

一部教你在零售终端留住顾客脚步的实战教材

导购难做？

只是你不知道自己错在哪里！

无数的导购从中受益，下一个会是你吗？

让绩效倍增的
经典智慧

实用
实战
实效



打造100%
成交的
超级导购

这才叫导购

聪明导购必懂的48个经典智慧

顶尖导购手把手传授终端销售绝招

邹磊[®]编著

全方位提升销售技能的导购实战指南

提升终端业绩，
终端制胜不再是口号？

中国图书出版社
CHINA PICTORIAL PUBLISHING HOUSE



这才叫导购

聪明导购必懂的48个经典智慧

邹磊◎编著

图书在版编目 (CIP) 数据

这才叫导购：聪明导购必懂的 48 个经典智慧/邹磊编著.
—北京：中国画报出版社，2012.7
ISBN 978 - 7 - 5146 - 0515 - 0

I. ①这… II. ①邹… III. ①销售 - 方法
IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 152590 号

这才叫导购：聪明导购必懂的 48 个经典智慧

出 版 人：田 辉
编 著 者：邹 磊
责 任 编 辑：李 刚
出 版 发 行：中国画报出版社
(中国北京市海淀区车公庄西路 33 号，邮编：100048)
电 话：010 - 88417359 (总编室兼传真) 010 - 88417409 (版权部)
010 - 68469781 (发行部) 010 - 88417417 (发行部传真)
网 址：<http://www.zghbcbs.com>
电 子 信 箱：cpqh1985@126.com
经 销：新华书店
海外总代理：中国国际图书贸易集团有限公司
印 刷：三河市骏杰印刷厂
监 刷：傅崇桂
开 本：16 开 (170mm × 240mm)
印 张：17
版 次：2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷
书 号：ISBN 978 - 7 - 5146 - 0515 - 0
定 价：29.80 元
(版权所有 违者必究)

导购，顾名思义，就是引导、帮助顾客购买某种商品。这个看似很简单的职位，许多导购员不但很难做到称职，而且往往认识也不到位。有些人甚至不知道导购究竟是什么？导购需要做好什么？导购的主要角色与职责是什么？当然他们就更不知道，如何才能成为一名出色的导购。

在商品经济越来越发达的今天，销售终端的优秀导购，也越来越成为吃紧的人才。身为导购，要想让自己的职位得以巩固与提升，增强自己的职业竞争力；要想获得更多提成与薪水，不断改善自己的生活状况，那么，就必须像优秀导购那样去工作，去不断学习、总结经验与教训。

对于没有经过系统职业培训的导购员来说，这虽然有一种自我提升的过程，但是在现实工作中，没有哪家公司或是企业会给你不断犯错误、改正错误，再犯错误，再改正……这样的机会。况且，这种提高过程会很漫长。所以，尽早学会自我学习、修炼过硬的导购技能与方法才是最现实的。

本书正是基于这种情况，为有志于从事导购职业，或正在从事该类职业的人员编写。本书系统地从职业操守、商品管理、实用策略、方法点拨、技能提升、危机处理等多个方面进行详实、生动的阐述，是导购、销售、营销人员不可多得的实用读本。

不同性格、学历、专业的导购人员，往往有着不同的销售方法与技巧，或许这些技巧与方法对一些导购人员很有效，而对另一些导购人员收效甚微。为了避免出现这种情况，本书重点精编了实战性强、操作简单的导购技巧与方法，适合大多数导购人员的学习与参考。具体来说，本书有以下三大

