

导购员自我提升的最佳读本 管理者培训员工的良好教材

导购员 销售口才

情景训练

张智清◎编著

生动的**销售情景**再现工作中棘手问题
实用的**口才技巧**提高业务中沟通能力



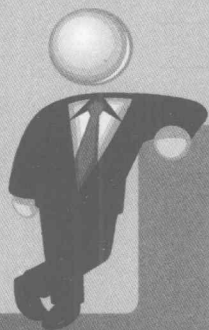
DaoGouYuan
XiaoShouKouCa
QingJingXunLian

导购员自我提升的最佳读本 管理者培训员工的良好教材

导购员 销售口才 情景训练

张智清◎编著

生动的**销售情景**再现工作中棘手问题
实用的**口才技巧**提高业务中沟通能力



DaoGouYuan
XiaoShouKouCai
QingJingXunLian

中国纺织出版社

内 容 提 要

导购员是人们在店铺和卖场中购买产品时接触最频繁、最密切的销售人员,一线导购员服务水平和销售技巧直接决定了产品的销售量。本书从六个方面入手,向导购员详细介绍了在一些常见情境中可能遇到的多种问题,除了有具体的分析,我们还针对情景总结了相应的解决方法。阅读此书,导购员不仅可以得到具体的业务指导,还可以借鉴方法完善自己的销售技巧,提高销售水平,使工作更上一个台阶。

图书在版编目(CIP)数据

导购员销售口才情景训练/张智清编著. —北京:中国纺织出版社,2009. 10

ISBN 978-7-5064-5924-2

I. 导… II. 张… III. 销售—口才学 IV. F13.3 H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 149905 号

策划编辑:曲小月 责任编辑:韩雪飞 责任印制:周 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京华戈印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2009 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:15

字数:155 千字 定价:26.80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前言

随着生活水平的日益提高,人们在购物时除了考虑基本的使用需求外,开始更多地追求商品所带来的精神享受,产品能否彰显自己的品位和个性,是否能够满足职业、身份、年龄的要求以及对时尚和情趣的追求,开始更多地成为人们选择商品时的标准。

正是由于人们购物需求的门槛不断提高,加上众多国内品牌纷纷崛起和国外品牌的大批涌入,零售行业的竞争变得日益激烈。为了能在竞争中胜人一筹,零售商们纷纷打响促销战、价格战、广告战。但是迫于产品结构的同质化和竞争方式的同式化,不少零售商并没能从整体管理策略上取胜,反而是那些站在产品销售最前沿的导购员,成了零售商们在竞争中脱颖而出的重要决定因素之一。

导购员是人们在零售场所购买产品时的直接对话者,一线导购服务水平 and 销售技巧的高低,直接决定了产品的销售量。导购员之间竞争的激烈程度,并不亚于销售领域中管理层之间的竞争。正因为导购员需要时刻承受上级施加的压力,加上薪水起步低、工作时间长,所以不少导购员在从业

路上半途而废。

一位成功的销售大师曾经说过：“只要你拥有成功销售的能力，你就拥有白手起家成为亿万富翁的可能。”而作为导购员，想要最大限度发挥销售能力，关键在于是否能够把握与顾客沟通的有效性并掌控对话的局面和方向，谁与顾客沟通得更为有效，谁就是最后的获胜者。

为了更好地帮助导购员应对工作中遇到的问题，我们特别编著了这本书，分别从六个不同的方面入手，向读者详细解答在现实环境中可能遇到的多种问题及解决方法。此外，我们还针对不同状况总结了应对措施，对具体情景进行全面提炼，深入剖析导购员制胜的秘诀。借助此书，导购员们不仅可以得到销售方法的指导，而且可以完善自己的销售技巧，提高业务水平，使工作业绩迈上一个新台阶。

第一章 向顾客介绍你的产品	1
➤ 情景 1:听你介绍产品时,顾客很不屑	3
➤ 情景 2:顾客试用产品时,指出很多缺点	7
➤ 情景 3:试用完产品后,顾客称并不购买	11
➤ 情景 4:向顾客说明产品优点,顾客失去兴趣转身就走	14
➤ 情景 5:看过产品后,顾客认为物非所值	18
➤ 情景 6:导购员热情介绍产品时,顾客直接指出缺点	22
➤ 情景 7:你卖的产品,在顾客看来可有可无	25
➤ 情景 8:顾客对你销售的品牌很陌生,不愿购买	29
➤ 情景 9:导购员热情介绍,顾客却想购买其他品牌	33
➤ 情景 10:介绍产品时,顾客表示产品太普遍	37

