

华龙日清（大连办事处）促销员系统培训

第一部分 公司简介

华龙日清食品有限公司成立于 2004 年 4 月 19 日，是河北华龙面业集团有限公司与日本日清食品株式会社"强强联合"组建成立的一家中外合资企业。公司现拥有制面、面粉、综合三大事业部，在全国建有包括河北隆尧、邯郸、正定、徐水、秦皇岛，黑龙江哈尔滨，吉林长春，辽宁沈阳，山东兖州，河南许昌、汤阴，湖南平江，安徽天长，陕西扶风，浙江嘉兴，广东东莞等 16 个生产基地，下设 28 个分公司，员工总数 2.2 万人，总资产达 50 亿元。

目前，公司制面事业部在全国已建成投产 15 个方便面分厂，面粉事业部在全国建成投产 6 个面粉公司，综合事业部下设调味品、饼业、挂面、纸品等 5 个分公司。到 2004 年底公司建成拥有 21 个方便面分厂、9 个面粉公司、6 个相关配套生产公司，形成 138 条方便面生产大线、方便面年生产能力 120 亿份，日处理小麦 5000 吨，年转化小麦 180 万吨的庞大生产规模，其制面、制粉规模将跃居世界前列。2003 年华龙面业集团实现销售收入 40 多亿元，2004 年合资后的华龙日清公司实现销售收入 65 亿元。

我公司现有的方便面产品主要有今麦郎弹面系列、可劲造系列、超级小康系列、六丁目系列、东三福系列等 40 多个系列，300 多个

品种，其中，今麦郎弹面系列为高档方便面，亦是我公司的全国战略性产品。自 2002 年今麦郎弹面系列上市以来，无论是在品牌拉动还是在销量提升方面，我公司都获得了巨大成功。

2004 年，我公司重磅推出了今麦郎骨汤弹面和今麦郎 VIP 两款新品，力求改变方便面一向价值感低、香精味重、营养缺乏等不足的形象，以全新的口感、质感树立方便面的产品新形象。2004 年 12 月 16 日，在中国食品科学技术学会组织的专家鉴评会上，今麦郎 VIP 和骨汤弹面分别被授予“2004 年度科技创新奖”、“2004 年度产品创新奖”。

2004 年 12 月 28 日，今麦郎骨汤弹面被指定为南极科考专用面。2005 年 1 月 19 日，长达一分钟的“今麦郎骨汤弹面南极篇”在央视黄金标段及各地方卫视顺利播出。

在集团范现国总裁的带领下，经过华龙人的不断努力，在今麦郎近 3 年的推广中，品牌的知名度、美誉度大幅度提升，这在产品同质化严重的方便面行业中不得而被称之为奇迹。

附：今麦郎骨汤弹面产品知识（具体介绍）

第二部分 促销员的涵义

促销员是指在零售终端通过现场服务引导顾客购买、促进产品销售的人员。他们是：

一、形象代言人

促销员面对面地直接与顾客沟通，促销员的一举一动、一言一行在顾客的眼中就代表着公司（品牌）的形象。

二、沟通的桥梁

促销员是公司（品牌）与消费者之间的桥梁，一方面把品牌的有关信息传递给消费者，另一方面又将消费者的意见、建议和希望等信息传达给公司，以便公司更好的服务于消费者。

三、服务大使

促销员是在充分了解自己所销售的产品特性、试用方法、用途、功效、价值的基础上，适时地为顾客提供最好的服务、建议和帮助，以优良的服务来征服顾客，压倒竞争对手。

第三部分 促销员的考核

- 一、 促销员由各负责业务主管考核；
- 二、 促销员每日考勤由各负责业务主管抽查，凡迟到、早退 30 分钟者，罚款 20 元；超出 30 分钟者，处以当日应得基本工资 2 倍的罚款；迟到、早退 60 分钟以上以及脱岗者，视为旷工，扣除所有应得工资并辞退；
- 三、 病事假需提前通知公司业务主管，经同意后方可，并扣除当日应得工资；每月超过 3 次劝其离职；
- 四、 违反《超市纪律》、《行动规范》及不服从业务主管管理者，

一次罚款 50 元；两次以上及情节严重者，扣除所有应得工资并辞退。

具体考核明细如下表：

大连（华龙日清）促

销员考核表

卖场： _____ 姓名： _____ 月份： _____

内容	项目	工作 质量 指标	单项明细	标准 分	权重 Q	单项 得分	单项 得分 合计	实际得 分
							D	$T, T=D \times Q$
1	出勤 率 (出 勤天 数÷ 规定 天数)	满勤	10	100	15%			
		96%—99%						
		90						
		91%—95%						
		60						
	小等于 90%	0						
2	信息 反馈 与处 理	销量汇报	20	100	15%			
		产品订货	20					
		竞品动向	20					
		突发事件	20					

		卖场信息 20					
3	终端建设	产品整洁 20	100	50%			
		陈列生动 20					
		合理 SKU20					
		产品知识 20					
		促销技能 20					
4	个人表现	待客态度 30	100	20%			
		卖场客情 40					
		待同事态度 30					
合计		无		100%			

考核结果将直接与工资挂钩，具体分配如下表：

大连（华龙日清）促销

员工工资表

05.01.

