



职业技能
短期培训教材

全国职业培训推荐教材 | 人力资源和社会保障部教材办公室评审通过 | 适合于职业技能短期培训使用

超市促销案例

CHAOSHI CUXIAO ANLI

● 推荐使用对象：农村进城务工人员 | 就业与再就业人员 | 在职人员



中国劳动社会保障出版社

全国职业培训推荐教材

人力资源和社会保障部教材办公室评审通过

适合于职业技能短期培训使用

超市促销案例

中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

超市促销案例/周申磊主编. —北京: 中国劳动社会保障出版社, 2010

职业技能短期培训教材

ISBN 978-7-5045-8325-3

I. 超… II. 周… III. 超市-销售管理-案例-技术培训-教材
IV. F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 061953 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出版人: 张梦欣

*

北京金明盛印刷有限公司印刷装订 新华书店经销
850 毫米 × 1168 毫米 32 开本 3.625 印张 88 千字
2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月第 1 次印刷

定价: 7.00 元

读者服务部电话: 010 - 64929211

发行部电话: 010 - 64927085

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010 - 64954652

前言

职业技能培训是提高劳动者知识与技能水平、增强劳动者就业能力的有效措施。职业技能短期培训，能够在短期内使受培训者掌握一门技能，达到上岗要求，顺利实现就业。

为了适应开展职业技能短期培训的需要，促进短期培训向规范化发展，提高培训质量，中国劳动社会保障出版社组织编写了职业技能短期培训系列教材，涉及二产和三产百余种职业（工种）。在组织编写教材的过程中，以相应职业（工种）的国家职业标准和岗位要求为依据，并力求使教材具有以下特点：

短。教材适合 15~30 天的短期培训，在较短的时间内让受培训者掌握一种技能，从而实现就业。

薄。教材厚度薄，字数一般在 10 万字左右。教材中只讲述必要的知识和技能，不详细介绍有关的理论，避免多而全，强调有用和实用，从而将最有效的技能传授给受培训者。

易。内容通俗，图文并茂，容易学习和掌握。教材以技能操作和技能培养为主线，用图文相结合的方式，通过实例，一步步地介绍各项操作技能，便于学习、理解和对照操作。

这套教材适合于各级各类职业学校、职业培训机构在开展职业技能短期培训时使用。欢迎职业学校、培训机构和读者对教材中存在的不足之处提出宝贵意见和建议。

人力资源和社会保障部教材办公室

简介

本书是超市从业人员职业技能短期培训教材之一，主要内容是超市促销人员开展促销活动的案例及案例分析，包括促销活动的案例描述、对促销案例的分析和点评。

本书的作者团队长期工作在具有先进管理理念的超市第一线，具有丰富的工作经验和培训经验，特别是书中收集了超市促销活动的大量生动案例，用成功的经验和失败的教训来说明促销技巧，是十分实用的超市促销人员培训手册。通过对本书的学习，有助于提高超市促销人员的营销技巧和服务水平。

本书可用于超市促销岗位人员的培训，也可供超市中与服务相关的岗位人员学习和参考。

本书由周申磊主编，庞淑华、李敏、易大方、王沪放参编。庞淑华绘图。

编者说明

近十几年来，随着我国市场经济的快速发展和人们生活水平的提高，超级市场得到了蓬勃发展，超级市场给人们带来了丰富实惠的商品、方便舒适的购物环境、愉快自由的购物过程，这些无疑在提高着人们的生活品质。同时，超级市场以新的购物场所、新的经营方式带给人们新的购物理念，它与人们现代快节奏的生活相呼应，在改变着人们的生活方式。

大量超市的出现，特别是连锁超市的出现，促进了我国传统商业的变革。这种变革使经营理念、经营机制和管理手段发生了翻天覆地的变化。原来传统商业零售店中的从业者，已经在岗位和人员结构上发生了根本的变化，在观念和技能上也发生了彻底的改变。无论在外资超市还是在我国超市中都有着大量从事理货、收银、服务、商品检验、安全管理等职业的工作人员，他们中有老商业售货员、服务员，也有刚刚走出校门的中专生、大专生，甚至有大学生，还有来自农村的打工者。这些人组成了一只庞大的超市员工队伍，是超市从业人员中的主力军，这支主力军随着超市的繁荣与发展而不断成熟起来。超市这个有生命力的行业也给他们带来了无限发展空间。他们在工作中实现自身的价值，感受工作的快乐，寻求发展机会，憧憬美好的明天。

