

● 中等职业学校国家规划重点专业教学用书

Commodity

商品经营技能训练

(商品经营专业)

主编 张雪芬



高等教育出版社

中等职业学校国家规划重点专业教学用书

商品经营技能训练

(商品经营专业)

主编 张雪芬

高等教育出版社

内容提要

本书是根据中等职业学校商品经营专业教学需要而编写的,是中等职业学校国家规划重点专业教学用书。本书内容包括柜台接待技能、销售操作技能、商品鉴别技能、商品陈列技能、柜组核算技能、市场调研技能和实务训练等。

本书可作为中等职业学校商品经营专业的专业课教材,也可作为岗位培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

商品经营技能训练/张雪芬主编. —北京:高等教育出版社,2002.6 (2005 重印)
ISBN 7-04-009747-8

I.商... II.张... III.商业经营-专业学校-教材 IV.F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 088516 号

责任编辑 李承孝 封面设计 王凌波 责任绘图 朱 静
版式设计 周顺银 责任校对 王 雨 责任印制 韩 刚

商品经营技能训练
主编 张雪芬

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landraco.com>
<http://www.landraco.com.cn>

经 销 北京蓝色畅想图书发行有限公司
排 版 高等教育出版社照排中心
印 刷 廊坊市科通印业有限公司

开 本 787×1092 1/16
印 张 11
字 数 260 000

版 次 2002 年 7 月第 1 版
印 次 2005 年 6 月第 2 次印刷
定 价 13.20 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究
物料号 9747-00

前 言

本教材编写以营业员职业功能为依据,以培养学生具有较强的专业技能为目标,着重动手操作能力的训练。

该书包含了对营业员应具备的柜台业务技能、柜台接待服务技能和售货操作技能的综合技能要求,较全面介绍了各项技能的内容,明确了各项技能的基本操作方法,力求理论与实践有机结合。50个实训练习覆盖了各章节的基本技能点,具有针对性和可操作性,通过练习,可使学生全面把握中级营业员的各项技能。

本教材是中等职业学校国家规划重点专业教学用书,适宜作为中等职业学校商品经营专业及相关专业和职工培训的教材。

本教材总学时为 64 学时,建议对各章课时分配如下表:

章次	一	二	三	四	五	六	合计
课时	8	16	10	8	14	8	64

本教材由张雪芬任主编,参加本书编写的有郭葳、张秀芹、张素娟、边成怀,全书由汪泽青主审。

由于时间仓促,编写水平有限,难免有错,恳请读者提出宝贵意见和建议。

编者
2001 年 11 月

目 录

第一章 柜台接待技能	1
第一节 柜台接待技术	1
第二节 柜台接待语言	8
第三节 正确处理售货矛盾	17
第二章 销售操作技能	20
第一节 商品捆扎与礼品包装	20
第二节 开票与货币鉴别技术	31
第三节 收银技术	36
第四节 商品盘点技术	46
第三章 商品鉴别技能	50
第一节 商品标识常识	50
第二节 商品质量鉴别方法	54
第三节 各种商品质量鉴别	57
第四章 商品陈列技能	73
第一节 商品陈列的技术	73
第二节 超市商品陈列技术	77
第三节 实例介绍	89
第五章 柜组核算技能	95
第一节 柜组经济指标	95
第二节 主要指标的核算	97
第六章 市场调研技能	127
第一节 市场调研的方法及程序	127
第二节 市场调研报告的撰写	147
第三节 案例	149
商品经营综合实务训练	155

第一章 柜台接待技能

第一节 柜台接待技术

接待顾客是一门艺术。营业员在接待顾客时,要十分讲究接待的方式方法,把主动、热情、耐心、周到的服务要求,贯穿在整个接待过程中,让顾客满意。

一、等待时机

在顾客尚未临柜的待机阶段里,营业员应随时做好迎接顾客的准备,无论顾客什么时候进来,都可以为顾客提供最好的服务。这种准备,包括物质准备和精神准备。

(一) 站立的姿势要正确

站立的姿势要自然端正。两脚分开,身体重心在两脚中间。女营业员双手轻握放在身前或柜台上,男营业员双手放在身后,或双手在身体两侧下垂。下颌微收,目光平和,面带微笑,正面向顾客,以极其自然的态度,观察顾客的一举一动,并等待良机与顾客做初步接触。

