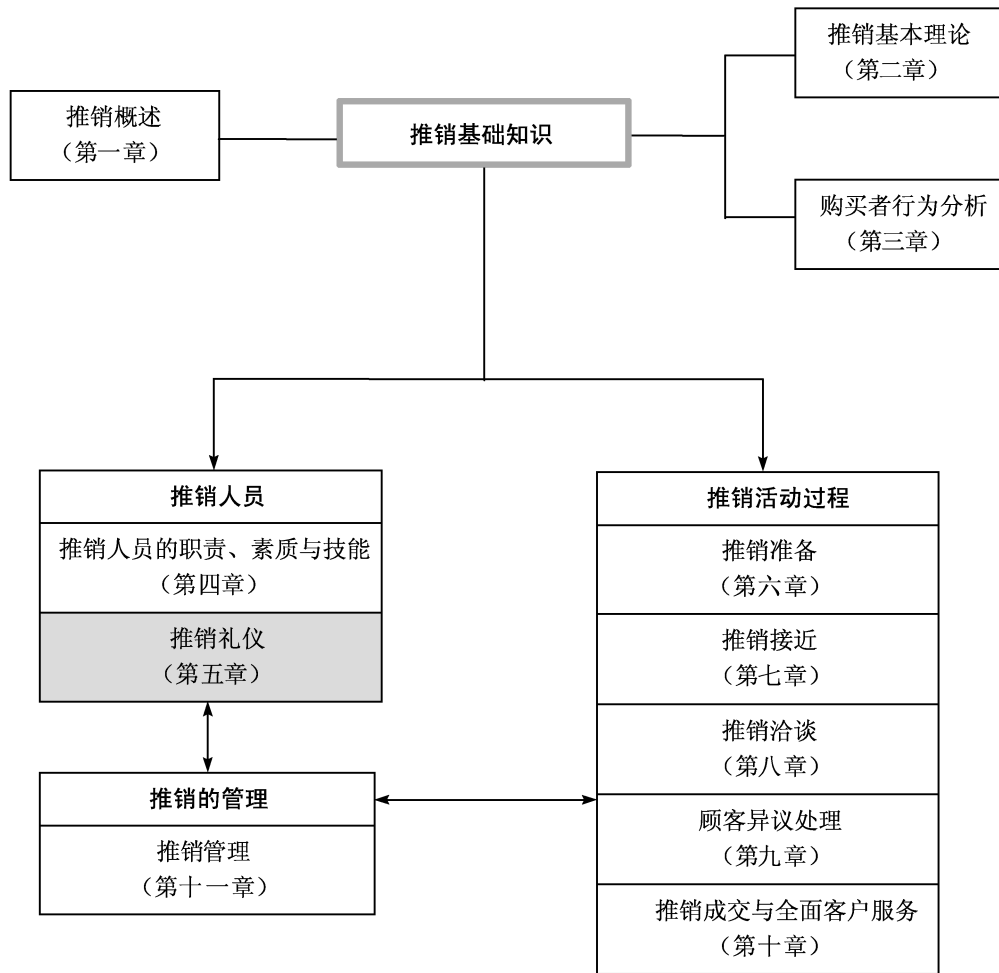


第五章 推销礼仪



现代推销技术结构模型

学习目标

（一）知识目标

- 了解仪容如何保持与修饰；
- 理解着装的原则、着装的一般礼仪、装饰品的佩戴礼仪；
- 理解推销人员的站姿、坐姿、走姿和言谈礼仪；
- 掌握推销人员的各种日常交际礼仪。

（二）技能目标

- 熟练掌握接打电话的礼仪；
- 掌握见面礼仪、拜访与接待礼仪、餐饮礼仪和馈赠礼仪。

推销礼仪是指推销人员在与产品交易有关的各种经济行为中应当遵循的一系列礼仪规范。推销礼仪具有沟通推销人员与顾客双方、协调双方、展示推销人员及企业形象的作用。这些礼仪其实就是推销人员的名片,因为顾客由推销人员的礼仪而知其修养,从而判断自己对推销人员信任与否、喜爱与否、接纳与否,最终决定是否购买其推销的产品。本章主要介绍推销人员的个人礼仪和推销人员的日常交际礼仪。

第一节 推销人员的个人礼仪

个人礼仪是社会个体的生活行为规范与待人处世原则的体现,是个人仪容、仪表、仪态、言谈等方面的个体规定。随着人们社会经济交往的日益频繁,顾客对推销人员个人礼仪的重视程度逐渐提高。从表面来看,个人礼仪只是举手投足之类的小事,然而事实表明,细节往往决定成败。在推销活动中,个人礼仪不仅影响个人形象和企业形象,而且直接影响到交易的成功与否。清洁的仪容仪表,得体的修饰及言行,往往有助于工作的顺利开展,不容忽视。心理学上讲的“首因效应”,即人的知觉的第一印象往往会形成心理定势,通常在30秒内形成的第一印象,对后期一切信息将产生指导效应。因此,每一位推销人员必须加强对个人仪表、仪容、仪态及言谈举止等方面的规范和知识的修养。

一、推销人员的仪容

仪容指的是人的容貌长相,由人的面容、发式及身体所有未被服装装饰的肌肤所构成,是个人仪表的基本构成。美好的仪容,其五官彼此和谐并富于表情;发质发型使其英俊潇洒、容光焕发;肌肤健美使其充满生命活力,给人以自然健康、鲜明和谐、富有个性的深刻印象。但每个人的仪容是天生的,长相如何不是至关重要的,关键是保持和修饰的问题。从这个意义上说,仪容包括先天的和后天的两方面,肤色健康、五官端正和身体各部分比例协调匀称这些方面是先天的,先天的因素很难改变,人们只能在后天的因素方面努力。对于推销人员来说,仪容的保持与修饰是非常必要的。

小案例

尼克松和肯尼迪的总统竞选

1960年9月,尼克松和肯尼迪在全美的电视观众面前,举行他们竞选总统的第一次辩论。当时,两人的名望和才能大体上相当,可谓棋逢对手。但大多数评论员预料,尼克松素以经验丰富的“电视演员”著称,可以击败比他缺乏电视演讲经验的肯尼迪。但事实并非如此。肯尼迪事先进行了练习和彩排,还专门跑到海滩晒太阳,养精蓄锐。结果,出现在屏幕上的他,精神焕发,满面红光,挥洒自如。而尼克松没听从电视导演的规劝,加之那一阵十分劳累,更失策的是面部化妆用了深色的粉底,因而在屏幕上显得精神疲惫,表情痛苦,声嘶力竭。正如一位历史学家所形容:“他让全世界看来,好像是一个不爱刮胡子和出汗过多的人带着忧郁感等待着电视广告告诉他怎么不要失礼。”正是仪容仪表上的差异和对比,帮助肯尼迪获得了胜利,从而使竞选的结果出人意料。

(一) 仪容的保持

1. 坚持洗澡、洗脸

洗澡可以除去身上的尘土、油垢和异味,并且使人精神焕发。有可能的话要经常洗澡,至少要坚持每星期洗一次。在参加重大礼仪活动之前最好多洗一次。脸部对于一个人的形象也有很重要的影响,如果脸上常有灰尘、污垢或泪痕,难免给人留下又懒又脏的印象。因此,要每日早晚洗脸,清除附在面部的尘土、油垢、汗渍等不洁之物。经常洗脸还有助于保持皮肤的弹性,保持血液循环良好和新陈代谢的正常运行,使脸色看起来容光焕发,肌肤健美。

2. 消除分泌物

消除分泌物对推销人员来说是非常重要的。首先,要清除眼角的分泌物,它给人的印象会很很不雅观,故应及时将其清除;戴眼镜者还应当注意,眼镜片和鼻托上的多余物也要及时擦除。其次,要注意去除鼻孔分泌物,在外出上班或在正式推销活动之前,要检查一下鼻孔内有无鼻涕,若有一定要清除。再次,还要注意去除口部的多余物,即口角周围沉积的唾液、飞沫、食物残渣和牙缝间的牙垢,这些东西看起来让人作呕,必须及时发现,及时清除。

3. 定时剃须

除了具有宗教信仰与风俗习惯者之外,男性推销人员不宜蓄留胡须,因为在交际场合留有胡须会给人不清洁的感觉,还会对推销对象有所不尊。因此,男性最好每天坚持剃一次胡须,绝不可以胡子拉碴地上班或会见顾客。此外,还要注意经常检查和修剪鼻毛,在销售过程中,鼻毛外露很不雅观,会影响顾客对自己的看法。

4. 保持手部卫生

在推销活动中,手占有重要的位置。手是与外界进行直接接触最多的一个部位,它最容易沾染脏东西,所以必须要勤洗手。除饭前、便后外,还要在一切应当讲究卫生的时候洗手。手的清洁与一个人的整体形象密切相连,应当引起足够的重视。在接待顾客时,通常以握手的礼节来表示对顾客的欢迎,然后再伸出手递送名片等,顾客通常先接触到手,形成第一印象。通过对手的观察,可以判断出一个人的修养与卫生习惯,甚至对生活的态度。因此,应经常清洁自己的手部,并常修剪指甲。

