



白金书系

岗位业务培训系列

实际、实用、实操、实效
让你的员工比竞争对手学得更快！

如何做好 导购员

《现代超市求职/上岗指南》编委会 主编

**专业知识 + 素质培训 + 规范管理，
从生手到金牌导购员的完美教程！**

广东省出版集团
广东经济出版社



白金书系

岗位业务培训系列

实际、实用、实操、实效
让你的员工比竞争对手学得更快！

如何做好 导购员

《现代超市求职/上岗指南》编委会 主编



**专业知识 + 素质培训 + 规范管理，
从生手到金牌导购员的完美教程！**

廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

如何做好导购员 / 现代超市求职上岗指南编委会主编. — 广州: 广东经济出版社, 2011. 9

(广经企管白金书系: 岗位业务培训系列)

ISBN 978-7-5454-0941-3

I. ①如… II. ①现… III. ①销售—基本知识 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 178781 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	湛江日报社印刷厂 (湛江康宁路 17 号)
开本	730 毫米×1020 毫米 1/16
印张	9.75
字数	161 000 字
版次	2011 年 9 月第 1 版
印次	2011 年 9 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978-7-5454-0941-3
定价	18.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

邮购电话: (020) 37601950 邮政编码: 510075

营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

总 序

今年7月底，我应《新快报》管理沙龙第190期之约，做了一次“用《弟子规》培育员工”的专题报告会。会前，我与一位相识10年的老朋友——广东经济出版社姚丹林社长聊起该社改革开放30年来在企业管理领域出版的一系列优秀作品，还谈及中国的优秀企业——华为、联想、海尔的经营管理之道，大有“如数家珍”和“酒逢知己千杯少”之感。此后，我荣幸地接受了姚社长的邀请，为本系列图书作序。

“文章千古事”。正如姚社长所说的，广东经济出版社作为一家在全国有一定影响力和知名度的出版社，乐于承担社会责任，为广大企业读者服务。最近，广东经济出版社通过多种渠道对企业经营管理、经济管理领域的广大读者群进行了广泛深入的调查研究，并根据读者群的反馈意见和建议，对该社10年来出版的几百本企业经营管理、经济管理图书进行排序，精选出百种优秀图书，编制了一套“广经企管白金书系”，期待她能够为从事企业经营管理和经济管理领域的同仁们带来更多的实用参考价值。

著名的英国哲学家、文学家弗兰西斯·培根在回答读者“读什么和怎样阅读”时说：“书籍好比食品。有些只需浅尝，有些可以吞咽，只有少数需要仔细咀嚼，慢慢品味。所以，有的书只要读其中一部分，有的书只需知其梗概，而对于少数好书，则应当通读、细读、反复读。”

正如培根所说的那样，从事企业经营管理和企业中高级管理者教育培训以来，我和我的许多同事一直在案头热读、通读、细读、反复读广东经济出版社那些优秀的图书，受益匪浅。作为这些优秀图书的“受益者和老粉丝”，归纳起来，我觉得这套图书对我们有以下三个方面的学习和典藏价值：

1. 高屋建瓴，形成经典——这套系列图书的作者多数来自国内外优秀企业的中高级管理者和长期从事企业管理咨询、培训的专家教授。其中大多数人是优秀企业的总经理、副总经理、公共关系管理专家、市场营销专家、人力资源专家、物流与供应链管理专家、精益生产管理专家、质量管理专家、企业培训管理专家和现场管理专家等。本书系是他们在改革开放30年中从事企业经营管

慧的结晶。

2. 简明易懂，方便实用——改革开放头 20 年，从我国著名的工商管理学院给企业管理者开设的 EMBA 和 MBA 的核心课程来看，学习、消化、吸收欧美国家企业先进的科学管理经验似乎成为我们学习企业经营管理的主旋律。但是，实践证明：由于国家、企业文化、制度、语言等环境的差异，对于欧美企业的管理经验真正做到“消化吸收、洋为中用”确实需要一个比较漫长的过程。许多有识之士发出了“哈佛学不到”的叹息！最近 10 年来，我国本土的企业家将西方的先进管理经验与自己企业的具体实践相结合，创造了许多超越欧美企业的第一业绩，并总结管理经验，形成了这套书系的雏形。她来自中国企业，用于中国企业，自然简明易懂、方便实用。

