# 最新提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会(12篇)

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2024-09-19

*我们在一些事情上受到启发后，应该马上记录下来，写一篇心得体会，这样我们可以养成良好的总结方法。我们想要好好写一篇心得体会，可是却无从下手吗？以下是我帮大家整理的最新心得体会范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。提升终端销售的心得...*

我们在一些事情上受到启发后，应该马上记录下来，写一篇心得体会，这样我们可以养成良好的总结方法。我们想要好好写一篇心得体会，可是却无从下手吗？以下是我帮大家整理的最新心得体会范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇一**

一、修炼学习之心

只有不断的学习才能改变现有的观念、观念的改变才能有行动，只有行动了才能改变命运

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

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇二**

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!

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇三**

今天是学员培训的最后一天，目前为止深圳学员课程培训已经结束，留给他们的是回去深圳店之后的实操过程了。从这次学员的反馈和表现来看，总体效果还是达到了，这是对自己一个严格的要求，一做就要做的更加好。

一：回想起从刚开始的时候，自己就开始着手准备课程安排，我把之前的培训的安排全部重新安排了，在终端实战中，我知道确实需要什么，这次的课程安排是按照需要什么去编排的，达到课程最大化。从行业基础知识，到本公司产品基础知识，再到看图纸，了解报价，再到客户接待流程，最后到的是初尺，报价，讲方案，签单，合同，复尺，下单到工厂等这一个很有序的安排。

二：每当一天培训完后，会和学员一起坐下来分享今天的收获，同时对今天课程的总结。发觉这样的效果很多，通过自己思考出来总结出来，才是自己的成果，在现场的气氛也掌握的比较好，学员乐意和自己分享。

三：白天通过实操演练后，晚上的时候多是过今天所学习的ppt内容，通过先学习再加深他们的印象，他们这样才会觉得学到的是自己的。

四：最后最多的是实战，比如报价，我是直接就拿3份方案直接叫他们自己填写的，看图纸依然也是一样。然后是客户接待流程，也是讲解这三份方案，通过不断的演练实操，这些东西就会自己掌握，要是只是在说，没有去学员操作，那么很快就会忘记。实操大于一切!

培训只是一个阶段，最后主要的还是回去多总结，多积累方法才能在终端做好。后期也需要跟踪学员的情况，要是学员有什么问题可以及时反馈，跟进效果，这也是作为我培训对自己要求必须做到的!

注：今天又位学员给我打100分，各项满分!我很惊讶，首先不说虚不虚，可以得到学员的肯定，这是最大的收获!

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇四**

在药品销售中如何有效的拓展客户，每个人都有自己不同的体会,于技巧,下面跟大家分享在药品销售中的几点体会

第一，必须提高综和能力。 平时多注意学习，勤于思考工作方法工作技能，以及拓展客户的思路，充分发挥个人主观能动性,所有人都喜欢跟知识渊博,有感染力的人交往。

第二， 努力使自己成为一个专家型销售人才，知识面要宽，能力全面，以强烈信心感染客户，以全面的行业咨讯指引客户，成为客户运作品种与资金的参谋，这样做之后，您将获得拓展客户更大的提高!一般而言，经销商对一个充满自信，能力知识全面的销售专家是无法抗拒的!具体方法，首先对各中渠道得来的基础客户资料进行分析，可先进行电话交流，在电话中了解客户的基本情况，运作品种，期望的目标品种，运作医院等进行初步的筛选。接下来对适合合作的客户作进一步跟进，谈的深入些，确定目标客户。这之前的电话沟通是开发客户的最关键的一步。必要时，可上门拜访。拜访中可详细了解客户的真实实力和适宜运作的品种，充分运用谈判技巧，表现出真诚，务实，专业的职业的工作态度，从取达成合作共赢。

第三， 通过客户介绍法成功开发新客户，这个方法可以多多借鉴，根据多年的销售经验事实证明效果很好，客户对介绍另外地区的朋友是愿意的，大家不要有太多的思想障碍和顾虑，以为客户不肯介绍。此前本人在江苏做业务，曾屡试不爽，至从用了此招，业务销售额就连续上涨，比xx年股票上涨的速度，有过之而无不及。效果非常不错，当然首先的前提是，你要取得人客户的信任，肯定。对所有的客户都要发自内心的真诚，于信赖。

第四， 通过医药商业公司介绍客户，这也是一个相当精准的方法。因为商业公司，在某一区域内，对潜在的客户基本都了如指掌。能够取得商业公司经理的信任，你的客户也将会是源源不断。

万变不离其中，任何的学习围绕的，真正中心就是，怎么去做人，其中的方法有很多，都需要自己去体会，销售就是人生很好的磨练，我们应该乐观，积极的态度，去面对，在销售中品味人生，充满热情地去工作，一定会越做越好，我们的销量会越来越大。

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇五**

一、销售淡季

据销售员以往经验，年后三、四月份是x、x车的销售淡季，询问一下x经理，从四月一日到四月十二日，买了十几辆车;从四月七日-四月十二日x部买了十七辆车。

二、近来网点提车较多，团购车自入保险

x部近来销售车少一些，所以网点提车少;x部网点提车多一些，从四月七日-四月十二日网点提车九辆，保险一般不在x城入;另外四辆车分别是x队与x局购卖。他们的保险一般单位联系，自入保险。

三、修路造成近来x、x销车下降，客户减少

近来，x路整修，行车不便，客户减少，或是一天不销车，x部便派两个销售员出外做宣传，x部也派一个销售员出外做宣传。展厅不来客户，保险业务更是无人问津。

四、一般客户入险情况具体分析

在销售员销车过程中，x一直在旁跟随学习整个销售过程，直到最后，客户交款定车，其中，销售员在售车过程中，随带向客户介绍询问入保险具多，一般与车挂牌为由劝其入x保险：

1、客户有的入，x向客户介绍保险种类与计算保额后，很快入保;

2、有的想入一个月或三个月的，只为挂牌，因x险最少也只能保半年的，所以，客户只能到车管所去办理，或是另想途径;

3、有的客户到亲朋好友那里去入的不少，因为面临日益严峻的保险竞争，保险公司都在争先拉保险任务，在买车前，就已定下保险去向;

4、有的客户要挂x地方的牌子，只为省钱，所以不入x城保险;

5、有的客户嫌x保险贵一些，想多家保险比较后再考虑，s想这也是有别的保险公司在争保险过程中，不合理降价所至;

