

<<金牌零售店员的15堂必修课>>

图书基本信息

书名：<<金牌零售店员的15堂必修课>>

13位ISBN编号：9787806522271

10位ISBN编号：7806522271

出版时间：2005-1

出版时间：南方日报出版社

作者：刘永中

页数：394

字数：550000

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>

## <<金牌零售店员的15堂必修课>>

### 内容概要

本书在大量吸收国外先进零售企业店员培训经验的基础上，结合中国本土的实际情况，编著了本书。本书提出了全新的零售业店员素质培养模型——ARMS模型；实现了知识、技能的“动作分解”；具有鲜明的培训用书和自选取教材之特色；进行了令人一目了然的“图解”。

<<金牌零售店员的15堂必修课>>

书籍目录

- 第一篇 轻松销售——WEISS快速成交法 第一课 销售前奏顾客心理探秘 一、顾客为什么购买  
二、顾客购物的心理过程 1.观察阶段 2.兴趣阶段 3.联想阶段 4.欲望阶段  
5.评估阶段 6.信心阶段 7.行动阶段 8.感受阶段 三、不同人群的购物风格  
第二课 W——欢迎顾客 一、开口打招呼 1.打招呼的基本要素 2.打招呼的场景实例  
二、观察顾客 1.谁是决策者 2.衣着打扮如何 第三课 E——探询需求 一、接近  
顾客 1.顾客和购物目的 2.读懂顾客 3.接近你的顾客 二、诱导顾客说话  
1.赞美诱导法 2.优惠诱导法 3.激励诱导法 4.发问诱导法 5.熟客诱导法  
三、探询需求 1.学会问问题 2.探询过程要有耐心 3.跨越雷区 4.探询需求  
时要注意聆听 第四课 I——商品介绍 一、了解你的商品 1.要了解什么 2.怎样成为  
商品专家 二、如何做商品介绍 1.FAB产品介绍法 2.箭要射中靶心 三、让商品生  
动起来 1.让顾客亲身体验 2.激发顾客的想象力 3.学会使用辅助材料 第五课 S——  
消除异议说服顾客 第六课 S——成交 第二篇出色管理——为自己加分 第七课 日常维护——不可忽  
视的细节 第八课 商品管理——精心“照料”你的商品 第九课 陈列与包装——让商品更有吸引力  
第十课 危机管理——居安思危与亡羊补牢 第三篇优质服务——培养长期顾客的关键 第十一课 服  
务为王 第十二课 有效沟通——卓越服务的第一步 第十三课 从满意到非常满意 第十四课 变投诉  
为拥护 第十五课 态度决定一切

## <<金牌零售店员的15堂必修课>>

### 章节摘录

第一课 销售前奏—顾客心理探秘 学习目标 理解顾客购物的原因 掌握顾客购物的心理过程 理解四类人群的购物风格 我们的老祖宗几千年前就总结出了“知己知彼，百战不殆”的真理，尽管当初这条真理是服务于战争的，但谁说商场就不是战场呢？

——只不过没有硝烟罢了！

在这个没有硝烟的战场上，营业员作为在前方冲锋陷阵的一线人员，时时刻刻都在与顾客打交道，千方百计要把商品推销给顾客。

但是，你了解顾客吗？

你懂他们的心理吗？

——什么？

你说不懂？

——所以，你现在只是知己，而并不知彼！

要打一场有把握的战争，最好先把对方的基本情况弄清楚！

— 顾客为什么购买 顾客不会无缘无故买一件商品，而且顾客购买商品的原因也不会人人一样，即使是同一个人，购买这件商品的原因和购买那件商品的原因也可能是不同的。

如果不学一些有关顾客购买动机的知识，可能还真是觉得这个问题很高深莫测呢！

其实，顾客的购买动机基本上可以分为以下几种： 从生理本能的角度来讲，顾客的购买动机可以分为： 为了生存而购买 这是最基本的购买动机。

饿了要吃食物，渴了要喝水，冷了要穿衣服，这些都是人的基本生理需求，离开这些基本条件，人的生存就要受到威胁。

在生活中，人们的购买活动也大部分是由于生存需要而产生的。

尤其是对于一些收入较低、生活条件一般的人而言，购买生活必需品更是占支出比例的绝大部分，甚至是全部，因为不管怎么说，让自己活下去是首要的。

除此以外，健康和安也可以算是生存的需要：当人生病时要买药，当人的安全受到威胁时要想办法保护自己。

## <<金牌零售店员的15堂必修课>>

### 编辑推荐

本丛书吸收国外零售企业先进管理理念，结合中国本土特色，是一套全面实用、操作性极强的零售从业人员提升素质与绩效的图解教程，适合作培训教案和自学教材。

图解零售营业员99个常获的错误，店铺销售的7个黄金法则，金牌零售店员的15堂必修课。

<<金牌零售店员的15堂必修课>>

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>