

# 销售工作心得分享(精选15篇)

培训心得是对参加培训活动后的收获和感悟进行总结和归纳的一种书面表达方式。[范文2]

## 销售工作心得分享篇一

首先，我想从自己做为一名普通的销售人员在跟进客户方面应具备的心得说起，也许我们在很多时候也会常说以下几点，问题是在于能将它投入到真正的行动去的人太少，所以有个很简单的事实，成功的是少数人。因为他们都是始终如一的去做，将它变成一种习惯。

心得一：主动才是积极-----相信只有主动出击的人，才会有成功的机会。

在我开始刚做为一位销售员的时候，我每次见完客人之后，一旦被客户推拒我或同事问我为什么没有签成单，我有个恶习就是会对大家解释说：“我不会…，因为…….，我的计划没完成，因为…”我总是在找借口，在抱怨。但我从未意识到给自己找借口的同时，我已经变得相当的消极了。一旦陷入这种自己挖好的心理陷阱中，有时候自然而然的怨天尤人，相应而来的就是许多你认为很倒霉的事在你身上发生，其时祸根就是你自己。说起我的转变也很有意思，那段时间我正在收看电视剧《少年英雄方世玉》，它的主题曲中的一句歌词给了我很大的启发，“要让人生更加漂亮，要努力才能有运”。从此“要努力才能有运”深深的刻入我的脑海中。每当我低落的时候，我都会暗暗给自己鼓劲，我坚信一点，只要有付出，就一定会有回报的。我开始以很积极的心态来对待客户，肯学着动脑去想方法跟进客人，事实证明一种结果，我比以前成功了许多。

做为一个销售人员，我们的时间有限的，我们不可能对那些

点头认同服务的客户都觉得有希望，而在一个月的时间里个个不放过，从而浪费了大量的时间在那些因客观原因非要置后合作的客户身上。但你可以应用你空闲的时间来打电话，想一些方法来探探风，来决定客户的急迫层次。这就是我在上段中所提到的，见完一次客户后，首要的事是进行“客户急迫性的分类”，从而在中间找到一些重中之重的客户。何谓重中之重的客户呢？一般认为有以下几种条件：1. 见的是老板，2. 老板是真得较为清楚我们是做什么服务的，3. 有较大的认同感(最好是在沟通中，他自己曾很清楚的说过我们服务中他认同的部分)4. 有给一个较近期的承诺(当然这点是需要我们在见第一次时，就有进行逼单，才可能获取的)5. 别忘了为自己下次上来提早留下一个借口(诸如：送计划书，送资料，有时间顺路拜会他，回去申请优惠让他等你的答付等等借口，能编则编，目地只为一个下次方便上来)

在整个的销售过程中，最忌晦的是让客户觉得我们是处在一种销售方的位置上。买和卖天生就是一种对立统一体，问题在于买卖的过程中，做为我们销售方如何因势力导，往统一方向行进，重要的是让客户觉得我们在他的位置上一直为他着想。我觉得在这个问题上，我们要直面它，有时可以通过言语直接告诉我们的客户，我们做为一个公司的销售人员，我们一定会站在他，公司与自身的角度，去力求三者利益达到一种平衡(这样对客户直说有时很容易让客人觉得我们坦诚，因为他们最惧怕是一些不诚恳的人)，让你的客户加深对你的信任度，为自己下一步的跟进工作铺平路子。而且这样贴心的话，要记住常在客户面前找合适的机会，一而再，再而三的说，加深他对你的感知度。让他喜欢上你。那你也就快将成功了。当然，我说得是你必须真得发自内心的诚意对待你的客户，尽可能设身处地帮他想。别忘了，假的永远装不成真的，永远别把你的客人当傻瓜，要不然你就将铸成大错。(很简单，他们能做老板，能有位子，一定有其过人之处)，我们与他们至始至终，永远是平等互利的，因为我们是真得来帮他做生意的，帮他赚钱来了。

在进行完与客户和第一次亲密接触后，我们一定会碰到许多客人因不理解，误解产生诸多问题而将我们拒之门外的事。也会因一些老客户用了我们的服务后，因很多主客观的原因，不愿同我们继续合作下去。当遇到这样的一些障碍时，我们不能先去抱怨客户，他不够理解我们。事实上我们是有可能挽回这些客户的，虽然达不到百分之百的成功率，但我们经过一些方式的努力后，事实证明我们将大多数的客户，争取回来了。如何先理解客户呢？那我们必须先要进行区分对待，对于新接触而抗拒的客人来说，关键在于别太在意他说什么，甚至可以认为他们这只是一种托辞罢了（别忘了，客户他的思想也会随时在变的，永远没有一成不变的客户）。我们只需记得持续不定期的将我们公司最好的事物，分阶段通过e-mail□贺年卡，传真，电话等沟通方式告诉他，是行之有效的办法（当然这份工作，你除了自己做一部分外，你也可以通过你的助手或其他部门的同事要求协助，这样你的精力就可以分担出来）。而你的这批客户，有一天你在打电话给他们时，你会很惊奇的发现客人的态度来了个大转变，哦，机会来了！

我相信一点，一个人的能力总是有限的。在近两年的销售工作中，我发现一个很有感触的事。就是我的很多签约的合同，之所以能成，很多时候是因为我接纳了上司，同事的意见和点子，灵活的应用。当有时的确需要上司和同事的帮助的时候，我会借助他们的力量，合力去完成一笔生意。认知自己的限制，珍视人的差异性，互补不足，并懂得感谢帮助你的同事，互相交流各自所拥有的丰富经验尤为重要。

心得七：不断更新，不断超越———不断成长，蓄势待发

锯用久了会变钝，只有重新磨后，才会锋利再现。我们做为一个销售人员，如果不懂得随时提升自己，有一天我们也将从旧日所谓的辉煌中跌入低谷。对于我们来说及时的汲取新知识原素相当重要，除了书本外，我认为在工作中，用心去学是相当重要的，我们能从客户那儿学来丰富的产品，外贸

知识(我习惯到客人那边后，不管他有没有可能近期成为我们的客户，我都会花点时间，与他交谈。从而学到点他们行业的知识，下次我可以用在与他相类似的客户身上，日积月累，我们也会成为各行各业的行家)那时谈此类客户，我们多了一样至胜的利器。我们也可以从同行那边学到知识，那样才能“知彼知己，百战不殆”，在竞争中，让自己处在一个有利的位置。我们要不断的超越自己，紧记一句话，不要与你的同事去比较长短，那样只会令你利欲熏心，而让自己精力涣散。与自己比赛吧，你在不断超越自己的同时，很可能你已经超越他人，而你是没在任何恶性压力下，轻松达到一个顶峰。

希望我的这七点心得体会，能给大家带来些实质性的帮助，也期望能有机会分享到你们的经验！

## 销售工作心得分享篇二

20x 年的到来意味着，新的起点，新的开始。

1，提高自己的专业知识，让自己的专业视野变得更加开阔些，向身边的同事学习，多参加公司组织的培训；提高自己的销售技能；销售意识：加强 p 类品种的销售，对每月下发的 p 类明细单要认真的查找。对毛利高的品种种类要全，避免有断货的情况发生。

5、积极的实干精神：药店营业员，每天面临着很多难题，很容易出现沮丧的心情，所以保持良好心态至关重要。须知，成功不仅靠过硬的本领、良好的态度或者人脉和机遇，有坚持和不服输的心态，更重要的是随时保持积极的态度对待周围的事物，保持一颗朝气蓬勃的心，遇事不气馁，永远坚信，紧要关头不放弃，绝望就是希望。

7、团结向上：借一句名言：“团结一致，同心同德，任何强大的敌人，任何困难的环境，都会向我们投降。”三人省力，

四人更轻松，众人团结紧，百事能成功。

以上是我20x年的工作总结及今后的工作目标。

20x年过去了这一年是充满着机遇与挑战的一年，日常工作中的每一件小事都蕴藏着快乐与幸福，只要我们用快乐的心去体会，用幸福的眼去看待。什么困难和挫折都不会难倒我们的。过去的一年在领导的悉心关怀和指导下，通过我们自身的不懈努力，在工作上取得了一定的成果，但也存在了诸多不足，需要继续改正！

## 销售工作心得分享篇三

自从20\_年x月x日中山市荣德汽车销售服务有限公司开业之日起，我就融入了这个大家庭！一开始我司销售部和售后部加起来共计不到20人的团队发展到如今汽车专业4s销售服务有限公司。虽然公司也经历了无数波折，也存在着这样或者那样的问题，不过我们都尽量的去解决了。

至今我已在公司整整工作了两年时间，也让我在公司从任职销售助理成长为如今成熟的、有自信的销售主管。这两年里，在领导们的关心及支持下，还有同事们的帮助和配合下，才有了今天的我，所以我要衷心的感谢：谢谢！能够参加今天的述职我倍感荣幸，同时更希望大家能给我一个站在更高起点向前迈进的机会。

### 一、展厅经理职责与管理能力

#### (一)展厅经理的职责

- 1、管理销售活动，促使完成销售目标。
- 2、领导执行销售过程中顾客满意度的标准。

- 3、管理所有展厅环境及其活动。
- 4、要致力于销售部的盈利。
- 5、主要监督销售部全体职员。

## (二)展厅经理的自我定位

1、展厅经理应有的心态就是：从“被管”到“管人”。从顶尖的销售员到未顶尖的干部。我们要做到：执行、监督、辅导、分析、改善等基本原则。

## (三)展厅经理管理的项目

### 1、展厅内外的环境

展厅外地面的整洁，客户停车区有足够的车位，所有户外标识保持清洁并处于完好状态。展厅内入口处地垫清洁并处于完好状态，展厅地面保持清洁，展厅内外墙面及玻璃的清洁，音响的音量要适度，避免造成不舒适的感觉。

### 2、值班人员与接待人员的安排

工作时间内，所有销售部的人员，都必须着byd规定的制服，佩戴工牌及byd标志，保持仪容仪表的整洁。所有的销售员行为举止必须要表现出专业化。所有的销售员不得在展厅内抽烟，吃零食等。若有发现此习惯重罚。在前台接待时，所有人员都必须主动喊“欢迎光临”！无论是正副班组，接待前台一定要保持两位以上的销售接待人员，同时接待台要保持整洁，并且销售人员不能聚集在前台聊天或与做工作无关的事。

