

《秀外慧中——“4C 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】

导言：

- ◇ 从导购到超级导购：从“告知”到“专家”
- ◇ 像钻石一样“秀外慧中”：超级导购也有“4C 标准”

一、超级导购的“重量（CARAT WEIGHT）”——心态准备与建立

- 1、要有强烈的企图心——成功的欲望
- 2、不要总是为了钱——有理想
- 3、具备“要性”和“血性”——激情
- 4、世界上没有沟通不了的客户——自信
- 5、先“开枪”后“瞄准”——高效执行
- 6、不当“猎手”当“农夫”——勤恳
- 7、坚持不一定成功，但放弃一定失败——执着
- 8、胜则举杯相庆，危则拼死相救——团结
- 9、今天的努力，明天的结果——有目标

二、超级导购的“净度（CLARITY）”——服务品质与素养

- 1、品牌好你的服务追求——服务理念
 - A、“六保”：无条件的服务认同
 - B、“金伯利”标签：无懈可击的服务信赖

- 2、 装修好你的门面——服务形象
 - C、 第一印象管理
 - D、 典雅大方的仪容仪表 (着装、发型、妆面、配饰)
- 3、 管理好你的脸面——服务表情
 - A、 微笑——运气和财富的转换器
 - B、 眼神——尊重他人的“秋波”
- 4、 文明好你的谈吐——服务语言
 - A、 得体的称呼
 - B、 常用的十大类文明用语
 - C、 与人交流的禁忌：六不谈五不问
 - D、 谈话的话题选择
- 5、 展示好你的教养——服务仪态
 - A、 良好姿态的技巧
 - B、 标准服务姿态——站、坐、走、蹲
 - C、 服务手势的使用

三、超级导购的“色泽 (COLOR)”——将客户需求“挖到极致”

- 1、 观察客户的技巧——“表情指数”

(案例分析：名创优品全A球联合创始人叶国富)
- 2、 解读客户的心理——发现需求
- 3、 超级导购该“卖”什么——珍惜需求
 - 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”
- 4、 “私人订制”式珠宝配饰搭配技巧实训——培养需求
 - A、 佩戴珠宝配饰的原则——品位的搭配
 - B、 行走在不同的风景里——场合的搭配
 - C、 视觉的第一张名片——色彩的搭配
 - D、 穿出你的独特与气场——风格的搭配
 - E、 不容忽视的亮点工具——包与表的搭配
- 5、 像智者一样去“讲故事”——创造需求
 - A、 珠宝与女人

- 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) 让钻石成为一种生活习惯
- B、 珠宝与幸福人生的三大均衡管理**
- a) 与自己的均衡
 - b) 与生活的均衡
 - c) 与事业的均衡
- C、 珠宝是提升幸福感的源动力**
- a) 珠宝与和平
 - b) 珠宝与幸运
 - c) 珠宝与财富
 - d) 珠宝与智慧
 - e) 珠宝与爱情

四、 超级导购的“切工（CUT）”——达成交易的金科玉律

- 1、分分钟直入内心——“摆平”不同性格的客户
(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、高效与高情商的沟通技巧——“望、闻、问、切”
 - A、表示尊重的技巧
 - B、易地而处聆听的技巧
 - C、恰如其分提问的技巧
 - D、准确表达的技巧——用对方喜欢的方式去说
 - E、及时有效反馈的技巧
 - F、赞美的技巧
- 3、对症下药——心理战术“hold”住不同类型的客户
(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

4、搞定“问题”客户——先解决心情再解决事情

- 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