# 销售培训感受 终端销售的心得(10篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-09-21

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。销售培训感受 终端销售的心得篇...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**销售培训感受 终端销售的心得篇一**

学习是成功的基石，所以学习是人生的必修课

二、修炼改变之心

心若改变态度就会改变，态度改变习惯就会改变，习惯改变性格就会改变，性格改变命运就会改变。

只有改变思维模式，不改变行动模式，就改变不了结果，我改变不了世界，我就改变自己来适应世界，我改变不了家具风格那我就改变自己的销售观念。

销售顾问;就是主动出击帮助顾客购买家具。

三、修炼态度之心

把态度当成是一种习惯

气场-自信

磁场-吸引对方

习惯是情感的投入、激情的释放、良好的感觉。

好的状态是热情的微笑魅力四射快乐自信行动有力

四、修炼引导之心

导引导(在销售过程中尽量少说自己)绑架顾客思想

疏导帮助客户解决问题

诱导举例证明产品的好处和利益

劝导要求客户成交

话术是背出来的，能力是练出来的，销售是导出来的。

五、修炼成功之心

三心坚持之心(黏)

赞美之心(所有人不会拒绝对自己的赞美)

忠诚之心

没有天生的高手，所谓高手都是千锤百炼出来的，

六、修炼同频之心

物以类聚人与群分只有快速的进入顾客的频道才能获得成交的通行证。(见什么人说什么话)

七修炼竞争之心

知己知彼百战不殆。学习超越直接竞争对手，区隔直接竞争对手，打击潜在竞争对手。

先学习对手，后超越对手，那样我们才会成功。

八修炼检讨之心

内向思维--找自身的缺点和毛病

外向思维--找借口和理由来掩饰自己的过失

人只要学会检讨，就步入一个伟大的起点、

九修炼合作之心

团队精神的四个作用

1、目标导向功能

2、凝聚功能

3激励功能

4控制功能(身教大于言传，以身作则)

一个人先进单枪匹马，众人先进万马奔腾。

十、修炼销售之心;

销售自己(喜悦心)(仪容仪表)(独一无二)

销售自信(专业)(素质)(经验)

销售产品(文化)(卖点)(好处利益)

人生无处不沟通人生无处不销售。

终端销售流程

一、导购员如何在顾客进店以后先去了解需求?

需求对象

需求产品

需求风格

家具顾问就是要发出高质量的提问，需求是问出来的。

二、导购员如何在顾客问价时先塑造产品再报价?

产品塑造的关键点

塑造产品核心、塑造产品优势、塑造产品文化、塑造产品风格、塑造产品卖点。

运用答非所问的计较。

顾客谈价格，我们谈价值。

三如果引导顾客体验产品

主动引导顾客与产品亲密接触，接触过程中刺激消费者的感官，然后与产品产生感情的一种销售技巧。只有体验才会有感知，有了感知，就有了认知，

四、如何运用产品示范去佐证自己的产品与众不同，

材质的比较，耳听为虚眼见为实，产品示范就是为了给顾客眼睛一个真实的产品画面，而促成交易。

五、如何运用望、闻、问、切、来给顾客对症下药。

望;给客户消费层次定位，闻。给客户购买信息，问;给客户产品需要定位，切;给客户消费水准定位。

只有具备专知识才能驾驭顾客驾驭销售。

六、如何快速和顾客(套近乎)来获得信任。

1同乡;用思乡情结来要信任，

2同龄;用共同爱好来要信任，

3同姓;用共同一家来要信任。

4同信;用共同信仰来要信任。

没有信任，何来成交。

七、如何化解\"刁难客户\"的较真之处

1老师：难应付理由，善于演讲化解方式：利用专业援课流程

2医生：难应付理由，挑剔作工，注重环保化解方式：讲解流程塑造环保

3律师会计：难应付理由，拒绝介绍，具有雄辩口才化解方式：事实说话，专业征服

4老人：难应付理由，时间充足，软磨硬泡化解方式：沟通感情，要求成交

即有相生就有相克关键看我们是否具备相克的方法(把要求当成一种习惯)

八如何在销售过程中打她文化附加值这张王牌

文附加值分产品色彩文化产品风格文化产品图腾文化

家电是销售功能家具是销售文化

九如何把产品劣势转化成优势来销售

产品的劣势分：功能劣势色彩劣势风格劣势材质劣势

没有卖不出去的货，只有卖不出去货的人

十如何拿唯一的卖点给顾客一个非买不可的理由

独特的销售主张

产品卖点：1材质诉求

2心理诉求(环保)

3人性化诉求

产品的唯一性就一个非买不可的理由

十一如何利用语言铺垫去引导顾客思路

顾客发出异议，并不是要我们回答，而是要一个购买的理由

十二如何准确接受即将成交的信号

1顾客在用心关注某一件商品时

2顾客询问改变颜色改变尺寸时

3与别的品牌比较的时候

4顾客犹豫不决时

5询问交货时间时

6顾客开始讨价还价时

7顾客征求同行者意见时(不许与顾客同行者争吵，反驳顾客)

8顾客发出任何异议的时

机会只有把握住了才叫机会

十三导购员如何利用\"同理心\"去化解顾客的任何异议

方式总比困难多一个，闯过异议这关，就海阔天空，闯不出去就前功尽弃(同理心就是根据不同顾客的喜好以最快的速度切入顾客喜好)

