# 销售工作心得7篇

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2025-01-17

*好的心得体会是需要融入自己的真情实感的，通过心得体会，我们能更好地认识自己，下面是小编为您分享的销售工作心得7篇，感谢您的参阅。站在公司，客户，自身的三方角度上力求平衡在整个的销售过程中，最忌晦的是让客户觉得我们是处在一种销售方的位置上。买...*

好的心得体会是需要融入自己的真情实感的，通过心得体会，我们能更好地认识自己，下面是小编为您分享的销售工作心得7篇，感谢您的参阅。

站在公司，客户，自身的三方角度上力求平衡

在整个的销售过程中，最忌晦的是让客户觉得我们是处在一种销售方的位置上。买和卖天生就是一种对立统一体，问题在于买卖的过程中，做为我们销售方如何因势力导，往统一方向行进，重要的是让客户觉得我们在他的位置上一直为他着想。我觉得在这个问题上，我们要直面它，有时可以通过言语直接告诉我们的客户，我们做为一个公司的销售人员，我们一定会站在他，公司与自身的角度，去力求三者利益达到一种平衡(这样对客户直说有时很容易让客人觉得我们坦诚，因为他们最惧怕是一些不诚恳的人)，让你的客户加深对你的信任度，为自已下一步的跟进工作铺平路子。而且这样贴心的话，要记住常在客户面前找合适的机会，一而再，再而三的说，加深他对你的感知度。让他喜欢上你。那你也就快将成功了。当然，我说得是你必须真得发自内心的诚意对待你的.客户，尽可能设身处地帮他想。别忘了，假的永远装不成真的，永远别把你的客人当傻瓜，要不然你就将铸成大错。(很简单，他们能做老板，能有位子，一定有其过人之处)，我们与他们至始至终，永远是平等互利的，因为我们是真得来帮他做生意的，帮他赚钱来了。

1、备迎接顾客的到来

销售珠宝相对于其他商品人流量较少，珠宝营业员经常在很枯燥的等待。如果是专业店就应给营业员一个好的环境和气氛，如放些轻音乐及一些专业杂志。在顾客未进入店内时，无须长时间地笔直站立。而当顾客进入或准备进入店内时立即礼貌地站起，并用微笑的眼光迎接顾客，亦可给予一定的问候，如“您好”!“欢迎光临”。如果是综合商场，营业员就应时刻准备接待顾客，当有顾客步行于珠宝工艺部时要尽可能地采取措施引起顾客对你柜台的注意，如做出拿放大镜观察钻石的动作，拿出某件商品试戴等等，这样就可能会使顾客产生对你柜台的兴趣，实际上就是一个小小的广告。相关推荐:月工作总结

2、适时地接待顾客

当顾客走向你的柜台，你就应以微笑的目光看着顾客，亦可问候一下，但不宜过早地逼近顾客，应尽可能的给顾客营造一个轻松购物的环境。当顾客停留在某节柜台并注意去看某件饰品时，你应轻步靠近顾客，建议不要站在顾客的正前方，好的位置是顾客的前侧方，这样既减轻了面对面时可能造成的压力，也便于顾客交谈，因为侧脸讲话要比面对面时顾客抬头给你讲话省力的多，而且也尊重顾客。另外，营业员还可以劝顾客试戴，这就要求给顾客一个不戴难以挑选合适首饰的.信息，同时还要打消顾客怕试戴后不买可能遭到白眼的顾虑，从而毫无顾虑地让你拿出首饰来。

