# 业务员工作流程（精选五篇）

来源：网络 作者：寂静之音 更新时间：2025-02-19

*第一篇：业务员工作流程业务人员工作流程一、业务人员的主要职责1、开拓市场渠道，寻求优秀的合作伙伴；2、搞好客情关系，及时且独立地处理客户的不满，并主动要求客户转介绍；3、洞察市场需求，收集行业的相关信息和资料，并在例会中发言；4、配合部门...*

**第一篇：业务员工作流程**

业务人员工作流程

一、业务人员的主要职责

1、开拓市场渠道，寻求优秀的合作伙伴；

2、搞好客情关系，及时且独立地处理客户的不满，并主动要求客户转介绍；

3、洞察市场需求，收集行业的相关信息和资料，并在例会中发言；

4、配合部门整体协调工作，帮助新员工成长。

二、工作的流程

1、找到目标客户，并与其达成初步协议；

2、向部门申请协助，并敲定合作，签合作协议，并确定培训的时间；

3、向合作伙伴提供公司相关的宣传资料，如宣传册、展架、授权牌等；

4、协助培训讲师和老板娘确定模板，并收款开收据，款项上交财务，模板没收到钱，由业务人员垫付；

5、有顾客出单，第一时间通知部门经理，由部门经理安排咨询师和操作人员；

6、协助收款上交医生或财务。

三、注意事项

1、谈判过程中遇到阻碍且无法解决时，须寻求公司相关部门帮助；

2、顾客出单需要咨询时，由咨询师去，业务人员无须陪同；

3、做好培训前对培训师的铺垫工作，无须陪同培训师培训；

4、医生操作由护士陪同和咨询师协助，业务人员无须陪同，特殊情况除外，如护士和咨询师都没空时可陪同；

5、不得越权决策或同意客户的特殊要求，遇事先请示，严禁先斩后奏，否则后果自行承担，等价赔偿公司损失。

6、以做模板或顾客出单为标准，试用期业务人员每月至少开发出2家店；正式员工每月至少开发出4家店。

四、惩罚条例

1、违反第“三”大点2-5条规定中的任意一条，首次警告处分，累犯每次按100元罚款，直接罚现金。

2、业务人员收款需在当日上交财务或者医生，特殊情况请示财务部门，违者按收款总金额的1‰罚款。

3、严禁挪用公款，挪用金额低于500元，罚款100元/次，金额超过2025元，交司法部 门处理。

4、第三大点第6条，不达目标者，每少一家从月总收入中扣除200元，每多开发一家奖

励200元。例试用期开发了3家店，奖励200元，如正式员工只开发了3家店，罚200元。

韩亚整形美容医院

二O一二年四月二十日

**第二篇：业务员工作流程**

业务员工作流程

附件

2一、每日早上准时到公司，与业务部主管进行沟通，并说明当日去向，如果当日下午下班时无法准时回到公司，需向部门主管说明理由。

二、收集市场动态与信息，及时上报业务主管。通过相关的市场调查（如网络、走访客户、文本资料等），熟悉并掌握所辖区域的资源状况，包括项目单位名称、相关人员、电话、地点、面积、何时完工等，尽量做到客户各种相关信息准确、详细。

