# 促销员工作流程（优秀范文五篇）

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2024-10-16

*第一篇：促销员工作流程一、导购员日常行为规范1、着装规范：白衬衫、黑裤子、黑鞋子（都要清洁）；或公司工作服。头发不得染太夸张的颜色，若留长发则必须扎起；略可画点淡妆，严禁浓妆艳抹。2、工作时间：不迟到、不早退、不旷工，事假、病假必须以请书...*

**第一篇：促销员工作流程**

一、导购员日常行为规范

1、着装规范：白衬衫、黑裤子、黑鞋子（都要清洁）；或公司工作服。头发不得染太夸张的颜色，若留长发则必须扎起；略可画点淡妆，严禁浓妆艳抹。

2、工作时间：不迟到、不早退、不旷工，事假、病假必须以请书面形式提前一天向业务员及商场主管请示，如须请人代班，须做好交接工作；尚未批准擅自离岗者一律以旷工（扣三天工资）处理。对无故旷工两天以上者视为自动离职，并扣罚一个月工资。

3、用餐标准：每次用餐不可超过60分钟。

(如超时被发现一次扣20分绩效)

午餐时间定在11:40后 ； 晚餐时间定在17：40后。

4、情绪管理：上班时间不可带着个人的情绪工作。

5、上班期间不允许与他人聚众聊天。

6、任何情况下都不得泄露公司情报资料，不向外透露资薪问题。（如工资单）

7、上班期间要注意安全，特别是有爬楼梯上加高层的或拿货补货时，一定要注意自身安全和他人安全。

8、岗位上会友不允许超过5分钟。

上班期间发信息，接电话不可以超过3分钟。

（如超时被发现一次扣20分绩效）

9、工作期间应保持站立姿势、不能靠货架，抬头挺胸；仪态端庄、大方，精神饱满（不要站着快要睡着的样子），保持微笑，以主动、自信、热情、友好的态度接待顾客。接待顾客时，表述要清晰、语气要诚恳自然，同时树立“顾客永远是对的”的概念，杜绝使用污言秽语冒犯他人，在任何情况下不行与顾客发生争执。

10、不准带朋友或家人进入商场。（每次扣20分

11、上班时间不准吃零食（如口香糖），不得随意吃试吃品；不得脱岗、串岗、不得聚众聊天或打电话聊天、不得做与工作无关的事情，如有发现顾客已拿着我们的产品在看，而你们还在聊天不主动过去服务的话一律发现，每次扣20分绩效；

12、不准看商场的书报。

13、同事之间要相互督促，凡事多沟通、团结，做好本份工作。上、下班前要做好交接工作，面对面交接，把你当班的情况反应给下一班同事，晚班人员未到商场早班人员不得下班，如有发现因未做好交接工作给公司造成损失（销售），早、晚班人员各扣20元。

14、关注竞争对手的促销产品，了解促销产品的价格及促销形式（特价或买赠），跟踪产品的销售情况并做报表。及时向业务员反映当天的陈列、价格变动情况。（每次未完成或未反应扣20分绩效）

15、维护我司的正常排面，当有促销活动时，应积极争取堆头、N架或挂袋。争取到挂条陈列两周以上可向业务做汇报给予奖励。

16、准确上报每月加班时间，如发现上报时间有做假者，取消当月所有加班费。

17、做好商场的客群关系，不可以和商场工作人员发生冲突；如对竞争对手有意见可以向业务员或商场主管反映，让主管出面调解，不允许与竞争对手发生争吵，更不能与竞争对手在商场内打架，绝对不可以先动手打人，否则一经发生公司坚决开除，而且如有相适应的罚款，由个人自己承担。

