# 12LB照明导购培训

来源：网络 作者：暖阳如梦 更新时间：2024-09-11

*第一篇：12LB照明导购培训LB照明河北导购员培训会——暨第一届精英杯优秀导购员选拔赛LB照明河北各网点分布图一.开篇你就是LB品牌的最佳形象代言人——致LB照明终端卖场的所有导购员LB终端卖场形象规划，旨在更好地展示LB照明品牌形象，塑...*

**第一篇：12LB照明导购培训**

LB照明河北导购员培训会

——暨第一届精英杯优秀导购员选拔赛

LB照明河北各网点分布图

一.开篇

你就是LB品牌的最佳形象代言人

——致LB照明终端卖场的所有导购员

LB终端卖场形象规划，旨在更好地展示LB照明品牌形象，塑造品牌文化内涵。导购员将直接面对来到终端卖场的黄金目标顾客，凭借LB良好的品牌形象、极富冲击力的终端广告宣传以及灵活生动的导购指引，将直接为终端卖场带来不菲的销售业绩。在整个产品成交过程中，我们的导购员代表着整个LB的品牌形象。

所以，我们导购员在终端导购行为中责任重大。由此，为了让LB经销商和LB终端导购员系统地了解LB的企业资讯（包括企业的文化、产品的定位、销售状况、客户的满意程度等等），为了切实可行地帮助经销商创建一支合作高效的营销团队，为了积极引导LB终端导购员创造理想的销售业绩，我们特举行了今天这次山东导购员培训会------暨第一届精英杯优秀导购员选拔赛,当你通过今天的学习，作为一名合格的LB营销员，你已经成功地走出了第一步，你将成为LB照明的最佳形象代言人！

让我们用最热烈的掌声感谢和我一起并肩作战的最亲密的战友们！

导购工作的终端广告化:

1.具有电视广告的“生动直观”。

2.具有报纸广告的“深度说服”。

3.具有广播广告的“亲和力”和网络广告的“互动性”。

4.“最后一分钟说服”的终端广告，对最终促成现实购买具有决定性作用。

5.融广告宣传于现场销售之中，具有“广告”和“销售”的双重作用。

二.企业篇

了消费者的追捧，LB 照明也因

此一年一个台阶，一直向前发展。

......组织架构图

企业荣誉

企业发展理念

我们不求急功近利，但求持续发展、稳定增长。

我们不求赚钱最多，但求发展最健康、前景最明朗。

我们不求跳跃式进步，但求脚踏实地、一步一个台阶。

我们不求产品多元化，但求单品冠军化与国际化。

我们不求独揽金钱，但求厂商联盟，财富共赢。

我们不求最大最强的经销商，但求志同道合的同盟者，携手并进。

我们不求股份最大化，但求股东最多化，荣辱与共。

我们不求投机取巧、上市圈钱，但求企业未来最终属于社会。

我们不做世界500强，但求活到500年。

企业价值观

与客户共赢

与员工共进

与社会同行

企业愿景

企业愿景：创世界一流品牌 做世界单品冠军

创世界一流品牌，做世界单品冠军 是L品牌提升的最高目标，是DTL企业升华的最高境界，是L人追求的终极期望。我们要达到这个目标，是要按步骤，分阶段的进行的。

第一阶段：从2024年——2024年，国内市场开拓阶段。L的全国网络已全部建好，大部分市场做得很透彻，年销售值过亿元。已成为灯饰行业的优秀品牌，行业单品冠军，广东省名牌企业。

第二阶段：从2024年——2024年，产品国际化阶段。国内市场网络的建设和维护已非常成熟，产品已走向国际化，年销售值5亿元以上。管理已独具风格，成为行业标杆，产品已成为品牌的代名词，中国名牌企业。

第三阶段：从2024年——2024年，品牌国际化阶段。产品已完全上升到国际化标准。年销售值超过12亿元。个别国家市场较好，产品已成为国际品牌的代名词，逐步成为中国的世界品牌。