十四如何在讨价还价中与顾客博议

高价等于高品质低价等于低品质

讲顾客时，价格数字化，价格分解化，价格陷井化

顾客讨价还价只是想占便宜，并不是想买便宜，所以要给顾客留点便宜的空间

十五如何在临门一脚时强近顾客签单

人们熙熙皆为利来人们攘儴皆为利往

要求顾客今天签单，你能给顾客什么好处和利益，这才是顾客签单的理由

1活动最后期限

2新产品试销限量

3没有商场费用

4强行签单主动签单

5从众

6时间充足

7时间紧迫

8赠送产品

9放人走不放单走

10签单以后必须要搭销产品和250法则

现代的销售是不计苦劳只计功劳，签单才是硬道理

**销售培训感受 终端销售的心得篇二**

在此非常感谢公司给我这次学习的机会，我倍感珍惜，认真参加了《终端(门店)销售技巧培训》的课程。通过叶明粮老师诙谐幽默、通俗互动的专业讲解和演练，清晰的认识到作为终端销售人员首先要具备良好的心态，其次在传统销售的流程中用感恩的心注重细节和情感化营销，把握好80%的人性营销，20%的产品营销的销售技巧。 具体有以下4点感触：

1、做一名优秀房产销售人员，首先要以客户为中心，让客户打开心扉，建立信赖，再以专业销售技巧进行产品介绍的同时，运用分析能力、综合能力、实践能力、创造能力、说服能力完成对客户的销售，并预见客户的未来需求，提出积极引导性的建议。这种销售理念有别于以往直接推销。这就需要在面对客户时，要注意各个环节的要点、细节。

2、注意与客户的关心式互动，在展示给客户带来的好处的同时，挖掘客户的纠结处，巧妙的说一到两点瑕疵，因为世间没有完美的事物，瑕不掩瑜，这样才能更贴近客户。让客户完全打开心扉对销售人员产生信赖感，最大限度的体现我们产品的价值。

3、注重售后，提升服务品质。让客户感受到后续服务带来的价值，进而锁定客户，产生口碑宣传效应，让客户以1：13的传播效应持续购买。

4、做个会赞美的杂家。学会赞美，不管是对客户还是生活中都应该学会赞美，赞美是善于发现别人的优点，将这个事实用自己的语言真实的表达出来，《吉祥经》说言谈悦人心视为最吉祥。广博的涉猎，丰富的知识是做好销售工作的基础。像诸葛亮对凡事的“略懂”才让他成为军事，销售人员也一样需要“略懂”才能做好顾问工作。

课程是在叶老师的故事中结束的，短短的故事更加深了培训的核心：怀揣感恩做事，是销售的关键法宝。我是在眼泪中结束学习的， 颇丰的感触和获益，真希望能多多参加这样的培训。通过学习也认识到自己的很多不足，在以后的工作中我会持续改进，通过实践来领悟学到的真理，使我真正受益!

终端销售学习心得三：

这一学期有一科很特别的课，“终端销售”讲课时不是老师、学习时没有书本，他们都是来自当地非常有名的企业里的干部领导，用他们企业里最核心的思想、企业理念、企业文化和最精华的销售技巧，使我们受益匪浅。

一、何为终端销售? 所谓终端，即产品销售通路(渠道)的末端，就是产品直接到达消费者(或使用者)手中的环节，是产品到达消费者完成交易的最终端口，是商品与消费者面对面的展示和交易的场所。终端是“从商品到货币的惊心一跳”的跳板，是唯一实现“不是库存转移、而是真正销售”的场所。终端担负着承上启下的重任，所谓承上——就是上联厂家、批发商;所谓启下——就是下联消费者。通过这一端口和场所，厂家、商家将产品卖给消费者，完成最终的交易，进入实质性消费;通过这一端口，消费者买到自己需要的产品。

二、销售类型有哪些? 渠道销售：产品从生产厂家生产出后，各大批发商去厂家进货的为渠道销售 终端销售：最终消费购买使用的购买群体。

渠道销售：厂家面对的客户， 比如大型超市、批发商、代理商

终端销售：是超市、批发商销售使用产品的消费者

三、学习体会

每个人都是从一点一滴做起的，没有任何一个人一生下来就懂得销售。我是品牌电脑行业的一位销售员，经过我长时间以来的销售经历，我总结出了一下的一些经验和技巧，此文章应该对每一位做销售的人来说都应该多多少少有一些帮助吧。对于销售来说其实是一种乐趣，也是一次又一次的游戏。动力源于销售内心的激情，在我们生活当中作为一名销售人员，在拥有一定好的产品的时候，同时这种产品会给我们以优越的性能，这种性能可以作为销售人员的一种自信心，来带动销售人员促使客户消费。当这种消费达成一定的共识，那么这种激情也即将诱发。做一个好的销售员关键要树立一个自己的信念与一定放正自己的心态。我的信念就是“在我的字典里没有输，只有赢”，而我的心态是“我所销售的产品是最好的产品”。

1、信念的树立对我起了很大的帮助，因为我在每一次失败的销售后总会对自己销售中的缺点、不足之处进行了总结。为什么顾客没有购买我的产品而选择了其它的品牌?在销售的过程中我是疏忽了哪一点没有说到位、做到位?当总结后发现了许许多多的问题所在，总结后对自己在以后的销售过程中有了很大的帮助。

2、放正自己的心态是自然的也是必须要做到的，因为这是一个销售员最基本的要求。销售人员首先要对产品有信心，更要对自己有信心，还要有能征服客户的一种决心，让客户随之于我们的带动而消费。如果对自己所售的品牌、价位、售后产生了疑问，这就说明自己的心态没有放正，当你在销售的过程中就会出现许许多多的问题，因为你心理没底，正是因为这样却眼睁睁看着一个可以进行购买顾客从你身边这样就走了。

四、一个好的销售员须做到的几个要求。

1、 专业知识熟悉以及最新产品的认识。

对于每一个行业都有不同的专业知识和最新的产品信息在不断的上市不断的公布，而我们在终端做销售的销售员，最重要的就是掌握及了解这些知识。当行业中出现了最新的产品，可以及时的向顾客进行新事物的讲解，使顾客了解到新产品给顾客带来的物品价值和切身利益。这必然也是一个销售高端的好方法。 如果当一个懂得本行业顾客来选购东西时，肯定会相应的对你发出一些关于提问。当顾客问到你一些问题使你回答不出的话，这样顾客会对你产生一种疑问，也就了解不到你的产品，你也会很难为情的说我不知道。反而一个很了解很清楚本行业的促销员，知道所有顾客提出的问题这就大不一样了。如果你要是这个顾客你会购买哪个品牌呢?

