

2023年橱柜拆单员是做的 橱柜店长月度 工作计划(模板5篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

橱柜拆单员是做的 橱柜店长月度工作计划篇一

转眼两个多月过去了，在大家的帮助和自己的努力下，我在工作上收获了很多，也有很多的思考和体会。临近转正时间，为了更好地做好今后的各项工作，现对以往的工作做一下总结并为公司提出一些的建议。

1、迅速了解我公司的企业文化、产品定位和销售策略熟悉一个公司的企业文化和产品定位是做好工作的基本条件。

我原先所在的公司是一个创办时间较长的公司，公司非常注重对员工企业文化的教育和熏陶，使员工能把公司的历史和理念作为自己行为的有机组成部分自觉行动。但各个公司的文化没有高低贵贱之分，只有文化和公司本身融合与匹配程度的区别。新的公司有新的文化理念，我要尽快融入新公司的文化中，克服老公司文化对自己认同新公司上的影响。

通过学习，我知道德瑞恩公司是一个充满新生命力的公司，致力于达到“让每一位渴望拥有钻石的人都能够得到适合自己的钻石”的目标。公司尊尊每一个人的情感独特性和性，就像钻石的每一面都有不同的光泽一样。充分体现了崇高的人文精神和人性关怀，让钻石充满温度，散发着迷人的芳香。

我们公司经过近二十年的发展，通过与国际顶尖钻石生产机

构的合作，已经形成了设计、开发、生产包装到销售的一条龙产业模式，让消费者真正享受与世界同步享受全球钻石资源。

这给我们的销售增强了必胜的信心和强大的保障。公司高起点整合资源，在渠道开发、产品设计、价格竞争、质量保证、全程服务、宣传推广等方面都做了很好的顶层设计与思考，使我们的公司的销售策略非常明晰。为我们的努力指明非常准确的目标。

2、提升自己的销售能力和技巧作为一线销售人员，销售能力和技巧直接关系到公司销售目标的达成。销售能力是一个终端销售顾问综合实力的表现。

在认知上，销售人员要充分了解产品的性质和特征，赋予产品美好的故事，让顾客买产品的同时，获得更多的精神超附加值，增加对产品的认同度。

在情感体验上，销售人员要赋予产品不同方式的美感体验，要近乎痴迷的热爱自己的产品，这样才能对顾客进行情感传递，让顾客佩戴钻石的时候，内心充满温暖，充满爱的力量，增加对产品的忠诚度。

在行为表达上，销售员要学会高超的产品展示技巧，要换位考虑对方的佩戴需求并合理展示。销售顾问是消费者的镜子，标准完美的展示会让顾客看到自己佩戴钻石高贵的形象，促成购买并形成连锁购买效应。为消费者设计佩戴方式和传授保养方法，会让消费者成为流动的宣传员，让你的产品无时无刻都在说话，从而增加产品的知名度。

3、认真观察消费者的消费心理消费心理是消费者在消费前、消费中、消费后的一种动态的心理过程。包括了对产品的直觉判断和理性权衡，也包括产品咨询、试戴和购买全程的情感体验。这些微小的细节我们都必须察觉，及时发现顾客的

购买顾虑，引导顾客准确表达需求并及时解决，这样顾客就会放心购买，减少顾客到别的单位对比，引发恶性竞争和跑单现象。

橱柜拆单员是做的 橱柜店长月度工作计划篇二

一、以出品为xxx龙头xxx增加餐饮的核心竞争力，打造xxx_美食，美食_xxx这一品牌，营造食在__这一良好口碑。

1楼的出品主要以xxx快xxx为主，不断更换花色品种，适时推出一些各地的特色小吃，主要以xxx稳住1楼xxx为出发点，而在二、3楼的菜式出品方面我们将加大创新力度大，首先将现有顾客很受欢迎的菜式保留，不断精益求精，并适时制定出规范菜式的标准菜单。同时通过举办美食节和各种节日的营销活动来推出新的菜式品种。

