

图书在版编目(CIP)数据

营销管理快易通 / 南兆旭 主编

—香港: 西迪商务出版公司, 1998.7 ISBN 962-8087-12-71

I . 营… II . 南… III . 营销管理

营销管理快易通

南兆旭 | 主编

出版发行: 西迪商务出版公司

开本: 787mm × 1092mm 1 / 16 印张: 121

字数: 1950千字

印刷: 1998年7月第1版

版次: 1998年7月第1次印刷

书号: ISBN 962-8087-12-71

定价: 76.00元 (图书共19册)

营业员应具备的基本素质与技能培训

◎ 第一课时 营业员礼仪形象要求

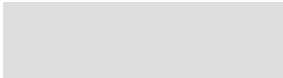
- 1.1 营业员礼仪要求 5
- 1.2 营业员站姿培训 9
- 1.3 营业员饰品选戴培训 13
- 1.4 营业员营业工作用品佩戴培训 17

◎ 第二课时 营业员规范服务用语培训

- 2.1 营业员基本服务用语培训 23
- 2.2 营业员礼貌用语培训 26
- 2.3 营业员优质服务用语培训 32

◎ 第三课时 营业员基本工作技能培训

- 3.1 客户投诉抱怨应对技巧 47
- 3.2 不同个性客户接待技巧 55
- 3.3 如何了解分析顾客购买动机 58
- 3.4 特殊问题应对技巧 61
- 3.5 特殊顾客接待技巧 68



营业员应具备的基本素质与技能培训

第一课时

营业员礼仪形象要求

1.1 营业员礼仪要求

◆营业员仪容仪表

① 着装

- 穿着应整洁、大方，颜色力求稳重。纽扣要扣好，不应有掉扣和挽起衣袖(施工、维修、搬运时可除外)。
- 着工衣时，工衣外不得着其他服装，工衣内衣服下摆不得露出，非因工作需要，不得在办公场所以外着工衣。
- 男员工上班时间应着衬衣、西裤，系领带。女员工应着有袖衬衫、西裤、西装裙或有袖套裙。
- 上班时间不宜着短裤、短裙(膝上10厘米以上)及无袖、露背、露胸装。
- 上班时间要佩戴工牌，工牌应端正佩戴在左胸适当位置，非因工作需要不能在办公场所以外佩戴工牌。
- 男员工上班时间应穿深色皮鞋，女员工应穿丝袜、皮鞋。丝袜不应有脱线，上端不要露出裙摆。鞋应保持干净。不能穿拖鞋、雨鞋或不着袜子上班。海鲜档员工、雨天场外值鞋防损人员等特殊岗位人员因工作需要可以穿雨鞋。
- 快餐厅、面包房及生鲜熟食区员工上班时间必须戴帽，并将头发束入帽内。其他人员非因工作需要上班时间禁止戴帽。

② 仪容

- 要讲究个人卫生。
- 头发应修剪、梳理整齐，保持干净，不能梳奇异发型。男员工不能留长发(以发脚不盖过耳背及衣领为度)和剃光头、留过长胡须。女员工留长发应以发带或发卡夹住。
- 女员工上班要化淡妆，但不能浓妆艳抹。
- 指甲修剪整齐，保持清洁，不得留长指甲。不准涂指甲油(化妆柜员工因工作需要可除外)。
- 上班前不宜吃葱、蒜等异味食物，不喝含酒精的饮料，保证口腔清洁。

③ 表情、言谈

- 接待顾客及来访人员应保持微笑并主动打招呼，做到友好、真诚，给其留下良好的第一印象。
- 与顾客、同事交谈时应全神贯注、用心倾听。
- 通常情况下员工应讲普通话。接待顾客时应使用相互都懂的语言。
- 注意称呼来访客人为“先生”、“小姐”、“女士”、或“您”，如果知道姓氏的，应注意称呼其姓氏。指第三者时不能讲“他”，应称为“那位先生”或“那位小姐(女士)”。

▣ 电话礼仪

- 如有电话，应在电话铃响3声之内接听电话。
- 通话过程中请对方等待时应主动致歉：“对不起，请稍候。”
- 如接到的电话不在自己的业务范围之内，应尽快转相关业务人员

接听，如无法联系应做好书面记录，及时转告。

- 接到打错的电话同样应以礼相待。
- 拨打电话前应有所准备，通话简单明了，不要在电话里聊天。
- 通话结束时应待对方先挂断电话，自己方可挂断。

▣迎宾礼仪

- 迎宾礼仪最重要的是态度亲切、以诚待人。
- 眼睛一定要放亮，并注意眼、耳、口并用的礼貌。
- 面带微笑，使进来的客人感觉亲切且受到欢迎。
- 当客人进来时，坐下的营业员要立刻起身迎接，表示尊重客人。要亲切的说“欢迎光临”。此外，最重要的是用心，千万不能心口不一。
- 商場上“顧客至上”是不變的法則，所以在交換名片、傳送商品給客人時應雙手接遞以示尊重。如果無法以雙手奉物，也要盡量以右手呈送表示禮貌。
- 作為引導迎賓員應走在客人的左或右前方以為指引，因為有些顧客尚不熟悉環境，切不可在客人後方以聲音指示方向及路線，走路



向您推荐

營業員大方端莊的儀表，對客戶的購買行為具有積極的影響，它可以使客戶聯想到商場或公司的經營作風和服務精神，從而會產生各種不同程度的信任感，促進購買活動的進行。

• 不论客人是何种身份，都应视其为贵宾而诚挚相待，不

1.2 营业员站姿培训

◆营业员须纠正的不雅站姿

所谓不雅的站姿，指的就是营业员在工作岗位上不应当出现的站立姿势。它们要么姿态不雅，要么缺乏敬人之意。营业员若不加以克服，往往会无意之中使本人形象受损，从而影响商场或公司的声誉。

① 身躯歪斜

身躯歪斜却指头偏、肩斜、身歪、腿曲，或是膝部不直，不但会看上去东倒西歪，直接破坏人体的线条美，而且还会令人觉得该营业员颓废消沉、萎靡不振、自由放纵。

② 趴伏倚靠

趴伏倚靠即在站立之时，随随便便地趴在一个地方，伏在某处左顾右盼，倚着墙壁、货架而立，靠在桌柜边上，或者前趴而后靠，都是不许可的。

③ 脚位不当

在正常的情况下，双脚在站立的时候呈现出“V”字式、丁字式、平行式等脚位，通常都是允许的。但是，采用“人”字式、蹬踏式等脚位，则是不当的。所谓“人”字式脚位，指的是站立时两脚脚尖靠在一处，而脚后跟之间却大幅度地分开。有时，这一脚位又叫“内八字”。所谓蹬踏式，则是指站立时为图舒服，在一只脚站在地

上的同时，将另外一只脚踩在鞋帮上、踏在椅面上、蹬在窗台上、跨在桌面上。

④ 手位不当

不当的手位在站立时主要有：

- 将手放在衣服的口袋之内。
- 将双手抱在胸前。
- 将两手抱在脑后。
- 将双肘支于某处。
- 将两手托住下巴。
- 手持私人物品。

⑤ 浑身乱动

在站立时频繁地变动体位，甚至浑身上下乱动不止。手臂挥来挥去，身躯扭来扭去，腿脚抖来抖去。

❑ 为顾客服务时站姿培训

① 采用此种站姿的场合

- 在自己的工岗位上接待服务对象时，营业员可以采用此种站姿。
- 站立时，身前没有障碍物挡身、常受到他人的注视、与他人进行短时间交谈、倾听他人的诉说等等，都是采用这种站立姿势的良好时机。

② 采用此种站姿注意事项

- 头部可以微微侧向自己的服务对象，但一定要保持面部的微笑。
- 手臂可以持物，也可以自然下垂。
- 在手臂垂放时，从肩部至中指应当呈现出一条自然的垂线。

- 小腹不宜凸出，臀部同时应当收紧。最关键的地方在于：双脚一前一后站成“丁字步”，即一只脚的后跟靠在另一只脚的内侧。
- 双膝在靠拢的同时，两腿的膝部前后略为重叠。

③ 此种站姿的主要特点

- 头正、肩平、身直。
- 从侧面看去，其主要轮廓线为含颌挺胸、收腹、直腿。
- 此种站姿可以帮助呼吸，改善血液循环，在一定程度上减缓身体的疲劳。

▣ 柜台营业员待客站姿

① 采用此种站姿，技巧上有5个重点

- 手脚可以适当地进行放松，不必始终保持高度紧张的状态。
- 可以一条腿为重心的同时，将另外一条腿向外侧稍稍伸出一些，使双脚呈“叉开”状。
- 双手指尖朝前轻轻地扶在身前的柜台上。
- 双膝要尽量地伸直，不要令其出现弯曲。
- 手、臂自由放松，在敞开胸怀的同时，一定要伸直脊背。

