



卖场实战运营
情景剧
系列丛书

让
顾
客
一
见
钟
情

高彩凤 编著

店铺销售 礼仪规范

学习礼仪，摒除销售中的「恶习」
把销售当作艺术，收获到的不仅是业绩提升
本书提供完善的销售礼仪规范，是终端服务人员必备宝典



中国发展出版社

高彩凤
编著

店铺销售 礼仪规范

 中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

店铺销售礼仪规范 / 高彩凤编著. —北京: 中国发展出版社,
2009. 9

(卖场实战运营情景剧系列丛书)

ISBN 978 - 7 - 80234 - 467 - 9

I. 店… II. 高… III. 销售 - 礼仪 IV. F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 167701 号

书 名: 店铺销售礼仪规范

著作责任者: 高彩凤

出 版 发 行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标 准 书 号: ISBN 978 - 7 - 80234 - 467 - 9

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京瑞哲印刷厂

开 本: 700 × 980mm 1/16

印 张: 9.25

字 数: 87 千字

版 次: 2009 年 9 月第 1 版

印 次: 2009 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1—6000 册

定 价: 22.00 元

咨 询 电 话: (010) 68990625 68990692

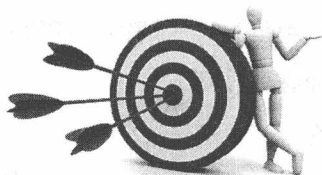
购 书 热 线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电 子 邮 件: drcpub@126.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换



前言

随着经济的高速发展，市场越来越成熟，市场成熟的标志是竞争将越来越激烈，利润将越来越微薄，微利的特征越来越明显。那么，作为终端的店铺如何在优胜劣汰的市场中胜出，如何发现店铺的利润区，如何通过采用先进的管理模式而领先于竞争对手……这些都是店铺管理者苦苦思索的问题。

另一方面，作为店铺的管理者，你是否遇到过无论怎么强调服务，员工却总是达不到我们要求的情况；店铺的礼仪要么做作，要么就干脆无所谓；面对突发事件束手无策，造成越来越多的顾客投诉……这些都是店铺管理者不得不面对的问题。

通过对几十家成熟的零售连锁企业进行研究，我们认为进入竞争激烈的时代后，店铺经营者只有苦练内功，通过规范、标准的管理才能实现利润最大化，只有向管理要效益才能超越对手。

服务、礼仪、销售，是技术，同时也是艺术。之所以说是技术，是因为它们有一定的规律性与模式化，比如服务八步，推销的FAB理论等。但是如果学习者直接拿来套在自己的店铺管理上，就会水土不服，甚至起负面效果。为什么呢？原因在于使用这些标准、规范的时候缺乏艺术性。要做到店铺的服务、礼仪、销售、投诉应对的技术性与艺术性相结合，实践是必不可少的，只有实践可以为两者提供结合的土壤。

本套《卖场实战运营情景剧》系列丛书从实践出发，把技术性与艺术性有机地结合起来，贴近店铺经营实际，使读者不但易懂，还可以更好地在实践中应用所学知识。本套丛书共有五本，分别为《店铺标准服务流程》《店铺销售礼仪规范》《店铺销售技巧》《顾客投诉及突发事件应对技巧》《图解店铺陈列技巧》。

本套丛书有以下特色：

1. 情景剧模拟。模拟卖场的实际情景，包括错误的表现、正确的应对，零售专家点评技巧，并配大量的情景图片，加强对情景的解读。

2. 选题实用。丛书的内容都贴近店铺日常管理，从服务标准、礼仪规范、销售技巧、投诉和突发事件应对、商品陈列技巧五个方面提供了实用、可操作的指导。

3. 内容系统。丛书的内容以店铺为出发点，涵盖了店铺经营的各个方面，如员工薪酬分配、货物的进销存、员工管理等，让店铺管理者一册在手，诸事无忧，而且具有急事备查的优点。

