第一图书网, tushu007.com

<<导购促销口才训练与实用技巧>>

图书基本信息

书名：<<导购促销口才训练与实用技巧>>

13位ISBN编号：9787515703558

10位ISBN编号：7515703555

出版时间：2013-1

出版时间：周祖民 海潮出版社 (2013-01出版)

作者：周祖民

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

门店销售是所有销售环节的末端，在整个销售体系中具有举足轻重的作用，产品销售如何就看这临门一脚了。
为了在最短的时间达成销售，大家都在打促销战和价格战，商家之间争位置、抢资源，但最终都要回归到终端销售人员的销售拉锯战。
谁能说到顾客心坎里，谁能把顾客说得开心，谁能把顾客说得舍不得离开，谁才可能是最终的赢家。
一线导购促销员与顾客接触最频繁、最密切，他们是与顾客的直接对话者，其销售说话技巧直接影响到商品是否热销。
销售说话技巧是导购的一种在洞察顾客心智的基础上燃起其购买欲望的沟通技巧。
每位导购都会遇到下面的几个问题：市面上的产品同质化严重，作为导购该怎么讲?竞争对手某款产品功能和我的一样，但价格更低，该怎么应对?产品有很多卖点，怎么直观演示给顾客看，打动顾客使其购买?不同身份、不同需求的顾客，导购该怎么接待?怎样有针对性地介绍?这些客观存在的问题，只靠理念的灌输永远无法化解，只有具体分析怎么做，才能迎刃而解。
俗话说：买卖不成话不到，话语一到卖三俏。
准确又生动的销售语言技巧，能够创造让顾客敞开心扉的良好沟通氛围，能够深入了解顾客需求，并能够用自己的语言让顾客理解自己所销售的产品能够满足他的需求。
导购促销员要想业绩骄人，就需要规范自己的言行，让自己的语言高效地达到目的。
同一款产品，100个导购员会有100种说法，高效成交的往往不超过10个。
对于导购促销员来讲，最需要掌握的是能促成成交的方法与技巧，解决实际问题。
本书介绍了卖场上最直接、最便利、使用率最高的一线导购促销口才训练与实用技巧，可在最短的时间内帮助导购提高说话能力和销售技巧，提高销售业绩。

内容概要

《金牌口才训练实用丛书:导购促销口才训练与实用技巧》讲述了提升口才的基本方法和训练技巧，具有很强的实用性与操作性。
相信《金牌口才训练实用丛书:导购促销口才训练与实用技巧》一定能帮助你成为最具魅力的说话高手。
一个人会不会说话，常常关系到能不能成功。
无数成功事例说明，人具有可塑性，只要加强口才训练，掌握正确的训练方法，即使天生不善言谈，也能练出好口才。