18、进店后除了保管好自己的财物外，也要爱护店内的财务，如有发现偷盗或损坏店内物品的，一切经济、法律责任由自己承担，与公司无关。

19、严禁私自兼职促销非本公司产品，若兼职行为，公司将给予重警告处分或辞退并取消在公司内的全部佘款。

20、辞职者应以书面形式提前一个月上交上级业务或主管待批准后方可离岗，旺季（12月

份-2月份）辞职需提前二个月。违者将不给予发放剩余的工资、提成。

二、日常工作流程

早班人员：

1、到店里第一时间关注堆头、N架、挂带是否有变动，货源是否饱满，价格签是否准确、齐全，价格有变动的要及时更换价格签并通知业务人员。

关注排面陈列及价格是否有调动过，价格签是否完整。

2、用20-30分钟检查产品质量，需每包都检查，如有发现不合格的产品如：变质、发霉、杂质等，需第一时间整理到该退换货的箱子里，并做记录交接。

3、做产品卫生并整理货源的日期，做到产品整洁、日期先进先出。

4、关注竞品的销售情况，并把销量及当班管理层报

给负责人（业务员）。

5、上班期间把遇到解决不了的问题写下来，下班后

咨询下一班人员或业务人员，如再无法解决的问

题导购员例会一起带到公司来解决。

6、经常与商场部门人员及管理层进行互动，加深商

场对公司的印象，以便日后工作的开展。抓住时机

多去找部门争取一些边蓝、挂带之类的特殊陈列。

8、检查产品库存，有库存不足的要及时下订单并通

知业务人员并与晚班人员做好交接工作。

9、下班时必需要好交接工作，面对面交接，把当班

有遇到的问题交接下来。

晚班人员：

1、产品陈列量少的要在早班人员未下班时补上，避

免出现空场状况。

2、根据早班人员交接的产品库存情况要及时下订单

并与业务人员核实公司是否有库存。

3、积极做好销售工作，高峰期间不要擅自离岗。

4、下班前要把货源补满，补货时做到日期先进先出。

5、下班前要资询商场人员今晚我们的产品是否有变价的，如有价格变动要及时更换价格签。

6、下班前再花20分钟检查一遍产品质量。

中班人员：

上班期间：不迟到、不早退；不能随意吃试吃品，我们公司自己的试吃品也不能吃，更不能将我们的试吃品拿给其它导购员吃。

赠品管理：晚班人员下班之前必须把赠品放回加高层赠品箱，避免丢失；遵守执行公司的促销活动规则，不要将赠品随意送给他人或朋友，杜绝导购员本人把赠品带出商场。

安全方面：上班期间一定要注意自身安全及他人安全，特别是有爬梯子上架高层拿货时或使用叉车、平板车的时候。

规章制度：遵守商场导购员管理的各项规章制度

**第二篇：促销员管理流程**

佛山至德万谷百货超市有限公司管理手册

万谷超市促销及促销员管理流程

第一部分流程说明目的本流程用于统一采购部及门店对店内促销位的费用收取管理，确保门店对可收费促销位资源的合理、规范的使用适用范围

本制度使用于万谷超市门店对店内可收费促销位的安排手等管理工作。

3流程规则

A、门店收费促销位的使用都应遵循以采购部为主，门店为铺的原则，并按统一收费标准操作。

B、门店在自行安排收费促销位前，应事前知会采购部予以位置确认，以免重复安排产生场地资源冲突。

C、门店可用于收费促销位，包括:场内收银线以内区域，场内收银线以外区域，场外区域三种。

C1、场内收银线以内区域收费促销位的管理使用于：

--供应商租用场内促销车（位），场内兑（抽）奖，试吃等促销活动的场地租用；供应商租用堆头（N架）做品牌形象堆头（N架）。

C2、场内收银线以外区域，场外区域的收费促销位的管理适用于：

-与主题促销活动以及与销售时节相一致的促销陈列展示。

-万谷超市供应商，其他品牌形象好维护能聚客流。产品与卖场经营商品无冲突的厂商（非供应商）都可申请该区域的促销活动。

D、对于场外的收费促销位安排，由门店负责维护与城管的关系。

E、所有收费，由财务进行实际收取工作；供应商出具了缴款收据后，商品部门才可以安排供应商进场。F、由采购部或门店安排的场租，收取费用都计入相应门店的损益表。采购部安排的促销位场租，同时计入品类采购的其他收入。

4流程涉及部门的主要职能

A、采购部：审核供应商的场租申请和缴费，将符合要求的供应商申请传商品部门。

B、门店营运经理：负责审核供应商的进场单据，安排相应的陈列；对采购部没有安排到的促销场地资源进行统筹安排利用，并知会采购部予以确认。

C、店经理：监督店内促销部对相应流程的规范操作；门店场租收费的监控。

D、超市总经理：审批门店（临时促销协议），门店场租收费的监控。

E、财务部：场租费用的收取；按门店分类计入门店的损益，同时按品类分类计入采购部的费用收入；场租收费的监控。

第二部分流程描述收费促销位的申请及入场

情形1:由采购安排的门店促销位收费管理

A、供应商提交申请

向相应的品类采购部提交促销申请，并提供一式两份的促销方案或赠品实样，如申请使用形象堆头（N架），还需提供效果图。

B、采购审核

采购员审核促销方案，并与相关门店商品部门沟通，确定位置及相关情况后，按收费标准与供应商确认相应的费用，并填写《万谷超市收费通知单》，如采购员收取的费用低于相应的标准，须经过超市总经理审批，对于非万谷超市供应商，则应收取1000元商品质量保证押金（该标准为下限，最低金额不低于此标准，不设上限），供应商在门店财务交纳及取回商品质量保证押金。

采购员将促销申请及《万谷超市收费通知单》交超市营运经理，由其审核卖场的实际促销陈列位情况及费用。

C、供应商交费及领取促销通知书

供应商凭《万谷超市收费通知单》到门店财务办理交款手续。采购部文员核实供应商交费确认资料后，开具《供应商促销通知书》，并加盖“促销专用章|”.采购部文员收回促销方案中的一份，并留存《供应商促销通知书（A）》的留存联最少六个月。采购员以电子邮件的形式，提前通知门店相关供应商促销活动。D、供应商进场 供应商持盖有“促销专用章”的《供应商促销通知书》，到门店专柜管理员处办理入场的相关促销活动入场手续，对于非万谷超市供应商，门店专柜管理部开据《促销位缴费通知单》（除非采购在促销通知单上特别注明不需要交纳商品质量保证押金），供应商在门店财务交纳1000元商品质量保证押金（该标准为下限，最低金额比低于此标准，门店可根据实际情况上调）。门店专柜管理员审核供应商的“通知书”和“促销专用章”无误后，严格按促销通知单上的时间、地点、活动内容等安排执行。供应商申请派驻促销员

