第一图书网, tushu007.com

<<导购胜经>>

图书基本信息

书名：<<导购胜经>>

13位ISBN编号：9787515800929

10位ISBN编号：7515800925

出版时间：2012-2-1

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：张秀云

页数：200

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

前言

“渠道为王，终端制胜”这句至理名言在近年来更是得到大众的认可。
谁先抓住终端先机，谁就能取得营销全局的胜利。
而在这场表面上看不到硝烟的终端战中，导购是其中一个极为关键的环节。
在世俗的眼光里，恐怕没多少人会认为导购的职业有多么值得骄傲。
可是，你可知道，随着“抢占终端”的口号越来越嘹亮，导购在终端战中的重要性越来越被认可，优秀的导购越来越受到市场和商家的亲睐。
如果说产品是企业在市场上与竞品鏖战的武器，那么导购就是手持武器冲锋陷阵的士兵。
再先进再强大的武器，也是需要依靠人去操作它才能发挥出功效。
导购是什么？
从字面上讲，导购就是引导顾客促成购买的过程。
消费者进入店内往往存有些许疑问，这些疑问阻碍着购买行为的实现，而导购则可以帮助解除消费者心理的种种疑虑，帮助消费者实现购买。
换句话说，导购工作是完成整个销售工作的重要环节，是实现商品与货币交换的过程，导购员正是实现这关键一跳的关键人物。
人们常说，世界上最远的距离是你的口袋到我的口袋之间的距离。
作为导购，要想让顾客把辛苦挣来的钱从他的口袋中拿过来放进自己的口袋，绝非一件简单的事。
很多时候，导购们都会深感郁闷和困惑：他们热情的服务换来的可能仅仅是顾客的不屑一顾；他们灿烂的微笑换来的可能仅仅是顾客的冷漠拒绝；他们亲切的问候换来的可能仅仅是顾客的充耳不闻；他们苦口婆心的解说换来的可能仅仅是顾客的半信半疑；他们基于事实的答疑换来的可能仅仅是顾客的拂袖而去……导购，真有那么难做吗？
其实不然。
导购不能仅仅靠热情靠伶牙俐齿去赢得顾客，而是必须懂得运用充分的技巧去获取客户的信任，去赢得客户的心。
基于此，我们特地组织资深导购编写了本书，为在迷途中不知所措的导购们指点迷津。
从迎接、探询、推介、说服到促成的导购“五部曲”，我们用丰富的案例、生动的语言、活泼的体例，一步步启迪您的思维，一步步教你如何赢取客户，获得最后的成交以及客户的满意。
看完本书，也许你就会恍然大悟：其实，导购这份工作并没有那么难，顾客的口袋与你的口袋之间的距离并不是那么的遥远。
由于作者水平有限，书中难免有不足之处，恳请读者批评指正。

内容概要

导购是引导顾客促成购买的过程。
在当今商品严重同质化、竞争激烈的市场环境下，在终端卖场对消费者的有效引导变得极为重要。
因此，提高导购员的素质和技能，是企业决胜终端的关键。
作为导购员，你不但是企业的销售代表、服务大使，还是顾客的消费顾问；你身兼多种角色，每一种角色都需要你尽可能地扩大知识面。

首先，你应该是驾驭商品的能手，对所销售商品的质量、性能、结构、特点、利益、使用注意事项等各方面都需要有深刻的认识。

仅仅掌握自身商品的知识是不够的，因为顾客会把你的商品和同类商品进行比较。
为此，除了对自身商品了如指掌外，你还必须充分了解竞争商品的相关知识。

除了对商品满意之外，交易还必须满足一定的条件才能发生，比如价格、付款方式、服务，等等。
所有这一切与买卖相关的知识，都应该纳入你的知识体系。
为此，你必须熟悉市场营销的相关知识，了解企业的经营政策和业务流程。

此外，为了促使交易的尽快达成，提升你的销售业绩，你还需要掌握消费心理、商品陈列、推销、谈判等有关知识，不断充实自我，以便更好地为顾客服务，让顾客乘兴而来，满意而归，而你也能取得优异的销售业绩，实现自我价值。

