

晋
华
经
管



金牌

销售员成功成长系列

销售 就靠这几招

家居建材金牌销售员的60篇拿单日记

陈建安◎编著

真正实操型家居建材销售员拿单手册

敲开家居建材销售之门，打造超级家居建材销售冠军

易学易

金牌销售员言传身教，一步步启迪你的思维，激发你的工作热情

易

60篇家居建材拿单日记，提炼各类销售场景的应对要点

目

易成交

销售难点一问一答，提供精彩的沟通模板

100%业绩增长模拟演练，全方位展示家居建材成交实战技巧



人民邮电出版社

POSTS & TELECOM PRESS

金牌销售员成功成长系列

销售就靠这几招

——家居建材金牌销售员的60篇拿单日记

陈建安 编著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

销售就靠这几招: 家居建材金牌销售员的 60 篇拿单日记 / 陈建安编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2014. 9

(金牌销售员成功成长系列)

ISBN 978-7-115-36711-2

I. ①销… II. ①陈… III. ①建筑材料—销售 IV. ①F765

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 177706 号

内 容 提 要

本书以少理论、多实践为原则, 汇集了业内顶尖家居建材销售员的 60 篇拿单日记, 针对家居建材销售每一个环节中会遇到的棘手问题, 通过实景对话与销售技巧解析相结合的形式一一给予了直观的解答。全书语言通俗易懂, 拿单技巧简洁实用, 融真实性、操作性、生动性为一体。相信读者一定能从书中摸索到家居建材销售的成功之道, 让签单变得更容易。

本书适合家居建材销售员、相关培训机构以及有志于从事家居建材销售工作的人士阅读和使用。

◆ 编 著 陈建安

责任编辑 陈斯雯

责任印制 杨林杰

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700 × 1000 1/16

印张: 14

2014 年 9 月第 1 版

字数: 150 千字

2014 年 9 月北京第 1 次印刷

定 价: 45.00 元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

前 言

随着生活水平和购买力的提高，人们对家居建材产品的要求已不仅仅是满足生活需要，用料是否环保、设计是否能彰显个性、与家里整体风格是否搭配、售后服务是否完善等问题已成为影响销售的重要因素。家居建材产品价格高、使用时间长，因此顾客在选购的时候大都谨小慎微、反复比较，这也无形中加大了家居建材销售员的工作难度。

如何快速提升自己的专业技能与销售能力，这恐怕是绝大多数家居建材销售员最为感兴趣，也最为迫切需要有人帮忙解答的问题。牛顿曾经说过：“如果说我看得比别人更远些，那是因为我站在巨人的肩膀上。”同样，对于家居建材销售员来说，如果想迅速提升自己的销售能力，那不妨也站在前辈们的肩膀上，不断学习他们成功的经验，吸取他们失败的教训。

为了让更多的家居建材销售员有机会得到前辈们的言传身教，我们特地组织业内的金牌销售员编写了本书。本书与市场上销售类书籍的最大区别在于，全书用拿单日记的方式，记录了多位家居建材销售员从销售新人到金牌销售员的从业经验与心路历程，其中包括：

- * 店里没有顾客，该做些什么？
- * 如何接待朋友或熟人介绍来的顾客？
- * 如何原价卖出“最后一件产品”？
- * 如何接待与顾客同来选购的“亲友团”？
- * 如何处理顾客投诉？

- * 如何避重就轻，突出产品的优势？
- * 如何避免顾客受到他人意见的影响？
- * 如何处理顾客的降价要求？

……

这些都是家居建材销售中经常遇到，也是非常难处理的问题。针对此类问题，本书一一给予了解答。不仅如此，书中还展现了诸多活生生的销售场景及应对技巧，提供了大量精彩的销售沟通模板，在每一篇拿单日记后面，我们还提供了“销售技巧解析”，方便读者活学活用，迅速掌握家居建材销售拿单技巧，快速取得骄人的销售业绩。

在本书的编写过程中，范志德、陈信林、许坤棋参与编写了本书的第一章，阙险峰、陈信洪参与编写了本书的第二章，杨国盛、张秀玲、王阿星参与编写了本书的第三章，陈建安、杨文良、谢芬芬、曾建宇、王毅毅参与编写了本书的第四章，吴文生、卢广平、林碧参与编写了本书的第五章，陈海全、陈信科参与编写了本书的第六章，全书由陈建安统撰定稿，由陈春洁担任顾问审核。

由于作者水平有限，书中难免有不足之处，恳请广大读者批评指正。

目 录

第一章 喜迎八方客，获取顾客好感..... 1

微笑能化解矛盾、增加感情、排除障碍，可以说，微笑是销售员最好的服务标签，在任何情况下，微笑都如同一种有力的问候，映射到每一位顾客心中，协助销售员营造良好的销售氛围。

