# 销售技巧培训心得总结(大全13篇)

作者：心灵之眼 更新时间：2024-04-02

*总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。那么，我们该怎么写总结呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。销售技巧培训*

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。那么，我们该怎么写总结呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**销售技巧培训心得总结篇一**

开年销售技巧培训是每年初的一项重要活动，它旨在通过提升销售人员的销售技巧和能力，以保证公司在新的一年中取得良好的销售业绩。我作为公司的一名销售人员，有幸参加了今年的培训，从中获取了许多宝贵的经验和技巧。

第二段：沟通技巧与客户关系管理。

在培训中，我了解到沟通技巧是销售人员必备的重要能力。在与客户交流时，我们需要倾听客户的需求并引导他们表达更多信息。同时，我们也需要学会灵活运用不同的沟通方式，根据客户的个性和偏好，选择合适的沟通途径和方式。在加强沟通的同时，客户关系管理也成为了我的关注重点。通过培训，我学习了如何与客户建立良好的关系，维护和巩固现有客户的忠诚度，并积极开发新客户，从而实现销售业绩的增长。

第三段：销售技巧与产品知识。

除了沟通技巧和客户关系管理，培训还注重培养我们的销售技巧和产品知识。在销售过程中，了解和熟悉产品的特点、优点和使用方法是至关重要的。通过培训，我学习到了如何向客户介绍产品的特点和优势，并能够根据客户的需求和好处，个性化地推销产品。同时，我还了解到了销售技巧对于销售过程的重要性，比如如何提出合理的价格、有效的谈判和处理客户反馈等。这些技巧的运用可以帮助我更好地与客户进行销售互动，提高销售的成功率。

第四段：市场分析和竞争对手分析。

在销售过程中，了解市场和竞争对手的情况也是十分必要的。通过培训，我学习了如何进行市场分析，从而了解市场需求和趋势，能够更好地把握销售机会。同时，对竞争对手的分析也为我提供了宝贵的参考和借鉴。通过学习竞争对手的产品、定价、市场占有率等信息，我可以更好地制定销售策略，优化销售方案，并提供与竞争对手的差异化销售优势。

第五段：总结与展望。

通过参加开年销售技巧培训，我受益匪浅。培训让我对销售工作有了更深入的了解，同时也提高了我的销售技巧和能力。在今后的工作中，我将继续努力，将培训所学的技巧应用到实际销售中，不断提升自己的销售业绩。我相信，通过不懈的努力和学习，我能成为一名出色的销售人员，为公司创造更好的销售业绩。同时，我也期待明年的培训能够进一步深化我的销售能力，为公司的发展做出更大贡献。

以上就是我对于今年开年销售技巧培训的心得体会。通过这次培训，我不仅积累了宝贵的经验和技巧，同时也认识到了销售工作的重要性和挑战。我相信，在公司的支持和培训的指导下，我会不断成长和进步，为公司的销售业绩做出积极的贡献。

**销售技巧培训心得总结篇二**

规则1：报价要高过你所预期的底牌，为你的谈判留有周旋的余地。谈判过程中，你总可以降低价格，但决不可能抬高价格。因此，你应当要求最佳报价价位（maximum plausible position），即你所要的报价对你最有利，同时买方仍能看到交易对自己有益。

你对对方了解越少，开价就应越高，理由有两个。首先，你对对方的假设可能会有差错。如果你对买方或其需求了解不深，或许他愿意出的价格比你想的要高。第二个理由是，如果你们是第一次做买卖，若你能做很大的让步，就显得更有合作诚意。你对买方及其需求了解越多，就越能调整你的报价。这种做法的不利之处是，如果对方不了解你，你最初的报价就可能令对方望而生畏。如果你的报价超过最佳报价价位，就暗示一下你的价格尚有灵活性。如果买方觉得你的报价过高，而你的态度又是“买就买，不买拉倒”，那么谈判还未开始结局就已注定。

当谈判进入中期后，要谈的问题变得更加明晰。这时谈判不能出现对抗性情绪，这点很重要。因为此时，买方会迅速感觉到你是在争取双赢方案，还是持强硬态度事事欲占尽上风。 如果双方的立场南辕北辙，你千万不要力争！力争只会促使买方证明自己立场是正确的。买方出乎意料地对你产生敌意时，这种先进后退的方式能给你留出思考的时间。

在中局占优的另一招是交易法。任何时候买方在谈判中要求你做出让步时，你也应主动提出相应的要求。如果买方知道他们每次提出要求，你都要求相应的回报，就能防止他们没完没了地提更多要求。

终局：赢得忠诚

步步为营（nibbling）是一种重要方法，因为它能达到两个目的。一是能给买方一点甜头，二来你能以此使买方赞同早些时候不赞同的事。

赢得终局圆满的另一招是最后时刻做出一点小让步。强力销售谈判高手深知，让对方乐于接受交易的最好办法是在最后时刻做出小小的让步。尽管这种让步可能小得可笑,例如付款期限由30天延长为45天，或是免费提供设备操作培训，但这招还是很灵验的，因为重要的并不是你让步多少，而是让步的时机。

你可能会说：“价格我们是不能再变了，但我们可以在其它方面谈一下。如果你接受这个价格，我可以亲自监督安装，保证一切顺利。”或许你本来就是这样打算的，但现在你找对了时机，不失礼貌地调动了对方，使他做出回应：“如果这样，我也就接受这个价了。”此时他不会觉得自己在谈判中输给你了，反会觉得这是公平交易。

为

什么

不能一开始就直接给予买方最低报价?让对方容易接受交易是其中缘由之一。如果你在谈判结束之前就全盘让步，最后时刻你手中就没有调动买方的砝码了。

交易的最后时刻可能会改变一切。就象在赛马中，只有一点最关键，那就是谁先冲过终点线。

你应能自如地控制整个谈判过程，直到最后一刻。

1、当发现感兴趣的商业信息或公司时，会直接填写\"询价单\"，发送\"询价\"。

在报价前，仔细查看\"询价单\"尤为重要。查看公司资料是否完整、可信，询价产品的规格、型号等信息是否详劲

专业

。如果信息简单、含糊，是可疑询价的，可回复要求或置之不理。例如可回复：\"要货可以，但必须为款到发货；不提供样品，但可以先付样品费及运输费购买样品\"。

2、通过贸易通立即询价或发送\"询价文件\"。这时，切忌欣喜万分即刻报价。

1）可通过\"贸易通\"询问详细情况、产品要求、交易方式等。如果客户不愿意详细介绍，也不具体细问他要的产品情况，便需提防对方套价了。

2）详细了解对方基本信息，查看\"网络名片\"、\"商友档案\"以及\"公司介绍\"，迅速掌握客户第一手资料。如果资料不完整、简单或可疑的，需谨慎判断。也可通过贸易通深入打探对方，或要求直接电话、当面接洽。

3）要求对方发送\"公司注册、工商执照等\"扫描图片或\"询价单\"。

3、有些客户会在发送\"询价单\"时选择\"手机短信\"进行询价。或直接发?quot;询价内容\"，或短信留言提醒查看询价。

遇到这种情况，不要盲目报价。可与对方取得联系，详细询问状况，或仔细查看对方资料、询价单内容；或了解需求做好准备、判断后再报价。如果对方资料和需求简单，甚至不接您的电话，便有所可疑。

《销售技巧与谈判技巧培训》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

-->

-->

-->[\_TAG\_h3]销售技巧培训心得总结篇三

随着新年的来临，许多企业都会为销售团队组织开年销售技巧培训。我所在的公司也不例外，为了提高销售人员的能力和增加销售量，我们的公司在年初组织了一次针对销售技巧的培训。在这次培训中，我学到了很多宝贵的经验和技巧。通过对这次培训的回顾和总结，我不仅巩固了自己的销售知识，也对未来的工作有了更清晰的思路和计划。

在培训的第一天，我们的培训师强调了“了解客户需求”的重要性。他们指出，销售的关键是能够深入了解客户的需求和痛点，并提供适合的解决方案。为了达到这个目标，我们需要投入更多的时间和精力来调研和分析客户。培训师还教授了一些实用的调研技巧，如通过面谈、问卷调查和市场调研等方式获取客户反馈。这些技巧的学习使我对客户需求的把握更加准确，能够更好地满足客户的期望，从而提高销售效果。

在培训的第二天，我们的培训师重点讲解了“销售谈判技巧”。他们指出，销售过程中的谈判是一种艺术，需要我们善于倾听客户的需求，并针对客户的关注点展开合理的讨论。在这部分培训中，我们学习了一些谈判技巧，如主导话题、引导客户思考、提出合适的建议等。通过这些技巧的运用，我们能够在谈判过程中更加自信、得心应手，有针对性地解决客户的问题，从而增强客户的信任感。

