

体彩培训心得 销售心得体会(精选9篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

体彩培训心得篇一

发布时间：-03-29

有付出就会有回报

曾经有人问我一个问题说：在你的一生当中你会把“爱”“财富”“成功”怎样排列。当时我回答她说：我会把“爱”排第一“成功”排第二“财富”排第三，至于什么意思大家慢慢体会吧！

体彩培训心得篇二

本人是一名电话销售员，在工作中总结了一点成功心得，在这里和大家一起共勉一下，希望对大家以后的工作能有所帮助。

1、首先一定要跟目标客户阐述清楚产品所有的卖点及特色，一定要让客户明白在短短几分钟的对话中你在跟客户推荐的是什么产品，你跟客户卖的到底是什么东西，所以要成为一名出色的电话销售之前一定要练就一口流利的普通话！这样才能让客户听懂你说什么！

2、做电话销售，无论做什么产品都会有一些附带可以由tele-sales随机应便灵活掌控的优惠或增值服务，就拿我以前做的喜来登的贵宾卡来说，我们在卖贵宾卡的同时也会同时送出

免费房;现金抵扣卷。红酒卷和蛋糕卷!但是出单的多少关键在于二点,第一点肯定是你打电话打得多了,天道酬勤这句话是一点也不会错的,打电话的质量肯定是要靠数量来补充的,第二点就是要灵活运用贵宾卡附送的这些优惠也就是前面提到的增值服务!比如说:今天我跟陈总说完了我们这张卡的用途但是我先不告诉这张卡的优惠以便下次打电话跟进的时候好留一手;这一招也叫兵不厌诈!等第二次有时间跟陈总通电话的时候就送出其中的一项优惠作为诱饵,如果不行再送其它二项并且一定要再三强调这些优惠是我们亚太区总裁在这里特批才有的,一定不要让客户觉得这些优惠很容易得到!

3、要坚持,水滴石穿,非一日之功,冰冻三尺;非一日之寒!无论做什么事想要成功,肯定是离不开毅力与坚持的!

体彩培训心得篇三

进入xx从事导购工作已经有两年多了,在这两年时间里,通过公司的培养及自己努力的学习,使自己的销售能力有了较高的提升。现在就我自身的销售经验及销售心得与大家做个分享。

我们每一天都在面对面的与消费者沟通,我们的一言一行在消费者的眼中都代表着企业的形象,所以我们首先应该给自己的定位要高,我们是xx品牌的代言人,只有充分地了解我们所销售的产品特点、使用方法、性能等,以此为基础,适当的为顾客提供良好的服务、建议和帮助,以优质的服务来服务顾客,才能压制竞争对手。

潜在的顾客在我们的热情与微笑中诞生。同时,我们又是企业与消费者的桥梁与纽带,我们一方面要把产品信息传达给消费者,另一方面要把消费者对产品的建议和希望反馈给企业,以便更好的服务于消费者。产品固然重要,但我们肩负的责任更重要,因为产品自身是不能与消费者沟通的,只有

我们才可以和消费者之间建立良好的沟通关系，把企业的信息完整、准确的传达出去，把“好房子，要配好厨电”的理念通过我们一线的销售人员更好地诠释给消费者！

就经验方面来说，我个人的总结有以下几点：

1、了解顾客的需求，熟记产品知识。我个人觉得了解顾客的需求是导购的关键，针对不同的客户，为他们提供适合的xx产品是我一直坚持的。我觉得做导购是有技巧的，首先你要观察消费者的需求是什么，然后找机会向顾客推荐自己的产品，突出自己产品的特点，在此过程中要细心，耐心，不要急于求成，从心理上赢得顾客信任，让顾客接受并信赖我们的产品。因为作为导购员就是要引导消费者进行消费，我们必须对我们的产品的外观、功能、技术参数烂熟于心，让顾客在比较不同款式，不同功能的产品中选择我们的产品。作为一名导购，除了要有较强的专业知识外，还要把顾客当朋友，跟他们谈心，在融洽的氛围中完成每一笔销售。