A、采购与供应商洽谈派驻促销员的事宜。

B、供应商提交申请并填写一式2份的《供应商派驻促销人员确认书》，申请与确认数由采购部提供，如

派驻人员的同时还有促销活动的，还需由供应商填写《供应商促销促销活动申请表》。

C、采购审核后开具促销通知单并将相关资料上报相关商品经理店长审批。

D、供应商提交凭促销通知单在财务缴纳相关费用，通知促销员到相关门店办理报到手续。

3促销员报到

A、促销员凭有效的《供应商促销通知单》及以下相关个人资料证明前往门店专柜管理员处报到。

-供应商介绍信（应注明供应商促销人员的姓名及身份证号码）。

-身份证、学历证书正本及复印件。

-经佛山市卫生防疫站出具的，在有效期内的健康证和公共卫生知识培训证

-非佛山户口人员出具佛山居住证。

-一寸免冠彩色照片两张。

B、门店专柜管理员按公司要求对供应商促销人员的资格进行审核，要求如下：

-年龄小于30周岁（特殊情况或技术工除外）。

-男性身高不低于1.60米，女性身高不低于1.50米。

-具有高中以上学历。

-口齿清楚，容貌端正，无身体残疾。

-愿意接受本公司的管理和工作时间、班次安排。

-熟悉所促销的商品，具有一定促销经验。

C、对于审核合格的人员，门店专柜管理员协助办理入职手续，发放“促销人员工牌”；对于审核不合格的促销人员退回供应商，被本公司辞退的人员不得录用。

D、门店专柜管理员在办理促销人员入职手续时，应做好相应登记工作。对于短期促销员通知报到后

7日内仍未办理报到手续的供应商应知会采购部按公司规定处罚。

4促销员缴纳物品押金

促销人员在专柜管理员指引下办理入职手续后，到门店财务部交纳人员押金及工衣押金，并拿好收据。促销员凭收据到门店办公文员处领取工衣、建立考勤卡，并做好相应登记工作。

5促销员培训及考核

促销人员必须参加我公司组织的各种入职培训及考核。

6促销人员试用期

a)促销员根据派驻期限的不同分为不同的试用期（详见下文）。

b)试用期内，供应商和卖场共同对促销人员的销售业绩和工作表现等方面进行考核，不符合要求的促销人员供应商和卖场可以向采购提出更换要求。

c)试用期后如果供应商需更换人员需由供应商交纳违约金。违约金的手去需经相关采购确认后方

可收取。

d)促销人员试用期：

A、长期促销员（6个月以上）试用期1个月。

B、短期促销员（6个月以下）试用期1星期。

7不合格促销员的更换：

a)长期促销员的更换：

i.供应商提出换人申请的，由供应商交书面申请，经门店商品部门经理、店总签字确认后有门店

促销部同意反馈采购部相关品类经理。

ii.有门店提出换人申请的，有门店提交书面申请，经门店商品经理、店总签字确认后由们门店促

销部统一反馈采购部相关品类经理。

iii.采购接到换人申请后，与供应商洽谈，给供应商开具《供应商更换促销人员通知单》。

iv.如试用期后换人，需收取供应商违约金和人员培训费（已接受过我司培训的处外），采购在《供

应商更换促销人员通知单》商注明需扣除供应商违约金1000元/人和人员培训费，如协商供应商应商免交或降低收费标准的，需经采购GMM审批。

v.供应商到城市财务交费，采购营销促销部确认交费后才给予加盖“促销专用章”。

vi.在等同与试用期的时间内要求供应商将所换促销员到位，同时只会采购本部营销促销部登记备

案。

vii.在新促销员到位后，原促销员方可办理离职。在新促销员到岗前，原促销员离职，应扣供应商

违约金。

b)短期促销员的更换：

i.供应商提出换人申请的，由供应商交书面申请，经门营运部经理、店经理签字确认后由门店专

柜管理部统一处理。如试用期后换人，营运经理同意换人，则可直接到专柜管理部办理换人手续。如营运经理不同意换人，不允许更换促销员。

ii.由门店提出换人申请的，由门店提交书面申请，经门店商品部门经理、店总签字确认后由门店

促销部统一处理。

iii.在新促销员到位后，原促销员方可办离职。促销员请假

a)请假在3日以内的，经区域主管、部门经理签字同意后，将申请及请假条交至门店促销部、方可开

始休假。

b)请假超过3日的但不超过一周的，由派出供应商出具证明，经区域主管、部门经理及门店副总签字

同意后，将申请及请假条交至门店促销部，方可开始休假。

c)因事情紧急，无法当面请假的，应在休假前向部门经理电话请假，征的同意后方可休假，休假完毕

后应在门店促销部办理补假手续。此类请假一般不得超过3天。

d)未经办理上述手续擅自不上班的，一律视为旷工。促销员离职

a)促销员凭供应商证明和本人申请经部门主管签字同意后，至门店专柜管理部领取“员工离职（申请）

表”。并根据表中所列项目至有关部门办理手续，交清领用物品。

b)办理完毕后，将“员工离职（申请）表”交门店专柜管理部，门店专柜管理员签字后，执离职申请

表及押金条，到门店财务出纳领取押金。

c)供应商所更换的促销人员应于通知之日起7日内至门店专柜管理部办理报到手续，或由供应商办理

停止派驻促销人员手续。

d)因违反纪律，被本公司辞退者，不得再进入本公司属下的任何门店进行促销。

**第三篇：浅谈促销员工作**

1、促销员的工作意义及目的促销，从定义上理解促销即促进销售，引导消费者正确购买。促销员是在零售终端通过现场服务来引导顾客购买、促进产品销售的人员。她是计划经济向市场经济转型过程中出现的一个产物。改革开放以后，生产力的提高社会物资由以前的短缺变丰富，人们生活水平大幅提高的同时人们也希望得到更好的服务。由于经济和物质的高速发展而出现更激烈的市场竞争，进一步导致产品价格大幅下降，人们的购买力度更大；因此，人们对物质的追求就由原来量的转变而变成质的改变，同时由量到质的转变也促进了商业网络的发展，大量销售阵地的出现也需要大量促销队伍的存在和发展。

