

<<超级导购>>

图书基本信息

书名：<<超级导购>>

13位ISBN编号：9787302186021

10位ISBN编号：7302186022

出版时间：2008-10

出版时间：清华大学出版社

作者：周小来

页数：236

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>

<<超级导购>>

前言

在市场竞争日趋激烈的今天，零售行业最缺的人才不是所谓的专业管理人士，而是优秀的导购！普通的导购遍地可抓，可是优秀的导购却千里难寻。

我们知道，在卖场中，恐怕没有谁能比导购与顾客接触得更频繁、更密切。

导购的言谈举止、工作态度直接关系到卖场的品牌形象、宣传效果、零售业绩、顾客忠诚度等因素，因此在竞争激烈的市场竞争中，卖场如果治理有方，培养出优秀的导购队伍，将极大地提升自身的竞争力。

但事实上却并不尽如此，有的导购深受顾客喜爱，为卖场吸引和留住许多回头客，而有的导购却让顾客难以接受。

所以，导购的整体素质和水平既影响到卖场在顾客眼中的形象，又影响和制约着卖场的整体管理水平和绩效。

那么，优秀的导购是怎样“炼成”的呢？

怎样才能成就最成功的导购呢？

这就是我们这本书所要探讨的问题。

如果把零售行业的卖场比作战场，那么货品便是子弹，而导购便是一线的战士。

能否在商战中取胜，除了商品要独具特色、具有品牌吸引力外，更重要的是导购要有一线的服务水平和销售技巧。

尤其是在品牌过剩、产品严重同质化的今天，一线导购服务水平和销售技巧的高低，将直接决定卖场的成败。

遗憾的是，尽管一线导购的作用至关重要，但往往没有得到应有的重视：卖场没有将对导购的培训提到战略高度，导购自身也对销售工作缺乏热情和投入，如果单靠一句没有任何感情色彩的“您好，欢迎光临”来应付顾客，销售业绩是不可能理想的！

从另一方面来说，世界上永远没有免费的午餐。

做任何一份工作，都要承受工作带来的压力。

导购工作更是如此：工作时间长、底薪低、辛苦无保障等职业性质决定了不可改变的游戏规则。

但是，导购工作虽然辛苦，却是世界上最有前途的职业之一，因为只要我们锻造了卓越的销售技能，就拥有了白手起家成为亿万富翁的可能。

国美集团董事长兼总裁黄光裕，就是这样一位从导购做起的亿万富翁，他曾经这样评价自己的成功：“我绝不担心我的目标定得太高，因为，把我的箭瞄准月亮而只射中一只老鹰，不比把我的箭瞄准老鹰而射中一块石头更好吗，高目标不会使我敬畏。

面对行进中的困难，跌倒了再爬起来，这连小孩都会做的事，为什么我不能！

只要坚持就会成功，只有努力才能成功！

”他的话对于有志成为最成功导购的你，无疑是一种激励和启示。

那么，就从现在开始行动吧，亲爱的导购朋友们！

相信，只要我们通过不懈的努力，熟练地应对形形色色的顾客，利用导购服务知识取得销售成功，充分施展专业技能创造高额销售业绩，那么我们便能成为最成功的导购，并且为进一步的发展打开一条通路。

<<超级导购>>

内容概要

在市场竞争日趋激烈的21世纪，零售行业最缺的人才除了专业管理人士外，还包括了优秀的导购！身为导购，如何发挥其重要作用？

如何在平凡的岗位上作出不平凡的业绩?如何让自己成为一名卓越的超级导购？

这是本书要一一向你介绍的。

本书从导购的自身定位、职业操守、顾客服务、商品管理、自身修炼与提升等方面，对如何做一名超级导购进行了全方位的阐述。

<<超级导购>>

作者简介

周小来，实战派销售专家，销售管理，培训专家，三眼国际创意文化传播机构签约专家。

周先生曾在多家国内知名公司从事销售工作，近年来致力于销售行为及终端业绩提升的研究，经过大量的企业销售管理和提升终端业绩的市场实践，得出于多项研究成果；其培训风格幽默风趣、轻松活泼、思路清晰、观念新颖，既有理论高度，又能贴近企业实际，具有很强的实践性。

