

林万东事例心得体会 销售心得体会(大全8篇)

心得体会是我们在成长和进步的过程中所获得的宝贵财富。我们应该重视心得体会，将其作为一种宝贵的财富，不断积累和分享。接下来我就给大家介绍一下如何才能写好一篇心得体会吧，我们一起来看一看吧。

林万东事例心得体会篇一

赞美重要性这里不再重复罗嗦了，。赞美是很好的开场技巧之一。

以下是我们认为正确的话术：

“先生，您真有眼光，您看到的是刚刚推出的最新款式家具…”（正确）

“小姐，您气质真好，……”（正确）

“小姐，您身材真好，我在商场干这么长时间，有您这样身材不多……”（正确）

到位的赞美必将让那些爱美的女士心花怒放，关注尖峰实现了解更多行业信息她想：钱给谁都是给，给就给的开心。

二、开场技巧：唯一性开场

物以稀为贵，对于客人喜欢的货品，你都要表达出机会难得的效果，促使客人当下决定购买，因为走出了你店的客人，关注尖峰实现了解更多行业信息就不再受你的影响，消失在茫茫人海，我们没有她(他)的电话，没有她(他)的手机，没有她(他)的mail也没有她(他)的，所以所能做的就是当下

买单。

以下的话术是正确地制造“唯一性”的话术：

不然您得多花好几百元，那些钱拿来多买点别的东西多好……”（正确，制造促销时间的唯一性，机会难得，同时要注意重音的表达）

“小姐，我们的这款家具是法国设计师设计的最新款式，为了保证款式的唯一性，这款是国内限量生产、限量发售的款式，在我们店这个款已经不多了，建议赶快购买。”（正确，款式的唯一性，机会难得）

开场技巧：热销开场

当客人表现出对某款家具好感时，我们应该趁热打铁，渲染热销的气氛。

下面的话术是我们建议采纳的：

“这是我们品牌重点推出的最新款家具，在我们广州的店铺，这个款早已经卖空了，在我们店只有2个了，建议您看看，我帮您看看有没有您合适您品味的。”（正确）

三、开场技巧：功能卖点

一。比如下面的例子：

“除了省空间，这款家具的最大特点就是具备自洁功能。”

“小姐，这件家具正好是我们品牌今夏特别设计的款式，而且是采用特殊木料和制作工艺……，对于电脑、电视等具备特别防辐射的功能！上下班都能保护您身体的健康。”（正确，突出功能）

1、开场技巧中国家具零售终端门店的服务足够可以用在天南海北，开场经常可以组合运用：新款加赞美，新款加促销，促销加热销，促销加唯一性，功能加促销等等不一而足，看现场服务客人的需要，随时烂熟于心，脱口就出。

林万东事例心得体会篇二

大商电器，大商电器是中国三大电器零售商之一，是继国美、苏宁后迅速崛起的跨区域电器连锁公司，依托大商百货连锁经营高端电器，现在已开业近百家，是家电商品在东北地区销售的“主渠道”和“宽带网”，被评为“中国消费电子最具影响力零售商”。大商电器强化诚信经营、低价营销，是消费者公认的“一辈子放心的选择”。

大商电器的员工是一个团结的集体，大商电器每天早晨例行早会结束时的口号就是他们团结的体现。这句“我是大商电器忠实的一员，我有信心做到让顾客因我而来，因我而买，因我而依赖信任大商，让我们为美好的明天一起努力加油吧！”的口号，不仅十大商电器的员工喊出来他们也每天正为实现这一目标而努力加油的精神深深的打动了我。我为我能在这里实习而感到无比的骄傲与自豪。

二、具体的实习内容

在大商电器我进行了为期十天的营业员工作实习，在这个全新的行业，我感到自己在电器知识和电器行业规则方面学到了很多東西。

工作的第一天，正式的业务员都穿着统一深蓝色带有品牌标志的工作服上班，从管理的知识来看，这显然是强调销售的团队合作性以及给予客户视觉上的冲击。因为销售员是直接面对零售顾客，精神面貌和外表着装是第一重要环节。做人也一样，外表和精神面貌是与人接触的第一印象，俗话说“先敬来衣，后敬人”指的就是这个意思，因此，我们无

