

终端销售人员完全手册

作为一名终端销售人员，如果还没有为迎接顾客作好准备，不知道如何与顾客面对面的沟通。那么，销售技巧的掌握势在必行。只有通过逻辑的、有意义的方式发展和促进销售人员的技巧，才能更有效的完成销售。因为，我们需要的是专业级的销售专家。

有一句讲易行难的话：顾客就是上帝。“上帝”永远是对的，所以不要与上帝争论是与非。因为你得罪了一个顾客，那么失去的将是一批消费者。所以，我们的终端销售人员一定要将这句话作为一切工作的前提。

终端销售的场所很多：商场内外、店铺促销……形式也多种多样：咨询、介绍、赠送、打折……而我们要面对的也只有一种人，那就是你的“上帝”：顾客，他们是我们要面对、了解、满足的人。过程中，我们要不可避免的送往迎来，虽然整个过程是个连续的事件，我们还是将它理性的分为五个步骤，以利用灵活的掌握：

第一步——迎接顾客。

通过迎接顾客并与顾客进行交谈，从而建立一种融洽的气氛，良好的开头将有利于与顾客的进一步沟通。

第二步——了解需要。

通过向顾客提问题并仔细聆听回答，来了解顾客真正的需要以

及对产品的偏好。一定要注意细节，顾客的回答中常常会有意无意地透露自己对某一产品的某种偏好，而且会对自己感兴趣的方面提出问题，记住！这些方面正是顾客最不了解也最想知道的地方。

第三步——推荐产品.

通过观察顾客，找出与顾客相适应的产品，向顾客解释该产品如何有益于顾客和如何满足他的需要，给顾客试用此产品或向顾客示范产品，并向其介绍该产品的特性益处，强调该产品的益处及效果，对其感兴趣或不了解的地方要反复强调或给予肯定的确认。

第四步——连带销售.

通过介绍相关的产品来满足顾客其他的每一个需要。这是一个连带销售的好时机，可以收到事半功倍的效果。

第五步——送别顾客.

让顾客购买产品并表示感谢，有始有终。满足顾客的需求从而达到我们销售的目的。

以下，我们将针对五个步骤中的具体情况进行详细的讲解：

壹. 迎接顾客

销售人员要完成销售，就要与顾客建立起沟通的桥梁。节奏紧张是现代商业社会，人与人最缺乏的就是沟通！迎接顾客便是建立这个桥梁的第一步。每天有许多顾客走近柜台浏览，他们只是随便看看。这些潜在的消费者并不能肯定他们需要什么，我们也不知道他们的需要，因此我们必须与他们交谈，来了解有关信息，抓住每一个可能的介绍机会，主动地与顾客打招呼。记住！微笑！真诚的

微笑是你赢得顾客的法宝。

迎接顾客，也就是与顾客进行交谈，终端销售人员积极友好的态度，对于开始成功的交谈和销售来说很重要。同样一个良好的开端还需要有一个精心设置的问题。

例1：通常，销售人员会问浏览的顾客：“您需要什么？”

分析：这是例行公事的职业性口吻！一定要避免！在大多数情况下，顾客马上会敏感的摇摇头走开或者沉默不语，继续低头看。很少有顾客会直截了当的告诉你，他需要什么，除非他已经确实知道他自己需要什么。

例2销售人员：“您需要某某吗？”

分析：这种废话在我们的销售过程中不允许出现。这种问题对于一个随便看看的顾客来说可能会吓一跳，他可能要买，但尚未拿定主意对于这个问题当然很难回答。他也可能没想要买，只是看一看，这样反而使顾客回答不了之后马上离开。还没有交谈就把顾客吓跑了，怎么再向顾客介绍产品呢？

