第一图书网, tushu007.com

<<金牌美容顾问销售实战教程>>

图书基本信息

书名：<<金牌美容顾问销售实战教程>>

13位ISBN编号：9787802075122

10位ISBN编号：7802075122

出版时间：2006-4

出版时间：经济管理出版社

作者：朱俐安

页数：245

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

内容概要

在本书中，作者深入浅出，运用活泼、简练的手法，详细解说了一个专业的销售顾问应具备的职业底蕴、销售技巧、服务话术等专业能力，着重讲解了有效销售的七个步骤，如何针对不同客户用不同方式进行沟通等，并针对销售过程中的误区进行了点评。
这本书的内容非常实用，能使销售人员避免进入销售误区，是对销售人员非常具有实用意义的一本工具书。
本书是清华大学客座教授、金牌美容顾问朱俐安著作的销售实战教程，内容鲜活，作者站在理论和实践和前沿，针对美容业成长中的最新问题，如当前美容业管理中常见的错误，美容院经营中的观念和技术问题，如何突破美容院的销售障碍，如何选择新的广告媒体等等，全部采用问答的方式作了深入而详尽的介绍。
非常实用，能使销售人员避免销售误区，是美容院销售倍增的利器，是所有美容院院长必备的销售训练宝典。
更是对销售人员非常具有实用意义的一本工具书。

作者简介

朱俐安，实效营销顾问，企业内训教练，美国国际训练协会PTT银章培训导师，深圳市十大金牌顾问，清华大学客座教授，深圳市玛思威企业管理咨询有限公司总经理，《美容院经营管理108问》、《金牌美容顾问销售实战教程》作者。

书籍目录

第一单元　美容顾问的职业定位导言　市场呼唤专业的美容顾问第一章　美容顾问是什么第二章　美容顾问的关注重点第三章　美容顾问的销售重点第四章　美容顾问的服务要领一、充分准备二、重要的第一声三、要有喜悦的心情四、专业标准的姿态五、准确迅速的接听六、认真清楚的记录七、了解来电话的目的八、有准备地打电话九、挂电话前的礼仪十、电话礼仪中的注意要点第五章　美容顾问的服务规范一、迎接顾客二、接待顾客三、顾客参观四、顾客交接五、送别顾客第六章　美容顾问的服务原则第七章　美容顾问的销售前提一、要了解客户的需求二、要有一个齐备及完整的顾问手册三、美容顾问具备的专业素质第八章　美容顾问的职业底蕴一、将人性的把握转化为客户对客户的吸引二、将产品的特性转化为对客户的益处三、美容顾问要懂得心理学和行为学，才能更好地和客户沟通四、美容顾问的理论基础和业务实践五、避免降价误区，要了解客户究竟要什么才可以做美容顾问六、在营销技巧和服务上做文章比在价格上打折更有品位七、高素质和专业的训练才能征服客户八、做好客户分析，才能服务好客户九、态度决定行为，社会只奖励那些行动最快的人第九章　美容顾问的能力特质一、美容顾问是靠个人魅力和专业交流征服客户的美容专家二、美容院的每个服务环节都是管理水平的横切面三、美容顾问的四种角色定位四、专业的心态决定职业化行为五、我们要做自己命运的主人六、成功来源于准确地瞄准目标，并每天都稳健地向这个目标迈进七、我们的目的是为了留住客户并长久地服务她八、美容顾问的职业方向可量化的第一个指标是：我有多少客户九、达成目标的5个步骤十、美容顾问的使命第十章　美容顾问的销售七步第一步：接待前，了解客户需求，寻找问题第二步：用爱心和专业的表现吸引客户第三步：避免直接销售带来的拒绝第四步：通过深入交流建立信任第五步：发现问题之后，给出解决方案第六步：克服异议的技巧第七步：专业促成第二单元　把握人生　创造奇迹第十一章　客户性格分析第三单元　美容顾问销售话术集锦第十二章　美容顾问销售中的常见错误一、当客户直接说出了自己的需求时，不要扩大问题或避而不答二、避免签约保证的误区三、只想推荐自己熟悉的产品，听不到客户的需要四、治疗型仪器的介绍注意什么五、客户没义务为你建立档案服务第十三章　美容顾问沟通话术案例分析一、减肥话术二、补水话术三、祛痘话术四、美白护理话术第十四章　美容顾问话术填空练习一、面部护理项目二、身体护理项目三、面部加身体护理后记

