

- ★ 为什么顾客转了一圈就走掉了?
- ★ 为什么顾客总说“没感觉”?
- ★ 为什么顾客总是那么“挑剔”?
- ★ 为什么顾客总是随便乱砍价?
- ★ 为什么顾客来了好几次还是不签单?

店面**业绩倍增**秘笈:

58套实战技巧

77个异议破解

65种演练模版

宋健◎编著

这样卖更容易



导购

这样卖更容易

宋健◎编著

图书在版编目 (CIP) 数据

导购：这样卖更容易/宋健编著. —北京：企业管理出版社，2011.6
ISBN 978-7-80255-827-4

I. ①导… II. ①宋… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 103661 号

书 名：导购——这样卖更容易

作 者：宋 健

责任编辑：刘 刚

书 号：ISBN 978-7-80255-827-4

出版发行：企业管理出版社

地 址：北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编：100048

网 址：<http://www.emph.cn>

电 话：总编室 (010) 68420309 发行部 (010) 68701638
编辑部 (010) 68701661

电子信箱：emph003@sina.cn

印 刷：三河市南阳印刷有限公司

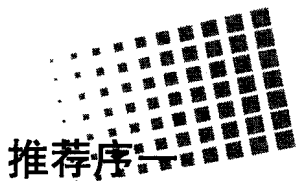
经 销：新华书店

规 格：170 毫米×240 毫米 16 开本 12.5 印张 188 千字

版 次：2011 年 8 月第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷

定 价：28.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换



我所在的奇正沐古（中国）咨询机构，主业做品牌营销策划，但我们也提供终端导购课程。因为说到底，品牌是企业（产品）与消费者沟通的桥梁和工具，而与消费者沟通最直接、最有效的职业就是导购。放弃与导购达成品牌共识的努力，再好的品牌开发计划也会事倍功半。我们的终端导购课程一般只服务自己的客户，而且培训师也基本是机构内部的。本书作者宋健是我们为数极少的外邀培训师之一。为什么？因为他的课程内容切实，讲述生动，富有激情，学员爱听，而且能学以致用。

宋健老师不仅讲课，也写书，而且对导购类的书有前瞻性的看法。他认为：终端导购方面的书籍会很快进入第三代的发展阶段。第一代是两年前的书籍，内容往往比较空洞，只是一些理论性的指导，目前基本被市场淘汰；第二代是目前正热销的“问题解答”式的书籍，有较强的解决问题的能力，市场很认可，也得到了一定的普及，不过，它在实践中的不足也已经暴露出来；第三代应该是以提高把控导购局面的主动权和导购综合能力为主的书籍，这样导购员才能主动消化问题，有效引导顾客。

我将导购的培训分为三个层级。第一个层级是建立在工作分析基础上的，将众多优秀导购的行为分解成最小单位，经过梳理和总结变成教材，然后是“请跟我来”式的教学，不讲理

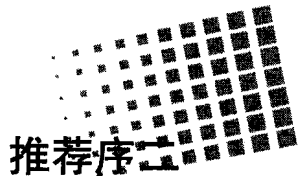
论，只讲套路和动作。第二个层级是以提高单店销量为导向的综合课程，在导购技巧之上加门店管理、终端生动化等内容，将导购升级为店长来培训。第三个层级是以消费者购买决策研究为框架，系统地讲述导购理念、方法与技巧，使学员不仅知其然，而且知其所以然。

无论是宋健老师的看法，还是我的分类，都有个共同的认识，那就是导购工作不仅重要，而且包含了营销的大学问。如，消费者洞察与市场细分的对应；从迎合到引导的消费驱动；购买逻辑的建立；影响力的发生与意见管理；从认知开始的消费尝试一直升级到品牌忠诚，等等。所以，做导购培训是一件十分有意义的事，通过导购研究营销则是件十分有趣的事，宋健正在做有意义并有趣的事，坚持下去必有大的收获。