6、有些客户也有目前不挂牌子的，保险这一块更是拖延不办。连介绍都无法进行。

7、有些客户购完车后，说是暂时不用s公司去服务，等一段时间，再谈挂牌等事宜，保险这一块众人之争的业务，s想这也是一去不回头，再回s公司保险可能性就小了。

五、保险提成下降，影响销售员拉保险

咨询销售员拉保险事宜，曾提过，现在保险提成有所下降，非常影响销售员的积极性。造成销售员销售车一多，保险是一项可有可无的业务。当x去与客户直接做业务时，遇到了客户非常反感保险业务这一块，有一次，竟然把x当成保险公司拉保险的了，态度非常不好。无法沟通。非常尴尬。

根据以上原因种种，x提出对我的要求和一点见意：

一、保险业务能力要继续提高，多向x学习，不懂就问，多与销售员沟通，多与客户正面交流。多向亲戚朋友推荐向s公司来购车，以增大保险客源。

二、做一下客户回访工作，看一下保险客户的客源多不多，如何去开发新的保险客源，x看到销售上只要有一个客户看车，销售员就写一下客户信息，事后，就向其客户购车事宜，保险客户是否也能留一下客户信息，打电话询问客户是否能在我公司保险。

以上，是x近期保险工作的总结，不足之处，请x经理指正批评。有望更好的开展x部的保险业务。

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇六**

今天你卖了吗?”这是很多导购员见面时相互问候的一句口头禅，面对这个问候，如何才能多一些笑逐颜开少一些摇头叹息呢?笔者在两年的终端营销中总结出来的门店成交金牌六步或许能让你多一些灿烂的笑容。第一步、塑造权威形象，发现顾客需求

顾客在什么时候最容易搞定?当然是顾客把你当成专家当成权威人士的时候最容易搞定，同样是拿药，在药店拿药顾客面对导购员的推荐可能会自己另做选择，而在医院面对医生的药方却不会提出丝毫的异议。为什么呢?原因就在于，药店的导购在顾客的心中只是一个推销员，而医院的医生则是一个专家一个解决问题的救星，换句话说，就是顾客会因为医生的权威性而对他产生更多的信任感和依赖感。同样，在陶瓷的销售过程中，顾客也会因为导购员专业权威形象的形成而发生信任转移。

决定顾客购买决策的信任因素主要来于于四个方面，即对品牌的信任、对产品的信任、对导购的信任和对销售环境的信任，这四大信任中，品牌、产品、销售环境都是客观的有着既定认识的，唯有对的导购信任则是主观感受并具有一定变化性的，如果导购员能在形象、心态、礼仪、综合知识等方面给顾客留下良好的印象，特别是在综合知识方面能让顾客产生一种拜师请教的感觉时，销售也就成功了一大步。在一次培训会上，笔者曾问到会的学员：“为什么顾客要和你讨价还价呢?”因为你所表现出来的就是一副等着让人讨价还价的样子!塑造权威形象的好处由此可见一斑!

塑造权威形象只是销售的基础工作，成功销售的前提则是了解顾客的需求并找到销售的切入点，如果不了解顾客需求而盲目的去推销产品，就有可能会出现“对牛弹琴”的现象。同时，顾客到每家商店碰到的都是这种千篇一律的说法，你如果来点新鲜的招术，效果会怎样呢?因此，导购员在接待顾客的过程中最好不要用类似于“请随便看看”、“我们的产品质量很不错，便宜又实惠”等这类无法触动顾客需求门铃的无效话语，我们应该去设计一套问话术语，让顾客在回答的过程中渐渐透露出自己的需求。知道顾客想要什么了，下面的事情就好办多了。

第二步、影响思维引导消费

赢得订单的核心就是让顾客产生渴求，而这个渴求产生的原因就在于导购员对顾客思维的影响。曾记得这样一个故事：

一个小伙子去应聘百货公司的导购员，老板问他做过什么? 他说：“我以前是挨家挨户推销的小贩子。”

老板喜欢他的机灵就录用了他，先试用几天。

第二天老板来看他的表现问他说：“你今天做了几单买卖?”

“1单，”小伙子回答说。

“只有1单?”老板很生气：“你卖了多少钱?”

“3，000，000元，”年轻人回答道。

“你怎么卖到那么多钱的?”老板目瞪口呆。

“是这样的，”小伙子说，“一个男士进来买东西，我先卖给他一个小号的鱼钩，然后中号的鱼钩，最后大号的鱼钩。接着，我卖给他小号的鱼线，中号的鱼线，最后是大号的鱼线。我问他上哪儿钓鱼，他说海边。我建议他买条船，所以我带他到卖船的专柜，卖给他长20英尺有两个发动机的纵帆船。然后他说他的大众牌汽车可能拖不动这么大的船。我于是带他去汽车销售区，卖给他一辆丰田新款豪华型‘巡洋舰’。”老板后退两步，几乎难以置信地问道：“一个客人仅仅来买个鱼钩，你就能卖给他这么多东西?”

“不是的，”小伙子回答道，“他是来给他老婆买卫生巾的。我就说‘你的周末算是毁了，干吗不去钓鱼呢?’”

你的周末算是毁了，干吗不去钓鱼呢?虽然这只是个故事，但从这个导购员对顾客的引导来看，他完全抓住了一个男人休闲的心理，从而让这个顾客产生去钓鱼的渴求并通过购买相关的工具而付诸实施。瓷砖销售也是一样，顾客的渴求并不是你的瓷砖，瓷砖只不过是实现渴求必须配套的工具，而一个舒适、美观、安全的家才是顾客真正想要的，至于这个实现渴求的工具是道格拉斯还是马可波罗又或者是新中源，那就看你导购员的影响力量了。

第三步、阐述利益提供证明

恩格斯曾经说过一句话：“人和人之间的关系是一种物质利益关系”，笔者认为，这句话只说对了一半，还有一半是精神情感方面的利益关系。在销售过程中，顾客最看重的是产品的功能性利益还是产品的感观性利益，是情感性利益还是消费者的自我表现型利益?面对经济物质利益与精神情感利益的交错，导购人员成单的关键就是能够将顾客的需求转换成顾客的利益。顾客类型很多，最关注的需求也不一样，有的看花色、有的看品牌、有的看吸水率，有的看综合效果，面对不同的顾客需求，导购员可以从核心产品、形式产品及延伸产品三方面进行阐述，然后重点攻破顾客最关注的利益。笔者在西安操作道格拉斯瓷砖时，将贵族文化延伸为宫廷文化、沙龙文化、骑士文化和绅士文化，并对应于不同的瓷砖深度演绎，通过卖文化的方式打动了很多进店观看的顾客——当文化成为一种品味象征成为一种精神情感利益的时候，价格也就不再那么重要了。

