# 影响销售人员业绩的几个弱点

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-10-17

*第一篇：影响销售人员业绩的几个弱点总结了一些可能影响销售人员业绩的几个弱点销售人员有许多积极的态度需要学习，同时也有许多不良的习惯应该避免，以免影响个性及专业能力。列举一些不好的习惯，可能总结的不对，希望大家砖拍：1、拖延的习惯――不能立...*

**第一篇：影响销售人员业绩的几个弱点**

总结了一些可能影响销售人员业绩的几个弱点

销售人员有许多积极的态度需要学习，同时也有许多不良的习惯应该避免，以免影响个性及专业能力。列举一些不好的习惯，可能总结的不对，希望大家砖拍：

1、拖延的习惯――不能立即且坚定的行动；

2、拥有恐惧心理－－恐惧客户不购买、恐惧被拒绝；

3、花太多时间和客户“聊天”而不是销售――虽然鼓励和客户交朋友，但是别忘了，我们的最终目的是销售；

4、找藉口――不要找藉口，找合同才有用；

5在客户上班的时候花太多时间整理自己的工作、写方案――工作是需要整理、方案也需要合适客户的实际情况，但是每天能够提供给你和客户沟通的时间就8小时；

6、依赖公司通过市场活动、部门主管替你寻找客户；

7、害怕竞争。亨利•福特有很多竞争对手，但他一点也不担心，因为他有勇气和能力推出超低价位的八汽缸汽车，其他厂牌在短期内望尘莫及；

8、疏于拜访客户――目标客户对于没有在一定时间内拜访他的销售人员，很快就会疏远。客户需要产品，马上就要，当然也不会想到你！

9、怠惰――业务会议、约客户见面迟到，早早回到办公室的销售员业绩很难有保证；

10、自身的仪态――穿着不合时宜，使用破旧或不合时宜的产品资料，不准备笔和笔记本，客户交流的时候随便找个纸张、找客户借笔；

11、没有激情――仔细听你自己的解说，如果连你自己都不想听、自言自语、枯燥无味、客户一定也是同样的感觉；

12、承诺难以兑现――销售人员承诺的东西，客户就会有所期待，若无法实现，徒然造成客户和公司的尴尬和不愉快。

**第二篇：影响销售人员业绩的个性特征**

影响销售人员业绩的个性特征

当车市火爆的热销嘎然而止的时候，降价策略也不再是“万金油”。消费者日趋理性，放缓了购车的步伐。而基本生活消费品价格上涨引起人们减少对奢侈品的消费，这对汽车市场来说更是雪上加霜。面对严峻的市场形势，汽车厂家纷纷把眼光投向了一线的销售人员，期望多出几个“金牌销售”来提高业绩，在激烈的竞争中杀出一条血路。

销售领域的一项调查表明，27% 的销售代表创造了52%的销售额。优秀销售人员的作用由此可见一斑，他们是公司的一笔财富。那么怎样才能找到“金牌销售”？招聘时怎样火眼睛睛识别那些具有“金牌销售”潜质的人？以及怎样才能留住“金牌销售”呢？

优秀销售人员的个性特征

其实优秀销售人员身上往往具有某些独特的个性特征，只要我们把握住这些，对我们识别出有潜质的优秀销售人员将大有裨益。而且，让性格适合做销售人员的人来做销售，他们对自己的工作满意度会更高，离职率也更低。

一谈到销售人员，人们最容易联想到的形容词莫过于口才好的，自信的，外向的，善于察言观色的等等，在人们的印象中销售人员就是靠嘴吃饭的一个群体。而搜索一下众多企业销售人员招聘要求，最常见的描述往往也是：个性开朗热情，积极进取，有较强的沟通和表达能力，坚持，能吃苦耐劳。

人们的经验性认识在一定程度上和研究者的研究结果是一致的。世界著名的市场研究公司——盖洛普管理咨询公司曾经对近50万名销售员进行了广泛的调查和研究。研究表明，优秀的销售人员一般在以下四个方面应具有良好的素质：内在动力，即有强烈的进取心和成功欲望；严谨的工作作风，即善于制定详细、周密的工作计划，并且能在随后的工作中不折不扣地予以执行，能够严密的组织和勤奋的工作；完成销售的能力，即对自己和所销售的产品深信不疑，能坚持到底；与客户建立良好关系的能力，即真诚，并能站在客户的立场上，用客户的眼光看问题，敏锐地把握客户的真实需求。

