

零售终端经营100系列丛书



开启商智
成就梦想

范 范 〇 编著

让顾客 疯狂掏钱的 100^个黄金法则

顾客消费有规可循，店铺经营有章可循
让你快速成交的100个黄金法则，让顾客乐于消费的100个秘籍

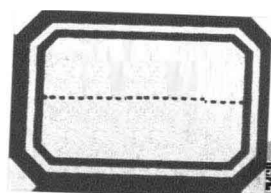
发现顾客未被满足的需求
激活你的店铺，轻松实现盈利



中国发展出版社



零售终端经营100系列丛书



零售商学院

开启商智
成就梦想

范 范 〇 编著

让顾客 疯狂掏钱的 100^①黄金法则



中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

让顾客疯狂掏钱的 100 个黄金法则/范范编著.

北京: 中国发展出版社, 2011. 6

(零售终端经营 100 系列丛书)

ISBN 978-7-80234-645-1

I. 让… II. 范… III. 销售学

IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 045573 号

书 名: 让顾客疯狂掏钱的 100 个黄金法则

著作责任人: 范 范

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 978-7-80234-645-1

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京科信印刷有限公司

开 本: 700 × 980mm 1/16

印 张: 11.75

字 数: 188 千字

版 次: 2011 年 6 月第 1 版

印 次: 2011 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 27.00 元

联系电话: (010) 68990625 68990692

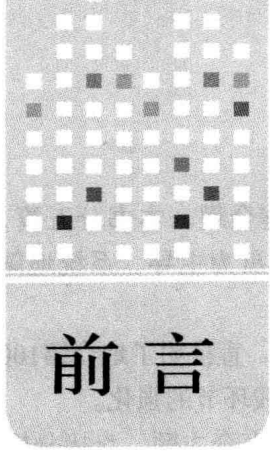
购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮件: drepub@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

目前的中国，在“打工不如开店”的舆论引导下，零售行业呈现出一片红红火火的景象。那么是不是红火的景象就代表这些店铺的生意也是红红火火的呢？同样是开店，为什么有的店铺生意越做越红火，而有的店铺却濒临破产？答案很简单：市场竞争实在是太残酷！那些生意越做越红火的店铺必定经历了竞争的考验，是竞争的胜利者；反之，那些倒闭的店铺无疑是失败者。

难道那些成功店铺有什么独到的成功秘笈？如果说有的话，那就是他们善于让顾客变得“疯狂”，为店铺的商品“疯狂”地掏钱埋单。而那些倒闭的店铺之所以失败，关键就在于他们缺少这种能力。店铺要想获得成功，必须要抓住顾客，想方设法让顾客为你的商品埋单，只有这样，你的店铺才有希望。

这样严峻的现实迫使每一个店铺从业人员不得不重新思考一个古老的问题：我们真的了解顾客吗？我们真的知道顾客是谁吗？

乍一看，这问题再简单不过了，人们常说“顾客就是上帝！”这句话没错，顾客就是店铺的上帝！没有顾客，也就没有了店铺。那么，我们如何才能服侍好“上帝”，如何才能让“上帝”乖乖地为店铺的商品掏钱呢？店铺人员可能会回答诸如“物美价廉的商品”、“优质服务”、“激情的鼓动”、“完美的促销”，等等。这些答案本身没有错，但是怎么提供优质的服务？进什么样的货物才算是物美价廉？物美价廉就一定能卖得好吗？遇到这些问题时，很多人都会很迷茫。为此，我们编写了这本书——《让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则》。

