# 最新酒店销售培训计划(14篇)

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2024-09-12

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。什么样的计划才是有效的呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。酒店销售培训计划篇一让员工熟悉本公司文化，建立信任感，充分融合进公司的文化氛围...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。什么样的计划才是有效的呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**酒店销售培训计划篇一**

让员工熟悉本公司文化，建立信任感，充分融合进公司的文化氛围中，产生共鸣，增加工作团队精神。

二、房地产专业知识培训

熟悉房地产基本专业知识及国家最新颁布的房地产政策法规。

三、销售人员行为规范培训

着装、仪表、站姿、电话接听、保密意识等。

四、项目介绍

介绍项目总体概况、规划设计、特点，包括总户数、总建筑面积、总单元数、各套面积、户型优缺点、景观、立面等。

五、销售工作流程及行为规范

下发销售人员行为准则，制定严格的接待、签约、回款流程。

六、商品房销售程序

下定、缴款、签订合同等。

七、物业管理的基本知识竞争

八、对手优劣势分析

进行市场调研，对周边竞争楼盘进行调查分析，总结优劣对比。

九、销售技巧

电话接听、推介产品、销售谈判及成交、所需填写的各类表格、促成技巧。

十、接待模拟

**酒店销售培训计划篇二**

一、别克售后的经营状况

20xx年别克售后的年终任务是万，截止20xx年6月底我们实际完成产值为xx元,，完成全年计划的%，与年初的预计是基本吻合的。

其中总进厂台数为台,车间总工时费为xx元(机修:xx元,钣金:xx元,油漆:xx元),我们的配件销售额为xx元,其中材料成本(不含税)为xx元，材料毛利为xx元，已完成了全年配件任务的%。

二、物业维修成本

为了严格控制费用的支出，我们别克售后部制定了完整的物业的设备检修制度，定时对所有的物业的设备进行检查，发现问题及时解决问题，避免问题由小变大，造成更大的损失。故上半年我们别克售后的物业及设备的维修费用仅有xx元，这是因大家的共同努力才使得物业维修费用不但不超标，并有节约。

三、人才资源现状

现在许多公司都普遍存在人员流动性较大及人力资源配发等问题，我别克售后现在全体工作人员为xx人，其中管理人员为xx人，员工为xx人(除管理人员外，前台接待为xx人，机修人员为xx人，钣喷为x人，仓管及保洁各x人)以上人员并不包括实习生，我别克售后也同样面临着关键岗位人员缺失等问题。故下半年我们将继续加强对员工各方面的培训及领导，从企业内部培训并发掘新的人才，能更好的为公司服务。

20xx年上半年所存问题及下半年的工作计划：

一、 总结上半年工作，因前台接待人员及机修人员的专业知识不够专业和广泛，服务细节有所欠缺，在与客户接触时，他们有时无法提供顾客所需要的服务，甚至让顾客产生不信任感。所以我们需继续加强对前台接待人员及机修人员的专业知识培训，提高业务能力，加强技术水 平;在服务过程中，服务人员应做到换位思考，替客户着想，为顾客提供实在的服务，向顾客提出建设性的建议，使我们的服务能够让客户更加满意。

二、 以往我们售后因前台及车间的各项标准流程不是十分到位，且工作人员面对工作时并不是十分细心，致使在一些可避免的工作细节上犯错误，故在下半年我们需增强管理人员、职工对工作的责任心，让职工知道目前企业现状和未来规划，及市场和未来走势，让他们意识到自己的稳定工作和收入公司的的企业发展是直接挂勾，从而使得员工们由被动变主动。从现在的服务行业来看，公司想长期稳定的发展，服务是重中之重。前台接待是别克售后对外窗口，前台接待人员的一举一动，代表着别克售后部的形象，所以我们必为别克售后部乃至企业树立良好形象，在客户心目中得到认可，这样我们企业才能继续发展壮大下去。

三、 从营销策略上，上半年别克售后部在忠诚客户维系上有所不足，客户在不断新增时也有着一定量的流失，所以下半年我们必须培养和维护一批长期稳定与我们合作的老客户，发展新的忠诚客户。我们会从日常工作中给这些客户真正的关心，当然照顾是建立在互惠互利的基础上，只有这样我们在市场好与坏的时候，我们都能度过，让这部分客户始终跟着我们走，真正做到“比你更关心你”。