拿单日记 1	店里没有顾客，该做些什么	3
拿单日记 2	准备为顾客讲解，顾客却说“我随便看看”	8
拿单日记 3	营业高峰期，如何同时接待多位顾客	13
拿单日记 4	顾客转了一圈，什么话都没说就打算离开	17
拿单日记 5	永远记住老顾客的名字	22
拿单日记 6	千万别让老顾客感觉被忽视	27
拿单日记 7	顾客表情冷漠，不爱搭理销售员	29
拿单日记 8	有些顾客实在不好沟通，真是累	32
拿单日记 9	顾客非常有个性，该如何应对呢	38
拿单日记 10	如何接待朋友或熟人介绍来的顾客	49
拿单日记 11	顾客准备看好款式后自己找人做家具	51
拿单日记 12	练好眼力，才有好业绩	54

第二章 巧妙推介，激发顾客兴趣..... 65

销售工作并不简单。销售员既是顾客的消费顾问，也是心理分析师，不仅要向顾客推介产品，还要紧紧抓住顾客的心理，激发顾客的兴趣，引导顾客的购买行为。

- 拿单日记 13 这一款有酒红色的吗 67
- 拿单日记 14 顾客总是拿其他品牌的产品来对比 69
- 拿单日记 15 同行顾客之间意见不统一，该听谁的 73
- 拿单日记 16 顾客看了多款产品，但都不满意 76
- 拿单日记 17 顾客心不在焉，如何才能吸引他的注意力 79
- 拿单日记 18 顾客总是抱有怀疑态度，不相信销售员 83
- 拿单日记 19 避免顾客之间相互影响 87
- 拿单日记 20 产品存在某些缺陷，该不该说呢 89
- 拿单日记 21 顾客一进店就单刀直入：“你们有某产品吗？” 92

第三章 处理得体，消除顾客异议..... 95

当顾客提出异议时，相当于站在了同销售员对立的立场上，有着一一定的对抗性。聪明的销售员往往善于给顾客一个“台阶”，让对方恢复心理平衡，这样既能赢得顾客，也平息了双方的矛盾。

- 拿单日记 22 你们真的是国际品牌吗 97
- 拿单日记 23 你们是新品牌吧，都没听说过 99
- 拿单日记 24 你们怎么会找某某代言呢 102
- 拿单日记 25 你们的产品和 A 品牌很类似，到底谁仿谁啊 104
- 拿单日记 26 样品上的小划痕让顾客对质量产生了怀疑 106

拿单日记 27	新产品上架的速度太慢了	109
拿单日记 28	款式还可以，不过材料好像不是很好	112
拿单日记 29	顾客抱怨定价太高	115
拿单日记 30	顾客的看法是错误的	119

第四章 讨价还价，双赢才是硬道理

123

顾客觉得价格高，最为重要的是因为他还没有完全了解到这个产品对于他而言有什么好处，值不值得多花点代价买下它。在这种情形下，销售员在说服顾客时，要学会淡化价格，强调价值，让顾客充分感受到产品是物有所值甚至是物超所值的。

拿单日记 31	一听报价，顾客转身就要离开	125
拿单日记 32	这款沙发还不错，就是太贵了	128
拿单日记 33	你们的折扣力度太小了	130
拿单日记 34	顾客不要赠品，要求直接给折扣	132
拿单日记 35	促销产品如何应对顾客还价	134
拿单日记 36	我都来了好几趟了，再给打点折吧	136
拿单日记 37	我是老顾客介绍来的，可以优惠多少	138
拿单日记 38	就八折，不卖的话我就买别家的了	140
拿单日记 39	你们的产品也没见有多好，怎么卖这么贵	143
拿单日记 40	买这么多也不打折呀！那我一件也不买了	147
拿单日记 41	多给我一些优惠，我一定会给你们做宣传的	149
拿单日记 42	广告不是说全场八折吗	152
拿单日记 43	你们这进口货的价格怎么贵那么多	154
拿单日记 44	明明已经给了最低价，顾客还是不满意	156

拿单日记 45	顾客杀价非常凶，该如何应对·····	159
拿单日记 46	我还是再等等吧，说不定会降价呢·····	161
拿单日记 47	我还是感觉你们的价格太高了·····	163
拿单日记 48	在讨价还价的过程中，顾客突然产生不满·····	165

