

<<导购秒杀>>

图书基本信息

书名：<<导购秒杀>>

13位ISBN编号：9787802557697

10位ISBN编号：7802557690

出版时间：2011-4

出版时间：企业管理

作者：李青

页数：247

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>

<<导购秒杀>>

前言

前言 你是一名优秀的门店导购销售人员吗？

你能成功化解顾客提出的争议吗？

你能够为企业提高知名度而做出贡献吗？

现如今，商场一片硝烟弥漫。

终端消费市场是抢占消费者的最前沿阵地，任何一家企业无一例外地都在终端建设时绞尽了脑汁，如何布置卖场、如何吸引顾客、如何实现附加推销、如何营造购买气氛……这些都成了他们考虑的重点。

而在这个一线战场上冲锋陷阵，实现销售业绩的正是我们广大的导购销售人员。

导购人员直接接触消费者，是销售成败与否的重要因素。

因此，企业对导购人员的销售技巧自然提出了很高的要求。

21世纪的导购人员已经不同从前，不是卖东西那么简单了，他们既要达成销售目标，把商品推销给顾客，又要懂得根据消费者的意愿，为其选择提出建设性的意见，成为消费者了解企业的窗口；成为消费者和企业沟通的桥梁；成为企业的形象大使等等。

因此，导购人员必须不断地提升自己的业务水平，充实自己，学习如何销售，学习如何导购，从而达到企业、自身和消费者的多赢局面。

本书系统地介绍了有关销售成交的技巧，通过阅读本书，门店导购销售人员可以解决诸如以下一些问题：导购人员应该在顾客进店之前做好哪些准备，用以吸引潜在消费者的到来？

导购人员应该如何与顾客拉近关系，消除陌生感？

导购人员在给顾客提供服务时应该保持多远的距离，应该采用什么样的手势、语言才不会让顾客感到自身利益受到侵犯？

导购人员应该如何带动消费者参与到购买活动中来，通过提供切身体验，刺激消费者消费？

导购人员在面对顾客成百上千的拒绝借口时应该如何处理……值得一提的是，本书还有重要的一大特色，即不仅在销售技巧上提供给导购人员多种切实可行的方法，并且在导购人员自身心理素质方面也给予了一剂良药，教会导购人员如何树立积极的心态面对销售、面对顾客、面对挫折与失败。

本书大致分为九个部分，具体包括导购人员如何吸引顾客进店，顾客进店后导购人员如何探寻顾客真实需求，导购人员如何实现附加推销，从而提高营业额以及面对顾客的异议与投诉导购人员应该作何处理等等一系列内容。

书中包含了大量的相关理论阐释、应用技巧以及真实、形象的案例，深入浅出，具有较强的针对性与可读性。

适合一线导购员、销售培训人员以及销售管理人员阅读。

编者

<<导购秒杀>>

内容概要

《导购秒杀：门店推销员技能提升手册》大致分为九个部分，具体包括导购人员如何吸引顾客进店，顾客进店后导购人员如何探寻顾客真实需求，导购人员如何实现附加推销，从而提高营业额以及面对顾客的异议与投诉导购人员应该作何处理等等一系列内容。

书中包含了大量的相关理论阐释、应用技巧以及真实、形象的案例，深入浅出，具有较强的针对性与可读性。

适合一线导购员、销售培训人员以及销售管理人员阅读。

如何面对各种不同喜好、不同性格，甚至不同心情的顾客，使对方有兴趣倾听、接受你，进而接受你的产品，这是一项很专业的技巧。

《导购秒杀：门店推销员技能提升手册》紧密结合实践，向导购人员传授面对顾客时的表达技巧和沟通技能，帮助他们快速提高销售业绩。

<<导购秒杀>>

书籍目录

第一章 抛出“诱饵”，引人入店第一节 巧妙放钩，洞察顾客心理第二节 包装诱饵，全方位吸引顾客第三节 案例品评，自我提升第二章 待客七分笑，不信他会走第一节 拉近距离，留住顾客第二节 言行举止，标准规范第三节 五步目迎，三步问候第四节 展现自我，潜意识中影响顾客第五节 几类顾客，区别对待第六节 案例品评，自我提升第三章 步入顾客的内心，引起他的注意第一节 巧妙询问，寻找突破点第二节 注重感情投资，拉近与顾客的关系第三节 发展个人信用债券，博得顾客信赖第四节 探寻顾客需求，为销售做好准备第五节 案例品评，自我提升第四章 激发消费欲望，引导顾客体验式消费第一节 看听试用，体验营销新理念第二节 五种模块，新颖多样第三节 全面客户体验，细微之处需关注第四节 案例品评，自我提升第五章 买一赠二，增加附加值第一节 连带销售，增加产品附加值第二节 把握销售时机，多种方法促成销售第三节 案例品评，自我提升第六章 速战速决，闪电交易第一节 把握时机，快速成交第二节 多种方法，祝你成功第三节 量体裁衣，度身定制第四节 不利场面，灵活应对第五节 案例品评，自我提升第七章 面对异议，你该作何反应第一节 异议存在价值——聆听顾客心声，日趋完善自我第二节 找寻异议原因，有的放矢化解异议第三节 如何面对顾客不同的“推辞”第四节 异议处理技巧多多第五节 案例品评，自我提升第八章 顾客投诉。从容面对第一节 遭到投诉，积极面对第二节 重视投诉，原因分析第三节 处理投诉，几大技巧第四节 案例品评，自我提升第九章 培养顾客忠诚度，提高顾客回访率第一节 顾客忠诚度——买卖者间的质量价值链第二节 多种方法提高顾客忠诚度第三节 做好售后服务，感动顾客内心第四节 建立回访制度——迈出一小步，收获一大步第五节 案例品评，自我提升附录：门店导购人员自身修炼

