# 如何做一个成功的销售员呢

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2024-10-17

*第一篇：如何做一个成功的销售员呢如何做一个成功的销售员呢。销售员需要一定的素质。这种素质，有的是先天具有的，但更多的是后天的努力。销售能力也是一个人创业的基础。◆熟悉自己推销的产品的特点。优点、缺点、价格策略、技术、品种、规格、宣传促销、...*

**第一篇：如何做一个成功的销售员呢**

如何做一个成功的销售员呢。销售员需要一定的素质。这种素质，有的是先天具有的，但更多的是后天的努力。销售能力也是一个人创业的基础。◆熟悉自己推销的产品的特点。优点、缺点、价格策略、技术、品种、规格、宣传促销、竞争产品、替代产品。尤其在客户面前要注意显示对产品非常熟悉。◆熟悉自己推销产品的目标客户。这些目标客户要进行分类，哪些是核心客户，那些的非核心客户，哪些是重点客户，哪些是非重点客户，客户可以分成几类，按照什么方式分类，争对不同的客户类别应该分别采用什么不同的策略和方法。对不同类型的客户所分配的时间和精力是不一样的。◆熟悉产品的市场。市场怎样细分，竞争对手有哪些，市场的容量如何，客户的地理分布和产品的时间分布如何，产品市场的短期发展趋势（未来2-3年的发展趋势）。◆推销产品时，要合理安排时间，要根据客户的购买习惯和地理位置进行合理的空间分配。要讲究方法和策略。推销不是一味的蛮干，要随时总结经验，不断提高。而且销售还具有这样的特点，就是一开始着手的时候非常难，无从下手，随着时间的增长，会渐入佳境。从中会挖掘出很多商机。销售的过程也是一个扩大人际交往的过程。通过这种活动，人际关系网会大量扩大，信息量也会大量增加，这些人际关系网络和市场信息将为进一步创业提供大量的机会。公式1：成功=知识+人脉公式2：成功=良好的态度+良好的执行力◆推销产品就是推销自己介绍自己，推销自己比推销产品更重要◆不断的派发名片◆任何时候任何地点都要言行一致，就是给客户信心的保证◆客户不仅仅是买你的产品，更是买你的服务精神和服务态度。◆从肢体动作和语言速度上配合顾客的语言和动作◆要作好计划安排，先作好计划，才能提高时间的利用效率，提高销售的效果。在制定计划时，要根据客户的特点作好相应的准备工作。当然计划不是固定的，随着环境和条件的变化要随时做出调整。计划主要的内容是：未来几天的日程安排，未来几天的客户安排，要准备哪些材料，怎样挖掘潜在的客户（潜在的客户在哪里），短期的销售目标。必要时要制定销售进度表，销售进度表一般有几个内容，一个是简短的内容提要，一个是销售的任务目标，一个是实际完成情况。销售进度表以周为单位，每周制定一次。一周周末，对销售进度表进行分析，主要目的是为了找出销售的规律，完成或者未完成的原因是什么，是任务制定不合理还是外来因素干扰造成的。是主观原因还是客观原因。是销售技巧不成熟的还是执行不力造成的要根通过这种形式的分析，提出改进的办法。

◆作好每日销售日记，理想的记录是随时可以查询每笔销售记录的具体情况，作好客户拜访记录，随时掌握客户的动态。作好客户记录，不时进行客户分类整理和分析，作到可以随时查询到任何一个客户的信息。◆研究客户心理。一个是根据客户的个体心理特征采用不同的方式（翻阅一下有关研究心理学的书），一个是根据客户的单位特征采用不同的方式，如公家单位和私营单位的客户是有区别的。另一个是要知道客户的真正的需求在什么地方。在与客户接触前要对客户进行资料分析◆学会谈判的技巧。要善于微笑和倾听，要达到双赢。要从客户的角度去考虑问题。◆学会推销的技巧，推销不是强制的向客户推销，而是要站在客户的角度，对客户进行引导。客户有的时候重视你的服务精神更甚于重视产品。在现实中，推销不是一次完成的，往往需要和客户进行多次沟通，在沟通中，有的推销会失败，有的会成功。因此要合理取舍，有的可以放弃，有的应该继续努力，有的是短期客户，有的虽然暂时不成功，但只要搞好关系，从长远看有成功的希望，也不能放弃。要理解客户的真正需要。有的客户实际上有需求，但他马上向你吐露，所以有时要跑几次才能有信息，有的需要与对方拉近距离时才会向你吐露消息◆要懂得人情世故。对客户的有些不合理要求，也要容忍和考虑。◆要懂得老客户的重要性。保持老客户在行销的成本和效果上考虑，要比寻找一个新客户有用的多。同时，老客户本身具有社会关系，他的社会关系也可以被你利用。◆采用什么样的推销方式，电话推销？网络营销？上门推销？邮寄方式？电视直销？通过寄宣传产品推销？采用批发？零售？批零兼营？代理？采用什么样的付款

方式？以上各种产品推销方式，要根据所推销的产品的特点和公司的情况选择其中一种或某几种。◆销售从另一种意义上说也是一种人际交往方式，所以从某种意义上说，要学会销售其实就是学会做人处世。◆销售人员要有良好的心理素质，销售时最经常碰到的现象是被冷漠的拒绝，所以要承受被拒绝、被冷落、被挖苦等等现象。销售时还有一种现象是不得其门而入，这是就要动脑筋达到目标。尤其是要注意克服惰性和克服畏难情绪。◆当直接手段不能接近目标时，有时要学会曲线进攻。◆良好的形象出现在客户面前，这种形象包括衣着、谈吐、必要的礼仪。尤其是要注意给客户良好的第一印象。要有本事拉近与客户的心理和感情距离。

当与客户产生纠纷是如何处理也是一个难题。处理纠纷是一个很有艺术性的东西，这个东西现在也不好研究，纠纷产生的原因不同，处理方法也不同。不同的纠纷类型用要采用不同的方法，这个实践中不断探索。纠纷产生时，首先的原则是自己不吃亏。但有的时候自己吃点小亏反而效果更加。第二个原则是不与客户产生大的冲突，力求保持关系，第三个原则是处理纠纷要有技巧，这个技巧这里不做讨论。（常见的纠纷如产品质量，客户付款不及时，送货不及时、客户不遵守合同，产品款式不满意、价格不合理、售后服务不到位等等，这种纠纷以后可能形式千变万化，关键还在于随机应变）◆平时要多注意向成功的销售人员请教，要成功毕竟不能靠理论，在这个行业里，经验和能力比理论更重要。◆有时要利用团队的力量，有时碰到自己无法解决的问题时，可以向别人求助。但通常情况下不要轻易求助，尽量自己解决。◆注意一点，销售中的市场信息很重要有时可以采用非常规的方法，有时有可能实现跳跃式发展。要创新、创新、创新，别人也在发展，你要取得比别人更大的成绩，你就必须不断创新。海尔为什么比别人发展得快，关键在于善于创新。销售要利用别人的力量，单靠个人的力量毕竟是有限的，纵然能取得成功，也是有限的成功。成立公司为什么能加速发展，主要是公司能集合别人的力量如何做一个优秀的销售代表销售代表的首要任务是销售，如果没有销售，产品就没有希望，企业也没有希望。同时，销售代表的工作还有拓展，只有销售也是没有希望的，因为你销售出去的是产品或服务，而只有不断拓展市场，才能够建立起长期的市场地位，赢得长期的市场份额，为企业的销售渠道建立了重要的无形资产，为自己赢得了稳定的业绩。作为一个优秀的销售代表，应当具备那些心态呢？

