

# 最新家居数字化转型 家具销售工作总结 (精选5篇)

对某一单位、某一部门工作进行全面性总结，既反映工作的概况，取得的成绩，存在的问题、缺点，也要写经验教训和今后如何改进的意见等。什么样的总结才是有效的呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

## 家居数字化转型 家具销售工作总结篇一

加入xxxx家具公司也有十个月时间了，回想起来时间过得还挺快的，从xx公司到现在本公司感觉两个公司的工作模式有蛮大差异. 不论是产品的专业知识还是管理与工作氛围都有很大区别. 来本公司的前三个月都感觉自己没有进入状态，找不到方向，但是我每天都会拿着公司的产品画册去拜访陌生的客户，拜访的客户多了总有需要我们的产品，一开始做了不少的方案总是一次次的失败，不过在领导的多次单独谈话和会议中，经过相互讨论与仔细的听取讲解，针对具体细节问题找出解决方案。通过公司对专业知识的培训与操作，这才让我找到了方向感，慢慢融入到了这种工作环境与工作模式，后面的工作时间里我每天都过得很充实，几乎每天拜访客户是陆续不断，虽然有时附出的劳动没有得到结果，很多次对我的打击也不小，但我相信，付出总会有回报的努力了就会有希望，不努力就一定不会有希望. 成功是给有准备的人。

销售心得：

- 1、不要轻易反驳客户。先聆听客户的需求。就算有意见与自己不和也要委婉的反驳，对客户予以肯定态度，学会赞美客户。
- 2、向客户请教。要做到不耻下问。不要不懂装懂。虚心听取客户的要求与他们所做的工艺。

3、实事求是。针对不同的客户才能实事求是。

4、知己知彼，扬长避短。

做为一名合格的销售人员首先要对自己所售产品非常熟悉了解，了解自己产品的优点与缺点，适合哪些行业，客户群体是哪些，才能更好的向客户展示自己与产品的专业性，才能迎得客户的关注与信任。当然对竞争对手也不要忽略。要有针对性的了解对手产品的优势与劣势。才能对症下药，用我们的优势战胜客户的劣势，比如我们设备在精度与速度方面就略胜同行，这就是我们的优势所在，在与客户介绍产品时尽量多介绍自家产品的优势。缺点方面尽量少提，但是设备本身存在的缺点与不足，也就是该设备在所有同行中必不可少的缺点与不足可以适当的向客户说清楚，毕竟没有十全十美的东西。总说自己的产品有多好，别人也不会全信。同行中存在的缺点与不足也不要恶意去攻击与批判，要引导客户去分析判断，建议客户通过实地考察。

5、勤奋与自信。与客户交谈时声音要宏量，注意语气，语速。

6、站在客户的角度提问题，分别有渐进式与问候式。想客户之所想，急客户之所急。

7、取得客户信任，要从朋友做起，情感沟通。关心客户，学会感情投资。

8、应变能力要强，反映要敏捷，为了兴趣做事。

9、相互信任，销售产品先要销售自己，认同产品，先人品后产品。

11、注意仪表仪态，礼貌待人，文明用语。

12、心态平衡，不要急于求成，熟话说：心如波澜，面如湖

水。

13、不在客户面前诋毁同行，揭同行的短。

14、学会“进退战略”。

工作总结：

### 一、认真学习，努力提高

因为我毕业就是在家具行业基层工作，所以在工作初期我也比较了解家具的机构，这样对我现在的工作有很大的帮助。我必须还要大量学习行业的相关知识，及销售人员的相关知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化，要适应工作需要，唯一的方式就是加强学习。

### 二、脚踏实地，努力工作

作为一名家具销售员，不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重考虑，做到能独挡一面，所有这些都是销售员不可推卸的职责。要做一名合格的直销业务员，首先要熟悉业务知识，进入角色。有一定的承受压力能力，勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题。其次是认真对待本职工作和领导交办的每一件事。认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不敷衍。

### 三、存在问题

通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

总之，在工作中，我通过努力学习和不断摸索，收获非常大，但是也有一点的小遗憾，我坚信工作只要用心努力去做，就一定能够做好。

回首20xx[]展望20xx!祝xxxx家具在新的一年里生意兴隆，财源滚滚!也祝我自己在新的.一年里业绩飚升!

