

# 绝对成交——专柜导购销售成交之实战特训

## 课程背景：

当顾客来到专柜时，你是否站在顾客的角度，深入他的内心世界，认真地思考过以下问题：

- 为什么顾客会告诉导购员自己的真实需求，而不是顾左右而言他，这里面的原因到底是什么？
- 为什么顾客会相信并且喜欢一位陌生的导购员，他是按照什么样的原则做出判断的？
- 为什么顾客会认为某款商品才是符合他实际需求的，在与顾客沟通的过程中，导购员是如何介绍商品的？
- 为什么顾客觉得某个卖点或者功能，对他来说是非常重要的，导购员如何去找准并介绍对应的卖点？
- 为什么顾客会提出种种的异议，他真正担心的是是什么，导购员又要如何有效地化解顾客的担心和顾虑呢？
- 为什么顾客会认为你所销售的商品物超所值，是什么样的原因让他决定购买的？

如果你对以上问题感到疑惑，有兴趣知道答案，那么这正是你需要学习该课程的原因。本课程与大家分享的所有销售方法与技巧，都是我在现实工作中通过自我实践或观察他人的提炼总结。这些方法与技巧不仅仅对我有很大的帮助，对我身边的朋友也有很大的帮助，对于曾经参加我课程的学员们也有很大的帮助。

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**专柜导购人员

**课程方式：**讲授、小组讨论、案例分享、案例解析与点评、实操演练

## 课程大纲

### 第一讲：如何制定接待策略

#### 一、专柜位置靠后（顾客看过好几个品牌才过来）

**问题分析：**如果专柜的位置非常靠后，顾客已经看过好几个品牌才走过来，那么销售时会存在什么样的问题？

**举个例子：**你的专柜位于卖场人行通道的第四个位置，客户一家家都看过了……

**应对策略：**

1. 暗示客户法
2. 纠结抉择法
3. 标新立异法

**案例解析与点评**

**模拟演练：**两人一组，进行模拟演练

#### 二、专柜位置靠前（顾客看完本品牌后再去看竞品）

**问题分析：**靠前的专柜或专柜，容易被后面的竞争品牌盯上……

**举个例子：**竞品靠攻击板材的厚度成交了我的客户

**应对策略：**

1. 巩固防线：依靠自我优势树立标准
2. 先声夺人：提前弱化竞品优势、指出竞品弱势

**案例解析与点评**

**模拟演练：**两人一组，进行模拟演练

#### 三、如何做好终端拦截（把顾客优先吸引到专柜）

**存在问题：**客户越来越少，商场禁止拉客户，我该怎么办？

举个例子：商场的电梯更换了入口，我的位置从最好变成最差

**应对策略：**

1. 投放广告
2. 堆些礼品
3. 整点动静
4. 迎宾请进

**案例解析与点评**

#### 四、如何迅速判断顾客的性格模式，并调整接待方式

**存在问题：**有些客户总是对外冷冰冰的或者说随便看看

举个例子：我和爱人去苏宁易购购买热水器……

**应对策略：**根据客户的性格，匹配与他相同的沟通方式

1. 优先观察：观察顾客的穿着、走路速度和姿态，预判顾客的性格：感性与理性
2. 调整身体语言：将自己的身体语言调整为与顾客同一频道
3. 调整接待方式：是贴近顾客还是给他空间？是开门见山还是旁敲侧击？
4. 调整介绍方式：感性客户的介绍语？理性客户的介绍语？

