



中等职业教育国家规划教材
全国中等职业教育教材审定委员会审定

Commodity

销售服务技术

(第二版)

(商品经营专业)

主编 汤向阳 印文郁



高等教育出版社

中等职业教育国家规划教材

全国中等职业教育教材审定委员会审定

销售服务技术

(第二版)

(商品经营专业)

主 编 汤向阳 印文郁

责任编辑 万 融

审 稿 刘 菲 黄桂芝



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

内容简介

本书是中等职业学校商品经营专业国家规划教材《销售服务技术》的第二版,是在第一版教材的基础上修订而成的。

全书共分七章,着重阐述了销售服务技术概述,零售商业柜台服务技术,柜台营业工作程序及基本业务技术,零售商业柜台操作技术,礼品包装技术,收银操作技术,柜台、货架、橱窗商品陈列技术。为便于读者阅读、使用和练习,每章后都附有复习思考题及实训题(第一章没有实训题)。

本书采用出版物短信防伪系统,用封底下方的防伪码,按照本书最后一页“郑重声明”下方的使用说明进行操作,可查询图书真伪并有机会赢得大奖。本书同时配有学习卡资源,按照本书最后一页“郑重声明”下方的学习卡使用说明,登录 <http://sve.hep.com.cn>,可上网学习,下载资源。

本书实用性强、内容丰富,可作为中等职业学校商品经营专业教材,也可作为商业人员在职培训及自学辅导用书,以及商品经营类专业学生参加营业员技术等级考核(中级)的指导书。

图书在版编目(CIP)数据

销售服务技术/汤向阳,印文郁主编. —2版. —北京:
高等教育出版社,2009.7

商品经营专业

ISBN 978-7-04-027365-6

I. 销… II. ①汤…②印… III. 零售商业-销售
管理-专业学校-教材 IV. F713.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 087050 号

策划编辑	黄 静	责任编辑	杨成俊	封面设计	张 志	责任绘图	吴文信
版式设计	余 杨	责任校对	杨雪莲	责任印制	陈伟光		

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 100120
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京市鑫霸印务有限公司

开 本 787×1092 1/16
印 张 15.5
字 数 360 000

购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2002 年 7 月第 1 版
2009 年 7 月第 2 版
印 次 2009 年 7 月第 1 次印刷
定 价 20.20 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 27365-00

中等职业教育国家规划教材出版说明

为了贯彻《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》精神,落实《面向21世纪教育振兴行动计划》中提出的职业教育课程改革和教材建设规划,根据教育部关于《中等职业教育国家规划教材申报、立项及管理意见》(教职成[2001]1号)的精神,我们组织力量对实现中等职业教育培养目标和保证基本教学规格起保障作用的德育课程、文化基础课程、专业技术基础课程和80个重点建设专业主干课程的教材进行了规划和编写,从2001年秋季开学起,国家规划教材将陆续提供给各类中等职业学校选用。

国家规划教材是根据教育部最新颁布的德育课程、文化基础课程、专业技术基础课程和80个重点建设专业主干课程的教学大纲(课程教学基本要求)编写,并经全国中等职业教育教材审定委员会审定。新教材全面贯彻素质教育思想,从社会发展对高素质劳动者和中初级专门人才需要的实际出发,注重对学生的创新精神和实践能力的培养。新教材在理论体系、组织结构和阐述方法等方面均作了一些新的尝试。新教材实行一纲多本,努力为教材选用提供比较和选择,满足不同学制、不同专业和不同办学条件的教学需要。

希望各地、各部门积极推广和选用国家规划教材,并在使用过程中,注意总结经验,及时提出修改意见和建议,使之不断完善和提高。

教育部职业教育与成人教育司

二〇〇一年十月

第二版前言

根据教育部《关于全面推进素质教育深化中等职业教育教学改革的意见》提出的深化中等职业教育教学改革的思路和中等职业学校《销售服务技术教学大纲》的要求,为适应中等职业学校高素质劳动者和中初级专门人才培养的需要,对商品经营类专业的学生进行营业员技术等级考核(中级),我们在《销售服务技术》(3年制,商品经营专业)第一版教材的基础上进行了修订。

本书内容丰富,通俗易懂,实用性强,在内容选取上兼顾营业员工作岗位的现实与发展的需要,系统地阐述了营业员工作岗位所应具备的基础理论知识和基本技能,力求理论与实践有机结合,具有较强的针对性、有效性和操作性。对本书的学习,除课堂教学外,还必须加强商品包扎、礼品包装、称量、丈量、点钞、收银操作、陈列等技术的实训练习。

本课程教学时数为108学时,具体安排如下表(供参考):

章 节	课 程 内 容	学 时 数		
		合 计	讲 授	实 训
第一章	销售服务技术概述	2	2	
第二章	零售商业柜台服务技术	8	6	2
第三章	柜台营业工作程序及基本业务技术	10	6	4
第四章	零售商业柜台操作技术	38	10	28
第五章	礼品包装技术	12	4	8
第六章	收银操作技术	14	4	10
第七章	柜台、货架、橱窗商品陈列技术	14	6	8
	机 动	10		
	总 计	108	38	60