第五章 积极推进，突破成交障碍····· 167

销售员，从字面上讲，即引导顾客促成购买。顾客购买产品一般会考虑到很多方面，过多的顾虑往往会阻碍购买行为的迅速完成。销售员所要做的，就是解除消费者的种种疑虑，促成消费行为。

拿单日记 49	我先逛逛，考虑一下再决定吧·····	169
拿单日记 50	我回去和家人商量一下再说吧·····	172
拿单日记 51	陪伴购买的人左右了顾客的决定·····	174
拿单日记 52	顾客明明有购买兴趣，却没有下单的意思·····	177
拿单日记 53	算了，我没必要买这么好的·····	183
拿单日记 54	顾客犹豫不决，不知该选哪一款·····	186
拿单日记 55	顾客看中的产品只剩最后一件·····	188

第六章 化解不满，让每一位顾客都满意····· 193

投诉是可怕的，据统计，当投诉得不到有效解决时，81%的顾客将不会再来光顾。但与此同时，处理顾客投诉也是建立顾客忠诚的最好契机。投诉处理得好，不仅可以及时化解矛盾，恢复受损的形象，还可以拉近销售员与顾客的心理距离。

拿单日记 56	前来投诉的顾客一进门就大声嚷嚷	195
拿单日记 57	送货太慢误了工期，顾客要求退货	199
拿单日记 58	顾客投诉的问题其实不是我们的责任	203
拿单日记 59	顾客投诉的问题确实存在，且是我们的责任	206
拿单日记 60	顾客投诉的问题确实存在，但赔偿要求过高	209

第一章



喜迎八方客，获取顾客好感

微笑能化解矛盾、增加感情、排除障碍，可以说，微笑是销售员最好的服务标签，在任何情况下，微笑都如同一种有力的问候，映射到每一位顾客心中，协助销售员营造良好的销售氛围。

拿单日记 1

店里没有顾客，该做些什么

最近也不知道怎么回事，别人的店里经常人满为患，而我们的店铺却是门可罗雀，几个销售员也都闲来无事在一边闲聊。我们所销售的家具从选材用料到设计做工绝对是没有问题的，对于这一点，作为店长我非常有信心，可为什么那么多的顾客只在店外观望而不愿意走进来呢？

不行，我得去其他兄弟门店取取经。

在同品牌的另外一家门店，我看到的是销售员们忙碌的身影。仔细一看才知道，她们竟然是在摆设产品！而且很多时候，她们只是将家具换换位置，重新搭配组合而已！我恍然大悟，看上去好像都是一些毫无意义的忙碌，但是却会令人感到无限的生机和创意。每当顾客经过他们门店的时候，似乎总是有一股无形的力量把他们吸引进来，也难怪这家门店的营业额一直那么高。

看来，“待机”并不是简单的等待，销售员的无所事事，很容易给人一种死气沉沉的感觉。销售员做着与营业相关的活

动最能吸引顾客观赏、挑选和购买，如接待顾客、整理产品、记录营业状况等，这些动作就像舞蹈一样，吸引着顾客的眼球。

取经回来，我开始着手进行销售员日常工作内容的调整。由于销售家具经常要测量和计算，我要求销售员在等待和服务顾客时，必须尽量做到手不离卷尺和计算器，经常调整家具的摆放位置，随时擦拭家具上的灰尘，为门店制造忙碌的销售气氛，打破死气沉沉、冷冷清清的场面，从而带给顾客一种生意兴隆的感觉。

果然，调整后的成效还是非常显著的，光临门店的顾客数量大增，销售额更是突飞猛涨。

销售技巧解析

门庭若市是每家门店、每个销售员的美好愿望，但现实状况是，销售员不可能在一天工作中的每一个时刻都在接待顾客，在很大一部分时间里，销售员是处于“待机”状态。

所谓“待机”，就是指顾客还没有上门之前的等待。其实，销售员的销售活动并不是从顾客进入销售现场才开始的，而是始于顾客经过你的卖场的时候。要知道，只有更多的人进店，才可能会有更多的人购物；而要想生意兴隆，就必须吸引更多的闲散顾客进入店内。店内顾客的活动对店外的人们具有很强的吸引力，顾客云集店内的状况本身就说明“那里有吸

引人的商品”，而且可以给人以安全感，店内一旦出现这种繁荣景象，就会吸引一批又一批的新顾客接踵而至。

可见，正确的“待机”行为是非常重要的。那么，怎样做才是正确的待机行为呢？

1. 站在正确的位置

随着生活水平的提高，目标性很强的购物已经越来越少，很多时候，购物都是在“逛”中完成的。既然是“逛”，人们自然希望能够轻松自在，最不愿意看到的就是销售员固定地站在门店中央等待顾客。

