# 2024年销售培训工作总结简短 销售培训工作总结(十三篇)

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2024-06-05

*总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。销售培训工作总结简短 销售培训工作总结...*

总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇一**

\_\_\_\_年共举行内训24项，分别质量管理意识培训占46%，专业技能培训占50%，规章制度与职业道德培训占4%，共计57：85课时，参训27人次。

培训课程主要集中为以下几类

1、员工必修类：企业文化培训、职业道德规范、管理制度;

2、重点培训：软件测试、开发及管理、cmmi3;

3、新员工岗前培训

\_\_\_\_年培训费用总计为22397.50元，费用均为下半年，因上半年没有做培训成本这一项。

(一)取得的成绩

1、\_\_\_\_年度的培训工作与\_\_\_\_年度相比，从培训项目数、举办培训课程次数、接受训练的人次等方面，取得了一定的增长。

2、建立制度性培训体系。以往，公司培训工作缺乏系统性制度，培训管理幅度和力度很弱，培训资金无保证，员工培训意识差，培训工作开展十分困难。今年质量管理部投入大量精力,在总结了以往公司培训经验的基础上，优化培训管理流程，完善教育培训制度。重点加强了培训需求分析和培训项目审批流程，在多次征求各单位意见后，全面提升公司培训工作的制度化管理。

3、在\_\_\_\_年公司通过iso9002：\_\_\_\_标准认证和cmm认证的基础上，引入iso10025、gb/t19035-\_\_\_\_和mqms体系知识，逐步掌握与国际接轨的培训管理制度和工作程序，建立和完善职工培训教育的质量保证和效果评价体系。

4、不断改进培训方式，积极探索新的培训模式。

(二)存在的问题和不足

1、培训工作考核少，造成培训“参加与不参加一个样，学好学孬一个样”的消极局面，导致培训工作的被动。

2、培训形式缺乏创新。只是一味的采用“上面讲、下面听”的形式，呆板、枯燥，提不起学员的兴趣，导致学员注意力不集中，影响了培训效果。

3、原则性不强。不能严格执行培训纪律和有关规定，对违反者睁一只眼闭一只眼，不能按章办事，这是导致培训纪律松懈、秩序较乱的主要原因。

4、在年中所做培训中我们还不难发现，一部分人员感觉培训过于频繁，另外一部分员工则反应得不到相应培训，这是一个不容回避的问题，作为致力于学习型组织的企业，首要的培训任务是要使全员树立培训意识，为企业发展和自我发展充电。而培训层面的不均衡，更是需要\_\_\_\_年去大力改善。

5、内部讲师授课技巧普遍不高，有待提高，制作课件水平不足，自主研发课程能力有所欠缺，所以，以上需要改善，进一步规范内部讲师管理，提升内部讲师授课水平，推行内部讲师认证，真正打造一支合格称职的内训师队伍。

(一)有利条件

1、公司改制后，改制企业的机构、人员做完调整后，改制企业员工的综合素质和工作技能的提高，以及企业文化的再建，必然是下一阶段的工作重点，培训工作的任务必将增加，良好的培训效果和质量也会越来越得到公司领导的重视。

2、随着mqms体系《培训管理程序文件》的发布，公司教育培训体系正在初步建立，培训工作有了制度的指导和约束，将大大的有利于以后工作的展开。

(二)具体措施

1、作好培训基础工作

《培训管理程序文件》虽已发布，在具体执行过程中一定还会遇到各种困难，还需要我们的不断总结和及时调整。在具体工作流程上还需要进一步理顺，在管理制度上还需要多方面补充。还要进一步加强培训资料的收集和培训器材的配置，加强相关工作人员的专业素质培训。

2、建立培训资源网络，进一步丰富企业培训资源。

公司业务的广泛性也决定了公司各部门培训需求的广泛性。为了较好的满足公司成员的培训需求，选择合适的培训课程，培训讲师，配置合适的培训资源，我们必须要取得大量及时、准确的培训信息，扩大培训业务联系，建立起自己有效的培训资源网络。特别是要积极与比较强势的专业机构保持好战略性的合作伙伴关系，及时掌握前沿的动态信息，并横向了解到业界相关的热门需求，调整思路，并就某些具体项目达成合作协议。

3、重点建立一支富有实践经验，熟悉现实情形的内部讲师团队

培训需求的.多元性和企业内培训资源的有限性的矛盾，已经越来越突出。建立一支富有实践经验，熟悉现实情形的内部讲师团队就变的越来越重要了。培养起自己的内部讲师团队，首先大大节约了公司有限的培训经费，其次，为公司培养了一批各个领域内的专家，再次，也可以在员工中树立起学习的榜样，培养员工的自主学习思想。以往的实践表明，听过公司内部领导讲课的员工都能觉出，企业高级主管对企业经营认识之深刻、解释之透彻更容易让大家接受和理解，应该积极倡导高级主管都为培训工作做出良好的表率。在具体措施上，重点加强对管理人员各项培训的同时，也从制度上明确、选拔优秀管理人员作为企业内部讲师。并建立起一套企业内部讲师的日常管理、激励、考核制度。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇二**

---上又添上了浓墨重彩的一笔。在此我感谢各同仁的大力配合与上级领导的支持！

20xx年工作总结：

从进公司以来截止20xx年12月29日，共有63个客人有潜在意向，积累c级客户27名，b级客户15名。

忙碌的20xx年，由于个人工作经验不足等原因，工作中出现了不少大问题。

10月份，由于新进入公司，不熟悉业务的原因，导致我在10月份未成交一台车。但公司同仁对我的悉心指导及帮助，让我在专业知识上得到了非常大的提高，给未来提供了坚实的理论基础。

11月份，由于参加实际操作能力不强的原因，导致11月份仍未达成交易。但总公司组织的新员工培训让我结识了全国各地的销售同仁，增长了不少销售知识。在公司领导的支持及同仁的帮助指导下，接待了不少客户，并在其中发掘了不少潜在客户，对未来的销售奠定了4.加强多方面知识学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，以提高业务水平，把销售工作与交流技能结合；

随着公司和市场不断快速发展，可以预料我们今后的工作将更加繁重，要求也更高，需掌握的知识更高更广。为此，我将更加努力学习，提高文化素质和各种工作技能，为公司尽应有的贡献。