计划在20__年的三月份——四月份举办一个以口味有特色，价格实惠贴近大众消费为目的的美食节。6—9月份计划引进新的菜系以满足更多的客户求新的口味，10月底将着力以高档、营养、有特色来迎合商务宴请，单位互请及各类中、高档消费客户的口味。争取菜式这一产品的更大市场竞争力，不断完善菜式创新制度，对菜品开发研究，监督质量，跟踪反馈意见进行进一步细致化管理，开辟营养膳食，合理膳食，精致饮食的食在__良好社会形象，从而争取更多的客源。

二、服务上以培训为手段，以基层管理人员为核心，着力打造一支服务水平过硬的优秀团队。来应对餐饮市场的激烈竞争。

服务作为餐饮的第二大核心产品，20__年我们将紧紧围绕酒店xxx情满__，舒适家园xxx这一系列主题来开展阶段性的循环培训。通过培训考核再培训的方法不断巩固各类服务知识。

计划制定出餐饮优质服务十条，即在服务程序的基础上将一些更细的体现个性化的服务内容，进行归纳形成通俗易懂的十条，各楼层根据本层不同实际情况进行要求。领班、主管跟踪落实，将整体服务进一步细化，完善，同时通过考核来检验实施效果。1楼的服务仍然以xxx快xxx□xxx准xxx□xxx灵xxx为服务方针，同时突出对老客户的的热情。提高送餐服务的菜式及服务质量。

2楼着重在餐厅氛围的营造上想办法，添置台心布，口布，从台面上使宴会厅的色彩更喜庆，可以考虑制做椅套，在大厅的龙凤台上对宴会的主题突出更鲜明一些，从餐厅布置等细节方面来继续打造宴会品牌。

3楼的包厢服务突出个性，特别对于固定客户要加强同客人之间的情感沟通，突出xxx情xxx字，用真诚、热情、友情留住顾客，同时建立以3楼为点的餐饮部兼职营销小组，从各楼层抽调优秀员工及部份管理人员利用不开餐时间，走出去拜访客户，听取客人意见，拉近同顾客距离，开发新客源，利用在餐厅服务的时机认识顾客，制定出营销小组工作计划，考核工作成绩，通过小组带动部门全员销售，用服务来吸引并留住更多的客户。

三、降低开支，节约成本，争取最大的利润空间。

成本控制是今年的工作重点，今年酒店规定厨房毛利为57%，历年来的毛利率都离这个数有一定差距。今年，我们将从原头开始，对原材料的进货进行严格把关，安排专人负责验收，签单，代替过去各厨房各自验收的情况，从而从原材料成本上加以控制，另外，在厨房原料使用上加强管理，杜绝浪费。

不断完善部门的能源管理制度及瓷器的管理制度，对低质易耗品控制领出和使用，建立起不同楼层的财产台帐，充分利用现有的各楼层仓库，将各类物品分类码放，避免以前乱堆放的情况，延长物品的使用寿命，在不损害客人利益，不降

低服务水准，不影响餐厅环境的前提下，尽最大的努力来实现部门更多的利润。

新的一年，新的目标，我部将在酒店领导班子的正确领导下，调动部门全体员工的工作热情，全力以赴争取创造出更好的成绩。

橱柜拆单员是做的 橱柜店长月度工作计划篇三

摘要：店长是一个具有特殊性质的管理者，他既要处理店内很多具体繁杂的事务，是店面营业活动的全面负责人，又必须实现各种营业目标，对店铺的所有者负责。

(1) 每天要专门拿出一点时间检查工作

每天都要检查你所管辖的工作的一切工作部分。但不要每天都在同一时间检查同一内容，要变换时间，也要变换检查的内容。有时在上午检查，有时在下午检查，如果要两班倒的话，夜晚也要检查。不要让任何人置于监督之外。

(2) 在你检查工作之前，仔细思考一个你要检查的重点

在你检查工作之前，要反复琢磨一下你的检查重点，那样你就不至于白忙，员工也不见得能对付过去。你总要表现出很内行的样子，实际上你早已不是这方面的专家了。最好你每次检查的内容不要少于3项，但也不要多于8项。每天都要变化，这样，用不了多长时间你就会把全部店内工作程序、服务流程、顾客满意度和工作任务都检查到了。