四、 价格合理化。价格的高低也是左右客户进厂的重要因素之一，而为客户提供更优质的服务和合理的价格，并且时时刻刻从客户的角度出发制定合理的维修方案，从而为客户省钱，进而超越客户期望值。

五、 在目前市场环境下，各企业都处于微利或赔钱的状态下，这就需要我们企业每一名管理人员、员工节支降耗，为企业节约每一分钱，做为别克售后应从招待费、日常工作用品等方面中进行节约。

六、 加强5s管理，坚持对机器设备的定期维护，及时发现损坏或无法正常运作的设备并进行修理，从而提高车间的整体运作效率，降低成本。

七、 面对上海通用对我司的明察暗访，我们应努力打造一支上下团结，和谐有凝聚力的团队。遇事大家必须心往一处想，劲往一处使，我们共同想办法、拿措施，解决问题，度过难关。

最后请公司各位领导放心，别克售后部一定确保全年的工作任务，争取超额完成20xx年公司下达的工作任务。

1、 整理客户资料、建立客户档案

客户送车进厂维修养护或来公司咨询、商洽有关汽车技术服务，在办完有关手续或商谈完后，业务部应于二日内将客户有关情况整理制表并建立档案，装入档案袋。客户有关情况包括：客户名称、地址、电话、送修或来访日期，送修车辆的车型、车号、车种、维修养护项目，保养周期、下一次保养期，客户希望得到的服务，在本公司维修、保养记录(详见“客户档案基本资料表”)。

2、 根据客户档案资料，研究客户的需求

业务人员根据客户档案资料，研究客户对汽车维修保养及其相关方面的服务的需求，找出“下一次”服务的内容，如通知客户按期保养、通知客户参与本公司联谊活动、告之本公司优惠活动、通知客户按时进厂维修或免费检测等等。

3、与客户进行电话、信函联系，开展跟踪服务

业务人员通过电话联系，让客户得到以下服务：

(1)询问客户用车情况和对本公司服务有何意见;

(2)询问客户近期有无新的服务需求需我公司效劳;

(3)告之相关的汽车运用知识和注意事项;

(4)介绍本公司近期为客户提供的各种服务、特别是新的服务内容;

(5)介绍本公司近期为客户安排的各类优惠联谊活动，如免费检测周，优惠服务月，汽车运用新知识晚会等，内容、日期、地址要告之清楚;

**酒店销售培训计划篇三**

白银赛亚别克汽车销售服务有限公司是一个高速发展的企业，公司的发展对现有员工提出了新的要求，同时公司也要不断的注入新的血液，用新的思想去更好的完善公司的管理与经营。根据员工调查表所反馈的信息以及公司的实际情况，制定了20xx年人才培养开发计划，重点培养公司急需的人才。 一、培训需求调查结果分析

1、需要进行企业品牌历史及荣誉培训的占8% 2、需要进行产品知识培训的23%

3、需要进行沟通技巧与谈判技巧的20% 4、需要进行竞品知识的35% 5、需要进行经典案例的20%

6、需要进行lms，vct，七动课堂的16%

从调查数据上看，基层员工对培训是十分渴求的，也是我们急需解决的一个重要问题。同时中层管理者还提出要加强基层员工礼貌礼仪方面的培训，从公司的每一个员工的服务表现来提升我们公司的整体形象。员工能够积极主动的要求培训以提高自身的业务水平为公司更好的服务是很值得鼓励推行的。 二、培训目标

本人将在培训方面为公司发展提供大力支持，力求达成以下培训目标：

1、完善基层员工的培训课程，加强培训，显著提高基层员工的专业知识、服务技能; 2、进行规模的团队建设培训，加强部门、员工的沟通; 3、增强员工对企业的认同感，提高企业对员工的凝聚力。 三、培训体系运作计划

综上所述，制定合理、完善的年度培训计划要本着有利于企业经营，从日常工作需求入手，提高员工专业技能和综合素质，充分挖掘员工潜能，满足员工个人发展规划要求，提高企业整体竞争力等。