一、真诚态度是决定一个人做事能否成功的基本要求，作为一个销售人员，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，把你当作朋友。业务代表是企业的形象，企业素质的体现，是连接企业与社会，与消费者，与经销商的枢纽，因此，业务代表的态度直接影响着企业的产品销量。

二、自信心信心是一种力量，首先，要对自己有信心，每天工作开始的时候，都要鼓励自己，我是最判愕模‖沂亲畎舻模⌒判幕崾鼓愀谢盍ΑM保嘈殴荆嘈殴

咎峁└颜叩氖亲钣判愕牟罚嘈抛约核鄣牟肥峭嘀械淖钣判愕模嘈殴疚闾峁┝四芄皇迪肿约杭壑档幕帷?要能够看到公司和自己产品的优势，并把这些熟记于心，要和对手竞争，就要有自己的优势，就要用一种必胜的信念去面对客户和消费者。作为销售代表，你不仅仅是在销售商品，你也是在销售自己，客户接受了你，才会接受你的商品。被称为汽车销售大王的世界基尼斯纪录创造者乔·吉拉德，曾在一年中零售推销汽车1600多部，平均每天将近五部。他去应聘汽车推销员时，老板问他，你推销过汽车吗？他说，没有，但是我推销过日用品，推销过电器，我能够推销它们，说明我能够推销自己，当然也能够推销汽车。知道没有力量，相信才有力量。乔·吉拉德之所以能够成功，是因为他有一种自信，相信自己可以做到。

三、做个有心人“处处留心皆学问”，要养成勤于思考的习惯，要善于总结销售经验。每天都要对自己的工作检讨一遍，看看那些地方做的好，为什么？做的不好，为什么？多问自己几个为什么？才能发现工作中的不足，促使自己不断改进工作方法，只有提升能力，才可抓住机会。机遇对每个人来说都是平等的，只要你是有心人，就一定能成为行业的佼佼者。台湾企业家王永庆刚开始经营自己的米店时，就记录客户每次买米的时间，记住家里有几口人，这样，他算出人家米能吃几天，快到吃完时，就给客户送过去。正是王永庆的这种细心，才使自己的事业发展壮大。作为一个销售代表，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，去开创更精彩的人生。

四、韧性销售工作实际是很辛苦的，这就要求业务代表要具有吃苦、坚持不懈的韧性。“吃得苦种苦，方得人上人”。销售工作的一半是用脚跑出来的，要不断的去拜访客户，去协调客户，甚至跟踪消费者提供服务，销售工作绝不是一帆风顺，会遇到很多困难，但要有解决的耐心，要有百折不挠的精神。美国明星史泰龙在没有成名前，为了能够演电影，在好莱坞各个电影公司一家一家的去推荐自己，在他碰了一千五百次壁之后，终于有一家电影公司愿意用他。从此，他走上影坛，靠自己坚韧不拔的韧性，演绎了众多的硬汉形象，成为好莱坞最著名的影星之一。销售代表每天所遇到问题，难道比史泰龙遇到的困难还大吗？没有。

五、良好的心理素质具有良好的心理素质，才能够面对挫折、不气馁。每一个客户都有不同的背景，也有不同的性格、处世方法，自己受到打击要能够保持平静的心态，要多分析客户，不断调整自己的心态，改进工作方法，使自己能够去面对一切责难。只有这样，才能够克服困难。同时，也不能因一时的顺利而得意忘形，须知“乐极生悲”，只有这样，才能够胜不骄，败不馁。

六、交际能力每一个人都有长处，不一定要求每一个销售代表都八面玲珑、能说会道，但一定要多和别人交流，培养自己的交际能力，尽可能的多交朋友，这样就多了机会，要知道，朋友多了路才好走。另外，朋友也是资源，要知道，拥有资源不会成功，善用资源才会成功。

七、热情热情是具有感染力的一种情感，他能够带动周围的人去关注某些事情，当你很热情的去和客户交流时，你的客户也会“投之以李，报之以桃”。当你在路上行走时，正好碰到你的客户，你伸出手，很热情的与对方寒暄，也许，他很久就没有碰到这么看重他的人了，或许，你的热情就促成一笔新的交易。

八、知识面要宽销售代表要和形形色色、各种层次的人打交道，不同的人所关注的话题和内容是不一样的，只有具备广博的知识，才能与对方有共同话题，才能谈的投机。因此，要涉猎各种书籍，无论天文地理、文学艺术、新闻、体育等，只要有空闲，养成不断学习的习惯。

九、责任心销售代表的言行举止都代表着你的公司，如果你没有责任感，你的客户也会向你学习，这不但会影响你的销量，也会影响公司的形象。无疑，这对市场会形成伤害。有一家三口住进了新房，妻子见丈夫和儿子不太讲究卫生，就在家里写了一条标语：讲究卫生，人人有责。儿子放学回家后，见了标语，拿笔把标语改成“讲究卫生，大人有责”。第二天，丈夫看见，也拿出笔，把标语改成“讲究卫生，夫人有责”。这虽然是一个笑话，但说明一个问题。责任是不能推卸的，只有负起责任，就象故事里的那一家，怎样才能够让家里变的更卫生？首先，要自己讲究卫生，不能推卸责任。作为一个销售代表，你的责任心就是你的信誉，你的责任心，决定着你的业绩。

十、谈判力其实业务代表无时不在谈判，谈判的过程就是一个说服的过程，就是寻找双方最佳利益结合点的过程。在谈判之前，要搞清楚对方的情况，所谓知己知彼，了解对方的越多，对自己越有利，掌握主动的机会就越多。孙子曰，知己知彼，百战不殆。谈判力的表现不是你能够滔滔不绝的说话，而是你能够抓住要点，首先满足客户的需求，在满足自己的需求，在双方都有异议时，就看你平时掌握了客户多少信息，那么，你掌握的信息越多，你的主动权就有可能更好的运用。谈判力的目的是达到双赢，达到互惠互利。一个业务代表要养成勤于思考，勤于总结的习惯，你每天面对的客户不同，就要用不同的方式去谈判，去和客户达成最满意的交易，这才是你谈判的目的。前国家足球总教练米卢说：心态决定一切！我相信幸运之门总是对天道酬勤的人敞开着，世界上没有卑微的工作，只有卑微的工作态度。作为一个销售代表，只有用谦卑的心态，积极的心态去面对每一天的工作，成功一定在不远处等着你我。在做销售的过程中，我发现一个奇怪的问题，对于一个新开发的市场，一个业务能力不强的销售代表，但只要他准备的充分，他的业绩一定高于一个业务能力比他强，但没有准备的业务代表，为什么呢？虽然在销售的过程中，受很多相关的因素影响，但最主要的是你要明白你要做什么？没有一流的销售员，只有一流的准备者。也许销售代表的工作周而复始，每天重复着昨天的工作内容，但是要明白，你每天所面对的客户是不一样的。海尔的张瑞敏曾说过这样一句话：简单的事情重复做，就能做成不简单的事。要让自己的每一天过的平凡，但不能平庸。一个销售代表从起床开始到上床休息，这一天都要做哪些事情呢？笔者把三年前的培训笔记整理如下，也许对刚入行的朋友有所启示。