五、 终端销售时销售员应掌握的技巧。(顾客亲和力)

1、 给顾客的第一印象。

每一位销售员来说给顾客的第一印象是最重要的。我首先来说一下服务的礼仪用语，“来有迎声，去有送声”想必这句话大家都知道吧。所谓“来有迎声”这就说明了，当顾客到你身边时不要不理睬(所有来到你身边的顾客都是有潜意识购买的用户)，应马上及时的上前接待(“您好，欢迎光临，有什么可以帮助的吗?”)说出类似的迎宾语句。这促使顾客加深了对你的第一印象。所

谓“去有送声”这就说明了，当顾客要走的时候很有礼貌的说上一句(“请您慢走，欢迎再来。”)这样的语句。顾客听了必然会感觉到一种很舒服的感觉，所以说服务礼仪也是非常重要的。在接待顾客时又有句话叫“接一待二照顾三”，这个没必要解释了，想必大家都明白含义。哪怕尽管顾客当时没有进行购买，当以后顾客有购买欲望的时候也会再次光临的。另外的一点就是上面所提到的卖场布置了，可以给顾客酿造一种整齐、清洁、新鲜良好的购物环境。

2、 对顾客的购买欲望进行合理的分析。

俗话说：“知己知彼，方可百战百胜”，这句话一点也没有错。想将所售的商品销售给顾客，脑子里必须要有一个概念。用提问的方式来询问顾客，首先要知道顾客需求有多少、有多大，购买的承受能力可以到一个什么位置。脑子里马上进行一个分析，分析竞争对手与我们的差别之处，我们的优势在于何处。这样马上就可以找出一个我们有优势的商品，对顾客进行一个合适的推荐。

3、 与顾客的交谈及销售关键。

与顾客的交谈时应注意的2个事项： (1)与顾客的交谈一定要有个度。 这句话很明白的说明了，在我们的销售过程中所承诺到的必须要做到，信誉是最重要的。如果出现了问题所造成的影响以及损失将不堪设想。2)与顾客交谈的语气和语句。

一般的顾客都比较和谐，但难免在介绍过程中产生冲突。每一位顾客想购买此类产品之前，肯定会对此商品进行了相关的了解。我们在介绍过程中，就更应该注意我们的言行。顾客一般都是比较喜欢被夸奖、被认可、被关心的，我们做到这几点就可以了。尽管顾客所说的话有所不对之处，也没有必要太认真的去对待，另外就是在我们介绍的过程中记得千万不要太专业了。如果你要是说的很专业的话，顾客会感觉到你把他当成了一个什么都不知道的傻瓜。

在销售员与顾客的销售中，最主要的3个方面： (1)顾客所选商品的售后服务企业的发展文化。

每一个公司都有不同的服务和企业文化。大家根据本公司的资料对顾客进行讲解就可以了，想销售商品必须要获得顾客的信任度。其售后是最重要的，销售员要在售后方面对顾客重复讲解进行思想贯穿，肯定你这个品牌。

(2)顾客所选商品的性能及所使用的价值。

商品的性能及所使用的价值，每一位销售员都会在公司的培训中或者所学的专业知识中所知道的。毕竟顾客所选择的是商品，所以我们不要怕麻烦。要对顾客进行一系列的讲解，说一遍顾客认识不到就再说一遍加以强调，使顾客真正认识到我们所推荐的产品，给顾客带来的切身利益、物有所值。本人推荐在讲解的过程中，最好叫顾客去亲身体验和尝试此商品带来的好处。3)顾客所选商品成交金额及赠品。

到最后了，这是最关键的一个环节，如果在这方面出现了问题我们前面所做的工作，也就算白忙活了一场了。

先说一下赠品吧。在与顾客介绍到最后肯定会介绍到一些赠品，本人建议赠品随处见随处拿。每个人都有一种同样的心理，当你把赠品给顾客以后，再从顾客那里拿回来的时候，顾客总是恋恋不舍的盯着那些赠品。这个做销售时间长的销售员都可以发现的到。给予再拿回，这无非也是促进销售的一个很好的方式。也有不喜欢赠品非要我们把赠品折钱的顾客，只要我们坚持一个白给谁不要的信念坚持下去，顾客应该会要的。做销售的都知道，有的赠品是可以直降的有的却是随即捆绑过来的，要是实在不行的话也只可以与上级进行协商后再进行降价，以免公司造成没必要的损失。

六、销售不等于销售商品，而是在推销自己。

毕竟我们是做销售的，销售人员想从客户手中得到的利润与客户的切身利益相冲突。在交谈过程中，你可以与顾客拉进距离使顾客信任你这个人，这个才是最重要的。当顾客你与顾客交谈的时候你发现顾客没有把你当做一个销售员，而是在把你当做朋友来交谈的时候，这就证明完全认可了你，随之顾客也就认可了你这个商品。这样以来顾客就十分信任了你，哪怕就算顾客当时没有购买，这也为你今后的销售打下了基础，日后肯定会进行购买。再考虑一下如果这个顾客的朋友，也想买同样商品的话。他没有理由不将你推荐给他的朋友啊，这又影响了多少销售呢?这是个巨大的未知数。但你只要记住与客户之间的交谈切勿像菜市上纯粹的讨价还价，只是光卖价格、卖新奇、卖产品本身，而是通过产品的特点和功能来告知他这个产品给他带来的利益和好处，这就是我领悟到的营销之道。

