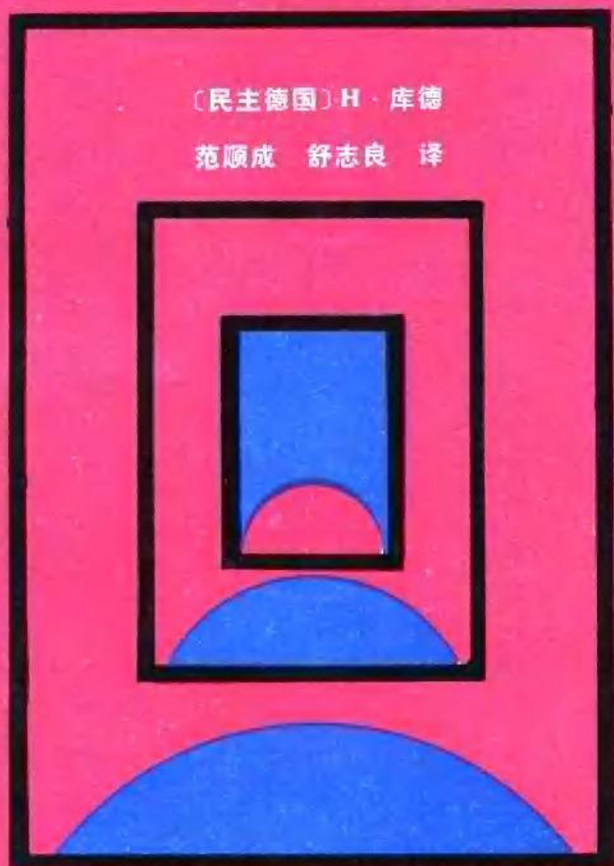


# 销售学与广告学

〔民主德国〕H·库德

范顺成 舒志良 译



河北人民出版社

# 销售学与广告学

〔民主德国〕H·库德

范顺成 舒志良 译

王 忍 校

河北人民出版社

# 销售学与广告学

〔民主德国〕H·库德

范顺成 舒志良 译

王 忍 校

---

河北人民出版社出版（石家庄市北马路45号）

河北新华印刷一厂印刷 河北省新华书店发行

---

787×1092毫米 1/32 4.75印张 94,000字 印数：1—7,350 1986年8月第1版  
1986年8月 第1次印刷 统一书号：4086·211 定价：0.57元

---

## 译者说明

本书是根据德意志民主共和国自然科学博士H·库德著《销售学与广告学》1980年版译出的。

全书分为五章。第一、二、三章详细地阐述了商品销售业务对售货员的要求，售货员在商品销售业务中的地位、任务，培训售货员的方式方法，较全面地分析了顾客对商品、商业设施和售货员的期望及购货动机。第四、五章着重阐述了商品陈列的形式、意义及其所遵循的基本准则，较详细地介绍了销售广告的内容、形式和实施措施。书中还在每章末尾做出该章内容小结，并附有一些练习题。

本书可作中等商业学校和职业培训班的教学参考书，也可供在职售货员和其他商业工作者参考。民主德国商业供应部曾于1980年将此书定为专业培训教材向广大商业职工推荐。

由于条件限制，译著中省略了原著中的照片、部分插图及有关文字说明。

我们水平不高，译文中一定会有错误和不妥之处，欢迎读者批评指正。

译者 1985.9.