还有的研究者认为，A型性格的人非常适合做销售行业。A型性格人的突出的积极特征是：善进取，对自己的要求很高，具有较强的竞争性与好胜心，具有时间紧迫感与匆忙感，经常同时做几件事，并且习惯于艰苦紧张的长时间工作。这些特征与销售人员的工作需求吻合，因而具有这些性格特征的人工作业绩更好。

汽车销售人员的职业性格

在汽车行业，随着汽车市场的逐步成熟，汽车销售行业走向规范化，也进一步发展起成熟的销售模式。对销售人员来说，要求他们具备专业知识，能进行售前的相关咨询、售中的保险、上牌或分期付款及售后理赔、维修、保养、汽车俱乐部等方面的“一站式”服务。这样的行业特点，是否使得汽车销售行业的从业人员具有一些新的性格特点呢？

带着这样的疑问，我们采用自行开发的一套“Match职业素质问卷”用来测试汽车销售人员的职业性格特点。

这套问卷是在借鉴某国外著名测评公司的职业性格问卷的理论框架基础上，自行研发的。该公司的职业性格问卷测试三个维度：人际关系维度、思维风格维度、动力和情绪维度；32种职业素质：传统、创新、多样性、责任心、果断、规矩意识、关注细节、焦虑、精力、进取、坚韧性、竞争、控制、理论化、理性、理想化、民主、评价性、亲密、轻松、谦虚、情绪稳定、前瞻性、人际洞察、说服力、社会自信、适应性、坦率性、外向、信任、友善、主见性。比较全面的包含了工作中重要的素质，但缺少行动力这个素质，因此我们在问卷中加入了这个素质，这样我们的问卷共包含33个素质。这套问卷采用自比的题目形式。共60组题，每一组题包含四句陈述，每一句陈述是描述一种素质。要求答题者比较这四句陈述选择一句最符合自己的，和一句最不符合自己的。

用于招聘和选拔的问卷，答题者在答题时有伪装自己的倾向以迎合企业的要求，因而问卷设计应能减少这种倾向，测试处答题者的真实情况。自比形式的问卷在这一点上比普通的问卷设计有优势，可以给答题者一个全面的素质轮廓。这次研究抽取了50名一汽销售人员。根据答题人员的问卷结果和公司给以的绩效评定等级，用统计方法——t检验法比较优秀销售人员和差等销售人员的素质特点。研究结果发现，优秀销售人员在规矩意识和友善这两个素质上与差等销售人员有显著差异。优秀销售人员即所谓的金牌销售比差等销售人员更有计划性，喜欢按照程序和规矩来办事，重视承诺，自制力强，他们也更有耐心，善于倾听，十分真诚。虽然在经验传承、创造性、多样性寻求、适应性和前瞻性这5个子素质上两者之间没有显著的差异，但在这5个素质组成的更高一级的层面——开创性上，两者之间有显著差异。优秀销售人员的开创性得分明显低于差等销售人员。而在谦虚、友善和民主组成的同理心上，优秀销售人员显著高于差等销售人员。

研究结果支持了盖洛普管理咨询公司的结论，优秀的销售人员按照公司的流程来销售，自制力强，讲礼貌，举止得体，重视承诺，严于律己，不违反规矩，有计划，不随性做事。这与“严谨的工作作风”对应，友善则与“能与客户建立良好的关系”对应。也部分支持了“A型性格的人符合适合做销售”的结论。这些结果可以用汽车行业的发展阶段和汽车销售人员的工作性质来解释，现在汽车销售人员不同于一般的销售人员，他们常常是坐在展厅“等”顾客上门，不需要去开拓市场。来到展厅的顾客都是已经有购买愿望的人，销售人员要做的就是举止得体地接待顾客，耐心地倾听，把握住顾客的真实需求，诚信地介绍车型和公司的服务，有计划地为顾客安排好售前、售中、售后服务。

这个发现其实与现代社会更精细化的分工趋势一致。广告开始有“窄告”，企业希望更精准的“击中”目标群体。在招聘选拔销售人员时，同样如此。企业需要考虑到销售工作的特点来选拔适合的销售人员。更进一步，由于行业不同，行业的发展阶段不同，销售的产品不同，可能需要不同性格特征和素质的销售人员。而要挑选到好的员工，员工与企业的特点和运作模式是否匹配也需要进入人们的视野。