**销售培训感受 终端销售的心得篇三**

在多年的工作实践中，把顾客大体归纳为以下性格和类型以及接待方法，供业界共同探讨。 有一种进店就表明态度的单刀直入型;一种是认识不深却装作懂得很多的自我膨胀型;另一种是深藏不露型。笔者把这三种类型顾客称之为见多识广的顾客 。应付见多识广顾客最佳决窍是用优于他们的专业知识、以正确、易懂、有感情的谈吐向他们解说。

喜欢到自己认可的特定店名的眼镜店去配镜的顾客笔者把他称之为慕名型顾客。这种顾客和一般顾客不同，慕名型顾客在“爱得深、恨得也深”的心理下，对其信任期待的眼镜店服务质量一但绝望，效果就会很强烈，不仅顾客本身难再争取，就连其亲朋好友也会受到影响。尤其在这种“广告爆炸式”的时代，

任何一家老字号眼镜店都面临一定的危机，因为顾客往往喜好无常，容易喜新厌旧，被新店吸引、被优质的服务所吸引、被低价吸引。因此老字号眼镜店也应充分利用广告的力量。使老店重放青春之风彩，拉回老顾客，吸收新顾客。如果

盲目相信自身魅力，夜郎自大，往往会被人信谈忘。

每个眼镜店都有一定的熟顾客和店方关系较为紧密。这种顾客笔者称之为亲昵型顾客。这种顾客比较少好接待，但亲密之中，也要保持礼仪，过分亲近会招致顾客反感，营业员、验光员、配镜师在与顾客闲谈家常时，态度及措词都要有分寸,不可忘记自己在执行工作而入“忘我之境”。顾客自动聊起个人问题，应委婉避开划清彼此间关系，才不会让其他顾客感到不舒服，熟客得罪不起，但也不能为了照顾熟客而使新客感到心理不平衡，忽视了新客成为熟客的巨大潜力。

有一些顾客一进入眼镜店面对诸多镜架、形形色色的各种选择优柔寡断、百般踌躇、显得犹豫不定、难以取舍。这种顾客笔者叫他犹豫不决型的顾客。接待此种性格的顾客要记住顾客第一次选的什么样式的，数次把看的是什么样式的，根据其态度，留下几种适合顾客品味的样式，其佘的则不动声色的拿开，然后着重介绍顾客手上拿的。若旁边还有其他顾客，也可通过征求第三者意见促使犹豫不决型顾客下定决心。

在眼镜店都能见到一种委托营业员或验光员、配镜师判断适合自己需要的顾客，这种顾客笔者叫他商量型顾客。顾客之所以找他们商量完全是处于对店方的信任，因此，营业员，验光员，配镜师应尽心尽责不让顾客失望。首先一点，应确立责任心。不能以随意的态度敷衍顾客。同时，应尽量避免为获取提成，极力推销贵重的眼镜而不管其是否适合顾客的需要。另外，作出合理的推荐，使顾客满意往往也会促进相关眼镜的销售。另外一点，应选择在恰当的时机提出建议。

营业员热心推荐，反而使顾客犹豫不决，然后嘴里说“下次再来”而空手而归的顾客笔者称他为谨慎型顾客，遇到这种顾客首先应象对待犹豫不决型顾客对待。另外，这种慎重型顾客对营业员的主动让价和始终不让价都会慎重考虑，故此，营业员要适时而让价，其次这种顾客回头再来时，一定要保持殷勤有礼，不可摆出高姿态。

总有一些顾客，进店之后东看西看，任凭营业员多殷勤，仍金口难开。这种“个性”很强的顾客便是沉默型顾客，这种顾客一旦中意某家眼镜店，通常都会成为该店永久 的顾客，因此营业员在第一次接待这种顾客遇到再大的困难也要想办法克服。接待这种顾客应在顾客没有决定买哪种眼镜之前，切不可贸然上前应对，应让其自由浏览，营业员不妨仔细观察，作好应对准备即可。若发现顾客全神贯注地审视某一款眼镜时或反复在眼镜展示柜久久探望时，这时营业员该“出击”了，到顾客身边，但不要太近，问询看到中意的没有?然后按刚才观察所得，说明他所关心的眼镜商品。

一进店就天南地北扯个没完，忘了自己来眼镜店是想配副眼镜的，这种顾客，笔者称他为聊天型顾客。接待聊天型顾客致关重要。这种顾客的特征较为鲜明，做好这种顾客他会在外大肆宣传该店的特色，得罪了这种顾客就可想而知了。

**销售培训感受 终端销售的心得篇四**

经过这次培训，感觉收获不小，与以往所有培训不同的是：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点多至下午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，此次培训中通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保持一致，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，使我们树立一杆自己的旗帜。

再次，我们需要加大销售技巧的培训，通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，认真学习并应用；寻找自己的不足，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，就像王志方老师讲到的“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。真正让自己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。我们坚信只有高素质的人，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”从而打造我们自己的品牌。

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进和创新，只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己，成为真正的联想人。

**销售培训感受 终端销售的心得篇五**

三个多月以来，在同事们的帮助下，自己在电销方面学到了很多东西，下面将以前的工作总结如下：

还记得当同事已经打了好多通电话之后，我才敢打自己的第一通电话，当时拿电话的手都是颤抖的，心里竟然还在祈祷不要有人接电话。可是并不如我所愿，那边接起了电话，我一时之间竟不知道自己要说什么了：开始想好的那些话语都烟消云散了，后来就把话术都记在本子上慢慢年习惯了也就好了。到现在想想，那时真的是很傻的。

做电话销售也可能是所有销售里最难，最具有挑战性的了;对于别人的拒绝总是很让我伤自尊。但是自己必须要迈过这个门槛。说实话当时我是把自己看成被“逼”上梁山的好汉，每天都在打电话，打好多的电话让自己遭受拒绝，学会承受。在开始的时候也是在师傅包括一部的同志们帮助以及熏陶下才慢慢的适应，别人可以做到，为什么我就不可以?