当然，在阐述利益以后，还得用一些手段去强化顾客的感觉，即提供证明或提供参照物。笔者在一次终端走访时曾碰到过这样一则例子：

顾客一进门就说：“你这砖耐磨吗”，店主说：“我这砖是用7800吨压机压出来的，是十大名牌产品，非常结实非常耐磨，7800吨哪，相当于130节火

车皮装满货物的重量，这么重的压力压出来的能不耐磨吗?”，顾客点了点头表示认同，看了看最后还是走出了店门。按道理说，这个店主的介绍也算不错了，但为什么顾客会走掉而且再也没有回来呢?原因就是店主销售说服的可信度不够——耳听为虚眼见为实，你说7800吨就7800吨，你说耐磨就耐磨啊。没有事实证明，顾客对你说的耐磨也就只好抱着半信半疑的想法再到其它店去比较比较了，但如果你在说完耐磨的原因后自己用钢钉用钥匙在砖上划几下证明给他看，效果还会是这样吗?后来，当另一对夫妻上门的时候，店老板就用上了这一招“体验营销”的方法，很快就成交了一笔5800多的订单。说到不如做到，让顾客在体验的过程中对你的话语得到验证，他才会真正的相信你。

第四步、与客户互动

曾记得有人在分析王菲的演唱会为什么不如刘德华演唱会人气高的时候，就指出，王菲的气质有点像仙女，用来欣赏是最好不过的，所以适合远观，而刘德华则擅于煽情能够很好的与歌迷互动，因此到现场感受的人也就更多。

销售也是一样，导购员的独自表演也会让顾客只能远观而不敢深入交流，导购人员要做好销售工作，就得像刘德华一样，不但专业本领过硬，而且还得学会与顾客互动。

与顾客的互动与主包括四个方面，即语言、思维、表情、动作四个方面的互动。

语言方面的互动，主要通过自己的语气、语速、语调、表达内容等方面的要素在销售过程中传递出信心、肯定、认同、赞赏、鼓励、共鸣等信息。而思维的互动而是隐藏在语言的表述中进行的，即通过对方所表达出来的信息，抓住某个关键点深入交流，有来有往而让双方就这个问题上的思维在一条轨道上前进。

表情方面的互动对于销售的效果也非常重要，肯定、欢迎、欣赏的表情能够让顾客得到鼓舞从而打开心灵的窗户说出更多的信息，而尴尬的、冷漠的、不带任何表情的表情会让人产生一种潜意识的抵触情绪，很多心里话也就不愿说出来了。同时从卖场人际交往的角度来说，谁不想处在一个相互尊重相互欣赏的生活环境中呢?很多时候，一个会心的微笑就能引发顾客的认同。

当然，互动还得要有动作，一个点头的动作、一个赞赏的手势总是能让顾客如沐春风，而一个场景描绘的肢体语言表现则能让顾客有一种身临其境的感觉。

因此，在销售的过程中，适时的让顾客看一看、听一听、摸一摸、掂一掂。并通过表情、语言、手势等动作来强化效果，顾客与你的相处将会变得更为融洽。

第五步、处理客户异议

在销售过程中很容易碰到类似的问题：

顾客：“像我们住在二楼的光线不是很好，要用颜色浅一点的砖”

导购：“是啊，浅色一点的砖用在较低的楼层是最合适不过的”

顾客：“但浅色的砖不耐脏，难搞卫生”

好端端的一个沟通，顾客却在无意中给我们挖了个坑，不是说这样那样的问题就是说你的价格太贵了，反正，每个顾客都有自己的异议。而能否将顾客的异议恰当的处理好，则关系到今天倒茶、搬砖、介绍等工作有没有白费。因此，一个优秀的导购员要学会做好销售台词，将平常遇到的问题记下来并针对不同的人群列出不同的答案，这样，经过一段时间的积累，当你熟背台词三百句的时候，就基本上可以做到兵来将挡，水来土掩了。

第六步、临门一脚达成交易

有很多导购员都曾经懊恼过：明明谈的时候感觉很好，可顾客为什么不下单就走了呢?是啊，为什煮熟的鸭子还飞了呢?

其实，这就和求婚一样，主动向你逼婚的女孩毕竟是少数，而很多谈得好好的女孩最后跟了别人不是她当时不想嫁给你，而是你当时没把握机会向她求婚，最后被别人趁虚而入。这种情况就和导购员在最后关头还要问顾客：“您觉得可以吗?你感觉还有哪些不满意的地方?”一样，结果客人想了想最后来一句：我再看看转身出门不见了。

一个足球已经在你脚下，对面的防守员正昏昏欲睡，只要临门一脚就可以大功告成，但你却还要问一下对方：“您觉得可以吗?”于是别人醒过来了开始思考可不可以。

因此，一个优秀的导购员一定要避免这种现象的发生，在感觉和顾客谈得差不多的时候，要主动要求成交，如“您看明天给你送货过去还是后天送过去方便呢?”、“这是订货单，您再核实一下”、“一共一万五，您是先交定金还是交全款呢?”，这样，在前面沟通的基础上，加上求婚式的临门一脚，出于前面的销售认同和顾全面子的心理，有很多谈得较好的顾客基本会达成交易。

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇七**

我揉揉发疼的脑袋，翻看着员工提上来的新产品上市方案，不禁再一次失望的摇摇头。作为一家著名的化妆品代理公司，我们时刻都绷紧神经备战着。如今越来越激烈的竞争行业，如果我们不能够出彩，那么我们只有出局的份。今年我们部门的新产品上市是个重头戏，如果计划制定的不完善，策划的不成功，我看我这个北区的销售经理也得下台了。

我无奈的看着围坐在会议桌边的一群人，估计是我的脸色不太好看，大家都不敢吱声了。

“大家再想想看，别都不吭声了，这次的新产品上市到底我们该从哪些方面着手来做?前期我们做的几次产品上市的策划方案或多或少都有点问题，我不希望这次我们再做的糟糕。”

“林总，我觉得我们这次可以利用这个化妆品本身的品牌来做点噱头，比如赠送礼品、买多少送多少。”外联部小王插嘴道。

“这个提议太单一了，现在很多商场、公司都在做这样的促销和产品上市，根本没有吸引力。”策划部张琪说道。

“上兵伐谋，其次伐交，其次伐兵，其下攻城”我环视着跟着我的这批手下，“你们应该都知道：每一次的战争都必须运筹与帷幄之中，方才能决胜于千里之外。而今商场也一样，为了保持企业的市场活力、扩大市场份额，很多企业试图通过持续不断地开发新产品来推动企业销售增长。我们作为一家大型的代理公司，销售额持续上涨也是因为这个原因。不管怎么样，这次的新产品上市宣传策划我希望大家能想的完美一点，如果我们不能做到策划周密，效果明显，那么我们还不如找别人来帮我们做!”