### 3、展厅车辆的陈列

展厅内所有的展示车辆必须经过pdi检测。展示车辆必须要保

持清洁，无灰尘，无手印。轮胎必须使用轮胎蜡□byd轮胎标志处于水平位置，展示车辆内的座椅不可保留塑料胶套，同时要铺上byd专用地毯。展车前后必须悬挂byd车辆型号或是中山荣德。车辆配置信息及车辆价格必须陈列在规定的展示架上。所有的展车要保持有电有油的状态。还有试乘试驾车内部或是外部必须整洁干净，要有足够的燃油，必须每天检查车辆使用状况。

#### 4、洽谈区

洽谈区要有一定的私密性，合理布置座椅与洽谈桌或物品的摆放，洽谈业务完时，要及时清理烟灰缸内的烟头或是使用过的水杯。

#### 5、卫生间

卫生间的地面要清洁，并且要保持无异味，并配有纸巾，干手纸，洗手台要无积水，镜面要清洁，废纸篓要及时清倒，保持清洁。

### (四)展厅经理的5s现场管理

- 1、整理：将不要的东西立即处理。
- 2、整顿：功能性的放置原则，产生良好的工作环境与工作效率。
- 3、清扫：找出脏乱的根源并彻底清除，已建立清洁干净的工作环境。
- 4、清洁：建立“目视管理系统”维持有效的工作环境。
- 5、素养：一定要培养成良好的工作环境。

(五)作为展厅经理，我能够认真执行职责，团结带领销售部全体人员。在总体的工作思路指引下，在销售部各位经理的正确领导下，我会积极进取、扎实地工作，努力去完成公司下达的计划目标任务。

## 二、工作的团结与配合

一个人的力量是微不足道的，要想在工作上取得成绩，就必须成为一个整体，才能开展工作的新局面。在工作上，我会努力支持及配合其他各部门的工作，为其他同事的工作创造良好的氛围和环境。相互尊重，相互配合，相互支持，相互关心，相互快乐。是我们公司的宗旨。

## 三、以身作则

公司的各项制度在不断完善，但是，更需要人去认真执行。各种制度、各种规定不能光说不执行。在实际工作中，员工看管理者。作为一名中层管理者，我深知自己的一言一行就是很多同事们行为的标尺。为此，在任何行动上，我会坚持“要求别人做到的，自己会首先做到。”严格遵守公司内部的各项制度和规定，绝不带头违反。

## 四、总结

我也清楚地知道我身上存在的缺点和不足的地方。我会在今后的工作中努力加以改正，努力提高自身素质，大力提高管理水平，以适应新形势要求，在工作中不断创新，引导所有销售员把精力集中到本职工作上来，把心思凝聚到当做自己的事业，去努力的工作，来完成销售任务，促进公司发展做出自己应有的贡献，同时更希望大家对我今后的工作给予支持和配合。



## 销售工作心得分享篇四

销售学习技巧，才能做得更好。在别人眼里，做销售工作的人都是能说会道，只管把产品卖出去，而不管顾客感受的。但是，是不是呢？下面是本站为大家带来的销售学习心得体会，希望可以帮助大家。

这次深圳之旅，发现自己见识了很多，也学到了很多，感触很深。无论是生活还是工作都觉得自己收获不少。总结如下：

第一：先处理心情，再处理事情。

记得感到深圳的时候，怀着满腔的热情，尤其是当感受到了深圳快节奏的生活之后自己更是有一种强烈想加入其中的欲望。但是，现实的落差很快让我心里如陷入冰川。首先是去找实习单位，每每递上简历，公司的招聘人员都不约而同地一再声明不找实习生。更令我吃惊的是，应聘心中向往已久的文员工作同样遭遇冷眼，什么大学生应聘文员，一点进取心都没有，浪费父母的血汗钱之类的话语犹如当头一棒。后来自己静静细想了很久，觉得还是先找个销售工作做着吧。就这样，我的实习工作开始了。

在开始的几天，我的心情很差，觉得自己是个堂堂正正的本科大学生，怎么就跟这些高中生、中专生一起工作呢。就是怀着这种心里，我的工作积极性和主动性大减，更别说工作有什么成绩了。

后来有一天，人力资源部的人找我去公司谈话，说店铺反应我的情况不是很好，叫我提高警惕，如果还是保持原样的话，就另谋高就。并且他们也给我换了一个店铺，希望我在新环境里能够有新的进步。回去之后，我也想了很久，自己现在也没有毕业，也只能算个高中文凭，找实习也是碰了一鼻子的灰，与其这样抱怨，还不入安安心心工作，这样何乐而不

为呢。

就这样，我怀着积极的心态来到新的店铺，并且我也暗暗发誓，一定要有所为，不能让别人瞧不起。我每天都会为自己加油，并且时时刻刻保持好心情，把每次接待顾客都当作是展现自己的机会。就这样，我发现自己不久就爱上了这份工作，不仅与同事的关系密切，而且销售业绩也迅速等到公司上级的认可。所以，还是那句话，先处理心情，再处理事情。

在别人眼里，做销售工作的人都是能说会道，只管把产品卖出去，而不管顾客感受的。但是，我想说如前所述的话，那么这样的销售可以说是一次新买卖。我们要的是永久长远的客户关系，我们要的是想方设法接待回头客，这就要靠智商和情商的珠联璧合了。

每次，当顾客进店，我都会上下打量一番，不是看顾客富不富裕，而是仔细观察顾客的衣着风格，以便开展销售工作。当顾客决定买下某款上衣时，先别急着开单，而是接着向顾客推荐其他的，比如与上衣搭配的裤装及鞋子，充分利用自己所学的消费者心理学及各种其他的理论辅助销售工作，这是你会发现意外的收获。

除此之外，心到也是必须的要领。记得有一次来了一个顾客，我急忙迎了上去说：“您就是上个月买了两件衣服的那个顾客，我记得您，欢迎再次光临”

同时我拿出她上次买的那两款衣服样板在手上。她先是一顿诧异，接着说：“我太佩服你的记忆力了，每天到店里买东西的人上百，多亏你还记得我，好今天我想买一条裤子，就找你帮我选了。”虽然这只是我工作中的一个场景，对顾客来说也是最微小不过的事情了，但是我们充分体会到了别人对我工作的肯定，同时自己也收益良多。其实，这个普通事情却蕴含了不普通的道理，相信大家都听说过马斯洛的五层需要理论，对于生理安全初级的需求，能来这样高档商场的

消费者早就满足了，而他们追求的是一种自我实现的需要，他们需要的是一种被尊重的快感。而我的一句话正好让她感觉到自己的价值所在，这也与各商场建立顾客档案，为顾客开通会员卡有异曲同工之妙。

总之，成功隐藏在点滴之中，有待我们用脑去发掘。

作为一名销售业务员，通过在与他人相处和交往的过程中，学习到了不少东西。今天有幸列出来与大家共同分享，共同进步。

首先推销前的准备、计划工作，决不可疏忽轻视，有备而来才能胜券在握。准备好推销工具、开场白、该问的问题、该说的话、以及可能的回答。对与公司产品有关的资料、说明书、广告等，均必须努力研讨、熟记，同时要收集竞争对手的广告、宣传资料、说明书等，加以研究、分析，以便做到知己知彼，如此才能真正知己知彼。采取相应对策。推销完全是常识的运用，但只有将这些为实践所证实的观念运用在积极者身上，才能产生效果。

强烈的第一印象的重要规则是帮助人们感到自己的重要。热情面对工作——让每一次推销的感觉都是：这是最棒的一次。跟经销商打交道，“利益是永恒的主题”，你能为他创造持久的利润，你的价值才会被他肯定，他才会心存感激。当你所做的工作对他有意义的时候，你的权力也才会显示出来。这种权力的大小，取决于他对你的依赖程度，对你的依赖越大，你的权力即控制力就越强。

在一线工作时，总有不少人抱怨：公司的产品有问题、市场竞争太激烈、竞争对手又有了好的政策和推广活动、自己公司的人不配合工作、促销品没有到、公司宣传车安排不过来等等。面对工作中的这些客观情况，我们是等、靠、要，还是在既有条件下主动出击把工作做到最好呢？托辞有千万个，但我们要永远坚持“不为失败找借口，只为成功找方法”的

信条。

一个人到了年老的时候，又穷又苦，那并不是那个人以前做错了什么，而是他什么都没有做。

在取得一鸣惊人的成绩之前，必先做好枯燥乏味的准备工作。

销售代表必须多读些有关经济、销售方面的书籍、杂志，尤其必须每天阅读报纸，了解国家、社会消息、新闻大事，拜访客户日才，这往往是最好的话题，且不致孤陋寡闻、见识浅薄。

在成为一个优秀的销售代表之前，你要成为一个优秀的调查员。你必须去发现、去追踪、去调查，直到摸准客户的一切，使他们成为你的好明友为止。

“有经历没阅历”是对很多做业务时间长却进步缓慢的业务员的评价。个人对事物的认识不在于时间的长短而在于他对事物本质和规律把握的速度和程度。

首先，做业务一定要有“悟”性。悟是一种能力，是对事物发展规律、人性、做业务的内在规律等的准确把握，它也是学习能力、观察能力、思考能力、领会能力、判断能力的综合体现。具体对业务人员而言，就是在没有人教你的情况下也要能明白工作中为人、处事的规则，况且在从事业务中，很多潜规则更是没有人会去教你的。正如习武一样，拳师只能把招式传给你，不能把他的功夫传你。培训也一样，最奥妙的东西不是从言传身教中来的，要靠意会与体悟，能做到举一反三、推陈出新。

“悟”对于刚进入市场的人特别重要，你的悟性决定了你适应新环境的能力，也决定了你是否能尽快独立操作市场。公司培训到的要深深体会，没有培训到的或不适合培训但在工作中又必须使用的内容，则要靠自己去体悟了。

