# 销售培训销售人员怎样向客户介绍产品

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2025-02-24

*第一篇：销售培训销售人员怎样向客户介绍产品第一步：撰写产品介绍文章在初步了解了产品知识以后，为了保证所有的培训人员能够充分的消化吸收，并能够真正变成自己的东西，要求按照以下步骤书写文章。首先，进行5000字产品介绍的撰写，要求尽可能用自己...*

**第一篇：销售培训销售人员怎样向客户介绍产品**

第一步：撰写产品介绍文章

在初步了解了产品知识以后，为了保证所有的培训人员能够充分的消化吸收，并能够真正变成自己的东西，要求按照以下步骤书写文章。首先，进行5000字产品介绍的撰写，要求尽可能用自己的语言说明，并设计好内在的逻辑与层次。文章的结构可以按照FABE的句式进行展开，即功能、特点、利益、证明进行展示，合格的向下进行，不合格的重做。通过这种方式可以使销售人员迅速的掌握产品的基础介绍内容，并且比较直观。第二步，将5000字的文章压缩到1000字，要求和5000字一样，所不同的是表达需要更加的精确、简练。第三步，将1000字的文章压缩到500字，这一过程将使销售人员更加明确介绍的核心要点。第四步，将500字压缩到100字，这时的介绍成为了一种口号。并且是高度凝练。最后，需要将100字再重新扩充到5000字，这一过程将使销售人员重新认识自己对产品应当如何介绍。

这一过程的主要目的在于，开始的5000千字是为了使销售人员能够掌握产品内容，并不断条理化。2025字－1000字的作用主要是为了让销售了解产品的关键卖点，简称挤水分。500字的作用主要是用于短时拜访时的三分钟产品介绍，100字是用于电话销售或者是1分钟的介绍，最后再扩充的到5000的目的是针对熟悉客户的半小时以上的长时间讲解。按照以上方式，销售人员可以迅速建立起产品架构，并能够迅速理解产品的主要精髓及卖点，并且完成了自己的语言转化，比较容易量化评估，这种方式将提高50％的掌握效率。

第二步：产品朗诵

所谓朗诵，就是按照5000字的内容进行演说，要求不能看稿件，能够用自己的语言声情并茂的将产品说明说给大家听。场地，最好选择在客流比较大的地方，并且将相关的销售人员集合在一起，逐个到队前演说。要求声音洪亮，充满感情。通过这种方式，销售人员可以相互学习不同员工在介绍产品时的特点，强化产品的介绍。另外通过这样的方式，观察哪位销售人员的介绍更加具有吸引力，最能够招揽更多的客户驻足倾听。第三，这种方式将能够有效克服客户销售人员的恐惧感，建立自信心。这项内容一般需要2-3次效果才会比较明显。期间还应当注意销售人员的语气、语调、强调的内容，及礼貌用语等等。

第四步：产品一问一答

在产品介绍朗诵练习之后，需要将产品的介绍内容变成不同的客户问题，并且针对不同的客户问题，找出最好的应答方法，形成标准的答案，这项工作需要长期坚持，并逐渐形成自己的问题库。

第五步：考试

产品介绍的考试应当包含两大部分，第一部分是：知识考试，主要以笔试为主，试题主要侧重于关键知识点的掌握，满分50分。第二部分为：口试，主要是产品介绍的演讲，公司将派评委打分，满分为50分。考试不及格的淘汰或者是重考，新员工在此期间没有工资。

综上：产品介绍是非常重要的销售工具，必须牢牢的贯彻以下原则：

1.产品介绍不是知识了解，而是销售动作，因此行动比知识重要。

2.产品介绍的好坏需要一定的程序训练，而不是让员工自学成才。

3.产品介绍是销售的基础动作，这一点学好了，才能够学好其他

**第二篇：销售人员怎样介绍产品？**

销售人员怎样介绍产品？

如何进行产品介绍是所有公司销售人员入门的必修课，也是最基础的技能，普遍采用的方式也大同小异，即公司派产品经理或者是销售经理进行产品的讲解，随着产品复杂程度不同培训的时间相对的长短不一，最后经过产品试讲或者是笔试来检验销售人员产品的掌握程度。按照这样方式培养的产品介绍多半不会有好的结果，通常存在以下严重缺陷：