不允许身体靠、趴、蹬、靠在货柜、货架或货物上,不允许抱肩、托腮、插兜、揣手,不得听随身听、看书报,不得面对顾客挖鼻、掏耳、剪指甲、化妆,不得面对顾客吃东西、喝水等。

(二) 站立的位置要合适

营业员站立的位置是以能够照顾到自己负责的柜台,并容易与顾客做初步接触的位置为宜。不能站得过于隐蔽,使顾客视线无法顾及,也不能几个人过于集中的站立,扎堆聊天。在柜台里,一人站中间,两人站两边,三人站成一条线。在采用开架式售货方式的商场,营业员没有一个固定站立的位置,他与顾客都在同一通道上走动,这就要求营业员在他所照管的范围内要随处移动,以照顾到所有的顾客。

(三) 物质准备要充分

每个营业员在接待顾客前一定要做好一系列的物质准备,包括:

1. 整理与补充商品

在没有顾客临柜时,要将经过顾客挑选之后的商品重新摆放整齐,补充售出的商品,认真检查商品质量。

2. 准备好各种售货用具

要检查包扎用品是否够用;计量用具是否准确灵敏,固定放置;实验用具亦要检查好,准备好,以便在接待顾客时,操作起来得心应手。

3. 搞好柜台货架卫生

检查柜台货架,及时将灰尘擦干净。

(四) 做好精神准备

在等待的时机里,最重要的是思想上的准备,每个营业员要以饱满的精神、文雅的仪表、整洁的服饰、文明的举止时刻做好接待顾客的准备。每个人在生活中、工作中都有可能遇到不愉快、不称心的事,但在工作岗位,就要精神集中,全心投入到工作中去。

不论营业员在待机时间里做什么准备工作,都是销售行为的辅助工作,应随时注意是否有顾客走近,如果有顾客光临,应立即停止手中的工作,全神贯注地迎接顾客。

二、接近顾客

营业员和顾客打招呼,主动接近顾客,标志着接近的正式开始。如果迎客成功,售货就成功了一半。

(一) 接近的适当机会

选准接近时机很重要,顾客一进店门,立刻上前询问,或用目光“跟踪”,会给敏感的人以压迫感,反而令顾客产生拒购心理,或认为营业员在拉客推销。招呼打晚了,又会令顾客感到服务不热情。抓住最佳的接近时机,才能获得较好的效果。由于营业员不可能完全准确地摸透顾客的心理变化状态,所以,掌握接近时机,只能从顾客行动与态度来判断。下列表现是接近的适当机会。

1. 当顾客长时间凝视某一商品时

当顾客花长时间注视某一商品时,说明他对此商品发生了兴趣,营业员一定要把握良机,开始做初步接触。

2. 当顾客触摸商品时

顾客如果将商品拿在手上翻看,或是用手去触摸商品表面,表明他对这件商品产生了兴趣。

3. 当顾客抬起头来时

当顾客注视商品一段时间后,把头抬起来,将视线离开商品转向营业员时,说明他有问题,可能要再了解一下这个商品。

4. 当顾客突然停下脚步时

如果顾客在你柜台前突然停下脚步,那么一定是有某种商品吸引了他的视线,这时如果没有营业员过来招呼他,那肯定是丢掉了好机会。

5. 当顾客的眼睛在搜寻时

当顾客在柜台前,用眼在找什么时,说明他明确要找到某种商品,这时,应立即与顾客接触,节省他寻找的时间和精力。

6. 当顾客与营业员的眼光相碰时

当顾客与营业员的目光相碰时,营业员先和顾客打招呼,表现出的是礼貌待客之道,会给顾客留下好的初步印象。

并非仅有上述接近顾客的时机,只要留心观察,我们还可找到很多机会。把握与顾客接近的时机,还要考虑商品的特点与价值,一般来说,选择性较大的商品或价值较高的商品,顾客需要长时间察看与思考,不宜接触过早;而日常生活用品或价钱比较便宜的商品,顾客经常购买,所以,营业员应尽早做初步接触。另外,男性顾客较之女性顾客,中壮年较之青少年不大容易产生紧张心理,早些接近,不会引起顾客情绪的变化。