做业务要学会“琢磨”，也就是要学会思考。行走市场第一线，会遇到很多新情况、新问题，如何有效发现问题并找到解决问题的切入点，就需要去琢磨。

作为一名业务员，尤其是一名优秀的业务人员，必须是一名全能医生，不仅要学会诊脉即发现市场问题，更要学会提供治疗方案即能解决市场问题；不仅要发现问题的表象，更要看到表象后面的利益本质；不仅要解决问题本身，更要解决问题的根源。实际工作中，公司提供的资源往往有限，在条件一定的情况下，就需要把个人的主观能动性发挥到极致，要学会独立思考、综合判断、做出结论。特别是与经销商打交道，是斗智斗勇的过程，你一定要想得比对方多而且远。

做业务要有适当的霸气，那就是“该怎么办就怎么办”，不要瞻前顾后。该怎么办，即我们的工作要符合市场规律、公司战略和当地实际；就怎么办，就是要坚决执行，当你认为这样做是正确时，就应义无反顾地坚持和执行。“霸气”的前提，是作为一名公司的业务人员，始终要站在“公司利益高于一切”、“公司荣誉比个人得失更重要”的立场去思考和解决问题。在方法上，不饮鸩止渴，不杀鸡取卵，一切从实际出发，实事求是地处理问题，要把销量和市场建设有机统一起来；在执行上，要求做到、做好。作为一个片区的业务员，就有权力和责任把自己片区的工作做好，不受他人干扰；同时，要有充足的理由去说服上级领导接受我们的建议，把我们个人的思想上升为公司的意志。再者，要求经销商执行的必须不折不扣，事关品牌在本区域发展的原则问题，业务员不应该含糊和妥协。另外，在与各个方面的沟通中，业务人员要有良好的口头和书面表达能力。铸霸气，体现在原则问题上的坚定和策略上的灵活相统一，不卑不亢，说到做到。

做业务，要始终明白“等待永远没有结果”，在现实工作过程中，条件总是有限的。一位摩托车行业龙头企业的总裁曾讲到：公司的产品质量最好、价格最便宜、服务最好，就不需要再去招聘业务员了，只要点钞机和搬运工就可以了。

在一线工作时，总有不少人抱怨：公司的产品有问题、市场竞争太激烈、竞争对手又有了好的政策和推广活动、自己公司的人不配合工作、促销品没有到、公司宣传车安排不过来等等。面对工作中的这些客观情况，我们是等、靠、要，还是在既有条件下主动出击把工作做到最好呢？托辞有千万个，但我们要永远坚持“不为失败找借口，只为成功找方法”的信条。

做业务要有“我的地盘我做主”、敢于承担责任的勇气和能力。每个业务员都有自己的片区，在自己管理的片区，不应该事事都去找经理。作为一个片区的负责人，要有管理和经营好自己片区的责任，不断提高独立操作能力，而能否承担责任也是一个业务员成熟与否的重要标志。业务员不仅是一个商人，更要是一个企业家，像对待自己的孩子一样去呵护和培育品牌在自己辖区的健康成长。做出自我风采。

在现实中，经销商的需求是无限的，而每个公司能提供的资源却是有限的，这是我们工作中都会面临的问题。这就要求业务人员要有良好的判断能力，知道经销商的哪些要求是真正的需要，哪些是假象，不要经销商一开口就答应对方的条件。业务人员应该把对经销商的支持更多地放在智力上，给他们提供战略、战术，而不应该总是用物质支持的方式。要让经销商把眼睛盯在市场上，而不是盯在厂家是否还有什么政策和返利上。我们要帮助经销商去跑市场，帮助他们成长，变输血为造血，让他们在我们的智力支持中不断获得成功。“众人拾柴火焰高”。在做具体工作时，要学会整合资源，要争取到领导的帮助、经销商的认同、内勤和售后的支持，这样工作起来效率会更高，也不会感觉那么累。

创建“盈利模式”和进行“顾问式营销”是业务员的两把利剑。为所辖片区的经销商建立持久的盈利模式、为企业品牌在所辖片区不断提升市场价值、为所辖片区的用户不断提供优质的售后服务并提高用户的品牌忠诚度、不断提升自己的综合竞争能力，形成多方共赢的局面，这是我们工作的目标。

在工作中，作为业务员，既要让领导放心，也要让经销商舒心，更要让客户开心，同时也要给自己带来成长与成功的快乐。只有这样，我们才能创造感动和喜悦，才能处处受欢迎。

全面发展超越自我，是个人由量变到质变的过程。通过对自己各个方面的磨砺，使我们的综合素质得到提高，逐步从纯粹的销售人员向营销管理者甚至自己创业的方向发展，实现个人价值的最大化。所以，我们要留心学习管理、财务、培训、策划和人力资源管理等方面的知识，逐渐实现从熟悉自身产品的低级阶段，到全面了解其他企业产品进而了解行业发展的高级阶段转变，大能掌控全局，小能诊疗细微。严格要求自己，全面发展自己，才能在工作岗位上不断实现超越，做到最出色。

对于一个人来说，无论从事什么职业，“悟性”对于自身的成功都有着非同寻常的意义。任何一个人都不会怀疑拿破仑在军事上的“悟性”；任何一个人也不会否认“悟性”对爱因斯坦的影响；同样，没有一个人怀疑李嘉诚对市场的“悟性”；也没有一个人否认是孙宏斌超强的市场悟性成就了地产界的顺驰帝国。作为社会经济领域最活跃的营销人员，市场悟性的高低更是决定其成败的关键。悟性高的人往往可以适时地抓住机会，创造出不菲的利润或价值；而悟性低的人不仅在不断地失去机会，而且往往是赔了夫人又折兵，成为商业战争中的失败者。

我在工作中，总会用足够的理由去说服经销商跟着我走，用详尽的事实说服直接领导支持我的工作，必要时更是邀请他亲自出面打配合。特别是做促销活动时，更是“集中优势力量，形成轰动效应”，这除了前期准备外，各个方面的支持非常重要，业务员要提高自己的领导能力和协调能力。

研究历史与战争，古为今用，锻炼自己争强好胜的性格。

如果一个人打算从事营销事业，就不要把它当成一种工作，

而要当成一种有趣的游戏，一种实现自身价值的手段，要从市场搏击中，商海战争中寻找胜利的快感。然后变兴趣为嗜好。唯有此，你才能时刻充满激情与发展的动力，不断地挖掘自己的潜力。然“营销无定式”，成功的方式同样多种多样。

要想成为一名市场悟性超强的营销人员，除了掌握正确的方式之外，还要有不怕挫折、不怕失败的精神，在遭遇挫折失败时，不要气馁，总结经验和教训，并迅速转化为自己的知识和财富。

销售行业是很锻炼人的一类行业，如果你正徘徊在就业大门外，那么，请不要犹豫，和我们一起走进销售，走进美好的明天。

你的今天一定会震撼你的明天！

首先，我想从自己做为一名普通的销售人员在跟进客户方面应具备的心得说起，也许我们在很多时候也会常说以下几点，问题是在于能将它投入到真正的行动去的人太少，所以有个很简单的事实，成功的是少数人。因为他们都是始终如一的去做，将它变成一种习惯。

在我开始刚做为一位销售员的时候，我每次见完客人之后，一旦被客户推拒我或同事问我为什么没有签成单，我有个恶习就是会对大家解释说：“我不会…，因为…….，我的计划没完成，因为…”我总是在找借口，在抱怨。但我从未意识到给自己找借口的同时，我已经变得相当的消极了。一旦陷入这种自己挖好的心理陷阱中，有时候自然而然的怨天忧人，相应而来的就是许多你认为很倒霉的事在你身上发生，其时祸根就是你自己。说起我的转变也很有意思，那段时间我正在收看电视剧《少年英雄方世玉》，它的主题曲中的一句歌词给了我很大的启发，“要让人生更加漂亮，要努力才能有运”。从此“要努力才能有运”深深的刻入我的脑海中。



每当我低落的时候，我都会暗暗给自己鼓劲，我坚信一点，只要有付出，就一定会有回报的。我开始以很积极的心态来对待客户，肯学着动脑去想方法跟进客人，事实证明一种结果，我比以前成功了许多。

在我们已经开始处于一种积极向上的心理状态下，为了避免一种盲目性的积极，也可以说是一种没有方向性，往往是事倍功半，得不偿失。

在我做为一个新的销售人员时，我始终一开始，就把开单做为一种首要目标，而不会去不切实际去幻想要如何的一鸣惊人。如果这样，很可能最后把自己逼入到一个自己设定的心理死角中去。而你真正的潜力却得不到发挥，因为你一开始就为自己选择了一条极其难行的路，还没轮到你发挥的时候，你已经精疲力竭了。我赞成循序渐进的方式，当然你得给自己设定一个时间表，这样你才会有压力。

在对待自己的业绩上，我会为自己每个月的目标或每一阶段的目标设好一个较易完成的量，当然是以前期高点为目标，哪怕在这个月我是增长了几块钱的销售额，我也会觉得我在增长中，因为是这样，我一直保持着一种乐观的态度去对待工作。在客户跟进方面，我理解一点是，我现阶段不可能一次签约的客户，我就开始筹划如何进行下一次的跟进，当然我是首先进行客户急迫性的分类。可能我定的目标是在第二次的接触中，让那些在第一次接触中只认同我们服务少的客户，多认同我两点服务内容而以，因为这是我在第一次中，所判定的一些可容易再次切入的点。我相信一次又一次的认同，将带来我最终的成功。这只是一个简单的例子。事实上我们需要在客户的跟进方面做一些阶段性地评估以及持续修正及改良。但最重要的是有方法的坚持。