本次修订由南京市鼓楼中等专业学校汤向阳、印文郁任主编。参加本书修订的有:汤向阳、高建国、曾令玉,全书由汤向阳总纂,卜连明绘制插图。

本书由中国人民大学万融教授任责任主审,北京工商大学刘菲教授、黄桂芝副教授审稿。本书在编写过程中,得到了江苏省教育委员会、南京市劳动局、南京市商业局、南京市鼓楼中等专业学校和许多兄弟学校领导与专家的大力支持,在此一并表示感谢。由于编写时间仓促,编写水平有限,缺点和疏漏在所难免,请广大读者提出宝贵意见,以便进一步修订完善。

编 者

2009年5月

第一版前言

根据教育部《中等职业学校商品经营专业教学指导方案》和《销售服务技术教学基本要求》，为适应中等职业学校对高素质劳动者和中初级专门人才培养，及对商品经营类专业的学生进行营业员技术等级考核(中级)培训的需要，编写了这本《销售服务技术》(3年制，商品经营专业)国家规划教材。

本书内容丰富，通俗易懂，实用性强，在内容选取上兼顾营业员工作岗位的现实与发展的需要，系统地阐述了营业员工作岗位所应具备的基础理论知识和基本技能，力求理论与实践有机地结合，具有较强的针对性、有效性和操作性。对本课程的学习，除课堂教学外，还必须加强商品包扎、礼品包装、称量、丈量、点钞、收款机操作、陈列等技术的实训练习。

本课程教学时数为108学时，具体安排如下表(供参考)。

章 节	课 程 内 容	学 时 数		
		合计	讲授	实训
第一章	销售服务技术概述	2	2	
第二章	零售商业柜台服务技术	8	6	2
第三章	柜台营业工作程序及基本业务技术	10	6	4
第四章	零售商业柜台操作技术	38	10	28
第五章	礼品包装技术	12	4	8
第六章	电子收款机的应用技术	14	4	10
第七章	柜台、货架商品陈列技术	14	6	8
机 动		10		
总 计		108	38	60

参加本书编写的有：汤向阳、高建国、曾令玉，全书由印文郁、汤向阳总纂，卜连明绘制插图。

本书由中国人民大学万融教授任责任主审，北京工商大学刘菲教授、黄桂芝副教授审稿。本书在编写过程中，得到了江苏省教育委员会、南京市劳动局、南京市商业局、南京市鼓楼职业学校和许多学校领导与专家的大力支持，在此一并表示感谢。

由于编写时间仓促，编写水平有限，缺点和疏漏在所难免，请广大读者提出宝贵意见，以便进一步修订完善。

编 者

2002年5月

录

第1章 销售服务技术概述	1
本章学习要点	1
第一节 销售服务技术在零售商业	1
经营过程中的作用	1
一、销售服务技术的概念及内容	1
二、销售服务技术的作用	2
第二节 营业员工作在零售商业	3
企业中的地位	3
一、营业员的职业定位	3
二、营业员工作的地位和作用	4
三、营业员素质的概念及要求	6
复习思考题	10
第2章 零售商业柜台服务技术	11
本章学习要点	11
第一节 营业员的岗位职责及	11
服务规范	11
一、营业员守则要求	11
二、柜台纪律规范	12
三、营业服务质量	12
第二节 营业员服务礼仪规范	14
一、服务仪容仪表	14
二、服务仪态礼仪	22
第三节 经营中的服务技巧	26
一、微笑服务技巧	26
二、电话、邮购服务技巧	28
三、退换货服务技巧	30
第四节 柜台接待技术及顾客异议和	32
抱怨的处理	32
一、接待一般顾客的方法	32
二、接待特殊顾客的方法	39
三、现代售货服务理念	43
四、正确处理顾客异议和抱怨	49
复习思考题	55

实训题	55
第3章 柜台营业工作程序及	61
基本业务技术	61
本章学习要点	61
第一节 营业工作程序	61
一、营业前的准备工作	61
二、营业中的辅助工作	63
三、营业后的结束工作	64
第二节 柜台基本业务技术	66
一、柜台进货业务技术	66
二、柜台销售业务技术	74
三、柜台储存业务技术	79
四、柜台商品理货技术	84
复习思考题	85
实训题	85
第4章 零售商业柜台操作技术	88
本章学习要点	88
第一节 计价、收款、点钞和开票技术	89
一、计价、收款和找零的方法	89
二、真、假币的鉴别	90
三、点钞方法	97
四、清点硬币	102
五、零售发票、转账支票的填制	103
第二节 拿、放和展示商品的技术	106
一、商品拿、放的技术要求	106
二、商品展示的技术要求	112
第三节 称量、丈量和点数技术	118
一、商品的称量技术	120
二、丈量和开剪技术	123
三、商品的点数技术	129
第四节 商品的包装和捆扎技术	131
一、商品的包装技术	131
二、商品的捆扎技术	135