报告人：销售部/雷倩20xx年12月29日

篇2：汽车4s店销售经理20xx年工作总结和20xx年工作计划销售经理工作总结和工作计划

-没有平凡的工作，只有平庸的员工一20xx年工作总结

20xx年成为尘封的一页已被翻过去

4---明确职责，思路要清晰，以下是我工作中总结对销售经理这个职务的理解

职责阐述：

1．依据公司管理制度，指定销售部管理细则，全面计划和安排

部门工作2．管辖本部门内与其他部门之间的合作关系

3．主持指定销售策略及政策，协助销售顾问执行人员顺利拓展客

户并进行客户管理

4．主持指定完善的销售管理制度，严格奖惩措施

5．负责内部人员调配和内部工作人员业绩和综合表现的评定

6．销售部人员建设和团队建设

7．kpi的有效管理，以及促销计划执行和管理

8．制定本部门员工培训计划、培养销售管理人员，为公司储备人

才

9．对部分工作过程，效率及业绩进行支持，服务，监控，评估、

6---和各种工作技能，为公司尽应有的贡献。

报告人：销售部/雷倩20xx年12月29日

篇3：汽车4s店销售经理20xx年工作总结和20xx年工作计划

销售经理工作总结和工作计划

-没有平凡的工作，只有平庸的员工一20xx年工作总结

20xx年成为尘封的一页已被翻过去了，在这将近一年的工作时间中我通过努力工作，有了一些收获和心得。一年过去了，真的有必要对自己的工作做个总结，目的在于吸取教训，提升自己。以至于把工作做的更好。自己也有信心、有决心把20xx年的工作做的更好。下面我对20xx年一年的工作进行简要总结：

从基层到领导，思路的开拓，处理问题的方法，人际关系的处理，上级传达的执行力等等一系列我从未涉及的领域，面临的较大的考验和自我锻炼。或许我骨子里就有股不服输的精神，追求

24---严格奖惩措施

5．负责内部人员调配和内部工作人员业绩和综合表现的评定

6．销售部人员建设和团队建设

7．kpi的有效管理，以及促销计划执行和管理

8．制定本部门员工培训计划、培养销售管理人员，为公司储备人

才

9．对部分工作过程，效率及业绩进行支持，服务，监控，评估、

激励，并不断改进和提升

10．本部门人员关怀，充分调动积极性。本部门的满意度及公司的

满意度和厂家的满意度三方的有效统一

11．市场动态的及时了解，分析并制定应对方案，提升销量，有效

完成既定任务和目标。

这段时期，公司也经历了高层领导人员小波动后，在黄总的\'正确指导下，有针对性的对市场开展了促销活动，人

26---面制止。2虽然销售部已实行了管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是销售顾问没有形成按时回报的习惯，仅仅是口头汇报，间接转述，销售部不能全面，及时的统计，规划和协调，从而导致部分制度的执行和结果打折扣。

3销售流程执行不彻底监督不到位，销售组长的管理职能没能最大化的发挥，服务意识没能更好的提升，导致部分销售顾问形成固化模式。销售部目前组员，组长，内勤，主管的互动沟通不及时，任何知情不报，片面汇报的行为还是存在的而且也不利于整体发展，更不能保证及时，全面了解状况，以便随时调整策略。

4．内部还是存在个别人滋生并蔓相互诋毁，推诿责任，煽风点火的不良风气，所以从领导者就要提倡豁达的心态，宽容理解的风格，积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就能更好的前进，两军相遇，者胜，智者相遇，人格胜。

28---人销售顾问自己的腰包鼓起来但未想到公司的利益增添到最大化，这也是部分四s店存在的普遍现象，如何调动大家的主动性，如何提高大家的综合素质，如何让大家能与公司同呼吸，共命运。这些都是我在20xx年工作中主抓的脉络。要扭转思想是一件很难的事情，要改变一个常态的现状也需要循序渐进的过程。水到渠成好过一气呵成。

那么，针对销售部下一步工作开展提几点看法。

1培养并建立一支熟悉流程而且相对稳定的销售团队

目前，销售部共计13人，相对来说比较稳定，个别人员存在不稳定因素，所以后备人才储备要在春节结束后落实，并进行培训。2团队凝聚力的增强，团队作战能力的提高

新员工的逐步增加，随着公司稳步发展，由陌生变为熟悉，紧密协作，传帮带，伴随公司的发展共同发展成长

3敢于摸索，大胆尝试，不断改进新

30---己”的内部沟通机制，及时找出工作中存在的问题，并及时调整思路，尊重销售人员的意见，提高工作效率。制度是标准，执行力是保障！

二关于公司管理的几点想法

1“管理出效益”这个准则大家都知道，但是管理好却不是件容易的事，我感觉公司有的时候偏重感情化管理，制度化管理不够。有的时候，征询民意，人性化关怀是对的，但是如果高层领导做什么决定和事情都一味的征询民意，容易导致基层人员不重视中层管理者，甚至个别

32

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇三**

对客户要长久，要真诚，不要将个人情绪带到工作中。

对客户来讲，他看重你的可能是你的产品、可能是你的品牌，可能是你的价格，可能是你的服务等等，当然最后是否选择你，还有很多其他因素，包括经济的、政治的等等，是一些非常复杂的因素最后综合影响的一个结果，因此你不要对一个项目过于耿耿于怀，你拿下了一个项目，不见得能够拿下这个客户的第二个、第三个项目;同样，你丢掉了这个客户的第一个项目，也不一定就丢掉后面的项目，而后面的项目有可能比前面的要大的多!因此，对客户要长期的跟踪，长期的保持一个非常良好的、互利互惠的关系，不要过于急功近利，过于看重眼前利益，拿下项目，大家都好;拿不下，对不起，拜拜，这样的人很难有什么大的作为!

对渠道，我们要以诚相待，以理服人!因为客户里面形形色色的人都有，有真心对你的，有存心来骗的，要有一双慧眼。但是我觉得对客户重要的是真诚，真诚的告诉他们你的`优势、你的劣势，你能提供给他们的支持、服务，哪些是你做不到的，不要怕客户知道你的缺点，因为你不说他也会从别人那里了解到!因此对客户要真诚的合作，容忍客户的小心眼、小把戏，相信绝大多数客户是好的，是真心和你合作的，欲取之，先予之，经过真诚的沟通和交流，客户一定会成为你的忠实伙伴的!

另外，做销售很重要的一点是不要将个人的情绪带到工作中。这个情绪指消极、悲观、愤怒的情绪。因为一个人在家庭、单位、组织甚至大街上都能碰上不愉快的事情，但是要自己能够很快的排遣不良的情绪，千万不要带到工作中，这样对你没有任何好处。

总之要不断的总结和学习，将不好的改正，将好的保持下来，积累经验，取长补短。

一、销售计划

销售工作的基本法则是，制定销售计划和按计划销售。销售计划管理既包括如何制定一个切实可行的销售目标，也包括实施这一目标的方法。每个人都有各自的特点，都有各自的方法，关键是要找到最适合自身的一套方式和方法。

二、客户关系管理

对客户管理有方，客户就会有销售热情，会积极地配合。如果对客户没有进行有效的管理，或者客户关系管理粗糙，结果，既无法调动客户的销售热情，也无法有效地控制销售风险。所以必须想尽方法维护好客户关系，关注客户的各个细节，随时让客户感觉到你与他同在。

三、团队战斗力

发挥团队的整体效应很重要。充满凝聚力的团队，她的战斗力是最强大的，势不可挡。所以每一个人，不管自己是哪个部门或哪块业务，都必须时刻记得自己是团队中的一分子，是积极向上的一分子，记得我的行动离不开团队，我的行动会影响到团队。团队为了不断巩固和增强其战斗力，也会义不容辞地支持每一位销售人员的积极行动。共同努力，共同进步，共同收获。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇四**

