



售 货 艺 术



SHOUHUOYISHU

李学梅 主编

营业员业务学习读本

售 货 艺 术

李卓均 主编

中国财政经济出版社



B440450

营业员业务学习读本

售 货 艺 术

李卓均 主编

*

中国物资出版社出版发行

(北京东城大佛寺东街8号)

天津宝坻牛家牌印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开本 4.75印张 94,000字

1987年8月第1版 1987年8月宝坻第1次印刷

印数: 1—10,100

统一书号: 4166·940 定价: 0.85元

编 审 说 明

《售货艺术》一书，是根据营业员等级培训的要求编写的高级营业员培训教材之一，又是营业员业务学习读本。今后开展岗位职务培训，可选学有关内容。

此书由广东省商业厅教育处负责组织编写，李卓均同志执笔，杜本然同志对第二、三章进行了修改，全书由罗方攸同志总纂。初稿完成后，由北京市百货大楼劳动模范高颖维同志进行初审，最后经我们审定。

此书编写过程中，曾得到广州市第二商业局、重庆市第一商业局、北京市第一商业局、天津市第一商业局、上海市第一、第二商业局、南京市第一、第二商业局和江苏省、浙江省、四川省、辽宁省、黑龙江省商业厅的大力支持，在此一并致谢。

商业部教育司

1987年1月

目 录

第一章 售货艺术的意义和作用	(1)
第一节 售货艺术的含义	(1)
第二节 售货艺术的意义	(7)
第二章 高级营业员的作用、素质及其自我修养	(14)
第一节 高级营业员在商业企业中的作用	(14)
第二节 高级营业员应具有素质	(17)
第三节 高级营业员的自我修养	(20)
第三章 柜台接待服务艺术	(29)
第一节 柜台接待与购买心理过程	(29)
第二节 售前待机与接待顾客的艺术	(33)
第三节 介绍与展示商品的艺术	(39)
第四节 启迪与劝说顾客的艺术	(47)
第五节 商品成交的艺术	(55)
第六节 转化拒绝购买态度的艺术	(58)
案例分析	(63)
第四章 柜台交际语言艺术	(65)
第一节 语言艺术在售货中的作用	(65)
第二节 柜台语言艺术的基本要求	(68)
第三节 柜台语言技巧的运用	(72)
第四节 正确处理接待语言中的几个关系	(78)
第五节 语言基本功的锻炼	(85)

案例 分 析	(83)
第五章 营业员与顾客冲突的防止和排除	(89)
第一节 商业交际关系与冲突	(89)
第二节 冲突的类型、表现与发展趋势	(100)
第三节 冲突的防止和排除	(110)
案例 分 析	(119)
第六章 商品陈列艺术	(121)
第一节 商品陈列的作用	(121)
第二节 商品陈列的方式	(124)
第三节 商品陈列技巧的运用	(133)

第一章 售货艺术的意义和作用

第一节 售货艺术的含义

售货艺术，具体是指营业员符合消费者购买心理和购买行为的售货方式和方法。它反映了营业员在售货过程中，按照商业心理学的基本原理，运用各种技能、技巧为顾客服务；它也是营业员职业修养和自我控制能力的综合表现；它能使顾客在物质和精神上获得满足，使人们的生活更加充实、和谐，它标志着一个营业员在事业上的成熟程度。正如古人所云：“运用之妙，存乎一心。”营业员精通售货业务，操作达到娴熟自如、得心应手时，可谓之“艺术”。

售货艺术的内容很丰富。由于具体体现的手段不同，售货艺术可分为着装艺术、姿势艺术、表情艺术、语言艺术、接待艺术、操作艺术、宣传艺术、解决矛盾艺术等。

售货艺术和任何事物一样，都有它自己发生、发展、成熟的过程，都有着自己的过去、现在和未来。售货艺术依附于商业，随着商业的产生而产生，也随着商业的发展而发展。在我国古代，自由商人采取的成功的经营方法中，就包含有如何售货的内容，经过日积月累就出现了各种“生意经”。在这些“生意经”中，有不少是阐述经营方法和经营艺术的。今天，随着社会主义商业的兴旺发达，售货艺术得到了发