<<超级导购>>

书籍目录

第一章 导购的角色定位与职业操守	导购的角色定位与角色扮演	你的职责不仅仅是把商品卖出去
出去 树立良好的个人形象	优秀导购应具有的良好心态	良好的职业操守是构成导购工作的基础
第二章 刺激顾客消费欲望, 吸引顾客进店观看	灯光照明要能够吸引顾客进入	橱窗是最容易“出彩”的地方
色彩的不同组合表现不同的气氛	保持卖场的干净整洁	是必要的工作
在顾客进店的一刹那留住顾客目光	恰当热情的迎宾方式	一定要让自己忙起来
第三章 把销售工作做到滴水不漏	在销售工作中充分施展微笑	揣摩顾客心理, 随其所需, 应其所变
卖点提炼的原则与方法	巧妙激发顾客的购买欲望	善于用语言艺术说服顾客
识别顾客的购买意图	为销售工作打上完美的句号	第四章 谙熟完美的销售技巧
以诚相待, 也是有条件和方法的	与顾客的第一次接触是个难题	接待顾客的销售技巧
用询问的方式探明顾客需要	把80%的时间用来倾听	肢体语言是不可缺少的表达手段
有效处理顾客异议	第五章 提升卖场顾客服务	的水平
让顾客服务的观念深入人心	卓越导购卖	场服务的流程
提高顾客感知的服务满意度	售前服	务做到有备无患
售后服务让顾客放心使用	第六章	对顾客投诉充满感激
主动为顾客投诉创造多种渠道	顾客投诉为卖场带来了什么	正确处理顾客投诉的一般原则
顾客投诉处理的一般步骤	处理投诉过程中的“禁	语”
第七章 有效管理好你的商品	适销对路的商品配	置
进货管理有窍门	存货控制要安全	盘点作业要精细
损耗控制要严格	第八章 导购的自我修炼和提升	确定目标是
机遇是导购走向成功的捷径	成功与失败的界线在于怎样分配	时间
人脉是导购一生最大的“存折”	像成功人士一样思考	太阳, 别在明天晚上死掉了
像成功人士一样思考	成功是后天的太	后记

<<超级导购>>

章节摘录

第一章 导购的角色定位与职业操守 导购的角色定位与角色扮演 产品很重要，品牌也很重要，但沟通更加重要。

因为如果不能与顾客很好的沟通，再好的产品和品牌也是白费。

作为沟通的桥梁，导购可以和顾客之间建立良好的沟通关系，把卖场或品牌的信息完整、准确地传达出去，并将意见反馈回来。

导购在整个销售过程中扮演着非常重要的角色。

在现代服务理念中，导购的角色已从商业化的销售员、导购扩展到公益色彩更强的服务员，服务功能逐渐强于销售功能。

而顾客也不只限于看到有形的商品，还要享受到无形的服务。

因此，如何成为最卓越的导购，必须先从理解导购的角色定位开始。

1. 导购的多重角色定位 导购是指在零售终端通过现场服务引导顾客购买、促进产品销售的人员。

(1) 与顾客建立良好的沟通关系 导购是卖场（品牌）与顾客之间的桥梁，一方面他们要把品牌的消息传递给顾客，另一方面又将顾客的意见、建议和希望等消息传达给卖场，以便更好的服务顾客。

我们知道，产品很重要，品牌也很重要，但沟通更加重要。

因为如果不能与顾客很好地沟通，再好的产品和品牌也是白费。

作为沟通的桥梁，导购可以和顾客之间建立良好的沟通关系，把卖场或品牌的信息完整、准确地传达出去，并将意见反馈回来。

(2) 代表卖场的服务风格与精神面貌 由于导购面对面地直接与顾客沟通，因此他们的一举一动、一言一行除了代表个人的自身修养、素质外，在顾客的眼中还代表着卖场的服务风格与精神面貌。