三、按要求建立客户档案，每周需将客户信息资料填写整理，在周工作会议上交由部门整体沟通讨论协调，以便后期跟进及各项准备工作的布置。

四、每个星期要作出一份总结报告。总结上一星期的工作情况。每个月底要做一份本月份报告，总结本月的工作情况。

五、按计划及要求拜访客户，与客户进行先期接触后，拿回平面图纸（最好是电子版，方便设计部制作方案）。

五、设计部制作方案期间，将客户的需求详尽的描述，以便同设计师进行有效的信息沟通。

六、将方案送达客户处后，要及时与客户多沟通联系，需修改的部分应尽早完成再送交客户。

七、方案得到客户认可后，要快速及时的做好方案报价，并与销售总管进行有效的信息沟通，确认报价后及时送交客户处。

八、方案报价均得到客户认可后，同时将合同样本送达客户处，经双方协商后，确定正式合同文本并加盖公章送交客户，并通知客户准时支付预付款。

九、运作部按合同要求通知业务员准确到货时间，业务员应及时通知客户，并向客户询问是否有适合安装的环境（如装修是否完工，是否有合适的电源）。

十、货到工地业务员与甲方共同核对数量并签收，安装完工后，再次检查家具是否有损坏情况。客户如需开具发票，应同时签收发票验收单。

十一、完成上级领导交办的其他工作。

**第三篇：外贸业务员工作流程+**

外贸业务员业务技能

第一步 和老外谈生意接订单

这里有四个内容：a,客人怎么来？b,报价怎么报？c,合同怎么签？d,钱该怎么付？

客人怎么来？

有几种办法，主要的有，一，网上吆喝，找买家。二，参加展会，揽生意。相对而言，网上找客人费用低，成交率低；展会费用高，成交率高。还有其它找客人的办法。网上一边找客户一边发布信息，在中文的贸易平台上，你招来的都是国内的贸易公司，但也不要都放弃，说不准有的还有用；要上国外的贸易平台，若是你的邮箱里有Enquiry，说不准你的生意来了。展会就比较直观了，国内的有广东的广交会，上海的华交会.国外的就更多了，就服装而言，有法国（TEXWORLD）、德国（CPD）有两大著名的展会，仅在德国还有Fashion Look、Herren-Mode-Woche、Hamburg、Sindefingen....若是有老外前来询盘，你就可以跟老外当面外讨价还价了，这就是要报价了（ＰＳ：这里就强调你的英语了！呵呵～）

小提示 A

尤其是在网上找客人的业务人员，你给客人的mail 等信函是被快速阅读的，如何吸引人和得到回复，那你的mail必须符合当地的特色，比如说你按欧洲人的标准来写，那将是被认为你在了解欧洲，是“courtoisie”（礼节）。同时信函不要写得太长或太短；不要忘了写自己的职务和名字；不要忘了很多老外对中国是一无所知的。。

小提示 B

跟中国人一样，老外也看重着装，对于去欧洲参加展会的外贸人士来说一定要注意。欧洲人对这点非常重视，特别是法国英国意大利，观念是根深蒂固。虽然他们嘴上从来不说，却会把你的着装和你的产品联想起来。比如说，这种场合下西装只穿深色的（黑色的是丧服，不能穿滴），衬衫是白色，浅蓝，淡粉红，领带和袜子也是深色的，而且领带的图案是保守的。国内有的高级人士穿着实在不敢恭维，穿西服居然还穿白袜子，领带上居然有自己公司的logo......那个做派就更不谈了，没品，老土！小提示 C

去欧洲参加专业展会要精心准备，一个好的展台，一份好的小册子，一个好的团队......而不是弄一堆衣服胡乱的挂在那里，那样是找不到客人滴。和客人的良好沟通，招揽更多的眼球关注，是要认真地做好准备滴~~

报价怎么报？报价里有什么内容呢？货物的成本+其他费用+利润。以一单服装为例，货物的成本就是采购服装的价钱(如果是让工厂生产的话，就是采购面辅料的费用+付给工厂的加工费用)。其它费用就是运费（价格条件里有说明）+杂费+报关费用+公司日常开销费用等等。利润就是自己挣的钱，有两部分组成：从老外那里挣滴+国税局的退税。所以在搞清货物品名、型号、数量、包装规格、交货期、付款方式及柜型等等之时，要搞清报价里还含有哪些东东：

一、汇率

外贸交易一般以美元来结算的。现在的美金对人民币的牌价是：1美元兑换8.05圆RMB。若你卖给老外1000圆的货，换算成美元就是124.2（1000/8.05=124.23）.二、价格条件

这个东东其实就是运输和费用的问题，由于交货的地点不同，产生的费用不一样，国际贸易一般以港口码头作为交货的地点，常用的有几种：

01

1.FOB。即在中国的码头交货。FOB = 货物的价值 + 国内运杂费 如约定在上海港口交货,就叫做FOB SHANGHAI。在这种条件下,除了货物本身的价值以外,还要加上把货物运到上海码头的运费和报关出口手续费，以及在上海码头上产生的乱七八糟的杂费。这也是成本的一部分。

2.CNF。即在外国码头交货。CNF = FOB + 远洋运费。如约定在美国纽约港口交货，就叫做CNF NEW YORK这种条件就是FOB价格之外，再加上货物运到美国纽约的海洋运杂费。