3、充分展示珠宝饰品

由于多数顾客对于珠宝知识缺乏了解，因此，营业员对珠宝首饰的展示十分重要。许多营业员当顾客提出拿某件首饰时，便机械地打开柜台，拿出后便递交顾客，个别的夸一下款式。其实当你开始拿出钻石首饰时，首先应描述钻石的切工，而且要用手不停地摆动钻饰，手动口也动，把该描述的话基本说完在递给顾客，这样顾客很可能会模仿你的动作去观察钻石，并且会问什么是“比利时切工”，什么是“火”…….营业员便可进行解答。这样的一问一答，是营业员展示珠宝饰品的技巧，不要只是局限在自己的描述中，这样容易产生枯燥五味的感觉。在顾客挑选款式出现挑花眼的情况时，营业员应及时推荐两件款式反差较大，且顾客选择观察时间较长的饰品，应重新描述二者款式所代表的风格。这样容易锁定和缩小顾客选择的风格和范围。

4、利用顾客所提出的质疑，尽可能抓机会介绍珠宝知识

顾客所了解的珠宝知识越多，其买后感受就会得到更多的满足。当一位女士戴上新买的一枚钻戒去上班，总是希望引起同事们的注意。当别人看到这枚钻戒后，她便会把所知道的有关钻石知识滔滔不绝地讲一遍，充分得到拥有一颗钻石的精神享受，同时她也在为你做广告。常言道;“满意的顾客是最好的广告”，“影响力最强的广告是其周围的人”。但如果你不管顾客是否愿意听，不分时机的讲解珠宝知识，也会招来顾客的厌烦。因此时机很重要，在销售的整个过程中抓住机会，尤其是当顾客提出质疑时。

今天已经是xx月xx日了，从xx月xx日进入美日天津分公司到目前已经有xx月的时间了，经过了半个多月的培训后，我们xx期班成员xx月xx日正式第一天上线，到现在已经将近一个月的时间了，感触很多，下面就对个人近期的工作情况和团队的情况做个简短的总结以及对未来的工作的目标憧憬和展望。

首先说说自己吧，我真的以前总来没想到过自己会做销售的工作，以前参加面试面试官也说我不适合做销售，因为我性格比较偏内向，相比之下话平时不是很多。所以我首先感谢美日给了我这样的一个机会，这不到一个月的时间里，通过打电话推销保险，接触到了形形色色的人，锻炼了自己的表达能力，话术逐渐变得不那么拘谨和生硬了，可以按自己的语言去表达了，不像一开始那样照着纸上的文字一字不差的生硬的去念了，可以说这算是一个改变吧！再说说自己这3个多星期的业绩吧，自己只出了三单，但是实际承保刷回来的到目前只有一单，只完成将近xx的业绩！我想造成这样的结果原因是多方面的，首先感觉自身的目标责任感还不是很强，工作动力还不是很大，没有想到长远的利益，只看眼前了，这样其实是不行的，要向着高目标、高待遇去前进；其次，由于时间不长，自己的话术、表达有时还不太熟练，给客户造成模糊的感觉，有时候过于软弱，没有形成强势的气氛，让客户感觉自己的说服力还是稍差了些，还有有时感觉对个别客户还是缺少耐心，不够坚持，客户的连续几个拒绝理由就让我感觉语无伦次了，不知道该如何说了，影响了成单的概率！以至于回访的时候客户不接电话，本来当时成交了，可是核保再次拨打的时候客户却总是关机、停机，不接电话，这里面肯定有一部分是自身的原因造成的！总之我相信以上这几点会随着时间慢慢改变的，因为我相信时间可以改变一切，要做到“既来之则安之”！

通过这段时间的工作，我不得不承认销售工作的巨大压力，面对巨大的压力，我认为个人心态很重要，能坚持到最后的都是胜者！就像何丹组长平时所说的：不论是否出单，都要每天快乐的工作着；现在不出单并不代表以后不出单；只要设定目标摆正心态，那出单是必然的！可以说我脑海里一直想着这几句话每天努力的工作着！面对每天形形色色的客户，面对着各种难听的话语和各种各样的拒绝，我始终以一颗最平常的心去对待，我想如果连这个都接受不了的话是无法胜任这个工作的，把它始终看成是一件极普通的事就可以了，再者说了，没有压力哪来的动力啊！写到这顺便说一下，我们三期班不论是泰康本部的还是我们美日二部的，到目前已经走了流失了很多人了，光我们本组近期就辞职了很多人了，从开始培训到现在，我始终认为我们三期班是一个有机的整体，可是现在失去了那么多人多少有些感慨和无奈啊！但是终归是人家自己的选择，谁都没有办法，虽说不在一起工作了，见面机会少了，但是友谊始终不会改变！因为路都是自己走出来的，只要无怨无悔就足够了！

