

<<做最好的导购>>

图书基本信息

书名：<<做最好的导购>>

13位ISBN编号：9787504480132

10位ISBN编号：7504480134

出版时间：2013-4

出版时间：中国商业出版社

作者：李昊轩

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>

<<做最好的导购>>

前言

心有多大舞台就有多大 导购人员连接着产品与顾客，是战斗在第一线的销售精英。商业活动本身就是一种买卖关系，导购人员无疑扮演了执行者的角色。但是，他们不仅仅是交易员，还扮演着市场情报员、企业形象大使、产品趋势顾问等角色。一个导购员的舞台有多大，完全取决于他的心胸有多广。

从字面上来看，“导购”包含了“导”和“购”两个过程，也就是“引导”和“购买”。导购人员的工作核心就是导购，帮助顾客选择，实现顾客在该店的购买目的。在愈演愈烈的终端销售战中，导购人员对于整个行业竞争的重要性是不言而喻的。

导购人员是形象代言人：导购人员面对面地直接与顾客进行沟通，其一举一动、一言一行在顾客的眼中就代表着品牌的形象。

一个飞机场旁边的大型路牌不如在商超门前的一个小路牌；商超门前的一个小路牌不如通往终端店路上的几个指引牌；路上的几个指引牌不如个性鲜明的终端形象；个性鲜明的终端形象不如一个具有感召力的强势大品牌；强势大品牌不如一个成交率高的好导购。

导购人员的形象塑造功能，怎么强调都不过分。

导购人员是沟通大师：导购人员是品牌与顾客之间的桥梁，一方面把品牌的信息传递给顾客，另一方面将顾客的意见、建议和希望等信息传达给企业，以便更好地服务于顾客。

商品的质量很重要，但是导购人员的服务更加重要，因为商品不能和顾客进行交流，只有导购人员与顾客之间建立良好的沟通关系，把企业的信息完整传递出去才能达成交易。

导购人员是服务大使：导购人员在充分了解自己所销售的产品特征、使用方法、服务、品牌价值的基础上，适时地为顾客提供最好的服务、建议和帮助，以优良的服务来征服顾客，压倒竞争对手，而那些潜在的顾客就是在导购人员的热情和微笑中产生的。

一个不争的事实是，企业无论打多少广告，最终临门一脚还是要靠导购人员的真功夫，一名优秀的导购人员和一名不合格的导购人员相比，其销售业绩迥然不同，少则几倍，多则几十倍。因此，一个好导购胜过一个强势的大品牌，优秀导购成了今天所有商家争抢的对象。

在商场中，当顾客表情漠然毫无反应时，当顾客对产品心存疑虑、对价格存在异议时，当顾客总是挑剔你的产品，拿你的产品和其他品牌相比较时，导购人员应该怎么说、怎么做、这里面大有学问，也包含着无尽智慧。

首先，在职业定位上，导购人员不能仅仅把自己看做是卖东西的，而应该扮演好世界上最伟大推销员的角色。

其次，在具体工作中，导购人员要掌握漂亮的销售技能，通过三言两语能左右顾客的购买意愿，引导他们顺利下单。

再次，遇到促销难题时，导购人员要善于察微知著，从而找到破解僵局的门径。

诸如此类，导购的销售智慧可以说是无穷无尽的，最重要的是，我们必须静下心来踏实肯干，边学边悟，逐步从一个导购菜鸟成长为销售精英。

本书就一名优秀的导购人员应该具备的技能，以及如何成为一名优秀的导购人员做了详细的讲解与建议，希望能够为广大的导购人员提供一些帮助，从而在实践中灵活运用，成为商场上左右逢源、屡创佳绩的销售大师。

<<做最好的导购>>

内容概要

《做最好的导购(升级版)》就一名优秀的导购人员应该具备的技能，以及如何成为一名优秀的导购人员做了详细的讲解与建议，希望能够为广大的导购人员提供一些帮助，从而在实践中灵活运用，成为商场上左右逢源、屡创佳绩的销售大师。

