# 2024年家具导购工作总结简短 家具导购工作总结(5篇)

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2024-08-17

*总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。家具导购工作总结家具导...*

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

**家具导购工作总结家具导购工作总结篇一**

第一，将所有进店客户作为我们的亲人和朋友招待。

这是我家具导购员关于心态的工作技巧。试想一下，当自我的亲戚朋友或是朋友进来购买自我的家具，我们将如何理解他们。以这样一份亲昵的态度应对顾客，顾客也会犹然感到亲切。

第二，关注客户，真诚表扬客户。

真诚表扬客户也是重要的导购工作技巧，真诚表扬客户也能够使得销售有所增加，不仅仅能够提升销量，也能够使得导购、商场在客户中构成良好印象。

第三，报价过程当中的计算器使用技巧。

家具导购员的报价过程需要经过反复、精确计算。在接待客户之前，要配备计算器，钢笔，纸张进行记录、计算。这些都能够证明你是一个专业的导购员。

第四，愉快的接待心境。

试图让自我成为一个热情开朗的人。在接待顾客过程当中，想一些欢乐的日子，让自我的开朗心境感染给顾客，使销售到达良好效果。

第五，不断更新自我的问候方式。

很多时候，导购员一个礼貌精致的问候就有可能吸引顾客进入商店选购。最常见的问候方式是“欢迎光临，请进”，也能够适当有所改变，如“请进我们店里挑选挑选吧”，“欢迎光临，请问您有什么需要”等。

**家具导购工作总结家具导购工作总结篇二**

一、开场白

“您好！欢迎您光临××家具专卖店，很高兴为您服务！”导购员问：“请问，我怎么称呼您比较合适？”，客户回答：“你就叫我吴老师吧”。导购员自我介绍：“您好吴老师，我是本店导购，我叫××，本次您在商场的导购服务由我负责，我将全程为您服务”。

【晓波解密】多次重复品牌和商号；用顾客自己介绍的称呼称呼他，以制造亲切感；导购员自我介绍，让顾客了解你；与顾客营造情感氛围。这是充满关切的开场白。

二、了解客户需求和推荐产品最有效的话术

1.您以前听过我们的品牌吗？

2.您选择家具是注重品牌、质量、价位、款式？

3.我知道购买家具不容易，您可以细心比较，我会给您一些建议！

4.您知道如何识别优、劣产品的区别吗？

5.这种品牌的沙发用料好，近期销量最大。

6.您选择产品最注重的几个问题我都清楚了，因此我郑重向您推荐几款符合您要求的产品。

三、产品介绍技巧

介

绍产品的诀窍是：突出利益、产品品质优势。

此款产品除却代表时尚的金属配件，以木脚和木架的原始材料做主打形象与有力衬托，宁静中透露着高贵典雅的贵族气质，深蕴新古典主义之内涵。适中的十字方块形座垫，既增加了沙发的弹性与美观度，又不让打理有丝毫的为难，再配以大气沉稳的造型，无不体现复古的高贵雅致和现代生活的悠闲舒适。

此款沙发座深舒适有度，扶手中直方正，精心配置的圆扶手又给整款沙发多了一丝活泼的蕴味，让传统不再单调。木架还可以随着客厅的主题变换为胡桃木、樱木等颜色。无论是处于金碧辉煌的画梁雕栋、还是温文尔雅的小楼坊间，都可尽显独有的蕴味。

【晓波解密】只有大量背诵经典原文并告知顾客，加上部分描述，只有这样才能成为产品介绍高手，如同古代诗词，不能说出原文，只是描述，这样的产品内涵和美感便会荡然无存！记住，每天朗读优秀家具导购台词，不久就会熟能生巧，功力非凡！

四、留住客户常用话术

离去的客户回头机会太小了，优秀导购员一般会再次尝试，找到客户回头的机会。

1.您对我的服务有什么意见和建议吗？

2.请您谈谈我们店面的装修、产品的服务，给我们提出一点意见，好吗？

3.是不是我们什么地方做得不够好，您可以给我们提出宝贵意见吗？

4.您可以留下联系方式吗？如果您关注的这几款产品有优惠活动，我会第一时间通知您。

5.您可以听一下这种产品选购技巧，即使您现在不买，对以后选购同类产品也是有好处的。

6.没有关系，一定要好好挑选一下，这是我的名片，您有什么疑问我非常乐意为您解答。

五、客户未购买，留下客户联系方式的话术

1.您好，这是产品的资料和我的名片，对了，我们还为所有来店的客户准备了一份小礼品，您帮我登记一下好吗？另外如果您愿意的话，我们会定期通过短信为您发送一些新产品或促销信息。

2.您相信我是专业的，您放心，不管买或不买，我都会为您提供免费咨询，您可以留一个联系方式吗？我们有任何优惠活动，我将优先通知您。

3.您喜欢的这几款产品，我向公司申请一个特价，您留个联系方式，我到时候通知您。

4.这是我的名片，能留下您的电话吗？我们可以帮您免费上门测量和制作演示效果。

【晓波解密】销售是一个过程，得到一个客户联系方式，意味着客户愿意把你纳入到他的选择计划之中，这样就增加了成功销售的可能。卖场是收集客户信息最重要的单位，要加强卖场信息的收集工作。

六、客户推荐蕴含无限商机

【晓波解密】优秀导购员常用客户推荐法获取许多新客户，这是他们业绩成倍增长的秘密。因为服务好一个客户，该客户有可能推荐至少5个新客户。

七、运用销售笔录，获取成交

边和客户交流，让客户把不需要的产品划掉，留下的自然是很有意向的产品，通过这样的方法可迅速确定客户的意向，提高成交率。

**家具导购工作总结家具导购工作总结篇三**

家具导购员培训 一直以来，家具行业的服务意思和观念是落后于其他行业的。但当买方市场的家具环境逐渐形成时；当价格战已经打倒无利可图时；当消费者的个性融会贯通需求越来越多时，服务的力量也日渐突显。

卖家具不再是简简单单的推销，而是要能为客户提供购家具的专业顾问服务；买家私也并非仅仅选一套家私那么简单，而是要满足对其未来家居生活的美好愿望。每一个布朗登家具的导购员未上岗就要接受这种观念的培训。我们深知，购买家具者并不是普通的“消费者”，而是购买大宗商品的特定性“顾客”。而顾客就代表着个别的人，意味着更多的尊重、更个性化的服务。我们认为，仅仅“为了实现服务而提供服务”已经无法适应现在的营销需求了。因为所谓的服务并不是单纯的一种活动，也是一个与客户互动的过程，只有将服务当作产品一样用心投入认真经营，才能取得成功的销售，才能获得满意的结果。