1.产品介绍仅仅作为知识被接受，而不是一种销售武器，造成销售人员仅仅是了解并不能应用，或是应付公司。

2.培训过程强调“学习”而不是“练习”，造成销售人员被动接受，而不是主动吸收，只应用耳朵，而不会应用嘴巴。

3.培训效果的评价标准错误，并且很难对真正的工作有什么帮助。

众多销售人员认为产品介绍对销售的影响并非很严重，销售的关键应当集中在随机应变及临时的现场发挥，这种观点甚至在众多企业管理层里面也是这样，产品介绍是否真的象众多销售人员认为的那样，仅仅是传授基础知识，在销售实战上没有什么真正的实际意义呢？经过调查发现，事实上90％以上表现欠佳的销售人员，与不能够有效的介绍产品有密切关系，主要表现为：

1.产品介绍就象简单背书，缺乏生动性，客户感觉很反感。

2.不能在极短的时间内引起客户兴趣，丧失了继续跟踪的机会。

3.产品掌握不够透彻，仅仅停留在知识层面，很难融会贯通。

4.过于自以为是，不能把握客户的理解状况。5.缺乏基本的语言修炼，只有自己明白，别人都不明白。6.缺乏严谨与专业性，过分依赖关系，感觉象是游击队，客户信任感极差。生动化产品介绍训练

我发现很多销售业绩好的人员都对产品介绍有着特殊的见解，这些见解是在长期的销售实践中逐渐积累起来的真知灼见，在后来他们越来越注意到生动化的掌握产品介绍对于迅速抓住客户、实现交易有着巨大的作用，据此，如果我们能够拥有一套训练销售人员的生动化产品介绍的训练方式，无疑对提高销售人员的短期销售能力是非常关键的，以下是某大型企业实施的销售人员《生动化产品介绍》的训练方案。

第一步：产品知识的灌输

这个步骤主要由公司的产品经理、技术人员负责，其中产品经理重点对产品策略、客户利益、产品系列、价格策略、竞争产品、行业知识、客户知识、客户案例等内容进行介绍；

技术人员主要对产品的技术特点、实施方式、操作办法、关键问题等进行讲解，该部分的培训内容需要有比较充分的前期资料准备，并需要提供相对完备的培训提纲，培训形式将以灌输为主，每天保持在10个小时左右。其中要特别注意：产品经理的介绍与技术人员的介绍侧重方向是不一样的，产品经理更加偏重于客户价值、产品卖点及竞争需要，而技术人员更多侧重技术实现，特别是对于差异性的技术特点应当作为重点。另外原则上产品经理先讲，技术人员后讲，这样销售人员比较容易迅速建立产品的客户导向。最后，需要每天要求销售人员将相关的重要内容背下来，并及时的检查、考试。

第二步：撰写产品介绍文章

在初步了解了产品知识以后，为了保证所有的培训人员能够充分的消化吸收，并能够真正变成自己的东西，要求按照以下步骤书写文章。首先，进行5000字产品介绍的撰写，要求尽可能用自己的语言说明，并设计好内在的逻辑与层次。文章的结构可以按照FABE的句式进行展开，即功能、特点、利益、证明进行展示，合格的向下进行，不合格的重做。通过这种方式可以使销售人员迅速的掌握产品的基础介绍内容，并且比较直观。第二步，将5000字的文章压缩到1000字，要求和5000字一样，所不同的是表达需要更加的精确、简练。第三步，将1000字的文章压缩到500字，这一过程将使销售人员更加明确介绍的核心要点。第四步，将500字压缩到100字，这时的介绍成为了一种口号。并且是高度凝练。最后，需要将100字再重新扩充到5000字，这一过程将使销售人员重新认识自己对产品应当如何介绍。