以上每阶段只能提前完成而不能延后。

L人的八大修炼

L的四种精神

一．拼搏精神：生命不息奋斗不止

二．创新精神：持续开创永做领头

三．协作精神：借力使力合力最大

四．坚忍不拔的精神：积极进取乐观向上

行动风格：认真快速负责

企业文化

快乐文化

细节文化

简单文化

节约文化

奉献感恩文化

学习文化

拉奇

企业新进销售员工的十条军规



1、你进入的是一家讲求实效的企业，请用你的业绩说话。



2、如果你要离开，请带上你的荣誉和奖金，我们是你最好的证明人。



3、在你发出抱怨前，先想想同样条件下优秀者是如何做到的。



4、企业永远喜欢这样的销售人员：面对困境就有原因分析，更有解决方案。



5、昨天的经验会成为今天的障碍，你需要不停学习和进步。



6、销售人员生存的价值只有一条：为客户创造利益。



7、被拒绝是家常便饭，惟有你是优质弹簧，修复能力才会最强。



8、全世界成功销售人员的共同点只有四条：喜欢，自信，悟性，德行。



9、我们无视你的文凭、背景和经验，惟有贡献证明你的价值。



10、灯饰行业竞争之道:全心全意为消费者服务!

三、产品篇

介绍产品的着眼点

一、基本着眼点

功能/可靠性/技术难度/使用方法/售后服务/价格。

二、辅助着眼点

外观/设计/促销小礼品。

三、其它着眼点

广告/销售成果/企业实力/获得的荣誉/用户评价。

介绍产品常用方法

１.要让顾客知道看产品要看哪几部分和怎么看

例如：介绍吸顶灯你要让顾客知道面罩怎么看(透光性、均匀、材质、设计、工艺等)，灯管怎么看(亮度、节能、显色性、寿命、材质、工艺等），镇流器怎么看（噪声、温升低、启动快、低幅射、寿命长及如何保护眼睛等等）。底盘怎么看（材质、工艺、耐用程度等），整个灯又是怎么看（各配件同一品牌、防伪、造型、安装使用、接线端子等细微之处），同时以自己产品优势提醒顾客特别要注意的地方。

２.尽量让顾客感受产品

例如:DTL吸顶灯面罩的柔软细腻，你就要让顾客用手亲自感觉触摸，经过这样给顾客切身感受，会给顾客对你的产品产生经得住考验，值得信赖的感觉

３.按顾客的视线介绍产品

也就是说你在介绍产品前要看顾客的视线，他是在留意产品的面罩呢还是在留意产品的花色、款式或是灯光效果？然后你才根据顾客的视线来介绍产品，这样可以节省时间并准确切入顾客购买的关键点。

４.强调产品带给顾客的利益和价值

假如:你在推荐DTL产品给顾客时，你就要通过强调产品带给顾客的利益和价值来让顾客觉得物超所值，激发顾客的购买欲望。

如: A、本产品的性能究竟能给顾客带来哪些方便和好处?

B、良好的品质给顾客省了哪些麻烦?

C、良好的售后服务给顾客带来哪些利益保障?

介绍产品的要求



1、熟练产品知识，拥有丰富的产品知识是达成交易的首要条件。



2、避免用专业的名词术语，力求在顾客的立场上进行简明易懂的产品介绍。



3、介绍产品要有所侧重，针对顾客的疑问进行解释。



4、介绍产品时要有自信，不能含糊其辞。



5、仔细聆听顾客的提问，抓住重点加以引导，巧妙介绍公司产品的优势和卖点。



6、根据顾客的不同类型，选择不同的介绍方式。



7、描绘产品使用后的效果，引起顾客的联想。



8、充分利用公司获得的各种荣誉证书，增强顾客对产品的信心。



9、抓住顾客需求的关键点，强化产品优势。



10、常让顾客切身感受。



11、语音、语速和肢体语言与顾客相协调。



12、强调产品价值，尽可能把价格放在最后谈。

顾客的消费心理：

求廉的心理

耐用的心理

安全的心理

方便的心理

求新的心理

求美的心理

自尊和表现自我的心理

追求“名牌”和仿效的心理

猎奇的心理

获取的心理

产品成品

专卖店形象

产品配件及工艺

H管由液体三基色改为固体三基色.固体三基管的优点在于：色温恒定，长时间使用不易有黑头、闪烁等不良。

3500K灯管

2D灯管的优点：使用优质三基粉，减少光衰快及灯管黑头等问题，同时采用批量采购方式，一次下单每种型号2万以上，保证同批色温的一致。

无论是H管或2D管每一根灯管都进行高低压老化测试（低压150V、高压250V）

高压250V

目前用的镇流器外壳形体与旧版比较体积大1/3，利于散热。

镇流器内部电子全部采用优质电子材料，光板全部为耐调温的阻燃板料，实际功率与灯管相匹配21W的实际功率达到19W，2D24W实际功率达到23W，2D38W的实际功率达到35W。分段器：

