**【奢侈品销售(英)】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【Luxury Selling（English）】**

一、基本信息

**课程代码：**【2060682】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【工商管理（奢侈品管理专业）】

**课程性质：**【系级必修课】

**开课院系：珠宝学院****奢侈品管理系**

**使用教材：**

教材【Robin, L. and Genevieve, T, **Selling Luxury**, John Wiley& Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.】

【奢侈品销售的艺术，罗宾·伦特（Robin Lent）, 热纳维耶芙·图尔著，机械工业出版社2016年5月1日，ISBN: 9787111537090】

参考书目【Original title: Il racconto della moda Dalla Preistoria ai nostril giorni Translation title : Fashion: The Ultimate History of Costume From Prehistory to the Present Translation : Kevin Krell 】

【The trainee text material from Louis Vuitton Moët Hennessy Corp.】

【奢侈品应该这样卖，[日]岩仓正枝著，田龙姬译，中华工商联合出版社2008年】

**课程网站网址: www.gench.edu.cn**

**先修课程：** 【微观经济学（双语） 2060533    （ 4学分）

管理学（双语）   2120052        （3学分）】

二、课程简介

奢侈品销售课程旨在让学生更好地了解奢侈品零售所涉及的问题。更具体地说，学习目标包括对零售运营管理的深入理解，以及客户体验的重要性，因此学生可以为他们未来在奢侈品行业的职业生涯做好充分准备。此外，还增加了服务管理的基本概念，因为销售实际上是管理客户和员工之间的服务体验。线上与线下的融合以及视频与线下融合都受到了重视，因为这会影响奢侈品客户的客户体验。本课程的目的是提供奢侈品销售理论的严格基础，并为学生提供知识/销售技能，这些技能可用于奢侈品销售领域或其他相关职业。

本课程介绍如何使商品在豪华环境中独树一帜？如何与客户建立信任关系？如何建立能够持续数十年甚至一生的客户忠诚度？如何利用销售技巧或与客户沟通来提高品牌价值。面对不同客户最重要的方法是什么？如何在豪华环境中交叉销售？如何分析客户心理并运用销售技巧做出购买决策？如何从不同的角度了解您的客户？

三、选课建议

销售奢侈品是一门基础专业课程，适合准备工作的工商管理和奢侈品管理专业学生。

四、课程与专业毕业要求的关联性（

|  |  |
| --- | --- |
| 专业毕业要求 | 关联 |
| LO111：倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求. | ● |
| LO332：熟悉消费者行为分析和市场分析的方法，掌握销售的技能，能够与顾客良好的沟通，达成销售。 | ● |
| LO412：诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 | ● |
| LO712：助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 | ● |

备注：LO=learning outcomes（学习成果）

五、课程目标/课程预期学习成果

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期****学习成果** | **课程目标****（细化的预期学习成果）** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO111 | 倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。 | 情境教学法：设计不同客户的消费场景，教学生如何倾听客户的意见，并从客户故事中观察他们。 | 课堂练习和讨论  |
| 2 | LO332 | 熟悉消费者行为分析和市场分析的方法，掌握销售的技能，能够与顾客良好的沟通，达成销售。 | 基于任务的语言教学：指导学生学习奢侈品销售案例，在整个教科书中使用销售和培训顶级销售大使的优秀经验。 | 课堂练习和演讲评估 |
| 3 | LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 | 视听方法：故事学习和视频观看 | 课堂讨论 |
|  | L0712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 | 互动交流型的教学法：讨论如何成为一个优秀的人，引导学生培养一个人的最佳品质。 | 课堂讨论 |

六、课程内容

**Introduction: Module overview**

1.Define luxury

2.The history of luxury

3.The current situation of China’s luxury market

4.The creation of a unique customer journey

5.The logic behind this creation

**Part one: Initial Thoughts**

1. The vital Role of sales Ambassador
2. In the eyes of the customer, the Sales Ambassador is the brand
3. Loyalty begins with the first contact
4. Keep in mind how to like to be treated
5. There are customers behind customers
6. The incredible loss from one lost customer
7. The emotional side of the purchase
8. The island vacation or the earrings?
9. The price is only one of the factors
10. The “Wow” comes when you go beyond expectations
11. Discretion and confidentiality

**Part two: The Frame of Mind of the Sales Ambassador**

1. Be a person before being a sales Ambassador
2. Turn every contact into an experience
3. Get inside the customer’s story
4. Congratulate customer
5. Compliment your customer
6. Every complaint is an opportunity
7. The other competitor
8. Service costs nothing
9. The great danger of prejudices and preconceived idears
10. Work as a team player
11. Relationships and mistakes

**Part Three:** **The Savoir-Faire of the Sales Ambassador**

1. The successful selling style
2. Life is a celebration
3. Use each contact to inform and educate
4. The power of timing
5. Time is a precious sales tool
6. The art of using silence
7. Music as a metaphor for selling
8. Select the words you use carefully
9. Tones, rhythms, and volumes
10. The competition, your customers, and your advantages
11. Personalize your service
12. Pleasure comes from consistency
13. Maintain your energy
14. Make someone’s day
15. Each telephone contact is anther opportunity
16. Analyze the sales you made
17. Analyze the situation when the customer did not buy

**Part Four: Preparing to Sell**

1. The impact of the right atmosphere on customers
2. Luxury is in the details
3. Keep the service level up even when things are busy
4. Prepare your selling tools
5. Know what you have in stock
6. Learn how each creation was crafted
7. Know what is happening in your city

