

<<怎样当个好导购>>

图书基本信息

书名：<<怎样当个好导购>>

13位ISBN编号：9787545405729

10位ISBN编号：7545405722

出版时间：2010-9

出版时间：广东经济

作者：杨大筠

页数：156

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>

## <<怎样当个好导购>>

### 内容概要

随着互联网的飞速发展，人们足不出户就可以买到想要的商品。

这为人们的生活提供了诸多便利，以至于通过网络来购物越来越被人们所接受。

但由于其自身的一些缺陷，比如只能看到图片，看不到也接触不到实物，让很多人在网上购物时缺乏安全感，最终放弃网上购物，而选择去门店。

每当临近节假日时，经常能听到有人说，明天要去某某地方逛逛。

其实，这里所谓的“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是今后用得着的。

经过大量的研究我发现，80%的女性顾客在进入门店选购商品时，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、随意性。

事实上，她们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，只要他们进了门店，对导购来说就是一次机会。

那么怎样才能抓住机会、促成销售呢？说到底，就是导购应该怎样做才能说服顾客，怎样才能成为一个好导购

本书详细介绍了六个方面的内容：第一，成为一个好导购应具备的素质、能力和知识；第二，如何树立导购的良好形象；第三，导购在营业前、营业中和营业后的工作职责；第四，导购应掌握哪些服务流程；第五，导购如何预测顾客需求；第六，怎样训练销售技巧。

本书内容全面、详尽、实用性强，不管是经验丰富的导购，还是经验不足的导购，通过阅读本书，都能从中获益。

对经验丰富的导购来说，本书有助于帮助其深入地了解自身的不足以及应该如何弥补这些不足；对经验不足的导购来说，本书有助于帮助其系统地了解导购工作，并通过运用书中的技巧、方法在实践中不断得到提升。

## <<怎样当个好导购>>

### 作者简介

杨大筠，UTA时尚管理集团总裁，中国顶尖时尚营销大师，国内最具影响力的教育专家之一，中国服装协会市场专家委员会委员。

率先引入国际成功赢利模式SPA，并形成符合中国企业特色的管理方法，用独特的思想和开阔的眼界改变了上千家企业的命运，被誉为“中国式SPA管理模式之父”。

二十多年来，为国际知名企业LV、耐克、鄂尔多斯、雅戈尔、百丽、安踏、李宁、雪莲羊绒、江南布衣及ochirly等提供品牌及营销战略咨询。

先后推出的《中国服饰业经营实战/管理实务丛书》、《推动时尚》、《模式的革命》、《时尚营销系列》等著作，已经成为行业宝典。

2004年入选“世界经理人成就奖”，并获得诺贝尔经济学奖得主、“欧元之父”罗伯特·蒙代尔先生颁发的时尚业唯一的“世界经理人成就奖·未来领袖奖”，与张瑞敏、柳传志等并列为行业公认的领军人物。

曾获“中国十大管理培训师”称号。

<<怎样当个好导购>>

书籍目录

序言第一章 培养专业素质 第一节 素质是导购的一面镜子 一、业务素质照实力 二、心理素质照心理 三、身体素质照体力 第二节 能力是导购的润滑剂 一、如何待人接物 二、沉着冷静应万变 三、善于运用好口才 第三节 知识是导购的秘密武器 一、了解你的商品 二、分辨服装面料 三、让门店陈列别具一格 四、巧用POP添光彩 五、门店运作心中明

第二章 做好形象工程 第一节 制服的“诱惑” 一、选穿制服有讲究 二、制服的多种功能 第二节 导购的仪表是门店的名片 一、仪表要得体 二、仪表常检查 第三节 举手投足显风采 一、用微笑服务 二、保持良好的站姿与走姿 三、掌握鞠躬的分寸 四、牢记听说答的礼仪 五、礼貌待客第三章 明确工作职责 第一节 营业前的工作 一、打开店门 二、检查安全 三、清理商品与展区 四、准备销售工具与助销用品 五、检查服装和仪容 六、备好周转金和零钱 .....第四章 掌握服务流程第五章 理解顾客心理第六章 训练销售技巧

后记附录一 常用面料知识附录二 常用除污渍法附录 部分服装、鞋等时常网站

## <<怎样当个好导购>>

### 章节摘录

插图：第一，对商业信息的捕捉。

导购对自己负责销售的商品的竞争态势、流行趋势、消费趋向、新上市产品以及同类商品的性价比、品牌的认知程度等方面要有大致的了解。

同时，还要学会抓住商业销售的主流与重点，对一些隐性的商业信息有超前的洞察力。

第二，对服务对象的直观反映。

当导购看到一位顾客，要能迅速地在头脑中形成一个直观印象，通过对顾客的外在信息，如年龄、身材、着装等方面的观察，大致分析出顾客的类型、消费倾向、档次需求、购买欲望、浅层心理状态等内在信息，从而为与顾客的进一步沟通做好准备。

第三，对商品的比较。

能够比较出同类商品的质量、档次、设计等差异，如同一类型服装不同品牌设计风格的差别等，这些都有赖于导购对商品的了解程度。

第四，对销售环境的了解。

清楚自己门店所在的商圈、商品所面对的顾客群体、顾客的来源等情况，只有“知己知彼”，才能主动、灵活、有效地调整服务方式，提高服务质量，赢得顾客。

(2) 良好的商业道德与服务品质从很大程度上来说，导购代表的是门店形象，顾客对门店的信任是建立在对导购业务的认可度上的。

导购一丝不苟的工作精神、积极热情的服务态度，会让顾客产生一种“三心”（即对商品放心、对服务放心、对门店放心）的感觉。

## <<怎样当个好导购>>

### 媒体关注与评论

《UTA时尚营销系列丛书》旨在帮助服饰经销商做准定位、做好产品、做响品牌、实现价值，辅导企业在终端实效和品牌发展上实现更大的突破。

——中国服装协会常务副会长 蒋衡杰 此系列丛书的问世，为企业终端的发展提供了方法，给中国的时尚产业带来了新的发展思路。

——日本MARONIE服装设计学院校长&理事长 野中一男 杨先生的专业性、创新性，对企业的发展战略具有重要的指导作用，他创建的SPA管理模式在整个时尚产业都是一种突破。

此次推出的系列丛书，对于品牌形象和企业成功至关重要。

——法国ISTEC商学院教授、著名时尚奢侈品管理专家 Jean-Pierre MONGON 当前，中国服装产业全面转型升级，服装企业深入思考和探索品牌成功之道，杨先生的专业和经验在业内众所周知，相信此系列丛书对于面临国际化竞争的中国服装企业以及本土时尚终端经营者，具有非常重要的指导意义。

——北京服装学院服装艺术与工程学院院长 赵平 多年来拜读杨老师的著作，让我和我的企业受益匪浅。

他凭借二十多年的经验，指导企业在终端运作上更加专业、高效。

——宁夏诗楠老好人品牌管理机构 黄国成

## <<怎样当个好导购>>

### 编辑推荐

《怎样当个好导购》：掌握必备的商品知识，从容应对形形色色的顾客并顺利地实现成交，这只是一个合格的导购，一个好导购应该有更高的目标。  
时尚消费品的分销宝典，中国顶尖时尚营销大师，12年经验集萃，1000000位时尚行业人士获益的赢利模式。

<<怎样当个好导购>>

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>