# 李佳琪销售工作总结(汇总10篇)

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2024-01-21

*李佳琪销售工作总结1人，是一种社会动物，是很需要安全感。从众，就是跟大家在一起，跟大家选的一样，这会极大地满足人的心理需要。很多商家卖产品上，利用这一心理，屡试不爽。在李佳琦的直播间，你会经常听到诸如以下的说词：这款产品，在之前我们直播间已...*

**李佳琪销售工作总结1**

人，是一种社会动物，是很需要安全感。从众，就是跟大家在一起，跟大家选的一样，这会极大地满足人的心理需要。很多商家卖产品上，利用这一心理，屡试不爽。在李佳琦的直播间，你会经常听到诸如以下的说词：这款产品，在之前我们直播间已经卖过了 10 万套了……

这个产品在开卖之前，已经有 10 万人加购（提前添加购物车）了……

这个产品之前已经卖过了 10 万套，零差评……

这款产品，是 X 国药妆销量排名第一的……

除了用销售推荐词引发从众心理，李佳琦还会用抽奖的方式黏住观众，营造直播间火爆气氛，创造更容易引发从众效应的氛围。李佳琦直播间常见的抽奖方式有两种：支付宝口令红包和直播间评论区截图。但是，除了直播开播时候会固定抽奖之外，中间抽奖的几个时间段却不固定。开始时用抽奖来吸引第一波老观众，准时来到直播间，营造一个一开播就很火的氛围；中间时间不固定，防止羊毛党定时来撸羊毛。想中奖，那就安心跟着看直播吧。

看着看着，说不定一没忍住，就买了……（偷笑）

**李佳琪销售工作总结2**

一名优秀的销售员，就是一个杰出伟大的临床心理学家，一个运筹帷幄的艺术家，一个善于沟通的交际艺术家。

李佳琦，的确是无数人的奋斗目标。

但我们更应该看到他>在销售技巧、客户心态、促单技巧上的巧妙做法。

倪建伟 ｜ 销售没冬天

往期精选 Editors\' Choice

>-END-

**李佳琪销售工作总结3**

极佳的销售业绩，也带给李佳琦极其丰厚的回报。

在某次的个人专访中，他就曾经透露，自己现在月收入已经突破6位数，年收入可过千万。

如今，李佳琦不仅重新定义了中国电商零售产业的格局和生态，>更是成为无数渴望成功的人竞相去学习模仿，甚至是去倾力复制的标杆人物。

今天，色哥想跟大家来聊聊，在这个时尚美妆短视频带货领域竞争如此激烈的年代，>李佳琦凭什么能够脱颖而出、一鸣惊人？

其实，李佳琦只是改变了营销工具和营销战场。>引领他走向成功的营销原理和规律内核，从未改变。

别管客户把不把你当朋友

**李佳琪销售工作总结4**

现在整个团队几十人甚至上百人，可以从数据分析至粉丝运营，成体系成链条的为一个带货主播服务，协助他放大他在销售上的能力；

>供应链赋能：

对于优秀的带货主播，可以依靠自己强大的带货能力，来反向要求上游厂家给予更好的折扣、专属的待遇，再通过这种独家的价格优势来吸引更多粉丝，获取更大销量、粉丝人数、行业地位。形成一个“供应链优势-销售业绩优势”正向循环，带货方面如果没有自己的货源或者是还没加入MCN机构的可以百度搜索兵仙传媒联系加入。

李佳琦的技巧，绝不仅仅是本文所讲的这些；而其实带货主播的技巧，也是各有特色所长，远没有达成统一的套路。这其实说明行业还处于高速发展的前期。未来一定会有更多有特色，有技巧的主播出现。返回搜狐，查看更多

**李佳琪销售工作总结5**

销控，是人为控制销售的节奏，营造火爆销售的场面。在李佳琦直播间的商品，是逐步上架的。比如 A 商品备货可能有 1 万套，但是第一次上架 1000 套，秒光了再上几千套，再秒光，再上……这样的好处，理解有两条