(二) 接近的方法

营业员在顾客临柜时,应以欢迎的态度去主动接近顾客,向其问候,这是建立人际交往关系的重要一步,它可引发顾客的愉悦情感,从而乐于接受营业员的推销劝说。接近的方法有:

1. 打招呼法

打招呼法就是主动同顾客打招呼,以表示对顾客的欢迎。如:“您好”、“欢迎光临”、“您想看点什么”,它所传达的信息是:欢迎顾客的到来,关心顾客的购买,愿意为顾客提供良好的服务。

对于接待过的顾客,如果能记住他上次曾在你这买过什么,或认出他来买过东西,招呼时顺便表示出来,“您好,上次您买过的那台加湿器用了吗?感觉怎么样?”或“您来了,这次准备看点什么?”都会使顾客觉得你一直关心他,会乐意再让你帮忙购物的。

2. 目光迎接法

目光迎接法即用友善的目光迎接顾客的到来。进入商场的顾客中有一类人是没有确定的购买目标的,他们进入商店是观光浏览,希望碰上合自己心意的商品出售。进店后步子不快,随便环视商品,临柜也不提出购买要求,对这类顾客,应让其在轻松自由的气氛下任意观赏,这时,用目光迎接顾客,比上前去询问、打招呼等效果更好。

3. 介绍商品法

介绍商品法是通过介绍、演示商品吸引顾客的注意和兴趣的方法。当一个顾客正在观看某种商品时,营业员应主动和顾客搭话,直接介绍商品的特点和售卖情况,如告诉顾客:“您看的这种鞋是某公司今春推出的最新款式”。营业员还要通过展示商品,当众使用商品,生动形象地向顾客传递信息,制造一种有利于购买的情景,这种方法,能有效地吸引顾客兴趣,如销售电脑,可由营业员现场示范表演操作方法。

4. 直接服务法

直接服务法就是直截了当地询问顾客要购买什么商品,或根据顾客目光直接拿取商品给顾客的方法。顾客如果有确定的购买目标,对他们要买的東西的性能、质量等已经心中有数,进店就是为买某种商品而来,动作往往表现为:眼光集中,脚步轻快,迅速地直奔某个柜台。这种顾客的心理是“求速”,因此,直接询问:“您要买什么东西吗?”或追踪他们的目光,判定他们的需要,直接出示商品,迅速完成接待工作。

接近顾客的方法还可有微笑的方法等,在使用时不要机械地固定在某一方法上,要根据不同的情况,区分不同的顾客,选择适当的方法。

三、展示商品

展示商品是营业员采用一定形式向顾客展示商品面貌,表现商品特点的售货技巧,是帮助顾客了解商品性能,激发顾客购买欲望的促销手段。商场经营的商品品种繁多,功能不同,用途不一,在展示方法上也不尽相同。

(一) 敞开展示法

敞开展示法是将商品敞开或展开,以展示商品全貌,引起顾客注意的一种展示方法。此法的关键是要展示商品全貌,不仅要让顾客观看商品的外表,还要让顾客观看商品的内在质量和特征。有的商品由于包装折叠,不易看到全貌,要打开包装或展开折叠部分,向顾客展示商品造型、款式。

(二) 器械展示法

器械展示法是通过器械或仪器、仪表来显示商品性能的方法。一些商品的功能特性,必须经特定工具测试才能显示出来,如灯需试亮,光学仪器、电工仪表等类商品需经仪器、仪表检测等。一些商品需借助于支架、模型人来展示各自特征。营业员用器械展示商品时,一定要熟练掌握器械的使用操作方法,调谐好所用器械,并向顾客解释说明器械显示的测试结果与商品质量、性能的关系。