另外,要注意避免在任何公众场合修剪指甲,这是不文明、不雅观的举止。最好不要留长指甲,这会给人不讲卫生的印象。手指甲的长度一般以不长过手指指尖为宜。

5. 保持口腔清洁

推销人员要坚持每天早晚刷牙,消除口腔异味,维护口腔卫生。一般的牙齿保洁应做到“三个三”,即三顿饭饭后都要刷牙,每次刷牙的时间不少于三分钟,每次刷牙的时间应在饭后三分钟内。

口腔异味会影响交际,谁都不愿意和一个有口臭的人交谈,如有必要,可以嚼口香糖来减少口腔异味。但应注意,在正式场合嚼口香糖是不礼貌的,与人交谈时也应避免。

6. 保持良好的心态和充足的睡眠

人体需要正常的新陈代谢,推销人员保持良好的心态和充足的睡眠,可以保证身体机能的正常运转,使其显得神采奕奕,精力充沛,给人以健康积极的感觉。

7. 保持发部整洁

头发是人的最高点,因为人们的发型多有不同,故它颇受别人的关注,保持发部整洁很有必要。

首先,应定期清洗头发。除了要注意采用正确的方式、方法外,最重要的是要对头发定期清洗,并且坚持不懈。推销人员应该养成周期性洗发的习惯,一般每周洗2~3次为宜。易出油的头发应该两天洗一次,干性的头发洗头间隔时间可稍长一些。只有经常坚持洗头,方可确保头发清爽飘逸且无异味。

其次,应常修剪头发。与清洗头发一样,头发修剪也要定期进行,并且持之以恒。在正常情况下,通常每半个月左右应当修剪一次自己的头发,至少要保证每个月修剪头发一次。

最后,应每天梳理头发。梳理头发应是每天必做之事,而且每天应当不止一次。按照常规,推销人员在下述情况下都应自觉梳理一下自己的头发:一是出门上班前;二是换装上岗前;三是摘下帽子时;四是下班回家时;五是其他必要时。

在梳理自己的头发时,还有三点应予以注意:① 梳理头发不宜当众进行。作为私人事务,梳理头发时应当避开外人。② 梳理头发不宜直接用手,最好随身携带一把发梳,以便必要时梳理头发之用。不到万不得已,千万不要以手指去代替发梳。③ 断发、头屑不应随手乱扔。梳理头发时,难免会产生少许断发、头屑等,随手乱扔,是缺乏教养的表现。

(二) 仪容的修饰

1. 发型

发型是构成仪容美的重要内容。如今,头发不仅可以表现出人的性别,还可以表现出一个人的道德修养、审美水平及行为规范。美观的发型能给人一种整洁、庄重、洒脱、文雅、活泼的感觉。人们可以根据一个人的发式判断出其职业、身份、受教育程度、生活习惯等,也可以看出其对生活和工作的态度。因此,推销人员必须根据自己的一些特点比如发质、服装、身材、脸型等选择合适的发型,充分展示自己的风采。

(1) 发型与发质。不同发质的人适合不同的发型。直而硬的头发容易修剪得整齐,因而设计发型时应尽量避免花样复杂,而应以修剪技巧为主,做成简单而又高雅大方的发型。女性可以梳理成披肩长发,会给人一种飘逸秀美的悬垂美感。细而柔软的头发比较服帖,可

塑性强,容易整理成型,适合做小卷曲的波浪式发型,显得蓬松自然;也可以梳成俏丽的短发,能充分体现自己的个性美。

(2) 发型与服装。一个人的发型与服装有着十分密切的关系。为了保证服饰的整体美,发型必须根据服饰的变化而变化。比如,穿着便装时,可以选择各式适合自己脸型的轻盈发型;而穿着礼服时,女性可选择盘发或者短发,这样就会显得端庄秀丽,高雅文静。再如,男士穿上笔挺的西装,同时梳理一个西装发型,就会显得风度翩翩。

(3) 发型与身材。发型的选择要注意与体型相协调。身材高瘦者,适合留长发,并且适当增加些发型的装饰性。身材矮小者,适宜留短发或盘发,因为露出脖子可以使身材显得高些,并可以根据自己的喜好,将发式做得精巧、别致些,追求优美、秀丽。身材较胖者,适宜梳淡雅舒展、轻盈俏丽的发式,尤其应注意将两侧束紧,使脖子亮出,这样会使人产生视错觉,感觉瘦一些。

(4) 发型与脸型。发型对人的容貌有极强的修饰作用,推销人员要根据自己的脸型选择发型。椭圆脸型任何发式都能与之配合;长脸型一般自然、蓬松的发型能增加美感,可将头发梳成饱满柔和的形状,使脸有较圆的感觉;方脸型头发宜向上梳,轮廓应蓬松些,而不宜把头发压得太平整,前额可适当留一些长发,但是不宜过长;圆脸型尤其适合纵向线条的垂直向下的发型或是盘发,会显得挺拔而秀气。

2. 美容化妆

美容化妆是修饰仪容的一种高级方法。在推销活动和日常的人际交往中,进行适当的化妆是必要的,这既是自尊的表现,也意味着对推销对象较为重视。一般情况下,女士对化妆更加重视。当然,美容化妆绝不只是女士的专利,男士也有必要进行适当的化妆。经过美容化妆,可以使推销人员精神充沛,焕发青春的光彩,更具有魅力。

美容化妆要注意以下一些方面:化妆的浓淡视时间而定,白天工作场合适宜化淡妆,夜晚要视具体情况而定;不能在公共场所化妆,在别人面前化妆,尤其是在顾客面前化妆是非常失礼的;如有必要化妆或修饰的话,要到化妆间或者其他适宜的地方进行;工作时间不要化妆,否则易被他人视为不务正业的人;不要评论他人的化妆,由于民族、肤色和文化修养的差异,每个人的化妆不可能都是一样的;男士化妆应简单清淡,化妆品不宜太多;不要使妆面出现残缺,否则会让人觉得低俗和慵懒;不要借用他人的化妆品,这样做既不卫生又不礼貌。



微课
化妆的禁忌

二、推销人员的仪表

仪表是一个人的外表,这里主要是指推销人员的服装和装饰两个方面。服装和装饰不但可以体现一个人的文化修养,也可以反映其审美情趣。穿着得体,不仅能赢得他人的信赖,给人留下良好的印象,而且还能够提高与人交往的能力。由此可见,仪表是一门艺术,也是一种语言。服饰是一个人给其他人第一印象的重要组成部分,雅致整洁的服饰不仅有无形的魅力,而且也是尊重别人的体现。

心理学家曾经做过的关于外表影响力的实验表明,第一印象的80%来自着装。服饰对推销人员而言,就像销售产品的外包装,包装如果粗糙,里面的产品再好,也会容易被人误解为是廉价的产品。日本推销界流行的一句话就是“若要成为第一流的推销人员,就先从仪表服饰做起”。

小贴士

有趣的小实验

曾经有这样一个实验：两位男士，一位西装笔挺，另一位穿沾满油污的工作服，在人行横道的红灯亮起而无过往车辆的时候穿越马路，结果，跟在前者之后的行人数量远远多于跟在后者之后的行人数量。由此可见仪表的重要性。

（一）着装的 TOP 原则

TOP 是三个英语单词的缩写，它们分别代表时间（time）、场合（occasion）和地点（place），即着装应该与时间、所处的场合和地点相协调。

1. 时间原则

不同时段的着装规则对女士尤其重要。男士有一套质地上乘的深色西装足以应付多种场面，而女士的着装则要随时间而变换。白天工作时，女士应穿着正式套装，以体现专业性；晚上出席酒会就须多加一些修饰，如换一双高跟鞋，戴上有光泽的佩饰，围一条漂亮的丝巾等。服装的选择还要适合季节气候的特点，保持与潮流同步。

2. 场合原则

衣着要与场合相协调。与顾客会谈、参加正式会议等，衣着应庄重考究，而在朋友聚会、郊游等场合，着装应轻便、舒适。例如，如果周围人都穿便装，自己却穿礼服就会感觉很轻松、很不自在；同理，如果以便装出席正式宴会，不但对宴会主人显得不尊重，也会令自己尴尬。

3. 地点原则

着装要与地点相协调。在自己家里接待客人，可以穿着舒适但整洁的休闲服。如果是去公司或单位拜访顾客，穿职业套装会显得专业一些。外出时要顾及当地的传统和风俗习惯，如去教堂、寺庙等场所，不能穿过露或过短的服装。

（二）着装的一般礼仪

1. 男士着装礼仪

对推销人员来说，西装是最理想的职业服装。西装稳重洒脱，最能体现销售活动的特点，代表企业形象。穿着西装时要注意以下几点：

（1）西装。西装最重要的不是价格和品牌，而是包括面料、裁剪、加工工艺等在内的许多细节。在款式上，应样式简洁，注重服装的质料、剪裁和手工。在颜色上最好是藏蓝色，年轻人可选择灰色、浅灰色，黑色西装适宜在各种仪式上穿。

