



# 导购 就该这样做

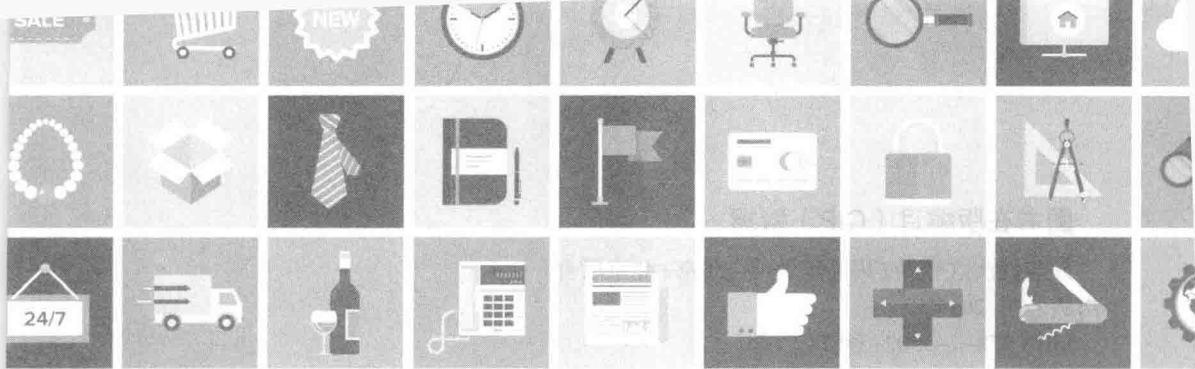
周高华 著



导购是一种令人自我骄傲的职业，你必须喜欢自己所从事的这一工作，才能为工作神魂颠倒，你脑海中只有一个念头：自己的产品或服务一定会得到顾客的青睐！



北京联合出版公司  
Beijing United Publishing Co., Ltd.



# 导购

## 就该这样做

周高华 著



北京联合出版公司  
Beijing United Publishing Co., Ltd.

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

导购就该这样做 / 周高华著. -- 北京 : 北京联合  
出版公司, 2014.12

ISBN 978-7-5502-3857-2

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第254449号

## 导购就该这样做

作 者: 周高华  
出版统筹: 精典博维  
选题策划: 周 强  
责任编辑: 管 文  
特约编辑: 曹福双  
装帧设计: 博雅工坊·肖杰

---

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

北京九天志诚印刷有限公司 印刷·新华书店经销

字数200千字 710毫米×1000毫米 1/16 16.25印张

2014年12月第1版 2014年12月第1次印刷

ISBN 978-7-5502-3857-2

定价: 32.00元

---

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容  
版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换。

电话: 010-82061212转8050

# 自序

对于任何一个导购员来说，要想提升自己的销售业绩，必须搞懂导购员的定义以及职责。所谓导购员，是指在零售终端通过现场服务引导顾客购买、促进产品销售的人员。

在实际的销售中，导购可是一门大学问。顾名思义，顾客进入经营场所内往往存有疑问，从而阻碍着顾客购买行为的实现，而导购就是解除顾客心里的种种疑虑，帮助顾客实现购买。因此，对一名优秀的导购员来说，得体的衣着、恰当的礼仪和娴熟的销售技巧可以提升自身的形象，同时还可以留住大批忠诚的顾客。

可能有的读者会问，作为一名导购员，该如何销售呢？本书从10个方面重点介绍了60个销售方法。当然，也包括读懂顾客的消费心理。中国古代著名军事家孙武在《孙子·谋攻》一文中就谈道：“知彼知己者，百战不殆。”这句话的大意是，透彻地了解敌我双方的情况是赢得战争胜利的一个关键因素。尽管导购员的销售不同于战争，但是对于任何一个导购员而言，要想提升自己的销售业绩，就必须了解顾客。特别是，导购员在实际的销售中面对各种各样的顾客时，虽然不可能在初步接触顾客时就知晓其真正的需求，但是必须要求导购员在向顾客推介商品的过程中逐渐洞悉顾客的购买目的与其真正的购买需求。

对于任何一个导购员而言，商品销售就是一场导购员对顾客的心理博弈战。在这场战役中，如果导购员想要成功地将自家的商品销售出去，那么就必须读懂顾客内心的消费心理以及顾客真实的购买需求。

事实证明,导购员在实际的销售中,不仅需要善于运用独特的销售策略,而且更要精通销售心理学。这主要是因为,懂得销售心理学,就知道隐藏在销售背后的各种深层的顾客购买心理,如果导购员已经读懂了顾客的消费心理,那么在此基础上将商品成功销售给顾客也就在情理之中了。