3.CIF。也是在外国码头交货,只不过给货物买了保险，途中损坏可索赔。CIF = FOB + 远洋运费 + 保险费。或者 CIF=CNF+保险费。因为货物的类别和交货地点不同。保险费也略有不同，保险费的多少由保险公司来定，保险的种类也有几个，但我们通常都用一切险：无论出什么事情，都由保险公司都替你扛着.保险费不算高,为了安全第一还是买吧。在CIF条款中，租船订舱和保险是卖方(也就是你啦,老外是买方,你是卖方)的责任。保险最好逐笔投保。

三、运费和杂费

那么运杂费有多少呢？这就要去向货代（货物运输代理公司）咨询了。在外贸出口中，货代是个重要角色。它可以做不少事情呢。可以帮你做货运，可以帮你报关，可以帮你代办保险......货代在服务上也有好坏，他们的运费和杂费的报价也各有不同，你可以多找几家比较一下，找家价格公道，配合默契的最好了。对于刚开始做外贸的人，你一定要向货代问清楚这些运杂费都有那些名目，费用是多少等等，做到心中有数，它直接影响到你的报价。你把货物的类别、体积、重量、运输的目的地、大致的发货日期告诉货代,他就会帮你算出所需要的运杂费。

四、退税。

很多国家为鼓励出口创汇，都有奖励制度，在税收上予以奖励，这就是退税，我们也退税。外贸公司在和老外签好合同之后，就要采购或落实工厂生产货物，你要付钱给工厂，工厂就要开增值税发票给你，这是退税的重要凭证之一。退税退多少呢？每个行业的退税率是不一样的。比如服装业退税基本是13%......怎么退呢？看增殖税发票。增殖税发票上有两栏，不含税价和含税价【不含税价×（1+17%的增殖税率）= 含税价】，退税退的是不含税价的13 %。比如你跟工厂订货1000圆，工厂开给你的增殖税发票上，含税价就是1000圆，则不含税价是854.7圆【1000÷(1+17 %）=854.7】，那么退税是854.7×13%=111.11圆。你跟工厂买了1000圆的货，在报关，货运等等环节又产生200圆的费用，你以1200圆的价格卖给老外，那等于没赚钱，可还有退税111.11圆.哪怕你以1100圆的亏本价格卖给老外，你还有11.11圆的赚头，哈哈，你还是赚钱滴~~~看看这退税多重要.（小提示）不是所有的公司/工厂都有增殖税发票滴。我国好象分为两种：一般纳税人公司和小额纳税人公司。一般纳税人公司开具的是17%税率的增殖税发票，而小额的好象是6%，木有增殖税发票。而退税的发票必须是增殖税发票。如果你跟小额的做生意而他没有增殖税发票，那你只好想办法去买增殖税发票，或者让他想办法搞来增票，否则你没法出口，也无法退税。

02

**第四篇：业务员每日工作流程**

业务员每日工作流程

为加强公司发展，落实工作细节，拟定每日流程如下：

一、早会（内容：列队、自我激励、今日目标、开户分享、回顾及旁听行情、小组口号）

二、上QQ略览新闻(腾讯资讯、4个QQ以上)

三、装饰QQ及空间等门面（行情给准客户、模拟单刺激客户）

四、疯狂加好友（按条件加30岁以上客户、要客户联系方式、加强沟通）

五、进群（以客户方式嵌入行业群）

六、打广告（百度、新浪、萧山19楼、、、、、等）

七、熟悉业务知识（空余时间学习）

八、整理当日客户（准客户、意向客户）

杭州皇祥德投资管理有限公司2025年3月1日

**第五篇：业务员销售工作流程**

1业务员销售工作流程1

接近〔寻找目标客户〕---了解〔客户需求〕---说明〔公司产品介绍〕---促成----签约〔交定金〕----配送〔货物的发送〕----售后效劳

目的：让业务员明确自己的权利、责任、自由度、工作目标等，使业务成员有一个比拟完整、标准的依据，有章可循，形成比拟完整、形象的工作思路,〔市场调查〕准备工作信息收集是对对方情况初步了解：采取什么样的销售方式与销售技巧开展工作