“柯棋”改为现在的行业品质度良好的供应商“灯丰”，确认标志为“DF”）；

柯棋

我们增加了测试工序，每批进行5个以上分段性能测试，确认其有效性。生产时100%进行了测试。

每一个电子镇流器回厂都要进行高低压老化（低压150V，高压250V）

灯管与镇压流器一起测试

老产品用的塑料摇臂现已更改为铁摇臂，并且经过高温钢化。

塑料摇臂

组合灯刀片之间缝隙过大的改善主要为增加固定镙丝，同时在组装时进行平面测试，对缝隙不能吻合的挑出不与使用。

五金刀片防锈的策施：刀片加厚了电镀层，装配时在五金刀片碰焊连接处滴上防锈油。DTL照明灯罩采用的是韩国冬瓜白面料，透光性更好，防静电

材料的厚薄直接影L照明产品的质量，保障了厚度可有效降低灯罩的破损。

严格的灯罩光测检验：生产组装时进行了挑选，保障配套相一致颜色灯罩。

铝材由原来的“普通铝”更改为“6463#”抛光铝，明显增加了材质厚度及硬度，有效避免了铝架表面的划痕和变形。

焊接工艺的精湛，使L产品外形轮廓优美异常，深得消费者的喜爱和好评。

小配件、螺丝钉、螺冒需齐全,保证灯具能安全安装。

包装采用手提式彩箱，美观又方便；绿色环保材质，可重复回收再利用。

装配工艺从原材料到成品装箱，每一道工序都有专人专职检查，保证每一个出厂产品的合格。后期质量保证体系

第二、导购培训PPE:9前资料下载学习文件类、视频学习类（销售视频）浦静文件导购员手册.ppt

第三、4P与4C的互补

**第二篇：导购如何培训**

服装导购培训，应该培训什么？ 字号:小 中 大 2024-05-25

服装销售行业的培训可谓是五花八门，而每一个门店的导购员也是去了又来，员工流动频率平均在3到5个月。又因为每一个品牌的管理者的个性与能力差异，很多终端导购的培训经常是不培训很贵、培训更贵、没有绩效考核的培训更是贵上加贵的现象！

服装产品销售不同于其他产品销售，不是学会了和顾客周旋、记住了价格、记住了性能面料那么简单的就能把衣服卖掉。假如你还在使用这样的方法还能销售业绩做得好，那说明你是幸运的（这种现象通常是超市或大卖场的做法）。因为你的顾客对服装的需要还停留在原始的着装功能需求上！

还有一些老板希望既然培训, 那么马上就要见到效果，否则说明你的培训不专业。培训可以马上见到效果往往会有两种现象：1 培训多是激励和简单的话术培训，受训者当时的激情较高，用当前学的几句可以套用的语言，提升了销售信心，可以马上见到效果。2 培训时采用实地带教的方式，有培训老师带领公司原来被提拔起来的销售骨干，学习教练技术，由于销售骨干本来都是销售高手，加上马上现学现练的授课方式，往往可以带动店铺几天的业绩。而培训师走后，由于服装公司内部缺乏对所培养的中层的执行管理，培训过后店铺销售就会恢复原样。

那么到底导购培训应该培训什么内容呢？又采取什么形式呢？长期的终端培训和个人特殊的职业经历总结了一些有效的方法如下：

培训内容部分：

一 导购员销售职业乐趣

大部分老板忽略了员工职业乐趣的培训，认为服装销售是一个简单的职业。会不会销售全凭个人爱好和兴趣。又因为了降低人员成本，通常舍不得花学费给导购员送出去培训。而较低的工资，通常可以招聘到适合做导购的人选很难。面对为了赚钱吃饭找来的导购人员，培训第一步首先应该是职业乐趣的培养！