在培训的第三天，我们的培训师介绍了“销售演讲技巧”。他们告诉我们，好的销售演讲能够吸引客户的注意力，并让客户对产品或服务产生兴趣。为了提高我们的销售演讲能力，培训师教授了一些演讲技巧，如掌握节奏和节制、运用生动的案例和故事等。通过这些技巧的学习和实践，我意识到好的演讲不仅能够增加销售的成功率，还能树立我们的个人形象和公司的品牌形象。

在培训的最后一天，我们的培训师总结了整个培训的主要内容，并鼓励我们在日常工作中不断运用所学知识和技巧。他们强调了持续学习和不断进步的重要性，提醒我们要时刻保持学习的心态，并在实践中不断完善自己的销售技巧。通过这次培训，我意识到销售并不是一蹴而就的，需要长期的学习和积累。只有不断学习，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

通过这次开年销售技巧培训，我对销售工作的重要性有了更深刻的认识，也明确了提高销售效果的关键所在。在未来的工作中，我将积极运用所学知识和技巧，努力提升自己的销售能力。我相信，只要我坚持学习和实践，不断总结和改进，我一定能够在销售岗位上取得更大的成绩。

**销售技巧培训心得总结篇四**

1.对销售人员来说，销售学知识是必须掌握的，没有学问作为根基的销售，只能视为投机，无法真正体会销售的妙趣。

2.一次成功的推销不是一个偶然发生的故事，它是学习计划以及一个销售人员的知识和技巧运用的结果。

3.推销完全是常识的运用，但只有将这些为实践所证实的观念运用在积极者身上，才能产生效果。

4.在取得一鸣惊人的成绩之前，必须做好枯燥的准备工作。

5.推销前的准备、计划工作，决不可疏忽轻视，有备而来才能胜券在握。准备好推销工具、开场白，该问的问题、该说的话，以及可能的回答。

6.事前的充分准备和现场的灵感所综合出来的力量，往往很容易瓦解坚强对手而获得成功。

7.最优秀的销售人员是那些态度最好、商品知识最丰富、服务最周到的销售人员。

8.对与公司有关的资料、说明书、广告等，均必须努力研讨、熟记。同时要收集竞争对手的广告、宣传资料、说明书等加以研讨、分析，以便做到知己知彼，采取相应对策。

9.销售人员必须多读些有关经济、销售方面的书籍、杂志，尤其必须每天阅读报纸，了解国家、社会消息、新闻大事，拜访客户这往往是最好的话题，且不致于孤陋寡闻，见识浅薄。

10.获取订单的道路是从寻找客户开始的，培养客户比眼前的销售量更重要。如果停止补充新顾客、销售人员就不再有成功之源。

11.对客户无易的交易也必然对销售人员有害，这是最重要的一条商业道德准则。

12.在拜访客户时，销售人员应当奉行的准则是即使跌倒也要抓一把沙，意思是销售人员不能空手而归，即使推销没有成交，也要为客户为你介绍一位新客户。

13.选择客户、衡量客户的购买意愿与能力，不要将时间浪费在犹豫不决的人身上。

14.强烈的第一印象的重要规则，是帮助别人感到自己的重要。2)l0s-q&q9x1c15.准时赴约，迟到意味着：我不尊重你的时间，迟到是没有任何借口的。假使无法避免迟到的发生，你必须在约定时间之前打通电话过去道歉，再继续未完成的推销工作。

16.向可以做出购买决策的人推销，如果你的销售对象没有权力说买的话，你是不可能卖出什么东西的。

17.每个销售人员都应当认识到，只有目不转睛地注视着你的可户，销售才能成功。

19、销售人员不可能与他拜访的每一位客户达成交易，他应当努力去拜访更多的客户来提高成交百分比。

20、要了解你的客户，因为他们决定着你的业绩。21、在成为一个优秀的销售人员之前，你要成为一个优秀的调查员，你必须去发现、去追踪、去调查，直到摸准客户的一切，使他们成为你的好朋友为止。

22、相信你的产品是销售人员的必要条件，这份信心会传给你的客户，如果你对自己的商品没有信心，你的客户对他自然也没有信心，客户与其说是因为你说话的逻辑水平高而被说服，倒不如说他是被你的深刻信心所说服的。业绩好的销售人员经得起失败，部分原因是他们对于自己和所推销的产品有不折不扣地信心。

25、对于销售人员而言，最有价值的东西莫过于时间，了解和选择客户，是让销售人员把时间和力量放在最有可能购买的人身上，而不是浪费在不能购买你的产品的人身上。

27、客户没有高低之分，却有等级之分，依客户等级确定拜访的次数、时间，可以使销售人员的时间发挥出最大的效能。

28、接近客户一定不可千篇一律公式化，必须事先有充分准备，针对各类型的客户，采取最合适的方式及开场白。

29、推销的机会往往是稍纵即逝，必须迅速、准确地判断，细心留意，以免错失良机，更应努力创造机会。

30、把精力集中在正确的目标，正确的使用时间及正确的客户，你将拥有推销的老虎之眼。

31、推销的黄金准则是你喜欢别人怎样对你，你就怎样对待别人，推销的白金准则是按人们喜欢的方式待人。

33、推销必须有耐心，不断的拜访，以免操之过急，亦不可掉以轻心，必须从容不迫，察言观色，并在适当的时机促成交易。.

34、客户拒绝推销，切勿泄气，要进一步说服顾客并设法找出顾客拒绝的原因。再对症下药。

35、对顾客周围的人的好奇的询问，即使绝不可能购买也要热忱，耐心的向他们说明、介绍、须知他们极有可能直接或间接地影响顾客的决定。

36、为帮助顾客而销售，而不是为了提成而销售。

37、在这个世界上销售人员靠什么去拨动客户的心弦?有人以思维敏捷、逻辑周密的雄辩使人信服，有人以事情并茂、慷慨激昂的陈词去动人心扉。但是，这些都是形式的问题，在任何时间，任何地点，去说服一个人。始终起作用的因素只有一个：那就是真诚。

38.不要卖而帮，卖是把东西塞给客户，帮却是帮顾客做事。

39、顾客是用逻辑来思考问题、但使他们采取行动的却是感情，因此、销售人员必须要按动客户的心动钮。

40、销售人员与顾客的关系、不需要微积分那样的公式和理论，需要的是今天的新闻呀，天气呀等话题。因此切忌试图用单纯的道理去让顾客动心。

41、要打动顾客的心而不是脑袋，因为心离顾客装钱的口袋最近了。

42、对顾客的异议自己无法回答时，绝不可敷衍，欺瞒或故意反驳，必须尽可能答复，若不得要领，就必须尽快请示上级，给顾客最快捷、满意、正确的回答。

43倾听购买信号-----如果你很专心的在听的话，当顾客决定要买时，通常会给你暗示，倾听比说话更重要。

44、推销的游戏规则是：以成交为目的而开展的一系列活动，虽然成交不等于一切，但没有成交就没有一切。

45、成交规则第一条：要求顾客购买，然而，71%的销售人员没有与客户达成交易的原因就是没有向顾客提出购买要求。

46、如果你没有向顾客提出成交要求，就好像你瞄准了目标却没有扣动扳机。

47、在你成交的关头你具有坚定的自信，你就是成功的化身，就像一句古老的格言所讲：成功出自于成功。

48、如果销售代表不能让客户签订单，产品知识，销售技巧都毫无意义。不成交就没有销售，就这么简单。

49、没有得到订单并不是件丢脸的事，但不清楚为什么得不到订单则是丢脸的。

50、成交建议是向合适的客户在合适的时间提出合适的解决方案。

51、成交时要说服顾客现在就采取行动，拖延成交就可能失去成交机会，一句推销的格言就是：今天的订单就在眼前，明天的订单远在天边。

53、如果未能成交，销售人员要立即与客户约好下一个见面日期，如果在你和客户面对面的时候，都不能约好下一次时间，以后要想与这个客户见面就难上加难了，你打出去的每一个电话，至少要促成某种形态的销售。

