第一图书网, tushu007.com

<<导购应该这样说>>

图书基本信息

书名：<<导购应该这样说>>

13位ISBN编号：9787514204469

10位ISBN编号：7514204466

出版时间：2012-1

出版时间：印刷工业出版社

作者：王宝玲

页数：100

字数：100000

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

前言

导购员不仅是联系厂家和销售商的纽带，更是销售商和顾客之间的桥梁，也是顾客在店铺和卖场中购买产品时接触最频繁、最密切的人。
一线导购员的服务水平和销售技巧直接决定了产品的销量。
　由于人们购物需求的门槛不断提高，消费者在购物时除了考虑自身的基本需求，还开始追求商品所带来的精神上和心理上的享受，考虑产品能否突显自己的品位和个性，是否能够满足自身职业、身份、年龄的要求，加上众多国内品牌纷纷崛起和国外品牌的大批涌入，零售行业的竞争变得日益激烈起来。
　为了能在竞争中取胜，零售商们纷纷打响广告战、促销战、终端拦截战、价格战，但是由于竞争方式的日益同式化和产品结构的同质化，不少零售商并没能从整体管理策略上取胜，反而是那些站在产品销售终端地点的导购员，成了零售商们在零售行业中脱颖而出的重要决定因素之一。
导购员服务水平的高低，直接决定了产品的销售量、企业销售的成败。
商家的“ 战争 ”开始转变为导购员之间的“ 战争 ”。
　让导购员在“ 战争 ”中取胜的最有效利器是什么？
那就是好口才。
俗话说：“ 三寸之舌胜于百万雄师。
”拥有一副好口才的导购员能够赢得更多的销售业绩，拥有更广阔的发展空间。
良好的沟通可以帮助导购员吸引顾客的注意力、激发客户的兴趣和购买欲望、消除客户疑虑，还能够缓解紧张气氛，使导购员能够自如地与顾客交谈，充分地向客户传递信息，掌握主动权，实施销售策略，从而赢得顾客的认同。
导购员只有通过正确的沟通，消除沟通中的多种问题，才能在顾客心中建立信任，让客户放心购买，这样一来，销售业绩自然就上去了。
所以，对于导购员来说，谁与顾客沟通更有效，谁成功的机会就更大。
　那么，在这个顾客越来越难以满足，顾客的需求越来越苛刻的时代，又加上顾客类型不一、销售场景多变、产品性质不同，导购员应该怎样说才能赢得更多顾客呢？
　理论化的说法难免会陷入空谈，经验化的说话方式难免会有失偏颇，而缺乏市场调查和导购实践的说话方法，终究又会因为实战性不足而缺乏指导性。
为了打破这些限制，本书特别从导购员口才训练的八个方面，即管好嘴，站好位——千万别让顾客反感你；轻松问，慎试探——明确顾客的最大需要；会介绍，知轻重——向顾客还原产品原貌；邀体验，谈感受——使顾客说出购买理由；巧议价，诚相待——让顾客感觉物有所值；解异议，化矛盾——让产品交易水到渠成；解疑难，不敷衍——制造再次交易的机会；看清人，再开口——应对不同顾客的技巧，向导购员介绍了如何用好口才来引导顾客顺利购物的方法。
同时，本书还结合导购的整个流程，在每一章尾都配有“ 导购链接 ”，从大方面充分讲述了导购员应具有的销售素质、销售观念以及销售技巧，指导导购员提升口才技能，让不可预知、变化多端的成交变得易如反掌！
　当然，这本书不仅可以作为商场、超市以及一些专卖店或是零售企业对导购员进行培训的教程用书，同样还可以作为导购员的自学用书。
　最后，祝愿每一位看过本书的导购员能够走出口才的误区，从书中找到适合自己的口才提升技巧，使终端销售的业绩节节高升！

