

导购员怎样与顾客沟通



【课程纲领】

- 一.与顾客保持良好的关系
- 二.怎样接近你的顾客
- 三.拟定顾客的需求
- 四.推动成交的完毕
- 五.确保成交的**15**句销售咒语

一 与顾客保持良好的关系

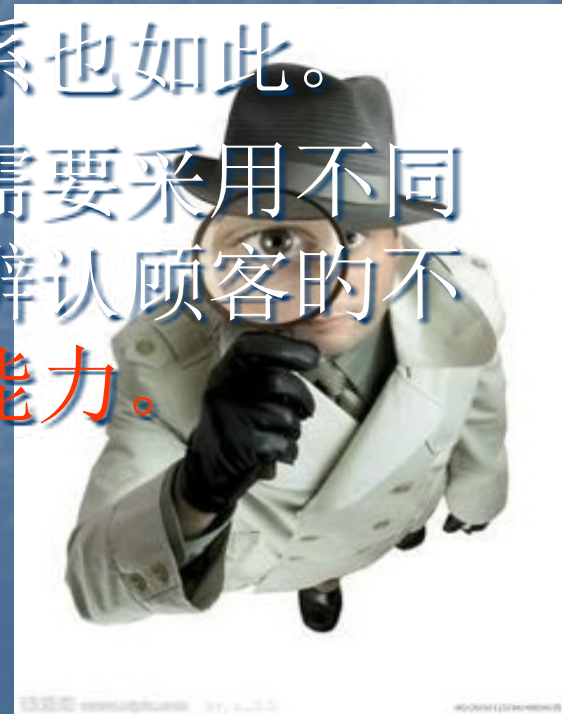
导购员只有与顾客保持良好的关系，才能创造出销售繁荣的大好局面！



■ **留住顾客，扩大销售是导购员的目的。**没有与顾客的全方面交流和沟通，是难以做到这一点的。专卖店的生意是否兴隆，也要看所拥有的固定顾客有多少。

■ **了解顾客**是与顾客建立良好关系的第一步，人都是先相识，进而相知，最终才干建立稳固的合作关系，导购员与顾客的关系也如此。

■ 看待不同性格类型的顾客，需要采用不同的相应措施去建立良好的关系。辨认顾客的不同类型，关键要靠**导购员的观察能力**。



■ 1.理智型顾客

- 此类顾客对产品比较了解，在购置前从价格，质量，款式等背面进行比较。
- 喜欢自拿主意，不愿别人介入。

■ **要求：**接待服务要耐心，做到问不烦，拿不厌

■ **语言：**“不要紧”，“再请您看看这款”，“我给您挑几款，多比较一下，好吗？”

■ 2.习惯型顾客

■ 这种顾客进店后直奔向所要购置的商品，喜欢凭习惯和经验购置，不易受广告宣传影响，购置目的明确，购置决定迅速。对新产品反应比较淡漠。

■ **要求：“记”** 尊重顾客的消费习惯，满足他们的要求，一般回头客较多。

■ **语言：“您想看看这款吗？”“需要什么款式，我给您拿”**

■ 3.经济型顾客

■ 此类顾客一般有两种：一般是以价格低廉，作为选购商品的前提条件，进店后精挑细选。另一种是专买高端产品，让顾客相信货真价实。

■ **要求：**导购员要熟知产品的特点，问不烦，拿不厌。

■ **语言：**“请您仔细挑选，别着急”

■ “价格虽然贵点，但是产品品质好”

■ 4.冲动型顾客

■ 此类顾客轻易受外界原因影响，购置的目的性不强，经常即心即买，凭外观和直觉选择产品，尤其是新产品。

■ **要求：**接待时，在“快”字上下功夫，同步还要细心简介产品的特点和好处，提醒顾客注意考虑比较。

■ **语言：**“需要什么款式，我立即给您拿”