服务意识的转变与提升，使布朗登家具更加注重对一线销售人员的培训，因为作为直接与客户接触的人员，你们不仅仅是推介产品，更加是企业服务形象的代言人与执行者。

在公司的销售培训过程中，除了加强接待礼仪、销售技巧等课程外，我们还注重对销售人员专业知识的培训，不仅使销售人员熟悉家居情况，而且可以了解到最新观念和现代生活方式，这种有的方矢的培训是我们销售人员素质全面跃升的关键所在。

服务成为家居行业销售中不可分割的一部分，服务需要有特色才能为各种各样的“个性化”的顾客提供。我们为每一位消费者提供一条龙的个性化服务，让顾客知道布朗登家具对他的尊重和关怀是无处不在的。

我们充分意思到培育客户的价值所在；一个老客户或消费者可能带来一个、二个或更多的客户；这次未成交的客户可能就是下一次购买的准消费者。一般的家居商场，卖家私就是目标，但对于我们布朗登家具来说“卖家私并不是唯一的目标”！因为获取顾客的认同和口碑要比卖一套家私更为重要和艰难。有一句广告语是“大家好，才是真的好”！而对于布朗登人来说“顾客的认同、认可和肯定，就是最好的，就是名牌”！今天，布朗登家具将整合各项资源；更加优化各项服务；利用信息系统对客户进行精细管理，以此不断提高客户满意度。我们都将为布朗登家具所有的过去和未来的客户提供更具个性化、更亲切的服务。

自我提升必读(一)成长宣言

a 我尊重我自己，同时更加尊重别人。b 我更为注意自己的服饰和外表。c 我做事情有始有终。

d 我不再传播谣言，背后说人坏话及诽谤他人。e 我控制住自己的脾气，凡事一笑置之。

f 我不再怨恨，将以爱心代替恨意，至少也要有所谅解。g 我接受一切额外的课程，以弥补我在教育方面的欠缺。h 我有坚定的目标，以及达成这些目标的坚定信心与计划。i 我认为自己有资格享受生活中最美好的事物。j 我不再犹豫，而将为自己的目标立即采取行动。

（二）态度决定一切

当今的社会呼唤诚信、企业需要讲职业道德者和敬业者；关于讲职业道德，对我们所有的从业者而言，都是必须谈的，在这一点上，不管你是部门经理还是普工，在我们的工作过程中应该将它养成一种习惯。所谓敬业，就是要敬重你的工作！为何要如此，我们可以从两个层次去理解。低层次来讲“食君之禄，忠君之事”，也就是说敬业是为了对老板有个交代。如果我们上升一个高度来讲，那就是把工作当成自己的事业，要具备一定的使命感和道德感。话说回来，有谁不愿意自己的事业蒸蒸日上呢？又有谁不对自己的事情负责呢？所以，不管从哪个层次讲，“敬业”所表现出来的是认真负责——做事认真，一丝不苟，并且有始有终。

很多人都有这种感觉，自己做事情都是为了老板，为他人挣钱。其实，这也并没有什么关系，他出钱你出力，情理之中的事。再说，要是老板不赚钱，你怎么可能在这一公司好好的呆下去呢？但有一些人认为，反正为人家干活，能混就混，公司亏了也不用我去承担，他们甚至还扯老板的后腿，背地里做一些不良之事！稍加细致的想想，这样做对你并没有什么好处。工作敬业。表面上看是为了老板，其实是为了你自己，因为敬业的人能够在工作中学到比别人更多的经验，而这些经验便是你向上发展的踏脚石，就算你以后换了地方、从事不同的行业，你的敬业精神也必会为你带来助力！因此把敬业变成习惯的人，从事任何行业都容易成功。

有人天生有敬业精神，任何工作一接手就废寝忘食，但有些人的敬业精神则需要培养和锻炼，如果你自认为敬业精神不够，那么，从现在开始就强迫自己敬业——以认真负责的态度做任何事！经过一段时间后，敬业就会变成一种习惯！养成敬业的习惯之后，或许不能立即给你带来可观的好处，但可以肯定的是如果你养成了一种“不敬业”的不良习惯，你的成就就相当有限，你的那种散漫、马虎、不负责任的做事态度已深入到你的潜意思里，做任何事情都会“随便做一做”，其结果是可想而知的。

所以，“敬业”从短期来看是为了雇主，但从长远来看却是为了你自己！此外，敬业的人还有其他好处：其一，容易受人尊敬。就算工作绩效不怎么突出，别人也不会去挑你的毛病，甚至还会受到你的影响而同样敬业；其二，易于受到提拔。老板或主管都喜欢敬业的人，因为这样他们可以减轻工作压力，事情交给你他放心。你如此敬业，他求之不得。

当然，有的人会想，现在找工作也不是很难，此处不留，自有他处。不如过一天算一天，如此混混先生，只能一年到头找工作了。正如：今天工作不努力，明天努力找工作。

职业的心态

据有关资料统计显示，一个成功导购员的销售额可以达到一般导购员的三倍以上，这就说明了成功的导购员在为企业创造高额利润的同时，也充分实现了自我的人生价值。然而，很多时候，人们就忽视了这一点，甚至于作为导购员也不了解本职工作的重要性，而仅仅视为一项普通的工作，并没有在工作岗位上充分发挥出自己的才能。所以，作为一名导购员，首先要摆正自己的职业心态，了解自己的工作对于企业的重要性以及相信做一行专一行，通过工作了解自己、了解顾客、了解社会，在工作中不断学习、不断充实、不断增长能力。这样，在今后的历程中，个人与企业共同生存、共同发展，成为企业发展的真正支柱和财富，也从中拥有自己的精神与物质财富。

营销知识

一、职业的定位

a 顾客是什么——顾客是人；是生意中最宝贵的财富；是出钱购买你的产品和服务的人；是你的生意能够做下去的保障；是你的衣食父母。

b 商品是什么——商品就是你对公司的信心。

c 导购员是什么——导购员是公司的形象、业务代表；是公司对商品进行销售的执行人；是对顾客提供完善的销售服务的窗口；是消费者意见的征集人和处理各类现场问题的发言人。

