

# 《王牌导购特训营》

**主讲专家：**张少卿

**课程时间：**2-3天

**课程对象：**经销商老板、零售门店店长、门店导购及各一线人员

**培训形式：**讲师讲授+体验式训练+互动分享+工具应用

\* 培训形式多样化是保证培训效果的重要手段。

**课程目标：**

- 1、 提高技能，总结顾客消费规律出发，总提炼出一套科学规范的门店零售步骤和方法，并通过对导购的训练成为随时运用的技能，从而提高购买率，提升门店销售；
- 2、 规范管理，强调销售一线的管理科学化、规划化和程序化，加强管理，从而提高效率，增加利润；
- 3、 调整心态，提升素质，零售的精髓是激情，目标、责任和天天战斗的精神。心态决定结果，心态决定高度，课程将通过训练和体验，让学员自我醒觉，发现盲点和局限，从而自我调整心态，激发工作潜能；
- 4、 熔炼团队，市场竞争最终是团队的竞争，战斗力前提是团队凝聚力和执行力。

**课程大纲：**

**第一模块 心态训练**

## 一、开训解析：成功与心态

### 1、工作与生活中观念的困顿和误区

1) “对事不对人”

2) “愿不愿”和“会不会”

3) 案例解析：讲话与演讲

### 2、成功与心态和能力关系解析

### 3、团队游戏：撕纸条

## 二、明天“我”的卓越特质（重点）

### 1、人生与“冒险”

1) 人的自我包裹

2) 解析困顿在“舒适区域”

3) 成功在与“冒险”

4) 现实联系与学员分享

### 2、信念的力量

1) 互动游戏;A-B

2) 案例解析

3) 事实、演绎与真相

4) 利益驱动和痛苦的阻碍

5) 学员分享

3、为了目标去“投降”

1) 案例演练：结婚与离婚

2) 解析：信念、行为与结果

3) 如何目标成功路上的障碍和阻力

4) 成功在于为了目标去投降

5) 学员分享

3、付出与回报

1) 心灵故事：我与乞丐

2) 解析痛苦与失败在与控制不能控制

3) 负责任的付出态度

4) 解析：钱是工作顺带产物

4、活在当下，变化的力量

1) 心灵故事：老鼠与奶酪，007 的演绎

2) 你心中的完美

3) 现实联系与分享

## 5、冲破一切的“可能性“

1) 团队游戏：13颗钉子

2) 互动游戏：九个点

3) 解析分享：可能与不可能

## 6、团队凝聚粘合剂：欣赏与信任

1) 四道题的分享

2) 心灵故事：怎么是信任？

3) 团队游戏：“风中劲草”

4) 学员分享

## 7、责任与担当

1) 解析什么是“负责任”？

2) 团队游戏：谁是孤儿？

3) 解析“责任者”与“伤害者”

4) 大型团队游戏：“领袖风采”