做为一个销售人员，我们的时间有限的，我们不可能对那些点头认同服务的客户都觉得有希望，而在一个月的时间里个个不放过，从而浪费了大量的时间在那些因客观原因非要置

后合作的客户身上。但你可以应用你空闲的时间来打打电话，想一些方法来探探风，来决定客户的急迫层次。这就是我在上段中所提到的，见完一次客户后，首要的事是进行“客户急迫性的分类”，从而在中间找到一些重中之重的客户。何谓重中之重的客户呢？一般认为有以下几种条件：1. 见的是老板，2. 老板是真得较为清楚我们是做什么服务的，3. 有较大的认同感(最好是在沟通中，他自己曾很清楚的说过我们服务中他认同的部分)4. 有给一个较近期的承诺(当然这点是需要我们在见第一次时，就有进行逼单，才可能获取的)5. 别忘了为自己下次上来提早留下一个借口(诸如：送计划书，送资料，有时间顺路拜会他，回去申请优惠让他等你的答付等等借口，能编则编，目地只为一个下次方便上来)。

在整个的销售过程中，最忌晦的是让客户觉得我们是处在一种销售方的位置上。买和卖天生就是一种对立统一体，问题在于买卖的过程中，做为我们销售方如何因势力导，往统一方向行进，重要的是让客户觉得我们在他的位置上一直为他着想。我觉得在这个问题上，我们要直面它，有时可以通过言语直接告诉我们的客户，我们做为一个公司的销售人员，我们一定会站在他，公司与自身的角度，去力求三者利益达到一种平衡(这样对客户直说有时很容易让客人觉得我们坦诚，因为他们最惧怕是一些不诚恳的人)，让你的客户加深对你的信任度，为自己下一步的跟进工作铺平路子。而且这样贴心的话，要记住常在客户面前找合适的机会，一而再，再而三的说，加深他对你的感知度。让他喜欢上你。那你也就会快成功了。当然，我说得是你必须真得发自内心的诚意对待你的客户，尽可能设身处地帮他想。别忘了，假的永远装不成真的，永远别把你的客人当傻瓜，要不然你就将铸成大错。(很简单，他们能做老板，能有位子，一定有其过人之处)，我们与他们至始至终，永远是平等互利的，因为我们真得来帮他做生意的，帮他赚钱来了。

在进行完与客户和第一次亲密接触后，我们一定会碰到许多客人因不理解，误解产生诸多问题 而将我们拒之门外的事。

也会因一些老客户用了我们的服务后，因很多主客观的原因，不愿同我们继续合作下去。当遇到这样的一些障碍时，我们不能先去抱怨客户，他不够理解我们。事实上我们是有可能挽回这些客户的，虽然达不到百分之百的成功率，但我们经过一些方式的努力后，事实证明我们将大多数的客户，争取回来了。如何先理解客户呢？那我们必须先要进行区分对待，对于新接触而抗拒的客人来说，关键在于别太在意他说什么，甚至可以认为他们这只是一种托辞罢了（别忘了，客户他的思想也会随时在变的，永远没有一成不变的客户）。我们只需记得持续不定期的将我们公司最好的事物，分阶段通过e-mail□贺年卡，传真，电话等沟通方式告诉他，是行之有效的办法（当然这份工作，你除了自己做一部分外，你也可以通过你的助手或其他部门的同事要求协助，这样你的精力就可以分担出来）。而你的这批客户，有一天你在打电话给他们时，你会很惊奇的发现客人的态度来了个大转变，哦，机会来了！

我相信一点，一个人的能力总是有限的。在近两年的销售工作中，我发现一个很有感触的事。就是我的很多签约的合同，之所以能成，很多时候是因为我接纳了上司，同事的意见和点子，灵活的应用。当有时的确需要上司和同事的帮助的时候，我会借助他们的力量，合力去完成一笔生意。认知自己的限制，珍视人的差异性，互补不足，并懂得感谢帮助你的同事，互相交流各自所拥有的丰富经验尤为重要。

锯用久了会变钝，只有重新磨后，才会锋利再现。我们做为一个销售人员，如果不懂得随时提升自己，有一天我们也将从旧日所谓的辉煌中跌入低谷。对于我们来说及时的汲取新知识原素相当重要，除了书本外，我认为在工作中，用心去学是相当重要的，我们能从客户那儿学来丰富的产品，外贸知识（我习惯到客人那边后，不管他有没有可能近期成为我们的客户，我都会花点时间，与他交谈。从而学到点他们行业的知识，下次我可以用在与他相类似的客户身上，日积月累，我们也会成为各行各业的行家）那时谈此类客户，我们多了一样至胜的利器。我们也可以从同行那边学到知识，那样才

能“知彼知己，百战不殆”，在竞争中，让自己处在一个有利的位置。我们要不断的超越自己，紧记一句话，不要与你的同事去比较长短，那样只会令你利欲熏心，而让自己精力涣散。与自己比赛吧，你在不断超越自己的同时，很可能你已经超越他人，而你是没在任何恶性压力下，轻松达到一个顶峰。

希望我的这心得体会，能给大家带来些实质性的帮助，也期望能有机会分享到你们的经验!销售人员太辛苦了!

## 销售工作心得分享篇五

时光如梭!转眼间我来到x连锁健康药房有限公司工作已经10各月的时间了。在这10个月的时间里，自己学习到了很多有关药品销售的知识。为了更好地完成工作，总结经验，扬长避短，提高自己的专业知识和销售技能，现将工作情况总结以及20x年工作计划汇报如下：

### 一、工作汇报

自20x年3月12日工作以来，我认真完成工作，努力学习，积极思考，工作能力逐步提高。

在投入到新的工作岗位后，我也开始了新的工作——药店销售。这项工作使自己掌握了很多药品专业知识。。所以，我在实际工作中，时时严格要求自己，做到谨小慎微。

此外，火车跑的快还靠车头带，由于是新的工作，无论从销售能力，还是从思想上都存在许多的不足，在这些方面我都得到了公司领导、部门领导及本部门的老员工的正确引导和帮助，使我的工作能力提高，方向明确，态度端正。我相信对我的未来发展打下了良好的基础。

## 二、工作感想

踏入新的工作岗位后，经过三个月的锻炼，使自己对这份工作有了更多更深的认识。对于工作或者说事业，每个人都有不同的认识和感受，我也一样。对我而言，我通常会从两个角度去把握自己的思想脉络。

首先是心态，套用米卢的一句话“态度决定一切”。有了正确的态度，才能运用正确的方法，找到正确的方向，进而取得正确的结果。具体而言，我对工作的态度就是选择自己喜爱的，然后为自己的所爱尽自己最大的努力。我一直认为工作不该是一个任务或者负担，应该是一种乐趣，是一种享受，而只有你对它产生兴趣，彻底的爱上它，你才能充分的体会到其中的快乐。我相信我会在对这一业务的努力探索和发现中找到我工作的乐趣，也才能毫无保留的为它尽我最大的力量。可以说，懂得享受工作，才懂得如何成功，期间来不得半点勉强。

其次，是能力问题，又可以分成专业能力和基本能力。对这一问题的认识我可以用一个简单的例子说明：以一只骆驼来讲，专业能力决定了它能够在沙漠的环境里生存，而基本能力，包括适应度、坚忍度、天性的警觉等，决定了它能在沙漠的环境里生存多久。具体到人，专业能力决定了你适合于某种工作，基本能力，包括自信力，协作能力，承担责任的能力，冒险精神，以及发展潜力等，将直接决定工作的生命力。个在事业上成功的人，必是两种能力能够很好地协调发展和运作的人。

## 销售工作心得分享篇六

逝去的是青涩，赢来的是苦涩；漫漫飞雪诉说着年关迈进，  
犹那江水已去不复，以锐不可挡之势席卷而来——备战，  
在路上！

## 一、销售概况

20x年x地区实现销售x万;其中主力品牌□x牌子x万、x牌子x万;较20x年x增幅x%□x增幅x%;与20x年相比整体持平的主要因素是x□x等整体萎缩，另x国x□x库存的转代销冲抵销售等。

1、市场竞争白热化□20x年是冰洗行业竞争急速白热化的一年，也是洗牌元年;各厂家纷纷跳水，一二线品牌亦是;直接导致三四线品牌生存压力加剧;例如□x的部分型号利润空间可达到x余元，而且零售价位并不高。

2、促销活动拉升年□20x年是“惠民”年，各种富有创意、吸引力的促销活动方案收获了大量销售;搞活动生，搞有创意、与政府关联的活动更是活的无比滋润;不搞活动就死，而且死的很惨;例如□x通过与x合作，一场活动销售x冰箱x余台□x洗衣机x余台!

3、渠道变革加速□20x年渠道变革迅速加速，县级卖场、连锁巨头纷纷植入乡镇市场;通过各种模式进行掌控，虽然哪一种模式能够持续生存，我们拭目以待;但确实确实给我们代理商提出了一个全新的课题;例如：我们的x市场x□x区域连锁模式□x县家电协会的成立。

4、核心店品牌主推：通过观察我司品牌、及竞品的销售，我们可以发现核心店的建设非常重要，形成核心店品牌主推，销售立竿见影;例如□x冰箱通过x一场“惠民”活动销售就达到我司一年在该地区的销量□x冰箱在x20x年的销量将近x万。

## 二、内部思考

1、团队建设：团队建设我首要讨论的是“统一思想”只有思想统一、认识一致，才有资格讲执行力;而执行力的原则就是：用有执行力的人;思想统一、具有执行力和销售激情的团队才

是有战斗力的团队，才可以做大做强三四线品牌；我们可以借鉴参考一下x的销售团队！

2、规则优化：规则的力量是一种隐性的力量，自古就是规则定方圆；我们所期望的任何高端愿望，总是依靠规则来实现的；规则优化我想讨论的是必须明确各个岗位：业务、内勤、行政、财务、仓管物流、各级领导的权、责、利；应避免多头领导、权责不明，利用经济手段直接考量各岗各职，调动员工主观能动性，使其全力以赴解码、达成公司高端愿望、实现销售；建立签字责任制非常有必要，谁签字谁就要承担责任；同时我们也要优化行业规则，参与直至制定行业规则，这是一项长期工作；但，一定要有意识的去关注、去引领，这方面我觉得x是所有子公司的榜样！

