

中国门店类原创畅销书作者 零售终端实战培训重量级专家 王建四◎著

第2版

卖什么也别卖东西

轻松创造门店销售奇迹

终端店铺最为推崇的原创著作 零售门店竞相珍藏的销售宝典

- 一本绝不抄袭却不断被模仿的**原创书**
- 一本靠读者口碑造就的**畅销书**
- 一本被千余家企业大量团购的**培训书**
- 一本凝聚了王建四10年智慧的**经典书**



化学工业出版社

第2版

卖什么也 别卖东西

轻松创造门店销售奇迹



化学工业出版社

·北京·

本书基于顾客进店到出店的整个流程，指导门店销售人员抓住顾客心理，摸清其问题和需求，科学地规范自身行为，正确地与顾客建立关系、进行产品定向、推介展示、清除异议、关闭交易、挽留顾客等，克服成交阻碍，提升销售业绩。

本版在第一版的基础上进行了修订，对内容进行了全面的更新，尤其是新增了一些重要的销售技巧、方法和案例分析，使本书更为实用、更贴近实际。本书是各类门店老板、店长及销售人员必备的实战秘籍，也是品牌企业馈赠加盟店、门店老板馈赠员工的绝佳礼物。

图书在版编目 (CIP) 数据

卖什么也别卖东西：轻松创造门店销售奇迹 / 王建四
著. —2版. —北京：化学工业出版社，2011.3

ISBN 978-7-122-10427-4

I. 卖… II. 王… III. 销售-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第009163号

责任编辑：曾清燕 张焕强
责任校对：王素芹

封面设计：嘉誉堂书装
版式设计：韩 飞

出版发行：化学工业出版社
(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装：化学工业出版社印刷厂
710mm×1000mm 1/16 印张13½ 彩插2 字数148千字
2011年4月北京第2版第1次印刷

购书咨询：010-64518888 (传真：010-64519686)
售后服务：010-64518899
网 址：<http://www.cip.com.cn>
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：33.00元

版权所有 违者必究

推荐序一

在真正接触王建四老师之前，就对他及其著作有所了解。无论是行业界朋友，还是我们工艺大师沙发的各地经销商，都曾多次提起过王老师。王老师的《导购这样说才对》及《卖什么也别卖东西》也是我案头常备的实战宝典。可以这么说，我是王建四老师的忠实粉丝，所以特别期待王老师给我们全国各地的经销商授课。

随着我们工艺大师沙发在国内市场的逐渐发展壮大，我深刻认识到工艺大师要想更快提升品牌知名度和市场占有率，就必须不断学习，系统提高经销商的素质能力，提升销售人员的销售服务水平。这时我脑海中立即闪现出王建四老师的名字。2009年，经过几番预约，我终于有幸在王老师来上海授课间隙拜见了王老师，并有相见恨晚的感觉。王老师根据我们工艺大师沙发的情况制定了一套完整培训方案，决定给我们工艺大师沙发的全国经销商体系做一场“专卖店业绩翻番”的大型培训。

我与我们工艺大师全国经销商一起全程聆听了王老师两天的培

训。王建四老师独特的讲课方式让我记忆犹新，培训课堂上掌声不断响起，大家学习热情高涨，下课休息还不时地讨论分析王建四老师课堂的案例。王老师的课程寓教于乐、快乐互动，学员们接受起来特别容易。课程结束后，许多经销商纷纷建议公司明年继续邀请王老师讲授店务管理方面的课程。

一个多月以后，我们对培训效果进行了跟踪。工艺大师沙发全国各专卖店员工心态都有明显改善，业绩也显著提高；许多经销商老板纷纷来电，感谢公司并希望工艺大师沙发明年再邀请王建四老师授课。这是我从来都没有预料到的。回想当初公司发出培训邀请函时，很多经销商都推辞，再看看现在经销商们主动邀请学习的变化，说明王建四老师的培训正是我们所需要的。这次培训令我感慨颇多，目前国内零售培训讲师很多，但要真正与实际销售结合并有针对性地为企业制定合理培训方案的却很少，所以，我很庆幸我们工艺大师沙发做出了正确的决定。为此，我决定与王建四老师建立长期战略合作，由王建四老师组建工艺大师商学院并担纲常务院长，对加盟工艺大师的经销商进行长期辅导，为工艺大师沙发的更好发展提供长期坚实的保障。