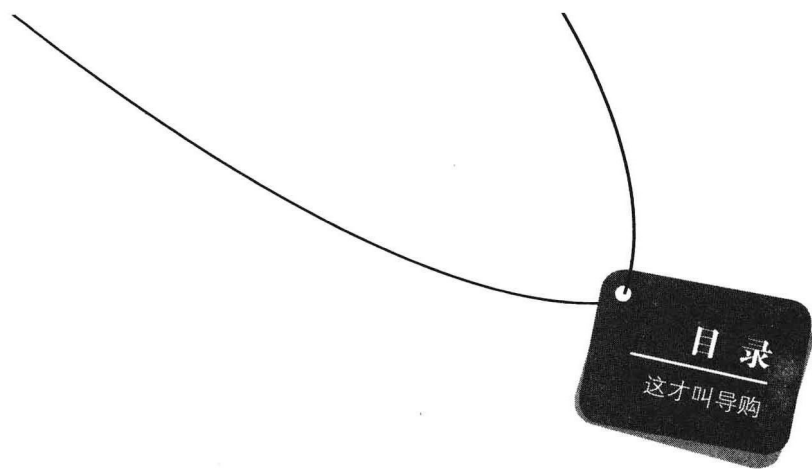
特点：

- 一是内容通俗，趣味性十足。书中案例取材于现实，或是贴近现实，尽可能让导购有种身临其境的阅读体验。语言通俗，易于理解与学习，没有老套的、空洞的理论说教，极力摒弃拗口的学术用语。

- 二是结构性强，脉络清楚。全书从职业形象的树立、职业素养的培养，到销售工作中疑难问题的破解，都一一从多个角度进行了系统地讲述、论证，既给方法，也给实例，结构紧凑，整个脉络让读者一目了然。

- 三是重实例，讲实效。全书力避泛泛而谈的空话、套话，多从顾客的心理层面入手，进行深入细致的分析，并提出有针对性的销售方法与技巧，帮助读者解决工作中的实际问题。尤其是每章后面的“情景模拟”，不但是一个鲜活的小故事，其实也隐含着一些浅显易懂的销售哲理，值得读者细细品味。

总之，本书以“解决实际问题”为主旨，进行了精心细致的选材与编写，是一本导购从业人员不可不读的务实之作。本书可以有效地帮助读者快速提升销售能力与销售业绩。另外，对于从事其他工作的读者，如采购员、营销员、业务员等，也有着较强的参考价值。



第 1 章

你就是产品的形象大使

—— 设计成功的职业形象

001

着装细节展示职业美感	002
形体语言：一张无字的名片	008
保持优雅的服务姿势	013
你笑，世界就跟着你笑	019
加强日常工作礼仪修养	023

第2章

学会进入角色地工作

——不是会卖东西就是导购

029

好心态决定好状态	030
职业道德：工作是一面镜子	034
多重角色：导购不是混日子	038
销售意识：习惯胜于能力	042
商品知识：把功课做到顾客的前面	045
商品陈列：紧抓顾客的第六感	053
货物盘点：进入角色的重要通道	061

第3章

好导购可以听出来

——“废话”也要见功底

066

会说一口漂亮的“行话”	067
打招呼，没那么简单	074
接待的话要往心窝里说	079

犯忌的话再对也不说	083
推荐的话要诚恳地说	090
赞美的话要往点子上说	096
询问的话要悠着点说	101
提升销售力的10种说客技巧	106

第4章

越是生意不好的时候越要微笑

——亲和力决定销售力

111

巧把顾客“迎”进门	112
不做翘脚的导购	115
“随便看看”也是客	120
顾客不开口，你就没机会	126
妙巧搭讪，打破冷场	132
过于热情也会赶走顾客	136

第5章

顾客的问题也是你的问题

——搞不懂顾客，就请不来生意

141

了解顾客年龄与消费观念	142
吃透顾客性别与购物心理	149
摸清顾客个性与消费习惯	154
识别并捕捉顾客的购买信号	161
让顾客回头的黄金法则	167
导购必知的八大“销售心法”	172

第6章

难缠的顾客更容易“摆平”

——天下没有难念的生意经

177

抱怨：做个智慧的“出气筒”	178
批评：“坏话”才是最好的建议	184
异议：没有问题就没有销售	189
投诉：理智平息“上帝”的怒火	195
反悔：买前热情，买后用心	200
道歉：对症开剂去“火”药	205