我们根据十几年从事超市工作的经验编写了这套书，愿这套

书对超市员工更好地认识超市、掌握超市的知识、学习本岗位业务、增强实际工作能力有所帮助。



超市员工更加憧憬美好的明天

目录

- 案例 1 做促销不能以貌取人
——善良换来一笔不小的买卖 (1)
- 案例 2 公是公，私是私，公私一定要分明
——两个作废的塑料袋 (4)
- 案例 3 王兰的心病
——没有说出的歉意 (7)
- 案例 4 卖茶叶的学问
——用丰富的商品知识来推销 (11)
- 案例 5 巧卖汽锅
——做汽锅鸡卖汽锅 (15)
- 案例 6 POP 的妙用
——一种促销商品用三种 POP (19)
- 案例 7 为了让顾客买到喜欢的服装
——当商品脱销以后 (22)
- 案例 8 每天都学一句商务英语
——准备和外国人做生意 (26)
- 案例 9 逢节必过，抓住商机
——清明节促销 (29)
- 案例 10 盯住顾客需求
——按需求陈列商品组合 (32)
- 案例 11 如何促销“囤积”的商品
——“吸的冻”，孩子什么时候都喜欢 (35)

案例 12	满足年轻爸爸的需求 ——婴儿商品关联陈列	(38)
案例 13	卖电话机的修起了电话机 ——帮助顾客是促销员的快乐	(42)
案例 14	100 克绿茶引来的买卖 ——靠真诚化怒气为喜气	(45)
案例 15	销售额最多的一天 ——促销工作要沉得住气	(48)
案例 16	广告语的作用 ——促销中广告语的设计与使用	(51)
案例 17	怎样推销新品 ——一个推销新品的成功案例	(54)
案例 18	时刻为顾客着想 ——劝顾客不要买自己推销的商品	(58)
案例 19	爱买糖的大姐 ——表达谢意的独特方式	(61)
案例 20	请个顾客当“模特” ——一桩没有尺寸的买卖	(64)
案例 21	“这样的推销我们心服口服!” ——一口压力锅的推销	(68)
案例 22	一部没有问题的电话机 ——顾客硬说商品有问题怎么办?	(71)
案例 23	差一点儿就被偷走的钱包 ——遇到偷盗急中生智	(74)
案例 24	200 元假币带来的伤心 ——一次疏忽带来的教训	(77)

案例 25	当众出了一次丑	
	——不按流程操作带来的尴尬	(80)
案例 26	促销的机会无时不在	
	——一次助人带来的一次销售	(83)
案例 27	差点丢掉的一笔买卖	
	——询问顾客年龄的技巧	(86)
案例 28	错误价签引起的风波	
	——POP 价签准确是推销的基础	(89)
案例 29	将“耐心”进行到底	
	——耐心的背后	(92)
案例 30	不能退换的内衣	
	——号码不对的推销	(95)
案例 31	顾客丢落的塑料袋	
	——一次巧妙的处理	(99)
案例 32	促销员要能承受委屈	
	——被顾客误解后	(102)

案例 1 做促销不能以貌取人

——善良换来一笔不小的买卖



案例描述

一个炎热的夏天，在一家大卖场的洗涤用品的货区内，促销员小张正在整理自己服务区的货架。小张是一个外来打工妹，做促销员时间只有 3 个月，对自己厂家的三十多种商品刚刚熟悉，销售业绩还达不到老促销员的数字，但她还是坚持着做下去……

虽然天气很热，但卖场里有空调，还是挺舒适的。突然她看到临近的货架前，有一位穿着很脏、很破的人在看洗发水，不一会儿就转到浴液货架前，转来转去，很特别。小张发现别的促销员都不在，只见这位顾客带着一种寻望的表情，心想他一定有什么需要帮助，于是向他走去。随着与这位顾客的距离越来越近，逐渐传来一股很不好闻的气味。小张明白了，怪不得其他促销员都不见了。但小张没有停下脚步，走上前微笑着问道：“你要买什么？需要我帮助吗？”那位顾客低头看看自己，流露出不好意思的表情。小张假装没注意这些，继续说：“你需要什么尽管说，我可以帮你。”这位顾客终于张口了：“我已经转半天了，没人理我，而且我已经去过三家超市了，都嫌我脏，没人搭理我，我们民工在这么热的天气干活，能不脏吗？”说着从很脏、很肥的裤子兜里掏出捆得整整齐齐的三打钱，哇！3 万元！“我要为工地的民工买洗澡、洗头用品，就在你这买了。”小张一下子愣住了，是啊！这 3 万元对她来说真是一笔不小的销售业绩。小张热情耐心地帮助这位民工挑选商品，忙了好一阵子，终于使这位民工满

意地离开了卖场。

就在小张忙活的时候，有几个促销员远远地张望着，等这位民工走了，他们才回到自己的货区，并议论说：“真是太脏了、太味儿了，没法让人靠近……”“小张你真受得了？”

小张微微一笑说：“他们挺不容易的，他们是顾客，也需要我们帮助。”