“林总，要不我们真找家策划公司试试?”秘书小娜突然对着我一笑。

“这个点子可以考虑。”我敲敲桌子，“这样吧，小娜你就去找下策划公司的事情，这次新产品上市的事情，我们下午下班前再开个会，到时再定夺吧，散会。”

刚进办公室，小娜就打了内线进来，小丫头很激动似的，“林总，我找到了一家策划公司，是北京的一家公司，麦肯.光华(北京)国际品牌营销策划机构，他们的产品很多，包括新产品上市策划、企业招商策划、营销策划啦等等，这可是我从网上搜了后找我朋友问的，他们公司有用这家搞策划，效果很好的。”

“我先看看吧。”挂了电话，我打开网址，网站做的很精致，产品介绍的也很详细，按照网站的电话，我打电话过去跟对方沟通了一下，说了下我们的时间紧迫性和产品性能，对方两个小时后立马给我们草拟了一个方案。速度之快，专业之深，让人惊叹。他们策划的方案从前期的市场调研，到后期的善后，都做的很完整也很细致。通过对同类产品的比较以及市场预测和评估，很形象的反射出她们的专业水平。

下午的会议，我将麦肯.光华给我们制定的方案转发给大家，大家都一直表示认同，都感叹其服务的周到和专业的精湛。

在随后的一个月中，我们的新产品上市了，策划的很成功，取得了空前的销售效果和名气，我想未来我们还是需要这样的策划公司，他们用她们精湛的专业知识，热心细致的服务态度交出了一份完美的市场答卷。

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇八**

近一周来，随着气温的回升。万物复苏，大地春暖花开。我们红蜻蜓专卖店的销售工作也随着温度的转暖，开始了紧张而有序的辛勤与忙碌。

古语有云：磨刀不误砍柴工。就是放在今天的社会工作中，也深刻的指引和提示着我们。要在进取工作的基础上，先找准思想方向，即要有着明确的意识感观和积极的工作态度，方能付诸于努力工作的实践之中。使之事半功倍，取得良好业绩。

回顾这一周来，自己的工作情况，扪心自问，坦言总结。在诸多方面还存在有不足。因此，更要及时强化自己的工作思想，端正意识，提高专卖销售工作的方法技能与业务水平。

首先，在不足点方面，从自身原因总结。我认为自己还一定程度的存在有欠缺强力说服顾客，打动其购买心理的技巧。

作为我们红蜻蜓专卖店的一名销售人员，我们的首要目标就是架起一坐连接我们的商品与顾客的桥梁。为公司创造商业效绩。在这个方向的指导下，怎样用销售的技巧与语言来打动顾客的心，激发起购买欲望，就显得尤为重要。因此，在以后的销售工作中，我必须努力提高强化说服顾客，打动其购买心理的技巧。同时做到理论与实践相结合，不断为下一阶段工作积累宝贵经验。

其次，注意自己销售工作中的细节，谨记销售理论中顾客就是上帝这一至理名言。用自己真诚的微笑，清晰的语言，细致的推介，体贴的服务去征服和打动消费者的心。让所有来到我们红蜻蜓专卖店的顾客都乘兴而来，满意而去。树立起我们红蜻蜓专卖店工作人员的优质精神风貌，更树立起我们红蜻蜓的优质服务品牌。

再次，要深化自己的工作业务。熟悉每一款鞋的货号，大小，颜色，价位。做到烂熟于心。学会面对不同的顾客，采用不同的推介技巧。力争让每一位顾客都能买到自己称心如意的商品，更力争增加销售数量，提高销售业绩。

最后，端正好自己心态。其心态的调整使我更加明白，不论做任何事，务必竭尽全力。这种精神的有无，可以决定一个人日后事业上的成功或失败，而我们的专卖销售工作中更是如此。如果一个人领悟了通过全力工作来免除工作中的辛劳的秘诀，那么他就掌握了达到成功的原理。倘若能处处以主动，努力的精神来工作，那么无论在怎样的销售岗位上都能丰富自己人生的经历。

总之，通过理论上对自己这一周的工作总结，还发现有很多的不足之处。同时也为自己积累下了日后销售工作的经验。梳理了思路，明确了方向。在未来的工作中，我将更以公司的专卖经营理念为坐标，将自己的工作能力和公司的具体环境相互融合，利用自己精力充沛，辛勤肯干的优势，努力接受业务培训，学习业务知识和提高销售意识。扎实进取，努力工作，为公司的发展尽自己绵薄之力!

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇九**

第一步、塑造声威抽象。>

顾客在什么时分最容易搞定?当然是顾客把你当成专家当成声威人士的时分最容易搞定。药店拿药顾客面对导购员的举荐极有可能会自己另做选择，异样是拿药。而在医院面对医生的药方却不会提出丝毫的异议。为什么呢?原因就在于，药店的导购在顾客的心中只是一个推销员，而医院的医生则是一个专家一个解决问题的救星，换句话说，就是顾客会因为医生的声威性而对他发作更多的疑心感和依赖感。异样，陶瓷的出卖进程中，顾客也会由于导购员专业权威形象的形成而发生信任转移。

决议顾客置办决策的疑心要素主要来于于四个方面。这四大信任中，即对品牌的怀疑、对产品的怀疑、对导购的疑心和对销售环境的怀疑。品牌、产品、出卖环境都是客观的有着既定看法的唯有对的导购信任则是主观感受并具有一定变化性的假设导购员能在抽象、心态、礼仪、综合知识等方面给顾客留下良好的印象，特地是综合知识方面能让顾客产生一种拜师请教的觉得时，出卖也就成功了一大步。一次培训会上，笔者曾问到会的学员：为什么顾客要和你讨价还价呢?由于你所表现出来的就是一副等着让人讨价还价的样子!塑造声威抽象的好处由此可见一斑!

塑造声威笼统只是出售的基础任务。假设不了解顾客需求而盲目的去推销产品，成功出售的前提则是解顾客的需求并找到出售的切入点。就有可能会出现 “ 对牛弹琴 ” 景象。同时，顾客到每家商店碰到都是这种千篇一律的说法，假设来点新鲜的招术，效果会怎样呢?因而，导购员在接待顾客的进程中最好不要用类似于 “ 请随便看看 ” 产品质量很不错，低价又实惠 ” 等这类无法触动顾客需求门铃的无效话语，应当去设计一套问话术语，让顾客在答复的进程中渐渐透露出自己的需求。知道顾客想要什么了上面的事情就好办多了

第二步、影响思想指导消耗

而这个渴求产生的原因就在于导购员对顾客思维的影响。曾记得这样一个故事：赢得订单的中心就是让顾客产生渴求。>

老板问他做过什么? 一个小伙子去应聘百货公司的导购员。>

说：以前是挨家挨户采购的小贩子。

老板喜爱他愚钝就录用了先试用几天。

第二天老板来看他表示问他说：今天做了几单买卖?