书籍目录

第一章有效说话让顾客心动，成交从留住顾客开始 前几分钟至关重要，让开场白充满趣味 引导顾客，让顾客对产品产生兴趣 对待随便看看的顾客，注重用话语引导 打破沉默，引导顾客参与交流 人情味要浓，与顾客做好情感沟通 察言观色，找到顾客的兴趣所在 热情产生动力，用热情感化顾客 高效成交，顾客需要什么就说什么 因势利导，选准介绍产品的时机 获得认同，让顾客参与体验 没有卖点就没有销售，把卖点说得闪亮动人 赞美顾客，成交从制造好感开始 贬低同行的产品，就是在贬低自己 第二章了解顾客的期望，把话说到顾客的心里去 了解顾客的真实需求，是销售的重要环节 要把产品卖给顾客，就得唤起顾客的购买欲 成交从了解开始，引导顾客说出真实期望 事实就是说服力，让顾客亲自体验产品 用“加垫子”的技巧了解顾客需求 让成交更进一步，挖掘顾客的潜在需求 销售是一种互动过程，要时刻注意顾客的反应 对于目标模糊的顾客，帮助顾客认清购买需求 倾听体现尊重和关心，善于听取顾客意见 介绍要选准方向，卖点要对准顾客需求 利用顾客趋利避害的购买心理来提升销售业绩 第三章把销售的话语说得深入人心，让顾客快速做出购买决定 相信自己的产品，先说服自己才能说服顾客 开口之前，先让自己成为产品专家 提炼富有感染力的卖点，让消费者产生共鸣 尽力展示产品的好处，用利益打动顾客 吸引顾客的注意力在产品的好处上，强化购买欲望 敢于暴露产品的缺陷，赢得顾客信任 从顾客角度出发，才能把话真正说到顾客心里 突出产品的价值和特色，让顾客觉得物有所值 有一说一，不随意夸大产品的性能和价值 让顾客行动起来，以良好的体验打动顾客 当顾客感到可有可无时，加强产品功能和附加值的介绍 话题要避免重复，介绍产品的说法和角度要多 把产品和客户需求结合起来，让顾客更容易接受产品 强调顾客的核心关注点，将会事半功倍 让顾客听得明明白白，介绍不能过于专业 从细节展示，让顾客充分感受 面对多个顾客，如何不自乱阵脚 当顾客指出产品的缺点时，要沉着应对 第四章顾客有异议时，如何说服让顾客满意 明明店里琳琅满目，可顾客却说东西少 店里没有顾客想要的商品 顾客认同产品但却不认同品牌 顾客喜欢某个产品，但却借口离开 顾客喜欢产品，但陪伴者反对 顾客对产品介绍没有耐心 产品仅余一件，顾客却要新品 顾客认为产品有瑕疵 顾客对产品质量提出质疑 顾客看好其他店的产品 顾客为别人选购，担心不合适 顾客对产品功能有异议 顾客态度不好，对服务不满 第五章顾客讨还价，如何说服促成交易 价格已经很低，顾客仍旧不满意 购买数量多，顾客借机要求降价 价格降到了底线，顾客还要求再降 顾客多次来店，迟迟没有购买 顾客称价格高，拒绝购买 顾客对特价商品心存顾虑 价格便宜顾客却不放心 顾客认可产品款式，担心产品质量 顾客想买却说没钱 顾客说现金不够，过几天再来 顾客称产品价格贵，要求降价 顾客称产品不够档次 顾客决定购买时犹豫不决 第六章促销时如何说，才能让顾客更满意 顾客对促销活动不感兴趣 顾客抱怨促销力度小 面对低价格，顾客持怀疑态度 不给顾客赠品，顾客放弃购买 顾客不要积分和赠品，直接要求降价 顾客对无保修产品不放心 顾客拿同类促销产品做比较 打折和赠品顾客都想要 顾客只喜欢赠品，对促销产品没兴趣 顾客主动要求对喜欢的产品促销打折 第七章见什么人说什么话，面对不同顾客要有不同说法 面对不同性格顾客，采取不同的销售方式 面对吹毛求疵的顾客，要耐心与热情 面对挑剔的顾客，要顺应顾客 面对高傲的顾客，要满足他的自尊心 面对圆滑难缠的顾客，要察言观色投其所好 面对和气型的顾客，要帮助他下定决心 面对了解产品的专业型顾客，要摆出请教的姿态 面对青年顾客的销售策略 面对中年顾客的销售策略 面对老年顾客的销售策略 顾客充满疑虑时，要多寻找证据 顾客反应冷淡时，尽量活跃气氛 顾客产生愤怒时，要表现尊重与理解 第八章各行业导购销售说话技巧 化妆品行业导购销售说话技巧 家电行业导购销售说话技巧 药品行业导购销售说话技巧 建材行业导购销售说话技巧 图书行业导购销售说话技巧 汽车行业导购销售说话技巧 房地产行业导购销售说话技巧 玩具行业导购销售说话技巧 办公行业导购销售说话技巧 第九章运用销售策略，让成交倍增 让顾客明白一分钱一分货 给顾客出价的机会 让顾客明白价格贵的原因 让他做贵宾，满足他的自尊心 少幅让价策略 先谈价值，后谈价格 已让利了，顾客仍还觉得价格高 多重报价，让顾客不再还价 以坚定的语气说明不降价的理由 第十章掌握促成顾客成交的话语，让顾客无法拒绝 让顾客产生立即购买的欲望 当顾客说再比较比较 顾客多次试用却迟迟不买 试探顾客的购买意向 为顾客制造紧迫感 让犹豫的顾客快下决心 顾客对产品百般挑剔 让顾客做出肯定回答 让顾客感觉到你的真诚 没有热情就没有销售 满足顾客表达异议的欲望 给顾客一些补偿，让他心理平衡 将顾客的反对意见转换成购买理由 找到顾客的隐藏异议 软化不同意见 解除顾客的疑虑 化解顾客对产品的