中国有8000万营销人，导购员是最庞大的基数，从某种意义上也是最重要的人群（直接关乎销量），但他们始终处在各级营销组织中的最底层，工作辛苦、报酬低、保障少，缺乏升迁机会（很多是临时工、季节工），这不能不说是一个遗憾，甚至是管理上的一个错误。我们做过一个尝试，选拔优秀导购并加以严格训练，然后充实到企业的销售队伍中来，甚至提拔为片区经理，结果促进了整个销售团队的进步和成长，效果出乎意料地好。我相信，“宋健们”的努力，最终将起到提高导购社会地位的作用，如是，功莫大焉。

奇正沐古（中国）咨询机构董事长 孔繁任

2010年1月12日



推荐序二

作为行业龙头——圣象地板管理学院的主要负责人，每年我都会奔波在圣象集团全国各地的培训现场。2009年，在一次培训项目中，宋老师的授课风格和课程内容深深吸引了我。课后，受训学员们都表示收获非常大，并向我要求能够更多地接受宋健老师的培训。我作为圣象管理学院的院长，每年除了肩负一定的培训工作之外，还要努力寻找更加优秀和专业的外聘培训师，以丰富我们的培训内容。而在圣象曾经合作的培训老师当中，宋健老师是让学员们评价最高的一位，因为，他的课程内容非常贴近终端，能够解决导购工作中的实际问题，并且，宋老师激情而又幽默的授课方式更是让学员们喜欢听，愿意听，这样的授课方式大大提高了培训效果。

中国地板行业竞争的激烈程度似乎超出了很多人的想象，在国内，地板行业作为建材行业的一个分支，从行业竞争的规模、模式以及竞争的深度来说，都是最为激烈的。在这样一个过度竞争的行业里，地板企业除了要构建一个强大的终端销售体系，更重要的是提高终端竞争的软实力。在这样的行业背景下，一些品牌地板企业开始重视对终端销售人员进行培训，开始把更多的精力放在软终端的提升上。所以，大家开始寻找一种能够让销售人员的能力快速提升的方法，那就是通过不间断的培训，让销售人员的能力有一个持续提升。当然也有很多地板企业试图通过加大内部培训师的培养，来完成培训的诸多

工作。

可是，地板作为消费者关注度比较低和市场规模相对较小的行业，很多培训师会不屑于该行业的培训。有很多号称地板行业的培训师实际上是把关联极小的其他行业的培训课程照搬到地板行业，这样的培训效果自然可想而知，不但达不到预期效果，还让大家陷入“培训无用论”的误区。圣象管理学院作为国内地板行业一流的企业大学，始终致力于对地板行业培训资源的挖掘、整理和保护，让那些能够真正为行业提供销售服务帮助的培训师有一个良好的发展平台，为地板行业的培训水平的提升献策献力。

宋健老师作为家居建材行业的专业培训师，能够深入研究地板行业的实际需求，对我们这个行业来说实为幸事！在拜读宋老师的《这样卖更容易》一书之后，本人从内心深处感谢宋老师对地板行业的付出，对整个家居建材行业贡献。因为，他的专注与专业不得不让我们这些业内人士深感汗颜。作为一本具有行业重要影响力的专业培训教材，从体系到内容，都非常适合地板行业的销售人员。希望这本书的出版能为地板行业乃至整个家居建材行业的培训注入新的活力，为我们终端能力的提升做出更大贡献！

圣象管理学院院长 崔学良

2010年1月1日晚于上海

——别让“乱拳打死老师傅”

为什么要写这本书呢？

在为企业服务的时候，很多学员反映：最近两年市面上出现很多关于如何解决顾客问题的书籍，刚开始的时候感觉十分不错，一下子解决了多年积累下来的问题。只是，经过一段时间之后，虽然解决问题的能力提升了不少，但仍然觉得自己的导购能力没有大的长进。因为，被动式的解决顾客问题很难让人抓住顾客的心理，掌控导购局面的主动权！

想必大家都知道“乱拳打死老师傅”的道理！师傅之所以死在徒弟的“乱拳”之下，我认为不是徒弟“不按套路出拳”的错，而是师傅不懂得主动出击的原因。所以，作为后人的我们，在对“老师傅”深表怜悯之余，更应该从中吸取教训！

