

钱啤集团 量贩店和商超促销人员培训手册

浙江钱江啤酒集团股份有限公司

2023. 3

目 录

写在前面	5
第一章 认识自己	6
促销人员是谁?	7
我们对顾客的服务?	7
第二章 认识工作	8
(一) 促销人员的岗位职责	9
(二) 促销人员的工作规范	9
1. 穿	9
2. 说	9
3. 站	11
4. 做	11
5. 精神状态	12
6. 态度	12
(三) 促销人员的工作流程	14
(四) 终端现场的布置规范	15
第三章 认识我们的“上帝”	16
(一) 进店顾客的不一样类型	17
1. 沉默寡言型	17
2. 谨慎稳定型	17

3. 踌躇不决型.....	17
4. 淡漠傲慢型.....	18
5. 豪直爽快型.....	18
6. 不服输的好强型顾客.....	18
7. 爱挖苦找碴而不买型.....	18
第四章 促销人员销售过程的 10 个关键的印象时刻	19
(一) 营业前的准备 —— <i>第一种关键时刻</i>	20
1. 工作原则.....	20
2. 注意点.....	20
(二) 初步接触 —— <i>第二个关键时刻</i>	21
1. 工作原则.....	21
2. 最佳靠近时刻.....	21
3. 靠近顾客的措施.....	22
3. 注意点.....	22
(三) 揣摩顾客需要 —— <i>第三个关键时刻</i>	23
1. 工作原则.....	23
2. 语言技巧.....	23
3. 注意点.....	24
4. 备注.....	24
(四) 产品简介过程 —— <i>第四个关键时刻</i>	24

1. 工作原则.....	24
(五) 处理顾客异议 —— <i>第五个关键时刻</i>	25
1. 工作原则.....	25
2. 注意点.....	25
(六) 成交 —— <i>第六个关键时刻</i>	25
1. 工作原则.....	25
2. 成交技巧.....	26
3. 备注.....	26
(七) 结束送客 —— <i>第七个关键时刻</i>	26
1. 工作原则.....	26
2. 注意点.....	26
(八) 示例.....	27
(九) 消费终端的多种注意事项.....	28
第五章 从顾客埋怨中学习	29
(一) 对的处理顾客的埋怨是中华啤酒促销人员应尽的责任.....	30
(二) 顾客产生不满的原因.....	31
1. 有期望才会有埋怨.....	31
2. 顾客的埋怨是宝贵的情报.....	31
(三) 顾客在埋怨时想得到什么.....	31
(四) 埋怨未得到对的处理的后果.....	32

1. 顾客自身所想.....	32
2. 对卖场导致的影响.....	32
3. 对中华啤酒促销人员个人的影响.....	32
（五）对的处理顾客埋怨.....	32
1. 怎样接受顾客的埋怨.....	32
2. 对的分析并找出顾客埋怨产生的原因.....	33
3. 有效地处理顾客埋怨.....	35
4. 减轻埋怨的初期诀窍.....	35
（六）埋怨处理过程中的“禁句”.....	36
第六章 销售常识掌握	38
（一）商品陈列的要点.....	39
1. 准备.....	39
2. 显眼的陈列.....	39
3. 易选择、易拿取的陈列.....	39
4. 提高商品价值的陈列.....	39
5. 引人注目的陈列.....	39
6. 提高商品新鲜感的陈列.....	39
7. 商品陈列应具季节性.....	40
（二）陈列商品时应注意的事项.....	40
（三）促销活动执行.....	40

1. 活动前的准备.....	40
2. 活动的执行.....	41
3. 活动结束后.....	41
第七章 奖惩条例	42
(一) 奖励.....	43
(二) 惩罚.....	43
附件	44

写在前面

第一章 认识自己

认识自己，是成功导购的起步。

促销人员是谁？

- 企业形象的代表
- 企业经营理念的传递者
- 顾客购物的引导者/专业顾问
- 将产品推介给顾客的专家
- 满足顾客需要的服务精英
- 将顾客意见向企业反应的媒介
- 顾客最佳的朋友
- 市场信息的搜集者
- 具有创新精神, 卓越体现的追求者

