

# 利剑出鞘——超级导购冠军销售技巧提升



## 课程背景：

店面没客流、而客户来了无法留住、成交率低、导购人员积极性不高、抱怨大，心态不好，也不知道顾客的消费购买动机，不知道顾客的心理防御机制，不知道顾客的异议心理构建，这是目前所有行业和终端店面存在的普遍情况，利剑出鞘——《超级导购冠军销售技巧提升》是邓波先生近二十年的营销及管理经验的总结，是导购系列课程的基础课程，是对世界 500 强企业及国内各类型企业终端销售的研究及实践的基础上所开发的课程，更实操、更落地。

## 课程目的：

本课程为终端销售提供支持，可以了解顾客语言背后更多的应对及销售技巧，了解日常常见的销售中 10 大问题及应对方案，洞察顾客心理，掌握更多的销售工具，掌握独特有用的话术，把握销售时机，在有限的时间化解异议，提升成交效率及成交量；同时调整导购人员的职业心态和观念，提升导购自身素质，掌握标准、职业的服务礼仪塑造拥有大格局的职业定位。

**课程时间：**2 天，6 小时/天

**课程对象：**店长、店员、销售人员

**课程风格：**专业讲授、案例分析、角色扮演、小组讨论分享相结合，两天课程中每一个节点都有案例和学员互动，提升学员参与和吸收的能力。

## 课程收益：

- 从知道到学会到应用，能自然应对常见的销售难题和各自场景，并能很好的提炼品牌话术；
- 完全基于实战和应用，杜绝只是对销售理论或技巧的照搬照抄；
- 以技能训练为主，确保掌握实战技巧，提高销售业绩；

## 课程大纲

### 第一讲：移动互联网+时代实体店现状及未来发展趋势

1. 移动互联网+时代实体店现状
2. 移动互联网+时代实体店发展趋势

### 第二讲：导购基本功修炼一——定位及开场白

#### 一、导购的概念及定位

1. 导购的概念
2. 导购在企业的价值
3. 社会认知、自我认知

**现场互动：**导购人员在销售中遇到的最大的三个问题！

#### 二、导购专业开场白

1. 三种终端形态及四种终端的现状
2. 开场时机什么时候最合适

- 1) 顾客主动寻求帮助
- 2) 停下脚步审视产品
- 3) 感受商品比照分析
- 4) 翻阅资料了解品牌

## 现场模拟、演练

### 3. 好的开场方式是怎样的？

- 1) 以介绍新品、新货、新款的方式开场
- 2) 用促销活动开场
- 3) 赞美开场
- 4) 以介绍产品或品牌唯一性开场
- 5) 制造热销开场
- 6) 利用功能卖点开场

