

《呈现产品力》

图书基本信息

书名：《呈现产品力》

13位ISBN编号：9787562524625

10位ISBN编号：7562524629

出版时间：2010-9

出版社：中国地质大学

作者：徐中

页数：192

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《呈现产品力》

前言

销售人员是决定销售门店成败的关键因素之一，门店80%的销售业绩是由少数优秀导购所创造的，而这些优秀的导购与众不同的地方在哪里？如果我们能找到他们的过人之处，也就意味着我们可以通过素质训练复制成功经验。经过长期观察，我们发现优秀导购有其共同之处，他们都可以迅速掌握产品的价值所在，并能将产品的真实价值呈现给顾客。当你去旅游时，会希望有一名导游陪伴，在你目光所及景物的时刻，能为你解说旅游景点的历史文化、传说、风俗等等方面的问题。当去展览馆观赏艺术作品时，你会希望了解艺术作品的内涵，如果有人能形象地介绍艺术作品，那将帮助你读懂它的美。比如看《蒙娜丽莎》微笑时，观赏者产生的真实想法是她的微笑为什么如此美丽、画家的目的是什么等很多的问题，要解开心中的谜团，需要一名资深的讲解员。同样的道理，每一件珠宝首饰都是设计师对美丽不懈追求的结果。那么顾客在购买珠宝首饰时所期望的导购是什么样的呢？当然也是想有对珠宝首饰所具有的特质能理解深入的资深的导购，向自己清楚说明和展示产品。作为优秀的珠宝首饰导购，应能担当这一重任。市场不会等我们的导购专业性成长起来后再去发展，市场在天天变化与进步。在信息化的今天，顾客可以通过多种渠道获得更多的信息，他们越来越专业，过去可能听说4C都会很茫然，而今天，他们已经开始用4C标准综合衡量手中的钻石首饰。要想成为优秀的珠宝首饰导购，面对的不仅是其他品牌的竞争，还有顾客对导购专业素质的考验。那么，作为销售者，如何才能有卓越的表现呢？从本书中可以找到答案。没有人愿意和一个不懂尊重他人的人交朋友，商品的价值也需要尊重，顾客对所购买的珠宝首饰倾注了自己的热爱，假如顾客购买的珠宝首饰价值，导购没有给予专业解读，那么顾客可能会觉得自己的品位没有得到尊重。任何一门技术或者学问的学习中，工具书都是帮助我们掌握知识的关键武器。如果销售也有一种工具书，帮助我们练习如何准确、有效地把商品的价值呈现清楚，那么，导购就可以通过掌握专业的技术来提升自己。经过训练的销售者和未经过训练的销售者的最大区别，是顾客是否愿意接受其担当自己的购物顾问。