复习思考题	139	七、购物折扣	182
实训题	140	八、退换货	182
第 5 章 礼品包装技术	145	九、错误单据处理	183
本章学习要点	145	十、内部购置	183
第一节 礼品包装的步骤及		第三节 收银作业流程	183
注意事项	145	一、收银总流程	183
一、礼品包装的基本步骤	145	二、每日作业流程	184
二、礼品包装的注意事项	148	三、每周作业流程	186
第二节 礼品包装的方法	149	四、每月作业流程	186
一、礼品盒包装技术	149	复习思考题	187
二、无盒礼品包装技术	153	实训题	187
三、鲜花的包装技术	155	第 7 章 柜台、货架、橱窗商品	
四、创意包装技术	156	陈列技术	189
五、礼品花制作技术	158	本章学习要点	189
六、礼品袋制作技术	163	第一节 柜台、货架商品陈列技术	189
复习思考题	165	一、商品陈列概述	189
实训题	165	二、柜台、货架商品陈列技术	190
第 6 章 收银操作技术	167	第二节 超级市场商品陈列技术	194
本章学习要点	167	一、超级市场商品陈列的基本原则	194
第一节 电子收款机的应用	167	二、超级市场商品陈列的方法	197
一、电子收款机的基本结构	167	三、超级市场商品陈列的基本要求	202
二、电子收款机的主要功能及		四、超级市场商品陈列的检查事项	204
分类	170	第三节 零售店橱窗陈列技术	204
三、电子收款机的操作	171	一、零售店橱窗陈列的方式	204
四、电子收款机外设的应用	175	二、零售店橱窗的设计要求	206
五、电子收款机的维护与保养	177	三、商店橱窗的制作要求	206
第二节 收银操作技能	178	复习思考题	207
一、商品扫描	178	实训题	208
二、商品消磁	179	附录 1 中华人民共和国工人技术	
三、商品装袋	180	等级标准	209
四、现金结算	181	附录 2 中华人民共和国职业技能	
五、银行卡收款	181	鉴定规范	213
六、支票结算	181	参考文献	234

第1章

销售服务技术概述

本章学习要点

本章主要阐述了销售服务技术在零售商业经营中的作用以及营业员工作在零售商业企业中的地位。

通过本章的学习,使学生了解强化服务意识、提高服务质量是做好服务工作的基础;了解提高服务技术是扩大商品销售、提高经济效益的重要手段;理解销售服务技术的概念及内容;了解营业员职业定位;了解服务的品质决定企业未来命运的意义;理解营业员应具备良好的素质。

本章教学的重点为销售服务技术的概念及内容,难点为营业员应具备的素质。

随着社会主义市场经济体制的建立和完善,商业竞争日趋激烈。在众多商家建筑一流、设备一流、装潢一流的情况下,服务是一条至关重要的“生命线”,它已成为衡量企业形象的标志之一。广大营业员必须熟练掌握销售服务技术,不断提高业务素质,做到接待有序、服务周到、操作规范,正确处理售货矛盾,让每一位顾客高兴而来、满意而去,实现商品流通企业的经营效益。

第一节 销售服务技术在零售商业经营过程中的作用

一、销售服务技术的概念及内容

(一) 销售服务技术的概念

商品销售是指零售商业企业通过货币结算方式,把购进的商品出售给消费者、用来实现商品从实物形态到货币形态转化的买卖行为。商品销售是商品流通的重要组成部分,是零售商业企业经营活动的中心环节。商品销售是使商品退出流通领域,进入消费领域,结束商品流通过程,实现商品的价值和使用价值,达到生产目的的必要条件。它对于柜组经营业务有着直接重要的影响。柜组的经营方向、文明程度、经济效果也都在很大程度上体现在销售环节。因此,柜组在组织商品销售过程中,要减少商品销售环节,提高服务质量,讲究销售服务艺术,不断扩大商品销售。销售服务技术就是保证、强化商品销售活动过程中的业务操作技能,或者说营业员正是通过

销售服务技术的实施,完成商品销售任务,实现了商品流通企业经营目标的。

市场竞争,归根到底是争夺消费者的竞争。消费者是怎样的一些人呢?作为商业企业又怎样才能争取到顾客呢?我们认为,消费者不是简单的有钱并想购买商品的人,而是有文化素养、感情需要的活生生的“衣食父母”。在目前很多企业经营设施都比较先进齐全、经营商品都大致相仿或差异性比较小的今天,企业的“衣食父母”——消费者或顾客,在很多地方都能买到商品,他们借助于自己的购物经验或广告又难以辨认自己真正需要哪家企业的产品,因此,服务现在已成为顾客们用来衡量一个企业表现的标准。商业企业服务的好坏已成为顾客光顾并购买的决定力量。销售服务技术作为商品销售活动过程中的业务技能,在商品销售服务竞争中的作用也愈加显现。商业企业要通过销售服务技术水平的提高,在服务竞争中取得主动权,以适应市场经济的运行方式。

总之,销售服务技术是指商品销售过程中,营业员必须具备的经营、服务的操作规范。营业员通过规范操作,提高经营服务质量,有效满足顾客需要,实现商品流通企业的经营效益。

(二) 销售服务技术的内容

销售服务技术是按照营业员工作岗位特点确立的一门学科,是销售服务全过程、全方位的技术。它是由零售商业柜台服务技术、柜台营业工作程序及基本业务技术和零售商业柜台操作技术构成的。

零售商业柜台服务技术,是营业员必须具备的销售技术,它是以营业员的基本服务技能为主的直接为顾客服务的技术,包括营业员的岗位职责及服务规范、经营中的服务技巧和柜台接待技术及各种常见矛盾的处理技术。