因此，导购们必须认识到自己是卖场形象和品牌产品的代表，要时时刻刻注意自己的言行举止，确保服务品质，使顾客在“信赖”的基础上乐于再次光顾。

(3) 站在顾客的立场上给予咨询和建议 只有事先充分了解自己所销售商品的特性、使用方法、用途、功能、价值及每一件商品将会给顾客带来的益处，导购才能适时地为顾客提供最好的建议与帮助。

我们都应该知道，一位优秀的导购，不仅要在服务、业绩上有最好的表现，同时还应该是顾客的生活顾问，应站在顾客的立场上给予他们最多的商品咨询和建议。

(4) 帮助顾客做出选择 导购有责任帮助顾客做出最佳的选择。而且必须在了解顾客需求心理的基础上，使顾客相信购买某种产品能使他们获得最大的利益。

那么，导购如何帮助顾客呢？

询问顾客对商品的兴趣，爱好； 帮助顾客选择他们需要的商品； 向顾客介绍产品的特点； 向顾客说明买到此种商品后将会给他带来的益处； 回答顾客对产品提出的疑问； 说服顾客下决心购买此商品； 向顾客推荐别的商品与服务项目； 让顾客相信购买此种商品是一个明智的选择。

一个优秀的导购能告诉顾客很多有用的信息，提供许多好的主意和建议，能够帮助顾客选择最中意的产品。

(5) 天生就是为顾客服务的 在现今激烈的市场竞争中，竞争优势将越来越多地来自于无形服务，因此一系列微小的细节都能征服顾客，使我们压倒竞争对手。

所以，每一位导购必须牢牢记住：导购是来为顾客进行服务的。

导购只有在充分了解自己所销售产品的特征、使用方法、服务、品牌价值的基础上，适时地为顾客提供最好的服务、建议和帮助，以优良的服务来征服顾客，才能最终压倒竞争对手，赢得销售业绩。

导购服务和销售的对象是顾客，也就是说顾客是卖场最重要的人。

<<超级导购>>

我们只有赢得顾客的心，才能让卖场在社会上生存。

直接与顾客进行接触的导购，是卖场销售的主体。

导购工作的好坏决定了产品的销售量，也决定了卖场能否取得进一步的发展。

同时，导购是发现顾客的需求和愿望，并说服顾客购买的人，因此导购是卖场业绩提升和业务发展的基础力量。

2. 导购的角色扮演 上面我们已经谈过，导购具有多达六重的身份，这足以说明导购角色的重要性。

那么，作为导购应该怎样扮演好这些角色呢？

(1) 充分理解品牌的理念与文化 充分理解卖场的理念与文化，将自己融入文化中，而不是作为旁观者自说自话。

每个品牌都有自己独特的文化，例如太子龙品牌透析出“自信自然出色”、李宁品牌透析出“一切皆有可能”。

只有在把握了品牌文化的前提下，在卖场销售时，导购才能真正将文化推广出去，从而有效地达成销售。

(2) 保持一颗良好的心态 导购应该保持一个良好的心态去看待平凡的工作。

有些导购觉得在平凡的岗位上体现不出自己的人生价值，大有“英雄无用武之地”的感慨，因而产生消极的思想，导致养成大事做不来，小事又不做的坏习惯。

不管干哪一行，只要保持一个良好的心态，就不存在工作的高低贵贱了。

如果你是一名导购，千万不要认为这是低下的工作，因为你是在为人服务，服务本就是一件光荣的事，别人会因为买到了称心的衣服而对你感激不尽。

态度决定一切，保持良好的心态可以使导购保证高昂的战斗力和。

一般来说，导购的工作具有较大的挑战性，因为每天都要面对不同类型的顾客。

这个时候保持一个良好的心态，服务才会好起来，良好的品牌形象也才能传递出去。

(3) 对顾客真诚以待 卖场服务是导购必须具备的一项技能。

对于一般的卖场来说，售前、售中服务大家都能做得很好，可是关键的售后服务却不够好，这不能不说是一个遗憾，因为真正能留给顾客长久印象的还是售后服务，比如顾客在买了件产品之后，突然在生日时收到一张生日卡片与一份生日礼物，肯定会惊喜万分，品牌形象也就印在脑海里了。