## 家居数字化转型 家具销售工作总结篇二

### 一、认真学习，努力提高

因为我毕业就是在家具行业基层工作，所以在工作初期我也比较了解家具的机构，这样对我现在的工作有很大的帮助。我必须还要大量学习行业的相关知识，及销售人员的相关知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化，要适应工作需要，的方式就是加强学习。

### 二、脚踏实地，努力工作

作为一名家具销售员，不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重考虑，做到能独挡一面，所有这些都是销售员不可推卸的职责。要做一名合格的直销业务员，首先要熟悉业务知识，进入角色。有一定的承受压力能力，勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题。其次是认真对待本职工作和领导交办的每一件事。认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不敷衍。

### 三、存在问题

通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：

一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的

工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。

二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

总之，在工作中，我通过不断学习和不断摸索，收获非常大，但是也有了一点的小遗憾，我坚信工作只要用心努力去做，就一定能够做好。

回首\_，展望\_!祝\_家具在新的一年里生意兴隆，财源滚滚!也祝我自己在在新的一年里业绩飙升!

## 家居数字化转型 家具销售工作总结篇三

一个优秀的销售人员必须具备强烈的敬业精神，热爱本职工作、精力充沛、勇于开拓。

2) 企业知识 要掌握本公司的历史背景、经营理念、生产能力、产品结构、品种系列、技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。了解公司的销售情况及在各地区的销售网络。

3) 用户知识 了解家具购买者(包括潜在客户)的消费心理、消费层次、及其家居环境布置的基本要求。

4) 市场知识 了解家具市场的环境变化、顾客购买力情况，根据销售过程中所搜集的信息及顾客反馈信息进行市场分析。

5) 专业知识 了解与家具有关的工艺技术知识;懂得家居文化、家具流行趋势，以根据与顾客交流中获得的信息了解其文化修养和审美情趣，有针对性介绍商品。

6) 服务知识 了解接待的基本礼节(注意国外客人的忌讳和有关民族、宗教等社会知识)细心、认真、迅速地处理单据;有

效运用身体语言(包括姿态、语言、动作等)传递信息是获得信任的有效方式。

由于销售人员直接与顾客接触，只有首先赢得顾客信任，才能成功地开展工作，所以销售人员必须具备良好的修养：仪表大方、衣着得体、举止端庄、态度谦恭、谈吐有理、不卑不亢、使顾客乐于与之交流。

销售人员要根据本商场家具的特点，熟练运用各种技巧。要熟知顾客的购买动机，善于掌握展示与介绍产品的时机以接近和说服顾客，创造成交机会，甚至与客户成为朋友，促进潜在客户形成。

向预计购买者说明本商场商品能够满足他们的需要以及满足的程度使唤起注意。引发兴趣的主要方法：对商场的货品经常性地作一些调整并不断的补充的货品，使顾客每次进店都有鲜感；营造颖、有品味的小环境吸引顾客；当店内顾客较多时，选择其中的一位作为重点工作对象，并对其提问进行耐心、细致地解说，以引发店内其他客户的兴趣。

- 1) 尊重顾客；把握其消费心理，运用良好的服务知识和专业使顾客在尽短的时间内获得作为消费者的心理满足。
- 2) 如实提供顾客所需了解的相关产品知识。
- 3) 在与顾客交流时，有效运用身体语言(如眼神、表情等)传递你的诚意。
- 4) 介绍商品时，以攻击其他同类产品的方式获取顾客对我们商品的信任，其结果只会适得其反，甚至使顾客产生反感的情绪。
- 5) 谈问题时，尽量站在其他人的角度设身处地考虑具有很强的说服力。

销售人员在与顾客交谈时，可以其购买动机、房屋居住面积、家庭装修风格、个人颜色喜好、大概经济情况等方面着手了解客人的选择意向，从而有针对性的介绍商品。

根据顾客不同的来意，采取不同的接待方式，对于目的性极强的顾客，接待要主动、迅速，利用对方的提问，不失时机地动手认真演示商品；对于踌躇不定、正在“货比三家”的顾客，销售人员要耐心地为他们讲解本商品的特点，不要急于求成，容顾客比较、考虑再作决定；对于已成为商品购买者的顾客，要继续与客人保持交往，可以重点介绍公司的服务和其他配套商品，以不致其产生被冷落的感觉。

在顾客已对其较喜欢的产品有所了解，但尚在考虑时，销售人员可根据了解的家居装饰知识帮助客人进行选择，告知此商品可以达到怎样的效果，还可以无意的谈起此类商品的消费群体的层次都比较高，以有效促成最终的成交。引导消费最重要的一点是销售人员以较深的专业知识对产品进行介绍，给顾客消费提供专业水平的建议。