柜台营业工作程序及基本业务技术,主要是指按营业工作程序的时间先后分为营业前的准备工作、营业中的辅助工作和营业后的结束工作三方面工作的技术要求,以及商品进销存经济活动的柜台基本业务技术。

零售商业柜台操作技术的实施是以商品、货币为主体的活动过程,它是以计价、收款、点钞和开票技术,拿、放和展示商品技术,称量、丈量和点数技术,商品包装和捆扎技术,礼品包装技术,收银操作技术和商品陈列技术所组成的。通过销售操作技术的实施,使商品销售在规范操作程序的服务之中,达到商品销售的目的。

二、销售服务技术的作用

(一) 提高服务质量是做好销售服务工作的基础

服务质量是商业工作者直接对消费者服务的工作质量,是指能够满足服务需求的特性的总和。

在商品营业过程中,营业员的售货过程就是服务。营业员的服务,既是个人形象的表达,又是企业集体的代表。顾客对营业员个人服务水平的评价往往被概括为企业的整体服务形象。因而,营业员个人的服务水平对企业整体形象有重大影响。同时,服务作为一种特殊的商品和商品交换的一种特殊形式,有着特殊的价值,简言之,服务创造一种“顾客满意”的价值。一个不满意的顾客带走的将是大批潜在的顾客,一个企业要想在市场竞争中赢得顾客,掌握市场主动权,就要努力使每一位顾客满意,提高销售服务质量是创造“顾客满意境界”所不可或缺的重要手段。因此,提高服务质量是做好销售服务工作的基础。

(二) 提高销售服务技术能够加快售货速度,提高工作效率

作为营业员有其最基本的销售操作技能:拿、放、包扎、包装、算。拿商品不是随手拿拿,而是要根据商品的不同特点、性能、规格和用途等,向顾客作介绍。放,是把商品放到顾客面前,让顾客鉴别,挑选。放时要注意轻拿轻放,要注意有礼貌地递放商品,对某些易脏、易碎、易变形的商品要提前向顾客说清,以保护商品,避免引起不必要的麻烦。商品成交后的包扎和包装,既要面对顾客,动作利索,又要力求美观、大方和结实。这一切构成了最基本的销售技能。如能熟练掌握它,在商品销售中就会有效提高单位时间的销售量。特别是地处商业中心的大商厦,当售货柜台出现售货高峰时,不仅要求拿、放、包扎、包装、计算正确、规范,还要掌握“接一、顾二、联系三”的销售法,在短时间内要立即区分哪些顾客是急买的、哪些顾客是挑选商品的、哪些顾客是问价打听的,然后回答问价打听者、安排挑选者、成交急于购买者,要做到忙而不乱,井然有序,使顾客各得其所,从根本上提高商品销售工作效率。因此,提高销售服务技术能够加快售货速度,提高工作效率。

(三) 提高销售服务技术是扩大商品销售,提高经济效益的重要手段

商品销售经营活动的成效受到多方面因素的影响,其中服务是最重要的影响因素之一。因为销售服务技术的好坏直接影响企业的形象与商品的销售。另外服务相对于商品、资金、技术设备等硬因素来讲,是可控性和可塑性最强的。在市场竞争逐渐激烈,商品、资金、设备日趋完善情况下,服务必将成为商业企业竞争中的基本方式和关键手段。

目前,人民群众的消费需求变化具有多样化、复杂化的特点,商业企业组织好商品销售,便能保证人民群众的生活水平随着货币收入的增加不断得到改善。同时组织好商品销售,在各企业之间开展各种促销手段的竞争,特别是质量竞争、价格竞争、服务竞争,有利于商业企业及时根据消费者需求及自身各方面的条件,有效地提高企业的竞争力。商品销售有利于提高企业经济效益,商业企业从事商品经营活动,其直接目的是盈利。而企业盈利多少,归根到底取决于商品销售。加强销售管理,采取各种策略扩大商品销售,可以缩短商品流通时间,减少商品资金的占用,减少银行利息,节省仓储费,降低商品损耗。离开了商品销售,或者商品销售不出去,就会给国家、企业、柜组和劳动者个人带来经济损失。可见,搞好商品销售,有利于提高企业的经济效益。

总之,销售服务技术在商品经营过程中有着重要的作用,它对于促进经营服务水平提高,促进社会商业的发展,促进人民消费水平的提高有着不可忽视的作用。

第二节 营业员工作在零售商业企业中的地位

一、营业员的职业定位

(一) 营业员职业的特点

1. 营业员职业的服务性

商品销售是通过营业员的服务性劳动和技术性劳动来实现的,营销活动最大的特点是其劳动的特殊性即提供服务。服务就是指不以实物形式,而以提供劳动的形式来满足人们的某种需要。消费者在购物活动中,不仅要得到物质上的满足,还要得到心理上的满足。因此,在营销活动中,营业员的职业特点就是尊重顾客自我意识,给顾客带来快乐的心理体验,同时,也使自

已在工作中获得自我存在的体验与服务快乐的心理体验。

2. 营业员工作的特殊性

了解营业员工作特殊性,是做好营业员工作的基础。营业员的工作是直接与客户、商品、货币打交道的。因此,营业员工作的特殊性主要表现在以下几个方面:

(1) 具有制约性和影响性。顾客是营业员服务的对象,没有顾客的加入,营业员的销售工作就无法开展。营业员在工作过程中必须严格执行党和国家的政策和法规,并遵守各项规章制度。营业员工作的好坏,不仅会影响顾客的心理感受和企业的形象,而且还将影响到国家、集体、个人的经济利益。

(2) 具有不均衡性和不定型性。顾客到商店购货的时间和人数是非固定化的,营业员的工作也就不可能持续不断地进行,会出现间歇。商店各部门及每一位营业员的工作状况是不均衡的,但是具有一定的规律性。营业员每天面对的是千差万别的顾客,接待的时间和成交的次数带有很大的灵活性,难以定型化。

(3) 具有独立性和综合性。营业员劳动效率的高低,取决于个人的经验、知识、技术、自觉程度、生理状况等。营业员独立完成的工作,既有技术性劳动,又有服务性劳动,但有的工作是不能靠完全分工来完成的,必须依靠协作劳动。

(4) 对营业员的劳动效果评价要运用综合性指标。劳动效果评价既要考核经济效益,如完成的销售额(量)、利润额、成交次数等,也要考核社会效益,如服务质量、为顾客提高便利的程度、企业经营思想贯彻的情况、解决营业中出现问题的水平等。

(二) 营业员的职业定位。过去将营业员的职业定位为订货员、推销员和营业员,都是错误的职业定位。实际上,这些错误的职业定位在本质上是将顾客作为对手来征服的,而非作为盟友来服务的,因此微笑和友善常常带有某种欺骗性,致使服务不能达到至善至美的程度。

现如今营业员的职业定位是导购员。由营业员发展至导购员,实际上是零售业的一场革命。导购员与营业员相比,有两大不同:一是市场观念发生变化;二是职责内容焕然一新。

(1) 从市场观念方面看,导购员的立足点发生了变化,由过去的销售核心转移至消费者核心。具体地说,导购员不是向顾客强行推销。恰恰相反,营业员的一切行为都是为顾客着想,顾客不喜欢的东西不卖给他,顾客喜欢但不适合他的东西也不卖给他。营业员行为的目的由获得最大的销售额进化为为顾客提供最为完善和恰当的服务。其变化的结果却能带来长期的利润和效益。

(2) 从营业员职责内容方面看,已从商业化扩展至公益化,服务功能逐渐强化于销售功能,无形因素似乎比有形因素还重要。在一个服务备受忽视的时代,一系列微小的服务改善都能征服顾客,压倒竞争者。

二、营业员工作的地位和作用

(一) 营业员工作的地位

1. 营业员与企业经营。零售企业的经营过程包括采购、销售、运输、储存四个环节,在这四个环节中,销售是中心,而零售企业的商品销售就是通过营业员的平凡劳动来完成的。如果说商业是联结工业同农业、生

产同消费的桥梁和纽带,那么营业员就是这桥梁中的一砖一石,纽带上一丝一线。他们是零售企业的主力军,是为生产服务、为人民生活服务的直接承担者。因此,营业员在零售企业中的地位是极其重要的。

2. 营业员的劳动是社会必要劳动

商品销售主要是通过营业员的技术性劳动和服务性劳动,以及他们在与消费者的双向沟通中实现的。营业员的劳动,是整个商业经营活动的关键环节,无论商业现代化程度有多么高的水平,都离不开营业员的劳动。商业的繁荣与发展,消费者日益增长需求的满足,归根到底取决于营业员的劳动热情与劳动效率。营业员的柜台售卖活动是商品流通过程的终点,为把商品送到消费者手中,要付出搬运、整理、挑选、保管、陈列、拿递捆扎、计价收款等项劳动。其中,商品的运输、保管、挑选、整理和包装等生产性劳动,都是生产过程在流通领域中的继续,增加了商品价值。商品的买卖、管理和核算等非生产性的劳动,虽然不创造价值,但如果没有这些劳动,就不能实现商品的价值,社会再生产就不能继续进行。由此可见,营业员的劳动无论是生产性的还是非生产性的,都是社会的必要劳动,如果没有营业员的辛勤劳动,消费者的需要就不能得到满足,整个社会的生产和生活都会发生困难,社会的各组成部分就会难以运转。

(二) 营业员工作的作用

1. 从营业员的工作特点看其在国民经济建设中的作用

营业员的工作特点,一是直接同消费者打交道,二是直接与商品打交道,三是直接与货款打交道。这些特点说明,营业员的工作同工农业生产的发展、同消费者的切身利益、同企业的经济效益都有着密切的联系。营业员的重要作用具体表现为:

(1) 营业员的工作可以促进生产发展,引导消费。营业员处于零售企业的第一线,担负着商品的零售任务,营业员具有联系面广、熟悉市场和擅长购销的特点,营业员既了解生产发展情况和商品的性能特点及用途,又了解消费需求变化趋势,因而可以根据产销发展变化情况,及时向生产部门提供市场需求变化的信息,使生产适应消费的需要,同时,通过向消费者介绍新产品及新的消费趋势,促使新的消费需要和消费习惯的形成。营业员通过业务活动,从各方面促进生产和消费的结合。