(3) 要有选择地检查

你在检查工作的时候，不要泛泛地检查，在有所选择地检查几项，其他方面就不必看了。不要想在一天里把什么都看到，实际上你也做不到。这种检查制度要坚持下去，不要让任何

事情分散你的精力，也不要让任何事情打断你的例行公事。这样你所管辖下的整个店内工作都会有条不紊的顺利进行。

检查时你要按照你选择的重点进行检查，而不是按照你的员工为你提供的重点进行检查。如果你没有自己的重点，那你就可能被员工牵着鼻子走。你时刻不要忘了谁是检查者，谁是被检查者。

(4) 永远要越过权力的锁链

这一点是绝对的必须的，毫无例外。没有其他任何类型的检查是会令人满意的。不要问你员工的管理人员他们工作得怎么样，你知道他们会怎么回答。你必须亲自到工作场地去了解实情，只有这样你才能看到你想知道的东西。作为一种礼节，那个部门的管理人员肯定会跟你，但你不要问他任何问题，你要对他管辖下的员工提一些问题，这是你能够得到直接回答的唯一途径。

(5) 要多问问题

要记住，你检查日常工作是为了更多地了解情况，而不是让别人了解你。所以你要多问，细心听取回答，让你的员工告诉你他们怎样改进了自己的工作。如果你让他们说，他们是会告诉你的，毕竟大多数的人还是希望把工作做得更好的。

(6) 重新检查你发现的错误

如果你不能采取必要的行动改正你曾经发现过的错误，那么这样的检查就没有太大的价值。既然发现了错误，就有必要重新检查。为此要建立一个制度，要对你下达的改正命令实行监督，以便能够得到贯彻执行。

切记，一个命令如果缺乏监督和检查，那么和没有这个命令毫无区别！

店长在向员工发布命令时必须做到心中有数，不乱发布命令，用狂傲的态度发布命令，发布命令时替员工着想。发布命令之后甚至还会隔一段时间就去了解一下命令被执行的情况。因此，切忌让你的员工折扣命令，大有裨益，至少是：统一观念，集中精力，有序工作，明确方向，逐步完善。没有命令，员工就会成一盘散沙，美容院、发廊就会失去措施和方向。因此，命令是使美容院、发廊上下一致，同心协力的规范措施，理当重视，不可忽视，不可视为平常；否则你就是在让命令自惭形秽，易失去管理者的权威。命令就是权威，权威服务于管理。请你成为一个管理权威！

橱柜拆单员是做的 橱柜店长月度工作计划篇四

一、负责接受客户订单信息的记录跟踪和回复。

二、负责对每日销售清单的汇总和录入。

三、负责对每天的客户投诉进行汇总和记录交客服部主管，以便及时解决售后问题。

四、做好接单工作和销售技能的提升，熟练掌握产品的系列、型号、尺寸、颜色、包数、卖点等专业知识。

五、负责协调好各业务经理，做好各个客户的沟通和顾客订单信息和回复工作。

六、跟单文员要注意仪容仪表，做到衣着整洁大方。

七、跟单文员与客户沟通必须用普通话。

九、收到客户传真后，必须再给客户打个电话，确认传真上面的订货内容，确定订货内容准确无误后，再交给制单员打单核定打款总金额。

十、制单完毕后，回复客户打款总金额，使客户打款到公司指定账户，准备发货。

十一、制单员去财务确认客户货款到帐后，制单员把仓库联交于跟单员，准备发货。跟单员持仓库联与仓库主管接洽备货、验货、装车。公司中巴车、小飞虎送货，由司机代收货款时，跟单员要跟踪落实送货、装卸、安装及货款情况，及时与财务部出纳沟通，确保公司资金安全。

十二、负责接收客户投诉，第一时间内通知业务经理对其客户投诉进行确认，待业务经理确认后方可开出补件单交于客服物流主管下单于生产做补件或者调换。

十三、不准和客户吵架，第一次警告，第二次罚款100元，第三次予以辞退。

十四、及时向区域经理沟通专卖店的发货情况，以便于区域经理对客户及时的维护和开发。

十五、跟单文员必须和客户、售后主管、区域经理等部门做好沟通协调工作。

十六、对每天的销售情况进行汇总，做好日报表，交于营销部经理。

十七、负责及时和业务员沟通，做好客户备货，新产品推介工作，协调好和仓库物流以及售后、财务的各种工作关系，以便工作效率的提高，及时准确的为经销商提供方便、快捷、周到的服务。

