

门店导购销售技巧提升训练

课程背景：

随着市场上零售卖场不断增加、品牌不断增加，竞争愈加激烈，加上各线上门店的分流，每一个实体门店都在面临比以往更加严峻的挑战，对于门店员工和店长的技能要求也越来越高，销售技巧不过关，最终的结果就是没办法在货品热销的黄金时段将销售最大化，造成库存积压。在终端门店管理过程中，由于员工不能找到和顾客沟通的有效方法、不能精准地介绍货品、不能把握试用环节、不能正确处理顾客异议等导致的销售失败、顾客流失、业绩低下的问题屡见不鲜。

为解决门店经营过程中，出现的门店员工及店长销售技巧欠缺问题，包括和顾客打开话题建立沟通、有条理有吸引力地介绍货品、提升试用体验、正确解决异议、帮助顾客选择决断等，提高门店员工及店长销售技能、提升门店业绩、加速货品周转，以期达到提升公司业绩水平。

课程收益：

- 梳理门店销售全销售服务环节
- 掌握快速破冰的方法
- 掌握发现顾客需求的方法
- 掌握货品介绍的方法
- 掌握试用环节的服务要求及销售技能
- 掌握解决顾客异议的方法
- 掌握售后添加微信会员的方法

课程特色：

门店接待逃不出销售和服务两大板块，不同行业的门店接待环节大同小异，此门课程内容为通用，且适用人群较广，会根据不同的人群采取不同的教授方法。具体如下：

- 导购参训，以讲解内容和训练技巧为主
- 副店、店长、内训师等中层管理者参训，以萃取企业经验、形成内部转训资料为主

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：终端门店所有导购、副店、店长、内训师等

课程方式：讲授、小组讨论、情境演练

课程大纲

第一讲：销售全环节梳理与问题诊断

一、什么影响了我们的销售

1. 影响业绩的三大方面分析

- 1) 人员方面
- 2) 货品方面
- 3) 卖场方面

头脑风暴：影响业绩的因素及提升点分析

2. 迅速提升业绩的方法

- 1) 人员方面着力点分析
- 2) 货品方面着力点分析
- 3) 卖场方面着力点分析

4) 销售重点放在人员技能与心态提升

讨论：提升要素及方案

二、销售服务全流程梳理及问题诊断

1. 销售服务全流程梳理

2. 各环节重点明晰

3. 销售问题诊断，难点环节筛选

互动：销售服务全流程集体记忆

第二讲：提升售前技巧——促成顾客试用

一、有效迎宾——引流到店

1. 迎宾的目的分析

2. 迎宾的常见问题

1) 站姿、站位不当

2) 语言不当

3) 面部表情及目光不当

4) 仪容仪表不当

案例：常见错误罗列与纠偏

3. 迎宾的标准

1) 站姿、站位

2) 语音语调话术

3) 表情、目光

4) 仪容仪表

训练：标准迎宾

二、快速破冰——放下戒备

1. 四种“不好接待”顾客行为分析

1) 门口望望不进店

2) 进店只想自己看

3) 金口难开不说话

4) 远望一眼就出门

案例：常见破冰痛点

讨论：我们该如何应对以上情况

头脑风暴：破冰常用方法列举

2. 有效破冰的工具解析

1) 打开话题的工具介绍

2) 判断工具有效的标准

3. 适合破冰的三大时机

1) 在顾客观看时

2) 在顾客触摸时

3) 在顾客询问时

头脑风暴：过往有效话题集

情景模拟：快速破冰

4. 破冰可以借助的物品

1) 店内可借助的物品

2) 顾客自己携带可借助的物品

头脑风暴：过往有效工具列举

5. 有效话题解析

- 1) 常用的无效话题
- 2) 快速寻找有效话题
- 3) 三大类二十四种有效话题列举
- 4) 破冰三个注意要点

互动：有效话题收集及话术梳理

三、正确赞美——拉近距离

1. 为什么卖场必用赞美

2. 赞美三原则

- 1) 三个简单动作——让赞美更真诚
- 2) 一个注意点——让赞美更真实
- 3) 认准主体——让赞美发挥效果

案例：常见赞美误区

情境模拟：有效赞美

四、挖掘需求——精准推荐

1. 挖掘需求在销售中的作用

2. 挖掘需求的三大方法

- 1) 通过“望”来挖掘需求
- 2) 通过“问”来挖掘需求
- 3) 通过“闻”来挖掘需求
- 4) 根据挖掘到的需求进行有效行动

案例：如何通过挖掘需求成交一单十件

第三讲：提升售中技巧——快速促成买单

一、介绍产品——激发兴趣

1. 让顾客不反感的介绍法——超级介绍法

2. 超级介绍法内容解析

- 1) 六大组成元素——FABDES
- 2) 标准话术模板
- 3) 话术模板变换解析
- 4) 精简版话术解析

演练：运用超级介绍法进行产品介绍推荐话术梳理

3. 超级介绍法时间限制

- 1) 限制介绍时间的必要性
- 2) 最佳介绍时间长短
- 3) 超级介绍法常见四大误区——语速误区、逻辑误区、口语误区、背书误区

案例：常见介绍产品误区举例

4. 介绍产品的动作规范

- 1) 站姿规范
- 2) 展示规范

互动：介绍产品动作规范

二、试用体验促进成交

1. 服务细节不能少

- 1) 试用体验环节服务的内容
- 2) 试用体验环节服务的标准

案例：你会如何选择哪种试用体验服务

2. 备款选择有技巧

- 1) 备款款式选择
- 2) 备款数量要求
- 3) 备款呈现话术

头脑风暴：如何精准备款

三、解决异议逼单断款

1. 要欢迎提异议的客人
2. 解决异议四步法
3. 常见异议四分类
4. 解决异议的话术
5. 解决异议三个注意点

案例：常见顾客异议及解答话术

情景模拟：异议解决

四、连单附加促成大单

1. 试用体验前
2. 试用体验时
3. 试用体验后
4. 其他提升连单的情况
5. 逼单的三个技巧

案例：如何快速帮助顾客决断，逼单成交

6. 让同事自然介入销售进行协助

案例：邀请同事协助销售误区

7. 成交大单的四个关键行为

案例：如何运用大单关键行为快速成交

第四讲：做好售后环节——赢得顾客复购

一、细心收银——避开陷阱

案例：常见收银环节陷阱

1. 收银避错四步法

二、添加微信——转化复购

1. 五大环节让顾客加微入会增加复购

- 1) 会员章程
- 2) 推荐入会
- 3) 精准备注
- 4) 后期维护
- 5) 线上推荐

2. 如何在微信中进行顾客画像备注

3. 关于“回头客”的三点思考

- 1) 顾客还会选择我们品牌吗
- 2) 顾客还会选择我们店吗
- 3) 顾客还会来找我买吗

三、告知使用存储要求——减少客诉

1. 一句话原则
2. 所有商品使用存储方式规范话术

互动：所有品类使用存储方式一句话话术总结

四、做好送宾——增加回店

1. 送宾目的分析

2. 常见送宾问题

案例：错误送宾方式损失销售机会

3. 送宾的标准

演练：标准送宾方式