论在何种场合都要注意自我形象——外表、谈吐、举止，给人留下好的深刻印象是为以后自我发展奠定了良好的人际关系基础。

大商电器电视、冰箱、洗衣机、音响，厨具、小家电等等，相反在一楼的主要是手机、三楼主营it电子产品。大商为什么要这样的布局呢?后我发现二楼的卖场，空间够大可以比方体积大的电器类。而且手机等是普遍的个人用品，放在底层容易吸引游离顾客的目光，电视机、空调、冰箱、洗衣机、厨具等大型的家电一般都是家庭类消费品，是带有目的性购物的家庭消费。

我在大商电器的厨具专卖品牌是贵族的店开始了为期十天的实习生活，第一天我初步的了解了我在所在的品牌的相关的知识。我知道贵族是专业十五年制造厨房用具的，是在佛山普田公司的一种产品。吸油烟机现在分为中式的和欧氏设计风格的，炉盘有单双之分。我大概了解一下我即将销售的产品虽然我对此类产品不是非常的了解但是通过此次的实习我有了比较充分的了解。在这十天的实习期间我和营业员姐姐学习了如何开据商品的票据，我突然觉得开据商品票据的时候很麻烦，是原始的发票很麻烦，如果是其他产品那还要更麻烦开局与之相应的差价单和参加活动的单据而且有些单据和证件还要顾客去复印很麻烦。虽然和麻烦但是也让我从中体会到了一种作为劳动者的光荣和那种忙碌生活的快乐。同时也体会到了人生的价值。

可以说我在此次的实习中学到了很多的知识同时也让我懂得了很多的道理让我觉得每个人在社会中只要努力的去做一件事就会从中得到一份喜悦同时也让自己融入到了社会这个大家庭中，体现了自己的人生价值。为我以后的人生道路做好了初级阶段的准备，也让我有信心我的未来会因为此次的实习而做的铺垫变得更加的美好。

林万东事例心得体会篇三

开心！今年换了这份服装销售的工作，可以说是最开心的一件事儿！终于我每天都可以跟我喜欢漂亮衣服待在一起了，也可以和每一个来我们店的爱好漂亮衣服的人交流和沟通了！可以说，这份工作是我这个人量身定制的工作，别人为此工作苦恼销售业绩的时候，我忙着在跟我的顾客交流装扮心得，这是每一个爱好穿漂亮衣服的人所应该来从事的工作！她们一定都会像我一样，每天都沉浸在自己的快乐中。

能够来到这里做服装销售，真是机缘巧合，要是没有这巧合，我根本不会想到我花在穿衣镜前的时间不是浪费时间，而是为自己这份工作打下良好的基础！从第一天到这里来工作起，我就明白我以后再也不用愁自己的工作无法让自己每天绝大多数的时间能够花得值当了。在这里的每一天，我都是在研究如何自己穿得更好看，帮助别人打扮得更好看，过去我是一个人在镜子前臭美，现在终于有人陪我一起在镜子前臭美了，而且这样臭美下来还能够给我的生活提供物质基础！我在这里的销售业绩已经远超我过去在别的地方的销售业绩了，如果说别的地方拿到的销售业绩是辛苦获得的，那么这里的销售业绩真的可以说是“唾手可得”的了。

在我从事这份服装销售的过程中，我结识了很多有钱有闲爱穿衣打扮的好姐妹，也结识了很多忙里偷闲来这里想把自己变美的好姐妹，和她们的接触中，我不仅卖出了衣服，而且还了解到了怎么样可以让自己让别人都变得更加好看！可以说是在百分之百的享受中挣到了财富，还收获了我一直追去的美貌以及才华。何乐而不为呢？连我的销售经理都被我的快乐所感染了，她以前可以说是为了生活而来进行的服装销售工作，在我的带动下，她现在也慢慢沉浸在爱美的氛围中，既卖出了衣服，又把自己变得更加美更加有才华更加有钱了！