调查形式：陌生拜访，发送传单，转介绍。。

在这个信息化的难年代，销售人员只有抓住追准客户出现的关键时刻，才能在销售中赢得先机：

1倾听---------在倾听时判断出准客户

A听身边陌生人谈话------处处留心皆客户，准客户就在人来人往的人潮中。要想在人潮中用倾听的方式在眨眼间判断出谁是准客户，并抓住他们，就需要具备丰富的关于公司，关于产品，特别是准客户话语知识的特征

B听同事及朋友的谈话-------听同事谈话，可以从他们没有谈判成功的准客户中，开掘客户资源。朋友是生意的扶手杖，做销售就要听朋友们谈话，分享他们的人力资源，专家认为，每个人背后都有250个朋友，要做好销售工作，就要学会通过朋友们的转介绍获得更多准客户名单，逐渐裂变，一生二，二生四，四生八，到达事半功倍的效果。

技巧：a.有目的地听，销售人员在倾听时，一定要有一个明确的目的，即从别人的谈话里得到自己需要的信息。又目的的听，就会摈弃谈话中无用的信息，专注于你想要得到的有用信息

b，整理有效的信息，收集的有效信息仅仅靠大脑强记是不够的，在聆听时对一些重要的信息进行有目的的瞬间记忆和采用一些可以帮你记住这些要点的辅助记忆方式，比方，记笔记的方式，或扳指头的放式。这样容易获得更多的有效的信息。

2在闲谈时，找到准客户

有人的地方，就有销售时机。销售人员要善于与陌生人一见如故，与他们热情攀谈，并抓住闲谈中蕴涵的销售时机。优秀的销售人员是生活销售化，销售生活化。他们在旅游，乘车，购物等所有可以接触人的过程中，都不错过与陌生人闲谈，结识的时机，并从中找到准客户，然后像鹰一样准确的把握准客户出现的时刻，迅速行动。

技巧a

一个标准的准客户许具备四个根本条件：有购置力，有需求，容易接近，有决策权。

b

闲谈时所用的话题要自然。交谈时，语气要富有“爱的情感〞，让对方不设防，在闲谈中，以能增加你的亲和力的话题为最好。此类话题多以天气，对方所关心或熟悉的人与事等。例如，对方是中年人，就可以以婚姻，家庭，孩子，为话题，对方假设是老年人，就可以以他的荣耀岁月或健康为话题，尽量附和客户是保险的策略。

c在闲谈的过程中，要不断的用准客户应当具备的四个条件去判断和衡量你面前的客户是不是一个潜在的准客户。这种判断要在与客户自然闲谈中完成，一定不要让客户发觉到你的销售意念。如果能够确定他就是准客户，就可以把他当做准客户培养和投资，否那么就应及时礼貌的结束谈话，再去寻找其他准客户

3在观察时-----

对于销售人员来说，准客户成千上万，少的只是发现。绝大多数出色的销售人员都有一双慧眼。通常人们在与陌生人或与不熟悉的人相处时，常会回避或有很多保存，所谓“逢人只讲三分话〞。观察可以让销售人员获得人们不愿提供或无法提供的信息。一个立志成为优秀销售人员的人，一定要有敏锐的观察能力

方法

1牢记你的一个重要工作就是寻找准客户---这种强烈的意识，会激发你的视觉神经更敏锐的为你效劳

2有目的地观察，列出你的准客户他们通常在外表衣着，言谈举止方面有些什么样的特征并熟记这些特征，这样才能把观察的注意力集中到客户的主要特征上，才能迅速抓住他们。

技巧;

a

保持平安距离。观察客户，一般应在1—5米的距离内，如果紧紧给随客户，会引起客户的反感和不安，太远，就不容易观察到有效地细节信息。

b

全方位的观察客户，观察客户的年龄，服饰，肢体语言，然后根据客户的类型，有针对性的采取不同策略，为客户提供不同效劳。、c

身上带一个小本子，当你发现一些可以作为准客户的名字就可以记录下来，然后在适宜的时候给这些客户打

或送去相关资料。4

判断出有购置力的客户--------

有钱好办事，销售人员在寻找准客户时，也一定要善于寻找又购置力的准客户。优秀的销售人员判断有购置力的的就在眨眼的两秒之间，这得益于他们训练有素的判断力，以下几点大家也能做到：

