



終端設備店員服務法則

GETHA

一、等待時機：

耐心等待，保持良好的精神狀態，狀態不好不如不做。

二、初步接觸：

顧客進店後，邊和顧客寒暄，邊接近顧客，稱之為“初步接觸”。初步接觸成功是銷售工作成功的一半，但難度就在如何選擇恰當時機，不讓顧客覺得過於突兀感。

A、與顧客初步接觸的最佳時機

- 1.當顧客長時間凝視某一張床或商品時，或是若有所思時；
- 2.當顧客觸摸某一商品一小段時間之後；
- 3.當顧客抬頭起來的時候；
- 4.當顧客突然停下腳步時
- 5.當顧客的眼睛在搜尋時；
- 6.當顧客與店員的眼光相碰時。

B、把握好時機後，以三種方式實作與顧客的初步接觸：

- 1.與顧客隨便打一個招呼；
- 2.直接向顧客介紹他中意的商品；
- 3.詢問顧客的購買願望

C、揣摩顧客需求的五種方法

- A.讓顧客瞭解商品的使用情形；
- B.讓顧客觸摸商品；
- C.讓顧客瞭解商品的價值；
- D.拿幾件商品讓顧客比較；
- E.按照從普通商品到高級商品的順序介紹商品。

從高級到普通級，從便宜到貴。從 INNERGREEN 到 TOGETHA 然後 ASP Award 。

三、商品提示：

就是讓顧客瞭解商品。

商品提示要對應於顧客購買心理過程中的聯想階段與慾望階段，商品提示不斷要讓顧客把商品看清楚，還要讓他產生相關的聯想力。

四、善於辨析：

不同購買動機、不同目的的顧客，其需求是不同的。

要明確顧客喜歡什麼樣的商品，才能向顧客推薦最合適的商品，幫助顧客作出明知的選擇。（不要盲目推荐）

五、友善說明：

顧客產生慾望後，並不能決定購買，還需要比較、權衡，直到他們對商品產生充分信賴後才會購買。在此過程中，店員必須作好商品的說明工作。

六、耐心勸說：

顧客聽完店員的相關講解後，就會開始作出決策，此時店員要勸說顧客購買商品，正確、有效的勸說的五個特點。

- 1.實事求是的勸說；
- 2.投其所好的勸說；
- 3.輔以動作的勸說；
- 4.用商品說話的勸說；
- 5.幫助顧客比較、選擇的勸說。

七、銷售賣點：

一個顧客對商品會有許多需求，但其中必須有一個需求是主要的，能否滿足這個主要的要求是促使顧客購買的最重要的因素。最能夠導致顧客購買的那些商品特性就稱之為銷售賣點。

作銷售敘述時應注意五要點：

1.利用“5W1H”原則：

What, Who, Where, When, Why, How

購買商品由何人使用，在何處使用，在什麼時候使用，想要怎樣使用，為什麼使用，如何使用，由此瞭解顧客的興趣點所在；

2.說明要點時要言辭簡短；

3.能形象、具體的表現商品的特性；

4.跟上時代變化，使用消費觀念的趨向進行敘述；

5.投顧客所好進行說明。

八、促單成交：

當顧客對商品和店員產生信任後，就會決定促成購買行為。

但有的顧客還是有一些顧慮，又不好向店員說明，這就需要店員作出進一步的說明和服務工作。

當出現下列情況時，成交的時機就出現了：

1.顧客突然不再發問時；

2.顧客話題集中在某個商品上時；

3.顧客不講話而若有所思時；

4.顧客不斷點頭時；

5.顧客開始注意價錢時；

6.顧客開始詢問購買數量時；

7.顧客不斷反複問同一問題時。

九、時機出現，促單的四種方法：

A.不要給顧客看新的商品

B.縮小顧客選擇的範圍

C.幫助顧客確定所喜歡的商品

D.對顧客所喜歡的商品作簡要的要點敘述，促使下定決心，但千萬不能用粗暴、生硬的語言去催促顧客。

十、收款包裝：

收款時，唱收唱付，清楚準確。

包裝前要檢查商品有沒有破損臟汙，包裝要快捷穩妥，包裝程序中可以向顧客提一些友好的建議，增強與顧客的感情聯絡。

十一、親情送客：

雙手將商品送給顧客，

並真心向顧客道謝，歡迎他下次再來。

另外要注意留心顧客落下了什麼物品，如有，要及時提醒。