如果可以，我会一直一直做下去，我愿意卖一辈子衣服，也愿意在卖衣服的过程中和那么多志同道合的姐妹们一起切磋

学习！这是一份最最好的工作，是别的不懂装饰打扮的人所体会不到乐趣的工作。我在接下来的工作中，我还想自己开一个公众号，专门给爱美的姐妹们提供穿搭灵感，让所有的人都能够沉浸在自己的快乐中生活。

做服装销售生意看起来很简单，好像谁都可以来做，其实，事实并非如此，只有你亲身体会了，才知道市场竞争是多么的激烈。服装销售的过程也是从买卖商品中赚取差价的过程，而这里关系到很多学问，比如进货，你就要知道如何确定进货的数量、质量以及种类，如何确定进货资金和流动资金的比例，什么时候补货以及如何确定补货的数量等。

具体来讲，要做好服装销售工作，你需要做好以下八个方面。

林万东事例心得体会篇四

没有艰苦的训练和战术的指导，不会有每个球员出色的技术和脚法，一支球队也无法在球场上赢得胜利。同样，没有优秀的人员和团队协作精神，一个企业很难在激烈的市场竞争环境中创造辉煌。

谭老师再次强调：销售培训最终的目的只有一个，那就是带来销售业绩提升。只有达到了这个目的，销售培训才算是真正完成了效果，达成其培训的使命。而通常要达到这一目标，在真正的培训操作中是有相当的难度的。这也使得许多的培训组织者、培训老师、都只能望其项背，不敢触及。在衡量培训效果的时候，大部分组织者只能降低标准和要求，通过培训现场的反映和考试考核来衡量培训的成效，不敢通过业绩提升的幅度来衡量培训的成效。

这也直接导致很多的销售培训成了看似热闹非凡，实则华而不实，花了时间，花了精力，真正取得的效果，却似乎总是雾里看花。纵观终端导购培训界，尽是繁华一片，真正带来业绩提升者，少之又少。

“培训的内容在实际工作中用不上”、“培训后员工没有多大的转变”、“培训课程针对性不强，不能解决实际问题”、“培训后员工的业绩没有多少提升”……这是很多企业在销售人员培训中所头疼的问题。

讲师定位准确，课程也选择恰当，但激情高昂或嘻嘻哈哈的几天培训结束后，经常会有学员反映培训一场后，对于培训的知识只可意会而不知怎么用于实际操作，或者说是内容离咱们太远，近几年还用不上。为什么会出现这种情况呢？谭小芳认为，原因就在于授课内容欠缺实战性。

所谓实战，意思就是针对这个行业的具体可用的操作方法技巧，而不是泛之四海都可用的那种经验理论。但在培训过程当中，却不难发现有些培训讲师只是把其它通用行业的一些技巧方法死搬硬套的向大家讲授，虽然可以给本行业提供一些借鉴意义，但学员们应用起来却很费力。这就是培训的误区：讲师不了解一线的实际情况，因此就不能将经验理论与销售实际结合起来讲述，而欠缺了这种必要的结合，学员应用起来就很困难，也不实用。

可以说，销售员的培训是必不可少的，而培训的效果来自成员对培训内容的不断练习，从而变成自发的知识和技能。

谭小芳老师（预定销售培训课程，请联系13733187876）认为，销售员培训应该是内训为主，条件允许的情况下，可以考虑聘请一些专业的老师。培训应该是长期的，系统的。你不能指望招聘一个销售员就立即能用，即使资深的销售，也需要培训，只不过技巧方面的培训可以适当少些，但是公司理念，团队协作方面的培训必不可少。培训过程其实也是一个激励过程。

对于新成员，首先需要对必要公司制度和理念进行简单的培训，记住是必要的制度而不是全部的制度，因为一个公司的制度是方方面面的，为了能使他尽快融入到团队，尽快的开

始工作，和他工作最密切相关的制度最先培训，其它方面是在日常工作中逐步的系统培训。这里并不是说不需要其它的制度，但是销售的目标就是为了创造业绩，新成员把握了这个目标有关的制度，可以尽快的开展工作，也就是所谓的把时间花在刀刃上。必要的制度培训包括：作息规定、例会制度、销售制度、出差制度、价格策略等。这个培训只需要很短时间的的时间，如2小时左右即可完成。在2小时的培训结束要立即考核，如书面考核或口头考核等。