② 此种站姿的特点

可以使营业员不失仪态美，又可以减缓其疲劳。

▣ 恭候顾客站姿培训

① 采用此种站姿时需注意事项

- 双脚可以适度地叉开，两脚可以相互交替放松并且可以踮起一只

脚尖。即允许在一只脚完全着地的同时，抬起另外一只脚的后跟，而以其脚尖着地。

- 双腿可以分开一些。
- 肩、臂应自然放松，手部不宜随意摆动。
- 上身应当伸直，并且目视前方。
- 头部不要晃动，下巴须避免向前伸出。
- 叉开的双腿不要反复不停地换来换去，否则便会给人以浮躁不安、极不耐烦的感觉。

② 采用此种站姿的特点

可以使站立者感到比较轻松、舒适。



自我检测

请回顾以上内容，看自己在工作中的站姿是否正确，如不正确应怎样改进？



1.3 营业员饰品选戴培训

◆饰品类型

营业员在自己的岗位上佩戴饰品时，一定要注意区分品种。在日常生活里，人们所佩戴饰品有多种多样。目前，最为常见的就是戒指、项链、耳环、耳钉、手链、手镯、胸针、发饰、脚链等等。

◆营业员应掌握的饰品知识

营业员在其工作岗位上选戴饰品时，因其特殊身份，所以不可以对上述饰品自由地进行选择，有些饰品可以为其所用，而另外一些饰品则不宜为其所用，因此，当营业员为自己选戴饰品时，应当对其不同的具体品种，分别予以对待。

① 戒指

戒指，又称指环。它是一种戴在手指上的环状饰品。除个别特殊的部门人员，如医疗、餐饮、食品销售部门人员以外，一般服务部门里的从业人员皆可佩戴戒指。对男性营业员来讲，戒指是在其工作岗位上惟一被允许佩戴在衣外的饰品。

② 项链

项链，又叫颈链。它是一种戴于脖颈之上的链状饰品。在其下端，往往还带有某种形状的挂件，即坠子。

在工作中，一般允许女性营业员佩戴项链，而且不管是将其戴于衣内，还是戴在衣外；男性营业员通常在其工作岗位之上不宜佩戴项链，即便佩戴的话，也只能将其戴在衣内，而不宜令其显露在外。

③ 耳环

耳环，即戴在耳垂之上的环状饰品。有时，它又叫耳坠。通常，耳环被视为最能显示女性魅力的饰品，正因为如此，它只为女性专用。但是，女性营业员在自己的工作岗位上，是不宜佩戴耳环的。时下也有一些男性佩戴耳环，并且仅在左耳佩戴。对此，男性营业员不宜加以模仿。

④ 耳钉

耳钉，指戴在耳垂上的钉状饰品，与耳环相比，耳钉小巧而含蓄。所以，在一般情况下，允许女性营业员佩戴耳钉。

⑤ 手链或手镯

手链，指一般戴在手腕上的链状饰品。由于营业员在工作岗位上动手的机会较多，在手上佩戴手链，既可能会使其受损，又可能妨碍自己的工作，营业员上班时间佩戴手链被公认为不妥。

手镯，又叫手环。它通常是指人们佩戴在手腕上的环状饰品。出于与手链佩戴相似的原因，营业员在其工作的岗位上不宜佩戴手镯。

⑥ 胸针

胸针，又叫作胸花。它是指人们佩戴在上衣左侧胸前或衣领之上的一种饰品，男女皆可佩戴。对工作中的营业员来讲，佩戴胸针，大多都会被允许。但若被要求佩戴身份牌或本单位证章、徽记

上岗的话，则一般不宜再同时佩戴胸针。

⑦ 发饰

发饰，指女性在头发上所采用的兼具束发、别发功能的一种饰品，常见的有头花、发带、发箍、发卡等等。女性营业员在工作之时，选择发饰宜强调其实用性，而不宜偏重其装饰性。通常，头花以及色彩鲜艳、图案花哨的发带、发箍、发卡，都不宜在上班时选用。

⑧ 脚链

脚链，又叫足链。它指的是佩戴在脚腕之上的一种链状饰品，多受年轻女性的青睐。通常认为，佩戴脚链，可吸引他人对佩戴者脚部及步态的注意。因为这一原因，一般不提倡女性营业员在工作之中佩戴脚链。

◆ 营业员着装与饰品佩戴

① 穿制服时

穿制服时，不宜佩戴任何饰品。因制服不仅表示正在工作，而且代表着正统、保守。因此，在穿制服时，营业员以不佩戴任何饰品为好。从根本上讲，制服不需被刻意装饰。一名身穿制服的营业员以不佩戴任何饰品为好；一名身穿制服的营业员，要是佩戴了不少饰品，看上去披金戴银，那么制服的风采便会被冲淡。

② 穿正装时

穿正装时，不宜佩戴工艺饰品。工艺饰品，在此特指那些经过精心设计、精心制作，具有高度的技巧性、艺术性，在造型、花色、外观上别具一格的饰品。一般而言，工艺饰品多适合人们在社

交应酬之中佩戴，借以突出佩戴者本人的鲜明个性。然而，正装的基本风格却是追求共性，不强调个性的，所以营业员在身着正装时通常不宜佩戴工艺饰品，特别是不宜饰戴那些被人们视为另类的工艺饰品，诸如其造型为骷髅、刀剑、异形、女人体的饰品。

③ 穿工服时

穿工服时，不宜佩戴珠宝饰品。根据质地区分，饰品有珠宝饰品、金银饰品以及仿真饰品之分。所谓珠宝饰品，通常是对以珍珠、翠玉、宝石一类材料制作而成的饰品的泛称。一般而言，珠宝饰品更适合在社交场合佩戴。

在工作之中，通常营业员也只宜选戴金银饰品或者不戴饰品，而绝对不宜佩戴珠宝饰品，或仿真的珠宝饰品，使自己浑身上下珠光宝气。

④ 协调的要求

如果佩戴两种饰品或两件饰品时，一定要尽力使之彼此和谐，相互统一。应注意以下三点：

- 要使二者在质地上大体相同。
- 要使二者在色彩上保持一致。
- 要使二者在款式上相互协调。

1.4 营业员营业工作用品佩戴培训

◆营业工作用品种类和特点

营业工作用品一般是指营业员在从事服务之时，往往不可缺少的日常用品。它们最大的特点，就是可以替营业员在其服务过程中发挥各种各样的实际作用。因此，营业员平时必须对其认真对待，并且常备不懈。在服务工作中，营业员使用最多的工作用品主要有身份牌、书写笔、计算器、记事簿等等。

◆营业工作用品正确佩戴方式

① 身份牌

身份牌，又称姓名牌、姓名卡，简称名牌。它所指的是营业员在其工作岗位上佩戴在身，用以说明本人具体身份的，由单位统一制作的，有着一定规格，专用的标志牌。在工作岗位上佩戴身份牌，有利于营业员表明自己的身份，进行自我监督。在使用身份牌时，要注意以下四点：

- 规格统一

营业员所佩戴的身份牌，应由其所在单位统一负责订制、下发，而不应由营业员自己动手制作。通常，用以制作身份牌的材料有三种，即金属、塑料与硬纸。其基本要求是耐折、耐磨、轻巧。

若是以白卡纸制作身份牌，一般应对其进行塑封，或将其套入透明套中。身份牌的色彩宜淡、宜少。它的外形应为长方形，个体尺寸多为10×6(即长10厘米，宽6厘米)，其尺寸不应过大或过小。

- 内容标准

身份牌的具体内容，一般应包括部门、职务、姓名等三项内容。必要时，还可贴上本人照片，以供服务对象“验明正身”。有时也可由部门、工号两项内容构成。上述内容，均应打印，而不宜手写。在一般情况下，采用中文书写身份牌时，不应滥用繁体字或自造的简化字。字体要注意清晰易认，而且大小必须适度。

- 佩戴到位

佩戴身份牌的常规方法有：将其别在左侧胸前或右胸前；或挂在本人颈上，然后将它再夹在左侧上衣兜上。这是一种“双保险”的做法。除此三种做法，若无特别的规定，营业员不宜将其乱戴于他处。随意把它别在帽子上、领子上、裤子上，或是将其套在手腕上，都不雅观。

- 完整无缺

在工作岗位上，身份牌是营业员的个人形象的重要组成部分之一。所以在对其进行佩戴时，应认真爱护，保证其完好无损。凡破损、污染、折断、掉角、掉字或涂改的身份牌，应及时更换。

