

《做最好的导购》

图书基本信息

书名：《做最好的导购》

13位ISBN编号：9787504480132

10位ISBN编号：7504480134

出版时间：2013-4

出版社：中国商业出版社

作者：李昊轩

页数：246

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《做最好的导购》

前言

心有多大舞台就有多大 导购人员连接着产品与顾客，是战斗在第一线的销售精英。商业活动本身就是一种买卖关系，导购人员无疑扮演了执行者的角色。但是，他们不仅仅是交易员，还扮演着市场情报员、企业形象大使、产品趋势顾问等角色。一个导购员的舞台有多大，完全取决于他的心胸有多广。

从字面上来看，“导购”包含了“导”和“购”两个过程，也就是“引导”和“购买”。导购人员的工作核心就是导购，帮助顾客选择，实现顾客在该店的购买目的。在愈演愈烈的终端销售战中，导购人员对于整个行业竞争的重要性是不言而喻的。

导购人员是形象代言人：导购人员面对面地直接与顾客进行沟通，其一举一动、一言一行在顾客的眼中就代表着品牌的形象。一个飞机场旁边的大型路牌不如在商超门前的一个小路牌；商超门前的一个小路牌不如通往终端店路上的几个指引牌；路上的几个指引牌不如个性鲜明的终端形象；个性鲜明的终端形象不如一个具有感召力的强势大品牌；强势大品牌不如一个成交率高的好导购。导购人员的形象塑造功能，怎么强调都不过分。

导购人员是沟通大师：导购人员是品牌与顾客之间的桥梁，一方面把品牌的信息传递给顾客，另一方面将顾客的意见、建议和希望等信息传达给企业，以便更好地服务于顾客。商品的质量很重要，但是导购人员的服务更加重要，因为商品不能和顾客进行交流，只有导购人员与顾客之间建立良好的沟通关系，把企业的信息完整传递出去才能达成交易。

导购人员是服务大使：导购人员在充分了解自己所销售的产品的特征、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，压倒竞争对手，而那些潜在的顾客就是在导购人员的热情和微笑中产生的。

一个不争的事实是，企业无论打多少广告，最终临门一脚还是要靠导购人员的真功夫，一名优秀的导购人员和一名不合格的导购人员相比，其销售业绩迥然不同，少则几倍，多则几十倍。因此，一个好导购胜过一个强势的大品牌，优秀导购成了今天所有商家争抢的对象。

在商场中，当顾客表情漠然毫无反应时，当顾客对产品心存疑虑、对价格存在异议时，当顾客总是挑剔你的产品，拿你的产品和其他品牌相比较时，导购人员应该怎么说、怎么做、这里面大有学问，也包含着无尽的智慧。

首先，在职业定位上，导购人员不能仅仅把自己看做是卖东西的，而应该扮演好世界上最伟大推销员的角色。其次，在具体工作中，导购人员要掌握漂亮的销售技能，通过三言两语能左右顾客的购买意愿，引导他们顺利下单。再次，遇到促销难题时，导购人员要善于察微知著，从而找到破解僵局的门径。诸如此类，导购的销售智慧可以说是无穷无尽的，最重要的是，我们必须静下心来踏实肯干，边学边悟，逐步从一个导购菜鸟成长为销售精英。

本书就一名优秀的导购人员应该具备的技能，以及如何成为一名优秀的导购人员做了详细的讲解与建议，希望能够为广大的导购人员提供一些帮助，从而在实践中灵活运用，成为商场上左右逢源、屡创佳绩的销售大师。

《做最好的导购》

内容概要

《做最好的导购(升级版)》就一名优秀的导购人员应该具备的技能，以及如何成为一名优秀的导购人员做了详细的讲解与建议，希望能够为广大的导购人员提供一些帮助，从而在实践中灵活运用，成为商场上左右逢源、屡创佳绩的销售大师。

导购人员连结产品与顾客，是战斗在第一线的销售精英。商业活动本身就是一种买卖关系，导购人员无疑扮演了执行者的角色。但是，他们不仅仅是交易员，还扮演者市场情报员、企业形象大使、产品趋势顾问等角色。一个导购员的舞台有多大，完全取决于他的心有多广。