■ 5.活波型顾客

■ 此类顾客活泼好动，选购随即，接待比较轻易。购置行为常受感情和情绪支配，没有明确的购置目的。

■ **要求：**多简介耐心宣传，解释当参谋，在“讲”字上下功夫，指导消费

■ **语言：**“请您看看这款，我感觉挺适合您。”

■ 6. 犹豫型顾客

■ 此类顾客进店背面对产品拿不定主意，挑了很久扔拿不定主意。性格内向，缺乏自信，缺乏对导购员的信任。购置时犹豫不决，事后轻易反悔。

■ **要求：**接待时，“帮”字上下功夫，耐心简介产品，当好顾客参谋，帮助他们选产品。

■ **语言：**“这款怎么样？性价比比较高”

■ “这款产品怎么样？能给您带来的好处。。。。。”

二 怎样接近你的顾客



- **接近顾客**是店铺销售的一种主要环节，也是一种很有技巧的工作。
- 假如接近顾客的方式不当或是时机不对，可能不但起不到欢迎顾客的作用，还可能会将你的顾客赶跑，相反假如处理得好，给顾客留下了良好的第一印象，这对于接下来进一步了解顾客需求，拉近心理距离和促成销售则大有帮助。

1.接近顾客的基本原则

- 1) 职业的微笑向顾客致意和顾客打招呼
(三米原则)
- 2) 面带微笑的“欢迎光临”是你欢迎顾客最佳的体现 (请随便看看)
- 3 不要过分热情。



2.接近顾客的最佳时机

- • 当顾客看着某件商品时（他对本商品有爱好）；
- • 当顾客仔细打量某件商品时（顾客对产品一定有需求，是有备而来的）；
- • 当顾客看着商品又抬起头时（他在寻找导购的帮助）；
- • 当顾客体现出在寻找某件商品时（你能够主动询问是否需要帮助）；

- • 当顾客再次走进你的店面时（货比三家之后，觉得刚刚看过的商品不错）；
- • 当顾客与导购的眼神相碰撞时（自然地招呼顾客，寻问是否需要帮助）
- • **当顾客主动提问时**（顾客需要你的帮助或是简介）；
- • 当顾客忽然停下脚步时（看到了自己感爱好的商品）……

3.接近顾客的方式

- 接近顾客能够根据详细的情形，采用不同的方式，但一般来说常用的接近顾客方式有下列几种：
 - 1) 提问接近法
 - “你好，有什么能够帮到您吗？”
 - 2) 简介接近法
 - 营业人员看到顾客对某件产品有爱好时直接简介产品 “这是今日最流行的款式……”

