

<<疯狂卖手销售技巧必修课>>

图书基本信息

书名：<<疯狂卖手销售技巧必修课>>

13位ISBN编号：9787802342842

10位ISBN编号：7802342848

出版时间：2008-10

出版时间：中国发展出版社

作者：祝文欣 主编

页数：175

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>

## <<疯狂卖手销售技巧必修课>>

### 前言

近些年，我国零售业发展很快，各类零售卖场不仅数量众多，形式上也从大型零售商店垄断市场的结构，转向以大型零售商店、各类连锁商店、超级市场、仓储商店等零售商业形式组成的多元化经营结构。

但是另一方面，商店的经营方式和内容却逐渐趋向同化，原本依赖铺天盖地的宣传“一招鲜，吃遍天”的操作方式，已经无法适应目前日益国际化的市场环境。

卖场作为商战的第一战场越发显得重要。

能否在商战中取胜，除了商品质量上乘、独具特色之外，卖手的能力往往起着决定性的作用。

## <<疯狂卖手销售技巧必修课>>

### 内容概要

也许你觉得卖手的工作微不足道，又辛苦又难做，但是你是否知道，李嘉诚、比尔·盖茨这样的首富都是由做销售开始他们的传奇一生的。

假如你也想像他们一样获得成功，在卖手事业上迈出成功的第一步，那么就从销售技巧的修炼开始吧！

本书就是为卖手这一卖场重要岗位量身打造的，是卖手行业人员的工作指南和提升自身业务技能、提高个人素质的工具书。

卖手的工作比较多，既要为顾客提供咨询服务，又要适时地向顾客推销商品，说服顾客购买。

因此卖手岗位是个要求十分全面的岗位，卖手必须具备各种必要的素质。

而本书不仅介绍了卖场、商品、服务的相关知识，而且为卖手提升自己的商品推介技巧、缔结成交技巧等销售技能提供了参照方法，可以让卖手按照本书所提供的方法进行强化训练，把自己打造成真正的“金牌卖手”。

## <<疯狂卖手销售技巧必修课>>

### 作者简介

祝文欣先生，中国零售业著名营销管理专家、中国连锁经营协会零售业顾问、中研国际首席零售管理顾问。

在与国内外著名品牌管理咨询机构多年的合作与交流中，祝先生积累了丰富的零售终端管理、渠道运作、市场战略规划的经验，尤其擅长卖场选址、卖场布局、卖场订货、卖场促销、卖场人员管理等。祝先生足迹遍及中国28个省，50多个城市，主持过1000多场专业培训课程，服务过200多家连锁零售企业，以及50多家知名商场，拍摄了专门针对零售终端的系列光盘《店铺业绩提升之天龙八部》及其他专业VCD产品200多集，主编出版了30余本品牌打造及加盟商终端管理专业书籍。

多年来祝先生一直秉承“传道、授业、解惑”，“心怀助人之心”的理念，致力于将中外先进的零售终端经营理念、营销管理模式引入中国零售业，是零售业不可多得的实战派专家、顾问。

近年来主讲过的部分大型活动：2001年 中国连锁经营协会主办服装行业论坛。

主讲：《创建连锁零售企业的快速反应模式》。

2002年 虎门国际服装博览会论坛。

主讲：《生产型企业如何转向品牌零售型企业》。

2003年中国连锁经营协会主办服装行业论坛。

主讲：《加盟商如何投资服装品牌》。

2004年 人民大会堂，由高科技产业化研究中心和人民日报社主办的首届中国市场战略论坛。

主讲：《赢在品牌决胜终端》。

2006年与中国500强企业之一的国美集团强强联手，推出《品牌创富 渠道为王》全国大型主题对话巡回论坛。

主讲：《国美渠道战略》。

2007年 与杭州市政府等联合成功举办经销商千人财富论坛《渠道创富 决胜终端》，及首届百货行业的沟通交流财富论坛。

主讲：《中国零售业的十大商机》。

部分服务客户：燕莎友谊商场、北京赛特商场、上海东方商厦、香港新世界百货、王府井百货大楼、北京华联商厦、中友百货、北京西单商场、北京翠微集团、北京双安商场、北光百货、北京东安集团、北京新东安市场、大连友谊商城、青岛海信广场、花股份有限公司、皮尔·卡丹七匹狼、劲霸、柒牌、ELLE、艾格、阿依莲、耐克、以纯、美特斯·邦威等三百多家零售企业与品牌。