3. 立足实战，讲求实效——多年来，广东经济出版社紧紧依托广东作为经济强省、金融强省和全国第一制造业大省形成的作者、选题、市场资源，策划出版了一大批来自于企业管理实践和各种经济活动，又回到企业管理实践和经济活动中去，服务于广东企业和经济投资活动主体的“广味”图书，打造了“实际、实用、实操、实效”的市场图书品牌。这套白金书系主要定位于企业培训学习，尤其在岗位培训方面具有全面覆盖各个行业、针对性强、应用性强的特点，反映了“实际、实用、实操、实效”的品牌特色，以及广东经济出版社多年来秉持的品牌化运作、市场化运营、特色化方向、专业化道路的发展理念。

企业家、专家学者最重要的责任就是总结过去、利用现在、开创未来。“人生终有限，事业总无限。”任何一个人的生命都是有限的，因此，任何一个人的经验也是有限的。但历史是永恒的，他人的经验是无限的，用他人的经验来丰富自己的经验永远是明智的选择。那么，就让我们做一次“开卷有益”的选择吧！

金井露

2011 年 8 月 15 日于华为

目 录

第一章 任职资格要求	1
第一节 角色定位	3
定位一：工作职责	3
定位二：任职要求	4
定位三：角色认知	5
第二节 礼仪规范	6
规范一：仪容美	6
规范二：行为美	7
规范三：语言美	8
规范四：情绪美	8
第三节 素质要求	8
素质一：良好的职业修养	9
素质二：强烈的事业心	9
素质三：良好的服务意识	9
素质四：积极的服务心态	10
第四节 能力要求	11
要求一：洞察能力	11
要求二：应变能力	11
要求三：表达能力	12
第二章 导购必备知识	15
第一节 了解商品	17

一、了解商品基本知识	17
二、获取商品知识途径	20
三、把握商品销售要点	21
四、熟悉销售商品分类	22
第二节 了解顾客	22
一、分析顾客类型	22
二、顾客购买动机	25
三、顾客购买心理	27
第三章 导购必备技能	35
第一节 准备工作	37
一、上岗前的准备	37
二、销售用品检查	38
三、营业环境整理	40
四、销售时机等待	41
第二节 商品的陈列	42
一、陈列的原则	42
二、陈列方法	44
三、陈列技巧	44
四、陈列应注意事项	45
第三节 商品验收及保管	45
一、商品验收步骤	46
二、商品存货管理内容	46
第四节 商品的盘点	48
一、盘点的方法	48
二、盘点防损	48
三、盘点需注意事项	49
第五节 交接班工作	50
一、工作交接	50
二、更换工作服	50
三、验货补货	50
四、检查价签	51