本书从实践出发，贴近店铺经营实际，注重店铺经营人员的素质培养和启示，通俗易懂，对店铺经营实践具有很好的指导作用。本书努力突出以下要点：

1. 力求体系结构的完整合理。本书分五篇，从顾客进店开始讲起，以顾客为中心，以店铺经营人员为主导，系统地阐述100个让顾客掏钱的实用法则。

2. 突出实践能力的培养。直接明了地介绍100个战术的关键，以简单经典的销售案例做指导，进行实践环节的强化。

3. 注重体例的精简化。直奔主题，直接分析策略，讲实际操作，让人清楚地学到操作经验。

由于编者水平和时间的限制，书中粗疏和不足之处，敬请广大读者批评指正。希望本书能给店铺经营者们以帮助。

编 者

2011年4月

目录

顾客进门篇

第1章

魅力店面，停下顾客闲逛的脚步

一个有魅力、有吸引力的店面，总是能吸引顾客的眼球，引起顾客的兴趣，使顾客在你的店面前停下脚步，甘愿掏出钱包购买商品。

1. 店名本身就是一个金矿 3
2. 营造生气勃勃的气氛 4
3. 专业化的店铺形象 6
4. 广告，吸引顾客的眼光 8
5. 独到的音乐氛围 10
6. 商品陈列引导商品销售 11
7. 巧妙化妆店铺 13
8. 轻松愉快的灯光照明 16
9. 巧用气味与空调 18

第2章

温情态度，舒畅顾客疲惫的心情

人心都是肉长的，顾客也不例外。店铺经营只要抓住了顾客的心，用心对待每一个顾客，就等于是种了一棵四季常青的摇钱树。

10. 恰当的个人仪表 21

11. 不要吝于赞美·····	22
12. 良好的服务态度·····	24
13. 适时的销售攻略·····	26
14. 利用幽默营造气氛·····	27
15. 富有魅力的表达·····	30
16. 做一个好的听众·····	32
17. 先贬后褒式赞美·····	33
18. 富有吸引力的语调·····	34
19. 虚心接受顾客的意见·····	36

顾客浏览篇



价格艺术，燃起顾客的购物热情

不同的定价策略会给店铺带来不同的销售效果，如果想让顾客大方掏钱，就必须在价格艺术上多动脑筋。

20. 定期减价策略·····	41
21. 针对心理定价·····	43
22. 一货两价·····	45
23. 薄利多销·····	47
24. 高价促销·····	48
25. 动态定价策略·····	50
26. 突出价格比较优势·····	52
27. 低价取胜策略·····	53
28. “一口价”策略·····	55
29. 折扣定价策略·····	56



品牌诱人，勾起顾客的推崇心理

品牌形象是现代店铺竞争中的一个强有力的秘密武器，有了它，就不愁顾客不来店铺给你送钱了。

- 30. 在特色上做文章·····60
- 31. 把服务做成品牌·····61
- 32. 无利也要求名·····63
- 33. 绝对忠诚于顾客·····65
- 34. 退货要热情·····67
- 35. 注重个性营销·····68
- 36. 让冷门商品发热·····70
- 37. 以顾客的利益为重·····71
- 38. 以顾客喜欢的方式对待顾客·····73
- 39. 处理好销售气氛·····74
- 40. 精心布置货架·····76
- 41. 品牌的全面美化·····79
- 42. 及时检查店铺缺点·····80

顾客分析篇



定位，获得商品与顾客群的契合点

店铺要赚钱，首先要确定准备赚哪些人的钱，针对不同的人采取不同的策略，针对不同的顾客卖不同的货。

- 43. 寻找潜在顾客·····85
- 44. 浅顾客定位·····86
- 45. 深顾客定位·····88

46. 顾客群属性分析·····	90
47. 真正了解你的顾客·····	92
48. 贴近顾客·····	94
49. 站在顾客的角度看问题·····	95
50. 创造忠诚顾客·····	97
51. 物以稀为贵·····	100
52. 怀旧经营·····	102



分类，认清不同类型的顾客

不同的人购物心理是不同的，了解人们的购物心理，才知道如何让他们大方地掏钱。

53. 女性顾客的购物心理·····	105
54. 男性顾客的购物心理·····	106
55. 儿童顾客的购物心理·····	107
56. 年轻顾客的购物心理·····	108
57. 老年顾客的购物心理·····	110
58. 富人的购物心理·····	111

