

<<导购，让销量飞>>

图书基本信息

书名：<<导购，让销量飞>>

13位ISBN编号：9787111370109

10位ISBN编号：7111370104

出版时间：2012-3

出版时间：机械工业

作者：逸马连锁标准化执行辅导中心

页数：205

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，让销量飞>>

### 内容概要

微笑服务为什么没有用？  
顾客为什么不购买？  
顾客为什么来了一次就不再来？  
导购的终极目标就是推销-不仅推销产品，更要推销自己。  
导购的工作看似人人都能做，但并非每个人都能做得好。  
顶尖导购到底强在哪里？  
为什么他们能轻松地拥有如此高的销售额？  
作为一本导购的实战指南，本书将帮助导购们拨开观念上的迷雾，着手解决工作中的棘手问题。  
本书提供的实战经验一看就能用。

要改变一点点，就能前进一大步。  
轻松导购，实现销量的飞升。

## <<导购，让销量飞>>

### 书籍目录

总序

前言

#### 第1部分

观念改变一点点，销售前进一大步

导购只是在卖东西吗

见到顾客第一眼，是否一心只想推销产品

能说会道就是超级导购吗

标准化培训让你的微笑产生魔力了吗

导购与顾客，距离也能产生美

你还在抗拒挑剔的顾客吗

谁该是交易中的第一主角

一次交易完成就是大功告成了吗

除了产品，还有什么左右了顾客的购买决定

引导顾客前，先引导自己

知识墙 现在做导购的你，将来能做什么

#### 第2部分

行动改变一点点，打造更多老顾客

顾客站在门口张望，就是不进来

询问顾客需要什么，都说“随便看看”

热情、有礼地介绍，顾客却面无表情地拒绝

顾客对产品仍感到不满意，可就是说不出自己想要什么

听完介绍，顾客一言不发，转头走开

顾客嫌弃品牌的知名度不高，价格还很贵

顾客针对产品询问一些比较专业的问题

顾客不先了解产品详情，就直接问价格

顾客不愿意体验产品

顾客结伴购物，意见不一，产生分歧

知识墙

导购的四要素与销售服务6S原则

顾客纠结于好产品但又觉得太贵，一般的又觉得不好，要求

打折

顾客极其不信任导购的推荐，觉得导购在王婆卖瓜，自卖

自夸

顾客对特价商品有顾虑

顾客对产品感兴趣，可又说别家的同类产品便宜多了

顾客产生购买意向，却又提出一些不满的意见

顾客挑选商品时总是拿不定主意

高峰期顾客人数激增，导购照顾不过来

顾客有意向购买，但需要回去商量，等下次再来

顾客对产品感兴趣，但说要等打折时再买

顾客逛了一圈后，再次回来

知识墙 FABE法则

顾客坚持索要不在活动范围内的附赠产品

顾客提出一些额外要求

顾客抱怨上次购买的产品，回家发现了一些问题

## <<导购，让销量飞>>

顾客显得比较匆忙，宣称赶时间

遭遇老顾客的抱怨

顾客的一单销售已成定局，导购有机会进行连带销售

建议顾客加入会员制，顾客却不愿提供详细信息

在一次交易的末尾，导购更多可以做的事情

顾客退货理由不充分，却坚持要退货

顾客怒气冲冲地前来投诉，要求赔偿

知识墙 七步快速提升销售技巧

### 第3部分

更懂顾客一点点，价格不是大问题

软磨硬泡寻求降价型

比较同类产品降价型

认为价格过高犹豫型

要求额外附加赠品型

多次回头讨价还价型

以数量多为由寻求降价型

以老顾客为由寻求降价型

挑剔质量寻求降价型

知识墙

观察顾客的性格，作出合理的应对

附录 逸马顾问与双轨服务

## <<导购，让销量飞>>

### 章节摘录

专家建议 顾客需求不明，导购如何应对？

我们可以从以下几个方面来考虑。

1.集中展示产品，明确卖点 将自己产品的优势介绍给顾客，也可从公司品牌的认可度和影响力出发，利用其他顾客对品牌的认可影响对该品牌尚不是很熟悉的顾客，从而帮助顾客确定更具体的需求。

参考应答如下。

“您好，我们的品牌目前很受年轻人欢迎，都是一些有个性、有特点的款式，而且它采用的是比较轻巧、舒服的材质……您不妨试试好了。

” “这款产品的制作采用了目前比较先进的技术，而且材料也是比较珍贵的……市面上目前很少有产品可以相比……” 2.细致观察顾客，推荐适合的产品 观察顾客的特征，从顾客的衣着风格、谈吐习惯、年龄等细节分析一下顾客的大致需求倾向，为顾客推荐适合的产品。

这类顾客需要比较明确的推荐，而且推荐一定要符合顾客的需求和喜好。

参考应答如下。

“先生，我给您推荐在我们目前的产品里面销售得非常不错的一款吧，它受到了很多白领的欢迎……” “其实一般家庭，使用这种产品就行了，它比较大众，功能也齐全，使用起来方便，关键

还非常实惠。

现在很多顾客都习惯用这种。

另外那种稍微贵一点的产品就在于它们的设计非常讲究，此外很多功能，可能我们平常都用不到……”

3.为顾客提供选择项，让顾客作进一步判断 顾客自身没有判断标准时，可以为顾客提供二选一或者多选一的方案，然后缩小顾客的需求范围，慢慢锁定目标。

……

## <<导购，让销量飞>>

### 编辑推荐

要么不进店，进店吧，只看不试，试了吧，又不买，要买吧，又嫌贵，打折吧，还要送赠品，答应下次来，却总不见来……顾客啊我的上帝，你到底在想什么？  
解析顾客心理，再现导购难题。  
一本轻松好读的导购指南。

#### 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>