

<<店面营业人员职业化训练>>

图书基本信息

书名：<<店面营业人员职业化训练>>

13位ISBN编号：9787301065020

10位ISBN编号：7301065027

出版时间：2003-9

出版时间：北京大学出版社

作者：卢岱元

页数：113

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<店面营业人员职业化训练>>

内容概要

商业社会的竞争越来越激烈，尤其是店面竞争，有的店面顾客川流不息，财源滚滚；有的店面却如昙花一现，淹没在市场竞争中。

其中一个非常重要的问题就在于店面营业人员的服务态度和销售能力是否能使广大顾客确实感到非常满意。

本书通过深入浅出的讲解，对店面营业人员进行全方位的职业化训练，培养和提高他们在工作中所需要的待客礼仪、沟通技巧、销售能力和店面管理技能，从而改善店面的整体面貌，有效地增加店面的销售额，使店面能成功地从激烈的竞争中脱颖而出、长盛不衰。

<<店面营业人员职业化训练>>

作者简介

卢岱元，营业人员训练专家，商业经营高级顾问，北京时代光华教育发展有限公司特聘高级培训师。现任美美TSC、Inc、Corporation常驻亚洲区代表、上海聚将企业管理公司副总经理、台湾庄周企业管理顾问公司商业经营顾问。

<<店面营业人员职业化训练>>

书籍目录

第1章 店面销售的意义与顾客心理 店面销售的意义与机能 顾客的购物心理第2章 门店销售的态度与基本技术 销售的目标是尽力追求销售利润 正确了解服务的意义 销售成功的“三意” 营业人员不可缺少的七项意识 掌握商品知识 销售商品的五条要领 销售过程的五个阶段 卖场销售的“4S” 服装仪容、基本动作与礼貌用语第3章 店面销售技术实务（一）第4章 店面销售技术实务（二）第5章 店面销售技术实务（三）第6章 店面布局安排和商品组合互动第7章 店面色彩、照明与商品展示和情境活泼化参考答案附录 工具表单

<<店面营业人员职业化训练>>

章节摘录

书摘商品的包装 商品的包装恰似商场的商标,优美的包装能让顾客觉得商场的层次高,提着带有店名或商品名的包装袋也是一种广告,顾客拎着美丽或精致的包装袋,既能有一种满足感,同时又为商场作了免费宣传。

商品包装有五个作用 使顾客获得满足感,特别是有名的商场或高档的商品,顾客愿意把它的包装袋多次使用。

便于顾客携带。

对众多零散的商品而言,包装给顾客提供了极大的方便。

保护商品。

比如衬衫用盒子装着,免得折皱了;而电脑也要用塑料泡沫包起来装在盒子里,以免不小心碰坏了。

区别未出售的商品。

已售商品包装后很容易与未售商品区别开,既可避免弄混淆,还可以防止有的顾客存心偷窃。

广告宣传。

这种宣传方式面对的对象范围广,既可以是顾客的朋友、同事,也可以是路上的行人。

不同的商品有不同的包装方式巧克力有各种各样的形状,圆球形、长方形、心形、不规则形等等,包装就要随着商品的形状而变。

手机的包装盒里有一个凹陷的地方,专门用来把手机卡住,以避免震荡损坏手机。

工艺礼品一般都用彩色玻璃纸和蝴蝶花结进行包装,漂亮的包装能获得顾客的亲近感。

对于赶时间的顾客的应对方法 现代社会的生活节奏越来越快,赶时间的顾客自然也越来越多,有的顾客一进门就嚷嚷着快快快。

其实,有时顾客并不是真的很急,只是商业社会所造成的一种急迫感,所以他一边打手机,一边催促着营业员。

营业员不仅要认真接待这样的顾客,而且还应适当地把商品销售出去。

拉拢顾客的同伴。

如果顾客结伴而来,要先留住顾客的同伴,给他提供多样的选择和新鲜的商品信息,激发他的兴趣。

抓住女士的心里。

据统计,女士花在购物上的时间至少比男士多4倍,而且女士购物的目的性不明确,所以只要抓住了女士的心理,就等于成功地留下了顾客。

不要忽视孩童。

如果顾客带着小孩,可以先和小孩拉拢关系,问问他多大,在哪儿上学,能够把孩子稳住,基本上大人就不太赶时间了。

迅速处理。

对于真正需要赶时间的顾客,要配合顾客,提供迅速准确的服务。

自检 根据以下事例,分析营业员的行为哪些是对的,哪些是错的,为什么?错的应怎样改正呢?

