让我们的导购展翅高飞不寂寞

“各位导购朋友们，你们因为自己是一位导购而感到骄傲过吗？”

“当初你们为什么会选择导购工作呢？”

“如果现在还有个不错的公司请您去工作，有可能是文秘、有可能是做业务的工作等，而且老板非常信任你，不需要什么文凭，不需要以往的工作经验，可以从头边学边做，请问你会去吗？”

“当朋友们在一起聚会时，新朋友难免会相互介绍，如果来的朋友都是在一些大牌的公司工作，或者都是一些令人羡慕的‘白领”。当问及您在哪里工作时,您回答时心里的感受会是怎样的？”

我们问问自己的宝宝和邻居的小朋友：长大后你想做什么工作？有几个天真可爱的小朋友会说“阿姨，我要做个最棒的导购”？这些问题我们想过吗？我们静下心来问过自己吗？我经常会在导购培训的开场白中问这些看似让人很尴尬的问题，答案有各种各样，但透过绝大部分朋友的眼神,我看到他们在沉默,他们在思考。

在一次培训课程中有位学员很有信心地大声告诉我：“老师,我就觉得干这行很好 职业不分贵贱,三百六十行，行行出状元。”回答得很好 当我问她“:您做导购几年了 ?”说 ：“8年。”但我认为她在表达一种情绪,而非她内心深处

需要全本请访问 www.ertongbook.com

真实的声音。请问如果您非常热爱这份工作，为什么您努力工作 8 年还是一位导购？为什么我们不是在店长培训时相遇？为什么我们不是在区域经理培训中相遇？在这里我不想与您探讨太深、太空洞的理论，我只是想与您心灵深处那个真实的你交流与探讨，找到我们每个人内在的生命动力，做我们自己想做的人，因为我曾经和您一样也是从一名导购做起。成功是每个人的梦，这个梦与生命同在，至死方休。有的学员回答："当时选择导购是为了生存，为了找份工作。"有的说："暂时没有太好的工作，先从导购开始做做看，有好的工作再说，但是一做就是几年过去了，突然发现自己只会做导购，其他什么都不会了。"这让我想起了一位科学家的实验。他们把跳蚤放在桌上，一拍桌子，跳蚤迅即跳起，跳起高度均在其身高的 100 倍以上，堪称世界上跳得最高的动物！然后他们在跳蚤头上罩一个玻璃罩，再让它跳，这一次跳蚤碰到了玻璃罩。这样连续多次后，跳蚤便改变了起跳高度，每次跳跃总保持在罩顶以下的高度，以适应环境。接下来他们逐渐改变玻璃罩的高度，而跳蚤每次都在碰壁后主动改变自己的高度。最后，玻璃罩接近桌面，这时跳蚤已无法再跳了。科学家于是把玻璃罩打开，再拍桌子，跳蚤仍然不会跳，变成"爬蚤"了。

跳蚤变成"爬蚤"，并非它已丧失了跳跃的能力，而是由于一次次受挫学乖了，习惯了，麻木了。各位优秀的导购朋友们，人生有无限的可能，只怕你不敢想，不去想，习惯了，麻木了。这是一个风云激荡的时代，这是一个机会频生、奇迹迭出的时代，这真正是一个人人都渴望成功而且极有可能成功的时代。我相信，每位导购朋友也同样渴望生活得更

好一些，收入更多一些，职位更高一些，得到的认同更多一点……

我曾经与大家一样，从做导购、做销售开始步入这个竞争激烈、弱肉强食的社会。我曾经在花鸟市场上卖过热带鱼,在夜市上摆过地摊,做过广告业务员,卖过化妆品,还开过时装店，做过小老板，其实就是一个自己给自己发工资的高级导购而已。所以我可以深深地体会到做一名导购的心理路程，因为您工作中的酸甜苦辣我也曾经有过，否则，今天我不会拥有自己的公司，不会在 25 岁时就获得 25 万的年薪，我的培训课程不会充满生命力与您产生共鸣，同样也不会有这本书。之所以有今天，我真的要感谢曾经走过的那段平凡而有意义的路。