<<导购胜经>>

书籍目录

第一部 迎接记
正确待机
欢迎顾客的到来
露出你那灿烂的笑脸
拉近与顾客的距离
有效地取悦顾客
第二部 探询记
发现顾客的“秘密”
发掘提问的力量
积极聆听顾客的心声
切准顾客的“需求按钮”
第三部 推介记
向顾客展示你的专业
告诉顾客他能得到什么好处
抓住顾客的喜好进行解说
抓住顾客的关注点
“上帝”是不容欺骗的
认真做好现场演示
激发顾客的想象力
让你的介绍生动起来
第四部 说服记
认清异议的本质所在
找准靶心才能一矢中的
秉持正确处理异议的态度
选择恰当的时机答复
处理异议的常见方法
补偿法
守住价格就是守住利润
第五部 促成记
不求婚哪来的结婚
读懂顾客的“秋波”
让顾客下定购买决心
连带销售带动业绩
走好买卖的最后一步
变投诉为拥护
参考书目

章节摘录

第一部 迎接记正确待机确切地说，导购的销售活动并不是从顾客进入你的销售现场开始的，而是从顾客经过你的卖场的时候就开始了。
因此，正确的“待机”行为是非常重要的。
所谓“待机”，就是在顾客还没有上门之前的等待行动，也就是你在销售现场等待顾客的这一阶段。
正确的待机行为张敏与王琪是一对好姐妹。
几天前，张敏就听同事说，女人街那边新开了一家叫“时尚前沿”的时装店，那里的衣服款式都是非常时尚新潮的。
这不，周末到了，张敏赶紧拉上王琪去逛街购物了，目的地自然少不了这家“时尚前沿”时装店了。
可能是因为雨天的缘故，时装店里没什么客人。
几个导购们就围在前台聊得起劲，还不时爆出爽朗的笑声，根本没人注意到张敏和王琪的到来，更不用说有人前来服务了。
张敏和王琪相互对视了一会儿，见没人搭理，摇摇头失望地离开了。
一家商店，不可能在整个营业时间里都有顾客光顾。
也就是说，导购不可能在一天工作中的每一个时刻都处于接待顾客中，其中有一大部分是等待销售的时间。
这段时间也就是导购的“待机”阶段。
千万不要忽视了这个看似简单的待机工作，否则就会像上述案例中的“时尚前沿”时装店一样，由于不正确的待机行为，最终导致顾客失望而去。
那么，怎样才是正确的待机行为呢？
站在正确的位置随着生活水平的提高，逛街已经日益成为人们的一项休闲活动。
既然是逛街，人们更需要的是轻松自然。
顾客追求的是一种轻松自然的购物环境，他们最不愿意看到的就是导购固定地站在门市中央等待顾客。
为此，在等待顾客“大驾光临”时，导购所站立的位置应该是以能够照顾到自己负责的柜台最为适宜，而且最好站在容易与顾客初步接触的位置上。
对一个柜台来说，通常还会有一个特别值得强调的“守备位置”。
不论柜台里的顾客多么拥挤，只要站在这个位置上，你就一定能看到整个柜台的状况，以及所有商品的陈列情况。
所以，这个“守备位置”可以说是导购的“根据地”，必须经常有人站在那里。
此外，导购还应该特别注意柜台内一些“重要位置”的递补情形。
例如，当守备重要位置的导购甲因事不得不离开他的岗位时，导购乙就要主动地递补上去；而当导购乙走开时，导购丙就应该马上接替看管；依此类推。
这种形式就叫做“接力守备法”。
当然，在销售过程中，导购的固定位置经常会被招呼的顾客所搅乱，但是这只是暂时的，一旦顾客离去后，导购就要尽快回到自己原来的位置上去。
保持正确的待机姿势去别人家做客，如果主人是懒洋洋的，没有笑容，或者只顾自己看电视，你是不是就会感觉自己不受欢迎？
同样，如果导购在等待客人上门的这个待机阶段，只是坐在柜台上边看报纸，做各种小动作，或与人聊天等，同样会使顾客感到不满，从而影响顾客的情绪。
因此，在待机阶段，导购除了要站在正确的位置，还应该保持正确的待机姿势。
通常情况下，正确的待机姿势应该是这样的：面带微笑，将双手自然下垂轻松交叉于身前，或双手重叠轻放在柜台上，两脚微分平踩在地面上，身体挺直、朝前，站立的姿势不但要使自己不容易感到疲劳，而且还必须得让顾客看起来顺眼。
此外，在保持微笑的同时还要以极其自然的态度观察顾客的一举一动，等待与顾客做初步接触的良机。