职业乐趣主要是引导导购如何在销售过程中发现销售乐趣点，以及导购未来的职业成长梦想启发。销售乐趣点有自然产生的销售成交的成就感，还有通过销售沟通帮助每一个顾客达成自己的愿望，以及通过服装搭配改善顾客形象的造型作品的成就感受等。这些乐趣的培养需要一些专业知识的启发，让导购发现原来没有发现的职业乐趣，改变原来机械的上班下班的工作印象，让导购学会享受销售工作过程。这样的引导有助于导购员自己在工作中主动寻找成交方法，也让导购感觉到这份工作的充实；而导购职业的未来规划和梦想启发，可以为导购提供职业发展方向引导推荐，让导购员在日后的工作中感觉到为自己职业生存与发展的重要性。只有让导购感觉到是为了自己工作才能从心里愿意最大程度的配合老板完成一些共同的工作目标。

二 消费文化

因为大部分的服装导购员的成长经历中对服装消费形态的理解比较基础，认为服装需求就是商品购买需求，对服装商品背后的心理寻求、着装需求的动因了解很少。这也就不难理解为什么很多顾客都不相信导购员的推荐和语言了。

消费文化包括，目标顾客年龄与服装消费需求、目标顾客职业与服装需求、目标顾客气质风格与消费需求、目标顾客生活方式与消费需求等种种目标消费群购买形态分析。让导购员从根本上看懂理解顾客的差异消费动机，更得体的把控销售过程中的沟通重点。而这样的销售会逐渐建立起顾客对导购人员的信任。导购也因此更加体会到职业带给的满足。

三商品基本知识

商品基本知识可以通过日积月累、死记硬背、严格考试来完成。很多导购员对商品的基础知识了解很少，顾客问起来还需要再去寻找资料，时间的耽搁会错失销售机会。

商品基本知识包括，各种面料洗护和特点、服装板型特点、价格、尺码选择等。

四 客户关系处理

在销售过程中快速的反映应对顾客的种种疑问，并能创造融洽的气氛来促进顾客购买，这样的顾客关系心理类的培训在当前算是最被重视的。因为这一部分是每一个人感触最明显的，在卖场工作第一天就可以让导购感受到。所以这部分内容的培训和书籍也是最多的。

在服装销售过程中，客户关系应对是不能单独存在的！也就是我们会看到一个导购在跟顾客销售沟通时，很圆融，可以用伶牙俐齿来形容，但是最终顾客还是没有购买。很多导购跟我说，“现在的顾客不知道怎么了，试了好几套也不买，任凭我怎么说也不买，真搞不懂现在的顾客在想什么”。这是典型的所谓从业5年以上的资深导购嘴里说出来的。销售过程中的客户关系处理是在了解顾客的需求上建立的，一个不关注顾客需求的关系处理是无效的。因此顾客关系处理的种种变化应该建立在真实的顾客需求上才会有效。

五 服装搭配技术

服装搭配技术如今也已经被很多服装经营者重视，只是苦于搭配能力一般，又不能总结出实用、简单 又专业的搭配理论来，因此目前的很多搭配销售

通常是仁者见仁、智者见智的。大部分导购都是凭着自己对搭配的理解来为顾客搭配衣服。一个适合顾客的搭配可以促进顾客连带购买，而不适合的搭配顾客会一件都不买。如今的顾客个性化审美现象越来越突出，尤其高端的服装品牌更是明显。

服装搭配培训内容包括：衣服配衣服搭配（陈列搭配）、衣服与人的搭配两大类。其中根据每个人搭配衣服是最变化莫测的，需要灵活、快速反映、和过硬的专业知识。在关注服装与顾客的搭配时有以下几个重点。1 你的服装品牌可以满足哪些职业、哪些年龄、哪些风格气质、哪些消费价格组合的客群，如果他们来购买，你是否可以马上拿得出相对应的服装商品。2 你的服装品牌的各个品类和款式都适合哪些体型、哪些体型需求心理的顾客类型，如果碰到相对应的顾客你是否可以马上推荐给顾客。3 你对顾客的穿衣认识是否可以通过观察了解到顾客这次购买的是适合的款式还是不适合款式，如果是顾客不适合的款式，你怎样通过搭配让顾客适合，来促进顾客购买。4对服装面料材质、色彩、结构、线条轮廓、款式等风格的各种搭配变化，你应该掌握哪些常用的规律，以便于搭配出更符合消费者审美的整体搭配。等等！搭配衣服的技能有时候来自于一些生活智慧、有时候来自于一些高与顾客之上的审美能力、有时候是来自于引导顾客接受流行的顾问心态。服装搭配销售是我在每一次培训中客户感觉最惊奇的一部分。因为销售中的搭配需要快速反应和极强的搭配功底。这不是一个资深导购或者一个学者能做到的，需要的是二者合一！