周高华

2014年4月20日于北京

## 01 第一部分 工作激情四射

### 技巧 1：从不抱怨老板及顾客 / 003

导购员常见的抱怨 / 003

导购员爱抱怨的原因 / 005

### 技巧 2：工作恪尽职守 / 008

拒绝懒惰和玩忽职守 / 008

立足岗位，切实履行职责的方法 / 010

### 技巧 3：工作激情四射 / 012

拒绝无形中压抑了导购员的工作激情 / 012

两个方面保持自己的导购激情 / 015

### 技巧 4：老导购尽可能帮助新导购 / 017

指使和打压新导购员的行为不可取 / 017

事事以老导购员自居的表现 / 018

以老导购自居的四个原因 / 019

### 技巧 5：绝不把私人情绪发泄到顾客身上 / 021

控制自己的情绪 / 021

学会驾驭自己的情绪 / 023

## 02 第二部分 准确自我定位

### 技巧 6：对顾客一视同仁 / 027

“以貌取人”是导购员的通病 / 027

把顾客当作上帝才是亘古不变的销售法则 / 028

犯类似“以貌取人”的错误都不可原谅 / 029

# 目 录

CONTENTS

导购就该这样做

2

## 技巧 7：对自己推介的商品信心十足 / 032

对自己推介的商品充满信心 / 032

销售业绩好坏取决于对推介商品的信心 / 034

## 技巧 8：在恰当的时间将商品销售给顾客 / 036

对何种顾客都不可操之过急 / 036

急于将商品销售给顾客极易导致销售失败 / 038

## 技巧 9：精准角色定位 / 041

导购员的两种心理角色 / 041

导购员至少要具备的角色 / 043

## 技巧 10：面对顾客依然信心百倍 / 045

面对顾客缺乏足够的自信的原因 / 045

面对顾客缺乏足够的自信就是失败 / 046

导购员建立自信心的方法 / 047

## 技巧 11：制订的业绩目标切合实际 / 049

不切合实际的业绩目标就是空中楼阁 / 049

切合实际的业绩目标的制订方法 / 050

## 03 第三部分 准备足够充分

## 技巧 12：清楚导购的基本工作职责 / 053

导购员的工作职责 / 053

把商品销售出去不过是导购员最基本的要求 / 054

## 技巧 13：对所推介商品的相关性能相当了解 / 056

回答顾客的问题比想象中的要简单得多 / 056

顾客取得产品相关知识的途径 / 057

介绍销售产品的方法 / 058

## 技巧 14：在向顾客推介商品时介绍用词要非常到位 / 061

按照客户利益关注点来介绍产品 / 061

把握好说话的分寸 / 062

**技巧 15：准确记住老顾客的名字 / 064**

准确地叫出老顾客的名字 / 064

记住顾客姓名的常用方法 / 066

**技巧 16：合理地处理顾客的随口拒绝 / 068**

轻言放弃是成功销售的大敌 / 068

适时地调整自己的心态 / 070

**技巧 17：清楚所售商品的核心卖点 / 072**

核心卖点的三个层次 / 072

商品的一般卖点和特殊卖点 / 073

## 04 第四部分 注重销售礼仪

**技巧 18：销售行为举止符合规范 / 077**

规范的行为举止会赢得更多顾客的认可 / 077

君子不重则不威，学则不固 / 079

**技巧 19：称呼随环境变化 / 081**

顾客称呼关乎销售成败 / 081

使用称呼语遵循的原则 / 083

**技巧 20：着装统一、得当 / 085**

着装既是一门技巧，更是一门艺术 / 085

导购员着装的四个要点 / 087

**技巧 21：时刻注重销售形象 / 089**

先推销自己的形象，再推销所销售的产品 / 089

导购员在职业形象上的八个错误 / 090

男女导购员的形象要求 / 092

#### 技巧 22: 待客礼仪周到 / 093

“三到”、“三声” / 093

导购员接待顾客的要求 / 095

#### 技巧 23: 服务态度极佳 / 098

服务态度直接影响到顾客的购物情绪 / 098

优良服务态度的主要表现 / 100

#### 技巧 24: 恰当的身体语言 / 102

身体语言是促成销售成功的催化剂 / 102

55% 的信息是通过身体语言传递的 / 104

#### 技巧 25: 微笑标准、大方 / 107

微笑一定要发自内心 / 107

微笑的三结合 / 108