55、与他人(同事与客户)融洽相处，推销不是一场独角戏，要与同事同心协力，与客户成为伙伴。

56、追踪、追踪、再追踪――如果要完成一件销售需要与顾客接触5―10次，那你不惜一切也要熬到那第十次。

57、努力会带来运气――仔细看看那些运气好的人，那份好运是他们经过多年的努力才得来的，你也能像他们一样。

58、不要将失败归咎于他人――承担责任是完成事业的支柱点，努力工作是成事的标准，而完成任务则是你的回报。

59、坚持到底――你能不能把“不”看成是一种挑战，而非拒绝?你愿不愿意在完成推销所需的5至10次拜访中坚持到底?如果你做得到，那么你便开始体会到坚持的力量了。

60、用数字找出你的成功方式――判定你完成一件推销需要多少个线索，多少个电话，多少名潜在客户，多少次会谈，多少次产品介绍，以及多少回追踪，然后再依此公式行事。

61、热情面对工作――让每一次推销的感觉都是：这是最棒的一次。

62、留给客户深刻的印象，这印象包括一种创新的形象，一种专业的形象。当你走后，客户是怎么描述你的呢?你随时都在给他人留下印象，有时候暗淡，有时候鲜明，有时候是好的，有时候则未必，你可以选择你想给别人留下的印象，也必须对自己留下的印象负责。

63、推销失败的第一定律是：与客户争高低。

64、最高明的对应竞争者的攻势就是风度、商品，热忱服务及敬业的精神，最愚昧的应付竞争者的攻势，就是说对方的坏话。

65、销售人员有时象影员，但既已投入推销行列，就必须敬业，信心十足，且肯定自己的工作是最有价值和意义的。

66、自得其乐――这是最重要的一条，如果你热爱你所作的事，你的成就就会更杰出，做你喜欢做的事，会把喜悦带给你周围的人，快乐是有传染性的。

67、业绩是销售人员的生命，但为达成业绩置商业道德于不顾、不择手段是错误的，非荣誉的成功会为未来种下失败的种子。

68、销售人员必须时刻注意比较每年每月的业绩波动，并进行反省、检讨、找出症结所在：是人为因素还是市场波动?是竞争者的策略因素还是公司政策变化?等等，才能实际掌握正确状况，寻找对策，以完成任务、创造佳绩。

69、销售前的奉承不如销售后的服务，后者才会永久的吸引客户。

70、如果你送走一位快乐的客户，他会到处替你宣传，帮助你招来更多的客户。

71、你对老客户服务的怠慢，正是竞争对手的可乘之机，照此下去，不用多久你就会陷入危机。

72、我们无法计算有多少客户是因为一点点小的过失而失去的――忘记回电话、约会迟到、没有说声谢谢、忘记履行对顾客的承若等，这些小事情正是一个成功的销售人员与一个失败的销售人员的差别，细节决定成败。

73、给客户写信是你与其他销售人员不同或比他们好的最佳机会之一。

74、据调查，有71%的客户之所以从你的手中购买产品，是因为它们喜欢你、信任你、尊重你。因此，推销首先是推销自己。

76、服装不能造就完人，但是初次见面给人的印象90产生于服装。

77、第一次成交是靠产品的魅力，第二次成交则是靠服务的魅力。

78、信用是推销的最大本钱，人格是推销的最大资产。因此推销人员可以运用各种策略和手段，但绝不可以欺骗客户。

79、在客户畅谈时，销售就会取得进展，因此，客户说话时，不要去打断他，自己说话时要允许客户打断你，推销是一种沉默的艺术。

80、就推销而言，善听比善说更重要。

81、推销中最常见的错误就是销售人员话太多，许多销售人员话如此之多，以至于他们不会给机会，会给那些说不的客户一个改变主意的机会。

82、在开口推销前，先要赢得客户的好或赢得推销最好的方法就是赢得顾客的心，人们向朋友购买的可能性大，向销售人员购买的可能性小。

83、据调查，50%的推销之所以完成，是由于交情关系。这就是说，如果销售人员没有与客户交朋友，你就等于把50%的市场拱手让人，交情是超级推销法宝。

84、如果你完成一笔推销，你得到的是佣金，如果你交到朋友，你可以赚到一笔财富。

85、忠诚与客户比忠诚于上帝更重要，你可以欺骗上帝一百次，但你绝不可以欺骗客户一次。

86、记住：客户总是喜欢那些令人喜欢的人，尊重那些值得尊重的人。

88、销售人员应学会真诚的赞美客户。

90、你的生意做的越大，你就要月关心客户服务，在品尝了成功的甜蜜后，最快陷入困境的方法就是忽视售后服务。

91、棘手的客户是销售人员最好的老师。

**销售技巧培训心得总结篇五**

通过此次培训我认识到了，沟通的是为了设定的目标，把信息、思想和感情在个人或群体间传递，并达成共同协议的过程。如何在这个过程中成功销售，也有很多问题需要我们去考虑。比如沟涌前的准备工作、聆听的技巧、沟通过程中异议的有效处理、如何通过有效沟通从而达成共同协议，这些都成为沟通中的重中之重。我深刻领会到，在营销运作或日常工作过程中沟通的重要性，以及掌握各类谈判技巧的重要性。

首先，作为销售的一个重要组成部分，我们需要时刻铭记每个人的销售目标，并将之细分至每个客户。这样我们才能在每次沟通之前有明确的方向。

第二，沟通的过程是双向的。有效的沟通不只是我们销售员单方面的滔滔不绝，而是要从问题出发，结合每个客户的具体情况、通过沟通共同找到实现目标的方法，进而有据可依、可据可论来进行沟通，这样才能达到事半功倍的效果。

难。更重要的是与客户达成共识，为了提升销售这一共同目标，一起分析如何解决这些困难，并将之落实到具体的工作中去。

最后，沟通达成共同协议之后，任然需要我们继续跟进落实于客户达成的协议。协助客户安照既定方案去执行。

虽然此次培训的时间很短暂，对于我们日常工作的指导意义是极其重大的。我们仍需要在以后的工作中进一步提升自己的专业技能、沟通技巧，在提升工作能力的同时，及时有效的完成各项工作，再次感谢公司对我的培养，希望能够有更多的培训机会让进一步提升自己的业务能力。

**销售技巧培训心得总结篇六**

心态---你不是在推销家具，你是在帮助顾客选择最合适的产品，而不是赚顾客的钱，顾客喜欢别人向他推销吗？--一定不会！

1. 如果你的做法让顾客不愉快，如果顾客本身就排斥你的言辞，那么销售成功的概率就大大减少了！

2. 在顾客选购家具的过程中，其实是很迷茫的，他很需要导购员为他提供各种全面的信息，也希望导购员能给他合理的建议或方案，所以，改变一下心态，就可以与顾客更好的沟通。

3. 始终抱着一种心态：我是在为您选配最合适的家居方案，把最好的产品和最优质的服务提供给您，我—是您的朋友，是您的家居配套顾问。

试想—谁会不接受一个专家朋友的建议呢？！

状态 --- 把握关键的第一分钟：建立良好的第一印象

1. 一定要精神饱满！

2. 穿着要得体、职业，忌随意、怪异；

3. 快乐的心情、快乐的笑容，可以感染周围的人，可以熔解一座冰山；

4.对于每一个顾客，我们都要自信、耐心、热心，才能与顾客更好地沟通：

》 耐心：不论顾客是否要买，都要耐心地介绍，让他们更了解我们的产品；

5. 世界上最伟大的推销员乔。吉拉德说：“我把顾客看作是一项长期投资，我不只是要卖车给他，我还希望能卖给他每一辆他想买的车；而且，我还希望卖车给他的亲戚朋友；如果时间允许的话，我还想卖车给他的小孩，这样，当有人从我这里买东西时，他就会记住我，并且跟他遇到的每一个想买车的人提起我，对我来说，每一个顾客都像是我下半辈子的养老金。------其实，当我们对每一个新老顾客都要充满期盼：也许他现在不买，但他的亲戚朋友会买，又或者他以后会购买；这样，我们的销售才会有激情，才能感染、影响顾客的购买情绪。

6. 让自己更开心、积极的几种方法：

》提早20分钟起床，把自己打扮得更靓丽

》 想积极的事，忘掉不愉快的事，让心情充满阳光

》加快走路速度

》问自己，如果自己不让自己开心，谁又能让自己开心

》乐于工作才能乐于生活，工作是生活的一部分

你在卖什么？---当一名家居顾问

》如果你卖化妆品，你要告诉客户这种产品可以让她越来越年轻、而不只是这种产品的成份和工艺及效用。

》顾客想买汽车，到汽车销售展厅，销售人员只是告诉他车在哪里多少钱，然后等顾客买单，这时顾客会买单吗？一定不会！

—他需要思考判断，需要比较，他害怕一时冲动选择错误，所以他希望有人能为他提供全面的信息，给他充分的信心，给他足够的购买理由，也就是说他需要顾问式的服务。

购买家具，同属一种复杂的购买形为，顾客需要了解：

---他买的家具与装修的搭配、风格、颜色、品牌影响力、功能、特色、品位、价格、售后服务、产品质量、内涵、特殊工艺。。

》对竞争的企业、产品、同样了如指掌

》对家具业有整体认识

》懂得如何布置家居环境、如何摆放家具、保养家具

认识客户需要些什么？

》买面包的人，要的是肚子舒服

》买化妆品的女士，要买的是美丽和希望

》买奔驰的人，要的是身份和地位，一种让人尊重的感觉

》买家具的人呢？买的是一种生活方式，一种家庭气氛，一种品位......