现在与大家分享我在做导购中的收获与心得。

第一,广博的知识。

我认为做导购就好像在读免费的 MBA 课程,它让我学到了许多在大学校园里无法学到的知识与技能。现在的顾客越来越理智，越来越精明，我们要更好地销售产品，必须学习更多、更专业的产品知识，久而久之，你就成了某个领域的专家。销售化妆品的导购朋友，请问您现在是否已成为一个美容保养、皮肤护理的专家？销售皮装的导购朋友，您是否已成为一位皮革专家，任何皮面一拿起来就知道是几级皮，是进口的还是国产的？销售男装的朋友，您是否已成为一位男士服饰形象设计专家？我给许多企业员工培训时，发现工作了多年的导购连一些基本问题都回答不出来，更不要说成为什么专家了。我想问题可能出在两个方面：一方面是公司培训不到位；另一方面是自我学习成长的意识太

差。如果这样，10年以后您依然还是一名平庸的导购，成功永远与您无缘。而且，作为一名优秀的导购，除了学习专业的商品知识外，还要学习一系列与商品相关的知识，这样才能让您表现得更自信，更有专业水准，成交率更高。就像当年我在做广告业务员时，除了熟悉本职工作的各项业务内容外，我还利用业余时间，积极参与公司其他部门的工作，向同事学习。我开始学着做策划案、写广告语、编影视脚本、搭影棚，星期天替摄制组扛摄像机上山偷学摄像……

没想到就这样一个当时不经意的好奇行为让我的业务越做越顺，让我成为这家西北最大的广告公司第一位用4个月时间从一名试用的业务员做到客户部经理的人。您想从导购迅速升为店长吗？从店长升为区域经理吗？那就是做得比别人多一点，学得比别人多一点，于是经验就会比别人多一点，您的晋升速度也就会比别人快一点，收入就会比别人多一点。看到这里，亲爱的朋友，您再也不会等着公司给您安排培训时您才去学习了吧！学习是为自己、为财富、为成功、为快乐，所以一名优秀的导购不但应是某些产品的专家，而且所掌握的知识也应是全方位的。

第二,良好的心理素质。

导购每天都与形形色色的人打交道，他们来自不同的行业、不同的阶层,他们有着不同的需求、不同的心态,如果我们想为每一位顾客服务好，无论买不买东西，都能让顾客满意而归，那就需要我们在面对失败、面对别人说‘NO’时表现出一流的心理素质。我们要感谢导购这项职业，它让我们在长期的工作中学会了察言观色和眼观六路、耳听八方的本领，让我们的心理素质在工作中得到了良好的锻炼。

第三，扎实的销售基本功。

人生何处不行销。人们做任何工作都与销售有关，就连美国竞选总统，竞选者们都要四处演讲，推销自己。优秀的导购不但拥有良好的心理素质，更是一位优秀的销售心理学家，他可以通过顾客每一个细小的动作、每一个细微的面部表情分析出顾客的心理变化及需求。经过正规训练的导购,他在那里一站,一开口、一笑,就能表现出其专业的销售功力。导购是销售最前沿的工作，他们非常了解市场的变化及顾客的需求，所以一流的导购一定是公司未来选拔和培养店长及销售经理的对象。

第四,一流的口才。

任何管理者都要拥有一流的口才，通过语言表达他的管理思想。在导购工作中，我们每天都要与不同的顾客沟通、交流,同样的产品有可能会用不同的方法介绍、讲解,久而久之，每个导购都拥有一流的口才及沟通技巧。

第五，人脉就是财脉。

在任何领域中，成功人士都需要拥有良好的人际关系。管理就是如何让别人把你想做的事做好。在销售过程中我们每天都在与人打交道，这是学习如何与人沟通、如何建立信赖、如何赢得他人认同的最好机会。请问，你把握好这个机会了吗？你想过要通过你优质的服务把一个陌生的顾客变成一个知心的朋友吗？你能让各种各样的顾客都喜欢你吗？如果你做到了，那我就恭喜你，你已经为未来的成功做好了充分的准备。但很多导购朋友都没有意识到这些，工作只是为了工作，从没有想到我还能为未来做些什么准备。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

如果刚才我们所提到的五点，您在工作中都意识到了并努力去经营的话，那您已经拥有了一笔巨大的无形资产，店长的宝座已经离您不远，销售经理的宝座也已经指日可待。以下三点讲述的是你如何进一步经营自己，用心经营自己是您一生的宝藏。

