# 最新饲料销售心得体会(二十二篇)

来源：网络 作者：翠竹清韵 更新时间：2025-01-18

*饲料销售心得体会一首先介绍一下我的实习单位，贵阳恒晨饲料有限公司，改涉足水产研究，水产养殖及动物保健领域的大型农业科技型上市公司。目前公司有近四十家分子公司，年生产能力逾300万吨，是国内最大的水产饲料及主要畜禽饲料被四川省工商局评为四川省...*

**饲料销售心得体会一**

首先介绍一下我的实习单位，贵阳恒晨饲料有限公司，改涉足水产研究，水产养殖及动物保健领域的大型农业科技型上市公司。目前公司有近四十家分子公司，年生产能力逾300万吨，是国内最大的水产饲料及主要畜禽饲料被四川省工商局评为四川省著名商标，20xx年被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标。通威饲料是中国十大名牌饲料之一，产品的各项技术指标处于国内领先并达到国际先进水平。我所实习的通威股份揭阳通威饲料有限公司，是广东省粤东地区最大的水产饲料生产企业，年生产能力30万吨，在粤东地区销量位居同类产品之首。

自到恒晨饲料公司实习以来，我参加了公司的生产实践与销售工作两个阶段的锻炼。第一个阶段我被公司安排到农村做最基本的终端工作下乡.做示范,开养殖交流会等等.加实践工作，主要是公司考虑刚出学校的我们实践经验还不够，理论和实践总有一些差距，在这个过程当中学习和找自己的不足，加以完善，并在实践生产当中提高自己的综合能力以及实际动手能力。在同类养殖场相比较，具有相当强的实力和业内较好的口碑。通过这一阶段的实习和学习，让我更直观的了解了饲料养殖的基本情况和发展趋势，培养我的实际动手能力和兴趣，对我以后从事养殖行业奠定了坚实的实践基础，同时让我更看好中国养殖发展的前景和未来，增加了我以后从事养殖事业的信心。

接下来的第二个阶段，我被安排到市场部工作，为公司做宣传和联系业务，推销公司的水产饲料产品。虽然自己认为很适合做推销工作，但实际上这并不是件好差事，对于我这个毫无饲料行业实际工作经验又没有业务联系初出茅庐的人来说，推销一种商品确实很难，人地两生，风俗习惯，口音等等各反面对我来说都是难题。所以刚开始那段时间，我真的无从下手，只能跟着单位的同事跑那些有业务联系的老顾客去学学看看。通过这一段时间的学习观察和老同事的分析。我总结如下：我公司产品主要负责销贵州东部地区，市西部地区场容量大，但饲料生产企业众多，场竞争激烈，我公司又是新建厂不久，对这一地区开发较迟，虽为中国贵州重点饲料龙头企业，但时常形势不容乐观，必须充分发挥养殖饲料龙头企业的优势[强大的实力，专业的技术，优良的品质，完善的售后服务等等]来赢得市场，才能在日益激烈的市场竞争中站稳脚跟。“皇天不负有心人”，通过努力，我终于完成了两档生意，为这生意我做足了工夫，背熟资料，收集竞争厂家的资料，对比优势在那里，找出竞争厂家的劣势，市场调查，打听客户实际情况[兴趣，爱好，资金实力等等]，总结前几次失败的原因，以更准确的找到切入点，赢得机会。事后我终于明白销售经理给我们讲的话，每一次销售成功不是偶然，是你智慧和能力的运用和体现，我很高兴我做到了。通过这学期的实习[销售工作]，使我深深明白了推销的重要性和搞推销是件很辛苦的事，根本不是读书时想象的那样简单，让我对销售有了全新的认识，同时也让我找到了做销售的乐趣，那种对自己潜能的挑战，使自己综合水平大大的提高，更锻炼了我的口才和沟通能力，坚定了我的信心。同时也让我明白，真正好的销售不单只是把产品卖出去把钱收回来，还应该在厂家和商家之间形成稳固，诚信的合作关系，共同为社会和消费者创造财富，只有多赢生意才会做长久，如果不懂得保障他人的利益，最后必然自己的利益也会失去。同样也使我深刻体会到学校学好专业知识固然很重要，但更重要的是把学到的知识灵活运用到实践中去。

在实习工作里，我像一名真正的员工一样拥有自己的工作卡，感觉自己已经不是学生了，每天7点起床，然后像一个真正的上班族上班，实习过程中严格遵守公司的各项制度，虚心向有经验的同事学习，这一年的实习工作使我懂得了很多以前不知道的东西，对饲料行业也有了更深的了解，对自己将来的发展有和更明确的目标，同时对养殖行业的发展充满了信心。

实习是每一位中专生必须拥有的一段经历，它使我们在实践中了解社会，让我们学到了很多在课堂上根本学不到的知识，丰富了我们的知识层面，打开了我们的视野，长了见识，为我们走向社会打下了坚实的基础，实习我我们把学到的理论知识应用在实践中的一次尝试，实习是我们从以前的幼稚走向成熟，是我们从走事卤莽走向理性，让我们真真实实感到自己在成熟，在进步，在不段的提高这都是我们今后人生道路的宝贵财富。

最后衷心的感谢学校，感谢贵阳恒晨饲料公司给我们提供实习的机会。

**饲料销售心得体会二**

作为一名饲料销售人员，责任重于泰山。下面，我就自20xx年1月份至今以来的工作开始述职。

一、个人自身方面的总结：

深知自己的职责：为公司尽职尽责和为客户贴心服务的使命!

公司制定的制度能很好的遵守和执行，能积极向上的工作，同时加强自身的学习，不断的提高自己的业务知识和工作能力，能遵纪守法，不做有损公司利益的事情!

二、工作方面的总结：

1、始终坚持公司的开发重点：以猪浓缩料特别是乳仔猪料为重点，扩大预混料的销售量。

2、关于销售网络的思路整理，以前在关中市场做工作的时候，始终围绕着客户做工作，忽略深入基层能看透问题本质，轻视了这对实现销售信息资料掌握和及时改变销售策略的重要性!因为错误的思路导致自己在关中市场失利较多，发展缓慢。最终公司领导能在关键时刻做出正确的策略：调换我到陕北市场。俗话说：新环境，新的挑战!因为陕北地势的特殊性，同时自己强烈的责任感迫使自己始终反思必须要走科学见效的营销思路。大家都知道2点之间的距离是最短的，于是我就分析哪些是客户，哪些是顾客，因为饲料是要给猪吃的，可是离猪最近的就是我们的顾客养殖户，原来饲料最终的消费者是养猪户，清晰的思路让我明白：应当思考如何给顾客方便购得商品，那就是靠近消费者，走直销到最后一级终端分销渠道。

在确保产品在终端“买得到”的同时，也要确保“卖得动”，有计划、多层次地开展“面向顾客型”推广，门店销售，赶集宣传。不能只保证渠道中有水，还要创造让水流出去的“出口”。

那么走直销到最后一级终端分销渠道有哪些好处呢?

①走直销到最后一级终端分销渠道可以说让养殖户的养殖成本最低。

②离消费终端最近，最为方便养殖户。

③强调消费者愿意付出的价格和方便的购买点都在这样的条件下等到了满足。

④对于公司和销售员来说，这种渠道便于掌控，稳定性强。

⑤利于培育忠诚客户，利于精耕细作。

市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，并不是所有的区域都能够根据总体发展，需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要及时开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体的某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访行为，都有可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

这些好处都是大家显而易见的，也可谓是得渠道者得天下!

开发新客户的意识一定要上一个台阶。例如我的片区最大的2个顾客赵雪红和王强，从事养殖行业多年，经验丰富，而且规模在各县都很是鼎鼎有名，其它厂家在很早切入的时候早都按这个思路去走了，结果都很成功，客户也是收益很大，很喜欢直接和公司合作!但是面对这些大的客户我们怎么能做到转换成功呢?就是工作方面的第三个。

3、自己给客户能带来那些更好的服务。

因为我们做销售本来就是服务，通过自己使顾客的利益更大化，更长久一些，从而使公司获得利润达到共赢。蒙牛的牛根生说过，资源的98%靠整合，其实我们饲料工作也是可以这样来做，比如赵雪红的种猪可以帮忙在自己掌握的养殖场推荐，下面养殖户母猪少的可以推荐赵雪红猪场的小猪，购买母猪的和小猪的顾客得到了你的帮助，而且赵的猪场就使用的是公司的产品，一直反映很好，同时自己的服务有那么到位，再加上自己的人格魅力，顾客很容易就直接拿下!离赵近的客户拿料可以通过他，从而赵还获得一定的利润，离的远直接让利顾客，降低他的饲养成本，何乐而不为。环环相扣，很容易形成地区性的市场占有率和品牌效应!这对做周围的其它市场起到支点的作用!还有就是我们必须运用科学，使得自己把一些高新技术授予顾客，这样顾客在你的服务下也在不断的成长!

4、货款的回收方面。

以前在关中市场，对于货款的回收问题重视程度不够，容易给客户养成不好的习惯，同时还容易产生不必要的麻烦。到陕北市场后，面对市场上客户和顾客能很好的把握，大部分的做到了先款后货。部分客户存在的问题也不容忽视，力争做到货到付款，最大限度达到双方诚信合作，最大宽限1周，确保资金的安全和公司资金链的不断裂!

5、货物的物流方面。

自己能积极的配合公司办公室内勤的工作，共同寻找物流资源，力争降低物流费用。客户报货及时报给公司，并提供随市场变动后的价格，方便公司开票和客户打款。并在公司发货的时候电话通知客户做好收货的工作!