在销售工作中，经常会听到顾客的意见，一个优秀的销售人员是不应被顾客的不同意见所干扰的，销售人员首先要尽力为购买者提供他们中意的商品，避免反对意见的出现或反对意见降低至最小程度，对于已出现的反对意见，销售人员应耐心地倾听，如顾客所提出的意见不正确，应有礼貌的解释；反之，应有诚恳的态度表示感谢。

1) 联系客户、保证服务。产品售出后，并不意味着买卖关系的中断，销售人员应继续定期与顾客接触，保持联系并为其服务。如果顾客对产品表示满意，销售人员还要充分履行组装、维修和服务等方面的保证，对于顾客的意见，销售人员应表示愉快接受，并及时采取改进措施。

2) 记录、保存信息资料。企业销售部门通过建立客户档案，做工作记录来了解产品销售市场的变化，为分析和开拓市场

提供有益的借鉴和参考，为完善售后服务提供宝贵的资料。销售人员应保存、记录的信息包括：客户的姓名、住址、联系方式、所购买的产品的名称、型号、规格、购买量、成交金额及顾客交谈的过程中其他有价值的信息(竞争对手投放市场的产品及其市场营销特点等)，销售过程中顾客购买和不购买和原因，对企业的产品提出了何种意见。

3)分析、管理关键客户。关键客户是所有顾客的核心部分，是那些在商场全部销售利润中占较大比例，在一定社会层面中具有代表性和影响力，在家居选择方面具有品味、崇尚潮流的客户，这些客户可从工作记录和客户档案中选出，销售人员在售后工作中将这类客户作为重点公共关系对象，是一种重要的营销手段;根据经验，有些在将来某一时间可能成为的客户，且具有关键客户的特征，可认为是潜在关键客户，这类客户也必须引起销售人员注意。

4)产品售后问题的处理。企业应尽量保证产品质量，避免发生售后的质量问题，但如有此类问题出现，销售人员接到投诉后，首先应诚恳的向顾客表示歉意，在最短的时间内至顾客家中了解情况后，及时与有关部门联系协商解决问题，并征求客户意见，直至客户满意，最后应对客户的投诉表示感谢。处理这类问题也应做详细的工作记录，以作为改善产品、提高质量的重要资料;同时妥善处理售后问题也是开拓市场、开发群体客户、树立企业良好形象的难得机会。

1)金钱 几乎所有的人都对钱感兴趣，省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣，如推荐特价、促销产品和参与活动。

2)真诚的赞美 每个人都喜欢听到好听的话，客户也不例外，因此，赞美不失为接近顾客的好方法。赞美顾客必须要找出别人可能忽略的特点，而且要让顾客感觉你的话是真诚的，赞美的话若不真诚，就成为虚伪逢迎的拍马屁，这样效果当然不会好。

3) 利用好奇心 推销员制造神秘的气氛，引起对方的好奇，然后，在解答疑问时，很巧妙地把产品介绍给顾客。

4) 举著名的公司或人为例 人们的购买行为常常受到他人的影响。推销员若能把握住顾客的这层心理，一定会收到很好的效果。

5) 提出问题 推销员直接向顾客提出问题，利用所提出的问题来引起顾客的注意和兴趣。

6) 向顾客提供信息 推销员向顾客提供一些对顾客有帮助的信息，往往会引起顾客的注意。关心顾客的利益，也获得了顾客的尊敬与好感。

7) 表演展示 利用各种戏剧性的动作来展示产品的特点，是最能引起顾客的注意的。

8) 向顾客请教 现在是个专业社会，推销员可以有意就顾客职业方面一些自己不懂的问题去向顾客请教，一般顾客不是会拒绝虚心讨教的推销员的。而在讨教与传授之间，融洽的气氛自然容易建立。

9) 换位方式 站在客户的角度，向顾客提出申请中出肯的建议能得到意想不到的效果。

## 家居数字化转型 家具销售工作总结篇四

——设计公司年度销售计划

班级： 组号

一、销售计划内容构成 第一部分：销售计划的目的地及作用；第二部分：销售计划的组成部分； 第三部分：制定销售计划的步骤； 第四部分：上年度销售工作总结； 第五部分：综

述公司swot□ 第六部分：销售stp分析； 第七部分：制定销售渠道及销售价格； 第八部分：本年度的销售计划与预测； 第九部分：半年度销售评估与财务目标； 第十部分：权变、备注。