——顾客真正要买的是一种对他的好处！这种好处就是产品的价值，我们的产品能给客户带来怎样的好处呢？！而且只有我们的产品才能给他这样独特的好处时，我们的产品才真正的有价值！

短时间内拉近与顾客之间的距离

1. 尽量让自己的说话速度与顾客差不多

2. 尽量让自己的说话声音能让客户适应（同样）

3. 顾客坐也要跟着坐，顾客站也要跟着站，这是礼节、更是一种心理技巧

4. 顾客是果断直接，自己不妨也坦率直接一些

5. 顾客来自农村，就说：我小时候也（也是）农村的，很喜欢农村的生活。

6. 顾客带父母，不妨谈谈自己的父母

7.顾客带儿女，不妨谈自己的小孩（或是亲戚的小孩）

8. 顾客是夫妻一起来，则可以表达对他们的恩爱的羡慕

9. 关注顾客佩带的小饰品或包包、衣服、、、、等等的品牌或特色，适当的夸奖一下

10. 多聊些客户感兴趣的话题

小技巧：

》 多做示范性动作，如：开合餐台、抽屉、衣柜门、裤架等；

》实事求是的介绍，可隐而不说，但不能欺骗顾客，如：假皮说成真皮；

》尽量不要和顾客抢话，先明白客人的话意，再回答客人的问题，以免曲解客人意思；

与顾客保持长期的关系（建立客户档案）

记住客人的姓名、电话、地址、详细特征及意向产品尽量能在客户第二次来时能呼出姓名；

1.客户第一次看过后一个星期内要打电话跟踪；

a) 如有记下尺寸询问尺寸是否合适，没有合适就帮忙想办法；

b) 请教对我们的品牌有什么看法？合适是风格或颜色或品质功能；

c) 有没有看什么其它品牌、印象如何？

d) 有没有需要我们帮忙参考？

2. 节假日或客户生日时要打电话祝福一下或发个短信祝福；

3. 装修要结束一个月前跟踪，提醒客户来订家具，因订家具须一个月；（尽量避免在电话中与客户讨价还价）

4. 活动打折可新品上市时要提醒客户来订家具；

5. 顾客结婚或搬家时，一定要打电话祝贺；

欣赏和赞美他人是对他人的尊重、是一种气度，一种态度，愉悦别人也愉悦自己------人性中最深切的心理动机是被人赏识渴望赞美不是奉承，不是献媚不是虚夸。

如“您的看法很独特，让我受到了启发”、“从您的说话可以看出您真的很专业”、“真的很羡慕您有这好的房子”、“看你们多幸福一家人出来看家具”、“如果有机会我一定向您请教赚大钱的机会”

倾听顾客的心声

多用“您的感觉是??、您的想法是??、您的意思是??”等话语，让对方说完整的话意，不要第一个下结论，先听别人的结论更有价值，积极倾听对方的谈话，可以满足他所关注所重视以及受到尊重的需求，建立信赖感受，导购人员需做好的倾听者。

认同对方的观点

-林先生，我理解您的感受，这种情况很多人碰到过。

-林先生，如果我是您的话也会这么想的。

-是啊，现在的顾客都担心售后服务问题，所以一定要找有实力、大品牌的厂家和经销商，这样服务才有保障。

-是啊，上月有一位顾客也是特别关心环保问题，一直在多家品牌中对比，但最终还是选择了我们的产品。

永远不要低估顾客的判断能力，永远不要攻击竞争对手：

》 攻击对手，正是对自己的优势不自信的表现；

》攻击对手，正是对顾客判断力否定的表现；

》可以运用技巧展现自己的优势；

》通过对比，让顾客了解我们的优势、价值。

怎样使你的语言更吸引人？

----增加介绍语言的感染力、吸引力。例：

顾客：你们是什么品牌？

a答：我们是香港皇朝家私；

a答：产地在广州；（不宜采用）

b答：是国内板式家具第一品牌--香港皇朝家私集团，产地在广州；

顾客：你们的产品环保吗？

a答：环保您绝对可以放心，（不宜采用）

b答：这是非常有实力的企业生产的产品，绝对环保，您看这是我们的最新环保证书，您也可以闻闻味道，感受一下！

顾客：你们的售后服务怎么样？

a答：售后服务您放心，一定没问题！（不宜采用）

b答：我们的销售之所以排在全国前列，主要是因为我们的售后服务，您也可以上网调查一下我们的售后服务怎样。

顾客：产品怎么这么贵？

a答：这个价格很便宜了，（不宜采用）

塑造产品感性价值

---巧妙引导顾客的想象力，去体会那种美学和艺术，去感受他想拥有的生活方式！

“象这种北欧简约风格的家具，时尚而不失经典，放在家里，回到家就会有一种很闲暇、轻松、浪漫的感觉。”

“林先生，看得出您也很喜欢中国的传统文化，这种产品完全可以把那种小桥流水的明清风韵体现出来，您看，在家里摆上这些家具后，再配上梅兰菊竹、琴棋书画作背景或饰品，那是不是一种很温馨、很高雅的感觉啊？！”

---记住：顾客买的永远是产品的价值，而不是价格！！

善于提问

---你一直介绍，顾客却不开口，不回答，那无疑是一次无效的介绍，应该是学会提问，引导顾客的思维，引起顾客的兴趣：

》您是第一次来看家具吗？

》您的家里装修好了吗？

》您想要了解什么产品呢？

》您的装修是什么风格的？

》您喜欢风格的家具？

》 您的房子有多大？

》您喜欢我们的产品吗？

》您对我们的产品有什么看法？

》您觉得这款沙发怎么样？

》您之前有没有到其他地方看家具？

》您什么时候要用家具？

》您是喜欢大气一点的还是灵巧一点的？

开放式问题：

--买一套家具一用就是好几年是吧？

--健康对您的家人很重要对吗？

--真正好的产品，价格一定不会便宜的对吗？

-- 折扣并不能衡量产品的价值，您说是吧？

--产品质量和品牌的知名度才是衡量价格的标准，您说是吗？

-- 您是刷卡还是付现金？

--您是今天买吗？

--您认为质量和价格，哪个重要？

--您说的某品牌还不错，您主要喜欢它哪几点？

--您是买产品的价格还是产品的价值？

--行业的知名品牌一定会在品质和服务方面做得更好的，您认为呢？

实例对答：

对闲逛型顾客的主动销售

—别小看每一个顾客，他们都可能是潜在顾客，要珍惜每次的宣传产品和品牌的机会 “您好！欢迎光临香港皇朝家私”

“先生，有什么可以帮到您？（请问需要什么家具）？”

“随便看一下。”

“您是第一次看家具吧？”

“是”（或点头）

“这里有很好的宣传资料，您可以带回去参考一下。”

“好，谢谢！”

“不客气，您知道吗？香港皇朝家私是国内家具第一品牌，销售量在全国排在前三名的。。。请问您贵姓？”

“姓林”

“哦，林先生，请问您是准备搬新房子用呢还是想换旧家具？”

“还没，随便看看。”

“喔，那欢迎继续参观，其实我们的卖场是非常漂亮的，看看也是一种享受！”

与顾客拉近距离

“您好！欢迎光临香港皇朝家私”

—顾客看沙发

“您可以试坐坐，感觉一下。不好意思，您好象前几天有来看过是吧？”

“没有啊！我第一次来。”

“哦，不好意思，那可能是我记错了，请问怎么称呼您？我是小林，这是我的名片。” “我也姓林，”

“噢，原来五百年前是本家的啊，看您的气质一定是公司的老总或高层领导吧！” “我在政府机关。”

“难怪给人的感觉那么好，林先生，您之前有没有在哪里看过家具呢？”

颜色不对

“这款沙发有宝石兰色的吗？”

“您很喜欢宝兰色是吧，不好意思现场没有，如果您需要我们可以帮忙您预订”

“没有现货，我们可能等不及了”