其实，顾客就是上面故事中的“徒弟”，导购员就是“老师傅”。顾客的购买行为往往很随意，甚至很随便，根本不会按照我们的流程“出拳”，于是就出现了让导购员“应接不暇”的棘手问题，并且，随着这些问题的深入，导购员会一步步陷入被动挨打的境地，直至顾客扬长而去！

那么，怎样才能避免被动挨打？怎样才能不被顾客问倒？怎样才能变被动为主动？最好的方法就是用“主动出击”替代

“被动应答”，这样以来，既可以把顾客的问题解决在萌芽当中，又能够有效地控制顾客的思维，改变顾客的观点，把顾客的购买行为引导到自己的“套路”上来，这才是一个称职的“老师傅”！

这就是我写这本书的原因！我认为，终端导购方面的书籍会很快进入第三代的发展阶段。第一代是两年前的书籍，内容往往比较空洞，只是一些理论性的指导，目前基本被市场淘汰；第二代是目前正热销的“问题解答”式的书籍，有较强的解决问题的能力，市场很认可，也得到了一定的普及，不过，它在实践中的不足也已经暴露出来；第三代应该是以提高把控导购局面的主动权和导购综合能力为主的书籍，这样的导购员才能主动解决问题，有效引导顾客购买。

“主动出击”不但要有“主动”的意识，更要有“出击”的本领，不然，错误的“招数”不但控制不了对方，还会让自己死得更快，更惨！所以，导购能力的提升不能只是一招一式的改变，而是全方位的提升。本书既告诉大家何时该“出拳”，又讲述了该怎样“出拳”；既告诉大家“出拳”的招数，又告诉大家如何破解对方的“招数”；同时，还教会大家如何练好基本功的要领和步骤。希望大家能够按照书中的内容练就一身好“武功”，进而有效地引导顾客，掌控导购局面的主动权。

解决问题才是硬道理！该书谨献给中国 200 多万家经销商和浩浩荡荡的 3 000 多万导购大军，希望广大导购员朋友们通过本书的学习，能够改变职业观念，提高导购技能，增加业绩收入，早日实现自己的人生追求和理想！

最后，该书在编著及出版过程中得到了广大客户、专家以及业内人士的支持与帮助，在此，表示深深的感谢！本书在内容及行文上多有偏颇，敬请广大读者和专家们提出宝贵建议！

宋 健

2010 年 1 月 6 日于上海

C目录

Contents

推荐序一

推荐序二

前言

第一章 导顾客，先导自己	1
第一节 为什么你总是那么无奈	2
第二节 请不要赶走你的顾客	10
第三节 不要急着卖东西	15
第四节 为什么顾客总说你介绍的产品不好	16
第五节 要积极，要主动	21
第六节 把握感动顾客三个关键时刻	27
第二章 沟通力就是销售力	33
第一节 把话说得好听一些	34
第二节 使用最廉价的“贿赂”工具	38
第三节 学会把话说圆了	44
第四节 撬开顾客的嘴巴，你才有机会	51
第五节 让顾客找到他自己的“感觉”	61
第三章 留住顾客的“破冰”之道	65
第一节 店里没顾客的时候该做什么	66
第二节 千篇一律的迎宾方式让你流失了太多业绩	69
第三节 有效接近顾客：“说对话，做对事”	72