## <<疯狂卖手销售技巧必修课>>

### 书籍目录

第一章 做个彬彬有礼的销售狂 第一节 卖场卖手的定位 一、我是卖场最重要的部分 二、卖手要有理想和抱负 三、卖手应有的职业理念 第二节 用仪表留下好印象 一、疯狂卖手不留疯狂发型 二、洁净自然的面部 三、着装大方优雅 四、卖手身上的饰物 第三节 活用自己的肢体语言 一、眼睛是表达友善的窗口 二、微笑是最好的招呼 三、手势表达心意 四、卖手要站出优雅 五、卖手要坐出风度 六、卖手要走出气质 第四节 卖手须知的言辞技巧 一、基本原则 二、典型错误 三、卖手忌语

第二章 把商品打扮得美轮美奂 第一节 陈列商品的五大黄金原则 一、商品摆放要整洁有序 二、货品摆放要方便顾客选购 三、货品要充足 四、按照主题陈列商品 五、卖手要让自己的商品赏心悦目 六、货品陈列的黄金方法 七、突出表现你卖的产品 第二节 营造诱人的卖场氛围 一、用橱窗营造氛围 二、善用卖场灯光 三、用色彩吸引顾客眼球 四、巧用音乐促销 五、善用海报推销

第三章 找到打开顾客心扉的钥匙 第一节 掌握顾客消费心理 一、顾客需求的五个层次 二、顾客的购买动机 三、顾客购物的心理阶段 四、不同性别的顾客有不同的消费心理 五、不同年龄段顾客的消费心理差异 第二节 面对不同顾客的销售技巧 一、正确对待顾客的个性差异 二、顾客的性格分析

第四章 推介商品的艺术 第一节 做最了解商品的卖手 一、把握商品的整体概念 二、判断商品所处的生命周期 三、掌握商品的基本知识 第二节 提炼卖点,吸引顾客的心 一、独特卖点的提炼流程 二、卖点提炼的原则和方法 三、卖点提炼注意事项 第三节 用顾客喜欢的方式展示 一、展示的一般知识 二、展示说明的四项内容 三、展示说明的七大要点 四、如何进行现场演示

第五章 把“嫌货人”变为“买货人” 第一节 “上帝”的异议从何而来? 一、顾客自身原因 二、商品原因 三、价格原因 四、其他原因 五、真假异议的区分 第二节 卖手要这样平息抱怨 一、处理异议的六个步骤 二、常见的处理顾客异议的方法 三、如何预防顾客异议 第三节 化投诉为拥护 一、是谁点燃了“上帝”心中的怒火 二、处理顾客投诉的两大原则 三、投诉处理四部曲

第六章 促成交易,卖手的终极目标 第一节 激发上帝的购买欲 一、营造热销氛围 二、用“如同”取代“少买” 三、运用人性的弱点 第二节 判断顾客的购买意图 一、从顾客言谈判断购买意图 二、从顾客动作判断购买意图 三、从顾客表情判断购买意图 第三节 让交易变得水到渠成 一、促进成交的六个技巧 二、建议成交的方法

