



任务引领课程改革系列教材

# IT 产品营销 案例实训

主 编 冯 莉



高等教育出版社  
Higher Education Press

任务引领课程改革系列教材

# IT 产品营销案例实训

主 编 冯 莉

高等教育出版社

## 内容提要

本书按照“以服务为宗旨，以就业为导向”的指导思想，采用“行动导向，任务驱动”的方法组织内容。

本书主要内容包括 IT 产品营销服务职业素养、IT 产品营销服务标准与政策、IT 产品营销技巧、IT 产品营销实务、电子商务和 IT 产品网络销售。

本书采用出版物短信防伪系统，同时配套学习资源，登录 <http://sve.hep.com.cn>，上网学习及下载资源。通过短信防伪查询，还有机会赢取大奖，详细使用说明见“郑重声明”页。

本书可以作为职业学校学生的教材，可作为 IT 产品营销培训教材。

## 图书在版编目 (CIP) 数据

IT 产品营销案例实训 / 冯莉主编. —北京: 高等教育出版社, 2009.7

ISBN 978-7-04-025910-0

I. I… II. 冯… III. 信息工业-工业产品-市场营销学-案例 IV. F724.74

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 087956 号

|      |     |      |     |      |     |
|------|-----|------|-----|------|-----|
| 策划编辑 | 李 刚 | 责任编辑 | 李 刚 | 封面设计 | 赵 阳 |
| 版式设计 | 王艳红 | 责任校对 | 王效珍 | 责任印制 | 韩 刚 |

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 廊坊市文峰档案印务有限公司

开 本 787×1092 1/16  
印 张 5.75  
字 数 130 000

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.landracom.com>  
<http://www.landracom.com.cn>  
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2009 年 7 月第 1 版  
印 次 2009 年 7 月第 1 次印刷  
定 价 13.20 元 (含光盘)

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 25910-00

# 序

在互联网时代, IT 产品渗透各行各业, 进入千家万户, 庞大的客户群体以及个性化需求对 IT 服务管理提出了前所未有的挑战。

我们总结了 IT 服务的两个阶段——销售前期和销售后期的特点, 在本书中阐述了 IT 服务管理链上重要的一环, 从企业的相关政策、标准、规范、技巧等多个角度, 以流程化的形式、规范的语言和典型的案例对 IT 产品服务活动进行了分析。因此, 对于从事相关工作的人员和学习相关专业的学生来说, 本书是一本具有很高实用价值的参考书和教材。

培养 IT 服务人员, 是职业教育的一个方向, 本书围绕“以企业需求为导向, 以职业能力为核心”的编写理念, 通过案例教学, 力图理清学校人向社会人转变的关键点, 并循序渐进做出解释, 为岗前培训和岗位实习起到指导作用; 在企业的销售、商务、交付和服务的流程规范解释中, 力求突出职业技能培训特色, 满足职业技能培训与鉴定考核的需要。

技术进步缩短了职业更替周期, 职业教育应培养适应劳动力市场变化的宽专多能的复合型人才。摩尔定律使 IT 产品更新速度加快, 也对职业演变的影响越来越大, 职业更替周期越来越短, 职业流动愈加频繁。本书通过简明的企业案例, 可以作为转岗和再就业的指导教材。

现代服务业所追求的目标是“高效率”和“低成本”, 具体到 IT 产品维修服务环节, 也就是要力争以最少的工时和最低的费用, 让客户“买得舒心, 用得放心”, 没有后顾之忧。从本书的内容可以看到, 要做好这一工作, 其中既有技术因素, 也有非技术因素, 它是服务人员综合素质的体现, 而培养这种高素质的重要前提, 则是“爱岗敬业”精神, 热爱服务工作, 能以最大的爱心、诚心和耐心去面对我们的每一位客户, 这应该是本书中更深一层的含义。

愿本书的每一位读者都能从中得到有益的启示。

袁保玑

2009 年 6 月

# 前 言

随着微电子、计算机、网络技术的广泛应用,信息技术正在成为各国经济增长的新动力。IT 产品营销课程属于实践性很强的课程,越来越被中等职业学校重视。本书按照 IT 产品职业活动的特点和要求整合形成综合性内容;按照企业实际的工作任务、工作过程和工作情境组织内容,融合国内知名 IT 厂商培训内容,体现计算机专业 IT 营销方向的创新性和综合性教学特点。