前段时间，一次与王老师的沟通中他谈到《卖什么也别卖东西》（第2版）想借用工艺大师的一些案例。我们工艺大师作为一个高端真皮品牌，很荣幸能够为该书提供我们发展过程中的一些真实案例，以便让更多人从中获益。后来，王老师还邀请我为该书写序，我感到非常惊喜，随即明白这是王建四老师对我们工艺大师沙发未来发展的肯定，体现了我们彼此之间的信任。

我用了将近3天的时间来详细拜读书稿，我发现王老师的这本书完全借鉴美国哈佛大学的案例教学模式，从终端收集最真实的案例撰写而成。现在书店里像这样原创性的实战书籍，还真是不多。我相信该书必将又是一本经典的、可以流传下去并深得读者喜爱的原创著作。在此，我对王老师为中国零售门店踏踏实实写原创书的负责任态度表示由衷的感谢，我也真诚地向各位朋友推荐王老师的书籍，希望有更多的朋友支持原创。

上海工艺大师沙发有限公司董事长



2010年12月20日于上海



推荐序二

“障碍源于无知，学习改变命运”，企业的发展要求我们必须要有学习的主动性。上海圣夫岛纺织品有限公司是一个学习型组织，企业一直重视对团队成员的培训。在我们企业开展的众多培训之中，我们团队对王建四老师的培训评价是最高的，因为王老师的培训有高度，有深度，并且实战性强。我们很庆幸能得到王建四老师的培训和指导，在感谢王建四老师的辛勤付出的同时，期待着能再一次与王建四老师战略合作！

2010年，上海圣夫岛纺织品有限公司开展了一次圣夫岛家纺“做金牌店长，享盛世共赢”的培训会。这是一次针对圣夫岛家纺零售终端的全国优秀店长的培训。因为公司对培训的要求极高，所以我们在培训老师的选择上面花费了大量的精力，最终在行业其他朋友及经销商们的推荐下，选择了与王建四老师的合作。当时王老师的课程较多，培训时间上有冲突，为了坚持我们的选择，我们将会议时间做了调整。“功夫不负有心人”，我们终于如愿与王建四老师合作，并取得了很好的效果。现在回想起来，当时为了能与王建四老师合作而做的所有工作都是值得的！

在这次300多人的培训会上，王建四老师的培训课程不但内容丰富，实战案例较多，而且王建四老师讲得生动具体，得到了包括圣夫岛家纺董事长黄惠标先生在内所有接受培训的圣夫岛人的高度评价。此外，王建四老师忠于职业，全心为客户服务的职业操守和奉献精神也深深感动着与会的每一位圣夫岛人。接受王老师的培训之后，圣夫岛家纺的终端销售有了明显的提升，全国终端销售业绩增长80%以上，王建四老师的贡献也必将载入圣夫岛品牌发展的史册。在此，谨向王建四老师表示最衷心的感谢！

对于王建四老师《卖什么也别卖东西》这本书我们并不陌生，我们圣夫岛家纺以前曾经大量购买该书送给全国的经销商，终端反映非常好。现在该书进行再版，我对王建四老师对中国零售业所做的贡献表示由衷的感谢。同时，我也将这本书推荐给大家。王建四老师是中国零售业的顶级专家，他所写的每一本书的实战性都非常强。我相信本书一定会给广大读者，特别是从事店铺营销工作的同仁们带来很大的收获，因为我们圣夫岛家纺已经从中尝到了甜头。