2、具备良好的学习能力。我们要具备良好的学习能力，只有不断坚持学习熟悉产品知识、不断创新，并能够掌握现代营销技能，才能树立品牌形象，提升品牌服务价值，我们要珍惜每一次公司提供的培训机会。家电行业里竞争激烈，我所在的衢州普农家电卖场里，厨电品牌多达十多种，两年多的一线导购工作让我受益匪浅。我比较喜欢学习和反思，我觉得一定要多学习，多了解xx品牌理念和企业文化，对产品知识掌握的越多就能让顾客更信任你，也能使自己的工作干得更好。对于学习，我们不仅要学习自己品牌的产品知识、特性，同时，还需要了解行业内的所有产品，进行详细的市场分析，对核心的竞争对手做出策略性的应对方式，这样在导购过程中就能够知己知彼，开展工作。

3、对产品和自己要有高度的自信心。对产品及自己强大的自信心，将我与顾客之间的关系建立得更加美好。用自信及热情去感染顾客，热情、执着是我能在导购这个岗位取得一些

成绩的内因。更重要的是我能依托xx这个平台来发挥自己的专长，让自己的工作成为自己的事业，是我最骄傲的地方。同时要用充满激情的心态对待每一位顾客。

4、良好的心态是做好导购的基础。作为导购员，保持好心态，永远用最真诚的态度去面对工作和顾客，抓住每一次机会，全力付出，努力过了，就不会后悔，同时快乐地营销！心态决定成败，时刻保持一种积极向上的心态，设定阶段性目标，并为达成目标努力。

体彩培训心得篇四

合理安排您的仓库存储容量，在每种材料上贴清楚标签，做到先进先出，懂得采取合理的保护措施，防止材料因各种原因而损坏！为期四天的虚拟企业社会环境vbse培训，让我了解制造企业的含义，了解企业、企业与客户、供应商、企业与银行、服务公司、行政部门之间的关系，以及企业内部各部门之间的合作与联系在vbse培训中，我所在的公司是北京宝乐童车制造公司，我所在的部门是财务部，在财务部中担任成本会计。我们公司有企业管理部、人力资源部、销售部、财务部、采购部、仓储部、生产计划部等。

每个部门都有自己的职责、工作范围。财务部的职责在于公司的收入、支出、利润、资产、负债和其他财务事项。工作范围相对较广。在工资和薪水方面，有必要与人力资源部沟通。在材料储存和交付方面，有必要联系仓储部门。在产品销售方面，有必要联系销售部。我们的工作需要与各部门沟通，并根据各部门的工作情况及时登记相应的账目。

体彩培训心得篇五

2. 普金工作所感

3、肥料市场和产品定位分析

4、如何进行市场操作与经营。

一：产品（主要介绍双铵）讲解方案：

a.产品讲解主要内容：双铵的卖点

2. 分子量小易吸收速溶无残留。防晚熟抗病害抗倒伏

3. 价格优势：不是很贵,物有所值。

产品的科学使用方法：可以配合其它复合肥或二铵做底肥基施。

作物生长中后期做追肥使用。

b.普金双铵与控释肥、普通三元复合肥、尿素、二铵碳铵的比较：

与三元复合肥相比：节约环保。三元复合肥料长期使用会导致土壤板结酸碱化,肥料利用率不高。而双铵富含有机质能够改土养根解磷解钾,所含络合的氮,钾能补充作物养分的需要,吃饱不浪费,节约成本,保护环境。

与控释肥的区别：市场上常见的金正大沃夫特控释肥,主要树脂,硫磺包衣,以树脂,硫磺包尿素为主。施可丰添加硝化抑制剂达到异粒变速缓释效果。乐喜施磷钾肥包尿素达到缓控释肥效果。这些肥料主要是有一定的控制释放效果,不控制养分的流失。

而普金双铵添加了控失剂,不控制释放,控制养分的流失,大大的提高了作物的利用率。与尿素的比较：普金双铵是尿素的完美替代品,氮素利用率是尿素的2倍,尿素是单一的氮肥,双铵除了含有作物需要的氮素,还含有大量的有机质,一定量的钾肥和微量元素。