(1)一位顾客急匆匆地来到一个柜台前,要买一件衬衫,营业员正好在核对销售记录,头也不抬地让顾客自己去挑选,过了一会儿,营业员再去看顾客,顾客早就走了。

(2)父亲带着孩子经过一个卖玩具的柜台,孩子要去看玩具,父亲说:“不行啊,妈妈在家等我们回去吃饭呢。”

营业员迎上来,没有挽留父亲,而是亲切地问小孩是喜欢米老鼠还是唐老鸭,或是喜欢汽车和手枪?小孩兴致勃勃地说他最喜欢机器人,最后父亲只好停下来,为小孩买了一个机器人。

致力于相关商品的销售 顾客购买某一件商品后,营业员可以适时地推荐相关商品。

现代社会的商品非常丰富,不仅相同系列商品之间紧密关联,不同系列之间也越来越相互联系着。

营业员要有意识地在一次销售完成之时,再接再厉地致力于相关商品的销售,这样既能表现出对顾客的体贴,又能提高销售额。

案例1 顾客来购买网球拍,选购了某一款式的球拍后,营业员就可以问顾客需要什么牌子的、多少数量的网球,这是最直接的相关商品。

<<店面营业人员职业化训练>>

间接一点儿的，营业员还可以推荐网球服、运动鞋、护腕以及运动包等等。

案例2 女士去买化妆品，原本只打算买一支口红，但是营业员为她介绍了今年流行的彩妆，建议她挑选嫩粉色的口红，而与这个口红配套使用的还有嫩粉色的眼影、胭脂、睫毛膏等等。此外，这个嫩粉的颜色需要白皙的皮肤来陪衬，所以营业员又推荐顾客使用某一品牌的美白护肤品，这样就成功地进行了一次相关商品的销售。

不同顾客的应对方法 顾客来源广泛，层次不同，表现的行为相应地也各异，对不同的顾客应采用不同的应对方法。

一般来说，顾客可分为12种类型，每种类型都有相应的接待方式。

案例 一些年轻人买电脑，进了销售店就埋着头看东西，要买什么他心中早就有主意，不需要营业员再做介绍，自己挑选最合适，这种顾客属于沉默型的，营业员就应该让他自己去挑选。

有的女士买衣服，觉得这件也好，那件也不差，换来换去的总是拿不定主意，这是优柔寡断型的，这就需要营业员及时地上前帮助她参考。

有的顾客买东西，拉着营业员说上半天话，什么都要打听，这是饶舌型的，营业员既要有耐心倾听，又要适时打断，避免因他的饶舌而耽误太长的宝贵时间。

有的顾客对某种商品很精通，完全能给营业员上课，这是权威型的，营业员可以虚心地倾听，还能增长自己的知识。

挑剔型的顾客总是批评商品不好，抱怨着说哪儿有更好的、更便宜的，对此营业员切记不必同顾客争论，买与不买顺其自然。

.....

<<店面营业人员职业化训练>>

媒体关注与评论

致读者 朋友,如果您是管理者或者是想在职场有所作为的人士,如果您是人力资源经理或者是培训经理,我们很高兴能与您交流,感谢您对本书的关注。

我们正置身于一个急剧变革的时代,面对激烈的职场竞争与市场竞争,管理者个人及其组织要想生存、发展,进而求得事业的成功,必须建立持久的竞争优势。

而管理者个人及其组织惟一持久的竞争优势便是比竞争对手学习得更快的能力。

因而,在新世纪,在知识经济的新时代,管理者个人及其组织所面临的主要问题便是学习问题。

鉴于目前国内充斥于市的经管类书籍良莠不齐,优劣难辨,而现场培训课程受时间、地点等诸多限制且费用高昂,为解决管理者及其组织学习培训的难题,时代光华公司作为教育培训服务的专业提供商,在与中华全国工商业联合会、中国企业联合会等战略合作机构联合推出“时代光华管理课程”系列多媒体产品的同时,隆重推出“时代光华培训书系”,为广大企业客户和个人读者提供更多的选择与优质、便利的服务。