销售数据表明：成绩是客观，问题是肯定存在的，总体上，销售工作是朝预定目标稳步前进的。

市场供需失衡的压力，同业风气的阻障，客观环境的不便，均对我们的营销工作产生了负动力。我能及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重客户的意见，参考公司领导的建议，以市场需求为导向，不断提高工作效率。

三、工作中存在的问题：

1、有时候时间安排不合理，没有能很好的充分利用时间，工作的计划性不是很强!

2、公司产品的销售结构不够合理，没有能够很好的利用好资源，发展鸡的预混料和牛的预混料。

3、客户网络建设上，不能进行科学的网点布设，坚持个人传统的思想!

四、新年工作计划：

维持稳定原有的客户资源，加大绥德市场，米脂市场和佳县市场的开发力度，重点围绕王强和白占孝周围的客户开发猪料市场，在绥德龙湾重点做鸡预混料。

五、总结

市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。

同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验。

我们已经经历了足够的市场磨练，我坚信通过我们共同的奋斗，架好“支点”撬动市场，打造“势能”以便放行销惯性，进行整合形成“拳头”能量，希望有一天，通过自己的努力定能成为吸引更多的经销商来经营我们的产品、更多的养殖户来使用我们的产品!

面对现在我们的确困难，但我们决不气馁，因为我们有可以预见的未来!到那时侯我们将大鹏展翅!

最后祝福大家新的一年身体健康，工作顺利，好运连连，青春永驻!

**饲料销售心得体会三**

销售饲料是饲料营销员的重要工作。谈到销售技巧，每个人都有自己的方法和经验，做为一个从事饲料营销多年的“老兵”，下面我们共同探讨一下饲料销售的一些方法，抛砖引玉。

饲料营销员首先必须要领悟公司的工作重心、工作方向、销量计划、产品结构、重点市场、促销策略等。明白自己的销量计划及完成任务的步骤方法，把销量计划分解到每一个经销商和养殖户，老客户无法完成的销量，再列出新客户的开发计划;根据销售计划，明确自己的重点市场、重点客户、重点产品及销售策略;规划好自己的行程安排、销量的时间分解，保证计划的顺利完成。

一、饲料销售的硬件准备。

1、职业套装。这是饲料营销员的“第一笔”投资，应倾其所有买一套自己喜欢的职业正装。服装虽然不能造就完人，但初次见面给客户的第一印象，90%都来源于服装。服装要根据自己的行业特征，略高于自己的客户标准，整洁、大方、得体;夏天，上衣不能无领无袖，皮鞋不能露指露跟，体现自己的专业和素养。

2、产品样品、说明书、实证资料、价格表等。如果说营销员是饲料营销的枪支，那么这些工具就是饲料营销的弹药。价格表应该有两份，一份是给客户看的市场零售价格，一份是自己掌握的价格表(标明现场折让、月奖、季奖、年奖等)，后一份价格表才是我们的“绝密军事机密”。

3、自己负责市场的地图。一般以县级的地图为好，村庄、道路标注清晰，甚至标有多少个乡镇、村庄、地形、气候、经济、文化、养殖、特产等。有了它，我们就能直观掌握养殖分布、客户分布、竞争态势、行程路线，在某种意义上这与军队的作战地图同等重要。

4、几本必须的书籍，如动物饲料营养、畜禽疾病防治、饲料营销等。书到用时方恨少，事非经过不知难，临阵磨枪，不利也光。知识的积累是一个漫长的过程，只有日积月累，才能成为饲料营销的专家。

5、一台有无线网卡的笔记本电脑。现在一台笔记本电脑也不贵，但它对饲料营销的作用并不小，随时接收公司信息、汇报工作;浏览行业信息，帮助客户决策;可以做记录、统计;可以存一些公司的影视宣传资料，直观展示公司的形象;可以配上养殖诊断软件，做好养殖服务等。

6、交通工具。现在，一些饲料企业以给车补的方法，鼓励营销员买小汽车，如果经济条件不允许，一辆摩托足矣，经济、实用、方便。因为摩托车购买成本低，使用成本也低，机动性能好，方便随时随地停靠。

二、饲料销售的软件准备。

包括必要的培训学习、工作计划等，都不可疏忽轻视，有备而来才能稳操胜券。准备好开场白、该说的话、该问的问题、有可能的回答，事前的充分准备与现场灵感所综合出来的力量，往往容易瓦解坚强的对手而获得成功。

1、内部信息。与公司及产品有关的资料、说明书、实证资料等，均须努力明白熟记，还要了解养殖饲料的成本、当前的盈亏情况，同时也要搜集竞争对手的广告宣传资料、说明书及养殖效果，加以研究分析，以便知己知彼，采取相应对策，克敌制胜。

2、自我了解。为了把自己的长处发挥得淋漓尽致，可用白纸黑字把自己的长处清清楚楚写出来，对自己、客户也要知己知彼，才能扬长避短。

3、相关信息。饲料营销必须多读一些有关经济、营销、养殖等方面的书籍杂志，这些都是建立多渠道的灵感源。最好每天收看中央电视台一套节目的新闻联播，了解国家社会信息，政治、经济、军事、体育、娱乐、名人轶事等新闻大事，这些都是平时与客户谈话聊天的源泉，容易找到客户感兴趣的话题，且不至于孤陋寡闻见识浅薄，给客户留下知识渊博的好印象，迅速建立客户信任，为成交打下良好的感情基础。

4、先找养殖户，再找经销商。从养殖户那里了解养殖情况、饲养习惯、对饲料的偏好、当地养殖成本、养殖需求;哪些竞争对手做得好，如何回避;哪些地方做的差，而刚好是我们的长处;避实击虚，才能尽快切入市场。当我们对市场了如指掌再找经销商谈，经销商会因此而折服，也会因我们的强势而合作。如果我们先找经销商，在合作前一般都不乐意告诉我们真实情况，虚假水分很多，还会造成经销商的优势心理，谈判不易成功。

5、改变，要想改变结果，首先改变自己。营销环境每天都在变化，所以与时俱进才是饲料营销成功的保证，我们必须具备“全天候”的作战能力。与“天”斗——行情即天，这不是营销员甚至哪个饲料企业能改变的客观现实;与“地”斗——区域市场的客观情况;与“人”斗——竞争对手、经销商、养殖户;与“己”斗——忍受挫折，享受成功，努力争取更好成绩。我们只有具备昂扬斗志，精心准备，才能胸有成竹走向市场前线，并取得新的胜利。

三、销售饲料的拜访规划。

首先拜访老客户，沟通落实本月的销售计划及销售政策，政策要与销量挂钩，不要无条件退让，这是保证销量的基础。其次，拜访上月有合作意向的新客户，找出客户犹豫的关键问题，利用好公司的新客户政策，督促经销商尽快进货。准备货款、订货、准备仓库，找目标养殖户做实证示范，制定传播方案......饲料到以后几天，最好不要离开这个经销商，尽快帮他把生意管理到良性循环。新老客户拜访一遍，再反复评估月底销量能否完成，如果相近，则积极帮助经销商销售;如果差距较大，则应加大新客户开发的力度，源源不断的新客户，才是保证营销成功的活水源泉。

四、销售饲料的“游戏”规则。

1、了解市场。通过市场调研，了解养殖规模、市场容量、主销饲料的质量和价格，我们饲料的相对优劣势、制定我们的产品、价格、渠道、促销策略。

2、三到位。设法落实销售饲料的三到位：经销商、养殖户、核心养殖户。三到位辅以在三个环节进行工作，在养殖户中做实证示范、培养核心养殖户，科技讲座(会议营销)进行推广复制。这是销售饲料成功的经典运作方式与步骤，细节上虽然不可一刀切，但没有这个完整的运作模式就没有一切。简言之，通路-——推广——示范——典型——传播，不可或缺。如果饲料营销员不能让经销商经销饲料，经销商不能让养殖户反复购买，什么营销技巧都毫无价值。不成交，就没有销售;不示范，就体现不出饲料的优秀品质;没有核心养殖户，饲料就没有说服力;没有营销会议的低成本传播，再成功也难以快速滚动复制，迅速拓展市场，一切就这么简单。

3、巩固老客户、开发新客户。我们对老客户的“怠慢”，正是竞争对手的可乘之机，不用多久，我们就会自掘坟墓——不论是经销商还是养殖户。随时储备新客户，以免我们在下月销售任务前手足无措，甚至六神无主。任何时候，我们都要准备一个随时可以替代的潜在经销商，，以免经销商提出这样那样的无理要求，得寸进尺，永不知足。经销商重利轻义，我们只有“抓一备二看三”，市场的主动权才能永远抓在我们手里。在现有经销商良好合作前，我们只能把其他经销商当成行业朋友来交往，不要做任何承诺，否则我们就有可能蛋打鸡飞，偷鸡不成蚀把米，谁都不会再搭理我们。

4、日常营销工作汇报。坚持写工作日志，总结当天工作，思考明天计划，写清楚今天工作内容、拜访客户、地址电话、成绩不足及总结反思;还要写清楚行程路线、车费、住宿地点、宾馆电话、每天发短信或月底交公司，以便领导存档查阅。字体和人品一样，要端正清晰，这样做不仅是为了向公司交代，也是为了自己工作方便。写工作日志也是逼自己去思考，随时记录自己反思的灵感火花，然后筛选一些可行的进行落实，工作就能更上一层楼。