本书按照 IT 产品营销岗位售前、售中的工作过程组织教学内容,除营销传统知识外,还补充职业心态、商务礼仪、服务规范、沟通技巧、维修实训等实际工作内容。

本书力求把传授知识和培养实践技能结合起来,强调理论知识的应用性,培养学生的逻辑思维和分析能力,使之具备从事 IT 产品营销的基本职业能力。通过知识学习和实践活动使学生达到 IT 产品营销人员的职业素养要求,掌握 IT 产品营销的技巧并学会实务操作,理解 IT 产品质量对 IT 产品生产、销售企业以及客户的重大意义,并能借助电子商务平台进行 IT 产品营销活动。

本书建议课时安排如下:

| 项 目                  | 建 议 课 时 |
|----------------------|---------|
| 项目 1 IT 产品营销服务职业素养   | 5       |
| 项目 2 IT 产品营销服务标准与政策  | 3       |
| 项目 3 IT 产品营销技巧       | 10      |
| 项目 4 IT 产品营销实务       | 10      |
| 项目 5 电子商务和 IT 产品网络销售 | 3       |
| 总计                   | 31      |

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“短信防伪说明”进行操作可查询图书真伪,并有机会赢取大奖。

本书同时配套学习资源,按照本书最后一页“郑重声明”下方的“学习卡账号使用说明”,登录 <http://sve.hep.com.cn>,上网学习及下载资源。

本书由席克工作组整体策划、组织,由冯莉任主编。本书的项目 1、项目 3、项目 4、项目 5 由冯莉编写,项目 2 由张凤华编写。本书由戴凤弟老师审稿,他对全书提出了很多宝贵建议和意见,在此表示衷心感谢。

由于时间和水平所限,书中错漏之处难免,希望广大读者和专家批评指正。

编 者

2009 年 5 月

## 郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

**反盗版举报电话：**(010) 58581897/58581896/58581879

**传 真：**(010) 82086060

**E-mail：** dd@hep.com.cn

**通信地址：**北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社打击盗版办公室

**邮 编：**100120

**购书请拨打电话：**(010) 58581118

### 短信防伪说明：

本图书采用出版物短信防伪系统，用户购书后刮开封底防伪密码涂层，将16位防伪密码发送短信至106695881280，免费查询所购图书真伪，同时您将有机会参加鼓励使用正版图书的抽奖活动，赢取各类奖项，详情请查询中国扫黄打非网 (<http://www.shdf.gov.cn>)。

**反盗版短信举报：**编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至10669588128

**短信防伪客服电话：**(010) 58582300/58582301

### 学习卡账号使用说明：

本书学习卡账号附在高等教育出版社出版的相关中职教材封底防伪码中赠送。

请使用本书封底标签上防伪明码作为登录账号，防伪密码作为登录密码，登录“<http://sve.hep.com.cn>”或“<http://sve.hep.edu.cn>”，可获得累计20小时中职课程的多项增值服务，进行网上学习、下载资源和答疑等服务。

中职教师通过收集10个有效学习卡账号和密码，登录网站，注册获得会员账号，可获得累计100小时教师网上资源，包括电子教案、演示文稿、教学素材及教学资料等。

学习卡账号自登录之日起一年内有效，过期作废。会员账号自注册之日起一年内有效。

使用本学习卡账号如有任何问题，请发邮件至：“4a\_admin\_zz@pub.hep.cn”。

# 目 录

## 项目 1 IT 产品营销服务职业素养.....1

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 活动 1 掌握 IT 产品营销人员的           |    |
| 职业素养要求 .....                 | 1  |
| 活动 2 了解店面销售服务礼仪 .....        | 4  |
| 活动 3 了解 IT 产品营销人员的           |    |
| 职业道德和职业意识 .....              | 7  |
| 活动 4 了解 IT 产品营销人员的职业技能 ..... | 10 |
| 技能训练 .....                   | 12 |
| 项目小结 .....                   | 13 |
| 思考题 .....                    | 14 |

## 项目 2 IT 产品营销服务标准 与政策.....15

|                        |    |
|------------------------|----|
| 活动 1 IT 产品质量标准 .....   | 15 |
| 活动 2 IT 产品相关质量认证 ..... | 23 |
| 活动 3 消费者权益保护相关法规 ..... | 25 |
| 技能训练 .....             | 26 |
| 项目小结 .....             | 26 |
| 思考题 .....              | 27 |