再说说我所在的“金钻盟”组吧，虽然现在我们这个组人数最少，但是感觉气氛比刚进组的时候活跃多了，大家都在努力前进进步着，所以我也不能落后，只有奋起直追，朝着目标前进了！另外要感谢何丹组长对大家及对我的帮助，放心，我们会用业绩来证明自己的实力的，时间会改变一切的，随着经验的积累，大家会变的更加优秀的！

不论过去好与坏，随着本月月结的结束，新的一个月即将开始了，说实话我目前这月的业绩相比之下不是很好，至于原因上面已经自我总结过了，在新的一个月中，我必须要在xx个工作日中，做到xx左右的业绩，定的目标虽然不高，但是有信心完成！要完成这个目标除了摆正心态、坚持以外，最重要的是要努力改变上面提到的自身的不足，吸取别人的长处，坚持多听优秀录音，用到自己的话术上去，另外平时还要多和何丹组长以及优秀的伙伴们交流，及时发现自己的不足并努力加以改进，努力向着目标前进！把信念和理想完美的融合起来，高标准，严要求的奋进！一定要比这个月更加优秀！

伙伴们，大家记住：我们是最棒的！为了美日天分公司，为了“金钻盟“组，为了我们个人的未来，努力前行吧！因为我相信我就是我，我相信明天，我相信青春没有地平线！事在人为，人定胜天！相信自己是最棒的就足以了！

通过这次培训，收获很大，无论从工作技巧上还是心态上，在理论上有了很大的提高，现介绍一下我的体会：

这次通过培训老师演说的销售工作技巧的理论与方法。深刻理解我们做市场的，始终与终端客户打交道，保持好积极的心态固然重要，但是一个企业要想更好的发展，更好的前进，必须建立好自己的企业品牌，重要的是把 做销售 把它发展为 做思想。人的思想是最难控制的，如果说我们不断的去给客户灌输一种企业文化，去影响他们，去改变他们，从思想上征服他们，那么我们的健康事业就会做的更强、更大，竞争对手就会不击而败，最终的销售目的就会很容易达到，因为思想是一个人的精神灵魂所在，影响他的购买决定。

面对市场横盘期的营销挑战，政策调整变幻莫测，市场预期调整，容量降低，竞争加剧，客户购买信心不足，价格预期下调，成交量下降，产品适配度降低，但公司的运营要求在提高，其他专业部门总是添堵。在这种情况下开发逻辑就是——回归市场，回归客户。就我们的工作而言，我认为与终端交流，不仅仅是督促他们进货，给他们挂金，给他们好处，而应该是：第一，作为一个业务人员，要学好企业文化，提炼企业的精神所在，把企业的思想灌输于终端，让他们了解我们企业之所以能够发展的现在的伟大，理解企业的内涵。第二，是我们市场业务人员，与客户交流，不要把目的性的表现太明显，要让他们感觉不到你是在推销，是在与他们交朋友，灌输企业思想理念。交流时要诚心，让终端客户去了解你，信任你，欣赏你，然后，交流时把酝酿以久的企业精神，向他传递，感染他们。作为市场销售者，使客户在与你交往中感觉不到赤裸的利益关系，是朋友、是亲人、甚至是他们的偶像。当你能成功做到这两点后，他感觉到你的魅力，感受到企业精神，感受到我们都在为这企业的光荣使命而努力，他会不为共同的事业与理想而一块努力吗？ 培训中，老师总结了几个关键点：从项目定位要销量，从产品策划要价值，从营销策略要溢价，从销售管理要回款，从滞重资产要周转，这是市场的基本规律的东西。要学会在工作实践上加以运用，更要做好扎实的、基础性的工作。我感受到最有用的就是：从思想上着手，把思想销售出去。 还有是关于激情的培训，我认为激情不是用嘴喊出来的，而是用心，用情，用思想去感染的，要把一种自发性，改变成为自觉性的东西。如果要调动人的激情，我们就要创造一种环境气氛，一种有激情的氛围，先用环境的情调去感染之，在用自己的行动去影响他，人的情调，是一个人对事对物的看法，是一个人的积极向上心态的外在表现，对于一个销售人员，具备这些是非常重要的，我觉得我们公司领导一直强调的心态是很必要的，是工作很好开展的根本，如：当一位富有激情、有活力的业务人员，与终端交流时，会感染终端客户，使他们觉得你的魅力，公司的活力与美好前景，从而对我们企业的信赖！营造这种有激情、有活力的氛围是十分重要的。