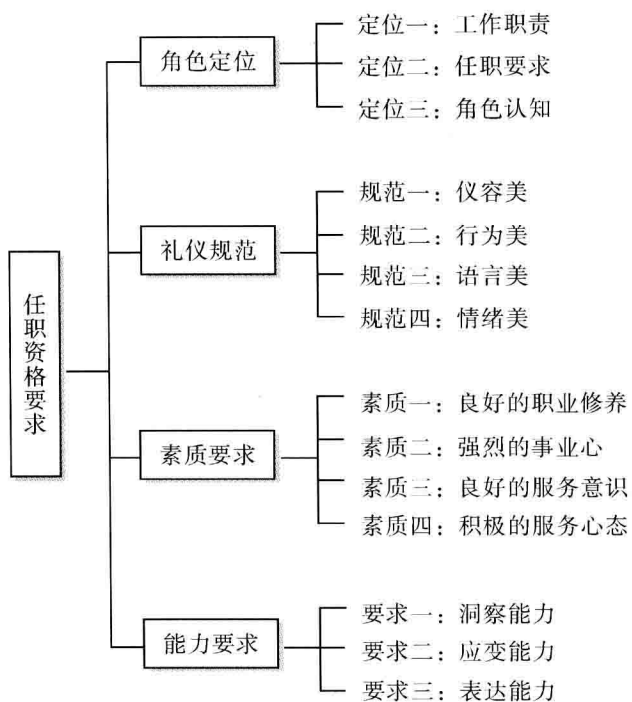
第四章 导购沟通技巧	57
第一节 导购的语言艺术	59
一、导购用语的基本原则	59
二、服务用语的正确使用	60
三、声音的表现及运用	61
第二节 与顾客沟通的技巧	62
一、沟通的原则	62
二、沟通的时机	63
三、沟通技巧	64
第五章 现场导购演示	69
第一节 服装导购	71
一、服装的介绍	71
二、服装的展示	72
三、试衣服务	75
四、服装导购要点	76
第二节 家电导购	81
一、洗衣机导购	81
二、空调机导购	84
三、电冰箱导购	86
四、手机导购	90
第六章 异议抱怨处理	95
第一节 处理顾客异议	97
一、顾客异议因素	97
二、处理顾客异议步骤	98
三、处理顾客异议方法	98
四、处理顾客异议技巧	100
第二节 处理顾客抱怨	104
一、商品质量抱怨处理	104
二、索赔问题的具体处理	104

三、平息愤怒步骤	105
第七章 导购职业生涯规划	121
第一节 导购员的招聘	123
一、导购工作特点	123
二、招聘的渠道	124
三、招聘程序及要求	125
第二节 导购员的培训	126
一、培训的内容	126
二、培训的过程	128
三、培训的意义	129
第三节 导购员的考核	130
一、考核含义与内容	130
二、考核方法	130
三、绩效考核程序	131
四、考核的意义与作用	132
第四节 导购员自我管理	133
一、自我培训	133
二、自我解压	137

第一章 任职资格要求

- 角色定位
- 礼仪规范
- 素质要求
- 能力要求

任职资格要求示意图



第一节 角色定位

导购员是指零售企业通过服务引导顾客购买，促进产品销售的人员，是一种既普通又重要的职业。因为导购员销售的不仅仅是商品，还有服务，更有企业对顾客的承诺。

随着零售企业的发展和竞争的加剧，市场对导购员的需求越来越大，同时，要求也越来越高。

即时播报

据调查，一个100平方米的店需用导购员25~30名，3000个店的需求名额是10万名以上。（广州市2006年3月开业的亚洲最大的卖场预计服装经营面积约10万平方米，对导购员的需求量可达3万人以上。）

所以要想成为一名优秀的导购员，首先就得认清自己的角色。

定位一：工作职责

➤ 产品陈列

做好卖场生动化、产品陈列和POP的维护工作，保持产品与促销用品的整洁和标准化陈列。

➤ 产品销售

在卖场时刻保持良好的服务心态，创造安全舒适的购买环境，积极向消费者推介，帮助其正确选择能满足他们需求的商品。

利用各种销售和服务技巧，营造卖场气氛，提高消费者的购买欲望，增加产品的销售量。

➤ 品牌宣传

在卖场派发本品牌的各种宣传资料和促销品。

通过在卖场与消费者交流，向消费者宣传本品牌产品和企业形象，提高品牌知名度。

➤ 收集信息

收集顾客对产品的期望和建议，及时妥善地处理顾客的抱怨或异议，并及时

向上司汇报。

收集竞争品牌的产品、价格和市场活动等信息，及时向上司汇报。

收集卖场对公司品牌的要求和建议，及时向上司汇报，建立并保持与卖场良好的客情关系，获得最佳的宣传和促销支持。

了解卖场的销售、库存情况和补货要求，及时向上司和经销商反映。

➤ 填写报表

完成日、周、月销售报表及其他报表填写等各项行政工作，并按时上交店长。

➤ 其他

完成店长及主管交办的其他各项临时任务及卖场安排的其他有关工作。

定位二：任职要求

➤ 全身心地投入工作

把自己看成是超市的一部分，每一位成员都应有主人翁精神，积极参与超市的工作，时刻保持高昂的士气。

➤ 坚持微笑服务

主动为顾客提供服务。面对顾客须注意随时保持微笑，态度自然坦诚、亲切友好。在交谈过程当中，要心情开朗，精神抖擞，充满自信，注意察言观色，和顾客保持眼神交流。无顾客时，表情自然、活泼、不呆板。