第四节 把握顾客需求，你才真正有机会	79
关键问题破解与情景演练（一）	85
关键问题破解与情景演练（二）	87
第四章 打破“冷场”局面的产品体验	91
第一节 让顾客找到“感觉”的产品介绍	92
第二节 顾客参与进来，你就成功了一半	106
第三节 让顾客说服自己的体验技巧	110
第四节 在同一款产品上做足功夫	113
关键问题破解与情景演练（一）	115
关键问题破解与情景演练（二）	117
第五章 排除异议，建立信任	119
第一节 为什么你处理异议的效果总是那么差	120
第二节 辨别真假异议，不要被顾客耍了	127
第三节 有效处理异议的四大关键	130
关键问题破解与情景演练	139
第六章 价格谈判，谈的不只是价格	141
第一节 你是否已经被价格问题催眠了	142
第二节 看上去“值”才是真的值	145
第三节 让你不再“头疼”的价格应对	147
第四节 五类价格异议的具体解决	156
第七章 把握机会，快速签单	165
第一节 为什么你的签单率那么低	166
第二节 快速提升业绩的签单技巧	170
第三节 让顾客回头的黄金法则	174
第四节 让连带销售更自然一些	177
第八章 结束，更是开始	185
第一节 让你的生意像雪球一样“滚”起来	186
第二节 走出售后服务的认识误区	187
第三节 感动顾客其实并不难	189

第一章

导顾客，先导自己

- ☆第一节 为什么你总是那么无奈
- ☆第二节 请不要赶走你的顾客
- ☆第三节 不要急着卖东西
- ☆第四节 为什么顾客总说你介绍的产品不好
- ☆第五节 要积极，要主动
- ☆第六节 把握感动顾客三个关键时刻

如果说终端是品牌落地的最后“一公里”，那么，导购就是销售实现的最后“一米”。随着竞争的快速升级，很多品牌70%的市场资源都投在了终端上，可这只是硬终端——专卖店建设的“拼杀”，其竞争程度已经到了白热化的境地；而能够最终实现销售的软终端——导购员的水平却十分落后，还很原始，它的短板已经成了终端业绩突破的最后瓶颈。

其实，这种原始落后的软终端现状，对于一些品牌和经销商来说也是机会：因为，谁能率先把导购员的普遍水平提高一些，谁就能够先入为主赢得一筹，谁就能够率先成为这场竞争的赢家。

终端销售能力的提升是一个综合工程，需要多方面配合；而导购技能的提升则是这项工程的关键所在，也是一条“短平快”途径。本书将以“短平快”为导向，用最实战的案例和终端常见的问题来展开章节，既告诉大家该“怎么说”、“怎么做”，还告诉大家“为什么要这么说，这么做”。

何谓导购？相信大家都有自己的不同理解；可是，不管是什么样的观点，做导购，首先要导好自己，这才是问题的根本。因为，导购员只有先把自己放在正确的位置上，只有充分认识自我，提升自我，面对顾客的时候才能“说对话”、“做对事”，才能有效地把顾客引导到购买的方向上来，这就是本章的内容。

第一节 为什么你总是那么无奈

在做终端调研时，总会发现有些导购员对眼前的境况充满着无奈：无奈无法改变的生活，无奈工作的压力，无奈老板的管理无方，无奈老板没有提升自己，无奈每个月微薄的工资，甚至开始无奈自己的人生！但是，在被问到有没有想过改变一下时，很多人的答案非常雷同：反正现实就是这样子，又不是自己能够改变的。

为什么会有这么多的无奈？难道就真的无法改变吗？其实，在经过与众多优秀导购的接触之后就会发现，他们不但没有那么多的无奈，反倒多了很多激情与动力，因为，他们对生活有追求，对工作有目标；因为他们是在用“老板心态”工作，他们知道自己能做什么，又该做什么；所以，他们的能力在快速提升，他们能够受到老板的重视和提拔，甚至拥有自己的一份独立事业。

一、优秀导购是成就老板梦想的第一步

2007年的春天，我为JS地板做过一次两天的全国店长培训。一个多月后的一天早晨，我被一个短信息吵醒了，打开一看：“宋老师，您好！我是JS地板沈阳代理商的店长小刘，杭州一行让我受益匪浅，尤其听了你的课让我对以前一直困扰的问题豁然开朗；所以，回来之后，我对两天的课程进行了认真整理，现在我可以对我们的导购员进行6个小时的导购技巧培训了……”读到这里，我要请问大家：你以前应该也听过很多培训吧，那么，你又是怎么做到的呢？