1、上班之前准备工作每天要按时起床，醒来之后要迅速起来。告诉自己，新一天的工作就要开始了，要充满活力，可以适当的运动一下整理好仪容，检查一下是否带齐了销售的必备用品，如名片、笔、笔记本、产品资料等。上班途中，能够热情的和认识的人打招呼，如果可能的话，可以看一下当天的报纸或者近期的新闻等。尽量提前10——20分钟到公司，主动参加公司上班前的扫除活动。简单的说，上班之前要有一个积极的心态，要有一个快乐的心情！

2、到公司签到之后向主管或有关负责人简单汇报自己的工作计划，明确当天的销售目标和重点，并详细拟订拜访路线，及补救措施，计划越详细越好。出门之前，先和预定的拜访对象电话联络、确认，并检查所带的销售工具是否齐全：1）产品的目录，定货单、送货单2）和客户洽谈的相关资料：如名片、客户资料、客户记录、价格表、电话本、记录本、计算器、商品说明书、样品、产品照片、产品的广告以及其它宣传资料等。

3、拜访前的准备事项1）了解被拜访对象的姓名、年龄、住址、电话、经历、兴趣、性格、家庭情况、社会关系、最近的业务情况等。2）要随时掌握竞争对手的销售情况及一般客户对他们的评价，了解同行及相关产品的最新变动及产品信息。3）做好严密的拜访计划，并配合客户的时间去拜访，设法发现有决定权的购买者，并想办法去接近他。

4）准备好交谈的话题，要做好心理准备，对于对方的询问和杀价要有对策，做到心中有数。

4、见到客户之后1）有礼貌，清楚的做好自我介绍，态度要温和、不卑不亢。2）要认真听取对方的讲话，并表示关心，询问对方时，口气要平稳。3）要懂得抓住客户的心，首先自己要做到以下几点① 要有信心② 态度要真诚，争取对方的好感③ 在谈话中，要面带微笑，表情愉快④ 用语要简洁，不罗嗦，问话清楚，能够针对问题⑤ 注意对方的优点，适当的给予赞美⑥ 在商谈的过程中，不可与客户激烈争论⑦ 诱导客户能够回答肯定的话语⑧ 能够为对方着想，分析带给他的利益最大化4）与客户商谈必须按部就班①见到客户，首先是问候，敬烟，接着聊天，赠送礼品②进一步接近客户，激发对产品的兴趣③告诉客户产品能带给他的利益④提出成交，促使客户订购或当即送货⑤收货款⑥一笔业务做成后，不要急于离去，要和客户继续交谈，以期建立一种长期的合作关系，并告诉他，随时能够为他提供服务。

5、下班后，检查每天的工作，总结得失1）详细填写每天的业务日报表2）检查是否按计划开展业务，是否按计划完成任务3）写出每天的营销日记，总结工作方法，对客户提出的抱怨要及时处理，并做好备忘录，及时汇报给上级主管。4）营销日记的内容包括：①工作情况描述②对工作得失的总结、意见及建议③改进的方法④客户的意见及建议⑤如何处理⑥工作感悟及感受

6、列出第二天的工作计划1）对于需要紧急处理或特别重要的事情，列入第二天优先办理的事项中。2）确定工作重点，拟订初步拜访路线，排除不重要的事情。3）需要预先约定时间的客户，约好见面时间4）销售目标及所需公司其它部门的相关配合工作对于销售代表来说，能够按照计划完成一天的销售，使自己的客户满意，这将是最大的欣慰。但对于一个成功的销售代表来说，能否为客户提供全方位的服务，将是他能否成功销售的基础。当然，销售代表的工作充满着变化，要能够灵活的掌握时间，灵活的去面对客户，灵活的运用销售技巧。同时，要分清主次和轻重缓急，道理虽然是这样，但要知道，这个世界上唯一不变的就是变化。用规范的行为准则要求自己，但不能象绳子一样拴住自己的手脚，影响了发挥。现在的市场，是一种开放型、同质化、多品种的市场。对于很多产品来说，它的同类，大部分功能相似，但卖点各有异同，在产品的本身不具有优势时，该怎么办？如何完成销售，并能够持续发展？我想，只有通过优质、完善的服务系统，为客户提供更多的利益，达到他们的满意。但仅有客户的满意只是完成了产品进入分销渠道的第一步，产品的最终目的是为了达到消费者的满意，完成销售链条中产品向金钱转变的惊险一跳，为了达成渠道经销商和消费者的满意，在这样的一个过程中，只有通过高质量的服务来达到目的。在20世纪90年代以前，企业的一线销售人员多凭借其三寸不烂之舌，通过哥们儿义气，请客、拉关系等手段，建立了稳固的客户关系，只要与客户关系拉的近，就有一定的销量，那时的中国，是一种商品短缺的时代，是一种需求市场，产品只要源源不断的送到客户（经销商）那里，没有销售不出去的东西。经过十几年的市场经济洗礼，现在的市场情况和那时已有天壤之别，商品的极大丰富，满足了商家和消费者的需求，虽然选择的空间有更大，但同质化又让客户（经销商）、和消费者无所适从。在这种情况下，仅仅靠感情联络是远远不够的，需要的是一种规范的服务系统，最终达到一种厂家、经销商、消费者三方多赢的局面。作为市场基础的销售人员，其要服务的两个群体分别为：客户（或称经销商）和消费者。先谈谈如何对客户（或称经销商）进行服务？售前服务——良好的开端是销售成功的一半售前服务就是在产品还没有到达经销商的货架上，在和他沟通、交流的过程中，引导经销商，使之对你的产品有所了解，并产生兴趣的过程。在这个过程中，要把握客户的一些表现，这些表现能使你捕捉到经销商的心理，能够加速成交的机会。感兴趣的客户会有下面的几种表现：

1、比较认真的听你说话，很自然的和你聊天。这说明他对你有好感，愿意和你交流，要把握机会，加深双方的感情。

2、不断的观看产品，甚至拿着爱不释手。这说明他对产品产生兴趣，他看的目的是为了发现一些问题，看看有没有不满意的地方，这时要打消他的疑虑，增强他的信心。

3、想了解产品及公司更多的情况。他想更加全面的知道以后要经销的产品的背景，这时要简明扼要的介绍，他要求详细介绍时在告诉他更多。

4、仔细的询问价格以及经销的政策、返利、优惠等，甚至会提一些反对意见，比如价格太高、包装颜色太深、同类产品太多等。对这些问题要耐心的解释，通过不同的对比，如价格高，但是量比同类产品多，消费者更乐意买实惠的产品，这样，你不就卖的多了？卖的多，不久赚的多了！对于客户的种种表现，要及时把握，认真回应，解答客户的疑问。同时，要能够善意的理解别人，在适当的时候，可以向客户提供一些好的建议，非同类产品的行情，扩大与客户的交流范围，增进感情。在和客户的交流过程中，要讲究策略，不要把自己公司、产品等所有的优势全部告诉他，使自己有一个回旋的余地，为能够更好的诱导客户创造条件。客户是生意人，往往会出于自我利益的保护，在没有完全了解产品带给他的利益或满足自己的要求时，他就有可能拒绝。而做为销售人员，就是要创造机会，最终达成销售，该怎么办呢？首先在心态上要保持冷静，要能够果断的提出成交的信号。有一个简单的三步成交法：第一步：向客户介绍产品的一个优点，第二步：征求客户对着一优点的认同第三步：当客户同意产品所具有的这一优点时，向客户提出成交的要求如果没有成功，继续向客户提出新的优点，直至达成交易。当然，不是每一个客户都要接受你的产品，接受你的服务。你可以结束这个客户的拜访，并为下一次拜访留下话头，以便有理由。售中服务——良好的客情关系是业务持续发展的纽带当我们的市场销售人员完成了市场推广的第一步，即征得了客户的认可，已经成交，下面还要做什么事情呢？对于我们已经建立的准客户名单，要定期进行拜访，对于进货量小的客户，但他那里又有销售潜力，就要增加拜访次数，加深与客户的印象，同时，要告诉客户，其它地方销量非常好。建立良好的客情关系是销售服务的主要任务，你必须带着你的想法，能够促进客户现在的销售状况，那怕是一点小小的建议，一定要站在客户的角度，为他着想，运用自己的销售经验，去帮助你的客户。为了能够长久的销售，达到你的销售目标，把产品