➤ 使用文明礼貌用语

接待顾客过程中应注意使用文明礼貌用语，例如：“您好”、“欢迎光临”、“请”、“谢谢”、“久等了”、“对不起”、“没关系”、“非常感谢”、“请慢走”等，可根据顾客对语言的熟悉程度灵活使用普通话或地方方言。

➤ 不断学习，努力提高专业知识和业务能力

熟练掌握企业背景、产品专业知识及销售技巧，对于新产品，老导购员应在三天内掌握，新导购员应在七天内掌握。

➤ 时刻了解市场信息

利用各种机会随时调查市场，了解市场上出现的新技术、新产品、流行资讯及竞争对手的促销手段。

➤ 具备良好的心理素质

每一个导购员在面对顾客时都应该信心十足，在行业知识方面自己绝对是专家，才有资格对顾客进行消费指导。没有人会相信一个吞吞吐吐、似是而非的人的推荐的。

➤ 具备良好的应变能力

成功的营销人员，需具备敏锐的市场触觉，特别是对行业的发展趋势、顾客喜好、竞争对手策略等有快速的反应能力及应变能力（包括对店内突发事件和顾客诉怨的应变处理能力），以利于保持超市的竞争力及保障营业额的不增长。

定位三：角色认知

➤ 形象代言人

导购员与顾客进行面对面的沟通，他们的一举一动、一言一行在顾客的眼中就代表着企业（品牌）的形象，也体现出一家企业超市的服务风格与精神面貌。基于此，导购员们必须时刻想着自己是企业（超市）的代表，要时时刻刻注意自己的一言一行，确保服务质量，使顾客在信赖的基础上乐于再次光顾。

➤ 服务大使

在当今如此激烈的竞争中，竞争将越来越多地来自于无形服务，一系列微小的服务改善都能获得顾客的好感，从而征服顾客，压倒竞争对手，促成交易，所以导购员必须是服务大使。

➤ 信息传播者

导购员对企业和品牌的发展状况要十分熟悉，对特卖、季节优惠等各种促销活动的内容、活动期限了如指掌，一旦顾客询问到有关事项，都要能够给予详细的解答。

➤ 生活顾问

一位优秀的导购员，不仅要在服务、业绩上有良好的表现，同时还应该是顾客的生活顾问，应站在顾客的立场上给予他们尽可能多的帮助。

➤ 沟通桥梁

导购员是企业（品牌）与消费者之间沟通的桥梁，一方面要把企业和品牌的有关信息传递给消费者，另一方面又要将消费者的意见、建议和希望等信息传达给企业，以便企业生产出更好的产品及制定更好的经营策略和服务策略服务于消费者。