顾客引导篇



促销，引导顾客产生购买欲

成功的店铺经营者知道如何变着法地吸引顾客，并使顾客在店铺制订的游戏规则下购物。

59. 舍利取义促销法·····	115
------------------	-----

60. 玩乐促销法·····	116
61. 引发顾客好奇心·····	117
62. 悬赏式促销法·····	118
63. 让顾客感兴趣·····	120
64. 反其道而行·····	122
65. 批发价促销法·····	123
66. 限时促销法·····	124
67. 限量促销法·····	125
68. 清仓促销法·····	126
69. 紧张气氛促销法·····	127



攻心为上，突破顾客防守底线

店铺也需要主动出击。主动的店铺肯定比无动于衷的店铺更能让顾客大方掏钱。

70. 把顾客当做朋友·····	131
71. “吊胃口”销售法·····	132
72. 怀旧是一种时尚·····	133
73. 微笑对待顾客·····	134
74. 体贴照顾顾客·····	135
75. 销售以诚为贵·····	136
76. 推销投其所好·····	137
77. 适时给顾客一个惊喜·····	138
78. 让顾客无法拒绝·····	139
79. 激将法促成交易·····	141
80. 让顾客在利害权衡中选择·····	142
81. 寓物于情式推销·····	143
82. 小东西赚大钱·····	145

顾客成交篇



化解质疑，让顾客买得放心

店铺经营的一个主要工作就是化解顾客的质疑——让顾客觉得在你的店铺买到的不仅仅是商品，还有称心如意。

- 83. 准备好听抱怨····· 149
- 84. 找出抱怨的原因····· 150
- 85. 从顾客的角度思考····· 152
- 86. 用道歉博得顾客好感····· 154
- 87. 勇于承担责任····· 155
- 88. 有所不为····· 156
- 89. 危机就是转机····· 157
- 90. 不要找借口····· 158
- 91. 细心款待你的顾客····· 159
- 92. 把投诉当成机会····· 160
- 93. 建立顾客投诉管理体系····· 162