二、基本条件

a 做到敬业爱岗，勤、俭、诚、信的工作态度：

1、充分理解企业是员工赖以生存和发展的基石，热爱自己的企业与工作；

2、服从指挥的组织原则，有纪律性；

3、诚实坦荡，有强烈的责任心；

4、有信心、乐观、有毅力；

5、冷静，有洞察能力； b 充实的专业知识：

1、详实准确的的产品知识；

2、公司发展、公司信誉、品牌声誉和服务优点；

3、丰富的应对能力和独立作战能力；

4、高超的销售技巧和团队作战的整合力；

5、善于沟通，了解心理学；

c 其它知识如：美学、统计学。

三、基本信条

四、销售技能

（一）创造顾客

创造顾客，实质上就是有效的激发新的消费需求，从而将潜在的顾客变为现实的顾客。创造顾客首先要以顾客的需求和利益为出发点，通过引导、启发、刺激顾客，让顾客产生某种需求；通过满足需求而完成创造顾客的过程。

1、老年顾客：男的突出一个“尊”字，女顾客应讲究一个“廉”字。

2、中年顾客：男的集中表现一个“速”字，女的集中体现“巧”和“实”字。

3、青年顾客：男的要体现“快捷”“奇特”，女的要体现一个“新”字，为他们提供“标新立异”的机会。

4、少年顾客：要把“爱“字贯穿在接待过程中。

5、病残顾客：不能歧视，在尊重的同时体现出一个“帮”字。

6、购买力强的顾客：应该满足其炫耀的心理，接待中突出一个“名”字。

7、性子急的顾客：要注意“忍”和“让”。

8、挑剔的顾客：要集中体现“周到”“细心”。

9、罗嗦的顾客：要“耐心”，甘于做一个听众，要抓住顾客说话的中心意思。

1、急风型：此类的顾客有分为：a 没时间的；b 性情急噪的，a类顾客大都是已决定以购物为目的者，应先询问顾客滞留时间和预算，以敏捷、快速为主；对于b类顾客不可擅做主张，只需适时作出配合，以速度为先。

2、精挑细选型：这是必须花许多时间决定购买的顾客，应该及时察觉他们犹豫不决的原因，逐一消除他们不满意因素，千万不可催促，只要配合他们的步调，很容易博得这类顾客的好感，而成为我们的顾客。

3、自我中心型：此类顾客大多热情、活泼、亲切近人，容易带动情绪和沟通，应着重介绍产品的优点，突出质量，似老朋友般进行推荐，让他们信赖而放心购买。

4、依赖型：此类型与精挑细选型相似，但不可完全相信他话语的表面意思，应尽可能不露痕迹的探询他们潜在的意向和未表现出来的喜好与希望，投其所好。在强调产品适合其本人的优点，取得他们理解以达成销售。

5、混合型：此类顾客是综合以上四重类型的混合型，应该在接待中随机应变，采取适当的方法。当然，以上所述的顾客类型只是一个大概区分，如今，消费者的购买行为已趋向成熟化、个性化、多元化。导购员应该掌握这些基本的要素，同时在销售过程中摸索，总结经验，结合自己的实际，创造属于自己的个人销售技巧。同时需要明白一点，导购员的情绪会直接影响到他所接触的顾客，要求导购员在工作中，要抛弃“自我”，作好自我调节心境，以愉快的情绪，自然流露出微笑，全心全意投入到为顾客的服务中。

导购员与顾客从开始接触、沟通到实现顾客购买都有一个过程：

a、引起注意、兴趣——卖场摆放整齐，格调高雅，导购员需精神饱满，站姿自然端正，面带微笑，时刻准备迎接顾客。

b、了解顾客心理——导购员与顾客初次打招呼要注意抓紧时机，这是个难点。过早，会使顾客有压迫感；过晚，会给人产生怠慢、冷淡的感觉。这就要求导购员对顾客有正确的判断，是自动、活泼的顾客还是被动、沉默的顾客，做到说话热情、诚恳，把握沟通时机，避免顾客引起戒心，产生拉客兜售的误解或打消购买的念头。

c、把握购买时机——在接待过程中，相互沟通了解顾客是属于要买、想买、观览的哪一类，大概要购买或想买哪种价位的商品。

d、介绍商品，诱导购买——导购员了解顾客兴趣、爱好、经济状况后，确定顾客购买目标，有针对性地进行介绍，循序渐进地进行诱导，让顾客通过思考和判断，充分地认识和了解到产品的优点，从而自然的产生购买要求。

e、及时促成成交并建立好感——在顾客产生购买欲望后，仍未明确表示，这时导购员需从顾客的表情、语言、行为等观察这点后，应该作出适当的促销技巧及时促成成交。并从中让顾客感觉买得放心、称心。与顾客告别时，需亲切、自然，即使繁忙也别忘记点头道别，这样既能表现自身素质，也能提高公司形象。

在以上这样的销售过程中，导购员应该做到“五心”服务：

爱心：像爱自己的亲人和朋友一样去对待你的顾客。真正站在顾客的角度上去关心他们，为他们着想。多一些赞美，多一些感激。请记住“顾客再小的事也是大事”。

诚心：坚持诚信待客。以客观的态度分析、讲解产品，诚恳、婉转的语气，切记盲目夸大产品功能，急功近利。要维护“森得威”的形象，树立“森得威”的信誉度。

热心：在接待顾客时做到主动、热情。顾客走进展场，主动打招呼，对不同的产品主动介绍功能、特性、结构、日常使用方法及注意事项、保养方法等。耐心：耐心回答顾客提出来的问题。要学会做一名好的听众，做到顾客百问百试不厌，耐心听取他们的每一句话。请记住“顾客永远是对的”。

信心：要顾客信任你，首先你自己要有充分的信心。相信公司、相信产品、相信自己是一名合格的导购员，是应该时刻牢记和做到的。

（三）庄重得体的仪表仪态

注重仪表仪态是导购员的一项基本素质，是其自尊自爱，热爱本职工作的表现，是尊重消费者的需要。导购员的形象是公司的形象、品牌的形象。在与顾客接触交流的过程中，形象对顾客的影响占50%以上的比例，导购员良好的仪表仪态一旦令顾客形成良好的印象，必定会为其下面开始的沟通交流创造很好的气氛和基础。