作为销售人员我感觉背负着挺大的工作压力。当面对背井离乡孤军奋战时的寂寞时，当面对完不成销售任务的沮丧时，当面对部分蛮不讲理的客户时，一旦丢失了坚强的意志，那么就只能逃离营销这个职业或者浑浑恶恶过日子。尤其是做电话销售，我们每天至少打五十个电话，每个月如果有十六个工作日，那每个月我们就要800个电话。可见我们要经受多少次的拒绝，我们听得最多的声音就是“拒绝”，如果不能激励自己，不能互相激励，那我们可能每天都会愁云罩面，每天都不想打电话，甚至看到电话头就痛，因为没有一个人会喜欢被拒绝的感觉。

在追求成功的时候，必然会碰到各种各样的困难、曲折、打击、不如意。可能这个世界上会有极少数的人，他的一生一路顺风，但是大部分的人，他都曾经遭遇过失败或正在遭遇失败，包括很多成功人士也是一样。除了要对自己当初确立的目标要有坚定的信心外，必须要不时回过头去，检验自己一路走来的足迹有没有偏离了轨道，有没有多走了弯路，如果走偏了就赶紧回来，赶紧修正，不时地总结和回顾，才能保证方向永远是正确的。正如常言道：“一个人不追求进步的同时就是在原地踏步”!

此时回头一想，我本人在工作中还是存在不少的缺点和不足之处，尤其最明显的一点就是马虎大意，在发传真的时候忘记该称呼有几次，甚至有次去开会竟然还把鞋子忘记了带，最后还是满天去借，此等性质的问题细节在生活中也是经常发生;打电话的时候还是不能够独立面对问题，在客户遇到问题的时候自己容易惊慌失措，不能镇定的稳住阵脚，就把电话直接塞给师傅或者其他同事了，这点来说，现在做的非常不好，包括打回访自己都不会去打，现在刚来了不到一个月的新人都可以自己面对这些问题，我这点就做的不够成功了，以后一定要努力改掉这个习惯，不能什么时候都依靠别人，要靠自己解决!还有一点是平时工作和生活两者不能区分开来，有时工作中的烦恼会带到生活中，而生活中不愉快的心情也有时导致一天的心情，当然这样是肯定不好的，因为一天没有好心情就直接决定能否有回执来报答一天的劳效!所以平时工作以及生活中，在自己给自己调解的同时要坚信：郁闷的人找郁闷的人，会更加郁闷。一定要找比自己成功的人，比自己愉快的人，他的愉快会感染会传染，就会找到力量和信心。

为今后做个打算，不能和以前一样从来不做总结，从来不设定目标，那样就像是一个无头苍蝇乱碰一天天的混日子了，没有目标性，一天不知道要有什么样的结果，在此一定明确了：至少一场会保持两个客户，不然一个月下来就八场会的话，自己来那么几个客户还不能保证是不是质量客户，那样签单的几率就太小了，至少在自己的努力中能够充实自己，给自己的同学一个榜样，给家里一个交待，能让所有关心自己的人放心，会认为我过的很好就ok了!

xx年已成为过去，勇敢来挑战一一年的成功，成功肯定会眷顾那些努力的人!绝对真理!

**销售培训感受 终端销售的心得篇六**

上周公司专门请了销售培训团队为我们销售人员作了为期三天的培训，这对我们广大的销售员来说是一次极大的提升个人能力与素质的机会。此次培训主要阐述了以下几方面的技巧：

在我们向顾客推销任何产品的时候，我们首先要从客户角度考虑为什么要买我们的产品以及买了之后会起到什么样的作用，简言之就是“换位思考”，以此来与客户成为朋友。我们都知道“朋友间是无话不说的”。如果我们与客户成了知心朋友，那么他将会对你无所顾忌地高谈阔论，这种高谈阔论中，有他的忧郁、有他的失落，同时也有他的高兴，这时都应与他一起分担，他就可能和你一起谈他的朋友，他的客户，甚至让你去找他们或者帮你电话预约，这样将又会有新的客户出现。

这次培训给我的一大体会是要与客户有共赢的目标，只有这样才能与客户建立长远的合作关系。

顾客只要来奥龙堡都是有需求的，要通过察颜观色，以及语言沟通来了解顾客的真实想法。然后用你独一无二的特点，无微不至的服务让顾客产生加入奥龙堡的欲望，从而成交。二流销售员是满足顾客的需求。一流销售员是创造顾客的需求，既所谓“攻心为上”。

作为一名销售人员，一定要有严格的行动力，凡事力求尽自己最大得努力。销售工作是一项很辛苦的工作，有许多困难和挫折需要克服，有许多冷酷的回绝需要面对，这就要求销售人员必须具有强烈的事业心和高度的责任感把自己看成是“贩卖幸福”的人，有一股勇于进取，积极向上的劲头，既要勤跑腿，还要多张嘴，只有走进千家万户，说尽千言万语，历尽千辛万苦，想尽千方百计，最终会赢得万紫千红。

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和专业素质。公司这次通过聘请专业的培训队伍对员工进行了系统的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

通过这为期三天培训是我懂得：销售人员就需要坚强的意志，要有不达目的绝不罢休的信念，才有机会走向成功。销售是条漫长又艰辛的路，不但要保持冲劲十足的业务精神，更需秉持一贯的信念，自我激励，自我启发，才能坚持到底，渡过重重难关，走向最终的胜利。