十八、严格执行公司的各项规章制度，积极完成营销部下达的各项工作要求和目标。

十九、根据客户要求，按公司的有关流程，进行及时准确的

发货。

二十、提高服务质量，树立天杉家具品牌形象，以便培养客户的忠诚度和美誉度。

青岛北苑英徽家具有限公司

跟单员岗位职责（生产跟单）

一、跟单员的定义：

跟单员是指在公司运作过程中，以生产订单为依据，跟踪产品，跟踪服务运作流向的专职人员，是围绕着订单去工作，对出货交期负责的人。

二、跟单员的工作界定：

（1）业务跟单：对产品进行跟进。尤其是对外协厂加工的产品；

（2）生产跟单：对已下达生产的订单进行总结，对生产进度进行跟踪，及时反馈信息。

三、跟单员的工作定位：（1）寻找重点：通过生产和库存，寻找工作重点，杜绝出现不及时交货。

（2）设定目标：每天总结，把工作着重点及分配的工作在当天完成，不拖延。

（3）传播信息：将公司的信息，传达到每个厂子。

（4）收集信息：收集各厂生产进程，并及时将所收集信息反馈到部门经理。

（5）分配产品：计划表的定制和执行，辅料采购及协调工作。

四、跟单员的主导意识：

有责：全局意识，责任感，对一切负起责任。

有方：有办法，有主意，遇到问题有解决的能力

有效：有效率，有结果。

总之，要有目标，要有全局观念，在跟单工作中目标很明确：就是对最终生产结果负责。

五、跟单员的工作内容及知识，技能要求：

跟单员的工作内容主要有：白茬生产跟单，物料采购跟单，成品生产过程跟单及外协厂联络跟踪。

(1)白茬生产跟单：了解白茬生产流程及质量标准知识。(2)物料采购跟单：了解生产成品所有所需材料及采购周期。(3)生产过程跟单（生产进度跟进）：懂生产，懂管理，懂沟通。(4)外协联络跟踪：了解外协工厂的生产进程和生产现状。

六、生产跟踪：（生产过程跟单）

要掌握生产过程跟单的基本要求

生产过程跟单的流程：

生产过程跟单主要是了解企业的生产进度能否满足定单的交货期，产品是否按订单生产，因此跟单员要深入企业的生产车间查验产品的质量与生产进度，发现问题要及时处理。因为生产过程跟单的基本要求是使企业能按订单即时交货及按订单约定的质量交货。所以我们要深入到生产线，查看进度，查看质量。