第二章 正确处理与客户的关系 41

- ▶ 情景 11: 顾客对产品感兴趣, 身边的人却反对 43
- ▶ 情景 12: 你热情接近顾客, 顾客却爱理不理 47
- ▶ 情景 13: 营业高峰时, 如何避免对顾客招呼不周 51
- ▶ 情景 14: 顾客为别人买产品, 迟迟下不了决心 54
- ▶ 情景 15: 产品只剩一件, 顾客却要新的 58
- ▶ 情景 16: 顾客很喜欢产品, 但仅剩的一件有瑕疵 62
- ▶ 情景 17: 你的情绪再差, 也要微笑面对顾客 66
- ▶ 情景 18: 导购员劝顾客试用, 顾客不领情 69
- ▶ 情景 19: 顾客认为产品少可选择性小, 转身离去 72
- ▶ 情景 20: 顾客购买了产品, 但没过多久要退货 75

第三章 消除顾客购买异议 79

- ▶ 情景 21: 顾客对产品很满意, 但感觉价格贵 81
- ▶ 情景 22: 即便你的价格让步到了底线, 顾客仍旧不满意 85
- ▶ 情景 23: 导购员热情介绍, 顾客称产品不能满足其需求 88
- ▶ 情景 24: 消除对质量的担忧, 顾客才能放心购买 91
- ▶ 情景 25: 你所提供的数据, 顾客并不相信 94
- ▶ 情景 26: 顾客对产品满意, 但称要一个月之后购买 97
- ▶ 情景 27: 顾客很满意产品, 但对导购员服务不满意 99
- ▶ 情景 28: 导购员介绍产品时太专业, 顾客担心不会操作 103
- ▶ 情景 29: 顾客犹豫不决, 也许不是产品原因 107
- ▶ 情景 30: 顾客想要购买, 但却被闲逛的人随口否定 111

第四章 有效利用促销手段 115

- 情景 31:顾客对促销不感兴趣,赠品和折扣无所谓 117
- 情景 32:对促销产品的质量,顾客不放心 120
- 情景 33:顾客既想要赠品,又要打折 123
- 情景 34:顾客满意促销产品,但不满意其没有保修 126
- 情景 35:产品没有促销活动,顾客很不满意 130
- 情景 36:顾客拿同类促销产品与你的产品相比较 134
- 情景 37:顾客不知道产品促销,赠品要不要给 138
- 情景 38:顾客看中赠品,但不太满意产品 142
- 情景 39:顾客不要积分和赠品,直接要降价 146
- 情景 40:顾客认为促销力度太小 150

第五章 学会面对各种顾客 153

- 情景 41:顾客比较专业,有针对性地导购员提问 155
- 情景 42:导购员努力介绍产品,顾客始终犹豫不决 159
- 情景 43:导购员为顾客介绍产品,他匆匆走掉 162
- 情景 44:夫妇二人共同购物,导购员如何面对 165
- 情景 45:顾客带着孩子购物,导购员如何应对 168
- 情景 46:男性顾客光临卖场,导购员如何应对 171
- 情景 47:两名或多名女性顾客光临,导购员如何应对 175
- 情景 48:老年人光顾卖场,导购员如何应对 179
- 情景 49:顾客不停地询问,导购员应该怎样应对 183
- 情景 50:老顾客购买时,要求打折 187

第六章 让价格不再成为障碍	191
➤ 情景 51:顾客一听报价,转身就走	193
➤ 情景 52:与同类产品相比,顾客觉得产品价格贵	197
➤ 情景 53:顾客来过多次,由于价格原因迟迟没买	201
➤ 情景 54:顾客认同产品质量,但认为没必要买如此贵的产品	205
➤ 情景 55:购买数量多,顾客一再要求降价	209
➤ 情景 56:顾客很满意产品,但要到打折时再买	212
➤ 情景 57:你同意降价,但顾客依然没有购买	216
➤ 情景 58:顾客担心降价太快,不想购买	219
➤ 情景 59:产品降价太快,老顾客找上门	222
➤ 情景 60:顾客一再砍价,导购员如何保证最大利润	226
 参考文献	 230