**销售培训感受 终端销售的心得篇七**

这次能够参加中国烟草总公司职工进修学院举办的“陕西省卷烟营销内训师培训班”我感到非常荣幸，并且也很珍惜领导给我的这次学习机会。在前后15天的学习中，我始终抱着认真、积极的态度参加每一天的学习。

这期培训班培训内容包括 7大模块，首先是国家局史惠民司长全面解读题为“全面提升培训师队伍建设，为卷烟上水平培养更好更多的人才”，其次是学院内六名培训师分别讲解烟草专卖法律法规、营销员职业技能鉴定教材高级重点部分内容、烟草商业企业行为规范、培训授课及备课技巧、ppt课件制作、最后是自己制作课件并十五分钟的授课演练。 通过培训、使我受益匪浅、感触颇深，以下是我这十五天培训的心得和体会。

一、国家局史司长讲了现行行业的教育培训、师资队伍建设，让我体会到国家局高度重视职工教育培训，知道为什么要全面推进培训师队伍建设，怎么样去提高内训师的政治素养和业务能力，达到阶梯化传授知识。

二、通过3位老师对职业技能鉴定教材《卷烟市场营销》、《卷烟服务营销》、《卷烟品牌营销》、《卷烟营销管理》四本教材的解读划分，建议营销人员要注重，把书本知识要应用到工作实践中去，提高营销人员推荐重点品牌技巧、客户拜访技巧、需求预测方法等。以及营销员职业技能鉴定考试中需要加强练习的知识点。并通过内训师的讲授让学员掌握重难点，以提高职业技能鉴定考试通过率。

三、杨玉霞老师给学员讲授了“培训授课与备课技巧”。作为一名合格的内训师要在培训前怎样备好课、培训中如何授好课、最后还要培训后做好培训的评估和改进。让我们知道做为内训师应该具备的培训礼仪和培训技巧;如何在各种场合穿着得体;如何掌控课堂气氛;如何更好轻松自如讲课;如何与学员互动更好参与学习等。以及备课前的准备：了解学员情况：年龄、学历、岗位、技能;以及现场设施的布置、授课时间分配、教学方法，教案等。备课方法与技巧：应用故事、案例加深课件内容，列举有典型性、有讨论价值的故事，案例在授课时与学员互动。

四、现代培训技术应用(ppt教程)：培训老师给我们讲了主题设计、文字、表格、图标的插入、动画设计、音频、视频的调入、母版的设计等内容，让我们掌握了各种对象的属性设置和动画效果的设置，要制作一个演示文稿，就非常简单了。让我们知道了好的演示文稿，文字不一定多、切换效果不一定炫、动画效果不一定酷、颜色不一定杂。

五、十五分钟授课演练及授课评估考核率。通过此次培训，我初步掌握了四本教材在技能考核鉴定时的理论知识点和技能知识点以及教材里可以广泛应用到实际工作中的案例，并且也认识到作为营销内训师所需要具备的素质和广泛的知识面，通过在学院学习到的课件制作，以及反复的授课演练，最终在授课考核中以优异的成绩结业，圆满完成培训任务。

即将成为一名卷烟营销战线上的内训师，这刚刚只是起步，我自身仍有诸多不足，授课经验不足，课件内容不贯穿主题等。相信在今后的工作和学习中，我将倍加努力，不负众望，为我们的卷烟上水平添砖加瓦。

**销售培训感受 终端销售的心得篇八**

今天开会是有此以来收获最多的一次，从早上九点半一直开到傍晚六点多，这是有此以来公司规模最大的一次会议。刚回到安溪自己马上回想会议的整个内容，把它给记入下来，如果不好好总结下，那会议就白开了，永远得不到进步。开这次会议目的就要教会我们这些业务及推广如何学会跟客户沟通，及对市场的操作。听了这次会议后受益匪浅，深感体会。为我解开了很多雾团，让我有了方向感和前进的动力。

沟通方面

在与客户沟通的过程中，三不说：没准备的话不说；没依据没数据的话不说；情绪欠佳时不说。要懂的三必说，赞美的话，感激的话，对不起。就这些短短的几句话就概括说我们在交流时该注意的。在任何的沟通过程中，你要做好事前的准备，懂的你要做什么，为什么做，谁来做，我们要如何，交流的目的和意图是什么，规划好这些后，你的沟通才能够有效的开展，顺不顺利那是另外一回事。确认需求，明白客户需要的是什么，我们能兑现给他的是什么。当在交流过程中发现异议时，要学会在顺着客户的争议给他一一解说，为她化解他的顾虑。要让他明白我们是站在他的立场为他着想的，为他赚更多的利益，要知道任何商人都是利字当头。这样才能达成协议。最后就是实施，在这一环节也就是客户对你的兑现，和你对客户的承诺，要求我们要诚实守信，商场上要更多讲究信用，这样生意上的合作才能长久。

在整个沟通过程，我们是备有筹码的，但记住我们的筹码能不抛尽量不抛，不要轻易抛，只有在逼的无路可走时，才最后压上筹码。一旦一开始就压上了，可能还没到最后光头也许你就输了。这也就教会我们花最少的钱赚更多的利益。想想自己沟通过程，实在存在很多短板，讲话没有煽动力，不够沉稳。给客户的感觉就像强迫，强买强卖。语气轻点又感觉自己没魄力，让客户买不到放心。这样的交易很难达成。一名好的业务，销售员都是刚中带柔，柔中带刚，强软兼施。