② 书写笔

在工作中，营业员最好是同时携带两枝笔，一枝是钢笔，另一枝是圆珠笔。

- 钢笔，主要是为了便于书写正式条据

在一般情况下，营业员随身携带的钢笔还须灌以蓝黑色或黑色

的墨水。因为以此两种墨水书写的文本、条据，才显得正规。

- 圆珠笔，主要是为了便于自己在工作中填写正规的各类票据使用圆珠笔复写票据，不仅容易，而且可以确保字迹清晰。此时一般应使用蓝色的圆珠笔油。

③ 计算器

营业员在必要时，若能够取出随身携带的计算器，进行必要的计算，既能节省时间，又不必因为担心计算结果不够精确，而去分心走神，疑神疑鬼。

营业员携带的计算器，不必求其功能齐全，但其数字的位数却应当尽量多些，以保证计算结果的精确。同时，还应力求小型化。

④ 记事簿

在服务工作中，营业员如果需要自己记忆在心的重要信息，诸如资料、数据、人名、品名、地址、电话、传真等。

千万不要将重要的资讯记录在商品上、报纸上。

得体的做法是营业员应当郑重其事地为自己准备上一本可以随身携带的小型记事簿。这种记事簿，可以自己动手制作，也可以去购买成品。它应当易于书写和保存，并且大小适度，才符合营业员礼仪。

第二课时

营业员规范服务用语培训

2.1 营业员基本服务用语培训

◆基本服务用语例举

营业工作中常用基本用语很多，这里列举数例：

- 迎客时说“欢迎”、“欢迎您的光临”、“您好”等。
- 对人表示感谢时说“谢谢”、“谢谢您”、“谢谢您的帮助”等。
- 接受客户的吩咐时说“听明白了”、“清楚了，请您放心”等。
- 不能立即接待客户时说“请您稍候”、“麻烦您等一下”、“我马上就来”等。
- 对在等候的客户说“让您久等了”、“对不起，让你们等候多时了”等。
- 打扰或给客户带来麻烦时说“对不起”、“实在对不起”、“打扰您了”、“给您添麻烦了”等。

提醒您



在营业工作程中，我们处处都应注意正确地使用服务用语。服务用语是营业工作的基本工具，怎样使每一句服务用语都发挥它的最佳效果，这就必须讲究语言的艺术性。

服务用语不能一概而论，我们应根据营业性工作岗位的服务要求和特点，灵活地掌握。

- 由于失误表示歉意时说“很抱歉”、“实在很抱歉”等。
- 当客户向你致谢时说“请别客气”、“不用客气”、“很高兴为您服务”、“这是我应该做的”等。
- 当客户向你致歉时说“没有什么”、“没关系”、“算不了什么”等。
- 当你听不清楚客户问话时说“很对不起，我没听清，请重复一遍好吗”等。
- 送客时说“再见，一路平安”、“再见，欢迎你下次再来”等。
- 当你要打断客户的谈话时说“对不起，我可以占用一下您的时间吗？”、“对不起，耽搁您的时间了”等。

在营业接待工作中，使用礼貌用语应做到自觉、主动、热情、自然和熟练。把“请”、“您好”、“谢谢”、“对不起”等基本礼貌用语与其服务用语密切结合起来加以运用，给我们的营业工作增添绚丽的色彩。

▣ 服务用语使用方法

① 注意说话时的仪态

与客户对话时，首先要面带微笑地倾听，并通过关注的目光进行感情的交流，或通过点头和简短的提问、插话表示你对客户谈话的注意和兴趣。为了表示对客户的尊重，一般应站立说话。

② 要注意选择词语

在表达同一种意思时，由于选择词语的不同有时会有几种说法，营业员由于选择词语不同，往往会给客户以不同的感受，产生不同的效果。例如，“请往那边走”，使客户听起来觉得有礼貌，如把“请”字省去了，变成“往那边走”，在语气上就显得生硬，变成命

令式的了，这样会使客户听起来很刺耳，难以接受。

另外，在服务中要注意选择客气的用语，如说“用饭”代替“要饭”，用“几位”代替“几个人”，用“贵姓”代替“您叫什么”，用“去洗手间”代替“去大小便”，用“不新鲜，有异味”代替“发霉”、“发臭”，用“让您破费了”代替“按规定要罚款”等等。这样会使人听起来更文雅，免去粗俗感。

③ 注意语言要简练、中心要突出

在营业过程中，与客户谈话的时间不宜过长，这就需要我们用简练的语言去交谈。在交谈中，营业接待人员如果能简要地重复重要的内容，不仅表示了对话题的专注，也使对话的重要部分得到强调，使意思更明白，并能减少误会，这种做法很好。

④ 注意语言、语调和语速

说话不仅是在交流信息，同时也是在交流感情。许多复杂的情感往往通过不同的语调和语速表现出来。如明快、爽朗的语调会使人感到大方的气质和亲切友好的感情；声音尖锐刺耳或说话速度过急，使人感到急躁、不耐烦；有气无力，拖着长长的调子，会给人一种矫揉造作之感。因此，在与客户谈话时掌握好音调和节奏是十分重要的。

2.2 营业员礼貌用语培训

基本原则

① 讲求讲话的顺序和逻辑性

思维混乱、语无伦次，必将导致客户不知所云，无所适从。因此，营业员必须把握好说话的条理性、层次性，清晰、准确地向客户表达自己的意思。

② 突出重点和要点

销售用语的重点在于推荐和说明，其他仅仅是铺垫。因此，在接待客户中，必须抓重点，突出要点，以引起客户的注意和兴趣。

③ 不夸大产品性能

不着边际地吹嘘夸大，可能暂时会推销出商品，但并非永远的良策。客户吃亏上当只是一次，最终受损失的仍然是商店。因此，诚实客观地介绍推荐，才是长久的良策。



提醒您

言为心声，语言不仅是传递信息的工具，同时也体现服务水平的高低。营业员的语言是否礼貌、准确、得体、直接影响着客户对商品和服务的满意程度。

④ 决不能对客户无礼

对客户在语言上失礼，甚至使用讽刺、挖苦或污辱性语言，不仅会气跑一个客户，对其他在场或不在场客户，也会产生不易消除的恶劣影响。会使企业形象受到极大损害。因此，不论遇到什么情况，都必须避免冲撞客户。

⑤ 不使用粗俗语言和方言

在接待客户过程中，营业员不能讲粗俗的语言，即便是同事之间讲话，也不要讲不文明用语，另外，尽量不使用方言土语。

◆ 营业用语的艺术

① 不断向前推进

营业员感觉到客户对展示的物品感兴趣后可以不知不觉地、巧妙地将话题由讨论商品的一般性能转移到这一物品可如何满足客户的具体需求上来。换句话说，营业员要将客户推进到购买过程的下一个阶段。如果发现客户对正展示的式样不很满意，营业员可以多



实用范例

比如一位妇女买裙子，看了几款后，对其中一条白底蓝花的丝质长裙犹豫不决，客户说：“这裙子挺好看，只是蓝色我穿显得太嫩了。”

“夏天就该明快一些，淡淡的蓝色对您很合适的。”

“可这裙子颜色太浅了，不耐脏。”

“夏季反正经常洗，再深些的也一样。而且这种丝经过处理，洗起来很方便，也不皱。”

展示一些款式并强调不同样式的优点。

一个好的营业员自己讲话不多，而是善于引出客户的话头并由此来激发他说出自己的意愿或顾虑。

② 少用否定句，多用肯定句

肯定句与否定句意义恰好相反，不能乱用，但如果运用得巧妙，肯定句可以代替否定句，而且效果更好。

例如，客户问：“这种衣服还有红色的吗？”

营业员回答：“没有”，这就是否定句，客户听了这话，一定会说：“那就不买了”，于是转身离去。如果营业员换个方式回答，客户可能就会有不同的反应。如：“真抱歉，红色的进货少，已经卖完了，不过，我觉得蓝色和白色和您的气质更相称，您可以试一试。”这种肯定的回答会使客户对其他商品产生兴趣。

③ 采用先贬后褒

营业员在介绍商品时，要实事求是，但对商品的优缺点介绍却应有所侧重，请比较以下两句话：

“价钱虽然稍高一点，但质量很好。”

“质量虽然很好，但价钱稍微高了一点。”

这两句话除了顺序颠倒以外，字数、措词没有丝毫变化，却让人产生截然不同的感觉。

先看第一句，客观存在的重点放在“价钱”高上，因此，客户可能会产生两种感觉：这商品尽管质量很好，但也不值那么多；或这位营业员可能小看我，觉得我买不起这么贵的东西。仔细一分析，第一句的重点放在“质量好”上，所以客户就会觉得，正因为商品质量很好，所以才这么贵。

总结上面的两句话，就形成了下面的公式：

缺点→优点=优点。

优点→缺点=缺点。

因此，在向客户推介商品时，应该采用前一公式，先提商品的缺点，然后再详细介绍商品的优点，也就是先贬后褒。此方法效果非常好。同时要注意言词生动，语气委婉。

④ 用词委婉

除了语言生动之外，委婉用词也很重要。对一些特殊的顾客，要把忌听的话说得中听，让客户觉得你是尊重和理解他的。比如对较胖的客户，不说“胖”而说“丰满”；对肤色较黑的客户，不说“黑”而说“肤色较暗”；对想买低档品的客户，不要说“这个便宜”，而要说“这个价钱比较适中”。有了这些语言上的艺术处理，客户会感到十分舒适。