（1）仪表：指人的外在表象，由容貌、发型、服饰等构成，它与人的生活环境、生活情调、思想修养、道德品质和文明程度有关。

a 适应性原则：要求仪表修饰与个性自身的性别年龄、容貌肤色、身材体型、个性气质、职业身份等相适宜相和谐。

b 整体性原则：要求仪表修饰要促成妆饰、着装、佩饰三者之间及个人自身的诸多因素之间协调一致，营造出整体风采。

c 适度性原则：要求仪表修饰无论在修饰程度，还是在饰品数量和修饰技巧上都应该把握分寸，自然适度，追求雕而无痕的效果。

（2）仪态：是指人在交际行为中的姿势、表情和风度。据此可以判断人的品格、学识、能力和其他方面的修养程度。

l 仪态的要求：虚己敬人、克己合礼、敏捷、优雅、富有魅力，具体有以下几点。a姿势：要求有稳重的坐姿、端正的立姿、优雅的走姿和得体的其他姿势。

a握手时要处理好主动、被动、速度、力度、距离、时间长短，面部表情和其他辅助姿势。b 手势要规范、适度、简洁明确、自然亲切。

c 接物递物时双手恭恭敬敬递送或捧送，体现出对对方的尊重。b表情：要求恰当的运用眼神、笑容等无声的肢体语言，配合亲切的声音，表达各种美好的感情。并遵循“感情=7%语言+38%声音+55%表情”的公式。

c 风度：有尊重他人的习惯、坚定的自信和自豪、大度的胸怀、善解人意的智能、掌握气氛的能力、机敏应变的本领、真诚守信的品德。

（四）语言技巧

谈话是导购员传递信息的主要途径，所以，你必须确保用语得当并让顾客理解。如果措词有误，只会给人留下坏印象。据调查，导购员的声调和语气比谈话内容更能影响顾客的决策。在销售过程中，注重语言的抑扬顿挫，可以在很大程度上影响甚至决定顾客的情绪和判断。另一方面，学会适当地提出问题，并耐心的倾听顾客的想法，是了解和把握消费者心理意向的重要方法，任何人都不甘心只作听众，顾客也一样。

1、接一顾二招呼三：这一技能在顾客多，营业忙时尤为重要，能够让所有的顾客不被令落和怠慢。

2、一句话技能：迎接顾客的关键是用恰当的称谓并说好第一句话。要求生动、亲切、和谐，掌握适当的称谓和语调。

3、尊敬语的运用：尊敬语是礼貌用语，使用中能让顾客得到尊重和亲切的感觉，要求针对顾客的性别、年龄、当地风俗习惯等采用不同的尊敬语。

4、致歉语的运用：接待过程中常常因为照顾不周，主观或客观原因给顾客造成一些麻烦，这就需要导购员以诚恳的态度，婉转谦和的致歉语向顾客说明情况并致歉，以取得顾客的谅解。

5、圆满回答顾客的提问：接待过程中也会遇到一些疑难和棘手的问题，这时，即使导购员有问必答，态度温和也未必使顾客满意。圆满回答顾客是一项技巧性较强的接待技能，可往往又不被重视，以为只要回答了问题就可以了。要求语调温和礼貌，语言婉转谦和，不要一口回绝顾客。要找出顾客不满意的原因，从顾客角度出发去想，巧妙的使用转化语，用请求式说出拒绝的话，善于用肯定句式代替否定句式，掌握变换语气回答。

6、转换顾客拒绝购买：顾客在挑选多种商品后，常常会反应出不太满意的表情，购买的欲望不强，拒绝购买，这时就要求导购员能正确分析顾客拒绝的心理原因或客观原因，并做针对性的化解，要求用语文雅、恳切灵活、有较强的说服力。

7、禁忌语：在接待过程中特别要注意不要说禁忌语，以免引起顾客的反感和不愉快。

8、送别顾客语言的应用：以礼道别，是人际交往的修养课题，导购员使用送别语让顾客倍感亲切，并留下深刻印象，为整个接待划上圆满句号。

在接待过程中，谈话的内容和沟通的效果直接决定了销售的成败，综合上述几点，我们举一些接待用语的例子： a、招呼用语：要求主动打招呼，做到来有迎声，去有送声，落落大方笑脸迎送。

a 您好，请问我能帮你做些什么？

b 请问您需要哪一种？我来帮您，好吗？

c（软体类）我们有许多不同的品种，您可以坐（躺）上去感觉一下它的软硬程度。

d 谢谢你的惠顾！假如您有时间请到我们其他区看一下。

e 请您保管好您的单据，假如有疑问请随时联系。

b、介绍用语：要求态度热情、诚恳、实事求是，突出产品的特点、优点，贴切顾客的需要，当好顾客的参谋。不允许哗众取宠，言过其实，欺骗顾客。

a 布朗登\*\*专卖店，相信您一定知道！

b 我们经营的产品非常注重品质，卖场里所有商品的生产厂家是通过iso国际质量体系认证的国内著名公司，质量请您放心！

c 用过我们产品的顾客都会回头再来。

d 按和坐都不能完全感受床褥的舒适，没关系，请您躺上去吧！

e 除了这个规格，我们还可以根据你的尺寸订做！

c、答问询语：要求明快准确、认真负责，尽量帮助客人解答疑难。

a 这是两款完全不同的沙发，让我给您详细介绍吧！

b 请留下你的电话和地址，我们会尽快给您安排送货。

c 我们公司有完善的售后服务体系，请您放心，有什么问题随时帮您解决。

d 我们产品的品质是完全一样的，并没有什么不同。

d、道歉用语：要求态度诚恳，语言、语气温和，争取得到顾客的谅解，请记住“顾客永远是对的”。

a 对不起，让您久等了！

b 对不起，是我没有听清楚！

c 对不起，今天人太多，没能及时帮到您，请问您需要点什么？

d 对不起，按您的要求，订做的时间非常紧，您看能否晚几天？

e 非常抱歉，让你多跑了一趟！

f 对不起，因为安排密集，现在才给您送过来，让您久等了！e、服务忌语：a 喂，别乱动！

b 也不知道是不是要买，还试来试去；又是按，又是坐，烦死了！c 到底要哪样，想好没有？就这张啦，不用再挑了，都一样！

d 嫌贵，买便宜的啊！买不起就别买！

e 是你的问题，不关我们的事。你买的时候自己没挑好，怪谁？

f 肯定是你的问题！

g 我保证你满意！你用了保证好！

h 我下班了，不关我的事。我管不着！

（五）把握成交时机

如果导购员能配合顾客需要，讲出满足他欲望的要点说明，那么顾客就会对我们的商品和导购员产生信赖的心理，从而很快决定购买。但是，在大多数情况下，顾客在听取导购员各种说明后犹豫不决，或者即使心里下了决心，但未作明确表态。这时，导购员需及时了解并作进一步的说明和服务工作，巧妙促使成交。

