

# 《秀外慧中——超级导购销售技巧实训》

## 培训方案

【课程时间】1天（6个小时/天，多期轮训）

【课程对象】金伯利钻石店面超级导购

【课程方式】理论讲授 + 实操训练 + 情景模拟演练 + 案例分析 + 现场答疑

【课程特色】

- “学中做，做中觉”的体验式内训课堂，让培训工具和效果更加落地；
- 气氛轻松活跃，团队性、互动性、参与性让学习更加新鲜、快乐、高效；
- 视需要当场考核（书面/命题式实操/模拟），深度巩固和强化学习成果。

【课程提纲】

### 一、 接触客户阶段——有效的开场白和暖场

- 1、 有效的暖场话题  
(命题式模拟演练 + 指导分析)
- 2、 高情商沟通迅速拉近距离  
(命题式模拟演练 + 指导分析)
  - A、 表示尊重
  - B、 易地而处地聆听
  - C、 恰如其分地提问
  - D、 准确地表达——用对方喜欢的方式去说
  - E、 及时有效地反馈
  - F、 适时地赞美

### 二、 挖掘客户需求阶段——产品要体现“功能”更要给客户“价值”

- 1、 发现客户的真正需求——顾问式提问的五个步骤  
(命题式模拟演练 + 指导分析)
  - A、 第一步：愿望问题
  - B、 第二步：障碍问题
  - C、 第三步：后果问题
  - D、 第四步：美景问题
  - E、 第五步：确认问题
- 2、 超级导购到底该“卖”什么——为销售“创造”需求

- A、 “卖”给男人尊贵品位
    - a) 男人经常佩戴的“首饰”有哪些？
    - b) 男人的“首饰”与信仰
    - c) 男人的专属珠宝——袖扣
  - B、 “卖”给女人生活方式
    - a) 女人的“配饰”有哪些？
    - b) 女人的“珠宝”是“耐用消费品”更是“快速消费品”
- 3、 “私人订制”式珠宝配饰搭配技巧实训——为销售“酝酿”需求
- A、 佩戴珠宝配饰的原则——品位的搭配
    - a) 符合身份，以少为佳
    - b) 搭配原则
    - c) 讲究习俗
  - B、 行走在不同的风景里——场合的搭配
    - a) 公务场合
    - b) 商务休闲场合
    - c) 社交场合
    - d) 居家场合
  - C、 视觉的第一张名片——色彩的搭配
    - a) 四季色彩理论的运用
    - b) 客户的色彩诊断分析
    - c) 珠宝与色彩的搭配
  - D、 穿出你的独特与气场——风格的搭配
    - a) 客户的款式风格诊断与分析
    - b) 珠宝与风格的搭配
  - E、 不容忽视的亮点工具——包与表的搭配

### 三、 介绍及呈现产品阶段——“讲故事”让客户更“需要”产品

- 1、 珠宝与女人——金伯利钻石传递幸福和梦想
  - A、 珠宝：女人一生极尽奢华的梦想
  - B、 珠宝见证惊世骇俗的爱情
  - C、 珠宝的感情寄托与自我表达

- D、 克拉钻与女人
- E、 “金伯利”标签与女人的追求
- 2、 珠宝与幸福人生的三大均衡管理——万里挑一
  - A、 珠宝实现自我与自我的均衡
  - B、 珠宝实现自我与生活的均衡
  - C、 珠宝实现自我与事业的均衡
- 3、 珠宝是提升幸福感的源动力——贵乎稀有
  - A、 珠宝象征和平
  - B、 珠宝象征幸运
  - C、 珠宝象征财富
  - D、 珠宝象征智慧
  - E、 珠宝象征爱情

#### 四、 促成交易阶段——打消疑虑，夯实客户忠诚度

- 1、 分分钟直入内心——不同性格客户的“关注点”  
(一分钟性格测试：快速了解自己和 TA 的喜好与厌恶 + 案例分析 + 互动)
  - A、 老虎型
  - B、 孔雀型
  - C、 考拉型
  - D、 猫头鹰型
  - E、 变色龙型
- 2、 对症下药——心理战术“hold”住各种说“不”的客户  
(命题式模拟演练 + 指导分析)
  - A、 沉默型客户
  - B、 喋喋不休型客户
  - C、 重视舆论型客户
  - D、 挖苦型客户
  - E、 犹豫型客户
  - F、 冰山型客户
  - G、 打破沙锅问到底型客户
  - H、 忠厚老实型客户
- 3、 搞定“奇葩”客户——先解决心情再解决事情  
(命题式模拟演练 + 指导分析)
  - A、 表示充分的重视：坐下喝点什么
  - B、 让客户尽情陈述：记录的辅助效应
  - C、 充分道歉：有结果比讲道理更重要
  - D、 重置信息：了解问题所在，一步步平息不满
  - E、 再次征求客户意见：权限之内提出解决方案

- F、 伺机搬出“权威”：“领导”的价值**
- G、 跟踪服务：让客户成为“家人”**