(三) 示范展示法

示范展示法是通过营业员示范操作来展示商品的方法。一些结构比较复杂、需要掌握一定使用要领的商品,如电脑、食品加工机等,需要由营业员进行现场操作示范,才能使顾客了解商品特点及性能,如在出售多功能食品加工机时,营业员将食品加工机的切碎、榨汁、切片、切条等多功能分别进行操作演示,使顾客耳闻目睹真切体验商品功能,才会产生购买愿望。营业员必须熟练掌握自己所经营商品的使用、操作要领,了解商品性能结构并能对简单故障进行准确排除。

(四) 表演展示法

表演展示法是通过营业员亲自表演来显示商品性能、质量的方法。电子琴等乐器类商品的内在质量,需要通过营业员进行现场演奏才能显示出来,游戏机等产品的性能也需表演才能被人关注,服装类商品可以通过模特表演更为生动形象地展示在人们眼里。

(五) 试用展示法

试用展示法是请顾客试看、试听、试用、试尝的展示方法。为了使顾客更好地了解商品的性能、用途、使用方法,某些商品,在不影响其质量的前提下,可以让顾客试看、试听、试用、试尝,让商品自身“说话”,以激发顾客的购买兴趣。

(六) 局部展示法

局部展示法是通过展示商品的关键性部位来显示商品质量的方法。如展示名牌商品时,要着重把商标显示出来,展示新商品时,要着重把它与旧商品的不同之处展示出来,这种突出商品重点、特点的局部展示法,有意识地刺激顾客的感官,展示效果往往很明显。

(七) 拆装展示法

拆装展示法是通过拆卸、组装商品来展示商品的方法。营业员在给顾客展示商品过程中,先把商品的各部分逐项分解,然后再组装。在分解的过程中向顾客介绍商品性能,这里切忌讲解速度过快,操作动作太急,要给顾客一个观察理解的时间。此法适用于由几部分组装成的商品的展示,如各种拼装玩具等。

四、介绍商品

为了使顾客了解商品的特点,便于挑选,促成交易,营业员要主动介绍,既要针对顾客的不同需要做不同的介绍,又要对顾客不熟悉的商品或滞销商品进行热情的宣传介绍。介绍商品的要求是:方法要恰当,既顾及全面,又突出重点。介绍的方法有:

(一) 突出商品特点的介绍方法

对商品进行泛泛的全面介绍,不会给人留下深刻的印象,而着重介绍商品的某些特点,或式样,或价格,或成分,往往对顾客产生很大影响。因此,对名牌商品,要着重介绍它的产地和信誉,如西湖的龙井茶、海尔集团的电器。对新上市产品,要着重介绍它与老产品的不同之处,宣传它的优点,如换代的洗衣粉。对以造型、式样或花色取胜的商品,要着重介绍商品的花色和式样,如服装。对具有精密性、技术性的商品,要着重介绍它的使用方法和养护知识,如电脑。

(二) 针对顾客不同需求的介绍方法

营业员应善于观察顾客的心理活动,从年龄、性别、服饰、言谈、举止上去揣摩顾客的购物意图,采用相宜的介绍语言,突出不同的商品特点,有针对性地介绍商品。有的顾客以价廉为主要购买动机,营业员介绍商品时,要从经济实惠角度介绍。有的顾客以美为主要的购买动机,营业员要拿出流行的花色、式样,让顾客鉴赏评比,视顾客流露出来的偏爱进行介绍。也有些顾客以名贵高级为主要的购买动机,就要介绍高档品质的特性,让其比较鉴别。

(三) 针对复数顾客的不同意见介绍

顾客买东西往往是结伴而来,这些复数顾客有的是实际使用者,有的是影响者,有的是出钱付款者,由于人数多,意见不一致,接待时难度更大。要注意观察复数顾客之间的相互关系,分清主次,找出商品购买的主要决策者,善于谋取与其合作,主动介绍商品的性能、质量、价格,取得他们的认同,这有利于成交。

介绍商品要实事求是,不夸大优点,也不隐瞒缺点。同时,在取得顾客信任的情况下,帮助挑

选,当好他们的“参谋”。

五、参谋推荐

当顾客对某种商品产生购买欲望后,常常对可供选择的同类商品从各方面进行仔细鉴别。在这个过程中,顾客对购买还很犹豫,表现为对商品挑了又挑,拣来拣去;或凝视商品,若有所思,主意难定;或下了购买的决心,还没向营业员明确表示,这时,就需要营业员做进一步的说明和服务。如果营业员能适应顾客的需要,抓住时机,为顾客参谋,根据他流露出的偏好进行推荐。那么顾客会对此商品产生兴趣,采取购买行动。商品交易的达成,很多时候是营业员抓住成交的机会而促成的。

