

掌握必备的商品知识，从容应对形形色色的顾客并顺利地实现成交，
这只是一个合格的导购，一个好导购应该有更高的目标。

怎样当个 好导购

杨大筠 著



时尚消费品的分销宝典

中国顶尖时尚营销大师

12年经验集萃

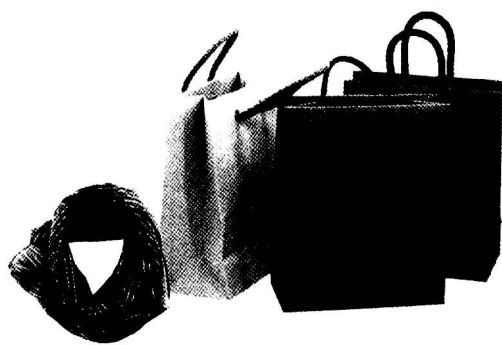
1 000 000 位时尚行业人士获益的赢利模式

广东经济出版社
广东省出版集团



怎样当个 好导购

杨大筠 著



广东人民出版社
广东经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

怎样当个好导购 / 杨大筠著. —广州: 广东经济出版社, 2010. 8

ISBN 978-7-5454-0572-9

I. ①怎… II. ①杨… III. ①服装—专业商店—商业服务 IV. ①F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 154718 号

出版	广东经济出版社(广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
发行	
经销	广东省出版集团图书发行有限公司
印刷	北京同文印刷有限责任公司(北京市密云县十里堡镇庄禾屯)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	10.5
字数	140 000
版次	2010 年 9 月第 1 版
印次	2010 年 9 月第 1 次
书号	ISBN 978-7-5454-0572-9
定价	25.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

·版权所有 翻版必究·

序 言

随着互联网的飞速发展，人们足不出户就可以买到想要的商品。这为人们的生活提供了诸多便利，以至于通过网络来购物越来越被人们所接受。但由于其自身的一些缺陷，比如只能看到图片，看不到也接触不到实物，让很多人在网上购物时缺乏安全感，最终放弃网上购物，而选择去门店。

每当临近节假日时，经常能听到有人说，明天要去某某地方逛逛。其实，这里所谓的“逛逛”很多时候都是没有目的的“闲逛”、“乱逛”、“瞎逛”，但往往逛完后的“战利品”却是数量颇丰，尽管不一定是自己现在需要的或是今后用得着的。经过大量的研究我发现，80%的女性顾客在进入门店选购商品时，本身并不清楚自己需要什么，其购物行为具有一定的盲目性、随意性。事实上，她们有时需要的并不是商品本身，而是一次愉快的购物体验。这就是说，不管顾客是否想要购买商品，只要他们进了门店，对导购来说就是一次机会。那么怎样才能抓住机会、促成销售呢？说到底，就是导购应该怎样做才能说服顾客，怎样才能成为一个好导购。

本书详细介绍了六个方面的内容：第一，成为一个好导购应具备的素质、能力和知识；第二，如何树立导购的良好形象；第三，导购在营业前、营业中和营业后的工作职责；第四，导购应掌握哪些服务流程；第五，导购如何预测顾客需求；第六，怎样训练销售技巧。

本书内容全面、详尽、实用性强，不管是经验丰富的导购，还是经验不足的导购，通过阅读本书，都能从中获益。对经验丰富的导购来说，本书有助于帮助其深入地了解自身的不足以及应该如何弥补这些不足；对经验不足的导购来说，本书有助于帮助其系统地了解导购工作，并通过运用书中的技巧、方法在实践中不断得到提升。

本书没有什么大道理，也没有高深的理论，从头到尾强调的都是，导购应如何基于顾客的角度去思考问题、理解问题。其实，做好导购关键在于心态。有了好的心态，就会从中得到快乐并收获成功。所以本书重在强调心态，这对于正在从事或以后将会从事导购工作的人来说，都是十分重要的。本书不仅是导购必备的枕边书，更是其出色完成业绩迈向更高层次的好帮手。

UTA时尚管理集团 杨大筠

目 录

CONTENTS

序言

第一章 培养专业素质

第一节 素质是导购的一面镜子 / 3

- 一、业务素质照实力 / 3
- 二、心理素质照心理 / 6
- 三、身体素质照体力 / 8

第二节 能力是导购的润滑剂 / 10

- 一、如何待人接物 / 10
- 二、沉着冷静应万变 / 12
- 三、善于运用好口才 / 13

第三节 知识是导购的秘密武器 / 18

- 一、了解你的商品 / 18
- 二、分辨服装面料 / 21
- 三、让门店陈列别具一格 / 29
- 四、巧用POP添光彩 / 34
- 五、门店运作心中明 / 34

