



FBOOK

弗布克岗位三字经系列

促销人员 岗位三字经

弗布克 / 著

用有趣的方式牢记核心知识
花最少的时间提升业务技能



扫一扫 二维码
即可购买本书电子书



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS



BOOK

弗布克岗位三字经系列

促销人员 岗位三字经

弗布克 / 著



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

内 容 提 要

本书是一本帮助促销人员快速掌握岗位技能的工具手册。本书以场景画、三字经和知识链相结合的方式,图文并茂地介绍了促销人员必须具备的基本业务和职业技能。场景画生动演示核心业务,三字经高度概括岗位操作要点,知识链详细剖析业务的重点、难点。

本书适合促销岗位的从业人员和相关培训人员使用,尤其适合作为企业员工素质和技能培训用书,也适合高校师生参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

促销人员岗位三字经 / 弗布克著. —北京: 中国电力出版社, 2014.10
(弗布克岗位三字经系列)

ISBN 978-7-5123-5906-2

I. ①促… II. ①北… III. ①促销—基本知识 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 108675 号

中国电力出版社出版、发行

北京市东城区北京站西街 19 号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>

责任编辑: 刘红强

责任校对: 崔燕菊 责任印制: 赵磊

北京博图彩色印刷有限公司印刷 · 各地新华书店经售

2014 年 10 月第 1 版 · 2014 年 10 月北京第 1 次印刷

889mm × 1194mm 16 开本 · 14.25 印张 · 150 千字

定价: 32.00 元

敬告读者

本书封底贴有防伪标签, 刮开涂层可查询真伪

本书如有印装质量问题, 我社发行部负责退换

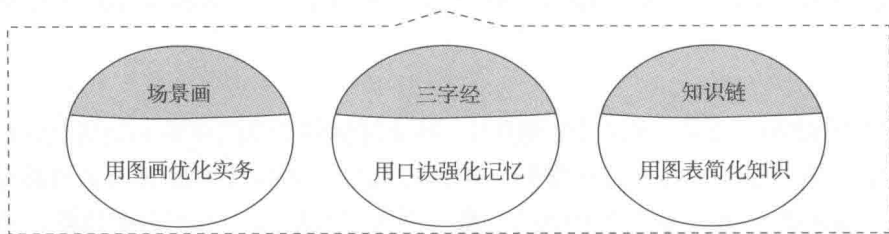
版权专有 翻印必究



这是一本帮助促销人员快速掌握岗位技能的工具手册。本书融知识性、实用性、趣味性于一体，由场景画、三字经和知识链三部分组成。场景画活泼风趣，三字经好学易记，知识链规范实用。通过本书促销人员可以轻松学习，即查即用，随读随记。

本书重点介绍策划促销活动、做好促销准备、吸引与接近顾客、明晰顾客的需求、化解顾客的异议、促成最终交易、完善购后工作、建立顾客档案、总结促销活动和处理卖场危机十大业务，是促销人员开展业务的操作手册和行动指南。

一、本书的亮点有哪些



1. 场景画

通过幽默风趣的场景画，读者在会心一笑之余，还能够深入理解本节的重点、难点和易错点，轻松避开操作实务中的误区。

2. 三字经

该部分是全书的重点，采用喜闻乐见的三字经形式，帮助读者快速记住核心知识和关键流程，从而提高其学习效率。每节包括四小句三字经，高度概括了本节业务内容，朗朗上口，好学易记。三字经讲解部分对某些关键词进行了解释补充，帮助读者理解和记忆三字口诀。

3. 知识链

该部分由流程、方法、技巧、注意事项等组成，采用了图表和文字相结合的形式，直观地展示出业务技能和操作流程，帮助读者快速提升业务水平。

二、本书能为读者提供什么

1. 为促销岗位新人快速胜任岗位要求做足准备

如果你刚踏上促销工作岗位，本书为你提供具体的步骤和规范，以及处理问题的方法和技巧。本书通过图文并茂和三字口诀的形式，帮你迅速掌握促销业务技能，为你的职业素质和岗位能力的提高夯实基础。

