# 营业员销售总结(4篇)

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2024-06-18

*营业员销售工作总结 营业员销售总结一1、熟悉自己店内的货品，能清醒的知道哪件产品适合什么样的顾客，估到每件产品都能记在心里。2、掌握顾客心理，这一点是最难的，通过顾客进店时的穿着和进店后的浏览，判断出顾客想要什么样的产品。3、专业度的撑握；...*

**营业员销售工作总结 营业员销售总结一**

1、熟悉自己店内的货品，能清醒的知道哪件产品适合什么样的顾客，估到每件产品都能记在心里。

2、掌握顾客心理，这一点是最难的，通过顾客进店时的穿着和进店后的浏览，判断出顾客想要什么样的产品。

3、专业度的撑握；做到专业的建议和搭配，让顾客选到不仅自己满意，包括周围朋友都要满意的产品。

4、增加自己的知识面，多掌握与自己工作有关或与顾客群相对有关的知道，和顾客聊天的时候能找到共同话题。

5、顾客档案，留下顾客的资料，便于为顾客更好的服务。

二、了解客户的条件

在推广自己的产品时，潜在的用户往往会出现各种心理变化，如果推销人员不仔细揣摩用户的心理，不拿出“看家功夫”，就很难摸透对方的真正意图。

如何对不同的用户进行产品推广，看其属于哪种类型的人，就可以对不同类型的用户采取不同的措施，做到“有的放矢”，从而能起到事半功倍的效果。

1、自命不凡型：

这类型人无论对什么产品，总表现出一副很懂的样子，总用一种不以为然的神情对待，这类型人一般经济条件优越，以知识分子居多。

对策：这类人喜欢听恭维的话，你得多多赞美他（她），迎合其自尊心，千万别嘲笑或批评他（她）。

2、脾气暴躁，唱反调型：

脾气暴燥，怀疑一切，耐心特别差，喜欢教训人，常常旁无道理地发脾气，有时喜欢跟你“唱反调”。

对策：面带微笑，博其好感，先承认对方有道理，并多倾听，不要受对方的“威胁”而再“拍马屁”，宜以不卑不亢的言语去感动他（她），博其好感。当对方在你面前自觉有优越感，又了解了产品的好处时，通常会购买。

3、犹豫不决型：

有购买的意思，态度有时热情，有时冷淡，情绪多变，很难预料。

对策：首先要取得对方的信赖，这类型的人在冷静思考时，脑中会出现“否定的意念”，宜采用诱导的方法。

4、小心谨慎型：

这种类型的人有经济实力，在现场有时保持沉默观察，有时有问不完的问题，说话语气或动作都较为缓慢小心，一般在现场呆的时间比较长。

对策：要迎合他（她）的速度，说话尽量慢下来，才能使他（她）感到可信，并且在解说产品的功能时，最好用专家的话或真实的事实，并同时强调产品的安全性和优越性。

5、贪小便宜型：

希望你给他（她）多多的优惠，才想购买，喜欢讨价还价。

对策：多谈产品的独到之处，给他（她）赠产品或开免费检查单，突出售后服务，让他（她）觉得接受这种产品是合算的。以女性多见。

6、来去匆匆型：

检查时匆匆而过，总说他（她）时间有限，这类型人其实最关心质量与价格。

对策：称赞他（她）是一个活的很充实的人，并直接说出产品的好处，要抓重点，不必拐弯抹角，只要他（她）信任你，这种类型人做事通常很爽快。

7、经济不足型：

这种类型的人想购买，但没有多余的钱，找一大堆理由，就是不想买。

对策：只要能够确让他（她）对产品感兴趣或想治疗，又拿不出现钱，要想法刺激他（她）的购买欲望，和同其他人做比较，使其产生不平衡的心理，也可以让他（她）分批购买。

三、产品相关知识（流行的特点）

1、新颖性

这是流行最为显著的特点。流行的产生基于消费者寻求变化的心理和追求“新”的表达。人们希望对传统的突破，期待对新生的肯定。这一点在产品上主要表现为款式、材质色彩的三个变化上。因此，企业要把握住人们的“善变”心理，以迎合消费“求异”需要。