第二章 做好形象工程

第一节 制服的“诱惑” / 41

一、选穿制服有讲究 / 41

二、制服的多种功能 / 43

第二节 导购的仪表是门店的名片 / 45

一、仪表要得体 / 45

二、仪表常检查 / 46

第三节 举手投足显风采 / 48

一、用微笑服务 / 48

二、保持良好的站姿与走姿 / 49

三、掌握鞠躬的分寸 / 49

四、牢记听说答的礼仪 / 50

五、礼貌待客 / 53

第三章 明确工作职责

第一节 营业前的工作 / 57

一、打开店门 / 57

二、检查安全 / 57

三、清理商品与展区 / 57

四、准备销售工具与促销用品 / 58

五、检查服装和仪容 / 58

六、备好周转金和零钱 / 58

七、复点隔夜商品 / 58

八、补充货源 / 59

九、检查商品标签 / 59

十、参加早会 / 59

第二节 营业中的工作 / 60

一、招呼顾客 / 60

二、熟悉商品 / 60

三、整理商品 / 61

四、调整陈列 / 61

五、及时清点商品 / 61

六、收货 / 61

第三节 营业后的工作 / 63

一、清点商品 / 63

二、结账、核对票额 / 63

三、补充商品 / 63

四、清理展区 / 64

五、完成并提交报表 / 64

六、参加“晚会” / 64

七、留言 / 64

八、检查安全 / 65

九、更衣、打卡、离店 / 65



第四章 掌握服务流程

第一节 迎宾 / 69

- 一、打招呼的用语 / 69
- 二、打招呼的注意事项 / 70

第二节 接近顾客 / 71

- 一、把握顾客心理, 寻找接近时机 / 71
- 二、观察顾客言行, 抓住接近时机 / 71
- 三、寻找接近的语言切入点 / 73

第三节 试衣间的服务 / 75

- 一、试衣前 / 75
- 二、试衣中 / 75
- 三、试衣后 / 76
- 四、试衣间的必备工具 / 77

第四节 为顾客排忧解难 / 78

- 一、顾客提出疑问 / 78
- 二、顾客犹豫不决 / 78
- 三、顾客相互讨论 / 79

第五节 收银台服务 / 80

- 一、收银台的确认 / 80
- 二、收银时的注意事项 / 81

第六节 跟顾客说再见 / 82

- 一、有礼送客 / 82
- 二、PCA原则 / 83



第七节 维护顾客关系 / 84

一、顾客资料取之有道 / 84

二、顾客资料要管理 / 85

三、顾客资料用途广 / 85

第五章 理解顾客心理

第一节 用最短的时间了解顾客 / 89

一、不同性别的顾客 / 89

二、不同年龄的顾客 / 91

三、不同收入的顾客 / 94

四、不同性格的顾客 / 96

五、不同购物态度的顾客 / 98

第二节 成功处理顾客投诉 / 100

一、了解顾客投诉的原因 / 101

二、认真倾听顾客叙述 / 101

三、与顾客沟通，达成共识 / 103

四、及时有效地解决问题 / 104

五、后期工作要跟进 / 106

第六章 训练销售技巧

第一节 基本技能法则 / 109

一、以销售为荣，热心追求利益 / 109

二、正确理解服务事业 / 110

三、向目标挑战，突破低潮 / 111

四、“三意”是基本的待客之道 / 112

五、导购不可或缺的七项意识 / 113

六、记住购买心理过程的八个阶段 / 113

七、认清导购的任务 / 115

八、待客销售的“4S” / 115

第二节 实战应用技巧 / 117

一、从早会与目标设定开始 / 117

二、开店前销售工具的检查 / 118

三、正确的接近动作和销售位置 / 118

四、待客说话六原则 / 119

五、展示商品和手册的方法 / 120

六、呈现使用状态的摆设技巧 / 120

七、尽可能多地刺激顾客的感官 / 121

八、先讲负面、后讲正面的说话术 / 123

九、活用赞美的方法 / 123

十、掌握询问技巧 / 125

十一、学习讨价还价的应对方法 / 126

十二、判断并抓住顾客想要购买的特征 / 127

十三、促使顾客下决心购买的方法 / 127

十四、收取现金的方法 / 129

十五、精通商品的包装 / 129

十六、如何应对多位顾客 / 130

十七、实行附加销售 / 131

十八、防止偷窃行为的发生 / 131

十九、记住顾客姓名与特征 / 133

二十、增加固定顾客的方法 / 133



二十一、清扫门店与点验货品 / 134

二十二、门店内的各种禁忌 / 135

二十三、调查竞争门店的着眼点 / 135

二十四、“晚会”的内容 / 137

第三节 待客销售的成交技巧 / 138

一、培养敏锐的成交嗅觉 / 138

二、从顾客的态度中发现成交信号 / 139

后记 / 141

附录一 常用面料知识 / 143

附录二 常用除污渍法 / 151

附录三 部分服装、鞋等时尚网站 / 155



培养专业素质

CHAPTER ONE

第一章

CHAPTER ONE

在如今的社会，不再是以单纯的商品销售量作为衡量商业竞争的唯一标准。事实上，我们可以把现阶段的商业竞争看做是一场人与人素质、能力和知识的较量。好的素质能缔造优良的营销理念，从而达到较高的销售业绩。

