

一流员工实战训练营系列

85个导购情景，解决85个导购难题；
上午学下午用，从理念到行动。

金牌导购员 实战训练营

有效解决导购终端最头痛的难题

张津平◎编著



北京工业大学出版社

金牌导购员 实战训练营

张津平◎编著

北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

金牌导购员实战训练营/张津平编著. —北京:
北京工业大学出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5639 - 2576 - 6

I. ①金… II. ①张… III. ①销售 - 方法
IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 226306 号

金牌导购员实战训练营

编 著: 张津平

责任编辑: 宋春立

封面设计: 天字行设计

出版发行: 北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 100124)

010 - 67391722 (传真) bgdchs@sina.com

出 版 人: 郝 勇

经销单位: 全国各地新华书店

承印单位: 北京晨旭印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17.25

字 数: 210 千字

版 次: 2011 年 1 月第 1 版

印 次: 2011 年 1 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978 - 7 - 5639 - 2756 - 6

定 价: 28.80 元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题, 请寄本社发行部调换 010 - 67391106)

前 言

随着零售行业的不断发展，加上商品流通进入国际化轨道，零售行业的竞争日益激烈。在众多选择面前，人们在购物时除了考虑商品的基本使用需求外，更多地追求商品所带来的精神享受。一件商品能否彰显自己的品位和个性，能否满足职业、身份、年龄要求以及对时尚和情趣的追求，更多地成为人们选择商品时的标准。

于是，当商品市场成为“买方市场”时，加强终端销售几乎成了每个“卖方”终端的销售指导思想。因此，为了能在竞争中战胜对手，那些站在产品销售最前沿的导购员，就成了“卖方”终端取胜的重要因素之一。

导购员是直接面向顾客的终端业务员，他们在具体的推销工作中通过现场恰当的举止和优质的服务，给顾客留下美好的印象；导购员必须列举充足的理由让顾客愿意购买产品，并让顾客感到他所购买的产品物超所值。所以，导购员的服务水平和销售技巧的高低，直接决定了产品的销售量。

另外，因为导购员是顾客能接触到的唯一一个“买方”代表，因此，导购员体现着企业形象，顾客在未深入了解产品前，他对公司的感知直接来自于导购员给他的感觉和印象。导购员良好的导购服务可以为企业赢得顾客的信任感和忠诚感。

但是，很多导购员在具体推销工作中遇到了这样那样的困难，无论是在销售语言上，还是在销售技巧上，这些困难都阻碍了他们最大限度地发

挥自己的推销能力。如何在导购过程中把握与顾客沟通的有效性并掌握导购的局面和方向，实现与顾客的有效沟通，这是很多导购员都在思考的问题。

为了更好地帮助导购员应对工作中遇到的各种问题，我们特别编著了《金牌导购员实战训练营》一书。本书从8个不同方面入手，向读者详细介绍了导购过程中可能遇到的各种问题及解决方法，不仅对导购员错误应对顾客的做法作出具体分析和点评，同时给出了正确应对顾客提出各种问题的方法。这些应对方法虽然是针对某一导购情景提出的，但它们具有举一反三的提示作用，有助于从事导购工作的读者朋友读过本书后提高自己的导购技巧和销售业务水平。

第一章 初识顾客：打破坚冰，有效征服顾客

1. 顾客冷眼对待导购员的热情笑容，导购员该怎么办	3
2. 导购员热情接近顾客，顾客却置之不理怎么办	7
3. 导购员热情介绍产品，顾客指出该产品有很多缺点 怎么办	10
4. 向顾客介绍产品优点，顾客没有兴趣转身离开了怎么办	14
5. 看过产品后，顾客认为买不买都无所谓怎么办	17
6. 介绍产品时，顾客对品牌很陌生，从来没有听说过这个品牌， 怎么办	20
7. 听完导购员的介绍，顾客却看中其他品牌产品怎么办	24
8. 顾客看到产品时，认为这种产品太普通怎么办	28
9. 面对顾客的百般挑剔，导购员如何控制好自己的情绪	32
10. 营业高峰时，有些顾客没等到导购员招呼就离开了 怎么办	35
11. 导购员建议顾客试用，顾客坚决不同意怎么办	38
12. 顾客认为品牌“名不副实”怎么办	42
13. 导购员如何在顾客面前保持自信的销售气势	44