(2) 营业员要通过改善经营管理,加强经济核算,增强责任心,减少商品的损耗,实现经济效益。

(3) 营业员要积极开展购销业务、扩大销售、加速资金周转,以增加企业利润。对于货款要避免差错,如出现差错,要尽快找出原因,以免企业的利益受到损失。

2. 营业员工作在体现商品流通企业整体经营水平和塑造企业形象中的作用

(1) 营业员工作在体现商品流通企业整体经营水平中的作用。社会主义市场经济的确立,使商品经济的发展,特别是生产、经营要素的配置达到最佳比例,以减少不必要的损失。因此,商品的科技含量和经营的现代化,已经成为商品流通企业经营水平高低的标志。而商品销售、现代化经营对于商品流通企业来说,最终是由营业员完成的,就这一点来看,营业员的销售服务技术,是商品流通企业整体经营水平的缩影。

(2) 营业员工作在塑造企业形象中的作用。“形象制胜”、“卖商品就是卖形象”已成现代企业的共识。企业形象的好坏,直接关系到企业的发展前途。零售企业是最终向消费者提供商品和服务的商业经营单位,是商品流通的最终环节,是流通渠道的“出口”。在市场经济条件下,整

个社会的供需矛盾最终要在零售企业和消费者之间体现并加以解决。谁赢得了消费者,谁就赢得了市场,谁就会在激烈的市场竞争中取胜。

现代经营者已经意识到消费者需求的深刻变化和商品营销的缺陷,所以在商品销售之前,应先塑造自己的形象,“先推销自己”,占领消费者心理市场,因此,现代经营企业拉开了以形象求生存,塑造完美形象的帷幕。

形象营销以创造形象、创造个性、创造情感和创造宜于企业营销的环境为重点,避免对消费者进行单方面的劝说、诱导和操纵,在双方参与、理解、重视、文化、情感交流的基础上推出满足消费者需求的与众不同的产品,培养企业的形象品牌忠诚客户,保证交易的良性循环,使社会舆论导向始终朝着有利于企业的方向发展。

营业员在塑造良好的企业形象过程中,起着举足轻重的作用。营业员的言谈举止都代表着企业。企业的经营理念,就是通过营业员的一举一动体现出来的。因此,营业员首先应坚持诚信为本,货真价实;其次是以尊重顾客、方便顾客、维护消费者权益、对消费者负责为中心,实行全方位的优质服务;再次是营业员要统一服装,注重店容店貌,货位合理布局,商品陈列美化,创造整洁、优美、舒适的购物环境。只有这样才能塑造良好的企业形象,使消费者对企业产生认同感,提高对企业的整体评价,不断地为企业的金字招牌增添光彩。

3. 营业员的工作对社会主义精神文明起促进作用

社会主义的文明经商、优质服务是社会主义精神文明建设的重要组成部分,对社会风气有着不可低估的影响。营业员的柜台服务活动社会接触面广,与人民生活息息相关,是建设社会主义精神文明的前哨阵地和重要窗口。顾客通过营业员的待客态度、服务语言、服务方式、服务作风,来看社会风气、看形势、看政策。因此,营业员在接待顾客过程中的一言一行都在自觉或不自觉地对整个社会精神文明建设发生作用。对国际友人来说,营业员的服务代表的是一个城市、一个地区的公共形象;对本地顾客来说,营业员服务工作的好坏体现着社会主义的道德风尚和党的政策。营业员的一言一行,反映的是整个社会的文明程度。

三、营业员素质的概念及要求

(一) 营业员素质的概念

素质是一个外延很广的概念。狭义的素质是指人的先天生理特点和功能。广义的素质包括人的体质、性格、志趣、智能、作风以及道德品质、文化修养等,具有极为广泛的内容。

营业员的素质是营业员的职业素质,它是指营业员在售货活动中所具备的符合职业特点的素质。随着社会分工的发展,专业化程度的提高,社会化大生产要求人们去从事一定的社会职业。对于每个从事一定社会职业的人来说,都必须具有特定的条件。就营业员这种社会职业来说,不仅要求身体健康,而且要求有良好的外在形象,并具备良好的内在素质。

对营业员素质的要求是随着商品经济的发展和销售实践的不断深入而逐渐发展和完善起来的。特别是现代化零售企业的营业员,其素质的要求远比过去的营业员要全面得多,高得多。由单纯的售卖,发展到综合的文明经商,又由文明经商,发展到高超的售货艺术。这一发展过程,表明了营业员素质标准的变化。单纯的售卖仅要求营业员具有收付的能力;综合的文明经商则要求营业员具有礼貌待客、公平交易的能力;高超的售货艺术更要求营业员具有根据顾客心理进行服务的艺术能力。

（二）营业员的素质要求

营业员的素质是由各方面的因素和要求组成的,而有理想、有道德、有文化、有纪律是社会主义零售商业营业员素质的基本内容。随着社会主义市场经济体制的建立和完善,企业之间的竞争日趋激烈,客观形势对营业员的素质结构提出了新的、更高的要求,其内容更加广泛。根据我国零售商业现代化管理的需要,作为一名优秀营业员应具备的基本素质是:

1. 思想政治素质

思想政治素质是指优良的政治品质。这是营业员的基本素质。商业企业的营业员只有热爱党、热爱社会主义制度,才能端正经营方向,全心全意为人民服务,才能把营业员工作看成自己的切身事业。