A

筛选有购置力的准客户-----为了筛选这个时刻，销售人员仅仅找到有需求的客户是不够的，还要进一步筛选有购置力的客户，不用担忧这样会减少成交时机，为什么呢？原因有二：一是没有购置力的客户，最终只是浪费销售人员的时间和精力，而是大多数商品都遵循80：20定律，也就是说80%的销售收入来自20%的客户。你只需要找到那20%的客户，就可以去的不菲的业绩。

B

讲现有客户分级管理，从而找出最有购置力的客户----一般来说，准客户可以分为有明显的购置意图和购置力，一定程度的购置可能。对购置有疑问这样的三类，前两类客户是重点攻关的客户。当得到这两类重点客户后，销售人员不要认为就万事大吉了，还要再度对他们做出判断，以辨清谁是真财神，谁是纸财神，才能让跟进事宜有的放矢。通常判断准客户的购置能力可以参考两个要点：

a

信用状况：

b

支付方式

技巧：1个人化的：每个人都有需求。销售就是让客户得到满意，销售人员得到实利。

2时间要素：无论是单位还是个人，每年都有大大小小的目标要实现，这时，如何分配这笔资金，要看那个工程在议事日程上，为了准确把握准客户的购置力状况，我们可以从时间的角度，将准客户进行分类：

在一个月内可做出购置决定的客户，是关键客户。对这类客户，销售人员要投入更多的时间和精力，增加拜访的次数和拜访的深度。

在2—3个月内可作出购置决定的客户，是重要客户。对这类客户。对这类客户，销售人员要安排适宜的拜访次数和拜访力度。

在半年内可作出购置决定的客户，那么是持观望态度的一般客户，对这类客户，销售人员只需维持一般性的联系，并密切关注他们的购置意向变化情况即可。

3两难的-----=什么是两难呢？所谓两难就是指做有风险，不做损失更大的事。通常，客户的大笔采购都带有两难色彩。那么如何让客户敢冒风险把订单给你呢？答案是诱导。当然这是基于利益权衡，理性的良性诱导。当利大于弊时，客户自然会将投资倾向于你。

5有决策权的客户------高明的销售术推崇：找对人，说对话。

A弄清准客户中谁是有决策权的关键人物，销售的一条根本准那么就是“向权力先生推销〞

B在判断谁是关键人物的时刻之前，不要伤害他的情感和尊严是至关重要的。

二、了解客户需求---------营销工作中，客户的需求是千差万别的，不了解客户的需求，就无法提供有效的效劳，就难以提高客户的满意度，就会影响我们整体业务的完善提高。

通过学习和工作的实践，认为利用如下方法，可以了解客户的需求：

1、运用各种提问来了解客户的信息

要了解客户的需求，提问题是最好的方式。通过提问可以准确而有效地了解到客户的真正需求，为客户提供他们所需要的效劳，一般有以下几种提问方式

a、询问式问题。单刀直入、观点明确的提问能使客户详诉您所不知道的情况。提这个问题可以获得更多的细节。

b、肯定式问题。肯定式的问题即让客户答复“是〞或“否〞，目的是确认某种事实、客户的观点、希望、或反映的情况。问这种问题可以更快地发现问题，找出问题的症结所在。如果没有得到答复，还应该继续问一些其他的问题，从而确认问题的所在。

c、常规式问题。一般在与客户开始谈话时，可以问一些了解客户喜好的问题，其目的是要获得解决问题所需要的有关信息，以便于提供更完善的效劳。

d、征求式问题。让客户描述情况，谈谈客户的想法、意见、观点，有利于了解客户的兴趣和问题所在。对于有结果的问题，问问客户对提供的效劳是否满意？是否有需要改良的地方？如何改良等等，这有助于提示客户，表达我们的诚意，提高客户忠诚。

e、澄清式问题。对于客户所说的问题，有些是必须要给予澄清的。在适当的时候，以委婉的询问，这有助于解疑释惑，澄清事实，减少不必要的麻烦和争论。

2、通过倾听客户的谈话来了解需求

在与客户进行沟通时，必必须集中精力，认真倾听客户的答复，站在客户的角度、立场尽力去理解对方所说的内容，了解对方在想些什么，对方的需要是什么，要尽可能多地了解对方的情况，以便为客户提供满意的效劳。