（2）领带。穿西装一般应打领带，因为领带是点睛之笔。除了颜色必须与自己的西装和衬衫协调之外，领带还应干净、平整、不起皱。领带长度要合适，打好的领带尖正好触及皮带扣为宜，领带的宽度应该与西装翻领的宽度和谐。花色领带应尽量避免与花色衬衫搭配在一起。

（3）衬衣。正式场合穿西装，里边应穿单色衬衣，白色是首选。衬衣的领型、质地、款式都要与西装和领带协调，色彩上注意和个人特点相符合。衬衣的下摆要掖在裤子里。

(4) 袜子。袜子宜长不宜短,以坐下后不露出小腿为宜。袜子颜色要和西装协调,深色袜子比较稳妥,因为浅色袜子只能配浅色西装,不适合配深色西装。

(5) 鞋。鞋的款式和质地的好坏会直接影响到男士的整体形象。在颜色方面,最好选择黑色或深棕色的皮鞋,因为这两种颜色的皮鞋是不变的经典。浅色皮鞋只能配浅色西装,如果配深色西装会给人头重脚轻的感觉。休闲风格的皮鞋最好配单件休闲西装。无论穿什么鞋,都应注意保持鞋的光亮及干净,光洁的皮鞋会给人以专业、整齐的感觉。

男士穿西装的时候一定要注意避免以下一些情况:选择衣料不当、不注意熨烫;袖口留着标签;西装口袋里塞满物品,裤子上别着传呼机和手机、大串钥匙;上面穿一身笔挺西装,脚上却穿一双运动鞋。

2. 女士着装礼仪

女士着装以整洁美观、稳重大方、协调高雅为总原则,服饰色彩、款式、大小应与自身的年龄、气质、肤色、体态、发型等协调一致。

女士服装一般以西装、套裙为宜,这是最通用、最稳妥的着装,不论年龄,一套剪裁合体的西装、套裙和一件配色的衬衣或罩衫外加相配的小饰物,使女士看起来显得优雅而自信,会给顾客留下良好的印象。女士切忌穿太紧、太透和太露的衣服,也不要穿领口过低的衣服。夏天,内衣颜色应与外套协调一致,避免透出颜色和轮廓。否则,会让人感到不庄重、不雅致,也会给人轻佻之感。

女士穿鞋总的原则是应和整体协调,在颜色和款式上与服装相配。最好不要穿长而尖的高跟鞋,中跟鞋是最佳选择,既结实又能体现职业女性的尊严。设计新颖的靴子也会显得自信而得体,但穿靴子时,应该注意裙子的下摆要长于靴端。

女士的袜子,在时装设计师们看来,肉色是职业着装的最佳选择。穿西装、套裙,鞋袜的搭配一般是黑色高跟或半高跟皮鞋,肉色袜或连裤丝袜。裙摆的下面不宜露出袜口,以免破坏腿部的美感。

小案例

着装礼仪的重要性

一位女推销员在美国北部工作,一直都穿深色套装,提一个男性化的公文包。后来,她调到阳光普照的南加州,仍然以同样的装束去推销产品,结果成绩不够理想。于是,她改穿色彩浅的套装和洋装,换提一个女性化一点的皮包,以使自己有亲切感。着装的这一变化,使她的业绩提高了25%。可见,如何得体、适度地进行穿着已成为一门值得研究的学问。

(三) 装饰品的佩戴

随着生活水平的提高,人们越来越讲究装饰品的佩戴。巧妙地佩戴饰品能够起到画龙点睛的作用,因此,推销人员需要了解不同场合、不同条件下佩戴饰品的礼仪。

一般来说,佩戴的饰品不宜过多,否则会分散对方的注意力。佩戴饰品时,也应尽量选择同一色系,最关键的就是要与整体服饰搭配、统一起来。

1. 戒指

戒指一般只戴在左手上,而且最好只戴一枚,最多戴两枚。戴两枚戒指时,可戴在左手

两个相连的手指上,也可戴在两只手对应的手指上。戒指的佩戴可以说是一种语言的传递,往往暗示佩戴者的婚姻和择偶状况。戒指戴在中指上,表示已有了意中人,正处在恋爱之中;戴在无名指上,表示已订婚或结婚;戴在小手指上,则暗示自己是一位独身者;如果把戒指戴在食指上,表示无偶或求婚。有的人为了炫耀财富手上戴几个戒指,这在正式场合是不可取的。

2. 耳环

耳环是女性的主要首饰,其使用率仅次于戒指。耳环的形状各有不同,有的带坠子,有的不带坠子,选择耳环应考虑年龄及脸型。如圆形脸不宜佩戴圆形耳环,因为耳环的小圆形与脸的大圆形组合在一起,会加强“圆”的信号。方形脸也不宜佩戴圆形和方形耳环,因为圆形和方形共用,对比之下,方形更方,圆形更圆。

3. 项链

项链可大致分为金属项链和珠宝项链两大类。项链的佩戴应和自己的年龄及体型协调。如脖子细长的女士佩戴短项链,更显玲珑娇美;脖子短粗的人,应选择细长的项链。佩戴项链也要和服装相适应。例如,身着柔软、飘逸的丝绸衣衫时,宜佩戴精致、细巧的项链,这样可显得妩媚动人;穿单色或素色服装时,宜佩戴色泽鲜明的项链,这样,在首饰的点缀下,服装色彩可更显丰富、活跃。

4. 围巾

从外观上看,围巾有长巾、方巾、三角巾之分。随着人们生活水平和审美水平的提高,围巾的装饰作用越来越突出。女性可以根据场合、服装和当天的化妆、发型来选配围巾的色泽和款式。身材较高大者,围巾要宽大些,花型要小一些,色彩要柔和一些;较为纤弱者,围巾应短一些,花色可艳丽繁杂些。新潮的服装可以素雅围巾陪衬。另外,还要注意围巾的扎法,不同的扎法有不同的效果,如蝴蝶结显得婉约典雅,披肩式体现轻松自然、俏丽或有动态轻快的感觉。

5. 香水

法国著名设计师曾经说过,香水是服饰的最后搭配,它把服饰美烘托并升华到另一高度。香水使用有一些基本常识:味浓的香水适合在冬天、晚上使用,而清淡的香水则适合在夏天、白天使用;香水在出门前半小时使用,适宜涂在动脉跳动处,如耳后动脉处;香水应在清洁肌肤后使用,要尽可能与体味相协调。

三、推销人员的仪态

在推销活动中,推销人员不仅用自己的有声语言表达自己的情感和传递信息,还常常借助于各种无声的语言媒介,这些无声的语言媒介即仪态。行为专家认为,从某种意义上说,从仪态中洞察出来的信息更具有可靠性。因此,学会解读、掌握并灵活运用仪态这类无声语言,对于推销人员在推销活动中认识自己和顾客有很重要的意义。

仪态是人们在行为中呈现的各种形态。一个人的仪态包括日常活动的全部,如坐的姿势、走路的步态、站立的样子、对人的态度、说话的声音、面部的表情、一举手、一投足,都属于仪态。一个人受人尊重,并不在于其长相如何漂亮,而在于其具有良好的仪态。仪态可以说是推销人员一张无形的名片,顾客可以通过推销人员的仪态语言判断出其身份、地位、学识、

能力等,由此影响到双方的信任程度和交往的深度。

(一) 推销人员的站姿

1. 站姿的基本要求

站姿的基本要求是挺直、舒展、自然、亲切、稳重。站姿的标准做法是头正,双目平视,嘴唇微闭,下颌微收,面部平和自然;双肩放松,稍向下沉,身体有向上的感觉,呼吸自然;躯干挺直,收腹,挺胸,立腰;双臂放松,自然下垂于体侧,手指自然弯曲;双腿并拢立直,两脚跟靠紧,脚尖分开呈“V”字形,男子站立时,双脚可分开,但不能超过肩宽,女性既可站成“V”字形,也可站成“T”字形。站好后,从正面看,主要特点是头正、肩平、身直。从侧面看,主要轮廓线为挺胸、收腹、直腿。



微课
站姿礼仪

2. 推销人员应避免的站姿

在任何场合,推销人员都不要斜靠在门边或墙站立。两腿交叉站立也是十分不雅的,是一种轻浮的举动,极不严肃。同时,这种交叉腿的动作,也是一种防卫性信号。站立时,手也不宜插在腰间,这是一种含进犯性意识的姿势;也不可双手插于裤袋中,实在有必要时,可左手或右手插于左或右前裤袋中,但时间不宜过长;还要避免与人站立谈话时浑身扭动,东张西望,斜肩叉腰,这些均属轻薄举动,应注意避免。