2. 为有经验的促销人员提升工作效能提供解决方案

如果你苦于一直未能晋升，那么你可以参照书中给出的事项检查自身，找到工作中的疏漏，找到自己与同事的差距，进而有针对性地提升自己的工作效能。

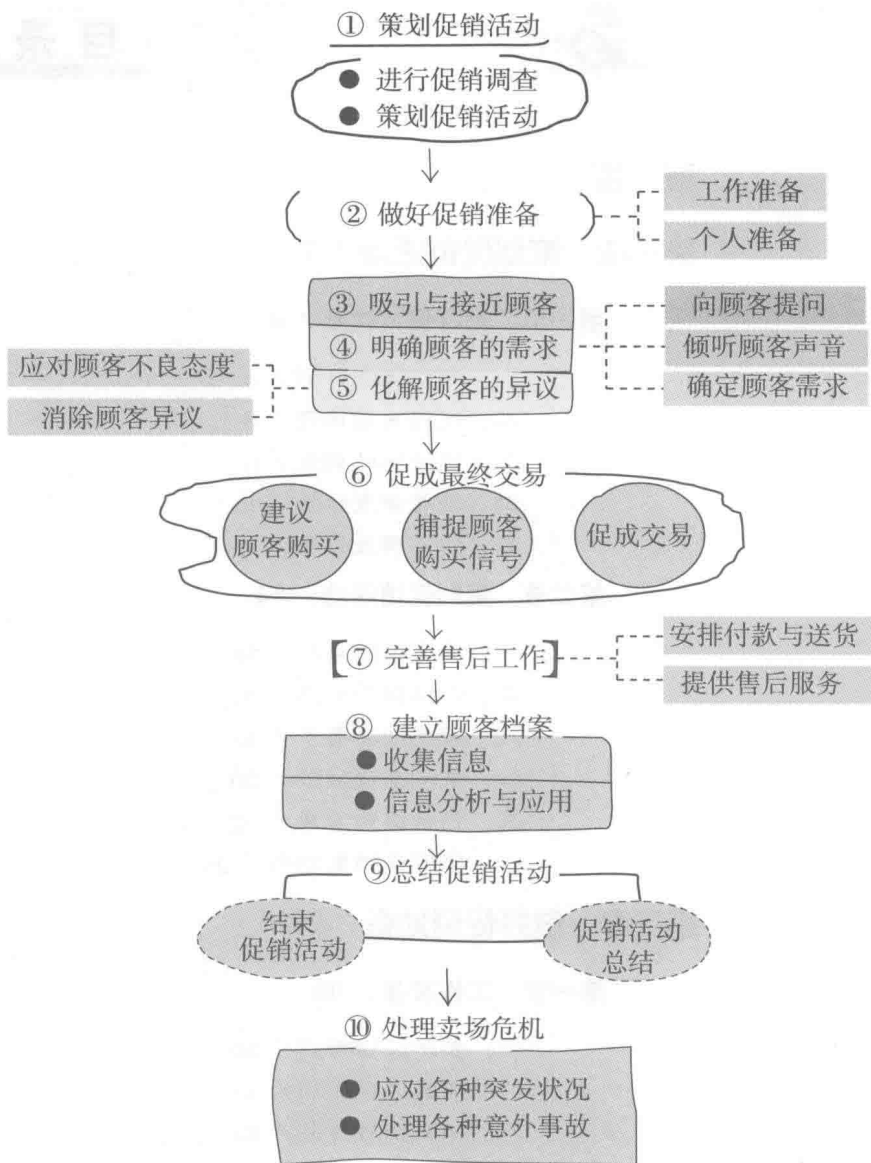
3. 为促销岗位的管理人员提供培训员工的教材

如果你是促销岗位的管理人员，那么本书可以作为你培训员工或提供给员工让其进行自我培训的教材。

在本书编写的过程中，王涛、孙立宏、刘井学、孙宗坤负责资料的收集和整理，王玉凤、廖应涵、王建霞、李苏洋、任玉珍、赵莉琼负责图形、图表的编排，毕春月、程淑丽参与编写了本书的第一章、第二章，韩庆龄参与编写了本书的第三章，杨雪参与编写了本书的第四章，韩建国参与编写了本书的第五章，李育蔚参与编写了本书的第六章，王胜会、周书娟参与编写了本书的第七章、第八章，姚小凤参与编写了本书的第九章、第十章，本书的三字经口诀由刘茅山和项情总结撰写，全书由弗布克统撰定稿。