<<导购应该这样说>>

内容概要

"
《新概念英语》是世界性的英语教程。
本版是自1967年该书出版以来，作者亲自为中国学习者修订的最新版本。
这套经典教材通过完整的学习体系，帮助学生掌握英语的四项基本技能——听、说、读、写，并在学习过程中最大限度地发挥自己的潜能。
其辅导丛书由原编著者何其莘教授亲自主持编写，亚历山大先生担任顾问，内容涵盖自学导读、练习详解、词汇、语法以及录音练习等各个方面，是奉献给中国广大英语爱好者的一套权威辅导用书。

"
"
《新概念英语》是世界性的英语教程。
本版是自1967年该书出版以来，作者亲自为中国学习者修订的最新版本。
这套经典教材通过完整的学习体系，帮助学生掌握英语的四项基本技能——听、说、读、写，并在学习过程中最大限度地发挥自己的潜能。
其辅导丛书由原编著者何其莘教授亲自主直嘈矗?抢?酱笙壬?H喂宋剩?谌莺?亲匝Ｙ级痢17.废跋杲狻4.驶恪⒂锓┬约奥家袅废暗雀鞲龇矫妫?欠钕赘?泄?愦笥⒂锇?谜叩囊惶兹«?ū加檬椤?br
/>"
"
《新概念英语》是世界性的英语教程。
本版是自1967年该书出版以来，作者亲自为中国学习者修订的最新版本。
这套经典教材通过完整的学习体系，帮助学生掌握英语的四项基本技能——听、说、读、写，并在学习过程中最大限度地发挥自己的潜能。
其辅导丛书由原编著者何其莘教授亲自主持编写，亚历山大先生担任顾问，内容涵盖自学导读、练习详解、词汇、语法以及录音练习等各个方面，是奉献给中国广大英语爱好者的一套权威辅导用书。

"
"
《新概念英语》是世界性的英语教程。
本版是自1967年该书出版以来，作者亲自为中国学习者修订的最新版本。
这套经典教材通过完整的学习体系，帮助学生掌握英语的四项基本技能——听、说、读、写，并在学习过程中最大限度地发挥自己的潜能。
其辅导丛书由原编著者何其莘教授亲自主持编写，亚历山大先生担任顾问，内容涵盖自学导读、练习详解、词汇、语法以及录音练习等各个方面，是奉献给中国广大英语爱好者的一套权威辅导用书。

"
"
《新概念英语》是世界性的英语教程。
本版是自1967年该书出版以来，作者亲自为中国学习者修订的最新版本。
这套经典教材通过完整的学习体系，帮助学生掌握英语的四项基本技能——听、说、读、写，并在学习过程中最大限度地发挥自己的潜能。
其辅导丛书由原编著者何其莘教授亲自主持编写，亚历山大先生担任顾问，内容涵盖自学导读、练习详解、词汇、语法以及录音练习等各个方面，是奉献给中国广大英语爱好者的一套权威辅导用书。

"
"

第一图书网, tushu007.com

<<导购应该这样说>>

《新概念英语》是世界性的英语教程。
本版是自1967年该书出版以来，作者亲自为中国学习者修订的最新版本。
这套经典教材通过完整的学习体系，帮助学生掌握英语的四项基本技能——听、说、读、写，并在学习过程中最大限度地发挥自己的潜能。
其辅导丛书由原编著者何其莘教授亲自主持编写，亚历山大先生担任顾问，内容涵盖自学导读、练习详解、词汇、语法以及录音练习等各个方面，是奉献给中国广大英语爱好者的一套权威辅导用书。

"
"
本版是《新概念英语》首次出版以来第一次推出的新版本。
这套经典教材一如既往向读者提供一个完整的、经过实践检验的英语学习体系，使学生有可能在英语的4项基本技能——理解、口语、阅读和写作——方面最大限度地发挥自己的潜能。
新版本保留了《新概念英语》得以成为世界闻名英语教程的一整套基本原则，同时又包含了以下重要特色。