送到客户的货架上之后，还有更重要的工作要做。

1、“教育”你的客户之所以说是“教育”，是因为很多客户不能够更科学的理解消费者的需求，要让客户知道消费者喜欢什么样的购物环境，进而改变自己的不足，改善购物环境，增加销售量。1）总的来说，消费者更愿意到商品齐备的地方购物◆有市场上的最新产品◆有经常做广告的产品◆有齐全的日用小百货2）消费者更愿意到服务好、气氛好的地方购物◆首先要对产品有很深的了解◆能够帮助和引导消费者购买◆服务态度友善、亲切，容易接近3）消费者更愿意到店面整洁的地方购物◆货物摆放要整齐，货品上不能有灰尘◆货物摆放要分类，易于选择◆如果光线暗，要经常开灯实际上，在你和客户沟通、交流的过程，就是教育的过程，你可以把一些能够提高他生意的内容告诉他，当然，首先要肯定你的客户，这样，他更容易接受你的观点和忠告，最重要的是你能为客户做什么？2）管理你的客户首先要明白，管理你的客户的目的是为了增加销售量，因此，在拜访的过程中，用什么方法去管理你的客户呢？管理需要通过一个渠道，运用一种方法。一个渠道：通过《客户管理卡》，详细的了解客户的陈列情况、进货情况、销售情况，以及客户处的竞品情况等。根据这样的管理卡，对客户的动态有一个清晰的认识。一种方法：帮助客户去做商品陈列的工作。这样做的目的不但是为了能够增进感情，更重要的是把产品放在明显的位置，增加销售机会，使客户赚到更多的利润。通过“教育”和“管理”你的客户，在整个产品到达消费者的过程中，你给客户提供了更多的建议，帮助他实现了利润的转化，这就是对他最好的售中服务。售后服务——每一次拜访或者销售的结束是下一次的开始当销售代表完成了销售计划，是不是销售已经结束了呢？答案是否定的。根据推测，开发一个新客户所需的费用是巩固一个老客户的十倍，因此，只有通过不断的服务，才能够留住客户，使销售更稳固。

1、及时补货，保证客户不能断货在每次拜访客户时，销售代表都要记录销售状况，比如一周拜访两次，第一次拜访时货有多少，卖了多少，余多少，根据每周的平均销售量，提醒客?/p>

**第二篇：如何做一个成功的销售员**

如何做一个成功的销售员 1 如何做一个成功的销售员

销售员需要一定的素质。这种素质，有的是先天具有的，但更多的是后天的努力。销售能力也是一个人创业的基础。

◆熟悉自己推销的产品的特点。优点、缺点、价格策略、技术、品种、规格、宣传促销、竞争产品、替代产品。尤其在客户面前要注意显示对产品非常熟悉。

◆熟悉自己推销产品的目标客户。这些目标客户要进行分类，哪些是核心客户，那些的非核心客户，哪些是重点客户，哪些是非重点客户，客户可以分成几类，按照什么方式分类，争对不同的客户类别应该分别采用什么不同的策略和方法。对不同类型的客户所分配的时间和精力是不一样的。

◆熟悉产品的市场。市场怎样细分，竞争对手有哪些，市场的容量如何，客户的地理分布和产品的时间分布如何，产品市场的短期发展趋势（未来2-3年的发展趋势）。

◆推销产品时，要合理安排时间，要根据客户的购买习惯和地理位置进行合理的空间分配。要讲究方法和策略。推销不是一味的蛮干，要随时总结经验，不断提高。而且销售还具有这样的特点，就是一开始着手的时候非常难，无从下手，随着时间的增长，会渐入佳境。从中会挖掘出很多商机。销售的过程也是一个扩大人际交往的过程。通过这种活动，人际关系网会大量扩大，信息量也会大量增加，这些人际关系网络和市场信息将为进一步创业提供大量的机会。

公式1：成功=知识+人脉

公式2：成功=良好的态度+良好的执行力

◆推销产品就是推销自己介绍自己，推销自己比推销产品更重要

◆不断的派发名片

◆任何时候任何地点都要言行一致，就是给客户信心的保证

◆客户不仅仅是买你的产品，更是买你的服务精神和服务态度。

◆从肢体动作和语言速度上配合顾客的语言和动作

◆要作好计划安排，先作好计划，才能提高时间的利用效率，提高销售的效果。在制定计划时，要根据客户的特点作好相应的准备工作。当然计划不是固定的，随着环境和条件的变化要随时做出调整。计划主要的内容是：未来几天的日程安排，未来几天的客户安排，要准备哪些材料，怎样挖掘潜在的客户（潜在的客户在哪里），短期的销售目标。必要时要制定销售进度表，销售进度表一般有几个内容，一个是简短的内容提要，一个是销售的任务目标，一个是实际完成情况。销售进度表以周为单位，每周制定一次。一周周末，对销售进度表进行分析，主要目的是为了找出销售的规律，完成或者未完成的原因是什么，是任务制定不合理还是外来因素干扰造成的。是主观原因还是客观原因。是销售技巧不成熟的还是执行不力造成的要根通过这种形式的分析，提出改进的办法。

◆作好每日销售日记，理想的记录是随时可以查询每笔销售记录的具体情况，作好客户拜访记录，随时掌握客户的动态。作好客户记录，不时进行客户分类整理和分析，作到可以随时查询到任何一个客户的信息。

◆研究客户心理。一个是根据客户的个体心理特征采用不同的方式（翻阅一下有关研究心理学的书），一个是根据客户的单位特征采用不同的方式，如公家单位和私营单位的客户是有区别的。另一个是要知道客户的真正的需求在什么地方。在与客户接触前要对客户进行资料分析

◆学会谈判的技巧。要善于微笑和倾听，要达到双赢。要从客户的角度去考虑问题。

◆学会推销的技巧，推销不是强制的向客户推销，而是要站在客户的角度，对客户进行引导。客户有的时候重视你的服务精神更甚于重视产品。在现实中，推销不是一次完成的，往往需要和客户进行多次沟通，在沟通中，有的推销会失败，有的会成功。因此要合理取舍，有的可以放弃，有的应该继续努力，有的是短期客户，有的虽然暂时不成功，但只要搞好关系，从长远看有成功的希望，也不能放弃。要理解客户的真正需要。有的客户实际上有需求，但他马上向你吐露，所以有时要跑几次才能有信息，有的需要与对方拉近距离时才会向你吐露消息如何做一个成功的销售员