第一个，是人为营造了上架一款，短时间秒光的火爆氛围。

试想如果上架了 1 万套，1 分钟内卖掉 1000 套，相当于只卖掉 10%；而如果先行只上架 1000 套，则变成了上架 1 分钟全秒光。从感觉上，是不是后者火爆了很多？

而这种火爆的氛围，是可以带动很多观望心态的观众，下决心下单的。第二个好处，调动了用户“抢”的心态。

“抢购”、“稀缺”、“过时不候”、“数量有限”，这些都是在唤醒人大脑中关于安全的本能。“怕失去”、“怕错过”的优先级，远远高于“这个东西到底对我有多大用”、“这个东西到底划算不划算”这类的理性思考。所以，饥饿营销屡试不爽，就是源于这个原因。

**李佳琪销售工作总结6**

这个时候可以运用UPS理论>（unique selling proposition独特的销售主张）。

①必须向客户说一个主张，必须让客户明白，购买产品可以获得什么具体的利益。

②所强调的主张必须是竞争对手做不到的或无法提供的，必须说出其独特之处。

③所强调的主张必须是强而有力的聚焦在一个点上，能打动、感动和吸引消费者来购买相应的产品。

比如当水泵销售人员都在强调水泵本身技术性能质量的时候，你能在销售水泵的基础上，许诺可以帮客户安装，那么竞争中你毫无疑问就多了筹码；

同样，有从事医疗销售的sales，在向客户进行医疗设备销售的同时，他还帮客户抢占早晨的停车位和给客户买早点，这在无形当中也使自己的竞争态势领先同行。

**李佳琪销售工作总结7**

在李佳琦直播间，“李佳琦自用款”，就成了这个直播间最强的推荐词。“自用”的背后，是敢于压上>自己的信用给产品担保，敢于拿出>自己的皮肤健康给产品担保，更重要的是在表明“>你也是这个产品的使用者”的身份之后，接下来的描述，观众更容易把主播看做>同一立场，同为消费者，更容易相信主播的描述。

当然，“自用款”这个话术也不是随便能用的。这相当于压上了李佳琦自身的信用。随着李佳琦知名度越来越大，粉丝越来越多，“自用款”的价值也会越来越大。

除了“自用款”的说法，在李佳琦直播间，每晚都会看到李佳琦在自己脸上试用产品；在团队同事脸上试用产品；甚至李佳琦的妹妹、妈妈也会偶尔成为试用模特，核心都是在传达李佳琦他们对于所售产品的信心。而这种信心，会换取观众的信任，最终转化为销量。

**李佳琪销售工作总结8**

很多人在下重要决定的时候，都愿意参考专家的意见。所以让用户相信你的专业水平，更容易卖出更多的产品。李佳琦精心打造的人设方向，就是一个美妆领域的专家。在李佳琦的直播间，你经常会听到化妆、护肤方面专业知识的讲解：

遮瑕有两种，一种叫点状遮瑕，一种叫片状遮瑕。点状遮瑕，是你的脸上是如何如何（此处省略具体描述）的情况，这时候你应该如何如何（此处省略具体描述）的解决；片状遮瑕，是你的脸上是……，这时候你应该……

粉饼和散粉的区别：散粉是让你在什么什么的情况（此处省略具体描述）下，用来解决问题的；粉饼是……，这时候你应该……

诸如此类的知识性内容，恰好是观众需要，会愿意给予更多耐心聆听的。而主播在讲解此类内容的过程，就是建立在观众心智中专家形象的过程。另外在讲解时，既要有专业名词术语，这样显得专业水平高，够专业；又要能够通俗易懂，用大白话让观众听明白，问题是什么样的，应该怎么做来解决。

**李佳琪销售工作总结9**

顾客如果不记得你，就不会来跟你签约，这个非常简单的道理，但很多装饰企业都没有意识到。许多装饰企业的展厅布置、活动套餐内容、销售形象、话术和服务都没有什么特别之处，没有什么让人过目不忘的东西，接待过的顾客一出店就会忘记。