· 所有课文和练习中有关时事的内容都已更新。

· 所有过时的课文都已更换，由新课文和配套的新练习、新插图取代。

· 原有的教学法经过调整，以利于提高学生的交际能力。
从第一课开始就安排了有效的呼力训练。

· 教材更简洁精练，过去作为补充材料单独出版的句型训练和笔头练习均已取消，其精华纳入主干教程。

· 为了帮助中国的英语学习者，新版增加了英汉对照词汇表、课文注释、简短的练习讲解和课文的参考译文。

· 版面加大，在可能情况下，每课书相对独立，以方便课堂教学。

本产品仅含磁带，配套图书请另行购买"
"
本练习册是专为使用《新概念英语》（新版）的中国学生而编写的，为《新概念英语》（新版）的配套练习。
学生可一课一练，巩固教材中每课所学的内容，以便更轻松、更灵活地掌握课文中的重点和难点。
本练习册也可作为英语教师的辅助教材和广大英语学习者自学的实用参考。

本练习册有以下特点：
· 由《新概念英语》（新版）作者根据每课的内容而亲自编写。

· 练习内容全面，练习形式多样，有的放矢地针对每课的重点和难点加强训练，以达到最好的效果。

· 既可在课堂上使用，也可以根据学习者自己的学习进度自行安排练习。

· 可以直接在练习册上做练习。

· 练习册后附有正确答案，方便学习者核查。

第一图书网, tushu007.com

"

作者简介

王宝玲（Dr. Jack Wang）
台湾大学经济系毕业，美国加州大学MBA、统计学博士。
现任盖曼群岛商创意创投董事长，香港华文网控股集团、上海兆丰集团及台湾擎天文教暨补教集团总裁，并创办台湾采舍国际公司、北京含章行文公司、华文博采文化发展公司。
为台湾知名出版家、营销学大师，对企业管理、个人生涯规划及微型管理、营销学理论及实务，多有独到之见解及成功的实务经验。

主要著作：《用听的学营销》《为什么没有业绩》《超级销售口才训练方法》《管理者Know How》《紫牛学管理》《销售应该这样说》《销售潜规则》《王道：成功3.0》《王道：业绩3.0》等近百册。

书籍目录

第一章
第二章
第三章
……

章节摘录

版权页： 插图： （1）一切从实际出发——用事实做出发点 人人喜欢听赞美的话，顾客也不例外。
只要在恰当的时机说出一些赞美的话，抓住顾客的这一弱点，就能很好地促成销售。
需要注意的是，赞美必须以事实为依据，有理有据，才能达到相应的效果。
反之，空穴来风，势必就不会赢得顾客的好感与喜欢。
例如：当你见到一位其貌不扬的小姐，却偏要对她说：“ 你真是美极了。
”对方立刻就会认定你所说的是虚伪之致的违心之言。
但如果你着眼于她的服饰、谈吐、举止，发现她这些方面的出众之处并真诚地赞美，她一定会高兴地接受。
可见，赞美一定要以事实作为基础，这样才能让人接受、信服。
说到这里，什么才是赞美的恰当时机呢？
就是在与顾客交谈中，导购员情不自禁地认为这样赞美最恰当的时候，这一时刻就是赞美的最佳时机。
当然，赞美之辞只要发自内心，让顾客认可，那么顾客就会非常高兴。
作为导购员来说，一般你可以直接赞美顾客所做的事，或者借助于第三人的口吻表达夸奖之意即可。
在进行夸奖之前，一定要注意观察，积累一些素材，包括事实依据，这样才能够有效引导顾客。
（2）赞美重在夸人，而非夸物 作为导购员来说，赞美的话语是说给顾客听的，自然要与顾客相联系。
换句话说，就是需要导购员联系顾客进行赞美，这样才能受到顾客的欢迎。
就连美国商界奇才鲍罗齐也说过：“ 赞美顾客比赞美你的商品更重要，因为让你的顾客高兴，就等于成功了一半。
”试想，如果你在赞美顾客的时候，一直拍着顾客的车说：“ 好车，真是一辆好车！
”这样，即便你把顾客的车夸上了天，那么顾客也不会为之心动。
因为，车子再漂亮，也只是生产厂家的功劳，与车主自身没有任何关系。
相反，聪明的导购员会直接说：“ 这车保养得真好。
”言外之意就是在夸赞顾客本身，这样又怎么不会得到顾客的喜欢呢？
所以说，在夸奖的时候，尽量与顾客相联系，这样顾客才会主动“ 领情 ”。
比如，你是一位服装导购员，可以在交谈时这样说：“ 小姐，您真有眼光，一进门就看到了我这款‘ 镇店之宝 ’了。
”如果你是一位汽车导购员，你可以这样说：“ 自古‘ 香车配美女 ’，今天这款车终于找到自己的主人了 ”等。
（3）赞美要因人而异，不要千篇一律 每个人在成长过程中的人生体验不同，性格各异，同时都拥有一种希望别人注意到他与众不同的心理。
如果导购员能够在赞扬顾客的时候，顺应顾客的这种心理，并突出赞扬顾客异于别人的不同之处，那么很容易就会赢得共鸣，同时取得出其意料的效果。
例如，在赞美与自己同一年龄段的顾客，你可以考虑从学业、工作以及兴趣爱好方面人手；作为年长的顾客，总是喜欢回忆自己年轻时的雄风，导购员可以以其人生阅历、成就与后代作为突破口；赞美学历较高、知识较为丰富的顾客时，可以用知识渊博、学富五车等来形容。
总之，赞美不仅是一门艺术，更是一门值得修炼、积累的学问。
导购员要注意把握好赞美的时机，并且说好赞美的话语，这样才能够很好地赢得顾客的真心回馈，为自己积累更广泛的人脉资源。