- 14. 面对不同顾客, 导购员如何与顾客有效沟通 46
- 15. 导购如何避免以貌取人, 把握推销机会 48
- 16. 导购员如何让自己的语言成为推销优势 50

第二章 消除价格异议, 让钱不再是阻碍成交的因素

- 17. 顾客对产品很满意, 但感觉价格太贵怎么办 55
- 18. 顾客比较产品和价格后, 认为物非所值怎么办 59
- 19. 导购员对价格作出了很大让步, 顾客仍不满意怎么办 62
- 20. 顾客看完产品很满意, 但一听报价就不买了怎么办 65
- 21. 听完报价, 顾客说“××牌的产品比你们的产品便宜多了”
怎么办 69
- 22. 顾客非常看好该产品, 但认为没必要买这样贵的产品
怎么办 72
- 23. 顾客购买数量多, 一再要求降价怎么办 75
- 24. 顾客对产品很满意, 但要等到打折时再购买怎么办 78
- 25. 导购员同意降价, 顾客仍旧犹豫不决怎么办 81
- 26. 顾客认为名牌产品价格高的原因在于宣传费用高, 导购员
怎么应对 85
- 27. 顾客以认识老板为由要求优惠怎么办 87

第三章 消除产品异议, 巩固顾客需求

- 28. 顾客认为导购员的介绍都是出于自身经济利益考虑时
怎么办 93
- 29. 对于导购员介绍的产品, 顾客称不能满足其需求怎么办 96
- 30. 试用产品后, 顾客称产品突出了其自身的劣势时导购员
怎么办 99

31. 看过产品后, 顾客仍怀疑产品质量怎么办	101
32. 对导购员提供的产品相关数据, 顾客表示怀疑怎么办	104
33. 导购员介绍用语太专业, 顾客担心操作有困难怎么办	106
34. 导购员介绍时, 顾客认为产品可选择性小而离开怎么办	109
35. 导购员一直不停地介绍, 顾客没有兴趣怎么办	112
36. 对于导购员的“产品适合论”, 顾客极力反对怎么办	113
37. 产品很适合顾客, 但顾客认为仍有不适合之处, 导购员 怎么处理	115
38. 顾客认为品牌变化了, 不再适合自己怎么办	117

第四章 开展有针对性的销售, 寻找有效的说服顾客模式

39. 顾客提的问题很专业, 导购员应如何回答	121
40. 导购员详细介绍产品, 顾客始终犹豫不决怎么办	124
41. 导购员介绍产品后, 顾客提出很多问题怎么办	127
42. 导购员的介绍才刚刚开始, 顾客已经掉头走了怎么办	130
43. 顾客试用了多套产品, 最后一声不吭离开怎么办	133
44. 导购员介绍产品时, 顾客带来的孩子怎么办	135
45. 面对上门的男性顾客, 导购员如何应对	137
46. 多名女性顾客光临, 导购员如何让顾客满意	141
47. 导购员接待老年顾客时, 应该怎样做产品介绍	144
48. 导购员介绍完产品后, 顾客以老顾客的名义要求打折 怎么办	147
49. 顾客对购买产品“先热后冷”, 导购员如何应对	151
50. 顾客客气地拒绝了导购员的介绍, 推销如何继续进行	153
51. 面对“沉默型”顾客, 导购员如何打动他们	154
52. 顾客有多疑特质, 导购员如何应对	156
53. 顾客固执坚持自己的看法, 导购员如何阐述自己的观点	158