我们对顾客的服务？

- 传递企业的信息
- 理解顾客对产品的爱好和爱好
- 协助顾客选择最能满足他们需要的产品
- 向顾客简介所推荐产品的特点
- 向顾客阐明产品能给他们带来的好处
- 回答顾客对产品提出的问题

- 协助顾客处理问题
- 说服顾客下决心购置产品
- 让顾客相信购置此种产品是明智的选择

第二章 认识工作

认识工作，是成功导购的基础

（一）促销人员的岗位职责

1. 负责完毕本岗位的工作职责、工作任务和工作目的；
2. 认真执行本部门和销售中心的各项管理规章、制度、规范的原则的规定
3. 根据工作性质分类，制定本岗位详细的工作计划，对所负责的工作认真执行；
4. 增进产品的销售，根据有关工作流程，及时、精确的完毕有关工作表格，并及时整顿后报上级领导；
5. 认真做好产品促销工作，并保证促销政策的贯彻；
6. 及时总结工作，对助销工作中发现的问题和局限性，积极、积极地提出处理提议和合理化措施，根据有关工作程序和流程上报，同意后，并负责执行；
7. 认真接受销售部安排的专业和技能培训，努力提高自身业务能力；
8. 完毕上级领导交办的各项工作；
9. 每月 22 日向分企业经理（办事处主任）提交当月工作总结和次月工作计划；
10. 定期向直接上级述职。

（二）促销人员的工作规范

1. 穿

- 促销人员是顾客理解企业的一种窗口，促销人员在工作时间应严格按照规定身穿中华啤酒服装或带有其标志的商场店服。
- 衣着一定要整洁，大方，洁净得体，不得浓妆艳抹，奇装异服。

2. 说

- 进行促销人员工作时，促销人员应掌握积极权，积极发言而不要让顾客先开口。
- 促销人员回答顾客征询的问题时应语气清晰温和，目光热情自然。在促销人员过程中注意力应集中在顾客身上，认真听懂顾客问询的问题。视线保持礼貌并集中顾客身上，左右不出双肩，上下不出眼睛与胸口，不左顾右盼，不与无关人员在现场交谈。
- 纯熟掌握“您好”，“请”“对不起”“谢谢”等礼貌用语，严格按照现场促销人员规范及规范讲解进行征询讲解。尤其是中华啤酒的品质参数等，不得随意变化。
- 每一位距陈列架 2 米范围内，在远处注意中华啤酒产品的顾客都是我们服务的对象，远距离应微笑点头示意，近距离应问候“您好”，显示良好的修养。严禁说商业服务行业忌语。

- 善用技巧，使推销语言轻易为顾客所接受

- 通俗化。直销人员应防止使用艰深晦涩的语句，通俗化的语言，能使用双方语言交流轻易，不会发生信息沟通渠道受阻的现象；
- 少用专业术语；
- 多用比方的措施。在推销用语中采用比方措施，可将深奥难懂的技术性或抽象性的理论问题详细化，形象化，生动化，不过在使用比方时，一定要注意比方与否恰当，假如不恰当，反而会使顾客愈听愈糊涂；
- 以一般话为主，方言俚语为辅，促销人员讲一般话，一般人都能听懂。在有些状况下，例如顾客是当地人，亦可使用方言俚语，讲和对方一致的方言，可以融洽气氛，增进双方感情；

对说话声音的检核表

检核内容	成果	
(1) 你的声音与否与你的年龄，性别相称。	A 是	B 否
(2) 声音与否具有一定的力度	A 是	B 否
(3) 声音有无抑扬顿挫，足以体现感还是平淡无味	A 是	B 否
(4) 声音听起来与否诚实，自然亲切	A 是	B 否
(5) 声音有无矫揉造作的味道	A 是	B 否
(6) 声音与否清晰，有无鼻音或沙哑		
(7) 字的发音与否精确	A 是	B 否
自我评价：		