三、销售计划的审查与修订 提交第三方审查销售计划的可行性 根据出现的问题进行计划修正 成文、打印、归档 盈光家具公司销售计划书、促使企业得到更广阔的发展；、提高企业市场占有率；、提升企业市场敏感度；、提升企业竞争力。

销售计划组成部分、销售计划的目的地及作用、第三部分：制定销售计划的步骤、上年度销售工作总结、公司swot分析□stp分析，与相关人员的讨论座谈，或是进行相关的咨询，用资料说话，这样才有实际指导意义，有了具体的数字就可以，但不能过于夸张。

便于阅读者使用。即总结上级

因此，科学、合理的是顺利实现企业销售目标的有力保障。

户主年龄、家庭人数以及

将品牌定位为为大众提供买得起的家具，针对这种市场定

此渠道过滤了中间很多渠道的复杂性，在利润、创造品牌但在交货期、家具品质、合同履行上有着严格的也会把家具推荐给消费者。在现今家可以和传统渠。篇二：家具经营计划书 xxx家具城管理工作计划书（以下简称计划书），主要是对2012年整体工作做统筹安排，计划书的制定旨在为2012年冲刺1000 万销售，完成基本目标800万，为此，我们的根本方针是分品牌宣传与推广；基本战术是小区团购为重点，小规模、多批次、深挖掘、2012年度经营工作计划书 品牌轮流的方式；同时需要不断优化组织结构，简化流程弱点，销售更加快速化，需要对导购员不断强化，提高其专业知识，丰

富其销 售技巧，最大提高销售率！

目前的形势与我们的任务

目前的形势是什么呢？

销售指标

其他目标：

组织架构的调整与工作流程优化

（一）组织结构图

（二）组织结构说明

3、营销人员主要是协助店长处理有关促销、商场形象管理、培训等工作；

（三）岗位说明

2、设置公司各项职能机构，制定各职能工作职责，设定工作指标；

3、全面监督指导财务、店长、营销工作，监督有关销售任务达成情况；

6、处理公司与外部环境的的关系；

1、处理公司相关文档与制度起草工作；

2、协助总经理完善企业文化；

1、制定全年营销工作计划（宣传方案、促销方案、销售达成措施等）；

- 2、负责具体营销工作执行（组织活动、协调公司资源）；
- 3、研究促销方案，并进行制定，调动人员进行宣传工作；
- 4、协助店长处理相关管理流程与导购员培训等工作；
- 2、店长有权对导购员工作进行分配，并监督执行；
- 3、店长有权对组装工作进行送货分配，并监督执行；
- 4、店长有权批准送货、换货、退货、以及售后等服务工作；
- 5、店长有权对临时性工作进行分配调整；
- 6、店长有权对所有员工进行效绩考核；
- 8、店长有权决定员工去留；

## 家具城年度营销策略

## 家具城卖场调整计划

### （一）中低端家具调整计划

### （二）中高档家具调整计划

- 4、这部分消费者对于推销式的方式一般比较抵触，自我性比较强；

## 产品策略

- 1、在产品方面，样品管理非常重要，详情见《卖场分区样品管理》；
- 2、考察市场后，应该增加竞争对手没有的系列，增强家具城

的利润点；

3、对于比较畅销的款式一定要放到最显眼的位置；

5、应该充实赶集超市的小件，选价位比较低的产品；

6、增加家具附属品（如：地毯、饰品等）

价格策略

2、对于赶集超市里的普货，统一按照定价销售，全场常年特价；

销售策略

3、重点拓宽办公家具渠道，寻找销售突破口；

活动策略

一、20xx年工作总结 业绩发展情况 营销工作回顾

一、20xx年工作总结 业务发展情况 营销工作回顾

二、20xx年工作计划 总体工作思路 团队建设 业务培

一、20xx年工作总结 业务发展情况 营销工作回顾

家具营销计划 我个人认为首先做一下产品定位和市场分析，来确定可能的潜在客户有哪些。您代理的是一大品牌家具，价位属中高档，其消费群体必然有可观的收入和一定的经济基础。从整个家具市场来说，主要购买者包括以下几个群体：  
1. 购买新房者。新的房子自然要配新的家具，这是中国人的传统习惯。  
2. 新婚夫妇。很多新婚夫妇仍然是主要的购买力量。  
3. 因家具款式过于陈旧想更换家具款式的消费者。宣传