1.市场的需求就是您存在的价值。

现在服装零售业竞争越来越激烈，尤其在中国加入WTO以后，服装零售业的竞争已经从产品竞争、广告竞争、价格竞争扩展到了人才竞争、管理竞争。好的产品必须通过好的导购才能销售出去。产品的款式、别致的店面装修、精彩的POP很快就会被对手模仿,但一流的导购服务、一流的人才却很难在短时间内被克隆，所以现在的企业已经深深地意识到，必须吸引一流人才、培养一流人才、留住一流人才。我们在培训中经常碰到许多企业主因为没有好的导购人才而感到头痛，可见未来的市场对导购的需求是巨大的，但一定要是一流的导购。以前谈到导购要微笑服务，要这样、要那样时,总觉得是公司的要求、公司的命令,现在我想你会明白，这一切都已经不再是命令和要求了。为了明天我们能够拥有更高的身价，我相信这一切你都会认为是在为你自己创造价值，我相信在明天的销售服务中你会笑得更灿烂,你的语言会变得更诚恳,目光变得更真挚。

2.积累自己的无形资产。

纵观世界500强企业的总裁，无不具有从基层做起的工作经历，所以我们现在不但要认真地做，而且要用心地做，用心去规划我们的未来。时刻积累我刚才提到的五大点，这将是您未来成功的基础与平台，也将是您百万身价的

基石。

3. 自我成长与学习是身价保值的根本。

现在是知识经济的时代，社会变化太快，我们必须学习、学习、再学习。我们现在要将学习当作一种投资，投资自己。我们不但要学习新知识，更要注重学习能力的提升和学习速度的提高——现在的竞争已经不是大鱼吃小鱼的年代，而是快鱼吃慢鱼的年代。

看到这里我相信大家对现在所从事的工作会更加充满信心，对未来会更加充满希望。希望后面章节中的专业内容能够对大家的实际工作有所帮助。最后祝所有的导购朋友勇敢高飞不寂寞！

本手册的编写得到了众多专家的支持，他们投入了许多精力及宝贵时间，在此深表感谢。因时间仓促，编写有不足之处尽请指正。

第一章

导购的职业定位及基本素养

第一节　导购销售服务的基本观念和态度

正确地理解导购销售服务事业，这是成为超级导购的第一步。

一、正确理解导购销售服务事业

作为一名服装导购，首先要正确地理解导购销售服务事业，这是成为超级导购的第一步。

1. 售前服务、售中服务、售后服务

如表 1－1 所示，服务过程可分为三个阶段，每个阶段的主要内容都包含在这个表内。

表 1－1　不同销售阶段的服务内容

售前服务	售中服务	售后服务
·提供有关专业知识、营销消息、产品资料及资讯 ·美化办公场地、做好橱窗陈列 ·前期宣传以及各种展示会的组织活动	·营业中店内的快乐气氛 ·商店内的资讯提供 ·导购所提供的服务	·退换货服务 ·维修及安装商品 ·了解购买后的商品使用情况 ·拜访顾客、听取意见 ·资讯提供

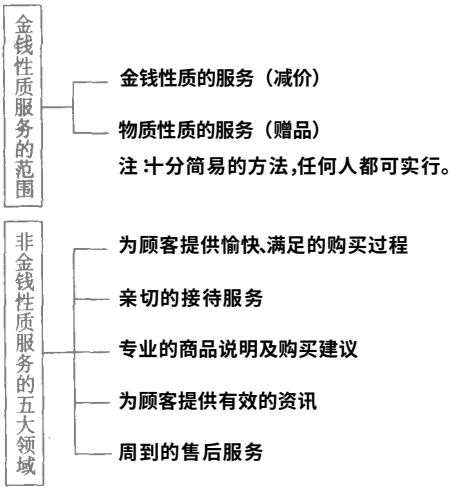
2. 导购实施服务的种类

如图 1－1 所示，导购服务包括金钱性质的服务和非金钱性质的服务两类。

二、导购对自己的职业定位

1. 销售服务员与解说员的定位

图 1-1 服务的种类



◆ 重视自己

产品在创品牌的过程中，很多顾客被广告宣传引入店铺，因此很多导购并没有尽到销售的本职，而只尽了解说的义务。店铺的导购必须要有一个认知，即要先重视自己，才能够重视产品，重视导购工作。如果没有这样的认知，导购就只会在店铺中无所事事，也不懂得如何使商品增值。

店铺的导购必须要有一个认知，即要先重视自己，才能够重视产品，重视导购工作。

◆导购良好的服务能为产品增值

各种名牌服装的质量要求几乎是相同的，能够使其产生差异的是面对顾客的销售服务人员——导购，他能够帮助产品产生增值效应。若导购只是一个解说员，那么产品增值甚微，甚至无法产生增值效应。

