# 销售精英之终端店铺怎样提升成交率？（解决方案）

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2024-08-19

*销售精英之终端店铺怎样提升成交率？要想成为销售精英，一定要认真阅读，好好掌握。进店的顾客一般停留时间不长，大多只是走走就走，而不少导购也反映，无论怎么努力，停留的结果还是很不理想。首先，导购应与顾客保持一定距离，不要紧跟其后；第二，不做与工...*

销售精英之终端店铺怎样提升成交率？

要想成为销售精英，一定要认真阅读，好好掌握。

进店的顾客一般停留时间不长，大多只是走走就走，而不少导购也反映，无论怎么努力，停留的结果还是很不理想。

首先，导购应与顾客保持一定距离，不要紧跟其后；

第二，不做与工作无关的事情。聊天和看书是这期间最忌讳的，因为这些行为很难让客户相信你是一个标准的品牌。

建议：导购的行为必须与工作相关，最好是动态的，这样你就可以很容易地观察到顾客的状态，找到机会，比如换模板，清理一个角落。

第三，不要给顾客太大的压力

提示：引起行为的压力往往来自错误的语言；

什么是压力？

压力就是让顾客感觉不舒服！

不舒服的结果是什么？

就是心理紧张，警觉，想摆脱不适！

进店顾客不舒服的原因有二：

第一个是客户对为她付款造成的心理紧张最为敏感，或者付款过快；

二是不要侵犯他（她）的私人空间，不要纠缠，因为现在的客户越来越自觉，越来越注重私人空间的自由。

※

提示：不要犯错——导购给予的，不是顾客想要的！

分析：综合以上两个原因分析，现在的导购要么是出现失误，要么是行为不规范，这使得沉默的顾客本就警觉的心理更加封闭，以至于他们产生了这样一种想法，不想去关注导购，只想远离导购。我想快速找到自己喜欢的产品，如果没有，我就快速“转让”。

那么，如何接近，让客户没有压力？

一、不要紧跟其后

与客户保持至少3米的距离，不得阻挡客户前行通道。管住自己的脚，不要给顾客制造任何心理压力或实际障碍；

二、谈对话

尽量避免用质疑的语句接近客户，比如，“您好，您购买的是XX产品吗？”我能为您效劳吗？“如果你愿意，你可以体验一下。“你喜欢什么风格？这样提问压力这么大，顾客才会回避语言保护自己--我先看一看……现状：留不住顾客是目前每家门店普遍存在的问题，也是影响门店销售业绩提升的关键环节”。

分析：在顾客进店之前，公司会花费大量成本吸引顾客进店，从品牌宣传到店面建设，如地面、采光、音响、橱窗等；店内的这些环节比较重要，是吸引顾客进店的硬件设施。

在顾客进店后的3分钟内，如果导购不能与顾客建立起基本的关系，即顾客不愿意听导购的介绍，那么接下来的产品介绍就会事倍功半，甚至招来顾客的烦恼，客户行为描述：

A、我随便看看……

B、要么是转悠一圈走掉。

C、一言不发，面无表情。

那么：

1、为什么顾客不愿意听导购的介绍？

2、为什么不管导购怎样努力都无济于事？

3、为什么顾客只是逛了一圈？

4、为什么顾客总是应付我们只是随便看看？

※

答案是：顾客同导购之间存在一种金钱利益关系，这种关系导致了顾客对导购的不信任，这有一层冰带，它的存在是障碍，也是冷漠！

作为导购，要想让顾客留下来，愿意听我们的讲解，愿意和我们交流，我们必须做到：破冰带，即如何融化冰带

顾客行为心理常规分析

首先我们来分析一下顾客进店时的心理状态，这样我们就可以客观的了解顾客行为，顾客进店时难免会有一定程度的警惕，通常表现为不愿意回答导购的问题，更不愿意多说话，因为担心一旦开口就可能被导购纠缠。因此，为了保护自己，顾客的共同选择是尽量不说话或少说话。

顾客进店门前，我们要进入欢迎状态；

1、迎宾是我们给顾客的第一印象

迎宾——它的最大目标是让进店的顾客感觉舒服，不要让顾客一下子就和我们产生陌生感、疑惑感和距离感；

2、找准接近顾客的时机

按照卖场惯例：顾客一进店就立即接待，接待的第一句话通常有这4种：

A、“先生（女士），需要我帮忙吗？”

B、“先生，请问你需要什么样的产品？”

C、“先生，请问你需要什么价位的？”

D、“先生，你先随便看看，有需要随时喊我！”

面对这样的访问，我们该如何回答？答案往往是：我先看看！或者假装没听见。然后，导购和顾客之间就会有一条沟通的“冰带”，然后介绍起来就会很生硬，甚至尴尬。当然，推销的难度也会增加。

其实，顾客进店是有一定目的的。在他们还没有找到目标，或者找到自己稍微感兴趣的产品之前，导购就提前介入了顾客的思维范围--即使是喋喋不休的介绍产品，也往往会被顾客当下的心理所拒绝……

※

小结：导购接待顾客的时机不能过早，那样会招来拒绝；但也不能太晚，这样也会让人感觉怠慢，服务不周到。导购需要学会用余光去观察，观察合适的时机。

一般情况下，进店顾客分为两类。一类是活跃客户，他们一进店就急于找到目标，或者直接问导购有没有需要的产品。第二类是沉默的顾客，进店不说话，有的比较温和，整体节奏比较慢。