当然，无论是售前、售中还是售后服务，都必须真诚对待，不仅要重视形式，更要重视内容。这样才能逐渐培养出一批忠诚度比较高的顾客。

(4) 根据市场信息及时做出反应 顾客对产品或卖场的评价是多方面的，也是从自身的利益点提出的，可是当这种现象不是孤立存在，而是普遍存在的时候，就证明是卖场本身存在着致命的缺陷。

这时，卖场需要根据导购所提供的信息迅速进行弥补和改善。

(5) 对顾客的心理进行分析 顾客所传递的信息跟顾客本身的动机有很大的关系。

举例来说，有的顾客为了享受到更大的优惠而说其他竞争品牌好，其实该竞争品牌的某些方面并不适合自己。

凡此种种，都需要导购去分析把握。

另外，为了把顾客吸引到卖场，更要对顾客的心理进行分析，从而在卖场货品筹备、氛围布置和促销活动操作上来吸引顾客。

你的职责不仅仅是把商品卖出去 若站在顾客的角度，导购的工作职责是为顾客提供服务，并帮助顾客做出最佳的选择。

因此，导购必须保持良好的服务心态，创造舒适的购物环境，积极热情地接待顾客，向顾客推荐商品，并帮助其做出恰当的选择。

每个人都有自己的岗位和职责，所谓“在其位，谋其政”，我们必须把自己的工作做好。

一家卖场有不同的岗位，只有在不同岗位的人能够认清自己的岗位职责，漂亮地完成自己的工作，卖场才能够健康发展。

那么，导购的工作有哪些呢？

1. 你的职责不仅仅是把商品卖出去 在卖场，导购直接和顾客进行面对面的沟通与交流，向

<<超级导购>>

顾客介绍商品，回答顾客的问题，帮助顾客做出购买决策。

把商品卖出去是导购的天然职责，但作为一名好的导购，必须懂得站在顾客和卖场双方的角度，来考虑自己的工作职责。

一般来说，导购的工作职责应该包括如下几个方面。

(1) 把产品卖出去，为卖场赚取利润 作为一名导购，最主要的工作之一就是把产品卖出去，为卖场赚取利润。

也只有这样，导购才有其存在的价值。

因此，导购要善于利用自己所掌握的各种销售技巧、业务知识和商品知识，通过热情大方、有创造力的服务方式取得顾客信任，与顾客建立良好的人际关系，提高顾客的消费量和消费频率，使产品销量增加。

运用各种销售技巧，营造顾客在卖场的参与气氛，提高顾客的购买愿望，提升卖场的营业额；按照规定完成每日、周、月的报表等填写工作，做好专柜销售记录和定期盘点库存，确保商品账实相符。