**酒店销售培训计划篇四**

一个好的销售团队加上一个强有力的培训团队，那么将销售工作做好已不再是问题。如何写好一个销售培训计划便是一个工作的开始，以下是资料参考。

公司的培训目标：

结合公司年的企业目标，整合地区间的差距，建立统一意识，快速适应角色，使全体销售(代理商)队伍因培训而成为目标、品质、及盈利为导向的专业销售团队。

提升员工(代理商)在公司发展的强烈欲望，了解公司对他们极为重视，关心并为他们的成长投资，燃烧心理销售沸点，增强其市场自信与目标的承诺感，对市场、销售工作更有企图心，从而更加热情并且坚定地接受新的销售目标与市场挑战。

强化智囊团队的合作精神，以专业的销售观念和崭新的技能树立公司品牌形象，通过提高个体素质来增强公司的市场竞争力。

培训特色：

侧重帮助学员进行观念的蜕变：思想决定行为，只有内在到达沸点，外在的表现才会升华;整套方案系统专业地诠释了销售与潜能的内在联系，引导学员积极参与，由内而外，由浅入深，激发每一个学员的内心直至沸腾，此刻的销售技巧将仅仅成为工具，而无需刻意地去使用，因为它已成为体内的一部分了，这才是我们所要追求的销售培训的最高境界。

员工培训工作计划及培训方案：

a积极自信开拓市场的思维

b销售务实：

知识――产品、服务流程的熟悉

技能――组织管理、沟通、目标设定、计划、实施能力

态度――优质的服务、售后服务的标准

日期： 年

前言： 公司部门主管的讲话。销售培训学员们的基础行为规则

8：30 第一讲 成功销售的心理态度

1. 什么是成功?成功的主要因素为何?

(iq与eq)

2、两种态度与两种思维方式;

3、成功的规律;

4、激发强烈的成功欲望。(100%与99%)

目标实效：点燃工作热情，以积极的心态面对每一个工作日，每一个客户，每一张订单，为自己的每一个行为负责。

9：00 第二讲 设定明确销售目标规划，制定销售计划书。

什么是你的销售成功?

什么是你在公司的成功?

你的盲点在哪里?

设定目标的原则 你在公司的发展目标。

9：30 第三讲 开启潜能，到达沸点

什么是潜意识?阐述人脑的工作原理;

自我形象塑造 如何通过有意识的头脑规划来配合公司形象，并为此自豪。

潜能激发 极限体能与极限心理，非凡行动力的来源;

心理暗示 视觉梦想、听觉潜能音乐、知觉强化输入、催眠法、自我暗示法。

目标实效：向自我极限挑战，寻找突破口，不断提升销售业绩。

10：30 第四讲 消化与吸收

养成学习的心态、归零的心态。准备面对吃苦、困难、挫折、失败，永不放弃。

瞑想：我真棒!

11：00 模拟游戏《极限》和《领袖风采》

目标实效：个人表现与团队绩效唇齿相依，密切相关，团队精神是通过领袖带领全体队员，加强凝聚力，集体力量的体现。

12：00 午餐和休息

13：00 第伍讲 你也能成为顶尖销售高手

20\\80定律

什么是销售职能?顶尖销售高手特质分析。

习题：自我表现评估，寻找差距。

14：00 第六讲 克服障碍和管理好你的销售时间

避免的错误的销售观念、结束销售的关键

必须改掉浪费时间的恶习

设定计划，有效安排;

时间创造利润

15：00 第七讲 现代销售新模式

培养客户的信赖感;

顾客的购买动机?如何满足潜意识需求?

激发顾客购买欲的七大影响力;

评估你的潜在客户，如何充当销售医生确诊断需求?

15：45 模拟游戏(五)《目标的传递》

第八讲 运用创意开发新客户

学习顶尖销售高手的思维及行为习惯;

购买者性格剖析(白金法则)

什么是成功的销售说明?