5、销售饲料也要有良好的思想素质，爱心、信心、耐心、细心。饲料营销就是发现、引导、满足经销商、养殖户的需求，让他们发财致富，当然也是一番奉献爱心、传播爱心的事业。我们只有相信自己，相信自己的产品和服务能给经销商、养殖户创造价值，我们才能义无反顾地走向市场和客户，让客户从我们的信心中看到希望和未来。营销都是从拒绝开始的，只有“先苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身，行拂乱其所为，所以动心忍性，增益其所不能。”，只有耐心坚持，我们才能赢得最后的胜利。我们无法计算，有多少客户是因为我们一点点小的冷漠或过失而失去的——忘记回电话、约会迟到、没有说声谢谢、忘记兑现随口对客户的承诺等，细心也许正是一个饲料营销员成功与失败的标志。

五、销售饲料中存在的问题与对策。

1、客户反映饲料质量不好，实际上是想让我们向经销商和养殖户介绍正确的使用方法或提供必要的养殖服务，把饲料的正常功能发挥出来。养殖效益来源于三个方面：品种、营养、管理，我们应多和养殖户沟通，找到养殖户养殖过程中存在的问题，并对症下药，定制科学的养殖解决方案，给养殖户创造更大的经济价值。

2、客户反映饲料价格太高，实际上是想让我们介绍饲料价格高的原因，怎么让养殖户接受我们的饲料。最实用的对策是，召开养殖户会议，讲解饲料的功能，做好实证示范，让养殖户、经销商看到实实在在的养殖效果，自然就能打消客户的价格顾虑。

3、饲料经销商说新饲料销售难度大，不愿销售，实际上是经销商想让我们告诉新饲料的销售方法。我们应详细介绍饲料的营销方案，实证示范、会议营销、重点突破，滚动坐庄，让经销商看到区域市场的成功案例。不管怎样，饲料经销商面对的问题不外有二点：销量和利润，只要我们让经销商看到希望，其他问题就会迎刃而解。

如何销售饲料，是一个系统问题，是我们每一个饲料营销员必须具备的能力和素质。只要我们拥有必胜的信念，就一定能找到适合我们自己的解决方案。

**饲料销售心得体会四**

兵法讲：兵者，诡道也。故能而示之不能，用而示之不用，近而示之远，远而示之近，利而诱之，乱而取之，实而备之，强而避之，怒而挠之。功其不备，出其不意。

利而诱之：在我们开商的时候，一定会涉及到一个问题，就是经销商的利润问题。可以这样讲，经销商之所以叫做商，是因为他们是以营利为目的的群体，所以经营利润的问题是经销商最关心得，这一点远远超过了质量和售后服务。我们在开商的时候经常碰见这样的经销商，他们都会说：只要利润合理，质量一般得料我都可以经营，要是质量非常好，而利润非常低，那么我不可能去经销。所以说，利字是十分关键的。那么你的销售是否成功就看你在利润上是如何定义的，我认为作为饲料厂家，作为一个合格的业务员是可以左右经销商的利润空间的，一定要把经销商的利润最大化，产品质量合理化，售后服务专业化才能争取更大的市场。

乱而取之：其实不管是饲料销售也好还是其他的 产品销售也好，在开发经销商时都要抓住有利时机。有的厂家因为各种原因导致与经销商意见上的分歧是常有的事情，而我们在开发经销商的时候恰恰要抓住这一点，要早发现早利用，在经销商与其合作厂家不合时，趁火打劫，主动出击。

实而备之，强而避之：如果我们选择的是在当地实力一般的经销商的话，那么当地最有实力的经销商以后一定会成为我们的最大对手。记住，在一个固定范围的市场内没有最强的饲料厂家，只有最强的经销商和最强的业务员，所以当我们碰见比我们有实力比我们强大的经销商的时候一定要时刻防备他，避免与之正面交锋。但是并不是就此服输，而是等待时机，养精蓄锐，抓稳终端市场，等待我们的实力与之相当或者相差无几时在行出击。

怒而挠之：在我们与我们的对手实力相当的时候也不一定就能争夺更大的市场，如果我们的对手是个比较容易发怒暴躁的人，那么我们就要设法抢夺其核心养殖户，灭掉他的锐气，这样我们获胜的几率要大的很多，因为脾气暴躁的人都是心理素质不好的人，俗话说，攻人先攻心，擒贼先擒王，所以当我们挫掉对手锐气的时候，我们离胜利就不会太远了!

虽然饲料销售不是行军打仗，但是适当借用一些方法肯定会对我们的销售有益。

**饲料销售心得体会五**

准确说，我并没有做过饲料销售，至少没有完全自己一个人将公司的产品推销给客户，但我随同有经验的推销员、销售经理进行过较长期(3个月)的市场推销实习，包括市场调查、销售动员、合同谈判、客户跟踪和售后服务及意见反馈的各个环节，原本还有一个市场壮大的环节的，但需要时间，而且是与售后服务同时进行的，所以我并不太了解其中的操作手法。好，下面就分步讲述我的个人心得。

一、市场调查

市场调查是做市场的前提和基础，就像农村造房子要批地和看风水一样重要。作为饲料推销行业，我认为市场调查应该包括两个方面：经销商调查和终端用户调查!这两方面又各有不同的侧重点：经销商方面要侧重调查经销的品牌、型号、价位及销售量，自我周转资金和厂商提供的周转资金，以及边缘性的如经销商相互关系、爱好、做事风格习惯等;终端用户方面则侧重养殖种类、放养数量、目前所用饲料品牌、型号、价位，投喂量和投喂时间、方法以及边缘性的如为什么用此饲料、来源、是否赊欠等。

市场调查的两个方面是相辅相成的，没有特定的先后顺序，可以先到用户查访，也可以先到经销商那里了解情况。当然，所产生的结果是相对有区别的，因为毕竟后调查的项目会受先调查到的结果的影响。直接从用户入手，你可以了解到具体的养殖情况：放养量、放养密度、正出现的疾病，结交一批使用同一种饲料的“知心”用户，以及这批用户的用料意向、经销商情况、是否赊欠等，从整体上能较真实的了解用户情况和生产销售状况，对经销商的运作也多少会有一些了解，为后面的经销商调查作了准备，可以有的放矢，但这样的缺点也是显而易见的拜访量大，效率低，对市场走向的整体把握比较有限。直接从经销商入手，你可以了解到具体的销售情况：品牌、型号、价位受欢迎度、市场容量、竞争程度、自我产品优势等，以及通过经销商还可以有目的的拜访终端用户，了解经销商对市场较长远的看法，加上随后拜访的终端用户，应当是一个高效全面的调查方法，并已被大多数推销人员所采纳。(毕竟推销员直接面对的还是经销商)但一定要提高对经销商的认知和辨识力度。

二、销售动员

做完并做好了市场调查的话，对这一个区域(或者说片区)就有了一个较明确的人士，了解市场容量和产品前景，并初步确定了在此市场上主推的型号和重点谈判经销商。因此这一步的目的就是进一步筛选经销商、寻找并培养几个产品试用户。

鉴于产品市场是与经销商的合作互利关系，而又需要终端用户的认同和支持，即要同时动员经销商和用户。(动员经销商是为了进入市场和做开市场，动员用户则是为了寻求认同和做稳市场)所以通常采用的方法是先筛选经销商，再协同经销商对其铁杆用户进行试用动员(比如提供试用优惠措施)。

在筛选经销商时应特别注意几个问题：①信用度和资金周转情况，这直接关系到公司货款的回笼问题 ②经营品牌的多寡，这关系到经销商的资金周转并反映了经销商的品牌忠诚度 ③已有市场能力，一般大的经销商对市场的影响也相对较大，毕竟他的市场占有量或大客户更多些，同他合作更稳定，市场响应也会快些 ④筛选两个至三个目标经销商，以确保能把市场铺开。

三、合同谈判

前面做了这么多工作，目的只有一个：把产品卖出去，把资金收回来。所以，最关键、最直接的也就是合同谈判。(由于这方面的机会比较少，亲身经历的——准确说是见识——并不多，仅有半次——只谈了，并没有立即签订合同，所以仅能从这半次经历中总结一些内容出来。)

合同谈判主要包括市场启动方式、出厂价格、经销商权限、厂商配合周转资金、货款给付等方面的内容，其核心是价格和经销权限。因为这都直接影响到经销商的切身利益和对新产品的接受和配合推广态度;至于启动方式(初期优惠、试用户特惠)周转资金等，经销商一般都是尽可能的多求，货款给付方面也相对灵活。

在价格谈判方面，这里有位销售经理(当时我的言传身教师父)的实战思路：

探问对方对价格的态度(心理价位水平、敏感还是不太在乎)→打探对方已有产品进价(关键参数：售价、运输成本、利润率)→给出一个最低价(略高与对方已有)→坚持不让价，转谈产品品质、使用效果，强调一分价钱一分货→确定对方有实意准备接货，转而谈资金回笼问题(初期现金提货)→对方又会提出利益要求，比如让价，此时坚决不让价，但可以通过让利来拉拢对方(如买一吨赠送一包)→基本达成口头意向。其中可以把出厂价→品质效果→让利作为一个谈判核心，轮番与对方谈判，直到达成一个尽可能有利于自己，对方也可以接受的结果。

合同谈判是很考验推销员交际能力的环节，即要讲究方式方法(什么地方、什么时刻、哪些人)又要讲究谈判艺术(通过什么形式：饭局、饮茶、闲聊还是其他);它又同时关系到公司—经销商—自身三方面的切身利益，所以，必要时，应请更有经验的员工甚至公司领导协同谈判，以保证取得一个大家欢乐的结果。

四、客户跟踪

合同签好了，市场做起来了，并不等于万事无忧、可以坐享其成了，还应着手稳固和扩大产品在这一区域的影响，从经济利益的角度讲就是稳定和扩大在此区域的长期收益。所以，应积极对客户(经销商)进行跟踪。