小贴士

站姿心理学

背脊挺直、胸部挺起、双目平视的站立:说明有充分的自信,给人以“气宇轩昂”、“心情乐观愉快”的印象,属开放型。

弯腰曲背、略现佝偻状的站立:属封闭型,表现出自我防卫、闭锁、消沉的倾向,同时也表明精神上处于劣势,有惶恐不安或自我抑制的心情。

两手叉腰而立:是具有自信心和精神上优势的表现,属于开放型动作。对面临的事物没有充分心理准备是决不会采用这个动作的。

后腿交叉而立:表示一种保留态度或轻微拒绝的意思,也是感到拘束和缺乏自信心的表示。

双手插入口袋而立:具有不袒露心思、暗中策划、盘算的倾向;若同时配合有弯腰曲背的姿势,则是心情沮丧或苦恼的反映。

靠墙壁站立:有这种习惯者多是失意者,通常比较坦白,容易接纳别人。

背手站立者:多半是自信力很强的人,喜欢把握局势,控制一切。一个人若采用这种姿势处于人面前,说明他怀有居高临下的心理。

(二) 推销人员的坐姿

优雅的坐姿传递着推销人员自信、友好、热情的信息,同时也显示出高雅庄重的良好风范。坐姿要符合端庄、文雅、得体、大方的整体要求。

1. 正确的坐姿

坐时姿势要端正,上身正直稍向前倾,头平正,两眼平视,下巴往后收,脖子要直,胸部要挺起,脊椎骨和臀部成一直线,两臂贴身,自然下垂,两手随意放在腿



微课
坐姿礼仪

上,两腿间距同肩宽,两脚自然着地,要体现出稳重和端庄的神态。

2. 入座时的礼仪

出于礼貌,推销人员和顾客一起入座或同时入座时,要分清尊卑,应当先请对方入座,自己不要抢先入座。如果条件允许,在入座时最好从座椅的左侧接近,这样做既礼貌,而且也容易就座。在就座时,如果附近坐着熟人,应该主动跟对方打招呼,即使不认识,也应该先点点头。在公共场合,要想坐在别人身旁,还必须征得对方的允许,另外,还要放轻动作,不要把座椅弄得乱响。

3. 离座时的礼仪

离开座椅时,身边如果有人入座,应该用语言或动作向对方先示意,然后方可起身。离座时还要注意先后,和别人同时离座,要注意起身的先后次序。地位低于对方时,应该稍后离座;地位高于对方时,可以首先离座;双方身份相似时,可以同时起身离座。离座时起身要缓慢,最好动作轻缓,不要将座椅弄响,或将椅垫、椅罩弄得掉在地上。离开座位站定之后,方可离去。还要注意,和从左入座一样,从左离座也是一种礼节。

(三) 推销人员的走姿

最能体现出一个推销人员精神面貌的姿态就是走姿。从一个人的走姿就可以了解他是欢乐还是悲痛,是热情而富有进取精神还是失意而懒散,以及是否受人欢迎等。

1. 正确的走姿

行走是人体美的动态表现。一般来说,走路时应目光平视,头正颈直,挺胸收腹;以站姿为基础,面带微笑,眼睛平视;双肩平稳,双臂前后摆动自然且有节奏,摆幅以 $30^{\circ}\sim 50^{\circ}$ 为宜,身体要平稳,两肩不要左右晃动或不动,或一只手摆动另一只手不动;双肩、双臂都不应过于僵硬;重心稍前倾;步幅要适当,一般男士在70厘米左右,女士略小些,简单说就是两脚之间相距约一只脚或一只半脚,当然也因性别和身高有一定的差异。着装不同,步幅也不同,如女士穿裙装和穿高跟鞋时,步幅应小些;跨出的步子应是脚跟先着地,脚腕和膝盖要灵活,富于弹性;走路时应有一定的节奏感,走出步韵来。另外,走路时,男子要显示出阳刚之美;女性款款轻盈,显出阴柔之美。正确的走路姿势还有助于健美。

2. 不良走姿及注意礼节

行走最忌内外八字;也不要多人一起并排行走,不要搂肩搭背;不可弯腰驼背、摇头晃肩、扭腰摆臀,不要一步踏两三级楼梯;不可膝盖弯曲,或重心交替不协调,使得头先去而腰、臀后跟上来;不可走路时吸烟、双手插于裤兜;不可左顾右盼;不可无精打采,身体松垮;不可摆手过快,幅度过大或过小。

走路时还要注意一些礼节:要注意让道,年轻人让老年人,男士让女士,空手者让提拿货物者,拿轻货物者让携带重货物者,休闲散步者让赶路者,下级让上级,主人让客人;行走时要注意位次,两人并行,右为尊行,左为陪行;三人并行,中为尊行,左右为陪行;几人纵向行走,前为尊行,后为陪行;上楼梯前为尊行,后为陪行;下楼梯后为尊行,前为陪行;进出电梯和房门,前为尊行,后为陪行;在狭窄之处行走时,若无急事,最好将外侧让出,以便有事者迅速通过,还不宜多人并行,或停下来交谈;遇人问路,应给予帮助;不要指点路人,围观起哄。

(四) 推销人员的手势

手势是人们交往时不可缺少的动作,是最有表现力的一种体态语言,俗话说:“心有所

思,手有所指。”手的魅力并不亚于眼睛,甚至可以说手就是人的第二双眼睛。手势表现的含义非常丰富,表达的感情也非常微妙复杂,如招手致意,挥手告别,拍手称赞,拱手致谢,举手赞同,摆手拒绝;手抚是爱,手指是怒,手搂是亲,手捧是敬,手遮是羞等。手势的含义,或是发出信息,或是表示喜恶、表达感情,能够恰当地运用手势表情达意,会为交际形象增辉。使用手势应该注意以下几点:

(1) 在交往中,手势不宜过多,动作不宜过大,切勿“指手画脚”和“手舞足蹈”。

(2) 打招呼、致意、告别、欢呼、鼓掌属于手势范围,应该注意其力度的大小、速度的快慢、时间的长短,不可过度。

(3) 在任何情况下都不要用大拇指指自己的鼻尖和用手指指点他人。谈到自己时应用手掌轻按自己的左胸,那样会显得端庄、大方、可信。用手指指点他人的手势是不礼貌的。

(4) 一般认为,掌心向上的手势有诚恳、尊重他人的含义;掌心向下的手势意味着不够坦率、缺乏诚意等。攥紧拳头暗示进攻和自卫,也表示愤怒。伸出手指来指点,是要引起他人的注意,含有教训人的意味。因此,在介绍某人、为某人引路指示方向、请人做某事时,应该掌心向上,以肘关节为轴,上身稍向前倾,以示尊敬。这种手势被认为是诚恳、恭敬、有礼貌的。

(5) 有些手势在使用时应注意区域和各国的不同习惯,不可以乱用。因为各地习俗迥异,相同的手势表达的意思不仅有所不同,而且有的大相径庭。

(五) 推销人员的微笑

作为一名推销员,能否把自己的产品推销出去,往往取决于留给顾客的第一印象。第一次拜访顾客时,如果带着一张灿烂的笑脸进门,可以省去很多程序性的介绍和麻烦。呈递给顾客的第一张名片如果是笑容的话,对于顾客来说,这远比推销人员身上穿什么样的衣服更重要。作为推销人员,必须会笑,而美好的笑容是可以练出来的。过去不会微笑,从事了推销工作就必须学会微笑,这是推销职业最基本的要求。顾客能够很容易地区别虚假的微笑和真诚的微笑。真诚的微笑反复地出现,而且适时地出现;虚假的微笑很快便消失,通常是用于掩饰内心的焦躁或敌意。

微笑时,面部应平和自然,下颌向后收,嘴角微微上扬,牙齿微露,亲切和蔼,愉悦动人。

四、推销人员的言谈礼仪

在推销过程中,推销人员恰到好处地与顾客交谈,不仅可以表现出个人的亲切、友好与善意,还能够传递出对顾客的尊重,从而促使双方有更深入交流和理解,最终达成交易。

(一) 基本言谈礼仪

言谈体现一个人的礼仪修养,要遵守一定的礼仪规范,主要包括以下四点:

1. 态度端正

言谈正确的态度应该是热情、诚恳、稳重、平易近人。热情是言谈的基本要求,冷漠无情、无精打采、有气无力的言谈是没有感染力的,无法收到较好的效果。真挚、诚恳是言谈的基本态度,以诚为本,诚心待人,才能得到听者的信任。言谈还必须稳重,稳重是成熟的表现。只有稳重,才能给人安全感和信任感,任何轻佻的语言和表情、动作都是应当避免的。平易近人是要与听话人拉近距离,不能傲慢无礼、狂妄自大、盛气凌人。



资料

手语种种

2. 神情专注

神情专注是对人的一种尊重。谈话时要精力集中,不能左顾右盼,东张西望,也不能边说边做其他事情。交谈时翻书、看报纸都是不礼貌的。推销人员如果表现出漫不经心、心不在焉,也会影响对方的谈话兴趣,打消对方交谈的热情。比如,向顾客介绍产品的时候,眼睛不是看着顾客、产品或者资料,而是看着其他无关的内容,推销是很难成功的。

