

Pilot 派力营销图书

屈云波 主编

美国西尔斯百货销售培训

零售宝典

SALES MANUAL
The Successful Business
Mantra of the Sales Professionals

Pam Ahuja 著 派力 译

掌握销售十律 成为零售冠军

企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

屈云波 主编

美国西尔斯百货销售培训

零售宝典

SALES MANUAL

The Successful Business
Mantra of the Sales Professionals

Pam Ahuja 著 派力 译

图书在版编目 (CIP) 数据

零售宝典 / (印) 阿胡雅著; 派力译.

—北京: 企业管理出版社, 2010.11

ISBN 978-7-80255-724-6

I. ①零… II. ①阿…②派… III. 零售商业—商业经营—经验—美国 IV. ①F737.124.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第225256号

SALES MANUAL: THE SUCCESSFUL BUSINESS MANTRA OF THE PROFESSIONALS by PAM AHUJA

Copyright: © WITH THE AUTHOR

The edition arranged with B.Jain Publishing Group
through BIG APPLE AGENCY, LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright:

2010 ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

All rights reserved.

本书中文简体字版由企业管理出版社出版。

未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记号图字01-2010-7479号

书 名: 零售宝典——美国西尔斯百货销售培训

作 者: 帕姆·阿胡雅

译 者: 派力

责任编辑: 周灵均

书 号: ISBN 978-7-80255-724-6

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号

邮 编: 100044

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 香河闻泰印刷包装有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 168毫米×235毫米 16开本 10印张 119千字

版 次: 2011年3月第1版 2011年3月第1次印刷

定 价: 30.00元

想长存，须读书

中国人读书现状

据中国出版科学研究所进行的一项《全国国民阅读调查》显示，中国人“识字者阅读率”从1999年的60.4%至2009年下降到50.1%；我国国民每年人均阅读图书仅为4.5本，远低于韩国的11本、法国的20本、日本的40本、俄罗斯的55本、以色列的64本……而读书的认真程度恐怕也大不如前了。

究其原因，主要是当今中国处于重金主义时代，没时间阅读、认为读书的投入产出比太低、多媒体时代获取信息的方式多元化以及图书质量下滑等。

营销人读书现状

据派力对近十年来开卷市场营销类图书销量排行榜等相关数据统计分析，每年总计近万种在销的市场营销类图书中排名在前400名的品种单册平均销量十年来下降了5倍之多；而在两大图书网络书店——当当网和卓越网上，虽然市场营销类品类在经营管理大类图书中总销量保持首位但单册平均销量也远不及大众畅销图书和投资理财等泛财经类畅销图书；而16年来单册平均销量或销额一直排名在市场营销品类第一的《派力营销图书》，单册平均销量同样也大不如前。

想长存，须读书

首先，我们要先说清楚“想长存，须学习”的道理。从企业营销进步水平的角度看，虽然中国企业市场意识和营销能力十多年来取得了很大进步，但跟世界发达国家领先企业相比，恐怕不会有几个人会认为中国企业的营销水平已经勇立潮头、可以高枕无忧了吧？如果经济低潮周期来临，那就会检验出我们中国企业市场意识和营销能力到底处于何种发展阶段；从营销人员个人职业发展角度看，因为十多年来甚至三十多年来，中国经济快速发展，不少行业和企业好像“傻瓜都能把货卖出去”，不需要什么专业精深的营销知识和体系，但殊不知近十年来，就是那些受过良好教育及专业训练的营销经理人越来越受到中国领先企业的猎聘和重用，而大量缺乏学习意识和学习能力的“经验型老手”却陆续被淘汰出局。

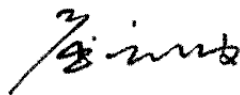
如果多数中国营销人能够认同“想长存，须学习”的道理，那么接下来我们该选择何种学习途径呢？我们知道学习和培训确实有多种方式，但每种方式都有其优缺点，比如互联网和报刊，优点是文章实时且简短，缺点是没有图书的系统性、工具性和教材性；而通过在职学历教育、咨询和培训专业机构服务等学习途径，优点

是能比较好地解决系统性甚至针对性问题，但其学习的方便性、时间和资金投入成本却无法与图书对比；而图书既系统专业，又阅读方便、省时省钱。简而言之，图书是您投入产出比最大的一种学习途径！

以上所述，与您共勉。

北京派力营销管理咨询有限公司

《派力营销图书》主编



2011年1月1日

我们每个人都希望能够获得销售的成功
但这份成功却是很多人可望而不可即的
这仅仅是因为我们不知道如何才能获得成功

本书将告诉你如何成为一名成功的销售人员

但是

要时刻铭记

没有人能在一天内成为成功的销售人员
只有每天坚持不懈地努力才可能获得成功

（献）词

谨以此书献给曾与我共事过的各位零售业同仁们。

我殷切希望以本书回馈那些丰富我的知识结构的同仁们。

同时，我还衷心希望本书能够帮助销售人员更好地工作，从而更好地为顾客提供服务。

（致）谢

本书的成功出版得益于许多人的共同努力。

感谢过去二十年与我共事的零售业同仁们，感谢我的家人对我长时间不间断地为零售业努力工作给予的体谅和支持，更要感谢各位同仁和家人对我写作本书的支持。书中许多实例及秩事来自不同渠道，也是我过去二十年自身经验和研究的成果。