第五章 洞悉顾客心理，有效利用促销工具

- 54. 顾客对促销不感兴趣，对赠品和折扣都无所谓怎么办 163
- 55. 顾客对促销感兴趣，但怀疑产品的质量怎么办 166
- 56. 产品促销期间，顾客既想打折又想要赠品怎么办 169
- 57. 顾客满意产品，但对没有打折活动不满意怎么办 172
- 58. 顾客比较同类促销产品，认为导购员促销的产品不划算
怎么办 175
- 59. 顾客不知道搞促销活动，导购员是否必须给赠品 178
- 60. 顾客很喜欢赠品，但对促销产品不太满意怎么办 182
- 61. 顾客不接受打折以外的任何促销方式怎么办 185
- 62. 与其他促销活动作比较，顾客认为促销力度太小怎么办 188

第六章 决定时刻：打消顾客顾虑，实现生意成交

- 63. 顾客对产品有兴趣，身边的人却说“再看看吧，也许还有
更好的呢”，导购员这时该怎么办 195
- 64. 顾客详细了解产品后没有购买，而是说再比较比较，导购员
怎么办 198
- 65. 顾客准备购买产品，其他顾客却顺口否定，导购员怎么办 ... 201
- 66. 顾客使用产品，却非要与其他人商量后再做决定，导购员
怎么办 204
- 67. 顾客为别人买商品，迟迟下不了决心，最后说“我把他带来
看看再说吧”，导购员怎么办 206
- 68. 产品只剩一件，顾客要求买新的，并说不愿买别人挑剩下的，
导购员怎么办 211
- 69. 顾客很满意产品，但仅剩的一件产品有问题时导购员怎么办 214

70. 顾客对产品满意,但需要过一段时间再购买怎么办	217
71. 顾客虽然看好产品,但对成交仍然犹豫不决怎么办	220
72. 顾客对产品很满意,但不认同导购员的服务怎么办	223
73. 离店前,导购员如何让顾客心满意足以巩固订单	226
74. 在推销过程中,导购员如何抓住顾客的心	228

第七章 售后服务:让更多的新顾客成为回头客

75. 顾客购买产品没过多久就要求退货怎么办	233
76. 成交后,如何预防因导购员态度不好引起的顾客退货	236
77. 顾客抱怨产品降价太快,要求补偿怎么办	239
78. 在退货期内,顾客因款式问题要求退货怎么办	241
79. 过了退货期,顾客因质量问题要求退货怎么办	244
80. 包退期内,顾客在小票遗失的情况下坚持要求退货怎么办 ...	246
81. 无法证明是质量问题,但顾客却要求退换怎么办	249
82. 导购员如何应对每次购买产品都要调换多次的顾客	251

第八章 顾客维护:培养店铺的忠实顾客群

83. 导购员收集顾客资料时,顾客不愿配合登记怎么办	255
84. 电话或邮件邀约老顾客,怎样才能打动他们	257
85. 店铺如何在特别的日子给予老顾客人文关怀	260

第一章

初识顾客：打破坚冰，有效征服顾客

1 顾客冷眼对待导购员的热情笑容，导购员该怎么办

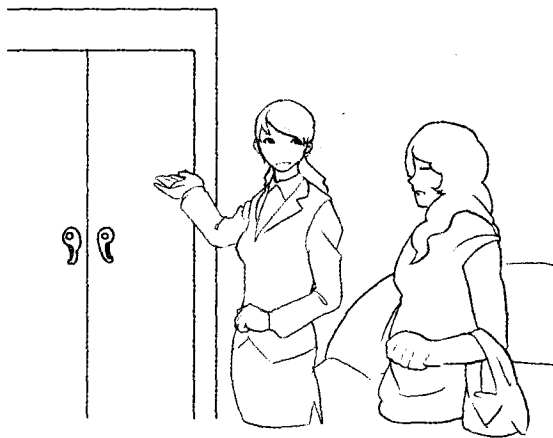
情景描述

导购员热情介绍：“女士您看看吧！我们这套家具流行的是现在最为时尚的简约风，更为难得的是，家具还可以变化，如果您家的摆放面积小，可以将家具折叠起来，需要的时候，您可以把它展开。您觉得怎么样？”