媒体关注与评论

有幸提前试读了《导购应该这样说》这本书，获益良多，书中模拟了近百个销售场景，列举了导购过程中会面临的各种状况，并给出了应对建议，非常实用，尤其适合想从事导购员工作的行业新手！
　服装导购员——米娜　当了多年导购员，越来越意识到口才的重要性，这一方面需要导购员自己的日积月累与实践，更需要借鉴和学习成功者的经验。
《导购应该这样说》提供了大量丰富的导购实战案例，只要学以致用，你也可以成为业绩最高的导购员。
　家电导购员——麦子　书中有一句话让我颇有感触：“没有千篇一律的介绍，只有千篇一律的导购员。
”面对不同年龄、性别、层次、需求的顾客，导购员的营销方式也应该有所不同，能做到这一点需要不断的磨练与提升。
真心诚意的向同行们推荐这本书！
　数码产品导购员——小瑞

编辑推荐

《导购应该这样说》编辑推荐：初次接待客户，尴尬紧张手心出汗磨破嘴皮，顾客还是无动于衷几次让价，老会员依然步步紧逼导购应该这样说让成交易如反掌！
《导购应该这样说》教你在这个顾客越来越难以满足，顾客的需求越来越苛刻的时代，又加上顾客类型不一、销售场景多变、产品性质不同，导购员应该怎样说才能赢得更多顾客呢？
不仅可以作为商场、超市以及一些专卖店或是零售企业对导购员进行培训的教程用书，同样还可以作为导购员的自学用书。

名人推荐

有幸提前试读了《导购应该这样说》这本书，获益良多，书中模拟了近百个销售场景，列举了导购过程中会面临的各种状况，并给出了应对建议，非常实用，尤其适合想从事导购员工作的行业新手！
服装导购员——米娜 当了多年导购员，越来越意识到口才的重要性，这一方面需要导购员自己的日积月累与实践，更需要借鉴和学习成功者的经验。
《导购应该这样说》提供了大量丰富的导购实战案例，只要学以致用，你也可以成为业绩最高的导购员。
家电导购员——麦子 书中有一句话让我颇有感触：“没有千篇一律的介绍，只有千篇一律的导购员。”面对不同年龄、性别、层次、需求的顾客，导购员的营销方式也应该有所不同，能做到这一点需要不断的磨练与提升。
真心诚意的向同行们推荐这本书！
数码产品导购员——小瑞

第一图书网, tushu007.com

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