3、观察客户的非语言行为

如果希望说服客户，就必须了解他当前的需要，然后着重从这一

曾次的需要出发，晓之以理，动之以情。在与客户沟通的过程当中，可以通过观察客户的非语言行为了解他的需要、欲望、观点和想法。

总而言之，通过适当地询问，认真地倾听，以及对客户行为的细致地观察，可以了解客户的需求和想法，从而能够提出针对性措施，进行差异化的效劳。但要注意无论什么问题都要顾及客户的感受，符合现场的气氛和情景。

三、销售面谈是决定销售成败的关键环节。

在这个环节中，优秀的销售人员要善于自己造势，善于蓄势制造让客户心服口服的关键时刻，销售人员要善于运用“围、追、堵、截〞的战术，俘虏客户。

A

把握与客户有相似点的瞬间---在与客户进行面谈时，销售人员就要善于寻找制造与客户之间的相似点，把握与客户有相似点的瞬间，并引导客户，直至交易成功。

1、寻找共同话题，寻找共同话题的目的是让客户认可你这个人，让你走进他的心里，如此，销售方不是难事。

2、善于表达你的同理心，在销售面谈中表达同理心与赞美客户一样重要。在你就某件事情表达出对客户的同理心的瞬间，就说明了你与客户站在一起的立场，你理解和关心他们的瞬间，就是融化他们的心的时刻。面谈中几种表达同理心的方法：〔1〕向客户表示你同意他的观点，如果客户是个很有见地的人，当他说出某些很正确的观点和看法时，你一定要不失时机地表示你同意他的观点。

〔2〕想客户表示他的想法不是单独的，其他人对此也持相同观点。当客户提到一些敏感的话题，特别是涉及钱的问题时，要站在对方的立场上看问题，并表示他的观点很有代表性和普遍性。

〔3〕向客户表示他所关心的需求或问题未被满足所带来的后果。

〔4〕向客户表示你理解和体会他目前的感受，如果客户与你谈起什么不愉快的往事，你一定要向他表示你理解和明白他的感受。

B、向客户展示专业度的时刻-----“专家一句话，百姓十句话〞就是说专家在人们心中有比拟高的地位，专家的语言带有权威性，确实，专家的身份有利于抹去功利的色彩，因此，专家的话能有效地影响和控制人们的行为。如果销售人员具有较多的专业知识，能为客户提供专业的咨询，当人们在购置一些技术含量较高，花费较多的产品，或第一次经历这些事情，身边又没什么朋友时，他们一定什么都问销售人员，什么都听销售人员的，甚至恨不得将整个购置的差事全部交给销售人员，自己甩手不干，乐的清闲。可见，销售人员向客户展示自己的专业度的时刻，是决定销售业绩好坏的关键时刻，销售人员的专业度主要表达在为客户提供满足需求且性价比拟高的产品。

销售人员的专业度应从三个方面表达：

第一

知识专业

知识专业包括行业知识专业和产品知识专业。只有具备可这些专业知识，才能给客户提供全面优质的个性化效劳，赢得他们的信任。需要专业知识的产品大多技术含量高，花费大，或是客户第一次经历的事，如结婚，买房，装修等。这些购置行为的发生，需要客户更多的理性思维，行动上也显得十分谨慎。因为这涉及投资风险，总之意义重大。要促成这些交易的成功，销售人员一定要具备专业知识，才能为客户提供周到，全面，细致的效劳。对于客户来说，钱，财，物，人际关系等千丝万缕揉在一起，很希望销售人员用专业知识给他们提供一个完美的兼顾各方面的购置方案。

