

图书基本信息

书名：<<营业员销售与服务技能(个人版)(CD-ROM+书)>>

13位ISBN编号：9787880187199

10位ISBN编号：7880187197

出版时间：1900-01-01

出版时间：中国科学文化音像出版社

作者：屈云波 编

页数：163

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

营业员的工作是什么？
是“仅仅站柜台”的吗？
当然不是，好的营业员应该是顾客的消费顾问，应该是企业的代言人，本教材从营业员基本礼仪，服务技巧，商品陈列等多个方面介绍营业员工作的内容以及重要性，不仅针对超市中的营业员，同时兼顾百货商场，专卖店中的导购人员，要使每一位从业人员都可以称得上“专业”二字！

书籍目录

第一章：“天使”工作第二章：服务至上第三章：“热恋”商品第四章
：“摆放”功能第五章：认识”上帝“第六章：“卖”的技巧第七章
：上帝之怒——顾客投诉第八章：“照顾”自己

章节摘录

成功的营业员与失败的营业员之间的差别在于一个好的营业员，是懂得顾客心理的人，她能针对不同的顾客运用不同的销售服务技巧；一个失败的营业员，主要是由于不懂得顾客在购买商品过程中实际上是一系列的心理活动，总认为买卖双方就是“看货——收钱——拿货”这么简单。

因此，作为一个营业员，要想成功地创造和留住顾客，必须充分了解顾客的购买心理，才能提供相应的顾问式咨询服务和销售服务工作。

顾客购买心理过程 顾客的购买心理过程可以表示如下： 注视 / 留意——感到兴趣——产生联想——产生欲望——比较权衡——信任——决定行动——满足
营业员把握好这一过程对于销售工作非常重要。

顾客在购买过程中的心理变化 购买过程，是消费者的购买需要、购买动机与购买行为三者统一的过程。

三者的相互关系是：购买动机是建立在购买需要基础上的，而购买动机支配着购买行为。

通常，只有当人感觉到自己有对某种商品的需要，而且已发展成行为动机时，才会走进商店。

其实顾客进入商店之前，可能已经预先有了所想购买的某种商品的形象。

它可能是非常具体的某种商品，如一支咖啡色的润唇口红或是一套价格在3000元之内的纯木色书柜也可能是很不具体、很模糊的一种概念，只是随便逛一逛，但是这两种情况的最终结果都是需要在浏览商品的过程中加以考虑而确定的。

这样，顾客在选购商品时存在着一个从开始认识商品到决定购买的行动过程。

这个购买商品的过程实际上是非常复杂的一系列心理活动，它往往是逐渐展开并有一定阶段性的。

……

编辑推荐

由北京派力营销管理咨询有限公司在多年营销管理咨询、企业人员培训及编著出版国内面向市场营销人员最早的、规模最大的、最系统的《派力营销思想库》（已出版300多部营销专著）的基础上，又隆重推出了专门面向基层销售与服务人员培训的《派力营销多媒体培训课程》。融入了派力多年知识和经验积累、数十个合作机构的技术以及上百人数年心血。

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>