## 项目 3 IT 产品营销技巧.....28

|                      |    |
|----------------------|----|
| 活动 1 店面选址和商品陈列 ..... | 28 |
| 活动 2 发现潜在用户 .....    | 35 |
| 活动 3 现场接待客户 .....    | 39 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 活动 4 高效识别客户购买信号 ..... | 41 |
| 技能训练 .....            | 43 |
| 项目小结 .....            | 44 |
| 思考题 .....             | 44 |

## 项目 4 IT 产品营销实务.....45

|                      |    |
|----------------------|----|
| 活动 1 探知客户需求 .....    | 45 |
| 活动 2 商品介绍 .....      | 48 |
| 活动 3 应对客户异议 .....    | 50 |
| 活动 4 促进成交 .....      | 57 |
| 活动 5 提供满意的售后服务 ..... | 60 |
| 技能训练 .....           | 63 |
| 项目小结 .....           | 63 |
| 思考题 .....            | 64 |

## 项目 5 电子商务和 IT 产品 网络销售.....65

|                      |    |
|----------------------|----|
| 活动 1 电子商务基本知识 .....  | 66 |
| 活动 2 IT 产品网上销售 ..... | 71 |
| 活动 3 网络营销基本技巧 .....  | 80 |
| 技能训练 .....           | 81 |
| 项目小结 .....           | 82 |
| 思考题 .....            | 82 |

## IT 产品营销服务职业素养



### 项目描述



- 孔子曰：不学礼，无以立。

- 孟子曰：君子以仁存心，以礼存心。仁者爱人，有礼者敬人。爱人者，人恒爱之，敬人者，人恒敬之。

销售人员是一个企业的重要角色，每一个项目的成功都依赖于销售队伍与客户的联络与沟通。无论是成交与否，客户第一次接触销售人员后都会在头脑中形成对企业的第一印象。企业以什么形象面对公众，甚至经营者展现了怎样的姿态，很大程度取决于第一线销售人员的职业素养。所以，拥有一只职业素养优良的销售队伍就会拥有优良的企业文化和企业形象。

### 活动 1 掌握 IT 产品营销人员的职业素养要求



### 活动要求



通过模拟或者实际在电器卖场或专卖店展开活动，掌握 IT 产品营销人员的职业素养要求。





## 活动内容



### 1. 职业素养

职业素养包括的内容很多,职业素养首先体现在专业技术方面,但是除了专业技术,敬业精神和职业道德也是重要方面。这些素养在工作岗位上就体现为职业素养,在生活中体现为个人素质或者道德修养。

职业素养是人们在职业工作中需要遵守的行为规范。具体行为的总和构成了自身的职业素养,职业素养是内涵,个体行为是外在表象。

职业素养是一个人职业生涯成败的关键因素。职业素养量化后称为职商(Career Quotient, CQ)。

### 2. 职业素养的内涵

职业素养概括地说包含职业道德、职业思想(意识)、职业行为习惯以及职业技能。前三项是职业素养中最根本的部分。而职业技能是支撑职业生涯的表象内容。前三项属于世界观、价值观、人生观范畴,在人的一生中逐渐完善。而后一项,通过学习、培训可以获得。例如,计算机、英语、建筑等专业知识属职业技能范畴的技能,我们可以从入门到逐渐成熟而成为专家,而如果一个人基本的职业素养不够,那么他的职业发展会受到很大限制。做好自己本职工作也就是具备了最基本的职业素养。



### 3. IT产品营销人员必备的职业素养

图1-1 自信

(1) 自信是走向成功的必要条件,如图1-1所示。被称为“世界上最具有自然美的人”,著名的意大利影星索菲亚·罗兰曾说过这样的话“一切自信的人都是美丽的”。生活在这个世界上,我们要面对形形色色的人和事,简单的、复杂的、喜欢的、讨厌的、未知的、可知的……但我们都必须去面对。关键是积极地面对,还是消极地面对。要做到积极面对,首先要自信,这也是必不可少的职业素养。自信的人遇到困难会想方设法去解决,而不自信的人遇到问题首先想到的是如何避开困难。这就是常说的,自信的人找方法,不自信的人找问题。