第二

销售态度专业

这里的销售态度主要是指销售人员对客户的态度，这个销售态度决定客户愿不愿意买。销售人员对客户通常持两种销售态度：一种是利己型销售态度，即为销售人员自己赢利的态度;另一种是利他型销售态度，即帮助客户态度。这两种态度最容易影响客户的购置情绪。两个有经验的销售人员为同一家公司推销同种产品，用同样的推销术语，却产生完全不同的客户反响。为什么呢?就在于他们的态度不同。客户认为，一个是在操纵自己，另一个那么是在帮助自己。前一人认为自己从事销售工作地目的是满足自己的需求，而另一个人那么把客户的兴趣和需求牢记在心，明白实现自己目的必须先帮助客户实现其利益。这种态度让这位营销人员十分重视通过各种途径帮助客户满足其需要。他把客户视为需要帮助的人，而不是视为工作对象，嘲笑的目标或傻瓜。在与客户交往的过程中，客户会看出你对他的态度。销售人员不可能长时间地隐瞒自己的态度。你所持的态度不是增加商品的销售，就是降低商品的销量。

第三

销售技巧专业

销售技巧，就是用来到达销售目的的细节小事。销售技巧有销售礼仪技巧，语言表达技巧、客户需求探寻技巧和促成技巧等，专业的销售技巧，让客户得到尊重，呵护和宠爱，专业的销售技巧在销售中就是完善销售人员自身的点金棒、和顾客交往的润滑剂，成功交易的催化剂。

C

当客户抱怨的时候----在与客户面谈时，销售人员总会遇上客户发脾气，抱怨的事。有的客户非常情绪化，口无遮拦。这时让销售人员很为难，但这也是充分考验销售人员智慧的时刻。聪明的销售人员

不会计较个人面子的得失，不会被客户的情绪所激怒激怒。他们会即照顾客户的情绪，尊重客户的意见，又不卑不亢的处理问题，充分抓住危急时刻的时机，促成交易成功。客户抱怨和发脾气总是有理由的，无论是过分还是不过分。在这个时刻，销售人员只知道机械的说“对不起〞，就成了客户发脾气的垃圾桶，显得有歉意没诚意。正确的做法是不受客户影响，仔细听听客户为什么发脾气和抱怨，弄明白他究竟想表达和强调什么，然后才能有针对性的提出解决方案，消除客户的不快，再度赢得客户的信任，为销售创造条件。客户的不满多种多样，主要来源于这几类不满：对产品不满，对销售人员不满，对效劳不满。弄清客户不满的原因，有针对性的抱歉和采取弥补措施，才是处理客户抱怨的关键，而不是像划了线的光盘，始终停留在“对不起〞的层面上。

应对客户不满的技巧：

因对客户对产品不满的技巧---客户对产品不满的原因也有三种：第一种原因是吧对别家公司的产品或同类产品的不满转嫁到你销售的产品上。特别是一些仿冒产品和一些同行中口碑很差的产品，利用其形近的手段严重的影响了那些质量和口碑都不错的品牌的销售。第二种原因是他可能买过公司的同类产品或相关产品，可能当时产品存在了一些瑕疵。给他留下了不良印象。第三种原因是客户层购置过公司产品，由于销售人员推荐不当或本人使用不当，造成对产品不满。对于这类不满，销售人员处理得当，很容易再度与客户建立良好的销售合作关系。如果客户满意了，这种信任和依赖会得到强化。对于产品不满的第二种原因，销售人员可以用产品示范的方式，纠正客户印象中的不满并耐心教让怎么使用，让他感到物所有值，重建交易关系就很简单了。

应多客户对销售人员不满的技巧----客户对销售人员的不满，大多是公司的一些销售人员为了交易成功，对客户胡乱承诺，结果又做不到，让客户因失望而不;或是买完东西后。销售人员不干了，售后效劳没人做了，对于这种不满，销售人员在面对客户时候，要先缓和客户的情绪，然受在日后工作中，以实际行动来证明在自己是一个实事求是，值得信任和依托的销售人员，这样才能慢慢抹去客户心中的阴影。

应对客户对效劳不满的技巧----现在是一个产品极大丰富的年代，竞争极为剧烈，效劳也是各家竞争客户的一个重要手段。但效劳很容易流于形式化和外表化，以及销售渠道的不同，很容易让客户对产品效劳引起不满，因此，销售人员避重就轻的作一些解释，不要让客户纠缠在这件事上，最好采用扬长避短的方式，让客户对产品重新作出评价，否那么就只能放弃。以为此类不满，不是销售人员一个人就可以通过努力让客户满意的。

D

当客户持观望态度的时刻----销售人员在与客户面谈时，有时会发现客户对商品持观望选择态度，此时只要能突出重围成功，就能将订单牢牢控制在自己的手中，否那么就是客户流失，或者花费更多人，财、物和时间来给进