3. 站

- 促销人员征询时应时刻保持站的姿式，精神饱满，面带真诚的微笑。双手合置于身前，昂首挺胸，仪态自然，对距离陈列区二米以内的每一位顾客都应积极点头示意，在征问顾客意图后，如有堆头则站在堆头的左侧约50—70CM 远的地方为顾客简介中华啤酒。

4. 做

- 每天提前半小时到工作岗位，将所有的陈列品擦拭一遍。保证无灰尘无污迹。光亮整洁如新。

促销人员必须能使用原则一般话精确地向顾客简介中华啤酒各品种的特点，不与同行业促销人员发生冲突，又能突出中华啤酒的特色。

- 规定促销人员随身携带笔、笔记本，以便随时记录顾客规定，并向企业业务人员及时反应。

5. 精神状态

- 永远的自信——无论处在什么样的环境，都要充斥必胜的信心，寻找措施，做好推销。
- 昂扬的斗志——每个优秀的促销人员无不充斥着的斗志，饱满的精神状态，以捕捉式、前倾式的工作热情，去感动我们的上帝。
- 坚忍不拔的工作态度和强烈的市场意识——即不放过每一种也许，要做到手里抓一种，眼里盯一种，嘴里说一种，心里想一种，耳朵听一下，鼻子还要闻一下。
- 乐于、善于学习与总结——一种人要发展就不得不停地学习、总结，没有学习总结就没有发展，跟不上企业的发展，社会的发展必将被淘汰。
- 良好的心理素质——要做到胜不骄、败不躁，从容冷静地分析顾客的需求，服务好顾客。
- 有极强的组织性、纪律性——看待他人的批评提议，虚心听取，有则改之，无则加勉。

6. 态度

工作态度应耐心，细致，不急不躁，不厌其烦，把每位顾客当成自己的亲友同样接待。每位促销人员应时刻牢记，每失去一位顾客将使企业失去 250 名潜在顾客，

- 接待客人要有“三意”——即诚意、创意、热情，这“三意”是得到顾客信任、提高服务品质、扩大工作成果不可欠缺的基础。人与人互相接触，以我们的诚意换取顾客的诚意，用热情打动顾客的人心。

- 诚意加热情能获得信赖

在感到促销人员没有说谎，没有故弄玄虚，没有耍花招时，顾客就会信赖中华啤酒。此外，有时诚心热情地简介能使顾客产生购物欲望，最终下决心购物。顾客会由衷地感谢销售员的那份亲切，由于顾客期待的就是促销员的诚意和热情。

