

<<导购代表手册>>

图书基本信息

书名：<<导购代表手册>>

13位ISBN编号：9787802556966

10位ISBN编号：7802556961

出版时间：2011-1

出版时间：企业管理出版社

作者：冯海 等编著

页数：211

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>

<<导购代表手册>>

前言

《派力营销人员实战手册系列》中国营销人员的案头工具和入门手册三十多年来，伴随中国市场经济的快速发展和市场营销的普及教育，越来越多的中国企业已经认识到了市场营销对于企业经营的重要价值，部分领先的企业陆续设置了更加专业化和细分化的市场营销组织，并且在企业经营中发挥着日趋重要的作用。

为了方便企业各类营销人员的日常工作及培养营销新手，派力营销的咨询顾问们投入一年时间编撰并于1999年11月份推出了合计10本的《派力营销经理实战手册系列》，包括《营销经理手册》、《产品经理手册》、《广告经理手册》、《公关经理手册》、《促销经理手册》、《市场调研经理手册》、《渠道营销经理手册》、《销售经理手册》、《销售代表手册》和《导购代表手册》。

推出后因为持续热销，派力营销的咨询顾问们又于2004年更新出版了第二版并继续受到中国营销人员的热烈欢迎。

基于当今营销人员的工作需求，派力营销决定与时俱进的更新并推出第三版《派力营销人员实战手册系列》，并力求在质量上再上一个新的台阶。

作为《派力营销人员实战手册系列》第三版的重要一员，《导购代表手册》（第三版）共分八章：第1章讲述导购代表是什么、做什么、如何成为一位合格的导购代表，通过本章您就能了解导购代表的职业内涵、工作职责、工作流程以及导购代表所需的基本素质等；第2章讲述导购代表需要做好哪些岗位基本知识准备，这主要包括顾客知识、商品知识、终端卖场知识、竞品知识、公司知识以及礼仪知识；第3章讲述导购代表的专业销售技巧，从销售开启、展示商品、处理异议、促成销售、达成交易、出售连带品、收集信息、欢送顾客等各个环节详细描述导购代表如何科学地、有效地向顾客提供销售服务；第4章讲述导购代表的助销工作，主要包括导购代表如何优化商品与POP陈列、如何支持终端促销活动；第5章讲述导购代表如何积极处理顾客的抱怨，重点从识别抱怨、预防抱怨、接受抱怨、处理抱怨几个方面探讨，以及当顾客犯错时，导购代表应该采取何种态度与措施；第6章讲述导购代表如何收集市场信息，主要从本品信息、竞品信息、卖场信息三个方面展开；第7章讲述营销经理、人力资源经理如何选、育、用、留导购代表；第8章简单描述导购代表的职业规划。

感谢您阅读、推荐和指正《派力营销人员实战手册系列》，勉励派力营销与您共同进步！

派力营销咨询部全体同事 2010年6月1日

<<导购代表手册>>

内容概要

随着市场竞争的加剧和渠道扁平化，许多企业越来越重视零售终端的投入与效果。导购代表作为零售终端一线战士，其工作态度、能力、效率等直接影响到企业的销售目标能否达成。为了帮助企业给予导购代表更加专业的岗位培训，派力决定对畅销多年的《导购代表手册》进行了与时俱进的修订再版。

本书以导购实战为出发点，从销售技巧、顾客把握、产品透析、终端陈列、促销支持、抱怨处理、信息收集、客情维护、服务素质等方面全方位、系统化培训普通的导购代表成为杰出的导购精英。这是一本畅销多年、被众多知名企业首选的导购代表培训教材！