以上两个例子中，销售人员还未与顾客交谈，还未了解顾客的需要，便让顾客回答了是与否之后离开了。

为什么会这样呢？原因很简单。因为销售人员一开口就向顾客进行了索取，要他回答一个难以回答的问题。对顾客来说这无疑是一个难题，难怪顾客的态度那么消极，也难怪这个问题吓跑了一大半有需要但并（不）真正知道自己需要什么顾客，索取回答是消极的。那反过来，销售人员不妨试一下给予，换一种方式来迎接顾

客。

例1. 顾客只是随便看看

销售人员可以这样开始：“这是某某产品的专柜，新上市了某种新产品。”或“我们现在进行的是某某活动，”

例2. 顾客已经在看某一规格的产品

销售人员：这是具体的某一产品，它具有什么样的功能，有什么样的作用或有什么区别于其他产品和品牌的优势。要用尽量少的语言介绍出产品的作用或独特的地方来。

例3. 顾客的目光在柜台上来回扫过。

销售人员应及时捕捉顾客的眼神，并与之进行目光交流，向顾客介绍：我们这里的是某某产品，您现在看到的是哪一规格类型的产品，它具有什么样的功能，有什么样的作用或有什么区别于其他产品和品牌的优势。

例4. 几位顾客同时在看产品。

销售人员：这是某某产品。边介绍边向几位顾客派发产品的宣传资料，结合以上例 2、例 3 的情况灵活介绍产品，有必要向几位顾客多介绍几种规格的产品，以满足不同顾客的需要。

以上几例分析中可以发现：浏览的顾客通常是已在看某种产品，某一类产品或某件产品，而他已在注视的这件东西多少引起了他的兴趣，所以销售人员应该对他正在看的東西给予相关的说明。说明后多半会引出顾客的一些问题和判断，这往往是销售人员需要获得的关于顾客的需求。

一) 通常，销售人员在向顾客介绍产品后会有两种不同的反应：

1. 希望能听销售人员说下去，这时，销售人员要继续介绍产

品的特点、好处等等，并给顾客观察和试用，并作列穿着情况等，
同时也可询问一下顾客的情况和需要，向他推荐合适的产品是销售成功。

2. 顾客会提出问题，如：“这种产品跟另一种产品有什么不同？”、“这种产品能不能适应我的某种需要？”、“你的产品这么多，哪一种更适合我？”等等，里面都包括了顾客想知道的信息。

二) 销售人员向顾客介绍此次销售是开展活动，并分发宣传资料时，顾客的反应基本上也会有两种

1. 希望销售人员会继续说下去，听一听有没有自己感兴趣的

东西，如买一赠一活动，免费试用，有奖销售等。

2. 还有的会问送什么，怎么送。顾客的回答反映了他的需
要

和偏好。可见一个好的开端是以为顾客提供给予为开始的。给予顾客什么呢？给予是一种服务，是说明，给予顾客他所关心的事物的说明。所以作为一个成功的销售人员，请牢记永远不要向顾客索取什么，哪怕是一种回答。永远不要先问顾客：“你需要什么？”

请永远记住：给予，给予，而不是索取！

这是销售过程中的核心！让上帝感到他在享受着至高无上特别

的服务。有了一个好的开端，接下来销售人员应该进一步了解顾客有什么具体需要了。

式. 了解需要

一) 记住！对产品越挑剔的顾客，越是有购买欲望的潜在消费者！

在迎接顾客并与顾客交谈之后，销售人员与顾客的沟通桥梁就建立起来了。销售人员要了解顾客有什么需要，只有了解了顾客真正的需要，才能向顾客推荐合适的产品。

一般来说，在迎接顾客之后，销售人员应该通过询问顾客的一些基本问题来了解顾客的实际情况，只有掌握这些，接下来才能根据其需要推荐适合的产品。

不同的问题带来的顾客的回答和结果是不一样的。必须预计每个问题可能会带来的回答，以选择那些有利于销售的问题，因此尽可能提那些能获取信息、易于回答的，如：谁、什么、哪里、什么时候、为什么、怎样、告诉我关于……，这些易于回答并能提供较多的信息的问题，能够帮助销售人员了解顾客的一些潜在需求。