营业员要抓住成交的机会。当顾客把话题集中在某个商品上详细询问时,说明顾客对此商品有了浓厚兴趣,此时,营业员稍加劝说,就可能达成交易;当展示介绍商品时,顾客一边看商品,一边点头时,表示他对此商品很满意;当顾客开始询问商品价格、售后服务问题时,说明顾客对商品基本满意,已经有购买的欲望,此交易很快就要实现了。

营业员要适时采取一些方法和技巧,以促使顾客下决心,尽早实现成交。

(一) 阐明利益法

顾客购买商品是为了获得某种利益,但是,顾客对购买给自己带来的利益往往有一个认识过程,营业人员要会阐明商品的使用给顾客某种需要带来的满足,帮助顾客权衡利弊得失,让顾客相信购买能给自己带来的利益,这样,排除了顾客购买的心理障碍,才能实现购买。

(二) 直接建议法

当顾客对商品没问题可提时,可以直接建议顾客购买。但建议的语言决不能是“您到底买不买?”“您定下来了吗?”这会使顾客不自在,很可能得到否定的回答。正确的方法要扼要地归纳一下商品的特色和顾客所能得到的益处,概括一下顾客应购买的原因,很自然地问:“您看这件商品怎么样?”“您先挑着,我给您开票。”

(三) 选择商品法

当顾客迟迟下不了购买决心时,要把他的注意力从买还是不买转移到购买哪种商品上。请顾客在两种商品上做一下选择,比较一下哪种商品更合他的心意,以使顾客很快地决定购买哪种商品。

(四) 化短为长法

当顾客面对商品的几个缺点犹豫不决时,营业员应能将商品的长处列举出来,使顾客感到长处多于短处,促进顾客对商品的信任。如顾客感兴趣的是价格便宜,但又觉得式样不够新颖,颜色选择范围小,营业员就要充分利用商品的“经济实惠”的特点,再善于比较,顾客会加深购买欲望的。

(五) 机不可失法

这是使顾客感到错过机会就很难再买到此种商品的一种坚定购买决心的方法。如节假日期间、促销期间对商品的特价、折扣、削价,随购物而来的赠送等。营业员在接待顾客时,要有意识推荐此类有时间性的商品,使顾客感到若不立即下决心购买,将失去良机。

(六) 提供证明法

当顾客对商品的个别问题持有疑虑,迟迟未做出购物决定时,可向其介绍其他顾客使用此商品的情况,来印证营业员所做的介绍,或弱化商品的问题,消除顾客的疑虑。也可以用专家的评定证明商品的功能和质量。这种方法为顾客消除犹豫不定的心理,有利于他下定决心。但一定要让顾客感到营业员的真诚,是在为顾客着想,而不是感到在强行推销。

(七) 价格优惠法

当顾客对商品基本满意,可还是犹豫不决时,营业员还可以采用价格优惠的办法鼓励顾客迅速做出购买决定,如可以在自己的权限范围内在价格上做出让步,可对顾客说:“您要是诚心想买,价格上给您优惠×元。”或赠送给顾客一小礼品,以使顾客很快地购买。

要记住,顾客的购买心理是复杂的,是可能随时起变化的,一定要耐心解释、答复,热情服务,使顾客建立购买信心。在即将成交时最容易发生的错误是:顾客尚未做出购买决定以前催促顾客;不能帮助顾客做出决定而表现出漠不关心;不能圆满答疑或妥善处理异议而代之以迟疑或错误的答复;在顾客对购买决定尚在犹豫时迫使顾客购买等。

六、商品成交

商品成交就是把顾客的购买决定变成购买行动。

(一) 计量包扎

当顾客选好商品时,营业员将顾客选定的商品进行计量包扎。对需要称量的商品,要以认真负责的态度做到秤平量够。对商品要妥善装袋,需包扎的商品要讲究结实牢固,美观艺术,方便携带。

