

世界500强企业培训教程

店面营业人员 职业化训练

营业人员训练专家
商业经营高级顾问

卢岱元 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

世界500强企业培训教程

店面营业人员 职业化训练

营业人员训练专家
商业经营高级顾问

卢岱元 编著

05
10
01



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

店面营业人员职业化训练/卢岱元编著. —北京:北京大学出版社, 2003. 9
(时代光华培训书系)

ISBN 7-301-06502-7

I. 店… II. 卢… III. 商店—工作人员—培训 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 075205 号

书 名: 店面营业人员职业化训练

著作责任者: 卢岱元 编著

责任编辑: 江 南 叶 楠

标准书号: ISBN 7-301-06502-7/F·0677

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926

电子信箱: em@pup.pku.edu.cn

排 版 者: 北京理工大学印刷厂

印 刷 者: 北京市云西华都印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 8.625 印张 104 千字

2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1—14000 册

定 价: 20.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,翻版必究

时代光华管理课程 时代光华培训书系

专家委员会

主 任 成思危
副 主 任 唐铁汉 保育钧 潘承烈 温元凯 高建华
委 员 孙钱章 邵 逸 柴寿钢 张 德 朱立言
总 顾 问 袁宝华

时代光华培训书系编委会

主 编 孙卫珏 张春林
执行主编 文 钊 胡圣云
编 委 林君秀 符 丹 李 东 张 涛 杨建斌
 陈 红 牟津浦 谢 强 毕行之 程学本
 李晏兵 高 杰 唐仁晖 胡俊慧 江 南
 陈 宇 于进松 马成威 宁德伟 张启峰
 高 燕 李燕子 曹 明 钟 恒 杨俊波

致读者

朋友，如果您是管理者或者是想在职场有所作为的人士，如果您是人力资源经理或者是培训经理，我们很高兴能与您交流，感谢您对本书的关注。

我们正置身于一个急剧变革的时代，面对激烈的职场竞争与市场竞争，管理者个人及其组织要想生存、发展，进而求得事业的成功，必须建立持久的竞争优势。

而管理者个人及其组织惟一持久的竞争优势便是比竞争对手学习得更快的能力。因而，在新世纪，在知识经济的新时代，管理者个人及其组织所面临的主要问题便是学习问题。

鉴于目前国内充斥于市的经管类书籍良莠不齐，优劣难辨，而现场培训课程受时间、地点等诸多限制且费用高昂，为解决管理者及其组织学习培训的难题，时代光华公司作为教育培训服务的专业提供商，在与中华全国工商业联合会、中国企业联合会等战略合作机构联合推出“时代光华管理课程”系列多媒体产品的同时，隆重推出“时代光华培训书系”，为广大企业客户和个人读者提供更多的选择与优质、便利的服务。

“时代光华培训书系”立足中国发展现状与管理实践，整合国内外优质培训学习资源，专为中国管理者个人发展提升和企业组织培训量身订制。该书系具有以下几大特色：

一、高效实用的培训内容：一般经管类图书侧重理论知识，本书系则紧扣管理实务，注重实战技能的传授与演练，强调互动与实践，让读者边学边练，即学即用，步步提升，收益显著。

二、轻松愉快的阅读体验：不同于一般经管类图书的繁复论述，本书系力求语言简明通俗，内容设计尽可能做到互动化、人性化：传授知识与技能强调要点化、步骤化、图表化，间以精彩的案例分析、生动的小故事与小漫画，版式疏朗有致，让您感到学习不再是被动的劳役，而成为主动参与、乐在其中的享受。

三、海内外一流的培训专家，超强的作者阵容：本书系编著者或主讲老师均为来自世界著名跨国公司的高层经理、培训经理及知名管理专家，价值上千元的培训课程之精彩内容尽都囊入一册书中，花费不多却可分享世界500强企业的管理培训精华。

四、系统全面的管理培训教材体系：本书系内容涵盖企业管理的各个层级与不同的专业领域，具有相对规范、成熟的编写体例，立志于为我国职业经理培训认证及员工职业化培训提供切实可行、行之有效的教材。

时代光华培训书系作为职业发展培训教材具有与一般图书不同的特点，为了使您对本书系的学习获得实实在在的收益，使您的学习效果最大化，建议您采取如下方法进行学习：

一、结合实际，有针对性地学习：为了便于您结合自身状况以及您所在组织的现状，有针对性地、有重点地学习，我们在每本书前均设计了相关的测试题，用以检测评估您在本书所涉及的相关领域的现状，进而从中发现您或您的组织学习、发展的领域，并进一步有针对性地确定您的学习重点。因此我们建议您在正式学习本书前认真做相关测试题，并分析评估您的现状，再结合学习目标与每章重点，有针对性地进行学习。