## &lt;&lt;疯狂卖手销售技巧必修课&gt;&gt;

## 章节摘录

七、突出表现你卖的产品 世上没有一成不变的东西。在同一条街上有两家规模一样、经营同类商品的商店，但是，一家生意火暴异常，一家却“门前冷落车马稀”。

究其原因，原来两家商店商品的陈列不一样，因此产生了截然不同的销售效果。

卖手在商品陈列上适当地做些灵活变动，可能会让商品陈列更能符合顾客的心理需求，从而促进销售。

那么，商品应该如何陈列，才能吸引顾客的注意，使其产生购买的欲望呢？

科学而独具匠心的商品陈列方法可以使商品富有生命、焕发光彩，从而促进商品的销售和店铺营业额的提升。

1.纸箱式陈列 将进货用的纸箱按一定的深度进行裁剪，然后将商品放入其中陈列，可布置成直线型、“V”型、“u”型等。

适用于此种陈列方法的商品有：广为人知、深受消费者欢迎的品牌；预计可廉价大量销售的商品；大、中型商品；用裸露陈列的方式难以往高处堆积的商品。

采用纸箱式陈列的方法可以使商品价格低廉的形象很容易被传扬出去，会给顾客一种亲切感、易接近感；这种陈列方式，数量感突出还节省陈列操作的人力、物力，也容易补充、撤收商品。

2.阶梯式陈列 将箱装商品、罐装商品堆积成阶梯状（三层以上）的陈列方法。

适用于此种陈列方法的商品有：箱装、罐装堆积起来也不会变形的商品。

采用阶梯式陈列的方法容易使所陈列商品产生感染力，让顾客对商品有一种既廉价又高级的印象。此种陈列方法不仅可用在货架端头，还可用在货架内部，同时节省陈列时间。

装等可层叠堆积的筒状商品、箱装商品等。

采用层叠堆积陈列的方法，即使商品的陈列量不大，也可以给人一种量感。在保持安全感的同时将商品往高陈列，还可突出商品的廉价性及高级感。

4.投入式陈列这种陈列方法给人一种仿佛是将商品陈列在筐中的感觉。

适于此种陈列方法的商品有：单个进行陈列处理很费工夫的中小型商品；商品本身及其价格已广为人知的商品；嗜好性、简便性较高的商品；低价格、低毛利的商品；不易变形、损伤的商品。

采用投入式陈列的方法可以将价格低廉的形象及其价格传扬出去，即使陈列量较少，也易给人留下深刻印象；可成为整个卖场或某类商品销售区的焦点；陈列时间短，操作简单，陈列位置易变更，商品易撤收。