3、品牌架构：针对x这样一个年轻的公司来说，品牌架构还远远没有完成，合资品牌、规模化品牌是目前比较急需的；长期来看，想要在x这片土壤上生根发芽务必形成高、中、低的冰洗格局，才可以在行业中掌握话语权，成为行业规则制定者；此后才有资格有能力引进其他品相，形成规模化运营；成为x地区家电行业中一颗璀璨的明珠。

4、应对措施：市场白热化表明充满着机遇，同时极具挑战；随着洗牌的开始，接下来就是撕牌，我们能否成为幸存者，就看我们所采取的措施！应该来说我们目前手中掌握的品牌生存优势还是相当明显的，因为与我们合作的厂家都有着自身不可替代的优势，都处于品牌上升期，只要我们有效挖掘并放大我们的优势，通过我们团队全力以赴的耕耘，机会远大于挑战！

具体来说，运用好会议营销及时抢占客户的资金和仓位是第一步；其次，用有力的促销手段跟进消化渠道库存，抢占市场份额，形成良性循环，活动务必多搞尤其针对核心网点核心卖场；再三，务必确保经销商的合理利润，使其有利可图；第

四，针对部分市场渠道变革加速的特点，首先稳住阵脚，因为所有的模式仅仅是一种探索，并不一定适合市场，我们应了解并消除渠道经销商心中的困惑、顾虑，寻找时机不应放弃和消极对待。

## 销售工作心得分享篇七

作为一名销售业务员，通过在与他人相处和交往的过程中，学习到了不少东西。今天有幸列出来与大家共同分享，共同进步。

首先推销前的准备、计划工作，决不可疏忽轻视，有备而来才能胜券在握。准备好推销工具、开场白、该问的问题、该说的话、以及可能的回答。对与公司产品有关的资料、说明书、广告等，均必须努力研讨、熟记，同时要收集竞争对手的广告、宣传资料、说明书等，加以研究、分析，以便做到知己知彼，如此才能真正知己知彼。采取相应对策。推销完全是常识的运用，但只有将这些为实践所证实的观念运用在积极者身上，才能产生效果。

强烈的第一印象的重要规则是帮助人们感到自己的重要。热情面对工作——让每一次推销的感觉都是：这是最棒的一次。跟经销商打交道，“利益是永恒的主题”，你能为他创造持久的利润，你的价值才会被他肯定，他才会心存感激。当你所做的工作对他有意义的时候，你的权力也才会显示出来。这种权力的大小，取决于他对你的依赖程度，对你的依赖越大，你的权力即控制力就越强。

在一线工作时，总有不少人抱怨：公司的产品有问题、市场竞争太激烈、竞争对手又有了好的政策和推广活动、自己公司的人不配合工作、促销品没有到、公司宣传车安排不过来等等。面对工作中的这些客观情况，我们是等、靠、要，还是在既有条件下主动出击把工作做到最好呢？托辞有千万个，但我们要永远坚持“不为失败找借口，只为成功找方法”的



信条。

一个人到了年老的时候，又穷又苦，那并不是那个人以前做错了什么，而是他什么都没有做。

在取得一鸣惊人的成绩之前，必先做好枯燥乏味的准备工作。

销售代表必须多读些有关经济、销售方面的书籍、杂志，尤其必须每天阅读报纸，了解国家、社会消息、新闻大事，拜访客户日才，这往往是最好的话题，且不致孤陋寡闻、见识浅薄。

在成为一个优秀的销售代表之前，你要成为一个优秀的调查员。你必须去发现、去追踪、去调查，直到摸准客户的一切，使他们成为你的好明友为止。

“有经历没阅历”是对很多做业务时间长却进步缓慢的业务员的评价。个人对事物的认识不在于时间的长短而在于他对事物本质和规律把握的速度和程度。

首先，做业务一定要有“悟”性。悟是一种能力，是对事物发展规律、人性、做业务的内在规律等的准确把握，它也是学习能力、观察能力、思考能力、领会能力、判断能力的综合体现。具体对业务人员而言，就是在没有人教你的情况下也要能明白工作中为人、处事的规则，况且在从事业务中，很多潜规则更是没有人会去教你的。正如习武一样，拳师只能把招式传给你，不能把他的功夫传你。培训也一样，最奥妙的东西不是从言传身教中来的，要靠意会与体悟，能做到举一反三、推陈出新。

“悟”对于刚进入市场的人特别重要，你的悟性决定了你适应新环境的能力，也决定了你是否能尽快独立操作市场。公司培训到的要深深体会，没有培训到的或不适合培训但在工作中又必须使用的内容，则要靠自己去体悟了。

做业务要学会“琢磨”，也就是要学会思考。行走市场第一线，会遇到很多新情况、新问题，如何有效发现问题并找到解决问题的切入点，就需要去琢磨。

作为一名业务员，尤其是一名优秀的业务人员，必须是一名全能医生，不仅要学会诊脉即发现市场问题，更要学会提供治疗方案即能解决市场问题；不仅要发现问题的表象，更要看到表象后面的利益本质；不仅要解决问题本身，更要解决问题的根源。实际工作中，公司提供的资源往往有限，在条件一定的情况下，就需要把个人的主观能动性发挥到极致，要学会独立思考、综合判断、做出结论。特别是与经销商打交道，是斗智斗勇的过程，你一定要想得比对方多而且远。

做业务要有适当的霸气，那就是“该怎么办就怎么办”，不要瞻前顾后。该怎么办，即我们的工作要符合市场规律、公司战略和当地实际；就怎么办，就是要坚决执行，当你认为这样做是正确时，就应义无反顾地坚持和执行。“霸气”的前提，是作为一名公司的业务人员，始终要站在“公司利益高于一切”、“公司荣誉比个人得失更重要”的立场去思考和解决问题。在方法上，不饮鸩止渴，不杀鸡取卵，一切从实际出发，实事求是地处理问题，要把销量和市场建设有机统一起来；在执行上，要求做到、做好。作为一个片区的业务员，就有权力和责任把自己片区的工作做好，不受他人干扰；同时，要有充足的理由去说服上级领导接受我们的建议，把我们个人的思想上升为公司的意志。再者，要求经销商执行的必须不折不扣，事关品牌在本区域发展的原则问题，业务员不应该含糊和妥协。另外，在与各个方面的沟通中，业务人员要有良好的口头和书面表达能力。铸霸气，体现在原则问题上的坚定和策略上的灵活相统一，不卑不亢，说到做到。

做业务，要始终明白“等待永远没有结果”，在现实工作过程中，条件总是有限的。一位摩托车行业龙头企业的总裁曾讲到：公司的产品质量最好、价格最便宜、服务最好，就不需要再去招聘业务员了，只要点钞机和搬运工就可以了。

在一线工作时，总有不少人抱怨：公司的产品有问题、市场竞争太激烈、竞争对手又有了好的政策和推广活动、自己公司的人不配合工作、促销品没有到、公司宣传车安排不过来等等。面对工作中的这些客观情况，我们是等、靠、要，还是在既有条件下主动出击把工作做到最好呢？托辞有千万个，但我们要永远坚持“不为失败找借口，只为成功找方法”的信条。

做业务要有“我的地盘我做主”、敢于承担责任的勇气和能力。每个业务员都有自己的片区，在自己管理的片区，不应该事事都去找经理。作为一个片区的负责人，要有管理和经营好自己片区的责任，不断提高独立操作能力，而能否承担责任也是一个业务员成熟与否的重要标志。业务员不仅是一个商人，更要是一个企业家，像对待自己的孩子一样去呵护和培育品牌在自己辖区的健康成长。做出自我风采。

在现实中，经销商的需求是无限的，而每个公司能提供的资源却是有限的，这是我们工作中都会面临的问题。这就要求业务人员要有良好的判断能力，知道经销商的哪些要求是真正的需要，哪些是假象，不要经销商一开口就答应对方的条件。业务人员应该把对经销商的支持更多地放在智力上，给他们提供战略、战术，而不应该总是用物质支持的方式。要让经销商把眼睛盯在市场上，而不是盯在厂家是否还有什么政策和返利上。我们要帮助经销商去跑市场，帮助他们成长，变输血为造血，让他们在我们的智力支持中不断获得成功。“众人拾柴火焰高”。在做具体工作时，要学会整合资源，要争取到领导的帮助、经销商的认同、内勤和售后的支持，这样工作起来效率会更高，也不会感觉那么累。

创建“盈利模式”和进行“顾问式营销”是业务员的两把利剑。为所辖片区的经销商建立持久的盈利模式、为企业品牌在所辖片区不断提升市场价值、为所辖片区的用户不断提供优质的售后服务并提高用户的品牌忠诚度、不断提升自己的综合竞争能力，形成多方共赢的局面，这是我们工作的目标。

在工作中，作为业务员，既要让领导放心，也要让经销商舒心，更要让客户开心，同时也要给自己带来成长与成功的快乐。只有这样，我们才能创造感动和喜悦，才能处处受欢迎。

全面发展超越自我，是个人由量变到质变的过程。通过对自己各个方面的磨砺，使我们的综合素质得到提高，逐步从纯粹的销售人员向营销管理者甚至自己创业的方向发展，实现个人价值的最大化。所以，我们要留心学习管理、财务、培训、策划和人力资源管理等方面的知识，逐渐实现从熟悉自身产品的低级阶段，到全面了解其他企业产品进而了解行业发展的高级阶段转变，大能掌控全局，小能诊疗细微。严格要求自己，全面发展自己，才能在工作岗位上不断实现超越，做到最出色。

对于一个人来说，无论从事什么职业，“悟性”对于自身的成功都有着非同寻常的意义。任何一个人都不会怀疑拿破仑在军事上的“悟性”；任何一个人也不会否认“悟性”对爱因斯坦的影响；同样，没有一个人怀疑李嘉诚对市场的“悟性”；也没有一个人否认是孙宏斌超强的市场悟性成就了地产界的顺驰帝国。作为社会经济领域最活跃的营销人员，市场悟性的高低更是决定其成败的关键。悟性高的人往往可以适时地抓住机会，创造出不菲的利润或价值；而悟性低的人不仅在不断地失去机会，而且往往是赔了夫人又折兵，成为商业战争中的失败者。