成交，胜在最后一刻

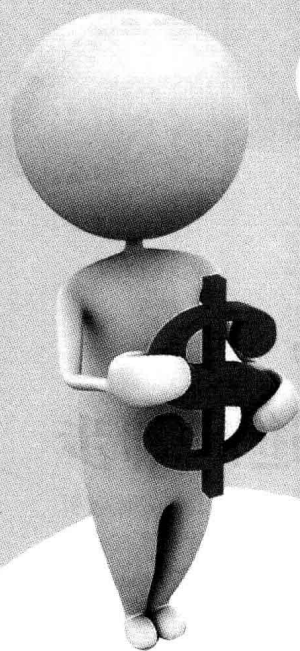
必须用心促成成交，只有成交了，才算是真正拿到了顾客钱包里的钱。

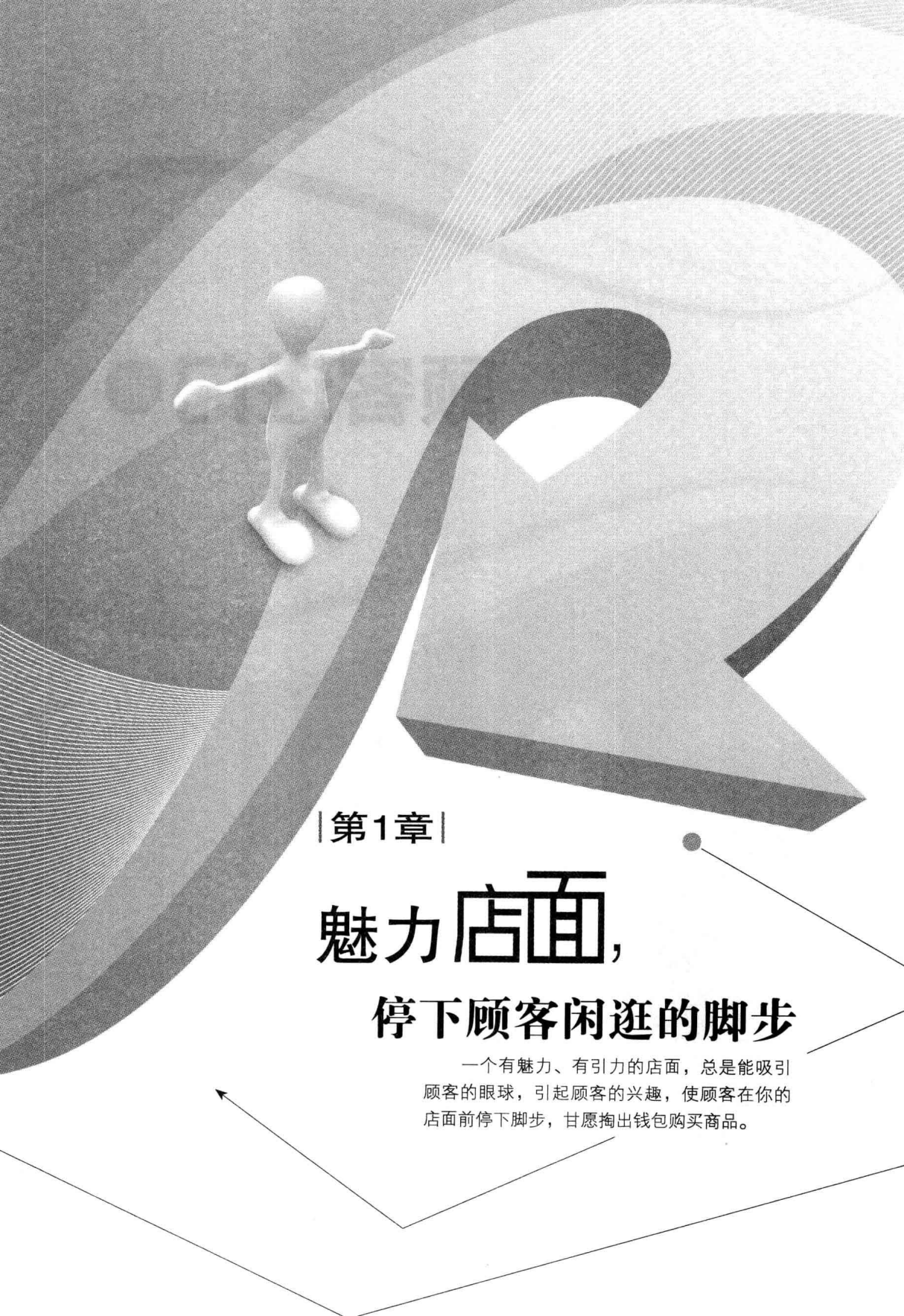
- 94. 把握成交良机····· 165
- 95. 高超的要价术····· 166
- 96. 善于抓住犹豫不决的顾客····· 167
- 97. 靠服务的魅力成交····· 168
- 98. 快速敲定成交法····· 169
- 99. 投桃报李成交法····· 171
- 100. 吐露实情成交法····· 172

- 附录：零售商学院精品课程表····· 174

顾客进门篇

魅力店面，停下顾客闲逛的脚步
温情态度，舒畅顾客疲惫的心情





|第1章|

魅力店面，

停下顾客闲逛的脚步

一个有魅力、有引力的店面，总是能吸引顾客的眼球，引起顾客的兴趣，使顾客在你的店面前停下脚步，甘愿掏出钱包购买商品。



店名本身就是一个金矿

顾客知晓店铺，首先就是店铺的名字。一个好的店名能刺激人的眼球，能给人留下深刻的印象，能招揽更多的顾客。因此，给店铺取个好店名，是让顾客掏钱的第一步。

有人说：“店名好，生意就旺”，这句话是有它的道理的。店铺的店名是商家外在形象的体现和经营品位的浓缩。一个好的店名本身就是一个金矿。所以，给店铺取个合适的具有吸引力的名字，对店铺的经营具有十分重要的作用。