为此，在等待顾客的“大驾光临”时，销售员所站立的位置应该是以能够照顾到自己负责的区域为最适宜，而且最好站在容易与顾客进行初步接触的位置上。

对于一个门店来说，通常还会有一个特别值得强调的“守备位置”。不论门店里多么拥挤，只要站在这个位置上，销售员就一定能看到整个门店的状况。所以，这个“守备位置”可以说是销售员的“根据地”，必须经常有人站在那里。

此外，销售员还应该特别注意门店内一些“重要位置”的递补情形。例如，当守备重要位置的销售员甲因事不得不离开他的岗位时，销售员乙就要自动地递补上去；而当销售员乙走开时，销售员丙就应该马上接替看管；依此类推。这种形式就叫作“接力守备法”。

当然，在销售过程中，销售员的固定位置经常会因招呼顾客而被打乱，但是这只是暂时的，一旦顾客离开后，销售员要尽快地回到自己的位置。

2. 保持正确的待机姿势

你去别人家做客，如果主人懒洋洋的，没有笑容，或者光顾着看电视，你是不是会感觉自己不受欢迎？同样，如果销售员在等待顾客上门

的这个待机阶段，只是坐在柜台看报纸、做各种小动作或与人聊天等，而不是严阵以待准备迎接顾客的话，也会引起顾客的不满，从而影响顾客的情绪。因此，在待机阶段，销售员除了要站在正确的位置，还应该保持正确的待机姿势。

通常情况下，正确的待机姿势应该是：面带微笑，将双手自然下垂，轻松地交叉于身前，或双手重叠轻放在柜台上，两脚微分平踩在地面上，身体挺直、朝前，站立的姿势不但要使自己不容易感觉疲劳，而且还必须使顾客看起来顺眼。此外，在保持微笑的同时还要以极其自然的态度观察顾客的一举一动，等待与顾客做初步接触的良机。

当然，长时间保持站立难免会让人感到疲劳，尤其是那些门店生意兴隆、一天到晚都在忙碌着的销售员。在这种时候，销售员可以寻找一种让自己放松的姿势，只要不会让顾客感觉不舒服就可以了。

3. 营造忙碌的销售气氛

当眼前没有顾客时，让销售员仍然一如既往地保持正确的待机姿势是一件很痛苦的事情，有时候也是徒劳的，因为顾客根本不喜欢进入一家非常冷清、销售员都呆立不动的门店。同样，我们也经常会听到销售员抱怨：“我宁愿忙一点儿也不愿闲下来，一闲下来不知道做什么才好。”这句话说出了大多数销售员的心声，既说明了待机的困难，也说明了许多销售员根本不懂得如何利用待机的时间。

其实，待机并不是消极、被动地等待顾客的到来，销售员应该做些积极的行动，营造良好的销售气氛，从而吸引顾客的注意。

(1) 检查产品。

销售员利用空闲的时间检查产品，既是对门店负责，也是对顾客负责。门店里的产品虽然都已经过厂家的质量检验，但通常情况下，还是会有少量的次品，一些比较“娇气”的产品在经过顾客多次触摸后，也可能

出现故障问题或受到污损。

只有把最好的产品拿给顾客，才能使顾客真正满意，并且不使门店的声誉受损。因此，销售员利用这一小段时间所做的检查工作，能产生很多的好处，不但维护了门店的声誉，还为门店营造了良好的销售气氛。

(2) 整理与补充商品。

门店应该时时刻刻保持整洁、有序。但是，产品经顾客挑选后，很容易造成凌乱的现象，这样就会给顾客留下不好的印象，顾客更不可能在摆放凌乱的产品中细心地挑选自己喜欢的东西。

销售员的工作是面面俱到的，绝对不能对这些情况视而不见。空闲的时间里，销售员要按原来的摆放顺序对产品种类和款式进行整理，还要做好产品的记录，确实掌握产品的进出状况，熟悉产品的摆放位置。

此外，为了使门店长时间地保持整洁、美观和有序，每天上班前或者下班后，销售员都要对产品进行整理和补充，确保每一天的工作任务都顺利地完成。

(3) 变更陈列。

在销售过程中，产品最初的陈列形象会随着部分产品的出售而发生变化。这时候，如果仓库里没有能够立即补充的产品，那么销售员就要适时地改变陈列，以使门店的陈列显得和谐、有序。

在变更陈列时，销售员应该具备灵活应变的能力。例如，根据销售情况，尽量将畅销的产品放置于吸引顾客并容易触及的地方。在空闲、没有顾客上门的时候，销售员应经常变更产品的摆放位置，将产品重新搭配组合，尽量做到给人耳目一新的感觉。