掌握成交的八个时机：

1、顾客突然不再发问时。

2、话题集中在某个商品上时。

3、不讲话而若有所思时。

4、不断点头时。

5、不断比较价格时。

6、询问购买达到一定数量是否有优惠时。

7、关心售后服务问题时。

8、不断反复的问同一个问题时。

（六）对抱怨、投诉的处理对策

顾客的抱怨，是由不同的因素引起的。如商品的品质、价格、服务或顾客自己的疏忽等，因内容不同，处理方法各异。但不论何种情况，都需要以心平气和的态度，坦诚地接受顾客的抱怨与提醒。从顾客的角度出发，正确找出产生抱怨的原因，及时了解顾客的希望，妥善处理顾客需求，耐心说明，诚恳道歉。即使是顾客的疏忽，能够自责未能事先帮顾客考虑周到而造成过失或不当行为，是非常重要的心态。

抱怨处理过程中的禁忌语：

1、一分钱，一分货！

2、不可能，绝对不可能发生这样的事情！

3、这不是明摆的吗？

4、不就是一点点磨损，有什么大惊小怪？

5、这是我们的规矩！

6、这好象是你自己弄成的！

7、反正总会解决，你先回去吧！

那么，我们应该怎样处理顾客的投诉呢？

1:感谢 对顾客投诉不仅要表示感谢，还要把顾客的投诉当作是对我们工作的爱护、关心和支持。2:尊敬 诚恳地倾听顾客诉说，对顾客充分尊重，要表示相信顾客的投诉，不能没有听完就指责顾客或为自己辩护，这样易使顾客反感。

3:迅速 应该马上倾听顾客意见，并尽快将处理意见答复给顾客。

4:谨慎 处理顾客投诉一定要谨慎，不应该轻率地承担责任或承诺，应充分了解情况，给顾客公正客观地解决。

5:应变 面队顾客投诉，要采取应变措施，或改变环境、或改变时间，对顾客的特殊要求作出特殊处理，引导顾客新的要求，以满足顾客的愿望。

6:总结 分析顾客投诉的普遍性，如果反应的问题比较普遍，就必须检查与了解工作是否存在问题，如果发现问题应立即解决，并制定相应措施，以杜绝类似事件的再次发生。

（七）竞争意思与自我完善

正如大家亲身感受的，在各种零售商场，各种品牌的竞争已经达到了空前激烈的程度。这就要我们明确竞争意思，随时保持职业敏感性，留意对手动态（包括品种变化、价格调整、促销活动、销售动态、人员变动等），并随时就重大情况向上级反映和执行对策。

在任何时候，团队精神都很重要；而这个时候尤为突出，需大家团结合作，同心同力做好本职工作，要求每一位导购员必须具备强烈的竞争意思、相应的竞争办法和能力；否则，你将会处处被动受制。

那么，我们又该如何提高自己的竞争能力呢？如前言所说“个人的生存与发展同样需要实力，实力就是要不断的学习，不断的实践”。不要认为和你的行业不相干的人就与你的工作无关，如今社会，各行各业都有一种相互依存的关系，知识越多越广，你的工作干起来就越发得心应手；打开你的心灵大门，去接纳不同背景、不同行业的人！当你拥有这些知识后，就变成了你适应这个社会的一种优势，当环境改变时，你就具备了更强的应变能力和竞争能力。自我提升并不容易做到，但潜在的回报是巨大的，自我发展所要的时间应当视为你对未来的投资；且记住凡事不要气馁，耐心是必要的品性。

服务技巧 卖场的的服务应对技巧很重要，应对得好，不仅能够充分地尊重顾客而且还可以提升企业形象，吸引更多顾客购买家具。

（1）语言应对的几条原则

a 不要否定，而要肯定。如：“我们不卖某某家具”应该为“我们只卖某某家具”。b 不要命令，而用请求。如：“你到收银台交款”应该为“请你到收银台交款”。

c 不要断言，而用建议。如：“这个比较好”应该为“我想，这个可能比较好”或“我认为这个比较好”。d 不要拒绝，而用歉意。如：“你讲的这个价格不行”应该为“对不起，您讲的这个价格（条件）我们不能承诺（或接受），因为我们公司实行的是明码实价”。

巧妙的赞美能使顾客身心愉悦，用事实和诚意的赞美能使顾客高兴，而口是心非的奉承只会令顾客反感。

个人销售技能与技巧

作为一个优秀导购员，上面所提到的关于职业销售的技能都是需要具备的。但是在同时，也可根据自己在实际工作中的实践经验总结出自己的销售技能和技巧。每个人的性格不一，在销售过程中，每个人根据自己的特征发展成为一种销售风格。总的来说，能够把握顾客的心理，应对得体、态度诚恳、语气温和、予人好感，并且无时不满怀热情、努力工作，提供令人记忆深刻的服务，从而成为星级导购员。

（一）沟通交谈，引导消费

可能很多时候我们对产品很熟悉，可以一口气说出许多产品的性能和价格，但在与顾客面对面沟通时，却不知如何切入话题，这也是上面所提到的“如何把握顾客心理”，此时的你，首先暂时放下压力，与顾客就象朋友一般交谈、拉家常，在交谈中逐渐引导顾客消费。顾客在选购商品时其实很茫然，他们中大多数对家具的认识都很肤浅，或者甚至有错误的认识，这就需要你对他进行帮助。在交谈中应该多以询问式或建议式，先肯定再转折的语气，先同意顾客的观点，在慢慢的摆出我们的建议。让他随我们的观点去思考，引导他们走向我们已定的思维里，从而不知不觉中接受我们的观点和建议。

（二）避免过度热情

有些顾客一看到导购员走近，就会掉头走，或在销售过程中导购员一接触到顾客就开始喋喋不休地介绍产品，这样反而容易引起顾客反感，让他们产生戒备或逃避行为。同时，如上面提到的语言技巧中那样，任何人都不甘心只做听众，顾客也如此。导购员应避免“过度热情”，掌握热情的“度”的界限。导购员在引导顾客消费时，记得让顾客感觉到自己在掌握主动权，而不是让人牵着走。

（三）以诚为本的原则

怎样从顾客的利益出发，是销售中非常重要的原则。比如在销售有轻微损坏的商品时，可明确的告诉顾客，这是最后的样板，虽有一点划痕但不影响质量，我们可以考虑以优惠的价格出售，这样顾客觉得导购员诚实可信，放心购买。从而也可避免顾客在购买之后发现所谓的质量问题，又要求退货的麻烦。有的时候，诚实也许会带来眼前的一些损失，但是，你会因此而建立起长期的信任。你是否曾经有过在连你都不信任的人那里买过东西呢？我相信你没有，你的客户也是如此。据一项调查表明，98.6%的人认为：诚信是他们选择交易伙伴的极度重要的因素。所以，建立良好的信誉很重要；而这种信誉是通过你坦诚的工作，谨慎地履行职责和许诺，以及提供更为优质的服务等方面树立的。