⑤ 多用“是、但是”

营业员在回答客户异议时，多用“是，但是”，也非常有效。具体来说就是：一方面营业员表示同意客户的意见；另一方面又解释了客户意见产生的原因及客户看法的片面性。例如，一家植物商店里，一位客户正在打量着一株非洲紫罗兰。

客户：“我一直想买一棵非洲紫罗兰，但听说开花很难，我的一位朋友家的就从没开过。”

营业员：“是的，您说得对，很多人的紫罗兰开不了花。但是，如果您按照规定要求去做，它肯定会开的。这个说明书将告诉您怎样照管紫罗兰，请按照上面的要求精心管理，如果仍不开，可以退回商店。”

你看，这位营业员用一个“是”对客户的话表示赞同，用一个“但是”解开了紫罗兰不开花的原因。这种方法可以让客户心情愉快地改变对商品的误解。有时，客户可能提出商品某个方面的缺点，营业员则可以强调商品的突出优点，以弱化客户提出的缺点。当客户提出的异议基于事实依据时，可采用此方法。

⑥ 常用问题引导法

对于欲购买商品的客户，营业员有时可以通过向客户提问题的方法引导客户，让客户自我排除疑虑，自己找出答案。例如，一位客户进入商店看鼓风机。

客户：“我想买一台便宜点的鼓风机。”

营业员：“便宜的鼓风机一般都是小型的，您想要小一点吗？”

客户：“我想，大概便利店里的会便宜一点。”

营业员：“可是那里的鼓风机质量和我们的比较起来怎么样？”

客户：“哦，他们的鼓风机……”

通过提问，营业员让客户对各种型号的商品熟悉，以帮助客户进行客观的比较。

⑦ 巧用展示流行法

这种方法就是营业员通过揭示当今商品流行趋势，劝导客户改变自己的观点，从而接受营业员的推荐。这种方法一般适用于对年轻客户的说服。

例如，一位父亲想给年轻的儿子买辆赛车，他们来到一家车行。儿子想要一辆黑色的赛车。但已脱销，营业员劝他买别的颜色，但是那位年轻人固执己见，非要一辆黑色的不可，这时，营业经理过来说：“您看看大街上跑的车，几乎全是红色的。”一句话，

使这位青年改变了主意，欣然买下一辆红色的赛车。

⑧ 直接否定法

当客户的异议来自不真实的信息或误解时，可以使用直接否定法。例如，一位客户正在观看一把塑料柄的锯。

客户：“为什么这把锯的把柄用塑料而不用金属的呢？看起来是为了降低成本。”

营业员：“我明白您的意思，但是改用塑料把柄绝不是为了降低成本。您看，这种塑料很坚硬，和金属一样安全可靠。很多人都喜欢这种样式，因为它既轻便，又很便宜。”

此处由于直接否定法直接驳斥客户的意见，所以营业员只有在必要时才能使用。而且，采用此法说服客户时，一定注意语气要柔和、婉转，要让客户觉得你是为了帮助他才反驳他，而不是有意要和他辩论。

2.3 营业员优质服务用语培训

▣接待客户招呼用语

① 顾客进店招呼语

• 当顾客进店后，其目光集中，直奔柜台，营业员应立即接待，主动打招呼：您好！您要看些什么？

• 先生(小姐)，您需要什么？我拿给您看。

• 欢迎光临，请随意参观选购。

② 介绍商品招呼用语

当顾客长时间凝视某一种商品时，营业员可凑过去，说：

• 先生/小姐，您想看看××(他/她所凝视的商品)吗？我拿给您。

• 小姐，××(她所凝视的商品)是新产品，请您看看说明，适合您的。

• 先生，这商品是名牌货，得过金奖，您看看吧，不买没关系。

③ 顾客挑选商品招呼用语

当顾客细摸细看或对比摸某一种商品时，营业员自然地凑过去，说：

• 小姐，您想买××(她所摸比的商品)吗？我帮您选，好吗？

• 先生，这商品的性能、质地、规格、特点是……

• 先生，您手里拿着的两件折伞都是挺好的。那黑色的是××产

的，用不锈钢做的杆，结实耐用，虽然价钱高了点，但质量很好，很适合北方地区用；那白花的是××产的，用塑料做的杆，适合南方地区用，它不怕潮湿的空气，永不生锈，价格也较便宜。

④ 随机向顾客介绍商品招呼用语

当顾客将视线从商品转向营业员时，营业员要及时打招呼

- 先生：您看上什么商品啦？我帮您拿。
- 小姐，有什么事我能帮您吗？
- 要我帮忙吗？
- 请问需要哪种商品？

⑤ 指导顾客介绍用语

当顾客突然停住脚步仔细观察商品的时候，营业员应从顾客所观察的商品入手，带诱导性地说

- 先生，这是××(地方或工厂)的新产品，它的优点是……
- 这是国内名牌产品，做工精细，价格便宜，一向很受顾客欢迎。这货不常有，我看您买一点回去，家里人会很高兴的。
- 这种货是采用新工艺加工而成的，时下很流行，买回去馈赠亲友或自己用都很不错。您想看的是这个商品吗？
- 这种商品耐低温而不耐高温，使用时请注意。
- 对不起，您要买的商品已卖完了，这是相近似的商品，您看看是否合适？

■ 介绍商品的语言

① 顾客选购商品时

- 别着急，您慢慢挑选吧。

- 您仔细看看，不合适的话，我再给您拿。
 - 我帮您选好吗？
 - 这种商品价格虽然高了点，但质量很好，很多人都中意买它。
 - 您还看看别的商品吗？
 - 需要什么款式的，我给您拿。
 - 这种颜色好吗？我再给您拿其他颜色的，您看怎样？
 - 您回去使用前，请先看看使用说明。
 - 如果您需要，我可以帮您挑选。
 - 这种商品，本地的与外地的都差不多，您随便挑选吧。
 - 这种商品有×个品种，您自己比较一下。我看这种很好。
 - 托您买的那位顾客个头、年龄怎样，我帮您做“参谋”好吗？
 - 这种商品现在很流行(或是新产品)，您不妨试一试。
 - 这种商品正在促销，价格很实惠。
 - 这种商品削价是因为式样过时，质量没问题。
 - 这种产品的特点(优点)是……
 - 您使用前，请先看一下说明书。按照说明书上要求操作。
 - 使用这种商品时，请注意……
 - 您要的商品暂时无货，但这种商品款式、价格和功能与您要的商品差不多，要不要试一下？大件商品或购买其他商品数量比较多，市内我们负责免费送货。
 - 请您保存好电脑小票。
- ② 当顾客犹豫不决时
- 这种货虽然价格偏高一些，但美观实用，很有地方特色，您买一个回去，一定会受欢迎。我再给您拿价低一点的看看，好吗？

- 这种商品在质量上绝对没问题，我们实行“三包”。如果质量上出了问题，可以来换。您先买回去和家人商量商量，不合适时再退换。

- 您放心，我再做一次试验给您看，质量没问题。

③ 当顾客需要诱导时

- 这种布料有点像毛料，颜色比较适合您。
- 这种衣服色彩淡雅，跟您的肤色很相配，您穿很合适。
- 您如不放心，可以去试穿一下。
- 您穿上这套服装更显得成熟、干练。
- 您先看看，不合意时再拿另一种。
- 我看您穿这件衣服很漂亮。
- 请您看这个商品，比较适合您。
- 这种商品很时兴，买回去肯定会受欢迎。

◆ 答询的语言

① 询问商品方面的

- 真不巧，您问的商品我们刚卖完，近期不会有，请您到其他商店看看。
- 您问的这种商品很少有货，请您有空常来看看。
- 这种货过两天会有，请您抽空来看看。
- 这种商品暂时缺货，请留下姓名及联系地址或电话，一有货马上通知您，好吗？
- 对不起，我们商店不经营这种商品。请您到××路××商店去看看。

- 您问的××(商品)请到×楼柜去买。
- 这是您要的××商品,您适合吗?
- 我建议您帮他(她)买这种。
- 这种商品暂时缺货,请您留下姓名和联系电话。一到货马上通知您,好吗?