从此，小张打开了销售局面，增加了继续做促销员的信心。



案例分析

小张不嫌顾客脏，热情为顾客服务，使小张获得了一笔3万元的销售业绩，并使自己度过了开始做促销员艰难的初期。

其他促销员不应该因为顾客穿衣脏、身上有味儿而躲开，这是不可取的做法。也正是因为这样，他们失去了一笔不小的销售额。

小张能够尊重每一位顾客，体谅民工的辛苦，这是促销员应该具有的职业素养。



案例点评

促销员推销自己的商品，应该靠对顾客的真诚服务，热情对待每一位顾客，不能以貌取人，要有一颗善良的心，善于体谅顾客，这样才能真正获得良好的促销业绩。

案例 2 公是公，私是私， 公私一定要分明

——两个作废的塑料袋



案例描述

事情发生在 2008 年 6 月 1 日国家发布超市取消免费塑料购物袋的规定实施后不久，各个厂家的塑料购物袋剩下不少，都放在卖场各个货位的顶仓上和库房里。

一天，某大卖场店铺晚上进行促销换挡工作，促销员莉莉与小王上货、做量陈，换标签，货架陈列忙活了好一阵子，总算干完了。两人正准备下班，忽然听有人说，外边下起了大雨。莉莉与小王着急回家，因为已经累了一天了，再说肚子也饿了。可是两人谁都没有带雨伞。莉莉灵机一动：“用塑料袋吧！”两人就到顶仓上拿了两个最大号的塑料购物袋套到身上，匆匆忙忙向卖场外走去。

“站住！”一声喝令传来，吓了她俩一大跳。原来是出口处站岗的防损员挡住了她们，并指着她们身上套着的塑料袋说：“你们违反了规定！”说着招呼临近的防损员，把她俩带到办公室。一名防损干部说：“这是厂家的，个人不能随便使用，违反规定是要处罚的。”莉莉与小王非常不服气，申辩道：“这是厂家作废不能用的，肯定是要扔掉的，我们用它来挡雨不行吗？”防损干部回答很坚决：“不行！扔归扔，要扔也是公家的，私人就是不能拿，拿了就是违反规定。”那口气好厉害，并提出必须按规定

当时交罚款。莉莉和小王当时就哭了，她们觉得本来加班换挡工作就很辛苦了，还赶上下雨，只不过用了两个作废的袋子，还要罚款，越想越委屈。



就在这时，她们的课长与经理来了，听说此事，他们马上向防损干部道歉，承认自己的工作没做好，管理不到位。经理出面说：“她们身上没有这么多钱，我先替她们交罚款吧，让她们走吧，她们已经很累了，明天是促销的第一天，任务还很重。”经理、课长不但替她们交了罚款，自己也受到牵连，被罚款。

事情过去了，经理并没有要她们还罚款，而这件事情也成为莉莉与小王做促销员的经历中很难忘的一件事，因为她们懂得了，公是公，私是私，公私一定要分明。



案例分析

1. 莉莉与小王对公私分明的认识不足，导致她认为公家作废的东西个人可以拿着使用。

2. 被防损员拦截时，还在强词夺理，说明她们真的不认为自己错了。

3. 经理、课长及时到场，使问题迅速解决，没有造成拖延时间而影响第二天工作。

4. 经理、课长勇于承认错误的态度对解决问题起到很好的作用。

5. 经理替莉莉和小王交罚款的做法值得探讨。



案例点评

超市促销员每天都在与商品打交道，所以公私分明是促销员职业道德的基本要求，促销员要有强烈的公私观念，来不得半点的马虎，因为有时错误就在不经意间发生了，这个案例就非常典型。

案例 3 王兰的心病

——没有说出的歉意



案例描述

王兰是一家超市生鲜部的促销员，她卖速冻分割鸡，有鸡胸、鸡腿、鸡翅等。分割鸡都是散装的，从冰柜里拿出来，用电子秤称重后，贴上标签，卖给顾客。

王兰和姐姐王香一年前来北京打工，两人因为只有高中学历，好不容易找到这个厂家做促销员。姐姐在另一家超市，虽然工作有些脏和累，但厂家实行提成工资，只要肯吃苦，多销售，收入还算可以。她俩一干就是一年，天天从早到晚，很少休息。

这天是姐姐的生日，俩人说好，今天早点回来，一起做些好吃的，给姐姐过生日。

已经快下班了，顾客还是络绎不绝地来她这里买鸡肉。她心里有点着急，想快点结束，好收拾收拾下班回家。好不容易眼前只有最后一位顾客了，这位顾客要了1袋鸡翅中，王兰熟练称好，贴上价钱，递到顾客手中，心中很是高兴。正在她高兴地收拾好准备走时，一位老大爷来到她的台前，他慢悠悠地指着鸡翅根说：“姑娘，给我称一斤（500克）。”王兰心里突然一阵不高兴，心想到点该关门了，怎么还有顾客。她抬头看了看老大爷，心不在焉地拿起鸡翅根装进塑料袋，扔到电子秤上。电子秤的价格仍然是刚才前一位顾客要的鸡翅中的价格，每500克12.98元，而鸡翅根，每500克才9.6元。王兰看老大爷根本没有看电子秤，就侥幸按照鸡翅中的价格称了500克鸡翅根。老大爷是一