小伙子回答说。 1 单。>

只有 1 单?老板很生气：卖了几钱 ?

年轻人回答道。 3 000 000 元。>

怎么卖到那么多钱的老板呆若木鸡。

这样的小伙子说。先卖给他一个小号的鱼钩，一个男士进来买东西。然后中号的鱼钩，最后大号的鱼钩。接着，卖给他小号的鱼线，中号的鱼线，最后是大号的鱼线。问他上哪儿钓鱼，说海边。倡议他买条船，所以我带他卖船的专柜，卖给他长 20 英尺有两个发动机的纵帆船。然后他说他大众牌汽车可能拖不动这么大的船。于是带他去汽车销售区，卖给他一辆丰田新款豪华型 ? 巡洋舰 ? 老板行进两步，几乎难以置信地问道：一个客人仅仅来买个鱼钩，就能卖给他这么多东西?

来给他老婆买卫生巾的就说 ? 周末算是毁了干吗不去钓鱼呢? 不是小伙子回答道。>

周末算是毁了干吗不去钓鱼呢?虽然这只是个故事。完好抓住了一个男人休闲的心思，但从这个导购员对顾客的指导来看。从而让这个顾客产生去钓鱼的渴求并通过购买相关的工具而付诸实施。瓷砖出卖也是一样，顾客的渴求并不是瓷砖，瓷砖只不过是完成渴求必需配套的工具，而一个舒适、美妙、平安的家才是顾客真正想要的至于这个完成渴求的工具是道格拉斯还是马可波罗又或者是新中源，那就看你导购员的影响力量了

第三步、阐述利益提供证明

恩格斯曾经说过一句话：人和人之间的联系是一种物质利益关系 ” 笔者以为。还有一半是精神情感方面的利益联系。出卖进程中，这句话只说对了一半。顾客最看重的产品的功用性利益还是产品的感观性利益，情感性利益还是耗费者的自

我表示型利益?面对经济肉体利益与精神情感利益的交织，导购人员成单的关键就是能够将顾客的需求转换成顾客的利益。顾客类型很多，最关注的需求也不一样，有的看花色、有的看品牌、有的看吸水率，有的看综合效果，面对不同的顾客需求，导购员可以从核心产品、方式产品及延伸产品三方面进行阐述，然后重点突破顾客最关注的利益。笔者在西安操作道格拉斯瓷砖时，将贵族文化延伸为宫廷文化、沙龙文明、骑士文化和绅士文化，并对应于不同的瓷砖深度归纳，经过卖文化的方式感动了很多进店观看的顾客当文化成为一种品味意味成为一种精神情感利益的时分，价钱也就不再那么重要了

当然。还得用一些手段去强化顾客的觉得，阐述利益当前。即提供证明或提供参照物。笔者在一次终端走访时曾碰到过这样一则例子：

顾客一进门就说：这砖耐磨吗 ” 店主说：这砖是用 7800 吨压机压出来的十大名牌产品。 7800 吨哪，非常巩固非常耐磨。相当于 130 节火车皮装满货物的重量，这么重的压力压出来的能不耐磨吗?顾客点了点头表示认同，看了看最后还是走出了店门。按道理说，这个店主的引见也算不错了但为什么顾客会走掉而且再也没有回来呢?原因就是店主出卖压服的可信度不够耳听为虚眼见为实，说 7800 吨就 7800 吨，说耐磨就耐磨啊。没有理想证明，顾客对你说的耐磨也就只好抱着半信半疑的想法再到其它店去比较比较了但如果你说完耐磨的原因后自己用钢钉用钥匙在砖上划几下证明给他看，效果还会是这样吗?当时，当另一对夫妻上门的时分，店老板就用上了这一招 “ 体验营销 ” 办法，很快就成交了一笔 5800 多的订单。说到不如做到让顾客在体验的进程中对你话语得到考证，才会真正的置信你

第四步、与客户互动

曾记得有人在分析王菲的演唱会为什么不如刘德华演唱会人气高的时分。王菲的气质有点像仙女，就指出。用来欣赏是最好不过的所以适宜远观，而刘德华则擅于煽情能够很好的与歌迷互动，因而到现场感受的人也就更多。

出卖也是一样。导购人员要做好销售工作，导购员的独自扮演也会让顾客只能远观而不敢深入交流。就得像刘德华一样，不但专业本领过硬，而且还得学会与顾客互动。

即语言、思想、表情、举措四个方面的互动。 与顾客的互动与主包括四个方面。>

语言方面的互动。抓住某个关键点深化交换，主要经过自己的语气、语速、语调、表达内容信息等方面的要素在出卖进程中传递出信心、一定、认同、赞赏、鼓舞、共鸣等信息。而思维的互动而是躲藏在语言的表述中进行的即通过对方所表达出来的消息。有来有往而让双方就这个问题上的思想在一条轨道上前进。

表情方面的互动关于出售的效果也非常重要。而尴尬的冷漠的不带任何表情的表情会让人产生一种潜意识的抵触心情，一定、欢送、观赏的表情能够让顾客得到鼓舞从而打开心灵的窗户说出更多的消息。很多心里话也就不愿说出来了同时从卖场人际交往的角度来说，谁不想处在一个相互尊重相互欣赏的生活环境中呢?很多时候，一个会心的浅笑就能引发顾客的认同。

当然。一个点头的举措、一个赞赏的手势总是能让顾客如沐春风，互动还得要有动作。而一个场景描绘的肢体语言表示则能让顾客有一种身临其境的觉得。

因而。适时的让顾客看一看、听一听、摸一摸、掂一掂。并通过表情、语言、手势等动作来强化效果，出售的进程中。顾客与你相处将会变得更为融洽。第五步、处置客户异议出卖进程中很容易碰到相似的成绩：

要用颜色浅一点的砖 ” 顾客：像我住在二楼的光线不是很好。>

浅色一点的砖用在较低的楼层是最合适不过的 导购：啊。>

难搞卫生 … 顾客：但浅色的砖不耐脏。>

好端端的一个沟通。不是说这样那样的成果就是说你价钱太贵了反正，顾客却在成心中给我挖了个坑。每个顾客都有自己的异议。而能否将顾客的异议妥当的处置好，则关系到今天倒茶、搬砖、引见等工作有没有白费。因而，一个优秀的导购员要学会做好销售台词，将平常遇到成果记下来并针对不同的人群列出不同的答案，这样，经过一段时间的积聚，当你熟背台词三百句的时分，就基本上可以做到兵来将挡，水来土掩了

第六步、临门一脚达成交易

有很多导购员都曾经懊恼过：明明谈的时分觉得很好。为什煮熟的鸭子还飞了呢?

