

<<呈现产品力>>

图书基本信息

书名：<<呈现产品力>>

13位ISBN编号：9787562524625

10位ISBN编号：7562524629

出版时间：2010-9

出版时间：中国地质大学

作者：徐中

页数：192

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>

<<呈现产品力>>

前言

销售人员是决定销售门店成败的关键因素之一，门店80%的销售业绩是由少数优秀导购所创造的，而这些优秀的导购与众不同的地方在哪里？

如果我们能找到他们的过人之处，也就意味着我们可以通过素质训练复制成功经验。

经过长期观察，我们发现优秀导购有其共同之处，他们都可以迅速掌握产品的价值所在，并能将产品的真实价值呈现给顾客。

当你去旅游时，会希望有一名导游陪伴，在你目光所及景物的时刻，能为你解说旅游景点的历史文化、传说、风俗等等方面的问题。

当去展览馆观赏艺术作品时，你会希望了解艺术作品的内涵，如果有人能形象地介绍艺术作品，那将帮助你读懂它的美。

比如看《蒙娜丽莎》微笑时，观赏者产生的真实想法是她的微笑为什么如此美丽、画家的目的是什么等很多的问题，要解开心中的谜团，需要一名资深的讲解员。

同样的道理，每一件珠宝首饰都是设计师对美丽不懈追求的结果。

那么顾客在购买珠宝首饰时所期望的导购是什么样的呢？

当然也是想有对珠宝首饰所具有的特质能理解深入的资深的导购，向自己清楚说明和展示产品。

作为优秀的珠宝首饰导购，应能担当这一重任。

市场不会等我们的导购专业性成长起来后再去发展，市场在天天变化与进步。

在信息化的今天，顾客可以通过多种渠道获得更多的信息，他们越来越专业，过去可能听说4C都会很茫然，而今天，他们已经开始用4C标准综合衡量手中的钻石首饰。

要想成为优秀的珠宝首饰导购，面对的不仅是其他品牌的竞争，还有顾客对导购专业素质的考验。

那么，作为销售者，如何才能有卓越的表现呢？

从本书中可以找到答案。

没有人愿意和一个不懂尊重他人的人交朋友，商品的价值也需要尊重，顾客对所购买的珠宝首饰倾注了自己的热爱，假如顾客购买的珠宝首饰价值，导购没有给予专业解读，那么顾客可能会觉得自己的品位没有得到尊重。

任何一门技术或者学问的学习中，工具书都是帮助我们掌握知识的关键武器。

如果销售也有一种工具书，帮助我们练习如何准确、有效地把商品的价值呈现清楚，那么，导购就可以通过掌握专业的技术来提升自己。

经过训练的销售者和未经过训练的销售者的最大区别，是顾客是否愿意接受其担当自己的购物顾问。

<<呈现产品力>>

内容概要

本书用通俗的销售语言，汇集常见珠宝首饰销售呈现技巧，多个销售案例分析，经过数百家门店成功应用的检验，是训练导购销售技能快速提升的实战教材。

全书共分6个章节，具体内容包括充满乐趣与激情的珠宝首饰销售、尊贵的N个理由——钻石镶嵌类款式的呈现、美丽的最好诠释：素金、K金类首饰的呈现、万千喜好于一身，翡翠类首饰呈现等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<呈现产品力>>

书籍目录

第一章 充满乐趣与激情的珠宝首饰销售 第一节 祝贺你成为一名珠宝首饰销售者 第二节 奥妙无穷的珠宝首饰世界 第三节 我们将分析哪些珠宝首饰种类的销售特点第二章 完美呈现珠宝首饰产品力的方法 第一节 人们为什么购买珠宝首饰 第二节 我贵，但我值！
第三节 呈现珠宝首饰产品力的实战方法第三章 尊贵的N个理由——钻石镶嵌类款式的呈现 第一节 钻石首饰材质方面的呈现特点与示例 第二节 不同品类钻石首饰的呈现 第三节 表达钻石首饰的核心产品力——款式呈现的奥秘 第四节 商品呈现无处不在——体会呈现商品在销售过程中的应用第四章 美丽的最好诠释：素金、K金类首饰的呈现 第一节 素金、K金类首饰特点 第二节 素金、K金类首饰的特性 第三节 素金、K金类各种首饰的价值呈现方法 第四节 从美感的角度理解K金首饰的销售特点 第五节 细分K金首饰款式及细分市场，寻找非同寻常的优势第五章 万千喜好于一身，翡翠类首饰呈现 第一节 翡翠类首饰的购买特点 第二节 不同档次翡翠首饰成品的销售特点 第三节 千姿万媚，翡翠款式的呈现第六章 训练、演练、修炼，珠宝首饰呈现的训练 第一节 任何困难的事都怕找问题的人，没有问题的人做不好销售！
第二节 谁来训练导购的专业化商品呈现能力 第三节 简单就是力量，简单的事情重复做——训练自己专业呈现能力的方法 第四节 赠人玫瑰，手留余香——分享知识的终端店面学习模式附录 著者简介 核心竞争力——珠宝终端持续赢利系统大纲 店长培训课程大纲：“智慧赢家”店长培训简介 珠宝销售培训课程大纲：销售精英成长培训简介

<<呈现产品力>>

章节摘录

插图：一天早上，商场门刚开，导购们还正站在柜台外例行迎接顾客礼。

一位中年妇女就拎着一个包来到阿红的柜台前，问这里有没有维修项链的地方。

阿红指着边上的维修点，告诉顾客维修的人还没来，可以在她那坐一会儿。

当顾客坐下等维修师傅时，顾客主动和阿红聊了起来，说不只是想修项链，还想配一个钻石耳钉后面的铂金耳壁，问阿红这里有没有。

阿红想顾客可能急着用首饰，不然不会一大早就来修首饰。

急顾客所急就是最好的服务，这是培训时老师告诉阿红的。

阿红知道耳壁这个配件自己柜台里没有多余的，就帮顾客去其他柜台问了一圈，结果还是没有。

顾客好像很失望。

项链修好后，顾客又来到柜台和导购打招呼，问导购能不能帮忙想想办法配耳壁？

导购表示可以帮顾客到公司货品部去问问，工厂应该有备份。

顾客听后特别高兴，像是心里的石头终于落地了。

阿红导购建议顾客留下姓名和电话。

只见顾客心情一下子变好了，登记好后，导购看见顾客的眼光在柜台里扫了一下，目光像是在看钻石手链。

阿红导购抓住机会就建议顾客选几款18K的素金手链试戴。

顾客想选又有点无所谓的感觉。

这时阿红导购注意到她手上戴着一个钻石戒指，前面已经知道她还有钻石吊坠和钻石耳钉。

于是阿红导购想顾客如果配上钻石手链就成了一个整套系的首饰，于是对顾客说：大姐，我们这次进的钻石手链中有几款款式特别简单大方的，可能您刚才没留意，要不我拿给您看看，正好和您现有的比较一下，因为你身上戴的首饰都是带有钻石的，如果再配一条带钻的手链就正好一套了。

<<呈现产品力>>

编辑推荐

《呈现产品力》是珠宝首饰销售培训系列教材。

<<呈现产品力>>

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>