<<导购代表手册>>

书籍目录

- 第1章 认识导购代表
 - 导购代表的职业内涵
 - 导购代表的工作职责
 - 导购代表的工作流程
 - 导购代表的基本素质
- 第2章 岗位基本知识准备
 - 顾客知识
 - 商品知识
 - 终端卖场知识
 - 竞品知识
 - 公司知识
 - 礼仪知识
- 第3章 专业销售过程
 - 销售开启
 - 商品展示
 - 处理异议
 - 促成销售
 - 达成交易
 - 出售连带品
 - 收集信息
 - 欢送顾客
- 第4章 陈列与促销支持
 - 商品陈列
 - POP陈列
 - 促销支持
- 第5章 处理顾客抱怨
 - 顾客抱怨的产生
 - 预防顾客的抱怨
 - 接受顾客的抱怨
 - 处理顾客的抱怨
 - 正确对待顾客的错误
- 第6章 信息收集与反馈
 - 本品信息收集与反馈
 - 竞品信息收集与反馈
 - 卖场信息收集与反馈
- 第7章 日常行政管理
 - 导购代表的招聘
 - 导购代表的培训
 - 导购代表的职责
 - 导购代表的工作流程
 - 导购代表的例会制度
 - 导购代表的薪酬与考核
 - 如何留住导购精英
- 第8章 自我管理与成长
- 参考文献

<<导购代表手册>>

章节摘录

每一项工作都需要从业人员具备一定的基本素质，导购工作也不例外。

导购代表应该具备什么样的素质才能把自己、商品推销出去？

一名优秀的导购代表与一名普通导购代表之间的差距在哪里呢？

一名现场销售人员的优秀标准是什么？

对这些问题，不同的人答案不同。

市场调查报告、销售专家、公司决策者等对此都有自己的看法。

总结企业的经验，导购代表作为公司销售队伍的重要成员，他必须具备销售人员应当具备的基本素质：坚定的销售意识、热情友好的服务、熟练的销售技巧、勤奋的工作精神。

1. 坚定的销售意识什么是销售意识？

美国一位销售专家进行过这样一个实验：他将钱夹拖在汽车后面，弄得破烂不堪，然后穿上笔挺的西服到大商场选购领带。

在这些商场里，领带和钱夹放在一起销售。

销售专家假装不小心将钱包掉在地上，导购代表都能主动帮他钱包捡起来，但没有一位导购劝说这位服装笔挺但使用一个破烂不堪钱包的顾客“您该换一个钱包了”。

由此，这位销售专家得出一个结论：许多销售人员缺乏销售意识。

对导购代表而言，销售意识是指导购代表要有“我是一个导购代表，我要把商品卖给顾客，我一定要把商品卖给顾客”的观念和对销售机会的敏感性。

强烈的销售意识能够使导购代表发现或创造出更多的销售机会。

导购代表如果抱有顾客买不买无所谓的态度，他就肯定会失去许多销售机会。

强烈的销售意识是导购代表对工作、公司、顾客和事业的热情、责任心、勤奋精神和忠诚度的结果。

<<导购代表手册>>

编辑推荐

《导购代表手册--中国导购精英教练手册》：三十多年来，伴随中国市场经济的快速发展和市场营销的普及教育，越来越多的中国企业已经认识到了市场营销对于企业经营的重要价值，部分领先的企业陆续设置了更加专业化和细分化的市场营销组织，对营销人员的选、育、用、留也更加重视和专业。为了方便企业各职能岗位的日常工作及培养营销新手，派力营销的咨询顾问们投入一年时间编撰并于1999年推出了合计10本的《派力营销经理实战手册系列》，包括《营销经理手册》、《产品经理手册》、《广告经理手册》、《公关经理手册》、《促销经理手册》、《市场调研经理手册》、《渠道营销经理手册》、《销售经理手册》、《销售代表手册》和《导购代表手册》。

该手册系列图书推出后因为持续热销，派力营销的咨询顾问们又于2004年更新出版了第二套手册并继续受到中国营销人员的热烈欢迎。

基于当今营销人员新的工作需求，派力营销决定与时俱进的更新并推出全新的《中国营销人员实战手册系列》，并力求在质量上再上一个新的台阶。

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>