第7章

快速签单是王道

——谈生意就是抢生意

211

你的签单率为什么那么低	212
把握好签单的时机	217
顾客越“哭穷”签单越大方	222
一味降价做不成买卖	226
签单后别忘了附加销售	232

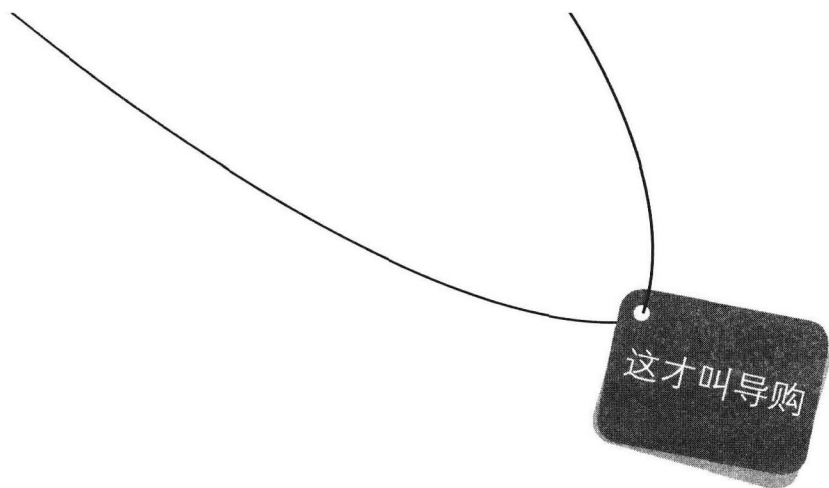
第8章

巧舌如簧，处变不惊

——灵活应对各种突发事件

237

无端的退货要求如何答复	238
无理的换货要求怎么应付	243
行窃行为如何有效防范与处理	247
应急事件如何妥善处置	252
公关危机如何巧妙应对	258



Chapter 1

你就是产品的形象大使 ——设计成功的职业形象

最受顾客欢迎的导购人员不是长得最漂亮的人，而恰恰是形象与礼仪表现俱佳的人！导购的礼仪是一种无声的宣传、最好的广告和自信的源泉！

作为导购，从你站到顾客身边的那一刻起，你的一举一动就都代表着公司与企业形象。所以，与其说你是一位简单的产品讲解员、服务员，不如说更像是产品的形象代言人与企业的形象大使。

着装细节展示职业美感

导购每天都要接待无数的陌生顾客，顾客对其服务态度和服务质量的判断和评价，首先是从导购的着装开始的。英国女王曾经在给儿子威尔斯王子的一封信中这样写道：“穿着显示一个人的外表，人们在评价一个人的心态，以及对这个人的观感时，通常都会凭借他的外表，因为外表是看得见的，而其他因素则看不见，基于这一观点，穿着特别重要……”

无论是基于理性，还是感性的观点，我们对某个陌生人的第一印象，都首先是以他的衣着为参照的。所以，对于一个站在顾客面前展示产品的导购人员来说，其衣着整洁、端庄与否直接影响到顾客的购物心理。

优秀的导购人员在开始一天的工作之前，首先要做好的事情就是整理自己的衣着。在推荐产品之前，尽可能以一种更职业、更端庄的形象先把自己推荐出去。

☺ 男导购着装要求

相对而言，在颜色、款式方面男导购着装较单一。如果不要穿着统一的工作服，通行的做法是，深色西装搭配不同的衬衫与领带。一身漂亮的西服搭配一条精美的领带会使一个男人看上去非常职业，具体来说有以下几种搭配方式：

黑色西装+白衬衫+红黑色领带，庄重大方、沉着肃穆；

深蓝色西装+灰蓝色衬衫+深蓝色领带，简约质朴、分外精神；

灰色西装+暗灰色衬衫+银灰色领带，端庄稳重、格外高雅。

西装除要求整洁笔挺，背部无头发和头屑外，所有的口袋最好不要放置钱包、名片盒、打火机、香烟等物品，看上去要平整，同时衬衫纽扣要扣好，如果透过男人的衬衫能隐隐约约看到穿在里面的T恤，就如女人穿着能透出内裤的裤子一样尴尬。

