



导购现场销售的天龙八部

课程背景

在工作中，您是否常遇到以下问题？

- 作为导购员在等待顾客到来前应该做什么？如何创造一种轻松而亲和力的氛围来吸引顾客？
- 店面经常遇到没有顾客情况，在顾客在没有走进竞争对手专柜前把顾客抢过来？
- 如何挖掘顾客的需求？
- 如何解决顾客千奇百怪的异议难道？

课程内容

所有的导购员，都承担着卖产品的基本职责，那么，导购员如何提升销售技巧并提高销售收入呢？本课程共分为8个部分，简称为导购销售技巧的“天龙八部”，从上篇读懂客户的心到下篇如何实现绝对成交，共包括：未雨绸缪、待机迎客、接近顾客、挖掘需求、产品推荐、绝对成交和异议处理。课程结合案例以及学员之间的互动练习，使学员循序渐进地掌握导购销售技巧。

课程目标

- 掌握对不同典型类型顾客的精准分析与有效应对方法
- 掌握 FABE 利益销售模式
- 提高导购员的销售成功率，提升企业的营销业绩。

课程特色

本课程为确保知识转化为生产力，采用仿真的案例研讨，让学员对所学的销售流程与销售技巧融会贯通，真正做到学以致用。在课程中采用大量的实战演练，来考评学员。

课程对象

城市经理、销售主管、销售代表、城市督导、导购员

课程时间

2-3天

课程方式

授课 40%（互动引导）+小组练习 20%+现场模拟演练 40%

课程大纲

第一部分 读懂客户的心

- 顾客买的是什么
 - 买的是感觉：理性打开脑袋，感性打开口袋
 - 买的是好处
 - 买的是解决方案
 - 买的是服务
 - 买的是你自己



第二部分 天龙一步 - 未雨绸缪

- 自己：快乐的工作状态、良好的形象、工作用品
- 产品：将产品擦拭一新、注意产品摆放的角度和高度
- 标签是否完备、各类产品库存量
- 营造购物环境：销售氛围、堆头陈列

第三部分 天龙二步- 待机迎客

- 正确的迎客语言和动作是什么？
- 市场拦截的方法：决胜于千里之外

第四部分 天龙三步- 接近顾客

- 老顾客的迎接方法
- 陌生客户的接近方法
- 接近顾客的最佳时机？
- 如何观察顾客的一动一行？
- 接近顾客的四大方法是什么？
- 如何赞美顾客？
- 接近顾客的注意事项是什么？
- 如何保持即亲密又安全接触的距离？
- 销售片段演练

第五部分 天龙四步- 挖掘需求

- 如何挖掘顾客的需求？望闻问切
- 销售是问出来的：问对问题赚大钱
- 如何针对本行业设计开放式问题、封闭式问题？
- 提问的技巧是什么？
- 确定客户的冰箱需求需要问哪些问题？
- 顾客类型分析及应对
- 自我型顾客
 - 顾客特征：漫无目的、排斥导购
 - 接待要点：理念营销、情感营销
 - 常见问题：接待不积极，不知将顾客升级
- 比较型顾客
 - 顾客特征：环视四周、询问打折及赠品
 - 接待要点：重点介绍新产品、畅销品、促销品；竞品对比
 - 常见问题：缺乏耐心、对产品知识了少，缺乏专业性
- 犹豫型顾客
 - 顾客特征：脚步缓慢、若有所思
 - 接待要点：多了解、帮挑选、促购买
 - 常见问题：缺乏耐心、显得急噪
- 明确型顾客
 - 顾客特征：直奔商品、需求帮助



- 接待要点：求速成交、少说多做
- 常见问题：切忌吹捧、导致投诉
- 顾客权力分析（判断谁是决策人）

• 销售片段演练

第六部分 天龙五步- 产品推荐

- 产品生动化展示的攻心策略
- 如何有效引导和鼓励顾客体验
- FABE 产品展示法则应用
- 如何有效激发顾客购买（占有）的欲望？主动提出，透过证据说服您的客户
- 销售片段演练

第七部分 天龙六步 -异议处理

- 深刻认识异议：嫌货的才是买货人
- 了解客户产生异议的真正原因
- 一般都会有哪些异议？如何处理顾客的异议？
- 关于价格的异议
- 关于款式的问题
- 关于品质的问题
- 关于服务的问题
- 离别前的博弈：我还要到别的品牌比较一下（我再看看、我考虑一下）
- 销售片段演练

第八部分 天龙七步 - 绝对成交

- 一定要由顾客说买单时，我们才开单吗？
- 成交的关键在于要求——顾客的购买信号
- 成交方法

第九部分 天龙八步- 情感建设

- 解决的问题：“谢谢，再见，欢迎下次光临！”
- 交易完成后的注意事项
- 请顾客转介绍
- “美”程服务
- 顾客关系管理

第十部分 角色扮演

- 导购实战情景角色扮演+学员点评+讲师点评
根据情况可选择安排，不包含在课程内容

第十一部分 现场辅导

（全文完）