第一章



向顾客介绍你的产品

- 情景 1 听你介绍产品时,顾客很不屑
- 情景 2 顾客试用产品时,指出很多缺点
- 情景 3 试用完产品后,顾客称并不购买
- 情景 4 向顾客说明产品优点,顾客失去兴趣转身就走
- 情景 5 看过产品后,顾客认为物非所值
- 情景 6 导购员热情介绍产品时,顾客直接指出缺点
- 情景 7 你卖的产品,在顾客看来可有可无
- 情景 8 顾客对你销售的品牌很陌生,不愿购买
- 情景 9 导购员热情介绍,顾客却想购买其他品牌
- 情景 10 介绍产品时,顾客表示产品太普遍



情景 1 | 听你介绍产品时， 顾客很不屑

情景说明

在零售店中，无论你做什么产品的导购都会遇到这样的情况：在介绍产品的时候，任凭你介绍得多么精彩，顾客都不屑一顾，他们要么继续与同伴交谈，要么漫不经心地看着产品。对于这种情况，一些新的导购员通常会感到非常尴尬，而一些老的导购员又认为顾客对此产品没有需求，所以销售机会就这样被轻易放弃了。

当你为顾客热心介绍产品时，顾客表现出不屑的态度是很常见、也很正常的。很多导购员在顾客踏进商店时，就滔滔不绝地赞扬自己的产品，态度表现得过于热情和急切，想以此来引起顾客注意，引导他们购买，但结果往往适得其反。

销售情景

导购员：“小姐看看吧！我们这款商务多功能闹钟非常神奇，能变小变大，不仅可以家里使用，旅游、出差时折叠起来还可以随身携带，非常方便。有50多种铃音，您可以任意更换，还可以语音报时。”

顾客停下脚步，看着导购员手里的闹钟。

导购员：“这款闹钟还具有备忘录的功能，只要您提前设置，那么它就会提前提醒您注意，让您时刻记住家人、朋友的生日，不必担心忘记每一个纪

念日。”

顾客看了一会,很不屑地离开了。

错误应对

(1)“您慢走!”

(2)整理自己的产品,流露出和顾客一样不屑的表情。

(3)小声地抱怨。

(4)“这的确不错呀!”

问题分析

在任何一个零售店里,销售业绩都是衡量导购员水平的重要指标。正因如此,有些导购员在业绩压力下就会急于表现,甚至不在乎顾客是否对产品感兴趣,就对顾客拼命地赞扬自己的产品,夸大产品的功能。然而他们却并未注意到,这种急于求成的做法不仅无法促成交易,而且还歪曲了产品的性能,使顾客产生反感,最终失去顾客的信任。

1. 不要过于热情

导购员过于热情的表现往往会遭到顾客的排斥,即使他们确实需要该产品,也会因导购员不恰当的接待方式而产生厌烦的情绪。这种情况在整个营销行业都比较普遍,因而导购员要避免这种心态,否则会失去销售的机会。

2. 赢得顾客信任

现如今,不讲诚信的商家店铺仍然存在。为了提升业绩,他们可以不择手段地将一些不适合、甚至质量有问题的产品推销给顾客,之后对顾客的投诉又不闻不问,使这些顾客蒙受了巨大的损失,久而久之,一些顾客就对导购员产生了戒备心理。所以当导购员进行推销时,无论产品是好是坏,这些



顾客都会条件反射地给予否定。由于顾客对产品的不信任,使得顾客对于导购员的介绍往往心存疑虑。

要想恢复顾客对导购员的信任,必须要自我反省,摒弃夸夸其谈的恶习,时刻注意语言的适度和精练,防止语言的夸大和繁琐,更不要使用引起顾客反感的语言(如:我们的产品无与伦比,我们的产品绝对是同类产品中最好的等)。

3. 对顾客先礼貌地问候

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。另外,可以从顾客的性别、年龄、衣着风格等方面来推测顾客的性格特点和兴趣爱好,具有针对性地给顾客介绍产品。

4. 找准时机接近顾客

开始时的耐心等待是很有必要的,当发现顾客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。接近顾客的恰当时机有:

- 顾客注视产品。
- 顾客接触产品。
- 顾客停下脚步。
- 顾客东张西望像是在寻找产品。
- 顾客向导购员发出需要帮助的暗示。

5. 认同顾客

顾客提出不满时,我们要认同顾客的感受,留住顾客,从而更好地说服他。认同顾客的不满可以使其心里获得安慰,消除对导购员和产品的排斥心理和反感情绪。

★ 正确应对

导购员:“小姐看看我们的商务多功能闹钟吧,它不仅可以在家里使用,



而且它轻便小巧,可随身携带,旅游、出差时折叠放在床头便可,非常方便。有38种铃音,您可以任意更换。还可以语音报时,每天早晨让您在甜美的声音中醒来。”(朴实,实事求是地介绍产品,切忌夸夸其谈)

顾客停下脚步,看着导购员手里的闹钟。

导购员:“此外它还具有备忘录的功能,只要您提前进行设置,那么它就会提前提醒您注意,让您时刻记住家人、朋友的生日,不必担心忘记每一个纪念日。”

顾客看了一会,很不屑地离开了。

导购员:“小姐请留步(留住顾客),刚才我太急躁了,真对不起!不知道您对我们的产品哪里不满意?给我个建议好吗?(询问顾客具体的原因)”

客户:“真有那么好吗?”

导购员:“我们店能在这里开三年多,主要靠的就是商店的信誉(以商店三年多的发展担保),我们不会自找苦头拿自己的信誉去欺骗消费者。我相信我们的产品一定会获得您的信任。我们的产品多功能并不是夸出来的,到底是骡子是马,还得拉出来溜溜,您说是吧?(展示产品,指导亲自体验)您看这闹钟可以折叠,还有铃音设置、备忘录设置……”



情景2 | 顾客试用产品时， 指出很多缺点

情景说明

导购员在说服顾客购买产品时，不仅要向顾客介绍产品的功能，还要主动邀请顾客切身感受产品的质量、用途以及带来的好处等，让顾客相信这些产品绝对不会让他们失望。但是，顾客在试用产品时，通常会指出一大堆缺点：“这件衣服料子感觉不太好呀！”“这榨汁机声音也太大了吧！”“这电动按摩椅就是感觉不如人手按着舒服！”

顾客提出的这些缺点和疑义，有的是客户理解有误，有的是可以避免的，有的是确实存在。无论是哪一种情况，每个导购员都要对其做出相应的解释。但可能在多数情况下，仅有一小部分顾客能被导购员顺利说服，更多的顾客虽然试用过了产品，但依然坚持己见，不肯购买。

销售情景

一位小姐在挑选化妆品。

顾客：“我可以试用一下这款粉饼吗？”

导购员拿出试用装：“好的，您试试吧！”

顾客边试用边说：“粉色是不是有点暗了，而且粉质那么粗，一点也不细？”

导购员：“小姐皮肤比较暗黄，这款色系刚好适合您。”



顾客有点不开心：“粉和粉扑没有分开也太不卫生了，而且包装也不太好。”

❁ 错误应对

- (1) “小姐皮肤比较暗黄。”
- (2) “又不是粉底液，要那么细干吗？”
- (3) “散粉都比较粗。”
- (4) “很多粉和粉扑子都不分开的啊？反正都要用。”
- (5) “又不是买包装，只要产品好就行。”

❁ 问题分析

正如我们在前文所说，顾客在试用产品时，指出很多缺点是有其原因的，比如：顾客提出的问题产品确实存在；试用后，顾客对产品不满意，不想购买，于是找借口指出诸多缺点；顾客对导购员的服务态度不满意，不想购买产品。无论是哪种原因，导购员都要认真对待。

从顾客进店开始，导购员就要以热情、友好的态度接待顾客。顾客试用产品时，导购员要在一旁协助、指导，并为顾客提供真诚的建议。在与顾客交谈时，导购员一定要注意自己的言行，不要让自己的话语引起顾客的不满。例如在本节“销售情景”中导购员直言：“小姐皮肤比较暗黄，这款色系刚好适合您。”导购员也许说的是事实，但却会让顾客不开心，从而影响自己的销售。

具体来讲，顾客试用产品后，如果指出很多缺点，导购员要针对不同的情况采取以下方法巧妙应对：

1. 不要与顾客争论

现实销售中，一些导购员面对顾客的百般挑剔，总是忍不住争辩一番，