弗布克

2014年5月



知识结构图



漫画人物档案



姓名：郑大有 年龄：35岁

身高：178cm 职务：经理

爱好：开会 教育员工

简介：精明强干，管理经验丰富。好为人师，常对不争气的员工发飙。



姓名：沙莎 年龄：28岁

身高：162cm 职务：主管

爱好：烹饪 韩剧

简介：性格温和，但有主见，头脑活络。做事一丝不苟，但有时苛求完美。

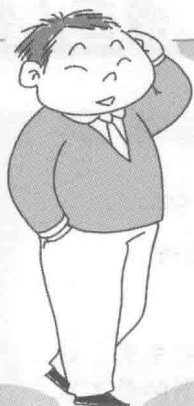


姓名：赵小妮 年龄：25岁

身高：165cm 职务：资深促销员

爱好：侃大山 旅游

简介：漂亮时尚，为人热情。业务精湛，擅长揣测顾客的心思。



姓名：马克 年龄：23岁

身高：172cm 职务：菜鸟促销员

爱好：美食 睡觉

简介：刚刚走出校园的促销新人，学习意愿强。但做事粗心，常被当做反面教材。



姓名：黄莺莺 年龄：24岁

身高：164cm 身份：顾客

爱好：喝咖啡 购物

简介：都市白领，花钱大手大脚，喜欢逛商场，扫货。漂亮，公主脾气，但心地善良。



姓名：钱光 年龄：31岁

身高：176cm 身份：顾客

爱好：喝酒 美女

简介：上有老，下有小，中间有老婆。生活压力巨大，工资卡月底按时归零，购物上精打细算。



目录

前言

第一章 策划促销活动 / 1

第一节 进行促销调查 / 4

- 一、制订调查计划 / 4
- 二、进行文案调查 / 6
- 三、进行实地调查 / 8
- 四、处理调查结果 / 10
- 五、撰写调查报告 / 12

第二节 策划促销活动 / 14

- 一、确定促销目标 / 14
- 二、选择促销方法 / 16
- 三、确定活动要素 / 18
- 四、规划活动细节 / 20
- 五、预估促销方案 / 22
- 六、撰写促销策划书 / 24