通过为期三天的房地产销售人员基础知识”和“华成天地墅园项目资料分析”的现场培训，使我们销售部所有员工受益匪浅。

这次培训结合理论与实践，为我们下一步更好的开展销售工作打下了良好扎实的基础。

作为一名基层销售人员，应具备自信、韧性、喜爱、感恩、倾听、综合知识和举一反三——自我总结——自我反省等的基本素质，并且在日常工作中注意提高业务水平，增强销售技能，培养敏锐的观察力，研究调查房产市场，从而了解在激烈的市场竞争中，服务是一个全过程。尽可能细化信息，注意平时工作中客户资源的积累、维护、沟通交流以及信息的收集、整理、反馈。

我本人觉得公司这次组织的培训非常好，促使我们在工作中进一步的学习提高，同时了解学习是一件贯穿生命始终的事情。只有不断地学习，才能进一步充实自我，完善自我，不会固步自封。同时，可以从学习中发现自身的欠缺点，对今后工作的进一步开展打下良好基础。同时，也更加明白销售是一门非常有学问的课程。绝不仅仅只是简单的“售”的动作，而是需要更多的准备、酝酿工作，在销售过程中与客户的交流、沟通、协商、了解，（更需要我们有饱满的工作热情和扎实的业务基础），以及销售后后续的资料整理归档，与客户的事后联络交流等一系列不可缺少的所有程序。

通过这次系统培训，使我们在获得更完整的房产知识、销售技巧的同时，也更加坚定了我们对所销售楼盘的信心，以及对自身完成销售工作的信心，有助于完成今后一系列销售任务。

从我个人认为：目前房地产行业发展比较快，竞争日趋激烈，营销不仅要在产品硬件上下功夫，更要注重软服务。从杭州的楼市来看，卖得好的楼盘都是“找得到理由的\'”，而不再是前几年一味的普遍上涨，只有产品做得好、定位比较准确、营销和服务都比较到位的房产品，才能最终赢得消费者的认同。

目前房地产销售已经从产品竞争上升到服务竞争的阶段，而我们的楼盘又是别墅类产品，定位为高档房产品，所以更应该把基础工作做到位，软服务就更需要销售员有全面的素质。通过学习，我又把房产销售的整个流程进行了全面梳理，加深了对本公司产品的理解，认为自身在售楼部的形象很重要，只有通过学习，才能进一步提高自己的素质，才能积累更多的客户。作为一线销售管理人员，不断学习才能充分发挥销售人员的主观能动性。

其次是做销售用心很重要。销售就如医生要先诊断才能开处方一样，销售人员要先用心了解客户的需求后才能再谈销售，而不是一见客户就推销自己的产品。此外，只有把客户看成长久的客户，成功率才会增大，客户应该成为自己的终身客户。最后，销售人员要主动帮助客户，客户才会信任你，主动来找你。

通过对天地墅园项目的分析和互动，我们对自己的房产品加深了解，同时又发现了一些问题，需要在日后的工作中去一一落

实和解决。

这次培训为我们项目开盘做好了充分准备，使我们更有动力和信心，因为我们是一个团队，就更应该有团队的协作精神，为公司日后的业绩增长贡献力量。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇五**

上周我们公司组织了实战营销技能与技巧提升培训，主讲老师xxx老师给我们进行了为期一天的培训，虽然只是短短的一天时间，但是对于我们对销售技能和技巧了解更进一步。十分有幸参加公司组织的销售培训活动，参加这次房地产销售培训心得是，要做好销售工作，销售员必须要认真、坚持、用心、自信，并要不断学习，以下是我对这次房地产销售培训心得体会。

首先培训目标是熟练掌握房地产销售流程各环节规范行为标准，能灵活运用，提高成交率;透过销售技巧和服务细节的把握与实践，提升品牌形象与销售服务水平，提高顾客满意度。之后谭老师开始讲了销售理念和信念，计划和信息分析，人脉等于钱脉，还讲到了如何维护客情，如何帮忙经销商销售到终端客户才是真正的销售出自己的产品，而不是库存的转移。其中营销是信息的传递与情绪的转移，见客户之前把自己的状态调整好，一个好的业务员务必要修炼自己，有用心的心态，有自己的理想和目标，让客户愿意跟我们做业务。

再次，详细讲解了传统式销售与顾问式销售的区别，并且要从传统式销售向顾问式销售转变。提出正确的问题，大多数销售人员没有问正确类型的问题，即使他们在打推销电话之前就事先准备好了问题，但大多数人没有事先准备。提问技巧很糟糕的影响是巨大的。这会导致拖延和反对，带给不正确解决方案的糟糕演示，没有区别于竞争对手，以及错失销售机会等形式的阻力。

还有专业知识的学习，就像x老师讲到的“客户花钱买的不是价格而是价值”，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房地产销售员，提高我们定单的概率，就要多学习专业知识，要做到平时不懂的问题要多问多记，勤学好问。还有仪表形象我们就应注意的\'细节问题，从着装到坐姿，眼神等方面进行了详细的介绍。

此外用心倾听很重要，专业人士常因一向对自己及其产品喋喋不休，而错过了重要的线索和信息。更为重要的是闭上你的嘴，让客户说话。你就应引导谈话，然后倾听和正确的消化吸收，我们了解到很多客户真正需要什么，以使你能正确定位你的产品。

以上就是我参加完这次的培训体会，以后的工作中我们要努力的从这些方面去提升自己的技能和技巧，时时刻刻的学习，积累一次次成功的销售经验，只有这样我们自身才能和江钨合金公司一齐成长，并且在激烈的合金市场上占有一席之地。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇六**

有些人打电话很厉害，但是一到跟客户面谈的时候就不知道说什么了，主要表现就是：成为一个快递员，到客户那送完资料就走人，或者是电话里确定好业务去送合同和发票。到客户那么成了一个解答员，客户问什么问题就回答什么，然后就什么也不说了。等等。解决办法一句话，“多见客户，多总结”。有那么一句话，“失败是成功之母”，成功他爸就是总结。所以总结很重要。同时又提到上部分提到的，“多问”，见客户回来有自己不明白的问题立刻问老员工，或者自己感觉不是很好的立刻找老员工沟通学习。

前面的诸多工作就是为了最后的成交，而这个成交是确实需要技巧的，以前接触过些销售员，前面都做的很好，跟客户的感觉也很好，但是过一段发现客户找别人做业务了。为什么，就是因为这个销售员觉得跟客户关系好了不好意思提出签单，反而让同行的业务员抓了空子。这种是最可惜不过的。所以这里只提一点，一定要敢于提出签单。

对于做基础网络服务的业务，客户的需要是非常多的，重复性消费可能性很高，所以一定要做好客户售后的服务工作。同时提醒一点：注意要求客户转介绍。

经过了一周的电话营销培训，其实我们学习的东西还很多，我觉得电话营销是当下我们旅游业选择销售的重要方法之一，我们只有在不段的学习和实践中慢慢取得精华，才能在未来的.日子里好好利用上电话营销的技巧，我希望自己在20xx年中能够应用上自己所学的技巧为自己的工作添油加彩，以上电话营销培训总结和大家一起分享！祝各位同事的电话营销事业蒸蒸日上。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇七**