活跃客户相对好评。比如，一个顾客进门时东张西望，有点急。这时，你就可以开始下面的导购流程了。

至于第二类，是大家最头疼的。对于沉默的客户，必须给客户一定的选择空间，包括时间空间和物理空间。

如果此时您再说：先生，我能为您做些什么？那会给客户带来一定的压力，导致客户说“先看一看”。

分析：在迎宾之后，导购应该给顾客10-20秒的独立浏览时间，而这段时间就是导购的寻机阶段，一般情况下，在这短短的时间里，沉默型顾客会出现以下

5种情形；

A、用手触摸商品看标签；

B、一直注视同一商品或同类商品；

C、看完商品看导购，D、走着走着停下脚步，想往里走又有些徘徊；

E、浏览速度很快，无明显目标物。

◆

分析：这时导购应该快速上前，抓住这个关键时机，开始接近顾客……

◆

正确接近顾客的开场，可以采用以下5种方法：

方法1：先生，你很有眼光，这是我们的。。产品，这个款式风格很独特。。（采用赞美的方式接近顾客）

方法2：“先生，我们这款产品现在卖的非常好，我来帮你介绍一下。。（单刀直如，开门见山）

方法3：“先生，您好，这款是我们目前刚刚上货的最新款式，款式简练，与众不同，我帮你打开看看。。！”

方法4：“先生，您好！这款是今年最流行的款式，不但彰显品位，而且它的面料还特别。。这边请！我为您详细介绍”（突出新款的特别）

方法5：“先生，您眼光真好，这款是公司最新推出的，非常适合您这样的人，您不妨感受一下”。

4、沉默型顾客与购买障碍的破解

问题：以上几点只能回避“冰带”的产生，毕竟，不管我们怎么努力，总会有一部分顾客说“随便看看”或者一直沉默，我们又该怎么处理呢？

分析：顾客不开口，我们永远没有机会，因为你不知道他在想什么，你不知道他想要什么，当然，你更不知道你又该做什么？这时，就要进行第二次“破冰”；

卖场情景模拟：

我们平时都是这么应对的：

1、没关系，您先随便看看！

2、好的，你先看看有没有喜欢的，有需要时，请叫我！

3、“。。。”（无语等待）

分析：第1项虽然把选择权给了顾客，但没有引导顾客进入购买阶段，因此，有些消极等待；

第2种虽然在引导顾客注意力到喜欢的货品方向，但导购放弃了主动为顾客推荐介绍货品的权利，导致顾客自由度较大，随时可能离开。导购一旦这样应对，再上前接近顾客就会增加难度，第3种的无声应对，不但甘拜下风，还会显得有些尴尬，顾客也会感到不舒服。属于快速败下阵来的自然性销售行为，自己主动放弃；

正确的应对策略：

1、不要太在意顾客的“随便看看”

分析：因为它已经成了我们每个人购买时的一种“借口”，也就是说它是我们购买习惯中的一部份。

因此，不要在意这些顾客随口说说的话，（不因此而有心理挫折感）更不要纠缠问题本身。

2、要尽快想办法减轻顾客的心理压力

巧妙借顾客的话题转变成接近顾客的理由，然后向顾客提出一些他们比较关心而又易于回答的话题，从而实现朝着有利于积极销售过程的方向前进，起到以柔克刚借势发力的效果。

正确的方式

1、“是的，小姐！买东西肯定是要多看看的！不过，我们最近刚到了两款很不错的产品，很多顾客都很喜欢的，您可以先了解一下！来这边请。。”

2、“没关系，小姐！您现在买不买没关系，您可以先了解下我们的产品，来，我先帮您介绍下。。请问，您比较喜欢什么面料的产品？”

分析：

首先认同客户，缓解客户的心理压力，然后用激动的语气转换谈话内容，引导和强调某一产品的介绍，同时用专业的手语指路。

这时，大多数顾客会感受到好客，进入产品介绍的下一个流程。在引导客户走向某一产品的同时，你也可以顺势发掘需求，更有目的地推广产品。

导购虽然使用了这种方式，但被顾客拒绝了怎么办？

首先，面对这样的客户，不要灰心，不要抱怨，甚至觉得自己的自尊心受到了伤害。要知道，顾客做出这样的反应是很正常的。只要他们还没离开商店，你还有机会。

其次，我们可以采取以退为进的方法，但要让你和客户都有面子，既不表现你的粗鲁伤害客户，把客户赶走，也不显得无聊尴尬，这时你可以说：“没关系，小姐”你再选你喜欢的产品，我是本柜的小张，有什么需要，请马上给我打电话！

要点：记住，说话的时候一定要面带微笑，表现出你的诚意！你也可以倒一杯水或咖啡，拉近你和顾客之间的距离，慢慢实现你的目标。什么才算是扫除障碍？

当你感觉到客户愿意听你的产品介绍，基本就实现了，留住客户后，要迅速把客户引到产品体验上来。只有客户通过参与产品体验而来，停留时间才会相应延长，我们才会有更多的机会。导购员应在互动的过程中激发顾客的购买欲望，引导顾客向成交的方向前进。

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