客户跟踪包括以下几个方面：①库存有多少。库存不多，应及时提醒经销商。(催其付款提货)即使终端用户认同该产品，经销商不提货也是白搭 ②及时通报出厂价格的变动情况，以便经销商作相应的准备，以获取最大利益;经销商赚钱了才更看好这个品牌 ③必要的支持手段：比如让利、加强宣传以及对经销商的客户的技术支持等：加强宣传可以迅速扩大产品影响力，让利可直接吸引终端用户，技术支持则加强和稳固了他们(终端用户)的信心 ④货款追缴。资金良好周转是公司持续发展和产品品质进步的基础，往往也最终体现在销售员自身收益上 ⑤经销商销售产品的变动情况，如果其他厂商也看中你的经销商了，请注意了：一方面你的选择是对的，另一方面……⑥必要的情感交流!中国是礼仪之邦，礼尚往来。

五、售后服务

饲料行业的性质决定了，它必定与畜牧水产等养殖业的兴衰息息相关，因此，将产品卖给用户了并没有完，还应主动跟进服务。况且，在产品同质化、价格竞争白热化的现在，加强售后服务，不失为一个提供增质服务、加强品牌宣传和争夺、扩大市场的有效手段。

目前的售后服务主要包括了三种形式：①推销员或专职售后服务人员上山下乡，深入终端用户，面对面，一个一个的解决;在疾病防治方面，能快速辨症下药，解决问题，可以一点一点地提高品牌知名度和响应程度，能得到准确、及时的市场信息，是一种负责、直接的售服方式，同时所投入的售服成本也最高 ②结合派发技术手册开展专题讲座，调配或邀请有经验的专家或售服精英，为养殖户进行技术讲解，解答养殖生产中遇到的问题。能提高养殖户疾病防治意识，提供一些养殖信息和养殖技术，可以一片一片的对品牌进行宣传，是一种成本相对低廉但效果不确定的售服方式(注：专家教授带来了先进生产力发展的方向，而售服精英则更了解广大养殖户的根本利益，所以我个人更倾向于让售服精英来开讲座：他们天天泡在养殖户中间，更了解用户的短期要求——迫切需求，专家教授做好产品和药品就够了，参加讲座的主要目的是搜集生产应用需求的)③与当地药店合作：我们把养殖户遇到的问题都委托(介绍)给当地药店来解决，有一点像售服外包，成本低廉，但风险也最大(做好了自然好，做砸了市场也会受影响)

以上都是很好的售服方式，在厂商和推销员的配合努力下，分别会取得较好的效果，在这里，我给厂商提一个建议，第四种售服方式：短信平台。开通一个对用户免费的短信平台，聘请一至二位有丰富实际疾病防治经验的专家到短信中心，对终端用户遇到的问题，提供即时、一对一的快捷服务。这一方面可以解决热线电话塞车的问题(多个用户可同时发问，专家逐一进行解答)，售服专家也可以避开繁杂的声响和语言障碍，冷静思考，给出一个适合高效的解决方法(短信回复)。如果能做好相关问题及回答记录(电脑自动留档)，对于掌握和分析市场和疾病流行情况也是大有帮助的!当然，用这个短信平台来培训新员工的售服技能也是个不错的主意。

饲料推销，是一门艺术!所谓八仙过海，各有神通，在此我谨以我三个月的推销实习经验，抛砖引玉。

**饲料销售心得体会六**

5 月到广东省深圳市场任医药代表以来，经历了深圳市场启动、受挫、再启动上量的整个过程，现将两 年来的工作情况报告如下：

一、深圳市场前期的启动情况：

我在 20xx 年 5 月刚接手深圳市场时，该市场在三甲医院的销售一片空白。为了迅速启动市场，除了自己虚心向老员 工学习和请教外，同时与该市场的其他公司业务员协调关系，通过各种形式对各医院的相应科室、门诊室、患者群结构、 消费习惯、大夫的爱好、性格等方面进行详尽的了解和分析，初步确定以广东省二院为重点终端，以其他医院为辅进行科 室开发和维护，奔波在八大三甲医院之间，从细微处着手，关心体贴医生，尽管临床费用相对较少，但自己发挥女性细致、 温柔的特长，把工作做细做好，使有限的经费发挥最大的作用。特别在 20xx年春节回公司开会期间，根据自己所了解到 的医生的爱好，购买了根雕、腊染、天麻、茅台酒等地方特产，送给不同层次的医生，通过这些工作的开展，与医生建立 了深厚的友谊，与个别重点医生还建立起了母女关系。医生对我公司产品的认同度得到了进一步的加强，产品销量也得到 了稳步提高。

二、天灾人祸同时危害深圳市场时，坚持做好本职工作:

当深圳市场销量稳步上升的时候，非典突袭河北，整个销售迅速下滑，在此情况下自己仍坚持做好临床工作，开始之 初，得知勤洗手能防非典，就从超市里面批发洗手液，对几个科室的医生逐科室去送。几天以后，形势迅速恶化，在自己 去不了医院的情况下，仍然坚持电话拜访各医院的目标医生，随时了解防非的各种措施和方剂，自己通过朋友购得了几支 重组人干扰素，及时送给重点医生，在非典最严重的五、六月，在省二院门诊患者廖廖无几的情况下，也能销售一百盒。 非典之后，通过自己在淡季做扎实的市场工作后,旺季应该是上销量的时候了，但省二院进货情况不升反降，医生在 不断开药，病人在不断拿药，但就不见销量上升，根据自己多年的临床推广经验，肯定省二院出了问题。自己把工作重点转移到查找问题上来，从一些蛛丝马迹中寻找出了省二院被窜货的证据，这一切都是在当时的省区经理胡非严重脱岗，自 己孤身一人凭着自己对 制药的忠诚来完成的。 离职以后，本来指望有一个好的经理来带领我们做好市场，谁知来了一个王国青，由于他对市场生疏、对业务生 疏、加之从业心态不正确，到了市场以后，就严重违反财务制度，日常工作抓不住重点，不抓稳定，不解决具体问题，不 上销量，反倒四处点火，把一个本来就问题重重的河北市场，搞得雪上加霜，在自己临床工作无法正常进行的情况下，为 维护公司利益，在河北市场“白色恐怖”的情况下，自己不怕打击报复，不怕丢饭碗，坚持从各种途径如实向公司高层反 映市场实际问题，使公司得以掌握市场更全面的真实情况，及时对问题作出处理，不至于使河北市场毁于个别人之手。

三、深圳的再启动情况以及下步打算：

凡事说起容易做起难!面对巨大的任务压力，做为一名对 公司充满爱戴与赤诚的老员工，背负着实现事业追求的理想，体味着享受工作 快乐的激情，我又回到了我一直都没有断绝联系的医生身边，用真诚与执着，还有无尽的关怀与尊敬努力的奉献着。这期 间，无论是公司维护资金紧张时我自掏腰包，还是临床费用不到位时我四处举债;无论是国家政府严厉打击还是医院保安围追堵截;无论是早晨七点风雨中迎接医生还是晚上灯火里敲门家访，我都是那样自信!那样快乐!快乐我真心的付出! 自信我付出后必然得到的回报!“有志者，事竟成;苦心人，天不负。”在绝大部分药品受国家政策影响销售下滑时，5 月份舒眠胶囊在省二院纯销 超过 800 盒，仅次于乌灵胶囊稳居同类品种第二名。这主要得益于提升原有目标医生李丽娟(我为工作拜认的干妈)等人 销量的同时，又挖掘了一名 胶囊的杀手，在反复大量的感情与物质投资后，5 月份他销售了 300 多盒，六月可以超过 400 盒。

而六月份省二院可以突破 1000 盒。和平医院也由四月份的 50 盒上升至五月份的 300 多盒，主要是攻下了在广东 省神经内科鼎鼎有名的陈立前和李严，这两人原是 和 (药名)的杀手，在拜访中探询出陈立前喜欢根雕和盆景后， 我先后六次给他送根雕和盆景六件，六月份他可以销售 xx250 盒;在得知李严患有咽炎后，我先后托人从香港购买英国产 的“渔夫之宝”长期供应给他，使他经年不愈的咽炎明显好转，六月份他可以销售 xx200 盒。总体我所管理的医院五月份 销售有 700 余盒，占河北市场销售的 30 %多。六月份可以突破 1000 盒。下一步我将继续在公司领导的支持与指导下，扎 实工作，挖潜上量，到九月份旺季到来时，把销售稳定在 1500 盒，从而顺利完成并努力超额完成公司下达的销售指标。站在北国六月的骄阳里，回首我在 公司的这 750 多个日日夜夜：两年来，我仅是一名一星代表;两年来，我努力 过，挫折过，彷徨过，喜悦过，但从来没有退缩过!现在，我的销售已过三万元，已经为公司建立了牢固的医院销售网络， 我相信我已经可以做二星代表了，我恳请公司根据河北市场实际情况，给我信心，给我动力，给我机会，让我做的更多、 更好!我将满怀热情，继续在推广 胶囊等 公司优质产品的道路上铿锵前行!无怨无悔。

**饲料销售心得体会七**

在刘一秒看来，当代社会不论一个人靠什么为生，他始终不可避免地会与他人进行交流与沟通，必然产生价值交换，因而他的一切身份都打上了“商人”的烙印。

人类一切行为的动机则是销售——老师贩知识，医生、律师贩卖专业技能，农民付出汗水和辛苦是为了收获庄稼。一切人类活动的背后，都离不开价值交换，只要有交换行为发生，便意味着销售的产生。

销售是什么?