**Part Five: Welcoming and Discovering the Customer**

1. A greeting needs a smile

2. Your body language speaks louder than words

3. Listening with your eyes

4. The importance of discovery

5. The gift purchase

6. The power of questions

7. Be a careful listener

8. Find out how your customer feels about your brand

9. Make statements to obtain information

10.Introduce yourself

11.Just looking

12.The art and importance of reformulation

**Part Six Proposing, Romancing, and Handling objections**

1. Keep your proposals simple
2. Create curiosity
3. Handle everything you sell as a precious object
4. Position the offer
5. Make clever use of the light
6. Romance your creations to enhance the emotions
7. Storytelling
8. Invite the customer to try to on the model
9. “Wrap” the price as if it were a gift
10. The art of exploring “let me thing about it”
11. Prepare for dealing with objections

**Part Seven: Concluding and Making Additional Sales**

1. Be aware of buying signals
2. Tips to conclude
3. Suggest the best solution
4. The importance of reassuring when concluding
5. “Picture” the purchase
6. Advise customers about maintaining their purchase
7. Suggest ways of offering a gift
8. The additional sale

**Part Eight: Building Customer Loyalty**

1. Loyalty comes from offering gifts linked to the purchase
2. Offer two business cards
3. Make a good last impression
4. Every departure is a preparation for another visit
5. Loyalty comes from remembering your customers
6. The database is an essential tool
7. Celebrate the newborn
8. Build loyalty by staying in touch
9. Ask for a referral
10. Customer after-sales service and the broken dream
11. The ideal after-sales service scenario

**Past Nine:** **Career Development Path in Luxury Field**

1. How to choose your career?
2. How to plan your career path in different step?
3. Constantly Changing luxury environment how to impact your career
4. How to developing your sales ability in the China luxury market?

**Part Ten: Have Professional Qualities**

1. How to build your professional ability?
2. Improve your professional qualities
3. Patriotism, dedication, integrity, and friendship

简介：模块概述

1.定义奢侈

2.奢侈品的历史

3.中国奢侈品市场现状

4.创造独特的客户旅程

5.这种创造背后的逻辑

第一部分：初期准备

1.销售大使的重要作用

2.在客户眼中，销售大使就是品牌

3.忠诚始于第一次接触

4.记住如何喜欢被对待

5.客户背后有客户

6.一个失去的客户带来的难以置信的损失

7.购买的情感方面

8.海岛度假还是耳环？

9.价格只是因素之一

10.当你超出预期时，“哇”就来了

11.自由裁量权和保密

第二部分：销售大使的心态

1.在成为销售大使之前先做好人

2.将每一次接待都变成一次体验

3.了解客户的故事

4.祝贺客户

5.赞美你的客户

6.每一次投诉都是一次机会

7.其他竞争对手

8.服务不收费

9．偏见和先入为主的想法的巨大危险

10.团队合作

11.关系和错误

第三部分：销售大使的智慧

1.成功的销售风格

2.生活是一场庆典

3.使用每个联系人来告知和教育

4.计时的力量

5.时间是宝贵的销售工具

6.使用沉默的艺术

7.音乐作为销售的隐喻

8.仔细选择你使用的单词

9.音调、节奏和音量

10.竞争对手、客户和优势

11.个性化服务

12.快乐来自始终如一

13.保持精力

14.为某人庆祝一天

15.每次电话联系都是另一个机会

16.分析你的销售额

17.分析客户未购买时的情况

第四部分：准备销售

1.正确的氛围对客户的影响

2.奢华在细节

3.即使在繁忙的情况下也要保持服务级别

4.准备好销售工具

5.知道你有什么库存

6.了解每个创作是如何制作的

7.了解你所在城市的情况

第五部分：欢迎和发现客户

1.问候需要微笑

2.你的肢体语言比言语更响亮

3.用眼睛倾听

4.发现的重要性

5.礼品购买

6.问题的力量

7.做一个细心的倾听者

8.了解客户对品牌的感受

9.发表声明以获取信息

10.自我介绍

11.只是看看

12.重新制定的艺术和重要性

第六部分 提出建议、浪漫过程和处理异议

1.保持你的建议简单

2.创造好奇心

3.把你出售的一切都当作珍贵物品

4.定位报价

5.巧妙利用光线

6.让你的创作特别浪漫以增强情感

7.讲故事

8.邀请客户试用样品

9.像礼物一样“包装”价格

10.探索“让我想想”的艺术

11.准备处理异议

第七部分：结束和追加销售

1.注意购买信号

2.总结技巧

3.建议最佳解决方案

4.总结时的安慰的重要性

5.“描绘”购买

6.建议客户保持购买

7.建议赠送礼物的方式

8.追加销售

第八部分：建立客户忠诚度

1.忠诚来自于提供与购买相关的礼物

2.提供两张名片

3.留下美好的最后印象

4.每次离开都是为下次访问做准备

5.忠诚来自于记住你的客户

6.数据库是必不可少的工具

7.庆祝新生儿

8.通过保持联系建立忠诚度

9.请求转介绍

10.客户售后服务与破碎的梦想

11.理想的售后服务场景

第九部分：奢侈品领域的职业发展道路

1.如何选择职业？

2.如何在不同阶段规划职业道路？

3.不断变化的奢侈品环境如何影响你的职业生涯

4.如何发展您在中国奢侈品市场的销售能力？

第十部分：具备职业素养

1.如何培养你的专业能力？

2.提高你的专业素质

3.爱国、奉献、正直和友谊

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 神秘访客调研报告 | 30% |
| X2 | 案例分析 | 30% |
| X3 | 课堂报告PPT | 40% |

七、评价方式与成绩

撰写人：吴璠 系主任审核签名：吴璠

审核时间： 2023-02-20