(2) 优秀的销售人员需要强烈的责任感和使命感,如图1-2所示。在日常的工作生活中,我们有时会听到这样的话,“这是××部门的责任,不是我们的错”类似这样的托词数不胜数。自从我们来到这个社会,生活不仅赋予我们权利,还有很多不可推卸的责任。在家庭中,我们必须承担各种家庭角色的责任;在社会活动中,我们必须承担朋友、同学的责任;在单位中,我们作为员工、同事、上级、下级,必须承担相应的责任;在工作中,我们必须承担对实现工作目标的责任……一个没有责任感和使命感的人,其生活本身就失去了意义。

(3) 学习能力是使个人持续发展,不断进步,不被时代淘汰的重要能力,如图 1-3 所示。这里说的学习不仅仅局限于书本学习。有人曾经说过,人要学会做一块海绵,海绵具有吸水的能力,而我们吸取的是别人身上的优点。有些人总是认为自己的做法和想法都是对的,对身边的其他人常常带着挑剔的眼光去看待他人,认为别人这个不好那个不好,这是盲目自信的表现。销售人员自信的确非常重要,但是过分自信并不可取。在自信的同时能够以一种谦虚的心态去面对身边的人和事更是难能可贵的。社会中的每个人、每个企业都有其存在的价值,他们都有其优点,善于发现别人的优点并虚心地向别人学习,结合自身特点有效地消化吸收,才能使自己不断成长,不断强大。

(4) 计划能力是保障各种任务按时完成的必需素质,如图 1-4 所示。古人讲运筹于帷幄之中,决胜于千里之外。行动前的计划是一名销售人员每天必做的工作。各种工作计划包括日计划、周计划、月计划、年计划等,只要确定了明确的目标,针对销售目标制定出合理的销售计划,后期的工作就会更有条理。销售人员最忌工作的盲目性。



图 1-2 责任感与使命感



图 1-3 学习能力



图 1-4 计划能力

(5) 再好的计划也必须不折不扣地执行才能实现预期的目标,这就需要执行力保证。作为营销人员,大家常常会讨论执行力。近年来,各种企业及相关人员都在强调执行力的重要性。

(6) 总结能力。在销售过程中总结是必不可少的一个环节,只有不断地总结,才能修正工作中的偏差从而得出宝贵的经验和教训,才能更好、更快地成长和发展。作为一名销售人员,应该形成良好的总结习惯,“处处总结得学问”。

(7) 沟通能力,如图 1-5 所示。营销是与人打交道的工作,因此沟通尤为重要。高品质的沟通可以快速实现销售目标,提升销售业绩;高品质的沟通可以消除人与人之间的隔阂,使人际关系更加融洽;高品质的沟通可以避免一盘散沙,使团队的合作更加默契,团队更具凝聚力。这里需要注意的是,高品质的沟通不是具备雄辩的口才就可以了,它需要的更是真诚和包容。沟通最忌讳的就是欺骗,唯有真诚才能最终赢得成功。怀着一颗包容的心,沟通无处不在。我们所接触的每个人都是一个不同于其他任何人的独立的个体,我们不能总以自己的标准来衡量他人。包容的目的是为了求同存异,“海纳百川,有容乃大”就是这个道理。

(8) 时刻保持激情,如图 1-6 所示。几乎所有的销售人员都有过这样的经历,刚进入营销行业,或者刚进入新公司,再有刚升迁至新的岗位时,自己对新环境或新岗位有着几分陌生的

同时却总是有激情,这时往往有巨大的工作热情,容易出业绩。成为老员工后,工作的环境已经不再新鲜,可能感觉自己所做的工作是一种负担,没有了当初的激情。做销售工作最怕的就是丧失激情,一旦没有了激情,就会失去了积极工作的动力,工作只能是被动地去接受。如此一来,难免会出现负思维,工作敷衍了事。因此,始终保持新人般的工作激情很重要。

(9) 团队合作能力,如图1-7所示。作为一个“人”,我们不能够脱离团体而单独存在,作为一名销售人员更是如此。超强的单兵作战能力固然重要,但协同作战更是必不可少的!只有具备了上述8个条件之后才能谈团队合作。有人这样解释团队,团=口+才,队=耳+人,即在团队中说和听同样重要,在善于真诚地聆听不同的建议和意见的同时,又能够清晰地阐明自己的想法并激发整个群体的共鸣才能真正地实现团队合作。