价格异议的应对技巧

分辨并处理常见的反对意见

角色扮演： 实战演习，检验学员的应变能力。

目标实效：掌握聆听和提问的技巧，得到你需要的客户资料，当你满足了客户的需要时，你的需要既得到足。

16：00 第九讲 走向你的销售目标

目标具体明确

信心达成

17：00 讲师回顾并总结两天的培训内容。

学员分享(口头和书面)

结束(背景音乐、握手、拥抱、道别)

18：00 退场

**酒店销售培训计划篇五**

一、 前言

\*公司作为一家处于高速发展期的企业，现有人才的缺口及后备人才的储备问题是迫不及待的。我司目前的销售部门正处于新老交替、逐步成熟和完善的阶段，因此作为新老员工各自肩负着不同的责任和使命：即老员工应该及时地总结和归纳自己的工作经验;与公司其他同事及领导充分沟通;完善和框架化自身的知识与技术能力以期能整理出一套行之有效的、可复制的和规范化的工作方法作为公司销售团队成长和发展的基础。而新员工则应该端正心态、虚心学习、以与公司共同成长为目标、恪守职业操守、踏实工作，以期快速进入工作状态，逐步成为公司销售的中坚力量。

本计划将完整地阐述本人对于我司新员工培训的思路与实施办法，未尽之处，望各位同仁不吝赐教。

二、 新员工培训计划的目的

1、 使新员工了解公司的企业文化及业务内容

2、 使新员工明确我司销售岗位的职责及职业操守

3、 培养新员工正确的工作态度及方法

4、 帮助新员工快速投入工作

5、 贯彻公司的销售政策及团队建设方针

三、 新员工培训计划的宗旨

本计划的宗旨是以软硬兼施，恩威并重：所谓软，即用公司文化和培训带教者的个人魅力感染新员工;所谓硬，即把科学的方法、实际的经验完整而彻底传授给新员工;所谓恩，即采用适当的激励措施激发新员工的工作热情;所谓威，即以严格的管理手段帮助新员工养成规范而良好的工作习惯。

四、 新员工培训计划的内容

1、 行业概况、企业文化、公司概况及业务范围培训

为新员工介绍我司所处之数据库营销行业的发展及现状;我司目前的市场地位及发展历程;我司的企业文化及组织结构;我司主营业务介绍;我司未来的发展战略和展望。

2、 我司销售人员的工作职责及工作方法培训

我司销售团队目前的结构、人数、各职位的职能与职责;公司其他相关部门简介;业务流程培训;日常工作内容介绍;公司相关规章制度培训;工作方法培训。

3、 经验传授与案例分析

资深销售传授各方面工作技巧及心态把控;方案制作技巧培训;我司经典案例解析;电话邀约话术演练;面谈演练

4、 实际操作培训

由资深销售(帮带老师)带新员工进行电话邀约、客户面谈、方案制作、合同撰写等实际操作练习，由资深销售记录过程及进行评估，反馈给公司管理层并留档。

5、 帮带制度

每位新员工必须被制定一位资深销售作为其帮带老师，帮带老师负责监督和管理新员工的培训、工作情况，定期生成报告，反馈给公司管理层并留档。帮带老师的绩效将与新员工的培训评估结果挂钩。

6、 新员工绩效考核

制定专门针对新员工的绩效考核标准以达激励之目的。制定专门针对新员工的工作制度以帮助新员工规范而快速地进入状态。

五、 新员工培训计划的执行方案

1、 第一天上午进行内容(1)的培训，时间约为10：00至11:00。并于上午尽量完成新员

工的入职手续、资料领取(销售必要资料如各类ppt、word文档及其他公司资料等)和位置、电脑安装的工作。

2、 第一天下午进行内容(2)的培训，时间约为13:00至14:30。要求新员工作必要的记录，

讲师负责检查并提改进意见。

3、 第一天下午进行内容(3)第一部分(除各种演练外)的培训，时间约为15:00至17:00。

该培训应以实用性、互动性为主，气氛务求轻松热烈，充分展现讲师的销售能力及个人魅力，这一点至关重要，藉此可大大提升新员工对我司及其工作的认同度与热情。

4、 第二天上午进行内容(3)第二部分(演练)培训，时间约为9:30至10:30。此次培训的主要内容是复习之前的知识并借由演练检验新员工的掌握程度，讲师在演练过程中必须给与正确的意见和建议，纠正新员工的种种误解与错误。此次培训的互动比例应占到70%以上，是以新员工表达为主，讲师纠正鼓励为辅。