六 附加销售

很多做过一段时间的导购员都知道附加销售的重要性，确实找不到为顾客增加推荐的理由，因此显得底气不足，更是因为没有方法而不能促进顾客连带购买。看过连带销售做的比较好的导购员很多都是靠着一种积极心态、和努力完成指标的压力来为顾客附加推荐，结果就是经常出现会把顾客吓跑的现象。

附加推销是结合销售过程的关系处理和对服装穿着需求的洞察力来完成的。一个自己都不会穿衣、或者说自己都不了解的职业环境应该穿什么衣服的导购员，怎么会引导顾客连带购买呢？我在终端导购培训中经常会听到“我们的品牌是休闲风格的、我们的品牌是时尚风格的。”休闲、时尚在穿衣中是一种场合的区分，是不代表服装风格的名词。连自己的服装品牌的风格都说不清楚的导购员何以说服顾客。现在的信息化时代顾客要比导购员更多的了解服装穿衣知识。

七成交技巧

成交技巧是帮助顾客快速决策的一些方法，这些方法的运用也不是单独成立的，很多都是结合了以上的在销售流程中的互动，采用不同的方式促进顾客成交。

成交技巧要运用一些方法、谈话策略以外，就是需要一个为顾客需求着想的心态。这一部分的内容基本上很多行业的销售理论培训可以通用的。服装商品不同的是要增加关注顾客着装文化的应用部分。

作为可以提升业绩的导购员销售培训以上的专业知识分类都是缺一不可的。而这样的内容培训不是一天两天可以培训完，更不是一个导购员培训好了可以随便辞职的。当然最重要的是只有这样的培训内容会有持久的效果，是持久的业绩提升，会一天比一天销售好，因为导购员在成长。

培训形式：

培训形式可以多种方式配合，可以让导购直接的是理论结合实操来培训，可以更直接的让导购理解。最好可以安排练习辅导的时间。不过这种培训对讲师的要求很高，我见过很多没有做过服装销售的培训师给导购员讲课。或者是一些卖过运动品牌的人给时装品牌讲课。这样的老师只能讲一些不且实际的内容或者一些基础理论流程，如果实战演练就会暴露缺陷。

对于导购员的素养培养，由于掌握和应用的过程需要，导购员培训可以分级进行，结合绩效考核需要掌握不同的技能、销售应用时间、业绩完成率等，分次把培训内容传授给导购员。这样做一方面可以让导购员便于掌握，一方面这样更有利于结合实践应用，当然关键还有在导购需要的时候及时给到合适的销售方法能够更好促进导购员的职业热情，延续更好的销售业绩！我在为客户培训中很多管理者说，这是一种最有后劲的销售培训。事实也证明，每一次的培训对销售拉动的影响时间都是比较长的。

**第三篇：探客LED手电筒照明导购工具**

照明导购工具

徒步一般不需太高的亮度，考虑到时间较长，适合选择轻便、续航时间较长的手电筒，同时需要兼顾适中的聚光与泛光。

露营不要求高亮度，但要求泛光好、续航时间长，最好可以连续照明整晚以上，另外最好可配柔光罩。

夜骑该类手电对亮度及续航要求较高，兼备泛光和聚光尤佳，要利于操作和利于夹持，对重量并不敏感，可适当选择较大的手电。

打猎亮度一定要高，续航时间相对可以短一些，并具备很好的防冲击特性，以免被部分有后坐力的枪械冲击损坏。

搜索该类手电对亮度和射程要求高，考虑到需要涉入比较复杂的环境，进一步要求具备很好的防水及抗摔性能，同时随时可能遇见的危机要求手电必须坚固耐用必要时候还可以防卫。

潜水潜水手电强调绝对的防水性和可靠性，亮度要求也很高，续航时间足够就好（跟潜水的类型有关）。

照玉照玉手电强调光的穿透力、光斑的均匀度，故对LED色温和光杯有较高的要求，另外考虑到用户的手持舒适度即操作便利性尽可能选择尾按开关和小体积设计，对续航时间无特殊要求。