随着新年脚步的临近，20xx年的各项工作即将结束。20xx年初，市场部根据公司的统一要求和销售市场情况的变化，制定了较为系统全面的销售培训计划，以“xx年年是寿力培训年”为行动指南，精心组织，积极协调，通过一年的探索实践，顺利地完成了销售培训计划，有力地支持了我公司的销售工作，达到了年初制定的销售培训工作目标。代理商销售人员整体素质和业务水平有了较大提高，“技术行销”深入人心，初步实现了“关系型”销售向“专家型”销售的转变。

值此岁末，现将市场部一年的销售培训如下：对xx年年的销售培训工作，市场部实行多地点、多层次、封闭式的培训办法，始终把握\"技术行销\"的宗旨，采用集中脱产培训形式进行，并与销售实践相结合，力争每一名参训学员成为合格的专家型销售顾问。

市场部全年根据地域，组织进行了9次销售培训。

市场部承担了销售培训所有组织工作，包括培训通知的下发，学员的召集，培训地点的选择，课程的`安排，人员的食宿，培训效果调查等，销售部对我们的工作给予了大力协助，在此表示感谢。在具体培训过程当中，我们积极主动地与培训学员沟通，对代理商、代理商学员提出的合理要求及时满足，对培训过程当中出现的问题及时协调解决。

销售培训管理工作有以下几方面需特别注意：

1、培训地点的选择：1)僻静的地方;2)能刷银联卡结账。

2、宾馆预定：1)报名时需通知代理商价格;2)报名代理商人员为单，需包间。

3、培训收费：1)明确告知代理商销售培训为收费培训，预防各种古怪事情发生，同时引起代理商重视，保证培训效果;2)以先交费，后培训为主。

今年以来，市场部先后完成了“24kt无油系统”、“螺杆空压机站房应用”，“差异化行销”等3个培训科目的开发与课程设计工作，尤其是“24kt无油系统”培训课程的设计以及实施，为该系统地推广奠定了良好的基础。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇八**

在培训前，我们就培训人员情况进行了了解，对培训时间、内容和老师情况进行了安排，对培训期间的学员要求进行了明确。

但存在的缺点是：

①、对专卖店的情况了解不清楚，造成培训工作的部分被动，应进行专卖店情况调查;

②、学员情况没有及时与培训老师沟通，造成培训师的工作被动，以后应将学员资料给老师沟通;

③、培训老师的沟通没有到位，讲解不生动、有趣，忽略了学员接收和反馈情况;

④、应增加其他几个厂的培训课程。

总体培训过程控制比较好，但仍然有部分改进。主要有几点：

①、培训老师时间与工作、会议时间应错开，避免时间撞车的情况;

②、培训老师的培训时间应调整，部分老师的培训内容比较多，比较重要，应考虑适当延长培训时间。

培训考核主要分文化知识考核和现场模拟考核。文化知识考核的.设置比较合理，但现场模拟考核的控制存在比较多的问题。

主要表现为：

①、现场模拟考核的分工和人员进场顺序应得到控制;

②现场模拟考核的评分人员应做到事前沟通，确保评分标准的理解统一;

③、模拟顾客的沟通应加强，明确模拟考核的目的和要求，以到达考核的预期;

④模拟顾客的选择，应考虑到现实的情况和要求，使模拟逼真化得到控制。

本期培训效果，在文化知识考核方面比上期有些提高，在现场模拟考核方面，表现出来的专业知识和应变等方面，均有所提高，但对企业、产品的文化理念以及营销技巧方面比较生疏，应在后期的营销实际工作当中予以加强。当然也存在不足，表现为：

①、现场实际演练的项目应增加;

②、知识方法的运用与转化应操练;

③、企业、产品文化理念应予以充分的解读，加深理解。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇九**

感谢公司给予学习的平台，感谢领导给予进步的机会。 我很高兴能参加此次《店面销售技巧》培训课程。经过这次培训，使我在思想上对销售有了更全面的认识，同时对销售理论有了空前的突破，相信接下来我不仅会将所掌握销售思想复制到门店人员身上同时还会把所学理论运用到实践，下面我主要谈一谈在培训期间的学习心得。

首先，王延广老师的讲解记忆深刻、幽默风趣，于谈笑间将以往销售中的种种问题点拨出来。

王老师讲行业：销售是世界上最光荣最有保障的工作，收入不稳定才有高收入。通过六脉神剑步骤讲解(吸引客人→留住客人→了解需求→塑造价值→先跟后带→快乐成交)每个步骤每个案例都是那么的深刻，使我更清晰的掌握如何处理工作中遇到的种种问题并且严格要求自己在今后工作中将简单的事情重复做，重复的事情坚持做，坚持的事情快乐做。

王老师讲心态：在学习期间，我明白了不管任何工作首选要从思想上树立行业的价值观，树立热爱工作的信念，不惜一切努力，为业绩而奋斗。只有端正了心态，才能经得起被顾客拒绝的的考验

王老师讲形象：通过学习掌握“形象和标准化”让我从个人形象到商品形象再到店铺形象都清楚的理解到管理门店应该发挥视觉、听觉、文字等方面的作用努力增加商品附加值使之具备竞争力。

王老师讲技巧：引用痛苦销售法从发现问题→制造问题→放大问题→解决问题来讲述顾客购买就在一念之间关键看 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。

通过培训，我决心要从以下几个方面提高自己和带动团队：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能力，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能力、改善心态、促进门店营业目标的达成。

感谢公司安排的这次培训，给大家难得的学习机会!

感谢王延广老师，不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，展开fab法则，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。

大多数销售人员没有问正确类型的问题，即使他们在打推销电话之前就事先准备好了问题，但大多数人没有事先准备，销售人员需要对客户进行购买流程的理解。然后，销售人员需要将其销售流程和客户的购买流程相匹配。做到这一点后，当他们就最可行的解决达成一致时，销售人员就开始和客户密切接触。

规划推销电话今天的大多数公司缺乏一个定义明确的销售过程。很少有能让客户提供强有力承诺的有文件记载的销售实践。因此，销售人员没有正确地计划推销电话。

例如，每个电话都应该以客户同意去做会将销售过程向前推进的事情的某种承诺作为结束。

提出正确的问题大多数销售人员没有问正确类型的问题，即使他们在打推销电话之前就事先准备好了问题，但大多数人没有事先准备。提问技巧很糟糕的影响是巨大的。这会导致拖延和反对，提供不正确解决方案的糟糕演示，没有区别于竞争对手，以及错失销售机会等形式的阻力。

商业头脑如果你要帮助你的客户变得更加成功，你需要了解企业通常如何运行，你的客户的行业如何运作，你的客户如何实现其市场目标，以及贵公司的产品如何才能帮助他们更好的服务于他们自己的客户。没有业务技巧，你就永远不具备销售所需要的信誉。