展，它根据社会主义经济规律和消费心理，按照社会主义商业道德的要求，做到文明经商、优质服务，从而达到扩大销售、活跃经济、繁荣市场、促进社会主义商品经济发展的目的。

一、售货艺术是高超的销售技术

销售技术是商品流通领域的一门科学，它赋予售货工作以艺术的成分，使之成为具有创造性的活动，成为一种高超的销售技术亦即售货艺术。科学，是关于自然、社会和思维的知识体系。它是社会实践的概括总结，并在社会实践中得到检验和发展。售货工作不仅仅是商品与货币的交换，更重要的是营业员与顾客在心灵上的接触。因此，要使售货工作艺术化，确实不是一件轻而易举的事。但是，售货工作和任何工作一样，都有其自身的发展规律。我国是一个文明古国，远在唐宋时期，商业就非常兴旺。我国的商人，在长期的实践中，积累了丰富的经验，创造了繁多的售货方法。但是，由于我国在一个相当长的历史时期，处于封建的和半封建半殖民地的社会制度中，社会生产力极度低下，人们的温饱问题还未得到解决，人们对商品的需求是比较简单的，因而售货艺术的创新与发展也受到了一定的限制。社会主义社会的建立，为发展商品经济，促使社会生产力极大提高，开辟了广阔的道路。党的十一届三中全会以后，全党的工作重点转移到经济建设上来，实行了对外开放，对内搞活的政策，商品经济飞速发展，社会安定团结，人民生活逐步提高，人们对商品需求的量和质都发生了变化。为了适应形势

的发展，广大营业员尽心钻研消费者的心理，总结过去的经验，吸收中国古代和国外商业营销技术中有益的东西，创造了适合我国社会主义商业特点的售货方法和技能。这些方法和技能，揭示了售货活动中某些带规律性的东西。创造和提高具有中国特点的售货艺术是我国社会主义有计划的商品经济发展的客观要求。

丰富多采的售货工作的实践，是售货艺术产生的源泉，也为它的发展提供了动力。把各种各样的销售技巧提高和总结为售货艺术，就是把过去许许多多的售货实践的经验加以总结、提炼，使之条理化、系统化，成为有理论、有固有规律、有区别于其他技术的不同特点的销售技术的体系。不过，售货艺术成为一种高超的销售技术体系，在我国还很年轻，它正在经历一个从自发到自觉，从经验到科学的发展过程。

二、售货艺术是综合性的技术

营业员的售货工作，有它的复杂性和特殊性。它同采购员的采购工作、保管员的保管工作、运输员的运输工作、商办工厂工人的生产都不同。营业员售货的工作对象是性格有别、爱好各异的顾客和品种繁多、日新月异的商品。顾客是人，人是有感情的，有意识的，而人的感情和意识，是相当复杂的，它随着客观变化而不断变化；商品种类繁多，性质用途不同，随着科学的发展，商品经济的发达，新产品不断出现，商品更新的周期越来越短，这就使售货工作具有特殊的复杂性。总之，营业员待人接物的特点，决定了做好售货

工作必须具备比较丰富的知识，需要多学科、多技术的综合应用本领。从这个意义上讲，售货艺术是多学问、多技术的组合，是一个营业员掌握各种知识、操作技术以及营业员本身的素质（特别是自控能力）的综合的、集中的反映。

售货艺术要求营业员有揣摩顾客心理状态的技能，根据不同顾客的不同特点，根据顾客在不同环境、条件下感情、意识的变化，采取不同的接待方法，激发顾客的购买欲望，变潜在购买力为现实购买力，使顾客在物质和精神上得到不同程度的满足。这样就必须具有心理学的知识。

