

<<商超百货热销有绝招>>

图书基本信息

书名：<<商超百货热销有绝招>>

13位ISBN编号：9787501790968

10位ISBN编号：7501790965

出版时间：2009-6

出版时间：中国经济出版社

作者：丁一，肖中华 著

页数：223

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>

<<商超百货热销有绝招>>

前言

“终端为王”、“得终端者得天下”的理念被越来越多的商超百货企业认同，为了抢占“好位置”，为了“拼面积、拼装修”，商超百货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，销售业绩却不尽如人意呢？

因为企业的制造技术、款式设计、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，他们是为商超百货企业实现“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，他们的态度与能力直接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。

而很多商超百货企业却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，业绩也就无从谈起。

<<商超百货热销有绝招>>

内容概要

本书作为商业零售企业内训与经销商大会王牌课程“商超百货销售实战情景训练”的完整教材，是终端销售中每天都会遇到，却又难以应对的问题系统解决方案，完全量身定做，极具操作性，是终端导购、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，每天多卖三五件产品，3天内成为销售高手，妙语连珠、业绩飙升！

<<商超百货热销有绝招>>

作者简介

丁一，教授，管理学博士，中国营销学会会长、中国营销创新大会主席，中国著名营销管理咨询专家和职业经理培训专家，主讲的培训论坛数百场，培训过的职业经理数以十万计，2008年入选改革开放30年影响中国经济十大社团领袖。

1980年起编著出版《工业企业全面质量管理概论》和《特区职业经理培训教材》丛书十六册，主持的管理咨询项目有：中国移动、红塔集团、康佳集团、东方集团、中旅集团、胜利油田、浙江饭店等一百多家著名企业。

<<商超百货热销有绝招>>

书籍目录

序：商超百货销售业绩提升之道1 终端迎宾开场实战情景训练 情景1：顾客进入5米销售“黄灯区” 情景2：顾客进入专属销售区 情景3：顾客与同伴一起进店 情景4：老顾客再次光顾 情景5：顾客直奔某款产品 情景6：顾客进店后四处张望 情景7：顾客说：“我自己会看，你别跟着我” 情景8：顾客逛了一会一声不吭准备离开2 挖掘顾客需求实战情景训练 情景9：顾客购物的用途 情景10：顾客是自己买还是给别人买 情景11：顾客对品牌的偏好 情景12：顾客喜欢的款式、类型 情景13：顾客既喜欢A产品的品质，又喜欢B产品的设计外观 情景14：顾客对颜色的偏好 情景15：顾客的购买预算 情景16：顾客是首次购买还是更新换代 情景17：我也不知道想要什么3 商品解说实战情景训练 情景18：你们的产品质量过关吗 情景19：你们的品种比A品牌的少多了 情景20：这款产品是新款吗 情景21：你们的产品不会是水货吧 情景22：你们的产品比A品牌的贵一半还多啊 情景23：这件衣服面料那么次还这么贵 情景24：你们的干货都散装卖，怎么知道生产日期和保质期呢 情景25：这台机器怎么操作啊 情景26：为什么你们卖的多数都是中低档产品呢 情景27：没听说过这个品牌，是新牌子吧 情景28：这款产品跟××很像，是山寨货吧 情景29：你们和A品牌，哪个更好 情景30：你们如何提供售后服务呢4 引导顾客体验实战情景训练 情景31：顾客只是看，不愿意试 情景32：没有我喜欢的款式 情景33：我今天又不买，不用试了 情景34：下次吧，我今天没时间试 情景35：我皮肤敏感，怕过敏 情景36：这个试用装很多人用过，多不卫生啊 情景37：我不适合这个风格 情景38：这个口味我不喜欢 情景39：操作太复杂了，我不会用 情景40：顾客试来试去都不喜欢 情景41：顾客试完后什么都不说5 应对顾客拒绝实战情景训练 情景42：都快过保质期了，怪不得那么便宜 情景43：我一直都在用A牌子，效果还可以，没必要换吧 情景44：我朋友觉得不好 情景45：我有朋友以前买过这款产品，说不好用 情景46：我朋友也买了这款，大家用一样的没意思 情景47：可买可不买的，还是算了吧 情景48：这件衣服我穿不好看 情景49：这款产品不适合我这个年龄的人 情景50：我还是等你们搞促销活动再买 情景51：我今天带的钱不够，改天再来买 情景52：我想让家里人再参谋参谋 情景53：我还想再看看，比较一下6 处理价格异议实战情景训练 情景54：你们东西太贵了，别的地方比你们便宜多了 情景55：同样的东西，B超市比你们便宜15% 情景56：太贵了，我没必要买这么好的东西 情景57：超支了，我没想买这么贵的 情景58：我想团购50件，有什么优惠 情景59：积分没什么用，直接给我打个折吧 情景60：A品牌原价3800元，现在打折才2700元，你们的优惠太少了 情景61：你们这款产品为什么比网上报价高300多元 情景62：进口的和国产的也没什么太大差别，可价格相差这么多 情景63：再给我便宜点吧，打个八折我就要了 情景64：顾客是内行，了解价格空间7 终端缔结成交实战情景训练 情景65：现在买不划算，我还想等等看 情景66：我还是更喜欢A品牌 情景67：我还想到其他店比较一下再说 情景68：金融危机还买这么贵的东西，不好吧 情景69：花这么多钱买这款产品，太冲动了吧 情景70：你们提供送货服务吗 情景71：这种产品的保质（修）期是多久 情景72：你们的促销什么时候结束 情景73：我身上现金不够，可以刷卡吗 情景74：顾客很喜欢该产品，可被闲逛的顾客否决了 情景75：顾客在购买前后悔 情景76：顾客害怕买了不适合自己的产品 情景77：顾客购买后进行关联销售8 售后服务实战情景训练 情景78：顾客不愿意留下资料办理会员卡 情景79：你们的会员优惠太少了 情景80：你们交款的队伍也太长了吧 情景81：买这么多东西也没有袋子，我怎么拿回去啊 情景82：买的时候倒痛快，现在出问题就谁都不管了 情景83：顾客投诉产品效果与导购介绍相差太远 情景84：你们导购服务太差了，我问了半天都没人理 情景85：说好了三天送到，这都一礼拜了，还没见个人影 情景86：在退货期内，顾客因非质量问题要求退换货 情景87：顾客在三包期后要求退货 情景88：顾客遗失销售小票，但坚持要退换货后记

<<商超百货热销有绝招>>

章节摘录

序：商超百货销售业绩提升之道 1 终端迎宾开场实战情景训练 情景1：顾客进入5米销售“黄灯区” 引导策略 人们普遍都知道的交通规则，就是红灯“停”、黄灯“注意”、绿灯“通行”。

当顾客进入距离自己5米的区域，就是进入了终端销售的“黄灯区”，应该引起导购的高度关注，并做好随时与顾客打招呼以及上前接洽的准备。

一般来说，顾客进入5米销售“黄灯区”的原因有两个：一是闲逛而至，随便看看；二是潜在的购买者，他们往往是被陈列在橱窗里的商品所吸引，于是走进店铺，试图一探究竟。

对顾客而言，他们既不喜欢在进入店铺后无人理睬，同样也不喜欢被人盯得太紧，而是喜欢一种舒适、惬意的购物氛围。

导购应该遵循“531”接待法则——5米关注，3米招呼，1米搭话。

即顾客进入自己的5米范围内开始关注他，当顾客离自己3米远的时候就主动打招呼，一旦对方走到自己身前1米处时就要展开接洽寒暄，以拉近双方的距离。

.....

<<商超百货热销有绝招>>

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>