产品的特性、产品的价格、产品的竞争优势、产品的`竞争劣势、同行业产品比较等。其中产品的竞争优势和劣势是产品培训的关键。产品的优势培训能让销售员提高信心，而产品的劣势培训，能表现出公司的开诚布公的态度。往往很多公司只培训产品的优势，而实际上所有产品在市场上都会面临竞争，而竞争中产品必然有其优势和劣势，即使公司避而不谈，销售员也一样能从竞争对手或者客户那里得到反馈。

培训的时候要注意的是不能走形式，在培训过程中要随时考核、随时提问，这样才能有效的保证培训质量。同时每个培训议题，有条件的和时间的话，最好都能进行实战演练。如培训完产品特性后，要求每个销售员能独立的演说培训内容，而产品培训结束后，每个销售员都要能熟练、完整的表达出培训的全部内容，也可以模拟一个环境让成员进行培训的考核。

前段时间，有个服装业的经销商请谭小芳老师给他们的50多员工做了次培训，培训结束后，这个经销商对笔者说：“谭老师，我前天刚从北京回来，在那也听了一个专家的讲课，你比他强多了！”我一问，那个专家是大名鼎鼎的营销界泰斗，营销水平绝对处于领导地位，与他相比，无论从资历还是年龄都无法相比，但为什么经销商会觉得我讲得更好呢？原因就在于客户请专家过来讲课时，没有看清楚这些听课的对象所处的发展阶段——向一群刚学会走路的人去培训飞行能得到他们的认同吗？然后是技巧的培训。这方面有很多方

法可以借鉴，这里就不多说了。

最后，谭小芳老师提醒企业注意：记住，销售培训的目的是为了实战。如果只是为了培训而培训，还不如发些资料大家看看，根本没必要进行专门的培训。

林万东事例心得体会篇五

做为一个手机销售，我的方法是首先认清自己的工作——销售，我要卖的商品——手机。那么我要做的就是两件事，“销售”面对顾客，“手机”面对潮流。现在的智能机换代起来比衣服换季还快，新功能加入、旧功能重置、处理器一个个题升的比我家孩子长个还快。面对这样的新旧换代，现在这些娇生惯养孩子们，攀比之心一起来，换手机比换衣服还快。

所以，我们面对的主要客户也主要是这些青年工作者、大学生们。面对这些的顾客，我在工作中都是分的非常的细。如果是大学生顾客，那就分为两种，为了性价比或是为了性能。如果是已经参加工作的工作者们，那大部分都是为了性能才来换手机了。

说道了手机的性价比和性能，这就关乎到“手机”这方面了。新机型的推出就意味着旧机型的降价，这就大概分出了性价比和性能。做为xxx专卖店的销售人员，我们也不用过多的考虑品牌问题。只要在销售的过程中，将自己品牌的手机的优点都凸显出来即可。不必过多的捧高踩低，这反而会显得不可信。

之后就是男女顾客的分别了，男顾客多数好说，只要性能到位价格合适，估计早已选好，直接就能拿下。但是对于女顾客们，她们虽然也要求性能，但却更注重外表。如果只是性能高但外貌却不合心，那再好的手机也难如她们的法眼。

总结来说，手机销售是一个复杂的工作。做为老少皆宜的道具，它的产品自然是多种多样。就我个人的感觉来说，作为一个好的手机销售，自己一定得是一个手机的爱好者，只有知道手机的变化和种类，才能给顾客推荐最为合心的手机。

林万东事例心得体会篇六

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。在四季度，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。