◆要懂得人情世故。对客户的有些不合理要求，也要容忍和考虑。

◆要懂得老客户的重要性。保持老客户在行销的成本和效果上考虑，要比寻找一个新客户有用的多。同时，老客户本身具有社会关系，他的社会关系也可以被你利用。

◆采用什么样的推销方式，电话推销？网络营销？上门推销？邮寄方式？电视直销？通过寄宣传产品推销？采用批发？零售？批零兼营？代理？采用什么样的付款方式？以上各种产品推销方式，要根据所推销的产品的特点和公司的情况选择其中一种或某几种。

◆销售从另一种意义上说也是一种人际交往方式，所以从某种意义上说，要学会销售其实就是学会做人处世。

◆销售人员要有良好的心理素质，销售时最经常碰到的现象是被冷漠的拒绝，所以要承受被拒绝、被冷落、被挖苦等等现象。销售时还有一种现象是不得其门而入，这是就要动脑筋达到目标。尤其是要注意克服惰性和克服畏难情绪。

◆当直接手段不能接近目标时，有时要学会曲线进攻。

◆良好的形象出现在客户面前，这种形象包括衣着、谈吐、必要的礼仪。尤其是要注意给客户良好的第一印象。要有本事拉近与客户的心理和感情距离。

◆当与客户产生纠纷是如何处理也是一个难题。处理纠纷是一个很有艺术性的东西，这个东西现在也不好研究，纠纷产生的原因不同，处理方法也不同。不同的纠纷类型用要采用不同的方法，这个实践中不断探索。纠纷产生时，首先的原则是自己不吃亏。但有的时候自己吃点小亏反而效果更加。第二个原则是不与客户产生大的冲突，力求保持关系，第三个原则是处理纠纷要有技巧，这个技巧这里不做讨论。（常见的纠纷如产品质量，客户付款不及时，送货不及时、客户不遵守合同，产品款式不满意、价格不合理、售后服务不到位等等，这种纠纷以后可能形式千变万化，关键还在于随机应变）

◆平时要多注意向成功的销售人员请教，要成功毕竟不能靠理论，在这个行业里，经验和能力比理论更重要。

◆有时要利用团队的力量，有时碰到自己无法解决的问题时，可以向别人求助。但通常情况下不要轻易求助，尽量自己解决。

◆注意一点，销售中的市场信息很重要

有时可以采用非常规的方法，有时有可能实现跳跃式发展。要创新、创新、创新，别人也在发展，你要取得比别人更大的成绩，你就必须不断创新。海尔为什么比别人发展得快，关键在于善于创新。

销售要利用别人的力量，单靠个人的力量毕竟是有限的，纵然能取得成功，也是有限的成功。成立公司为什么能加速发展，主要是公司能集合别人的力量

如何做一个优秀的销售代表

销售代表的首要任务是销售，如果没有销售，产品就没有希望，企业也没有希望。同时，销售代表的工作还有拓展，只有销售也是没有希望的，因为你销售出去的是产品或服务，而只有不断拓展市场，才能够建立起长期的市场地位，赢得长期的市场份额，为企业的销售渠道建立了重要的无形资产，为自己赢得了稳定的业绩。

作为一个优秀的销售代表，应当具备那些心态呢？

一、真诚

态度是决定一个人做事能否成功的基本要求，作为一个销售人员，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，把你当作朋友。业务代表是企业的形象，企业素质的体现，是连接企业与社会，与消费者，与经销商的枢纽，因此，业务代表的态度直接影响着企业的产品销量。

二、自信心

信心是一种力量，首先，要对自己有信心，每天工作开始的时候，都要鼓励自己

要能够看到公司和自己产品的优势，并把这些熟记于心，要和对手竞争，就要有自己的优势，就要用一种必胜的信念去面对客户和消费者。如何做一个成功的销售员

作为销售代表，你不仅仅是在销售商品，你也是在销售自己，客户接受了你，才会接受你的商品。

被称为汽车销售大王的世界基尼斯纪录创造者乔·吉拉德，曾在一年中零售推销汽车1600多部，平均每天将近五部。他去应聘汽车推销员时，老板问他，你推销过汽车吗？他说，没有，但是我推销过日用品，推销过电器，我能够推销它们，说明我能够推销自己，当然也能够推销汽车。

知道没有力量，相信才有力量。乔·吉拉德之所以能够成功，是因为他有一种自信，相信自己可以做到。

三、做个有心人

“处处留心皆学问”，要养成勤于思考的习惯，要善于总结销售经验。每天都要对自己的工作检讨一遍，看看那些地方做的好，为什么？做的不好，为什么？多问自己几个为什么？才能发现工作中的不足，促使自己不断改进工作方法，只有提升能力，才可抓住机会。

机遇对每个人来说都是平等的，只要你是有心人，就一定能成为行业的佼佼者。台湾企业家王永庆刚开始经营自己的米店时，就记录客户每次买米的时间，记住家里有几口人，这样，他算出人家米能吃几天，快到吃完时，就给客户送过去。正是王永庆的这种细心，才使自己的事业发展壮大。

作为一个销售代表，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，去开创更精彩的人生。

四、韧性

销售工作实际是很辛苦的，这就要求业务代表要具有吃苦、坚持不懈的韧性。“吃得苦种苦，方得人上人”。销售工作的一半是用脚跑出来的，要不断的去拜访客户，去协调客户，甚至跟踪消费者提供服务，销售工作绝不是一帆风顺，会遇到很多困难，但要有解决的耐心，要有百折不挠的精神。

美国明星史泰龙在没有成名前，为了能够演电影，在好莱坞各个电影公司一家一家的去推荐自己，在他碰了一千五百次壁之后，终于有一家电影公司愿意用他。从此，他走上影坛，靠自己坚韧不拔的韧性，演绎了众多的硬汉形象，成为好莱坞最著名的影星之一。

销售代表每天所遇到问题，难道比史泰龙遇到的困难还大吗？没有。

五、良好的心理素质

具有良好的心理素质，才能够面对挫折、不气馁。每一个客户都有不同的背景，也有不同的性格、处世方法，自己受到打击要能够保持平静的心态，要多分析客户，不断调整自己的心态，改进工作方法，使自己能够去面对一切责难。只有这样，才能够克服困难。同时，也不能因一时的顺利而得意忘形，须知“乐极生悲”，只有这样，才能够胜不骄，败不馁。

六、交际能力

每一个人都有长处，不一定要求每一个销售代表都八面玲珑、能说会道，但一定要多和别人交流，培养自己的交际能力，尽可能的多交朋友，这样就多了机会，要知道，朋友多了路才好走。另外，朋友也是资源，要知道，拥有资源不会成功，善用资源才会成功。

七、热情

热情是具有感染力的一种情感，他能够带动周围的人去关注某些事情，当你很热情的去和客户交流时，你的客户也会“投之以李，报之以桃”。当你在路上行走时，正好碰到你的客户，你伸出手，很热情的与对方寒暄，也许，他很久就没有碰到这么看重他的人了，或许，你的热情就促成一笔新的交易。

八、知识面要宽

销售代表要和形形色色、各种层次的人打交道，不同的人所关注的话题和内容是不一样的，只有具备广博的知识，才能与对方有共同话题，才能谈的投机。因此，要涉猎各种书籍，无论天文地理、文学艺术、新闻、体育等，只要有空闲，养成不断学习的习惯。