误解 成为让顾客信赖的顾问 给顾客适当的优惠 主动请求成交 促使顾客有紧迫感和压迫感 利用顾客的从众心理 假设成交法 启发引导顾客的需求 第十一章顾客退货的应对话语 顾客因质量问题要求退货 购买产品后，顾客找各种理由要求退货 没有质量问题顾客却要求退货 产品已过退货期，顾客仍要退货 产品质量有问题，顾客要求赔偿 抱怨产品不好，要求退货

章节摘录

版权页： 最后必须指出的是，导购员在“ 揣摩顾客需要 ”这一步骤中，特别要注意与“ 商品提示 ”结合起来。
比如，一边出示几种商品给顾客看，一边注意观察顾客的表情，倾听顾客的意见，询问顾客的要求，然后，再出示顾客感兴趣的商品，“ 商品提示 ”和“ 揣摩顾客需要 ”两个服务步骤交替进行，如同车上的两个轮子，共同推动销售工作。
介绍要选准方向，卖点要对准顾客需求 在产品日益同质化的今天，顾客已经不缺产品资源，因此，导购员向顾客推销产品时，必须事先熟悉产品的性能和特点，归纳产品的优势，给产品定好位，挖掘并提炼出产品卖点，才可以顺利推出手中的产品。
在产品知识这方面，导购员不乏培训，导购员的产品资料中已经帮助顾客归纳总结了产品的卖点，甚至连销售话术都准备好了，信誓旦旦地说：只要把产品的卖点都讲清楚，就不信顾客不动心！
结果，顾客并没有购买产品。
那是为什么呢？
事实上，掌握了产品知识，并非等于顾客就能够接受我们的产品。
这在很大程度上，是源于我们的沟通技巧，很多导购员都认可：对顾客没有需求的产品，顾客是不购买的。
因此，从我们自身角度出发，顾客不肯接受我们的产品，我们没有将产品卖点转化为顾客的需求，是一个很重要的原因。
比如一款手机，能快速一键上网玩牧场游戏，这是个很好的卖点，可是如果顾客没有需求，它就不是卖点，没必要讲。
如果你上来就给顾客讲此款手机能一键偷菜偷宠物，但他从不玩牧场，这个功能就一点用都没有。
卖点，是为了迎合顾客需求点，能满足顾客需求的产品用途都是卖点。
在没有了解到顾客需求之前，千万别讲“ 卖点 ”。
一次，一对夫妻走到某品牌柜台前，看到欧式抽油烟机。
妻子说：“ 老公！
这个好漂亮，买这个吧。
”他老公似乎很在行地说：“ 不行，这个吸力不大，好看不好用。
”导购介绍了A款抽油烟机：“ 你好，这一款吸力大，是中式机，适合中国人用。
”他妻子说：“ 对，不错，而且这个好看也不贵。
”听顾客这么一说，导购感觉她一定有钱，A款售价近3000元，是最贵的中式机，就想一定要卖一台贵的给他们。
后来顾客又看了B款（比A款便宜），导购就对他说：“ B款，吸力没有A款大。
”男顾客问：“ 为什么没有A款的大？
”导购：“ B款是小厨房用的，小厨房更为适合。
”女顾客好奇地问：“ 那A款在小厨房呢？
”

编辑推荐

《金牌口才训练实用丛书:导购促销口才训练与实用技巧》介绍了卖场上最直接、最便利、使用率最高的一线导购促销口才训练与实用技巧，可在最短的时间内帮助导购提高说话能力和销售技巧，提高销售业绩。

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