1、生产过程跟单的基本要求：

(2) 按质交货：生产出来的产品符合订单的质量要求。

2、生产过程跟单的流程：

(1) 下达生产通知书。

跟单员接到生产计划后，应将其记录在生产登记表上。要明确客户所订产品的名称，规格型号，数量，包装要求，交货期等。

(2) 分析生产能力

(3) 分析生产计划：

生产计划的制定及实施关系着生产管理及交货的成败。跟单员要根据实际生产能力分析生产计划表。

机器设备有故障 材料没跟上。

不良率和报废率过高

临时工作或特急订单的影响。前制程延误的累积

员工工作情绪低落，缺勤或流动率高 跟踪生产进度的表单：

生产日报表，生产线进度跟踪表。

生产跟单员须知

向的专职人员，是围绕着订单去工作，对出货交期负责的人。

二、跟单员的工作界定：对已下达生产的计划或订单进行总结，对生产进度进行跟踪，及时反馈信息。

三、跟单员的工作定位：

(1) 寻找重点：通过生产和库存，寻找工作重点，杜绝出现不及时交货。

(2) 设定目标：每天总结，把工作着重点及分配的工作在当天完成，不拖延。

(3) 传播信息：将公司的信息，传达到相关车间或部门。

(4) 收集信息：收集各车间生产进程，并及时将所收集信息反馈到生产主管。

(5) 分配产品：计划表的定制和执行，物料采购及协调工作。

有责：全局意识，责任感，对一切负起责任。

有方：有办法，有主意，遇到问题有解决的能力

有效：有效率，有结果。

总之，要有目标，要有全局观念，在跟单工作中目标很明确：就是对最终生产结果负责。

五、生产跟踪：（生产过程跟单）要掌握生产过程跟单的基本要求

及按订单约定的质量交货。所以要深入到生产线，查看进度，查看质量。

(2) 按质交货：生产出来的产品符合订单的质量要求。

2、生产过程跟单的流程：

品的名称，规格型号，数量，包装要求，交货期等。

能应采取什么措施？

产能力分析生产计划表。

机器设备有故障 材料没跟上。

不良率和报废率过高

临时工作或特急订单的影响。前制程延误的累积

员工工作情绪低落，缺勤或流动率高

一、跟单员的定位：

跟单员对客户所订产品的交货进行跟踪，即进行生产跟踪。跟踪的要点是生产进度，货物报关，装运等。因此，在小企业中，跟单员身兼数职，既是内勤员，又是生产计划员，物控员，还可能是采购员。在大企业，则代表企业的业务部门向生产制造部门催单要货，跟踪出货。

二、跟单员的工作特点：

跟单员的工作几乎涉及的企业的每一个环节，从销售，生产，物料，财务，人事到总务都会有跟单员的身影出现。特点是：复杂的，全方位的。

1. 责任大。跟单员的工作是建立在订单与客户上的，因为订单是企业的生命，客户是企业的上帝，失去订单与客户将危及到企业的生存。做好订单与客户的工作责任重大。

2. 沟通，协调：跟单员工作涉及各部门。跟单员与客户，与计划部门，生产部门等许多部门的工作是一种沟通与协调。都是在完成订单的前提下而进行的与人沟通的工作。沟通，协调能力特别重要。

3. 做好客户的参谋：跟单员掌握着大量的客户资料，对他们的需求比较熟悉。同时也了解工厂的生产情况，因此对客户

的订单可以提出意见，以利于客户的订货。5. 工作是综合性的：跟单员工作涉及企业所有部门，由此决定了其工作的综合性。对外执行的是销售人员的职责。对内执行的是生产管理协调。所以跟单员必须熟悉进出口贸易的实务和工厂的生产运作流程。

三、跟单员的主导意识：

什么是主导意识？就是全局观念。你要对所处的环境，担负的任务及产生的结果有深刻的了解，这样你去做你的工作的主导意识就会很强。举例：足球队，每个队员有自己的位置，但如只顾自己的位置，这一定是个很差的球队。这就要有全局观念：要不失球，要进攻，要战胜对方，要进球。

作为跟单员的跟单工作也同样如此，不是我将订单下了就没事了，你们如何生产？何时完成？出来的产品怎样？与我无关，那就不能做好跟单员工作。你就没有主导意识。有责：全局意识，责任感，对一切负起责任。

有方：有办法，有主意，遇到问题有解决的能力

有效：有效率，有结果。

目标要达到：所有工作以最终结果，最终目标作为我们的指导思想。最终失败了，就没什么好说的。

总之，主导意识的你心中要装着大目标，要有全局观念，每个人的工作只是整个工作链中的一个部分。而不是以某一个人，一个部门来评定。因此，在你的工作中，你心中要把别人（工作环节涉及到的人）看成是自己的部下。（不是说你就是领导，而是要给他们布置任务，明确目标，提供条件。你的目标很明确：就是对最终结果负责。

