金牌导购方法论卡（新员工培训版）

来源：陈桂芳深度访谈逐字稿（2026-09-10，岚光电器济南历下旗舰店，培训组小柳整理）｜适用：入职 0~3 个月门店新员工

· 萃取纪律声明：本卡组只收录访谈中有实质动作支撑的方法，未做行业常识补写；受访者闲谈与吐槽不入选；自相矛盾之处如实并列，不替读者选边。

· 数字口径：文中"八成""四成""六成多""三十七台""十个人里有四个"等均为访谈自述，未核系统数，进正式课件前建议删或核。

· 合规声明：所有承诺性话术（补贴层级、锁价三天、价保三十天补差、安装费另收三百八）需与现行公司政策核对后方可进课件。人物与公司均为仿真素材。

一、方法论卡组（5 张 + 1 张红线卡）

卡 1｜进店"三十秒四看"判断法

适用场景：任何顾客进店的前 30 秒；含批量客户识别的特殊场景。

操作步骤：

1. 先不急着开口，看四样东西：鞋子、手、眼神、谁做主（前三样为师傅原版，第四样为本受访者补充）。
2. 看鞋——穿运动鞋、拖儿带女进来的，多半是随便看看或被孩子闹着来的：先安顿孩子（递颗糖），让大人耳朵清静，他才听得进你说话；别急着报价。
3. 看手——拎本店旧机型购物袋、手机壳磨烂还在用的：讲实惠，跟他算账（一年电费差多少钱这类）。
4. 看眼神——进门直接往高端展区瞟的：千万别先讲便宜款，一讲他就走，他觉得你不懂他。
5. 看谁做主——两口子来的，注意说话的是谁：付款的未必是拍板的；若拍板的是太太，夸人（"她有眼光"）胜过夸机器。
6. 【特殊场景】穿工装、戴安全帽直接进店：这是给工地宿舍买批量机，别当零售做——直接给工程价表、留电话。
7. 判断错了不用道歉，直接"换频道"，用一句夸奖衔接（例："其实您真挺懂行的，这款是我们店的门面款"）——人都愿意听夸。

判断标准：30 秒观察后，你应能回答"这位顾客对什么话有反应"：实惠账、面子、孩子，还是批量采购。

> **她说：***"人一进店，我基本三十秒心里就有数了。"*

常见错误：一进门就急着报价格；对高端眼神的顾客先推便宜款。

注意事项与边界：这是初判不是定性，允许试错、靠"换频道"兜底；工程价表涉及报价权限与审批流程，新人须先确认本店规矩（见二次访谈清单）。

原文出处：访谈第一段"人一进店，我基本三十秒心里就有数了……第一看鞋子……第二看手……第三看眼睛……第四看谁做主……穿工装戴安全帽直接进来的……判断错就赶紧换频道嘛"。

卡 2｜开场一句话与让道纪律

适用场景：完成进店判断后的第一次搭话。

操作步骤：

1. 不说"随便看看啊，有需要叫我"——这话等于赶人走。
2. 只问一句："家里现在是啥情况，是想换还是新添？"
3. 顾客接话→顺着往下聊；不接话也正常→笑着给他让个道，保持距离，不贴身跟。

判断标准：约八成顾客会接这一句（访谈自述，未核系统数）；不接话本身就是"先给我空间"的信号。

> **她说：***"跟着最烦人，我自己买东西也烦那种贴身翻译的。"*

常见错误：无差别使用"有需要叫我"式寒暄；顾客未开口就贴身跟随讲解。

注意事项与边界：让道不等于放弃服务，是退到"顾客回头能找到人"的距离。

原文出处：访谈第一段"我不说‘随便看看啊有需要叫我’……就这一句，八成人会接。他不接也正常，那你就笑着给他让个道，别跟着"。

卡 3｜以旧换新：讲"时候"，不讲"折价"

适用场景：以旧换新、置换类谈判；顾客对旧机残值或补贴时机犹豫。

操作步骤：

1. 折旧句："您这台旧机今年折旧的速度比您想象快，明年评估价只会更低，这是政策的事，不是我嘴说的。"——把降价归因于外部政策，不归因于销售话术。
2. 补贴句：说明当前补贴叠加结构（受访者口径为国补+店补+厂家补三层、"干九年就今年最全"）——具体层级与比例须按现行政策核对后填入。
3. 留白句："您今天不定，我不劝。您把旧机评估单拍照留着，您随时来我都按今天的给您锁三天。"——承诺性话术，须门店政策支持方可使用。