“时代光华培训书系”立足中国发展现状与管理实践,整合国内外优质培训学习资源,专为中国管理者个人发展提升和企业组织培训量身订制。

该书系具有以下几大特色: 一、高效实用的培训内容:一般经管类图书侧重理论知识,本书系则紧扣管理实务,注重实战技能的传授与演练,强调互动与实践,让读者边学边练,即学即用,步步提升,收益显著。

二、轻松愉快的阅读体验:不同于一般经管类图书的繁复论述,本书系力求语言简明通俗,内容设计尽可能做到互动化、人性化:传授知识与技能强调要点化、步骤化、图表化,间以精彩的案例分析、生动的小故事与小漫画,版式疏朗有致,让您感到学习不再是被动的劳役,而成为主动参与、乐在其中的享受。

三、海内外一流的培训专家,超强的作者阵容:本书系编著者或主讲老师均为来自世界著名跨国公司的高层经理、培训经理及知名管理专家,价值上千元的培训课程之精彩内容尽都囊入一册书中,花费不多却可分享世界500强企业的管理培训精华。

四、系统全面的管理培训教材体系:本书系内容涵盖企业管理的各个层级与不同的专业领域,具有相对规范、成熟的编写体例,立志于为我国职业经理培训认证及员工职业化培训提供切实可行、行之有效的教材。

时代光华培训书系作为职业发展培训教材具有与一般图书不同的特点,为了使您对本书系的学习获得实实在在的收益,使您的学习效果最大化,建议您采取如下方法进行学习: 一、结合实际,有针对性地学习:为了便于您结合自身状况以及您所在组织的现状,有针对性地、有重点地学习,我们在每本书前均设计了相关的测试题,用以检测评估您在本书所涉及的相关领域的现状,进而从中发现您或您的组织学习、发展的领域,并进一步有针对性地确定您的学习重点。

因此我们建议您在正式学习本书前先认真做相关测试题,并分析评估您的现状,再结合学习目标与每章重点,有针对性地进行学习。

二、高度重视互动练习:我们借鉴国际知名管理培训教材的做法,在每本书中均安排了大量的互动练习,其目的是为了不断实现目标知识点、技能点与您或您所在组织的现状作对照,从中找到差距,进而通过学习、通过制订改善提高的行动计划,缩小差距,最终消除差距,实现组织行为的完善与个人素质技能的提高。

因此,我们希望您尽量按书中提示,认真做相关的互动练习,使您在单位学习时间内取得尽可能大的学习效果。

三、把每本书当作您的行动手册:知道不如做到。

我们根据书中传授的知识与技能要点并结合管理工作的实际需要,在每本书中设计了一系列学以致用的工具表单,我们期望借此能有效地促使您将您的所知简便地转换成您的行动,从而在短期内取得量化的、可见的改变。

我们建议您认真填写这些实用的管理工具表单并付诸行动,我们期望您由此发现卓越的管理可以经由学习训练而达成,由此体验到管理培训的价值和我们的培训书系对您的价值。

<<店面营业人员职业化训练>>

四、把每本书当作备忘录：我们希望您的学习是结合工作实际的，不间断的。

当您在现实工作中遇到了某些问题需要处理，但对如何处理没有把握时，请把本书系的相关教材当作您的备忘录，查阅相关知识点、技能点，进而寻求工作指南。

最后需要说明的是，由于各种因素的限制，本书系的编撰一定还存在不少缺陷与不足。

如果您有建议与批评，请及时与我们联系，谢谢您帮助我们改进与提高。

如果您觉得有所收获，请转告您的朋友和同事，与大家一起分享。

知识改变命运，学习成就未来。

愿时代光华培训书系伴随您一路走向成功，走向辉煌!

时代光华培训书系编委会

时

2003年6月

<<店面营业人员职业化训练>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>