EDCEDC即Every Day Carry的简称，意为随身携带手电，一般为小而轻的微型手电，便于随身携带随时可用。在一些紧急情况发生时，往往正是这类随时带在身边的手电可救你一命。

**第四篇：导购培训心得体会**

导语：要想成为名副其实的优秀导购员，除了良好的心态以外，还要注重学习。以下是小编为大家整理的导购培训心得体会，欢迎大家阅读与借鉴！

导购培训心得体会

服装导购员的能力提升直接关系着服装企业的发展，不仅是推销员,她还是要对消费者的行为进行观察,分析,对对手的信息反馈,对客户的优质服务等的工作，下面是我作为导购员的培训心得如下：

1、了解顾客的需求，熟记产品知识。我个人觉得了解顾客的需求是导购的关键，针对不同的客户，为他们提供适合的xx产品是我一直坚持的。我觉得做导购是有技巧的，首先你要观察消费者的需求是什么，然后找机会向顾客推荐自己的产品，突出自己产品的特点，在此过程中要细心，耐心，不要急于求成，从心理上赢得顾客的信任，让顾客接受并信赖我们的产品。因为作为导购员就是要引导消费者进行消费，我们必须对我们的产品的外观、功能、技术参数烂熟于心，让顾客在比较不同款式，不同功能的产品中选择我们的产品。作为一名导购，除了要有较强的专业知识外，还要把顾客当朋友，跟他们谈心，在融洽的氛围中完成每一笔销售。

2、具备良好的学习能力。我们要具备良好的学习能力，只有不断坚持学习熟悉产品知识、不断创新，并能够掌握现代营销技能，才能树立品牌形象，提升品牌服务价值，我们要珍惜每一次公司提供的培训机会。家电行业里竞争激烈，我所在的衢州普农家电卖场里，厨电品牌多达十多种，两年多的一线导购工作让我受益匪浅。我比较喜欢学习和反思，我觉得一定要多学习，多了解xx品牌理念和企业文化，对产品知识掌握的越多就能让顾客更信任你，也能使自己的工作干得更好。对于学习，我们不仅要学习自己品牌的产品知识、特性，同时，还需要了解行业内的所有产品，进行详细的市场分析，对核心的竞争对手做出策略性的应对方式，这样在导购过程中就能够知己知彼，开展工作。

3、对产品和自己要有高度的自信心。对产品及自己强大的自信心，将我与顾客之间的关系建立得更加美好。用自信及热情去感染顾客，热情、执着是我能在导购这个岗位取得一些成绩的内因。更重要的是我能依托xx这个平台来发挥自己的专长，让自己的工作成为自己的事业，是我最骄傲的地方。同时要用充满激情的心态对待每一位顾客。

4、良好的心态是做好导购的基础。作为导购员，保持好心态，永远用最真诚的态度去面对工作和顾客，抓住每一次机会，全力付出，努力过了，就不会后悔，同时快乐地营销!心态决定成败，时刻保持一种积极向上的心态，设定阶段性目标，并为达成目标努力。

我坚信只有多点付出，才能多点收获。只有从事自己喜欢的工作才会有热情，而做导购

就是我所喜欢的一份事业，我从导购工作中获得了乐趣。当我每卖出一件xx的产品时，都会有一份成就感。我会一直从事这份我热爱的工作，通过自己的努力，使xx年的销售业绩得到更好的提升，并做到“以此为乐，以此为业，以此为生”!愿与xx同成长!

**第五篇：金牌导购培训**

金牌导购培训

金牌导购培训：

各位导购朋友们，你们因为自己是一位导购而感到骄傲过吗？当初你们为什么会选择导购工作呢？

有人会说：“当时选择导购是为了生存，为了找份工作。”有人会说“暂时没有太好的工作，先从导购开始做做看，有好的工作再说，但是一做就是几年过去了，突然发现自己只会做导购，其它什么都不会了。”

其实我们每个人都是一只“跳蚤”，有跳跃高空的潜力和张力，而之所以一些人慢慢变成“爬蚤”，是因为一次次受挫学乖了，习惯了，麻木了，各位优秀的导购朋友们，人生有无限的可能，只怕你不感想，不去想，习惯了，麻木了，这是一个风云激荡的时代，这是一个机会频生、奇迹迭出的时代，这真正是一个人人都渴望成功而且极有可能成功的时代，我相信，每位导购朋友也同样渴望生活得更好些，收入更多一些，职位更高一些，得到的认同更多一些。。。导购必备的知识：