感谢B.Jain出版公司出版本书并及时的为我提出了许多宝贵意见。

积极接受批评，才能更高质量地展开工作

在商业的世界中，基层销售人员是最重要的角色

销售十律

1. 微笑面对顾客
2. 与顾客交谈
3. 友好接待顾客
4. 如果认识顾客，不妨直呼他的姓名
5. 对每位顾客都怀抱真挚的热情
6. 对顾客的亲切一如既往
7. 真诚大方地称赞顾客的选择
8. 切身体会顾客的感受
9. 认真考虑顾客的意见
10. 随机应变地满足顾客的不同需要

前 言

“人不可能总买对，但你可以总卖对。”

在过去的几年中，印度的零售业发展迅速，规模倍增。在世界各地的人们已经意识到了这个不争的事实。

印度的经济在迅速壮大。

印度的经济实力和影响力不断增强，在国内和国际无不如此。而且，富裕的印度中产阶级拥有大量的金钱可供支配。

这都使得他们成为富有吸引力的顾客。

如今，人们衣着光鲜，家庭生活标准也在不断提高。

他们要穿更好的衣服。

他们也要用质量更好的家具。

上述迹象可以表明，零售业正呈现快速上升趋势。

为了满足人们日益增长的消费需求，许多城市已经开设了大型商场，而且每个大城市也都正在建造大商场。

不管是进口产品还是国产产品，一切应有尽有。

随着“超级购物中心文化”(Shopping Mall Culture)*的出现，我们必须找到：

* Shopping Mall意为超大型购物中心，属于一种新兴的复合型商业形态。其是一种集购物、餐饮、住宿、休闲、娱乐和观光旅游为一体的“一站式”消费场所。——编者注

- ★ 应对新潮流的方法；
- ★ 训练我们的销售人员展开经营管理的方法；
- ★ 为顾客提供非凡的服务，以吸引他们再次光临的方法；
- ★ 提升销售额的方法。

以上就是本书的主要内容。

在《零售宝典》中，我们将为您阐述如何成为一名：“专业、成功的销售人员。”

出版序言

越来越多大型商场的涌现，无疑将会带来一场空前的“零售业革命”。这场革命需要那些在商场和百货公司的求职者具备非凡的销售技巧、顾客服务意识以及适应能力强的个性。写作本书的目的正是指导零售商店新员工掌握销售和顾客服务的艺术。零售商店之间存在着残酷的生存竞争，每家商店都想在产品价格、顾客服务和市场情报方面压倒对方。毫无疑问，商店需要具有愉悦人的个性以及拥有最好的销售才能的人才。作者本人在美国零售业工作了数十年，在该行业具有一定的权威性。作者应用具体的、引人入胜的实例激励读者，她强调，商店需要的是有条理、自律、穿着得体、态度积极、志向高远和定位成功的销售人员。然而，虽然零售业需要良好的公共关系技巧，但从长远看来，销售人员的自我控制能力才是最终为商店的财富累积做出贡献的决定因素。

本书为那些刚入行的新人提供借鉴，并为老板和雇员提出了如何使商店出类拔萃的指导性意见。作者推崇的高职业标准、对正确方向的把握以及全球性视野可成为任何行业的主要支柱，避免因为目光短浅而停滞不前。

Kuldeep Jain

B.Jain 出版公司 CEO

目录

献词	II
致谢	III
前言	VII
出版序言	IX
● 第一章 纯销售环境 (PSE)	2
● 第二章 专业性职业	24
● 第三章 接待顾客前的准备工作	30
● 第四章 销售开端	36
● 第五章 消除顾客疑虑	42
● 第六章 缔结销售	48
● 第七章 处理退换货的艺术	54
● 第八章 拓展顾客群的艺术	60
● 第九章 商店安全问题	66

目录

- 第十章 以积极的态度销售 / 72
- 第十一章 促销和促销标牌 / 76
- 第十二章 零售业运作 / 84
- 第十三章 工作场所的电话礼仪 / 90
- 第十四章 肢体语言和语调 / 98
- 第十五章 如何减轻工作压力 / 104
- 第十六章 零售业就业状况 / 112
- 第十七章 个人能力技巧（求职篇） / 118
- 第十八章 适当的培训可以缔造成功者 / 126
- 第十九章 作者最后的思考 / 134

第一章

纯销售环境（PSE）