当然，长时间保持站立难免会让人感到疲劳，尤其是对那些门店生意兴隆，一天到晚都在忙碌着的导购。
在这种时候，导购可以自己寻找一种让自己放松的姿势，只要不会让顾客感觉不舒服就可以了。
创造忙碌的感觉林小姐是一家品牌服饰连锁柜台的负责人。
最近她很是烦恼，因为她的柜台销售额总是比其他连锁柜台的销售额要低好多。
而且，她发现很多顾客甚至都不愿意进入她的柜台，虽然她对柜台导购的言行举止都作了详细的规定。
于是，她决定到其她柜台去取取经。
在另外一家柜台，林小姐发现那些导购正在柜台内忙碌着。
仔细一看，才知道她们是在摆设商品，不过很多时候她们只是将左边的商品搬到右边，然后将右边的商品移到左边而已，看上去好像都是些毫无意义的忙碌，却又令人感到生机勃勃。
每当顾客经过该柜台的时候，总好像有一股无形的力量把他们吸引进去。
林小姐恍然大悟。
于是，她要求自己的导购在等待顾客时，必须尽量做到手不离商品，为柜台制造忙碌的销售气氛，打破死气沉沉的局面。
结果，光临柜台的顾客大增，销售额也突飞猛进了。
当眼前没有顾客时，让导购仍然一如既往地保持正确的待机姿势是一件很痛苦的事情，有时候也是徒劳的，因为顾客根本不喜欢进入一家冷清的、导购都站着不动的门店。
我们也经常会听到导购的抱怨：“我宁愿忙一点也不愿闲下来，一闲下来都不知道做什么好。”这句话说出了大多数导购的心声，同时也说明了待机的困难及许多导购根本不懂得如何利用待机的时间。
其实，待机并不是消极、被动地等待顾客的到来，而是应该做些积极的行动，制造良好的销售气氛，来吸引顾客的注意。
检查商品导购利用空闲的时间检查商品，是对门店负责，也是对顾客负责。
柜台上的商品虽然都已经过厂家的质量检验，但通常情况下，柜台上还是会有小量的次品，一些比较“娇气”的商品，经过顾客多次的触摸后，也可能会出现故障或受到污损等问题。
只有把最好的商品拿给顾客，才能使顾客真正满意，并且不让门店的声誉受损。
因此，导购利用这一小段时间所做的检查工作，能产生很多的好处，不但维护了门店的声誉，还为门店营造了良好的销售气氛。
整理与补充商品无论是大商场还是小柜台，都应该时时刻刻保持整洁、有序。
但是，经顾客挑选和购买后，商品往往很容易被摆放凌乱。
这样，商场就会给顾客留下不好的印象，顾客更不可能在凌乱的商品中挑选到自己喜欢的东西。
导购的工作是面面俱到的，绝对不能对这些情况视而不见。
空闲的时间里，导购要按原来的摆放顺序对商品种类和款式进行整理，还要做些商品的记录，确实掌握商品的进出状况和商品的所在之处。
此外，为了使门店长时间地保持整洁、美观和有序，每天上班前或者下班后，导购都要对商品进行整理和补充，确保每一天的工作任务都顺利完成。
变更陈列在销售过程中，商品最初的陈列形象会因为有些商品被销售出去而改变了。
这时候，如果仓库里没有能够立即补充的商品，那么导购就要适时地改变陈列，以使柜台的陈列显得更和谐。
在变更陈列时，导购应该具备灵活应变的特点。
比如，根据销售情况，尽量将那些畅销的商品多摆一些出来，并放置于明显的、顾客很容易触及的地方；当发现一些商品由于外包装不好而滞销的时候，就要在空闲或没有顾客上门的时候，对商品进行重新包装，应尽量做到给人耳目一新的感觉。
这样做的效果能使商品焕然一新，给人以新的视觉冲击，从而实现销售。

编辑推荐

《导购胜经》编辑推荐：导购工作是完成整个销售工作的重要环节，是实现商品与货币交换的过程，导购员正是实现这关键一跳的关键人物。
《导购胜经》就是一本全方位提升销售技能的导购实战指南。

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