刘一秒的答案是：“销售就是第一找出顾客价值观，第二改变顾客价值观，第三给顾客一个新的价值观。”销售成功的基石是相信，刘一秒在《销售智慧》中总结为五点：

1、 相信自我之心;

2、 相信客户相信我之心;

3、 相信产品之心;

4、 相信客户现在就需要之心;

5、 相信顾客使用完产品后会感激我之心。

公司最大的成本是什么?

刘一秒认为：“一家公司最大的成本就是，没有心的员工天天在浪费时间、得罪顾客。”譬如：“第一句话欢迎光临，第二句话随便看，第三句话就是打折，全国都在讲这三句废话”这样的员工只是在用三句固定的套话去招待顾客，而没有花心思、用头脑了解顾客。

销售工作的误区

事实上，对销售工作另一种常见的错误认识是，公司拼命训练员工让他们了解产品。

了解产品重要还是了解顾客重要?是了解自己有什么重要还是了解顾客要什么重要?是了解顾客关键点重要还是了解自己的关键点重要?是能把所有话说完重要还是说到点到为止重要?——做市场谁能成功就是看谁能了解顾客。

**饲料销售心得体会八**

通过学习，让我认识到：做想做一名好的销售人员，特别是金融行业的销售人员，必须要树立以客户为中心，帮助客户解决问题的顾问式销售理念，将销售的重点，放在解决客户问题的方案上，而不是放在产品上。其二在探讨拜访客户前，要做好充分的分析和准备。在面对客户时，各个环节的注意要点，需要注意的各个细节。其三、必须要以客户为中心，展示给客户带来的好处。挖掘客户的难题，体现我们方案的价值。 其四、提升服务品质，让客户感受到后续服务带来的价值，进而锁定客户，让客户持续购买。其五，面对不不同的客户群体，我们有必要通过人格类型分析，针对不同的客户类型制定销售对策等等。在学习中，让我体会最深的有一下几点：

用头脑做销售技巧培训，之时，要动脑经，想办法，做市场调查，开发设计创新型的产品，建设行之有效的销售渠道，做好独特的宣传攻势，网络对口的目标群体，高效的将我们的产品推销出去;而用心做服务，即是让我们在做销售的同时不仅仅是要我们把产品买出去，更多是要在售前、售中、售后阶段做好客户的服务和维护工作，让客户充分体会到我们销售的专业性、职业性，真让客户享受到满足感、安全感和舒适感。而我们作为金融行业金融产品的销售人员，就更应遵循“用头脑做销售，用真心做服务”的理念，踏踏实实的做好金融产品销售服务工作。

信念的力量是无穷的，有什么样的信念就有什么样的结果导向。

通过学习，我认识到作为一个销售顾问，其信念的作用要远远大于其技能。要想做好销售必须具备坚定的信念，相信自己所服务的公司是最好的公司，相信自己所销售的产品是最好的产品。相信就将得到，怀疑即为失去。心在哪里财富就在哪里!

通过学习，我充分的认识到，商品的价格的高低取决与商品本身的价值与其销售过程中所提供服务的品质，因此，我们在金融产品的销售技巧培训过程中，销售的是什么?是金融产品本身，或是银行服务本身，或是金融产品加银行服务?显而易见，我们销售必然是我们的金融产品与金融服务本身，而客户购买的不仅仅是金融产品，银行服务，更是购买是一种感觉。因为大多数人是理性思维，感性购买，现在的人越来越重视他所购买的产品所能给他的一种感官和心理上的感觉。在竞争异常激烈、金融产品同质性异常突出的金融市场里，怎么让客户认同接受自己的产品呢?这就需要去迎合客户的感觉，感觉是一种看不到摸不着的载体，但在销售技巧培训的过程中，一定要营造好的感觉，包括客户所了解关注到的企业、产品、人和环境都要去注重和加强。

通过学习，我认识到客户的行为的动机即是：追求快乐，逃避痛苦。客户在买卖过程中卖的是什么?客户永远不会买产品，买的是产品所能带给他的好处，所能让他逃避的痛苦。客户不会只关心产品本身，客户关心的是产品的利益、好处、价值。他购买你的产品可以拥有什么样的利益与快乐，避免什么样的麻烦与痛苦。一流的销售顾问卖的是结果好处，二流的销售顾问卖的是成份，三流的销售顾问卖的是价格。这也让我充分学习到，在日后的金融产品销售中，要针对客户的痛处对症下药，阐述其所拥有的价值与利益，能让客户消除的苦痛与带来的诸多利益，通过“痛苦、快率”规律，有效的销售我行金融产品。

通过学习我也充分了解到，在日后我销售技巧培训中，我们必须灵活运用fab法则，将我产品的利益与顾客的需求相匹配，强调潜在顾客将如何从购买中受益，才能激发顾客的购买欲望，让其做出购买的决定。

**饲料销售心得体会九**

我是\_\_年\_月底进入公司，很珍视公司领导给予的机会，在这个季度即将结束的时候，现将我的酒水销售工作总结如下，敬请各位领导指点。

一、销售指标的完成情况

在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，\_\_市场完成销售额86万元，完成年计划300万元的\_\_%，比去年同期增长126%，回款率为100%;低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点;中档酒占总销售额的34%，比去年同期增加3个百分点;高档酒占总销售额的23%，比去年同期增加1个百分点。

二、市场管理、市场维护

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统方一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司的要求，在商超、酒店以及零售店的商品陈列进行规范整理，并监督店员们要求他们保持产品的感觉整洁，按时检查专柜表情是否清晰完整。利用终端的这些细节做到品牌宣传的目的。

三、市场开发情况

开发商超1家，酒店3家，终端11家。新开发的1家商超是\_\_市规模的\_\_购物广场，所上产品为\_\_系列的全部产品;3家酒店是分别是\_\_大酒店、\_\_大酒店和\_\_大酒店，其中\_\_大酒店所上产品为\_\_系列的四星、五星、十八年陈酿，\_\_大酒店所上产品为\_\_系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇7家，所上的产品是公司的中低档的产品，大部分是\_\_系列的所有产品。

四、品牌宣传、推广

为了提高消费者对“\_\_酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中\_\_地段的烟酒门市部以及有名的餐馆27个，其它形式的广告牌8个。

五、销售数据管理

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

**饲料销售心得体会篇十**

各位同行你们好：

销售的过程中，尤其是已经成交之后，必须先做朋友后卖产品。不然永远是熊瞎子掰包米，永远都是结一个瓜。此刻有很多做销售的，觉得自我各个方面都能够为什么就是做的好呢其实很简单，越聪明的人越谦虚，有的人，尤其是很有成就的人都很谦虚，因为他明白一个道理，一个最简单的做人的道理，宽广的胸襟，博爱的胸怀，在任何人面前都是一样都把自我当做最普通的人。反之，对自我的估价过高或者毫无理由的自我赞美，会导致自满情绪，绝对不会成为销售的高手，永远赚不到自我的完美明天，最终的结果就是在自人命苦的情景，碌碌终生。

其实做销售时间不算长，但感受却很多，我想该总结一下经验了，是好是坏，几个月再看，一目了然!

我心中的优秀销售员应当充满笑容，平易近人，充满亲和力，并且眼中带有自信，这是所谓的形象!当然了良好的销售技巧，扎实的专业知识，精通整个的行情都是有用和必须的!

不一样的人，他或她销售的方式各不一样，喜欢吹牛皮的，慢不经心的，谈三道四的，实话实说的，无所不谈的……很多很多的。诚然，我们的产品太好卖，你的销售本事好还不如运气好，尽管如此，我们依然会遇到困难，如何能克服呢

有种说话，有时候别人不是buy你的产品，而是buy你自我才会买这样产品，你也在卖，别人也在卖，你态度好，你业务好，始终都会有优势的!

我的销售心得，销售是人与人交流达成的，个人认为，在倾谈价格问题上，我们应当站硬底线绝不能退让，千万不能陷入别人的节奏，被人牵着鼻子走。关键是控制，把握节奏，就好像篮球，足球一样，做成功了，主导权就在了。要主导，这就是我以后学习并努力的方向。

**饲料销售心得体会篇十一**

下面仅就我参加集团“市场营销”培训班学习后，结合自己的工作实际和一些思考，谈谈对如何搞活“市场营销”工作的几点粗浅认识，以便共同学习和交流。

一、策划合理，准备充分，把握商机，不打无准备之仗

记得孙子兵法里讲过“多算胜，少算不胜”。不打无准备之仗，“凡事预则立，不预则废”。任何一件重要的事情，都需要事先作必要的准备和周密的策划，以确保能够达到目的。销售是一项复杂的工作，要使得销售成功，它需要销售人员做必要的准备。

准备工作的主旨，就是要做到胸有成竹，使下一步接近客户的工作具有较强的针对性，能够有计划有步骤地展开，避免失误，争取主动高效地完成销售。

1、物质准备

物质准备工作做得好，可以让客户感到销售人员的诚意，可以帮助销售人员树立良好的洽谈形象，形成友好、和谐、宽松的洽谈气氛。物质方面的准备，首先是销售人员自己的仪表气质，以整洁大方、干净利落、庄重有气质的仪表给客户留下其道德品质、工作作风、生活情调等方面良好的第一印象。其次销售人员应根据访问目的的不同准备随身必备的物品，通常有客户的资料、样品、价目表、合同纸、笔记本、笔等等。物质准备应当认真仔细，不能丢三落四，以防访问中因此而误事或给客户留下不好的印象。行装不要过于累赘。风尘仆仆的模样会给人留下“过路人”的印象，就会影响洽谈的效果。