四、跟单员的素质要求：（跟单员的训练）

跟单员的工作性质与特点决定了其从业的素质要求：

（1）分析能力。分析出客户的特点及产品的价格构成，以利于报价。

（2）预测能力。能预测出客户的需求，企业的生产能力及物料的供应情况，便于接单，生产及交货的安排。

（3）表达能力。善于用文字和语言与客户沟通。

（4）专业知识。对所跟单的产品要熟悉。了解产品的原材料特点，来源及成分。知道产品的特点，款式，质量。便于和客户及生产人员的沟通。

（5）与人共事的能力。与各部门的人员打成一片，使其自觉完成客户订单。

（6）人际关系处理的能力。处理好与客户，与上级，与同事，与外单位人员的关系。通过他们来完成自己想要做的事。

（7）法律知识。了解合同法，票据法，经济法等与跟单工作有关的法律知识。做到知法，守法，懂法，用法。

（8）谈判能力。有口才，有技巧。

（9）管理与推销能力。对外推销高手。对内管理行家。

（10）物流知识。了解运输，装卸搬运，保管，配送，报关等知识。

五、跟单员的工作内容及知识，技能要求：

六、跟单员工作的重要性：

跟单员工作部门关联：

跟单员：对外：业务部门（国内，国外贸易部）

客户（国内，国外客户，外贸公司，中间商）

对内：计划/物料（生产计划，物料进度，报价）

制造部门（生产进度，样品制造）

技术/品管（产品规格，新品开发，估价，产品标准）

财务/资财（出货管制，成品仓，准确报价，包装防护，汇率结算）

行政部门（派车，放行，报关，船务）

七、外贸跟单具体内容

1、接单：接单也即合同的签定，订单的取得。

合同的书面形式并不限于某种特定的格式。任何载明双方当事人名称，标的物的质量，数量，价格，交货和支付等交易条件的书面文件，包括买卖双方为达成交易而交换的信件，电报或电传，都足以构成书面合同。

1. 下单方式：客户下单的方式有：通过电话□fax, email或书面合同等方式。

橱柜拆单员是做的 橱柜店长月度工作计划篇五

1. 接近顾客的七种时机

a□顾客注视特定产品的时候

b□用手触摸产品时

c□顾客表现寻找产品的时候

d□与顾客视线相对时

e□顾客与同伴交谈的时候

f□顾客放下手的一段时间内

g□探视样品柜或其他的客人

2、推销产品时应采取的步骤

a□吸引顾客的注意力，导购员应先讲话而不应该让顾客先开口

b□充分利用产品资料及手势，目光接触以及产品实物等引发顾客兴趣

c□激发顾客的购买欲望, 促使顾客采取购买行动

3、推销产品应遵循的原则

a□指出使用产品给顾客带来的益处

b□把顾客的潜在需要与产品联系起来

c□通过产品演示，比较差异，突出优点

4、介绍产品时的一般技巧

a□耐心回答，解释顾客提出的有关产品的所有问题

b□以热情的口吻来客观介绍、解释产品，语言要流通自如，充满信心

c□用语应表示尊重，永远不要用命令性语气，只能用请求性的语气

d□拒绝场合应用对不起和请求性的语气

e□不能妄下断言，要让顾客自己去进行决定

f□在自己的责任范围内说话，多说赞美和感谢的话

j□尽可能地让顾客说，是‘，而不说，不‘

k□尽可能让顾客触摸，操作产品，以增加其购买兴趣

5、顾客分类

c□蓝领人士这类人拥有一份固定的工作，但收入有限，对这类人群来讲居家过日子是最重要的，因此对产品品质的要求一般，对外观只要不难看就行，最重要的是经济实用的。

6、注意事项

a□不宜站在顾客身后侧后方介绍，应在正前方或侧前方，距离顾客米左右

e□不可以衣冠取人，对所有顾客均保持平和态度

《销售技巧实战》

一、有效沟通的十点诀窍

1、开口说话之前，先用头脑想一想

2、说话之前，先知道要说什么，以及为什么要说

3、说话的内容要适应当时的听众和状况

4、注意说话的方式包括音调的变化，用词的选择等，这些与说话内容同样重要。

5、除了说话之外，还有很多沟通方式，配合脸上的表情与手势，身体也会传达某些信息。

6、配合听者内心需求的说法，这种信息最容易被对方牢记在心。

7、注意听者的反映，以确信信息被了解与被接受的程度。

二、适时创造达成交易的条件

1、使顾客完全了解需要产品的信息（尤其是价格），如果顾客没有充分了解商品的所有优点，他就难以购买。

2、使客户对自己和自己所代表的企业产生一种信赖感。没有这种信赖感，不管推销的商品是多么的吸引人，顾客也会犹豫不决，难以决心购买。

3、使顾客产生购买欲望，导购员可以促使顾客做出购买决定，但不能代替顾客做出决定。因此，导购员必须把推销过程前几个阶段的工作做好、做细。

4、把握时机，最后成交。人们常说，机不可失，时不再来，因此说，把握成交时机很重要。但是有些导购员往往急于想抓住时机，紧张万分以至于冒险行事，甚至由于害怕失去成交的机会，常在不适当的时间催促顾客做出购买决定。