第二节 礼仪规范

规范一：仪容美

► 女性导购员

头发：

头发应保持干净、柔顺，不要有头皮屑；注意发式不可太过复杂；丝带和发夹的式样和颜色也不能太过华丽夸张；刘海不能太长，以免遮挡视线。

耳环：

应避免耳环太大、太豪华，要让顾客注意的是导购员，而非这些装饰品。

化妆：

不化妆或浓妆都不好，最好化淡妆，涂抹清淡的香水，以示自尊和尊重他人。

指甲：

不要留太长的指甲，指甲油的颜色也不要太显眼。

衣服：

女性导购员应选择一些能显示自己气质的衣服。衣服的颜色必须与肤色协调，最好选择一些深色的，看起来给人稳重大方的感觉。

裙子：

裙子的长度应该略低于膝盖。

鞋子：

鞋子的颜色最好能与袜子相配，过高的高跟鞋、凉鞋、无后背鞋都不是正式的装扮，会破坏整体形象。同时，要时刻提醒自己，不要鞋子蒙尘，鞋子一旦蒙尘，就会光彩全无。

胸章、名牌：

胸章要别在正确的位置，一般是在左胸，还要注意保持其始终端正。

► 男性导购员

衬衫：

素色、条纹均可，避免格子；首选纯棉质地；领子不可太大或太窄；衬衫要

及时更换；注意袖口及领口是否有污垢；如果配发工作服，则应穿工作服。

领带：

领带的花纹与颜色要搭配得当，避免刺眼的色调，长度盖到裤带口上即可；应保持领带的干净，绝不可弄松或弄歪。

裤子：

裤子的长度最好刚盖住鞋面，裤腿不可太宽或太窄，要洗净、烫直，口袋内最好不要乱放杂物。

鞋袜：

鞋袜须搭配合适，两者都不要太华丽；袜子要深色、干净，无异味、无破损；皮鞋要擦亮，鞋带系好；鞋子上不小心粘上的泥土要及时清理。

头发：

男性导购员的头发不能太长，而且要梳理整齐。

胡须：

胡须每天都要刮干净，也可留少许，但每天要整理干净。

胸章、名牌：

要将胸章、名牌别在正确的位置，不要歪斜。

指甲：

指甲内不应有污垢，也不能留得过长。

规范二：行为美

有顾客在场时不要随意闲聊。

不允许在工作时间化妆、吸烟、吃零食、阅读与本行业无关的书刊。

行坐端正，举止文明。不能有伸懒腰、挖鼻孔、掏耳朵、剔牙、打哈欠、照镜子等不雅动作，进食辛辣异味食物后应注意漱口。

严禁在卖场内聚堆、闲聊、谈笑、打闹。

不要把身子靠在柜台上或坐在展台上或抱着胳膊接待顾客。

顾客正在看货时，切勿从中间穿过。

不要斜眼偷看顾客。

不要给顾客有压迫感，让其在店里停留时间延长，同时注意自己表情和动作。

如果顾客带着小孩，应热情地与小孩打招呼，并发给店里备有的小礼品（如气球等）。

规范三：语言美

不要把手插在裤兜里说话。

不要上下打量着顾客说话。

咳嗽打喷嚏时要转过头去，或用手帕遮掩。

不要边吃东西边接待顾客。

不要在交谈时嘲笑顾客的语言、语气或神态。

介绍产品时，必须观察顾客是否有耐心听，不要自顾自地唠叨下去。

讲话要有顺序和逻辑性，突出重点和要点，不讲多余的话，不过分夸张。

讲话时应避免使用命令式，少用否定句，并需配合适当的表情和动作。

当顾客说话时，不要中途打断或眼光到处飘移，应正视着对方的眼睛认真倾听。

当顾客在思索时，不要轻易插话。

不能对未成交的顾客挖苦或口出恶言，无论成交与否，都应将微笑保持到顾客离开。

规范四：情绪美

➤ 要热情饱满、精力充沛

导购员在上岗期间，要精神饱满，而不是萎靡不振，要体魄健壮，而不是面黄肌瘦，要朝气蓬勃，而不是老态龙钟，这样才会给顾客以愉快、安全、卫生的心理感受，从而放心地购买其销售的商品，尤其是直接食用的食品。

➤ 化不利情绪为有利情绪

每一个人都有他的喜怒哀乐，导购员也是如此。但是，为了更好地为顾客服务，就要尽量避免把不利的情绪带到工作岗位上来。诸如悲哀、忧愁、恼恨、烦躁等，都是不利于导购员进入角色的情绪，应想方设法克服和化解。

第三节 素质要求

要成为一个优秀的导购员，必须树立现代营销观念，即服务观念、竞争观念、信息观念、时效观念、集体观念、管理观念、服从与配合观念、法制观念，并具备以下基本素质：