客户，那么销售人员在这个时刻该如何突围呢

？医生治病讲究“对症下药〞。销售人员要打破这个僵局，就必须知道是客户持观望态度的两个原因。

〔1〕客户有较大的选择余地和空间，即销售人员面对众多竞争对手。大多数的顾客到店中购置产品，主要是为了看看产品的，踩踩点，希望通过比拟看货，买到性价比拟高的产品。当销售人员看出客户持观望态度后，可以采取以下措施确保交易成功：?a>>采取软硬兼施的手段阻止客户接触其他产品，让他没有太多的选择余地，这种强制性手段，要有技巧和策略，让客户不反感且乐意接受为度。

?b?根据产品设置情景，让客户想象拥有产品的美好感受，如让生活更有趣，家里看上去更漂亮。

?c?根据客户的性格，欣赏品味设计话术，挖掘客户的内在需求，重点突出产品特点。

〔2〕等待所需产品整体降价的时机，即所谓的持币待购。

在持币待购的客户表现出观望选择的态度的时刻，销售人员这样对待他们效果最好:

态度要不卑不亢，传递出我们的产品不愁卖的信息。过于热情给客户的感觉就是产品不好。

?b?可以像朋友一样，给他分析现在购产品的诸多好处，还可以借助成交客户的实例来证明产品的价格的合理性，坚决客户的购置信念。

?c?当客户表示他要再去别处看时，你觉得你能传达给他的信息都已经传到达位了，就要大方的让他去看，因为你给他留下的第一印象很深，并且他确实有需求的话，其他销售人员就很难动摇你的产品在他心中的第一印象。过分阻止客户，客户会觉得你不通情达理，强人所难，这样反而不好。

4、当客户要求过分的时候-----销售人员总会一个问题解决了，有面临另外一个问题。比方，你有一个好不容易才得到的客户，就在签约前，他提出非常过分的要求，让人觉得不可理喻。此时你怎么办呢?

对峙会使生意泡汤，妥协又会失掉所有利润，甚至赔本。要么成交，要么一拍两散，两者都不可取。此时应耐心解释，不发火，不指责，不批评客人，巧妙与客户周旋，然后避其锋芒，利用谈判的技巧引导你的客户走一条双赢的道路，才是最正确的选择。可见，销售人员在面对这种贪婪的客户时，要敢于和蔼于说不。在谈判前，和这样的客户交涉时，有两种错误要竭力防止，目的是让沟通有一个平和的环境，否那么惹恼了他们，就前功尽弃了。

第一种错误就是喋喋不休。有些销售人员会不断地重复某一观点，直到客户感到烦躁和为难为止。你的长篇大论无非试图说明客户的愚蠢，这在无意中就激怒了客户。

第二种错误就是对客户的每一个观点都进行反驳，这无疑导致争吵而伤和气。当客户在说“黑〞时，你千万别说“白〞，即便你确信客户错了，也不要当面指责他。

对待那些咄咄逼人但又十分重要的客户，你的应对策略是“具有肯定意义的消极对待〞，意思就是不与之斗争，也不能让他占了你的廉价；不能屈服，但更不能还击，可以回避，搪塞，但是要坚持原那么，千万不要把所有的路都堵死了，留有余地，尽力把客户引到你的思路中来到达双赢的目的，问题就迎刃

而解了。

方法：1当客户攻击你时，冷静的聆听时最正确对策。当受到攻击时，大局部人的本能反响便是保护自己，或者反戈一击。对于面谈中的销售人员来说，这两种做法都会引发火药味很浓的对峙，而倾听客户说话，好处有三：首先，新的信息可以扩大活动的空间，增添变量因素；其次，静静地聆听有助于化解对方怒气，第三，聆听意味着你就没有作出让步。

确定公司的需求，时刻关注需要讨论的问题，不偏离主题

。销售人员在与客户讨价还价时，必须记住最正确的沟通并不是一味的去满足客户的需求，而是兼顾客户的利益和公司的利益，解决核心问题，到达双赢。

3，确定平等的沟通风格。平等的风格旨在强调双方的共同利益。

4.高起点，慢让步

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！