从特定性质上讲，促销员工作是完成整个销售工作的重要环节，是实现商品与货币交换的最终过程，马克思曾形象地把这一过程称之为“商品惊险的一跳”，促销员正是实现这一跳的关键人物。在销售过程中，促销员也是顾客能接触到的唯一企业人员，顾客在没深入了解产品之前，他对企业的感知直接来自于促销员给他的感觉和印象。促销员良好的服务可以为企业培养大批忠诚的顾客，并且可以培育潜在的市场，因为促销员良好的服务可以得到以下三点回报：

顾客重复购买、顾客相关购买、顾客推荐购买

著名的销售数字法则：1：8：25：1，即感动1名顾客，可以间接影响8名顾客，并使25名顾客产生购买意向。由此可见向顾客提供优质的产品和满意的服务是每一位促销员的重要职责。

2、促销员代表的两个利益层；

促销工作是促销员在终端卖场销售产品时面对面地与顾客交流来完成的，在顾客眼中她们良好的言行举止就是着企业形象的缩影。对企业而言促销员也是流动的活广告，在卖场但销员可以更直接地与消费者交流，向消费者宣传企业和产品，传递企业文化和经营理念；另一方面促销员又将消费者的意见、建议等信息传达反馈给企业。因此可以说是促销员提高了单一产品的附加值。

促销员是在充分了解自己所销售的产品的特性、试用方法、用途、功能及价值的基础上，适时地为顾客提供服务、建议和帮助，顾客获取正确的购买即节约了消费者的购买成本（金钱成本、时间成本、效率成本）从而实现消费者利益最大化。

3、促销员商场公共关系

现代营销学中所提到的“公共关系”是终端管理中最为特殊问题，在《决胜终端》一书中提到“良好的客情关系不是最重要的，但是必不可少的“。作为一名促销人员如何协助业务人员做好商场客情关系并扮演好长期维护者这一角色是日常工作的重中之重。

客情关系是什么？是商家对厂家经营意识认同度、广告支持、款项保证、货源保证、窜货保证、价格稳定、销售质量、政策执行、产品首推等综合元素的表现。经过促销员和业务员良好客情关系的成功建立，商家会对厂家销售管理、公司的理念、产品的信心以及对终端业务员个人的好感转化为对产品热爱，而将产品作为他的第一推荐产品。这就是客情关系所达到的最终目的。

4、商场公关的目标对象八种人

验货员、收货员、仓管员、理货员、柜组长、卖场主管、财务人员、采购主管

5、商场公共关系8注意

（1）、营业员永远是“第一”顾客；

（2）、营业员是顾客眼里的“专家”（25％的客户选择营业员的介绍）；

（3）、敬业精神和良好的言行规范是基础；

（4）、友好热情善于沟通是“桥梁”；

（5）、竞争对手也可以成为朋友；

（6）、赠送小礼品与真诚的笑容一样重要；

（7）、建立诚信总给你意想不到的收获；；

（8）、诚恳、优良的服务是关键；

6、良好客情关系“永远，容易”

（1）、永远将你的展区陈列在第一位置；

（2）、永远是你的产品出样率最多、最齐；

（3）、永远将你的货源保持的最充足；

（4）、永远按你的要求不窜货更不拖欠你的货款；

（5）、永远喜欢在你的产品上动脑筋、搞活动；

（6）、容易接受你的销售建议；

（7）、容易极积销售公司新推出的新产品；

（8）、容易谅解你的疏忽和过失；

（9）、容易接受你在店内外张贴广告P0P；

（10）、容易配合促销员的店面促销活动；

最终，容易永远乐意与你合作。这会使促销员在那里感到轻松、愉快。长此下去，他会信任促销员、信任公司、信任公司的产品，而促销员也为自己创造了一个身心愉快的工作环境。

7、促销员商场公共关系三字经

做弱者，求同情；宁做傻，勿做精；说好话，要中听；他人言，仔细听；送礼物，要精心；多奉献，少索取。

一、产品推销概论

计划经济时代推销者象一头拉磨的驴，拉着企业的破车（质量不一定好）跑；商品经济时代推销者象一匹马拉着皇帝龙撵（质量相对好）却易“马失前蹄”；市场经济时代推销者就象一辆加满油的法拉利（质量已不是问题），一不小心就会跑破了胎。

计划经济时代的中国问起什么是推销?常听人这么说，最高明的推销者是向乞丐推销防盗门、向和尚推销生发精、向秃子推销梳子、向瞎子推销灯炮的人。持这种观点的人认为，所谓推销，就是卖东西，即推与销的核心问题，就是卖出产品，赚取利润。这种认知，把产品销售出去看作是推销的唯一目标。而在现代营销学中，则把整个推销的过程从三个层面进行描述：自己（oneself）、观念(conception)、产品(product)。即先推销自己，再推销观念，最后推销产品。同时，现代营销学中又把产品的概念也分为三个层面进行描述：

产品的第一层为核心产品，是顾客真正追求购买的利益及需求如,空调制冷、微波炉加热。产品的第二层为形式产品，如质量、外观、样式等消费者看得见的有形利益。

产品的第三层是附加值，如赠品、送货、维修等，加起来等于顾客购买的利益总和。

往往促使消费者购买的根本原因并不一定是产品本身，而是产品提供的利益和价值。对于消费者来说购买产品是满足某种需求，因此促销员推销的是需求满足的一种方式，因而有人称促销员为“贩卖幸福的人”。