售货艺术要求营业员有高超的语言技巧，在接待的会话中做到语言亲切，声调和谐，用词准确，言情结合，分清对象，知人说话，简明扼要，通俗易懂。这就要有一定的语文基础知识，懂得语言学的基本知识，掌握语言艺术，还要求能掌握一定的方言，有的还要求掌握一、二门外语。

售货艺术要求营业员掌握商品陈列的技能，在商品陈列中要突出思想性、真实性、艺术性和群众性，陈列得美观大方、丰满适用，一目了然，给人以美的享受。这样，就必须懂得美学的知识。

售货艺术要求营业员掌握解决矛盾的本领，不仅能恰当地处理买与卖过程中发生的各种矛盾，处理好顾客与营业员之间发生的摩擦，而且能分析产生冲突的原因，采取措施防止冲突的发生。这样，就要求能掌握哲学的一般原理。

售货艺术要求营业员掌握供求规律，深知人们的消费水平、消费习惯，以及市场动向、供求关系的变化，从而有预见、有计划地做好供应工作。这样，就要求具有市场学的知

识。

售货艺术要求营业员具有介绍商品的技能，能主动为顾客介绍本店经营的各种商品的知识，包括商品的产地、性能、用途、营养成分、质量要求、养护方法、主要生产过程、质量鉴别和使用（食用）方法。这样就需要懂得商品学，具有丰富的商品知识。

总之，售货艺术涉及社会科学、自然科学的许多领域，是属于边缘技术性质的科学。

三、售货艺术是应用性很强的技术

售货艺术属于应用性技术的范畴，这一点是比较明确的。

第一，售货艺术是从商业活动中产生和发展的。售货艺术不是自古就有的，也不是从天上掉下来的，它是商业从业人员在长期售货实践中积累起来的。售货艺术是商品交换的产物，随着商品交换的产生而产生，也随着它的发展而发展。在我国，由于历代封建王朝实行传统的抑商政策，商人社会地位低下，赋税负担过重，币制不断改变，工农业生产落后，商品经济发展缓慢，售货艺术的发展，也就受到严重阻碍。今天，在社会主义制度下，商品经济有了较大的发展，售货艺术也不断地得到提高和完善。今后，随着开放、改革的深入发展和商品经济的蓬勃发展，社会主义商业经营将出现很多新情况、新问题、新经验，也就必然会更加充实和丰富售货的艺术。

第二，售货艺术所包含的内容，贯穿于售货活动的全过程。售货艺术有其特定的概念和范畴，它同与营业工作有关

的技术相联系，这种联系是有机的联系；它是各种经营技术的综合，但这种综合不是简单的相加，也不是强拼硬凑，而是有机地综合，因而它本身有自己的完整性。售货艺术包含的内容很广泛，如前所述，它包括着装艺术、姿势艺术、语言艺术、接待艺术、操作艺术、宣传艺术、解决矛盾的艺术等等。这些技艺，实质上都是营业过程中的各项具体的、实际的工作，也就是说这些技艺应用于售货的全过程中。可见，售货艺术是应用性很强的技术。

第三，研究、学习和提高售货艺术的作用和目的，是为了服务于销售工作。售货艺术，在不同的社会制度下，它的目的和作用也完全不同。在资本主义制度下，资本家采取各种措施，去提高店员的售货技艺，是为了提高企业本身在同行业中的竞争能力，适应顾客各种心理的需要，扩大营业，从中获取更大的利润。在社会主义制度下，企业提高营业员的售货艺术，一方面是为了改善经营管理，加速商品流通，扩大经营，活跃市场，促进生产，提高企业的经济效益，为国家积累更多的建设资金，并在提高企业的经济效益的基础上，不断改善和提高全企业职工的物质生活水平；另一方面是为了加强企业的社会主义精神文明建设，端正企业的经营思想，树立良好的经营作风，提高服务质量，改善服务态度，满足顾客的需要，更好地为广大顾客服务，提高社会效益。从这点上也说明了售货艺术属于应用性的技术。