作者的工作单位是合优管理咨询公司。

**第三篇：销售人员业绩考核办法**

销售人员业绩考核办法

第一条对销售人员的业绩进行考核目的是激励每一位销售人员，充分发挥自己的潜能，提高销售量，完成销售目标。

第二条业绩考核的范围本公司销售部门所有销售业务人员。

第三条业绩考核的原则是：公平公正，易于理解和操作，完整；奖优罚劣，奖勤罚懒；奖为主，惩为辅。

第四条考核办法分为两大部分：

（一）月收入方面考核

1、基本工资

2、销售量目标考核

（1）业绩提成（2）超额提成3、管理目标考核

业绩奖金

（二）年终奖金与晋升奖惩方面考核

注：销售人员收入=基本工资+70%（业绩提成+超额提成）+业绩奖金+年终奖金

第五条公司根据所辖领域实际销售状况，根据不同销售领域，下达销售目标。销售领域的划分十分重要，销售领域的设计应考虑以下三点需求：

（一）使每个销售人员有足够的销售潜力取得合理的收入。

（二）使销售人员认识到销售领域的分配是合理的。

（三）使销售人员有足够的工作量。

第六条销售人员的基本工资：

（一）试用期销售人员工资

1、试用期：三个月

2、基本工资：xxx元/月

3、转正：（1）可提前转正；（2）可顺延转正时间至6个月

4、下岗：试用期从开始至延长期结束，任何时间试用人员均可责令下岗。说明：试用期间鼓励新进人员提前转正，这也是对新进人员的一种奖励；

随时下岗与顺延试用期是一种反向激励，让新进人员也有一定的压力感；试用期间可没有硬性销售指标，但可以规定考核项目，据销售情况可以给予一定的业绩提成奖。

（二）星级销售人员薪资

1、一星级：XX元/月

2、二星级：XX元/月

3、三星级：XX元/月

4、四星级：XX元/月

5、五星级：XX元/月

说明：给销售人员分级的目的是（1）留有薪资提升的空间；（2）级别是能力的体现，增加销售人员的荣誉感；（3）有的销售人员专业水平很高，业绩突出，但不善于管理，只可单兵做战；（4）定级的标准一定要合理、公正，否则会出现负作用。

第七条销售人员主要以销售量目标完成程度进行考核：

（一）业绩提成1、以当月完成的销售量计算销售目标完成率，以当月回款计提成金额。

2、当月目标完成率低于100%（含），顺延到下月销售目标继续完成。例：当年月销售目标为2万元，实际销售1万元，目标完成率50%，下月销售目标为3万元，当月回款为1.5万元。

提成金额=15000\*4%=600元

（二）超额提成1、销售目标完成率100%以上部分，享有1.5%的提成。

2、例：当月销售目标为10万元实际销售12万元，目标完成率120%，回款为4万元。

超额提成=（120%—100%）×4万元×1.5%=600元

（三）业绩提成和超额提成的总金额的70%发给销售人员，30%留作管理目

标考核。

例：销售量目标考核后的提成额为70%×（1200+900）=1470元

第八条销售量是评价销售人员业绩的重要指标，但不是唯一指标，还必

须以管理的目标来进行考核，否则，销售人员只顾眼前利益，而忽视了将来的发展。有些销售活动虽不能直接实现销售收入，但对将来的销售工作影响很大，因此有必要以其它指标来进行考核。