5.交叉堆积陈列 即一层一层使商品相互交叉堆积的陈列方法。

适用于此种陈列方法的商品有：可放入箱、袋、托盘中的大、中型商品；预计毛利低，回转率、销售额高的商品；希望充分发挥展示效果的商品；陈列量大的商品。

采用交叉堆积陈列的方法可以提高商品的露出度，增加感染力，并使所陈列的商品具有稳定感，从而提高其销售量。

6.翼型陈列 即在平台的两侧陈列关联商品的方法。

适于此种陈列方法的商品有：主要通过平台进行销售的商品和互相关联的商品；通过特卖销售的少量剩余商品。

采用翼型陈列的方法可以提高商品的露出度，增加商品出现在顾客视野中的频率；突出商品的廉价性、丰富性，并使店铺给顾客一种非常热闹的感觉。

7.悬挂式陈列 将无立体感扁平或细长形的商品悬挂起来的方法称为悬挂式陈列法。

它能使这些本无立体感的商品产生良好的立体感效果。

适用于此种陈列方法的商品有：中、小型轻量商品；在常规货架上很难实施立体陈列的商品；多尺寸、多颜色、多形状的商品。

采用悬挂式陈列的方法可以帮助顾客找到商品，并方便顾客购买；修改陈列方便，可随时撤换或更新陈列。

## <<疯狂卖手销售技巧必修课>>

8.扇形陈列 即接近半圆形的陈列方法。

适用于此种陈列方法的商品有：陈列量较少的商品；预计商品的回转率不会很高的商品；希望主要通过陈列效果促进销售的商品。

采用扇形陈列的方法可以突出商品的高级感、新鲜感；即使商品的陈列量不是很大，也会提高商品的存在感；使顾客对商品的注视率提高。

疯狂销售技巧加油站 卖手不可不知的商品配置表 商品配置表，英文名称为“facing”，日文名称为“棚割表”。

Facing，是对商品排面做恰当管理的意思，而在日文“棚割表”的字面上，棚，意指货架，割，则是适当的分割配置，也就是商品在货架上获得适当配置的意思。

因此如将商品配置表定义为“把商品的排面在货架上做一个最有效的分配，以书面表格规划出来”，就可轻易了解商品配置表的意义。

商品配置表的功能主要包括以下几种： 1.有效控制商品品项 每一个超级市场的卖场面积是有限的，所能陈列的商品品项数目也是有限的，为此就要有效地控制商品的品项数，这就要使用商品配置表，才能获得有效的控制效果，使卖场效率得以正常发挥。

## <<疯狂卖手销售技巧必修课>>

### 编辑推荐

《疯狂卖手销售技巧必修课》揭密终端业绩倍增的销售秘笈，提供可借鉴的操作模式，助您快速参透销售秘诀，迅速成为顶尖销售精英！

销售技巧：产品销售“最后1厘米”的决胜利器，如何推介产品，一开口顾客就爱听？

如何把“嫌货人”变“买货人”？

如何成功促成成交？

日本时尚零售业泰斗人物，零售百货业实战家，被誉为“日本零售之神”的柳田信之先生：中研国际是国际零售业先进管理理念的推广者，成功经验的传播者。

国美鹏润国际时尚中心首席顾问，台湾著名零售专家李春材先生：中研国际是中国零售业的财富教练，它传道、授业、解惑。

实践家知识管理集团董事长林伟贤先生：我在《我爱钱更爱你》中说过，一个人要想成功必须具备丰富的知识和爱心。

我想我能理解中研国际为什么会成功。

成功不是自己拥有什么，而是你给了别人多少，中研国际的成功就在于它不断帮助零售企业创造价值，走向卓越。

中国商业联合会商品交易市场专业委员会秘书长骆毓龙：零售业发展需要动力，中研国际为零售业不断输送智慧产品。

《销售与市场—体育营销》主编张斌先生：可用“实”来概括中研国际立身实战，厉行实务，力求实效。

中研国际品牌管理咨询机构，是专业为品牌企业提供零售管理培训、渠道运作、市场战略规划、导入先进管理模式的权威机构。

成立8年以来，为8000余家企业提供战略规划、实战培训、咨询辅导等服务，超过20万人次参加过SEC在全国各地举办的培训活动。

中研国际零售商学院 课程包括：提升店铺业绩之天龙八部、创造总代理亿万业绩之北斗七星、店铺营销之六脉神剑、疯狂卖手、金牌店长特训营、卓越督导特训营、陈列特训营等。

店铺诊断服务 中研国际专业顾问针对客户提出的诊断需求，通过现场调研、访谈等方式对店铺形象、店务、货品、人员管理等进行分析，找到店铺存在的问题及其原因，提出解决方案，最终汇报诊断结果、提交诊断报告，帮助店铺找到实现规范化经营、业绩提升的方向。

专业出版与定制服务 中研国际已出版了专注于零售终端营销的管理类专业图书、VCD产品70余种，并为品牌企业量身定做终端运营的培训工具，将店铺营运规范、销售技巧、陈列技术、督导的教练技术、优秀代理商成长历程等拍摄为情景剧式VCD，配以专家顾问点评，便于员工轻松学习。

国际商务考察 国际商务考察项目融合国际著名展会参观、世界著名百货商场及商业街区调研考察，结合中国市场实情的品牌、零售、营销的专业培训等，专注于建立提供快捷、领先服务的国际时尚流行情报平台。

《服装经销商》杂志 第一本专业为服装经销商提供零售经营资讯服务的财经杂志，致力于解决服装零售商经营管理中的实际问题。

实战、实用、实效，为中国800万服装经销商业绩提升而服务。



<<疯狂卖手销售技巧必修课>>

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>