这一过程的主要目的在于，开始的5000字是为了使销售人员能够掌握产品内容，并不断条理化。2025字－1000字的作用主要是为了让销售了解产品的关键卖点，简称挤水分。500字的作用主要是用于短时拜访时的三分钟产品介绍，100字是用于电话销售或者是1分钟的介绍，最后再扩充的到5000的目的是针对熟悉客户的半小时以上的长时间讲解。按照以上方式，销售人员可以迅速建立起产品架构，并能够迅速理解产品的主要精髓及卖点，并且完成了自己的语言转化，比较容易量化评估，这种方式将提高50％的掌握效率。

第三步：产品朗诵

所谓朗诵，就是按照5000字的内容进行演说，要求不能看稿件，能够用自己的语言声情并茂的将产品说明说给大家听。场地，最好选择在客流比较大的地方，并且将相关的销售人员集合在一起，逐个到队前演说。要求声音洪亮，充满感情。通过这种方式，销售人员可以相互学习不同员工在介绍产品时的特点，强化产品的介绍。另外通过这样的方式，观察哪位销售人员的介绍更加具有吸引力，最能够招揽更多的客户驻足倾听。第三，这种方式将能够有效克服客户销售人员的恐惧感，建立自信心。这项内容一般需要2-3次效果才会比较明显。期间还应当注意销售人员的语气、语调、强调的内容，及礼貌用语等等。

第四步：产品一问一答

在产品介绍朗诵练习之后，需要将产品的介绍内容变成不同的客户问题，并且针对不同的客户问题，找出最好的应答方法，形成标准的答案，这项工作需要长期坚持，并逐渐形成自己的问题库。

第五步：考试

产品介绍的考试应当包含两大部分，第一部分是：知识考试，主要以笔试为主，试题主要侧重于关键知识点的掌握，满分50分。第二部分为：口试，主要是产品介绍的演讲，公司将派评委打分，满分为50分。考试不及格的淘汰或者是重考，新员工在此期间没有工资。

综上：产品介绍是非常重要的销售工具，必须牢牢的贯彻以下原则：

1.产品介绍不是知识了解，而是销售动作，因此行动比知识重要。

2.产品介绍的好坏需要一定的程序训练，而不是让员工自学成才。

3.产品介绍是销售的基础动作，这一点学好了，才能够学好其他的。

**第三篇：销售人员介绍产品的流程**

销售人员介绍产品的流程

1、礼貌寒暄，大致了解客户的个人信息，与客户相互介绍，互换联系方式。

2、寒暄之后，销售人员可配合销售现场的沙盘模型、灯箱、模型、样板间等销售道具，向客户做简单的项目讲解（如朝向、楼高、配置、周边环境等），使客户对项目有一个大致的概念。

3、销售人员要自然而又有重点地向客户介绍产品，包括地

段、环境、交通、配置设施、房屋设计、主要建材等。介绍产品应注意的事项：

（1）、介绍产品时，应重点强调楼盘的整体优点，避免谈及不利因素。

（2）、在模型讲解过程中，可探询客户的需求（如面积、购买意图等），做完模型讲解后，可邀请客户参观样板间，在参观样板间的过程中，销售人员应对项目的优势做重点介绍，并迎合客户的喜好做一些辅助的介绍。

（3）、通过交谈，销售人员可以正确地把握客户的真实需求，并据此迅速制定自己的应对策略。

（4）、销售人员要用自己的热忱与真诚向客户进行产品推销，努力使其充分地信任自己。

（5）、如果客户不止一人，销售人员能区分其中的决策者，掌握他们相互间的关系。

**第四篇：销售人员向客户推荐产品要遵循的几项原则**

销售人员在向客户推荐产品时，一定要遵循下列几项原则。

1．客观、真实地介绍产品

销售人员推销并宣传产品的优点，目的是为了促进交易的完成，但这并不是指对产品做出浮夸的介绍，对于客户而言，他们更在意的是销售人员所做的介绍是否真实可信。如果销售人员利用过度地吹嘘产品的优点而引诱客户购买，一旦客户发现你的不实行为，就会拒绝再次与你合作。