# 前 言

本教材可供培训学员和劳动者成为职业售货员时使用，并帮助其获得销售工作中所需的知识、能力和技巧。同时，本书也可作为培训广告工作者的教材。在培养专职售货人员的“销售学和广告学”专业中，国家规定的教学计划以本教材的内容和结构为基础。主要介绍一些必要的基础知识。

在本书编写过程中，作者收集了一些现有的专业文献，针对学员具体情况提供了有关商业理论和实践中的新知识。根据克里丝蒂纳——霍尔斯特倡议精神，本书愿使每个售货员都成为有专门知识的顾客的顾问和合作者，同时协助售货人员掌握必要的知识。

商业部门工作的同事，为作者提供了大量的材料，并给予鼓励，我们对此表示诚挚的谢意。感谢莱比锡国营售货中心的同事，特别是S·米拉克先生、W·米勒先生以及G·海因茨夫人，他们为本书提供了说明、资料 and 照片，对提高本教材的直观性作出重大贡献。

我们恳请广大读者提出建议和意见，以便今后本书再版时得以改进。

作 者  
出版社

# 目 录

## 前 言

|                                      |        |
|--------------------------------------|--------|
| 1. 销售业务对售货员的要求 .....                 | ( 1 )  |
| 1.1. 对售货员服务态度的要求 .....               | ( 1 )  |
| 1.1.1. 顾客对售货员服务态度的要求 .....           | ( 1 )  |
| 1.1.2. 在集体中对售货员工作态度的要求 .....         | ( 4 )  |
| 1.2. 对售货员业务知识、工作能力<br>和工作技能的要求 ..... | ( 5 )  |
| 1.2.1. 对售货员业务知识的要求 .....             | ( 5 )  |
| 1.2.2. 对售货员工作能力的要求 .....             | ( 7 )  |
| 1.2.3. 对售货员工作技能的要求 .....             | ( 9 )  |
| 1.3. 对售货员仪表的要求 .....                 | ( 11 ) |
| 2. 顾客的需求及其购买商品的愿望和动机 .....           | ( 14 ) |
| 2.1. 顾客的需求及满足需求的决定因素 .....           | ( 14 ) |
| 2.2. 顾客在购买时的期望 .....                 | ( 21 ) |
| 2.2.1. 对商品供应的期望 .....                | ( 21 ) |
| 2.2.2. 顾客对咨询和服务的期望 .....             | ( 23 ) |
| 2.2.3. 对便民措施和服务项目的期望 .....           | ( 25 ) |
| 2.2.4. 对营业部门结构的期望 .....              | ( 25 ) |
| 2.3. 顾客的购买动机 .....                   | ( 28 ) |

|                                     |        |
|-------------------------------------|--------|
| <b>3. 销售过程及售货员的任务</b>               | ( 36 ) |
| 3.1. 商品销售在人们生活中的地位                  | ( 36 ) |
| 3.2. 顾客购买决断是商品销售的基础以及<br>商业对购买决断的影响 | ( 40 ) |
| 3.2.1. 通过信息为顾客购买决断作好准备              | ( 40 ) |
| 3.2.1.1. 顾客购买决断的主要信息及其来源            | ( 40 ) |
| 3.2.1.2. 提供商业信息的可能性                 | ( 41 ) |
| 3.2.2. 购买决断与现实需要及信息作用的<br>关系        | ( 44 ) |
| 3.2.3. 商业部门对购买决断的影响                 | ( 45 ) |
| 3.3. 业务洽谈                           | ( 47 ) |
| 3.3.1. 业务洽谈的实质                      | ( 47 ) |
| 3.3.2. 业务洽谈的阶段                      | ( 48 ) |
| 3.3.3. 业务洽谈的进行                      | ( 50 ) |
| 3.3.3.1. 售货员进行业务洽谈的基本内容要求           | ( 50 ) |
| 3.3.3.2. 对售货员说话能力的要求                | ( 51 ) |
| 3.3.3.3. 业务洽谈中的宣传介绍                 | ( 52 ) |
| 3.3.4. 业务洽谈的引用举例                    | ( 60 ) |
| 3.4. 销售训练                           | ( 65 ) |
| 3.4.1. 销售训练的目的                      | ( 65 ) |
| 3.4.2. 销售训练的形式和方法                   | ( 66 ) |
| 3.4.2.1. 销售训练形式概述                   | ( 66 ) |
| 3.4.2.2. 实物训练                       | ( 66 ) |
| 3.4.2.3. 措施训练                       | ( 69 ) |
| 3.4.2.4. 基础训练                       | ( 70 ) |