积极倾听积极倾听很重要，专业人士常因一直对自己及其产品喋喋不休，而错过了重要的线索和信息。更为重要的是闭上你的嘴，让客户说话。销售技巧培训心得分享说，你应该引导谈话，然后倾听和正确的消化吸收，我们了解到很多客户真正需要什么，以使你能正确定位你的产品。

提出有意义的解决方案大部分销售人员声称这是他们最擅长的技能。事实上，作为经理，我们倾向于雇佣“能说会道”之人。在现实中，当谈到做演示，质量远比数量重要。当销售人员针对先前商定的需求，将重点放在呈现具体的解决方案上时，他们很少失败。

获得承诺如果你真正思考这一点，聘用销售人员的唯一原因就是为了获得客户的承诺。然而，当问及这一问题时，大多数销售人员承认这是其最薄弱的技能。研究表明，将近三分之二的销售人员在推销电话中未能要求承诺。任何有效的销售培训计划必须对这个问题有可靠的`解决方案。

管理你的情绪销售人员向自身解释其成功和失败的原因的方式至关重要。形成一种风格，将逆境看作是暂时和独立的，建立心理抗冲击力、情感韧性和耐性，以便从挫折中振作起来，并在适当的时候积极主动。

在全新类型的产品在普遍引入市场之前，企业可以采用“免费”、“试尝”等的优惠活动吸引消费者的注意。

21世纪，体验式营销成为营销行业发展的新趋势，是企业参与竞争的有利武器，这是我的销售技巧培训心得。

体验式营销的实施，企业须从实际的市场需求情况出发，有的放矢的策划与决策，选择出最适应市场需求的体验方式，使企业在激烈的市场竞争中处于优势地位。

一般而言，体验式营销的在以下几种市场情形下适用。

1.全新型产品的上市

对于企业刚刚上市的全新型产品，顾客是十分陌生的，并没有过相似的消费体验。而他们又很少有人愿意成为第一个吃螃蟹的人，因此企业做的广告宣传活动再多，也无法大范围的提高消费者的参与性。

此时就需要体验营销的参与，以最直接的方法使顾客了解产品的作用与性能，消除顾客的疑虑。

在全新类型的产品在普遍引入市场之前，企业可以采用“免费”、“试尝”等的优惠活动吸引消费者的注意，从而让他们全方位的了解产品，使他们主动参与到营销活动中，为产品的全面推向市场奠定基础。

2.具有“鲜明卖点”的改良新产品

市场上出现的新产品往往是企业在原有市场的基础上，对它们的款式及性能等方面进行改良所得出的，这类产品也不为顾客完全熟悉。在产品推向市场的初期，就应采取体验营销，向顾客着重突出这类“改良”产品的卖点，使顾客在短期内感知产品的特性。

3.容易转变和培养消费习惯的老产品

在市场中，对于一些老品牌的产品而言，如果体验活动能够培养、转变消费者对此的消费习惯，并可以获得一些竞争对手的顾客，或使其对其品牌不忠诚的消费者忠诚，我们仍可以采取体验式营销策略。

但在采取体验式实战销售时，企业首先要了解顾客对品牌的忠诚度。若顾客对竞争对手的品牌的忠诚度较低，容易转变和培养顾客的消费习惯，则体验活动可行;反之，采取体验式营销会是企业得不偿失。

企业在进行体验活动时，要深入分析顾客的体验世界，明确公司与品牌的目标顾客，并从不同的层面分析顾客的体验世界，沿着品牌的接触点追踪顾客的体验，以此为基础对目标顾客定位。

体验营销人员在营销活动之前应该通过市场调查来了解目标顾客的需求与顾虑，以此为基础有针对性的为顾客提供相应的体验。企业在对目标顾客进行细分时，要以顾客的理性消费为主，感性消费次之。

在这个阶段，企业应该预先准备好让顾客体验的产品或设计好让顾客体验的服务，确定达到目标对象的渠道，进行体验活动。与此同时，在体验过程中营销人员要积极地引导顾客向体验的目标靠拢，使体验活动顺利进行。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇十**

培训机构的招生工作是非常重要，面对现在的培训机构招生，除了传统的一些宣传单的形式，还需要策划好的招生方案，吸引大量的.学生来参加，或是通过一些活动方案来维护老生，进而通过活动来吸引转介绍。

所以做为管理者，校区的活动方案策划也是非常必备的能力，以下分享的活动方案的设计，是在阳光喔作文校长培训上学习到的，我觉得还是好多学校可以学习和使用的。

阳光喔感恩节活动旨在通过测评微小说、奖励电影兑换券形式，达到拉动到访、老生维护和品牌建设的目的。活动期间新生携带微小说参与评选，按教师给予的等级进行奖励；老带新两人均提交微小说（亲子到访）各获得电影票一张；邀请优秀老生（有续费意向）参与活动，根据教师评级进行奖励。

活动名称：阳光喔岁末答谢季

活动目的：品牌建设、拉动转介绍、挖掘新学员活动主题：乐享岁末答谢有礼

活动时间：20xx年12月1日—— 20xx年1月6日活动地点：全国各校区

活动对象：3-12年级学员（家长陪同）三、活动内容文章要求

形式微小说，主题不限，内容不限（正面向上），文体不限，字数四、宣传形式

单页宣传（所有中心堵校门发放）报纸硬广中心海报

官网专题及网络推广

140字左右。

异业合作宣传（根据情况）

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇十一**

为了能够让我们了解整个服装销售市场和相关的流程，熟悉本品牌的最新款式与设计：我们每2个月调配一次店，前2个月我被分在泉州店;第3个月被分在厦门禾祥店——两个差距最大的店。

现在分别介绍一下这两个店的基本状况

①泉州店很小，店堂陈列简单，店堂货品也较少，但是处于在十字路口，地理位置十分便利，周围有中国银行，中旅，商业街等…我认为泉州店业绩辉煌和下面几点有关：1、泉州人比较讲究衣着和自身身份、地位的搭配，并且十分推崇本地品牌，本地品牌意识强烈，一般都会购买本地的品牌，充分把握住了当地消费者的消费心理，七匹狼作为全国知名品牌，自然是购买者众。2、把握“客流”就是“钱流”的基本商业原则：在车水马龙，人流熙攘的热闹地带开店，

川流不息的人潮就是潜在的客源，只要你所销售的商品或者提供的服务能够满足消费者的需求，就一定会有良好的业绩。

②厦门店的面积是泉州店的3倍多，商品相对泉州店也要丰富许多。虽然厦门店属黄金口岸，但是在业绩上却基本处于中下游水平。因为消费的主要群体是白领阶层，普遍属于高消费群。在这种开放型城市，国际知名品牌云集，白领们大多对国内品牌不屑一顾，只会去选择世界名牌;而收入比较低的消费群体则认为七匹狼是国内品牌，但是价格却偏贵，最便宜的一件衣服也要花上200多，所以大多数也不会购买;偌大的一个店，象个概念店，人流量极少，客人看见店堂里面一个人也没有，就更不会进来光顾了，加之在厦门此品牌又缺乏广告效应，没有足够的号召力去同世界品牌竞争，所以，我认为没有很好的去研究消费者的消费心理是导致厦门店的业绩很低的原因。