2．不要为了销售产品而丧失信誉

作为销售人员，不管你推销的是有形的产品还是无形的服务，如果客户的某些需求无法给予满足，就不要勉强。你可以采用其他辅助手段淡化客户这方面的需求，或者真诚地向客户表明你的难处。如果客户坚持自己的要求，那么销售人员宁愿失去这一次交易成功的机会，也不要失去基本的信誉。因为交易的机会还有很多，但信誉没有了就很难再得到客户的信任。

3．推销产品时多为客户着想

在推销的过程中，销售人员若能尊重事实，处处为客户着想，客户自然会对你产生信任感。如果你能热情主动地为客户做了那些当初没有许诺的事情时，客户会感觉你做的事情超出他们的期待，这会使他们感到非常满意，进而更愿意与你合作。

4．大胆承认不足

在推销产品的时候，如果客户指出产品存在某些不足，销售人员大可不必躲躲闪闪，左右招架，你要大胆地承认事实。没有任何产品是十全十美的，也没有一种产品能够完全符合客户的要求，每个产品都不可避免地存在欠缺。当客户提出切中要害的异议时，矢口否认、设法抵赖都是下策，只有诚实地承认并努力挽回影响才是明智之举。

在承认产品的不足之后，还要耐心地向客户强调介绍产品的优势，使客户觉得与这些优点和长处相比，产品的区区缺点也算不了什么。要知道，承认事实并不等于承认失败，在与客户的洽谈中，你要帮助对方进行公正比较，从而让对方认识到推销产品的优点大于缺点，使他们保持一定程度的心理平衡，用获益心理去抵消受损心理，从而促成交易。

**第五篇：怎样销售自己和产品**

怎样销售自己和产品

做为公司的业务员把产品销售出去才是工作的首要任务，但要把产品销售出去就得去找客户，做为新手找客户真是一个很大的难题，那么怎么去找客户呢

1、在开始找客户时你首先要做的工作是把自己要推销的产品摸索透，要尽量多得去掌握产品的一些知识，因为这些知识都会帮助你克服在业务工作中遇到的困难。试想一个对自己产品不了解的人如何去说服别人购买你的产品呢，然而缺少产品知识的你也会让客户对你产生介意的，所以在开始业务工作的开始你首先要把自己的产品了解清楚，那么你要了解的内容就有：产品名称,产品内容,使用方法,产品特征,售后服务,产品的交货期,交货方式,价格及付款方式,生产材料和生产过程，也要了解一下同行产品及相关的产品。做完这些工作你就可以去跑业务了，掌握了这些知识你的业务工作做起来就会事半功倍。

用一句话来概括就是尽量让自己成为产品的专家,您是帮助客户解决问题,而不是给客户制造问题!

2、客户该怎么找呢，对于新业务员，网上找客户是开始的最好选择，所以先在网上通过一些商业网站去搜索一些你客户的资料，由于你已经掌握了你产品的知识，那怕是通过电话联系客户对你也不是很难的。

用一句话来概括就是尽量花费较少的时间找到更多的潜在客户,没有潜在客户就没有成功客户!

3、除了网上找客户外，你也可以通过专业的杂志之类去找客户，现在杂志行业都比较普及，这类的杂志上的客户都比较使用，一般来说只要出现在杂志上的公司都是存在的，比较好的杂志有慧聪，环球等，这类的杂志行业分类比较清楚，容易找客户。

用一句话来概括就是尽量走专业化的路线,少走弯路,重点向公司领导取经!