2、短时性

“产品”一定不会长期流行；一种款式如果为众人接受，便否定了原有的“新颖性”特点，这样，人们便会开始新的“猎奇”。如果流行的款式被大多数人放弃的话，那么该款式时装便进入了衰退期。

3、普及性

一种款式只有为大多数目标顾客接受了，才能形成真正的流行。追随、模仿是流行的两个行为特点。只有少数人采用，无论如何是掀不起流行趋势的。

4、周期性

一般来说，一种款式从流行到消失，过去若干年后还会以新的面目出现。这样，流行就呈现出周期特点。

四、向顾客推销自己

在销售活动中，人和产品同等重要。据美国纽约销售联谊会的统计，71%的人之所以从你那里购买，是因为他们喜欢你、信任你。所以导购员要赢得顾客的信任和好感。

导购员需要做到以下几点：

1、微笑

微笑能传达真诚，迷人的微笑是长期苦练出来的。

2、赞美顾客

一句赞美的话可能留住一位顾客，可能会促成一笔销售，也可能改变顾客的坏心情。

3、注重礼仪

礼仪是对顾客的尊重，顾客选择那些能令他们喜欢的导购员。

4、注重形象

导购员以专业的形象出现在顾客面前，不但可以改进工作气氛，更可以获得顾客信赖。所谓专业形象是指导购员的服饰、举止姿态、精神状态、个人卫生等外观表现，能给顾客带来良好的感觉

5、倾听顾客说话

缺乏经验的导购员常犯的一个毛病就是，一接触顾客就滔滔不绝地做商品介绍，直到顾客厌倦。认真倾听顾客意见，是导购员同顾客建立信任关系的最重要方法之一。顾客尊重那些能够认真听取自己意见的导购员。

五、销售者的销售方式

1、推荐时要有信心，向顾客推荐服装时，营业员本身要有信心，才能让顾客对服装有信任感。

2、适合于顾客的推荐。对顾客提示商品和进行说明时，应根据顾客的实际客观条件，推荐适合的

3、配合手势向顾客推荐。

4、配合商品的特征。每类产品有不同的特征，如功能、设计、品质等方面的特征，向顾客推荐时，要着重强调产品的不同特征。

5、把话题集中在商品上。向顾客推荐时，要想方设法把话题引到产品上，同时注意观察顾客对产品的反映，以便适时地促成销售。

6、准确地说出各类产品的优点。对顾客进行产品的说明与推荐时，要比较各类产品的不同，准确地说出各类产品的优点。

7、从4w上着手。从适用时间when、适用场合where、适用对象who、适用目的why方面做好购买参谋，有利于销售成功。

8、重点要简短。对顾客说明特性时，要做到语言简练清楚，内容易懂。服装商品最重要的特点要首先说出，如有时间再逐层展开。

9、具体的表现。要根据顾客的情况，随机应变，不可千篇一律，只说：“这产品好”，“这件产品你最适合”等过于简单和笼统的推销语言。依销售对象不同而改变说话方式。对不同的顾客要介绍不同的内容，做到因人而宜。

10、营业员把握流行的动态、了解时尚的先锋，要向顾客说明产品符合流行的趋势。

六、向顾客推销产品

导购员向顾客推销产品有三大关键：一是如何介绍产品；二是如何有效化解顾客异议；三是诱导顾客成交。

（一）产品介绍的方法

1、语言介绍。

（1）讲故事。

通过故事来介绍商品，是说服顾客的最好方法之一，一个精彩的故事能给顾客留下深刻的印象。故事可以是产品研发的细节、生产过程对产品质量关注的一件事，也可以是产品带给顾客的满意度

（2）引用例证。

用事实证实一个道理比用道理去论述一件事情更能吸引人，生动的例证更易说服顾客。可引为证据的有荣誉证书、质量认证证书、数据统计资料、专家评论、广告宣传情况、报刊报道、顾客来信等。