《做最好的导购》

作者简介

李昊轩，上世纪七十年代末生于塞外，是历经现实与梦想剧烈冲击的一代。他热衷于社会事务，致力于社会科学的大众普及和商业应用方面的创新和产业化发展，倾情打造极具实用价值和趣味性的心智开发系列图书，敬请关注。

书籍目录

序言：心有多大舞台就有多大

第一章 你就是产品的形象大使——设计成功的职业形象

1. 留下良好的第一印象
2. 着装细节展示职业美感
3. 加强日常礼仪修养
4. 形体动作是无声的语言
5. 保持优雅的服务姿势
6. 微笑是你最好的名片
7. 努力把自己做成品牌

第二章 不是会卖东西就是导购——训练合格的导购素养

1. 心态：好心态决定好状态
2. 定位：做导购不是混日子
3. 习惯：养成科学的销售规范
4. 知识：用专业商品知识打动顾客
5. 陈列：紧抓顾客的第六感
6. 盘点：货品管理做到井井有条
7. 激情：始终保持对职业的热爱

第三章 顾客最关心的永远是自己——谙熟顾客的购买心理

1. 希望享受到上帝般的服务
2. 顾客都希望被尊重
3. 男女顾客消费心理的差异
4. 人人都有“从众”心理
5. 担心自己上当受骗
6. 顾客都有喜欢便宜的心理

第四章 好的开场等于成交了一半——掌握漂亮的销售话术

1. 找准成功的交际切入点
2. 如何说顾客才会听
3. 打招呼，没那么简单
4. 展示出你的亲和力
5. 用强大的气场吸引对方
6. 开场报价别吓退顾客
7. 推荐的话要诚恳地说

第五章 透过蛛丝马迹见机行事——积累丰富的察微技巧

1. 眼神暴露顾客的内心机密
2. 视线投射的方向大有深意
3. “声调”吐露顾客的真个性
4. 从“讲话方式”看个性
5. 注意与手相关的小动作
6. “看热闹”的顾客未必是在“随便逛逛”
7. “看门道”的顾客应该如何接待

第六章 弄清需求，找到销售引爆点——激发顾客的购买欲望

1. 充分了解顾客的购买动机
2. 摸清顾客眼里的“物美价廉”
3. 快速找到顾客的兴趣点
4. 帮对方找到自己的真实需求
5. 如何使用SPIN提问技巧
6. 促使顾客购买要多提示

第七章 做世界上最伟大的推销员——练就强大的推销本事

1. 导购人员要有推销的真本事
2. 信誉的推销才是根本
3. 讲一个真实的故事，让顾客心动
4. 说得再好也不如亲自体验
5. 怎样推销顾客不感兴趣的产品
6. 不推销产品，而是推销概念
7. 用“免费的午餐”促销
8. 在销售中建立长久的业务联系

第八章 扮演好“救火队长”的角色——善于化解顾客的异议

1. 搞清楚顾客为什么抱怨
2. 面对刁难要淡定
3. 学会向顾客提问
4. 在顾客面前勇于认错
5. 彻底消除顾客的戒心
6. 妙用顾客好面子的特点
7. 善于化解顾客的敌意

第九章 在与顾客攻防中成交——完成最终的赢单目标

1. 减少客户对风险的担忧
2. 利用顾客冲动的心理
3. 在“半推半就”中搞定顾客
4. 善用顾客的逆反心理
5. 在销售中制造一种紧迫感
6. 帮顾客缩小选择范围
7. 鼓励客户下定决心
8. 永远不要泄露自己的底牌

第十章 最好的服务成就永久的生意——提供完美的售后服务

1. 优良的服务是最佳广告
2. 售后不好，顾客全跑
3. 在服务细节上下足功夫
4. 为顾客服务，为顾客增值
5. 经常和老顾客保持联络
6. 打造一流的服务水平
7. 改进服务的秘诀
8. 有了好名声就会有好买卖