在泉州店的两个月里，工作的节奏十分紧张，上班时间分为早班(上午8：40到下午5点)，晚班(下午3点到晚上12)和c班(晚上7点到10点)，迟到一分钟要扣掉1元钱作为爱心款。刚去店里报告，就马上开始上班，先从熟悉店内货品开始，经过几天的工作后，我对服装的尺寸、颜色、价格、面料及洗涤方法都十分熟悉。每天高峰期是下午交接班3点和晚上9点的时候。人流量最多，买单都会出现排长队的情况。因此大家积极性都很高。每年过年前各专卖店店长都在拼业绩，我们一连上了十几天的全天班，每天十几个小时，元旦一二号也照常全天班，那段日子真是即紧张又充实，虽然很累但也从中总结了不少服装销售的经验，其实销售中最重要的就是揣摩和把握住顾客的心理，我将顾客分为三类：随意闲逛型、品牌信任型、比较购买型。能够从顾客的表情、举止中分辨出其类型，准备有针对性的服务。而且年前每个人都会购买新衣，进店的人，都不能错过机会，不管顾客最终是否购买，都要一丝不苟的向顾客介绍产品的相关信息，这增强了我应对顾客各种疑问和要求的经验。泉州店是当天的事情当天必须做完，所以经常性的下班都很晚，元旦后几乎都是半夜一两点，经常两点多到货，更延误了下班时间。但是每天工作时，我都让自己保持精神饱满地状态出现在店堂里，很热心地、快捷准确地为每一位顾客服务，以礼待客。我会先了解顾客对商品的兴趣和爱好，真诚地希望每一位顾客穿上最适合自己最舒适的.服装。同时也会认真回答顾客对商品提出的疑问，让顾客购买到最适合自己的服装，当顾客穿着合身满意的衣服，带着赞美的离开店时，是我最大的快乐。过年前的这段时间里，店堂里每天像个菜市场一样热闹，当十二点的钟声响过，我们店这个月120万的业绩达标后，大家很欣慰，因为每天像打仗似的日子，终于有所回报。两个多月没有休息过一天，虽然大家都十分辛苦，但都为自己取得的成绩感到骄傲。在泉州店我学会了顾客服务、店铺运作、帐目和物品管理。我真正体会到了工作的艰辛，但是这也让自己得到成长。在泉州店中我的销售业绩算是突出的，半个月卖了两万多，店长表扬了我，真是有种自豪的感觉。因为我觉得自己付出了很多努力，同时得到的回报也很多，每天紧张有序的工作，让我深深的体会到团队协作的重要性，一个人的力量十分有限，就因为凝聚和团结了所有员工的力量，泉州店才能取得每月业绩第一的辉煌成绩。

在厦门店的时候新年刚刚过完，年后七匹狼全面推行“绿色卖场”及“百分百顾客满意服务”活动。在终端卖场中推广健康，休闲，回归自然，绿色环保的空间和服务理念。这个活动很重视陈列：从匹配的产品，店堂的装潢，道具的配置，光线的颜色，再到店堂产品的搭配，音乐气氛的营造，优质的服务，到位的信息反馈系统，店堂里大家的气氛非常活跃，服装也比泉州店齐全，款式新颖。但是这一活动并没有拉动销售额的增长，厦门店还是处于销售难的困惑中......恰好是年后淡季，生意更冷淡。所以在厦门店的日子较空闲，我充分利用了空闲的时间学会了收银和仓管，能够熟练操作收银的两个电脑系统，填写《营运概况日报表》。比如：收银员每天必须打3t电话回访，做历史性消费记录;导购要求必须做客户记录，认真填写客户资料卡，利于发展vip客户;仓管每天要作明细3本帐目，每天值日生记录ma7异动比(指最近7天内平均每天的销售业绩和当天的销售业绩之比)分析，通过对ma7异动比的分析可以看出周一至周五的ma7异动比明显地低于周末假日。在厦门店组长给了我充分锻炼的机会，让我每天独自一个人负责一个区域的点数与作帐。到后来，每个区域一千多件货品，还有经常性的调货、补货、退仓，这给作帐增加了难度，我也能够做到准确完成。厦门店每天都在更换陈列。经过一段时间的锻炼，我也能够独自为模特道具搭配并穿上整套服装。厦门店的店员都很年轻，大家相处得比较融洽，在销售淡季时，向有经验的导购学习知识来充实自己。在得到公司允许后，厦门店每天可以在店里开设临时学习班培训课程及早班军训，提高了导购素质也振奋了员工的工作热情。在厦门店给我印象最深刻的一件事情：我在给一名顾客导购，他要求买衬衣，我看他体形很高但是偏瘦，不适合竖条纹的衬衣，那样就更显得他体形单薄。最后我选了三种款式，一件横条纹的、另一件显得品位一点、还有一件是淡雅的感觉，颜色都很阳光、清爽。他试后都非常中意，于是跟我聊了起来，说他逛厦门很多地方，都没看中一件衣服。开始进七匹狼时认为很土，也就是逛逛而已，没打算真买，结果我却给他选到了他中意的服装，让他感到很满意，本来他只打算买一件，最后买了3件衬衣，还多买了套西服，我选了一件比较年轻化有品位的咖啡色条纹套西给他。领带是搭配他买的西服互补的颜色。在导购的过程中，我发现他腿有些残疾，所以就选了宽松式的裤子，尽量弥补视觉效果;最后他夸我眼光不错，搭配的服装很合理，还让我给他身上的服装搭配提供意见，并且办理了消费金卡，最后他主动给我留了名片，居然还是3届世界残奥跳高冠军，这是实习当导购以来办的最有意义的一张金卡了。从这件卖衣服的小事中，可以看出，只要能真诚地贴心地对待顾客，为顾客着想，就是一种快乐。在店里也遇到很多外国顾客，我用甜美的笑容和热诚的服务来迎接他们，他们都会伸出大拇指对我说，“verygood!”这些都是对我工作的肯定，我为此感到自豪。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇十二**

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾加入纳智捷的这小半年的工作历程，作为纳智捷的一名员工我深深感到公司之蓬勃发展的热气和东兴人之拼搏的精神。作为企业的一个窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。

在我初入销售行业的时期，公司领导及同仁悉心帮助，顺利的参加了总公司组织的新员工培训，在我的职业规划上又添上了浓墨重彩的一笔。在此我感谢各同仁的大力配合与上级领导的支持！

20xx年工作总结：

从进公司以来截止20xx年12月29日，共有63个客人有潜在意向，积累c级客户27名，b级客户15名。

忙碌的20xx年，由于个人工作经验不足等原因，工作中出现了不少大问题。

10月份，由于新进入公司，不熟悉业务的原因，导致我在10月份未成交一台车。但公司同仁对我的悉心指导及帮助，让我在专业知识上得到了非常大的提高，给未来提供了坚实的理论基础。

11月份，由于参加实际操作能力不强的原因，导致11月份仍未达成交易。但总公司组织的新员工培训让我结识了全国各地的销售同仁，增长了不少销售知识。在公司领导的支持及同仁的帮助指导下，接待了不少客户，并在其中发掘了不少潜在客户，对未来的销售奠定了4.加强多方面知识学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，以提高业务水平，把销售工作与交流技能结合；5.熟悉公司产品，以便更好的向客人介绍；