促销员推销工作是面对面交流的一个过程，在顾客接受商品前接受的首先是促销员人。在接受促销员之后应侧重强调产品的核心部分能给消费者带来的利益点，这也是成功推销的利益点。最后是商品本身的形式产品、附加产品。因此在整个推销流程和分三部分：推销促销员（气质、衣着、状态、礼仪„„）——推销产品利益功能（产品带去的方便、快捷、省时、省电„„）——推销形式产品、附加产品（价格、质量„„产品的价值所在）。

因此，现代推销概念中并不是就产品论产品„„

二．产品推销的分类和方式

在传统的流通领域产品营销分为四大促销工具：人员推销、销售促进、广告传播、公关销售四种手段。而促销工具的目标对象又分别面对：用户、经销商、销售人员；其中销售人员又分为 ：销售人员推销、服务人员推销、技术人员推销、高级负责人推销。

怎样的顾客（顾客属性）？ 购买何种商品（商品属性）？ 什么时候购买的（购买时间性）？与何物一齐购买（商品组合）？下次何时购买？会买什么（主动促销）？这是促销员是综述了技术人员、服务人员及销售人员三个角色功能后参预直接“直接行销”的一种。她的推销是有着一定的特性，她是以“个人行销”为重点的直接行销方式；也是在企业对目标消费群体细分之后并充分了解“目标顾客群”的购买特性，主动持续的对“目标顾客群”的“个别顾客”展开直接行销活动(促销、成交处理、运送、收款、服务、客户关系管理等)的一种。

三．顾客的定义及心理分析

顾客是什么 ？对促销员而言，顾客是全世界最重要的东西！顾客是商业链中最重要的环节； 顾客是我们的衣食父母，一切业绩与收入的来源；顾客是上帝；顾客至上；顾客永远是对的。因此：

1．情绪低落时要进行自我心理调节，以免使顾客不悦；

2．对自己不喜欢的顾客也要心存感激，否则你的言行会不自觉流露出你的反感；

3．当顾客不讲理时，要忍让，因为顾客永远是对的；

4．绝不要逞一时口舌之快得罪顾客，因为他们是我们的衣食父母，不是斗智斗勇的对象。切记：促销员的工作职责就是满足顾客的需要！

按照顾客心理学所述，我们把顾客的购买心理分为以下八种：

求廉型心理

对价格反应敏锐、讲究经济实惠，特别注重处理价、特价、价、降价等；对于这类顾客一要告诉他优惠是暂时的，促使他即时抢购。

求美型心理

这类顾客以女性居多，注外观、形态，对产品设计包装非常重视，购买往往由感情支配。导 购时应强调产品的外观造型、勾起她的想象力，调动其情绪。

理智型心理

这类顾客很理性、不盲目、细心认真、干脆固执，不受促销员推销影响。这时要注意语气，客观的立场向顾客介绍，找出顾客需求。

交际型心理

这类顾客购买产品时是：交际欲”需求，注重产品质量，认为便宜没好货。导购时，应强调品质对比差异，找出顾客需求和喜欢，突出产品个性。

新奇型心理

这类以年轻人居多，经济条件较好、对新事物感兴趣、追潮流欲望强。导购时应强调产品不同点，让其感觉产品的利益所在，燃起其猎奇之欲。

感情型心理

这类顾客容易受别人影响、缺乏主见。导购时应注意亲和力、注重态度、建立信任，多提供详细资料和数据，还可拿别人购买的产品来和他比较。

便利型心理

这类顾客要求购买方便为主要动机，其希望快速而讨厌繁琐，对这种顾客应提供更好的、更快的服务。

谨慎型心理

这类顾客比较谨慎、挑剔，对事物很敏感，这时要沉稳、耐心细致向其介绍，提供详细的 产品功能、信息、数据及售后服务等。

作为一名终端促销员，每天要接待各种各样的顾客，能否使他们高兴而来，满意而归，关键在于把握不同顾客的购买动机和心理特征，采用灵活多样的接待技巧，通过主动、良好的推销技术获取成功交易最大化的前题。

四．顾客的购买心理流程及5S原则

优秀的促销员把产品推销细分为三个点：即讲解有两个要点，行动要抓住一个点；产品有特点优点和利益点。促销员第一境界是讲解产品的基本功能和特点；第二境界是是能与竞争对手比优点；最高境界是讲解产品给顾客带来的舒适和利益点。前者是讲产品好，后者讲的是对你好；前者宣传的是卖点，后者宣传的是买点。把格式化的功能运用锤练成人性化的生活聊天，是促销员推销水平上的一个飞跃。作为一种耐用消费品，一般具有价值高，外观及功能变化多的特点，且与日常生活息息相关。顾客购买时一般较为慎重，从而形成有别于一般商品的购买模式。要创造满意忠实的顾客，重要的是了解顾客所想，在顾客购买的每个阶段过程中，都会有促销员的参与；因此，要了解每一阶段的顾客心理，对顾客的购买心理过程的剖析显得尤为重要：注意（看见）——兴趣（款式、型号、颜色、品牌）——联想（平面广告、宣传海报、户外广告、促销、陈列）——产生欲望（想用、想拥有）——比较（品质、价位、其它品牌、促销赠送）——确定（著名品牌、服务好、使用者多）——决定（购买）——评估（正视自己、说服他人）——（消费者购买过程心理变化示意流程）

