# 2024年有关卫浴销售的感悟(三篇)

来源：网络 作者：雾凇晨曦 更新时间：2024-08-19

*心得感悟是指一种读书、实践后所写的感受性文字。那么我们写心得感悟要注意的内容有什么呢？下面小编给大家带来关于学习心得感悟范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。有关卫浴销售的感悟篇一首先，我们要转变思想，认识服务的重要性。以前我们的工作要求...*

心得感悟是指一种读书、实践后所写的感受性文字。那么我们写心得感悟要注意的内容有什么呢？下面小编给大家带来关于学习心得感悟范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

**有关卫浴销售的感悟篇一**

首先，我们要转变思想，认识服务的重要性。以前我们的工作要求仅仅是干满勤站满点，主动热情得对待顾客，而如今我们要从更高的层面来理解服务，服务不仅要以积极主动热情为目标，更重要的是以满足顾客需要为己任。只有热情、真诚地为顾客着想，才能带来顾客的满意。不论我们有多么好的书，如果服务不完善，顾客便无法真正的满足，甚至会丧失书店的信誉。所以我们要真正的为顾客着想。

以前我们认为，只要我们对服务态度加以注重，就会很容易了解如何满足顾客需求，就能做好销售工作，但事实上，并非如此，想要确定哪些销售行为可以讨好顾客，满足顾客的期望是很难的。这就要求我们有完美服务的意识，和敏锐的感知力。

那我们要从哪些方面去做呢?

一、微笑是对顾客最好的欢迎

微笑是对诚意的最好表达。所以当我们接待顾客时，我们要把顾客当朋友般施以真诚的微笑，让微笑成为我们与顾客良好沟通的开始，把微笑当成彼此的纽带。

二、树立顾客永远是对的理念，打造优质服务

不管是在售中，还是售后，有了问题的时侯，不管是谁的错，我们都要及时解决，不能采取回避、推脱的态度。要积极听取顾客的反馈意见，主动做好解释工作，让顾客感受到重视和尊重。

三、处处为顾客着想，用诚心打动顾客

让顾客满意，重要一点体现在真正为顾客着想。处处站在对方的立场想顾客所及，把自己当成对方，在推介图书的过程中，时刻要牢记解决顾客的六个问题：我为什么要听你说、这是什么、对我有什么好处、那又会怎么样呢、谁这样说的、还有谁买过。这样才能真正打动顾客，以诚感人，以心引导人。

四、多听听顾客声音，给顾客准确推介

当顾客来购书时我们并不能马上判断顾客的来意和喜好，所以需要仔细对顾客进行了解，认真分析顾客是哪类的人，比如：学生、老师、农民、司机、老板等等，尽量了解顾客的需求，努力做到只介绍对的不介绍贵的图书给顾客，培养忠实顾客。我们要在平时提高业务水平，了解自己商品知识，不能在顾客询问时一问三不知，影响顾客对我们的信任感。

五、掌握沟通技巧，热情接待顾客

说话语言是一门艺术，在我们工作中也是十分重要，讲究语言技巧，会拉近我们与顾客之间的距离，更好的开展我们的工作。我们常常遇到顾客反映我们的书价比较高，我们就要引导顾客换个角度来看我们的图书，让他感觉物有所值，比如：我们有正规的渠道，有精美的装帧，有正规的退换货服务等。在工作中，我们要熟练使用服务敬语，做到主动热情周到。

在我们的工作中开展完美服务，真心实意地为顾客着想，千方百计地让顾客满意，才能树形象、得口碑，创造更好的效益，企业才能更加强盛。

**有关卫浴销售的感悟篇二**

卫浴销售员的销售技巧

销售员是店铺的形象，是“品牌大使”，直接面对面地与终端客户接触，是销售的重要环节，对品牌企业而言更是整体营销体系的末梢神经。销售员的整体素质直接影响着市场及消费者对企业品牌的认知度和美誉度，也是影响市场销售额的关键因素，所以销售员的销售技巧水平是品牌决胜市场的前提。在卫浴行业中，客户的购买决策70%来源于销售员的推荐，据过江龙水暖对终端的考察数据，优秀的销售员可以创造的销售量是自然销售量的5倍以上。

因此，卫浴经销商要提高自己的销售业绩，在品牌和店面位置既定的情况下，首先要从销售员的销售技巧着眼。如何提高销售员销售技巧?过江龙水暖为我们提供了以下几个要点，供卫浴经销商参考。

一 判别顾客，正确引导

对客人的判别水平体现了销售员的销售经验。销售员只有正确识别了顾客身份，才能有效针对顾客需求进行销售。

准顾客或潜在顾客，通常有潜在的购买品牌的需求，他们需要了解品牌，需要对比品牌，感受不同品牌的优劣势，最终做出购买决定。营业员需要对这些顾客的心理需求有一个准确的把握，而后做出针对性的介绍，加深顾客对品牌的认知度，这样才能争取到顾客的购买行为。

