

JHTM商学院

产品名称	JHTM商学院
公司名称	尚赞（上海）家居装饰产品有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浦东新区老港镇
联系电话	18851662504

产品详情

尚赞（上海）家居装饰产品有限公司副总经理

金豪庭整木定制（中国）运营中心总经理

JHTM商学院创始人

尚赞(上海)家居装饰产品有限公司

新模式多业态

整木汇家居JHTM

诚邀加盟！合作共赢！

全国运营中心诚邀您的加盟

免费热线；400-7885-908

杜先生：18851662504

走在前沿

销售终端是产品最终走向消费领域的纽带和桥梁，也是产品“从价值到使用价值”的最终实现过程。在销售渠道日益“扁平化”的今天，销售终端对定制行业显得尤其重要，发挥着决定成败的作用，正所谓“得终端者得天下”。而导购员工作的方式方法更是直接影响着定制行业新零售终端的销售效果。

随着众家居厂商“决胜终端”营销理念的逐步深化，导购员已经成为各品牌定制厂商的一线“形象代言人”，在零售终端有了导购员向顾客的大力引导和推荐，不但确实能够提升销量，而且还能够赋予产品更为可观的附加价值——对品牌的深度宣传、对产品功能的细化演示和深入引导、对企业营销推广策略的深刻理解、经顾客良好的人文关怀、巧妙地解决购买异议和售后争端等。

在今天导购人员流动性大的现实情况下，怎样才能去莠存良，吸纳优秀导购员，留住优秀导购员，稳妥留住优秀导购员，将我们的导购队伍建设成为一支稳定的极具“杀伤力”的精锐部队，进行长期有效的管理和培训工作成为关键的一环。

2

目 录

第一篇 导购人员基本素质

一、导购人员的基本职责

I 传达信息

I 取得信任

I 坚定信心

I 树立信誉

二、导购人员的素质要求

I 良好的沟通能力

I 不折不扣、坚决执行的能力

I 不断学习的能力

I 与人为善的交际能力

I 敢于创新的能力

三、导购人员的礼仪

I 服务三好

1. 举止好——如沐春风自亲近

2. 仪表好——此处无声胜有声

3. 心态好——爱心产生效益、激情助燃成功

I 接待三声

1. “来有迎声”

2. “问有答声”

3. “去有送声”

四、导购人员工作要领

I 能说——导购员必备能力

I 会说——知道何时该说何时多说

I 会听——理解顾客心声、把握顾客需求

I 会看——观察顾客需求、把握成交时机

I 会干——巩固并扩大客户资源

I 会想——用脑胜过用腿

I 顾客购买的产品分析

一、顾客购买产品的心态分析

I 人们到底在买什么

I 追求快乐、逃离痛苦

顾客购买不同产品的心理分析

I 顾客购买家居产品的心理分析

二、不同类型顾客的推销技巧

I 第一种类型两种模式：自我判定型和外界判定型

I 第二种类型的两种人格模式：一般型和特定型

I 第三种类型的两种人格模式：求同型和求异型

I 第四种类型的两种人格模式：追求型和逃避型

I 第五种类型的两种人格模式：成本型和品质型

三、顾客购买过程分析

四、顾客购买心理产生过程

第二篇 吸引和探测顾客需求技巧分析

一、吸引顾客的方法和技巧

I 如何吸引顾客来到我们柜台

I 顾客来到柜台前，如何吸引顾客注意力并留住顾客

I 如何接近顾客，迅速拉近导购员与顾客的关系

I 如何获取顾客信任

二、推销家居产品语言技巧

I 如何设计推销产品时的30秒钟开场白

I 如何运用10分钟原理推销家居产品

I 接触顾客六法

I 如何快速与顾客建立亲和力

1. 情绪同步

2. 语调和速度同步

3. 生理状态同步

4. 语言文字同步

5. 合一架构法

三、激发顾客购买产品的兴趣

I 如何诱导顾客迅速进入购买产品的主题

I 如何有效刺激顾客，激发购买产品的欲望

一、有效探测顾客需求

I 如何通过察言观色判断顾客的需求信息

I 如何通过询问的方式判断顾客的需求

第一篇 向顾客推荐产品的技巧分析

一、运用FABE推销法介绍自己家产品

二、用FABE法介绍不同材质木门、定制

I用FABE推销法介绍木质品

三、向不同类型的顾客推荐整木定制

I携子考察型顾客及其接待方法

I结伴购买型顾客及其接待方法

I夫妻型购买顾客及其接待方法

I特价购买型顾客及其接待方法

I赠品购买型顾客及其接待方法

I杀价购买型顾客及其接待方法

四、推荐产品的注意事项

五、推荐产品的有效方法

I预先框式法

I下降式介绍法

I倾听式介绍法

I互动式介绍法

I视觉销售法

第二篇 捕捉购买信号促进成交

一、如何捕捉顾客购买信号

二、把握机会促成成交的方法和技巧

I促成的定义

I促成成交的17种技巧

第三篇 排除顾客异议的方法和技巧

一、如何看待异议

二、购买不同类型产品的异议

家居产品购买中出现的异议及处理技巧

三、 顾客异议的分类及排除方法

四、 处理顾客异议的技巧

五、 处理顾客异议的方法

六、 处理顾客异议的策略

I 处理价格问题

I 处理拖延问题

I 处理怀疑问题

I 处理服务问题

第四篇 如何处理客户的投诉

一、 注入“善待顾客投诉”的文化理念

二、 建立四道“防守线”

三、 处理顾客投诉“八步法”