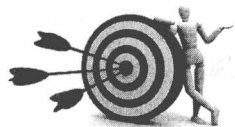
4. 语言通俗。考虑到店铺人员喜欢轻松活泼，简洁明了的语言风格，我们在写作的时候特意将文字做到深入浅出、通俗易懂，与实战案例相结合，同时，图书的版式也简单明快。

我们希望这套丛书能够得到读者的认可与指点，更希望这套书能给读者带来帮助，成为店铺经营者的好帮手、指南针。

最后，祝读者朋友们生意兴隆。

编者

2009年8月



目录

第一章 现代销售礼仪在卖场服务中的作用

一、什么是销售礼仪	1
二、店铺销售为什么需要礼仪	2
1. 零售业发展需要加强礼仪	2
2. 销售礼仪的功能	3
三、销售礼仪的原则	4
1. 耐心	4
2. 关心	4
3. 爱心	5
4. 善意	5
5. 诚意	5
四、销售礼仪须律己敬人	6
情景再现 优质服务暖人心	7

第二章 销售人员形象塑造——仪容、仪表规范

一、销售人员的仪容规范	17
1. 发型	18

2. 面部	21
3. 指甲	23
4. 腿部、脚部	24
5. 个人卫生	24
二、销售员的仪表规范	25
1. 着装规范	26
2. 佩饰的使用规范	29
3. 使用形象用品	31
4. 佩戴胸牌规范	32
5. 仪表规范检测	32
三、销售人员的仪态规范	35
1. 坐姿规范	35
2. 站姿规范	38
3. 行走规范	41
4. 蹲姿规范	42
5. 表情规范	43
6. 常用手势规范	46
7. 姿势仪态禁忌	48
四、销售人员形象塑造细则	51
1. 请读懂身体语言	51
2. 微笑训练	54
3. 展示物品的仪态	55
情景再现 糟糕的妆容吓跑了顾客	57

第三章 卖场服务语言规范

一、店员声音规范	59
1. 声音要优美	59

2. 表达要恰当	61
3. 仪态与文明用语配合	63
二、与顾客的沟通规范	64
三、卖场销售文明用语规范	66
1. 应对顾客各种情况的文明用语	67
2. 四种服务禁忌类型	72
四、倾听顾客讲话的礼仪规范	74
五、卖场服务语言规范细则	76
1. 常用销售礼仪文明用语	76
2. 销售中的禁语	80
情景再现 让顾客把话说完	83

第四章 迎宾、接待、送客礼仪规范

一、卖场迎宾、接待、送客流程及规范	87
1. 迎宾	87
2. 关注	88
3. 接近	89
4. 帮助	89
5. 比较	90
6. 交易	90
7. 送客	91
二、接听顾客电话礼仪规范	92
1. 接听电话语调要求	92
2. 接听电话技巧	93
3. 各种电话应对的实例	94
三、打电话礼仪规范	95
1. 什么时候打电话	95

2. 通话时长	96
3. 内容简练	97
4. 打电话常用礼貌用语	98
四、卖场其他场合礼仪规范	99
1. 上下楼梯、进出电梯	99
2. 开关门礼仪	99
3. 奉茶时的礼仪	100
五、迎宾、接待和送客中的礼仪规范细则	101
1. 迎宾的礼仪规范	101
2. 接待顾客时礼仪细节处理	104
3. 销售中应注意的六项礼貌规范	108
4. 以诚意来为客人服务	110
5. 动作迅速会让顾客产生好感	111
6. 对待客人要一视同仁	112
7. 令顾客讨厌的接待服务	114
8. 餐厅服务程序及礼仪规范	115
情景再现 在西餐馆的遭遇	119
店员的仪容仪表	124