#### 技巧 26: 迎宾动作规范 / 110

迎宾动作必须标准、规范 / 110

做好迎宾动作的方法 / 111

## 05 第五部分 对顾客热情适度

#### 技巧 27: 巧妙地恭迎顾客 / 115

与顾客保持一定的距离 / 115

对顾客纠缠不放会激化顾客的不满 / 117

#### 技巧 28: 抓住最佳接待顾客时间 / 118

与顾客保持一定的距离 / 118

时机掌握不当的两种尴尬局面 / 120

#### 技巧 29: 对顾客热情适度 / 123

热情地接待顾客并不是仅靠形影不离 / 123

有效避免过于热情的四个方法 / 124

**技巧 30: 保持与顾客的合理距离 / 126**

与顾客保持合理距离, 更有利于产品销售 / 126

与顾客保持一定的合理距离 / 127

**06▶ 第六部分  
产品到位推介****技巧 31: 精准地向顾客推荐商品 / 131**

胡乱推荐必然弄巧成拙 / 131

把握好顾客对产品的需求心理, 对症下药 / 133

**技巧 32: 合理地处理顾客的不满情绪 / 134**

处理顾客不满情绪不能听之任之 / 134

尽可能安抚顾客 / 135

**技巧 33: 赞美要真诚、恰当、务实 / 137**

赞美要真诚有度 / 137

赞美顾客遵循的内容 / 138

**技巧 34: 尽可能倾听顾客的谈话 / 140**

顾客为什么越来越难伺候 / 140

商品销售的双向、互动沟通过程 / 141

有效倾听顾客谈话的方法 / 143

**技巧 35: 在顾客面前客观地评价竞争对手 / 145**

贬低竞争对手将使得导购员一无所获 / 145

正确对待竞争对手的方法 / 147

**技巧 36: 商品陈列合理科学 / 148**

商品陈列可是大学问 / 148

商品陈列的注意事项 / 149

**技巧 37: 顾客投诉处理得当 / 151**

两类顾客投诉 / 151

处理顾客投诉的方法 / 153

## 07 第七部分 了解顾客真正的需求

### 技巧 38：注重服务态度 / 157

服务态度往往比商品更加可靠 / 157

提升服务态度的方法 / 158

### 技巧 39：时刻维护老顾客 / 160

创造顾客的两个分类 / 160

维护和留住老顾客的方法 / 161

### 技巧 40：找准顾客的真正购买需求 / 163

找准顾客的真正购买需求 / 163

找对顾客需求的方法 / 164

### 技巧 41：了解顾客的购物心理 / 166

懂得顾客的销售心理学 / 166

不同的顾客，不同的心理学 / 168

### 技巧 42：站在顾客的立场去考虑问题 / 173

为顾客推荐最适合顾客的商品 / 173

站在顾客的立场考虑问题的方法 / 174

### 技巧 43：给足顾客的面子 / 176

“面子”时常支配行为 / 176

给足顾客面子的方法 / 177

## 08 第八部分 异议处理恰当

### 技巧 44：绝不与顾客发生争执 / 181

与顾客发生争执都是不应该的 / 181

避免与顾客发生争执的方法 / 183

- 技巧 45：**巧妙地打断顾客谈话 / 185
  - 绝不能随意打断顾客的话 / 185
  - 避免随意打断顾客谈话的方法 / 187
- 技巧 46：**赞同地反驳顾客的观点 / 189
  - 说服顾客购买是不需要争论的 / 189
  - 避免反驳顾客观点的方法 / 190
- 技巧 47：**从不一味地去迁就顾客 / 192
  - 过分迁就顾客等于放弃顾客 / 192
  - 解决顾客无理要求问题的方法 / 193
- 技巧 48：**价格异议处理得法 / 194
  - 不能反驳说商品价格不贵 / 194
  - 处理顾客价格异议问题的方法 / 195
- 技巧 49：**准确处理顾客的需求异议 / 196
  - 顾客的四种异议 / 196
  - 有效处理顾客异议的方法 / 198

## 09 第九部分 把话说到心坎上

- 技巧 50：**30 秒钟开场白打动顾客 / 201
  - 30 秒钟开场白 / 201
  - 七种创造性的开场白 / 202
- 技巧 51：**切入的话题时尚而恰当 / 204
  - 切入的话题必须是顾客感兴趣的 / 204
  - 切入顾客感兴趣话题的方法 / 205
- 技巧 52：**服务禁语从不说 / 207
  - 服务禁语经常说 / 207
  - 买卖不成话不到，话语一到卖三俏 / 208