上海圣夫岛纺织品有限公司营销总监



2010年12月26日于南通



自序

绽放于红酒与香烟中的智慧

本人拙作《服装应该这样卖》出版4年加印48次，堪称全球最畅销的服饰类书籍。《导购这样说才对》短短2年时间加印25次，成为各大网店及书城中门店零售类最畅销书籍之一。此后，很多读者陆续致电表示要全套收藏我写过的所有书籍，也有很多学员纷纷咨询我的下一本书何时出版。读者的肯定与厚爱令我倍感欣慰，我终于感觉到“写原创书籍”给我带来的巨大满足感。本着“对读者负责，本本皆原创，绝不做山寨书”的原则，经过本人6个月的亲笔撰写，伴随着50包香烟和30瓶干红的消耗殆尽，《卖什么也别卖东西》诞生了！

这本书延续了前两本书的风格和特点，内容实战，行笔互动。本书基于顾客进店到出店的整个流程，指导店员如何科学合理地规范自身行为，直至顺利成交。全书针对顾客及店铺常见问题，大量运用各行业的最新互动案例，让店员不仅知道要做什么，而且还明白为什么这么做；不仅知道该如何做有利于成交的事，而且还知道该如何避免阻碍成交的事。

如果说《服装应该这样卖》及《导购这样说才对》是工具书的话，那么《卖什么也别卖东西》则是方法与工具有机结合的实战指南。这本新书凝聚了我10年来对中国零售门店深入调研和辅导的最新成

果，不但有方法，而且有经验与技巧；不但有驻店调研情况、错误应对分析、实战策略说明，而且有丰富的实战演练和实用语言模板。

全国各地每天都有大量的读者通过QQ留言及电子邮件询问我如何成为一个称职的店铺卖手，我给他们的建议是——请阅读本人拙作《卖什么也别卖东西》吧。现在，我依然自信地告诉各位，如果您理解该书并且使用哪怕其中10%的内容，都能够让您的店铺业绩大幅提升，因为该书中部分内容曾被国内诸多知名服饰类企业作为课程导入做全国终端巡回培训，也有许多中国比较知名的家居建材企业将该书作为指定教材使用。该书中很多方法都是本人用10年时间去调研、提炼、回炉，并被国内几百家门店证明行之有效的。许多知名品牌的老总以及金牌店长都为我的研究提供了大力支持，并提出了不少宝贵的建议。可以这么说，《卖什么也别卖东西》凝聚了众多中国零售人的智慧精华，所以，我真诚地向您推荐：看下去吧，请看完这本书！因为它可以帮助您迅速提升业绩，因为它尚未出版时就已经有20万中国零售人在看、在用本书中的部分内容，并且广为认同！如果将本书与我的培训光盘及《服装应该这样卖》或《导购这样说才对》结合使用，效果更好！

在该书写作的过程中得到了许多专家及零售同仁的鼓励、支持和帮助，在此，要向上海工艺大师沙发董事长陈相先生、上海圣夫岛家纺营销总监许光东先生、浙江永吉地板总经理黄永平先生、厦门金牌橱柜客服总监李子飞先生等的支持表示特别感谢！他们为本书的创作提出了许多宝贵建议。本书行文及内容上难免有偏颇之处，还望各位读者及行业同仁海涵并提出宝贵建议！

王建四

2010年12月修订于海南

第二版前言

我的第三本书籍《卖什么也别卖东西》自出版以来，得到了全国各地读者的支持。短短两年时间，许多读者纷纷给我留言表示感谢，也有许多企业向我咨询做企业内训的事情。可以这么说，这本书是在零售界朋友和读者的大力支持下成长起来的。在此，我对全国各地的各位读者深表感谢。

但随着市场日新月异的变化，《卖什么也别卖东西》中有些内容确已需要调整，而且由于本人对中国零售门店的不断深入研究，很多新知识、新观念及新方法不断涌现，本着对我的读者负责的态度，也出于让那些跟风书及山寨书永远跟不上趟的目的，在出版社的大力推动下，才有了您今天看到的《卖什么也别卖东西》升级版。