第一章 现代销售礼仪在卖场服务中的作用

本章导言

随着社会物质文明的发展，顾客的精神需求也越来越高。因此，现代零售卖场的竞争已不仅仅是产品本身的竞争、硬件设施的竞争，更是员工素质、服务、礼仪的竞争。良好的礼仪修养与服务技能可以帮助店员获得专业、得体、有礼、有节的形象以及交流技巧，给客户留下良好的第一印象，同时能提高销售成功率、提高客户满意度与企业美誉度。现代销售要求礼仪贯穿整个过程，只有把员工素质、销售礼仪变成新的生产力，卖场才能在激烈的市场竞争中显示出自己的强劲优势。

一、什么是销售礼仪

销售礼仪既是销售人员应具备的基本素质，也是销售活动中应遵循的行为准则，它是通过言谈举止，对顾客表示尊重和友好的行为规范。简单地说，销售礼仪就是销售人员在工作场合使用的礼仪规范和工作艺术，它使无形的销售服务有形化、规范化、系统化，并指导和协调销售人员，在销售活动中采用有利于处理顾客关系的言行。

销售礼仪可以塑造完美的销售员个人形象及卖场形象，让销售员在销售开始之前就赢得顾客的好感、信任和尊重，没有什么比让顾客信任更重要的事了。只有注意了礼仪和灵活运用礼仪才能及时避免、挽救顾客的异议和投诉。

可见，销售礼仪就是完善销售过程的点金棒，是与顾客交往的润滑剂和成功交易的催化剂。

二、店铺销售为什么需要礼仪

① 零售业发展需要加强礼仪

有形、规范、系统的销售礼仪，可以树立销售员和店铺的良好形象。销售礼仪是信息性很强的行为，顾客在通过销售员的礼仪获得信息的同时，还在与销售人员联络感情。作为卖场销售人员，学习和运用服务礼仪，已不仅仅是自身形象的需要，更是提高效益、提升竞争力的需要。中国商业已经开始由制造商品品牌向零售商品品牌转变，零售业越来越发达，如今各种不同形式的零售商品品牌不断涌现，并占领了大部分的消费市场。例如，家电行业：国美、大中、苏宁；超市百货：沃尔玛、家乐福、美廉美、欧尚、世纪联华；家居建材业：居然之家、蓝景丽家、宜家；零售百货公司：华联、庄胜、燕莎；等等。它们已经成为人们消费的主流场所。随着零售商业的不断发展，顾客的精神需求也越来越高。顾客在购物时除了购买商品本身以满足需求

外, 还希望得到优质的服务。在同类商品市场中, 顾客更喜欢以自己的“受尊重程度”来确定“感情倾向”。所以, 现代零售业必须重视消费者的感受, 建立完美的顾客服务礼仪, 以体现“员工素质”、“店铺形象”, 只有这样才能在行业中获得持续、较强的竞争力。

2 销售礼仪的功能

销售礼仪的功能表现在以下几个方面。

(1) 表达尊重的功能

向顾客表示尊敬、表示敬意, 有礼仪的销售行为, 蕴含着对顾客的尊敬。

(2) 约束销售行为的功能

礼仪作为行为规范, 对店铺的销售行为具有很强的约束作用。店铺礼仪规范一经制定和推行, 经年积淀, 便成为零售店的文化和形象规范。任何一个工作在某种礼仪习俗和规范环境中的人, 都会受到该销售礼仪的约束。

(3) 教化员工的功能

礼仪具有教化功能, 主要表现在礼仪会成为零售店文化的重要组成部分, 它作为一种“传统”, 由老员工传递给新员工。在店铺的发展中, 销售礼仪的传承作用具有极为重大的意义。

(4) 调节人际关系的功能

礼仪具有调节人际关系的功能。礼仪作为一种规范、程序，作为一种企业文化，对销售员与顾客之间的关系模式起着规范、约束和及时调整的作用。

三、销售礼仪的原则

店铺销售礼仪不是微笑服务、敬语服务，更需要态度和蔼的真诚服务。主动、热情、周到地做好销售服务工作，是销售员服务精神、职业道德的集中体现。销售礼仪要具备“三心二意”的原则。“三心”是指耐心、关心、爱心，“二意”是指善意和诚意。