除了注意西装、衬衣与领带的搭配外，同时还要注意其他的一些着装细节与要求。

1.手：要保持清洁干净，不准留长指甲，特殊情况下，要配戴手套。

2.皮鞋：一般选用黑色、咖啡色皮鞋，干净整洁，不要穿运动鞋、拖鞋、休闲鞋。最好买质量好一点的，皮鞋对男人着装来说很重要。

3.头发：最好一周或半月理一次，保持卫生、整洁，发长适度，长度以不遮盖脸为宜，禁止染成彩色。

4.首饰：食品、餐饮等行业的导购不准佩戴首饰品，其他部门的导购只可佩戴婚戒，最好不要戴嵌有宝石的戒指。

5.脸部：保持面部清洁，上班时不准留胡子和大鬓角。

6.领带：选择与西装、衬衫搭配得当的领带，保持清洁并要系得端正。

7.裤子：要与上衣搭配穿着，并符合季节和工作环境要求。

8.胸卡和工号牌：端正地别在左胸上。

9.袜子：穿袜子以黑白两色为主，不要有异味和破损。

◎ 女导购的着装要求

与男导购的干练、阳光稍有不同，女导购的着装在体现职业性的同时，还要给顾客一种美的享受。所以，在公司没有要求统一着装的条件下，女性导购员要尽可能让自己的着装给顾客留下美的印象，要处处体现出自己的体态美、气质美。具体来说，有以下几点要求：

1.服装：一律穿规定的工作服，外观整洁，保持平整，并将衬衫纽扣扣好；选用比裙子下摆长的长统袜，连裤袜最好为肉色；保持袖口、领口干净；所有纽扣要全部扣上，包括袖口和马甲的纽扣；衣服不得有破损、打补丁和丢扣子的现象；裤子因季节或个人体态的不同而要随时调整，如，可以

穿黑色或深色牛仔裤。

2.手：保持手部的清洁，不准留长指甲，必要时要戴手套以保持卫生。

3.鞋：穿黑色、咖啡色鞋，保持整洁，禁止穿运动鞋、拖鞋。

4.头发：要保持整洁，头发长度以不遮住脸为宜，不准将头发松散披肩，在上班时不准将头发染成其他颜色，多注意清洗，不要留有头皮屑。

5.配饰品：头饰一般以黑色、咖啡色、蓝色系列为宜；食品、饮品部门导购不准戴饰品，其他部门职工不允许戴直径在5毫米以上的耳环；食品、餐饮部门的导购禁止戴项链、手链、脚链；其他部门的职工可以戴婚戒。

6.发丝和发夹：要选用样式大方的发丝和发夹，款式要简单，颜色要素雅，不许戴形状古怪的发丝和发夹。

7.化妆：淡雅宜人，不要浓妆艳抹，化太夸张的妆。

8.香水：要选择清新素淡香型为宜，要注意根据工作场所适量使用。

9.胸卡和工号牌：端正地别在左胸位置。

10.丝袜：以肉色为宜，注意保持卫生，不要出现破损。

11.袜子：要勤洗勤换，工作期间，女导购员应多预备一双袜子，以便随时替换。

12.头发：勤剪发、洗发，保持头发卫生、整洁。

13.牙齿：经常刷牙，保持口腔卫生，不吃蒜、葱等有异味的食物。

以上是导购人员必须要注意的一些个人着装与生活细节，这既是一种基本的职业礼仪，也可以反映出导购员的精神状态。只有在这些细节上表现出自己的严肃与认真，表现出对顾客的充分尊重，才能不断提升个人的审美情趣，才能得到顾客的认同与喜爱。

☺ 着装原则

除此之外，导购人员也有必要了解一些着装原则，以使自己在平时的工作中能够穿出素养，穿出精彩。

1.整体原则

整洁划一的着装，能够展现出形体、容貌、气质的整体美。这一原则主

要强调服装或饰物的款式、色彩、质地等能够和谐搭配，同时，也要注意着装的环境和个人气质等因素。

2. 个性原则

导购员的穿戴也能从一个侧面反映出他的个性、爱好、心理状态、精神面貌等，对于个性鲜明的导购员，可以通过穿着来适当隐匿自己的个性弱点，突显自己的个性优劣。

3. 反衬原则

人在衣裳马在鞍。适当的穿着不仅可以给人以美感，同时，也可以“改变”自己的年龄、气质面貌等。如，对于性格活泼的人，如果穿深色的西装，看上去会显得比穿休闲装更成熟、稳重一些；年龄较大的人穿色彩或款式较流行的服装，就会让自己显得更年轻一些。