顾客停下脚步，看着导购员介绍的家具。

导购员进一步介绍：“这套家具不仅仅外观简约，而且还是名牌产品，能够充分体现您的生活品位和档次。”

顾客看了一会儿，毫无表情地答道：“我就随便看看。”



错误应对

① “您慢走！”或者“好的，那您随便看看吧！”

点评：上述两种回答方式都属于消极用语，暗示顾客可以随便看看，

看完就走。关键是，一旦这样应对顾客，要想再把顾客拉回来并与顾客进行深度沟通就非常困难。

②整理产品，流露出与顾客一样不屑一顾的表情。

点评：这种做法实际上就是放弃为顾客主动介绍的行为。

③小声抱怨：“这么好的产品，您要是不买又不是我吃亏呀！”

点评：这是最不理智的导购员才做的事情，一旦顾客听到导购员的抱怨，那就不仅仅是顾客不买产品的事情了。



做导购的时候，常常会遇到这样的情况：导购员在激情介绍产品的时候，顾客毫不理睬，他们要么装作毫不在意，要么漫不经心地看着产品，要不“我随便看看”一句话打发导购员。遇到这种情况，很多导购员手足无措，不知道自己该干什么了。

其实，这只是再寻常不过的事情。这种时候，需要的是导购员冷静对待，巧妙接触。一般来说，面对最初的顾客，导购员需要注意这样一些问题：

（1）找准接近顾客的最佳时机

顾客大多不喜欢自己刚一进店导购员就给自己施加有形或无形的压力，所以，导购员开始时的耐心等待很有必要，当发现顾客对商品有兴趣，并且发出求助信号时再上前接待，真诚地为顾客推荐适合的产品。

顾客求助信号一般有这样一些：

①顾客观察产品。顾客观察产品，说明产品对顾客有一定的吸引力，如果导购员此时不与顾客及时对话，一旦顾客目光离开，很有可能对该产品的购买欲望迅速降为零。

②顾客手摸、鼻闻，感受产品。顾客拿起产品反复端详，说明该产品是顾客锁定的较为明确的购买目标，这时导购员应该详细介绍该产品情况，并适当询问顾客有什么要求。

③顾客在产品前停下脚步。既然停下来，表示顾客有进一步了解产品的愿望。这时候导购员要趁机为顾客做一些产品介绍，让顾客对产品有更

深入的了解，产生购买的兴趣。

④顾客东张西望像在寻找产品或者导购员。这时导购员最好给顾客一个明确的指向，如向顾客介绍一下新产品，不仅获得与顾客展开交流的机会，也能借机了解顾客的购买需求。

⑤顾客面向导购员，询问相关产品信息。顾客主动要求帮助，说明对产品的选择已经有了较为明确的方向，购买欲望较强，所以导购员要把握住难得的机会，一定要耐心为顾客做好服务。

（2）礼貌问候胜过销售类问话

当顾客进入商店时，导购员可以礼貌地问候，切忌直接推销产品。“您好，需要买什么东西吗”，“请问，我能为您介绍您需要的产品吗”，类似的问句会给顾客增加必须回答问题的压力，如果非要顾客作出回答，顾客很可能用那句“随便看看”作为回答。

（3）过分热情会招致顾客排斥

许多导购员喜欢在顾客进店时走上前去迎接顾客，或者是顾客进后在后面尾随，并非常热情地开始介绍，这种表现往往会遭到顾客的排斥。即使顾客确实需要该产品，也会因导购员这种不恰当的接待方式而产生厌烦甚至排斥的情绪。