随着公司和市场不断快速发展，可以预料我们今后的工作将更加繁重，要求也更高，需掌握的知识更高更广。为此，我将更加努力学习，提高文化素质和各种工作技能，为公司尽应有的贡献。

报告人：销售部/雷倩20xx年12月29日

篇二：汽车4s店销售经理20xx年工作总结和20xx年工作计划销售经理工作总结和工作计划

-------没有平凡的工作，只有平庸的员工一20xx年工作总结20xx年成为尘封的一页已被翻过去了，在这将近一年的工作时间中我通过努力工作，有了一些收获和心得。一年过去了，真的有必要对自己的工作做个总结，目的在于吸取教训，提升自己。以至于把工作做的更好。自己也有信心、有决心把20xx年的工作做的更好。下面我对20xx年一年的工作进行简要总结：

从基层到领导，思路的开拓，处理问题的方法，人际关系的处理，上级传达的执行力等等一系列我从未涉及的领域，面临的较大的考验和自我锻炼。或许我骨子里就有股不服输的精神，追求完美，无论做什么事情我必须要用心去做，别人能做到，我要做到。别人做到的，我要做到更好。在摸爬滚打中，在上级领导的指引下，我一点点成长，一点点进步。通过不断的自我充电，吸取同行业之间的信息和积累市场经验，我对销售经理的职责有了新的认识，众所周知，销售部对于任何一个企业来说，都是核心部门，因此作为一名销售经理，责任重于泰山，作为销售经理，首先要明确职责，思路要清晰，以下是我工作中总结对销售经理这个职务的理解职责阐述：

1．依据公司管理制度，指定销售部管理细则，全面计划和安排本部门工作2．管辖本部门内与其他部门之间的合作关系

3．主持指定销售策略及政策，协助销售顾问执行人员顺利拓展客户并进行客户管理

4．主持指定完善的销售管理制度，严格奖惩措施

5．负责内部人员调配和内部工作人员业绩和综合表现的评定6．销售部人员建设和团队建设

7．kpi的有效管理，以及促销计划执行和管理

8．制定本部门员工培训计划、培养销售管理人员，为公司储备人才

9．对部分工作过程，效率及业绩进行支持，服务，监控，评估、激励，并不断改进和提升

10．本部门人员关怀，充分调动积极性。本部门的满意度及公司的满意度和厂家的满意度三方的有效统一

11．市场动态的及时了解，分析并制定应对方案，提升销量，有效完成既定任务和目标。

这段时期，公司也经历了高层领导人员小波动后，在黄总的正确指导下，有针对性的对市场开展了促销活动，人员建设等一系列工作，取得了可喜的成绩。我对销售部阶段工作所取得的成绩，所存在的问题也做了一个简单的总结，今年实际完成销售量为台，i第二季度和第三季度取得的返点，成绩不是很理想，但是与第一季度相比是有进步的。其中保险取得，精品取得，基本完成年初既定目标。销售数据表明，成绩是客观的，问题是肯定存在的，总体上，销售部是朝预定目标稳步前进的。

伍。团队有分工，有合作。销售人员掌握一定的销售技巧，并增强了为客户服务的思想，相关部门的协作也能相互理解和支持。目前总体来看，销售部目前还存在很多问题，也是要迫切需要改进的

1组织纪律意识个人同事还是浅薄，上班迟到，个人不算紧急的事情导致早退的现象还是存在，针对这种现象，个人认为公司除了有适当的考勤制度，有部门领导管理，公司的高层领导也要出面制止。2虽然销售部已实行了管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是销售顾问没有形成按时回报的习惯，仅仅是口头汇报，间接转述，销售部不能全面，及时的统计，规划和协调，从而导致部分制度的执行和结果打折扣。

3销售流程执行不彻底监督不到位，销售组长的管理职能没能最大化的发挥，服务意识没能更好的提升，导致部分销售顾问形成固化模式。销售部目前组员，组长，内勤，主管的互动沟通不及时，任何知情不报，片面汇报的行为还是存在的而且也不利于整体发展，更不能保证及时，全面了解状况，以便随时调整策略。

4．内部还是存在个别人滋生并蔓相互诋毁，推诿责任，煽风点火的不良风气，所以从领导者就要提倡豁达的心态，宽容理解的风格，积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就能更好的前进，两军相遇，者胜，智者相遇，人格胜。

4，销售顾问并不重视客户资源，客户资源是我们生存和发展的根本，工资也是客户发给我们的，所以销售部要加强对于目标群体我们要有计划，有步骤的实施，盲目地，无计划地，重复地回访都可能导致客户资源恶性反戈甚至产生负面影响。

5售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理分配，工作局面混乱等各种不良后果。而新顾客开拓部够，老顾客不去再次挖掘，业绩增长小，增值业务主动推销性不足，利润增长点小，个别销售人员工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

6增值业务开展的不好，现在新车销售利润几乎是负数，店内的增长利润点一方面是精品和保险的拉动，另一方面是i和厂家政策的推动。销售人员主动去推销精品和保险的主动性不足，个人销售顾问自己的腰包鼓起来但未想到公司的利益增添到最大化，这也是部分四s店存在的普遍现象，如何调动大家的主动性，如何提高大家的综合素质，如何让大家能与公司同呼吸，共命运。这些都是我在20xx年工作中主抓的脉络。要扭转思想是一件很难的事情，要改变一个常态的现状也需要循序渐进的过程。水到渠成好过一气呵成。那么，针对销售部下一步工作开展提几点看法。1培养并建立一支熟悉流程而且相对稳定的销售团队

目前，销售部共计13人，相对来说比较稳定，个别人员存在不稳定因素，所以后备人才储备要在春节结束后落实，并进行培训。2团队凝聚力的增强，团队作战能力的提高新员工的逐步增加，随着公司稳步发展，由陌生变为熟悉，紧密协作，传帮带，伴随公司的发展共同发展成长

3敢于摸索，大胆尝试，不断改进新的营销模式，并规范化

世界上没有相同的两片树叶，那么每个人思想都不一样，带动大家拓宽思路，敢于提建议，勇于提建议，众人拾柴火焰高！

4有法可依，有法必依，执法必严，违法必究执行力，是销售部各项政策和规章制度能顺利执行的保障，也是公司朝既定目标实现的基础，销售部已经出台了销售部管理手册，是检验销售人员平时工作的天平，是衡量销售人员平时工作的标准，在这个基础上，首先，两组组长要制定《销售人员考核办法》对组内成员做出明确的规范，对每一项具体的工作内容也做出具体的要求。其次，销售部将出台，《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部在完成本部门工作同时更规范与其他部门协作的规范性。销售部还将出台《销售部奖惩条例》，争取在以后的工作中，做到“事事有标准，事事有保障”最终形成“总结问题，提高自己”的内部沟通机制，及时找出工作中存在的问题，并及时调整思路，尊重销售人员的意见，提高工作效率。制度是标准，执行力是保障！二关于公司管理的几点想法