② 顾客要求兑换零钱时

好的,我给你换下。收到你一张5元的钞票。换给你1元的5张(或5枚)。

③ 客户交来拾遗物品或寻找失物时

有的顾客在商店拾到其他客户遗忘的物品交来时,营业员要代表商场表示感谢,说:“谢谢您,请问贵姓?单位……住址……”如果客户不愿意说出姓名时,要表示敬佩,说:“你这种不为名、不为利的精神,值得我们学习。”然后将物品交有关部门出榜招领。

对于在店内寻找失物的顾客,营业员要体贴顾客焦急的心情,耐心询问失物的数量和特征,然后说:“你别着急,请稍等一下,我帮你查一查。”如果失物还在柜台上收管,可交给顾客当面认领。如已上交,可顾客说:“我们已交到服务台,请你到那儿去认领吧!”如果没有发现顾客询问的失物,可对顾客说:“对不起,你丢失的物品,我们没有见到,请到总服务台询问一下。”

▣ 解释的语言

① 日常解释语言

- 先生/小姐,这里不能吸烟的,请您配合。

- 先生/小姐，这里不能吃东西(喝饮料)，请您配合。
- 对不起，同类商品不能带进这里，请您先把它寄存起来好吗？
- 对不起，不能带宠物进这里。
- 先生/小姐，请不要把包(手提电话)放在购物车上，以防被盗。
- 当顾客要求试用(退换)一些不允许试用(退换)的商品时说：“实在对不起，内衣按规定不能试穿，您可以根据身材选择号码，如有需要我可随时为您服务。
- 对不起，内衣、内裤(或袜子)，是不能退换的，请您选好了再买。
- 对不起，按有关规定，已出售的食品，若不属质量问题，是不能退换的。
- 实在对不起，这件商品已经使用过了，不好再卖给其他顾客，实在不好给您退换。

② 在收找钱款发生纠纷时

- 您别着急，我记得刚才收您的是×张×元面额的人民币，找您××元钱，请您回忆一下。
- 今天较忙，双方都有疏忽的可能。请您将地址留下，我们结账时查一查，一定将结果通知您。
- 实在对不起，由于我们工作马虎，造成差错，这是多收您的××元钱，请原谅。
- 对不起，请您稍候，我们马上结账，尽快将结果告诉您。
- 对不起，让您久等了，经过核实，我们没有找您的钱，请原谅。

③ 当有不明白需请教或请示时

- 这样吧，请将商品留下，待我们请供应商鉴别一下残损的原因后，再将处理意见通知您。

- 对不起，这个问题我不大清楚，请稍等，我去请示领导就来。

▣道歉的语言

① 服务不周致歉

- 对不起，让您久等了。
- 对不起，今天人多，我一时忙不过来，不能及时接待您。您需要些什么？

② 因失误需要道歉

- 对不起，刚才是我工作大意，弄错了价钱(规格、型号……)，请原谅。
- 对不起，刚才我没有仔细帮您挑选好，给您添了麻烦(让您多跑了一趟)。我这就给您重新挑选。
- 对不起，这是我的错。
- 对不起，我拿错了型号，您要看哪种型号？
- 对不起，我这就给您换。
- 我们的工作不周之处，请多多指点。
- 对不起，我把票开错了，我给您重新开。
- 刚才的误会，请您能谅解。
- 由于我们工作上的失误，给您带了麻烦，真是对不起。
- 实在对不起，这完全是我工作上的失误。

③ 因不懂而道歉

- 对不起，这个问题，我确实不懂，请原谅。
- 对不起，我是刚调到这个柜组来的，不大熟悉这里的商品，介绍得不够清楚，请原谅。

◆接待繁忙时的语言

① 需要稳定顾客情绪时

- 请您别着急，我马上给您拿。
- 您别着急，请按顺序来，很快就能买到。
- 请大家谅解一下，今天人多，请按次序来，我动作加快些，大家很快就能买到。
- 今天人多，大家互相照顾一下，很快就能轮到了。
- 您选好的东西我给您包好放在这里，您交了钱后叫我一声。
- 您先别急，我先照顾一下这位外地顾客，马上就来，多谢合作。
- 敲柜台的那位顾客，我知道您急，马上来。

② 需特殊接待时

- 请大家谅解一下，这位先生/女士要赶车(船)，让他先买好吗？
- 请协助一下，今天人多请您就近挑选，别将商品拿得太远了，我们照看不过来。

③ 当顾客提出批评意见时

- 谢谢您对我的帮助，今后一定改正。
- 我们服务欠周到，请原谅。
- 真是对不起，我一定将您的意见转告给领导。
- 谢谢您对我们的帮助，我会将您提的意见向领导反映，改进我们的工作。

④ 有顾客故意为难或辱骂营业员时

- 您这样说话就不大礼貌了，我们之间应当互相尊重。
- 您有意见可以提，骂人就不对了。
- 讲文明，讲礼貌是人人应自觉遵守的，随便骂人是不对的。

- 您看这件商品由于您不小心弄脏了(坏了), 我们不能按原价出售了, 您应当赔偿一部分损失。

▣ 调解的语言

① 自己能调解的

- 实在对不起, 刚才我们的态度不好(工作没做好), 惹您生气了, 我是×××(自我介绍身份), 您有什么意见请对我说好吗?
- 先生/女士, 真对不起, 这位营业员是新来的, 业务不够熟练, 接待服务不够周到, 请原谅。您需要什么? 我替您挑选好吗?
- 先生/女士, 真对不起, 这位营业员是新来的, 业务不够熟练, 接待服务不够周到, 请原谅。您需要什么? 我替您挑选好吗?
- 先生/女士, 真对不起, 我们的工作没有做好, 给您添麻烦了。您有什么要求, 请告诉我, 我帮您解决好吗?
- 对不起, 都是我们做得不好, 请您原谅。
- 请您放心, 我们一定解决好这件事。
- 如果您对我们的服务感到不满意, 欢迎批评指正。
- 请原谅, 耽误您的时间了, 谢谢!
- 这件事是我们的责任, 您别着急, 我们一定会解决好。
- 两位顾客, 请不要争吵, 要互相谦让, 有话慢慢说。
- 公共场所人多, 无意碰撞是难免的, 要互相谅解才是。
- 两位顾客都不要生气, 互相谦让一下就是了。

② 要请领导出面的

- 先生/女士, 请到办公室坐一坐, 有什么宝贵意见具体谈谈, 帮助我们搞好工作, 行吗?

- 先生/女士，我们商店××楼有总服务台，有值班经理值班，有什么意见，请到那里谈谈好吗？
- 先生/女士，这件事属××(质量、物价、……)问题，我们售货场解决不了，请到总服务台去反映好吗？
- 对不起，您先消消气，过一会我请主管来解决好吗？
- 先生/女士，这件事我们营业员解决不了，我请值班经理来帮忙解决，可以吗？

❑柜台缺货时的语言

①可以肯定答复的

- 这种货过两天才有，请您到时来看看。
- 真不巧，您问的商品我们刚刚卖完，近期不会有，请到××商店(或别处)去看看。

②可用缺货登记处理的

- 这种商品暂时缺货，方便的话，请留个姓名及联系地址或电话，一有货我们马上通知您，好吗？
- 对不起，这种商品我们没有经营，如果确实需要，我可以建议采购部门进货，留下联系地址好吗？

❑成交阶段的语言

①包扎商品时

- 请等一下，我帮您包装好。
- 这是您的东西，请拿好。您买的这个东西是自己用还是送人的？

要不要讲究一些?

- 这东西易碎,请您小心拿好,注意不要碰撞了。
- 这东西容易弄脏(碰坏),不要跟其他东西放在一起。
- 这东西不耐高温,请注意使用。
- 您回去使用时,请记住经常上点润滑油。
- 这东西我替你看过了,请放心。
- 您买回去若不合适,请保存好,只要不损坏,可以拿回来退换。

② 赞许顾客

- 您真会买东西,拿回去您的先生(太太)会很高兴的。
- 看得出,您是一位很会过日子的人。您真有眼力,把最好的商品挑选回去。
- 您对子女的爱真是了不起。
- 难得您有一片孝心,父亲节为老爸买这么贵重的礼物。

▣ 道别语言

营业员要有礼貌地向顾客道别,要求语言亲切自然,用语简洁、恰当,使顾客满意。

- 这是您的东西,请拿好,多谢!
- 请拿好,慢走。
- 请慢走,欢迎您常来(再来)。
- 不用客气(没关系),慢走。
- 请拿好您的东西,再见!
- 您还要买××(商品),请往那边走。
- 不合适没有关系,请到其他商店看看,以后有机会再来。

- 您买的东西较多，我帮您送下楼去(或拿到车站)吧。
- 不用谢，这是我们应该做的。
- 我们的工作还做得很不够，请多提意见。
- 小朋友，路上小心，注意车辆，再见!
- 谢谢您对我们鼓励。
- 欢迎您多批评。
- 欢迎您再次光临。
- 多谢您的惠顾，慢走。
- 多谢惠顾，请慢走，欢迎再来光临惠顾。
- 再见，欢迎您下次再来。
- 欢迎提出宝贵意见，以后请经常惠顾，谢谢。

第三课时

营业员基本工作技能培训

3.1 客户投诉抱怨应对技巧

客户投诉抱怨原因分析

客户投诉的原因多种多样，简单地说，就是对你出售的商品以及服务方式不满。详细分析客户投诉的原因，对当时顺利、适当地解决问题，以及事后查清责任并进行改进工作，都有着十分重要的意义。