(二) 计价

计价就是计算货款。营业员要准确迅速地做好这项工作,并要将计价结果报给顾客听。如果顾客有疑问,营业员应耐心地重算一遍,并有礼貌地做好必要的说明和解释。

计价的方法可以运用心算,也可以利用电子计数器或算盘计价,计价的整个过程,都要当着顾客面进行。

(三) 收款

在收款时要坚持唱收唱付。即收款员或营业员收款时,要向顾客说明收到的钱数,经顾客承诺后,再放入钱箱,找零时,要说明找回的钱数,当面交待清楚。这样做可以避免或减少收找货款

时的差错,提高服务质量。

收款,要先点收整数,后点收零数,如货款是 137 元,就先点收 100 元,再点收 30 元,后点收 7 元。如果一次收款数额较大,票面又不同,应先按票面划分开,然后分别点清。找零,应先找尾数,后找整数。如顾客交款 200 元,而实际货款是 125.50 元,应先找 5 角,再找 4 元,后找 70 元。在找零前,要复核一次,当面点清。坚持做到先收款,后付货的原则。

在使用信用卡结算时,需进行验卡、压卡、签单。验卡指收款人员通过眼看,核对,查阅确认信用卡的真伪;压卡指将确认无误的信用卡与签购单用压卡机压上有关内容;签单为持卡人在压好的签购单上签名,并确认。采用这种形式要注意保护持卡人的经济利益。

(四) 付货

付货前,先要检查收款员是否在销售小票上盖章,再对照品名、数量后才能付货。营业员把包扎好的商品连同销货凭证递交到顾客手里。

递交的基本要求是主动递交,准确礼貌。主动递交就是将商品递交给顾客,并根据不同购货对象和不同的商品,进行必要的交代,如携带时的注意事项,退换货规定等。准确礼貌就是在递交任何物品时都应礼貌地用双手把商品轻交到顾客手中。

根据顾客在需要某种商品的同时,还会伴随产生对有关联性商品需要的情况,在顾客购物结束时,可不失时机地建议顾客购买连带性商品,以表示对顾客的关心。这些辅助性建议如能正确运用,则会产生较好的效果。因为顾客在前一笔生意中已经对这里的商品、营业员建立了信心,而有可能产生连带性购买。

七、送别顾客

顾客离柜时,营业员要有礼貌地送别。

送别的方式一般有语言送别和行动送别两种。

(一) 语言送别

语言送别就是当顾客离柜时,主动招呼“欢迎再来”、“再见”。

(二) 行动送别

行动送别就是向顾客点头示意,笑脸相送或目送顾客离柜。

营业员应了解,道别是接待顾客的终点,但同时又是树立企业形象、给顾客留下良好印象的重要一环,要认真做好此项工作。

第二节 柜台接待语言

营业员在柜台前进行销售服务,一刻也离不开语言。营业员是否掌握接待顾客的柜台语言,

养成良好的柜台用语习惯,既反映了个人的思想、品质修养和文化素质,更关系到交易的成败,直接影响服务质量的高低和企业为顾客心中的形象。

一、柜台接待语言的要求

(一) 讲究语言的礼貌、规范

营业员在接待顾客时,要十分注意使用礼貌语言。这既是对顾客、对自己尊重的表现,也是交谈的基础。营业员文明礼貌习惯用语一般表现在:顾客来了有迎声,顾客询问有答声,顾客购物后有感谢声,不能满足顾客需求时有致歉声,顾客离店时有道别声。要灵活用好“请、您、您好、请稍等、对不起、没关系、谢谢、再见”等文明用语和尊称用语,做到能根据不同情况脱口而出,运用自如。

零售企业应根据自己的业态特点,研究运用接待语言。营业员说话要准确,含义要清楚,用词、用语及造句都要合乎规范。

(二) 讲究语调的亲切、柔和

营业员在与顾客交谈中,要注意语调和语气的正确运用,做到语调柔和,音量适中,语速适当放慢。

语调指说话的腔调,就是一句话里语音高低轻重、快慢的配置。这是语言艺术的一个重要方面,同一个词、同一句话,语调不同会产生不同的效果。如顾客询问的商品正好缺货或刚刚卖完,营业员用高声短促的语调回答:“没有”,顾客听了就会觉得刺耳,甚至误认为是不耐烦;如果营业员轻声柔和地回答“没有”,或“暂时无货,请您过两天再来”,给人的感觉就比较舒服。声音的高低、强弱和说话节奏的快慢,应以使顾客既听得清楚又感觉舒服为宜。