图 1-5 沟通能力



图 1-6 保持激情



图 1-7 团队合作能力

## 活动2 了解店面销售服务礼仪



### 活动要求

通过模拟或者实际在电器卖场或专卖店展开活动掌握IT产品销售中的基本服务礼仪。



### 活动内容

销售人员是一个企业的重要角色,每一个项目的成功都依赖于销售队伍与客户的联络与沟通。无论是成交与否,客户第一次接触销售人员后都会头脑中形成对企业的第一印象。企业以什么样的形象面对于公众,甚至经营者展现了怎样的姿态,完全取决于第一线的销售人员的表现。所以,拥有一只怎样的销售队伍就会拥有怎样的企业形象。



## 1. 服务礼仪的重要性

礼仪是一种典章、制度,包括人的仪表、仪态、礼节、言谈等,用以规范人的行为、举止,调整人与人之间的关系。

### 【案例情景】

某公司新建的办公大楼需要添置一系列的 IT 产品,价值数百万元。公司的总经理已做了决定,向 A 公司购买这批 IT 产品。

这天,A 公司的销售部负责人打电话来,要上门拜访这位总经理。总经理打算双方会谈后,就在订单上盖章,定下这笔生意。

不料对方比预定的时间提前了 2 个小时,原来对方听说这家公司的子公司也要在近期内落成,希望子公司需要的 IT 产品也能向 A 公司购买。为了谈这件事,销售负责人还带来了一大堆的资料,摆满了台面。总经理没料到对方会提前到访,刚好手边又有事,便请秘书让对方等一会。这位销售员等了不到半小时,就开始不耐烦了,一边收拾起资料一边说:“我还是改天再来拜访吧。”

这时,总经理发现对方在收拾资料准备离开时,将自己刚才递上的名片不小心掉在了地上,对方却并没发觉,走时还无意从名片上踩了过去。但这个不小心的失误,却令总经理改变了初衷,A 公司不仅没有机会与对方商谈子公司的设备购买,而且连几乎到手的数百万元 IT 产品的生意也告吹了。

### 【案例分析】

A 公司销售部负责人的失误看似很小,实际的影响却是巨大的。名片在商业交往中是一个人的化身,弄丢对方的名片是对他人的不尊重。没有按预约的时间到访,应该提前通知,在对方不方便的情况下应该耐心等待。

## 2. 服务礼仪的具体要求

服务礼仪主要包括仪态、言谈、礼节以及仪表 4 个方面,如图 1-8 所示。

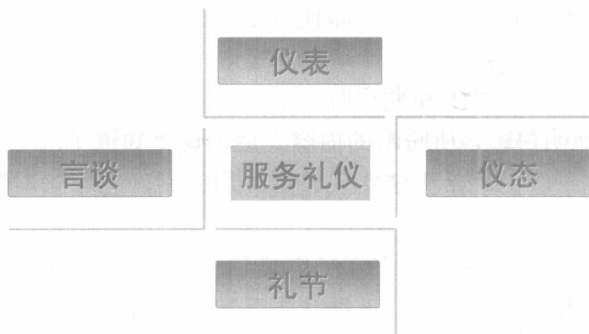


图 1-8 服务礼仪

(1) 保持高雅的仪态。

① 服装。必须按照规定穿着制服,且随时保持清洁、整齐。

② 头发。保持清洁,勤于梳洗,大方得体的发型,避免奇异的发型。

③ 化妆。以淡雅自然为原则,切忌浓妆艳抹,指甲勤修剪,保持清洁。

④ 表情。保持温柔甜美的笑容,表情端庄,且随时保持愉快的心情,不可态度冷淡。

⑤ 姿势。要挺拔有精神,稳重自然,不可弯腰驼背,左右倾斜和东靠西倚,如图 1-9 所示。

⑥ 鞋袜。鞋要以公司规定色泽穿着,不可穿着奇形怪状或没有带子的拖鞋;丝袜以接近肤色为宜。

(2) 常用礼貌用语。当要接近光临的顾客,推介商品,欢送顾客的时候,应该随时随地运用下列八大用语:

① 您好,欢迎光临。当顾客接近店柜时,微笑说出“您好,欢迎光临”,对顾客的光临怀着感激的心情打招呼,如图 1-10 所示。



图 1-9 正确的姿势



图 1-10 与顾客打招呼

② 谢谢。当顾客决定选购,接到货款,找还零钱,递送包装好的商品,以及送客时。可多次使用。

③ 请稍候。当要暂时离开顾客或要让顾客等一会儿时,使用“请稍候”或“请稍等一下”,并可附加稍候的理由及需要的时间。

④ 让您久等了。只要是让顾客等候,即使只是几分钟,回来时也要说这句话来缓和顾客的心情,带给顾客安心和满足感。

⑤ 知道了。当了解顾客的吩咐和期望时,清晰明快的回答可以让顾客留下深刻的印象。但是注意一定要在清楚地明白顾客所吩咐的内容之后再说“知道了”。

⑥ 不好意思。发现顾客的愿望无法实现时所使用的,它隐含尊敬的意思,对顾客谦虚的表达,可提高服务的亲切感。

⑦ 对不起。与顾客接触的过程中,发现顾客感到任何不快时所使用的,如图 1-11 所示。

⑧ 请再度光临。待客结束时使用,不能认为顾客不买就不用说,也不能认为购买完了就结束了,应希望顾客能够继续关照。

(3) 适宜得体的礼节。

① 会见客户或出席仪式站立场合,或在长辈、上级面前,不得把手交叉在胸前。

② 坐姿。坐下后,应尽量坐端正,把双腿平行放好,不得傲慢地把腿向前伸或向后伸,

不得仰视或俯视对方。

③ 公司内与同事相遇，应点头行礼，表示致意。

④ 握手时用普通站姿，并目视对方眼睛。握手时脊背要挺直，不弯腰低头，要大方热情，不卑不亢如图1-12所示。伸手时，同性间应地位高或年长的先伸手，异性间应女方先伸手。

⑤ 出入房间的礼貌。进入房间，要先轻轻敲门，听到应答再进。进入后，回手关门，不能用力太大。进入房间后，如对方正在谈话，要稍等静候，不要中途插话，如有急事要打断说话，也要看准机会，而且要说：“对不起，打断您们的谈话。”

⑥ 递交物品时，如递文件等，要把正面、文字对着对方递上去，如图1-13所示。如果是钢笔，要把笔尖向自己；刀子或剪刀等利器，应把刀尖向着自己。



图 1-11 对顾客致歉



图 1-12 握手



图 1-13 递交物品

⑦ 走通道、走廊时要放轻脚步。无论在自己的公司，还是别的公司，在通道和走廊里不能一边走一边大声说话，更不得唱歌或吹口哨等。在通道、走廊里遇到同事或客户要礼让，不能抢行。

## 活动3 了解IT产品营销人员的职业道德和职业意识



### 活动要求

通过模拟或实际在电器卖场或专卖店展开活动，树立作为一名IT产品销售人员的职业道德和职业意识。



### 活动内容

#### 1. 店面销售人员应有的职业道德

(1) 严格遵守行业规定、公司规章制度和上级指示。



- (2) 热爱销售职业, 忠实于公司, 诚信于客户。
- (3) 顾全大局, 恪尽职守, 勇于承担责任。
- (4) 以高度的工作热忱直面挑战, 不畏艰辛, 拼搏进取。
- (5) 在职责范围内, 能以准确的眼光和较强的判断, 自信地处理业务。
- (6) 通晓市场, 熟知产品, 激情开拓, 扩大销售。
- (7) 善于捕捉信息, 反应敏锐, 及时抓住商机。
- (8) 言行有礼, 举止文明, 维护公司的形象。
- (9) 与上级、部属、同事及其他部门有关人员建立协调、和谐的工作环境。
- (10) 从市场的角度出发, 自我更新各方面知识。

## 2. 店面销售人员应有的工作态度

身为第一线的服务人员, 一举一动与商品一样, 代表着企业的形象和风范。企业销售的绝不仅是商品实体本身, 同时也是在销售商品的附加值, 使顾客在身心上都获得满足, 从而乐意再度光临。因此, 以最佳的服务使顾客获得最大的满足, 每一个服务人员都必须具备以下的工作态度:

- (1) 对顾客一视同仁。

不要因为顾客的衣着、外表、年龄及购买商品金额的多少给予不同待遇, 每一个人都是潜在的顾客, 每一个顾客都同等重要。

- (2) 以顾客的需求为出发点。时时刻刻站在顾客的立场, 为顾客着想, 对顾客所期望的事用心考虑并尽力满足, 这样的服务才能令人觉得有价值。顾客心理上的满足感来源于其需求的满足和愿望的实现。

