

<<鞋包皮具热销有绝招>>

图书基本信息

书名：<<鞋包皮具热销有绝招>>

13位ISBN编号：9787501790951

10位ISBN编号：7501790957

出版时间：2009-5

出版时间：中国经济出版社

作者：叶素贞

页数：218

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>

## &lt;&lt;鞋包皮具热销有绝招&gt;&gt;

## 前言

“终端为王”、“得终端者得天下”的理念被越来越多的美容化妆品企业认同，为了抢占“好位置”，为了“拼面积、拼装修”，美容化妆品企业对终端的投入越来越大，负担也越来越重。

但高投入未必带来高回报，很多终端一个月下来往往是给商铺业主白白打工，甚至还要倒贴。

为什么有了好产品、有了好位置、有了好装修，销售业绩却不尽人意呢？

因为美容化妆品企业的制造技术、包装设计、店面形象、装修陈列等都很容易被竞争对手模仿，销售服务是产生差异的主要手段，而销售策略与形式也是很容易被模仿；只有销售服务中人的因素——代表公司形象和服务意识的店面人员所表现出来的思想、行动和意识才是不可模仿的！

因此，店面人员才是提升终端卖场业绩最重要的因素，他们是为美容化妆品企业实现“从商品到货币最惊险的一跳”的一线战士。

是真正接触市场终端脉搏的、每天接触顾客的人，他们的态度与能力决定着企业的销售成败。

但数量庞大的店面人员一般受教育程度较低，综合素质相对较差，他们工作的重要性与自身技能水平较低成为一对矛盾体。

很多美容化妆品企业忽视了对店面人员的培训，未经培训的店面人员就像没有经过训练的士兵匆匆提枪上阵一样，结果可想而知，好业绩也就无从谈起。

因此，未经培训的店面人员是美容化妆品企业最大的成本和利润流失的黑洞。

美容化妆品企业要弥补这个黑洞，找到有效提升销售业绩的解决之道，就是要找到一种简单有效、易于执行且成本较低的培训方式。

据统计，许多有着多年工作经验的美容化妆品店面人员竟然没有接受过一次专业系统的培训，他们就像黑夜中苦苦摸索的先行者，销售服务全凭惯性和运气，甚至很多人天天都在犯最基础的错误，他们在终端卖场无所事事或者用不正确的方式与顾客沟通，每天重复着错误的销售心态、错误的语言和错误的销售技巧，他们自己及其管理者却浑然不觉。

其实销售是一门语言、思维、行为高度结合的技术，销售是有技巧的，而且是可以规范的。

但美容化妆品店面人员数量庞大，且工作繁忙，企业要对其进行培训并不是一件容易的事情。

一直以来我们都在研究，如何才能让美容化妆品企业省钱、省事、省心地对店面人员进行培训？

如何才能让没有机会参加培训的店面人员可以利用闲暇随时随地进行自助性学习？

通过企业培训部门与学员的强烈建议，以及多年的实践与总结，我们从实战中提炼出一套行之有效的、可以让店面人员进行自学、反复对照练——的简易教程，并编写成本书，力争做到“授人以鱼”（话术范例）与“授人以渔”（方法技巧）相结合，让美容化妆品店面人员易学、易懂、易用，受到了企业、经销商与店面人员的广泛欢迎与一致好评。

本书首先对美容化妆品店面人员接待顾客的流程进行了规范，划分为迎宾开场、挖掘消费需求、销售陈述、引导体验、应对销售拒绝、处理销售异议、促成销售、售后服务等八大步骤；然后对各个步骤中店面人员每天都会遇到却又难以应对的问题进行收集、分析和研究，总结出美容化妆品导购工作中经常碰到却又难以应对的、极具代表性的88个销售实战情景，每个销售情景均以客户需求为出发点，以导购的沟通技能为线索，按“常见应对”、“引导策略”、“话术范例”、“方法技巧”和“举一反三”等结构逐一讲述，为美容化妆品店面人员提供正确的回答策略和语言模板，并总结出可供应用的方法和技巧，最后还要让美容化妆品店面人员举一反三，真正掌握正确的销售语言与销售技巧，从而快速、持续地提升业绩。