2. 业务技术素质

业务技术是营业员做好本职工作的关键。营业员的劳动并不简单,必须具备各方面的业务技术素质,才能适应自己所承担的工作。业务技术素质包括业务知识、商品知识、销售服务技术三个方面的内容。

(1) 业务知识。是商业基本业务活动的知识,主要包括商品的购进、验收、销售、保管、盘点和损溢处理及价格管理等环节的业务内容。因此,营业员必须从实际出发,熟练掌握各个环节的基本业务知识。同时,作为现代零售企业营业员,对企业经营策略、市场预测决策等知识也应熟知。

(2) 商品知识。营业员天天和商品打交道,必须熟悉商品知识。熟练掌握商品知识,有利于搞好优质服务。营业员要掌握商品知识,最基本的是要做到“八知”,即知道商品的编号、品名、产地、规格、特性、价格、使用 and 保管方法。

① 熟悉商品编号。记熟商品编号,对于做好进货、保管、调价等工作都是很有益处的。很多营业员亲身体会到熟记编号的好处,下工夫苦背硬记,练就一套硬功夫,一看编号就知道是什么商品,看到商品就能背出其编号和单价。

② 熟悉商品的品名和产地。一般地说,商品的品名是大家比较熟悉的,但有的商品在不同地区有不同的叫法,如杂拌糖又叫什锦糖,锦纶袜又叫尼龙袜。只有掌握同一种商品的不同叫法,才不会把商品弄错,以致影响服务质量。同时,还应知道各种产品的产地。例如,“八大名酒”中的茅台酒产于贵州仁怀县茅台镇茅台酒厂;红塔山牌香烟产自云南;张小泉剪刀产自杭州。了解驰名中外的产品,如大连贝雕、武汉铜锣、福州茉莉花茶、青岛啤酒、南京桂花鸭、龙口粉丝等。掌握了这些商品知识,才能很好地向顾客宣传介绍商品。

③ 熟悉商品价格。这是一个政策性很强的问题,涉及千家万户的切身利益。因此,营业员一定要熟悉制定价格的政策、依据和方法,并要正确执行物价政策。

④ 熟悉商品的使用、保管和维修方法。顾客购买某种商品,总希望更多地了解这种商品的使用、保管和维修方法。对于一些新产品来说,这一要求更为普遍和强烈。营业员应耐心介绍,这是营业员的职责和义务。经营电视机、空调、洗衣机等高档商品的人员,必须学习这些商品的组装、调试、使用、保管和维修方法,掌握这些方面的业务技能。

(3) 销售服务技术。销售服务技术是营业员搞好文明经商、提高优质服务的重要基础。拿、递、称、量、包扎、包装、计价开票、陈列、收款点钞和收银机操作是营业员传统的操作技术,是柜台服务的基本功,每个营业员必须全面掌握,并要做到熟练、准确、迅速、文明。这不仅可以提高服

务质量和劳动效率,而且能够赢得消费者的信赖。同时营业员还应掌握现代化商场各种营业设施的使用。

3. 身体素质

身体是干好工作的“本钱”,因此,营业员要具有健康的身体、充沛旺盛的精力,才能胜任工作。营业员的工作任务是繁重的,现代商业要求营业员站立服务,开架售货的还需要及时走到顾客面前介绍、包扎商品。连续长时间站立和不断地来回走动,营业员会感到非常劳累,没有健康的身体是很难胜任的。在工作中始终如一地保持主动、热情、耐心、周到的服务态度和服务质量,没有健康的身体、充沛的精力和顽强的毅力,往往是做不到的。另外,营业员健康的身体也会给顾客一种美感,使顾客有一种安全感,从而对该店的经营产生可靠、信赖的心里感觉,促成商品买卖。因此,营业员应根据自己的具体情况,加强锻炼,增强体质,锻炼顽强奋斗的品质及坚忍的毅力,才能持久出色地完成各项工作任务。

4. 技术创新素质

当今世界科学技术突飞猛进,一个国家综合国力和国际竞争力的强弱,关键取决于科学技术水平和技术创新能力。没有科技进步就无以兴国。营业员要在平凡的日常工作中不断总结经验,结合岗位特点,大胆开展销售服务技术创新,培养自身的技术创新能力和创新精神,以便更好地为顾客服务。

5. 心理素质

培养营业员的良好心理品质,是市场营销工作的基础。构成营业员心理品质的要素主要有以下几个方面:

(1) 情感品质。情感是人对客观现实的一种特殊反映形式,是人对现实中的事物和现象是否符合其需要而产生的态度体验。在商业销售活动中,营业员对本职工作、对消费者以及与销售活动有关的各种事物和现象,会抱有不同的态度,存在不同的情感。由于情感是人对事物的一种好恶倾向,所以不同的情感就会引起不同的销售行为,或使行为积极,或使行为消极。