当然，虽然说是再版，但这本书的工作量一点都不比原版少。升级版里添加了现今门店最新出现的一些新情况新问题，完善了大量的店铺案例，而且系统提出顾客沟通的四把金刷子，最为关键的是，书中通篇隐埋本人最新研究的门店业绩翻番的五大核心武器。这些我过去只是在课堂上才会讲授的内容，在书里都一并呈现了。所以，我认为升级版内容更全面，方法更新颖，可读性和实操性更

强。相信看过第1版的您一定会从这个版本中得到更多的收获。

最后，我要再一次感谢全国各地我三本原创书籍的读者，感谢你们对原创零售书籍的支持，感谢你们对本人坚持“亲手写书”的支持，也感谢你们向身边的同事、同行及厂家不断地为我的书籍和课程做口碑宣传。因为有了你们的支持，我感觉非常温暖，也感到长时间亲自伏案疾书的那种艰辛，原来是那么的美丽。虽然，很多时候，只是一个感谢的短信，一两句肯定的话语，但那已经足够了！我会继续努力的，为了不辜负那些曾经并正在支持我的读者，我愿意用我的手和心，为你们奉献更加美丽的文字。

王建四

2010年12月30日于杭州

作者赠言

书不是拿来看，而是拿来背、拿来练的

古语说得好：学习致用。但有时却成了“学而无用”，因为很多时候，我们学习的是没用的东西；即使我们学习了有用的东西，如果我们没有坚持正确地使用，东西再好也还是没有用。您说是不是？

其实，给很多企业培训的时候，许多经销商老板在课间及课后都纷纷找到我，真诚地表示这是他们所听到的最具实战性的零售课程。说实话，我完全相信他们都是发自内心的肺腑之言，但我一直担心他们是否真正将所学到的东西用到工作中去。如果不用，那对我来说毫无意义，对学员来说更是时间上的浪费。所以，我一直在想，我应该怎样根据中国的零售现状，设计一整套符合中国经销商老板实际的终生学习体系。

各位，您也知道，中国有很多店铺都处于二三线城市，那里非常缺乏好的店员，想招聘招不来，想自己培养但能力又不够，派出去听课嘛，在当地也找不到合适的零售门店课程，再说时间和费用成本也不低。更何况，中国的零售门店规模庞大且大多分散，加之门店工作的特点，导致我们不可能让所有员工都去参加现场培训。

但随着竞争压力的增加和顾客要求的日趋苛刻，终端人员的素质又亟须提高，所以，如何快速提升员工能力一直是很多经销商老板非常关心的问题。

本人根据10年的终端调研，研发了一套低成本学习的方法，现在中国大约有55家的门店老板正在导入我这一整套方式，均取得了很好的效果。现与各位分享，希望对您建立学习型门店及提升销售业绩有所帮助！