二、高度重视互动练习：我们借鉴国际知名管理培训教材的做法，在每本书中均安排了大量的互动练习，其目的是为了不断实现目标知识点、技能点与您或您所在组织的现状作对照，从中找到差距，进而通过学习、通过制订改善提高的行动计划，缩小差距，最终消除差距，实现组织行为的完善与个人素质技能的提高。

因此，我们希望您尽量按书中提示，认真做相关的互动练习，使您在单位学习时间内取得尽可能大的学习效果。

三、把每本书当作您的行动手册：知道不如做到。我们根据书中传授的知识与技能要点并结合管理工作的实际需要，在每本书中设计了一系列学以致用的工具表单，我们期望借此能有效地促使您将您的所知简便地转换成您的行动，从而在短期内取得量化的、可见的改变。

我们建议您认真填写这些实用的管理工具表单并付诸行动，我们期望您由此发现卓越的管理可以经由学习训练而达成，由此体验到管理培训的价值和我们的培训书系对您的价值。

四、把每本书当作备忘录：我们希望您的学习是结合工作实际的，不间断的。当您在现实工作中遇到了某些问题需要处理，但对如何处理没有把握时，请把本书系的相关教材当作您的备忘录，查阅相关知识点、技能点，进而寻求工作指南。

最后需要说明的是，由于各种因素的限制，本书系的编撰一定还存在不少缺陷与不足。如果您有建议与批评，请及时与我们联系，感谢您帮助我们改进与提高。如果您觉得有所收获，请转告您的朋友和同事，与大家一起分享。

知识改变命运，学习成就未来。愿时代光华培训书系伴随您一路走向成功，走向辉煌！

时代光华培训书系编委会

2003年6月

学习目标

通过学习本书,您将能够:

- ◆ 明了店面销售的重要意义
- ◆ 掌握提高销售利润的要领
- ◆ 学到增加顾客忠诚度的方法
- ◆ 掌握商品陈列与展示的技巧
- ◆ 掌握店面色彩与照明的技巧



自我检测

作为一名店面营业员,你是否具备了店面营业员的职业素质? 试做以下测试,为自己把脉。(注:以下各项,执行得越充分,得分越高,最高分 5 分,最低分 1 分)

项 目	得 分
店面保持干净整洁	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
精神饱满,工作积极	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
制服整齐,仪容端庄	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
严格遵守待客礼仪	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
对待顾客的态度热情亲切	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
能把握销售机会,促使顾客购买商品	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
顾客对你的店内服务表示满意	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
顾客对你的服务投诉很少	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
对顾客的投诉能够及时合理地解决	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
店面内布局合理,充分利用空间	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
商品陈列有条理,重点突出	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
滞销商品数量少,能及时发现和处理	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
经常有促销活动,而且能取得预期效果	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
店面内色彩协调,照明适宜	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分
店面有一批忠诚的顾客群	☐ 1 分 ☐ 3 分 ☐ 5 分

➡ 如果你的得分在 80 分以上,恭喜你,你是一名优秀的营业人员,你的店面是一家成功的店面,请保持成果,再接再厉;

➡ 如果你的得分在 80~60 分之间,说明你具备了一定的职业素质,继续努力吧;

➡ 如果你的得分低于 60 分,要警惕,你亟需提高自己的职业素质。

如果你的得分很高,不要太骄傲,因为知识总是在不断地更新,翻开本书,也许会令你有惊奇的新发现;如果你的得分不高,也不要气馁,认真学习本书,它将为你的职业生涯翻开新的一页。

目 录

第 1 章 店面销售的意义与顾客心理 1

店面销售的意义与机能	2
店面销售的意义	2
提高店面的销售机能	3
顾客的购物心理	9
顾客购物心理的八个阶段	9
购买心态的转变	11

第 2 章 门店销售的态度与基本技术 15

销售的目标是尽力追求销售利润	16
正确了解服务的意义	16
礼节要周到	16
专业和亲切的建议	17
提供有意义的信息	18
完善的售后服务	18



舒适的购物环境	18
销售成功的“三意”	19
营业人员不可缺少的七项意识	21
掌握商品知识	23
销售商品的五条要领	24
选择个别商品的销售	24
用具体说明的方法	25
研究销售辅助工具的种类和使用方法	25
创新商品展示的方法	25
使用语言、销售辅助工具和展示陈列方式的结合	26
销售过程的五个阶段	27
卖场销售的“4S”	28
服装仪容、基本动作与礼貌用语	30
服装仪容要端庄	30
勤练基本动作	30
使用礼貌用语	31