营业员必须具备健康的情感品质,才能使自己的营业行为符合消费者的心理需要。健康的情感品质主要包括以下几个方面:① 崇高的事业感。营业员健康的情感,应与符合人民利益的世界观、个人的理想和正确的原则相联系。具体地说,热爱本职工作是营业员的责任感和荣誉感的情感反映。这种高级情感的升华,是驱使营业员长期刻苦钻研业务技术和努力提高服务质量的内在动力,也是保持营业员全心全意为消费者服务的精神支柱。② 高尚的道德感。道德是—定社会调整人们之间以及个人与社会之间关系的行为规范总和,健康的情感与高尚的道德是分不开的,营业员的道德感就是对消费者负责,对消费者有一种义务感、友谊感和责任感,并把这些道德准则贯穿于行为、举止、思想、意图之中。营业员应具备的高尚道德,既包括作为社会人的道德,又包括商业职业道德,它在销售行为上,表现在礼貌待客、维护消费者利益、维护正常的商品经济秩序等方面。③ 完好的仪表美感。美感是指人根据某种美的需要,对一定的客观事物进行评价所产生的情感,是对事物的审美体验。人对客观事物的认识,总是从感知其外部形态开始,并逐渐深化。在与其他人初次交往时,仪表是形成第一印象的重要影响因素。营业员在与消费者接触时留下的第一印象是十分重要的。所谓仪表一般是指人的外表,包括人的容貌、服饰、发型、姿态、风度等。仪表不仅是人的外表,还是人的内心世界、心理品质的综合反映,一定程度上反映了人的精神面貌。在营业活动中,营业员整洁的着装、和蔼可亲的面容、大方的举止、热情爽朗的

精神面貌和服务,不仅能给消费者以良好的外在美感,而且能使消费者形成积极的情绪体验和心理满足,与消费者建立起良好的关系。

(2) 意志品质。意志是人为了实现预定目的而自觉努力的一种心理过程。意志具有积极的能动性和制约性。意志的能动性,推动主体朝着确定的目标前进,意志的制约性使主体克服各种障碍穿越阻力而前进。能动性和制约性的平衡与统一形成自觉坚定的意志品质。

营业员良好的意志品质主要包括以下几个方面:

① 自觉性。自觉性是一个人在行动中具有明确的目的性,并能充分认识到行动的社会意义,使自己的行动服从于社会的要求。这种品质也叫自觉性品质。具有自觉性的人,深信自己的行动目的的正确性与必要性,因而在行动过程中能自觉地完成各项任务,抑制个人的任意行动,服从组织的纪律约束。同时,能虚心接受符合其行动目的的合理意见,不为偏离其行动目的的主体杂念或客体影响所动摇。具有自觉性品质的营业员,不仅能充分认识到营销活动的目的性和社会意义,也能自觉为实现营销目的而努力。在营业活动中,营业员为消费者服务是一种具有社会意义的劳动,其劳动质量与国家建设、人民生活、社会风气息息相关。因此,营业员应明确自己的努力方向与行动目标,尽心尽责地为人民多作贡献。

② 果断性。果断性是指人的辨别是非及迅速做出决定的能力。具有果断性品质的人,能善于观察事物的发展变化,去伪存真,明辨是非,迅速而坚决地做出决定。营业员由于每天要接待各种不同购买行为的消费者,买卖双方产生这样或那样的矛盾是不可避免的。明辨是非,当机立断,迅速而合理地处理好矛盾,或在条件许可的情况下,毫不犹豫地采取行动,满足一些消费者的特殊要求,是营业员提高服务质量的保证。

③ 自制性。也称自制力、忍耐力。自制力是指善于控制与支配自己行动的能力。具有自制性品质的人,能冷静地对待和分析各种事物,忍受委屈、痛苦、乃至折磨和凌辱,而不放弃自己所追求的目标。营业员的工作是一种貌似轻松,实则繁重的劳动,而消费者又是千差万别的,在买卖活动中,二者都不可避免地受着各种主观和客观因素的影响,会出现各种各样的购销矛盾,甚至产生剧烈的心理冲突。因此,营业员必须具有良好的自我控制能力,善于克服各种因素的影响,约束和支配自己的言行举止,控制自己的情感,迫使自己保持应有的服务态度和服务质量,从而出色地完成自己的工作。

④ 坚毅性。坚毅性又称坚持性、坚韧性、毅力。坚毅性是指人能以充沛的精力和坚韧不拔的毅力,克服一切困难和挫折,为实现目标始终坚定不移。具有坚毅性品质的人,能够经受长期紧张的持久活动,遇任何艰难险阻不会气馁,遇任何挫折不会灰心。

营业员每天要频繁地接待消费者,搬动、介绍、包扎商品,计算、收付货款等,在营销活动中,营业员要始终保持主动、热情、耐心、周到的服务态度与服务质量,如果没有充沛的精力和顽强的毅力,往往不易做到。具有坚毅性的营业员,不仅要具有坚持的决心,还要具有顽强奋斗的品质,能持久出色地完成销售任务。这样的营业员,能在每天的劳动中自始至终地保持饱满的情绪,充满热情与活力去接待好每一位顾客,做好每一笔生意,尽可能地满足顾客的需要。

(3) 能力品质。能力是直接影响人顺利有效地完成活动的个性心理特征。能力和活动相联系,只有在活动中才能发挥人的能力、了解人的能力。营业员应在商业营销活动中,不断掌握知识、技能和技巧,逐步形成各种适应消费者需要的特殊能力,有效地提高服务质量。

营业员需要具备的能力品质主要包括以下几个方面:① 观察能力。观察能力是指发现事物