四、售货艺术是服务规范化的升华

商业企业文明礼貌服务规范化条例，是在总结各地经商

经验的基础上制定的，规定在每个接待服务环节上，应该怎样，不应该怎样，把服务作业流程的要求，落实到每个职工的每一项具体服务活动中去，变成企业的管理制度，纳入企业服务质量管理的范围，使职工养成文明礼貌服务的良好习惯。售货艺术是在实现文明礼貌服务的基本要求上的发展和延续。换句话说，文明礼貌服务规范是售货艺术发展的基础，而售货艺术是文明礼貌服务规范化的升华。随着生产的发展，人们的消费能力越来越强，各种基本消费已经得到了一定程度的满足，营业员为顾客服务的含义，再也不能象过去那样，只是单纯地、机械地出售商品、提供劳务，而是要着力于提高为消费者服务的水平，满足消费者多方面的需要，千方百计丰富消费者的物质生活和精神生活。这就要求把文明礼貌服务规范化更加完善，成为娴熟的艺术，把服务工作推向新的水平。

复习思考题：

1. 如何理解社会主义商业售货艺术的含义？
2. 提高售货艺术，要求营业员应具备哪些基本技能和技巧？

第二节 售货艺术的意义

售货工作是商业战线上工作量最大，占用劳动力最多的一个环节，它在商品流通过程中，担负着把产品变成货币、实现商品价值、满足人民生活需要的任务。提高营业员的售货艺术，搞好售货工作，对于促进生产，满足人民群众的需要

要，提高企业经济效益，促进社会主义物质文明建设和精神文明建设有着重大的意义。

一、增强竞争能力，提高经济效益

随着经济体制改革的深入发展和开放、搞活政策的进一步落实，工农业生产发展，人民生活提高，越来越多的商品已由卖方市场逐步转为买方市场；广大消费者也由排队抢购，发展到持币选购、储币待购了；在国营、集体、个体一齐上，多种经济成分、多条流通渠道、多种经营方式并存的情况下，作为推动经济发展的社会力量，作为社会主义经济中客观存在的一条规律——竞争规律，不可避免地存在着，国营与集体、个体之间的竞争也必然日趋激烈。一家商店，一个企业要在竞争中求生存，在竞争中求发展，就必须增强商店的应变能力、竞争能力。

商店的竞争，主要是从四个方面展开的：一是商品与商品之间的竞争，包括商品品种、商品质量等方面，看谁更适合消费者的需要；二是价格上的竞争，看谁能尽快地实现商品的使用价值和价值；三是在服务质量上，看谁能更好地满足消费者的要求；四是在服务态度上，看谁能以优质服务赢得顾客，树立良好的经营信誉。上述四个方面的竞争，前二者是属于商品之间的竞争，后二者则属于企业素质的竞争。竞争的手段很多，有的以信誉取胜，有的以优质取胜，有的以名牌取胜，有的以价廉取胜，有的以新潮取胜。但不管是哪种手段，归根到底，都要通过营业员的服务性劳动来实现。商品是由营业员推出市场，参与竞争，从这个意义上

讲，竞争是企业素质的竞争，是营业人员素质的竞争。而售货艺术是营业员素质的综合反映。营业员售货艺术的高低，对于竞争的胜与败有重要的作用。一家商店如果多数营业员都具有较高的售货艺术，就能赢得顾客，建立起诚信无欺、服务一流的企业信誉，才能在竞争中立于不败之地。

在竞争中取胜的企业，必然取得较好的经济效益和社会服务效果。这也正好说明售货艺术的效益性。营业员在售货过程中，充分发挥其掌握的售货艺术，就能以最少的劳动占用和劳动消耗，以最短的时间，最好的服务质量，实现社会商品价值和使用价值，取得合理的利润。营业员在售货过程中，充分发挥其掌握的售货艺术，就能以优质的服务取信于顾客，甚至通过商品这座桥梁与顾客建立交往和友情，使流动顾客变成常客，一次性购买变为重复购买。营业额增加了，利润也增加了。事实证明，一个商店只有不断提高营业员的售货艺术，才能在顾客的满意声中，不断扩大销售，给企业带来更大的经济效益。因此，售货艺术，具有增强企业的竞争能力，提高经济效益的重要作用。