第一节 素质是导购的一面镜子

一、业务素质照实力

不是每个导购都能成为好导购，也不是每个导购都能拥有辉煌的业绩。导购之所以不同于其他行业的职员，首先在于他必须具备作为导购的最基本的业务素质。

所谓“干嘛行像哪行”，导购这一职业的特性决定了从事导购的人需要具备“商业气质”。就像舞蹈演员站在舞台上，从音乐响起的那一刻起，他们马上就能产生一种强烈的表演欲望、一种发自内心的激情，并通过肢体语言将内心的感受淋漓尽致地传递给观众。想要达到这样的境界，需要舞蹈演员与生俱来的一种对音乐、动作和美的感悟，这也是作为一名舞蹈演员应该具备的素质。

同样，销售场所就是导购表演的舞台，导购要将角色的特点把握好、演绎好，让顾客接受，首要前提就是要具备一定的业务素质。而将这种素质较好地运用到销售环节之中，也是成为一个好导购的重要因素。

1. 商业素质

导购身处商业圈内，从事商业销售，应当具备基本的市场营销概念和商业意识，这也是导购业务素质的一种表现。

(1) 敏锐的商业洞察力

第一，对商业信息的捕捉。

导购对自己负责销售的商品的竞争态势、流行趋势、消费趋向、新上市产品以及同类商品的性价比、品牌的认知程度等方面要有大致的了解。同时，还要学会抓住商业销售的主流与重点，对一些隐性的商业信息有超前的洞察力。

第二，对服务对象的直观反映。

当导购看到一位顾客，要能迅速地在头脑中形成一个直观印象，通过对顾客的外在信息，如年龄、身材、着装等方面的观察，大致分析出顾客的类型、消费倾向、档次需求、购买欲望、浅层心理状态等内在信息，从而为与顾客的进一步沟通做好准备。

第三，对商品的比较。

能够比较出同类商品的质量、档次、设计等差异，如同一类型服装不同品牌设计风格的差别等，这些都有赖于导购对商品的了解程度。

第四，对销售环境的了解。

清楚自己门店所在的商圈、商品所面对的顾客群体、顾客的来源等情况，只有“知己知彼”，才能主动、灵活、有效地调整服务方式，提高服务质量，赢得顾客。

(2) 良好的商业道德与服务品质

从很大程度上来说，导购代表的是门店形象，顾客对门店的信任是建立在对导购业务的认可度上的。导购一丝不苟的工作精神、积极热情的服务态度，会让顾客产生一种“三心”（即对商品放心、对服务放心、对门店放心）的感觉。

第一，敬业负责，严格把关。

导购处于销售行业的最前沿，如果由于自己的马虎大意或不负责任，将有问题的商品交给顾客，给顾客带来了麻烦，就会直接影响到门

店的形象。所以，敬业负责，严格把关，做好顾客的“检验官”，也是导购一项重要的业务工作。在商品上货架前、在商品销售中和在给顾客包装商品时，导购都要对商品进行仔细检查，严把质量关。

第二，诚实守信，兑现承诺。

“以诚待人，以信取益。”推销商品并不是用花言巧语来诱骗消费者，而是真实地将商品的优点介绍给消费者，让消费者成为优良产品的受益者。同时，导购向顾客所做出的任何一项承诺都要兑现，避免“有意搭货”、“强行推销”、“不守时到货”、“不告之商品准确信息”等现象的发生，导购的诚实守信也是门店信誉的保证。

第三，坚持原则，不随意泄露门店内部信息。

即使是商业促销，也要讲求原则，对于顾客提出的无理要求，应当婉言回绝，坚持门店经营原则，严格遵守门店规章制度。

此外，对门店内部的销售信息、顾客档案、方针政策、营销计划等商业信息绝对不能随意向外泄露。

2. 工作素质

(1) 充满激情与活力

作为一名导购，要热爱生活、热爱工作，并要以极大的热情投入每一天的工作。导购要从工作中感受到乐趣，让周围的人被自己的激情与活力所感染，为顾客创造一种舒心的购物氛围，从而激发他们的购买欲，促成交易。

(2) 头脑清楚，办事认真

导购工作看似简单实则很烦琐，从进货、检货、理货、销售到成交、取货、送货、接受反馈、联系顾客等一系列工作的完成，都需要导购直接参与。所以，导购必须拥有清楚的头脑和认真负责的精神，才能将工作有条不紊地完成好。试想，如果导购交付给顾客的商品与顾客所要商品不一