通过提问，及时了解顾客的特殊要求，避免说上一大堆，介绍了许多产品之后仍不知道顾客的真正需要。还要注意从顾客的回答中找出隐藏着的真正的需要。

因此，对于销售人员来说，聆听顾客的回答和陈述很重要，因为他包含了顾客很多的潜在需求，也就是说隐藏了许多的销售机会。

聆听顾客的陈述时，终端销售人员须注意：

1. 保持最大的注意力，切记东张西望，心不在焉。
2. 不要随意打断顾客的谈话，因为这样显然不尊重顾客，对顾客不礼貌。
3. 尽量避免否定的价值判断。如：“您这话可不对了！”等。

在提问和聆听回答之后，销售人员就要分析一下，抓住其中的销售机会。有时候，顾客并没有直接说出他的需要，一些否定的说法和判断掩盖了他的需要。

例 1. 顾客：“我不需要这种产品，因为我……，所以我……。”

分析：乍听之下，顾客似乎并没有什么需要。但仔细一分析，其实顾客真正的需要是相对这种产品之外的另外某种产品。

二) 作为一名成功的终端销售人员，不仅要抓住每一个销售机会，还要善于创造销售机会。

记住！成功的 SALES（销售人员）创造机会，失败的 SALES 等待机会。

生活中的很多事情不怕你做不到，就怕你想不到，关键在于创造一个机会，然后努力去实现。不怕做不到，就怕想不到！不要错过任何一个可能的机会！

很多时候，顾客往往没有意识到自己的其他需要，销售人员应提醒顾客并帮助其一起认识。

销售机会的有无，取决于创造。创造的关键还在于怎么去说，去概括，去阐述。

记住！重要的不是你要表达什么，而是怎样去表达。请满怀信心，从心眼里认定顾客确实实地有这么一个迫切的需要，你也要牵引着他去认同他确实有某种需要，并确认事实就是这样，直至顾客接受，完成销售。这才是一个成功的秘诀。试试看，你也会成功的。

记住！人必先自欺而后欺人。希望你能将这条行销人员的信条守则埋藏心底。（谎言重复一千遍也就成了真理）

通过提问、聆听、分析，销售人员抓住机会，通过概括和阐述，销售人员创造了销售机会，再确实实了解了顾客的需要后，接下来，销售人员该向顾客推荐合适的产品来满足顾客的需要了。

参. 推荐产品

恭喜你顺利的完成了了解顾客的需要等步骤，这时候，也是该向他推荐产品来满足他的需要的时候了。

对于成功的终端销售人员来说，尽管每一个步骤都是重要的，但最关键的一步就是推荐产品。

每一个产品都有益处。

每一个顾客都有需要。

成功的销售秘诀在于：将顾客的需求和产品能为其带来的益处巧妙地联系起来。

什么是产品能为顾客带来的益处呢？它是不是产品说明书上介绍的呢？

这里我们要区分两个概念：特点 益处

特点：告诉顾客这个产品是什么，是关于产品性质的描述。

益处：告诉顾客这个产品如何起作用，对顾客有什么好的作用，可以为顾客做什么。

只有产品的益处是吸引顾客的原因，而不是特点。真正帮助销售人员实现销售的是产品的益处。

每一个产品都有很多的益处，每个顾客都会有不同的需要。不同的顾客对同一产品益处的需要也是不同的。

因此，终端销售人员应针对不同的顾客，因势利导，找出产品的不同益处以满足顾客不同的需要。

记住！要真正把产品销售出去，要让顾客掏钱购买，销售人员必须说出让顾客心悦诚服的理由。

如何向顾客推荐产品呢？**推荐产品有四个步骤：**

1. 确认需要

与顾客达成一致，再次确认顾客的需要。让顾客确定销售人员已了解他的需要，并予以认真分析对待，因此，销售人员在向顾客介绍产品的益处之前先应肯定顾客的这些需要确实存在。