为了表示对这位店长的支持，我专门给她回了一个电话，并且表示，如果以后有什么问题，可以随时来电咨询。大家想一想，她能够把两天的课程变成6个小时的课程，并传授给其他导购人员，这本身就是一次自我进步与飞跃。我相信她应该是那堂课的最大受益者之一，因为她不但对知识进行了深入吸收，还可以传授予他人。在接下来我为JS地板全国巡回授课的时候，经常对台下曾经听过我的课的学员提问，问他们是否对某个技巧还有印象，可大家的回应很是让我失望。

其实，我真正要讲的还在后面。大概过去了一年时间，这位店长给我来了一个电话，说已经不在JS做了，而是自己开了一家外贸服装店，而且生意非常不错。记得当时她的这样一段话让我记忆深刻：宋老师，虽然我现在做的工作和以前做的地板行业差别很大，可是我感觉开店做生意的经营原理都是相通的，当初我在卖地板时的技巧就可以很好地借鉴到卖服装上来，并且，当初在JS做店长时，我不像其他人一样只做老板交办的事情，我还学会了如何策划促销，如何进行人员招聘与管理，如何进行库存管理等，所以，我现在非常感谢在JS做店长时候的那一段经历，是那段经历成就了我做老板的能力，成就了我现在的生意。

又过去了半年多，我再一次收到了她的消息，说是又开了一家150平米的外贸服装店，并且因为金融危机，外贸服装的生意特别好！我很纳闷地问她怎么会有这么多的资金？她的答案很是让人折服：她的一个朋友看她的经营能力很强，主动提出用资金与她合伙。这就是机会，机会永远给有准备的人！

我常常这样告诉大家，做导购其实并不容易，这并不是一项简单的工作，它对人员能力的要求很高，尤其在与人打交道上，如果你能做成一名优秀的导购，那你就离老板又近了一步。其实，家居建材行业有很多的经

销商老板都是从导购做起的，并且，也正是当年做导购时候积累下的成功经营经验，才成就了他们今天的“老板之路”。

读到这里，想必你已经明白该如何改变自己了吧！那就是拥有一个“做老板”的追求。就像前面介绍的那位店长，在她的内心深处一直不甘心只做一名导购人员或者一名店长，而是梦想着有朝一日自己也能做老板，也拥有一份属于自己的事业！那么，她又是怎样一步步改变和实现的呢？大多数人可能会因为内心深处不屈服而干脆辞职，或者换一个品牌，换一个职业，但她不会。她并没有随便更换自己的岗位，因为她明白，如果自己连导购都做不好，那将来的老板梦想也只能是“梦想”了。所以，她在自己的岗位上努力工作，以积累更多的经营能力，期待有朝一日的机会。于是，就有了开始时的短信故事。

二、“打工心态”害死人

你是否发现身边很多朋友，看到别人创业自己也创业，却往往不成功，甚至是失败的！你知道这是为什么吗？当然，其中的原因很多，但有一个很重要的因素是源自于他当年“打工心态”的结果。

很多人都有这样一种观点：给多少钱，就干多少活，完全用公司发给他的薪水来决定自己工作的分量与态度，这就是典型的“打工心态”。比如作为一名导购人员，老板一个月基本工资给1000元，那就只干1000元的工作，一旦发现自己多做了，就会油然而生“吃亏”的感觉。于是，在这种观点的束缚下，你的工作能力充其量也只是一名导购员的能力，至于店面经营的其他方面的知识和能力肯定缺乏，因为要做那些事情是超出1000元范畴的，会让你因为“吃亏”而愤愤不平。

有朝一日你也拥有了一次开店做老板的机会，可是，此时的你只具备做导购的能力，而至于店面经营的其他内容，比如市场推广、店面选址、库存管理、订货技能、员工招聘及管理，都是你的短板，如此一来，相信你成功的可能性就会大大降低，尤其在竞争如此激烈的市场环境下，失败的创业者非你莫属！所以，“打工心态”害死人！

打工的时候我们到底剩下什么？聪明的人都知道，一是依靠自己的努力争取能够养活自己的生活费，或者为将来积累创业的“第一桶金”；二是积累下丰富的工作经验，并且，这方面的剩余将会伴你一生，谁都拿不走，它将让你终生受益。那么，如何才能快速积累更多的工作能力呢？那就要抛弃“给多少钱，干多少活”的打工心态，树立有利于长期自我发展