演绎一个完整的营销故事，是项目吸引客户认知品牌、项目、产品的好方法。例如苏州桃花源，双湖板块藏品级中式别墅项目，从建筑、景观、造园到工艺、细节、故事都非常出彩的项目，讲传承、讲故事、讲工艺、讲细节、讲专属与稀缺，不是讲户型、讲功能！通过培训，让我领悟了很多。我会把理论用于实践，认真总结自己的不足，及时改正，学习他人的长处，来弥补自己的短处，踏踏实实工作，向我的目标前进，在工作中，我仍有很多不足，如果自己发现了，会及时改正，如果没有及时发现，也欢迎同仁们给于指正。?

一转眼我成为一名销售也有半年的时间了，我在这半年里也顺利的通过自己的努力成为了一名还算合格的销售。在着半年里我不断的学习，也是收获了很多，但是也正是越学习我就越感觉到自己的不足，自己和那些优秀销售之间的差距。在来到这个行业之前我认为当一名销售并没有什么难的，只是每天需要跑来跑去的会比较累，其他都还是很好的。但是在真正来到这一行工作之后我才发现销售并不是那么容易做的。想要做一个合格的销售其中有着很多的要素和要点，并不只是付出努力就足够的，还是需要看一定的天分。

而我本人的天分其实并不是特别强，只是靠着自己的努力，努力的学习勉强算是一个合格的销售。但是真正一名合格的销售要能够让其他的人感到温和，让每位你接触的人愿意和你接触，要有着亲和力。如果没有这一项的话，但凭借着外界人士对于我们这一行业的看法就有很多人连听都不愿意听而转生就走的。当然单单是有着亲和力也是不够的，还要有着一长能言善辩的嘴巴，思维灵活的大脑以及真正为客户带来好处的心。如果没有这么一颗真诚的心的话，就算是推销出去了，别人在之后也不会在信任你，而你的真心别人也是能够感受到的，最后给予你足够的信任。

而我虽然在这半年的时间力经历了很多，但是也还是有很多的不足。我在一开始的时候嘴巴就很笨，和别人的`沟通都有一定的问题，难以让别人感受到我们的优质服务和我们的优秀产品。好在这个是能够锻炼出来的，我也在着半年的时间力口才得到了一定的增长，让自己能够和别人顺利的交流沟通起来。而我想我最大的一个优点或许就是我从一开始就是站在客户的角度，为客户着想。我自己在来到这一行之前也有买过保险，也知道别人害怕的是什么，而我需要做的就是在客户的角度理解他，打消他的这些疑虑，让别人相信我并对我保持信任。这半年里我也就是这么做的，刚刚开始的时候还是有很多地方碰壁了，但我也从中吸取到了很多的经验，并且在着半年里不断的提升自己的能力，完善自己的缺点。虽然我入行的时间还只有短短的半年，但是我相信在未来的日子里我能够把工作完成的更好，能力提升的更强，让自己变得更优秀，也可以凭借自己的努力让自己的生活变得更好。