那么，怎样才能给店铺取一个好店名，什么样的店名才是好店名呢？这就要店主根据销售的商品和消费群体进行市场定位，并发挥聪明才智，给店铺取一个既新颖又得体的店名。

（1）好的店名必定是受人欢迎的

店名不能出现让人反感的或者读起来很拗口的词，否则就难以招揽顾客。比如，有店名太过另类，如饭店名为“醉大饿极”；有的店名不伦不类，如小卖部名叫“波士顿”，这些店名极易引起顾客的反感。

（2）店名要新颖，给顾客清新而深刻的印象

有的店名比较老套，比如，以所在的街道名来给店铺取名，以店主名字来给店铺取名，以店主的籍贯来给店铺取名。这些店名过于老套，千篇一律，虽然容易被顾客记住，但留不下深刻印象，很容易被顾客混淆。

（3）店名应该简单明了，让顾客一看就能清楚记住

一个好的店名最好念起来朗朗上口，不要有生僻字。太高雅、文绉绉的店名，可能不容易被大众接受，毕竟，不是所有人都是文学家。一旦顾客对店名产生了反感，就不可能进店来了。

店铺名越简短越容易被人记住，一般最好控制在3~6字。要做到这一点，不仅要讲究语言的韵味与通畅，还要抓住消费者的心理需求与精神需求，凡是能与顾客心理产生共鸣的店名，一般都容易记住，顾客也乐于传播。一旦店名被顾客记住了，那就达到了传播的目的。

(4) 可以在店名中直接出现经营的商品的名称

比如，将服装、电脑、手机等词直接放进店名中。这样就能清晰、明确地告诉顾客你是卖什么的，使顾客容易识别店铺的经营类别，并产生购买欲望，自掏钱包购买。

(5) 店名要避免雷同

如果你想好的店名已经有人在用了，最好换一个名字。否则，在推广上会误导顾客，让其他的店分走你的顾客。

(6) 店名要与自身的产品相符合

这样才能体现店铺的消费特征，增加了顾客的购买欲。



营造生气勃勃的气氛

缤纷的店铺氛围设计不仅能够营造好的销售空间，更重要的是能够吸引顾客的注意力，有效滞留顾客。在这段时间内，店铺就可以通过店员形象、店内广告、货物摆放、灯光、音响等工具促使顾客对商品产生兴趣，并最终完成购买过程。

(1) 店员须为店铺营造忙碌繁荣的气氛

有些店员认识不到气氛对销售的意义，即使他们认真地工作，但顾客不上门，又有什么办法呢？其实，众多店员一声不吭地站着，肯定会给顾客造成压抑的感觉，使销售现场气氛沉闷。因此，店员应有一种匆忙的感觉，即使是假装的，也比呆呆地站着要好得多。店员如何制造这种忙碌的气氛呢？下面介绍几种方法：

①积极清点检查货物。商场所销售的商品虽然经过出厂的质量检验，但仍然可能难免有次品流入商店。除了检查货物的质量，还要尽量把各种货物摆放在最合适的位置，让货架井然有序。做好以上两点后，店员可以假装整理商品，使进店的顾客，能感觉到一种活跃的气氛。