另外我们所提的5S原则也是实现促销员与顾客达成快速、满意交易的黄金定律：

1、微笑（smile）微笑可体现感谢的心与心灵上的宽容，笑容可表现开朗、健康和体贴。

2．迅速（speed）以迅速的动作表现活力，不让顾客等待是服务的重要衡量标准。

3、诚恳（sincerity）以真诚的态度工作是导购代表的重要基本心态和为人处事的基本原则。

4、灵巧（smart）以灵巧、敏捷、优雅的身体语言来获得顾客的信赖。

5．研究（study）要时刻学习和熟练掌握商品知识，研究顾客心理以及接待与应对的技巧。

**第四篇：促销员工作心得体会**

促销员工作心得体会

促销员工作心得体会

在日常的销售过程中，我们销售员总会碰到这样那样的困惑：为什么顾客没有买?为什么顾客选择了其他门店买?为什么顾客买了，却是不理想的价格?这些问题，相信同事们每天都在亲身经历，感同身受。那么，怎样在才能让顾客买单?怎样在商品同质化竞争白热化的今天杀出一条血路，保持、扩大自己的市场份额?是我们公司和一线销售员必须认真思考认真对待的一个问题。本人掩卷沉思，总结数年一线销售的挫折成败、成功喜悦与大家一一分享，望能起到抛砖引玉、交流进步的效果

销售是一门科学，也是一种技术，它内非常深澳的道理，当然，销售也是较低门槛的，对从事这项工作的人员的学历要求不高，甚至于有些销售经理直说：“不论黑猫白猫，抓到老鼠的就是好猫!一语道销售以成绩论英雄的本质。是的，当物欲横流、急功近利的社会环境就是这样的赤裸裸，我们可以改变什么?我们只能去适应环境，只能用成绩去证明自己存在的价值。

我认为：对于销售，自信、态度、专业知识、技巧，一样都不可以少。

很难相信一个对自己都没有信心的销售员能做出很好的业绩，做人也一样，一定要有自信，相信自己，自己就是最伟大的销售员，每天都要默默的告诉自己：我是最棒的，我是最棒的!如果没有效果，跑到洗手间叫出来，握紧拳头大声的叫出来，这个时候你的潜意识已经告诉你自己是最棒的了，你的思想主宰你的行动，行动上你也就会是最棒的，还有一个就是不要给自己始

退路，定下一个目标，一个相信自己可以完成的目标，有足够勇气的话，告诉你的同事告诉你的店长：如果这个月你没有完成2万毛利你就去裸奔，我相信你会破釜沉舟置之死地而后生，相信自己，不要裸奔，那就只能完成任务。

一天美国总统克林顿和他的妻子开车去游玩，半路没有汽油了，于是到一个加油站加油，第一夫人惊讶的发现，自己曾经的初恋情人现在正在加油站做一个加油员，克林顿总统微笑着对他的妻子说;“要是你嫁给了他，你现在就不是总统在夫人了”第一夫人坚定的回答：“如果我嫁给了他，你现在就是不是总统了!”

我们不禁对这个这第一夫肃然起敬，是啊，人家当之无愧这个第一夫人，不会因为先生是一个总统，是世界上最强大国家的总统而感到自己只是陪衬，只是妻凭夫贵，而是强悍的认为军功章里也有她的一半。天啊，这就是自信的力量，这就是我们伟大的女性自立自强的体现，这就是软实力，也是人格魅力。

接下来我们要讲的是态度。

精神状态较为的简单，也就是指一个人健康的体魄、完整的五官，〈相信大家都有〉还有就是我们的休息是否充足，许多同事喜欢熬夜，我们常说的夜生活丰富，狂欢调高歌到凌晨两三点才冲凉睡觉，生物钟混乱身体得不到正常的休息，第二天就是接到很有意向买手机的客人，自己也成交不了，就算平时你是一个销售精英，但是顾客看到两眼无神一边说话一边打哈欠的你，也会受到你的负面影响，购买欲望全无，避之恐不及了。人与人之间都是会相互影响的，我们销售员就是要去感染别人，用自己的满腔热情、激情去带动、感动顾客，临门一脚引导顾客下定决心实现购买行为。所以，一个销售员的阳光饱满的 精神状态，富有激情，抑扬顿挫，铿锵有力的演讲对于一线销售是很重要的。心理状态是指一个人的内心世界对人、事、物的或消极或积极的看法，也就是心态，许多销售界的前辈都把心态看得很重要，是的心态决定一切，除了要有饱满的精神之外，心态就是我们的内功了，内功越深厚，成交就越高同一件事，想开了就是天堂，想不开就是地狱!

你的心态是你真正的主人，要么你去驾驭生命，要么是生命驾驭你。一位他艺术家说：“你不可能延长生命的长度，但你可以扩展他的宽度，你不能以改变天气，但是你可以改变自己的心情。

积极的心态让人快乐进取，消极的心态则让人沮丧，你认为你是什么样的人你就是什么样的人。

我们是卖手机的，对于手机的功能一定要熟悉一定要精通。在日常的工作中经常发现有很多同事连诺基亚手机的盒子都不会装，手机电池也不会分，像诺基亚，有相当部分同事都不知道有4c，5c的电池，你把4c的电池装到5c的手机里面是可以用，但是你把5c的电池装到4c的手机里面是不可以用的，把4c的电池装到5c里面卖了之后就等于是少了一个电池，造成分摊，这个经常发生。许多新入职的同事总是迫不及待的问我应该怎么卖机，当然想卖机是好事，但是你连一些基本功都没有掌握，就让我去教你销售技巧，那样只会富害了你自己，只会导致实际销售过程中手忙脚、丢三落