3. 内容适宜

谈话内容要根据交谈的实际情形而定。有明确话题时,谈话内容就要相对集中,不能东拉西扯,不着边际;没有明确话题时,则可以选择一些适当的话题,话题必须是健康有益的、对方感兴趣的、令人愉悦的。

4. 用语礼貌得体

谈话时,措辞要文雅得体,不脏不俗。文雅、文明、礼貌的谈吐,既是对对方的尊重,又能体现出自身的良好素质。常用的口语化的礼貌语主要有“您好”、“请”、“谢谢”、“对不起”、“再见”等。常用的书面化的礼貌语有下列几种:初次见面,说“久仰”;许久不见,说“久违”;等待客人,说“恭候”;客人到来,说“光临”;探望别人,说“拜访”;起身作别,说“告辞”;中途先走,说“失陪”;请人别送,说“留步”;请人批评,说“指教”;请人指点,说“赐教”;请人帮助,说“劳驾”;托人办事,说“拜托”;麻烦别人,说“打扰”;求人谅解,说“包涵”。

(二) 合理运用声音与声调

用明朗、愉快、充满魅力的声音,清楚地表达自己的意思是推销人员的义务。推销人员设法使自己和顾客的“节奏”合一,然后伺机将对方带进自己的“步调”中,将会取得很好的效果。推销人员在说话时要注意以下几点:保持明朗的声音;勿让听者的耳朵有紧张感;保持和顾客语速的一致性;懂得恰到好处的停顿;将热情显现于语言。

恰当、自然地运用声调,是顺利沟通和推销成功的条件之一。一般情况下,柔和的声调表示坦率和友善,在激动时会有颤抖,表示同情时略为低沉。推销人员还要注意勿用鼻音哼声,因为用鼻音哼声往往表示傲慢、冷漠、恼怒和鄙视,是缺乏诚意的,会引起人不快。

小案例

声调的魅力

意大利著名悲剧影星罗西应邀参加一个欢迎外宾的宴会。席间,许多客人要求他表演一段悲剧,于是他用意大利语念了一段“台词”,尽管客人听不懂他的“台词”内容,然而他那动情的声调和表情,凄凉悲怆,不由使大家流下同情的泪水。可一位意大利人却忍俊不禁,跑出会场大笑不止。原来,这位悲剧影星念的根本不是什么台词,而是宴席上的菜单。

第二节 推销人员的日常交际礼仪

推销人员的日常交际礼仪是推销人员在日常的各种交往活动中所应具有的相互表示尊重、敬意、友善的合理行为规范与惯用形式。在现代推销活动中,准确把握交际礼仪的基本特点与要求,掌握日常接打电话、日常见面、推销拜访、餐饮和馈赠礼品等礼仪礼节要求,对于推销人员提高工作效率,加强各方面的理解与支持,加强相互间交往的深度与合作层次,都有重要的作用。

一、电话礼仪

电话是一种常见的推销工具,推销人员每天要接打大量电话,因此,熟悉电话礼仪就显得很有必要。电话礼仪包括人们在使用电话时所应遵守的种种规范,即在使用电话时语言、态度、举止等方面的规范等。电话礼仪被视为推销人员个人形象的重要组成部分。

(一) 接电话的礼仪

1. 及时接电话

电话铃响的时候,要及时去接,不要怠慢。一般应在电话铃响三声之前接起,最好响第二声后就提起话筒。如果响的时间久了才接,一般要说明原因并致歉。

2. 拿起电话的问候语

在正式的交往中,接电话时拿起话筒所讲的第一句话,也有一定的要求,常见的有以下三种形式:

(1) 以问候语加上单位、部门的名称以及个人的姓名。这种形式最为正式,例如,“您好!智鹏公司销售部刘××”。

(2) 以问候语加上单位、部门的名称,或是问候语加上部门名称。它适用于一般场合,例如,“您好!智鹏公司销售部”。

(3) 以问候语直接加上本人姓名。它仅适用于普通的人际交往场合。例如,“您好!刘××”。

需要特别注意的是,在正式交往中,不允许接电话时以“喂,喂”或者“你找谁呀”作为“见面礼”,尤其不允许一张嘴就毫不客气地查对方的“户口”,一个劲儿地问对方“你是谁呀”或“有什么事儿呀”之类的问题。

3. 认真倾听,积极应答

接电话时应当认真听对方说话,而且不时有所回应,如“是”、“对”、“好”、“请讲”、“不客气”、“我明白了”,或用语气词“唔”、“嗯”、“嗨”等,让对方感到你是在认真听。精力不集中、答非所问,或者一边听一边同身边的人谈话,都是对对方的不尊重。

4. 重点重复,做好记录

当顾客打来电话订货时,可能会说产品名称或编号、什么时间要或取,这时不仅要记录



微课
电话礼仪

下来,还应该要求对方复述一遍,以确认无误。推销人员要随时牢记“5W1H”技巧。所谓“5W1H”,是指 when(何时)、who(何人)、where(何地)、what(何事)、why(为什么)、how(如何进行)。在推销工作中这些资料都是十分重要的,对接打电话来说也具有同样的重要性。电话记录既要简洁又要完备。

5. 礼貌地挂断电话

当电话交谈结束时,可询问对方还有没有别的事情,当对方说“再见”时,也应该说“再见”。挂电话时,一般由上级、长辈先挂;双方职级相当时,一般由主叫方先挂。挂断电话前的礼貌不可忽视,要确定对方已经挂断电话,才能轻轻挂上电话,切不可挂电话太快速,对方放下电话之前就听到“嘟嘟”的声音。

(二) 打电话的礼仪

1. 提前做好准备

打电话前一般要有所准备,有明确的目的,如果要谈的内容较多,可在纸上列出。尤其是业务电话,内容涉及时间、数量、价格,有所记录是很必要的。另外,和电话另一端的对方沟通时要表达意思的每一句话该如何说,都应该有所准备,若有必要的话,提前演练到最佳。在电话沟通时,要注意语气变化,态度真诚;言语要富有条理性,不可语无伦次前后反复,让对方产生反感或觉得啰嗦。

2. 合理选择时间

推销人员首先要考虑在什么时间打电话最合适。按照惯例,最好选择双方预先约定的时间,或者选择对方方便的时间。如果不是特别熟悉或者有特殊情况,一般不要在早7点以前、晚10点以后打电话,也不要用餐时间和午休时间打电话。另外,推销人员还要合理控制通话时间。电话礼仪有一个“三分钟原则”,在正常的情况下,一次打电话的全部时间应当不超过三分钟。除非有重要问题必须反复解释、强调,一般在通话时都要有意识地简化内容,尽量简明扼要。如果事情复杂,通话时间较长,就应征求一下对方的意见,并在结束时表示歉意。

3. 礼貌的开头语

当对方拿起听筒后,首先应该问候对方,如“您好”等,然后报出自己的姓名或单位,并说出自己要找的人,如果对方接电话时没有自报家门,就应首先确认对方的身份再自报家门。

4. 用声调传达感情

在通话时推销人员应吐字清晰、语言流利、声调平和,这样能使人感到悦耳舒适;还应语速适中、声调清朗、热情洋溢、富于感情,使对方能够感觉到在对他微笑,这样富于感染力的电话,容易打动对方,并使其乐于双方进一步对话。

5. 要找的人不在时的应对

(1) 直接结束通话。在事情不是很紧急,而且自己还有其他的联系方式的情况下,可以直接用“对不起,打扰了,再见”结束通话。

(2) 请教对方联系的时间或其他可能联系的方式。这种方式通常在比较紧急的情况下采用,具体的说法是:“请问我什么时候再打来比较合适?”或“我有紧急的事情,要找张经理,不知您有没有其他的联系方式?”不管对方是否提供了其他的联系方式,都应该礼貌地说

“再见”。

(3) 请求留言。如果要找的人不在,或恰巧不能接电话,最好是用礼貌的方式请求对方转告。留言时,要说清楚自己的姓名、单位名称、电话号码、回电时间、转告的内容等。在对方记录下这些内容后,最后不要忘记问:“对不起,请问您怎么称呼?”对方告知后要用笔记录下来,以备查找。

6. 礼貌的结束语

打完电话,推销人员一定要记住向顾客致谢,如“感谢您用这么长时间听我介绍,希望能给您带来满意,谢谢,再见”。另外,一定要等顾客先挂断电话,推销人员才能轻轻挂下电话,以示对顾客的尊重。

二、见面礼仪

见面礼仪是指在与他人见面时应当遵循的礼节、规范和行为准则,主要包括握手、介绍、名片的递送等礼仪规范。见面是推销人员与顾客交往的第一步,为了给顾客留下良好的第一印象,取得推销的成功,推销人员必须熟悉和掌握见面礼仪。

(一) 握手礼仪

握手是在社交场合中,相互见面和离别时,以及在相互介绍时表示热情、礼貌、致意的常见礼节,握手是人际交往和销售活动中常见的见面礼。握手看似简单,但握手动作的主动与被动、力量的大小、时间的长短、面部的表情、视线的方向等,往往表现出握手人对对方的礼遇态度。