**案例解析与点评**

#### 五、如何挽留顾客，让他不好意思走

**数据分析：**在专柜的停留时间越长，成交的几率越大

**存在问题：**顾客在我的专柜停留时间较短

**原因分析：**顾客为什么会在专柜时间停留时间较长？

**应对策略：**如何让顾客在你的专柜停留较长时间

1. 让客户坐在椅子上
2. 主动给客户递水
3. 让客户自己的体验

**案例解析与点评**

#### 六、如何打消顾客的防范心理，并找准时机跟顾客沟通

**存在问题：**顾客不愿意和导购交流，自顾自的看

**原因分析：**顾客为什么会有防范心理

**应对策略：**

1. 给顾客一些空间和时间
2. 观察客户，找机会切入
3. 最好以赞美进行破冰
4. 提出精辟的观点，一下挑起客户的兴趣
5. 用提问的方式，撬开客户的嘴

**案例解析与点评**

### 第二讲：如何了解顾客的需求

#### 一、在对顾客做需求调查时，导购员必须了解的信息

**存在问题：**在不了解顾客需求的前提下，讲了太多的话，都无法与顾客产生共鸣

举个例子：天河城买眼镜

**应对策略：**7W1H的思维方式

1. What-客户对什么感兴趣
2. Why-顾客提出要求背后的原因
3. How-顾客购买商品后如何使用
4. When-顾客使用的时间
5. Wow-使用的人或关联的人

## 6. Where-在什么地方使用

### 案例分析

#### 二、高效提出需求调查问题（让顾客愿意从正面回答）

存在问题：导购提出的问题，顾客不愿意回答

原因分析：

1. 问题过于生硬
2. 不注意提问的节奏
3. 对顾客的回答没用反馈

应对策略：

1. 在对话中提问，隐藏目的性
2. 由简单的问题开始，循序渐进
3. 对于顾客的回答要给予反馈
4. 避免开到尴尬或隐私的问题
5. 感觉客户有回答压力时，要在问题前做个铺垫

### 案例解析与点评

#### 三、影响顾客的需求认知（使其需求与商品优势相一致）

存在问题：客户需求的商品，我这里无法满足

举个例子：客户需要一款 6 英寸屏幕的手机

应对策略：

1. 询问客户需求背后的原因
2. 让客户再说出两个以上的其他要求
3. 帮助客户从多个要求中做最大价值的分析

### 案例解析与点评

#### 四、顾客不说他的需求，而是表示“随便看看”

存在问题：顾客进店后总是说随便看看

原因分析：

1. 担心死缠烂打
2. 担心过于热情

应对策略：

1. 不要随意相信随便看看
2. 不要过于亲近，给他空间和时间，在周边等待机会
3. 对客户的答案进行认可，找机会切入话题

### 案例解析与点评

## 第三讲：如何做好商品介绍

### 一、筛选与提炼优势卖点，将它的刃口变得异常锋利

存在问题：导购总是讲了太多的卖点，顾客压根听不进去

举个例子：欧派橱柜的 10 大卖点

应对策略：

1. 提前对卖点进行初步的提炼和归纳
2. 优先将顾客关注的卖点
3. 其次把客户忽略但很重要的卖点也讲出来
4. 必杀技的卖点不要在开头讲，但要靠前

### 案例解析与点评

### 二、如何找到好的演示方法与演示道具，并做好演示工作

存在问题：导购讲了很多内容，但客户看起来似懂非懂

举个例子：所谓的实木门是不是实木的？

**应对策略：**

1. 根据顾客关心的问题，提前做好演示道具
2. 尽可能的让客户参与演示
3. 演示完毕后一定要问客户的感受

**案例解析与点评**

### 三、运用形象的比喻（让顾客听懂难以说明的道理）

**存在问题：**有很多技术的问题，无法用演示，我该如何讲的明白？

**举个例子：**自行车的无级变速原理

**应对策略：**

1. 平时多总结客户理解的难点，找到大众普知的事物进行参考比喻
2. 打比喻的时候所用的比喻必须是正面的，客户一听就明白

**案例解析与点评**

### 四、举一个好的例子，通过他人的实证取得顾客信任

**存在问题：**有的导购举得例子，顾客停了一点反应都没有

**举个例子：**这款减肥药，你们小区好多人都在用……

**应对策略：**

1. 举得例子一定要具体，比如具体的时间，地点，人物等，让客户感觉很真实
2. 举得例子一定要有代表性，并与顾客的现实情况具有共同性
3. 注意例子的长短，控制好客户聆听的节奏