四、漏洞百出，让顾客认为我们不够专业，购买欲望大打折扣，就算到最后给你买了手机，价钱也是可想而知了。为什么我们的万能充可以卖到15块，而且总是卖到断货?别人卖5块钱一个却总是卖不出去?为什么外面士多店的啤酒元一支还是660ml的，但是太阳城可以卖到15块，15块还是330ml的，份量少一半，价格贵几倍，却有很多消费者愿意买单，这就是专业和业余的巨大差别，我们花了巨大的投资在门店装修、铺位选址、加盟费上就早给顾客一种品牌效应，一种专业形象，把产品的利益最大化，想不到到最后因为店员的不够专业而让一切付诸一溃，实在是让人懊恼。

所以我真的很希望名位同事要苦练基本功，像拆装后盖电池、装内存卡、找盒子这些最基本的工作要做到精通熟练，不要临时抱佛脚，一会儿又去找人问怎么拆后盖，一会儿又说找不到内存卡在哪里插，这样会让顾客对你对公司失去信任，直接导致顾客流失。

促销员工作心得体会

作为一名即将毕业的大学生，参加实习是很有必要的。在学校的组织安排下，我来到了一家手机城实习，实习岗位是手机促销员，这对我来说是有一定挑战的工作，但是我并不会退缩，这对我来说是一次宝贵的机会，我要在实习中证明自己的能力，在实习中积累社会经验，为将来正式走向工作岗位奠定坚实的基础。

实习刚开始的时候，指导老师只是要我看着他是如何开始促销的，从中吸取经验，差不多九点的时候，来了一个客人，我见指导老师马上就喜迎上去，热情主动的询问客人需要什么类型的手，要什么品牌，什么价位，什么功能等等。客人简单的回答了后，指导老师就从他提供的消息中开始筛选，推荐出了几款适合客人的手机，然后帮客人分析哪个更好，最后客人很满意的买好手机走了，我看到整个促销过程都很流程，对指导老师的应对措施也感到钦佩，可见指导老师对每个手机都很了解，不然他不可能这么快的筛选出适合客人的手机。指导老师告诉我，在面对客人的时候要自信，更要有礼貌，要给客人做出最适合的推荐，而不是为了自己能获得更高的利润而推荐高价的不适合客人的手机，我听取了指导老师的意见，耐心信心的观察指导老师是如何促销的，从中吸取了很多的经验。在熟悉了整个促销过程后，指导老师终于让我上手工作了，这让我有点兴奋的同时又带着些紧张。

我在手机促销员实习期间，有些客人一眼就看出了我是个实习生，这让我有点尴尬，我问他们怎么看出来的，他们说这是眼光问题，经历多了看什么都准了，后来我才知道，他们是看我没有什么经验，就猜到我是个实习生了，这让我有点难过，在以后的实习生活中更加努力的学习了，了解了所有手机的情况，在面对客人的咨询时能做出最好的推荐了。通过我的不断努力，我的促销成绩是最好的，在手机促销实习中我也以我的优秀表现征服了各位领导和同事，他们对我实习期间的表现给予了肯定，对我的实习成绩感到很满意，我这才觉得自己的付出得到了回报，手机促销员实习让我这个大学生成长了很多，学会了很多为人处事的道理，是一次受益匪浅的实习经历。促销员工作心得体会

我首先感谢领导、同事们的信任和支持，给我这次上台演讲的机会!本着学习，进步，锻炼和提高的目的才有勇气站上这个演讲台，同时，也非常愿意接受领导和同事们对我提出中肯的宝贵意见，以便在工作中更正和更好的发挥我的工作绩效能力。

我发言的题目是：努力工作，争做优秀手机促销员。我是去年十月份加入我们俊业促销队伍中的，半年多时间以来，从一个手机销售的门外汉成为现在基本能胜任本职工作的促销员，为此我付出了很多的努力，也得到了很多领导和老员工们提供的经验心得，作为一名一线的手机促销员，我的体会主要有以下几个方面： 首先，要热爱本职工作，培养自己对工作的兴趣。想我刚参加这项工作之前从未接触过手机销售，刚开始时也只会用我自己的功能简单的手机，对于新销售的各种型号手机脑子里一片空白，然而我知道，要胜任这项工作，首先要培养对这项工作的兴趣，我从与各种顾客打交道开始入手，看着每天柜台前来来往往、高矮胖瘦、黑白美丑各不相同的顾客，强迫自己，主动和他们聊天，不管他们买不买。

渐渐地，我发现这项工作其实很有意思，和顾客聊天其实是一销售技巧,通过聊天,让一些具有潜在购买欲望的顾客，把潜在的购买欲望变成实际的购买行为。特别是卖出一台机器后，那种快感，那种成就感，使人非常兴奋，通过有意识的培养自己，我对工作的兴趣日益浓厚。其次，要学习销售技巧和业务知识，增强自己的工作能力。要作一名合格的手机促销员，必须要学习一定的销售技巧和业务知识，不断增强自己的工作能力。学习销售技巧，一是学会微笑服务，增加自己对顾客的亲和力。二是要学会耐心说服，说服顾客买你的机器。三是要学会主动和顾客聊天，不但要进行介绍机器性能的聊天，还要和顾客聊一些促销以外的话题，总的目的是让顾客认可你，信任你，购买你介绍的手机。