我在工作中，总会用足够的理由去说服经销商跟着我走，用详尽的事实说服直接领导支持我的工作，必要时更是邀请他亲自出面打配合。特别是做促销活动时，更是“集中优势力量，形成轰动效应”，这除了前期准备外，各个方面的支持非常重要，业务员要提高自己的领导能力和协调能力。

研究历史与战争，古为今用，锻炼自己争强好胜的性格。

如果一个人打算从事营销事业，就不要把它当成一种工作，

而要当成一种有趣的游戏，一种实现自身价值的手段，要从市场搏击中，商海战争中寻找胜利的快感。然后变兴趣为嗜好。唯有此，你才能时刻充满激情与发展的动力，不断地挖掘自己的潜力。然“营销无定式”，成功的方式同样多种多样。

要想成为一名市场悟性超强的营销人员，除了掌握正确的方式之外，还要有不怕挫折、不怕失败的精神，在遭遇挫折失败时，不要气馁，总结经验和教训，并迅速转化为自己的知识和财富。

销售行业是很锻炼人的一类行业，如果你正徘徊在就业大门外，那么，请不要犹豫，和我们一起走进销售，走进美好的明天。

你的今天一定会震撼你的明天！

## 销售工作心得分享篇八

回顾20x年整个高低压配电柜产品销售市场竞争激烈，销售工作中同时也存在着一定的难度和问题。为了更好的提高工作效率，不断学习新的销售技巧和方法，努力完成公司下达的任务。现对工作中的几个主要问题的解决方法总结如下：

一、欠款回收难度大，回收不急时资金占用严重。

产品销售的结束以货款回收为标志，回收决定着利润。然而目前我们的产品存在资金拖欠现象十分严重，要实现货款的回笼并有效地催讨拖欠货款，除分析造成拖欠的原因之外，还必须实施有效的控制方法。

1、在采取催款工作前先弄清造成拖欠的原因。是疏忽还是对产品不满，是资金紧张还是故意，针对不同的情况采取不同的收款策略。

3、当机立断，及时中止供货，特别是针对客户“不供货就不再付款”的威胁，否则只会越陷越深。

4、收款时间至关重要。很多企业喜欢年终讨账，孰不知年终往往是企业资金最为紧张的时候，清欠成功率低。应加强日常的清欠，时间拖得越长，就越难收回。有专家研究表明，收款的难易程度取决于账龄而不是账款金额。

5、采取渐进的收款程序。当赊销款在赊销期后仍不能收回，就应转入收款程序。通常先发催款信或打电话；如果不能奏效则应派人收款；最后是诉诸法律。

二、有些项目盯不死，细节处不到位。

很多项目我们有了信息，跟进过程中且出现问题让同行占了优势中了标。在这种工作环节出现的问题我们还将要加强客户跟踪的方法和力度。

具体来说，有以下细节和注意事项。

1、主动联系客户。跟踪客户，遵循的原则是“主动”联系客户，而不是“被动”的等待客户的召唤。

我们在以后的项目跟踪当中不到最后一刻决不能失去信心，要积极跟进积极沟通。一方面表达出了我们的诚意和服务姿态，尊重和重视客户；另一方面也便于我们随时了解客户的真实需求，掌握商业合作的进度，做到有条不紊、未雨绸缪。

2、坚持与客户的沟通和联系。跟踪客户，是全方位的、多形式的跟踪客户，不管是电话、短信，还是邮件等等；总之，要利用各种不同形式的信息沟通渠道来交流。

以上是我20x年的年终总结，在20x年工作中，在这一年里我们要更加要求自己，提高业务知识和客户、公司员工要有良

好的沟通，有团队意识，多交流、多探讨，不断增强业务技能，本着公司的销售蒸蒸日上，提高客户满意度，同时提高我们个人收入，让我们共同努力，强化质量提高服务，积极争取完成销售任务。

## 销售工作心得分享篇九

本人于x年x月调入x公司任综合办公室主任□x年x月至今任销售管理部经理。现就x年上半年工作简要报告如下：

x年，随着x公司的运转正常□x区的销售工作面临着巨大的压力，如何将猛增的产能迅速的投放到市场，是摆在销售工作者面前的重大课题。我深知肩上的重担，我通过认真详细的摸底，确立了“内部夯实管理、外部开拓市场、控制应收账款”的工作思路，细化管理，完善制度，改进流程，开拓市场，加强监控，较好的完成了上半年的销售工作。上半年共完成销量x万吨；各品种水泥综合单价为x元/吨，相比预算x7元/吨，降低了x元/吨；应收账款余额x万元(减去关联方欠款，余额x万元)。

### 一、内部夯产管理

应该说，原来销售部的内部管理是较为混乱的，职责不清，制度不全，业务流程存在较大的漏洞，执行力不强等等。我针对以上情况，制订了《销售合同管理办法》、《销售价格管理办法》、《应收账款管理办法》、《陈欠款管理办法》、《绩效考核管理办法》、《超发管理规定》等等，细化管理，完善流程，起到了较好的作用。另外，通过对执行力的考核，加大奖罚力度，使规章制度能够行之有效的、不折不扣的得以执行。

### 二、外部开拓市场

由于x公司在x年完全释放产能以及x和x二线的相继开工，使我的公司的产能猛增，这就给销售部带来莫大的挑战。不断扩大的产能虽给我们在销量方面带来巨大的压力，但更重要的是让我们有了掌控并引领市场的信心和动力。

要求各办事处建立《现有客户、潜在客户动态表》、《竞争对手动态表》，使我们能够及时掌握市场，为决策提供依据；根据市场动态，随时调整符合市场状况的营销政策；密切关注客户动态，确保现有客户不流失；加强市场信息、客户资源的调研，全力开发新客户，上半年共新增客户x个，合计销量x万吨；要求各办事处加强市场调研、竞争对手调研工作，及时了解市场信息。

### 三、控制应收账款

首先，根据《信用风险管理办法》对客户进行分级，筛选优质客户，适当给予信用额度，从根源上防止呆死账的发生。

其次通过制订相关规定以及加强绩效考核，使上半年应收账款得到有效的控制。根据不同账龄，采取不同的策略，并且责任到人，措施有效，使异常的应收账款得到及时的预警并解决。

### 四、下半年计划

上半年，由于雪灾、地震影响，销量、价格、回款均没有完成预算，故此，如何扩大销量、提高价格、控制回款是下半年工作的重点。扩大销量方面，对各办事处的开发人员设定任务量，加大开发力度。提高价格方面，加强与竞争对手的沟通，对价格实施联动，努力完成预算价格。控制回款方面，加强信用管理，实施客户分级。

x年对于我来讲是学习的一年，随着公司新增产能不断扩大，x年将是充满挑战的一年，我将带领部门同仁按照公司领导制



定的整体战略思想，变压力为动力，发挥团结协作能力，强化工作流程，做好销售工作中的每一项环节，为我公司的可持续发展贡献自己的力量！

## 销售工作心得分享篇十

在学习了，电话营销的过程中我才发觉做销售的最主要是怎么样跟客户沟通，当你拿起电话想要打电话给客户的时候，你首先有没有想过要跟客户说些什么？客户才会跟你继续说下去，而且还会问你很多的问题，才会相信你从而永远变成你的忠实客户，并且是依赖性的客户。

在打电话中最能看的出一个人的品质，一个人内心的世界，在打电话中你可以表露的明明白白，无论你平时怎样掩饰。那么，我们所拨打的每一通电话当中，是不是要给对方的一种温馨的感觉呢，或者是亲切的友好，你的良好的形象和公司的形象都会在电话当中传达给对方。我知道在市场竞争日趋激烈的今天，学习电话营销的同学，深切地感受到电话营销工作难做。尤其是在与客户沟通受阻后，如何做好客户思想工作，努力争取客户最终选择我们公司的产品，我觉得其中存在一个沟通的技巧。下面是电话营销的几点心得体会。

### 1、充分准备，事半功倍。

在每次通话前要做好充分的准备。恰当的开场白是营销成功的关键，所以在营销前要准备相应的营销脚本。心理上也要有充分的准备，对营销一定要有信心，要有这样的信念：“我打电话可以达成我想要的结果”。

### 2、简单明了，语意清楚。

通话过程中要注意做到简单明了，尽量用最短的时间，将营销的业务清晰的表达清楚，引起准客户的兴趣。说话时含糊糊糊、口齿不清，很容易让通话对象感到不耐烦。

### 3、语速恰当，语言流畅。

语速要恰当，不可太快，这样不但可以让对方听清楚所说的每一句话，还可以帮助自己警醒，避免出现说错话而没有及时发现。另外，说话时语言要通顺流畅，语调尽量做到抑扬顿挫，并要做到面带微笑，因为微笑将会从声音中反映出来，给人真诚、愉悦的感觉。

### 4、以听为主，以说为辅。

良好的沟通，应该是以听为主，以说为辅，即70%的时间倾听，30%的时间说话。理想的情况是让对方不断地发言，越保持倾听，我们就越有控制权。在30%的说话时间中，提问题的时间又占了70%。问题越简单越好，是非型问题是最好的。以自在的态度和缓和的语调说话，一般人更容易接受。

### 5、以客为尊，巧对抱怨。

在电话营销过程中，常常会听到客户对我们电信的抱怨。那么，如何处理抱怨电话呢？首先，应该牢记以客户为尊，千万不要在言语上与客户发生争执。其次，必须清楚地了解客户产生抱怨的根源。最后，应耐心安抚客户的心，将烫手山芋化为饶指。一般情况下，如果客户反映的问题在自己的职权范围内能够解决，那么就立刻为客户解决；如果在自身的职权范围内无法解决问题就马上向上反映，直至问题得到妥善解决。

## 销售工作心得分享篇十一

在我开始刚做为一位销售员的时候，我的业绩做得很差劲，我却跟自己解释说：“我不会…，因为………，我的计划没完成，因为…”我总是在找借口，在抱怨。但我从未意识到给自己找借口的同时，我已经变得相当的消极了。其时祸根就是自己了。说起我的转变也很有意思，我无意中听到的一