章节摘录

如何提高美容院的服务水平呢?首先，老板要懂得管理，善于建立精细 和严谨的流程和标准。
员工也要具备专业的服务素质和服务技能。
在美容院 ，重要的岗位有美容师，也有美容顾问。
有些小店，没有美容顾问，由店老 板充当美容顾问的角色。
如果说美容师负责美容、美体的项目操作，美容顾 问就是负责向客户推荐美容项目和美容产品的专家。
这两种岗位分工有所侧 重，但大部分美容院除了美容顾问做必要的接待外，美容师除了操作还要销 售。
这往往引发顾客的反感，总觉得在这里做美容要背负购买的压力，特别 是人逐渐熟了，不忍拒绝，于是，只能选择离开。
这样的服务只有在规范的 岗位设置后，才能够提高到专业的水平。
首先是老板如何决定每个人做什么 ?这之后，才是各个岗位的专业性表现和训练。
一家美容院能否让客户信任并买单，第一步，取决于美容顾问的专业水 平和亲和力。
她是否具有一种专业和综合的素养能够说服自己的客户?依目 前美容业从业者的普遍素质来看是远远不够的。
这也是许多女性从不进美容 院的原因。
“美容院人员素质不行’，成为有些客户的共识。
乐观一点说， 这告诉我们，市场的空间还很大，假如我们的服务水平有所提高的话。
可是 ，在一个普遍缺乏系统教育和专业培训的行业，要成为一个专业的美容顾问 确实不是一件容易的事情。
在美国做一个专业的美容顾问有这样一些条件： 一要有高等教育的学历；二要有心理学学位；三还要有美容化妆品专业的学 位。
它的每一个美容新产品进入市场前，都要通过专业检验局的认定。
当您 去介绍和使用新产品的时候，要通过专门的考试，光是做一个美甲师，就要 考七门课程，对美容师的要求则更高。
美容师要保证有相当的医学知识。
那么在中国呢?没有这么多的条件限制，我们的美容行业从无到有，长 大了。
然后呢，不管什么学历，无论你有什么水平，前些年抓住机会的都纷 纷上阵。
选择从业人员的方法比较简单：一要漂亮；二要会说话；或者二者 居其一就可以了。
选取美容师主要是看双手，考验考验手，很柔软，哦，不 错!摸在手上很舒服，可以过了；长得很漂亮，一摸这手很硬，不行，咱们 这个基本方法就叫望闻问切。
接着，就是洗脸按摩的手法了，每家美容院手 法各异，千姿百态。
不管你从什么美容学校出来，到了各美容院都要重新训 练。
但是一个人的基本素质如何?她能不能做一个美容师或美容顾问呢?我们 是缺乏统一的标准考试的。
现在，美容业已经发展为上千亿产值的行业了，我们却发现挣钱越来越 难，价格越来越低。
是不是挣钱难，爱美的人少了?事实上有钱的人越来越 多，爱美的人也越来越多，但是，爱美的人的选择机会也越来越多。
竞争对 手多了，我们的生意越来越不好做。
为什么不好做了呢?一是竞争激烈，看 看街上的美容院一家挨着一家，争相打价格战；二是客户越来越挑剔，对美 容业的整体素质提出了高要求。
你不好，她就可以不去，你就只有关门。
那 么，竞争带来的结果是什么呢? 形式上是你死我活的价格战，实质上是什么呢?是我们的经营能力能否 让我们在价格战中建立真正的品牌信仰，使我们超越竞争对手并赢得生存机 会。

第一图书网, tushu007.com

媒体关注与评论

令我欣喜的是本教材对于细节的关注和把握，针对不同的情形、不同的场合和不同的顾客，采用不同的对策和方式来解决问题。
各种生动例子的描绘，让人有身临其境之感，仿佛来到了美容院，投入到实际的销售中。
——全国工商联美容化妆品商会副会长岳慧

在本书中，作者深入浅出，运用活泼简练的手法，详细解说了一个专业的销售顾问应具备的职业底蕴、销售技巧、服务话术等专业能力；着重讲解了有效销售的七个步骤，以及如何针对不同客户用不同方式进行沟通等，并针对销售过程中的误区进行了点评。
这本书的内容非常实用，能使销售人员避免销售误区，是对销售人员非常具有实用意义的一本工具书。
——全国政协委员、《中国美容时尚报》社长兼总编 张晓梅

编辑推荐

清华大学客座教授、金牌美容顾问朱俐安著作的销售实战教程，内容鲜活，作者站在理论和实践和前沿，针对美容业成长中的最新问题，如当前美容业管理中常见的错误，美容院经营中的观念和技术问题，如何突破美容院的销售障碍，如何选择新的广告媒体等等，全部采用问答的方式作了深入而详尽的介绍。
非常实用，能使销售人员避免销售误区，是美容院销售倍增的利器，是所有美容院院长必备的销售训练宝典。
更是对销售人员非常具有实用意义的一本工具书。

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