另外，为了使销售话术更具有针对性与实效性，我们的专家团队还可以为具体的美容化妆品企业专门量身定做“终端销售实战情景训练营”与“连锁标准化管理解决方案”。

即根据企业的具体情况与实际问题，对企业的终端卖场及店面人员进行调研，总结出极具代表性的销售实战情景和具体销售问题，制订完全符合企业终端卖场实际需要、具有企业特色的销售策略和销售话术，并为企业通过培训的方式导入实施。

美容化妆品企业年度内训及“终端销售实战情景训练营”、“连锁标准化管理解决方案”定制请联系：[f6868@126.com](mailto:f6868@126.com)。

中国经济标杆培训丛书主编：肖晓春

<<鞋包皮具热销有绝招>>

## <<鞋包皮具热销有绝招>>

### 内容概要

本书作为鞋包皮具企业内训与经销商大会王牌课程“鞋包皮具销售实战情景训练”的完整教材，针对鞋包皮具销售中每天都会遇到却又难以应对的问题，提供系统解决方案。

完全量身定做，极具操作性，是鞋包皮具导购、店长及销售主管、经理、加盟商必备的实战宝典，更是馈赠员工和经销商的最佳礼物。

全书每节分为六大部分，其中“销售情景”让人明白是什么；“常见应对”诊断分析为什么；“引导策略”教人应该怎么办；“话术范例”授人以鱼；“方法技巧”授人以渔；“举一反三”教人在不同的情况下如何灵活运用。