判断标准：顾客"回来"的动力来自他觉得占了主动权——是他选你，不是你追他（"十个人里有四个第三天就回来了"，访谈自述）。

> **她说：***"多数导购把它讲成"折价"，我就讲"时候"。"*

常见错误：越强调"便宜"，顾客越觉得有水分；当场强推逼单。

注意事项与边界："锁价三天"若属门店政策须有书面依据；若属个人行为，新人不要模仿口头锁价（见二次访谈清单与卡 R1 红线）。

原文出处：访谈第二段"多数导购把它讲成‘折价’，我就讲‘时候’。我就讲三句话……我干九年，就今年这个样子最全过……您随时来我都按今天的给您锁三天……是他选我，不是我追他"。

卡 4｜价格攻坚：先分类，再动作

适用场景：顾客说"嫌贵"，或拿线上/同行的低价来比价。

操作步骤：

1. 先分辨"嫌贵"是哪一种：真没钱，还是装没钱。
2. 真没钱→给他挪方案：合适面积/容量的机型为主，差价咬不动就别硬撑高端。
3. 装没钱→别再谈钱，回到使用场景（例："您晚上十点开机，那个静音模式下风声音小得像啥啥"）——把"贵"这件事变远，把"用"这件事变近。
4. 差一个台阶→顾客其实要买、只是怕买贵了被家里人念叨：主动给价保卡（受访者口径为"三十天降价补差、公司统一、就是很多人不发"）——发放流程与现行有效性须核对。

5. 遇到比价→欢迎，当场拿顾客手机搜索；搜完后补三问：这个价安装费是否另收（受访者口径三百八，待核政策）？延保给不给？出问题谁上门快？再给确定性背书："我柜台上，您出个问题直接找我"＋店龄九年，跑不了和尚跑不了庙。

判断标准：顾客是在犹豫钱，还是在要"不被买贵"的安全感——前者改方案，后者给凭证。

> **她说：***"顾客要的就是这句话。"*

常见错误：对真没钱的顾客硬推高端；避讳顾客比价、不敢当场搜。

注意事项与边界：本卡是店内当场促成动作；与卡 5"第三次开口之前不报价"（离店跟进场景）分属两个场景，不可混用——详见"访谈矛盾点"第 3 条。

原文出处：访谈第二段"嫌贵分两种，真没钱和装没钱……把贵这件事变远，把用这件事变近……你就主动给他个‘价保卡’，写明白三十天降价补差……比价我欢迎，我就当场拿他手机搜……顾客要的就是这句话"。

卡 5｜跟进节奏"一不追、二发图、五讲变"与老客户"回锅"

适用场景：未成交单离店后的跟进；老客户经营与转介绍。

操作步骤：

1. 跟进·当天：绝不追问"您考虑得咋样了"。只发一条——把顾客关心的那一两个点整理成一张图（或两台风量差别这类对比小视频），一个字不用多说。
2. 跟进·第二天：发"使用现场"（仓库师傅实拍安装、别家客户用上），不是产品海报；配一句与其家相关的具体建议（"您昨天问的安装位，这种管子这样走最利索"）。
3. 跟进·第五天：才讲"变化"（今天来了两台同型号／到货颜色少了一台）。只讲眼睛看到的，没有就不编——编一次，客户就再不信你。
4. 跟进·全程纪律：第三次开口之前不报价。很多人第二下就把底价报了，报完就没牌了。
5. 回锅·装机后第 3 天必回访：一个电话，只问水电顺不顺、声音习不习惯，不说别的。
6. 回锅·延保/服务到期前 1 个月：把延保或清洗服务提一嘴。
7. 回锅·平时帮客户办事不等他买：问尺寸就帮查，邻居家洗衣机震就上门调底脚，不收钱。
8. 回锅·转介绍只留白不开口：从不直接说"帮我介绍两个"，只在回访最后顺一句"您小区要是有人问，您就说找历下店陈桂芳就行"（替换为你的姓名/门店）。他愿意，自然来——你开口要，他是"帮你"；你留白，他是"得意"：他懂行，他有得显摆。

判断标准：跟进内容每一拍都要"新"（新图、新现场、新变化），且必须真实；转介绍的成功标志是客户主动带人来（受访者口径：介绍过来的单一大半是"他一句话的事"，"金钥匙"材料称转介绍占比四成——均访谈自述）。

> **她说：***"人心是换出来的，不是要出来的。"*

常见错误：当天追问考虑结果；第二次接触就报底价；用产品海报代替使用现场；编造"快没货了"。

注意事项与边界："直接找我"式个人背书与员工个人绑定，其休假/离职后的承接方式需公司层面口径（见二次访谈清单）。

原文出处：访谈第三段"我的节奏是‘一不追、二发图、五讲变’……第三次开口之前，我不报价……装机后第三天必回访……我帮客户办事从来不等他买……人心是换出来的，不是要出来的……您小区要是有人问，您就说找历下店陈桂芳就行"。