2、增强自信，对于销售人员取得成功至关重要。销售人员在毫无准备的情况下贸然访问客户，往往因为情况不明、底数不清总担心出差错，造成言词模棱两可，而客户看到这种对推销自己的产品都信心不足的销售人员时，首先会感到担心和失望，进而不能信任销售人员所推销的产品，当然更不会接受。因此，充分的前期准备工作，可以使销售人员底气十足，充满信心，销售起来态度从容不迫，言语举止得当，容易取得客户信任。

3、销售人员要做到“知己”，才能提高销售的成功率。所谓的“知己”就是需要掌握自己公司多方面的生产、经营、规模等情况以及自己负责的产品的性能、指标、价格等知识。

对于客户来说，销售人员就是公司。但事实上销售人员只是代表公司而己。既然销售人员代表着公司，他就应该对企业有一个全面的了解，包括经营目标、经营方针、历史业绩、企业及所销售产品的优势等等。

4、掌握公司服务的敏捷度。需采用运送方式送到客户手中的产品，客户对公司的服务的敏捷度要求就非常高，客户所希望的不仅是送货及时，而且要准确无误，如果送货有差错，就可能影响公司的形象，甚至使客户愤然离开，使销售工作无法进行下去。

5、销售人员必须熟悉本公司有关价格、信用条件、产品运送程序以及在销售过程中不可缺少的其他任何情报。在销售过程中，公司要有良好的信用条件，公司必须守信用、守合同，产品运送必须准确、及时，销售人员只有熟知这些知识，才能在销售的过程中及时地利用优惠条件来吸引客户，引发客户的购买欲。

二、寻找目标客户来源

1、一定要有核心目标。

目标是指导一切行动的根本，我们的问题是如何在销售工作中设定一个核心的目标。记得销售之神乔•吉拉德曾说过，“不管你所遇见的是怎样的人，你都必须将他们视为真的想向你购买商品的客户，这样一种积极的心态，是你销售成功的前提，我初见一个客人时，我都认定他是我的客户”，我们就应该以这种信念和精神去寻找我们身边的每一个可能的客户，努力去开拓并占领市场。提高市场占有率比提高赢利率意义更为深远，以提高市场占有率作为定价的目标，以低价打入市场，开拓销路，逐步占领市场。

2、销售人员一定要勤奋。有句话说，只用双手工作的是劳动者;而用双手、大脑、心脑和双腿工作的是销售人员。为了获得更多的客户，更快速地提升销售业绩，除了精心维护老客户，同时还必须勤于开发新客户，时刻注意市场的变化和客户的最新情况，随时做好向客户推荐产品的准备。

有许多冷酷的回绝需要面对，这就要求销售人员必须具有强烈的事业心和高度的责任感把自己看成是“贩卖幸福”的人，有一股勇于进取，积极向上的劲头，既要勤跑腿，还要多张嘴，只有走进千家万户，说尽千言万语，历尽千辛万苦，想尽千方百计，最终会赢得万紫千红。3、销售人员要有一双慧眼。销售人员需要具备狼一样敏锐的目光时刻调查市场动向，具备狼一样坚忍不拔的意志始终追逐目标不放松，具备狼一样机敏的谋略，这样才能保证销售工作节节攀升，不断创造新的辉煌!

通过一双慧眼，从客户的行为中能发现许多反映客户内心活动的信息，它是销售人员深入了解客户心理活动和准确判断客户的必要前提。

4、销售人员一定要具备创造性。销售人员应具有很强的创造能力，才能在激烈的市场竞争中出奇制胜。首选要唤醒自己的创造天赋，要有一种“别出心裁”的创新精神;其次要突破传统思路，善于采用新方法走新路子，这样我们的销售活动才能引起未来客户的注意，俗话说 “处处留心皆学问”，用销售界的话来讲就是“处处留心有商机”，销售人员要能突出问题的重点，抓住问题的本质，看问题有步骤，主次分明，同时注意多积累知识和技能，知识经验越丰富越熟练，对事物的洞察性也就越强。

三、建立起与客户沟通的信息网络平台

每个人都有两个彼此不同的人际网络，一个是你自然得来的，一个是你创造的。自然得来的人际网络包括你的亲属、好朋友及其他一些熟人。如果你具有良好的个人魅力，主动开拓自己的人际关系，你就可以通过这些人获得更大的人际网络。

1、可以利用一些时间，选出重要的客户集合组织起来，举办一些看戏、听演讲等活动，借此机会，还可以创造公司高级干部和客户联络感情，引进贵宾服务的项目，客户受到特殊礼遇，就会产生感恩回报的心理，从而更忠实于你，甚至帮你去开发新客户。

2、与客户成为知心朋友。我们都知道“朋友间是无话不说的”。如果我们与客户成了知心朋友，那么他将会对你无所顾忌地高谈阔论，这种高谈阔论中，有他的忧郁、有他的失落，同时也有他的高兴，这时都应与他一起分担，他就可能和你一起谈他的朋友，他的客户，甚至让你去找他们或者帮你电话预约，这样将又会有新的客户出现，那么如何才能打动客户、感染客户，使客户与销售人员保持长久的关系呢?那就是人格和个人魅力得到充分发挥，在销售的全过程中就必须完全释放自我，充分发挥自己的特长和优势，同时也不掩饰自己的弱点，让客户感受到你真实的一面，这样客户才会对你产生信任，推进销售进程，才会在日后长久保持这份信任和默契，保持长久的合作。3lian素材

“锲而舍之，朽木不折，锲而不舍，金石可镂。”这句话说明了成功是需要一种精神的。销售人员就需要这种意志，要有不达目的绝不罢休的信念，才有机会走向成功。销售是条漫长又艰辛的路，不但要保持冲劲十足的业务精神，更需秉持一贯的信念，自我激励，自我启发，才能坚持到底，渡过重重难关，走向最终的胜利。

**饲料销售心得体会篇十二**

拓展培训至今已近九个月，我还时常回忆起与我的搭档在天梯上的约100分钟，总是纳闷自己当时是怎么挺过去的。七月，顶着火辣辣的太阳，站在五层天梯的最高层，我始终犹豫着，就是鼓不起勇气攀上去。当我请求放弃的时候，却被告之“不行!必须上去!”，我知道我已无路可退，攀上去是唯一的选择。只好把心一横，咬着牙在搭档的鼓励和帮助下改进了方法，最终成功地攀上了原本认为无法攀登的天梯。

其它的拓展项目开展之前，我也总是认为太难，但最终都成功完成了，并且有些项目还完成得很出色，这充分体现了我们团队的智慧与凝聚力，展现了集体的强大力量。

山西药品销售培训，更具体地讲我们目前所做的药品销售，是市场经济条件下所特有的销售模式。我个人总结的一个公式为：勤奋+方法+客户的利益+专注=成功，以上的各要素缺一不可。像拓展训练一样，勤奋踏实的态度是必需的，方法和技巧是重要的，勇气和胆量同样不可或缺，坚持到底的毅力更不容忽视。

凭心而论，现在的山西药品销售培训与前五年相比难度更大，但并不是不能做好，所谓事在人为，现在有许多制药公司的业绩不都还很好吗?山西药品销售培训是一个很有挑战性和前景的行业，一旦找到了方法后，是很轻松的，回报也比其他的行业高，工作时间也相对自由。反之，没有找到好的方法就不那么轻松了。或许还会整日忙碌，却不见成效，如果自己畏首畏尾，得到的回报更是有限。也有的人进入公司后，不能静下心来安分做事，成天总想着工作是别人的好，医院是别人的好，公司是别人的好。其实这就是一个心态问题，别人的工作好是别人干的好，医院好是别人做出的业绩高，至于单位好是别的公司员工共同努力的结果，“罗马不是一天筑成的”!不能沉下心来踏踏实实做事，好的也会变成差的!鲁迅说过“其实世上本没有路，走的人多了，也便成了路”，我将它改成“其实世上本没有好医院，做出了高业绩，也便成了好医院”。更何况再差的医院也总有业绩做的不错的厂家。

拓展训练让我深切地认识到了胆量勇气、方法技巧与成功的关系。缺乏勇气与你的客户接触，缺乏胆量给你的客户投资，没有对口的方法与客户沟通，那客户只会离你越来越远，成功也就遥遥无期。周诚忠老师在培训时说过“希望别人怎样对你，你就怎样对别人”，不错，投资正是体现了对客户的尊重。投资当然也就有风险，但是世上有什么事没有风险呢?只要有好的投资客户和投资方法，我相信投入和产出是成正比的。

拓展训练也让我懂得了做事一定要专注。试想，在拓展时一有困难就放弃的话，我们就不可能顺利过关。做医药销售也是，假如到一个医院后都认为有难度，找不到突破口，自己慢慢放弃，到最后只能是被淘汰或自己跳槽。但是，万事开头难，如果总是半途而废，到哪一家公司可能有很大的发展呢?所以，我认为，新员工到公司，应该专注做事，是良才，公司会给你发展空间，一个新员工公司要委以重任，是需要时间的。“海阔凭鱼跃，天高任鸟飞”，希望进入公司的新员工能看到公司强大的发展潜力和优势，相信自己的能力，开拓一片广袤天地。

**饲料销售心得体会篇十三**

1、“坚持到底就是胜利”

坚持不懈，不轻易放弃就能一步步走向成功，虽然不知道几时能成功，但能肯定的是我们正离目标越来越近。有了顽强的精神，于是事半功倍。持续的工作，难免会令人疲倦，放松一下是人之常情，在最困难的时候，再坚持一下也就过去了;同样在销售中客人提出各种各样的异议，放弃对客户解释的机会，客户就流失了;而再坚持一下、说服一下也就成交了。往往希望就在于多打一个电话，多一次沟通。同时坚持不懈的学习房地产专业相关知识，让自己过硬的专业素养从心地打动客户。