4、前面都是业务员找客户的开始，每个新业务员从前面2个方面都可以找到客户。但业务工作开始后，找客户就会离开那些方法了，因为业务工作到最后客户都是来找你而不是你去找客户了。当你在从事业务工作的过程中，都离不开去拜访客户，那么在拜访客户中如何去培养你的客户呢

很多业务员去拜访客户都会把重点放在客户上，因为去拜访客户才是自己要做的事，但实际应该不是这样。你前去拜访的客户只是你的潜在客户，成功与否取决你的个人表现能力，这样的客户你最好不要那么的去关心他。那么你去拜访客户该做些什么呢，每次去拜访客户最好是去认识那些坐在等候室里和你一起等候采购接见的那些业务员。认识那些人才是你去拜访客户的目的。那些人手里有你要做的真正客户，而都是他们已经开始合作并了解客户的底细的人。只要他们愿意介绍给你，那么你还怕没有客户做吗？每个工厂或公司的产品，在生产过程中都要采购很多材料，这些材料都是通过采购从销售这些材料的业务员手中买回来，生产那些材料的公司如何的多你应该很明白，只要你有诚心去结交那些业务员，没有人不愿意和你做朋友，当你拿出自己的联系本和他们交换客户时他们也很愿意。他们不但要把客户介绍给你，还会给他们的客户推荐你的产品和你，当然你也要同样去做，这样你的客户就会自动来找你了！

用一句话来概括就是把自己要做的事情安排得当,重点---次要.必要---正常.留心周围,用心推销!

5、说到最后，做业务就是在做一个人脉过程，你的关系网越大那么你做起业务来就会更轻松。在你经历上面的步骤后，你找客户的方向应该从客户那转移到和那些业务员做好关系上了，没事你就往他们的公司跑，和他们聊天交换客户，只要你有技巧和有诚心，总是会有好的客户给你做，在你交换的过程中你的客户也会多了起来。因为你可以把从A那交换到的客户去和B交换，再把从A。B那交换到的客户去和C交换，你的客户群会像滚雪球一样越来越大的。

用一句话来概括就是将心比心,广交朋友.没有人脉就没有魅力!尽可能成为一个陌生圈子的中心人物!

6、除了可以让你相关联的行业里的业务员给你介绍客户外，你还可以用另外一个方法去找客户――就是让你的客户去给你介绍客户。这个方法说起来虽然难，但做起来并不难，当你诚心对客户好的时候，客户就会把你的优点介绍给他的朋友，因为那个企业老板没有几个从事同一个行业的朋友呢，要是没有那么他就不是一个成功的老板了。做生意都是靠互相牵带的，靠自己一个人白手起家毕竟很少，都是有亲戚或朋友先开始做后带起来的。尤其是如今这个家族企业遍地的时代更是这样。这样客户介绍给他的朋友来和你做生意，因为他是由朋友介绍来的，对你已经很肯定了，这样的客户几乎做起来不费什么力气还很保障。

用一句话来概括就是管理好重点客户,重点培养感情.时刻为客户想解决问题的办法,及时告诉您的良策!

7、这个方法是一个很讲究技巧和诚意的方法了，当然如果你做不到那个程度你可以不用去运用，掌握好上面的那些方法，你已经是一个很成功的业务员了。我曾经在这个方法中丢掉很多客户，但我相信他是存在的并可以执行，就是让你的竞争对手给你介绍客户。做业务做的就是一个运转，业务做到最后就可以灵活得做，因为你的公司所生产的产品不一定都可以满足整个市场，那么当你遇到你不可以满足的客户时，比如你的价钱太高，质量太高客户不可以接受时，那么你可以找一家生产和你相同的产品的厂家，把客户介绍给他。相同道理当那家厂家遇到符合你产品要求但他自己又无法生产时，就会把客户介绍给你。虽然道理是可以行得通，可是操作起来并不容易，很可能你遇到的那个厂家的想法和你想得不一样，这样你会很吃亏。

用一句话来概括就是君子爱财,取之有到,诚信交易,友谊永存!

最后需要说明的就是:推销有两层字面意思第一层是推广,第二层是销售.还有两层现实意思第一层为自我展示,第二层为自我实现.从自己开始推荐,以产品销出为平台,到创造价值为目标,逐步完成推销生涯,实现多赢格局

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！