微课

握手礼仪

1. 握手的顺序

握手时双目应注视对方,微笑致意或问好。在平辈的朋友中,相见时先出手为敬;在长辈与晚辈之间、上级与下级之间,应是前者先伸手,后者先问候,待前者伸手后,后者才能伸手相握;在男士与女士之间,女方伸手后,男方才能伸手相握,如女方无握手之意,男方可点头或鞠躬致意,倘若男方已是祖辈年龄,则男方先伸手也是适宜的;在主宾之间,主人应先伸手,客人再伸手相握,但客人辞行时,应是客人先伸手表示辞行,主人才能握手告别。如要同许多人握手,应当先同性后异性,先长辈后晚辈,先职位高者后职位低者,先已婚者后未婚者。握手总体上要坚持上级优先、长辈优先、主人优先、女士优先的原则。在社交和商务场合,当别人不按先后顺序的惯例而已经伸出手时,应毫不迟疑地立即回握。拒绝他人的握手是不礼貌的。

2. 握手的方法与力量

和新顾客握手时,应伸出右手,掌心向左虎口向上,以轻触对方为准(如果男士和女士握手,则男士应轻轻握住女士的手指部分),时间控制在1~3秒钟,轻轻摇动一至三下。握手力量轻重要根据双方交往程度确定。和新顾客握手应轻握,但不可绵软无力;和老顾客应握重些,表明礼貌、热情。

3. 握手的注意事项

握手时一定要用右手,即便是左撇子也要伸出右手,因为这是约定俗成的。另外,在握手时还要注意细节。与他人握手时,应目光注视对方,微笑致意,不可心不在焉、左顾右盼,

不可戴帽子和手套与人握手。男士之间可以握得紧一些久一些,但不能让对方感到疼痛。男女之间握手时间要短些。右手握住后,左手又搭在其手上,是我国常用的礼节,表示更为亲切,更加尊重对方。

小贴士

握手的由来

握手最早发生在人类刀耕火种的年代。那时,在狩猎和战争时,人们手上经常拿着石块或棍棒等武器。他们遇见陌生人时,如果大家都无恶意,就要放下手中的东西,并伸开手掌,让对方抚摸手掌心,表示手中没有藏武器。这种习惯逐渐演变成今天的握手礼节。

(二) 介绍礼仪

在社交场合,人们可能充当的介绍角色有三种:为他人做介绍、被他人介绍和自我介绍。

1. 为他人做介绍的礼仪



微课
自我介绍的技巧

为他人做介绍是指介绍不相识的人相识,或是把一个人引见给其他人相识的过程。在社交活动中,为他人做介绍的先后顺序大体上有四种:①把男士介绍给女士,即把男士引见给女士而不是相反。唯有在女士面对尊贵人物时,才可以反过来介绍。②把晚辈介绍给长辈,即优先考虑被介绍人双方的年龄差异,通常适用于同性之间。③将客人介绍给主人,它适用于来宾众多的场合,尤其是主持人与客人不都相识的时候。④把职位低者介绍给职位高者,它适用于比较正式的场合。总的来说,介绍的先后顺序应坚持受到特别尊重的一方有了解对方的优先权的原则。

2. 被他人介绍的礼仪

一般身份地位高者出入社交场合与某人相识时,常常由他人来介绍。作为被介绍者,在这时要表现出结识对方的诚意。介绍人开始介绍时,除贵宾与长者或者女士外,一般被介绍者应起立,并以正面面向对方,不能只看介绍人,还要看着引见认识方的眼睛。随着介绍人的介绍,向对方点头致意,或用一些感叹词来呼应介绍人的介绍。

3. 自我介绍的礼仪

在推销活动中,由于人际沟通或业务上的需要,推销人员经常要做自我介绍。掌握好自我介绍的艺术是非常有必要的。

(1) 要寻找适当的机会。推销人员首先应考虑当时的特定场合是否适宜进行自我介绍,若是对方正与他人交谈,或是正忙于工作,或是大家精力集中在某人或某件事情上的时候,或对方心情欠佳、疲惫不堪时做自我介绍效果不会太好。如果对方一个人独处,或大家闲谈出现冷场时进行自我介绍,就不会显得很唐突,而且对方会很愉快、很乐意地接受自我介绍。

(2) 要有真诚而谦恭的态度。自我介绍时,介绍者就是当事人,要先向对方点头致意,得到回应后再向对方报出自己的姓名、身份、单位及其他有关情况,语调要热情友好,态度要谦恭有礼,眼睛要注视对方。

(3) 要根据不同的环境,运用不同的方法。可以采取主动的自我介绍方式,以此引起对方的呼应;也可以采取被动的自我介绍方式,即首先婉转地询问对方:“先生您好!请问我该

怎样称呼您呢?”待对方做完自我介绍,再顺其自然地介绍自己。

(三) 名片礼仪

名片是推销人员应具备的一种常用的交际工具,推销人员在和顾客交谈时,递给顾客一张名片,不仅是很好的自我介绍,而且与顾客建立了联系。名片使用时也要遵守一些礼仪。



微课

名片礼仪

1. 名片使用基本礼仪

推销人员初次见到顾客,首先要以亲切的态度打招呼,并报上自己的公司名称,然后将名片递给对方;名片夹应放在西装的内口袋里,不应从裤子口袋里掏出,更不要从裤子后口袋里掏出;递接名片时最好用双手,名片的名字向着顾客,最好拿名片的下端,让顾客易于接受;如果是事先约好才去的,顾客对推销人员已有一定了解,或有人介绍,就可以在打招呼后直接面谈,在面谈过程中或临别时,再拿出名片递给对方,以加深印象,并表示保持联络的诚意;对方递给名片时,应该用左手接,不过右手应立刻伸出来,两手一起拿着名片;接过后要点头致谢,不要立即收起来,也不应随意玩弄和摆放,更不要像验钞一样弹一弹,而应认真读一遍,要注意对方的姓名、职务、职称,并轻读不出声,以示敬重。对没有把握念对的姓名,可以请教一下对方,然后将名片放入自己的手提包、名片夹中,不可随手扔到桌子上或随便放入口袋里。

2. 名片的妙用

推销人员去拜访顾客时,若对方不在,可将名片留下,顾客回来后看到名片,就知道推销人员来过。把注有时间、地点的名片装入信封发出,可以代表正规请柬,又比口头或电话邀请显得正式。向顾客赠送小礼物,如让人转交,则可以随带名片一张,并附几句恭贺之词。熟悉的顾客家中如果发生了大事,不便当面致意,也可寄出名片一张,既省时省事,又可表示礼貌和关心。

三、拜访与接待礼仪

拜访与接待是推销活动中不可缺少的礼仪活动,是推销人员的日常工作之一,健康、正常的拜访接待对于建立联系、交流信息、沟通情感等有着其他活动不可替代的作用。

(一) 拜访礼仪

在推销过程中,拜访顾客可以说是最基础的日常工作,市场调查需要拜访顾客、新品推广需要拜访顾客、销售促进需要拜访顾客、顾客维护还是需要拜访顾客。很多推销人员都有同感:只要顾客拜访成功,产品推销的其他相关工作也会随之水到渠成。拜访也应遵循一些基本的礼仪规范。

1. 事先约定时间和地点

推销人员应事先打电话说明拜访的目的,并约定拜访的时间和地点。不要在顾客刚上班、快下班、异常繁忙、正在开重要会议时去拜访,也不要再在顾客休息或用餐时去拜访。

2. 做好准备工作

推销人员要认真阅读拜访对象的个人和公司资料,准备好拜访时可能用到的一些资料,检查各项携带物是否齐备(如名片、笔和记录本、电话本、磁卡或现金、计算器、公司和产品介绍、合同等),明确谈话主题、思路和话语。

3. 如期而至

推销人员在出发前,最好与顾客通电话再次确认一下,防止临时发生变化。出发前还要选好交通路线,算好时间,确保提前5~10分钟到达。如因故迟到,应向顾客道歉。如果预计不能按约好的时间抵达,必须提前告诉对方,而且迟到的时间一定要多估计一些,以防二次失信。

4. 会见拜访对象

推销人员在会见拜访对象时,如拜访对象的办公室关着门,应先敲门,听到“请进”后再进入,然后问候、握手、交换名片。顾客请人奉上茶水或咖啡时,应表示谢意。会谈时要注意称呼、遣词用字、语速、语气、语调。会谈过程中,若无急事,不要打电话或接电话。

5. 告辞

推销人员应根据对方的反应和态度来确定告辞的时间和时机。推销人员说完告辞就应起身离开座位,不要久说或久坐不走。告辞时应和对方握手,并感谢对方的接待。如果办公室门原来是关闭的,出门后应轻轻把门关上。顾客若要相送,应礼貌地请顾客留步。

(二) 接待礼仪

1. 准备

从迎访的角度来讲,来访分为礼节性来访、事务性来访和私人来访。推销活动中很多是事务性来访,对于这类来访,推销人员要想方设法替顾客节省时间,并且要尽可能使顾客满意而去。因此,推销人员要事先做好准备工作,如搞好室内卫生、备好待客用品等,为了向顾客表示敬意,还要注意修饰自己的仪表,穿着要得体。