语气,即说话的口气,也需引起重视。营业员在与顾客交谈中,语气的使用要忌生硬、忌轻慢、忌急躁。即不能对顾客态度生硬,不能不尊重顾客,不对仔细挑选的顾客不耐烦。宜采用“商量式”、“请求式”的语气,如“请您稍等一下,好吗?”

(三) 讲究词汇的准确、恰当

说话要准确,贴切,应根据不同的顾客及其特点恰如其分地表达柜台语言。如:顾客问某一品牌饮料质量如何,不要说“还不错”,应具体地说:“这种饮料是以纯天然原料制成的,不含色素。”顾客多数不是专家型购买,希望你是专家,给他准确的信息,肯定不含糊的答复。当然,要恰当地运用语言,营业员必须有丰富的商品知识和技术知识,这样,在接待顾客时才能用明确、得体的语言介绍商品知识。

二、接待语言的常用语

(一) 接近顾客的招呼用语

招呼声也叫迎客声,是营业员接待顾客的第一声。顾客临柜,营业员应抓住接触的最佳时

机,主动迎上去打招呼,说好第一句话,要亲切自然,落落大方。

打招呼的用语一定要恰当,对顾客可以统称“您”,也可针对不同顾客的年龄、性别使用各种尊称用语,如对老年人称:“老先生”、“老师傅”、“大妈”,对中青年称“小姐”、“先生”、“太太”、“同志”,对儿童可称“小朋友”、“小同学”等。

打招呼用语为:

——早上好!

——您好!

——小姐你好!

——先生你好!

——欢迎光临!

——请随便参观!

打招呼的时机和方式也要恰当,如当顾客进店后,目光集中,脚步较快,直奔柜台,营业员应立即接待,主动打招呼:

——您好!您要看看什么?

——先生,你需要什么?我拿给你看。

——欢迎光临,请随意参观选购。

——这里卖××(商品)您要看看吗?

当顾客长时间凝视某一商品时,营业员可过去,说:

——小姐,你想看看××(她所凝视的商品)吗?我拿给你。

——小姐,××(她所凝视的商品)是新产品,请你看看说明。

——先生,这是名牌商品,你试一试吧,不买没关系。

——您试一试吧,或许会合您的心意。

当顾客细摸细看或对比摸看某一种商品时,营业员自然地凑过去,说:

——先生,这商品的性能、特点、质地是……

——大妈,您想买××吗?我帮您选,好吗?

——小姐,这种商品是新上市产品,很受欢迎。

——打开看看吧,不行我再帮您换。

——这是无氟电冰箱,无公害,无污染。

当顾客和营业员的目光相接触时,营业员应立即点头,微笑着打招呼:

——您好!欢迎光临!

——小姐,欢迎随便参观选购。

——这是刚到的商品,您看看吧,不买也没关系。

——我们这里经营××(商品)您要看看吗?我拿给您。

——小姐,有什么事我能帮您吗?

当顾客突然停住脚步仔细观察商品的时候,营业员应从顾客所观察的商品入手,带诱导的说:

——小姐,这种产品结构简单,使用很方便。

——老伯,这种玩具新颖别致,“六一”儿童节快到了,买一个给您的孙子,他一定会很开

心的。

——先生,这是某地的新产品,它的优点是……

——除了这种颜色,我们这还有其他颜色,您要看看吗?