“您很急用吗，那灰色的您看怎么样？”

“我不喜欢这种颜色”

“哦，宝兰色看起来很有深度，比较合您的风格，但现在许多老板都喜欢灰色，它看起来很有档次，您认为呢？”

“感觉一下，也许您会觉得不错哦”（引导客户走过去看看、体验一下）

“感觉是不错，但我还是想要宝兰色的。”

“先生我们交换一下名片吧。我姓林”

“好，这是我的名片”

**销售技巧培训心得总结篇七**

在销售工作中，销售技巧的运用非常重要。为了提高自己的销售能力，我参加了一次综合销售技巧培训。通过这次培训，我深刻的认识到了合适的销售技巧对顾客成交的决定性作用。

首先，我学习了针对不同顾客类型的销售技巧。在面对潜在顾客时，我们一定要注意与其建立情感联系，了解其需求，让其产生购买欲望。对于退货率高的顾客，我们应该采取更全面的服务策略，要在售前与售后提供更多的帮助和支持。这些针对不同顾客类型的销售策略都在提高销售成交率和客户满意度方面起到了重要的作用。

其次，我学习到了如何运用语言和态度进行销售。在销售过程中，运用恰当的语言和积极的态度非常重要。我们需要用温暖、客观、真诚的语言在顾客与自己之间建立联系。同时，我们还要注意态度，要有自信、积极、开朗的姿态向顾客展现产品的优点。这些并不是说要制造虚假的氛围或是建立谎言，而是通过自己的方式激发出顾客的购买欲望。

最后，销售过程中的细节也非常关键。我们需要对产品有细致的了解，包括质量、特点、使用方法等等。只有对自己所卖的产品有清晰而详尽的了解，在顾客提出问题时才能够细致而精准地回答。此外，我们还需要把握销售时机，注意交流的沟通技巧，了解正确使用销售工具以及给顾客提供需要的购买信息等等。这些细节决定了顾客与我们的交易是否愉快，是否愿意成为我们的回头客。

总之，这次综合销售技巧培训让我受益匪浅。学习针对不同顾客类型的销售技巧，运用正确的语言和态度去推销产品，以及处理好销售交易细节，这些都对我日后的销售工作会产生莫大的帮助。我相信通过不断学习，不断实践，我一定能够将我的销售技巧不断提升，为客户提供更加专业、优质的服务。

**销售技巧培训心得总结篇八**

1、尊重别人。一切有效沟通的前提是尊重对方。你要尽量放低姿态，让对方觉得你对他的尊重，对他的友好，不带有任何敌意。要时刻牢记：跟上司沟通，态度诚恳，道明原委；跟同事沟通，不急躁，换位思考；跟下属沟通，切忌勿单向沟通；跟家人沟通，新平气和，尊重长辈。

2、学会聆听。一个好的听众一定比一个擅讲者赢得更多的好感。用心聆听，注视说话人，不要打断说话者的话题，了解对方脾气，性格，同时可发掘对方的需求，发现别人所想要的东西，然后告诉他们你愿意帮助其达成目的，以及如何帮助他。

人问你，这产品的质量到底如何，可以这样回答：“我的邻居已用了3、4年了，仍然好好的。”

4、巧妙的批评别人。在批评别人时，必须在单独相处时提出，要给对方留点面子。批评对事不对人，批评别人所做的错误行为，而不要批评当事人。在批评别人时，告诉他正确的方法，在你告诉他做错了的同时，应告诉他怎样做才是正确的，这样，会使批评产生积极效果。

5、巧妙的感谢别人。表达谢意时态度真诚、自然，注视着你要感激的人，说出对方的名字，并且要清晰表达。

培训中提到了“团队协作精神”。一个公司就是一个团队，需要公司各个部门成员在不同的岗位上各尽所能，与其他部门成员协调合作，沟通得当，就会事半功倍，沟通不当，就是功亏一篑。所以在工作当中，在沟通之前，事先想好沟通方法，沟通过程中巧妙说话，争取事半功倍，提供工作效率，提升公司销售业绩。

**销售技巧培训心得总结篇九**

人生处处皆销售，这是一个销售为赢的时代。销售能搞定客户是生存，让客户追随自己是发展。今天小编跟大家一起学习一下消失技巧吧，从事销售的朋友们可以看看，希望对你有帮助!

俗话说：“林子大了，什么鸟儿都有”。销售人员接触的客户越多，客户量越大，碰到的客户类型就越多。不同的客户具有不同的特点，他们或沉默或健谈，或友好或敌视……在多种多样的客户中，有一种客户一遇到销售人员就会对其产生敌对情绪，产生烦感。

客户的敌对情绪其实是一种很正常的心理表现，毕竟没有人喜欢别人从他口袋里掏钱。敌对型客户容易情绪失控，而且显得不可理喻。针对敌对型客户，销售人员不能马上离开，也不能以牙还牙，最主要的是与他们交朋友，同时，销售人员要时刻保持镇静，以平静的语气讲话，待客户冷静下来再讨论客户关心的问题并提供解决方案。

敌对型客户可以分为畏怯敌对型客户、怀疑敌对型客户和统御敌对型客户。由于这几种敌对型客户的消费心理和表现不同，因此，销售人员与之打交道的方式也有所不同。

畏怯敌对型客户在团体中一般不太会表现，大多较为沉默。在人际沟通方面常表现得不是很活跃，面对销售人员的热情介绍，他们往往会表现出冷漠和无所谓的态度。

与畏怯敌对型客户打交道时，销售人员应切忌表现得过于热情，显出急于达成交易的样子，这样只能遭致其更大的敌对态度。最为恰当的方式是谨言慎行，以极大的耐心和细心引导、捕捉客户每一细微的心理变化，并抓住时机转变对方态度，达成落订。

怀疑敌对型客户往往在言语之间用怀疑的眼神看人，并且他们会对销售人员热情的介绍无动于衷。这类客户疑心很重，他们的`说辞往往让销售人员难以回答。疑心重的客户总是疑神疑鬼，怀疑起人来毫无根据却又深信不疑，抓住表面现象或偶然事件不放，搞得自己一天到晚心神不宁。不论什么时候，怀疑敌对型客户都生活在对别人的揣摩之中，他们不信任别人，也无法相信自己。一般来说，这种客户产生怀疑敌对情绪的原因可能是曾经上过当，也可能是对销售人员存有戒心，或者是对产品不放心。 销售人员在面对怀疑敌对型客户时可以采取以下两种方法：

由于怀疑敌对型客户必须亲自看到证据才肯相信销售人员所说的话，所以，销售人员可以提供手头能找到的一切证据向其说明自己所说的话是真实可信的。最好能将自己企业或产品的获奖证书、权力机构的认证证明、报刊杂志刊登的介绍性和表扬性文章等请客户过目，相信这些一定能让怀疑敌对型客户心服口服。

毫无疑问，人人都喜欢坦诚的人。因此，销售人员只有给怀疑敌对型客户坦诚实在的印象，才能赢得其好感。所以销售人员和这类客户交谈时要注意语气，切不可眉飞色舞，唾沫横飞，这样会让客户产生一种华而不实的印象，进而对产品产生怀疑。

专家点拨

-->

-->

-->[\_TAG\_h3]销售技巧培训心得总结篇十

我们如何把我们的思想放进顾客的\'脑袋，把顾客的钱放进我们的口袋。

经过培训，我决心要从以下几个方面提高自我和带动团队：首选我要认真学习理论知识，做到学以致用、应才适用。其次努力成为优秀团队的建设者提升门店的营运本事，促进门店绩效提升。然后推进现场教育、培训活动、提升门店人员的作用本事、改善心态、促进门店营业目标的达成。

感激公司安排的这次培训，给大家难得的学习机会！

感激王延广教师，不仅仅给我们带来了营销知识，还给了我们工作的表率。经过这次培训，感觉收获不小，与以往所有培训不一样的是：本次培训主要以提问式，抢答式、团队式的方式进行，从早上9点多至午时4：30多现场气氛活跃，培训生动而又形象的传授着联想文化、销售技巧，与平时可能遇到的问题解决方法，让我们深刻感受到联想文化的博大精深与超强的感染力，此次培训中经过学习来自九县的专卖店的同行的交流，使我认识到我们要想做好销售，并使店面人员销售水平提高，还有很多知识要学习提高。

首先，在企业文化上，我们要时刻与联想文化坚持一致，认真深刻及时的学习联想文化，跟上联想的文化发展脚步，在公司内部结合自身创造我们的文化，使我们树立一杆自我的旗帜。