2. 说明益处

说明产品将如何有益于顾客，给顾客带来何种好处。成功的销售人员销售的永远是产品的益处。

3. 演示产品

根据顾客具体需要说明产品的特点和益处。给顾客介绍了那么多产品的特点和益处，服务是否被接受了呢？大部分人是没有的。

许多顾客不愿意买，因为他们不能确信他们回家后是否喜欢这个产品，是否回因为听信了花言巧语而上当受骗。毕竟，耳听为虚眼见为实。那么，不妨向顾客演示一下产品。演示产品不仅要让顾客亲身感到、看到产品，而且还有演示和解释如何使用这个产品。借助于顾客的亲身体验，销售成功的计划会多一些。因为产品的表现证实了销售人员的说明。顾客也从销售过程中一个被动的角色转化成了积极参与的一员。在可能的情况下，向顾客演示他看到的每一件产品，由于演示证实和加强了销售人员对产品的说明，驱走了顾客的疑虑，让顾客真正的做到了先试后买，也使销售工作更简单，更有效。

4. 出示证明

出示有关产品特点的说明、数据等证明。最后用一些数据和资料来证明你前面所说的一切，以增强顾客对产品的认识和信心。销售人员可以借助调查研究的有关数据，广告中的产品特点的说明，产品知识，宣传资料，顾客推荐书等工具向顾客说明，增强顾客的购买信心和决心。

四. 连带销售

在向顾客推荐了合适的产品后，顾客的需要是否满足了呢？顾客的需要是多种多样的，销售人员可能只满足了他的一种或两种需要。这时候，你是否意识到这里存在着销售机会呢？你还应满足顾客的其他需要，那为什么不抓住机会，把生意做得更大一点呢？

不要只向顾客展示一件产品。“展示三件，卖出两件”的原则是

许多年以来验证过很多次的一个事实。向每一位顾客展示三件产品，你平均卖出两件——你的生意将翻一倍。

在连带销售中有以下六点需要注意：

1. **提问和仔细聆听回答**——在了解顾客需要和获取信息时，销售人员应确信顾客说的每一个字，他将告诉你他的需要，如果你仔细听，你会发现他潜在的需要。

2. **在把话题转移到相关产品之前，请先满足顾客提出的要求。**

3. **确保你介绍的产品与顾客的需要和兴趣有直接联系，否则说再多也是徒劳的。**

4. **永远不要给顾客一种感觉——你只感兴趣做一笔大生意。**当销售人员在花时间介绍每一件产品来满足顾客的其他需要之前，**请给顾客一个说法。要让顾客觉得你是从他的切身利益出发的。**

5. **永远演示每一件产品——演示将有助与你销售每一件产品。**

言

之有物，眼见为实。

6. **向顾客展示三件产品以使生意翻番，但不要就此停留在那儿。**
继续介绍连带销售直至顾客的每一需要都能被满足，直至你实现了每一个存在的销售机会。

连带销售不仅满足了顾客的多种需要，更重要的是它增加了销售机会。每一次，请别忘了连带销售，它能使你事半功倍。

伍. 送别顾客

销售人员迎接顾客、了解顾客的需要、推荐合适的产品乃至连

带销售的一系列过程，其目的只有一个，让顾客购买产品。现在，应该让顾客掏钱并结束销售过程了。

销售人员应再次概括一下产品的益处，然后询问顾客是否购买或直接要求顾客购买。

切记：不要因为顾客没有购买产品而懊恼，他今天不买并不代表今后不买。顾客就是上帝，如果你忘记了这句话，那么，你以上所做的一切没有任何意义，而且还会产生意想不到的负面效果，影响企业的形象。

当你快要结束销售时，要确信顾客已经了解了产品。当你完成了销售过程时，千万别忘了感谢你的顾客，他为你提供了销售机会，他对你的工作给予了最大的支持。所以，不要忘记对顾客说：“谢谢”“欢迎再次光临”。为你的销售过程划下完美的句点。

六、核心销售技术

最后，我们来总结销售技术