其实。主动向你逼婚的女孩终究是多数，这就和求婚一样。而很多谈得好好的女孩最后跟了别人不是事前不想嫁给你而是事前没把握机会向她求婚，最后被别人趁虚而入。这种状况就和导购员在最后关头还要问顾客：您觉得可以吗?觉得还有哪些称心意的中央?一样，结果主人想了想最后来一句：再看看 … 转身出门不见了

一个足球已经在脚下。只要临门一脚就可以大功告成，对面的防卫员正昏昏欲睡。但你却还要问一下对方：您觉得可以吗?于是别人醒过来了末尾思索可不能够。

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇十**

转眼间，20xx年就要挥手告别了，在这新年来临之际，回想自己半年多所走过的路，所经历的事，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，没有太多的业绩，多了一份镇定，从容的心态。

在这10个月多的时间里有失败，也有成功，遗憾的是;欣慰的是;自身业务知识和能力有了提高。首先得感谢公司给我提供了那么好的工作条件和生活环境，有那么好的，有经验的老板给我指导，带着我前进;他们的实战经验让我们终生受益，从他们身上学到的不仅是做事的方法，更重要的是做人的道理，做人是做事的前

从2月开始进入公司，不知不觉中，一年的时间一晃就过了，在这段时间里，我从一个对产品知识一无所知的新人转变到一个能独立操作业务的业务员，完成了职业的角色转换，并且适应了这份工作。业绩没什么突出，以下是一年的工作业务明细：

进入一个新的行业，每个人都要熟悉该行业产品的知识，熟悉公司的操作模式和建立客户关系群。在市场开发和实际工作中，如何定位市场方向和产品方向，抓重点客户和跟踪客户，如何在淡旺季里的时间安排以及产品有那些，当然这点是远远不够的，应该不断的学习，积累，与时俱进。

在工作中，我虽有过虚度，有过浪费上班时间，但对工作我是认真负责的。经过时间的洗礼，我相信我会更好，俗话说：只有经历才能成长。世界没有完美的事情，每个人都有其优缺点，一旦遇到工作比较多的时候，容易急噪，或者不会花时间去检查，也会粗心。工作多的时候，想得多的是自己把他搞定，每个环节都自己去跑，、我要改正这种心态，再发挥自身的优势：贸易知识，学习接受。不断总结和改进，提高素质。

自我剖析：以目前的行为状况来看，我还不是一个合格业务员，或者只是一个刚入门的业务员，本身谈吐，口才还不行，表达能力不够突出。根源：没有突破自身的缺点，脸皮还不够厚，心理素质不过关，这根本不象是我自己，还远没有发掘自身的潜力，个性的飞跃。在我的内心中，我一直相信自己能成为一个优秀的业务员，这股动力;这份信念一直储藏在胸中，随时准备着爆发，内心一直渴望成功。“我要像个真正的男人一样去战斗，超越自己。“我对自己说。

20xx年工作设想

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，xx年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

依据20xx年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点划分区域，一是;对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。二;在拥有老客户的同时还要不断从老客户获得更多的客户信息。三;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，把学业务与交流技能相结合。

1、每月要增加1个以上的新客户，还要有几个潜在客户。2、见客户之前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。3、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。4、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。5、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。6、自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

工作中出现的问题及解决办法：

1、不能正确的处理市场信息，具体表现在：

缺乏把握市场信息的能力，在信息高度发达的现代社会，信息一纵而过，有很多有效的信息在身边流过，但是却没有抓住;

缺少处理市场信息的能力，有效的信息是靠把握、分析、处理、提交的，及时掌握了信息，又往往缺乏如何判断信息的正确性;

缺乏信息交流，使很多有效信息白白流失。在今后的工作中，应采取有效措施，发挥信息的作用，加强处理信息的能力，加强沟通交流，能够正确判断信息的准确性。

2、在年初工作中，因为自身业务水平较低、经验不足，在刚开始的工作中摸不到头绪，屡次失败。问题究竟出在哪里?面对多次失败的教训，查找自身原因、，找出了自己的不足。在今后的工作中要不断加强业务学习，提高自身能力，

3、缺乏计划，缺少保障措施。

4、对客户的任何信息要及时响应并回复;对客户的回复不能简单的一问一答，要尽可能全面、周到，但不可啰嗦。语言尽显专业性与针对性，否则失去继续交谈的机会。

5、报价表，报价应报得恰如其分，不能过低，也不能过高;好东西不能贱卖，普通的产品不能报高。因为客户往往会从你的报价来判断你的诚实性，并同时判断你对产品的熟悉程度;如果一个非常简单普通的产品你报一个远离市场的价位，甚至几天都报不出来，这说明诚实性不够，根本不懂这一行，自然而然客人不会再理会。

以上是个人一年以来的工作总结，如有不足之处，望批评指正。

感谢公司的培养，感谢我的老板和关心我的跟人对我言传身教的悉心指导，我一定会以积极主动，自信，充满激情的心态去工作。

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇十一**

从事药品销售十余年来，我的感受很多，我觉得，在销售工作中，勤奋踏实的态度是必需的，方法和技巧是重要的，勇气和胆量同样不可或缺，坚持到底的毅力更不容忽视，只有把这几样都做好，才能获得成功，即“勤奋+方法+客户的利益+专注=成功。”

有了勤奋踏实的态度，我就多用业余时间学习有关药品的知识和公司相关药品的价格、规格。这样，在给客户介绍药品时我就游刃有余了，不用一边翻本子一边介绍。正是因为我对药品知识的熟悉，我慢慢赢得了客户的信任，同时，我时刻记住“顾客是上帝”这句话，不管顾客需要的多还是少，我都能及时为顾客送去药品。另外，正因为我对药品很了解，所以在药店售药时，我能根据顾客的病情为他们介绍合适的药品，使他们早日康复，这样为我赢得了一定的顾客。

另外，不同的人有不同的性格，由于顾客群的不同，一些单体店的需要也不相同。这样，在推销之前，我先详细了解每个店的情况和需要，然后再给他们介绍价格适合的药品，这样，客户就越来越多了。

多年的药品销售工作让我深切地认识到了胆量勇气、方法技巧与成功的关系。如果缺乏勇气胆量与你的客户接触，没有对口的方法与客户沟通，那客户只会离你越来越远，成功也就遥遥无期。正是有了勇气，所以我敢于去开拓市场，开发市场。