#### 技巧 53：人为架设沟通桥梁 / 211

常见的沟通障碍 / 211

在向顾客发送信息时的注意事项 / 213

#### 技巧 54：从不轻易地给顾客下结论 / 215

不要随便地给顾客下结论 / 215

避免给顾客下结论 / 217

## 10 第十部分 抓住成交信号

#### 技巧 55：抓住顾客释放的成交信号 / 221

购买信号的表现形式 / 221

读懂顾客购买信号的方法 / 222

#### 技巧 56：在销售困境中保持正确的心态 / 224

导购员的三种不正确心态 / 224

在销售困境中保持正确的销售心态 / 226

#### 技巧 57：巧妙运用成交前的最后环节 / 227

捕捉顾客最佳的购买机会 / 227

让具有最佳购买机会的顾客买单 / 228

#### 技巧 58：有效消除顾客对商品的疑虑 / 229

顾客对商品疑虑包含的内容 / 229

有效消除顾客对商品的疑虑 / 230

#### 技巧 59：拿顾客的所好大做文章 / 232

投其所好的好处 / 232

投顾客所好的方法 / 233

#### 技巧 60：销售就是讲故事 / 234

销售商品本身就是在讲故事 / 234

讲好故事的方法 / 236

后记 / 237

参考文献 / 238

# 01

## 第一部分 工作激情四射

每一天，都要尽心尽力地工作，每一件小事情，都要力争高效地完成，不是为了看到老板的笑脸，而是为了自身的不断进步。

——微软创始人 比尔·盖茨



## 技巧 1：从不抱怨老板及顾客

不抱怨的态度是人生的第一态度。

——阿里巴巴创始人 马云

### 导购员常见的抱怨

在实际的销售中，导购员作为一线销售员，如果总是事事抱怨的话，那么取得骄人的业绩的可能性是不大的。事实证明，那些取得不菲业绩的导购员往往都像“把信送给加西亚”的安德鲁·罗文（Andrew Rowan）中尉那样，他们从来不抱怨。

安德鲁·罗文中尉在接受任务的过程中，没有问为什么，也没有问怎样才能够送到，而是按照总统的命令，及时地将信送到加西亚手里。

可见，在实际的工作中，导购员们绝对不要抱怨晋升机会为什么没有给自己，而应该多反思和扪心自问。当老板或者店长打算提拔导购员时，这部分爱抱怨的导购员在抱怨声中就把被提拔的机会给葬送了。

研究发现，导购员可能会对很多事情产生抱怨，但从总体上讲，可以分为以下四类，见表 1-1-1。

表 1-1-1 导购员的四类抱怨

|          |                                                                                                                         |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (1) 薪酬问题 | 薪酬问题之所以成为导购员抱怨最多的主要因素，就是薪酬问题是直接关系到导购员生存质量的问题。比如，很多连锁店薪酬与其他连锁店的差异，不同岗位、不同学历、不同业绩薪酬的差异，薪酬的晋升幅度、加班费计算、年终奖金等都可能成为导购员抱怨的导火索。 |
| (2) 工作环境 | 在给导购员培训的过程中发现，很多导购员经常抱怨连锁店的工作环境和条件，而导购员抱怨的范围非常广，可以说几乎包括了导购员工作的各个方面，小到店铺手提袋的质量，大到工作场所的地理位置、公交车的发车密度等。                    |



(续表)

|          |                                                                         |
|----------|-------------------------------------------------------------------------|
| (3) 同事关系 | 在很多时候,导购员们还会抱怨同事关系。这主要集中体现在工作交往密切的员工之间,并且部门内部员工之间的抱怨会更突出。               |
| (4) 部门关系 | 在很多时候,很多导购员也会抱怨部门关系。究其原因,导购员之所以抱怨部门关系,主要是因为部门之间存在利益矛盾,另外就是部门之间的工作衔接不通畅。 |

从表 1-1-1 可以看出,导购员的抱怨是一种正常的心理情绪,当导购员认为受到了不公正的待遇,就会产生抱怨情绪,然而导购员却不知道,抱怨无法解决根本问题。因此,如果导购员能够在各自的工作岗位上兢兢业业、不断进取、全力付出,这样的晋升机会一定不可能会轻易溜走的。

2013 年 9 月,北京某大型超市在取得了不错的业绩后,决定招兵买马,继续扩大开店的规模。

一天,北京 W 商场顺义城东店店长霍军正在进行导购的面试。来面试导购这个工作的人中,其中一位就是霍军当年关系不错的同事张晓,由于几年未见,于是霍军就让张晓在会议室等一下,准备中午宴请张晓。

在谈话中,霍军了解到,张晓竟然被北京某大型超市辞退。事后,霍军从北京某大型超市海淀分店店长那里知道了原委。

刚开始,该大型超市海淀分店店长非常器重张晓,打算提拔张晓为服装导购组组长。尽管张晓的能力非常强,但是张晓有一个致命的缺点,就是时时刻刻在抱怨。

该大型超市海淀分店店长认为,人无完人,只要张晓能改正自己的缺点,还是可以重用的。但是,自从做了服装导购组组长后,张晓不仅没改掉自己的缺点,反而变本加厉,甚至当着该大型超市海淀分店店长的面抱怨不休。

于是,该大型超市海淀分店店长免去了张晓服装导购组组长的职务,让张晓重新回到导购的岗位上。

张晓不但没有收敛,反而变本加厉,牢骚话更多了,不但自己消极怠工,还影响其他导购正常工作。该大型超市海淀分店店长再三考虑,还是辞退了张晓。

张晓被辞退之后,又应聘了几家超市,都被录用了。刚开始,几家超市的