

<<导购员情景实战训练>>

图书基本信息

书名：<<导购员情景实战训练>>

13位ISBN编号：9787515800851

10位ISBN编号：7515800852

出版时间：2012-4-1

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：李毓峰

页数：196

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>

<<导购员情景实战训练>>

前言

在繁荣的经济中，几乎每个人都会接触到商品导购员。

你要消费购物，自然就离不开导购员。

导购员是处于某一特殊环境的业务员，是直接面向顾客的终端业务员，在具体的工作中通过现场合适的举止和优质的服务，给顾客留下美好的印象，从而树立良好的品牌形象和企业形象，使顾客当场购买产品或在未来形成购买冲动的销售顾问。

导购从字面上讲，即是引导顾客购买的过程。

这个过程看似简单，其中却有许多技巧需要导购员去学习和掌握。

在节假日时，很多人喜欢到某某地方逛逛。

其实，所谓的“逛逛”很多时候都是没有目的的“闲逛”“乱逛”“瞎逛”，但往往逛完后的“战利品”却是数量颇丰，尽管不一定是自己现在需要的或今后用得着的。

经过大量的研究发现，80%的女性顾客在进入店内选购商品时，本身并不清楚自己需要什么，其购物行为具有一定的盲目性和随意性。

事实上，顾客有时需要的并不是商品本身，而是一次愉快的购物经历。

这就是说，不管顾客是否想要购买商品，只要他们进了店门，对导购员来说就是一次机会。

那么怎样才能抓住机会，促成销售呢？

这中间就有许多技巧需要导购员去学习和掌握，许多技巧也是需要导购员在实战中培养的。

通常，许多店面在招聘导购人员时，都会有对人员基本素质的要求，如思维清晰，反应敏捷，口齿伶俐；具有热情、自信、耐心的工作态度；热爱本职工作，有主人翁精神，团队精神等。

其实，除此之外，导购员需要学习的东西还非常多。

如对顾客心理的研究和把握，与不同的顾客交流时的语言表达技巧等。

导购员需要认真观察顾客的行为，根据顾客已经表现出来的行为特征来分析和判断顾客大致性格，从而有针对性地进行服务。

不同性格的顾客在进行挑选和购买的时候，会表现出不同的行为特点。

面对喜好不同、性格不同，甚至心情不同的顾客，如何使对方有兴趣倾听、接受你，进而接受你的产品，需要很专业的技巧。

本书正是根据导购工作的这些特点，通过案例分析，从产品介绍、处理顾客关系、消除顾客异议、做好促销、灵活应变及如何报价六个方面，以强调实战应用为主，介绍了导购员应该体会的顾客心理和应该学习掌握的语言技巧。

可以说，本书中多的是锦囊妙语，多的是奇谋妙计，从销售终端的实际出发，用实际有效的例证来告诉一线导购员应该掌握的各种技巧。

通俗易懂，方便实用，能帮助导购员提高服务水平和销售技巧，从而使工作迈上新台阶。

<<导购员情景实战训练>>

内容概要

作者根据导购工作的特点，通过案例分析，从产品介绍、处理顾客关系、消除顾客异议、灵活应变以及如何报价等六个方面来介绍导购员应掌握的导购技巧，以强调实战应用为主介绍导购员从接触顾客到实现最终成交过程中的种种技巧。

这些应对方法虽然是针对某一导购情景提出的，但它们具有举一反三的提示作用，有助于从事导购工作的读者朋友提高自己的导购技巧和销售水平。

本书通俗易懂、方便实用，能够提高导购员的业务能力，提升导购员的实战水平，有效解决导购终端最头痛的难题，是每个导购员提高服务水平和销售技巧的必备书。

<<导购员情景实战训练>>

作者简介

李毓峰：市场营销专业毕业，近10年的产品销售经验。对市场营销有着深刻的领悟力和判断力，曾多次被公司评为“年度最佳员工”及“年度最佳销售员”。

参与编写多部作品，其中有：《销售员口才技能训练》《开发客户的100个技巧》《销售员服务技巧训练》《不会说话就做不好销售》等。

<<导购员情景实战训练>>

书籍目录

第一章 产品介绍——做好成交第一步

- 技巧1：用好的开场白吸引顾客
- 技巧2：面对顾客的不屑，导购员不要滔滔不绝
- 技巧3：在顾客试用产品时抓住机会
- 技巧4：巧妙应对试而不买的顾客
- 技巧5：找到顾客百般挑剔的原因
- 技巧6：不要太着急把优点讲给顾客
- 技巧7：想办法让顾客感觉物有所值
- 技巧8：沉着应对顾客指出的缺点，
- 技巧9：顾客认为产品可有可无时不要听任离去
- 技巧10：解决好顾客对品牌的认同问题