<<导购秒杀>>

章节摘录

第一章 抛出“诱饵”，引人入店 第一节 巧妙放钩，洞察顾客心理 首先，让我们先来举一个简单生动的例子，看看门店导购员为什么要获悉市场需求，抛出“诱饵”，吸引顾客，也就是“诱饵”的重要作用在何处。

某理疗仪公司，在一家药店里派自己的导购员直接上柜台进行促销。

一个星期过去了，一台理疗仪也没有卖出去，导购员跑回公司向经理汇报说：“这家药店的顾客层次不高，恐怕难以购买理疗仪这种高档消费品。

咱们的产品在那里无人问津，还不如换个地方试试看。

”经理没有马上采纳他的建议，而是亲自到药店实地考察，结果他惊异地发现本公司的导购员居然犹如木头一般呆立于柜台之内，没有微笑，没有鼓励，也不去主动招呼顾客。

第二天，导购员就接到了辞退通知。

他找到经理质问：“为什么辞退我？”

”经理反问他：“你会钓鱼吗？”

”“会，把鱼饵挂在鱼钩上，下到水中，鱼漂一下沉，马上起杆。

”经理启发道：“促销如同钓鱼，不放诱饵，如何能吸引顾客购买呢？”

”导购员恍然大悟，要求再试用一星期。

由此可见，如果店员只是消极等待，·守株待兔，而不主动出击，抛出“诱饵”，顾客是不会自动“上钩”的。

第二个星期，这家理疗仪公司的导购员变得异常活跃。

他不停地柜台内外游走，逢人就讲理疗仪的妙处，见人说一句话：“这种理疗仪是国际上最流行的产品，您也来一台吧！”

来、来、来，我给您开票保证给您挑台好的。

”还时不时地把顾客拉过来，让他们试一试理疗时的感觉。

当顾客犹豫或离去时，导购员仍然紧追不舍、喋喋不休：“您过了这村可就没这店啦！”

”此法当天见效，出手了一台。

但情况日益不妙：路过他柜台的顾客越来越少，人们明显都躲着他。

导购员又找到经理，经理反问他：“给鱼钩上诱饵时要注意些什么？”

”“不露钩。

”“不错，连鱼都懂得躲避露尖的鱼钩，何况人呢？”

”由此可见，即使是制作好了“诱饵”也要学会“放钩”，不能放得太明显，让顾客有种上当受骗的感觉。

了解了“诱饵”的重要性后，下一步就是要明白到底什么才叫做吸引顾客“上钩”的“诱饵”。

什么样的动作会吸引客人进店购买？

什么样的动作又会使客人望而却步？

直白地说，就是在接待客人前，店里没有客人的时候导购员应该做些什么？

是站着死死等待，还是含情脉脉地靠在门口望着那些穿流而过的人群，抑或是站在店门口拉客“欢迎光临……”“随便看看”“进来看看吧，买不买不要紧”。

这些语言有足够的吸引力和说服力将匆忙的行人拉进门店吗？

不但没有，而且还会使人远远地躲开，避之都来不及，何谈进人观看呢？

正确的动作应该是，店里没有客人的时候，导购员在店里不停地忙碌：擦桌子、整理服装、烫衣服、整理货架……这是最能吸引客人上门的方法。

门外的客人看在眼里，会有一种安全感，同时认为这家店生意很好，值得进店看看。

……

<<导购秒杀>>

编辑推荐

你是谁？
你要跟客户谈什么？
你说的对客户有什么好处？
客户为什么现在就要买？
作为一名门店导购员，上述问题你是否认真考虑过？
如何才能顺利成效呢？
翻开此书，引客入店、询问需求、解决异议、达到销售。
书中多种方式，多种技巧，帮你全面提升推销技能。

<<导购秒杀>>

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>