句歌词给了我很大的启发“要让人生更加漂亮，要努力才能有运”。从此“要努力才能有运”深深的刻入我的脑海中。每当我失败低落的时候，我都会暗暗给自己鼓劲，我坚信一点，只要有付出，就一定会有回报的。我开始以很积极的心态来对待客户，肯学着动脑去想方法跟进客人，事实证明一种结果，我比以前成功了许多。

心得二：要客第一，合理安排时间，做有价值客户的生意

做为一个销售人员，我们的时间有限的，所有来店的客户都是有希望成交的，而在一天的时间里个个不放过，从而浪费了大量的时间在那些因客观原因非要置后合作的客户身上。首要的事是对客户进行分类，从而在最短时间内找到一些重中之重的客户。

心得三：知彼解己，先理解客户，再让客户来理解我们

在进行完与客户和第一次亲密接触后，我们一定会碰到许多难缠的客人，误解也会产生诸多问题。当遇到这样的一些障碍时，我们不能先去抱怨客户，他不够理解我们。事实上我们是有可能挽回这些客户的，虽然达不到百分之百的成功率，但我们经过一些方式的努力后，事实证明我们将大多数的客户，争取回来了。如何先理解客户呢？那我们必须先要进行区分对待，对于新接触而抗拒的客人来说，关键在于别太在意他说什么，甚至可以认为他们这只是一种托辞罢了(别忘了，客户他的思想也会随时在变的，永远没有一成不变的客户)。我们只需记得我们得将我们产品的优点亮点告诉他。你会很惊奇的发现客人的`态度慢慢转变，这样，机会来了！

心得四：不断更新，不断超越———不断成长，蓄势待发

锯用久了会变钝，只有重新磨后，才会锋利再现。我们做为一个销售人员，如果不懂得随时提升自己，有一天我们也将

从旧日所谓的辉煌中跌入低谷。对于我们来说及时的汲取新知识原素相当重要，除了书本外，我认为在工作中，用心去学是相当重要的。我相信一点，一个人的能力总是有限的。我们同事之间互相交流各自所拥有的丰富经验尤为重要。下次我可以用在相类似的客户身上，我们就有更多成功的把握了。我们也可以从同行那边学到知识，那样才能“知彼知己，百战不殆”，在竞争中，让自己处在一个有利的位置。我们要不断的超越自己，紧记一句话，不要与你的同事去比较长短，那样只会令你利欲熏心，而让自己精力涣散。与自己比赛吧，你在不断超越自己的同时，很可能你已经超越他人，而你是没在任何恶性压力下，轻松达到一个顶峰。

以上这几点心得体会，是我这做这行以来得到的一些简单的经验！

## 销售工作心得分享篇十二

### 1□xx年销售情况

xx年我们公司在北京、上海等展览会和惠聪、发现资源等专业杂志推广后，我公司的杨迈牌产品已有一定的知名度，国内外的客户对我们的产品都有了一定的认识和了解□xx年度老板给销售部定下6000万元的销售额，我们销售部完成了全年累计销售总额5900万元，产销率95%，货款回收率 98%。

### 2、加强业务培训，提高综合素质。

产品销售部肩负的是公司全部产品的销售，责任之重大、任务之艰巨，可想而知。建立一支能征善战的高素质的销售队伍对完成公司年度销售任务至关重要。“工欲善其事，必先利其器”，本着提高销售人员综合业务素质这一目标，销售部全体人员必须开展职业技能培训，使销售业务知识得以进一步提高。今年公司添用了网络版速达3000财务管理软件，销售和财务管理可以清晰的及时性反映出来。我们销售人员

是在北京市营销通科技有限公司的培训下学习成长的，所学习的专业知识和公司内部信息都是保密的，大家必须持有职业道德。老板是率领销售部的最高领导者，希望加强对我们员工的监督、批评和专业指导，让我们销售人员学习的专业知识，提升技术职能和自我增值。xx年我学习了iso内部审核培训和会计专业知识培训，并获得了国家认可的证书。这一年来我们利用学习到的管理知识、方法在我们公司生产管理中充分实践，其显示效果是满意的。

### 3、构建营销网络，培育销售典型。

麦克风线材销售是我公司产品销售部工作的重点，销售形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。一年来，产品销售部坚持巩固老市场、培育新市场、发展市场空间、挖掘潜在市场，利用我公司的品牌著名度带动产品销售，建成了以廊坊本地为主体，辐射全省乃之全国的销售网络格局。

### 4、关注行业动态，把握市场信息。

随着电子产品行业之间日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场营销过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益。销售部密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。产品销售部通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立了稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集；要根据市场情况积极派驻业务人员对国内各销售市场动态跟踪把握。

### 5、再接再厉，迎接新的挑战。

回首一年来，我们销售部全体业务人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作取得了良好的销售业绩。成绩属于过去，展望未来，摆在销售部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们销

售部全体业务人员一致表示，一定要在xx年发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自己的岗位职责，全力以赴做好 xx年度的销售工作，要深入了解电子行业动态，要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的销售业绩。

神龙迎春，祝我们北京耳福科技有限公司在xx年的销售业绩更上一层楼，走在电子行业的尖端，向我们的理想靠拢。

———-结束。

整体来说本篇还算不错的总结性文章，有始有终，始于对xx年的总结，终于对xx年销售业绩的展望，对销售工作抱有极大的热情。

## 销售工作心得分享篇十三

我来中国人寿有一段时间了，有了一点微不足道的小成绩，本来不值得赞扬，但领导希望我和大家分享一下自己的经验，经验谈不上，我就聊聊我对保险的一点体会吧！这仅仅是我个人体会，仅供大家参考，不对的地方，希望大家谅解！

首先，我觉得如果真想把保险做好、长久地做下去，让自己挣到钱、使自己和自己的家人的生活质量得到改善，就得有打持久战的决心和毅力！如果没有这种决心和毅力，遇到人家的拒绝就想打退堂鼓，那就干脆放弃保险，换个更适合自己的工作！我觉得做保险被拒绝是常态，是非常正常的，不要因此产生挫败感和自卑感。我们可以做个换位思考，我们有时候去逛街、买衣服，我们常常是转上好多家才决定在其中某一家购买，那剩余的不都是被我们拒绝的对象吗？我们几乎每天都在拒绝别人，别人照样过得好好的，别人拒绝我们又有什么大不了的？不要害怕拒绝，每天都要保持相当数量的客户拜访量！

其次，我觉得做保险是一种筛选工作，或者说我们做的是一种

“沙里淘金”的工作，我们要大量地、快速地筛选我们的拜访对象，大量地排除那些沙子，尽可能快的找到我们的金粒！一个人要有财力，还要有参保的愿望，才有可能成为我们真正的客户。试想，如果一个家庭一年的毛收入只有2.5万元，而且还有孩子，你怎么能指望他每年拿出近1万元来买保险呢？除非他是疯了！所以，我们在拜访客户时，对于财力不足、收入仅够维持日常生计的客户，就不要多花费时间和精力了！这就要求我们非常善于观察和分析，争取用最短的时间内判断出对方是否有财力买保险；或者说，对方有财力买什么样的保险，这类保险对他有没有意义。如果有，就继续跟进，如果没有就赶紧放弃，换个目标，这就是筛选工作。我觉得我们做保险，要用20%的时间和精力，排除其中80%的无价值客户；要用80%的时间和精力，跟进其中20%有价值的客户。总而言之，要有所侧重，对无财力、无愿望的无价值客户，要迅速判断，迅速脱离，不要浪费时间和精力！

最后是我的一点忠告，如果大家有时间参加公司的早会，还是尽量参加的好，因为可以学习各个险种的知识，可以非常清晰、有条理地向客户介绍，以增强客户对我们的信任，促进最终的成交。如果我们对各个险种一知半解，经不住客户的询问，势必降低以后成交的可能性！

这些就是我的一点体会，仅供大家参考，希望大家在实战中逐渐摸索出适合自己的、行之有效的方法！让我们互相帮助、相互扶持、一起发大财！

## 销售工作心得分享篇十四

我们常常困惑于智慧到底从何处来，到何处去，如何才能捕捉智慧的光芒，在成本与利润的衔接点上找到我们需要的平衡。我们也常常困惑，人的力量从何处来，到何处去，我们为何常常在庞大的市场面前惊慌失措，无从观察。能够回答这些问题，我认为只有一——学习。

列夫·托尔斯泰曾经说过：“没有智慧的头脑，就象没有蜡烛的灯笼。”俗话说“活到老，学到老”，这话一点不错。即使已经参加工作了，我们也不应该放弃对知识的学习。相反，作为企业的员工，在繁忙的工作之余，读一些开阔心智的书籍，吸取别人的成功经验，大有好处。聪明的人，总是善于用别人的智慧来填补自己的大脑。今年，在全集团范围内开展的学习《成长》一书，让我们受益匪浅。四季度，我们中邮设备沈阳有限公司就组织了“每天读书一小时，每月一本书”的读书热潮，我们分公司的学习也在如火如荼的进行。下面，就是我在学习之后结合自己的工作有的几点心得体会，希望与朋友们共享，也希望大家能提出宝贵的建议。

## 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、信息反馈

信息是企业决策的生命。业务员身处市场一线，最了解市场动向，消费者的需求特点、竞争对手的变化等等，这些信息及时地反馈给公司，对决策有着重要的意义，另一方面，销售活动中存在的问题，也要迅速及时地反馈给公司，以便管理层及时做出对策。业务员的工作成果包括两个方面：一是



销售额，二是市场信息。对企业的发展而言，更重要的是市场信息。因为销售额是昨天的，是已经实现的，已经变成现实的东西是不可改变的；有意义的市场信息，它决定着企业明天的销售业绩、明天的市场。

#### 四、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。

#### 五、“销售当中无小事”

“管理当中无小事”，一位出色的经理同时也是一位细心的领导者。同样，“销售当中无小事”。销售更应慎重、谨慎，去寻找一个双赢的法则。在学习、总结、实践、摸索、尝试中提高。

