

<<卖化妆品应该这样说>>

图书基本信息

书名：<<卖化妆品应该这样说>>

13位ISBN编号：9787545408119

10位ISBN编号：754540811X

出版时间：2011-7

出版时间：美里美时尚研究中心 广东省出版集团，广东经济出版社（2011-07出版）

作者：美里美时尚研究中心

页数：228

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>

<<卖化妆品应该这样说>>

前言

化妆品行业跌宕起伏这么多年，唯一不变的是“终端制胜”这一法则。

再优质的产品，再形象的店面陈列，如果没有一个很好的终端销售人员，业绩怎么上得去，又怎么跑赢其他竞争品牌？

在化妆品行业有一个非常有趣的现象：企业花大钱做产品研究(这当然是必须的)，大手笔投入请代言人做广告(这也无可厚非，毕竟要传播才能让更多人知道和了解)，却少有一场专业的培训，让终端销售人员了解销售的艺术与技术，导致很多店面人员每天以错误的销售心态、错误的销售语言和错误的销售技巧来面对顾客。

销售业绩下滑是其一，更重要的是失去了顾客对品牌、对产品的信赖和忠诚度。

当然，近年来这种情况已经有所改善，越来越多的化妆品企业开始意识到“终端制胜”的重要性，每年也会举办一两场针对终端销售人员的培训会，但这远远不够。

企业真正需要的是一种持久有效、易于复制、且成本较低的终端培训方式。

基于以上，再结合化妆品销售高手多年的实战经验，我们总结出一套可以让销售人员自行学习的简易教程。

在书中我们将这些内容划分为热情主动迎客、打开沟通话匣、赢得销售机会、促成商品交易、消除价格异议和解决售后纠纷等六大在终端销售过程中出现的常见问题，详细描述每一类问题可能出现的情景，并针对每一种销售情景，从顾客的行为和心理出发，给出应对话术模板，同时提醒可能出现的错误，力求做到“授人以鱼”(话术金句)与“授人以渔”(销售技巧)相结合，帮助终端销售人员应对销售过程中出现的各种难题，进而提升自身的沟通技巧和销售能力。

书中所写的是化妆品行业广为流传的话术宝典，已帮助众多知名企业“决胜在终端”，因此本书是简单易行且低成本的培训法宝，可以作为化妆品终端销售人员人手一册的工具书与详解教材。

销售人员只需针对问题按照书中所罗列的金句进行训练，再根据实际情况稍作变通，便可以轻松地引导顾客购买。

美里美时尚研究中心

<<卖化妆品应该这样说>>

内容概要

这款面霜感觉不是很滋润，过几天天气冷了就不适合用了吧？
同一款护肤品，为什么你们店卖得很贵，别的店却很便宜？
没折扣就算了，那能不能送一点产品中样或试用装给我啊？
这款祛斑霜含重金属成分吗，不会对皮肤有什么后遗症吧？
你们的产品质量有问题，我用了脸都过敏了，你们得赔偿我的损失…… 面对顾客的各种挑剔刁钻的问题，作为化妆品销售人员应该怎么说、怎么做，才能让顾客轻松购买呢？

《卖化妆品应该这样说》内容为化妆品行业广为传阅的话术宝典。
在书中，具有丰富行业经验的实战专家，通过大量情境设计和典型案例告诉你怎么说才能打动顾客的心，怎么说才能消除异议，怎么说才能促进成交……市书简便易懂，容易上手，有效解决门店销售的沟通难题，令销量疯长不停。

<<卖化妆品应该这样说>>

作者简介

美里美时尚研究中心，国内首家专注于时尚生活、时尚消费、时尚营销研究的专业机构，由诸多营销实战精英和知名行业专家组成。

自2003年以来，已出版《化妆品品牌营销实务》、《坏营销，好营销》、《品牌营销大末米》、《营销中国美》等多部具有前瞻性和洞察力的专著，其独特的“案例+观点+新知”的生动化传播形式，给广大读者留下了深刻的印象，并在读者心目中树立了“时尚新知专家”的鲜明形象。

<<卖化妆品应该这样说>>

书籍目录

第一回合 如何笑迎四方来客, 给其留下美好印象 / 11 顾客进店 / 22 顾客与同伴一起进店 / 53 老顾客进店 / 84 男性顾客进店 / 115 老幼病残孕等特殊顾客进店 / 146 店内较忙, 你及同事们都在接待顾客, 这时又有新顾客进店 / 177 顾客手拿化妆品宣传单进店 / 20

第二回合 顾客进店后, 怎么打开沟通话匣, 挖掘顾客需求 / 238 顾客在某产品前驻足细看 / 249 顾客主动询问产品的某些细节 / 2910 顾客进店后不停张望四周 / 3211 我只是随便看看, 不用管我 / 3512 向顾客打招呼, 她一言不发 / 3813 营业高峰, 顾客不满被怠慢 / 4114 顾客存在明显的皮肤问题 / 4415 顾客没有明确购买意向, 也没有明显皮肤问题 / 4716 顾客随便看见一件化妆品就问多少钱 / 50