心态方面

人一旦走上销售这条路，想退路难，想前进更难。退路难那是因为你走上了舍不得放弃的路，销售是个很会历练人的路，你一旦踏上一般人都很难往后退，他带给你的发展空间很多，提升个人能力的好机会，你自己会很想往下走，想看看前进路是怎么样子。但你要明白，前进的路是坎坷的。前进的路是更难的。佛像为什么能成为千百万人仰拜，那是因为它的前期也要经过千刀万剐的削磨。一名优秀的销售员成功的销售员，往往是做到别人做不到的事。今天有幸听说赖守汉副总经理从何从一名推广专员在进公司短短一年半的时间当上了副总的位置，真的很震撼，还有晋江营销中心张经理为了开发新的客户，自己下海证明他的能力，他能给客户创造的利益是多大，在客户没有认可和支持的情况下，大夏天的一顶帐篷，一个人做起促销活动，很多东西都是自己目前没法比拟的。发现自己跟他们比起来，自己远远做的不到位，他能做到自觉，对工作负责，勤奋学习。自己呢有点太满足于现状，这样永远得不到进步，或者进步很慢。记住每当我们在进步时，可能很多人会忽视竞争者也在进步，社会在竞争，适者生存，你要明白你不吃别人，别人可能就会吞并你，尤其在商业这行业上。

营销人生的生涯的三部曲：干活，管事，管人。每个成功的都得经历这三个阶段。第一阶段我们都是从最简单的做起，从一个最简单的动作重复的做。对我们这些刚从学校毕业的人都有这样的想法，希望得到回报多，简单的事情不想多做，总是埋怨这埋怨那。或者有这样的想法自己的努力为什么别人总是看不到，别人往往只是看中自己的结果。其实错了，人做事，天再看，也许暂时性的看不到，但总有一天别人会知道的。一个活干的同时我们也慢慢学会接触管事，公司会给人机会，只是你自己有没准备好的问题。在学会管事时，你的能力开始慢慢的提升，等你有了一定能力就开始慢慢得管理起人来。如何利用自己手中资源，利用别人来帮你赚钱创利益。

销售没有冬天，不要给自己找借口。相信梦想就在不远处。今天的会议也讲了些企业的文化，让我看到公司未来的发展方向和前景，让我重新自信起来。

**销售培训感受 终端销售的心得篇九**

时光转瞬即逝，不知不觉来到公司已经\_\_年，忙忙碌碌中时光已近年末。回顾过去工作中的点点滴滴，才发现自己真的收益良多，作为公司的一名销售客服，我也深知自己所肩负的责任。销售又有售前售后之分，而售后一样重要，售后服务工作作为产品售出后的一种服务，而这种服务关系到公司的产品后续的维护和改进，也是增强与客户之间交流的一个重要平台。售后服务的优劣，直接关系到公司的形象和根本利益，也影响销售的业绩。

在我所从事的工作中涉及到聊售后\_\_\_和处理各种售后交接问题，在过去一年里我学到了很多，对于\_\_回复话术和电话沟通技巧都有了一定的积累，对于很多工作都能有效的去完成。在\_月份的时候处理的交接数据是我们小组中最高的，双十一的当月处理的交接数据达到了\_\_多个，平时也都能尽职尽责的去完成自己的本职工作，算是没有辜负公司领导的期望。为了更好的完成本职工作，为公司创造更多的效益，特将工作经验心得分享。

一、塑造店铺良好形象

顾客进入店铺第一个接触的人是客服，客服的一言一行都代表着公司的形象，客服是顾客拿来评论这个店铺的第一要素。作为售后客服，我们要本着为顾客解决问题的心理来对待，不要把自己的情绪带到工作中，遇到无理的顾客要包容，也不要与顾客发生冲突，要把顾客当朋友一样对待，而不是工作对象。作为网店客服我们多数时间是在用\_\_文字与顾客交流，面对电脑顾客也看不到我们的表情，在与顾客交流的时候我们一定要保持良好的态度，言辞要委婉，多用礼貌用语和生动的语句，最好搭配一些动态诙谐的图片，这样可能带给顾客的就是另外一种体验了。

二、学会换位思考

当顾客来联系售后时，可能是因为收到商品不合适，商品出现质量问题等因素需要退货或者换货，当我们在为顾客处理问题时，我们要思考如何更好的为顾客解决问题，或者将心比心，当我们自己遭遇到类似顾客这样的情况时我们希望得到怎样的处理结果，然后在有效的去实施。售后工作也是锻炼我们心理素质的一个良好平台，我们每天会遭遇各种各样的顾客，其中不乏有无理取闹的，对待顾客时我们要持一颗平常心，认真回答顾客的问题。遇到顾客不懂的，我们则需要更多的耐心去服务，我们应该耐心倾听顾客的意见，让顾客感受到我们很重视她的看法并且我们在努力满足她的要求，让顾客有一个良好的购物体验，以带来更多潜在的成交机会。

三、熟悉公司产品和产品相关知识

公司作为一个从事服装的企业，产品的更新换代是非常快的，作为公司客服，熟悉自己的产品是最基本的要求，当有顾客问到产品的一些情况，我们也能及时回复顾客。对于产品的了解也并不能局限于产品本身，关于产品的相关搭配，也是我们都要了解的。公司几乎每周都有定期的新款培训，对此培训我也是比较热衷的，新款培训可以让我们结合实物和网页产品介绍对产品有更深层次的了解，在处理售后时我们也能熟知自己产品的优劣势，进而更好的为顾客解决问题。

四、有效的完成本职工作

\_\_是我们与顾客沟通的工具之一，在\_\_上与顾客沟通时我们要注意回复速度，只有及时回复才能让顾客第一时间感受到我们的热情，为此我们设置了各类快捷短语。在保证回复速度的基础上，我们也要注意沟通技巧，热情的态度往往是决定成功的一半。通过电话联系处理顾客的退换货也是我们的职责之一，在电话联系时我们也要注意最基本的电话礼仪。通常我们所处理的工作都是主动与顾客联系，拨打电话时要注意时间不宜太早或太晚，也不适宜在午休时间去电顾客;其次我们要注意电话沟通技巧，通话之前我们要了解去电的目的，在通话途中要吐词清晰，注意倾听顾客的要求，不要随意打断顾客，同时要注意控制通话时长，避免占用太多的工作时间;打电话时的一定要态度友善，语调温和，讲究礼貌，从而有利于双方的沟通。通话结束时应礼貌的回复顾客再挂断电话。