（3）用数字说话。

应具体地计算出产品带给顾客的利益是多大、有多少。

（4）比喻。

用顾客熟悉的东西与你销售的产品进行类比，来说明产品的优点。

（5）富兰克林说服法。

即把顾客购买产品后所能得到的好处和不购买产品的不利之处一一列出，用列举事实的方法增强说服力。

（6）形象描绘产品利益。

要把产品带来给顾客的利益，通过有声有色的描述，使顾客在脑海中想象自己享用产品的情景。

（7）abcd介绍法。

a（authority，权威性），利用权威机构对企业和产品的评价；

b（better，更好的质量），展示更好的质量；

c（convenience，便利性），使消费者认识到购买、使用和服务的便利性；

d（difference，差异性），大力宣传自身的特色优势。

2、演示示范

导购员只用语言的方法介绍产品，面临两个问题：一是产品的许多特点无法用语言介绍清楚；二是顾客对导购员的介绍半信半疑。这时，导购员进行演示示范和使用推销工具就很重要。

所谓示范，就是通过某种方式将产品的性能、优点、特色展示出来，使顾客对产品有一个直观了解和切身感受。导购员可以结合产品情况，通过刺激顾客的触觉、听觉、视觉、嗅觉、味觉来进行示范。一个设计巧妙的示范方法，能够创造出销售奇迹。

导购员要经常检查：演示道具是否清洁、爽心悦目？有没有一些有特色的演示方法？一些好的演示方法落实了吗，是不是仍停留在想法上？是否熟练演示的方法？

3、销售工具

销售工具是指各种有助于介绍产品的资料、用具、器具，如顾客来信、图片、像册、产品宣传资料、说明书、pop、数据统计资料、市场调查报告、专家内行证词、权威机构评价、生产许可证、获奖证书、经营部门的专营证书、鉴定书、报纸剪贴等。导购员可以根据自己的情况来设计和制作销售工具。一个准备好了销售工具的导购员，一定能对顾客提出的各种问题给予满意的回答，顾客也会因此而信任并放心购买。

方太公司的促销员用台历或产品手册上的效果图展示，体现出产品与橱柜完美的结合，让顾客产生购买欲望；以打击虚假广告为背景，利用产品和宣传单页上标注的二星级标志，说明公司产品是真正的二星级产品。在介绍产品时，促销员都手持宣传单页，边介绍边指明所介绍内容在宣传单页上的位置，最后很郑重地把宣传单页作为礼物送给顾客。这样促销员在讲解时有理有据，有条不紊，可以让顾客很清晰地知道公司产品的几大优点。

（二）消除顾客的异议

异议并不表明顾客不会购买，导购员如果能正确处理顾客异议，消除顾客疑虑，就会促其下定购买决心。

1、事前认真准备。

企业要对导购员所遇到的顾客异议进行收集整理，制定统一的应对答案；导购员要熟练掌握，在遇到顾客拒绝时可以按标准答案回答。

2、“对，但是”处理法。

如果顾客的`意见是错误的，导购员要首先承认顾客的意见是有道理的，在给顾客留面子后，再提出与顾客不同的意见。这种方法是间接地否定顾客的意见，有利于保持良好的推销气氛，导购员的意见也容易为顾客接受。

3、同意和补偿处理法。

如果顾客意见是正确的，导购员首先要承认顾客意见，肯定产品的缺点，然后利用产品的优点来补偿和抵消这些缺点。

4、利用处理法。

将顾客的异议变成顾客购买的理由，如一位暖风机导购员面对顾客提出的“产品太小，使用效果不好”的问题，可以回答：“小巧玲珑是我们产品的一大优点，非常适合您孩子做作业时取暖用”。

5、询问处理法。

用对顾客的异议进行反问或质问1的方法答复顾客异议。如顾客说：“你的东西很好，不过我现在买现在买的真正原因，有助于说服顾客。

**营业员销售工作总结 营业员销售总结二**

在\_\_超市朝阳店20\_\_年x月~8月在职于理货工作;20\_\_年x月至今在职于营业员课长工作。在\_\_这个大家庭工作以来，对超市营业员工作有了更为深刻深化接触和掌握，对课长工作方面的学习，也充实了自身工作能力。这个学习、探索、锻炼、胜任的工作过程，心感颇深。下面对我在\_\_工作以来的心得，总结如下：