正确的引导包括顾客关心的是价格、质量、售后服务、环保安全等问题。比如当顾客询问到价格，销售员可针对顾客的需求定位进行引导式购买;再如质量方面，销售员可运用体验式导购，让顾客接触样品，亲自感受产品质量在手感、外观方面的体现;另外营业员需要让顾客感受到品牌的实力，让顾客放心购买，解决顾客的“顾后之忧”。

过江龙水暖建议销售员首先要把顾客当成自己的最要好的朋友，不是卖产品给顾客，而是把持“帮顾客选产品”的心态，帮他选择最合适的品牌产品。把顾客当朋友，能避免与顾客对立，建立信任，从而推心置腹形成购买行为。也为顾客的二次购买和推荐购买埋下很好的“伏笔”。

另外，销售员千万不要对“只是逛逛看看”的顾客置之不理，应该抓住机会宣传自己的品牌，把这些顾客转化为品牌的准顾客或潜在顾客。记住，很多不经意的在意有时就会成为你的生意。

二. 专业知识，巧借道具

对于销售员来说，即可看为一个销售代表，营销学知识无疑是必须掌握的，专业的产品知识更不容忽视。要做好一个合格的销售员，过江龙水暖有明确要求，比如了解同行品牌的特点、浴室空间的设计、浴室水路的布置、产品特性、材料特性、使用方法、保养需知等。

对顾客而言，销售员必须更专业，才能给顾客有效的导购，才能博得顾客信任。没有专业的产品知识作为销售的根基，只能视为投机，无法真正进行有效销售。

当然在实际的销售过程中，销售员要充分利用一些现有的道具，让道具说话。如展示样品、产品说明书、品牌经销授权证书等作为销售过程中有力的论据。

三.微笑服务，以诚相待

微笑服务已经是服务行业的不变法则，更是人与人和谐沟通的要素。微笑的第一印象服务，能有效地拉近与顾客之间的感情，使消费者有一种宾至如归的感觉，也有利于对产品品牌形成良好的口碑效果。

很多顾客确实对卫浴产品的知之甚少，过江龙水暖建议销售员千万不能因此就小看顾客把他们当“傻瓜”。我们可以向顾客多输送一些装饰装修常识、卫浴产品的保养知识等来争取服务的主动权。要知道，顾客的购买是在别人的推荐，或者是对比多次后决定的，唯有真诚才能博得顾客最终的认可。

顾客在选择购买的过程中需要我们的尊重和认可。适时地对顾客的眼光、品位进行赞美和认同，也能赢得顾客的青睐，同时让顾客在消费时得到愉悦的享受。

四. 注重艺术，把握时机

注重语言艺术，这点需要销售员在与顾客沟通中不断的体会和总结。做一个善于倾听的销售员，做一个善解人意的销售员，做一个实实在在又很有感染力的销售员。

保持积极乐观的心态是每个销售人员应该具备的心理素质，并能做到适时调整，不要让一次失败的销售经历影响到更多将要进行的销售。所以销售人员要对自己有信心，更要对所经销的卫浴产品有信心。每次与顾客沟通后总结在商谈中的每个细节，是哪些方面没做到位，下次该如何改正。

我们都知道，买方市场的顾客基本都是选择购买的。因此，我们不能都在做“分母”，都被顾客对比后跟别人购买去。把握时机，踢进“临门一脚”很重要。我们需要在顾客犹豫不决、模棱两可的时候做好生意的促成。

五.提供方案，量身定做

销售员需要了解顾客装修的空间大小、档次定位、喜好追求等，及时把握顾客需求、多关心顾客所想，即时做出与之相适应的、顾客满意的配套方案并做详解，强调优越的性价比、卓越的产品质量、良好的售后服务等。这样顾客才能更好地感受到你的专业和所经营品牌的终端服务。此法不仅能得到顾客的满意接受，还能扩大品牌的销售，保证产品在顾客端的视觉、功能效果最佳，让顾客感受到“物有所值”，甚至“物超所值”。

**有关卫浴销售的感悟篇三**

谈谈你对产品的优势及产品带给顾客的好处的理解。

产品的特点和优点我们不难理解 但什么是产品的利益点呢?举个例子说明一下:

买钻头的人，他要买的是一个洞。

买面包的人，他要买的是肚子舒服。

买化妆品的女士，她要买的是美丽与希望。

买奔驰汽车的人，他要买的是身份和地位，一种让人尊重的感觉。

买卫浴的人呢?聪明的你可能猜出来了买卫浴的人，他其实要买的就是卫浴带给他的好处，也就是产品的利益点，一种生活方式，一种家庭氛围，一种自由与轻松，一种舒畅一种便利性。

卫浴导购销售真经

1、“价格分解”成交法

假设顾客看好一个标价为8000元的卫浴而他的预期价是5000元，这时你需要先算出价格差异是3000元，一旦确定了价格差，支付上的问题就不再是8000元了，而是3000元了。

导购员：先生，这套卫浴的使用寿命最少也有20xx年，对吧?