对于顾客的一些问题我们要持一个专业的态度去对待，在保持专业水准的基础上我们也要让顾客看到我们诚恳的态度，如果凭自己的专业产品知识还是不能解决问题，这时我们就要从顾客的回复中洞悉顾客的心理，努力快速解决顾客的问题，并将售后成本降到最低。如果处理得当，久而久之公司的信誉评价等都会有所提升，这也是体现我们售后价值的所在。

公司对于员工也有了更严格的要求，在这种氛围下我也会努力去学更多的知识，并努力提升自己的各项数据，争取做一名优秀的员工，为公司创造更多的效益。新的一年，也希望公司能够提供更多的培训机会，让我们对公司各个岗位流程有更好的了解，继而为公司带来更多的效益。

**销售培训感受 终端销售的心得篇十**

在当今经济高速发展的时代，市场竞争日益激烈，为了能够在有限的客户资源中挖出无限的商业潜能，就必须要销售人员更加努力、更快速的争取顾客。在与同行对手竞争中，不仅仅只是比拼产品的价格，更重要的是比拼服务质量以及销售人员的促销手段。本文结合本公司的销售经验，谈谈在市场竞争中美容机构在销售过程中注意的几个步骤。

1、销售前的准备

1)销售人员掌握相应美容行业基础皮肤及护肤知识以及熟识新推出产品的相关资料;

2)充分了解本店内的产品、美容疗程效果、疗程会员卡等，同时能够通过自己的介绍使顾客能够足够了解店内的活动和效果;

3)销售人员在工作中要保持充足的体力、良好的精神面貌以及亲切的笑容;

4)作为一名优秀的销售人员，在工作中对顾客要有所了解。特别是自己的老顾客，必须要对自己的老顾客十分了解，针对她的兴趣、爱好等投其所好，这样便于沟通交往。

2、初步接触

1)在于客户交往第一步，为了能让顾客对企业建立信赖感，销售人员首先要通过自己形象给顾客建立一个良好的印象。从事销售活动时，穿着一定要得体。一个人的第一印象非常地重要，一旦给顾客建立了良好的第一印象，那也就成功了一半。所以销售人员在与顾客初步接触时一定要注重自己的穿着、举止、气质，良好的第一印象也就是通过你的形象表现出来的。

2)在与顾客正面交谈中，要学会倾听。交谈中还要注意站姿和坐姿的方向，必须永远站着或坐在顾客的左边，交谈时注意保持适当的距离，保证恰当的目光接触，倾听顾客意见时不要随意打岔，更不要发出声响打乱顾客的节奏。在倾听时一定要保持微笑，重点位置还要做好记录。顾客讲完后，注意事项上还要重复一次做确认。等待客户的答复，要听出他真正的意思，用期待和关心的角度与客户交流。

3)在交流过程中学会模仿顾客的肢体语言、语调、文字等与对方产生共鸣。但是在模仿中，还要特别的注意肢体语言、语调以及表情模仿时，千万不能同步模仿，以免引起顾客的反感。

4)善于运用交流经验，在与其他客户交流过程中，学会使用顾客见证。往往在交流在推销过程中顾客说一句话顶你一万句，所以当你面对顾客时，善于利用引导周边正在使用本店产品的顾客为你说话。

3、了解顾客的问题、需求和渴望

了解顾客的需求，特别是当下的需求，本店中能够让客户满意的内容以及需要更改的项目，然后再小组会议中提出解决方案，制定新的决策。针对顾客的反馈意见要从家庭生活、事业、平时休闲以及财政状况入手，以此来分析顾客的潜在的需求和价值观倾向。请记住所有的销售都是价值观的销售，所以必须要彻底了解顾客的价值观。

4、方案提供

为了能够充分了解客户的需求，针对顾客的问题、需求和渴望。借助专业衡量标准测量，根据有关数据提出专业解决方案，同时塑造自己产品的价值。向客户描述产品价值时，首先帮他找出适合他的用途，然后再夸大使用价值，但是夸大价值时一定要注意度，过度了则会引起顾客的疑惑。

5、异议处理

当客户出现讨价还价的情况，这是人之常情，所以必须保持良好的心态，要站在顾客一边态度一定要亲切自然，比如“我理解您的意思，看起来那的确是个问题，让我们看看如何来解决它吧。”当你在顾客面前表现出公正无私和乐于助人的态度时，顾客则会更愿意听你的意见，帮助他解决问题。当然虽然是作为一名销售人员，但是为了留住你的客户也必须提出一个真正稳妥的解决方法。?

6、促成销售

顾客在享受促销项目之后，如果他们觉得满意，就会使得销售得以完成。这时，即使在美容院内已经没有相关的促销活动，但是由于顾客已经有了满意的心理感受，经过顾客的重复消费，也要建立顾客再次对产品消费的习惯。

7、做好顾客服务

促成销售后，还要做好售后服务。售后服务的质量也决定着你是否能成为成功销售人员的关键。为了使你满意的顾客，成为你忠诚的顾客，售后服务尤为关键。

8、销售总结

做好销售总结，根据客户信息资料以及美容师护理过程中充分的接触建立一个较为完善的个人档案。总结中的内容，包括析顾客的爱好、性格、价值观及消费能力等。在今后的营销活动中投其所好，为顾客营造出一个舒适、满意的环境，释放工作压力。轻松、虚荣感得以满足，改善皮肤状况并为其提供专业指导等等方面。总之让顾客喜欢你，也才为公司提供良好的经济效益。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找