二、影响社会风气，促进精神文明建设

商业和服务企业是一个城市、一个地区、一个国家的“窗口”。人们通过这个“窗口”，从商店的布局、陈设，经营的品种、数量，看到了这个国家、这个地区、这个城市经济建设的概貌；从商店的服务质量、服务态度，特别是营业员的言谈举止、售货技巧，看到这个社会人们的精神面貌和道德水准。一个营业员以他的售货技艺表明他既是社会主义物

质文明的建设者，又是社会主义精神文明的传播者，用他高超的售货艺术，良好的风尚，影响群众，影响社会风气，主要有这样几个方面：

一是以端庄的仪表影响群众和社会。仪表，是人们的衣着打扮和气质风度。售货艺术包括了着装艺术。营业员衣着打扮整洁大方，举止庄重文雅，姿势端正有礼，面带微笑，神采奕奕，就能给顾客以美的感觉，在顾客心目中产生“商业企业欣欣向荣，营业人员精神焕发”的印象。服装店的营业员，常常穿上一身款式新颖的时装，就能以这种不是时装表演的时装表演，吸引顾客，引人注目。这样，就有可能导致掀起某一种时装热。可见，营业员的着装艺术对社会衣着是有影响和指导作用的。

二是以文明礼貌的语言影响群众和社会。“和气生财”，这是经商之道，售货之本，自古就有之。作为社会主义商业的营业员，要继承中华民族的优良传统，发扬我们祖先讲文明、讲礼貌的美德，站在柜台上，通过自己与顾客的言谈问答，以文明用语去体现社会主义商业职工的道德风尚，去反映营业员对顾客深厚的情感，友爱平等的关系。如果营业员的接待用语，是那样的彬彬有礼，是那样的和蔼可亲，那就不仅为全民做出了榜样，而且会带动整个社会。相反，如果在接待交往中失口于人，这样就会毒化商场气氛，污染社会；同时，营业员的粗言滥语，又可能激起顾客的不满和愤怒，甚至争吵对打。可见，营业员的一言一行，对社会风气的好坏起着影响作用。

三是以新颖绚丽的陈列，影响群众和社会。商品宣传艺

术是售货艺术的重要组成部分。一家商店，如果商品陈列得琳琅满目，丰富多采。它不仅直接反映了一个企业的物质实力、经营面貌、服务水平，而且从一个角度反映着国民经济发展的面貌，显示着国家的富强和兴旺，使顾客从橱窗陈列中受到具体而生动的经济形势教育。橱窗商品陈列，是一种综合的艺术体，是文化领域中的一种特殊的艺术形式，使人们在逛商店、购物活动中，得到一种艺术的享受，丰富人们的文化生活。

四是售货艺术的训练和培养，也是商业职工本身的精神文明建设的内容。商业队伍自身的精神文明建设不是空的，而是有其实际内容的。售货工作艺术化，是商业职业道德原则的集中表现之一，是商业职工精神文明建设的具体内容。一个营业员要熟练掌握售货艺术，如果没有树立全心全意为人民服务的思想，没有确立干商爱商的职业志向，没有公平买卖的商风，没有行行出状元的信念和刻苦磨练技艺的奋发精神是办不到的。因此，通过对营业员进行售货艺术的训练，可以培养他们高尚的道德风尚，热爱本职工作，做好售货服务的创造精神，使之成为一个优秀的营业员。

总之，营业员的售货艺术反映了个人和企业的精神面貌和道德风尚，直接影响社会风气，对社会道德观念起着潜移默化的作用。我们每个营业员都要提高售货艺术，努力把商业企业建设成为一个传播社会主义精神文明的窗口，并推动整个社会的移风易俗。

三、提高服务质量，密切群众关系

营业员同人民群众接触最多、最广泛，每天把商品直接