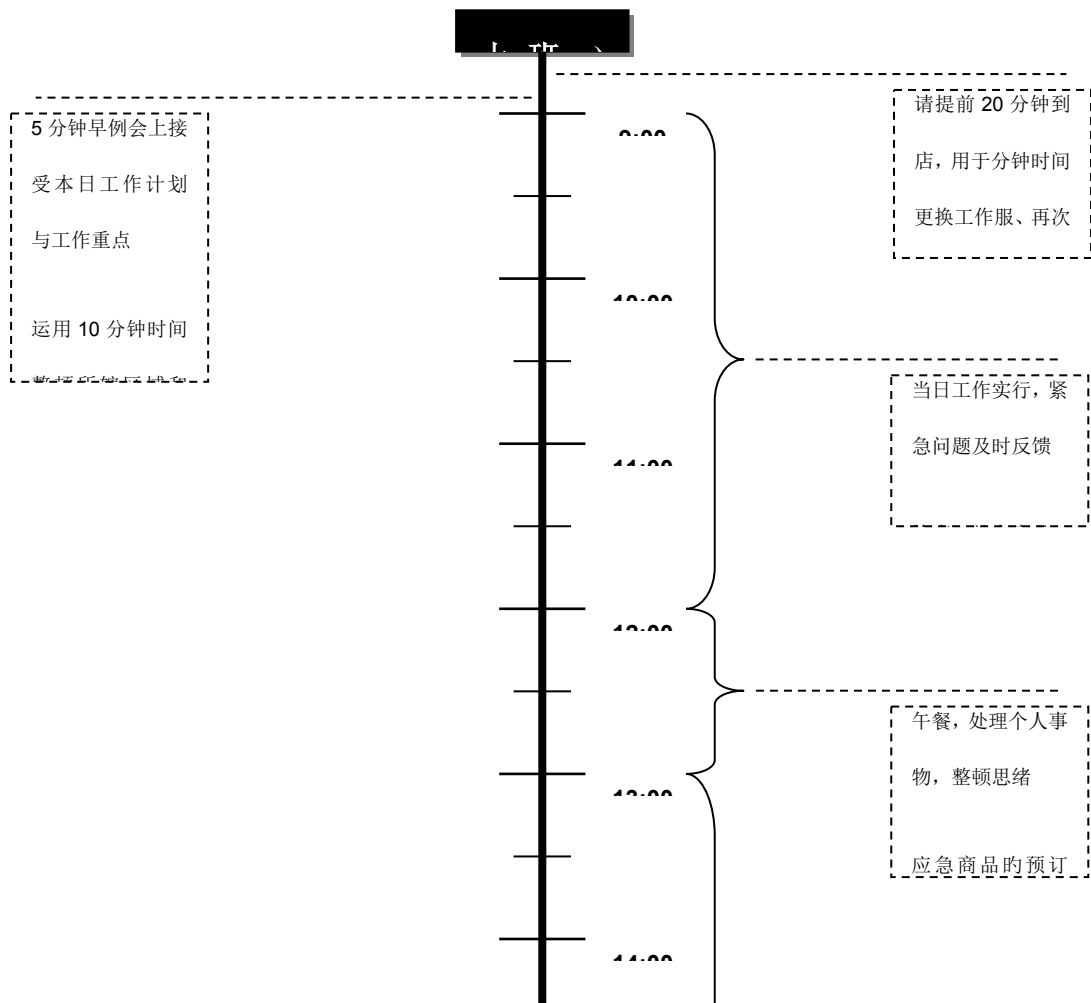
- 创意会扩大成果，工作起来也很充实

促销人员是创意与措施的结合。例如说，“中华啤酒品质好但贵了点”，与“中华啤酒贵是贵了点，但品质还不错”，这两种说法是大不一样样的。前者“贵”的印象较深刻，后者“品质好”的印象较强烈。

- 要有服务的热忱

促销人员的职责就是提供服务，促销人员在给客户简介时，不要光想着怎样把商品推销出去了事，首先要怀着服务的热情，随时准备提供最佳的服务，这样才能引起客户的爱好。

(三) 促销人员的工作流程



（四）终端现场的布置规范

参见<<钱啤集团终端卖场理货手册>>

第三章 认识我们的“上帝”

没有看透顾客心理，就不能进行快乐的销售活动

（一）进店顾客的不一样类型

1. 沉默寡言型

当你把宣传品递给他，或试图跟他交谈时，他往往会没有任何反应，仍自顾自地看中华啤酒，对这种顾客不妨干脆让他安静地看会儿，等看到他较多地停在某一品种前时，再慢慢提出某些他不得不回答的问题，如“你想买中华啤酒？”打开话匣子，再用中肯、平实的语气，很自然地把这种产品简介一下，不必东拉西扯。

2. 谨慎稳定型

此类顾客多半有较丰富的理智，不盲目、细心认真、思维周详，往往也有比较丰富的啤酒饮用经验，他们很善于提问，也很乐意与你交谈，对此类顾客态度要沉稳、耐心细致地给他简介中华啤酒企业的状况，各品种特点以及工艺等，他们也许会一次又一次地提出某些跟啤酒饮用有关的技术问题，如原辅料、工艺特点、口味特色等，你都得耐心解答，他们往往是最难也是最轻易打动的顾客，这就要看你的说服力和推销技巧了。