再次，我们需要加大销售技巧的培训，经过这次学习我们更加意识到销售技巧重要性，我们将加大培训力度，根据联想话术的总岗，总结一套实用的话术，全体销售人员学习并应用于实际中。并及时开展销售人员摸拟演练，展开fab法则，认真学习并应用；寻找自我的不足，不断提高销售人员的业务水平与定单成功率。

专业知识的学习，就像王志方教师讲到的“研究员站柜台”，我们有时遇到专业点的知识，无法应答。这样顾客在心理上就感觉到了――――――“不专业”销售员。真正让自我成为一名专业的销售员。提高我们定单的概率。

人员素质培养：我们注重人员的精神面貌，不断提人员的素质。我们坚信仅有高素质的人，才会得到顾客的信认，才会有更多的回头客。时刻体现我们联想人的“及时、专业、真诚、热情”从而打造我们自我的品牌。

在企业的管理上，我们努力打造团结型的团队。在以后的发展中我们将不断学习改善和创新，仅有这样才能在竞争激烈立于不败之地，我们有信心在联想的圈子里提升自我，成为真正的联想人。

**销售技巧培训心得总结篇十一**

在进行综合销售技巧培训的过程中，我深刻地认识到了销售这个职业的重要性。作为一个销售人员，我们需要具备一定的专业知识和技能，以便更好地满足客户的需求，同时也需要具有良好的沟通能力和心理素质，以确保客户满意度和重复购买率的提高。

在培训中，我学到了许多重要的销售技巧。其中，最重要的一条就是：客户至上。无论是面对怎样的客户，我们都应该以客户的需求和利益为出发点，在处理问题时要有耐心，要做到主动倾听和积极沟通，并且要时刻关注客户的反馈意见，及时进行调整和满足客户的需求。

此外，建立良好的人际关系也是销售工作的重要一环。我们不仅要与客户建立良好的沟通和信任关系，也要与同事和上下级建立良好的合作关系，以便更好地完成销售和推广工作。

还有一点，就是正确的销售心态也非常重要。我们不能一味地追求短期利益和个人奖励，而应该始终保持良好的职业道德和客户导向的销售理念，以提高自己的综合素质和人格魅力。

综合来看，销售技巧的培训对我来说是一次难得的机会。通过本次培训，我不仅学到了许多重要的销售知识和技巧，也体会到了销售这个行业的重要性和复杂性。我相信，在今后的工作生涯中，这些宝贵的经验和知识将会帮助我更好地应对各种挑战和问题。

**销售技巧培训心得总结篇十二**

销售人员必须充分了解自身的产品和服务，并具备优良的销售技巧，销售技巧培训应该是一项系统工程，是一个长期的解决方案。下面是本站小编为大家收集整理的销售技巧培训总结，欢迎大家阅读。

销售培训是指企业或相组织围绕销售人员、产品、客户等展开的培训活动。销售的工作就是去满足客户的需求，并艺术性地让客户认同和接受我们的工作。销售培训可能会是一个路径图，告诉销售人员，在什么时间应该具备哪些能力、掌握哪些知识，会有哪些解决方案提供给他，能够很清楚地告诉销售人员有机会走到哪一步。

技巧1：练习说“不”——以最快速度筛选出意向客户，不再浪费宝贵的销售时间。

你是否不断跟进某些客户，直到他们对你说“yes”或“no”?你有没有曾经对某些客户说“不”或“我不打算卖给你”?销售中有很多事情是你现在和将来都无法控制的，但有一件事是你肯定能完全掌控的，那就是——你自己的时间，你准备怎样使用自己的时间。

以最快的速度筛选出意向客户，不再浪费宝贵的销售时间。为了提高筛选速度，你需要制定一张“资格描述表”，上面罗列出有真正购买意向的客户特质。然后，你就能知道哪些人是必须花时间的，哪些人你可以不再理睬他们。你可以挑选出有真正购买意向的客户，丢弃那些不可能向你购买的人(同时，你也会找到更多的价值客户)。这听上去很简单，但我们身边有太多太多的销售人员还在往自己的篮子里不断扔垃圾，而把那些真正的“肥水”丢弃掉。

关键技巧：制定“资格描述表”，从而决定哪些客户值得你投资自己的时间。

技巧2：学会“画饼”——不断激励你筛选出来的意向客户。

筛选客户的过程不外乎三个问题：有没有钱或预算?有没有权利拍板?有没有需求?记住，你要把产品卖给那些“渴望”的客户。要找到那些对你的产品有需求的客户，这通常不难。但要让那些有需求的人开始渴望你的产品，那就非常困难了，痴痴地等待他们的转变是行不通的。

较于一般消费品的销售方式而言，你作为专业销售人的工作更复杂，给予客户的价值也更高。你的客户通常自己都不知道有什么需求，他们只会在发现问题的时候才意识到。这个发现的过程可以是几秒钟，也可以是若干年，取决于问题本身的性质和客户本身的状况。因此，要学会激励你的客户，给他们“画饼”，主动帮助他们找出问题，而且帮他们解决这些问题，更重要的是让客户相信你比其他任何人都更有能力去解决他们的问题。

关键技巧：明确你能帮客户改善或解决哪些问题，然后制定计划和设计提问的方式，从而将那些问题发掘出来，并“发扬光大”。

技巧3：喜欢他/她——练习在你自己的舒适圈外进行销售活动。

你不可以放弃或忽视那些与你自己的性格不相符的客户。要知道，人都喜欢别人喜欢自己。你要学会伸展自己的行为方式，突破个人舒适圈，学会去喜欢别人。

关键技巧：学会用客户的说话方式与他对话，这样才能与他建立亲密的关系，不要重复使用那些“天气”或“运动”的枯燥话题，这些是陌生人才会使用的伎俩。

技巧4：讲故事——你的销售演示要让客户有这样的感觉“我也要……”

不得不承认，许多销售演示是非常乏味的。通常情况下，你总是不断吹嘘自己的产品是怎样好，自己的公司是怎样棒，自己公司的历史是怎样辉煌。客户才不关心这些呢!当你激情四射地演讲时，客户的脸上总是酷酷的。

好的销售演示一定能激发客户的想象力，而激发出客户想象力的方法就是给他们讲故事。越生动精彩的故事越能让你的客户情不自禁地联想到使用你的产品时的画面，从而在他们的脑海里就会蹦出一个念头“我也要……”

关键技巧：好好研究你的最贴心的1-3个客户，把在他们身上发生的成功案例编成一则则精彩的故事，为你今后的销售演示注入感情力量。

技巧5：你快乐吗?——在销售过程中获得更多的欢乐。

当你能掌控住某个客户并顺利成交时，你一定感到欢乐。当你在重重压力下成交，整个过程一定是痛苦的。

卸掉身上的压力吧!把你的注意力集中在如何筛选出有真正购买意向的客户，把你的精力花在怎样激励你的客户，让他们开始渴望。

关键技巧：将解决问题的责任还给你的客户，然后，你会感到销售的压力逐渐远去了。更加关注于怎样在自己最佳的状态下进行工作，这样你就能提高成交的比率，同时获得更多的乐趣。

最后附赠给你两条需要时刻铭刻在心的销售技巧：

a.当你进行销售演示，或通过电话销售，或与客户进行一对一的销售时，记着去想象，在你客户的额头上刻着这么几个字“sowhat(那有怎样)”。想象着你所讲的每句话，客户都会挑剔地说“那有怎样?我为什么要关心?”

b.记住，客户只关心你所销售的东西是否能帮他们改善或解决问题，他们只关心能否提升他们的事业或生活品质。回答这些问题的答案是：告诉他们，你的产品能带给他们哪些利益，而不是你的产品有什么特点。

怀着一种空杯的心态，我有幸参加安徽盐业举办的营销知识与业务技能培训的培训。在此次培训过程中，徽商业学院的教授对营销技巧，客情关系的管理等等进行了详细介绍，并对其中的一些进行了重点讲解，包括营销技巧中的策略，如何开拓市场，如何扩大销量。还有客情关系的建立和维护。并且用大量生动的案例教学，实用性和操作性强，采用互动和现场问答等方式，生动易懂，张弛有度，使我们在轻松的学习中掌握更多的方法和技能。此次培训得到了大家的高度评价和认可。下面就此次培训，我简单谈谈我的。