聪明的装修公司知道如何为销冠树立形象。比如，某小型装修公司，其成功的秘密在于为其“销售冠军”树立了一个独一无二的形象：“绿色环保装饰专家”。

主要辅料什么品牌质量好，价格便宜，环境符合标准？什么材质的衣橱柜子用什么材料比较环保？装修完毕后何时可以搬入？销冠对环境保护的问题十分了解。

这是每一个和她联系过的顾客，都会对她留下深刻的印象。有了这一点，销售员就能顺利的成为环保顾问，成为顾客的人脉，与顾客保持联系，为顾客提供环保方面的建议，慢慢的建立起了互信，最后签约也就顺理成章了。

**李佳琪销售工作总结10**

会讲故事，做类比，讲场景，可以让你的说词更加有穿透力。>人人都爱听故事。销售讲故事，客户感受不会觉得像直接推销，更容易接受。但销售的故事讲得好不好，客户愿不愿意听，很重要，但更重要的是要和推进销售有关，要和你正在推荐的产品的核心卖点有关。

比如：李佳琦讲自己这次拿到了一个史无前例的低价，他会讲：我拿到这个价格之后，X 产品总部（在国外）的大老板知道之后，亲自打电话给中国的总裁说，不行，你不能卖这个价格，你卖了这个价格之后，我们以后怎么办？但是中国的老板说：那没办法，我已经答应了李佳琦，只能是这次卖完这个价格，以后再也不卖这个价格了……

讲这样一个小故事，比起直接说：“”我们拿到了历史最低价“，是不是更有感染力？又比如，李佳琦想说一款护肤水对皮肤修复能力强，他讲了这样一个故事：

那个国家古代皇室出外打仗负了伤，就会回来泡在这个水里头去养伤……用神奇的皇室疗伤用水做出来的护肤水，是不是很有趣？而做类比，同样可以简单快速有效地让客户知道你产品特色。李佳琦会说：

这就是化妆棉中的爱马仕……是不是立刻就让观众 get 到了这款化妆棉的特点——同类商品中处于高端位置。随后可以再介绍这款化妆品品质高端的地方。什么叫讲场景？就是描述一个商品使用的场景，把客户的思维带入到这个场景中，让客户觉得在那种情况下，有这个商品就会很方便。

比如下面两个例子：

李佳琦卖驱蚊贴，他会说：小朋友晚上出去玩，把这个贴在袜子上，可以避免蚊子去咬小腿……李佳琦卖帽子，他会说：如果你下楼买菜的时候懒得化妆，戴上这个帽子就好了……通过讲述的场景，调动了客户的想象力，促成最后的转化下单。

销售都喜欢卖价格有优势的产品。为什么？好卖啊！但并不是所有人都清楚的知道，>价格的低”，是“比”出来的。善于给你的产品选一个参照物，可以放大你的价格优势。

李佳琦是怎么做的呢？

比如卖咖啡，他会对比 7-11 便利店的价格；卖大牌化妆品，他会对比线下专柜的价格……些参照物，都是同款商品在现实中价格比较贵的地方。用这些价格作对比，能够更显著地展示李佳琦直播间的价格优势！当然，老传统，李佳琦经常会有图有真相。对于有些产品，并不是直接给出减钱的折扣，是采用赠品的方式给予的优惠的。李佳琦会把所有赠品按克重，折算成线下实体店零售价，进行计算。让消费者觉得，不是给了你几个小包装赠品，而是变现获得了史无前例的大力度折扣。

除了上述放大价格优势的技巧，李佳琦还常用一种放大产品价值的技巧，让笔者觉得眼前一亮。笔者把它叫做“>用链接法放大价值”。比如李佳琦在卖一款价格有点小贵的高级化妆棉，他会说：你们在用一些大牌化妆品的时候，一定要用这个化妆棉……

把当前销售的有点小贵的化妆棉，和大牌化妆品链接起来，让美眉们觉得：这种化妆棉虽然小贵，但是搭配大牌化妆品可以起到更省，或者效果更好的结果。那相当于节省了大牌化妆品的浪费，反而是省了钱。

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！