4. 形体原则

人的体型很难十全十美，但我们可以利用服装造型知识，根据自己的身材，有选择地进行穿着，进而利用人们的视觉错觉，来达到隐丑显美、扬长避短的效果。

5. 整洁原则

导购员的服饰应该经常保持干净整齐，尤其是衣领和袖口等关键部位。工作期间，要始终保持服装整洁，扣子齐全；内衣、西服或衬衫，应经常换洗；穿皮鞋要经常打油，保持鞋面光亮。

6. 款式与脸型要相配

我们在选择一种工作装时要注意脸型与服装的搭配。人的脸型一般有长、圆、方型三种。不管你属于哪种脸型，穿衣时都应根据视觉原理来进行平衡。一般来说，长脸型的人适宜穿圆领口的衣服，相反，圆脸型的人适合穿领口较大的衣服。另外，脸小的人，不宜穿着领口开得太大的无领衫。总之，应该根据自己的脸型去选择服装款式，以达到一种“相辅相成”的效果。

7. 与肤色相配原则

导购员也要学会根据肤色灵活搭配衣服。一般来说，皮肤白的人选择的

余地较大，只需根据自身的气质、脸型、工作环境等情况选择适宜款式即可；皮肤黑的人，选择面较窄，一般多选择色彩明亮、图案较小，及面料柔和的服装。

8. 色彩协调原则

不同的服装颜色代表不同的意义，并且会因搭配不同而产生不同的效果。服装配色讲究一定的规律，其主要体现在以下几点：

同色相配：选择色彩相近的衣服进行搭配，可以营造出一种和谐统一的着装效果。

相似搭配：相似搭配是指选择两种相似色调的衣服进行搭配，其中，色调反映出的明亮度和纯度虽有一定的差别，但不会很大。比如，深蓝和浅绿就是一种较为常见的搭配。

主次搭配：选择一种发挥主导作用的色调为主色调，再相配各种次色调，使之形成整体色彩相互映衬的效果。

9. TPO原则

TPO原则源于日本，它是英语字母Time（时间）、Place（地点）、Occasion（场合）的缩写，即穿衣服要适应时间、地点和场合。目前，TPO原则的适用范围已经不只局限于男装，包括女装在内的一切服装交际礼仪都体现了这一原则。

时间原则。指在工作时间着装要适应工作性质及特点，以朴素、庄重、大方为主要原则。但在有社交活动或公关活动的场合，着装要体现出典雅端庄的特点。

地点原则。指在不同的地点应根据环境配以相应的服装，以获得视觉与心理上的和谐。

场合原则。穿着打扮要与特定的场合和特定的气氛相和谐。选择服装的款型、色彩要与当时场合的特定气氛相适宜。

上班时，刘导购穿着一条皱巴巴的短裤，踩着凉拖，套着体恤，行色匆匆地赶到店里。一旁的同事早已忙不过来了，便招呼刘导购快来帮忙，刘导购咧着嘴说：“热死了，热死了，还让不让人活了。”

“瞧你那邋遢样，太影响本店形象了。”

“什么形象不形象，顾客是来买东西的，又不是来看我的。”

店里的顾客越来越多，同事忙得要死，却鲜有顾客上前咨询刘导购。

“您好，欢迎光临，我来给您介绍一下这件产品……”

刘导购态度热情没的说，定睛打量他一番后，有些顾客会像躲瘟疫一样转身离开，不想搭他的话茬；有些顾客至多来上一句“谢谢，不需要”；有些顾客会皱着眉头问：“你，你是导购吗？”……

一个上午下来，刘导购嘴皮子没少动，只做成了两笔单子，而他的同事却做了几十笔。

导购妙语

导购着装要正式，无论如何，你不必有太多的卡其布休闲装、白色的纯棉T恤或厚帆布网球鞋，毕竟一周只有一两天休息时间。