（4）夸大产品功能只会让顾客产生不信任感

也许产品不适合顾客，或者根本就是产品质量不过关，在这种情况下，导购员如果还把产品夸得天花乱坠、完美无缺，在顾客看来，导购员说的话净是假话，没有真话，不能让人产生信任感，更不用说产品了。这时，导购员再卖力气推销产品，无论产品是好是坏，顾客都会无条件地给予否定。

所以，导购员在介绍产品所使用的语言上，要充分体现自己是顾客购买产品帮手的角色，介绍产品的语言应精练，不能有夸大和烦琐，当然更不能有一些诋毁其他同类产品等会引起顾客反感的语言。

（5）导购员的工作是引导顾客购买

导购工作是一个不断引导顾客、推动顾客最终实现购买的过程。这就

需要导购员在开展导购工作的过程中不能让顾客感觉到导购工作的强烈目的性。即使顾客回答“随便看看”，仍要以积极的回答引导顾客朝着购物方向发展。

当顾客表示出不满时，导购员要在认同顾客感受、留住顾客的基础上，进一步说服顾客，让顾客消除初次与导购接触时对导购和产品产生的反感和排斥。

正确

① “女士您看看吧！我们这套家具走的是现在最为流行的简约风，更为难得的是，家具还可以变化，您家的摆放面积如果小，可以将其折叠起来，需要的时候，您再把它展开。您可以先了解一下这款产品，看看是否适合您的装修风格。”

点评：实事求是地介绍产品，然后，利用顾客的好奇心理，让顾客有进一步了解的欲望。只要顾客有了好奇心，必然有更多的疑问，这时导购员可以趁机深入地进行产品推销。

② “女士请留步，不知道您对我们的产品哪里不满意？您期望的是什么样的家具呢？”

点评：先留住顾客，然后询问顾客不想买的具体原因，创造机会进一步了解顾客的需求。

③ “您的决策真正确，现在款式太多了，有时候买回家就后悔，还是多看看好。您看我们这儿还有很多其他风格的，您来了解一下吧，这边请……”

点评：边说边用手势引导顾客，让顾客愿意和你一起了解产品，在深入交谈的过程中，掌握更多的顾客信息。

② 导购员热情接近顾客，顾客却置之不理怎么办

情景描述

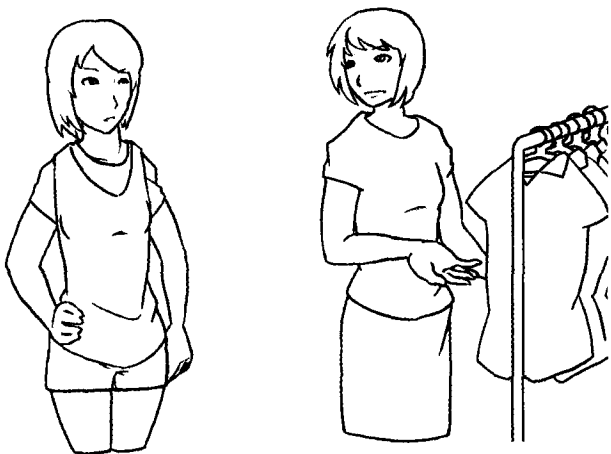
一位年轻女士在某商贸大厦一家服装品牌店内，漫步溜达着看商品。

导购员热情地走过去：“小姐您好，看一下这件衬衫吧，这是今年夏季的新款。”

顾客并不理睬导购员，继续看别的产品。

导购员：“小姐，您在看的这款短裤卖得很好，现在七折优惠。”

顾客继续默不作声，任凭导购员在旁边热情介绍都无动于衷。



情景应对

① “您看，我们这里的风格都很适合您，款式也很多，您想要哪件，我给您拿合适的尺码请您穿一下试试看……”

点评：导购员的介绍，让人产生导购员擅自替顾客做主的感觉。导购员怎么能知道顾客喜欢的风格呢？也许顾客只是想随便看看，这种时候，导购员如果在一旁不停地“唠叨”，会让顾客产生烦躁的感觉。