员工辅导=每人两本书+每店一套光盘

一、如何选择学习书籍和光盘

1. 如果做的是耐用消费品（家具卫浴、地板瓷砖、家纺、橱柜及通讯电器等），建议人手两本书：《卖什么也别卖东西》和《导购这样说才对》。

2. 如果做的是时尚品（服装鞋帽、箱包饰品、珠宝首饰及化妆品等），建议人手两本书：《卖什么也别卖东西》和《服装应该这样卖》。

3. 无论您从事什么行业，建议每店针对各自行业购买一套最新版《门店业绩翻番实战特训营》DVD光盘（凡购买光盘者都可成为我机构远程辅导客户，具体请咨询我机构）。

二、如何使用书籍和光盘

建议老板在导入店铺全员学习之前，先向员工宣讲学习的重要性并制订学习计划，尤其要强制性规定统一的“店铺歇业学习时间”，比如每周二晚7点到9点。

1. 每位员工一本《卖什么也别卖东西》，作为平常学习用书，在休息或不影响生意的上班时随时阅读，1个月学完后每个员工

写一篇读后感。

2. 全员光盘学习：光盘学习可以与第一步同时进行。每周学习《门店业绩翻番实战特训营》光盘两张（约2小时），然后展开学习讨论，1个月左右循序渐进地学完全套课程。

3. 每位员工拥有一本《导购这样说才对》（时尚行业则为《服装应该这样卖》）。老板每周从书中选取一个问题作为学习资料，员工利用一周时间熟读、理解该问题，尤其要结合自身情况反复背诵调整后的语言模板。然后一定要在下周“店铺歇业学习时间”组织一对一现场演练。

4. 演练具体操作：建议6~8人分成3~4组进行，每组中一人“扮演”顾客，一人“扮演”导购，进行现场模拟，其他两组做裁判点评演练过程。反复演练直到效果满意为止，然后小组内角色互换继续演练。其他组的演练流程类似，直至全部做完。

三、如何考评效果

1. 组织模拟竞赛。经过一段时间的学习，可从学过内容中选择一些问题，让各组抽签后现场演练并组织裁判打分得出优胜者。

2. 鼓励员工将学过的知识逐渐用到终端工作中，老板、店长应不断观察，发现问题要及时跟进辅导。

3. 王建四终端实战训练机构有完整的考卷和答案，学习完毕，我机构会给符合要求的远程辅导客户提供考卷。学习及工作中有任何不清楚的问题都可以向本机构咨询。

四、学习注意事项

1. 学习是个系统工程，切忌急躁，一定要坚持每周学习一次，共学习6个月时间。

2. 在背诵语言模板的过程中，可以结合自己行业特点灵活调

整，但一定要理解其方法和精髓。

各位朋友，我们其实都不是天才，做终端也不需要天才！您说是不是？虽然许多店员都没有经过系统培训，但是我坚信，只要门店老板及店长坚持按照上述方法带领全店员工系统学习半年，您会发现您的店员在工作中遇到的问题越来越少，工作越来越轻松，凝聚力越来越强，当然业绩也越来越高，利润更是越来越多。真正可谓是小投入大变化！

各位，也许您会问我为什么这么有信心，那是因为现在有55家门店正在按照上述方法实践着，并且大多取得了非常好的效果。既然如此，为什么您不试一下呢？只需用半年时间去坚持学习，您就会发现，其实一切都在慢慢地改变，这真正验证了一个中国人的古训：磨刀不误砍柴工！

王建四

2010年12月31日夜于海南

目 录

CONTENTS

第一章 要提升门店业绩，先明白简单道理 /1

- 第一节 导购，您到底在为谁工作 /2
- 第二节 今天怎样工作，明天就怎样生活 /7
- 第三节 老板，您为什么总是那么辛苦 /13
- 第四节 距离超级导购，您到底有多少差距 /18
- 第五节 是谁在驱逐顾客离开我们的门店 /22
- 第六节 为什么要获取顾客信任总是那么难 /25

第二章 做门店销售，没有想象的那样复杂 /29

- 第一节 拒绝复杂和错误，做门店越简单越有效 /30
- 第二节 如何将顾客做成我们一辈子的朋友 /31
- 第三节 做这么多年，您搞懂什么叫导购了吗 /36
- 第四节 门店导购，一辈子要做好四件事 /41
- 第五节 零售门店导购综合情景训练 /45

第三章 实现与顾客良好沟通的基础实战技巧 /50

- 第一节 不是顾客不好沟通，而是导购不会沟通 /51
- 第二节 把话说得让顾客感觉舒服 /54
- 第三节 利用联想——巧妙催眠顾客自我说服 /62
- 第四节 利用人性——说服顾客其实没有那么难 /64
- 第五节 让顾客滔滔不绝，您就成功了一半 /69

第四章 令业绩飙升的四把沟通金刷子 /72

- 第一节 多做认同——提高说服力的简单武器 /73
- 第二节 多多提问——让最难对付的顾客开口说话 /80