|                                              |              |
|----------------------------------------------|--------------|
| 3.4.3. 保证售货员做好销售准备的特殊<br>形式——工作现场班前碰头会 ..... | (71)         |
| 3.5. 商品销售的组成部分——便民措施<br>和服务项目 .....          | (74)         |
| <b>4. 促进销售的商品陈列及售货员的任务 .....</b>             | <b>(78)</b>  |
| 4.1. 商品陈列的概念 .....                           | (78)         |
| 4.2. 商品陈列的目的 .....                           | (79)         |
| 4.3. 影响商品陈列的因素 .....                         | (79)         |
| 4.4. 商品陈列的一般准则 .....                         | (82)         |
| 4.5. 商品陈列的基本形式 .....                         | (85)         |
| 4.5.1. 花色品种陈列的基本形式 .....                     | (86)         |
| 4.5.2. 商品陈列的基本形式及其布置原则 .....                 | (88)         |
| 4.6. 商品陈列的理性和感性认识方面 .....                    | (93)         |
| 4.7. 橱窗在商品陈列中的功能 .....                       | (97)         |
| 4.8. 重点商品的陈列 .....                           | (101)        |
| 4.9. 售货员在商品陈列中的任务 .....                      | (103)        |
| <b>5. 营业部门的广告 .....</b>                      | <b>(109)</b> |
| 5.1. 广告的概念及其实质 .....                         | (109)        |
| 5.2. 社会主义消费品广告的任务 .....                      | (112)        |
| 5.2.1. 消费品广告是经济广告的重要范畴 .....                 | (112)        |
| 5.2.2. 消费品广告的经济及文化<br>——教育任务 .....           | (113)        |
| 5.3. 社会主义社会对消费品广告的一些<br>重要要求 .....           | (115)        |
| 5.3.1. 广告的物质基础——商品供应                         |              |

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| 和服务性行业及供求关系分析 .....         | (115) |
| 5.3.2. 商品和服务性行业方面的信息        |       |
| 是一切广告的核心内容 .....            | (116) |
| 5.3.3. 理性认识和感性认识效果的统一       |       |
| 是广告真实性的前提 .....             | (118) |
| 5.3.4. 有针对性地采用广告手段是广告       |       |
| 成功的前提 .....                 | (119) |
| 5.4. 德意志民主共和国广告措施的计划        |       |
| 和协调准则 .....                 | (124) |
| 5.4.1. 在广告措施计划和协调时,         |       |
| 国家和经济领导部门的任务 .....          | (124) |
| 5.4.2. 计划和协调广告措施的工作方法 ..... | (125) |
| 5.5. 营业销售部门中广告措施的实施         |       |
| 和售货员的任务 .....               | (128) |
| 5.5.1. 一年中最重要的广告时机 .....    | (128) |
| 5.5.2. 各种广告措施的具体实例 .....    | (134) |

# 1. 销售业务对售货员的要求

## 1.1. 对售货员服务态度的要求

售货员从事的工作是一种责任心强，饶有兴趣和美好的职业；凡是学习和从事这一职业的人，其目的无外乎是为了更好地满足人民对不断增长的物质和文化的需求。

在商业机构中，售货员的工作方式及其服务态度体现了整个销售业务的水平，而且对稳定市场，保障供应也有一定贡献，同时，售货员落落大方的举止也构成一种广告宣传的形式。

售货员的服务态度可从各方面反映出来，如：

- 接待顾客，和顾客接触，提供建议，热心服务，态度和蔼；
- 在工作集体中，积极肯干，热爱集体，善于将集体利益和个人利益结合起来。

### 1.1.1. 顾客对售货员服务态度的要求

熟悉本职业务，认真工作，和蔼地接待顾客，当好顾客参谋，这是售货员的义务。因此，对售货员的工作提出以下要求：

### 热情、礼貌、认真

顾客一走进商店，给顾客第一个感觉应该是，售货员已经做好了服务的准备，即认真、热情而又有礼貌地处理接待工作。具体反映如：立即停止售货员之间的交谈；放下一切其他工作，和蔼地询问顾客的要求。