(2) 帮助顾客做出最佳的选择 若站在顾客的角度，导购的工作职责是为顾客提供服务，并帮助顾客做出最佳的选择。

导购在了解顾客需求心理的基础上，使顾客相信购买某种产品能使他获得最大的利益。

因此，导购必须保持良好的服务心态，创造舒适的购物环境，积极热情地接待顾客，向顾客推荐商品，并帮助其做出恰当的选择。

(3) 做好卖场维护工作 导购应该做好卖场陈列等方面的工作，保持商品与促销用品的摆放整齐、清洁有序。

营业前的准备工作、营业中的辅助性工作以及营业后的清点、整理、补货工作都属于卖场维护的范围。

作为卖场的一员，导购必须做好卖场维护，为顾客营造一个舒适、温馨的购物环境。

(4) 提高卖场及品牌的知名度 导购不仅要向顾客销售产品，更要宣传产品背后的品牌。

通过导购的服务，向顾客展示良好的卖场形象，提高卖场及品牌的知名度。

因此，导购要在介绍产品的基础上，介绍产品的品牌价值及品牌承诺，让顾客不仅买到产品本身，更买到一份放心。

(5) 多方面收集并向卖场管理者反馈信息 导购是在卖场直接与顾客打交道的产品销售者。

因此，导购要利用直接在卖场与顾客、产品打交道的有利条件，多方面收集并向卖场管理者反馈信息。

具体包括：
 了解企业的经营理念、企业文化以及所销售商品的特点；
 及时妥善处理顾客的抱怨，收集顾客对卖场的意见、建议和期望，并将信息反馈给卖场，以帮助卖场改善经营策略和服务水平；
 收集竞争对手的产品、价格、市场等各方面信息，并将信息反馈给卖场，为卖场的经营决策提供参考；
 记录卖场对卖场品牌的要求和建议，及时向主管汇报，建立并保持与卖场良好的客情关系，获得最佳的宣传和促销支持；
 了解卖场的销售、库存情况和补货要求，及时向卖场管理者反映。

2. 一天的工作流程 一般来说，导购的工作是比较繁忙的，其一天的工作流程如下。

(1) 营业前 按规定的班次上下班，如有特殊情况需要更换班次，必须事先征得部门批准，办妥手续；
 及时签到，规范着装，整理仪表，佩戴好工牌；
 认真完成柜内清洁，整理补充商品，检查标价签、照明器具、道具、POP等，做营业准备工作；
 准时认真参加早会；
 做好销售“待机”。

所谓“待机”，就是卖场已经开始营业但顾客还没有上门或暂时没有顾客光临之前，导购边进行销售准备，边等待接触顾客的机会。

在这个时候，必须注意自己正确的“待机”姿势：将双手自然下垂，轻松交叉于身前，两脚微分，平踩在地面上，身体挺直，朝前，站立的姿势不但要使自己不容易感觉疲劳，而且还必须使顾客看起来很舒服。

正确的“待机”位置：
 站在能够照顾到自己负责的商品区域，并容易与顾客进行初步接触的

<<超级导购>>

位置为宜。

在销售“待机”的整个过程中，要时时以顾客为重。

一旦有顾客有所求，导购应该马上放下手中的工作，来迎接顾客。

(2) 营业时 开店时，站在规定位置对进店顾客行礼致意：“早上好，欢迎光临”，面带微笑，精神饱满；在不影响销售的情况下，时常整理货架，更换新品，检查标价签，巡视负责区域内的货架，了解销售情况；根据销售动态及时做好补货上架，做好清理、整洁工作；协助顾客挑选商品，回答顾客询问，接受顾客的建议；注意卖场内的顾客，有礼貌地制止顾客的不良行为；集中精力，注意观察，防止偷窃等各种意外事件的发生；对离开的顾客表示感谢，热情送客。

(3) 营业后 负责打扫区域内卫生；检查劳动工具；认真填写交接班记录；进行当日盘点。

交接班时，中班人员须按时到岗与早班人员办理交接手续，认真清点商品并做好交接记录，要求边营业边交接，力求准确、快速；早班人员如遇到接班人员未到岗，不得随意离岗，在店长安排好接班人员后才能下班；交接班时不得高声喧哗，不得影响顾客购物；交接班后须按时考勤下班，不得无故在卖场逗留。

打烊曲响起时，对尚未离去的顾客要有耐心，不可无视顾客而收拾商品，要尽心尽责服务到最后一位顾客满意离去。

树立良好的个人形象 仪容、仪表、仪态和得体的语言、良好的心理素质，对树立良好的个人形象和卖场形象，建立成功的公共关系都会产生积极的影响。

导购是产品销售活动和公共关系活动中的主体，其自我礼仪面貌，即仪容、仪表、仪态和得体的语言、良好的心理素质，对树立良好的个人形象和卖场形象、建立成功的公共关系都会产生积极的影响。