读者每天只需花上几分钟，学会三五句销售妙语，每天多卖三五件鞋包皮具，3天内成为销售高手，妙语连珠、业绩飙升！

## &lt;&lt;鞋包皮具热销有绝招&gt;&gt;

## 书籍目录

序：鞋包皮具销售业绩提升之道1 接近顾客实战情景训练 情景1：顾客第一次进入陌生店铺 情景2：顾客四处浏览鞋包 情景3：顾客停下脚步仔细看某款鞋或包 情景4：顾客进店后径直向某款鞋或包走去 情景5：有什么新到的款式 情景6：我不买，只是随便看看 情景7：顾客和同伴一起进店 情景8：顾客随口问“这款多少钱？” 情景9：你别向我推销，我自己会挑 情景10：顾客进店逛了一圈，转身就走2 挖掘需求实战情景训练 情景11：顾客这次想买什么产品 情景12：顾客一直在高跟鞋区徘徊 情景13：为自己买还是给别人买 情景14：顾客对品牌有没有特别偏好 情景15：顾客大概想买什么价位的鞋或包 情景16：顾客不知道选什么材质的好 情景17：顾客喜欢深颜色还是淡颜色 情景18：顾客喜欢哪种风格的鞋或包 情景19：顾客喜欢真皮，但又觉得PU的款式更新颖 情景20：顾客犹豫不决，不知道选哪个款式好 情景21：导购推荐什么顾客都说好，就是不买单 情景22：顾客不怎么说话，看了几款就要离开3 试穿试用体验实战情景训练 情景23：顾客喜欢却不愿意试穿 情景24：你们的款式太少，没什么可试的 情景25：顾客试来试去都不喜欢 情景26：顾客想试穿鞋，却刚好没有合适的码 情景27：这个跟太高了，那个跟又太矮了 情景28：红色的太惹眼，我还是不试了 情景29：这个包看起来显旧，不像新的 情景30：这个包的颜色会不会太暗 情景31：这个款式太前卫了，不适合我这个年龄的人背 情景32：这款鞋做工太粗糙了 情景33：这是新款吗？怎么感觉和去年的差不多 情景34：这个款式满大街都是了，我不要 情景35：我穿这样一双运动鞋，感觉怪怪的 情景36：这款包太大了，没有再小一点儿的吗 情景37：我今天没时间试 情景38：顾客试穿后，什么意见都不说4 应对拒绝实战情景训练 情景39：这是真皮的？你吹牛吧 情景40：这种光面的皮鞋穿几回就起皱 情景41：这种压纹的皮鞋不够光亮大气 情景42：这个款式早就过时了 情景43：你们是新牌子吧，怎么我从来没听说过呢 情景44：什么国际名牌，都是仿的 情景45：真皮的当然好，可是保养麻烦 情景46：布包是不错，可是太cheap了 情景47：什么真皮，其实就是PU皮 情景48：什么意大利原产，还不是广东那边加工的 情景49：这双鞋的鞋底又硬又重，穿起来不舒服 情景50：我已经有一款类似的，不要了 情景51：我有朋友买过你们的鞋，说质量不好 情景52：我的腿粗，穿这种款式的靴子不好看 情景53：这款坤包太夸张了 情景54：我是喜欢这款，可我的同事已经买了一样的呀 情景55：先别急着开单，我还想再看看5 处理异议实战情景训练 情景56：这都不是真皮的，为什么还那么贵呢 情景57：是挺轻便的，但款式不好看 情景58：一双鞋能有那么多功能，是真的吗 情景59：每项运动都配专用的鞋，那我要买多少鞋才够啊 情景60：我是买来上班的，这太花哨了吧 情景61：其他方面都不错，就是××不好 情景62：太贵了，可以打几折 情景63：同样的款式，你们比别人贵多了 情景64：是挺好看的，但我是个打工的，哪买得起啊 情景65：我是学生，没什么钱，再便宜一点吧 情景66：不打折？那就等到你们打折再买吧，反正也不急着用 情景67：不是吧？买这么贵的鞋子才送一双鞋垫 情景68：这样的赠品我不要，你还是给我打个折吧 情景69：别家打完折后也送赠品的，你们为什么不送6 缔结成交实战情景训练 情景70：顾客很喜欢试穿的商品，但却被闲逛的顾客否决了 情景71：我感觉一般，可买可不买 情景72：我觉得还是应该让他自己来看看再买 情景73：还是下个月发了奖金再买吧 情景74：一次花这么多钱，我太冲动了吧 情景75：买了鞋还买包？我怕回去会被老公骂 情景76：一点儿折扣都不打，那我不买了 情景77：想购买的顾客与同伴的意见不一致 情景78：我是诚心想买，就便宜点卖给我吧 情景79：如果我和朋友各买一双，还可以优惠多少 情景80：我再去对比一下，如果没有更好的再回来买 情景81：顾客准备买单时发现有一点瑕疵，但店里只剩这一件了 情景82：如果这双鞋买回去穿不到一周就开胶了，怎么办 情景83：你不要给我办会员卡，我不加入 情景84：我也是你们的老顾客了，怎么和新顾客一样一点优惠也没有 情景85：顾客买单后的连带销售7 退换货服务实战情景训练 情景86：顾客回去后发现新鞋有掉漆要求退货 情景87：顾客因布包洗后掉色或串色要求退换货 情景88：顾客回家后发现新鞋开裂要求退换货 情景89：顾客发现新买的皮包有污点要求退换货 情景90：顾客声称不喜欢商品的颜色了要求退换 情景91：顾客没有理由但坚决要求退换，并声称不解决问题就不离开 情景92：顾客没有销售凭证却坚持要求退

## <<鞋包皮具热销有绝招>>

换 情景93：商品过了“三包”期，顾客仍然要求退换8 处理顾客怨诉实战情景训练 情景94：顾客抱怨不能用信用卡付款 情景95：顾客抱怨导购服务不好 情景96：顾客投诉已交定金预定的商品不能按时提供 情景97：顾客投诉维修等待时间过长 情景98：顾客投诉维修服务收费不合理 情景99：顾客投诉商品的材料与导购介绍不符 情景100：顾客抱怨本品牌的专卖店太少，维修不方便 情景101：顾客抱怨排队交款的时间太长后记