与碳铵的比较：碳铵含氮17%且利用率低

c.产品介绍讲解配合适当的话题和技巧。

在进行产品介绍讲解的时候,在营销人员与准顾客交谈时,需要适当的开场白和话题。开场白的好坏,几乎可以决定这一次访问的成败,换言之,好的开场,就是推销员成功的一半。有针对客户本人的具体情况进行的谈话才能引起兴趣。虽然我们是为介绍产品,拉业务的,最好要把目的淡化,尤其是第一次以调查市场状况了解经销商为主,适当的发现经销商是否有合作的意图。一次生,二会熟,熟悉了就好了解了,就好谈判了。我个人觉得在不了解经销商的一些情况的时候少谈肥料。如果经销商们先了解了我们的产品后,而我们对于他却一无所知的话,对于经销商的具体真实情况就摸不准了。在不了解我们的情况下,经销商说出的话才具有一定的真实性。就我自己而言,总结在开发客户的时候在向客户讲解产品的时候,主要谈到的一些小的技巧和话题总结如下:

1. 用金钱来敲门。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。帮客户分析一下做我们的产品有什么优惠,能得到哪些诱人的利益。
2. 发自内心真诚的赞美。每个人都喜欢听到好听话,客户也不例外。因此,赞美就成为接近顾客的好方法。赞美准顾客必须要找出别人可能忽略的特点,而让准顾客知道你的话是真诚的。赞美的话若不真诚,就成为拍马屁,这样效果当然不会好。赞美比拍马屁难,它要先经过思索,不但要有诚意,而且要选定既定的目标与诚意。。
3. 利用好奇心,提问一下他感兴趣的话题。比如说,王经理,你知道现在做哪种产品最赚钱吗?你知道现在那种渠道做的最有效果吗?你知道现在那种促销活动最能够成功吗?当然前提必须确实自己有独到的见解才可以。

4. 借第三人来引起注意。告诉顾客,是第三者(顾客的亲友、下面经销商、合作伙伴)要你来找他的。这是一种迂回战术,每个人都有“不看僧面看佛面”的心理,所以,大多数人对亲友介绍来的推销员都很客气。为了取信顾客,若能出示引荐人的名片或介绍信,效果更佳。

5. 举著名的公司或人为例。在与经销商的交谈上也可以谈谈其他厂家比如说临沂地区的肥料厂家金正大、史丹利、施可丰的产品特点和经销政策,产品走势,如果自己很熟练制作工艺、产品鉴定识别也可以适当做一下交流和沟通课。

某刊物上看到一项新的技术发明,觉得对贵厂很有用。”所提问题,应是对方最关心的问题,提问必须明确具体,不可言语不清楚、模棱两可,否则,很难引起顾客的注意。。。

7. 适时的进行产品展示。在聊天的时候不要忘记我们是干什么的。在介绍其他厂家产品的时候,话锋一转拿着资料内容指给经销商们看,让他们对我们产品有一点了解甚至是产生兴趣。也就是利用产品引发兴趣。

9. 赠送小礼品。很少人会拒绝免费的东西,用赠品作敲门砖,很实用。我们手头的资料,包装袋,样品。顾客喜欢香烟的,适当的时候搭上一根烟,有小孩的适当的买些好吃的。都可以促进感情拉近距离的。

注意:产品的介绍一定要穿插在与客户沟通交流的过程中,切不可直接鲁莽的介绍一通就完事了。(马上介绍野蛮灌输完产品的介绍只会导致一种状况的发生-----客户会说:我到时候在说吧,或考虑考虑,或用时给打电话种种托辞导致沟通交流中断或陷入被动局面。在介绍产品之前我觉得最好多了解一下目标客户的一些信息比如所经营的肥料品牌,品牌是否有更换或添加的意向,下面渠道网络分布状况从而了解客户的一下情况和需要,针对某个客户的状况和需求针对性的制定话术从而做到有的放矢,也增加了交流的内容和谈判的成功率。)

二. 进入普金后自己的心得的体会:

相对于大的出名的一些集团肥料公司,普金是一个处于不断发展的中小型私人肥料企业。但相对与那些大的公司来说普金能够给我提供一个相对比较宽阔的可以自由发挥的发展和施展空间。在这个平台上我可以在将自己两年的肥料销售所积累的经验 and 实力发挥的同时不断的巩固和学习一线市场的开发能力。这些经历就是经验。还有和很多的同事和客户做了朋友积累了人脉资源这些无形的财富。对于立志一直做肥料业务工作的我来说无疑是一笔丰富宝贵的财富。我之所以来到普金公司主要是看到了发展空间很大,有做好业务达到发财的可能,完全有希望,而去大的公司除了稍高的基本工资提成就了了了。我有多大的能力普金公司就能提供给我多大的舞台和发展空间。现在我做好了一切准备,调整好自己的心态,丰富自己的农化知识和业务技能,一定要在明年的市场开发中做出成绩来。

的能力自己去使吧,做好市场的开发,全身心的开展工作,拿到订单就是我目前唯一能够赚取我第一桶金的机会,我将全力一付。

三. 肥料市场和普金产品的认识和分析、产品在市场的到位:

在市场上肥料品牌的种类繁多,质量参差不齐,一些知名度比较大的品牌比较响的肥料企业占据市场主导地位。肥料市场的容量有限必然导致各个肥料厂家为了争夺肥料市场生存空间所进行战斗的硝烟愈演愈烈。而且现在的经销商和用肥料的老百姓选肥料的标准选的是感觉。现在哪个肥料厂家除了产品质量效果以外的产品附加服务附加收益对于经销商的用户的附加值大,谁就能占据市场的主导优势。所以现在的肥料市场一个厂家的品牌宣传比一个厂家的响亮。一个厂家的广告投入做的比一个厂家做的的力度大。一个厂家的促销活动比一个厂家做的积极。一个厂家的示范田建设比一个厂家做的标准。一个厂家的终端售后服务比一个厂家做的周到。

当然也有许多其他不法肥料厂家忽悠老百姓,赚一把就走,销售假冒伪劣产品,不够含量的产品趁机获取短期暴利兴风作浪。这也导致了用户对各个厂家产生审美疲劳和对肥料真假的疑惑和无奈。

市场竞争的激烈,各个厂家想尽了克敌制胜的方法,有的厂家不断创新,走产品功

能差异化(缓释肥料、控释肥、冲施肥、叶面肥、微量元素肥料。有机肥、无机肥、复合肥料、复混肥料和各种功能概念的肥料)走渠道差异化路线(政府指定采购、邮政物流、农资连锁、厂家直销)产品推广差异化(技术培训推广会!~w#&-示范观摩与示范户现身说法各式各样的促销活动)。不管有多少差异化,万变不离其宗。其实我觉得真正把服务当回事把质量效果当回事才是唯一真正占领市场的唯一的法宝。

普金的系列产品主要是采用双生化络合工艺技术的有机肥,有机无机复混肥。我觉得普金肥料的定位是正确的。一:现在大化肥的市场竞争激烈,各个地方都基本被一些实力雄厚的厂家雄霸一方。在如此激烈的市场环境下进入一个市场如果不走差异化道路会死的很惨。二:国家倡导环保节约社会,倡导绿色环保农业。普金肥料响应国家发展趋势大力发展绿色环保对环境对土地污染危害轻的肥料,有机无机复混肥料提高了肥料利用率,节约了成本投入,绿色环保。普金的市场现在还是有限,主要是在山东地区。要想有大的发展,战略必须转移,必须转战外部市场,培养业务精英,开发新市场,争夺市场份额。我等待的是下一步公司转战河北市场。我对河北市场还算熟悉,以前金正大的同事玩的特别好的朋友都在河北跑业务,搜集,通过他们的帮助和介绍我想应该不难做。

四。市场的操作和经营(成熟市场的维护和新市场的发策略)

a.成熟市场的操作方案:

一些销售人员每次拜访客户都是三句话：上个月卖了多少货？这个月能回多少款？下个月能再进多少货？这无助于销售业绩的提升。

拜访经销商的任务内容和准备工作：

我觉得销售人员每次拜访经销商的任务包括五个方面：

- 1、销售产品。这是拜访客户的主要任务。
- 2、市场维护。没有维护的市场是昙花一现。销售人员要处理好市场运作中问题,解决客户之间的矛盾,理顺渠道间的关系,确保市场的稳定。
- 3、建设客情。销售人员要在客户心中建立自己个人的品牌形象。这有助于你能赢得客户对你工作的配合和支持。
- 4、信息收集。销售人员要随时了解市场情况,监控市场动态。
- 5、指导客户。销售人员分为两种类型：一是只会向客户要订单的人,二是给客户出主意的人。前一类型的销售人员获得订单的道路将会很漫长,后一种类型的销售人员赢得了客户的尊敬。

要实现这五大任务,销售人员在拜访客户时,应做好以下12件工作：

一、销售准备

失败的准备就是准备着失败。销售人员在拜访客户之前,就要为成功奠定良好的基础。

- 1、掌握资源。了解公司的销售政策、价格政策和促销政策。尤其是在企业推出新的销售政策、价格政策和促销政策时,更要了解新的销售政策和促销政策的详细内容。当公司推出新

产品时,销售人员要了解新产品的特点、卖点是什么?不了解新的销售政策,就无法用新的政策去吸引客户;不了解新产品,也就无法向客户推销新产品。

体彩培训心得篇六

第一次接触家具销售这个行业,通过这几天和亲戚朋友以及小区群众调查了解:

2: 认识顾客需要些什么。顾客购买家具是一种生活方式,一种家庭气氛,一种品味。。。能掌握顾客消费心态,是销售人员必须具备的技能。

3: 建立自己的客户档案。要搞好家具销售必须建立起自己销售网,只有对客户了解了才能更好给他提供家居配套顾问。

4: 销售心态。一定要精神饱满、快乐的心情、我是您的朋友,把最好的产品和最优质的服务提供给你。

现有对家具销售认识还很浅薄,只有日后不断的销售过程中探索完善

体彩培训心得篇七

作为加油站的站长,怎样管理好加油站,是我始终追求的目标和努力工作的方向。

加油站是我们向社会提供服务,展示精神风貌的窗口。日常管理中我十分重视加油站形象管理,始终做到加油现场环境整洁、卫生,不留死角,并随时清扫加油车辆带来的泥沙纸屑。我承包站上最难搞的卫生区-厕所,只要是我在加油现场,基本上是扫把不离手。

身教重于言教,员工们每当看到我拿着扫把打扫她们的卫生

区时，不用我叫，他们自动就跑过来和我一起清扫了。在我和全站员工的共同努力下，展现在顾客眼前的，每时每刻都是整洁、清新的环境。

加油站是一个员工的集合体，作为加油站站长一项必不可少的工作就是管理员工。在对员工的管理上我不断加强学习，努力提高自身业务能力。要想管好别人，首先自己要知道去怎么管。我不断向许多有经验的老同志学习，我注重对《加油站管理规范》和公司各种制度的学习，做到自己应该怎样管、对员工怎样要求心中有数。做促进员工和睦相处的促进剂。员工们各有各的生活习惯和脾气，加强了解员工，使大家相知并相互理解，减少矛盾发生，建立和谐的工作环境。

损耗管理工作是加油站的大事，损耗的大小直接关系到员工的薪酬，在损耗管理的工作中我从源头抓起，仔细核对每车进油单据，及时做好记录。从两方面入手：一是量油罐，看油罐空高的变化，二是每月和片区经理对加油机进行自校，检测加油机是否精确无误，发现损耗及时查明原并做好相关记录。接卸油品时，想方设法卸尽油罐车内的余油，做到点滴归仓。通过全体员工的共同努力，我站损耗管理工作取得长足进步。

带着美好憧憬，步入20xx年，我将不断鞭策自己，为琼中营根站做出应有的贡献！

体彩培训心得篇八

透过前期的公司简单培训以及对老员工的观摩、自己的亲身实践、师傅x经理的时常教导，我对汽车销售的流程很快就有了一个基本的了解。再之后，每一个环节我都亲身参与其中，对流程的基本形式、目的和要求了然于胸。下面是我这一年的工作心得体会。