热情、礼貌的售货员容易接近顾客，能赢得顾客的信赖，并可很快地取得相互了解。一般说来，顾客和售货员之间关系融洽，比较容易成交，从而满足了顾客的具体要求；相反，售货员无精打采，漫不经心无所谓的态度就会失去顾客，完不成供应任务。

售货员自己要养成讲礼貌的习惯。不允许流露出情绪低落的神色（如面带不悦，忧心忡忡，若有所思等），更不能因情绪影响服务态度或不由自主地一时冲动。自我克制和忍让对售货员来说是一个重要品格。

### 勤勉、谨慎、精明能干

售货员应深入地了解顾客的需求，并展示所有适宜的商品，竭尽全力使顾客满意。这同样也适用于自选商店，预购和看样销售。

售货员的谨慎和精明能干特别表现在：善于对待不同的顾客，按照他们不同的愿望，做好接待工作。

一个优秀售货员对那些仅仅想了解一下商品或购买商品不多的顾客，都能模范地做好迎接工作，介绍商品。这样他就能赢得顾客的信任。态度和蔼，富有经验的售货员，通常能招徕许多老主顾。

### 责任感、政治修养、热爱本职工作

一个售货员，如具有高度的责任心和责任感，并愉快地从事本职工作，热爱本职工作，那么，这个售货员才能满足顾客和商品对他所提出的全部要求。在日常工作中，售货员在业务工作上要熟练，并需具备一定的政治修养。为此，售货员要充分利用一切机会，进一步提高自身的业务水平和政治素质。售货员能否广泛地根据顾客的利益，充分利用合理的销售方法，做好当前的商品供应，提供方便于顾客的措施和服务项目，完全取决于售货员的主观态度。