②及时补充货物。顾客挑选和购买之后，易造成商品减少和紊乱的情形，有时候会出现品种短缺，这样会给后来的顾客造成不良影响——买不到

他们需要的东西，或是要在零乱的商品中找出他们需要的商品。因此，店员应该及时做些商品的整理工作，掌握商品的存余数量及其位置，让顾客觉得店员干练、专业。

③店员着装。店员着装和他们的积极表现都可以活跃氛围。着装一定要统一、整齐、大方，最好是搭配明亮的颜色，这样能给顾客一种清新自然的感觉。

（2）大量堆陈

大量的堆陈可以吸引顾客注意，还可以令顾客联想到“便宜”，觉得店铺在做促销活动，自然就凝聚人气。

（3）明显的价格牌

越大越清楚的价格牌，越令人有便宜的感觉。让顾客第一眼看到商品的价格，使其第一时间从心里对比自己所需要的商品的价位和心理价位，从而更积极地寻找自己需要的商品。

（4）热烈的选购人潮

顾客是好奇的，只要有人围在一起，就会有人想要进来看。店员可在一个好位置促销叫卖，吸引一部分顾客围观，让这些顾客吸引更多的顾客上门。

（5）店内广播造势

音响是创造店铺气氛的一项有效办法，它也影响着顾客的情绪和店员的工作态度。音响运用适当，可以达到以下效果：

①吸引顾客对部分商品的注意，如电视、音响、玩具等。

②指导顾客选购商品，店铺播放新货到货情况、降价促销、抽奖活动等信息，给顾客以店铺促销活动频繁的印象。

③随着时间的不同，店铺定时播放不同的背景音乐，不仅给顾客以轻松、愉快的感受，还会刺激顾客的购物兴趣。如刚开始营业的早晨播放欢快的迎宾乐曲，临打烊时播放舒缓的送别曲，这样让顾客觉得到你的店铺购物是一种享受。

当然，店铺里也会有一些噪音，如柜台前的嘈杂声、机械的声响，都可能使顾客感到厌烦，虽然可以采用消音、隔音设备，但也不能保证消除所有干扰声音。此时播放舒适的音乐可以缓解各种噪音对顾客的影响。

（6）色彩设计

有效的色彩设计能够使顾客从踏入店门起便感受到店铺独有的魅力与个性，使顾客的感性因素得到升华，最终调动其购买欲望。

一般来说，亮丽的色彩可以很快让顾客陶醉，尤其激发年轻爱美女性的兴趣。值得说明的是，天花板、地板、货架及店内广告最好能够保证协调，色彩不要杂乱，这样才能使人感到清爽。而厚重的色彩也要做到浓淡结合，否则过于压抑，会使人感到沉闷，抑制购买情绪。具体到应用细节，亮丽的色彩适合女性或年轻顾客，而厚重的色彩则适合男性或年长顾客。

人们看到暖色类的色彩，会联想到阳光、火等景物，产生热情、欢乐、温暖、开朗、活跃等感情反应，见到冷色类的颜色，会产生宁静、清凉、深远、悲哀等感情反应。经过仔细品味，冷暖色调还可以细分，其中冷色调的颜色，分为庄重冷与活力冷两种。比如，黑色、灰色等能使人感到庄重与稳定，而亮蓝与亮绿等则会使人感到朝气蓬勃，较适合一些时尚品牌。暖色调的颜色则分为热烈暖与温情暖两种。比如，酱红色的墙壁会使卖场充满媚惑与热烈，而黄色与橙色的墙壁则让人感到温馨与浪漫。所以，根据冷暖色调的感情作用，店铺经营者就可以结合色彩来设计卖场氛围。



专业化的店铺形象

专业化的店铺形象是店铺给人的整体感觉，可以体现店铺的档次，也能体现店铺的个性。店铺提供给消费者的不应仅仅是产品本身，还应该包括一种价值观念和生活方式，以煽动人们的消费激情，刺激人们的购买欲。同样，店铺的视觉营销也应当以顾客追求的生活方式为诉求，从更大的视角来思考终端形象，利用不同的视觉语言传递不同的品牌个性和文化理念，将品牌及产品塑造成某一生活方式的象征。为了达到以上这些效果，就要设法让顾客感觉到店铺的专业化。

（1）确立店铺的专业化风格

①店面形象与产品定位一致。即，店面形象设计装潢必须跟销售的产品定位是一致的。如果销售的是高档产品，那么店面设计和装潢就一定要符