顾客投诉抱怨原因分析表

原因	内容	实例
1. 产品不良	质量不良	衣服在经过洗涤后缩水、变形、褪色 休闲装遇到汗水变色 床单上有破洞
	商品标示不全	毛衣、丝织品、棉织品上标示质量成分不符 按照商品标示的方法洗涤却褪色了
	制造上的瑕疵	裤缝有皱褶 衣服上的饰物未缝紧，轻易脱落 鞋子的皮与底很快脱落

(续)

原因	内容	实 例
2. 服务方式欠佳	应对不得体	态度恶劣，举止失当 语言失当 销售方式不当
	商品标示与内容不符	标签上 A 种规格的商品，却误拿成 B 种规格的商品 标签上标示着一套商品的数量，回去拆开时，却少了一个
	说明不足	搅拌机的使用说明不够详细，回去后使用不久就坏了 说明不实，以致买回的商品无用
	金钱上的疏忽	收银条不清楚或未给收银条 少找了钱给客户 算错账，多收了客户的钱
	礼品包装不当	忘了撕下价格标签，使客人丢脸 弄错了贺卡
	不遵守承诺	客户依照约定的日期前来提货，却发现商品还未购回来 客户要求修改的服装不能按时取货
	运送不当	未在指定时间内送货 未将货送到指定地点 包装不好使商品污损
3. 使用不习惯	对新商品新材料使用不习惯	加了丝的衣料会越洗越黄，并且每次洗后必须烫，且容易烫坏，因此使许多客户感到相当不方便

◆客户投诉抱怨处理程序

倾听	发生客户投诉事件时，一定要静静地详细倾听客户的抱怨，以便随后处理。切忌在客户开始倾诉时，随时打断其说话或立即加以反驳，这样会使客户更不愉快。
----	--



交谈	任何时候交谈都是必要的，尤其在客户投诉时或觉得处理不当而感到愤怒时，交谈能缓和对方的紧张和怒气。客户之所以会投诉，通常是由于自己所信赖的商店服务态度不好，或者所买的商品不良。因此而产生情绪上的不满也是无可厚非的事。想要消除这些不满与怒气，就必须站在客户的立场上来想问题。有些客户也许比较敏感、任性，喜欢小题大作，遇到这种人千万不要太明白地指出他的错误，应该仔细而温和地向对方解释，使他了解商店解决问题的诚意。在交谈中，始终和客户沟通意见，使客户对商品产生信赖感，因为客户的信赖能够为商店带来财富和成功。
----	---



分析	分析客户投诉的原因是解决问题的关键。客户投诉的原因通常是因为商品不良、服务欠佳、自己使用不当却希望商店赔偿、不习惯新商品的使用等。分析清楚客户投诉的原因，就能够针对问题进行妥善的解决，并对自己这方面的工作进一步加以改进。
----	--



道歉	在道歉时，应注意自己代表着整个商店的形象，诚恳地向客户表示已了解了他的委屈，使其意识到自己的“说明”并非借口或辩白，同时千万不要强调本身正确的观点。
----	--



解释	诚恳地向客户解释问题出现的原因，并且解释中注意观察客户的反应，了解客户的心意。在解释过程中，一定要充分地与客户沟通，尽量让客户了解店方的想法及解决办法，找出折衷的方式来满足客户的要求。
----	--



处理	在处理问题时，基本的方法是首先承认商店在客户感到不满的问题上存在着不同程度的责任，然后根据具体情况采取安慰乃至赔偿、更换新商品等处理方法。但在解决问题时，通常因为客户的期望与商店能够给予的有出入，而产生一连串的裂痕。遇到这种场合，一定要充分地与客户沟通，尽量让顾客了解店方的想法以及解决方法，找出折衷的方式来满足客户的要求。这种和客户折衷沟通的交涉过程非常繁杂，也非常辛苦。但是经过一番努力得到圆满结果时，商店的受益是巨大的。
----	---



改善	问题处理完毕后，最重要的是立即在商店内部进行关于此投诉事件的责任清查。找到问题发生的原因和环节后，应立即进行一系列的改进工作，以杜绝此类事件及相关事件再次发生。
----	--

◆客户当面投诉交谈原则

① 与顾客谈话时的距离应在 1 米之内

进行谈话时，相互的位置关系有着微妙的心理影响。1 米以内可以看清楚对方的动作，是保持个人自由的距离。

② 应看客户的眼睛以示自己的诚意

在与客户交谈时切忌左顾右盼，表现得心不在焉，或者不礼貌地上下打量顾客，盯视客户身体的其他部位，这些都会加重客户的抵抗情绪，容易导致客户愤怒，使问题解决的难度加大。

③ 应当有意识地了解客户的兴趣和关心的问题

这样交谈容易切入客户感兴趣的话题，使客户产生认同感。

④ 应当注意客户的反应

首先把客户的主张提出来作为话题，然后讲“集中到您的意见上来考虑一下吗”。这样，对方的主张从个人的东西变成了存在于两者中间，有了客观性。然后，稍稍进行启发，使之对我方的观点表示理解。这对解决双方矛盾是有效的。

⑤ 在适当的时候详细询问情况

在客户愤怒时，如果首先询问事情的经过情形，客户的愤怒情绪可能更加不易控制。因此，应在使用种种方法使客户的愤怒情绪平息后，再询问事实情况。

⑥ 经常插进轻松的俏皮话

配合客户的讲述，适当的时候插进轻松的俏皮话，可以迅速有效地缓和顾客的紧张情绪。

⑦ 使客户知道谈话的全部

在客户的叙述结束时，客观地将事件的全貌及发生背景详细

描述出来，以使客户冷静后能清楚地了解是非所在。

⑧ 准备好劝导客户的最佳理由

据说三点内容最容易留在人的记忆里，因此在劝导顾客时，最好举出三个理由来说明。

■ 客户抱怨投诉具体处理方法

① 要有效倾听

为了让顾客心平气和，在有效倾听时应做到下列事项：

• 让客户先发泄情绪

当客户还没有将事情全部述说完毕之前，就中途打断，做一些言论上的辩解，只会刺激对方的情绪。如果能让顾客把要说的话及要表达的情绪充分发泄，往往可以让对方有一种较为放松的感觉，心情上也比较平静。

• 善用自己的肢体语言，并了解顾客目前的情绪

在倾听的时候，应以专注的眼神及间歇的点头来表示自己正在仔细的倾听，让客户觉得自己的意见受到重视。同时也可以让服务人员观察对方在述说事情时的各种情绪和态度，以决定以后的应对方式。

• 倾听事情发生的细节，确认问题所在

倾听不仅仅只是一种动作，还必须认真了解事情的每一个细节，然后确认问题的症结所在，并利用纸笔将问题的重点记录下来。如果对于抱怨的内容还不是十分了解时，可以在客户将事情说完以后再请问对方。

② 表示道歉

不论引起客户抱怨的责任是否属于自己方，都应该诚心地向客户道歉，并对客户提出的问题表示感谢，都可以让客户感到自己受到重视。事实上，从自己的立场来说，如果没有客户提出抱怨，我们就不知道哪些方面有待改进，一般说来，客户之所以愿意提出抱怨，表示他关心这家商场或公司，愿意继续光临，并且希望这些问题得到改善。

③ 提出解决客户抱怨方案

- 掌握问题重心，分析投诉事件的严重性

通过倾听将问题的症结予以确认以后，要判断问题严重到何种程度，以及客户对于超市有何期望。这些都是处理人员在提出解决方案前必须考虑的。有时候，客户的要求往往会低于超市的预期计划。

- 有时候顾客抱怨的责任不一定属于自己，可能是由厂商或是客户本人所造成。

例如奶粉里面发现异物，其责任应在厂商，此时会同厂商处理，并为客户提供协助和保持联络，以表示关心。

- 照既定的办法处理

商场或公司一般对于客户投诉有一定的管理和处理方法，在提出解决客户抱怨的办法时，要考虑到公司的既定方针。有些只要引用既定的办法，即可立即解决。

- 处理者权限范围的确定

有些客户抱怨可以由我们营业人员立即处理；有些就必须报告管理人员，这些都视公司如何规定各层次的处理权限范围而定。

- 提出让客户同意的解决方案

处理人员所提出的任何解决办法,都必须亲切、诚恳地与客户沟通,并获得对方的同意,如果客户对解决方法还是不满意,就必须进一步了解对方的需求,以便做新的修正。

- 执行解决方案

当双方都同意解决的方案之后,就必须立刻执行。如果是权限内可处理的,应迅速利落、圆满解决。若是不能当场解决或是权限之外的问题,必须明确告诉对方事情的原因、处理的过程与手续、通知对方的时间及经办人员的姓名,并且请对方留下联络方式,以便事后追踪处理。

3.2 不同个性客户接待技巧

▣接待技巧(一)