售货员在自己的工作范围内，有责任做到：秩序井然，清洁整齐，安全可靠，价格稳定，符合卫生要求和保护顾客的合法利益。

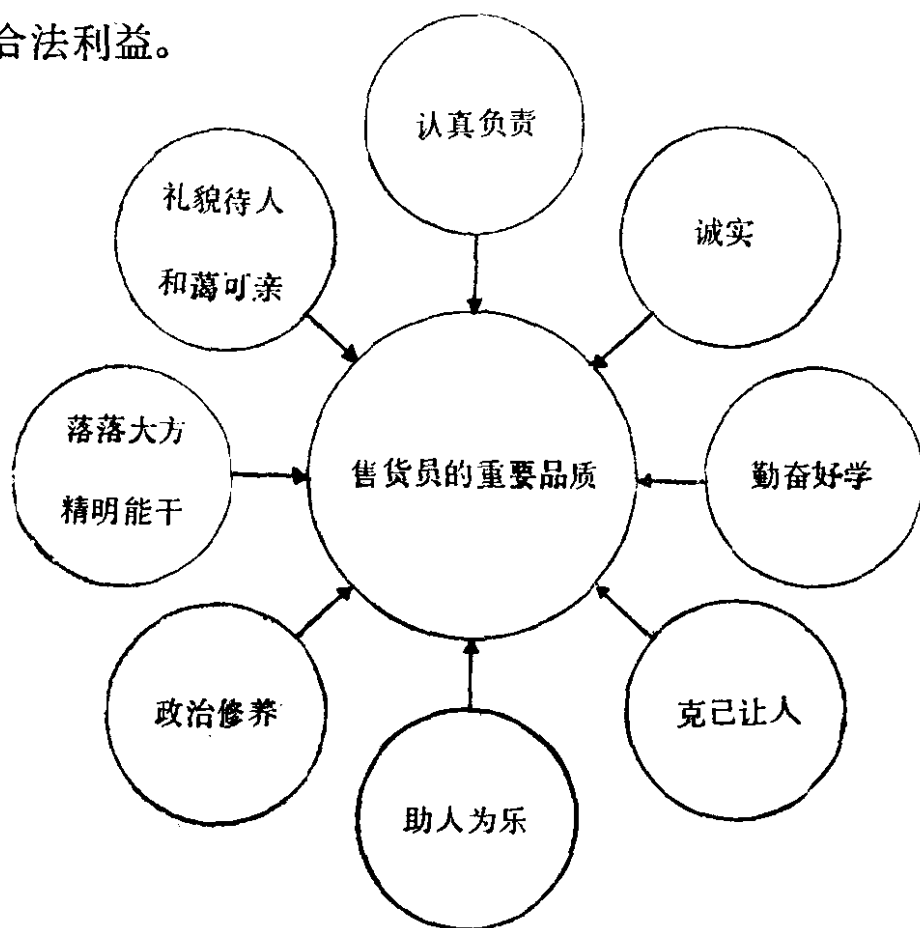


图1.1 一名优秀售货员应有的重要品质

- 当好顾客的参谋和合作者，是每一个售货员的义务，态度和蔼和提出令人信服的建议，能赢得顾客的信任。所有这些都是为了满足顾客的需求，为了完成供应任务。售货员应不断发扬优良品质，如工作专心致志，和蔼可亲，礼貌待人，助人为乐，落落大方，精明能干，克己让人，勤奋好学，认真负责，政治修养等。

### 1.1.2. 在集体中对售货员工作态度的要求

在集体中，售货员的工作态度对日常工作极为重要，良好的工作作风，能活跃工作气氛，增加工作乐趣，提高工作效率。这方面的重要品质可概括为：

- 同事之间及其在工作上相互尊重；
- 互相帮助和支持；
- 为人坦率、谦虚；
- 勇于批评自身工作中和集体工作中的缺点（运用批评和自我批评）；
- 同事之间以及在委托商品和工作用具的交往中应忠诚老实；
- 发挥首创精神去解决所出现的困难；
- 集体责任感强。

社会主义集体中最有利的条件，在于能激发每个人的工作热情，也就是每个集体成员都能向高效率看齐，而不满足于一般现状。在集体中，应发扬良好的服务态度，分析和批评极不好的服务态度，在企业内部大力开展劳动竞赛。

- 售货员要以自己的行动，为在工作集体中形成良好的工作风气作出贡献，唤起每个集体成员的工作热情和做好工作的决心，其结

果达到顾客满意和完成销售计划。

### **练习题:**

1. 试述为什么说售货员的工作对政治思想、经济、文化教育都有一定影响?
2. 请说明顾客对售货员工作态度的主要要求,试列举你工作部门内的正反两方面实例。
3. 请考虑你是如何自觉地养成所要求的服务态度的,你采用了哪些自我监督措施?
4. 请说明为什么在集体工作中贯彻社会主义劳动态度,模范地接待顾客十分重要?

## **1.2. 对售货员业务知识、工作能力和工作技能的要求**

### **1.2.1. 对售货员业务知识的要求**

售货员要完成本职工作,必须具备一定的业务知识、工作能力和工作技能。除接受良好的基础教育之外,售货员首先还应具备一般知识和专业知识。

#### **商品知识**

售货员要为顾客提出合理建议,更好地为顾客服务,就应掌握必要的商品知识。为此,售货员就应利用集体工作中的一切业务和经验交流的机会,使自己的知识始终处于最新水平。

最主要的商品知识包括:

- 商品的使用特性，如材料成份，性能，技术数据，使用规程以及维修和保养规程；
- 传统产品，新近研制的和进一步改进的产品，附件和补充品种以及进口产品；
- 可能替代的商品，即顾客购买某种商品来替代暂缺商品；
- 单价和批发价，以及付款方式（如分期付款）。