导购能够帮助产品产生增值效应。

2.真正做到“顾客至上”

现在所有店铺都强调顾客至上，但其与实际的销售运作之间还存在着很大一段距离；“顾客至上”只是一句口号，

需要全本请访问 www.ertongbook.com

顾客来到店铺之后得不到相应的服务。顾客对“顾客至上”的感受并不是来自于广告，而是来源于顾客进入店铺之后所受到的待遇。

将“顾客至上”的口号落到实际的店铺中，真正地关怀顾客，不计代价和报酬地关怀顾客。

店铺服务技巧在整个店铺渠道中非常重要，它决定着销售人员的行为。当前，销售的技巧已经由过去的“拉式”战略转变为“推式”战略。所谓“拉式”战略，是指以广告打产品品牌的形式，将顾客吸引到店铺里进行消费的销售方式。所谓“推式”战略，是指通过店铺人员的销售服务水平来提升店铺营业额。因此，要提升销售额，导购首先要确认店铺的重要性，并将其转化为一种认知，通过服务体现出来，以赢得顾客，从而提升店铺营业额。

案例一“小赠品”失掉老顾客

某品牌服饰搞促销活动，对于一次性消费大于 5000 元的顾客附赠精美的胸针或手链。但是某天配饰用完了，而店里却没有准备备份。为检验其“顾客至上”的服务理念，某顾客要求想办法准备配饰。

顾客：“小姐，请问一下，一次性消费大于 5000 元的顾客不是附赠精美的胸针或手链吗？今天怎么没有呢？”

服务员：“喔，今天的刚好用完了，没有准备备份，不好意思！”

顾客：“可是我真的很喜欢你们这里的配饰，可否帮我想个办法？”

服务员：“不好意思喔，很多客人都喜欢，但是店里刚好没有多准备！”

顾客：“那可以请店长来一下吗？”

服务员“:请稍等一下!”

店长:“小姐,请问有什么可以帮您的?”

顾客:“我非常喜欢这里的配饰,不知道可不可以帮我这个忙呢?”

店长“:可是真的很不好意思喔!这是我们的疏忽,配饰刚好用完了,下次一定会为您准备好!”

对于一些产品,顾客可能永远不会再次购买是不可避免的现实,这是因为赢得忠实的顾客并不容易,而失去顾客却轻而易举。上例中,导购和店长就没能够区分出配饰与老顾客的轻重。在该例中,要注意三个方面的问题:

第一,买一件配饰来留住一位老顾客的心并不是一件困难的事情;

第二,店里的库存不足应及时被发现;

第三,如果店长与导购的回答相同,那么根本体现不了店长的价值所在。

认知会决定行为,导购真正认识到店铺的重要性非常重要。导购只有确认店铺导购工作的重要性,工作才能做好;如果导购没有确认其重要性,就容易出现对事情的不当处理。由于处理不当,顾客可能永远不会再来购买商品。

认知会决定行为,导购真正认识到店铺的重要性非常重要。

案例二 “创可贴”赢得顾客

刘先生到日本出差,忙完后隔天准备回程,他的同事想逛逛街,以不虚此次日本之行。刘先生虽不喜欢去,但因不想扫同事的兴,所以与之同行。刘先生由于穿新鞋的缘故,脚后跟的皮被弄破了,使得刘先生除了脚不舒服之外心里也更加不愉快。后来逛到了一家服装店,刘先生终于可以小

歇一下……

刘先生“:不好意思,请问店里有‘创可贴’吗?”

店长“:先生您怎么了 受伤了吗?”

刘先生“:嗯,脚后跟破皮了!”

店长“:那一定很痛喔,可能是穿新鞋走路的缘故。店里刚好没有‘创可贴’,真的很不好意思。您稍坐一下休息一会儿。”

同事:“不然我们找个地方休息好了,小刘脚也不方便继续逛了。”

于是刘先生一行人离开服装店。走了大约 100 米左右,后方传来一阵阵呼唤的声音,原来是那位女店长气喘吁吁地跑来。

刘先生“:店长,这么急跑来,请问有什么事吗?”

店长“:是这样的,这里有两片‘创可贴’,是我到隔壁借的,因为我怕您的脚受伤走路不方便,所以特地为您送过来。”

刘先生“:谢谢!”

店长“:来,我们先找个地方坐下,我帮您把伤口贴上!”

刘先生“:这怎么好意思,我自己来就可以了。谢谢您!”