因此，导购必须把个人的礼仪面貌当作一种职业要求加以重视，从一点一滴做起。

1. 端庄、整洁、得体的仪容 端庄、整洁、得体的仪容是一个人素质的外在表现，它将给顾客以直接印象，取得好感方能有效沟通。

如果一个导购不修边幅、蓬头垢面，就会给顾客留下不良印象，直接影响顾客的购买行为。

一般来说，导购的仪容修饰以平实、大方为原则。

(1) 美观自然的发型 导购的头发必须保持整齐清洁，发型美观自然，即要符合常人的一般性要求，又要遵循本职业的特征，不可过于前卫，比如染成过于鲜艳的颜色等。

美观的发型能给人一种整洁、庄重、洒脱、文雅、活泼的感觉。

一般来说，男导购的发型遵循前不遮眉，侧不遮耳，后不及领，面不留须的原则；女导购的发型要前不遮眉，发不过肩，不可以随意披头散发，长发要盘起等。

在遵循这些基本原则的前提下，再根据不同人的发质、身材、脸型等选择合适的发型，就可以扬长避短，增加人体的整体美。

(2) 面部修饰要洁净和自然 女导购上班必须化淡妆，口红使用接近唇色，不可过于鲜红，禁用紫、黑等前卫色，男导购必须保持面部清洁，刮净胡子，不得蓄须。

作为直接面对顾客群的导购，面部修饰的第一原则是洁净，同时要保持自然，给顾客以朝气蓬勃、诚实可信的感觉。

在洗脸、化妆以及其他可能的情况下，要特别留意自己的眉毛是否清洁。

对于那些不够美观的眉形，平时必须认真修理。

(3) 干净秀美的肢体修饰 导购应拥有一双保养良好、干净秀美的手臂。手臂要确保无泥垢、无污渍。

另外，指甲长度要适宜，修剪要整齐干净。

同时，导购还要注重对腿、脚进行修饰，不要光腿、光脚，还要讲究卫生，勤洗脚、勤换鞋袜。

2. 得体整洁的着装 导购穿着整洁的产品是基本礼仪之一，可以反映出导购对本职工作严肃认真、充满热情的精神状态，也体现了对顾客充分的尊重。

导购要通过外观穿戴的整洁划一，努力提高自己的审美情趣，形成踏实的工作作风，以便得到顾

<<超级导购>>

客的信任感和认同感。

整洁划一的着装，能展现导购形体、容貌、气质和谐的整体美。

其构成因素主要有：产品饰物的款式、色彩、质地等；还要注意与着装的环境和个人气质相配合等。

以着装的色彩搭配为例，着装的配色讲求一定的规律，它主要有以下几种方法：同色相配，也就是选择衣服色彩的相近或相同，为营造和谐统一的着装效果，选择反映深浅不同层次的相近颜色进行组合搭配：相似搭配是指选择两种相似色调，其色调反映出的明亮度和纯度需要有所差别，比如，深蓝和浅绿搭配效果很好：主次搭配就是选择一种发挥主导作用的主色调，相配各种次色调，使之形成整体色彩相互映衬的效果。

另外，导购在选择产品时还要注意脸型与产品的搭配。

人的脸型一般有长、圆、方型三种。

不管你属于哪种脸型，穿衣时都应根据视觉原理来进行平衡，弥补缺陷。

<<超级导购>>

编辑推荐

打造卓越导购的52条法则。

导购是什么？

导购需要做什么？

导购的角色定位是什么？

怎样才能成为一个合格的导购？

怎样才能成为一个超级导购？

本书将告诉你一切！

超级导购：打造卓越导购的52条法则。

优势服务 王牌店长：锻造优秀店长的52条黄金攻略。

黄金卖场：有效提升卖场业绩的100个细节。

<<超级导购>>

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>