### **贸易经济和供应政策方面的知识**

这方面的知识对售货员也是很重要的，利用这些知识，售货员可以对特殊的供货形势（如目前库存）估计供应量，对供货形式（如使用广告手段，销售的方式和销售的组织），以及为顾客服务和其他服务项目等作出估计。其次，为了熟练地按照政策洽谈生意，还需具备贸易和供应政策方面的基本知识。为此，售货员必须了解本部门有关供应政策方面的信息。在这方面，班前会是一个比较好的机会，在会上，可以提出倡议，进行讨论，并对当天的销售工作作出具体指示。

### **心理学知识**

在供应的形式和洽谈生意方面，要求售货员具备一定的心理学知识。例如，售货员必须懂得光线、色调和空间位置对商品陈列的影响，在洽谈生意时，如何很好地考虑到不同顾客的特点。售货员应了解，提高顾客的情绪和形成购买决心的主要因素和条件。

### **法律知识**

在营业中，售货员需要说明一些法律问题，所以，也应

具备这方面必要的知识。销售法的问题是关键，更主要的是有关购买合同方面的权力和义务的知识，如对顾客要求赔偿的处理，要求保证的规定。实际上，由于缺乏法律知识，常常会引起顾客和售货员之间不愉快的纠纷。如果每个售货员都懂得本职工作内所必备的法律细则，即可避免这些问题的发生。每个商业部门，都应该向顾客宣传民法典（ZGB）中有关购买和保证的法律条款。

- 为了顺利地做好工作，售货员应掌握丰富的商品知识，以及贸易经济、供应政策、心理学和法律方面的知识，并能随时运用这些知识，使之达到最新水平。

### 1.2.2. 对售货员工作能力的要求

工作能力是人类进行工作的特征，也是卓有成效地进行业务活动的前提。

售货员必须充分发挥主观能动性，有目的地训练和在工作中自我培养，获得一定的、本职工作所必需的工作能力，并不断地加以完善。一个售货员的主要工作能力包括以下几方面：

#### **观察能力和判断能力**

能很好地观察凡是到商店来的每个顾客的情况，对于售货员来说，这种能力是绝对必要的。在洽谈生意中，在展示商品时，售货员必须探索到顾客的兴趣、动机及其需要。而且，售货员还必须具有通过其观察，对顾客及其愿望作出初步判断的能力，并能在洽谈生意中进一步丰富和深化这一初步印象。

### **精力集中**

售货员在其日常活动中必须适应经常更换着的顾客，这些顾客都期望受到售货员同样的接待，因此，在洽谈生意时，售货员要仔细听取顾客的要求，不受其他干扰，不分散注意力。在展示商品和解释商品使用性能的过程中，售货员不仅要注意商品，而且要注意顾客的反映（言谈，表情及其他附加提问）。在每天下班前这段时间里，售货员更应做到精力集中，因为这时，在职的顾客刚下班，要购买物品，所以客流量有所增加。

### **适应能力**

因为售货员要适应不同的顾客和各种销售情况，所以这种能力对售货员来说是绝对必要的。这就是说，售货员要照顾到所接待对象的年龄、性别、个性等特点，体谅不同顾客的愿望，特别注意到售货的时间和空间条件，对特殊的供货条件应作出灵活反应。

### **表达能力和论述能力**

一个优秀的售货员必须具备这种能力，即用流畅的、连贯的和语法正确的语言将必要的信息转达给顾客。

在进行交谈时，除了一定的表达能力外，在很大程度上具备论述能力十分重要，所谓论述能力是以这样一个思维过程为前提的，即分析、综合、抽象和推论。售货员应善于利用商品的使用特性、价格以及可能的为顾客服务和其他服务项目了解为顾客服务和提供建议的最重要信息，并利用这些信息作出令人信服的论述来。