2、学会聆听，把握时机。

我认为一个好的销售人员应该是个好听众，通过聆听来了解客户的各方面信息，不能以貌取人，不应当轻易以自己的经验来判断客户“一看客户感觉这客户不会买房”“这客户太刁，没诚意”，导致一些客户流失，应该通过客户的言行举止来判断他们潜在的想法，从而掌握客户真实信息，把握买房者的心理，在适当时机，一针见血的，点中要害，直至成交。

3、对工作保持长久的热情和积极性。

辛勤的工作造就优秀的员工，我深信着这一点。因此自从我进入易居公司的那一刻起，我就一直保持着认真的工作态度和积极向上的进取心，无论做任何细小的事情都努力做到最好，推销自己的产品首先必须要先充分的熟悉自己的产品，喜爱自己的产品，保持热情，热诚的对待客户;脚踏实地的跟进客户，使不可能变成可能、使可能变成现实，点点滴滴的积累造就了我优秀的业绩。同时维护好所积累的老客户的关系，他们都对我认真的工作和热情的态度都抱以充分的肯定，又为我带来了更多的潜在客户，致使我的工作成绩能更上一层楼。这是我在销售工作中获得的最大的收获和财富，也是我最值得骄傲的。

4、保持良好的心态。

每个人都有过状态不好的时候，积极、乐观的销售员会将此归结为个人能力、经验的不完善，把此时作为必经的磨练的过程，他们乐意不断向好的方向改进和发展，而消极、悲观的销售员则怪罪于机遇和时运，总是抱怨、等待与放弃!

龟兔赛跑的寓言，不断地出现在现实生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的结局一样，不断积累核心竞争力的人，最终会赢过追逐机会的人。人生有时候像爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径;一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果领先靠的是机会，运气总有用尽的一天。

一直以来我坚持着做好自己能做好的事，一步一个脚印踏踏实实的坚定的向着我的目标前行。

!

**饲料销售心得体会篇十四**

时光荏苒，一年的时间犹如江水一般奔腾而去，作为一名销售，在这一年来，我严格的遵守领导制定的20\_\_年销售计划，认真处理好自身销售任务以及对客户的维护与开发。

回顾一整年，在销售的工作中，我积极严格的加强自身的锻炼和提升，让自己在不断开发和累积新客户的同事也能不断的提高自己的工作能力和服务能力，让自己在工作中得到不断的改进和提升。此外，在几年的工作上，我圆满的完成了自身的销售指标，在年末结算中取得了不错的!如今，20\_\_年的工作已经结束，我在此对今年工作作如下总结以及明年的工作计划：

一、工作方面

在销售工作方面，我的工作主要分为两种。首先，是对新客户的开发。其次，是的对老客户维护任务。作为一名销售员工，无论是新客户还是老客户对我们而言都是最为重要的客户!每次，在工作上我们不仅要做好两头的工作，更要在客户中不断的扩展和开发销售路线。

二、自我的提升和改进

这一年来，我一直在工作中积极的改进自身的不足，并让自己能充分的调整自身状态，加强自身的服务能力和业务能力。

在自我的提升上，我首先从思想方面对自身进行了改进，加强了自己的工作态度和工作意识，让自己能主动提高自身的责任意识和工作自觉性，能更加主动的去完成好自己的工作。

其次，我经常会抓紧生活中一些零碎的时间，通过阅读销售和心理类的书籍来强化自己，改善工作的不足，并加强业务能力，改进工作的不足。

三、今后的工作计划

20\_\_如今已经结束了，但在接下来的一年里，我不仅在业务能力上继续加强自己，更要为自己制定好明确的计划和目标。

首先，在工作方面，我清楚的认识自己，并制定个人的工作目标，以此激励自己。

其次，提升自己对市场知识的学习，了解\_\_市场和自身的客户群体，改善自己的服务方向。

最后，要提升对老客户的开发，通过加强老客户的服务收获新的客户并开发销售线路。提升自己的成绩。

总的来说，在这接下来的一年里，我首先要对自己的不足加以改进，再继续去进行开发销售。让工作能得到全面性的提高。当然，为此我也会努力的加紧自身练习，让工作完成的更加顺利!

**饲料销售心得体会篇十五**

做销售多年，不断地学习，在学习之后结合自我的工作有的几点心得体会，期望与朋友们共享，也期望大家能提出宝贵的提议。

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、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。因为销售额是昨日的，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。[由

三、客户关系管理

对客户管理有方，客户就会有销售热情，会进取地配合。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。

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，不管自我是哪个部门或哪块业务，都必须时刻记得自我是团队中的一分子，是进取向上的一分子，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进取行动。共同努力，共同提高，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，期望对大家有所启发与帮忙，也期望大家能与我共同提高!

我相信我们的明天会更好!

**饲料销售心得体会篇十六**

从事销售工作已有八年的时间，在实践中我总结出，要做好销售工作需要具备以下六方面的素质：自助能力、明确的目标、敏锐的洞察力、超强解决问题的能力、沟通技巧、迅速的行动力。

一、自助能力

自助不是不单打独斗，而是依靠自己的力量自己解决问题，自己学习帮助自己，学习自己调整自己情绪的意识和能力。销售是非常具有挑战性的工作，大家可能都深有感触，几乎每天都受到别人的拒绝，经常受挫折，还要面临达成业绩指标的巨大压力等各方面的困难。因此要有自我调整的能力也就是自助能力。《水煮三国》里有段故事，刘备考取了国际知名学府以后，一向嫌贫爱富叔叔主动负责他的大学学费，这令刘备和母亲感到既惊喜又奇怪。一向对嫂子、侄儿冷淡的叔叔，怎么突然愿意慷慨解囊热情襄助呢?刘备的叔叔解释说：俗话说，自助者天助。既然老天爷都愿意帮助你，何况我这个做叔叔的呢?这个小故事说明，一个真正的自助者最终会实现他的成功，而所有帮助过他的人也会为此感到欣慰。如果自助者懂得报恩，人们就会给他更多的帮助，他因此可以更加轻松地面对生活。因此说，自助是做好销售的前提和基础。

二、明确的目标

世界上没有懒惰的人，只有没有目标不够明确的人。或者说没有足够吸引他的目标。公司每年、每季、每个月都给大家制定了非常明晰的业绩目标。我们要做的就是把业绩目标转化成行动指标比如每天打多少电话，拜访多少客户，如何合理统筹安排自己的时间才能完成业绩指标。

三、敏锐的洞察力

敏锐的洞察力是好的销售员成功达成业绩指标的重要的素质。在日常的工作中，我个人也是很注重培养这方面的能力，这也使得在与客户进行沟通或接触客户之后，能迅速判断出客户的潜在需求，也能意识到能不能与客户签约。的确，洞察力的增强需要很强的学习和总结能力，我们只有充分对自己的行业、公司、产品、对竞争对手的情况和客户的情况非常了解的基础上才能很好的洞察客户的意图，顺利的签单。

四、解决问题的能力

每个销售人员在工作中都会面临各方面的问题，比如客户提出的要求和异议能否很好的答复、处理，这是能否签单的关键;如果在工作中遇到的各种问题都能想办法解决就会得到领导的认可，同事和客户的尊重。成功的销售者与失败者之间的主要差别之一，就在于他们解决和处理问题的能力和解决问题的意愿不同。在工作中，当问题来临时，我们必须正视它。多问些问题发生的原因为何?找出它背后真正的原因并加以解决。

五、沟通技巧

多年的销售管理工作经验，让我发现，沟通是成功签单的关键，当然每个人都有属于自己的一套沟通方法，但要想取得良好的沟通结果因本着以下原则：

1、自信的态度;

2、宽容的体谅他人的行为;

3、适当地提示对方;

4、有效地直接告诉对方;

5、善用询问与倾听。

六、迅速的行动力

行动力是实现理想的开始，是所有成功的铺垫。没有行动，一切都是空谈!没有行动，成功销售也无从谈起。作为一个销售人员，必须要养成一个好习惯，光在脑子里想是不行的，必须要行动起来，真正落到实处。

多年的工作经验让我总结出，一个销售人员，最终的成功都是因为他们的行动力比普通人快几倍，甚至几十倍。认准了的事情就要义无返顾，坚持一路走下去，以最快的速度，最快的行动迅速占领市场。这也是我一直做销售管理遵循的目标。这这里我也想把我工作中的信条与大家来分享，那就是：有信心不一定能赢，但没信心一定会输;有行动不一定能赢，但没行动一定会输;有目标不一定会赢，但没有目标一定会输。

**饲料销售心得体会篇十七**

一、销售计划

制定销售计划，按计划销售，这是完成销售任务的第一步，也是最关键的一步。销售计划的内容既包括如何制定一个切实可行的销售目标，也包括在实际工作中如何努力完成这一目标的方法。每个人都有各自的销售特点和销售技巧，关键是要找出最适合自身的一套方式和方法。我每月的销售计划如下：在每月的一号早上就把本月的计划任务分解到每一天，每个人，然后再给自己规划一个更高的目标，在完成当天任务的同时，要努力去向高目标奋进，争取做好每一天销售。。。。。。。。。