（四）自信

自信是自身的一种信念，这将让别人尊重并信任你，而且这是从经验中获得的。随着不断的取得成功，你的自信会增加，而这并不会被顾客所忽视。如果你充满自信地激起顾客的热忱，他们会感谢和采纳你的建议。如何发展自信呢？你每天都以一种积极的心态开始，在每一次的导购工作开始前，告诉自己这一次会做成。同时也不要为自己制定什么大目标。信心将会随着你每一次目标的实现而增长；随着信心的增长而再设置更高的目标，这个时候你就会发觉信心意味着什么。

（五）善意的谎言是必要的

说谎给人的感觉都不好，但在销售的某些时候，只要出发点是好的，善意的谎言还是很有必要的，其最终还是为了顾客的满意与利益。如遇到送货时间或货物品种与顾客预先要求的有所偏差时，应尽早打电话或亲自向顾客作一个合理的解释，一般情况顾客都会接受而谅解。其实销售工作是最富有挑战性、成就感的工作；真正进入之后，你会发现销售不仅仅是在卖商品，更是一种乐趣；做销售工作对人是一种全方位锻炼，这样才会有所收获和发展。

**家具导购工作总结家具导购工作总结篇四**

家具导购培训：

【培训背景】

现今商品的日益丰富与重叠性使市场的竞争愈演愈烈，在多样化与个性化的消费导向下，单纯的商品买卖已不能满足消费者的购物要求，因此如何塑造商品和商品的附加价值以吸引更多顾客光临，以及如何提供给顾客更多有关于购物上的服务，就成为我们现代优秀导购人员所必须承担的工作使命。

帮助店长、销售人员、导购人员、促销人员获得现场销售应变的灵感与策略。

终端店长、门店销售人员等渴望成为店面销售高手的人士 【培训形式】

讲授、角色扮演、互动游戏、分组讨论、案例分析 【培训大纲】

6、检查货品的质量，若发现次货，立即交店长检阅，处理；

7、协助店长更换店内及橱窗摆设；

9、协助仓管点货及盘仓。

第二节：导购员的形象

a 你的服装要与同行业、时间、地点等因素配合，自然大方，稳重脱俗；

b 不穿太潮流化(标新立异)的服装、以免引起顾客的轻视；

c 保持身材、肤色与服装质料及色泽的均衡状态；

d 服装要合身，切忌穿太宽或太紧的服装，以免自暴其拙；

g 经常保持服装、鞋、袜、头发的清洁、整齐。

第三节：导购水平自我提升的方法

要使自己成为一个成功的导购员，必须从以下几方面着手：

a 熟悉现代营销的理念；

b 培养高度责任感

主要表现在：必须忠于所在企业和产品，忠于自己的顾客，忠于自己的销售目标，即为所在企业的利益负责，也为顾客的利益负责。

c 培养良好的心理素质。良好的心理素质主要表现为自信、自强和情绪稳定。只有在具备这种良好的心理素质，才能抱着坚定的信念, 不怕困难挫折，一往无前地去从事营销工作。

d 树立正确的职业道德观念、必须做到敬业乐业、有仁爱之心。

e 培养良好的业务素质。

a 高度的市场洞察力

主要表现为对当前市场需求有敏锐的观察力和未来市场需求的发展趋势有科学的预测；对市场行情有高度职业敏感。

b 丰富的产品知识

导购人员应熟知自己所销售产品的品种、型号、颜色及尺码、质料性能、洗涤方法、裁剪特点、价格及存放保养知识等。

c 充分了解企业的情况

包括企业的成长发展史、规模、经营方针、特点、服务项目、交货方式、付款条件以及本企业在同行业中的地位等。

d 熟知消费者的知识

掌握同类客户的市场标准、顾客有个性特征、购买心理、购买秩序、购买方式与习惯、购买时间与购买条件并且掌握顾客的年龄和身型条件等等，尤其应掌握客户购买时的主要心理障碍。

e娴熟的导购技巧。

现代导购是一个与顾客接近准备、接近面谈、处理异议、成交、直至售后服务的完整过程，因此要求导购人员娴熟地掌握接待顾客的各种方式和销售技巧。故此，除了平时要多阅读、多朗诵、多听、多看，还须重视提高自己的知识素养--------文化基础知识，俗话说：“识时务者为俊杰”, 只有通晓社会知识的人、才能及时地把握有关信息，掌握社会“行情”，并将之付诸行动、转化为分析能力和解决问题的能力。

f具备良好的个性。

即要求导购人员性格外向、活泼、为人热忱、坦诚。

g具备财务知识和建立顾客档案意识。

第四节：顾客服务的管理

在现今如此激烈的市场竞争中，竞争优势将越来越多地来自于无形服务，一点微小的服务改善都能征服顾客，压倒竞争对手。所以，每一位导购代表必须牢牢记住：我是一个为顾客服务的导购代表。

一．何为顾客

4帮助顾客选购心目中的货品是我们的首要任务，必须建立以客为先的服务态度。

二．何谓服务

1．理想舒适的购物环境 2．陈列整齐的货品，较多的选择 3．穿着的舒适感 4．主动为她量身 5．换货 6．清楚的价钱；折扣、贵宾卡等 7．多种付款方式；-------现金--------信用卡--------外币 注意：当服务达不到客人要求时，一定要以礼相待。

c．顾客的需要是多元化的、善变；所以导购员必须注意日常工作态度及接待顾客时的每一分一秒。

1．公司声誉； 2．竞争能力，市场地位； 3．发展机会； b．对你个人的影响 1．顾客的赞赏会令你愉快，有满足感，对自己的工作充满信心； 2．你会得到上司及公司的赞赏及认同； 3．深深感受工人和的趣味性； 4．你的工作表现是从顾客的反应得来的。

4．说话语气温和，有礼貌； 5．有耐性招呼顾客；

6．讲究速度及效率； 总括来说，就是顾客为先，服务至上。

5．店铺经理充分参与，提示重点，领导及支持服务素质的提升。

六、顾客购买行动与店铺对顾客服务及销售的关系。

阶段 顾客的行动

店铺服务及销售的阶段

1、注意

注目

注意其之后反应；容易进入；

2、兴趣 止步 具有吸引的display(陈列品)