一、自信心+诚心+有心+合作心。

信心是人办事的动力，信心是一种力量。每天工作开始的时候，都要鼓励自己。要用一种必胜的心态去面对客户和消费者，在推销商品之前要把自己给推销出去，对自己要有信心，只要把自己推销给客户了，才能把产品推销给客户。凡事要有诚心，心态是决定一个人做事的基本要求，必须抱着一颗真诚的心，诚恳的对待客户，对待同事，只有这样，别人才会尊重你，把你当朋友，才会接受你的产品。业务代表是公司的形象，企业素质的体现，是连接企业与社会，消费者，经销商的枢纽，信任是你业务的保障。处处留心皆学问，要养成勤于思考，善于销售经验。机会是留给有准备的人，同时也留给有心的人，作为业务员，客户的每一点变化都要去了解，努力把握每一个细节，做个有心人不断的提高自己。销售靠合作，离不开领导的英明决策，离不开公司的运筹帷幄，离不开各部门的支持配合。总的一句话，耐心细致，感动至上。

二、销售+市场+策略。

一件好的产品，要有好的市场，好的营销策略。同时网络的建设是销售产品的主宰，让你掌握产品的一切相关事由。开发市场需增进与客户的友谊，熟悉客户的经营状况，改善自身经营管理水平，更好的将产品推销到客户手上。好的营销策略是有准备的，有的，是帮助客户怎样更好的去销售产品，为客户出谋划策，包装产品，做促销活动。让客户觉的你是真诚的人，是可以信赖的人。我们和客户是利益的纽带是信任的保证。

通过这次培训，我受益匪浅，真正认识到营销技巧和客情关系在工作中的重要性和必要性。我们要保持一个积极的心态，要有信心，责任心，要有虚心，进取心，要有恒心，要有感恩之心，做到超越平凡，追求卓越。

成功营销的技巧其实很简单，充分使用我们的身体即可。我常给团队成员进行这方面培训，这些技巧谁都能使用，零成本，易掌握。现把这些内容拿来和大家分享，欢迎掌声和板砖。

一、和头部有关系的。

1、脸。

人脸上有43块表情肌，能组合出多种表情，但最应组合的表情就是笑，要经常笑口常开。笑是人类最美丽的语言，伸手不打笑脸人。笑能拉近同客户间的距离，会笑的人亲和力强，谁都愿意和他接近，会笑的人自信，从心理学讲，笑着做事利于潜能发挥，温总理经常笑容满面。

2、眼睛。

和客户洽谈时，要学会观察，眼观六路，揣摩客户性格特征，他是触觉型、听觉型还是视觉型?从肢体语言上揣摩他加盟公司项目的意愿程度。当我们给客户讲解公司商品时，客户如只是随声附和，一个劲说好，那就没戏。如客户一丝不苟，问题不断，担心不断，说明客户已对我们项目感兴趣。就应思考下一步怎么做。眼睛是心灵的窗户，有时也可用眼睛说话，用眼睛表现诚意。当我们给客户说，这个问题你可找领导谈呀?同时给客户用眼睛示意，客户自然心领神会。

3、嘴巴。

嘴巴用处大，要学会赞美客户，发现客户闪光点，观察客户与众不同的优点，觉察客户的变化。比如，公司3月在上海举行订货会，北方女客户穿的较厚。但第二天订货会现场，这些客户往往会穿上漂亮的夏装。这时我们要不失时机地进行赞美，让客户心里美滋滋。

还有就是要学会说善意的谎言，善意的谎言有别于恶性谎言。比如，上面提到，赞美女客户说，这衣服一穿，感觉年轻十岁，其实也不一定。客户知道是说谎，不仅不会生气，还会笑逐颜开。还有，当客户心急火燎等公司发货，而偏偏这时公司的货因种种情况没发出，那么我们就要“撒谎”，“您的货已经发出，正在路上，路上有可能堵车。”这样说，不易丢客户，也会让客户放心。如实话实说，有些客户可能就有中断和我们合作的念头。

4、耳朵。

当客户向我们倾诉公司的不足时，我们一定要洗耳恭听，并不断点头示意。不管面谈还是电话沟通，脸上同时还要浮现笑容。客户倾诉完，情绪稳定下来，我们再去解释，您说的对，同时。。。。，千万不能用“但是”，用“但是”的话，客户的怒火又会被重新点燃。当然对有些客户的故意刁难，我们就没必要倾听，适可而止。情节严重的，还要严正指出其不足，连“但是”都不用!

5、大脑。

长着脑袋是用来思考的，思考是一种很重要的能力，体现他的一种风格和城府，先谋而后动。万籁俱寂时，躺在床上像孔子说的三省吾身。今天我进步多少?棘手的事怎样才能处理妥当，如何将明天事情计划得更好?清晨，也要想，今天我要做好那些事情，如何更好实施。

工作计划。

长此以往，营销能力和成绩就会被“想”出来。

二、和身体、心态、习惯有关系的。

1、勤快，一勤天下无难事。2、体：保持身体健康，少熬夜，不熬夜。有应酬要注意少饮酒，不要老用肝脏做实验。给自己充足锻炼身体的时间，坚持三周就会成为习惯。身体垮，一切完。看到这里，你该站起来，活动活动身体。身体好，给客户精力充沛的感觉，也容易让客户接受推销的商品项目。没客户愿和病怏怏的人打交道。

3、有责任感，做一个负责人的人。工作中出现问题，要敢于承担责任，不推给别人。

4、培养良好习惯，吃喝可，不嫖赌，更不能拿卡要，要能抵住诱惑。否则，职业生命马上终结，说不定会进牢房和犯人沟通。

以上这些是成功营销的一些基本技巧。更多内容请搜索“成功营销十一法则”。

**销售技巧培训心得总结篇十三**

一：以老板的心态对待工作：

什么叫老板的心态？不管老板在不在，不管店长在不在，不管卖场遇到什么样的挫折，你都愿意全力以赴，愿意帮助卖场创造更多的财富，这就是老板的心态。

什么叫打工者的心态？就是把自己当成企业的过客，是在为别人而工作。

如果你的心态是在为别人工作，必须靠别人的监管控制才肯努力工作，那你注定一辈子是个打工者。

无数人的经历曾告诫我们，心态是世界上最神奇的力量。拥有爱和希望的积极心态往往能将一个人提升到更高的境界;反之，带着怨恨和悲观的消极心态则能毁灭一个人。

一个拥有积极心态的人，无论是一个服装导购员，还是个经营服装卖场的老板，都会认为自己的工作是一项神圣的事业，并对其充满浓厚的兴趣。热爱自己工作的人，无论工作有多么困难，或需要付出多大的代价，他都始终会用不急不躁的态度去进行。只要抱着这种态度，任何人都会成功，都会达到目标。爱默生说过：“有史以来，没有任何一项伟大的事业不是因为积极心态而成功的。”

积极的心态是一种动力，能够鼓舞和激励一个导购对眼前的工作采取行动，不仅如此，它还具有感染性，还会对根本人有过接触的所有人产生影响。

把积极心态和你的工作结合在一起，那么，你的工作将不会显得辛苦或单调。积极的心态会使你充满活力，事半功倍。

二：提倡勤奋，拒绝懒散。

现实中经常看到很多店铺有一个普遍的行为，生意好的时候大家情绪高昂，生意不好的时候就唉声叹气或者萎靡不振，这时，卖场乱了没人收拾，玻璃脏了没人洗，衣服挂错了无人理会，等等，然而这种“没有一点主动性”的工作习惯一旦养成，整个卖场就像得了瘟疫一样到处显得死气沉沉，大家对店里出现很多问题会表现出冷漠，无所谓，很正常的感觉，时间久了就变成工作人员的一种习惯，及时销售直线下降，也觉得那是老板的问题，和自己无关。在国外，通过大量的实地观察和对比分析得出的结论是：导购员做与营业相关的活动最能吸引顾客观赏，挑选和购买，如，擦柜台,整理商品，包装，接待顾客，记录营业状况等，这些都是吸引顾客的动作。

卖场无大事，但事事都重要，老板不可能跟在导购员后面去监督，大家需要养成一个主动，积极，善于发现问题，善于解决问题的习惯。要及时将店铺中存在的问题进行调整和改善。有过客才有看客，又看客才有顾客，有顾客才有回头客。

导购员必须时时刻刻忙碌起来，主动起来，积极起来，例如当店内人少时就不断来回走动，不断地整理卖场货品，不断的打电话回访顾客，这样就可以给过往的顾客或者进店的顾客营造一种“这家店很忙，这家店是不是有新货到”的感觉。

如果所有的人都在主动，忙碌的工作，那么整个环境便会洋溢着活力和干劲，也会使顾客的情绪受到感染，乐于进入。一旦有顾客进入，其他顾客也会随之而来。所以，作为导购充满生气；当顾客逐渐增加的时候，更要起劲的工作，使店内充满活泼的气氛，而当顾客看到导购员忙于工作，不但不会感到不高兴，反而会心平气和的慢慢挑选商品。