第二章 处理关系——进一接近顾客

- 技巧11：巧妙处理顾客身边的人的反对意见
- 技巧12：攻破其戒备心理
- 技巧13：说服顾客的同伴
- 技巧14：营业高峰时要避免对顾客招呼不周
- 技巧15：坚定替别人买东西的顾客的决心
- 技巧16：产品只剩一件时要打消顾客的顾虑
- 技巧17：仅剩的一个有瑕疵的产品推销给喜欢的顾客
- 技巧18：对顾客要以微笑面对
- 技巧19：劝顾客试用遭拒绝时不要沮丧
- 技巧20：产品种类少如何留住顾客

第三章 消除异议——扫清购买的障碍

- 技巧21：巧妙消除顾客对价格的异议
- 技巧22：不要轻易“暴露”产品价格底线
- 技巧23：全面了解顾客的需求
- 技巧24：消除顾客对产品质量的担忧
- 技巧25：让顾客相信你提供的数据
- 技巧26：给拖延的顾客一些危机感
- 技巧27：完美服务，防止顾客对服务不满
- 技巧28：即便顾客看上其他品牌也要真诚为其介绍
- 技巧29：不要让你的介绍过于专业
- 技巧30：找出顾客犹豫不决的原因

第四章 做好促销——激发顾客的兴趣

- 技巧31：激发顾客的兴趣
- 技巧32：消除顾客对促销产品质量的担忧
- 技巧33：赠品打折都要，导购员要耐心解释
- 技巧34：顾客不满意无保修要打消其疑虑
- 技巧35：没有促销活动时要强调产品优势
- 技巧36：帮顾客比较同类促销产品
- 技巧37：顾客不知道有促销活动要主动告知
- 技巧38：转移顾客注意力到产品本身，而非赠品
- 技巧39：说服只要降价，不要赠品与积分的顾客
- 技巧40：向顾客解释产品促销力度小的原因

第五章 随机应变——巧对不同的顾客

<<导购员情景实战训练>>

- 技巧41：顾客比较专业时要赞美其专业性
- 技巧42：顾客挑剔时不要直接“理论”
- 技巧43：顾客犹豫不决时要帮助其做决定
- 技巧44：顾客要离开时需直接询问其有什么需求
- 技巧45：揣摩驻足观看产品的顾客的心理，
- 技巧46：夫妻共同购物时不要厚此薄彼
- 技巧47：顾客冷淡时导购员不能冷淡
- 技巧48：安抚好顾客带着的孩子
- 技巧49：了解男性顾客的购买标准
- 技巧50：针对女性顾客的性格特征进行恰当地导购
- 技巧51：熟知老年顾客的购物特点

第六章 合理报价——实现最终的成交

- 技巧52：选对时机报价，以免顾客转身就走
- 技巧53：耐心为顾客解释产品价格高的原因
- 技巧54：当顾客迟迟不下决定购买时仍要耐心对待
- 技巧55：顾客认为没必要买贵的产品时要强调产品的优势
- 技巧56：即使顾客砍价也要保证利润
- 技巧57：顾客要到打折时再买要给顾客一些压力
- 技巧58：同意降价而顾客依然不买要真诚了解原因
- 技巧59：打消顾客担心降价太快的顾虑
- 技巧60：降价太快老顾客找上门时注意说话方式

<<导购员情景实战训练>>

章节摘录

在顾客眼里，即便是小瑕疵也是他们注意的焦点，因为他们是产品的最终使用者，每一位顾客都希望买到完美无缺的产品。

所以，导购员不要以为是小瑕疵就不以为然，更不可以以消极的态度来回应顾客，那样很容易招致顾客反感，从而丢掉生意。

那么如何做才能顺利解决仅剩一件“瑕疵品”的问题呢？

下面就为导购员支几招。

1.导购员不可以有放弃的心态 优秀的导购员不可以轻易放弃任何一个成交的机会，如果顾客对产品非常喜欢，就一定想办法促使成交，只要顾客还没有离开店，就不要轻易放弃。并不是每一位顾客都会喜欢上该产品，所以导购员一定要抓住机会，通过有根据的说服和详细的分析，为顾客列举购买此产品的好处，激发顾客对产品的迫切需求，从而留住顾客。

只要能留住顾客，成交都是有可能实现的。

2.帮助顾客想想办法顾客喜欢的产品只剩一个，而且还有瑕疵，有些导购员就会为了卖出产品想方设法蒙蔽顾客，这种不诚信的做法是不正确的。

对于仅剩一件的瑕疵品，导购员不仅要诚实地承认产品的问题，还要想尽办法为顾客解决由于产品瑕疵对顾客带来的影响，真诚为顾客着想。

这样一来虽然产品确实存在缺陷，但是你的真诚让原本喜欢产品的顾客对产品青睐有加，那么成交也就成了自然而然的事情了。

……

<<导购员情景实战训练>>

编辑推荐

《导购员情景实战训练：60个关键场景·60个成交技巧》实用、实战、实效的零售终端宝典，值得导购从业者反复翻阅的枕边书，是因为顾客难缠？

还是因为导购没做到位？

60个关键导购情景，解决60个成交难题，顶尖导购导师手把手传授终端销售绝招，今天学明天就能用，从理念到行动全面提升导购实战技巧。

<<导购员情景实战训练>>

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>