第二章 做好促销准备 / 27

第一节 工作准备 / 30

- 一、参加促销培训 / 30
- 二、布置促销现场 / 32
- 三、检查销售货品 / 34

四、准备销售工具 / 36

第二节 个人准备 / 38

一、整理个人仪表 / 38

二、学会接待礼仪 / 40

第三章 吸引与接近顾客 / 43

第一节 吸引顾客 / 46

一、把握吸引顾客的时机 / 46

二、用现场活动吸引顾客 / 48

三、用户外展示吸引顾客 / 50

四、用现场示范吸引顾客 / 52

五、通过 POP 摆放吸引顾客 / 54

六、用影视或音乐吸引顾客 / 56

七、用派发促销品吸引顾客 / 58

第二节 接近顾客 / 60

一、细心观察顾客 / 60

二、选择接近时机 / 62

三、打招呼接近法 / 64

四、产品介绍接近法 / 66

五、服务顾客接近法 / 68

六、赞美顾客接近法 / 70

第四章 明确顾客的需求 / 73

第一节 向顾客提问 / 76

一、选择恰当的提问方法 / 76

二、掌握询问顾客的技巧 / 78

三、了解询问顾客的禁忌 / 80

第二节 倾听顾客声音 / 82

一、掌握倾听的正确方法 / 82

二、洞悉顾客的真实想法 / 84

第三节 确定顾客需求 / 86

一、判断顾客的基本类型 / 86

二、了解顾客的消费心理 / 88

三、明确顾客的具体需求 / 90

四、判断谁是购买决策者 / 92

第五章 化解顾客的异议 / 95

第一节 应对顾客不良态度 / 98

一、应对顾客的冷淡 / 98

二、应对顾客的怀疑 / 100

第二节 消除顾客异议 / 102

一、判断顾客异议的真假 / 102

二、掌握处理异议的方法 / 104

三、掌握处理异议的技巧 / 106

第六章 促成最终交易 / 109

第一节 建议顾客购买 / 112

一、抛出促销活动政策 / 112

二、巧妙利用活动赠品 / 114

三、明确顾客所得实惠 / 116

四、比较同类竞争产品 / 118

五、比较不同价位的产品 / 120

第二节 捕捉顾客购买信号 / 122

一、识别顾客购买的语言信号 / 122

二、识别顾客购买的非语言信号 / 124

第三节 促成交易 / 126

一、确定产品价格 / 126

二、运用成交方法 / 128

三、进行附加推销 / 130

第七章 完善售后工作 / 133

第一节 安排付款与送货 / 136

一、安排付款 / 136

二、清点物品 / 138

三、包装物品 / 140

四、安排送货 / 142

五、安装调试 / 144

六、欢送顾客 / 146

第二节 提供售后服务 / 148

一、打消顾客购后疑虑 / 148

二、告知售后服务内容 / 150

三、讲清产品使用方法 / 152

四、处理顾客退换货品 / 154

五、处理顾客不同投诉 / 156

第八章 建立顾客档案 / 159

第一节 收集信息 / 162

一、收集顾客信息 / 162

二、收集同行信息 / 164

三、收集售点信息 / 166

第二节 信息分析与应用 / 168

一、分析顾客基本信息 / 168

二、分析产品销售信息 / 170

三、分析竞争对手信息 / 172

四、分类建立信息档案 / 174

第九章 总结促销活动 / 177

第一节 结束促销活动 / 180

一、清点货品 / 180

二、及时补货 / 182

三、管理库存 / 184

四、整理现场 / 186

五、填写报表 / 188

第二节 促销活动总结 / 190

一、评估促销成果 / 190

二、总结经验教训 / 192

三、撰写总结报告 / 194

第十章 处理卖场危机 / 197

第一节 应对各种突发状况 / 200

一、应对暂时缺货 / 200

二、应对竞争对手 / 202

三、应对患病顾客 / 204

四、应对新闻记者 / 206

五、应对偷窃事件 / 208

六、应对抢劫事件 / 210

第二节 处理各种意外事故 / 212

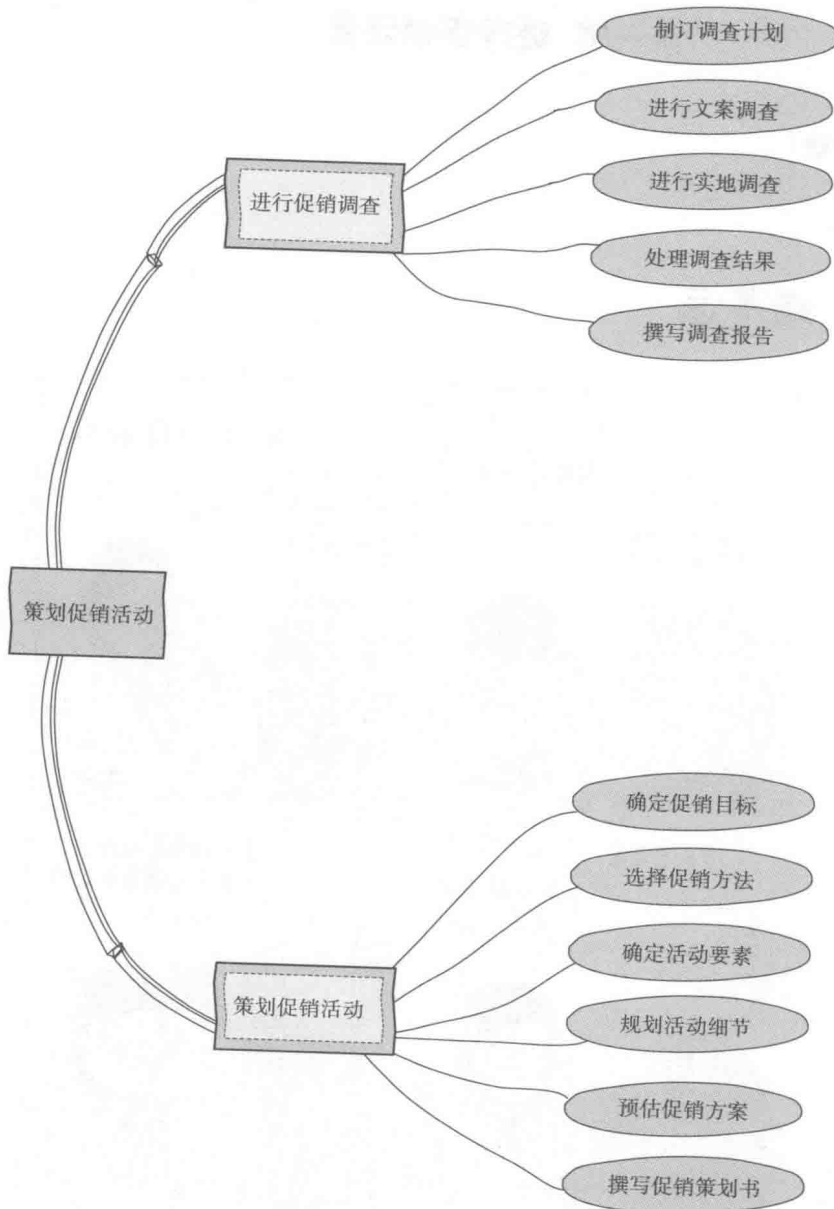
一、处理停电事故 / 212

二、处理火灾事故 / 214

第一章

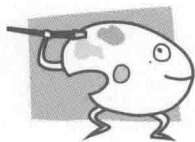
策划促销活动

做策划，先调查，明目的，订计划。
查文案，有方法，集资料，除繁杂。
做问卷，实地查，多检讨，少偏差。
整资料，去其他，用图表，来阐发。
写报告，勿浮夸，贵简洁，忌废话。
调查后，定目标，据实际，看需要。
择方法，按实效，取互补，组合巧。
七要素，应明了，人财物，须协调。
慎细节，忌粗糙，有应对，无烦扰。
评方案，填图表，细自检，预算好。
策划书，多推敲，谋后动，利促销。



第一节 进行促销调查

一、制订调查计划



场景画