的“老板心态”。

三、把握机会，成就未来

有了“老板心态”只是改变“无奈境况”的第一步，只有把这种心态落实在具体的工作当中，才能真正地把握机会。只有脚踏实地的付出才能成就心中的未来！

1. 目标是积极快乐工作的原动力

有一次在沈阳理发的时候，我发现理发师的精神状态不太好，然后我们就开始了交谈：

“理发师，看样子你做这个行业有几年了吧？”

“还好，大概5年了！”

“收入应该还可以吧？”

“就那样呗，多劳多得，差不多一个月两千吧。”

“还可以啊，那你感觉做这行怎么样？”

“嗨，早就不想干了，没劲！”

“那你为什么不趁年轻换份工作？”

“我没有学历，又不好找工作！”

“那你以后有什么打算吗？有没有想过自己开一家美容美发店？”

“没什么打算，开店没什么意思。”

.....

通过与他的交流，从他流露出的神情里可以看出他对眼前的工作已经丧失了激情，甚至是混日子，每天都在毫无目的地工作，就这样，“头”一个一个地理，日子一天一天地过，他的内心深处充满着无奈与迷茫，长此下去，自己的人生也就麻木掉了。

无独有偶，今年我在上海一家美容美发连锁店遇到了迥然不同的理发师，下面的交流很让人振奋：

“小师傅，你做这行不久吧？”

“先生您有什么问题吗？我做了6年了。”

“没什么问题。看不出来你做了6年了啊，你出道很早呀！”

“是的，没读多少书，所以从老家出来的比较早。”

“感觉你很敬业啊！”

“谢谢您的夸奖，能够为您服务是我的荣幸！”

“做你们这行收入怎么样啊？”

“还可以，多劳多得，一个月三四千吧。”

“以后有什么打算啊？”

“打算回家自己开一家美容美发店。”

“哦，那可是需要不少的投入呀！”

“大概需要十来万吧，不过这几年我也准备差不多了。”

“那你感觉这样的工作怎么样？”

“我挺喜欢这份工作的，因为我马上就可以拥有自己的店了！”

.....

上面两位理发师的不同心境以及以后人生轨迹的差别，相信大家可以根据想象得到。那么，造成这两种不同结果的根本原因是什么呢？你肯定已经清楚了：那就是他们是否拥有自己的人生目标，以及由此带来的每天的工作目标和工作态度。因为有了目标，才会在乎这份工作，才会感受付出的意义，于是，工作的动力与兴趣便油然而生，被动式的接受才会变成主动的快乐工作。

我常常这样告诉大家：人生最大的痛苦就是生活没有目标。每个人只有活在自己所描绘的蓝图里，才有奔头。如果没有了奔头，不管怎么富有的生活与现实，都能将人闷死。因为，只有给自己描绘的美好蓝图里才有新鲜的空气，才能让人激情盎然，才能让人心甘情愿的付出，才能让人享受工作的快乐！

可是，在和很多终端导购人员沟通的时候，我经常发现大家没有什么目标，为了工作而工作，为了养活自己而工作，根本不知道自己的明天会是什么样子，也压根就没有想过今后要做什么，眼前又该做什么。所以，如此的工作便是浑浑噩噩，别人上班，你也上班，别人下班，你也下班。长此下去，工作肯定没有什么进步，进而导致工作的信心和心态开始变坏。然后，有一天领导找你谈话，结果只有再换一份工作！直到某一天，你连这份最辛苦、挣钱最少、最不受重视的工作都难以得到了！

作为一线导购的你，请问你的目标是什么呢？

2. 责任就是体现自我价值的机会

你是否发现很多受领导器重的人能力往往一般？所以，有些导购私下向我这样反映：宋老师，我感觉我们老板真是有眼无珠，你看我们刚刚提升的店长，能力真的很一般，还不如我呢！我真的有些不服气！