- (3) 始终保持亲切的服务。顾客购物时, 需要获得尊重与关怀, 当顾客接近商品时, 必须仔细观察其表情变化、行为动作, 不需要紧逼盯人, 但也不能不理不睬, 而要恰到好处, 在顾客需要的时候提供服务, 使顾客感到服务体贴入微, 且富有人情味。

- (4) 诚意待客。对顾客的招呼、言语的应对、商品的推荐说明等, 都必须是发自内心的诚意, 顾客最忌讳的是“只想卖出商品”的虚伪态度, 而与顾客约定的事情不论大小, 均应遵守。

- (5) 个人的服务代表着企业和品牌的整体形象。不要以为个人只不过是企业的一小份子而已, 要知道每一个人员的一言一行都直接影响着顾客对企业、品牌及商品的认识。服务人员良好的表现会使整个企业给顾客留下美好的印象, 从而使企业品牌的形象在无形中得到提升。顾客对服务人员产生了强烈的认同感和信赖感, 会进一步成为忠实的顾客。

## 3. 销售服务应当熟知的基本信条

- (1) 服务就是不怕麻烦。
- (2) 客户永远有权利要求。
- (3) 有服务才有销售。
- (4) 服务就是一种诚实的态度。
- (5) 服务就是超越客户所预期的。

- (6) 服务就是重视客户的反应并予以改进。
- (7) 服务就是设身处地为客户着想,并满足客户不同的需求。
- (8) 服务就是以专业的知识解决客户的问题。
- (9) 服务就是完全负起售后纠纷的责任。
- (10) 服务是带给客户宾至如归的感觉,而不仅是形式上的礼遇。
- (11) 服务是获得客户长期信赖,增加商业机会,并提高营业额的关键。
- (12) 服务是从实干中创造出来的。
- (13) 任何能让客户快乐的行为及措施都是服务的一部分。
- (14) 对服务品质的考验往往是一些琐碎的事情。
- (15) 直接有效地面对客户的抱怨,并在最短的时间内解决。
- (16) 把客户的抱怨放在心上。
- (17) 一次负面的评语必须用十二次的赞赏来弥补。

#### 4. 日常销售前准备工作

- (1) 营造干净整洁的店铺环境,如图1-14所示。



图1-14 干净整洁的店铺环境

- ① 每天上班前应将自己工作环境清扫整理干净,与销售不相关的私人物品应妥善收藏,以迎接顾客的光临。
- ② 自己经营的商品橱窗、柜台等,要时刻保持货品陈列和谐美观,并应时常变化陈列。
- (2) 检查销售商品。
  - ① 对所销售商品的种类、尺寸、品质和货号以及存货应该了如指掌,并且研究销售情况。
  - ② 有新商品推出时,要主动认真地向有经验的同事学习有关商品的知识,以便为顾客



介绍。

③ 价格标签要查看是否放得端正，数字是否准确。

④ 对商品要爱惜，转移商品（调进或调出）时要逐一核对单据，并仔细检查是否有不良成品或价格不符等问题。

⑤ 商品若有问题，应主动向上级反映，以维护商品的形象及信誉。

（3）保持良好服务态度。

① 检查自身仪容：

- 头发是否梳洗整齐？
- 双手是否干净？
- 脸部是否干净，化妆是否得当，香水味是否过浓？
- 鞋袜色泽和样式是否都得当？
- 制服是否穿着整齐，是否有佩戴不当的饰品？

② 培养热诚和亲切的微笑。

③ 蕴育自制力。销售人员必须随时注意控制自己的情绪。因为销售人员无论具有多高的销售技巧，如果给顾客难看的脸色、斥责顾客或与顾客发生争执，都是造成业绩低落和缺少信誉的主要因素之一。所以，培养坚韧的自制力是优秀的销售人员必须具有的工作态度。

## 活动4 了解IT产品营销人员的职业技能



### 活动要求



通过模拟或者实际在电器卖场或专卖店展开活动，掌握作为一名IT产品营销人员的职业技能。



### 活动内容



#### 1. IT产品营销人员职业技能的基本要求

销售人员是一个庞大的社会群体，在就业人口中占有相当大的比例，特别是IT企业中，甚至达到企业员工总数的60%以上。销售人员职业素养的水平，决定着整个企业水平的高低，也影响着企业的整体形象。

一般来说，对于IT销售人员的要求比一般行业销售人员的要求要高，因为销售的是技术含