是提高家具销售量的第一步也是非常重要的一步。做好宣传后，会吸引足够的人气和潜在客户的到来，还会为下一步消费者的购买打下良好的基础。

特性，品牌内涵，以科学的数据和品牌辉煌的经历来让消费者了解熟悉这个品牌，消除消费者猜疑、犹豫的购买心理。毕竟，家具这种东西属于大宗物品，需要经过认真考察和深思熟虑，特别是一个陌生的品牌，难免会产生不信任感，销售人员的一个重要任务就是通过介绍产品和品牌来让顾客产生信任感。除此之外，向顾客介绍时，应着重突出产品的差异性，你和别人的家具不同，顾客才来买你的，而不是仅仅因为价格。

消费者的购买热情。很多人逛商场是瞎逛，看到了喜欢的就买，女人尤其是这样，而女性往往是相信自己体验过，因此千万不要“守身如玉”。

对待客户的态度一定要好，尤其是售后服务，作为一个新的品牌，前期是口碑形成的关键阶段，如果有一个顾客不满意，他所带来的负面效应可能是让你损失至少十个顾客。可以开展这样一个活动，让已有的顾客介绍新的顾客，如果介绍的顾客交易成功，可以赠送一份礼品给介绍他来的顾客。

## **家居数字化转型 家具销售工作总结篇五**

一个优秀的销售人员必须具备强烈的敬业精神，热爱本职工作、精力充沛、勇于开拓。

(1) 商品知识

(2) 企业知识

要掌握本公司的历史背景、经营理念、生产能力、产品结构、品种系列、技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。

了解公司的销售情况及在各地区的销售网络。

### （3）用户知识

了解家具购买者（包括潜在客户）的消费心理、消费层次、及其家居环境布置的基本要求。

### （4）市场知识

了解家具市场的环境变化、顾客购买力情况，根据销售过程中所搜集的信息及顾客反馈信息进行市场分析。

### （5）专业知识

了解与家具有关的工艺技术知识；懂得家居文化、家具流行趋势，以根据与顾客交流中获得的信息了解其文化修养和审美情趣，有针对性介绍商品。

### （6）服务知识

了解接待的基本礼节（注意国外客人的忌讳和有关民族、宗教等社会知识）细心、认真、迅速地处理单据；有效运用身体语言（包括姿态、语言、动作等）传递信息是获得信任的有效方式。

由于销售人员直接与顾客接触，只有首先赢得顾客的信任，才能成功地开展工作，所以销售人员必须具备良好的修养：仪表大方、衣着得体、举止端庄、态度谦恭、谈吐有理、不卑不亢、使顾客乐于与之交流。

销售人员要根据本商场家具的特点，熟练运用各种技巧。要熟知顾客的购买动机，善于掌握展示与介绍产品的时机以接近和说服顾客，创造成交机会，甚至与客户成为朋友，促进潜在客户的形成。

向预计购买者说明本商场商品能够满足他们的需要以及满足的程度使唤起注意。引发兴趣的主要方法；对商场的货品经常性地作一些调整并不断的补充的货品，使顾客每次进店都有鲜感；营造颖、有品味的小环境吸引顾客；当店内顾客较多时，选择其中的一位作为重点工作对象，并对其提问进行耐心、细致地解说，以引发店内其他客户的兴趣。

(1) 尊重顾客；把握其消费心理，运用良好的服务知识和专业使顾客在尽短的时间内获得作为消费者的心理满足。

(2) 如实提供顾客所需了解的相关产品知识。

(3) 在与顾客交流时，有效运用身体语言（如眼神、表情等）传递你的诚意。

(4) 介绍商品时，以攻击其他同类产品的方式获取顾客对我们商品的信任，其结果只会适得其反，甚至使顾客产生反感的情绪。

(5) 谈问题时，尽量站在其他人的角度设身处地考虑具有很强的说服力。

销售人员在与顾客交谈时，可以其购买动机、房屋居住面积、家庭装修风格、个人颜色喜好、大概经济情况等方面着手了解客人的选择意向，从而有针对性的介绍商品。

根据顾客不同的来意，采取不同的接待方式，对于目的性极强的顾客，接待要主动、迅速，利用对方的提问，不失时机地动手认真演示商品；对于踌躇不定、正在“货比三家”的顾客，销售人员要耐心地为他们讲解本商品的特点，不要急于求成，容顾客比较、考虑再作决定；对于已成为商品购买者的顾客，要继续与客人保持交往，可以重点介绍公司的服务和其他配套商品，以不致其产生被冷落的感觉。