以上种种行为都是懒散的表现，但往往就是这些行为让顾客进到店里面感觉自己“花钱找罪受”，所以，从现在起，我们要拒绝懒散，立即行动，让我们将懒散变成激情，变成热情，变成对顾客的一种热爱。

一个导购员只有勤勤恳恳，扎扎实实的工作，才能把自己的才能和潜力全部发挥出来，才能在短时间内创造更多的价值。尽管这份工作可能薪水微薄，可能辛苦艰巨，但它对我们意志的磨练，对我们坚韧性格的培养，使我们受益一生的财富,是别人无可替代的。所以，正确地认识你的工作，勤勤恳恳的努力去做，才是对自己负责的表现。

三：热情规范的迎宾方式：

微笑是一种愉快心情的反映，也是一种礼貌汉阳的表现。

对人微笑是一种文明的表现，它显示出一种力量，涵养和暗示。一个刚刚学会微笑的导购员说：“自从我坚持对顾客微笑之后，两个月来，我的销售额比过去一年还要多。现在，我已经养成了微笑的习惯，而且我发现人人都对我微笑。

微笑是卖场导购员的基本功，有露出八颗牙齿的标准微笑；不露齿的微笑等。微笑是唯一不需要语言的世界语言，是成本基于零的最佳服务方式。

热情迎宾的一个最简单的标准是：当顾客进入店铺时，导购员以亲切却不过分热情的行为招呼顾客，比如亲切地说：“欢迎光临”，导购员打完招呼后应该立即投入到自己的工作中，继续梳理货品，调整陈列，不必刻意根在顾客后面，而给顾客制造一种：“我们很忙，我们生意很好”的感觉，同时要在营业场中巧妙的走来走去，造成一种销售的气氛，不让整个卖场显得没活力。但要随时观察顾客的表情，一旦发现顾客的眼睛看着你时，你必须立即上去给与必要的说明和解释；而当顾客的目光避开你时，你就不要去干扰顾客。有时，顾客没有注意到你，在欣赏一件商品，你当然可以主动走过去，站在他的一侧，希望能为他提供某种服务，这样就让顾客感觉很自由很随意。

四：优质服务的五原则。

最亲切的笑容：只要我站在岗位上，我就能以发自内心的微笑面对顾客与同事。

最动听的声音：我能让声音也微笑起来。

最自然的招呼：我的招呼语多元化，能让顾客感觉自然舒服。

最精彩的搭配：有精彩的搭配，才有成功的销售。

最利落的动作：我的勤快是打动顾客的法宝，1分钟之内我就能为顾客找到他要的货品。五：品牌服务三原则：

20%的顾客为我们创造了80%的销售额。品牌的稳定的风格必然会造就一部分稳定的消费顾客群，这是在品牌坚持中培养累积起来的重要资源，也是品牌专卖店盛行的成功法宝。这就要求品牌专卖店的导购员必须有专业的服务原则。

1：紧记顾客名字。

2：紧记顾客买过什么。

3：让你的顾客穿的好看。

所谓销售就是让你的顾客穿的漂亮。

所谓销售成功就是让顾客该买的东西都在你店里买到。

（一）卖品牌的方法。

a品牌张扬。

买菜的故事：买1，2块钱的菜就可以这么挑剔，何况买一两百块钱的衣服呢？顾客的挑剔很正常，不喜欢的就不会挑剔。面对顾客的挑剔，要讲述我们品牌商品所具备的独特设计风格，独特洗水工艺，独特的卖点，良好的做工，优质的品质保证，要坚持我们的品牌。不卑不亢的告诉顾客：我们的品牌折扣是统一的，我们卖给每位顾客都是一样的。

1：了解品牌，越了解越有信心。可以通过培训，产品手册，来了解品牌的文化，设计理念，风格定位，发展历程及发展方向，服务意识与技巧，面料知识，洗涤知识，产品卖点，售后服务，等。我们的品牌很时尚，很张扬，那么我们的员工又了解多少呢？如果员工不了解，那只不过是卖价钱买衣服而已，那么我们品牌的文化，个性与张扬根本没办法得到推广。2：熟悉商品：款号，价位，颜色，面料，码数（清楚卖场现有码数），如何介绍（每个产品都有一个介绍方法即卖点，我们的衣服很时尚，但我们的介绍是不是很时尚呢？），搭配（员工要熟悉每一件衣服如何能够搭配成套）。

3：只卖爆款违反卖品牌的规律。专卖店只卖爆款的话会造成很多积压。比如：120个款中如果只有20个好卖的款，那另外100个款叫什么？怎么可能会有100个款式库存呢？所以员工要在一开始就熟悉每个款怎么去搭配。保证每件衣服都能销售出去。

教育消费者：

品质保证：售后服务，解决客户投诉等方面一定要做到位，才能保证拥有更多的回头客。

定位与风格的差异：符合品牌风格的消费群体即可。

目标消费群的差异：我们的导购要清楚我们的目标消费群。

针对性提供服务：品牌的附加值的体现。

二：为什么要作品牌？

加盟商心理：越便宜越好卖——地摊行为。

选择品牌的因素：租金，人员工资，成本越来越贵，卖的东西越来越便宜的话，这本身就是一种矛盾，早晚会有困难。

货品定价：1：品牌价值——差异大（而我们的导购大多在介绍商品，而没有介绍我们的品牌优势）。

2：商品价值——差异不大，因为成本价值差异不大。

经典款和库存的区别：和时间没有关系，和品牌有关系。

1：陈列时按套陈列——按系列，按色彩，按套。

2：养成连带销售的习惯：只要顾客进试衣间，都要拿一套给顾客试穿。

顾客进试衣间的时候，店员马上准备2套搭配好给顾客试，会提升业绩。

第二章：导购员的行为礼仪。

一：站姿。

规范的站姿如下。

头正：两眼平视前方，嘴微闭，表情自然，捎带微笑。

肩平：两肩放平，微微放松，稍向下沉。

臂垂：两肩平整，两臂自然下垂，中指对准裤缝。

躯挺：胸部挺起，腹部收回，臀部向内向上收紧。

腿并：两腿直立，贴紧，脚跟靠拢，两脚夹角成60度。

叉手站姿：两手在腹前交叉，右手搭在左手上直立。此种站姿男子可以两脚分开，距离不超过20厘米。女子可用小丁字步，即一脚稍微向前，脚跟靠在另一只脚内侧。这种站姿要端正中略有自由，郑重中略有放松。在站立中身体重心还可以在两脚间转换，以减轻疲劳感，这是一种常见的接待站姿。

背手站姿：双手在身后交叉，右手贴在左手外面，贴在两臂中间。两脚可并可分，分开时，不超过肩宽，脚尖展开，两脚夹角60度，挺胸立腰，双目平视，这种站姿由美中略带威严，易产生距离。

作为店员要真正掌握好标准的走姿，就必须对一些常见的不当的走姿有所认识，并且自己地对其免于尝试。若是这些错误的做法在自己身上早已存在着，则一定要及时地予以纠正。走路“内八字”或“外八字”，弯腰驼背，走路不成直线，以及双手插兜行走等等都属于不正确的走姿。不正确的走姿使你看起来无精打采，没有自信心，也没有风度，是店员必须严格注意的。在工作岗位上，店员应当纠正的不良走姿主要有下列八种：（1）横冲直撞。（2）悍然抢行。（3）阻挡道路。（4）不守秩序。（5）蹦蹦跳跳。（6）奔来奔去。（7）制造噪音。（8）步态不雅。

三：服务语言的基本原则。

1）尊重性原则。

尊重人和受人尊重是人类的需要，尤其是服务行业。当顾客进入店铺时，很多导购员。

常常会一声不吭，而当顾客在挑选商品时，导购员又会冷不丁的提醒顾客“这个很贵”，它暗示着顾客买不起，从而伤害了顾客的自尊，惹恼顾客。

当顾客召唤销售人员时，销售人员需要应用“好的，是的”，“能不能麻烦您稍候一下”“很抱歉”“不好意思”“欢迎光临”“欢迎下次光临”“请稍侯”“让您久等了”。

与顾客交谈时，要保持一米左右的距离，站在顾客的半侧面，不要直接面对顾客，说话是要面带微笑，表情开朗愉快，语调亲切温柔，声音要低于顾客的音调。在与顾客说话时，要专注，眼睛要望着顾客，不要东张西望，或者用眼睛死盯着顾客。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com