卡 R1（红线·新人禁止动作）｜公司文件没落地之前，往后价格一句都别说

性质：受访者自述失败案例 + 她本人点名"这条你们培训一定要写上"。

案例经过（访谈自述）：曾有客户磨价，她凭厂家群里"明年型号要升级"的通知，口头推断"下个月肯定比这个价低，您到时候来我给您补差"。结果厂家政策临时变了没降价，客户拿这句话来闹，最后店长贴了 300 元优惠券平事。

规则：话术归话术。往后价格（降价、补差、锁价承诺），公司文件没落地之前，一句都别多说。

她说：*"这条你们培训一定要写上，年轻人最爱犯这个毛病。"*

适用范围：一切涉及未来价格的口头承诺。店内当场可给的书面凭证（如公司统一的价保卡）不在此列——前提同样是政策现行有效。

原文出处：访谈第二段"我一般不乱承诺，上次有个客户磨我……最后还是店长贴了三百块优惠券平的事。所以话术归话术，往后价格这种事，公司文件没落地之前，一句都别多说"。

二、候选人标注（推导项 / 待确认项）

项	类型	说明
"不贴身跟客"的服务响应标准	由态度推导，建议与本人确认	源句"跟着最烦人，我自己买东西也烦那种贴身翻译的"属个人体验陈述，访谈中的落地动作仅"笑着让个道"；能否泛化为门店服务标准请确认
"人心是换出来的，不是要出来的"	价值观陈述，按原话引用	作卡 5 的"她说"引语使用，不扩写为通用理论
补贴三层叠加、锁价三天、价保三十天补差、安装费另收三百八	承诺性话术，待核政策	均须与现行公司政策核对后才能进课件（萃取目标口径要求）
"八成人会接""十个里四个第三天回来""三十七台""六成多""四成转介绍"	数字口径，未核系统数	全部标注"访谈自述，未核系统数"；正式课件建议删除或补核

三、访谈矛盾点（如实并列，不选边）

1. "我一般不乱承诺" vs 她自述承诺过补差——非隐藏矛盾：受访者本人已将该失败消化为红线（卡 R1），卡组按"原则＋失败案例＋她自己的结论"如实呈现。
2. 零售散客"别急着报价格" vs 安全帽批量客"直接给工程价表"——表面相反，实为零售/批量两类场景的分工；判据建议二次访谈与本人确认。
3. "第三次开口之前不报价" vs 遇"要台阶"顾客主动给价保卡"立马下单"——前者是离店跟进纪律，后者是店内促成动作。两条规则若不写清场景边界，新人可能学成"永远不谈价"而错过当场成交。卡 4、卡 5 已分别标注边界，建议培训讲课时显式强调。

四、值得二次访谈的问题清单（访谈提及但未展开，不猜内容）

1. 工程价表的内容、报价权限与审批来源；批量客"留电话"之后的成交流程（上季度三十七台大单怎么落地的）。
2. 跟进"当天一张图/对比小视频"是否有门店统一素材或模板支持，新人从哪取。
3. 价保卡的发放流程与权限；为什么"很多人不发"——是习惯问题还是流程不清。
4. "锁价三天"是她个人做法还是门店政策；兑现依据与期限口径。
5. 延保/清洗服务到期前"提一嘴"的具体话术（访谈未展开）。
6. "出问题直接找我陈桂芳"的个人背书，在她休假、轮岗或离职后如何承接。
7. 师傅"三看"原版方法的出处，是否存在成型带教模板。

五、与主题无关内容（供核对萃取纪律，未进卡）

内容	位置	处理
打卡机故障、迟到补卡，请托问行政	中段音频 00:14:32–00:16:40	不萃取。虽隐含"响应速度"话题，但属吐槽非方法
食堂红烧肉分量吐槽	中段同上	不萃取
闺女初三转学、夫妻暑假争吵	中段同上	不萃取
下月当伴娘试衣服	第二段末闲谈	不萃取
配偶听"富硒羊奶粉讲座"、两万八套餐被数落	第二段末闲谈	不萃取（涉及对营销手法的情绪评价，非工作方法）
"课件别写我具体销售额，店长看见眼红"	结尾	非方法，但作为落地约束遵守：本卡组仅引用比例/台数并标注"访谈自述"，未出现任何金额（卡 R1 中"300 元优惠券"为失败案例事实要素，非业绩数字，保留）

整理：执行会话 HX-33，2026-09-18。依据素材：00-总控/素材/HX-33/ 两份文件原样使用；经发起人 2026-09-18 确认 5+1 卡结构与颗粒度后成稿。（仿真素材，人物与公司均为虚构）