接待客户一般说的是展厅接待，有两种状况。一是完全陌生

的客户拜访，而是已经预约的客户拜访。对于陌生的客户拜访，注重的是第一印象。为客户树立一个好的第一印象，由于客户通常对购车经历抱有负面的想法，因此殷勤有礼的专业人员的接待会消除客户的负面情绪，为购买过程奠定愉快和谐的基调。二对于已经预约好的客户，则根据流程来走就可。当然，也要在接待过程呈现出专业、礼貌的精神面貌。

咨询的目的是为了收集客户需求的信息。销售人员需要尽可能多的收集来自客户的所有信息，以便充分挖掘和理解客户购车的准确需求。销售人员的询问务必耐心并友好，这一阶段很重要的一点是适度与信任。销售人员在回答客户的咨询时服务的适度性要有很好的把握，既不要服务不足，更不要服务过度。这一阶段应让客户随意发表意见，并认真倾听，以了解客户的需求和愿望，从而在后续阶段做到更有效地销售。并且销售人员应在接待开始便拿上相应的宣传资料，供客户查阅。

要点是针对客户的个性化需求进行产品介绍，以获得客户的信任感。销售人员务必向客户传达与其需求有关的相关产品特性，帮忙客户了解公司的产品是如何满足其需求的，只有这样客户才会认识产品的价值。直至销售人员获得客户认可，挑选到了合意的车，这一步骤才算完成。

这是客户获得有关车的第一手材料的机会。在试车过程中，销售人员应让客户集中精神对车进行体检，避免过多讲话。销售人员应针对客户的需求和购买动机进行解释说明，以建立客户的信任感。

为了避免在协商阶段引起客户的疑虑，对销售人员来说，重要的是要使客户感到他已了解到所有必要的信息并控制着这个重要步骤。如果销售人员已明了客户在价格和其他条件上的要求，然后提出销售议案，那么客户将会感到他是在和一位诚实和值得信赖的销售人员打交道，会全盘思考到他的财务需求和关心的问题。

在成交阶段不应有任何催促的倾向，而应让客户有更充分的时间思考和做出决定，但销售人员应巧妙地加强客户对于所购产品的信心。在办理相关文件时，销售人员应努力营造简单的签约气氛。

体彩培训心得篇九

前一段时间受客户邀请，为其新产品做策划，因此走访了当地的药店，在走访的过程中，我一直在思考着项目的事情，客户所做的产品是保健食品，这个行业已经普遍受到了消费者的不信任和国家政策的约束，如何突破市场的羁绊？走一条有特色的路成为我们策划的核心内容之一。我们看终端的目的主要了解竞争对手在这里的表现，包括陈列、促销、价位、促销员的表现，促销员的销售技巧等。

在走访了几个大型终端之后，我有些失望，在这里没有什么新发现，无非就是促销员不断的向你推荐他们的产品，而不去真正的了解你的需求。从陈列上看，都是一些杂牌子产品，排面倒是不小，而业内比较有名的产品却并不在主要的位置上。从这里也可以看出，保健品行业是一个利润很高的行业，要不然，这么大的排面每月有多少费用呢！虽然如此，我还是不厌其烦的把同类问题抛向不同的促销员，但结果依然没有新的发现。这也从另一个方面说明保健品行业在终端的潜力还很大，只要有一支素质高的促销队伍，完成产品的销售还是没问题的，毕竟这个市场容量巨大。

我在一边想着客户是不是要建立一支精干的促销队伍一边向另一个药店走去。这个药店不大，促销人员也不多。但通过我与这里的促销员的沟通，让我感到大吃一惊，他们不但在销售产品，还在运用更新颖的销售技巧，我深受启发。她是怎么做的呢？在此分享给大家。