顾客：差不多吧。

导购员：好。现在我们把3000除以20xx年，那么每一年您只需要多投资300元对吗?

顾客：是的。

导购员：这样分解下来您平均每个月只需多投资25元，(停顿)先生，您算算每天只需要多投资多少?

顾客：是1块不到。

(记住这个答案最好让顾客自己说出来，因为到最后，你的顾客会觉得再为每天几毛钱跟你争执，已经很可笑了。)

导购员：先生您觉对每天多投资几毛钱，就可以拥有这样一套自己非常喜欢又能为家人带来幸福和快乐的卫浴，是不是非常值得呢?

2 、“一分钱一分货”成交法

导购员：先生您有没有买过任何价格最便宜，而品质又最好的东西呢?

顾客：呵呵，当然没有。

导购员：先生您会不会觉得一分钱一分货很有道理。

顾客：是的，有道理。

(这是买卖之间最伟大的真理，顾客几乎必须同意你说得是正确的。)

导购员：先生，在这个市场上，我们的价格是公道的，我可能没办法给您最低的价格，而且您也不见得想要最低价格的产品，对吗?但是我可以给您目前市场上同类产品中最有价值的成交条件。

顾客：哦是吗?

导购员：是的，有时候以价格为导向购买卫浴产品，不完全是正确的。投资多一点，您最多损失有限的一笔钱，而投资太少的话，那您所付出的就更多了因为您所购买的产品很可能无法带给您所预期的满意度，您认为呢?

3 、“别家可能更便宜”成交法

导购员：先生别家的价格可能真的比我们的价格低，其实我和您一样，希望能够以最低的价格买到最高的品质，但我从未发现任何一家公司可以以最低的价格提供最高品质的产品和最好的服务。一分钱一分货，是这样的吗?

顾客：当然。

导购员：先生根据您多年的经验来看，以这个价格来购买我们的产品和服务，是很合理的，您说对吗?

顾客：是的。

导购员：先生为了您长期的幸福，安全，您愿意牺牲哪一项呢?是产品的品质?还是良好的服务?

4 假设成交法

“先生假如您今天订单的话，您希望我们什么时候交货?”

“先生您现在确定，我们仓库应该还有现货”

“先生为了您能尽快用到产品，我马上为您落实货源吧。”

5 选择成交法

“先生您是希望我们为您送货?还是您自己取货?”

“先生我现在为您开单还是等一会儿?”

“先生您是交定金还是付全款?”

“先生您计划确定这一款还是另外一款?”

6 机会成交法

“先生优惠期只剩下最后三天了，您现在就确认一下吧。”

“先生这款特价只剩最后两套了，我建议您现在定下来。”

“先生现在确定下来的话，可以获赠价值900元的赠品，赠品只剩最后几件，赠完为止就这么定了吧。”

7 大胆成交法

“先生您这么有眼光，当然就要选这种大品牌、高品质的产品对吗?不如现在就确定了吧。”

“先生这么优惠的价格买这么好的产品，机会难得，就确定下来吧。”

“先生这款卫浴现在正热销，这个月卖出去几十套了，我也建议您现在订这一款。”

8 三问成交法

导购员：先生您认为这套卫浴的花色和款式怎么样?

顾客：好啊。

导购员：您想不想拥有它呢?

顾客：可以考滤。

导购员：您打算什么时间开始使用这么好的产品呢?

9 霸王成交法

顾客非常认同你的产品，在价格上也可以接受，但还是迟迟做不了决定，每当你要求成交时，他总会说“我要考虑考虑，过几天再说”此法在这种时候会很有用处。

在这位你已经非常熟悉的顾客到来之前，按他想要的产品先写好一份销售订单，当顾客来到店里再次看过产品，又和你谈了一阵子之后，请他坐下来然后把那份你事先填好的销售订单拿出来，直接把笔和订单一起递给他，并对他说：“您看这样有没有问题?请签个字吧。”

这时需要注意的是，你千万不要讲话，平静地看着顾客，当顾客看你的时候，你就向他点头头表示鼓励。通常情况下顾客会仔细地看你为他已经填好的销售单，然后会告诉你他真实的想法，或许，他会用你递给他的笔写上他的名字。就算万一不能成交你也不会得罪顾客，而且还可以捕捉到顾客的真实意图。

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