第3章 店面销售技术实务(一) 33

晨会是一天的良好开始	34
晨会的目的和重要性	34
会议管理系统在企业与店面管理中不可缺少	35
营业前充分准备	36
接近顾客的七个时机	36
运用说话艺术充分掌握顾客心理	37
成功地展示商品	38
成功展示商品的三个原则	38
从不同角度来刺激顾客的感觉	39

善用赞美的六项原则	40
正确回答顾客询问	41
询问技术的五项原则	41
对顾客的询问预先做好准备	42
判断顾客的购买特性,把握销售机会	43

第4章 店面销售技术实务(二) 45

促进顾客的购买意愿	46
接收货款的态度和方法	47
接收货款的方式	47
收银员的作业流程	47
商品的包装	48
商品包装有五个作用	48
不同的商品有不同的包装方式	49
对于赶时间的顾客的应对方法	49
致力于相关商品的销售	51
不同顾客的应对方法	51
防止偷窃	53
容易发生偷窃的环境	53
小偷的特征	54
处理好顾客投诉	55
处理顾客投诉的六个步骤	55
对待僵局的三种变通方法	56

第5章 店面销售技术实务(三) 59

把握顾客	60
------	----



店面营业人员职业化训练

亲近顾客的三项原则	60
培养顾客的忠诚度	61
建立顾客档案的目的	62
清理卖场与检查商品	64
及时清理卖场	64
检查商品	64
发现和处理滞销品	65
商品滞销的原因	65
滞销商品的选择标准	65
滞销商品的处理方法	65
卖场促销的策略	67
卖场促销的基本类型	68
POP 广告促销	68
卖场营业人员的禁忌	69

第 6 章 店面布局安排和商品组合互动 73

店面布局的基本思路	74
卖场通道的设计	74
卖场的布局技巧	76
店面的上货通道	79
货架的标准化	80
商品陈列技术	80
商品陈列的基本方法	81
商品陈列的 AIDCA 原则	82
商品陈列的类型	82

第7章 店面色彩、照明与商品展示和情境活泼化 87

商品的分类	88
商品的组合	89
店面的色彩运用	90
色彩的形象	91
色彩的运用	92
指示系统	93
店面的照明	93
营业气氛的活泼化	95
气氛的多样性	95
气氛的活泼化	96

参考答案 100

附 录 工具表单 103

表 1—1 店面外部环境调查表	104
表 1—2 店面内部环境调查表	105
表 1—3 一周营业人员配置表	106
表 2—1 员工综合素质测评表	107
表 2—2 营业人员服务态度考核表	108
表 3—1 晨会内容分析表	109
表 4—1 营业人员工作分析表	110
表 5—1 顾客基本资料调查表	111
表 5—2 店面促销活动准备表	112
表 5—3 培训计划表	113

第 1 章

店面销售的意义与顾客心理

本章重点



店面销售的意义与机能

顾客的购物心理



店面销售的意义与机能

店面销售的意义



店面销售的目标是获得最大的销售业绩，对一般消费者所做的广告宣传及各种促销活动都是为了吸引更多顾客，搞好店面环境、维持店内秩序、注意待客礼貌等都能给顾客以好感，并且提高销售业绩。

店面营业人员的职业化训练非常重要，营业人员的职位虽然不高，却代表了店面的形象。他们从早晨开业到晚上打烊，所做的一切都代表了企业，代表了店面的形象。企业花费大量的人力、物力、财力，精心设计制订出来的各种经营决策和标准，最终都要在店面日常工作中体现出来。顾客们往往不知道一家商场的总经理是谁，但常常会认识那儿的营业人员，顾客与营业人员接触的次数多了，时间长了，跟营业员就会成为朋友。所以，成功的店面管理，不能忽视营业员的职业化训练。



自检

如何才能提高店面的销售业绩?



提高店面的销售机能

营业人员首先要做到的一件事，就是了解顾客的需求和顾客心理，然后根据顾客的需求和心理来设计店面的销售方式和手段。经营是工具，“工欲善其事，必先利其器”，只有事先提高了店面营业人员的销售技能，才有可能相应地获取高额的销售业绩。

店面的销售技能：

- ▶ 软件：包括组织、制度、作业流程、作业架、执行机制以及监督考核机制等
- ▶ 硬件：包括店面环境是否整洁、管理是否有秩序、海报张贴是否得当、商品摆放是否整齐美观而引人注目等
- ▶ 软件和硬件的结合：营业人员接待顾客的技术、对顾客讲话的礼貌等