## <<鞋包皮具热销有绝招>>

### 章节摘录

1.今天不买，过两天就没了。

（没有明显的事实依据，顾客可能会认为这是导购的谎话）2.您要是今天买可以给您打八折。

（这会让顾客认为自己好像是贪图便宜才买的）3.那好，那就等您把男朋友带来再说吧！

（消极，这等于给顾客一个离开的最好的台阶）引导策略鞋包不像房子、车子等属于大件商品，一般的零售价都是几百元左右，顾客一般都具有独立的决策权。

之所以提出“还是应该让他自己来看看再买”，一般都是因为顾客对商品的质量或者价格等还不够满意从而拒绝当场购买，但也不能排除顾客确实是想让自己的朋友看过之后再买的可能性。

因此，导购首先必须弄清楚顾客是出于何种想法才这样说的。

只有在弄清了顾客的真实心理活动后，导购才能做出有针对性的介绍，并让顾客接受自己的推荐。

总之，导购只有“对症下药”才能做出最有效的销售。

话术范例话术范例一导购：“小姐，我可以看出您非常爱您的男朋友。

那么既然您刚刚已经说了这双鞋无论是款式还是颜色都非常适合您的的男朋友那么为什么还要等到您男朋友来了再做决定呢？

我很想知道，究竟是什么原因导致您难以立即做出决定呢？

”（直接询问顾客原因）。

## <<鞋包皮具热销有绝招>>

### 后记

本书能够顺利出版，经过了很多人的艰辛努力，得到了众多良师益友的鼎力支持和帮助。首先，本书在策划及出版过程中，得到了中国经济出版社领导和中国营销学会丁一会长及整个编委会成员的大力支持，特别是中国经济出版社本套丛书责任编辑徐子毅老师和叶亲忠老师的辛勤劳动与多方协调，谨向他们表示最真挚的感谢！

同时还要感谢参与本书资料搜集和部分编写工作的团队好友，具体名单如下：叶素贞、肖建芳、李巧仪、林川、孙桂生、林丽珊、何丽秋、杨展亮、张建华、郎春敏、刘少芝、廖伟、丛珊、林丽梅、吴顺炎、范利新、龚震波、林泽芬、刘红梅、林钻友、王颂舒、邓小华、叶艺明、肖艳芳、李姗姗。感谢所有帮助和关注这套丛书和本书的朋友们、同行们！

由于时间较紧，加之能力有限，笔者尽管付出了很大的努力，但不足之处在所难免，敬请广大读者批评指正。



## <<鞋包皮具热销有绝招>>

### 编辑推荐

销售实战情景训练，3天成长为鞋包皮具销售高手。  
妙语连珠，天下没有难卖的鞋包皮具。

本书首先对鞋包皮具店面人员接待顾客的流程进行了规范，划分为接近顾客、挖掘需求、试穿试用体验、应对拒绝、处理异议、缔结成交、退换货服务及处理顾客怨诉等八个步骤，然后对各个步骤中店面人员每天都会遇到却又难以应对的问题进行收集、分析和研究，总结出鞋包皮具销售人员日常工作中碰到却又难以应对的、极具代表性的101个销售实战情景，每个销售情景均以客户需求为出发点，以鞋包皮具销售人员的沟通技能为线索，按“常见应对”、“引导策略”、“话术范例”、“方法技巧”和“举一反三”等结构逐一讲述，为鞋包皮具店面人员提供正确的回答策略和语言模板，并总结出可供应用的方法和技巧。

最后还要让店面人员举一反三，真正掌握正确的销售语言与销售技巧，从而快速、持续地提升门店业绩。

<<鞋包皮具热销有绝招>>

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>