序号	个性类型	特 点	接待要求	标准语言
1	理智型	对其所需商品的产地、名称、规格等说得很完整、且挑货比较好	要耐心、做到问不烦、拿不厌	“不要紧，再看看这个或我再给你拿出几件，多比较一下好吗？”
2	习惯型	进店后直奔所需商品，并能讲出产地和规格，不会有其他替代品	应在“记”上下功夫，尊重顾客的消费习惯，千方百计满足要求，这类顾客回头客较多，当他们有问时，就立即给予回答，拿出商品马上递给他	“您想看这个吗？需要什么款式的，我给您拿。”
3	经济型	这类顾客分为：一类以价作为选购条件，另一类是专买高档品	营业员要懂商品的性能、特点、做到问不烦、拿不厌	“请仔细挑别着急，虽价格贵点，但质量很好。”

(续)

4	冲动型	听到店内有新商品便赶到商店，不问价格、质量和用途到店就买	“快”字上下功夫，同时还要细心介绍商品性能、特点和作用，提醒顾客注意考虑比较	“需要什么样式的我马上给你拿。”
5	活泼型	性情开朗、活泼好动，选购随和，较易接待	多介绍，耐心宣传，解释，当好参谋，在“讲”字上下功夫，指导其购买	“请你看看这种，我建议买这种商品，它比较适合你。”
6	犹豫不定型	进店后面对商品拿不定主意，挑了很久还下不了决心	“帮”字上下功夫，耐心介绍商品，当好顾客参谋，帮助他们选购	“这种可以吗？价格低一点，质量又较好。”

▣接待技巧(二)

序号	类 型	接待标准
1	健谈型	不要让夸夸其谈的顾客将你引入和销售毫不相关的其他话题中，要抓住一切机会将谈话引入正题。
2	少言寡语型	如果说得太少，就有点麻烦了，然而，不要失去耐心，要提出一些不能仅仅用“是”或“否”回答的问题，要比平日更具耐性直至顾客开口。
3	因循守旧型	这类顾客聆听但推迟购买，如果不及时采取行动将会失掉这部分顾客，如果产品价格将上涨或者产品供给不足，那么及时向顾客指出。

(续)

4	胆怯型	提供引导、保证和支持。帮助顾客克服购买恐惧心理，鼓励顾客，慢慢使其放松。
5	自我为中心型	这类顾客具有优越感。你要仔细地聆听并且恭维他的自我主义，在合适的时候，向他征询意见。
6	果断型	这类顾客很自信，知道将要购买什么。不要给这些顾客太长的销售解释，只给必要的细节，要严格忠于事实。
7	精明型	这类顾客常常搬出其他的销售人员来对付某个销售人员，要应用巧妙的恭维来表达对他的判断和讨价能力的赞赏。
8	怀疑型	对他的反对做出反应，但不要和他争论，要和他谈话，承认缺点，应用逻辑和已证明的事实。
9	牢骚型	要特别快乐，不要被他的心情所影响，力图找到困扰他的麻烦是什么。
10	条理型	这类顾客做事缓慢，似乎对你提出的每句话都在权衡，调整你的步伐和他保持一致，放慢速度，尽量向细节上扩展。
11	依赖型	这类顾客在作决定时需要有人帮助，为了解顾客的需要，你可以问他一些问题，然后说明你的产品能最好地满足他的需要。
12	挑剔型	这类顾客从来不会同意你的报价，必须强调质量和服务来表明你的产品值这个价钱。
13	分析型	这类顾客喜欢数据、事实和详细的解说，富有条理性，不慌不忙，需要作出正确结论，给他们的信息越多越好。
14	感情型	这类顾客对个人感情看得极重，你应该和他们逐渐熟识，全身心地投入谈话并且保持自己的个性。
15	固执型	这类顾客总是装出很重要的样子，向顾客表明你认同这种重要感，抬高顾客，同时也抬高你自己，有可能的话向他致以真挚的夸奖。

3.3 如何了解分析顾客购买动机

▣ 顾客购买动机类型分析

① 感情动机

感情动机是由于人的情绪(喜、怒、哀、乐等)和情感(道德、情操、群体、观念等)引起的。

由于感情动机的引发原因不同,所以,感情动机又可分为情绪动机和情感动机两种。情绪动机,是由外界环境因素的突然刺激而产生的好奇、兴奋、模仿等感情反应而激发起的购买动机。影响产生情绪动荡的外部因素很多,如广告、展销会、表演、降价等。

感情动机所引发的购买欲望,多注重商品的外在质量,讲究包装精美、样式新颖、色彩艳丽,对商品价格不求便宜,而求适中或偏高。

② 理智动机

理智动机是对所购对象经过认真考虑,在理智的约束和控制下而产生的购买动机。它是基于对所购商品的了解、认识,经过一定比较和选择产生的。理智动机的形成有一个比较复杂的从感性到理性的心理活动过程,一般要经过喜好、激情、评价、选择这样几个阶段,从喜好到激情是属于感性认识阶段,从评价到选择是属于理性认识的阶段。同时,在理智动机驱使下的购买,比较注重商品的

质量，讲求实用、可靠、价格便宜、使用方便、设计科学合理等。例如，某制造小型汽车的工厂强调自己的产品最符合经济原则；电热水器制造商保证长期免费维修服务；或者某贸易商强调所代销的打字机经久耐用等，均出于顾客购买的理智动机考虑。

③ 惠顾动机

惠顾动机是指顾客由于某些企业推销商品产生信任和偏好而产生的购买动机。这种动机，也叫信任动机。在这种动机支配下，顾客重复地、习惯地向某一推销商或商店购买。顾客之所以产生这样的动机，是基于营业员礼貌周到、信誉良好、提供信用及劳务、品种繁多、品质优良、价格适当、商店地点时间便利、店面布置美观。因此每一推销商和商店的声誉或特色均可以给予顾客一种不同的印象。其广告宣传等推销方面的应用，主要就在于使顾客对其产生良好的印象。

▣ 如何分析顾客的购买动机

① 始发作用

这是引起顾客购买行为的初始动机，这种动机引导顾客购买哪一种商品，如电视机、录像机、组合音响等。动机的基本作用，就是这种激起作用。

② 选择作用

这是动机的调节功能所起的作用。因为顾客的动机是多种多样的。这些动机目标可能是一致的，也可以是矛盾的，动机的选择作用，可以引导购买种种牌子的商品，当顾客的最强烈的动机实现后，初级动机就会自动调节出示一级动机。

③ 维持作用

人的行为是有连贯性的，动机的实现也往往要有一定的时间过程，在这个过程中，动机始终起着激励作用，直至行为目标实现为止。

④ 强化作用

动机的强化机能具有正负作用。为满足动机的结果，不断保持与强化行为动因，叫做“正强化”；反之，起着减弱和消退行为作用的，叫做“负强化”。

⑤ 中止作用

当动机已经实现，或是由于刺激与需要的变化，动机都会起停止行为的作用，当然，机体的动机是不会停止的，一个动机停止了，另一个动机又会继起，发起新的行为过程。



自我检测

请问顾客的购买行为分哪几类？如何分析顾客的购买行为？



3.4 特殊问题应对技巧

▣ 顾客交款发生差错时

- 要求

立即查找原因。

如属收银员责任，应向顾客道歉。

- 语言

对不起，这是我工作中的失误，怪我太粗心了。

如属顾客责任，不应多加指责，弄清问题即可。

- 语言

您还得退给我××元。谢谢。给您添麻烦了。

如一时分不清责任，应虚心听取各方意见，尽快查清。

- 语言

请您待我们查清后通知您。

▣ 顾客挑货仔细而顾客又多时

- 要求

这时营业员可向正在挑选商品的顾客交待清楚，语言要柔和简炼，让其慢慢挑选；再接待其他顾客，要眼观六路，耳听八方，抬头售货，全面照顾，做到接一，待二，照顾三。

- 语言

先生/女士，您先挑选，不合适我再给您换或别着急，慢慢挑。

▣ 顾客选好商品决定购买时

- 要求

营业员应开好《销售小票》并交给顾客。

- 语言

请您去×号收银台交款后回来取货。

当顾客交款后回来，收回顾客手中的《销售小票》第二联，随后，把顾客挑选好的商品包装好后交给顾客。

- 语言

谢谢您，请您拿好了，欢迎您再来，再见！

▣ 个别顾客不礼貌称呼时

个别顾客称呼营业员不礼貌，用“喂”、“哎”等称号时一般来说有这样几种情况，一种是顾客急于要买到某种商品，匆忙来到柜台前这样称呼营业员。

- 要求

营业员要急顾客之所急，及时接待，快速成交，满足他们的要求。

另一种是少数顾客由于缺乏文明、修养、礼貌，用这种习惯的口头语来称呼营业员。

- 要求

营业员不应计较顾客的态度和语言，而要以文明的态度，礼貌的语言去接待感染顾客。

- 语言

先生/女士，您一定很着急吧！好，请稍等，我马上就来。

❖ 顾客有急事要求被照顾时

- 要求

营业员要面带微笑点头示意。问明情况后劝其他顾客给予照顾，按其要求快速拿递，对商品不必做过多的介绍，做到快速成交。

- 语言

这位先生/女士有急事，请大家照顾一下。

❖ 顾客听完介绍仍不买时

- 要求

可向顾客详细介绍连带商品的性能特点和配套使用的好处，争取交易成功。若顾客听完介绍试完商品后仍不买，不能有不满意的表示，要做到买和不买一样热情。

- 语言

欢迎您随时光临！

❖ 顾客所需商品没有时

- 要求

营业员不能简单地回答“没有”，应向顾客介绍相近花色、款式的商品，或介绍顾客到有关商店看看，如××市场。暂时无货，可以预约登记。

- 语言

先生/女士，没关系，请到别的商场看看，或留下您的电话、姓名、地址，到货后通知您。

❑ 外地顾客购物语言不通时

- 要求

营业员要讲普通话，可多拿几种颜色、款式、品种让顾客辨认，或仔细询问托买人的年龄、爱好、职业、地域等，再帮助挑选。

- 语言

或用笔写“请问您要选点什么，如果有困难的话，请提出来，我们尽力帮助您。”