（一）管理目标项目与对应考核最高分

1、服从上级领导10分

2、回款情况10分

3、市场信息收集与反馈5分

4、经销商档案建立程度10分

5、开拓新客户数量10分

6、现有客户升级幅度5分

7、合理化建议5分

8、列为“滞销品”的销售情况10分

9、业务回报5分

10、区域退换货情况5分

11、客户投诉情况5分

12、出勤情况10分

13、月出差天数5分

14、业务知识技能5分

注：管理目标考核总分为100分。

（二）管理目标每月进行考核，得分分为三个档次1、60分（含）以下30%全扣2、60分—80分（含）50%下发3、80分—100分100%全发

例如：销售人员得分为70分，则业绩奖金=50%×（2100-2100×70%）=315元

第九条年终奖金与晋升奖惩方面考核。

（一）奖惩架构

1、奖励：

（1）记功

（2）记大功

2、惩罚：

（1）记过

（2）记大过

（3）撤职

（4）开除

3、（1）全累计三小功=一大功

（2）全累计三小过=一大过

（3）功过相抵：例一功抵一过，一大功抵一大过

（4）全累计三大过者解雇

（5）A、记功一次加当月考核3分

B、记大功一次加当月考核9分

C、记过一次扣当月考核3分

D、记大过一次扣当月考核9分

（二）奖励办法

1、提供公司“合理化建议”，而为公司采用，即记功一次。

2、该“合理化建议”一年内使公司获利50万元以上者，再记大功一次，另外再给予重奖。

3、客户信用调查属实，事先防范得宜，使公司避免蒙受损失者（即呆帐），记功一次。

4、开拓“新地区”、“新客户”，成绩卓著者，记功一次。

5、达成上半年销售目标者，记功一次。

6、达成全销售目标者，记功一次。

7、超越销售目标20%（含）以上者，记功一次。

8、其他表现优异者，得视贡献程度予以奖励。

（三）惩罚方面

1、挪用公款者，一律开除。公司并循法律途径向保证人追踪。

2、做私生意者，一经查证属实，一律开除。直属主管若有呈报，免受连带惩罚。若未呈报，不论是否知情，记过二次。

3、与客户串通沟结者，一经查证属实，一律开除。

4、凡利用公务外出时，无故不执行任务者（含：上班时间不许喝酒），一经查证属实，以旷职处理（按日不发给薪资），并记大过一次。若是领导协同部属者，该领导撤职。

5、挑拨公司与员工的感情，或泄漏职务机密者，一经查证属实，记大过一次，情况严重者开除。

6、外出活动记录表内容失实三次者，记过一次。

7、涉足职业赌场或与客户赌博者，记大过一次。

8、上半年销售未达销售目标的70%者，记过一次。

9、全销售未达销售目标的80%者，记过一次。

10、未按规定建立客户资料经领导查获者，记过一次。

11、私自使用营业车辆者，记过一次。

12、公司规定填写的报表，未缴交者，每次记过一次。

13、其它给公司或产品形象造成负面影响者，视影响程度予以惩罚。

第十条销售人员的出差费用按《出差管理制度》办理。

第十一条次月xx日前发放该月提成奖金，次年元月xx日前发放该的奖金。

第十二条各分公司销售人员的提成奖金统计与监督发放由销售管理部办理。

**第四篇：销售工作总结销售人员的24个弱点**

销售人员的24个弱点

1．拖延的习惯——不能立即且坚定的行动。

2．六项基本的恐惧——心里充满恐惧的人不会聊天。六种基本的恐惧是：A贫穷；B批评；C病痛；D失去所爱的人；E年老；F死亡这些基本的恐惧应该再加上一项：担心目标客户不进货的恐惧。3．花太多时间“聊天”而不是销售。

4．把责任推给经理。经理没有义务陪推销员拜访客户。他的工作是教推销员怎么做，而不是替他做。5．找藉口。不要找藉口，找订单才有用。

6．花太多时间耗在旅馆大厅或咖啡馆。旅馆大厅或咖啡馆是休息的好去处，但是“休息”太多的推销员，迟早会被炒鱿鱼。

7．景气。景气是常见的商谈话题，但是不要让目标客户以此转移你的销售重点。8．昨天的宴会很好玩，但对隔天的销售任务却没有帮助.9．依赖经理替你寻找客户。

10．等待景气复苏。守株待兔是没有用的，订单不会自动从推销员的门里溜进来。

11．听到别人说“不”。这个字对一个真正的销售员而言，只是努力的开始。如果每个客户都说“好”，销售员就失业了，因为根本就不需要销售员。

12．害怕竞争。亨利?福特有很多竞争对手，但他一点也不担心，因为他有勇气和能力推出超低价位的八汽缸汽车，其他厂牌在短期内望尘莫及。

13．未能事先安排一天的工作计划。事先规划的人能够合理、有效地完成当天的工作，如果没有组织，推销员自然“不知该如何着手”。

14．疏于拜访客户。目标客户对于没有在一定时间内拜访的销售员，很快就会疏远。客户需要产品，马上就要!15．怠惰。业务会议、约客户见面迟到，早早回到聊天室的销售员将一事无成，很快就要再找新的工作。16．使用破旧或不合时宜的销售材料。污损、破旧、散乱的推销材料，显示销售员的散漫不用心。17．未随身带笔。书写工具是销售员有效的利器，销售大师随身带着合用的笔。目标客户会很快厌恶老是借笔写字的销售员，尤其是借了不还的人。