二、维护老顾客，开发新顾客

进行顾客关系管理，意思就是与顾客保持良好的关系，从而有利于随时与新老顾客进行交流、沟通。如果对于有实力的顾客没有进行有效的跟进 维护，就会导致顾客把你忘记，同时就会忘记你所销售的产品。所以必须想尽方法维护好客户关系，关注、关心顾客的各个细节，与他们成为朋友，建立信赖感。在销售领域，彼此没有信赖感是无法达成任何销售的，要以诚待人，以你最优质 最独特的服务感动顾客。在实际工作中我是这样做的;当顾客在专柜成交后，我会留下他的顾客资料，当遇到天气转变、商场活动、或者新品到货，我都会第一时间给他们发送温馨短信及祝福，而且对于那些经常逛商场的顾客，我会细心地记下他们的姓名及特征，好能第一时间给他们打招呼，让他觉得你就像是朋友一样惦记他。。。。。

三、用积极的情绪来感染顾客

在实际工作中销售人员决不可能把不好的情绪带给顾客。因为这样做的结果只会有：一使销售流产;二给顾客一个不好的印象。所以每天上班就要保持良好愉悦的心情，记得微笑服务 彩妆上岗。给每位到店的顾客留下美好深刻的印象

四、寻找准客户

大街上所有的人都有可能成为我们的顾客，但很大一部分最后不会成为你的顾客。顾客总是存在的，问题是你如何寻找这些顾客，方法是要求先求质后求量的。

五、了解顾客的需求。。

顾客只要来逛商场绝大部分都是有需求的，要通过察颜观色，以及语言沟通来了解顾客的真实想法。然后用你的产品独一无二的特点，无微不至的服务让顾客产生购买的欲望，从而成交。二流销售员是满足顾客的需求。一流销售员是创造顾客的需求，既所谓“攻心为上”。

六、勤快，脸皮要够厚

第一要素就是要勤快。这就我们常说的要献殷勤，经常打个电话联络一下感情，增加顾客对你的印象。(当然不可以直奔主题，要先问候，关心他，在慢慢聊到产品，记得一定要把握好回访的技巧)

第二要脸皮够厚。遭到顾客拒绝是正常的，也是每天都可能在发生的，因此要想让顾客认可你和你所销售的产品，脸皮就要厚一点，要有很强的承受力，即使遭到顾客的拒绝，切勿灰心丧气，精神不振。要告诉自己：我的产品是最好的，无人能比的。

**饲料销售心得体会篇十八**

20\_年对于我来讲是成长的一年、奋斗的一年、学习的一年、是感恩的`一年。首先要感谢领导对我的教诲，感谢团结上进的同事帮助和鼓励，感谢我在沮丧时鼓励我给我打气的同事们，感谢信逸和给我这个上升的机会。

来到公司已经快半年的时间，从一个不懂得销售的人员，到地产销售主管的这个位置，当中公司给了我很多的动力，同时也给了我很多培训机会，让我在这个行业有了上升的空间，逐步的找到了在房地产销售中的乐趣。我愿意认真执行公司下达的销售政策，并和其他销售员一道努力拼搏，积极开拓市场，较好的完成公司销售业绩，同时，也提出了自己对销售的观点。作为房地产销售主管，配合公司做好日常管理工作，是销售人员和总监之间的枢纽和桥梁，及时发现案场问题，及时解决问题，同时，也负责日常销售统计工作等，主要工作如下：

1、协助总监做好日常的管理工作。

(1)严格遵守并执行公司各项规章管理制度，起到以身作则的带头作用。

(2)协助总监做好工作安排，制定值班人员安排表。

(3)自觉遵守作息时间，协助销售总监做好考勤、考核制度，严禁迟到、早退现象发生，如若发现，按人事管理制度执行。

(4)协助总监每周组织销售人员开总结例会，分析上周销售情况、问题、提出建议。

(5)严格要求销售人员的仪态、仪表、言谈、举止，热情礼貌对待客户，提高服务质量，树立品牌形象。

(6)爱护公务，带头做好售楼处的清洁卫生工作。

(7)培养集体协作精神和工作默契，其他员工接待客户时，应积极主动地给予配合，促成及成交，对于不能成交的原因，进行分析、总结、及时地给予配合，把握机会达成成交。

2、解决客户提出的疑难问题。

(1)如果销售人员由于销售经验不足，可能无法回答有些客户提出的问题，这时，就要销售主管出面，为客户解决疑难问题，取得客户的信任。

(2)用诚恳的态度、平和的心情倾听客户诉说，取得客户的理解。耐心而细致地同客户沟通，稳定客户的情绪。

(3)认真地向客户阐明公司的工作程序和原则，想办法解决客户提出的疑难问题，尽量赢得客户对本公司的信誉与个人素质的认可和信赖。

3、日常统计工作。

(1)每天认真统计电话量、区域、客户群、找准销售定位。

(2)认真统计到访客户量、客户需求、面积、户型、反映的问题比例。

(3)每周对电话量、到访客户量进行总结，在每周公司销售例会上进行汇报。

(4)了解项目的价格、户型、朝向、面积、定位、交通、周边环境和配套等，抓住卖点，做到心中有数，沉着应付。

(5)了解市场情况进行比较、分析，找出销售难点和影响因素，协助主管提出方案和建议。

(6)做好定金收据、认购书、佣金收据的核对、登记、存档，有错漏要及时向公司领导汇报。

(7)做好收款、销售登记工作、做好销售进度表。

(8)跟踪客户的补丁、定首期、签合同、收按揭资料、办理按揭手续等工作。

(9)做好销售报表，销售总结，每周例会向公司领导汇报。

4、周边项目竞品情况。

(1)定期组织市场调研，收集市场信息，分析市场动向、特点和发展趋势。

(2)收集有关房地产的信息，掌握房地产市场的动态，分析销售和市场竞争发展状况，提出改进方案和措施。

(3)负责收集、整理、归纳客户资料，对客户群进行透彻的分析。

销售主管要起到带头作用，多配合领导和公司的工作安排，要团结销售人员，要有凝聚力、执行力、创新力、组织能力与指挥能力。

从今以后要严格要求自己，认真负责做好本职工作，努力弥补自己的不足之处，多学习专业知识。我的成长离不开领导帮助和同事的支持。

**饲料销售心得体会篇十九**

不知不觉中，20\_\_年的新年即将来临，这也代表了20\_\_年已经成为了过去式。20\_\_年是众多网友戏称的“末日年”。

自20\_\_年\_月\_日起，我由原来的绍兴伟业房产公司转入\_\_\_\_销售公司工作，正式成为公司的一员，至今已有将近一年的时间。这一年中虽然具体工作内容没变，但领导对我们的要求更加严格，对置业顾问的综合素质要求更高。

20\_\_年是国内房产市场波动的一年，由于新政对高端楼盘限购、限贷的影响，更是柯桥房地产行业最为动荡的一年。周边竞争楼盘日益增多，市场价格波动频繁，我们的工作不断面临新的挑战与考验，不但是考验我们的销售能力与技巧，更磨练了我们的销售心态，促使我们尽快成长为一名真正能够合格的置业顾问。

现将20\_\_年的具体工作总结如下：

自20\_\_年\_月\_日入职以来，个人共完成销售任务\_\_套，总销售金额约为\_\_\_万元，总回款金额约为\_\_\_万元(其中包含银行按揭及公积金放款额)。

具体工作内容主要有以下几项：

1、前期已成交客户的催款及贷款手续的办理，其中促成全款到位的共计\_\_\_户(包含前期遗留的客户)。

2、\_月\_日至\_月\_日新成交房源\_\_套。

3、定期接受公司安排的在职培训，培训内容从最基础的客户接待流程到更加高深的销售技能的培训，涵盖销售工作的方方面面。

4、定期进行市场调研，了解周边竞争楼盘的销售进度、价格变化以及最新优惠活动等，进行本项目与周边项目的优劣势分析，做到知己知彼，百战不殆。

同时20\_\_年工作中尚有很多不足之处，比如在销售心态及成交客户催款方面尚有不足等。面对这些欠缺与不足我准备从以下方面努力：

1、更加完善和了解对项目的总体认知，坚定对项目的信心。

2、坚持必胜的心态，不管每月销售业绩好与不好都不影响下个月的拼搏与努力。

3、具备持之以恒的耐力，做好新客户的回访和已成交客户的关系维护。

4、严格遵守公司及案场的管理制度，严格对自身的要求，争取起到良好的表率作用。

20\_\_年的主要工作任务有：

(1)积极完成没有的销售及回款任务。

(2)催促前期遗留客户办理缴款手续。

(3)辅助完成交房工作等。

20\_\_年是一个新的开始，我坚信在公司领导的支持、监督与帮助下，我们的项目会越来越好，创造出新的辉煌。

**饲料销售心得体会篇二十**

很幸运的，我接触到了刘一秒先生不同寻常的学习讲座，从头到尾没有一点让人打瞌睡的理论概述，都是形象，通俗易懂的，而且都我们曾经遇到过的一些问题。

我不知道，成功的人士对于名片的交换都这么深入的去研究，他们之所以成功这绝不是偶然，他们注重每个细微的细节，当别人都在享受下班时间的时候，他们仍然在为成功做着准备。

对于日常生活中的一些问题的处理方法，也可以体现出一个人是否属于成功者，“一定要”和“我想要”直接影响着事情的结果，所以“我一定要成功”和“我想要成功”会将我们引领向两个截然不同的结果。

成功者找方法，失败者找借口。刘一秒先生特别向大家强调一点，假如有哪一位觉得自己不适合做销售，那么就是等同于在宣布，自己不适合过好的生活，是啊，这个世界上，有哪一个职位的薪酬可以高过优秀的业务员呢?日本推销之神原一平，汽车推销大师乔.吉拉德，他们在演绎着销售界的神话。

世界上做的最响，最强的产品靠的产品质量吗?比如可口可乐，它对人体很有

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！