九、责任心

销售代表的言行举止都代表着你的公司，如果你没有责任感，你的客户也会向你学习，这不但会影响你的销量，也会影响公司的形象。无疑，这对市场会形成伤害。

有一家三口住进了新房，妻子见丈夫和儿子不太讲究卫生，就在家里写了一条标语：讲究卫生，人人有责。儿子放学回家后，见了标语，拿笔把标语改成“讲究卫生，大人有责”。第二天，丈夫看见，也拿出笔，把标语改成“讲究卫生，夫人有责”。4 如何做一个成功的销售员

这虽然是一个笑话，但说明一个问题。责任是不能推卸的，只有负起责任，就象故事里的那一家，怎样才能够让家里变的更卫生？首先，要自己讲究卫生，不能推卸责任。作为一个销售代表，你的责任心就是你的信誉，你的责任心，决定着你的业绩。

十、谈判力

其实业务代表无时不在谈判，谈判的过程就是一个说服的过程，就是寻找双方最佳利益结合点的过程。在谈判之前，要搞清楚对方的情况，所谓知己知彼，了解对方的越多，对自己越有利，掌握主动的机会就越多。

孙子曰，知己知彼，百战不殆。谈判力的表现不是你能够滔滔不绝的说话，而是你能够抓住要点，首先满足客户的需求，在满足自己的需求，在双方都有异议时，就看你平时掌握了客户多少信息，那么，你掌握的信息越多，你的主动权就有可能更好的运用。谈判力的目的是达到双赢，达到互惠互利。

一个业务代表要养成勤于思考，勤于总结的习惯，你每天面对的客户不同，就要用不同的方式去谈判，去和客户达成最满意的交易，这才是你谈判的目的。

前国家足球总教练米卢说：心态决定一切！我相信幸运之门总是对天道酬勤的人敞开着，世界上没有卑微的工作，只有卑微的工作态度。作为一个销售代表，只有用谦卑的心态，积极的心态去面对每一天的工作，成功一定在不远处等着你我。

在做销售的过程中，我发现一个奇怪的问题，对于一个新开发的市场，一个业务能力不强的销售代表，但只要他准备的充分，他的业绩一定高于一个业务能力比他强，但没有准备的业务代表，为什么呢？虽然在销售的过程中，受很多相关的因素影响，但最主要的是你要明白你要做什么？没有一流的销售员，只有一流的准备者。

也许销售代表的工作周而复始，每天重复着昨天的工作内容，但是要明白，你每天所面对的客户是不一样的。海尔的张瑞敏曾说过这样一句话：简单的事情重复做，就能做成不简单的事。要让自己的每一天过的平凡，但不能平庸。

一个销售代表从起床开始到上床休息，这一天都要做哪些事情呢？笔者把三年前的培训笔记整理如下，也许对刚入行的朋友有所启示。

1、上班之前准备工作

每天要按时起床，醒来之后要迅速起来。告诉自己，新一天的工作就要开始了，要充满活力，可以适当的运动一下。

整理好仪容，检查一下是否带齐了销售的必备用品，如名片、笔、笔记本、产品资料等。

上班途中，能够热情的和认识的人打招呼，如果可能的话，可以看一下当天的报纸或者近期的新闻等。

尽量提前10——20分钟到公司，主动参加公司上班前的扫除活动。

简单的说，上班之前要有一个积极的心态，要有一个快乐的心情！

2、到公司签到之后

向主管或有关负责人简单汇报自己的工作计划，明确当天的销售目标和重点，并详细拟订拜访路线，及补救措施，计划越详细越好。出门之前，先和预定的拜访对象电话联络、确认，并检查所带的销售工具是否齐全：

1）产品的目录，定货单、送货单

2）和客户洽谈的相关资料：如名片、客户资料、客户记录、价格表、电话本、记录本、计算器、商品说明书、样品、产品照片、产品的广告以及其它宣传资料等。

3、拜访前的准备事项

1）了解被拜访对象的姓名、年龄、住址、电话、经历、兴趣、性格、家庭情况、社会关系、最近的业务情况等。

2）要随时掌握竞争对手的销售情况及一般客户对他们的评价，了解同行及相关产品的最新变动及产品信息。

3）做好严密的拜访计划，并配合客户的时间去拜访，设法发现有决定权的购买者，并想办法去接近他。

4）准备好交谈的话题，要做好心理准备，对于对方的询问和杀价要有对策，做到心中有数。

4、见到客户之后

1）有礼貌，清楚的做好自我介绍，态度要温和、不卑不亢。

2）要认真听取对方的讲话，并表示关心，询问对方时，口气要平稳。如何做一个成功的销售员

3）要懂得抓住客户的心，首先自己要做到以下几点：

① 要有信心

② 态度要真诚，争取对方的好感

③ 在谈话中，要面带微笑，表情愉快

④ 用语要简洁，不罗嗦，问话清楚，能够针对问题

⑤ 注意对方的优点，适当的给予赞美

⑥ 在商谈的过程中，不可与客户激烈争论

⑦ 诱导客户能够回答肯定的话语

⑧ 能够为对方着想，分析带给他的利益最大化

4）与客户商谈必须按部就班

①见到客户，首先是问候，敬烟，接着聊天，赠送礼品

②进一步接近客户，激发对产品的兴趣

③告诉客户产品能带给他的利益

④提出成交，促使客户订购或当即送货

⑤收货款

⑥一笔业务做成后，不要急于离去，要和客户继续交谈，以期建立一种长期的合作关系，并告诉他，随时能够为他提供服务。

5、下班后，检查每天的工作，总结得失

1）详细填写每天的业务日报表

2）检查是否按计划开展业务，是否按计划完成任务

3）写出每天的营销日记，总结工作方法，对客户提出的抱怨要及时处理，并做好备忘录，及时汇报给上级主管。

4）营销日记的内容包括：

①工作情况描述

②对工作得失的总结、意见及建议

③改进的方法

④客户的意见及建议

⑤如何处理

⑥工作感悟及感受

6、列出第二天的工作计划

1）对于需要紧急处理或特别重要的事情，列入第二天优先办理的事项中。

2）确定工作重点，拟订初步拜访路线，排除不重要的事情。

3）需要预先约定时间的客户，约好见面时间

4）销售目标及所需公司其它部门的相关配合工作

对于销售代表来说，能够按照计划完成一天的销售，使自己的客户满意，这将是最大的欣慰。但对于一个成功的销售代表来说，能否为客户提供全方位的服务，将是他能否成功销售的基础。

当然，销售代表的工作充满着变化，要能够灵活的掌握时间，灵活的去面对客户，灵活的运用销售技巧。同时，要分清主次和轻重缓急，道理虽然是这样，但要知道，这个世界上唯一不变的就是变化。用规范的行为准则要求自己，但不能象绳子一样拴住自己的手脚，影响了发挥。

现在的市场，是一种开放型、同质化、多品种的市场。对于很多产品来说，它的同类，大部分功能相似，但卖点各有异同，在产品的本身不具有优势时，该怎么办？如何完成销售，并能够持续发展？

我想，只有通过优质、完善的服务系统，为客户提供更多的利益，达到他们的满意。但仅有客户的满意只是完成了产品进入分销渠道的第一步，产品的最终目的是为了达到消费者的满意，完成销售链条中产品向金钱转变的惊险一跳，为了达成渠道经销商和消费者的满意，在这样的一个过程中，只有通过高质量的服务来达到目的。