■ 3) 赞美接近法

- 以“赞美”的方式对顾客的外表、气质等进行赞美接近顾客。“您的包很尤其，在哪里买的”
- 假如赞美得当，顾客一般都会表达友好，并乐意与你交流。

■ 4) 示范接近法

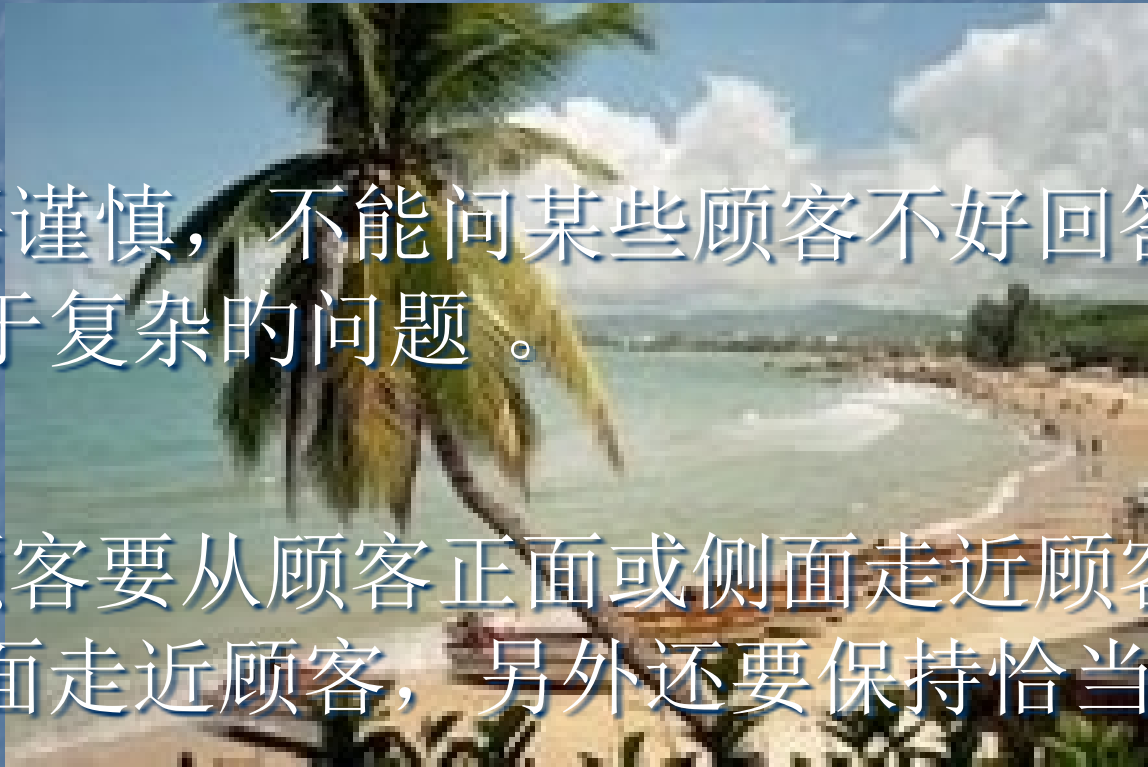
- 利用产品示范展示产品的功能，并结合一定的语言简介来帮助顾客了解产品，认识产品。

- 不论采用何种方式接近顾客和简介产品，服务人员还要注意下列几点：

- 1) 要注意顾客的表情和反应，要给顾客说话和提问的机会

- 2) 提问要谨慎，不能问某些顾客不好回答的问题或是过于复杂的问题。

- 3) 接近顾客要从顾客正面或侧面走近顾客，而不能从背面走近顾客，另外还要保持恰当的距离



三 拟定顾客的需求

- 所谓“知己知彼，百战百胜”，**导购员只有拟定了顾客的真正需求**，才干对症下药给顾客，推荐合适的产品，提供必要的服务，并促成销售。
- 拟定顾客的需求的过程能够套用中医学上的“望、闻、问、切”的环节。

望-看

- 导购员要有自己的“火眼金睛”。
- 1) 根据顾客年龄判断需求
 - 年轻人比较注重潮流，中年人比较注重品质，老年人不较注重实用。
- 2) 根据顾客的衣饰判断需求
- 3) 根据顾客对产品的关注程度
 - 看顾客在什么价位段的产品前停留时间最长，由此能够了解到顾客对价格的接受范围

- 4) 根据顾客皮肤，发式判断需求
- 假如顾客皮肤保养非常好，发式潮流，一般对高档品有需求。



闻-听

- 会听的导购员一般能从聆听中迅速判断顾客的类型，顾客的需求。
- 能说会道，口若悬河的导购员未必能得到顾客的认可，相反，木讷、含蓄的导购员反而轻易取得顾客的认可。

- 那么，怎样更加好的听？
- 1) 简朴发问，启发鼓励顾客多说。（“还有什么”
- “您觉得怎么样？”）
- 2) 主动倾听（用眼神与顾客交流，身体前倾，点头微笑，“是的”）
- 3) 顾客说话时，永远不要打断。
- 4) 善于琢磨顾客心理，了解顾客的真正意图



问-提问

- 导购员在发问的过程中有下列原则需要遵照。
- **1) 问简朴的问题**
- 例：您喜欢什么样的款式？是您自己戴，还是送人？

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/816011142205010230>