三、，投石问路——导购员试探顾客购买意向的良机

1、当顾客表示对商品非常有兴趣时

- 2、当导购员对顾客的问题做了解释说明之后
- 3、在介绍了商品的主要优点之后
- 4、克服顾客异议之后
- 5、顾客对某些推销要点表示赞成之后
- 6、顾客的仔细研究商品、商品说明书、报价单、合同书等之后

四、‘目光如炬’——准确把握客户成交信号

- 1、向周围的人问：‘你们看如何？’，‘怎么样？还可以吧？’这是在寻找认同，很明显，他的心中已经认同了。
- 2、突然开始杀价或对商品提毛病，这种看似反对论，其实他是想最后的一搏，即使你不给他降价，不对商品的所谓毛病作更多的解释，他也会答应你的。

五、善于发掘和运用产品的卖点

- 1、行业内已通过iso9001□2000品质体系认证
- 2、行业内唯一广东省著名商标；
- 3、行业内已通过中国三c环保认证

六、促进成交的技巧和方法

1、多方案选择法

在顾客还在犹豫中，向顾客提供两种或多种选择方案，促使顾客从多种方案中决定一种，使顾客的思维重点放在数量、质量、材料等方面的选择上，而不是买与不买的抉择上。

2、直接提示法

3、用赞美的语音鼓励成交

4□yes逼近法

用一连串顾客只能回答,是‘的问题,促成顾客购买决心的下定

5、时过境迁法

6、扬短——利用逆向心理创造成交机会

(2) 拜师学艺法的运用(以退为进)

对于久攻不克的顾客,可用此招: ,陈先生,我知道以我的水平没有办法说服你,从现在起我不再向你推销了,在您告辞之前,请您指出我在什么地方出了差错,以便我今后能改正过来。‘这种拜师学艺的说法,顾客听了以后,一定会非常受用的,这也是利用满足人类虚荣心的妙招。在顾客内心舒畅之余,常会立即改变拒绝的态度,反过来一面指导你,一面给你打气,很可能给你一张意想不—订单。

7、巧用解除疑问法(又称异议探讨法)

是导购人员在提出成交请求后对犹豫不决的顾客采取的一种异议排除方法。解除疑问法的提问模式多为诱导型的,例如:进入准备签约阶段时,客户却犹豫不决,导购在此时不能放弃成交的良机,可以推测对方的心理对对方的不确定予以答复。如:您不能做出决定是因为…吧?‘一旦了解对的疑问所在,就可以进行针对性的解答了。

异议探讨法,适用于成效阶段的以下顾客:

a□时间异议：如：‘，我还要考虑考虑。’

b□价格异议：如：‘，如果再便宜点就好了。’

c□权力异议：如：‘，我自己做不了主，还得请示一下。’

d□服务异议：如：‘，万一以后用的过程中损坏了，你们不理就惨了。’等使用解除疑问法应正确分析顾客异议，有的放矢地进行。

8、从众成交法

从众成交法是指推销人员利用顾客的从众心理，来促使顾客立即购买推销的产品的一种非常有成效的方法。

注意：使用从众成交法时出示的有关文件，数据必须真实可信，采用的各种方式必须以事实为依据，不能凭空捏造，欺骗顾客。否则，受从众效应的影响，不但不能促成成交，反而影响企业信誉。

9、要适时地称赞顾客的孩子

大多数人都有这样的一种想法：‘，孩子是自己的好’。有些父母常以自己的孩子为荣，导购员如果能适时地赞美一下顾客带在身边的孩子那么就会满足顾客的自豪感，甚至可以与顾客达成良好的人际关系。相反，如果对顾客的子女特别是年龄不大的，视而不见，没有任何赞美之辞，顾客就会感到不自在，最终拒绝购买产品。

10、充分运用微笑的力量

微笑是导购员应掌握的一种最基本的技巧。是人们从眼神，从话语中流露出来的真情，只有从微笑中彼此产生好感，才能进一步地交流。对于你自始至终的微笑服务，顾客很难把

你拒于千里之外的，毕竟大多数人是于心不忍的，俗语说：，
恶拳不打笑脸人。