卖场	促销员	考核结果	销售奖	工资总
----	-----	------	-----	-----

		考核得分	标准工资	考核工资	励	额
A	甲	100	700.00	700.00	50.00	750.00
B	乙	99.85	700.00	698.95	0.00	698.95
C	丙	98.35	700.00	688.45	0.00	688.45
D	丁	99.35	700.00	695.45	0.00	695.45
E	戊	100	700.00	700.00	0.00	700.00
..

注：工资总额=考核工资+销售奖励；考核工资=标准考核工资×考核得分/100，标准考核工资正式为 700 元/月，试用期为 600 元/月；销售奖励为当月综合表现最佳者得，奖金定额为 50 元。

第四部分 促销员的要求

一、促销员的基本素质要求

- 爱心 爱心是成功的最大秘诀和有力武器，爱是打开顾客心灵的钥匙。
- 信心 人之所以能，是因为相信自己能。
- 恒心 忍耐、一贯、坚持。
- 主动 只有积极主动，才能更好的完成上级给的各项任务。
- 热心 热情是推销才能中最重要的一个因素。把热情和工作结合在一起，事半功倍。

二、促销员应掌握的基本知识

- 了解公司
- 了解行业和常用术语
- 产品知识
- 竞争品牌情况
- 产品陈列与卖场生动化常识
- 顾客特性与其购买心理
- 促销技巧
- 工作职责与工作规范

三、优秀促销员的特点

1、从公司角度看：

积极主动的工作态度；饱满的工作热情；独立的工作能力；良好的人际关系；优秀的团队精神；

2、从顾客的角度看：

外表整洁；有礼貌；有耐心；态度友好、亲切、热情；竭诚服务；解疑答问，专业；关心顾客的利益、意见和要求。

除以上的特点外，优秀促销员还应具备良好的心理素质。这很关键，因为在促销过程中，承受着各种压力、挫折，没有良好的心理素质是不行的。

第五部分 我们的顾客

一、 顾客是什么

对我们而言，顾客是全世界最重要的东西！

顾客是商业链中最重要的一环；

顾客是我们的衣食父母，一切业绩与收入的来源；

顾客是上帝；顾客至上；顾客永远是对的。

因此：

- 1、情绪低落时要进行自我心理调节，以免使顾客不悦；
- 2、对自己讨厌的顾客，也要从内心感激，否则你的言行会不自觉的流露出你的反感；
- 3、当顾客不讲理时，要忍让，因为顾客永远是对的；
- 4、绝不要逞一时口舌之快而得罪顾客，因为他们是我们的衣食父母，不是斗智斗勇的对象。

切记：我们的工作职责就是满足顾客的需要！

二、 顾客的类型

1、走马观花型

这类顾客一般行走缓慢，谈笑风生，东瞧西看，哪有热闹往哪去。

对这类顾客，应随时注意其动向，当他到货架前欲查看我们的产品时，促销员应热情接待，尽量不使其空手而归。

2、一见钟情型（易诱导型）

这类顾客大多喜欢新奇的东西，当他对某种产品发生兴趣时，会表露出中意的神情，询问。促销员要主动推荐。

3、胸有成竹型

这类顾客目光集中，脚步轻快，直奔而来。促销员应迅速接近，积极推荐，尽量不要让他购买其它品牌

4、饶舌型

这类顾客喜欢和促销员进行调侃，拉家常，甚至吹嘘自己。针对此类顾客，促销员应该在倾听的同时，看准时机，将其注意力引导到产品上来，介绍我们的产品。

5、猜疑型

这类顾客比较多疑，容易受旁人所影响。针对此类顾客，促销员应该用心排除其顾虑，做到问答积极有力。

作为一名促销员，每天要接待各种各样的顾客，能否使他们高兴而来，满意而归，关键在于把握不同顾客的购买动机和心理特征，采用灵活多样的接待技巧，通过主动、良好的服务来创造顾客提高业绩。

第六部分 促销技巧

一、推销法则

推销的内容包括推销自己、推销观念、推销产品。先推销自己，再推销观念，最后推销产品。不管你推销什么，你都必须做到与众不同。如果你不能让顾客喜欢你，相信你，那就意味着你已失败了一大半。

二、5S 原则

1、微笑（smile）

微笑可体现感谢的心与心灵上的宽容，笑容可表现开朗、健康和体贴。

2、迅速（speed）

以迅速的动作表现活力，不让顾客等待是服务的重要衡量标准。

3、诚恳（sincerity）

以真诚的态度工作是促销员的重要基本心态和为人处事的基本原则。

4、灵巧（smart）

以灵巧、敏捷、优雅的身体语言来获得顾客的信赖。

5、研究（study）

要时刻学习和熟练掌握产品知识，研究顾客心理以及接待与应对的技巧。

三、BEFA 促销法

BEFA 贝砧模式是一种非常有效的促销方法，这种方法通过一步步诱导达到成功促销的目的。

B: 尽数产品带来的利益； **E:**

以真实的证据说服顾客；

F: 代表产品的某项特征，特别是产品某些特殊的优于竞争对手的功能特征；

A: 代表分析产品特征的优点；

四、促销步骤

顾客购买心理过程极促销员接待步骤（利用 BEFA 促销法推介今麦郎骨汤弹面）对照图

（一）、顾客在购买过程中的心理变化

1、注视/留意

当顾客想买或随意浏览时，首先要环视货架上陈列的产品，如果此时

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要
下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/258135064044007005>