我于年7月加入中国人寿，至今在中国人寿工作已有三年的时间。这三年我一直担任中支公司第一营业部业务三部的团队主管，回顾这一年的工作，收获了很多也成长了很多。现将这一年的工作情况总结如下

一、业务拓展业务三部共有代理人32人，一年来在公司领导的关心支持下和大家的共同努力下，我部在个人代理业务上取得不错的成绩，截止到11月30日第一营业部业务三部创造了车险保费x万，非车险保费x万的佳绩，提前x个月完成中支下达的保费任务。

一年来，根据上级公司下达给我们的全年销售任务，我部制定了全年销售计划，按月度、季度、半年度、年度来分时分段完成任务，由于我部的有效人力较少，又加上人保、平安电销对车险业务的冲击，在业务拓展上曾经出现一定的困难，面对激烈的市场竞争，我们没有放弃努力，通过与上级部门沟通、统一认识，努力增员，并且让业务人员充分了解公司的经营目标以及公司的经营状况。我们把稳固车险，拓展新车市场作为业务工作的重中之重，在抓业务数量的基础上，坚决丢弃屡保屡亏的“垃圾”业务。与此同时，我们和汽车销售商建立友好合作关系，请他们帮助我们收集、提供新车信息，对潜在的.新业务、新市场做到心中有数，充分把握市场主动，填补了因竞争等客观原因带来的业务不稳定因素。

大家团结一心，终于使个人代理业务取得突破性发展。

回顾一年的工作，我部各项工作虽然取得了一定的成绩，完成了公司下达的各项指标任务，但工作中仍然存在着一些问题，如有效人力不足，销售产能低下。对此，我们也认真分析了原因，只有不断提高业务人员队伍的整体素质水平，才能拓展到更多更优质的业务。在今后的工作中，我们会抓住各种学习和培训的机会，促进个人代理团队自身素质的不断提高，为公司的持续、稳定发展打下扎实的基础。

二、财务收付工作除了业务拓展外，我还兼做第一营业部的财务收付工作，我积极配合上级部门工作，在日常工作中能够认真严格的按照上级公司《财务管理规定》，积极有效的开展工作，严格把关，认真审核，做好每天的日结工作和每个月的手续费对帐与支付工作，并及时送交相关主管部门。

三、加强专业知识的学习从事财险工作，只有不断的加强对专业知识的学习，才能打造出具有持续竞争力的队伍。我通过日常工作积累，发现自己的不足，利用业余时间学习公司条款，增强对保险意义和功能的领悟，平时我还会向出单人员和理赔人员学习请教，掌握了保险投保、承保和理赔的一般流程，以及一般单证的领用与使用。

一年来，我凭着对保险事业的热爱，竭尽全力来履行自己的工作和岗位职责，努力按上级领导的要求做好各方面工作，取得了一定的成绩，也取得领导和同事的好评。回首一年过来，在对取得成绩欣慰的同时，也发现了自己在很多方面还有待提高。但我有信心和决心在今后的工作中努力查找差距，勇敢地克服缺点和不足，进一步提高自身综合素质，把该做的工作做实、做好。

在多年的工作实践中，把顾客大体归纳为以下性格和类型以及接待方法，供业界共同探讨。 有一种进店就表明态度的单刀直入型；一种是认识不深却装作懂得很多的自我膨胀型；另一种是深藏不露型。笔者把这三种类型顾客称之为见多识广的顾客 。应付见多识广顾客最佳决窍是用优于他们的专业知识、以正确、易懂、有感情的谈吐向他们解说。