3、进铺 踏入店铺 导购员与顾客打招呼，留下好印象；(微笑、眼神接触、语气柔和)

4、观察

浏览 与顾客保持适当距离，观察购买反应

5、联想 注视特定商品 接近顾客，了解其动机

6、欲望 凝视商品 将商品呈现于顾客眼前；

7、比较 注意价格及其他商品 商量，建议

8、试身 对商品表示兴趣 请顾客试身量围，引领客人到试衣室；

9、信念 详细了解商品 强调销售重点

10、决定 购买 另推一些相关连系列化的商品；

11、售后 付钱

清楚及快捷的收银；

12、离去 离开店铺

邀请顾客再次光临

七.营业中之顾客服务；

1、前线位置的同事当看到顾客时，应说：“先生、小姐，早上好，请随便看看。”(正午十二时前)或“欢迎光临，xx(品牌名称)，请随便看看”。(其它时间)

2、站立中、后线的同事，可以用以下话语向顾客打招呼和提供服务 a.“你好，请随便看看”。

b.“请问有什么可以帮您的吗？„„，如果您有需要，可以找我帮忙，我叫小周”。

3、注：店长分配人手时，按需定位，若有店员离开岗位时，一定要知会附近同事，然后大家互相补位。

4、观察顾客购买反应：

a.用手势招呼导购员，b.向四周环顾，寻求协助； c.顾客将货翻开，查看质料、价钱及尺码； d.环顾四围的货品，即已看过在自己面前的产品，但希望可以环顾四周找到自己适合的货品。

6、协助顾客查询货：

10、附加推销其他配衬货品。

11、收银。

12、详细复述银码。

13、货品总价钱„„

14、收银顾客的款项。

15、找回给客人的款项。

16、把包装好的货品交给客人时，应面带笑容及道谢。

17、离去，有礼貌的向客人道谢：“多谢惠顾，欢迎再次光临”

18、送客到门口。

19、记录顾客档案和入账。20、附1：动作

a.用手势示意试衣室方向；

b.询问顾客现时穿着的尺码，拿适当尺码产品，走在客人前面，引领方向。

c.到试衣室门外，便停下来轻轻推门查看试衣室里是否有人，如果有人，便马上向客人解释：“不好意思，里面正好有人在试衣，请您稍等一会，很快就可以轮到你啦。”或请顾客看看其它产品，如果没有人，便可邀请顾客进入试衣间试衣。d.进入试衣间帮顾客量围试身。

21、附2：试身方法

a.导购人员双手将文胸举起，将肩带调到较适中的长度，导购与试穿者保持10――15cm距离，轻柔地将肩带挂上试穿者的双肩，b.让试穿者将上半身倾斜45度左右，将钢托的底部由试穿者的胃部向上轻柔的将乳房放入罩杯内，扣上最外一排背扣。

c.导购身体移至试穿者背后，用征询的口吻来调节背扣的合适度。d.导购左手拉住钢圈位，右手五指轻柔的托起乳房放置碗位，左手拉平下比位，右手捏住上比位，使乳房扶正到正常的位置上，以保证罩杯的正常运动的托起。或右手从背部沿试穿者的腋下，将文胸侧比位向身体后背方向，同时左手从身体侧部沿乳房的下部以向内中心的方向均匀用力托起乳房，将乳房扶正到正常位置上，以保证罩杯的正常运动的托起。

e.导购将乳罩的肩带进行调整，由于消费者的两肩的倾斜程度不一致，肩带的最佳松紧度以容一手指为宜，注意将前肩带较用力提升拉向背部，这样可保持双肩受力均匀，不会产生肩部酸痛感。f.导购此时征询试穿者对这款文胸的造型及设计的感觉，以引导性的职业方式来评价此款文胸的长处，可让试穿者进行抬手、弯腰等动作来体验文胸的舒适度。

22、给顾客留下好印象的秘诀

g.与顾客打招呼时――注意你的笑容、语气及态度，切实注意礼貌用语的使用；早晨，你好，请，谢谢，对不起，麻烦你等等（说话时语气温和和自然，切忌自言自语）。

第五节：销售技巧

销售是商品经济的伴生物，它是随着商品生产的形成而出现，是一种社会经济现象，是商品经济的重要组成部分。

销售活动基本组成要素――销售人员、销售对象产品。销售的实质就是销售主体双方在销售过程中所形成的销售关系，也就是销售产品由销售员向销售对象运动的过程。从事销售工作的人员主要是依靠积极发挥一个人的主观能动性，通过辨别顾客的需要，观察顾客的心理，回答顾客的问题，运用各种销售技巧，使顾客接受销售的产品，以促成交易。

一、洞察顾客来访的目的：

1、有目的而来的顾客

2、处于选择段心理的顾客

由于他想买某货品，但具体要买什么样货品还没有拿定主意，故他们对商品比较关心，对货品观察得比较细，并反复揣摩，因此，导购员应根据他的需求，主动为他推荐有关产品，并作详细的介绍, 以增加顾客的购买决心，你也不要不耐烦，仍须以礼相待。这样，顾客才有可能再次光临。

3、抱着“浏览”心理的顾客

这类的顾客，给他们推荐一些款式新颖、独特、质量可靠的货品，从而刺激他们的购买欲望或让顾客随便的浏览每一件货品，而我们提供服务。但不要目不转睛地盯着顾客，这样会使他们感到心理压力而不自在。

二、说话技巧的七项原则

尽量避免命令式语气，多采用请求语句。命令语句是说话者单方面的意见，没有征求别人意见就勉强别人去做。请求式的语气是尊重对方，以协商的态度，请别人去做。

少用否定语句，多采用请求式语句。例如：顾客问“这样的货品没有红色的吗？”导购员答：“没有”。这就是否定句，顾客听后反应自然是既然没了，那我就不买了。但若导购员回答：“目前只有蓝色和黄色的了，这两样颜色都很好看，您先试试看。”这是一种肯定的回答，但给人一种温和的感觉。

要用请求式的肯定语句说拒绝的话。例如：顾客提出“降价”要求时，导购员说：“办不到”，那么便会立即挫伤顾客的心境而打消购买欲望;若导购员向顾客说：“对不起，我们的质量保证，价钱是很实实在在的，您试穿看看，很漂亮的”。这实际上是用肯定的语气请求顾客体谅，这就是技巧。