我们进入药店后，促销员没有急于给我们介绍产品，而是看着我们在看什么产品，在观察我们几个走进来的潜在客户。

解读：这在终端销售的过程中是很重要的，要通过观察你的目标客户，进而能够判断出他们的需求，所谓知己知彼，就是首先要明白自己产品的优劣，消费者的需求，让这两者达到一种完美的结合，你的销售一定可以做成功。

这个促销员看到进来的这几个潜在消费者，只有我是比较认真的看产品，其他几个都是漫不经心的看，所以，她判断我会是真正的消费者。

解读：在一群潜在消费者中间，寻找到真正的消费者是很重要的，如果你的判断不准确，那么你的很多工作就完全是浪费精力。

我其实是要了解中高档产品的，但这个促销员却并没有直接向我推荐，而是先向我推荐了一款价位很低的产品，只有20元左右，她是这样解释的：这个产品主要是促进营养成分吸收的，即使你平时饮食，真正的吸收也只有75%左右，那么其他营养成分就流失了。

解读：这在销售过程中是要获得消费者的第一个认同，消费者认同后，在心理上已经接受这个销售人员和她推荐的东西。

这个促销员的高明之处就表现在这个地方，在她不急于销售的言辞中，我放松了警惕，而这个才是她销售的核心产品，由于有前期的沟通，我们之间已经产生了信任，对于我自己实际的需求，也并不是那个价值20元的小产品。

解读：所谓的连带销售，就是在目标消费者真正购买他需要的产品之外，能够创造或者发现其他没有被满足的需求，进而挖掘和利用，达成销售。

虽然看上去，这个促销员的销售技巧一般，并没有利用什么超常的方法，但正是这个小小的销售动作，增加了15%的销售额。如果每一个成交的消费者都增加15%，可想而知，一个月

要增加多少的销售!

这让我想起了一个很多销售人员都熟悉的故事。

一个少年从乡村到城市寻生计，由于他曾经在乡村挨家逐户的去推销过产品，所以很快便在一家百货公司找到了一个销售员的职位。老板也很喜欢他，只是怕他不太习惯在百货公司做推销，因此告诉他第一天营业时间结束后要向他汇报销售情况，以便作出检讨和修正。

第一天上班，好不容易才等到营业时间完结，他便走到老板面前汇报一天的销售情况.....

“年轻人，今天完成了多少单买卖?”

“一单!”

“你真的是不习惯在百货公司当销售吗?我们这儿的员工每人每天至少都可完成十至二十宗买卖的。你那单交易的金额有多少?”

“三十万!”

“三十万!?!一单买卖三十万?你是如何做到的?”

“我先向一位顾客售卖了小号的鱼钩，然后是中号的鱼钩，再后来便是大号的鱼钩，继而是小号的鱼丝，中号的鱼丝及大号的鱼丝。其后，我问该顾客要到那里去钓鱼，他说到海边，我建议他买一只船，但他告诉怕他的车不够马力拖这条船，我便再带他选购了一部够马力的汽车.....”

“什么?顾客只是来买一个鱼钩，你竟然可以令他买下那么多东西?”

“不，他本是来替他太太买纸巾而已，我和他攀谈时告诉他，

若你只是逛罢百货公司便回家,你的周末算是白过了,为何不考虑去钓鱼呢?”

.....

这个故事的可信度已经无可考证,但从这里我们可以看到连带销售所带来的巨大威力,而连带销售的根本是挖掘消费者内心深处的需求,以点连线。销售人员往往目的明确,通过不断引导目标消费者,进而达到一种销售的最高境界。连带销售在运用的过程中一定要根据消费者的实际情况,切忌不根据实际情况,想当然的进行推荐,这样反而会适得其反,影响消费者的购买决策。

在医药保健品的销售过程中,由于消费者对这类产品存在着“偏见”,认为这些是可以治病的,在这种情况下,如何去满足消费者最终的这种需求,可以采用连带销售的方法,在销售一个产品的时候,一定要增加另一个辅助治疗的东西。比如我们曾经让肝病患者的购买我们主推的保健品,但要连带购买传统中药,说是为了增强效果(不过实际也是如此)。在这样的销售过程中,消费者满意,因为有效果,厂家满意,因为有销量,连带销售达到了一箭双雕的目的。