第一：广博的知识，现在的顾客越来越理智，越来越精明，我们要更好的销售产品，就必须学习更多、更专业的产品知识，久而久之，你就成了某个领域的专家，如果没有做到这一点，问题可能出自两方

面：一方面是公司培训不到位，另一方面是自我学习成长意识太差，作为一名优秀的导购，除了学习专业的商品知识外，还要学习一系列与商品相关的知识，这样才能让你表现得更自信，更有专业水准，成交率更高，你若想从导购迅速升为店长，从店长升为区域经理，那就得做得比别人多一点，学得比别人多一点，这样经验就会比别人多一点，晋升速度也就会比别人快一点，收入自然就会比别人多一点。第二：良好的心理素质，导购每天都与形形色色的人打交道，他们来自不同的行业，不同的阶层，他们有着不同的需求，不同的心态，如果我们想为每一位顾客服务好，无论买不买东西，都能让顾客满意而归，那就需要我们在面对失败、面对别人说“NO”的时候表现出一流的心理素质。我们要感谢导购这项职业，它让我们在长期的工作中学会了察言观色和眼观六路，耳听八方的本领，让我们的心理素质在工作中得到了良好的锻炼。

第三：扎实的销售基本功。人们做任何工作都与销售有关，就连总统竞选都要四处演讲，推销自己。优秀的导购不但拥有良好的心理素质，更是一位优秀的销售心理学家，他可以通过顾客每一个细小的工作，每一个细微的面部表情分析出顾客的心理变化及需求。经过正规训练的导购，他们在那里一站、一开口、一笑，就能表现出专业的销售功力。导购是销售最前沿的工作，他们非常了解市场的变化及顾客的需求，所以一流的导购是公司未来选拔和培训店长及销售经理的对象。

第四：一流的口才。任何管理者都要拥有一流的口才，通过语

言表达他的管理思想。在导购工作中，我们每天都要与不同的顾客沟通、交流，同样的产品可能会用不同的方法介绍、讲解，久而久之，每个导购都拥有一流的口才及沟通技巧。

第五：人脉建设财脉，在任何领域中，成功人士都需要拥有良好的人际关系。管理就是如何让别人把你想做的事做好。在销售过程中我们每天都在与人打交道，这是学习如何与人沟通、如何建立信赖、如何赢得他人认同的最好机会。请问，你把握好这个机会了吗？你想过要通过你优质的服务把一个陌生的顾客变成一个知心的朋友了吗？你能让各种各样的顾客都喜欢你吗？你如果做到了，那么恭喜你，你已经为未来的成功做好了充分的准备。但很多导购朋友没有意识到这些，工作只是为了工作，从没有想到我还能为未来做些什么准备，以下三点讲述的是你如何进一步经营自己，用心经营自己是你一生的宝藏。

首先：市场的需求就是你存在的价值。我们在培训中，经常发现许多老板因为没有好的导购人才而感到头痛，可见未来的市场对导购的需求是巨大的，但一定得是一流的导购。以前谈到导购要微笑服务，要这样，要那样时，总觉得是公司的要求、公司的命令，现在我想你们会明白，这一切都已经不在是命令和要求了。为了明天我们能够拥有更高的身价，我相信这一切你都会认为是在为你自己创造价值，我相信在明天的销售服务中你会笑得更灿烂，语言会变得更诚恳，目光变得更真挚。

其次：积累自己的无形资产。纵观世界500强企业的总裁，大都

具有从基层做起的工作经历，所以我们现在不但要认真地做，而且要用心地做，用心去规划我们的未来。

最后：自我成长与学习是身价保值的根本。现在是知识经济时代，社会变化太大，我们必须学习、学习、再学习。我们现在要将学习当作一种投资，投资自己。我们不但要学习新知识，更要注重学习能力的提升和学习速度——现在的竞争已经不是大鱼吃小鱼的年代，而是快鱼吃慢鱼的年代。

看到这里我相信大家对现在所从事的工作会更加充满信心，对未来的实际工作有所帮助。最后祝所有的导购朋友勇敢高飞不寂寞！

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