案例分析：家具店导购的销售为什么会成功？

#### 4. 开场三句定乾坤

案例分析：骨质瓷导购销售为什么会失败？

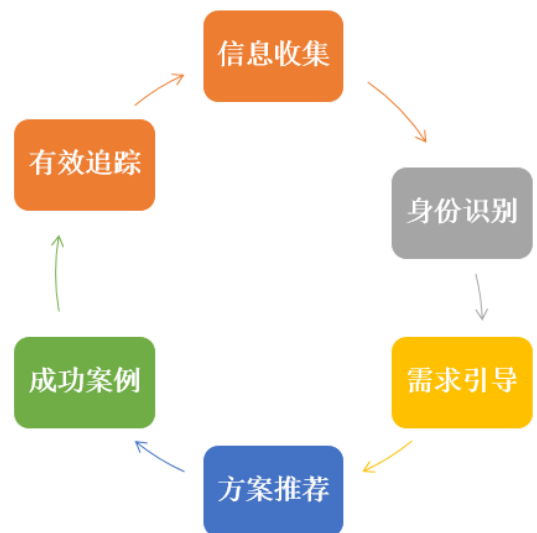
头脑风暴：开场三句话到底怎么讲？

#### 5. 专业介绍有技巧

现场演练：专业介绍话术提炼、萃取、训练

落地工具：专业话术提炼流程及确定、FABE 法则

案例视频：沟通技巧如何这么重要



## 第三讲：导购基本功修炼二——话术技巧

### 一、导购常见十种话术问题及应对

#### 1. 顾客冷言以对

现场演练，技巧落地，解决方案

#### 2. 优势质疑

案例分析，现场演练，技巧落地，解决方案

#### 3. 百般挑剔

案例分析，现场演练，针对问题点解决方案

#### 4. 无从选择

#### 5. 价格对比

案例分析，现场演练，应对策略

#### 6. 折扣要求

#### 7. 借口推诿

案例分析，现场演练，解决方案

#### 8. 不感兴趣

- 9. 上当退货
- 10. 售后问题

情景体验，案例分析，解决方案

### 第四讲：导购基本功修炼三——专业流程及顾客心理分析

#### 一、导购流程图——导购人员专业流程指引

##### 1. 信息收集——准备阶段

- 1) 如何吸引到更多的“客流量”？
- 2) 如何提高销售的成交率？
- 3) 如何提高反复购买的次数？

##### 2. 身份识别——接触阶段

- 1) 如何判断客户身份——衣着打扮、语气语调、进店表现、专业程度、询问内容
- 2) 顾问式销售中销售人员的三大角色

##### 3. 了解需求——说服阶段

工具：NEADS 方案解决、FORM 沟通法，现场演练

##### 4. 塑造价值、沟通答疑——产品推荐阶段

思考练习：如何提高反复购买率？

案例分析：灯具导购怎塑造价值成功销售的案例给你的启示？

##### 5. 临门一脚、成功案例——成交阶段

现场演练，分析、解决方案

##### 6. 有效追踪——服务阶段

#### 二、顾客心理分析

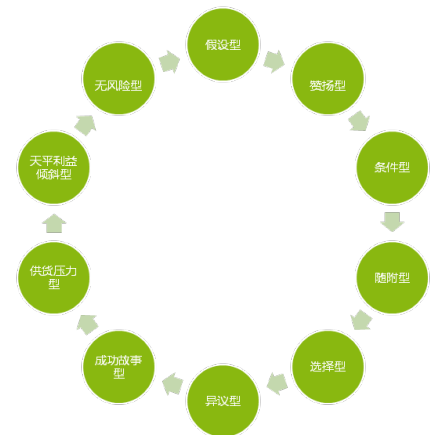
- 1. 不同消费者性别、年龄、性格分析
- 2. 性格分类及消费特点
- 3. 不同消费者应对技巧

案例分析：为什么某化妆品导购会销售失败？

##### 4. 消费八大心理

- 1) 我就是上帝
- 2) 渴望被尊重
- 3) 男女不同
- 4) 从众心理
- 5) 担心上当受骗
- 6) 该死的价格
- 7) 喜欢占便宜
- 8) 人人好面子

案例分析、现场演练



### 第五讲：导购基本功修炼四——成交技巧及促销设计

#### 一、十种常见成交技巧剖析

- 1. 成交时机最重要
- 2. 成交信号特征
- 3. 十种常用成交技巧

现场演练

案例分析

现场 10 种成交技巧训练

#### 二、促销及店面布置

## **1. 促销主题**

- 1) 促销主题确定的原则
- 2) 促销主题确定的方法
- 3) 促销主题名称的确定

## **2. 促销目的**

## **3. 促销六大要素**

## **4. 核心销售日**

## **5. 促销方案的设计**

- 1) 好的促销方案的要点有哪些
- 2) 应该怎样设计促销方案更有效
- 3) 促销方案应这样更好的吸引客户，客户要的是什么
- 4) 促销方案怎样进行推广和宣传
- 5) 怎样让一个促销方案能销量提升 3-5 倍的秘诀

**案例：某加油站促销案例剖析**