在20世纪90年代以前，企业的一线销售人员多凭借其三寸不烂之舌，通过哥们儿义气，请客、拉关系等手段，建立了稳固的客户关系，只要与客户关系拉的近，就有一定的销量，那时的中国，是一种商品短缺的时代，是一种需求市场，产品只要源源不断的送到客户（经销商）那里，没有销售不出去的东西。经过十几年的市场经济洗礼，现在的市场情况和那时已有天壤之别，商品的极大丰富，满足了商家和消费者的需求，虽然选择的空间有更大，但同质化又让客户（经销商）、和消费者无所适从。在这种情况下，仅仅靠感情联络是远远不够的，需要的是一种规范的服务系统，最终达到一种厂家、经销商、消费者三方多赢的局面。

作为市场基础的销售人员，其要服务的两个群体分别为：客户（或称经销商）和消费者。先谈谈如何对客户（或称经销商）进行服务？

售前服务——良好的开端是销售成功的一半

售前服务就是在产品还没有到达经销商的货架上，在和他沟通、交流的过程中，引导经销商，使之对你的产品有所了解，并产生兴趣的过程。在这个过程中，要把握客户的一些表现，这些表现能使你捕捉到经销商的心理，能够加速成交的机会。感兴趣的客户会有下面的几种表现：

如何做一个成功的销售员

1、比较认真的听你说话，很自然的和你聊天。这说明他对你有好感，愿意和你交流，要把握机会，加深双方的感情。

2、不断的观看产品，甚至拿着爱不释手。这说明他对产品产生兴趣，他看的目的是为了发现一些问题，看看有没有不满意的地方，这时要打消他的疑虑，增强他的信心。

3、想了解产品及公司更多的情况。他想更加全面的知道以后要经销的产品的背景，这时要简明扼要的介绍，他要求详细介绍时在告诉他更多。

4、仔细的询问价格以及经销的政策、返利、优惠等，甚至会提一些反对意见，比如价格太高、包装颜色太深、同类产品太多等。对这些问题要耐心的解释，通过不同的对比，如价格高，但是量比同类产品多，消费者更乐意买实惠的产品，这样，你不就卖的多了？卖的多，不久赚的多了！

对于客户的种种表现，要及时把握，认真回应，解答客户的疑问。同时，要能够善意的理解别人，在适当的时候，可以向客户提供一些好的建议，非同类产品的行情，扩大与客户的交流范围，增进感情。

在和客户的交流过程中，要讲究策略，不要把自己公司、产品等所有的优势全部告诉他，使自己有一个回旋的余地，为能够更好的诱导客户创造条件。

客户是生意人，往往会出于自我利益的保护，在没有完全了解产品带给他的利益或满足自己的要求时，他就有可能拒绝。而做为销售人员，就是要创造机会，最终达成销售，该怎么办呢？

首先在心态上要保持冷静，要能够果断的提出成交的信号。有一个简单的三步成交法：

第一步：向客户介绍产品的一个优点

第二步：征求客户对着一优点的认同

第三步：当客户同意产品所具有的这一优点时，向客户提出成交的要求

如果没有成功，继续向客户提出新的优点，直至达成交易。当然，不是每一个客户都要接受你的产品，接受你的服务。你可以结束这个客户的拜访，并为下一次拜访留下话头，以便有理由。

售中服务——良好的客情关系是业务持续发展的纽带

当我们的市场销售人员完成了市场推广的第一步，即征得了客户的认可，已经成交，下面还要做什么事情呢？对于我们已经建立的准客户名单，要定期进行拜访，对于进货量小的客户，但他那里又有销售潜力，就要增加拜访次数，加深与客户的印象，同时，要告诉客户，其它地方销量非常好。

建立良好的客情关系是销售服务的主要任务，你必须带着你的想法，能够促进客户现在的销售状况，那怕是一点小小的建议，一定要站在客户的角度，为他着想，运用自己的销售经验，去帮助你的客户。

为了能够长久的销售，达到你的销售目标，把产品送到客户的货架上之后，还有更重要的工作要做。

1、“教育”你的客户

之所以说是“教育”，是因为很多客户不能够更科学的理解消费者的需求，要让客户知道消费者喜欢什么样的购物环境，进而改变自己的不足，改善购物环境，增加销售量。

1）总的来说，消费者更愿意到商品齐备的地方购物

◆有市场上的最新产品

◆有经常做广告的产品

◆有齐全的日用小百货

2）消费者更愿意到服务好、气氛好的地方购物

◆首先要对产品有很深的了解

◆能够帮助和引导消费者购买

◆服务态度友善、亲切，容易接近

3）消费者更愿意到店面整洁的地方购物

◆货物摆放要整齐，货品上不能有灰尘

◆货物摆放要分类，易于选择

◆如果光线暗，要经常开灯

实际上，在你和客户沟通、交流的过程，就是教育的过程，你可以把一些能够提高他生意的内容告诉他，当然，首先要肯定你的客户，这样，他更容易接受你的观点和忠告，最重要的是你能为客户做什么？

2）管理你的客户

首先要明白，管理你的客户的目的是为了增加销售量，因此，在拜访的过程中，用什么方法去管理你的客户呢？

管理需要通过一个渠道，运用一种方法。

一个渠道：通过《客户管理卡》，详细的了解客户的陈列情况、进货情况、销售情况，以及客户处的竞品情况等。根据这样的管理卡，对客户的动态有一个清晰的认识。

一种方法：帮助客户去做商品陈列的工作。这样做的目的不但是为了能够增进感情，更重要的是把产品放在明显的位置，增加销售机会，使客户赚到更多的利润。

通过“教育”和“管理”你的客户，在整个产品到达消费者的过程中，你给客户提供了更多的建议，帮助他实现了利润的转化，这就是对他最好的售中服务。

售后服务——每一次拜访或者销售的结束是下一次的开始 当销售代表完成了销售计划，是不是销售已经结束了呢？答案是否定的。根据推测，开发一个新客户所需的费用是巩固一个老客户的十倍，因此，只有通过不断的服务，才能够留住客户，使销售更稳固。

**第三篇：如何做一个成功的销售员？**

如何做一个成功的销售员？

做销售员是每个创业老板都需要学会的东西，只有在自己业务做的成功的时候，才能很好地开展创业工作。做业务就是要脸皮厚，不断的询问别人，放下架子和面子，把销售作为一个快乐的事情。

一：锲而不舍坚持询问

如何做一个成功的销售员？很多业务员开始做业务的时候，往往冲劲很大，找到客户，送了样品，报了价就不知道怎么办了，往往前功尽弃。其实你应该不断的问他，你那个单什么时候下呀，不断的问他，知道有结果为止，其实，采购就是等我们问他呢，就像孩子不哭，我们怎么知道他饿了呢?我们要不断的给他们打电话，直到他一听到声音就知道是我为止。

最好能让他惦记着你，做业务就像谈恋爱一样，我们不能约了一次会后就指望别人能嫁给你。采购是很健忘的，我们要不断的提醒他。—样品测试有个流程，有个产品测试1天即可，有的需要1个月，所以问采购样品测试情况或者追订单时要切合自己的产品性能，隔一段时间催一下，不要天天问，天天催，这样采购会不耐烦的。