每个大型超市所处的城市位置不一样，区域消费水平的差别、消费者所处文化氛围的不同等原因，消费者务必会做出许多思考和选择，而我们就应想方设法要为我们创造一个消费群体，这时我们该如何做呢?工作中边干工作平时多总结，以下是我在这方面的体会和看法：

让顾客知道。通过外部宣传工作使消费者产生强烈的比较和选择的意识。比如在店外的商品推荐等等，“不怕不识货，就怕货比货”，有比较选择基础上的购物行为将会促使消费者最终向忠诚顾客转变。

让顾客明白。让顾客明白是顾客通过比较后由“试试看”购买型向“反复”购买型过渡的重要时期。在这个时间里我们应该充分运用整体的形象为顾客提供更为完善的购物过程。这里的形象不单单指店面外在、宣传等单一性的工作，更主要的是以什么来保证顾客购物过程中的满意度。应在顾客中进行企业文化的宣传，使顾客明白我们是“以担社会责任为先，以为顾客服务为主”的企业和员工，我们所要的第一追求不是利润，而是有更广阔的空间与机会能为更多的消费者提供满意的服务。

让顾客信任。质量品质、服务品质等等都已成为生存的关键，这个过程牵扯到多个部门和更多的员工，大家有一个意识，那就是质量意识、服务意识，以这个意识为指导去做工作，给顾客的信任，以德得商场。

让顾客喜欢。一个人要想被众人所接受和信任那么具有亲和力是他必须的条件。在客观现实中这种亲和力不单只存在于人与人之间，企业与顾客之间同样也存有一种潜在的并且在影响运营因素中有着举足轻重作用的亲和力。它源自于员工的全力以赴，企业行为的良好展示就是靠我们这些基层员工这看似单纯的一次又一次与顾客亲和的交谈和沟通。我们只有充分利用和把握好每一次接触或服务顾客的机会，才能让他们去感受我们给其带来的“超值”。

让顾客回味。每一位顾客在购买结束后，都会对其评价，我们应创造更多的情景让顾客回味并明白：是我们企业和员工的与众不同让他有更多的理由去肯定我们。

每一个有责任感、有义务感的员工，都会为超市创造信誉和价值，主动去做引导消费者明明白白消费的先锋使者，才能在新的市场上扎根立足、长久发展!

**营业员销售工作总结 营业员销售总结三**

一、思想政治表现、品德素质修养及职业道德

能够认真贯彻党的基本路线方针政策，通过报纸、杂志、书籍积极学习政治理论；遵纪守法，认真学习法律知识；爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，积极主动认真的学习专业知识，工作态度端正，认真负责。

二、工作态度和勤奋敬业方面

热爱自己的本职工作，能够正确认真的对待每一项工作，工作投入，热心为大家服务，认真遵守工作纪律，保证按时出勤，出勤率高，有效利用工作时间，坚守岗位，需要加班完成工作按时加班加点，保证工作能按时完成。

三、工作质量成绩、效益和贡献

保质保量的完成工作，工作效率高，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，使工作业绩有了长足的提高。

四、工作中的经验

销售是一门艺术，作为珠宝销售员，讲求语言的技巧，让顾客买到满意的珠宝是应该时刻考虑的，下面是在销售时应该注意的几个方面：

1、以良好的精神状态准备迎接顾客的到来

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”。

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，应尽可能的给顾客营造一个轻松购物的环境。

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。

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。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”。因此时机很重要，在销售的整个过程中抓住机会，利用顾客所提出的质疑，尽可能抓机会介绍珠宝知识。

5、促进成交

由于珠宝首饰价值相对较高，对于顾客来讲是一项较大的开支，因此，往往在最后的成交前压力重重，忧郁不决，甚至会暂时放置，一句“再转转看看”而可能一去不回。这就需要营业员采取分心的方法减轻顾客的压力，比如给自己的同事或顾客的同行者谈一下有关首饰流行的话，也可拿出几种档次的首饰盒让顾客挑选。

6、售后服务

当顾客决定购买并付款后营业员的工作并未结束，首先要填写售后，要详细介绍佩戴与保养知识，并同时传播一些新的珠宝知识，比如：“如果您不佩戴时，请将这件首饰单独放置，不要与其它首饰堆放在一起。”最后最好用一些祝福的话代替常用的“欢迎下次光临”，比如“愿这枚钻石给你们带去美好的未来”，“愿这枚戒指带给你们幸福一生”等等，要将“情”字融入销售的始终。