以上几点心得体会，希望对大家有所启发与帮助，也希望大家能与我共同进步！

我相信我们的明天会更好！

我是20xx年初迈进郑州，放弃了计算机行业，毅然决然选择了销售(业务)，起初志向是想能够锻炼自己能够独立事业的轨道，怀着勇于挑战自我、荣辱不惊的态度去做事！面对困难挫折、委屈打击、孤独无助我偷哭了很多个夜晚，并不向谁求助，而是寻找解决的方法咬牙挺过去！一切地一切都不算什么，令我痛心得是没有人真正能够读懂关心我。

我带着一脸茫然进入市场部，说实话，进市场部大大超出了我的意料之外。起初，我怀疑自己，并不是怀疑自己的能力，而是怀疑自己的毅力。因为我知道，市场部是所有部门中最忙、最累、最辛苦的一个。我生怕自己不能做好这份工作，怕自己会偷懒。时刻提醒自己：我可以不做这份工作，但既然做了，就一定要做好。一共做了三个行业，都是没有目的的方向的去工作，就好像是无头苍蝇乱撞，寻找点去试验竞争，挑战一种极限！每个转折都是有原因的，并不是我没有坚持，是有太多的无奈！

深知自己是一个很情绪化的人，有着两面性：表面刚硬、内心脆弱。在看了李强的演讲后，让我有着很深的感触，也领悟到了自己很多的缺陷：任性、倔、心高气傲、自以为是、脾气语气刚烈，聪明反对聪明误，不顾及别人的感受，独断专行！人的一生一共有三天：昨天、今天和明天，昨天是一张发票，今天是一张钞票，明天是一张支票！所以应该将一切归零，把握今天，从新找准自己的定位与价值。告别20xx年，喜庆20xx年又是一个新的开始新的起点能够重新规划自己。

企业没有规矩不成方圆，应学会适应企业的文化、理念、环境，要懂得“适者生存”!!!要想走在别人的前端，就要用积极向上的心态愿意虚心请教别人：“读万卷书，不如行万里路；行万里路，不如阅人无数；阅人无数，不如明师指路”，人外有人，山外有山，要处处为师，因为静下心来，每个人一定有自己的值得学习的地方，只有比别人认真，比别人付出的更多，才可能看到想要的收获。一首诗说得好：“事在人为，休言万般皆是命；静由心造，退后一步自然宽”，所谓师傅领进门，修行在个人，成败与否，都要端正自己的心态，应面对结果，自我反省(人争的是气不是理)。也深深体会到行行出状元，没有不赚钱的行业，只有不赚钱的人，没有做不成的事，只有做不成的人。也不是向往成功就可以成功，向往卓越就可以拥有卓越！成功一定有方法，失败一定有原因！要学习成功人的优点，观察失败人杜绝它的缺点！好比：

没有高山就显不出平原，没有大智慧就不知道自己肤浅，没有见过坏的就不知道自己优越，没有见过好的不知道自己的缺陷，所以要善于总结自己，才能创造无限精彩！

“静坐常思己过，闲谈莫论人非，能受苦乃为志士，肯吃亏不是痴人，敬君子方显有德，怕小人不算无能，退一步天高地阔，让三分心平气和”短短一段格言，能够让我领悟到做人做事的一种风格！所以做事要先学会做人：“眼中有人，心中有事，方足大业”。在公司是一个团队，要学会在其位谋其政！学会服从聆听别人说的话，因为服从是对别人的一种尊重，也是一种智慧；所以才会拥有行动力、执行力、思考力。这样自己才会有一个不断成长的过程。我还记得小时老师给我讲过这样一个故事《吃水不忘挖井人》，是啊，无论何时何地就要学会感恩！知恩图报，善莫大焉！众多人的动力来自两点：一是对未来不可知，不安于现状，导致一直在向前不断地拼搏、不断的努力；二是“爱”心存感恩是一切动力的源泉。可谓每个成就事业的人他们都是高尚的，他们是在给我们国家创造财富，“万里长城今犹在，可见当年秦始皇”令我们耐人寻味啊！所以要学会换位思考，做人傻一点、蠢一点、勤奋一点，只要用心做事，自己才有收获。

心在哪里，收获就在哪里！只有走过路的人才知道什么叫路，只有走过路的人才知道路是平坦还是坎坷，只要功夫深，铁棒也能磨成针，无论做什么事都要多个角度去考虑事情，以老板的心态对待公司，不能对一个行业光说明白、知道，而是一定要学会干！人之初，性本“懒”，当你有了想法就…(干吧)，当你遇到困难就…(学吧)！成长过程是自然规律，不能拔苗助长，一山看着一山高，到了那山没柴烧！

## 销售工作心得分享篇十五

销售工作如逆水行舟，不进则退。紧张繁忙的一年即将过去，新的挑战又在眼前。记得初来本公司时，由于行业的区别，及工作性质的不同，确实有过束手无策，好在有同事的帮忙，

使我以最快的速度熟悉了业务流程，明确了工作的程序、方向，提高了工作能力，在具体的工作中形成了一个清晰的工作思路和一定的了解，在这短暂的两个多月里，通过对一定量客户的拜访等工作使我对本行业有了一定的认识和了解，也为后期的销售工作打下基础。面对市场竞争激烈的挑战，抢抓机遇，提升自己。

## 一、个人工作不足：

我作为销售部门的一名普通员工，在公司领导和同事的关心和帮助下走过了两个多月，在这两个多月中各方面没有很好地完成公司给我的各项指标，主要表现在如下几个方面没有做好：

1、我作为销售部门的员工，深深地感到肩负重任，作为公司的窗口，自己的一言一行也同时代表了公司的形象，所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己，加强自己的专业知识和技能。

2、在拜访的客户中优质客户这一块中，也屡次没有取得好的成绩，错过了很多客户资源，因各方面因素导致大部分客户没有选择我们的机组。

3、在商务方面，由于一直以来没有接受过任何有关于这方面的培训，所以做得不是很好，致使很多客户对我的印象不是很深。以后需重要客户多拜访，加强商务方面的技能。

4、对工作的主动性不高，不够投入。缺乏销售方面的技巧和心态，拜访客户时还是比较胆怯。当受到客户拒绝时，还是会不由得产生一丝沮丧。

5、拜访客户的时候，没有做好前期准备工作，导致在拜访的时候相关负责人不在办公室。

## 二、市场工作总结：

在这两个多月的工作中，工作重点放在川内的高校，虽然没有拿到一个项目，但是对于各个拜访的学校有了更多的了解，对于学校的相关负责人有了初步的接触。下面对于拜访学校信息进行总结：（图表：略）

这两个月来，共拜访新客户64家，优质客户21家，这21家客户有些是学校没做热泵或节电改造，还有些是对于其他项目比较感兴趣。还有一些就是学校有一定的资金实力。如：龙泉的国际标榜职业技术学院，学校具有一定范围，虽说是市级学校，但是学校具有一定资金，而且对我们的空气源热泵热水器有一定的兴趣，学校相关负责人也比较好沟通；还有雅安农业大学，是一个二本学校，学校现目前有14000多人，而且还有3个分校区，学校也没有做空气源热泵，并且学校在灾后重新构建，学校资金充足，也是优质客户。这些客户都是需要后期长期跟进拜访。

根据客户信息表得出，今年的重点拜访在各个地级市，除成都外，其它地级市学校数量不是很多，没有达到公司的勤俭节约的目的。在明年的拜访计划中，应在拜访区域加以延伸，拜访地级市一下的县级市及县城。达到以最少的出差资金达到最大的收获。

根据客户需求分析表得出，在拜访的客户中，对于热泵无需求的占了总比例的47%，暂时没有需求的占了总比例的30%，而有这个需求的只占了总比例的23%，总结得出，我们需要加大客户拜访量。需要找到跟多的客户，才会有更多的优质客户，才能有更多的需求。

## 三、明年工作计划：

公司在不断改革，订立了新的规定，特别在销售业务方面，作为公司一名业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的

同时全力开展业务工作。我对自己有以下要求：

1、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。

2、在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道获得更多客户信息，加大客户拜访量。

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，把学业务与交流技能相结合。

4、年度销售目标制定，在20xx年我的目标销售业绩850万，增加60个有意向客户，把川西南片区所有地级市及县城全部拜访完。对于目标细分为：

(1) 第一个季度目标销售额为150万。1-3月份，大部分学校处于资金拨付及立项的阶段。所以，第一个季度，对于目前手上现有的意向客户进行跟进，努力达到目标销售额。还要多回访老客户及加大量拜访新客户，第一个季度的意向客户要达到20家。

(2) 第二个季度目标销售额为270万。4-6月份，大部分学校已经立项了，处于招标阶段。应当加大意向客户的跟进拜访，争取能在招标过程中更有优势。第二季度的意向客户要达到10家。

(3) 第三季度的目标销售额为330万。7-9月份，是节能减排项目招标的高峰阶段，也是尾声。这一季度要加大冲刺力度，对已有的意向客户要不断拜访，增进关系。要在这一季度完成大部分销售业绩。第二季度的意向客户要达到10家。

(4) 第四季度的目标销售额为100万。10-12月份，学校基本上都该完工了，到了年底项目申报的时候了，这个季度要加大

客户拜访量，对已有客户进行筛选。同时处理好客户关系。第四季度的意向客户要达到20家。

5、增强责任感、增强服务认识、增强团队认识。主动主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

6、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、综合能力、都是我需要掌握的内容。

#### 四、进修计划：

20xx年的进修计划分为两部分：

1、驾照：在21世纪的现代社会，驾照已经成为每个人必不可少的一项技能，而且目前的工作中也是必不可少的一项能力，所以我希望在工作空闲时间能够将这一项技能学会，拿到驾照。

2、中国机械注册工程师基础考试：中国机械注册工程师是国家级证书，而且对于我将来的工作和生活都有一定的帮助。因为从学校毕业没有多久，很多专业知识都还有一定的认识，所以在20xx年，我希望在工作空闲时间能够多看一些这方面的书籍，争取能够通过基础考试。

以上，是我对20xx年的工作总结及20xx年工作计划，可能还很成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望20xx年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢得机会去寻求更多的客户，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接新的挑战。