二：找准目标耐心钓鱼

如何做一个成功的销售员？跑业务时最有效和舒服的做法是用钓鱼法，就像我们刚开始追女孩子时，难道我们会同时追几个女孩子，然后在博他有一个成吗?我们往会看准一个，竭而不舍的追求她，直到成功吧。我自己是这样跑业务的，我会选准一个行业，比如我要做耳机行业，我会挑行业里的3个左右认认真真的去攻他，直到做进去为止，以后其他的就很好做了。这样等你在耳机行业里占到80%的份额，我们再转到别的行业，复制它，就像钓鱼一样，看准大的，一条一条的钓，很舒服。—钓鱼的同时，应该有一些时间去撒下网，大鱼钓不着，小鱼小虾也可以网回去煮汤的嘛。

三：良好的销售氛围

我们在和采购聊天的时候，往往很注意谈话的内容，老是说没话题，其实我们要注意到我们谈话的过程和气氛。如果我们那天聊的很愉快，和融洽，我们的感情就会很亲近，在许多天后，我们往往回忘记了当时谈的是什么，只记得哪天我们聊得很好。

注：摘自http://www.feisuxs/

**第四篇：怎样做一个成功的销售员**

怎样做一个成功的销售员.txt小时候觉得父亲不简单，后来觉得自己不简单，再后来觉得自己孩子不简单。越是想知道自己是不是忘记的时候，反而记得越清楚。1信心的建立

方法:克服自卑心态的“百分比定律”。

a、假定每位顾客都会成交。销售员要对每一个到来的顾客假定都会购买，使自己形成一种条件反射积极地去销售，从而增大成功率使销售员具有成功感而信心倍增。

b、配合专业形象。人靠衣装好的形象能拉近人与人之间的距离，便于双方的沟通。自我感觉良好，自然信心亦会增加，自我发挥亦会良好。

2、正确的心态

a.衡量得失。销售员通常都会遇到被人拒绝或面子上不好过的事情，例如，派发宣传单时，遇上拒接的情况，销售员应正确对待该行业的工作，在遭受拒绝时认为自己本身并没有任何损失，反而增长了见识，学会在逆境中调整心态。

b.正确对待被人拒绝。被拒绝是很普遍的，但销售员不要让这表面的拒绝所蒙蔽当顾客只借口拒绝，并不是没有回旋的余地，那就表明还有机会销售员不要轻易放弃，过一段时间可以再跟进。

3、面对客户的心态及态度

a.从客户的立场出发。“为什么这位顾客要听我的推销演说?\"所有的推销是针对客户的需要不是你的喜好。销售员要先了解客人的目的，明确自己的销售目的：令客人落定，清楚自己的出发点，并对症下药。结合顾客的情况，介绍他所需，迎合客人的心态，拉近双方的距离。

b.大部分人对夸大的说法均会反感。世界上没有十全十美的东西，销售员过分的夸张，会引起顾客的不相信和不满，若对不关痛痒的不足作及时的补充和说明，做到自圆其说，并帮助客人作对比，让客人有真实感，加深对销售员的信任感。

4、讨价还价的心态技巧

主动提供折扣是否是好的促销方法。这是一个不太好的促销方法，因为作为一手的楼盘，都是明码实价的，销售员如一律放松折扣，则客人就会“吃住你”，不放松反而会促进成交，若客人到最后还是咬紧折扣，可咨询销售主管和总监适当给予折扣，但不要让他感到很容易，要做一场戏例如打假电话，并一边打电话一边迫使客人即时取钱答应“落定”才给折扣。若客人不够钱付定金，也不要轻易答应不足定也可以，再作一番假，让客人感恩戴德地自觉把身上所有的钱掏尽，才受理他的“落定”。有些戏是一定要做的可减少“塌定”情况和减少日后客人刁难事件。

**第五篇：如何做一个电脑销售员**

如何做一个电脑销售员

电脑销售行情是越来越困难，同质化产品越来越多，而电脑是科技主导型产品，想要有深刻区别的技术创新，又不太现实，因此，电脑销售模式，胶浊现状越发的胶浊，估计商家们时刻都在想着怎么样冲出销售重围。

随着科技与经济的发展，电脑已不是少数家庭的专属物，它已经成了广大普通家庭的一份子，也因此，电脑销售市场借此机会掀起一阵热潮，但竞争却是越来越激烈，处境是越来越艰难。就像上面所说，当中国这块电脑销售市场打开之后，各种品牌，各种方式的进入，让广大消费者有了更多的选择机会，同质化产品的堆叠，最后不得不以让利的方式来夺取市场，而让利销售手段的推出，换来的是另一轮的价格让利牌，促销赠送。一来二去，也就形成了电脑销售的恶性循环。

要想走出这个困境，就要与众不同，怎么样才能与众不同，产品上由于科技主导，也很难有太大的不同，概念化营销又往往撑不太久。那就只能从外围入手。不妨从客户的角度来做一些调整。

现在的消费者懂得自主消费，但对于这种高科技产品来说，专业上还是差一些，买家与卖家信息不对称的情况，就给商家发出了新的一张牌，这张牌就是服务。

第一，消费者购买的是家用电脑，而且购买家用品牌电脑的消费者大多对电脑不甚了解。

因此，电脑销售的重点是帮助消费者选购一台满足其需求、适合其情况的电脑，这样，所有的促销活动都应该围绕这一销售重点而展开，销售的核心也就是让消费者购买电脑时能够真正了解自己需要什么样的电脑，应该购买什么样的电脑，这项工作交由销售终端由销售人员解决即可。通过一对一的面对面沟通，销售人员帮助消费者进一步明晰其需求，进而向消费者提供能满足其需求的购买建议。

第二，目前大多数家用品牌电脑厂商的促销活动追求视听感受的新奇特效果，销售话术也侧重于产品的性能和所送礼品的多少好坏上，并没有真正地了解消费者的需求。

因此，做好终端销售工作在短期内来看是树立竞争优势的一个捷径(尽管这种竞争优势很容易被模仿)，这是因为做好终端电脑销售工作即容易快速，又能迅速提升销量。针对终端销售人员进行培训，培训的主要内容是顾问式销售、基本销售技巧和销售术话。顾问式销售更多的是解决观念问题，让销售人员从消费者的角度来考虑问题，清楚不是销售电脑，而是帮助消费者选购一台满足其需求的电脑。基本销售技巧更多的是解决技巧问题，尤其是面对面沟通技巧问题，让销售人员通过说、听、问、答等途径深入了解消费者的需求，排除消费者在沟通过程中所提出来的各种销售争议，最后达成销售。记住，此处的执行力很重要。

通过上面的调整，最起码是对电脑销量的一种短时间的提高，接下来，电脑将会成为国内许多家庭的主要教育工具和重要的娱乐工具，在家用电脑不断普及的今天，电脑外设、电脑维修、电脑教育培训市场将会不断成长、扩大，因此，以服务为纽带，由各个销售终端负责向消费者提供更多电脑外设产品和更多的服务无疑会成为一个新的利润增长来源，不仅符合国内家用品牌电脑厂商产品多元化的现实，也是提高家用品牌电脑的一条出路。

像电脑知识培训、电脑操作培训等教育培训消费者都是非常看重的，但这却是现在诸多商家做的不够的地方。与此同时，家用品牌电脑的售后服务压力比较重，但当前售后服务的主要原因是消费者不会、不知所措造成的，从这个角度来讲，教育培训是降低售后服务成本的有效手段。

电脑销售，有了自己的销售特点，建立品牌效应，那还愁销不出去吗?

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