五、工作中的不足和努力方向

总结一年的工作，尽管有了一定的进步和成绩，但在一些方面还存在着不足，个别工作做的还不够完善，这有待于在今后的工作中加以改进。在新的一年里，我将认真学习各项政策规章制度和业务知识，

着装要规范

工作的时候着装要规范，上装是红色t恤，下装是蓝色牛仔裤，t恤要掖在裤子里，这样才显得精干整齐工牌要别在左侧衣领上，穿上这身工作服就得按照员工的标准要求你了。

整理商品大有文章

理货员的工作主要是对所售商品进行整理和补货；对商品进行标价和价格标签管理；解答顾客的咨询，提供导购服务；保持超市内卫生及商品防损管理等。这些工作说起来简单，可要做好还真不容易。地堆商品是指陈列于超市主通道的促销商品，而排面商品是指挂在售货架上的商品。

整理货物的原则是先整理地堆商品，其次是排面商品，再次是一般商品。商品要摆放整齐，地堆商品更要摆放的有气势，这样才能刺激消费者的购买欲望。整理排面商品要遵循前进原则，就是排面商品要摆放整齐，让顾客取商品的时候都感觉到商品是摆在最靠前的位置，方便易取，而不会出现因为前面的商品被取走，后面的商品不易取到的情况。理货员的工作看似简单，里面的文章却很多。

细节之处一丝不苟

超市库房这里不亚于外面售货区的规模，不同的是所有的商品都装在纸盒子里摆放在高高的货架上。

穿梭在迷宫一般的货架中，我要轻车熟路地找到了我们需要的商品，从货架上取下整齐地摆放在叉车上。回到卖场时，刚才摆放整齐的商品已经售出了不少，于是我迅速拿出刚取回来的货补上。“人在货在，人走货清是理货员工作的一个重要原则，这些包装盒要及时带走，不能堆放在卖场，要随时保持卖场的整洁，为顾客营造舒适整洁的购物环境和对商品的位置了如指掌是

我们工作的基本要求——能够为顾客购物提供引导，并向顾客介绍产品。让顾客觉得在我们这里购物是方便快捷的，我们的目标是让每位顾客的购物过程成为享受。

**营业员销售工作总结 营业员销售总结四**

我来职友正装工作只有短短一个多月了，时间不长，但是这个工作中学会了很多东西，更学会了用自己的头脑来开扩自己语言的不足。还有就是懂得了，作为一名营业员，要想提高自己的销售能力，就得比别人多努力。以下就是我在工作中学到的。

在销售过程中，营业员有着不可比拟的作用，营业员是否能掌握销售技巧很重要。首先要注意推荐购买技巧。营业员除了将（衣服的牌子）产品展示给顾客，并加以说明之外，还要向顾客推荐该种产品，以引起顾客的购买兴趣。

作为营业员，不能只是随意推荐产品，推荐时更要有信心。因为只有自己本身有信心，才能让顾客对他所需要的产品有信任感。也让我懂得了，不是光推荐那么简单。还要学会配合商品的特征，每类产品有不同的特征，价格也不同。如面料，设计，品质等方面的特征。向顾客推荐时更要着重强调它的不同特征。推荐的同时，还要注意观察对方对产品的反映，以便适时促成销售。

不同的顾客购买的心理也不同。同样的价格比质量，同样的质量比价格。要因人而宜，真正使顾客的心理由“比较”过渡到“信念”，最终销售成功。在极短的时间内能让顾客具有购买的信念，是销售过程中非常重要的一个环节。

时刻要保持着营业员该有的素质。要以顾客为中心，因为只有顾客满意了，东西才能卖的出去，素质及态度也决定了你会不会拉到回头客的重要因素。谁都想买的开心，用的放心。你得让顾客高兴，愿意买你的产品才行。

以上便是我在工作中的小小心得。在以后的过程中，我将做好工作计划，及时总结工作中的不足，力求将职友正装的牌子做好。

作为职友正装的一名员工，我深切感到正装的蓬勃的态势。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找