在顾客已对其较喜欢的产品有所了解，但尚在考虑时，销售人员可根据了解的家居装饰知识帮助客人进行选择，告知此商品可以达到怎样的效果，还可以无意的谈起此类商品的消费群体的层次都比较高，以有效促成最终的成交。引导消费最重要的一点是销售人员以较深的专业知识对产品进行介绍，给顾客消费提供专业水平的建议。

在销售工作中，经常会听到顾客的意见，一个优秀的销售人员是不应被顾客的不同意见所干扰的，销售人员首先要尽力为购买者提供他们中意的商品，避免反对意见的出现或反对意见降低至最小程度，对于已出现的反对意见，销售人员应耐心地倾听，如顾客所提出的意见不正确，应有礼貌的解释；反之，应有诚恳的态度表示感谢。

(1) 联系客户、保证服务。产品售出后，并不意味着买卖关系的中断，销售人员应继续定期与顾客接触，保持联系并为其服务。如果顾客对产品表示满意，销售人员还要充分履行组装、维修和服务等方面的保证，对于顾客的意见，销售人员应表示愉快接受，并及时采取改进措施。

(2) 记录、保存信息资料。企业销售部门通过建立客户档案，做工作记录来了解产品销售市场的变化，为分析和开拓市场提供有益的借鉴和参考，为完善售后服务提供宝贵的资料。销售人员应保存、记录的信息包括：客户的姓名、住址、联系方式、所购买的产品的名称、型号、规格、购买量、成交金额及顾客交谈的过程中其他有价值的信息（竞争对手投放市场的产品及其市场营销特点等），销售过程中顾客购买和不购买和原因，对企业的产品提出了何种意见。

(3) 分析、管理关键客户。关键客户是所有顾客的核心部分，是那些在商场全部销售利润中占较大比例，在一定社会层面中具有代表性和影响力，在家居选择方面具有品味、崇尚潮流的客户，这些客户可从工作记录和客户档案中选出，销售人员在售后工作中将这类客户作为重点公共关系对象，是一

种重要的营销手段；根据经验，有些在将来某一时间可能成为的客户，且具有关键客户的特征，可认为是潜在关键客户，这类客户也必须引起销售人员注意。

（4）产品售后问题的处理。企业应尽量保证产品质量，避免发生售后的质量问题，但如有此类问题出现，销售人员接到投诉后，首先应诚恳的向顾客表示歉意，在最短的时间内至顾客家中了解情况后，及时与有关部门联系协商解决问题，并征求客户意见，直至客户满意，最后应对客户的投诉表示感谢。处理这类问题也应做详细的工作记录，以作为改善产品、提高质量的重要资料；同时妥善处理售后问题也是开拓市场、开发群体客户、树立企业良好形象的难得机会。

（1）金钱几乎所有的人都对钱感兴趣，省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣，如推荐特价、促销产品和参与活动。

（2）真诚的赞美每个人都喜欢听到好听的话，客户也不例外，因此，赞美不失为接近顾客的好方法。赞美顾客必须要找出别人可能忽略的特点，而且要让顾客感觉你的话是真诚的，赞美的话若不真诚，就成为虚伪逢迎的拍马屁，这样效果当然不会好。

（3）利用好奇心推销员制造神秘的气氛，引起对方的好奇，然后，在解答疑问时，很巧妙地把产品介绍给顾客。

（4）举著名的公司或人为例人们的购买行为常常受到他人的影响。推销员若能把握住顾客的这层心理，一定会收到很好的效果。

（5）提出问题推销员直接向顾客提出问题，利用所提出的问题来引起顾客的注意和兴趣。

（6）向顾客提供信息推销员向顾客提供一些对顾客有帮助的信息，往往会引起顾客的注意。关心顾客的利益，也获得了

顾客的尊敬与好感。

(7) 表演展示利用各种戏剧性的动作来展示产品的特点，是最能引起顾客的注意的。

(8) 向顾客请教现在是个专业社会，推销员可以有意就顾客职业方面一些自己不懂的问题去向顾客请教，一般顾客不是会拒绝虚心讨教的推销员的。而在讨教与传授之间，融洽的气氛自然容易建立。

(9) 换位方式站在客户的角度，向顾客提出申请中出肯的建议能得到意想不到的效果。

(10) 利用赠品很少人会拒绝免费的东西，用赠品作敲门砖，既新鲜，又实用。