导购人员连结产品与顾客，是战斗在第一线的销售精英。

商业活动本身就是一种买卖关系，导购人员无疑扮演了执行者的角色。

但是，他们不仅仅是交易员，还扮演者市场情报员、企业形象大使、产品趋势顾问等角色。

一个导购员的舞台有多大，完全取决于他的心有多广。

<<做最好的导购>>

作者简介

李昊轩，上世纪七十年代末生于塞外，是历经现实与梦想剧烈冲击的一代。他热衷于社会事务，致力于社会科学的大众普及和商业应用方面的创新和产业化发展，倾情打造极具实用价值和趣味性的心智开发系列图书，敬请关注。

<<做最好的导购>>

书籍目录

第一章你就是产品的形象大使——设计成功的职业形象 1.留下良好的第一印象 / 3 2.着装细节展示职业美感 / 6 3.加强日常礼仪修养 / 8 4.形体动作是无声的语言 / 10 5.保持优雅的服务姿势 / 13 6.微笑是你最好的名片 / 15 7.努力把自己做成品牌 / 18

第二章不是会卖东西就是导购——训练合格的导购素养 1.心态：好心态决定好状态 / 23 2.定位：做导购不是混日子 / 25 3.习惯：养成科学的销售规范 / 28 4.知识：用专业商品知识打动顾客 / 30 5.陈列：紧抓顾客的第六感 / 32 6.盘点：货品管理做到井井有条 / 35 7.激情：始终保持对职业的热爱 / 38

第三章顾客最关心的永远是自己——谙熟顾客的购买心理 1.希望享受到上帝般的服务 / 43 2.顾客都希望被尊重 / 46 3.男女顾客消费心理的差异 / 48 4.人人都有“从众”心理 / 51 5.顾客总担心自己上当受骗 / 53 6.顾客都有喜欢便宜的心理 / 56

第四章好的开场等于成交了一半——掌握漂亮的销售语言 1.找准成功的交际切入点 / 61 2.如何说顾客才会听 / 63 3.打招呼，没那么简单 / 66 4.展示出你的亲和力 / 68 5.用强大的气场吸引对方 / 71 6.开场报价别吓退顾客 / 73 7.推荐的话要诚恳地说 / 76

第五章透过蛛丝马迹见机行事——积累丰富的察微技巧 1.眼神暴露顾客的内中心机 / 81 2.视线投射的方向大有深意 / 84 3.“声调”吐露顾客的真个性 / 87 4.从“讲话方式”看个性 / 90 5.注意与手相关的小动作 / 92 6.“看热闹”的顾客未必是在“随便逛逛” / 95 7.“看门道”的顾客应该如何接待 / 98

第六章弄清需求，找到销售引爆点——激发顾客的购买欲望 1.充分了解顾客的购买动机 / 105 2.摸清顾客眼里的“物美价廉” / 108 3.快速找到顾客的兴趣点 / 111 4.帮对方找到自己的真实需求 / 114 5.如何使用SPIN提问技巧 / 117 6.促使顾客购买要多提示 / 120

第七章做世界上最伟大的推销员——练就强大的推销本领 1.导购人员要有推销的真本领 / 125 2.信誉的推销才是根本 / 128 3.讲一个真实的故事，让顾客心动 / 131 4.说得再好也不如亲自体验 / 134 5.怎样推销顾客不感兴趣的产品 / 137 6.不推销产品，而是推销概念 / 139 7.用“免费的午餐”促销 / 142 8.在销售中建立长久的业务联系 / 145

第八章扮演好“救火队长”的角色——善于化解顾客的异议 1.搞清楚顾客为什么抱怨 / 149 2.面对刁难要淡定 / 152 3.学会向顾客提问 / 155 4.在顾客面前勇于认错 / 159 5.彻底消除顾客的戒心 / 161 6.妙用顾客好面子的特点 / 164 7.善于化解顾客的敌意 / 167

第九章在与顾客的博弈中成交——完成最终的赢单目标 1.减少客户对风险的担忧 / 173 2.利用顾客>中动的心理 / 175 3.在“半推半就”中搞定顾客 / 178 4.善用顾客的逆反心理 / 180 5.在销售中制造一种紧迫感 / 183 6.帮顾客缩小选择范围 / 186 7.鼓励顾客下定决心 / 189 8.永远不要泄露自己的底牌 / 191