(二) 介绍商品的语言

向顾客介绍商品时,要求营业员态度热情、诚恳,实事求是地将商品的性能、特点、使用方法等介绍给顾客,当好顾客的参谋。

当顾客询问有关商品情况时,要注意观察,有的顾客重视商品质量,有的顾客关心商品价格,有的强调花色,有的人挑选商品时抓不住要领,营业员要根据与顾客的对话体会到的他对商品关心点,针对顾客的购买心理特点详尽地介绍商品知识。

顾客重视商品质量时:

——这款服装是国内名牌产品,看这款式,绝对新颖,做工也很精细。

——这种商品是采用新工艺加工而成的,目前很流行。

——这种商品在质量上绝对没问题,我们实行“三包”。如果质量上出了问题,可以来换。

——您放心,我再做一次试验您看,质量没问题。

——这种商品耐低温不耐高温,使用时请注意。

顾客关心商品价格时:

——这种商品价格虽然高了点,但质量很好,质价相符,很多人都中意买它。

——我再给您拿价低一点的看看,好吗?

——这种商品式样有点过时,但质量很好,而且价格很便宜,不影响使用。

——这种货虽然价格偏高一些,但美观实用,很有地方特色,你买一个回去,一定会受欢迎。

——现在正是促销期,价格优惠 20%,机会很难得的。

——本品是采用天然植物精炼的××等原料合成,价格贵了点,但效力特强,其他产品无法比的。

顾客强调花色时:

——这款服装色彩淡雅,跟您的肤色很相配,您穿很漂亮。

——您穿上试试,不买没关系。

——您仔细看看,不合适的话,我再给您拿别的颜色。

——您还看看别的商品吗?需要什么款式的,我给您拿。

——别着急,您慢慢挑选吧。

——我也喜欢这种颜色。

——这种商品很时兴,买回去肯定受欢迎。

——如果您需要,我可以帮您挑选。

顾客犹豫不决时:

——这种商品有×个品种,您自己比较一下,我看这种很适合您。

——托您买的那位顾客个头、年龄怎样,我帮您做个“参谋”好不?

——您如果不放心,可以去试穿一下。

——您先买回去和家人商量商量,不合适时再退换。

——这种布料有点像毛料,很挺括,颜色也比较适合您。

——我看您穿这件很漂亮。

(三) 答复询问的语言

营业员答复顾客的询问,要热情有礼,认真负责,诚心帮助顾客解决疑难。

当顾客询问商品时:

——对不起,您要买的商品已卖完了,这是相近似的商品,您看是否合适?

——这种商品暂时缺货,请您留下姓名及联系电话,一有货马上通知您,好吗?

——这种货过两天才有,请您到时来看看。

——您问的××(商品),请到三楼去买。

——对不起,目前只有红色和白色的,但是,这两种颜色都很好看,你不妨试试。

——对不起,我们商店不经营这种商品。请到××商店去看看。

当顾客要求试用、试穿一些不允许试用、试穿的商品时:

——请原谅,这种衣服颜色浅,容易弄脏,不宜试穿,您可以比一比大小。

——对不起,这种衣服颜色浅,容易弄脏,不宜试穿,如果您拿不准尺寸,我帮您量一量好吗?

(四) 发生柜台矛盾时的语言

售货矛盾是客观存在的,要正确认识和妥善处理,积极化解矛盾。营业员要严于律己,宽以待人,态度诚恳,语言温和,不能感情用事。

当顾客提出批评意见时:

——谢谢您对我的帮助,今后一定改正。

——刚才的误会,请您能谅解。

——我们的服务欠周到,请原谅。

——实在对不起,刚才我们那位同志态度不好,今后我们对他加强教育帮助,我是××,您有什么意见对我说好吗?

——真是对不起,我一定将您的意见转告给他。

——由于我们工作上的过失,给您带来了麻烦,请原谅。

——请您放心,我们一定解决好这件事。

——谢谢您对我们的帮助,我会将您提的意见向领导反映,改进我们的工作。

因繁忙而接待不周向顾客致歉:

——对不起,让您久等了。

——请您别着急,我马上给您拿。

——对不起,今天人多,我一时忙不过来,没能及时接待您,您需要些什么?

——对不起,刚才一时忙,没听见您叫我,您要买些什么?

因工作失误向顾客道歉:

——对不起,我把票开错了,我给您重开。

——对不起,刚才是我工作大意,弄错了价钱,我这就给您补上。

——对不起,刚才是我没仔细帮您挑选好,让您多跑了一趟,我这就给您重挑选。