说真的我觉得我很幸运，也很幸福，感谢我们公司把我派在俊业，也感谢俊业各位的领导，把我分在我们的辣椒E店，更感谢我们的壮哥，给我诸多的支持与教导，每当销售我与顾客们说起我们俊业的时候，顾客们都说就是冲着俊业这个名字来的，俊业的手机我放心，这个时候我感到很自豪，以俊业为自豪，因为俊业是最棒的。

想我刚来的时候，我们老辣椒的象征是一只会跳舞的大象，很惊天，很动地。

**第五篇：促销员工作职责**

嘉信通久久手机连锁 终端促销员工作职责

一、产品宣传：

1、通过在卖场与消费者的交流向消费者宣传公司经营产品和本公司企业形象、提高产品知名度。

2、在卖场派发本公司经营产品的各种宣传资料和促销品。

3、利用各种销售和服务技巧提高消费者的购买欲望，实现更多的销售。

二、产品陈列：

做好卖场产品陈列和物料维护工作，保持产品与促销品的标准化陈列和整洁。（详细内容见终端规范手册）

三、收集信息：

促销员要利用直接在药店和顾客、竞品打交道的有利条件，多方面收集并向公司反馈信息：

1、了解顾客对产品的期望和建议，妥善地处理顾客异议，并及时上报。

2、收集竞争产品价格和市场活动信息，及时上报。

3、收集卖场对公司产品的要求和建议，及时上报，建立并保持与卖场良好的客情关系，获得最佳的宣传地段和促销时间支持。

4、了解卖场的销售、库存情况和补货要求并及时上报。

四、建立客情：

导购员要做好销售的同时带动卖场的自营人员和服务人员做好本公司产品的销售，要做到：

1、介绍：向自营人员介绍自己的公司和产品信息，让他们在了解情况的基础上做好销售。

2、示范：导购员可进行销售示范，教会自营人员如何销售自己的产品。

3、联络：与自营人员沟通感情，以激励其销售积极性。卖场有演示人员的应与演示人员处理好关系。

对终端促销员的纪律要求

1、购导员上下班时间根据各卖场上下班情况而定，不得无故迟到早退，发现一次罚款10元。

2、事、病假应上报，无故旷工一天罚款20元，累计三天者按自动辞职处理。

3、宣传资料和非卖品短缺时应及时上报，严禁出现产品卖断货现象，促销员应提前一周预警，如果是导购员自身造成的断货一天罚款20元。

4、导购员在促销过程中坚决禁止与顾客发生争吵，态度恶劣者立即辞退。另外在日常工作中坚决禁止与店里人员有任何冲突，态度恶劣者立即辞退。如有此情况要第一时间通知推广主管。

5、填写赠品登记表，做好赠品登记。

6、导购员必须参加公司组织的卖场促销活动。收到通知而未参加者每次罚款50元。

7、专职导购员无故不参加公司例会者，一次罚款50元，两次罚款150元，三次取消当月底薪。

8、专职导购员严禁兼职，如发现兼职促销非竞品，处罚500元并扣除本月提成；如发现兼职促销竞品者，处罚1000元并扣除当月提成，同时作自动离职处理。对终端促销员的分配考核

嘉信通久久手机连锁

9．如果有任何突发事件发生，要第一时间通知推广主管，如果是导购员自身的原因造成坚决

促销员管理

一、薪资

基本工资600元，提成为5%，为公平起鉴，全省促销员将统一薪资标准，统一办理工资卡，每月25日统一发放工资。

二、激励

每月每个店都会有相应的销售任务，且有超额完成奖，超50%：100元、超100%：200元（以所在商场为单位）。

新的导购员管理制度将继续严格优胜劣汰制度，每月销量前3卖场的导购员将会获得额外奖励50元/人（这与每月基本任务超额奖励不冲突），连续3个月销量最后1名的导购员将被淘汰。

三、考勤：

工作时间按所在零售店规定的时间执行，公司将不定期抽查。如发现迟到一次扣10元，早退一次扣20元，旷工一次扣50元。若月累计迟到三次、早退两次、旷工一次，将被辞退。

四、调休：

每周可调休一天（周六、日除外）。调休需提前一天告知我公司相关人员。如遇特殊情况，也可电话告知，但事后需补调休单。否则，将视为旷工。

五、请假：

请假需提前一天请假，经店里及公司的主管同意后方可休息。不提前请假或未经允许便休息将视为旷工。

六、例会;

每周二上午九点半为例会时间,不准迟到,有事需提前一天请假, 如遇特殊情况，及时通告知推广主管。否则，将视为旷工。

七、培训

公司将根据市场发展的需要，每月至少一次集中培训，以不断提升各位导购员的市场见识及促销水平，八、工作职责

1、终端形象维护（包括样机摆放、海报粘贴、单页发放、柜台美陈等），公司将不定期抽查，如发现不符合要求的地方（又不能说明原因），除责令当即改正以外，还将视情节进行处罚20元；对于累犯，将从重处罚100元。

2、终端销量统计上报。每周日晚五点前以短信向推广主管上报周销售明细（包括零售总量、竞品销售额）；如果晚报或漏报的将不视为本月销售，即为0，也不做为计算工资的依据。

3、;做好赠品登记。

市场在变化，我们的管理制度也会根据市场的变化适时作出调整，以有效促进销售。同时，也欢迎大家多提宝贵意见。如遇调整，公司将会至少提前一个月以书面形式通知大家。

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