5) 学员分享

## 三、零售人的三大成功特质

**1、 大型互动：小蜜蜂**

2、 细节观念

3、 形象观念

4、 激情观念

5、 学员分享

## 第二模块 销售技巧

一、 导论:门店零售核心思想及指导意义

1、 零售门店成交核心思想及指导意义

1) 解析“爽”及门店指导意义

2) 解析“值”及门店指导意义

二、 导购人员的六种心态和四种必备技能

1、 王牌导购六种必备心态

1) 自信心

2) 目标心

3) 同理心

4) 平和心

5) 细节心

6) 老板心

## 2、 王牌导购四种必备技能

1) 赞美

2) 微笑

3) 塑造

4) 灵活

## 3、 导购员素质要求

## 4、 门店导购职责

1) 销售产品

2) 维护客情关系

3) 品牌宣传

4) 统计数据，收集信息

5) 终端生动化建设

## 三、 门店成交六步引导术

• 引导会“注意”：营业准备

• 引导有“好感”：迎宾破冰

• 引导来“沟通”：了解需求

• 引导去“了解”：产品推介

- 引导给“信任”：解决异议

- 引导去“买单”：促成成交

第一步、引导会“注意”：营业准备

1、营业准备内容（准备些什么？）

形象、知识技能、政策、工具、目标

2、形象解析：商品、门店、员工三大形象要求（根据受训单位需求确定内容）

3、导购员“知识技能”解析

提问分享：你的主要竞争对手是谁？

你了解他们是怎么攻击你的吗？

4、政策与工具解析

5、目标是什么？为什么要有目标？怎么设定目标？

第二步、引导有“好感”：迎宾破冰

1、导购迎宾服务标准

2、迎宾开场服务话术

演练：迎宾站姿及话术

提问分享：什么时候说，“你好，欢迎光临”？

3、打破坚冰：开场寒暄技巧与话术

演练:怎么破冰端茶？

4、最佳接近顾客时机

5、销售开场方式

1) 产品特点开场

2) 肯定顾客开场

3) 赞美顾客开场

4) 突出细节开场

5) 自嘲法开场

6) 主动引导开场

第三步、引导来沟通：了解需求

1、传统销售误区，为什么要了解需求（了解需求的目的）？

2、显性需求和隐性需求

3、如何来了解顾客需求？（需求探寻四步）

1) 观察

2) 听

3) 问

4) 确认

#### 4、聆听的技巧

1) 恭听：点头、微笑、前倾、手势

2) 确认

3) 回应

#### 5、提问的技巧

1) 提问技巧

提对我们有利的问题

➤ 提便于回答的问题

➤ 提压力不大的问题

➤ 不要连续问超过 3 个问题

2) 需求五问

➤ 一问：谁来用？

➤ 二问：用过啥？

➤ 三问：想怎样？

➤ 四问：价取向？

➤ 五要：善总结

6、了解需求时的应对？

## 第四步、引导去了解：产品推介

1、FABE 推介法

2、SPIN 介绍法

3、推介阶段注意事项

4、高端产品推介

5、怎么去引导体验？

1)主动、自信

2)自己的动作语言

3)缓解压力：买不买没关系

4)真诚探寻疑问，其他推荐

6、怎么去报价？

## 第五步、引导给“信任”：解决异议

1、异议形成原因？

2、异议处理原则：

1)换位思考：站在客户角度理解、分析、解释问题；

2)认可观点：肯定顾客的想法正常，可以理解；

3)转移话题：转移话题，避免被顾客牵入死胡同；

4)专业解释：用专业丰富产品和行业知识来解释；

5)合理建议：提出合理建议, 解决疑虑和提出方案；

### 3、异议处理方法和话术

1) 处理方法

2)3F 基本话术

4、怎么去提升产品价格和价值？

5、顾客说服技巧？

1)说服顾客的是他自己

2)联想和塑造（痛苦和幸福）

3)加大痛苦，利益增倍

4)不要老是直线性思维去回答问题（直接回答或者拒绝）

6、顾客一定要走怎么办？

1)给面子

2)留印象

3)我暂时给您留着

4)留信息

演练：怎么让顾客留信息？

## 第六步、引导去买单：促成成交

### 1、成交的时机？

- 1)话题基本上只是在某个产品上时；
- 2)提出疑义已作沟通，且未提出新问题；
- 3)顾客开始在意价格及其付款时；
- 4)顾客在意售后等细节问题时；
- 5)顾客拿不定主意，与同伴商量；

### 2、达成成交的方法？

- 1)双赢
- 2)及时
- 3)主动（恋爱拉手）
- 4)自信和感染力
- 5)动作语言
- 6)提问的技巧（封闭和开放、是否和 12 问题）

### 3、常用促单话方法

- 1)折扣法：我们最近有个团购，你今天。。。
- 2)优惠法：

3)赠品法：礼品

4)现货法

5)涨价法

6)缺货法

7)时间成本法

8)恐吓法：环保和服务

9)小票证明法

4、促成连带销售的方法

1)突出产品关联度和搭配

2)突出购买的优惠度和利益点

3)零凑整

4)活动升级

5)案例：卖鱼钩

5、送宾服务标准及基本话术

四、顾客常见异议及应对技巧演练

※根据行业和企业产品特点确定，亦可融合进前面课程)

**第三模块 客户服务与投诉处理**

## 一、零售门店客户服务原则

- 1) 快刀斩乱麻
- 2) 吃小亏，得大便宜
- 3) 举重若轻和举轻若重
- 4) 专人处理和领导跟踪
- 5) 换位思考

## 二、门店投诉处理流程与原则

- 1) 空间置换、坐下来
- 2) 倾听（笔、本子记下来）
- 3) 理解和同情，换位思考
- 4) 给出明确时间表和方案
- 5) 我们实际情况和难处
- 6) 条件交换
- 7) 后期专人处理跟踪