喜欢到自己认可的特定店名的眼镜店去配镜的顾客笔者把他称之为慕名型顾客。这种顾客和一般顾客不同，慕名型顾客在爱得深、恨得也深的`心理下，对其信任期待的眼镜店服务质量一但绝望，效果就会很强烈，不仅顾客本身难再争取，就连其亲朋好友也会受到影响。尤其在这种广告爆炸式的时代，任何一家老字号眼镜店都面临一定的危机，因为顾客往往喜好无常，容易喜新厌旧，被新店吸引、被优质的服务所吸引、被低价吸引。因此老字号眼镜店也应充分利用广告的力量。使老店重放青春之风彩，拉回老顾客，吸收新顾客。如果盲目相信自身魅力，夜郎自大，往往会被人信谈忘。

每个眼镜店都有一定的熟顾客和店方关系较为紧密。这种顾客笔者称之为亲昵型顾客。这种顾客比较少好接待，但亲密之中，也要保持礼仪，过分亲近会招致顾客反感，营业员、验光员、配镜师在与顾客闲谈家常时，态度及措词都要有分寸，不可忘记自己在执行工作而入忘我之境。顾客自动聊起个人问题，应委婉避开划清彼此间关系，才不会让其他顾客感到不舒服，熟客得罪不起，但也不能为了照顾熟客而使新客感到心理不平衡，忽视了新客成为熟客的巨大潜力。

有一些顾客一进入眼镜店面对诸多镜架、形形色色的各种选择优柔寡断、百般踌躇、显得犹豫不定、难以取舍。这种顾客笔者叫他犹豫不决型的顾客。接待此种性格的顾客要记住顾客第一次选的什么样式的，数次把看的是什么样式的，根据其态度，留下几种适合顾客品味的样式，其佘的则不动声色的拿开，然后着重介绍顾客手上拿的。若旁边还有其他顾客，也可通过征求第三者意见促使犹豫不决型顾客下定决心。

在眼镜店都能见到一种委托营业员或验光员、配镜师判断适合自己需要的顾客，这种顾客笔者叫他商量型顾客。顾客之所以找他们商量完全是处于对店方的信任，因此，营业员，验光员，配镜师应尽心尽责不让顾客失望。首先一点，应确立责任心。不能以随意的态度敷衍顾客。同时，应尽量避免为获取提成，极力推销贵重的眼镜而不管其是否适合顾客的需要。另外，作出合理的推荐，使顾客满意往往也会促进相关眼镜的销售。另外一点，应选择在恰当的时机提出建议。

营业员热心推荐，反而使顾客犹豫不决，然后嘴里说下次再来而空手而归的顾客笔者称他为谨慎型顾客，遇到这种顾客首先应象对待犹豫不决型顾客对待。另外，这种慎重型顾客对营业员的主动让价和始终不让价都会慎重考虑，故此，营业员要适时而让价，其次这种顾客回头再来时，一定要保持殷勤有礼，不可摆出高姿态。

总有一些顾客，进店之后东看西看，任凭营业员多殷勤，仍金口难开。这种个性很强的顾客便是沉默型顾客，这种顾客一旦中意某家眼镜店，通常都会成为该店永久 的顾客，因此营业员在第一次接待这种顾客遇到再大的困难也要想办法克服。接待这种顾客应在顾客没有决定买哪种眼镜之前，切不可贸然上前应对，应让其自由浏览，营业员不妨仔细观察，作好应对准备即可。若发现顾客全神贯注地审视某一款眼镜时或反复在眼镜展示柜久久探望时，这时营业员该出击了，到顾客身边，但不要太近，问询看到中意的没有？然后按刚才观察所得，说明他所关心的眼镜商品。

一进店就天南地北扯个没完，忘了自己来眼镜店是想配副眼镜的，这种顾客，笔者称他为聊天型顾客。接待聊天型顾客致关重要。这种顾客的特征较为鲜明，做好这种顾客他会在外大肆宣传该店的特色，得罪了这种顾客就可想而知了。

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！