店长“:没事,这是我应该做的,加上各位都是第一次来日本玩,我更应该尽尽地主之谊呀!”

刘先生“:那就谢谢您了,真不好意思!”

于是店长亲自蹲下来帮刘先生把伤口用“创可贴”处理好,最后还多拿出两片‘创可贴’给刘先生使用,并鞠躬目送刘先生一行离开。

在整个过程中,服装店的店长做了两件事:

第一,真正地关怀顾客;

第二，店长没有把营业额摆在顾客之前，而是关心顾客,不计报酬,先赢得顾客的心,再考虑后面是否有生意,真正做到‘ 顾客至上 ”。

因此“‘ 顾客至上 ’不能只是店铺店面上的招牌广告,而应是顾客来到店铺时所体验的真实感受。因此，公司需要把“ 顾客至上 ’的口号真正体现在店铺工作中。

经常问问自己能够帮助自己的企业做什么。

导购人员常常会问企业能够为自己做什么，而很少有人主动地问自己能够帮助自己的企业做什么。实际上，导购人员要与企业站在同一阵线，需要和员工紧密团结共同奋斗，才能够提升销售额。

三、以销售活动为荣

任何商品，导购若不先认清其价值，就无法向顾客说明,进而获得认同。因此,对于某商品具有的性能(便利性、趣味性、舒适性等特点)导购务必了如指掌,导购必须以销售活动为荣。因为我们不是在销售商品,而是在帮助顾客买到更适合他的商品，所以一流导购的价值不仅在于他能出售多少商品，更重要的还在于他能通过销售为顾客提供多少服务。

1.热心追求利润

企业的利润最终来自于顾客，导购只有永远保持以顾客为中心的意识，才能使企业的利润不断增加。

2.培养更多的忠实顾客

以销售活动为荣并且热心追求利润的同时，导购还要

先学会销售自己。

运用自己的专业知识为顾客提供专业的建议，帮助顾客买到满意的商品，使顾客有愉快的心情。不断增加忠实顾客才是赚钱的要诀,亦即‘ 信者方能利 ”。诚信商家一定是建立在顾客对您的信赖的基础上，因为如今商场同类产品太多，价位竞争太激烈，为什么顾客认同你的商品而不认同别人的，导购的服务品质、专业水平起了相当重要的作用，所以导购进入销售这一行需先学会销售自己。

四、向目标挑战,突破低潮

1.人性的优点和缺点

人类有向上成长、向事物挑战、完成任务的优点，相反的，也有易于被怠惰、享乐支配的缺点。如果弱点支配人性就会呈现低潮。因此，为了获得工作的意义和成长，就必须突破低潮。

2.低潮的‘ 七种症状 ”

将低潮的状况以症状来表现列举如下：

- 轻视工作、基本不愉快的症状。
- 人生枯燥乏味症。
- 自信心缺乏症。
- 人际关系痴呆症。
- 丧失进取心症。
- 缺乏创意症。
- 抱怨不满症。

若放任这些疾病不管,认为‘ 工作就是如此 ’的,那么就可说他是一个处于劣势而不幸的人。

3.自我放松训练

昨天有许多不愉快的事发生，可能你今天的心境很不好，可是，我们仍旧要全身心地投入到服务工作中去，仍旧要为顾客提供优质服务，你该怎样忘记昨天的不愉快，快乐迎接美好的今天呢？

◆ 心态放松法

● 在车上、更衣室或其他地方，利用上班前的 1～3分钟。

● 学习运用 2、4、1 呼吸法。

● 双眼微闭集中精力，心中不停想着一个念头："昨天的一切都已过去，今天一定要重新开始"。

◆ 自我激励的自我五问

● 最近有什么让我兴奋的事？

● 什么人让我感到骄傲？

● 什么人让我为之努力？

● 哪些人是我深爱的人？

● 什么人值得我感谢？

◆ 过程重视

将昨天的工作情况和问题重新在脑海中仔细回顾一遍。

对今天的工作计划及状况再次确定一个新的目标。

4.自我心理武装

热诚：燃烧自己，发出足够的热量，让顾客随时随地来吸收。当每一天的太阳升起的时候，我的生命都充满了激情，面对一切困难，我做好了迎刃而上的准备，我要用我全身心的努力去创造生命的奇迹。

当我心情郁闷的时候，不应该静止不动，自己生闷气，

需要全本请访问 www.ertongbook.com