

会展销售人员的基本要求

（一）诚挚

对一个初次访问的顾客来说,业务人员诚挚的表现是形成第一印象的关键。如果一个业务代表能够在第一次访问中表现诚挚,顾客就不容易在访问过程中以冷淡或消极的态度来对待业务代表。诚挚的表现要从作风与谈吐两个角度来努力。

1. 诚挚的作风

(1) 设身处地的关心顾客。即使顾客正在使用竞争者的产品,也要关心是否使用满意,肯定对手产品带给其的利益,而避免批评、排斥的言行。更不应该有贬低竞争产品的举止。

(2) 衷心提供服务,并帮助顾客,关心顾客的兴趣,努力使顾客获得利益,谈话中耐心聆听顾客讲话。

(3) 谦虚而实在。诸如:顾客在繁忙时表示另择时间再来,或者将顾客的疑问、无法回答的内容记下来,约期答复等等。

2. 诚挚的谈吐

(1) 言辞诚挚的表现。

① 清楚的咬词,说明要简单扼要,而且合乎逻辑。一个滔滔不绝讲个不停却谈不到核心的人,会让人怀疑其是否诚挚。难免给人以狡辩、强词夺理甚至有理说不清的感觉。

② 声调的大小与快慢要适中。太大的声音容易给人产生侵略性的感觉,而太小的声音让人错觉“不敢声张”或“理亏”。太快的谈吐叫人产生“自顾”自己讲的感觉。讲的太慢却容易造成“有理说不清”等的印象。

(2) 非言辞诚挚的表现。以和蔼的眼神注视对方,聆听顾客的讲话。身体语言要显示出自己的全神贯注与热情,好让顾客有被重视的感觉。

（二）礼仪

1. 专业性的穿着

穿着可从外表上显现出个人教养程度。即使再好的内涵,如果外表邋邋粗俗,就很容易造成负面的印象。

(1) 男性的穿着。

① 西装——质料要好。好的质料可以持久,熨烫笔挺,颜色深色较稳重。蓝、灰、咖啡等都是不错的选择。上下装的款式与颜色要配合。大小适中,注意流行趋势。

② 衬衣——素色、条纹都可以,格子花纹不可,纯棉最好。领子不可太大或太窄,袖子的长度应在腕骨下。要烫得笔挺,长脸的人不可配宽领,衫袖不可露出。

③ 背心——肥胖者不可穿。盖不住肚子的样子很难看。

④ 领带——宽度要适中,素花可以,盖到裤带口上,不可歪斜。

⑤ 裤子——盖住鞋子不可露出腿。裤腿不可太宽。

⑥ 鞋袜——袜子要干净,无洞,鞋子擦亮。

(2) 女性的穿着。

① 皮包——最好是深棕色或黑色,因为这些颜色与衣服比较容易搭配。如果你手中提着一个手提箱,就应该配一个有肩带皮包,如此即使要握手也很方便。

② 衣服——看起来有气质的衣服。毛料当然更好,仿毛料、仿亚麻、仿棉质及仿丝的也会使你的形象显得高贵。衣服的颜色必须与肤色调和。上班族的职业色彩大都是深色的,看起来稳重的会好些。

③ 裙子——裙子的长度应该在膝下一点点的地方。当你坐下时,膝部只会露出一点点。

④ 背心——加一件与裙子同质料的背心,你有更多不同的搭配了。

⑤ 鞋子——颜色最好能和皮包相配合。过高的高跟皮鞋、凉鞋、无后背的鞋都不是正式的穿着,穿上再好的衣服也是糟蹋。不论你穿什么,只要是鞋子蒙尘,你就绝对光彩不起来了。

2. 专业性的仪容及态度

仪容方面应注意:

(1) 眼神——视线要和蔼地接触对方的眼睛,以关心的眼光、略微轻松的微笑为宜。

(2) 表情——关切的表情,轻松而不紧张。有皱眉头习惯的人,很容易给人以“输家”的印象,要设法放松。

(3) 身体——上身略向前倾,不可后仰或左右倾斜。紧张而僵硬或疲惫的松懈都会影响对方的反应。

(4) 双手——坐时平放双膝上,手指摊开。站时双手插入口袋、双手交叉都不是很好的举动。

(5) 手指——保持干净,骑摩托车者尤为要注意随时洗手。指甲要经常剪短。留指甲者应小心清除污垢。

(6) 定位——保持 1 至 1.5 米的距离最恰当。尤其是有口臭或抽烟的人应该自觉,不可太接近对方而造成厌恶的反应。

(7) 穿着——整齐干净为主,要随时熨烫笔挺。不过分华丽。男女都不宜穿着低胸或开胸的上衣。

(8) 头发——梳装修剪整齐,不要用太多的发蜡胶水而过分华丽,要表现的是专业气质而不是流行发式。

(9) 鞋袜——鞋经常擦亮,袜要洗干净,穿素或素花的袜子。

(10) 胡须——每天都要刮干净,留胡须不易被接受。

(11) 耳环——避免太大、太豪华的。主要让对方注意的是你,而非这些装饰品。首饰、胸针、戒指也一样。

(12) 化妆——淡妆。淡色口红、清淡的香水、清淡的古龙水不错。女性不化妆或浓妆都不好。

(13) 口袋——装满东西很难看。口袋盖好,纽扣扣好,尤其是抽烟者要注意。

(14) 香烟——对污染应有敏感的感觉。对于不抽烟的人来说,面对烟雾谈话时,未开口以前兴趣已经减了大半。

(15) 口臭——有口臭问题的人要设法清除,保持距离避免扩散。

(16) 体臭——有腋臭者,使用药品可以除臭,可以避免不快感。

(17) 装饰品——要小心佩带,原则上不要过分夸张,太高贵的饰品容易误导人对你的印象。

态度方面应注意以“您”为前提：

(1) 若在谈话间以对方的立场设身处地地去构想，词语中自然就会有更多“您”出现。这样以对方为中心的谈话，能够让对方觉得被尊重而有利于建立融洽的气氛。

(2) 在访问面谈中设身处地为顾客着想时，业务人员将被顾客看成“具有相同目的伙伴”，这种方法可贵的一点是并不需要贬低自己。

(3) 西方有一句谚语：“putting yourself in other shoes”，意思是说，穿一双别人的鞋子去体会其感觉。推销产品要能换个立场从顾客的角度去看推销的产品才能了解需求程度，而切忌从自己或公司的角度出发强硬地对待顾客。

(4) “您”为前提的态度是忠诚关心顾客需求的表现。同时而努力协助顾客满足需求后，也能够完成推销的任务。

(5) “您”为前提的态度，应该包括谈话的声音、语调和表情等身体语言。

三) 技能

1. 专业知识

(1) 产品知识。有关会展产品的特点的知识。

(2) 应用知识。顾客使用产品的有关知识。使用产品时可能碰到的情况，以及可能发生的问题、困扰、解决方法等。

(3) 竞争产品知识。包括类似产品知识。顾客从目前使用的竞争产品中获得什么利益？竞争产品对顾客强调些什么重点？如果不清楚就无法讨论。

(4) 顾客心理。顾客在购买产品时可能有的心理。诸如，担心、恐惧等心理以及其变化的过程。

(5) 推销技巧。展示与讲解的技巧、沟通能力等。让顾客正确了解产品的知识。

(6) 办事能力。计划、组织及解决问题的能力。这是具体进行推销工作时代能否顺利完成的关键。

2. 个人修养

(1) 推销人员访问的顾客，各有不同的教育背景、学识与经验，为了建立更为密切的关系，若能听懂对方的谈话主题或了解不同顾客的情况就能够拥有“共同的语言”，从而增加顾客接受性。

(2) 除了专业知识必须深入学习以外，应该在平时就以好学不倦的学习态度积累各种知识，使自己知识结构呈 T 字型，既广泛又深入。

(3) 只要有学习的意愿，任何场合都能够学到有用的知识。

(4) 积极思考的习惯促成乐观而坦诚的态度，常能化解不幸的遭遇及悲观的处境。

(5) 不骄傲、不固执、不呆板的作风，伸缩自如，适应性高，而且让别人感觉到谦恭相敬，比较能够受到顾客的欢迎。

(6) 非绝对性词句是个人修养的表现。绝对性词句是肯定的，无伸缩性，不能适应变化，固执地强调权利而且呆板。诸如，从来也不会……，始终是……，每次都……，绝对是……，一定会……，必然……，必须……，无疑是……，不可能……，怎么会……。非绝对性词句有错误的容纳性，伸缩性高，适应性佳。表明说者认为过去的真理不一定永远是对的。诸如，偶尔……，有时……，常常……，从经验中显示……，多半是……，也许是……，说不定……，很可能是……，看起

来好像……,几乎是……,从另一个角度来说……,似乎……。非绝对性词句是个人修养的表现。

3. 展示与讲解能力

推销人员应有效组织推销的要点,诉诸于顾客的感官及感觉,以提高推销的效果。

- (1) 听觉——采取讨论方式,叙述要点,举例说明等。
- (2) 视觉——让顾客亲眼看到实物,利用照片、说明书、图表辅助说明等等。
- (3) 嗅觉——打开包装让顾客闻一闻味道。
- (4) 味觉——实际让顾客去品尝或尝试产品。
- (5) 触觉——让顾客用手去触摸产品以体会产品的状况。
- (6) 感觉——诉诸于顾客的第六感觉或与过去的经历相联系。