18．因为眼镜或饰物而分心。不安地看手表、转动戒指、推镜框或咬眼镜架，故作思考状，会使目标客户紧张，失去成交的机会。

19．无精打采的解说。仔细听你自己的解说，如果连你自己都不想听——自言自语、枯燥无味——客户一定也是同样的感觉。

20．提及私人的问题。你的问题是你自己的问题，每个人都有自己的困扰，并不想听你的问题.21．没有看或听完在职训练的材料。公司的文宣材料不是用来折纸飞机或空投垃圾桶，而是有话要告诉你，所以应该仔细研读，随时应用。

22．任意停车。把车停在客户的私人车位，占住别人的车道，造成塞车，激怒客户，势必断绝将来成交的可能。把车停在稍远的地方，走路并不麻烦。

23．承诺公司做不到的事。销售员承诺的东西，客户就会有所期待，若无法实现，徒然造成客户和公司的尴尬和不愉快。

24．雨天毫无防备。下雨淋成落汤鸡，明知道会下雨又不带伞，在客户面前狼狈不堪。随时准备轻便的雨衣及雨伞，以备不时之需。

**第五篇：销售工作总结-销售人员的24个弱点**

销售工作总结:销售人员的24个弱点

销售工作总结:销售人员的24个弱点

1．拖延的习惯——不能立即且坚定的行动。

2．六项基本的恐惧——心里充满恐惧的人不会聊天。六种基本的恐惧是：a贫穷；b批评；c病痛；d失去所爱的人；e年老；f死亡这些基本的恐惧应该再加上一项：担心目标客户不买的恐惧。

3．花太多时间“聊天”而不是销售。

4．把责任推给业务经理。业务经理没

有义务陪推销员拜访客户。他的工作是教推销员怎么做，而不是替他做。

5．找藉口。不要找藉口，找订单才有用。

6．花太多时间耗在旅馆大厅或咖啡馆。旅馆大厅或咖啡馆是休息的好去处，但是“休息”太多的推销员，迟早会被炒鱿鱼。

7．景气。景气是常见的商谈话题，但是不要让目标客户以此转移你的销售重点。

8．昨天的宴会很好玩，但对隔天的生意却没有帮助.9．依赖业务经理替你寻找客户。

10．等待景气复苏。守株待兔是没有用的，订单不会自动从推销员的门里溜进

来。

11．听到别人说“不”。这个字对一个真正的推销员而言，只是努力的开始。如果每个客户都说“好”，推销员就失业了，因为根本就不需要推销员。

12．害怕竞争。亨利?福特有很多竞争对手，但他一点也不担心，因为他有勇气和能力推出超低价位的八汽缸汽车，其他厂牌在短期内望尘莫及。

13．未能事先安排一天的工作计划。事先规划的人能够合理、有效地完成当天的工作，如果没有组织，推销员自然“不知该如何着手”。

14．疏于拜访客户。目标客户对于没有在一定时间内拜访的推销员，很快就会疏远。客户需要产品，马上就要!15．怠惰。业务会议、约客户见面迟到，早早回到聊天室的推销员将一事无成，很快就要再找新的工作。

16．使用破旧或不合时宜的推销材料。污损、破旧、散乱的推销材料，显示推销员的散漫不用心。

17．未随身带笔。书写工具是推销员有效的利器，销售大师随身带着合用的笔。目标客户会很快厌恶老是借笔写字的推销员，尤其是借了不还的人。

18．因为眼镜或饰物而分心。不安地看手表、转动戒指、推镜框或咬眼镜架，故作思考状，会使目标客户紧张，失去成交的机会。

19．无精打采的解说。仔细听你自己的解说，如果连你自己都不想听——自言自语、枯燥无味——客户一定也是同样的感觉。

20．提及私人的问题。你的问题是你自己的问题，每个人都有自己的困扰，并不想听你的问题.21．没有看或听完在职训练的材料。公司的文宣材料不是用来折纸飞机或空投垃圾桶，而是有话要告诉你，所以应该仔细研读，随时应用。

22．任意停车。把车停在客户的私人车位，占住别人的车道，造成塞车，激怒客户，势必断绝将来成交的可能。把车停在稍远的地方，走路并不麻烦。

23．承诺公司做不到的事。推销员承诺的东西，客户就会有所期待，若无法实现，徒然造成客户和公司的尴尬和不愉快。

24．雨天毫无防备。下雨淋成落汤鸡，明知道会下雨又不带伞，在客户面前狼狈不堪。随时准备轻便的雨衣及雨伞，以备不时之需。

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