5、 第二天上午最后由公司领导结训。时间约为11:00至12:00。内容主要是总结此次培训的成果、指出新员工的长处及不足、对新员工未来的工作作出展望与要求。是为誓师之举。

6、 由第二天下午开始新员工必须跟随帮带老师一同工作，要做到老师在哪里，新员工也在哪里。为期一周至两周(时间长度还需经过讨论方可确定)。期间帮带老师必须带新员工完成以下工作内容：a、电话邀约示范不得少于50通(暂定)b、客户拜访不得少于5次(暂定)c、合同撰写每类产品不得少

少于一份d、方案撰写不得少于3份(暂定)e、项目执行观摩一次f、新员工工作小结一份并附帮带老师评语g、其他(待定)

7、 帮带期满之后进行新员工培训成果考核。该考核由销售部门主管与帮带老师共同进行，

具体内容将在下一章详细阐述。

六、 新员工培训效果的评估办法

1、 评估人员：销售部门主管及帮带老师

2、 评估内容：

a、 工作态度：出勤、培训时表现是否积极、日常工作完成度、与帮带老师相处是否融洽

b、 培训成果：相关知识掌握程度、演练效果评估、方案撰写能力评估、合同撰写能力评估、电话邀约效果评估、客户面谈效果评估

c、 工作成果：出单数、出单总金额、出单率(成交数/意向数)评估

d、 培训记录总结：相关培训记录汇总及总结

3、 评估方法：

a、 帮带老师须就所有上述培训内容分别给予新员工一定的评价并整理成一份评估报告送交部门主管参考

b、 参考公司的考勤及日常考核记录

c、 部门主管分别与帮带老师及新员工就此次培训作一次单独面谈作为考核参考

d、 由一位非部门主管及帮带老师的资深销售与新员工做一次客户面谈情景演练，部门主管与帮带老师旁观，并根据过程及结果做出评价。

e、 综合上述情况出具新员工培训效果评估结果，并以此为标准制定新员工的底薪、绩效工资、其他福利或奖励等标准，并以此为标准给予帮带老师一定的奖励或惩罚。

**酒店销售培训计划篇六**

期限：一周

第一日

上午 认识公司

学员自我介绍——让销售员之间互相认识

介绍公司背景、公司架构、各部门的职能分工等(总经办) 介绍公司的管理制度(人事部)

介绍部门的管理制度、奖惩制度及提成方案(销售部)

下午

介绍工作流程及所有的表格、单张、宣传资料等(销售部)

介绍所有健身器械的操作使用及功能、各种课程的内容和一些关于健身的常识(教练部)

第二日 (销售部)

上午 推销准备

一、熟悉产品

介绍公司卖点的所有卡种、价钱、优惠措施、会员须知等

二、了解市场

1、认识目标客户群

2、了解市场潜力

3、认识竞争对手

三、开发客户(配合演练)

1、寻找客户的方法

a、地毯式访问法——洗楼

b、连锁介绍法——旧客户介绍新客户

c、中心开花法——于特定范围内发展具有影响力的中心人物

d、个人观察法——从自己日常周围生活环境中寻找潜在客户

销售培训计划 p2 2、如何判断客户

1)客户的类型

2)判断客户的购买需要

3)判断客户的购买能力

四、约见客户

1、约见前的准备

2、电话约见的技巧

下午 亲身感受

一、了解竞争对手

分组到对手公司进行深入了解(设备、服务、价钱、优缺点等)

二、参与运动及课程，感受服务

第三日

上午 会见客户(配合演练)

一、形象塑造

一个专业健身顾问的塑造

1)心灵要美

2)仪容仪表

3)个人仪态

4)建立自信

5)附带工具

二、设计开场白

好的开场白等于成功了一半

三、如何获得客户好感

1、先推销自己后推销产品

2、同顾客作朋友

四、诱发客户的购买欲

1、设计参观路线、介绍产品

销售培训计划 p3 2、告知健身对其带来的好处

3、让客户亲身感受

五、基本的销售技巧

下午 异议处理

一、客户拒绝的原因

二、细心聆听、分析

三、排除异议的技巧

1、顾客永远是“对”的，不可否定顾客，善用yes…..but…..