3. 踌躇不决型

此类顾客多半优柔寡断、没主见、判断力差、易受人影响，他们往往到处看了半天也拿不定主意，对此类人应亲切热情地伸出友谊之手，平稳对方心绪，获得对方信赖，问问他家几口人，对中华啤酒有什么规定，无怪乎口味、新鲜程度（保质期）等，聊着聊着又回到了中华啤酒，再用最坚决的话语，促成其下定决心购置钱江啤酒。

4. 淡漠傲慢型

此类顾客比较挑剔，主观性很强，好质疑，自尊心极强，对此类人应用尽一切促销员应当做的工作，如：礼貌、简介、阐明、问询等等，对他的刻薄提问应有合适的礼貌的回答，刺激刺激他们往往能转被动为积极，如有的顾客说“某某啤酒口味就是比你们好，价格也公道”，看待这种顾客，应用我们许多活生生的例子来有力地回敬他，决不能认软服输，这种自豪感往往可以打动他们的心，虽然不成功，也会他们心目中留下中华啤酒人自信自豪的深刻印象。

5. 豪直爽快型

此类人不喜欢你简介婆婆妈妈，关键要抓住要点。

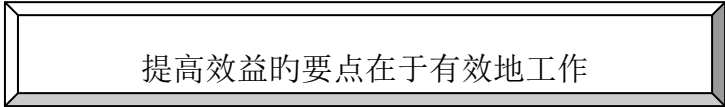
6. 不服输的好强型顾客

此类顾客不喜欢被人指指点点，总是坚持自己的意见和观点。因此，促销人员要分辨清晰对方的意见，顺着这个方向陈说自己的见解，提出提议。当此类顾客征求过并非是行家的提议时，促销人员也许会被他们认为是“不成熟”的促销人员。但要懂得，无论多么要强的顾客都是规定援于促销人员的。

7. 爱挖苦找碴而不买型

对于此类顾客，不要被挖苦所乱，要静下心来，把注意力集中到商谈的要点上去。有时也要轻轻地搪塞开。例如说：“您在开玩笑。”

第四章 促销人员销售过程的 10 个关键的印象时刻



提高效益的要点在于有效地工作

（一）营业前的准备 —— 第一种关键时刻

营业前准备是销售工作的第一步，必须在顾客未上门前，做好准备工作，等待伺机进行销售，这个时刻，促销人员应随时注意与否有顾客走近，引起顾客注意，并等待伺机进入下一种时刻。

1. 工作原则

- 至少在卖场开门前五分钟完毕事前准备工作。
- 保持陈列架上产品整洁。
- 陈列货品及价钱牌齐全，并根据产品陈列指导，将产品及宣传品摆放整洁。
- 配置足够的宣传品。
- 保证有足够的产品库存。
- 储物柜内的物体整洁摆放，柜门关好。
- 配置常用文具及用品。
- 启动灯箱。
- 保持整洁的仪容，发式整洁，女士须清淡化妆及涂上口红。
- 衣履整洁，仪表必须庄严。
- 穿着深色皮鞋，女促销人员必须穿着丝袜。
- 佩戴促销人员襟章于左胸。

- 精神抖擞，对的及端庄的站立姿势。
- 站立于合适的位置，随时留心顾客。

2. 注意点

- 不要在专柜及工作桌上摆放食品/饮料及任何私人用品。
- 男促销人员不可蓄长头发。
- 不可戴夸张的耳环。
- 不可染怪异的头发。
- 不可聊天/谈笑/吃东西。
- 防止留长指甲或涂不一样颜色指甲油。
- 不可从事与工作无关的私人事务。
- 不可穿着凉鞋或露脚趾款式的皮鞋。

(二) 初步接触 —— *第二个关键时刻*

初步接触是要寻找合适的机会，吸引顾客的注意，并用与朋友倾谈的亲切语气，和顾客靠近，发明销售机会。

1. 工作原则

- 站立姿势对的，双手自然摆放，保持微笑，正面面对客人。
- 站立在合适的位置上，让顾客能看见。
- 随时注意顾客动向。

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/887062006003006122>