《呈现产品力》

内容概要

《呈现产品力》用通俗的销售语言汇集常见珠宝首饰销售呈现技巧，多个销售案例分析经过数百家门店成功应用的检验，训练导购销售技能快速提升的实战教材。

《呈现产品力》

书籍目录

第一章 充满乐趣与激情的珠宝首饰销售/1 第一节 祝贺你成为一名珠宝首饰销售者/1 第二节 奥妙无穷的珠宝首饰世界/4 第三节 我们将分析哪些珠宝首饰种类的销售特点？/6第二章 完美呈现珠宝首饰产品力的方法/7 第一节 人们为什么购买珠宝首饰/8 第二节 我贵，但我值！/14 第三节 呈现珠宝首饰产品力的实战方法/17第三章 尊贵的N个理由——钻石镶嵌类款式的呈现/35 第一节 钻石首饰材质方面的呈现特点与示例/39 第二节 不同品类钻石首饰的呈现/57 第三节 表达钻石首饰的核心产品力——款式呈现的奥秘/80 第四节 商品呈现无处不在——体会呈现商品在销售过程中的应用/84第四章 美丽的最好诠释：素金、K金类首饰的呈现/98 第一节 素金、K金类首饰特点/98 第二节 素金、K金类首饰的特性/101 第三节 素金、K金类各种首饰的价值呈现方法/108 第四节 从美感的角度理解K金首饰的销售特点/133 第五节 细分K金首饰款式及细分市场，寻找非同寻常的优势/143第五章 万千喜好于一身，翡翠类首饰呈现/151 第一节 翡翠类首饰的购买特点/151 第二节 不同档次翡翠首饰成品的销售特点/153 第三节 千姿万媚，翡翠款式的呈现/158第六章 训练、演练、修炼，珠宝首饰呈现的训练/182 第一节 任何困难的事都怕找问题的人，没有问题的人做不好销售！/183 第二节 谁来训练导购的专业化商品呈现能力/184 第三节 简单就是力量，简单的事情重复做——训练自己专业呈现能力的方法/185 第四节 赠人玫瑰，手留余香——分享知识的终端店面学习模式/187附录/189 著者简介/189 核心竞争力——珠宝终端持续赢利系统大纲/189 店长培训课程大纲：“智慧赢家”店长培训简介/191 珠宝销售培训课程大纲：销售精英成长培训简介/192

《呈现产品力》

章节摘录

插图：一天早上，商场门刚开，导购们还正站在柜台外例行迎接顾客礼。一位中年妇女就拎着一个小白包来到阿红的柜台前，问这里有没有维修项链的地方。阿红指着边上的维修点，告诉顾客维修的人还没来，可以在她那坐一会儿。当顾客坐下等维修师傅时，顾客主动和阿红聊了起来，说不只是想修项链，还想配一个钻石耳钉后面的铂金耳壁，问阿红这里有没有。阿红想顾客可能急着用首饰，不然不会一大早就来修首饰。急顾客所急就是最好的服务，这是培训时老师告诉阿红的。阿红知道耳壁这个配件自己柜台里没有多余的，就帮顾客去其他柜台问了一圈，结果还是没有。顾客好像很失望。项链修好后，顾客又来到柜台和导购打招呼，问导购能不能帮忙想想办法配耳壁？导购表示可以帮顾客到公司货品部去问问，工厂应该有备份。顾客听后特别高兴，像是心里的石头终于落地了。阿红导购建议顾客留下姓名和电话。只见顾客心情一下子变好了，登记好后，导购看见顾客的眼光在柜台里扫了一下，目光像是在看钻石手链。阿红导购抓住机会就建议顾客选几款18K的素金手链试戴。顾客想选又有点无所谓的感觉。这时阿红导购注意到她手上戴着一个钻石戒指，前面已经知道她还有钻石吊坠和钻石耳钉。于是阿红导购想顾客如果配上钻石手链就成了一个整套系的首饰，于是对顾客说：大姐，我们这次进的钻石手链中有几款款式特别简单大方的，可能您刚才没留意，要不我拿给您看看，正好和您现有的比较一下，因为你身上戴的首饰都是带有钻石的，如果再配一条带钻的手链就正好一套了。

《呈现产品力》

编辑推荐

《呈现产品力》是珠宝首饰销售培训系列教材。

《呈现产品力》

精彩短评

- 1、内容不值书的价格。
- 2、这本书一看就是盗版的。图片都不清晰，文字还超大个，感觉就是为了凑页数一样。一本盗版的，文字拳头大，而且一共才192页的书卖到了100大洋一本！坑爹呀~~祝那些黑心人买方便面没有调料包！
- 3、这本书很有价值，也很全面，在书中我学到了很多销售知识以及技巧。。
- 4、非常失望，看到是地质大学出版社本认为应该很好，但是此书用了四号字体编写，才把书撑起来。另外目录编写的很有吸引力但是真正阅读起来，并没有什么实质价值，很多内容并未展开。更令人无奈的是到了后面居然做开了作者的自我宣传起来。购买此书真是该好好思考
- 5、很不错哟，很喜欢的。

《呈现产品力》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com