第十章最好的服务成就永久的生意——提供完美的售后服务 1.优良的服务是最佳广告 / 197 2.售后不好，顾客全跑 / 200 3.在服务细节上下足功夫 / 203 4.为顾客服务，为顾客增值 / 206 5.经常和老顾客保持联络 / 209 6.打造一流的服务水平 / 212 7.改进服务的秘诀 / 215 8.有了好名声就会有好买卖 / 218

第十一章行业销售冠军是如何炼成的——缔造业绩的实战操练 1.服装导购 / 223 2.橱柜导购 / 226 3.家居建材导购 / 229 4.家具导购 / 232 5.超市导购 / 235 6.珠宝首饰导购 / 239 7.私家车导购 / 242

<<做最好的导购>>

章节摘录

版权页： 2.女性顾客 在现代社会，谁抓住了女性，谁就抓住了赚钱的机会。

导购人员要想快速提高交易量，就应该把握住女性顾客的心理特点，充分挖掘女性消费市场。

(1) 追求美观 女性顾客非常注重商品的外观，将外观与商品的质量、价格当成是同样重要的因素来看待，因此在挑选商品的时候，女性会非常注重商品的色彩、式样。

(2) 追求时髦 俗话说：“爱美之心，人皆有之”。

对于女性顾客来说，就更是如此。

不论是年轻女子，还是中老年女性，她们都愿意将自己打扮的美丽一些，充分展现自己的女性魅力。

尽管不同年龄层次的女性具有不同的消费心理，但是她们在购买某种商品时，首先想到的就是这种商品能否展现自己的美，能否增加自己的形象美，使自己显得更加年轻和富有魅力。

如：女性顾客会比较喜欢造型别致新颖、包装华丽、气味芬芳的商品。

(3) 感情强烈，喜欢从众 女性一般具有比较强烈的情感特征，这种心理特征表现在商品消费中，主要是用情感支配购买动机和购买行为。

比如，受到同事的影响，女性顾客喜欢购买和他人一样的东西。

(4) 喜欢炫耀，自尊心强 对于很多女性顾客来说，之所以购买商品，除了满足基本需要以外，还有可能是为了显示自己的社会地位，向别人炫耀自己的与众不同。

在这种心理的驱使下，她们会追求高档产品，而不注重商品的实用性，只要能显示自己的身份和地位，她们就会乐意购买。

男人与女人之间存在很大的差异，导购人员在销售过程中要具体问题具体分析，针对男女的不同特征，来“对症下药”，从而促成交易的成功。

【金牌导购战术】正所谓“知己知彼，百战不殆”，导购人员在充分了解男女的消费心理后，接下来再与顾客交流的时候，采取有针对性的推销策略，投其所好，就容易赢得信任，成功地实现赢单的目标。

4.人人都有“从众”心理 一个人在一种真实或臆想的群体压力环境下，认知通常会以多数人的行为准则为标准，进而在行为上表现出努力与之趋向一致的现象，这是一种普遍的社会心理现象。

歌德说：“不管努力的目标是什么，不管他干什么，他单枪匹马总是没有力量。

合群永远是一切善良思想的人的最高需要。

”生活中总会发现这样的现象：在人流如织的街面上，无论哪家店面，只要有成群结队的顾客光顾，那么这家店面的人就会越来越多；在繁华的商场里，只要人们争先恐后地抢购一种商品，那么便会有越来越多的人加入到抢购者的行列；在临街的草坪拐角处，如果有几个人踏出了几个脚印，那么便会有更多的人从这里穿行，进而形成了一条小路；在同一个班级中，如果有几个孩子学英语，那么其他孩子的父母也会让自家的孩子开始学英语；在书店中，如果有一群人买同类的高考复习资料，那么该项复习资料就会卖的越来越火。

<<做最好的导购>>

编辑推荐

《做最好的导购(升级版)》编辑推荐：好导购是做出来的！

做最好的导购，让销量飞起来！

理念改变一小点儿，销量提升一大步！

一部教你在零售终端留住顾客脚步的实战教材！

让同事心服口服，让业绩突飞猛进，让老板刮目相看的秘笈所在！

聚焦“最好”，全面打造导购的最优素养，培养最佳导购能力，打造最有战斗力的导购团队！

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>