同时，我也懂得了做事一定要专注。做医药销售时，假如到一个医院后都认为有难度，找不到突破口，自己慢慢放弃，到最后只能是被淘汰。但是，万事开头难，如果总是半途而废，到哪一家公司可能有很大的发展呢?所以，我认为，不管干什么，都应该专注做事，只要认准了一个客户，多与他们联系，用你的真诚、耐心去打动他，慢慢地，他们就会尝试接受你的产品，从而成为你的固定客户。

以上就是我从事药品销售以来的体会，相信我的这些心得会帮助我在以后的销售工作中越做越好。

**提升终端销售的心得分享能力 终端门店销售技巧的心得体会篇十二**

1、当业绩不好的时候，我会做两件事情，一是尽可能的见大量的客人，二是主动去拜访已经购车的老客户。为了接触到尽可能多的客人，在车展上，只要是表现出一丁点而兴趣的客户，我都会上前递名片，尽可能和对方多聊几句。

2、我不断告诫自己，单靠外表和感觉无法看透客人，不论对方是谁，我都一视同仁，尽力做到最好，提供自己能提供的最完美的服务。

3、既然做了销售，就要卖的比其他任何人都多，毕竟工作有目标才有动力，才会充满乐趣。

4、既然横竖都要工作，我当然希望可以开心的工作，而我的快乐同样也会感染到客人，成就一次轻松、愉悦的对话。

5、在与客人交谈的过程中，我发现，必须要以车子的相关话题作为切入点来进行对话，否则客人会觉得索然无味。

6、我经常和客人说，德国本来就是一个质朴刚健，散发着匠人气质的国家，而宝马公司除了生产汽车之外，也是飞机引擎的知名制造商，所以车子的发动机性能是非常优秀的，而且每个零部件都经过了精雕细琢，几近完美。

7、勾起原来就有兴趣的客人进一步了解商品的欲望，引起兴趣缺乏的客人的强烈好奇心，是销售的关键工作。要做到这一步，首先自己要对商品有一个深入的了解，准确记忆必要的数据，在任何时候都能对答如流，是至关重要的。

8、没有比销售自己为之着迷的产品更令人欢欣雀跃的了。

9、我心里很清楚那些愿意听我介绍，与我交流的客人有多么重要，我只想让他们满意，不想辜负他们的好意和愿望。所以，不管是投诉、咨询，还是稍稍有点难办的要求，我都会站在客人的立场，尽自己最大的努力去帮助解决。

10、无论大小事，客人都愿意找我接洽，而我总是让客人觉得他随时都可以找我商量，任何时候我都是可以靠得住的。

11、我一直觉得，对现有客人的售后跟踪服务是一项很重要的工作，是最可能让客人感到心满意足的一个环节。

12、脑子里只有“努力工作”四个字的人根本就没有功夫理会心中的不安，人如果太安心，没有一点不安的话，活动量就会减少，适度的工具或不安感有百利而无一害。

13、客人都是有身份有地位的人，他们非常敏感，只要有一点点不对劲，他们都能准确地感受到，不管是什么客人，不管来过几次，我都会对他们的光临表示高兴和感谢。

14、销售工作的出发点是奉献精神，当我思考“怎样才能让客人满意”这一问题的时候，我发现只有一个答案，那就是努力奉献。怀着一颗感恩的心，不惜耗费时间和精力，是通向客人内心深处的最佳捷径。

15、客人能为我们抽出那么多的时间，我们要为此心怀感激，可是，不少销售人员总是很在意自己的时间，这根本就是本末倒置，客人给予的机会，给予的时间，才是我们最值得珍惜的东西。

16、我一直不敢偷懒，因为你根本不知道会在哪里偶然的就被客人看到，谁都有可能成为我们的下一位客人，所以绝对不可以让他们看到我们偷懒的样子。

17、我经常和客人聊很多东西，但我不会主动向他推销任何东西，我和客人会私底下聊很多东西，就算不买车，也会时不时的见面聊聊天，然后，就像忽然想起来似的，客户会主动提到买车，换车，接下来自然是水到渠成的事情了。

18、我不太善于说话，我根本模仿不来那些机灵，帅气又幽默感十足的销售人员的说话方式。即便是这样，我的客人却很喜欢我，为什么会这样子呢?我觉得，主要原因是我对客人充满了热情，始终保持尊敬，这种态度在客人面前是不会说谎的。

19、我发现，言多必失，不得要领却自以为是的侃侃而谈反而会引起客人的反感。能说会道并不是销售的必要条件。我们一个劲儿的重复那些网上即可轻易查看到的信息，客人听了也不会有任何感觉，反倒会过多的耗费了客人宝贵的时间，不如鼓励客人多说，我们用心的倾听。

20、就算不善言辞，能够热情的介绍产品就够了，就算是木讷，只要充满激情，就能打动客人。

21、要想充满激情，必须真正的从心底里喜欢自己正在销售的商品。商品有优点，也有缺点，如果做不到连缺点都喜欢的话，是不可能满怀激情的将产品介绍给客人的。

22、当客人对产品表现是满意，对销售人员也表现出非常满意的时候，才可以灵活地使用价格优惠这一手段。如果客人要求我优惠5万元，我却无法做到，我就会说：优惠5万元可能比较困难，不过我会努力提供一个很接近的成交条件，关键是你要喜欢我们的产品，对我的服务也满意。

23、要成为客人最终所选择的销售人员，我们必须比别人更加努力，如果和客人的人际关系，信赖关系等方面都无法优于别人，客户是不会在第一时间就想起我们来的。

24、销售这一行肯定有赢得客人信任的机会，决不可错过任何一次机会。我们要一步一个脚印的去对待每一位客人，做好每一件事情，让客人觉得事情交到我们手上是没有任何需要担心的地方。

25、我从来没有关过手机，不管是睡觉的时候，还是休息日，留给客人号码的手机一直处于待机状态，我一直充满自信的客人说“我手机24小时开机，有什么事儿您随时来电话”，这句话总是能给客人带来很大的安心感。而只要接到电话，不论什么时候，我都会全力以赴，哪怕只能为客人做一点点事情，让客人稍微安心一点，那也是一种服务。

26、不管是联系客人还是对客人的来电做出反馈，超出客人预计的迅速，往往会收到意想不到的效果。

27、做任何事情都要领先一步，机会就会相应的增加许多，要做第一个带产品目录拜访客户的销售人员，一定要比任何人都快，每一步都走在前面。

28、每次接待客户的最初三分钟里，首先要心怀感激的和客人寒暄“非常感谢您在酷暑之中抽出时间来我们店”或者“感谢您从那么多家店里选中了我们”甚至感谢客人百忙之中来到我们店，这些都是很好的寒暄方式，总能让沟通气氛一下子变得融洽起来。

