型的顾客提供有针对性的服务。

善于分析现实顾客和潜在顾客的需求情况，了解购买者的心理特征、习惯偏好，针对有些顾客拒绝购买的心理障碍，采用不同的促销对策。

➤ 促销专业知识

掌握一定的促销理论、洽谈技巧、结算知识、合同知识等实务性知识。

要熟悉国家有关的法律法规，既能运用法律法规保护自己的合法权益，又能规范自己的促销行为不致违反法律。

了解一定的美学知识和一定的人际沟通技巧与能力及一些终端销售的技巧与知识等等。

➤ 其他相关知识

促销是一门综合性技术或综合性艺术，它需要促销员具有“上知天文、下知地理”的综合性知识。如促销员要有一定的艺术欣赏水平，知晓广泛的社会文化知识，了解一些工业设计知识与方法，熟悉基本的法律知识等等。

要求三：具备个体素质

个体素质是指促销人员自身具有的条件和特点。促销人员在促销商品的同时，也在促销自己，因此，要有一种能吸引顾客的良好个人素质。一名合格的促销员应该具备的基本个体素质主要有以下几方面：

➤ 健康的身体

促销员是企业的突击队员，每天都要与各种各样的顾客打交道，每个时期都有不同的促销活动需要突击完成，需要有充沛的体力和精力，所以健康的身体是重要的保证。

➤ 恰当的仪表和装束

恰当的仪表和装束不仅对顾客而且对促销员自身都会产生良好的效果，恰当的衣着打扮应该是既能增强自信心，又有助于促销。因此衣着恰当的标准应该是尽力接近顾客的审美水平，接近每次促销活动的主题。

所以，长期担任国际商业机器公司（IBM）总裁的托马斯·丁·沃森就坚持要求他的推销员穿深色西装，系黑领带，穿黑皮鞋和白衬衣。这样，精干的外表、得体的服装、适宜的体格，在促销活动中可以产生巨大的作用。

➤ 彬彬有礼

在促销过程中讲礼貌，对顾客用尊称，表示尊重；在促销商品时，要言之以礼，心平气和，尊重别人的选择权力。

礼貌涉及许多方面，如在神态、语言，动作等方面都可以显示出礼貌。讲礼貌，神态应自然不做作，说话轻松自如不紧张，握手力度恰当，紧而不使对方感到痛等等。

一个促销员如果能够从语言、举止、服装、风度等方面讲究礼仪，就会增加个人魅力，就会带给别人愉快和信任，并能赢得别人的尊敬。

➤ 善于交谈

在某些场合，促销是通过与顾客交谈来进行的，所以掌握说话的艺术是一项业务性的要求。促销的核心是说服，所以它比仪表、装束都重要。优秀的促销员往往都会认真仔细地总结出一套交谈的技巧，这样更易达成销售目标。

➤ 举止得体

人的举止可以表现出他的内心世界，表现出一个人的精神面貌和情感。如恭敬的举止表现出对别人的尊重和礼貌，敏捷的动作表现出殷勤和快乐，摔摔打打表现出不高兴等等。所以，在职业活动中举止得体很重要，它的具体要求是：态度恭敬，表情从容，行为适度，形象庄重。

➤ 待人热情

待人热情是指上岗职工在接待服务对象时，要有热烈的情感。对促销人员来说，是否待人热情直接关系到企业形象和企业的经济效益。

待人热情是职业活动的需要，是与人交往的首要条件，其基本要求是：微笑迎客，亲切友好，主动热情。

第二节 基本能力要求

一名促销员具有良好的素质固然重要，但如果缺乏搞好促销工作的真实本领，素质再好，也没有意义。本领即能力，促销员所必备的能力，是由产品促销工作的本质决定的。

要求一：基础能力

➤ 敏锐的观察力

促销员的观察能力是指通过顾客的外部表现去了解顾客购买心理的能力。促销员可以通过观察顾客的行为来发现反映顾客内心活动的许多信息，例如，兴趣，偏好、欲望等，以决定采用何种促销方式来说服顾客，使其产生购买行为。因此，观察能力是促销员应具备的揭示顾客购买动机的重要能力。

➤ 良好的记忆力

记忆虽然不能直接激发创造性的思维活动，但它却提供了创意所必需的原始信息和基本资料。

➤ 丰富的想象力

想象是一种富有创造性的思维活动，它能转移经验，还能虚构图像和变幻形态，对各种表象进行创造性的组合，是一切思想的原动力和一切创意的源泉。要培养这种想象力，一方面要扩大知识范围，增加表象储备；另一方面要养成对知识进行形象加工，形成表象的习惯。所以，要特别重视它的训练和养成。

➤ 准确的判断力

判断力是对现存的信息从优劣性、正确性、适用性和稳定性等方面作出评定判别的能力。在创意的形成阶段，在激发灵感、进行创造性思考方面，记忆力、观察力、想象力起着重要的作用，借此促销员可以提出许多解决问题的方案措施。而在创意的形成和发展阶段，则需要较强的评价与判断能力，借此，促销员可以在众多构思与创意中“去粗取精，去伪存真”。

➤ 娴熟的操作力

要进行创造性实践，就必须掌握娴熟的操作能力。操作能力是否娴熟取决于促销人员的专业素质和技能。这种能力可以通过专业教育强化培训形成和长期实践经验总结获得。

要求二：专业能力

➤ 社会交际能力

衡量一个人是否适合产品促销工作的条件之一，就是看他是否具备善于交际的能力。从某种意义上说，促销员是企业的外交家，需要与各种类型的顾客打交道。这就要求促销员具备与各种各样顾客交往的能力，即善于与他人建立联系、互相沟通、赢得信任以及处理各种矛盾的能力，能在各种场合应付自如、圆满周到。

➤ 语言表达能力

能言善辩是一个合格促销员的重要条件之一。在促销过程中，为了达到销售产品的目的，促销员要回答顾客的各种提问，向顾客介绍、宣传本企业的产品，要与顾客洽谈业务，乃至达成交易后向顾客表示谢意，都需要用语言来恰当地表达。促销员必须善于用语言去启发顾客，说服顾客。

良好的语言表达能力表现在语言清晰、简洁、明了、准确适度、亲切优美、人情入理，能够针对顾客的需求，抓着顾客的心理，感染对方，激发顾客的购买热情。

良好的语言表达能力还表现在说服能力上。促销工作的核心是说服，说服力的强弱是衡量促销员水平高低的标准之一。要说服顾客，不仅要掌握一定的说话艺术，更重要的是把握正确的原则。

➤ 技术维修能力

促销员在促销高科技产品，比如电脑、电器等产品时，仅依靠语言说服还不足以使顾客购买产品，还必须向顾客示范产品的使用方法，教会顾客如何正确地使用产品，只有这样，才能使顾客领略到产品效用的美妙之处，从而产生购买欲望。