第三回合 在试用环节, 怎么说才能赢得销售机会 / 5317 建议顾客试用产品, 顾客却拒绝 / 5418 这款爽肤水不是纯天然的吗, 怎么感觉热辣辣的 / 5819 这款精华液感觉吸收不是很快, 黏黏的, 一直没进到皮肤里去 / 6220 这款面霜感觉不是很滋润, 过几天天气冷了可能就不适用了吧 / 6521 这款眼霜多久可以祛黑眼圈 / 6822 这款祛斑霜含重金属成分吗, 不会对皮肤有什么后遗症吧 / 7123 使用这款纤体霜不用节食吗, 停用后不会反弹吧 / 7524 这款彩妆(眼影、唇彩)颜色感觉不适合我 / 7825 这香水味道闻起来怪怪的, 说不出来的感觉 / 81

第四回合 在销售中遇到以下难题, 怎么说才能促成交易, 8526 顾客其实比较满意, 但同伴不认同, 从而影响顾客的购买决定 / 8627 顾客以索要更多的促销赠品为条件, 来决定是否购买产品 / 9128 顾客看中了某产品, 想买来送给家人(朋友), 却说要把家人(朋友)带来再决定 / 9629 听完导购介绍后, 顾客什么都不说, 转身就走 / 100.....

第五回合 当顾客对价格折扣有异议时, 怎么说才能消除异议 / 149

第六回合 化妆品售出后, 顾客有不满情绪, 应该怎么办 / 197

<<卖化妆品应该这样说>>

章节摘录

版权页：1.打招呼：表达认同与赞美。

这个时候，打招呼不是一句简单的、礼貌性的“小姐，欢迎光临”就可以了，需要一定的目的性和巧妙性。

此时的顾客正处于不受打扰的环境中，轻松独立地关注着自己感兴趣的产品，导购要找到合适的切入点，既不打断顾客的欣赏过程，又能巧妙地进入她的世界，拉近彼此的心理距离。

而认同顾客的眼光及赞美顾客正在关注的产品，就是最佳的切入点和方式，让顾客有一种被肯定的感觉。

这样顾客在心理上放松下来，才能与你更亲近，更愿意接受你下面的推介服务。

如果没有领悟到这一点，一上去就直接说出该产品的价格，询问顾客是否想购买，只会给顾客带来一种购买的压迫感，打断了顾客的美好购物感受，从而使顾客失去对产品继续关注的兴趣，甚至引起顾客反感；而当产品的确不适合该顾客时，也不能粗暴地直接指出，需要先认同与赞美顾客关注的产品，然后再真诚地提出专业建议，这样接受度会更高。

2.产品信息传递：满足顾客物有所值的心理需求。

当顾客驻足细看某产品，对该产品产生兴趣时，她当然需要了解更详细的产品信息，而她最希望听到的是：产品不错，价格也实在。

所以导购在介绍产品时，要将顾客比较关心的成分、功效特点简要说清，并暗示产品效果出众，人气和回头率都很高。

而对于价格这样的敏感信息，就要巧妙处理后传递，尤其当价格稍高时，更需要站在顾客角度为其算一笔账，帮她找到物有所值甚至物超所值的购买理由。

如果该产品当时正在做优惠促销活动，更要运用好这一利好消息，在适当的时候向顾客介绍优惠信息，促使其下定购买决心，达成销售。

这个时机最好选择在产品试用过程中，在介绍完产品价格后，顾客有可能内心认为价格稍高，这时候优惠活动信息就仿佛是一个意外惊喜，让她顿时打消了顾虑，有占到便宜的感觉，成交就更容易实现。

。

<<卖化妆品应该这样说>>

媒体关注与评论

销售有技巧，美导要指导，道理大家都懂，但要找到一本用起来顺手的培训教材着实不易。这本书为终端销售人员提供了新选择，它系统地对终端销售话术进行了归纳整理，并给出解决方案。以实操场景入手，道理深入浅出，该书必定让终端销售人员受益良多。

——《化妆品观察》总编 邓敏卖化妆品看似简单，其实大有文章，举手投足、语气眼神、话术情感……无不精妙无比。

美国有句谚语“我不去竞选总统，就去做销售员”，这本书不能教你如何竞选总统，却能把你培养成优秀的化妆品销售员。

此书将对化妆品行业专业的解读及对消费者深刻的理解提炼成最浅显易懂的话术，让人一学就会！

——C2CC中国化妆品网CEO、总编辑 夏天术业专攻，学以致用。

对于工作在美妆产业销售一线的从业人员来讲，话术的重要性毋庸置疑，与顾客沟通的有效性往往决定着销售结果的成败。

市本涵盖美妆产品终端销售的各类实操场景，情景描述清晰直观，话带讲解浅显易懂，是一本极易上手的实战教材。

——《美丽》杂志运营总监 邱小东

<<卖化妆品应该这样说>>

编辑推荐

《卖化妆品应该这样说》上午学，下午用，最给力的化妆品销售话术，有效解决门店销售最棘手的59个沟通难题。

化妆品门店销量人员的必备培训教材。

<<卖化妆品应该这样说>>

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>