29、销售首先应该让客人感到舒服，同一种商品，客人总是倾向于从感觉不错的人手中购买。

30、对我来说，大多数来看宝马车的客人都属于有足够财力用在购买高档车的群体。他们或者是有社会地位，有高收入的成功人士，或者是真心爱车的人士，从各种不同的角度，我都能找到每一位客人值得尊敬的地方。

31、我发现开车来的客人多少都会因为搞不清楚停车的地方而感到不安，我就时刻注意展厅门外的动向，一旦发现情况就立刻飞奔出去引导。

32、单靠站着和客人聊一会儿是不可能把车子卖出去的，站着闲谈不会有什么进展，要拉近与客人之间的距离，让两者关系更进一步，我们必须要请客人坐下来面对面的详谈。

33、为了做到真心实意的关心客人，我经常向客人询问三个问题“您为什么会来看这辆车子呢?”“要怎样才能像您这样拥有购买这辆车的能力呢?”“您都经历了什么才取得这样的成功呢?”

34、我很少花大量时间去介绍我们的产品，我会尽量多的介绍我们的公司情况。我还会和客户说宝马到底是一个怎样的品牌。我会和客人说我到宝马汽车总部工厂看到的情况，讲公司的整个工作氛围，历史传统和社会地位，讲每一辆车是如何生产出来的。这些内容都是在产品目录中没有的，也是客人喜欢听到的。

35、我经常热情而全面的向客人讲述我自己心目中的宝马，直到客人被我所感染，他们会对我说“看来你真的很喜欢宝马汽车嘛。”我不仅向客人介绍公司、品牌故事以及产品，也要让客人知道我们对自己所销售的产品和自己的这份工作是充满了热爱的。但是我不会主动和他们聊宗教、政治、健康以及股票类的话题，我试着聊过，但是吃过不少亏，所以现在几乎不聊了。

36、当客人拘泥于报价，拘泥于价格，拘泥于优惠金额的时候，我就会习惯性的想想为什么会这样呢?我甚至会直接询问客人“您为什么总是拘泥于价格呢?是不是我哪里做得不好?”“您为什么那么介意于成交优惠呢?是不是我们的产品有哪些方面让您不满意?”当我向客户提出这样的问题的时候，他就会把内心的真实想法告诉我了。所以，我发现，客户的价格优惠或成交条件往往只是一个表面现象而已，我要做的是深入发掘客户内心隐藏的本意。

37、在接待客人的时候，我一直保持视线位置尽量放得比客人低，遇到个子高的人，我会刻意将身体稍微前倾，做出向客人请教的姿势。在保持上述姿势的前提下，要注意客人对什么感兴趣，当客人有问题的时候，我会准确的给予回答，如果客人没有问题，我就主动的上前询问他的看法。

38、销售人员没有必要长得很帅气，但是产品一定要时刻保持在最佳状态。我们做销售的不能提高产品本身的性能，也不能增加新的功能，但我们可以将产品最完美的一面呈现给客人，这就足够了。

39、跳过试乘试驾环节的销售人员似乎大有人在，可我一直都很重视这一环节，因为试乘试驾是让客人爱上这辆车的最好方法，也是一下子拉近客人与销售人员之间距离的做好机会。我觉得：一次试乘试驾=三次接待。

40、卖房子的时候最佳的洽谈环境是在房子里，卖车也是如此，毕竟销售的是汽车，还是和客人坐在车里谈论汽车能取得更好的效果。

41、我觉得报价或者给优惠这些工作没有什么难处，就算是最新的销售新人都能胜任。但是顺利的说服客人试乘试驾，并在这一过程中通过车子来展示自己，却没有那么容易，所以每次试乘试驾我都给予12分的重视。

42、关注客人本身的事情是最基本的接待之道。客户与销售人员之间最愉快的话题之一就是客人的成功历史。我经常问客人为什么会考虑购买宝马车，从而打开客人的话匣子。

43、不管是什么商品，不管是什么价格，客人都有自己的购买理由和动机，喜悦也由此而生。无视这些，只是一味的向客人介绍目前的优惠促销活动，或者径自希望客人允许自己报价的行为，又能怎么样呢?我一直都觉得这是很不可取的做法。

44、在客人面前，我们只能毫无保留的展示真实的自己，老实、拼命、流着汗拼命努力的自己，我们只要靠这些就足以赢得客人的认可。

45、不懂就是不懂，不知道的就去查阅资料，去请教别人，正是这种诚恳的态度让我赢得了一个有一个客人的认可。那种以自己的知识压制客人，用一种“连这个都不知道吗”的态度来销售的销售人员是做不长久的。保持诚恳与谦虚的态度是非常重要的。

46、不管我们怎么着急，如果不能让客人身心放松、心情舒畅、他们是不会将心里话和盘托出的。而要让客人尽快吐露心声，我们销售人员就要尽量的以一种自然的状态和客人交谈，让客人没有任何压力，以便可以尽快找到彼此之间更多的共同点，比如出生地、学校、工作、兴趣爱好或者所认识的某一位明星等。

47、客人快言快语的话，我就讲话快一点儿，如果客人说话慢条斯理，我讲话却像一挺机关枪的话，就很不协调，我时刻注意这一点，配合好客人的说话节奏。如果销售人员口齿过于伶俐，讲话时没有任何停顿，客人就会容易因为没有思考的时间而焦虑不安，结果适得其反。

48、我们一定要以绝佳的状态来迎接客人，销售人员的精气神儿不足的话，就会在气势上输给了客人，客人来店也会觉得扫兴、无聊，从而失去购买兴致，他就会想尽快的离开，去找“一家气氛更好的店面”。无法让客人由衷的感到来对了地方的话，客人是不会掏腰包购买的。

49、不管我们做的多么好，客人也有不满意的时候。不管客人多么生气，总归有的事情能做到，有的事情做不到的。他说连一个小时也等不了，其实只是气话，只要我们认真对待，让客人看到我们的确是在尽全力的想办法解决问题，客人还是会谅解我们的。我不会向客人做出自己能力范围之外的承诺，我会清楚的告诉他我能做什么，做不到什么，以及接下来他应该考虑什么，把这三点告诉他，他基本上都能理解我们的难处。

50、这么多年来，什么销售方法我都用过，有一点是最值得肯定的，没有哪位客人会从情绪消沉的销售人员那里购买商品。所以，你没有自信不要紧，但一定要精神抖擞!

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