1 耐心

耐心，即要有“忍耐性”和“忍让性”。在服务繁忙的时候，不急躁、不厌烦；遇到客户不礼貌的时候，不争辩、不吵架，应保持冷静，婉转解释，得理也得让人，退一步海阔天空。

2 关心

关心，即主动服务，是服务礼仪的基本要求。服务人员在客户没有开口之前，时时处处自觉为客户服务。要做到“五个主动”，即主动问

候、主动招呼、主动介绍、主动服务、主动征求意见，使客户高兴而来，满意而归。

3 爱心

爱心，即热情的服务，是服务礼仪的较高境界。对待客户如同对待自己亲友一样，笑容常开、语言亲切。要做到“五个一样”，即内宾和外宾一样，男宾和女宾一样，老少一样，成交多少一样，成交与否一样。这使客户总是感到亲切和温暖。

4 善意

善意，即人性化、对象化的服务。从客户实际情况入手，使服务礼仪规范更加适合客户，符合客户的现实需要。比如发现客户是个左撇子，在递物品给他的时候，就可以递到他左手方向的位置，以方便他接拿。

5 诚意

诚意，即周到的服务，服务工作要完善妥帖，细致入微。要善于从客户表情和神态的变化中，了解客户的意图，灵活应变，想客户所想，急客户所急，处处体贴客户。千方百计地帮助客户排忧解难。

除此之外，终端销售礼仪还要本着真诚尊重顾客、接待顾客平等适度、自信自律、守信宽容的原则进行。

四、销售礼仪须律己敬人

礼仪的本身就是一种律己敬人的行为规范，首先是“律己”，然后才是“敬人”。

“律己”不仅是自我的约束，要有遵守卖场制度。“没有规矩，不成方圆”，遵守卖场的规章制度，是销售人员的起码要求。这不仅是为了统一卖场员工行为规范、统一卖场形象，还为了更好地为客户提供服务，培养销售人员的服务意识。只有培养出良好的全心全意为客户服务的意识，才能真正做好销售工作。

比如在文明用语的使用上，销售人员不仅要了解自己岗位常用的文明用语，还要知道哪些是服务忌语。文明用语要生动具体、声情并茂地说出来，以达到交流、沟通、润滑的作用。

再比如说工作牌（身份牌），它既是本人身份的证明，也是客户对服务人员的服务态度、服务质量进行有效监督的材料，在工作岗位上，销售人员必须佩戴工作牌，而且要规范地佩戴在左胸位置，表示“单位在我心中，我就是销售的代表”。

还有其他方便客户的规定，比如电梯的使用。有些卖场明确规定工作人员和客户应当分别使用不同的电梯，而且往往还在醒目位置贴着提示语。这时候服务人员如果投机取巧的话，会被客户看在眼里，记在心里：连本单位的制度都不遵守的人，能提供可靠的、高质量的服务吗？

所以，卖场销售礼仪从律己开始。



情景再现

优质服务暖人心

情景1:

赵先生是一家银行的职员，平时很少买衣服，周五晚上时间相对比较空闲，因此他来到了繁华的商业街，逛商场散心。在商场快下班的时候，赵先生走进一家服装专卖店，店里的几名店员都显得很忙碌，有的在结账，有的在盘点货品，还有的在清扫店面，赵先生拿起一条裤子看了看，感觉不错就问：“这条裤子是多大号的呀，我能穿吗？”其中一位店员抬起头来打量了他一下说：“适合你这身材的号恐怕没有。”赵先生有点尴尬，但因为想买就追问了一句说：“到底有没有？能不能找找？”那位店员很不耐烦地回答道：“不用看了，现存的号你都穿不了。”接着又加了一句：“先生快点儿看行吗？我们已经下班了，商场马上关门了。”赵先生非常生气地放下裤子，气愤地说：“什么服务态度！”就推门而去。