1“管理出效益”这个准则大家都知道，但是管理好却不是件容易的事，我感觉公司有的时候偏重感情化管理，制度化管理不够。有的时候，征询民意，人性化关怀是对的，但是如果高层领导做什么决定和事情都一味的征询民意，容易导致基层人员不重视中层管理者，甚至个别篇三：最完整4s店销售部20xx年工作总结和20xx年工作计划销售部

20xx年工作总结及20xx年工作计划

20xx年成为尘封的一页已被翻过去了。在过去的一年里，销售部在集团公司的正确战略部署下，通过全体人员的共同努力，克服困难，努力进取，与各公司各部门团结协作圆满完成了全年下达的销售任务。

公司在这一年中经历了高层领导人员小波动后，在公司领导层的正确指导下，有针对性的对市场开展了促销活动，人员建设等一系列工作，取得了可喜的成绩。车辆总计销售1690台、精品销售额496.4万、保险销售额484.5万、车贷手续费及返利43.1万、临时牌销售19.85万。

经过大半年的磨合，销售部已经融合成一支精干，团结，上进的队伍。团队有分工，有合作。销售人员掌握一定的销售技巧，并增强了为客户服务的思想，相关部门的协作也能相互理解和支持。目前总体来看，销售部目前还存在较多问题，也是要迫切需要改进的。1)销售人员工作的积极性不高，缺乏主动性，懒散，自觉性不强。

2)对客户关系维护很差。销售顾问最基本的客户留资率、基盘客户、回访量太少。手中的意向客户平均只有40个。从数字上看销售顾问的基盘客户是非常少的.，每次搞活动邀约客户、很不理想。导致有些活动销售不佳。3)销售流程执行不彻底监督不到位，销售组长的管理职能没能最大化的发挥，服务意识没能更好的提升，导致部分销售顾问形成固化模式。销售部目前组员，内勤，主管的互动沟通不及时，不能保证及时，全面了解状况，以便随时调整策略。4)销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的一些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

5)内部还是存在个别人滋生并蔓相互诋毁，推诿责任，煽风点火的不良风气，所以从领导者就要提倡豁达的心态，宽容理解的风格，积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就能更好的前进，两军相遇，智者胜，智者相遇，人格胜。6)售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理分配，工作局面混乱等各种不良后果。而新顾客开拓部够，老顾客不去再次挖掘，业绩增长小，增值业务主动推销性不足，利润增长点小，个别销售人员工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

7)增值业务开展的不好，现在店内的增长利润点一方面是精品和保险的拉动，另一方面是i和厂家政策的推动。销售人员主动去推销精品和保险的主动性不足，如何调动大家的主动性，如何提高大家的综合素质，如何让大家能与公司同呼吸，共命运。

为确保销售工作具有明确的行动方向，保证销售工作计划的顺利开展和进行，销售部特制定了相应策略和方针，用以指导全年销售工作的开展。

要事为先，步步为营；优势合作，机制推动。

要事为先：分清问题轻重缓急，首先解决目前销售工作中最重要、最紧急的事情；

步步为营：在解决重要问题的同时，充分考虑到公司的战略规划，在解决目前迫在眉睫的问题同时，做好长远规划和安排，做到有计划的层层推进。

优势合作：充分发挥每个销售人员的能力，利用每个销售人员的能力优势为团队做贡献；机制推动：逐步建立解决问题和日常工作的常态机制，通过机制推动能力养成、管理改善和绩效提高。

以提高销售人员综合能力为基础，逐渐形成销售工作常态机制，并最终提高销售人员和部门的工作绩效。

1）规划和实施销售技能培训：强化销售人员培训，并逐步形成销售人员成长机制。

2）强化销售规划和策略能力：注重销售的策略性和销售的针对性（每接待一个客户都需要策略）。3）规范日常销售管理：强化销售日常管理，帮助销售人员进行时间管理，提高员工销售积极性和效率。

4）完善激励与考核：制定销售部日常行为流程绩效考核。

5）强化人才和队伍建设：将团队分组，组长固定化，垂直管理，并通过组长的形式逐步发觉团队中的管理人才。

一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本呢，在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。因此不能单凭业绩来考核为尺度，应该从以下几方面：（1）出勤率、展厅5s点检处罚率、客户投诉率、工装统一等。

（2）业务熟练程度和完成度，销售出错率。业务熟练程度能反映销售人员知识水平，以此为考核能促进员工学习，创新，把销售部打造成一支学习型的团队。（3）工作态度，“态度决定一切”如果一个人能力越强，太对不正确，那么能力越强危险就越大。有再大的能耐也不会对公司产生效益，相反会成为害群之马。（5）kpi指标的完成度。例如留档率，试乘试驾率，成交率等

不断自我提高的习惯

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题，总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次

把握好制定好保险与装潢的销售模式，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好店内销售与电话销售、邀约销售、车展销售等之间的配合

销售部电话客户资源、汽车之家网站、车贷网络客户等不被重视，准备开展销售电话专人接待，专人回访，专人营销，电话

营销，此人为两个组的组长，负责把网络的资源和客户信息进行记录和收集，并将顾客邀约到店。业务指标由销售经理直接考核。

**销售培训工作总结简短 销售培训工作总结篇十三**

回首20xx年，有太多的美好的回忆，20\_\_年本人来到\_\_工作，但是唯有年这一年的学习，让我深深的感受到了自己进步，但还是存在不少问题，在处理问题以及工作的方法上也有不足，但是我相信在领导的帮助与鼓励下，我一定会拥有更美好的明天。

在销售顾问岗位上，首先我要感谢一个人那就是我们销售部的\_经理，我要非常感谢他在工作上对我的帮助。虽然我在销售部门已经工作了一年多，但对销售经验以及工作信心非常缺乏，我的工作可以说是很难入手。20xx年初，我都是在曹经理的带领下帮助下进行客户谈判、分析客户情况、在销售中遇到难谈下来的客户销售过程中遇到的问题我总想到他，所以基本上是\_月份本人的销售业绩及能力才有所提升。

销售员的一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比耐心；如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。

重点客户的开展。我在这里想说一下：我要把b类的客户当成a类来接待，就这样我才比其他人多一个a类，多一个a类就多一个机会。回访，对客户做到每周至少二次的`回访。我认为攻客户和制定目标是一样的，首先要集中精力去做一个客户，只有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

在销售工作中也有急于成交的表现，不但影响了自己销售业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习、尽快提高自己的销售技能。

20xx年，我将一如既往地按照公司的要求，在去年的工作基础上更加努力，全面开展20xx年度的工作。现制定工作划如下：

1、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，好稳定与客户关系。

2、因\_\_限购令的开始买车需摇号，所以要更加珍惜客户的资源。

3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式的销售方式。

1、每月应该尽努力完成销售目标。

2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能再有爆燥的心态，一定要本着长京行的服务理念爱您超您所想这样的态度去对待每位进店客户。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

7、为了今年的销售任务我要努力完成任务，为公司创造更多利润。

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