**案例解析与点评**

## 第四讲：如何有效应对价格方面的异议

### 一、卖场里面明码实价（顾客偏偏还要再优惠一点）

**存在问题：**商场已经明码实价了，但是顾客还是要砍价，怎么办？

**原因分析：**

1. 无脑型议价：不了解行情，没有任何根据的乱议价
2. 习惯性议价：平时买东西，养成议价的“好”习惯
3. 超预算议价：费用超预算，希望议价后到预算范围
4. 合理性议价：买卖要议价，只要是在合力范围之内

**应对策略：**

1. 针对正常的客户：重复产品的价值，坚守价格的底线
2. 针对特别难缠的客户，给予一些小礼品
3. 一定要降价的客户，导购自身倒贴的方式来处理
4. 通过展示商场的价格管理办法来说服
5. 通过竞品的价格对比来说服
6. 通过网上透明的价格来说服

**案例解析与点评**

## 第五讲：如何有效应对赠品、品牌、质量、功能方面的异议

### 一、发挥赠品的价值（使其正面推动顾客的购买行为）

**存在问题：**赠品问题谈的太早、赠品的价值没发挥出来、赠品谈的过于随意

**举个例子：**买卫浴送蚕丝棉被

**应对策略：**

1. 分析市场去同类行业都送什么赠品
2. 将赠品当做最后一根稻草
3. 赠送礼品时，要说明礼品的稀缺性、时限性和价值感

## 案例解析与点评

### 二、品牌美誉度较弱（顾客担心商品质量差、档次低）

存在问题：顾客说这个品牌没听说过，担心而退却

应对策略：

1. 直接询问客户担心的原因是什么
2. 用产品的实际价值去打消客户的疑虑
3. 虽然客户没有听说，但是我品牌在行业内的地位是
4. 用道具去证明，彻底打消疑虑

## 案例解析与点评

### 三、当顾客提出异议时（导购员应遵循的处理流程）

第一步：重复并认可顾客的异议

第二步：通过有效的提问，来确认顾客异议的真正定义和背后的原因

第三步：根据异议背后产生的原因做出处理，化解顾客的异议

处理顾客异议的方法：正面处理、背面处理、侧面处理

## 案例解析与点评

## 第六讲：如何有效处理成交时遇到的问题

### 一、如何准确识别顾客的购买信号（抓住成交的好时机）

存在问题：导购抓不住成交的时机，过早或过晚逼单，导致成交失败

举个例子：小鹏汽车试驾之后

应对策略：

1. 当顾客询问优惠或赠品时
2. 当顾客问道关于售后服务时
3. 当顾客转一圈又回来时
4. 当顾客纠结于某个问题时，解答完要顺势逼单
5. 当顾客仔细观察商品的细节时
6. 当顾客问怎么使用时

## 案例解析与点评

### 二、如何拉住与说服假装想走以及真的走了又回来的顾客

存在问题：顾客总是用你不怎样我就走来威胁导购

应对策略：

1. 第一次顾客要走的时候，拉住他，请顾客坐下来，给足他面子
2. 顾客已经表演过一次还要走，或者给了点优惠还要走，不要着急拉他，等到快走出两三米再请回来
3. 顾客转了一圈又回来，导购对价格可以要定不放，但态度上一定要谦卑

## 案例解析与点评

### 三、如何跟顾客提出成交要求（有效推动顾客尽快下单）

应对策略：

1. 顺水推舟法
2. 选择成交法
3. 短缺成交法
4. 限时优惠法
5. 礼品赠送法
6. 价值总结法
7. 信心成交法
8. 比较成交法

## 案例解析与点评

### 四、如何做好连带销售（用轻松的方式迅速提升销售业绩）

**存在问题：**顾客答应成交后，直接开单就把他送出去了

**数据分析：**善于连带销售的导购与不做连带销售导购的业绩对比

**应对策略：**

1. 以搭配的方式做连带
2. 以轮换的方式做连带
3. 以优惠的方式做连带
4. 以补零头的方式做连带

案例解析与点评