第十一章 行业销售冠军是如何炼成的——缔造业绩的实战操练

1. 服装导购
2. 橱柜导购
3. 家居建材导购
4. 家具导购
5. 超市导购
6. 珠宝首饰导购
7. 私家车导购

版权页： 2.女性顾客 在现代社会，谁抓住了女性，谁就抓住了赚钱的机会。导购人员要想快速提高交易量，就应该把握住女性顾客的心理特点，充分挖掘女性消费市场。（1）追求美观 女性顾客非常注重商品的外观，将外观与商品的质量、价格当成是同样重要的因素来看待，因此在挑选商品的时候，女性会非常注重商品的色彩、式样。（2）追求时髦 俗话说：“爱美之心，人皆有之”。对于女性顾客来说，就更是如此。不论是年轻女子，还是中老年女性，她们都愿意将自己打扮的美丽一些，充分展现自己的女性魅力。尽管不同年龄层次的女性具有不同的消费心理，但是她们在购买某种商品时，首先想到的就是这种商品能否展现自己的美，能否增加自己的形象美，使自己显得更加年轻和富有魅力。如：女性顾客会比较喜欢造型别致新颖、包装华丽、气味芬芳的商品。（3）感情强烈，喜欢从众 女性一般具有比较强烈的情感特征，这种心理特征表现在商品消费中，主要是用情感支配购买动机和购买行为。比如，受到同事的影响，女性顾客喜欢购买和他人一样的东西。（4）喜欢炫耀，自尊心强 对于很多女性顾客来说，之所以购买商品，除了满足基本需要以外，还有可能是为了显示自己的社会地位，向别人炫耀自己的与众不同。在这种心理的驱使下，她们会追求高档产品，而不注重商品的实用性，只要能显示自己的身份和地位，她们就会乐意购买。男人与女人之间存在很大的差异，导购人员在销售过程中要具体问题具体分析，针对男女的不同特征，来“对症下药”，从而促成交易的成功。【金牌导购战术】正所谓“知己知彼，百战不殆”，导购人员在充分了解男女的消费心理后，接下来再与顾客交流的时候，采取有针对性的推销策略，投其所好，就容易赢得信任，成功地实现赢单的目标。

4.人人都有“从众”心理 一个人在一种真实或臆想的群体压力环境下，认知通常会以多数人的行为准则为标准，进而在行为上表现出努力与之趋向一致的现象，这是一种普遍的社会心理现象。歌德说：“不管努力的目标是什么，不管他干什么，他单枪匹马总是没有力量。合群永远是一切善良思想的人的最高需要。”生活中总会发现这样的现象：在人流如织的街面上，无论哪家店面，只要有成群结队的顾客光顾，那么这家店面的人就会越来越多；在繁华的商场里，只要人们争先恐后地抢购一种商品，那么便会有越来越多的人加入到抢购者的行列；在临街的草坪拐角处，如果有几个人踏出了几个脚印，那么便会有更多的人从这里穿行，进而形成了一条小路；在同一个班级中，如果有几个孩子学英语，那么其他孩子的父母也会让自家的孩子开始学英语；在书店中，如果有一群人买同类的高考复习资料，那么该项复习资料就会卖的越来越火。

《做最好的导购》

编辑推荐

《做最好的导购(升级版)》编辑推荐：好导购是做出来的！做最好的导购，让销量飞起来！理念改变一小点儿，销量提升一大步！一部教你在零售终端留住顾客脚步的实战教材！让同事心服口服，让业绩突飞猛进，让老板刮目相看的秘笈所在！聚焦“最好”，全面打造导购的最优素养，培养最佳导购能力，打造最有战斗力的导购团队！

《做最好的导购》

精彩短评

1、十年专业导购？开玩笑吧

《做最好的导购》

精彩书评

- 1、在销售过程中，导购人员若能做到激起顾客的好奇心，使顾客迫切地想知道他说的那个好东西究竟是什么，达成交易也就势在必行了。当然，在必要的时候，导购人员可以进行一些简单的示范，证实推荐的产品确实不错，使顾客根本没有机会拒绝，推销的成功就会更大。
- 2、作为一名优秀的导购人员，在实现整洁着装的基础上，要时刻注重礼仪修养，博得顾客的好感。导购人员的行为举止要做到彬彬有礼，要能遵守一般的进退礼节，举止有度，尽量避免一些不礼貌或者不文明的言辞，让顾客误解你是一个修养不够的人。

《做最好的导购》

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:www.tushu000.com