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。

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。

信息是企业决策的生命。销售的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。

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。

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！我相信我们的明天一定会更好！

林万东事例心得体会篇七

一、首先你要首先你要了解自己所售产品的材质、风格、工艺、尺寸、价格、卖点等知识是导购必须掌握的！并且是倒背如流，当顾客问你产品价格、尺寸你还去看看价格牌，拿把尺子量一量的话，顾客对你的第一印象就是不专业，后面你的说服力就大打折扣了！只会介绍材料、工艺，我认为一

开始就向顾客介绍家具的材质、工艺等特点是很不好的销售模式，顾客来买的不是一堆材料，顾客来买的是家具，是生活用品，是生活方式！

- 3、帮助客户下决心解决；
- 4、辅导客户建立解决方案的认识；
- 5、辅导客户建立解决问题的标准；
- 6、辅导客户选择方案；
- 7、学好销售顾问需要一个时间过程。

三、我们做家具销售必须时时记住的要点就是，一定要站在顾客的角度为其去提供解决方案，给到顾客、专业负责的意见。千万不能为卖家具而买家具。不要只会推荐些贵的，只会拼命向顾客家塞货，这是行不通的。合适的才是最好的。只有获得了舒心的家居氛围顾客才会满意，才会为你推荐更多的亲朋好友来购买。

四、很多时候我们作为销售人员必须要抓住客户的需求，将家具的优点介绍出来，而不是更多的诋毁和自己品牌相似的或者风格相同的品牌。卖场营销其实是感情营销，家具产品是载体，情感的沟通才是成交的关键，客户花钱是买一种享受，得到你的赞美与烘托，其实很多时候我们可以更多去赞美客户。

林万东事例心得体会篇八

在某服饰上班到现在为止已经整一个季度了。这个星期里的每一天都处于一种紧张忙碌的学习状态之中。通过学习，我深深感到服饰的博大精深，深深发现需要学习的知识太多太多。我被分在鞋区，通过几天的学习，我想从以下几个方面

来汇报我的学习情况和思想状况。

来到鞋区，首先在现场站柜学习，了解鞋子的分类，质量，价位，产地以及鞋子的销售技巧，从而弥补对所在区域物品的不了解。其次，在每天的例行工作中，督促柜组卫生，疏通消防通道，监督导购穿工服，戴工卡，留意标价签的整齐摆放，正确书写，检查销售小票，磁扣的打定，录入单的填写，做到最好的预防工作。最后，根据实际情况，分析各柜组的不足之处，让各个柜组的各项工作都能得到更好的改进。

这些现场工作看似都是一些繁琐的不值一提的小事，但是销售无小事，服务无小事，无数个小事堆积起来就是大事了。有本书写得很好：细节决定成败。只有关注细节，关注日常小事，才能保持一个良好的销售环境，才能保证一个服务的良好进行，才能保证销售到更好业绩。

这几天在业务方面也学到了很多，从录入单的正确录入，标签的正确填写，导购员规章制度等简单的业务到跟重货制度，售后服务标准，商品质量三包的实施细则等高难度业务。但我个人认为，学得虽然不少，但真正能用得到的并不是很多，因为所有的事情都是看人看事看情况而定，要做到真正服务于顾客，服务于供货商，并不仅仅是靠背会制度就能办到的。这就需要我们从中去实践去学习制度，去体会水晶理念，去处理所遇到的事情，需要我们不间断的学习，提高自身的素质，才能成为一名合格的管理人员。

在这里工作的这几天，因为鞋区是商场所有区域里售后最多的区域，所以除了现场工作和业务的学习外，看到最多的就是处理售后。而这些售后的处理又让我不止一次的感叹：顾客在这里就绝对是上帝！所有的售后服务都是以顾客为中心，站在顾客的立场上去理解顾客，去处理问题，尽量的让顾客满意。由于水晶的售后服务好，也就同时给那些蛮不讲理的顾客带来了机会，强词夺理，但我们的售后人员并不与其强争，而是温和的给他们讲解三包的规定范围，用自己的态度

和服务去感动这些难缠的上帝。

我作为一个新的管理人员，我一定要取其精华，努力学习，真正领会企业服务理念，并在日常工作细节上认真对待，争取成为一名优秀的管理人员，还希望各位前辈和领导能给予更多的指导。