❑ 服务周到受到顾客表扬时

- 要求

谢绝顾客的物资(现金)嘉奖，如顾客坚持己见，营业员应将物品，现金上缴，不得私自处理。

- 语言

感谢您对我们的鼓励，这是我们应该做的。

❑顾客一次要买很多商品时

- 要求

营业员要首先分清顾客是代购还是贩卖。如果是根据笔记本来挑选各式各样，各种尺码的，一般是代人购买，应当满足。

- 语言

您都需要什么样式的，我一一给您拿，别着急，慢慢挑。

❑顾客对花色品种已看上了，但尺寸不合适时

- 要求

根据不同的对象主动介绍其他品种。或可预约登记，到货通知。

- 语言

对不起，等到货后通知您，请留下地址、姓名、联系电话。

❑顾客选商品时间长没选中不好意思离开时

- 要求

如遇有这种情况时，营业员要注意观察顾客的心理，本着对顾客负责的态度，讲究职业道德。

- 语言

先生/女士，这没关系，请您再到别的柜台去看看。

❑向顾客询问，得不到礼貌回答时

一般来说，这种情况并不多见。

- 要求

这时营业员应以高度的涵养，不计较顾客的语言态度，并对问题做具体分析，区别对待。若属于脾气暴躁缺乏修养，说者无心的顾客，应给予谅解，并以文明礼貌的语言去感染他们；对于有意要笑营业员或无理取闹的人，要头脑冷静，不能反唇相讥，以不礼貌对待不礼貌，而应交给主管或有关部门处理。

- 语言

先生/女士，如果您对我们的服务工作感到不满意的话，欢迎批评指正。

3.5 特殊顾客接待技巧

■急于购物顾客接待

在一般情况下，众多的顾客临柜购物，营业员应注意秩序，要求顾客依序购买商品。但是，有时会遇上情况特殊者，如有的人要赶车(船)，有的人要赶着上班，有的人要赶时间赴会，有的要去看护病人等等。他们购物后确实有急事要办，希望能给予优先购物。对这类有特殊情况的顾客，营业员如果在不忙时，可按其所需，快速拿递，帮助挑选商品；营业员应接不暇时，则要注意做好以下工作：

① 面带笑容，点头示意

营业员发现有顾客临柜高声急呼时，应迅速作出判断，用微笑和点头的方式打招呼，示意请稍候。如果情况允许，可用语言直接作答：“请稍候”。

② 记清面容，以免忘记

营业员在向顾客示意或打招呼时，要记清高声急呼者的面容，以免接待时忘记。

③ 做好必要的解释

营业员在优先接待前，要向排在前边的顾客说明情况，取得谅解、同意后，给急于购买商品的顾客予以照顾。

④ 快速拿递，快速成交

营业员要动作利索，快速拿递，快速结算，快速成交。

⑤ 特殊需求顾客

指某些体型特殊或有某种特殊需要的顾客，比如身材高大、矮小、过胖或过瘦的特体顾客，断肢、驼背或畸形或有残疾的顾客。

⑥ 特殊要求

营业员在接待这类顾客时，应持关心、安慰、帮助的态度，尽量满足他们的需求。

如不能满足顾客需求，应语调委婉、态度和蔼地向他致歉；或预约订货，请顾客留下地址，建议采购部门采购，货到通知；或加工订制，让顾客试样或量体，联系加工定做，约期取货；或建议顾客去附近的商店购买。

■ 出言不逊顾客接待

① 在众多的顾客中，有时会遇到这样的情况

- 有的人不懂礼貌，不尊重他人，用命令式口气对营业员说话，营业员接待稍慢，便大呼大叫，或敲击柜台，或用脚踢货物。
- 有的人性情暴躁，在进店前，或在家发生纠纷，或在工作生活等方面出现了不愉快的事情，因而心情不好，进店后心烦发泄。
- 有的人性子急、粗暴，营业员稍有怠慢便出言不逊，耍态度。
- 有的人蛮不讲理，故意刁难。

② 应对技巧

营业员面对上述情况，应该保持冷静，以企业的利益为重，意识到自己是在代表企业接待顾客，要得理让人，理直气和，区别不

同情况，妥善接待。

- 对第一种情况，营业员要采取礼让的态度，不计较对方说话的方式，热情接待，让顾客快速购物后离去。
- 对第二种情况，营业员应从对方的“无名火”中悟出其遭遇和性格特点，采取和善转化的态度，用热情耐心的接待、友善和气的语言化解其粗暴。
- 对第三种情况，营业员要保持冷静，镇定自若，心平气和，坚持友善接待，做到他愤怒我和蔼，他激动我平静，使接待工作顺利完成。
- 对第四种情况，营业员要坚持理智，得理让人，不计较，不动气，理直气和，使无理取闹者转变态度。

■老、幼、病、残、弱、孕妇顾客接待

①老、幼、病、残、孕妇顾客特点

此类顾客在生理上和心理上有特殊情况，在购买商品时更需营业员的帮助和照顾，让他们先买先走；同时，还要根据不同的情况，妥善接待。

②老年顾客

老年顾客，一般记性较差，动作迟缓，挑选商品认真细致而缓慢、营业员应采取耐心、提醒、帮助的方法，帮助挑选商品，耐心解答问题，收钱、找零、交货要交待清楚，成交后要提醒他们是否要购买连带商品或其他商品，并帮助装袋和收拾好商品，让老人心里高兴。

③病残顾客

对病残顾客，尤其是聋、哑、盲人和手脚伤残的顾客，更要关怀备至。

- 接待盲人，要仔细问清需要，认真负责地帮助他们挑选质量较好的商品，钱、货应逐件放到他们手中，并一一交待清楚。
- 接待聋、哑顾客，要多出示商品，让他们多挑多选。营业员学点哑语(手势)，有利于将企业的温暖送给聋、哑顾客。
- 对手脚伤残的顾客，要把商品送到他们面前，让他们慢慢挑选，买好东西后还要注意装袋，尽可能送放到他们感觉方便的地方。

④ 小孩顾客

小孩顾客，特别是急来、急买、急走，不挑选，不看找零，拿了就走，因而容易出差错。接待时，营业员要特别照顾，宜采用询问、帮助、关照的方法，先看看神情，听听口气，问问用途，核对钱数，从中分辨他们所要买的商品品种、数量是否准确，然后主动帮助挑选。买好后还要关照他们把购买的商品拿好，把找回的钱收好，以防丢失。如遇小孩持大面额钞票买货，要用妥善的方法和语言询问清楚情况。

⑤ 孕妇顾客

孕妇顾客行动不便，动作缓慢，因身子沉重，不宜久站，营业员应主动给予优先接待，并注意关照。

■复数(几人结伴)顾客接待

① 复数顾客定义和特点

数人结伴到商场买东西的顾客，称为复数顾客，结伴的形式有夫妻、情侣、朋友、同事、同学、一家老小等多种多样。营业员在

接待这类顾客时，要根据情况区别对待。

② 复数顾客接待标准

如果顾客之间意见一致，可按正常方法做好接待工作，如果彼此意见分歧，则要注意做好以下要点：

复数顾客进场购物，必有主从，营业员可运用观察法，从顾客进店后的举止言谈，分辨出谁是主，谁是从；谁是商品的使用者、影响者，谁是购物的决策者、出钱人；谁是买主，谁是协助购买的参谋。

向您推荐



在购买过程中，不同身份的顾客对决定购买商品的作用不同，因此要辨明主从以确定接待方法：

- 年轻夫妇一同买东西，以女方为主。
- 中年夫妇买高档家用电器，多以男方为主。
- 一家老小来买东西，一般父母是出钱者、决策者，子女是商品的使用者、影响者。
- 朋友、同事、同学三五成群一同来买东西，一般以买者为主，但同来者有时也会对买主起很大的影响。
- 当好参谋，协调意见。