1、要一边说话，一边看顾客的反应。

导购员切忌演说式的独白，而应一边说一边看顾客的反应，提一些问题，了解顾客需求以确定自己的说话方式。

要用负正法讲话。先把商品的缺点说出，然后再加以肯定它的优点。

例如：“我们的货品价格虽然高了点，但款式、面料及质量都是一流的。”

言词生动、声音悦耳。

b、注意说话中的停顿和重点；

c、声音应温和悦耳，讲究抑扬顿挫，这样才不至于使人感到枯燥乏味；

2、重视讲解艺术，把握针对性；

对一般普通的顾客，讲解语言要通俗易懂、符合顾客的胃口，切忌专业和学术化；面对专业人员和技术人员，由于他们学有所长，懂行、善于分析，所以，讲解语言自然不能通俗化，应突出专业知识。

三、总结―――销售时应做的事情。

1、销售时应做的事情；

（1）应采取主动及热诚的态度去招呼顾客；

（2）应一心一意，全力协助顾客；

（3）应清楚了解店铺存原资料；

（5）易地而处，满足顾客的需求；

（6）无论顾客有否购物，者应一视同仁，热情有礼的进行接待和道别；

（7）应切实注意说话的技巧，以免伤及顾客自尊心。

（8）应注意个人的仪容，仪表及站立姿势；

2、不应做的事情；

（1）不应催促顾客或向他表示不耐烦；

（2）不应与顾客发生冲突；

（3）不应用货品做发泄工具，以向顾客表示不满；

（4）不应借故“扮盲”、“扮忙”而忽略顾客；

（5）不应以貌取人，不以服饰来鉴定顾客的购买力；

（6）不应粗言秽语，恶言相向。

四、购买心理七阶段/销售过程五阶段/导购员的职责

**家具导购工作总结家具导购工作总结篇五**

导购员在经历对顾客的判断和初步接触之后，就得针对对家具感兴趣或者有意向的顾客进行产品介绍了。这个介绍的过程也是相当关键的，产品介绍不单是对产品本身的推荐，也是激发顾客购买欲望、坚定顾客购买信心的一个重要过程。

卖场摆设的家具虽然能让顾客充分地了解产品的外观、质感以及功能，但导购员给顾客的感觉及展示技巧也会起到很关键的作用，介绍过程是顾客了解与体验家具产品的过程，也是导购员诉求产品利益的最好时机，通过导购员对家具有顺序、有逻辑、有重点、完整地介绍和说明，通过利益和购买促成，最终达到成交的目的。

介绍家具产品的要点

当获取了顾客的基本信息后，针对家具的特点不同还有顾客的需求各异，对家具介绍强调的重点和介绍的方法也不尽相同，但是要注意把握家具介绍的几个要点。

1。有明确的针对性

首先要针对顾客需要和关心的方面来介绍。有的顾客关注质量，有的顾客关注款式，有的顾客关注价格，通过顺畅的、肯定的围绕顾客关注点的介绍词，配合实物介绍，使整个销售过程变得顺利、流畅，一步一步达到预定目的。

2。介绍要有条理性

其次介绍要条理清楚，简单明确，整个介绍过程要有明确的步骤。

步骤1：根据观察判断找准顾客的关注点；

步骤2：用简单流畅的语言介绍家具的特性及优点；

步骤3：用互动的方式和顾客交流，针对顾客关注点进行重点解说；

步骤4：进行总结，并要求购买。

3。调动顾客积极性

整个过程如果导购员一口气地讲，顾客除了应几句之外，则只能呆呆地听您讲，参与的机会太少。作为导购员，须积极调动顾客参与，将介绍与征询看法结合起来，与顾客对话并鼓励顾客用亲身体验来感受你的讲解，积极地参与到讲解过程中，以增加顾客参与感。

4。介绍不失专业水准

5。选择适当时机

在向顾客表达自己想法特别是要求购买的时候，一定要选择适当的时机。比如当顾客对所说的内容相当感兴趣的时候，可以先谈论一些比较次要的话题，不急于把自己真正想要表达的、也是最重要的内容传递给对方。与此相反，在顾客对话题不怎么感兴趣的时候，谈话一开始就应先强调要点，然后在说一些次要的、可以随意处理的内容。

介绍家具产品的方法

针对不同的顾客，可以选择不同的介绍家具的方法，通过导购生动的解说和展示来打动顾客的心弦，笔者归纳了如下几种方法，以供导购借鉴和发挥。

1。体验法

这是一种最常用的方法，将介绍和顾客的体验融为一体，往往在不经意中达成交易。如果导购员只是凭嘴巴向顾客介绍的话，效果就非常有限的。所以，要增加业绩，最有效的方法是调动顾客的各种感官，善用实物效果会更加显著。一般的顾客最对被导购员牵着鼻子走都有一种排斥感，而当你以实物去展示时，是让顾客自己发觉产品的舒适性，从而有利地克服了顾客的心理障碍。

2。实例法

可利用一些动人的实例来增强你介绍家具产品的感染力和说服力，我们可举很多的销售实例让顾客感同身受，包括其它顾客对产品的评价，甚至是有些不满意的地方，通过第三方的感受来表示，具有强大的说明力。

3。利益法

这种方法的要点是掌握顾客的关心点，然后进行重点突击。针对同一种家具，每位顾客购买的理由可能会不一样，但结果都是选购了这款产品，有的是因为比较喜欢某种色彩而购买，有的是因为对款式非常喜欢而购买，有的是因为它的价位适合而购买，有的是因为家具的风格能代表他的个性而购买。因此，掌握顾客关心的重点，仔细地诉求，证明您能完全满足他，是展示说明时的关键重点。

4。情感法

有专家分析，顾客确定购买的过程，实际上是出于感情上的冲动，并不是完全出于理性的分析。令顾客冲动的是心情；令顾客冷静的是脑袋，心的位置比脑袋离钱包的距离更短。令人冲动的方法就是攻心为上，如何打动顾客的心让顾客产生拥有的渴望是成功导购最高明的方法。因为家用电器固有的使用功能已无法打动顾客的心，在正确引导他们进一步购买之时，情感利益的沟通就显得格外重要。

5。正反法

不论什么样的家具，总会有缺限，注意正反对照，突出利益点，往往可以使顾客在认识到家具产品缺点的同时，又能对产品的优点留下深刻的印象呢，这种优缺点同时并举的双面展示方法特别适用于文化程度较高的顾客。

当然，导购员很进行产品介绍的方法是很多的，最关键之处还是导购员自己要不断的总结，经过不断的积累，就可以通过沉着、自信而流畅地表达，引起对方的共鸣并且激发顾客的购买欲望，实现销售上的突破。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找