2. 迎接

如要迎接来自外地的顾客,应按事先约定的时间专程前往车站或机场迎接,接到顾客后应致以问候和欢迎。对附近初次登门的顾客,也应该到门口或楼下迎接。迎接顾客时还要同时说一些问候语或欢迎语,如“欢迎,欢迎”、“一路辛苦啦”等。

3. 周到待客

顾客进门后,应请顾客在上座就座。顾客就座后要热情上茶或糖果、饮料。与顾客谈话,态度要诚恳、热情,不要频频看表,不要显示出厌倦或者不耐烦的样子,不要边做别的事情边与顾客谈话,这样是对顾客的不尊重。

4. 送客

有人说,“在人际交往中,好的开场好似一束鲜花,给人愉快;精彩的告别是一杯芬芳的美酒,令人回味。”当顾客起身告辞时,推销人员和在场的人应起身道别。送客一般应送到楼下或者门外,待顾客伸出手来握别时,方可以握手,切不可在送客时先出手。送客时应该目送顾客远去,挥手致意,并道以“欢迎再来”。

四、餐饮礼仪

从古到今,无论是庆功还是会朋交友,设宴款待都是最常用的好方法,美食往往会起到人们意想不到的效果。现在,邀宴已成为非常有潜力的一种推销工具,许多人相信餐桌是绝

佳的会谈地点,愉悦放松的用餐状态非常有利于双方进一步达成共识。但是,推销人员如果不懂得一些基本的餐饮礼仪,就可能会使个人和公司形象大打折扣。

小案例

掌握餐饮礼仪的必要性

在希特勒举行的一次宴会上,一位中国使节按照在国内进西餐的习惯,用餐巾去揩拭刀叉,殊不知这种做法极不礼貌,仿佛是责备刀叉不干净。希特勒见此情形,立即命令侍者将全体客人的餐具一律重新更换,让那位中国使节很窘迫难堪。

李鸿章在出使德国时也出过类似的洋相。当时,李鸿章应俾斯麦之邀前往德国赴宴,由于不懂西餐礼仪,他把一碗吃水果后洗手用的水端起来喝了,当时俾斯麦不了解中国虚实,为不使李鸿章丢丑,他也将洗手水一饮而尽。见此情形,其他官员也只得忍笑奉陪。今天,东西方之间的交往日益频繁,了解餐桌上的礼仪对于推销人员来说也十分必要。

(一) 餐桌礼仪

餐桌上有许多应注意的礼仪,而这些礼仪常被忽视。

(1) 入座后姿势应端正,脚踏在本人座位下,手肘不得靠桌沿,手不得放在邻座背上,也不可以在入座后眼睛盯着盘中的菜肴,显示出迫不及待的样子,或用手玩弄餐具等。用餐一般在主人示意开始后,客人才可以开始。

(2) 开始用餐时须温文尔雅,从容安静,不能狼吞虎咽。嘴里有食物时,不要张口与人交谈。嘴角和脸上不可留有食物残余,吃进口的东西不能吐出来,如是滚烫的食物,可喝水或果汁缓解,嘴内的鱼刺和骨刺不要直接往外吐。若不懂得某道菜的吃法,可以观察或借鉴别人的吃法,大方地请别人指导,不要不懂装懂,闹出笑话。进餐的速度宜与男女主人同步,不宜太快,也不宜太慢。照顾他人时,要使用公共筷子和汤匙。自己手上持刀叉,或他人在咀嚼食物时,均应避免说话或敬酒。

(3) 用餐时两肘应该向内靠,不宜向两旁张开,碰及邻座。剔牙时要用手指挡住嘴,咳嗽、打喷嚏时,应转身低头用手绢或餐巾纸捂着,转回身时说声“抱歉”。说话时不可喷出唾沫,嘴角不可留有白沫。不可高声谈话,影响他人。

(二) 餐巾礼仪

在餐桌坐定之后,应该展开餐巾,放在双膝上端的大腿上,切勿挂在西装领口上。使用餐巾时,最重要的一点是,除非站起来,否则它应该随时盖在膝盖上。还要注意,不要用餐巾擦拭餐具,这样的话主人会认为客人嫌餐具不洁,也不可用餐巾擦鼻涕或擦脸。在用餐时,不管因为任何理由必须离开餐桌,均应将餐巾放在座椅上而非桌面上。当大家都要离开餐桌时,将餐巾大致折叠一番,但不必折得很整齐,然后再离席。若主人将餐巾放在桌子上,则表示宴会结束。

(三) 筷子礼仪

筷子是中餐中最主要的进餐用具。在长期的生活实践中,人们对使用筷子也形成了一些基本礼仪,遵从这些礼仪是很有必要的。一般来说,在等待就餐时,不要拿筷子随意敲打。餐前发放筷子时,要把筷子一双双理顺,然后轻轻地放在每个人的餐具前,如相距较远时,可

以请人递过去,不能随手掷在桌子上。筷子不要一横一竖交叉摆放,而且要摆放在碗的旁边,不能搁在碗上。如果在用餐中途因故暂时离开,要把筷子轻轻搁在桌子上或餐碟边,不能插在饭碗里。在夹菜的时候,不能用筷子在菜盘里翻来翻去,而且在夹菜时不要一路滴汤,也不要张嘴吮吸筷子。在说话时,不要把筷子当做道具,在餐桌上乱舞。

(四) 敬酒礼仪

人们在实践中形成了一些敬酒礼仪,如果不注意的话会产生一些误会。敬酒可以在饮酒的过程中随时进行。一般情况下,不管是否会喝酒,在主人的盛情之下都应该将面前的杯子斟满,不要生硬拒绝别人的敬酒,或用手蒙在杯子上坚决不喝。作为主人应先为主宾斟酒,若有长辈、首长、远道的客人,应先为他们斟酒,若没有,应按顺时针方向依次斟酒。斟酒时要斟满,但不能溢出来。如果客人不胜酒力或是需要开车,就不要反复劝酒。还要注意,在敬酒时应目光注视对方,面带微笑,以简短、适合的话祝酒,会饮酒的客人应回敬。作为客人,主人为自己斟酒时,应以手扶杯子或欲扶杯子表示恭敬和礼貌。有人提议干杯后,要手拿酒杯起身站立。即使是滴酒不沾,也要拿起杯子。碰杯的时候,应该让自己的酒杯低于对方的酒杯,表示对对方的尊敬。可以直接和对方碰杯,也可以用酒杯杯底轻碰桌面,当离对方比较远时,通常采用后一种方式。

五、馈赠礼仪

馈赠是指人们为了向他人表达自己的情意,而将某种物品不求报偿地送给对方。它是人际交往活动中的重要内容,能起到联络感情、加深友谊、促进交往的作用。所以,馈赠活动越来越受到人们的重视,掌握一定的馈赠礼仪是非常必要的。

(一) 礼品的选择

1. 礼品要投其所好

选择礼品时一定要考虑周全,有的放矢,投其所好。送礼的对象多种多样,由于各自的阅历、爱好不同,对物品的喜好也各不相同,因此,送礼者在送礼前必须了解受礼者的年龄、性格特征、身份地位、民族习惯等情况,并针对不同对象的不同情况,精心挑选合适的礼品,满足各自不同的需求。要尽量让受礼者感觉到馈赠者在礼品选择上是花了一番心思的,是真诚的。

2. 明确送礼的目的

送礼前,送礼者要弄清因何事送礼,以便选择合适的礼品,取得良好的效果。不同的送礼目的,选择的礼品是不一样的。馈赠礼品的目的一般有三种:① 为了交际。这种情况下,礼品的选择要使礼品能反映送礼者的寓意和思想感情,并使寓意和思想感情与送礼者的形象很好地结合起来。② 为了巩固和维系人际关系,即“人情礼”。人情礼强调礼尚往来,以“来而不往非礼也”为基本准则。因此,礼品的种类、价值的大小,档次的高低、包装的式样、蕴含的情义都呈现多样性和复杂性。③ 为了酬谢。这类馈赠是为答谢他人的帮助而进行的,因而在礼品的选择上要强调其物质利益,礼品的轻重取决于他人帮助的性质。

3. 尊重禁忌

由于各国的历史、文化、风俗习惯及宗教信仰方面的影响,不同国家、不同民族的人经

历、兴趣和习惯不同,会对同一礼品有不同的态度。因此,在送礼时应尊重受礼者的禁忌,不要送出不适当的礼品。

(二) 赠送的时机

送礼一般要考虑时机,合理的时机把握会起到更好的效果。通常送礼的时机有以下两种情况:一是需要向对方表达自己的友情时;二是需要对对方曾给予的恩惠进行回报时。送礼时机的把握一般有以下几种:

(1) 传统的节日。如春节、中秋节等,都可以作为馈赠礼品的黄金时间。

(2) 喜庆之日。晋升、获奖、厂庆等日子,应考虑备送礼品以示庆贺。

(3) 企业开业庆典。在参加一些企业的开业庆典活动时,要赠送花篮、牌匾或室内装饰品以示祝贺。

(4) 酬谢他人。当自己接受了别人的帮助时,事后为了表示感谢,可送些礼品。

(三) 赠送的礼仪

要使对方愉快接受馈赠并不是件容易的事情,即便是精心挑选的礼品,如果不讲究赠送的艺术和礼仪,也很难达到预期效果。

1. 注意包装

精美的包装不仅使礼品的的外观更具艺术性和高雅的情调,显示出赠礼人的文化艺术品位,还可以避免给人俗气的感觉。包装的颜色要挑受礼者喜欢的颜色。另外,要记得在包装之前去掉礼物上的价格标签。但如果礼品是有保修期的“大物件”,如家用电器、计算机等,可以在赠送礼品的时候把发票和保修单一起附上,以便将来受礼人能够享受“三包”服务或方便其转手处理。



资料
国家领导人送
礼的玄机

2. 注意场合

赠礼场合的选择是十分重要的,要看礼品的性质。通常情况下,当众给一群人中的某一个人赠礼是不合适的,给关系密切的人送礼也不应该在公开场合进行。只有象征着精神方面的礼品,如锦旗、牌匾、花篮等才可在众人面前赠送。

3. 注意态度和动作

赠送礼品时,只有态度平和友善、动作落落大方,双手把礼物送给受礼者,并简短、热情、得体地加以说明,表明送礼的原因和态度,受礼者才更容易接收礼品。那种悄悄或者像做贼似的将礼品置于桌下或房中某个角落的做法,不仅达不到馈赠的目的,效果甚至会适得其反。

4. 注意时机

一般赠礼应选择相见、道别或相应的仪式上,这样的时机最为恰当。随着交往的日益增多,送礼的最佳时机在一些方面已形成惯例。例如,在会见和会谈时,向主人赠送礼品,一般应当选择在起身告别之际;拜访、赴宴、道喜、道贺时向对方赠送礼品,通常选择在双方见面之初相赠;出席宴会时向主人赠送礼品,可选择在起身辞行时进行,也可选择在餐后吃水果时进行。

本章小结

推销礼仪是指推销人员在与产品交易有关的各种经济行为中应当遵循的一系列礼仪规范。推销礼仪具有沟通推销人员与顾客双方、协调双方、展示推销人员及企业形象的作用。本章主要介绍了推销人员的个人礼仪和推销人员的日常交际礼仪。

个人礼仪是社会个体的生活行为规范与待人处世原则的体现,是个人仪容、仪表、仪态、言谈等方面的个体规定。仪容指的是人的容貌长相,由人的面容、发式及身体所有未被服装装饰的肌肤所构成。仪表是一个人的外表,这里主要是指推销人员的服装和装饰两个方面。服装和装饰不但可以体现一个人的文化修养,也可以反映其审美情趣。仪态是人们在行为中呈现的各种形态,一个人的仪态包括日常活动的全部,如坐的姿势、走路的步态、站立的样子、对人的态度、说话的声音、面部的表情等。在推销过程中,推销人员恰到好处的言谈礼仪,不仅可以表现出个人的亲切、友好与善意,还能够传递出对推销对象的尊重,从而促使双方有更深入的了解和理解,最终达成交易。

推销人员的日常交际礼仪是推销人员在日常的各种交往活动中所应具有的相互表示尊重、敬意、友善的合理行为规范与惯用形式。在现代推销活动中,准确掌握日常接打电话、日常见面(介绍、握手、名片使用)、拜访接待、餐饮和馈赠礼品等礼仪礼节,对于推销人员提高工作效率,加强各方面的理解与支持,加强相互间交往的深度与合作层次,都有重要的作用。

思考练习

1. 推销人员的仪容如何才能做到自然美?
2. 国际通行的着装的 TOP 原则的具体内容是什么?
3. 推销人员为什么必须要注意仪态美? 做到仪态美要注意哪几个方面?
4. 推销人员在接打电话时应注意哪些礼仪?
5. 推销人员在就餐时应注意哪些礼仪?
6. 推销人员在馈赠礼品时应注意哪些礼仪?

案例分析

某公司员工礼仪的八大要求

一、公司内应有的礼仪

第一条 职员必须仪表端庄、整洁。

职员头发要经常清洗,保持清洁,男性职员头发不宜太长。

指甲不能太长,应经常注意修剪。女性职员涂指甲油要尽量用淡色。

男性职员胡子不能太长,应经常修剪。

保持口腔清洁,上班前不能喝酒或吃有异味食品。

女性职员化妆应给人清洁健康的印象,不能浓妆艳抹,不宜用香味浓烈的香水。

第二条 工作场所的服装应清洁、方便,不追求修饰。

无论衬衫是什么颜色,衬衫的领子与袖口不得污秽。

男性职员外出前或要在众人面前出现时,应佩戴领带,并注意与西装、衬衫颜色相配。领带不得肮脏、破损或歪斜松弛。

鞋子应保持清洁,如有破损应及时修补,不得穿带钉子的鞋。

女性职员要保持服装淡雅得体,不得过分华丽。

职员工作时不宜穿大衣或过分臃肿的服装。

第三条 在公司内职员应保持优雅的姿势和动作。

站姿:两脚脚跟着地,脚尖分开约 45° ,腰背挺直,胸膛自然,颈部伸直,头微向下,使人看清面孔。两臂自然下垂,不耸肩,身体重心在两脚中间。会见顾客或出席仪式站立场合,或在长辈、上级面前,不得把手交叉抱在胸前。

坐姿:应尽量坐端正,把双腿平行放好,不得傲慢地把腿向前伸或向后伸,或俯视前方。要移动椅子的位置时,应先把椅子放在应放的地方,然后再坐。

公司内与同事相遇应点头行礼表示致意。

握手时用普通站姿,并目视对方眼睛。握手时脊背要挺直,不弯腰低头,要大方热情,不卑不亢。

进入房间,要先轻轻敲门,听到应答再进。进入后,回手关门,不能大力、粗暴。进入房间后,如对方正在讲话,要稍等静候,不要中途插话,如有急事要打断说话,也要看好机会。而且要说“对不起,打断您的谈话”。

递交物件时,如递文件等,要正面、文字对着对方递上去;如是钢笔,要把笔尖向自己,使对方容易接住;至于刀子或剪刀等利器,应把刀尖向着自己。

走通道、走廊时要放轻脚步。无论在自己的公司还是访问的公司,在通道和走廊里不能一边走一边大声说话,更不得唱歌或吹口哨等。在通道、走廊里遇到上司或顾客要礼让,不能抢行。

二、日常业务中的礼仪

第四条 正确使用公司的物品和设备,提高工作效率。

公司的物品不能野蛮对待或挪为私用。

及时清理、整理账簿和文件,对墨水瓶、印章盒等使用后应将盖子及时关闭。

借用他人或公司的东西,使用后及时送还或归放原处。

工作台上不能摆放与工作无关的物品。

公司内以职务称呼上司。同事、客户间以先生、小姐等相称。

未经同意不得随意翻看同事的文件、资料等。

第五条 正确、迅速、谨慎地接打电话。

电话来时,听到铃响,至少在第二声铃响前取下话筒。通话时先问候,并自报公司、部门。对方讲述时要留心听,并记下要点。未听清时,及时告诉对方,结束时礼貌道别,待对方切断电话,自己再放话筒。

通话简明扼要,不得在电话中聊天。

对不指名的电话,判断自己不能处理时,可坦白告诉对方,并马上将电话交给能够处理的人。在转交前,应先把对方所谈内容简明扼要地告诉接收人。

工作时间内,不得打私人电话。

三、和客户的业务礼仪

第六条 接待工作及其要求。

在规定的接待时间内不缺席。

有客户来访,马上起来接待,并让座。

来客多时以序进行,不能先接待熟悉客户。

对事前已通知来的客户,要表示欢迎。

应记住常来的客户。

接待客户时应主动、热情、大方、微笑服务。

第七条 介绍和被介绍的方式和方法。

无论是何种形式、关系、目的和方法的介绍,应该对介绍负责。

在直接见面介绍的场合,应先把地位低者介绍给地位高者。若难以判断,可把年轻的介绍给年长的。在自己公司和其他公司的关系上,可把本公司的人介绍给其他公司的人。

给一个人介绍很多人时,应先介绍其中地位最高的或酌情而定。

男女间的介绍,应先把男性介绍给女性。男女地位、年龄有很大差别时,若女性年轻,可先把女性介绍给男性。

第八条 名片的接受和保管。

名片应先递给长辈或上级。

把自己的名片递出时,应把文字向着对方,双手拿出,一边递交一边清楚说出自己的姓名。

接对方的名片时,应双手去接,拿到手后,要马上看,正确记住对方姓名后,将名片收起。如遇对方姓名有难认的文字,马上询问。

对收到的名片妥善保管,以便检索。

问题

1. 该公司的礼仪规范还有哪些需要改善的地方?
2. 该公司的礼仪规范对你有何启发?