2、根据不同类型对症下药

第四日

上午 达成交易(配合演练)

一、客户的成交信号

二、促成技巧

下午 售后服务及客户管理

一、售后服务

1、定期对客户进行回访(特别在重要的节日)

1)电话

2)短信

3)e-mail

4)书信、贺卡

2、客户健身时多与客户交谈，帮助解决其在健身过程中遇到的

问题

3、诱导客户介绍新客户

4、当公司有活动的时候，及时通知客户参与

5、对快到期的客户建议办理续卡手续

二、客户管理

1、客户分类

销售培训计划 p4 1)未成交的客户

a、可以成交的

b、有意向的

c、代启蒙的

2)已成交的客户

先按卡种分类，再按开卡月份进行细分

2、客户记录的内容

1)未成交的客户

2)已成交的客户

第五日

上午 个案分析及讨论

列举以往从销售过程中遇到不同程度的难题，让销售讨论解决方式

下午 心得分享

由业绩好的个别销售分享工作过程中积累的经验、心得、方法等

第六日

上午 综合质素

一、团队建设

1、互相帮助

2、避免抢客

二、心理调节

1、学会面对失败

2、有积极的人生观

3、控制情绪

三、目标设定

下午 外出派单及销售实习

**酒店销售培训计划篇七**

培训原因：

1、市场竞争激烈，传统的简单的销售方式已经很难赢得市场;

2、销售人员往往很难找到客户，很难创造客户和留下客户;

3、市场秩序的完善、竞争对抗的白热化、消费者的理性认识，对销售人员素质和能力要求更高。

4、主讲老师把握当今销售成功的关键，更加注重销售人员的专业能力和销售策略，并总结出一系列不销而售的方法。

目的目的：

1、帮助销售人员洞察市场的变化，建立危机意识;

2、客户需求驱动下，提升卓越销售胜任素质和能力;

3、学会客户需求变化的三个不同的销售策略和方法;

4、建立狼性销售意识，掌握高效的销售沟通技巧;

5、追求客户忠诚度，打造全员服务营销新思维;

6、掌握微利时代不销而售的策略，并活学活用。

培训项目：

1.体能的训炼

做为公司的销售人员没有好的身体是不行的，大家都知道“身体是革命的本钱”这句话，销售的工作挑战性强，南征北战是家常便饭，加上长时间生活没有规律，所以销售人员的身体素质十分重要。记得有一家公司聘请了一位非常有销售经验业务人员，这位销售人员由于以前长期在外，没注重个人卫生，得了肝炎。当这家公司正要进行全国销售渠道建设的时侯，却因为这位的肝炎传染了好几位同事，顿时销售部一下瘫痪了，连客户都纷纷回避此公司所有的来人，害怕传染得病。由此可见，锻炼销售人员的身体是企业不可忽视的大事。

2.产品知识的培训

销售人员首先对自己销售的产品知识这一块，当然知道的越多越好，产品口感，包装，价格，功能等，但不是说产品知识培训越多越好，因为销售人员接受过多产品知识培训，而竟争，客户知识，销售技巧方面有可能被忽视，销售人员主要的任务是：销售。在和经销商交易中，经销商往往比销售人员更有经验和产品知识，这些人行业中的专业人。通过产品知识培训教会销售人员在签定合同或协议书时所需要的知识，对于客户提出深奥的产品知识问题，而销售人员可向企业内部专家咨询，上营销管理类网站等等来求教获得。许多企业把销售人员放到客户那里学习直接经验，那可是销售的前线战场，让他们学习如何满足客户的需求，消费者需求，如何解决问题，处理销售中的突发事情。锻炼一个时期，具体时间长短由企业而定。

3.销售技巧的培训班

销售人员学习销售技巧的方法有很多：讲师讲课，相关书籍，企业完整的教材。如寻找客户，挖掘潜在客户的技巧，产品介绍技巧，处理被拒绝和成交技巧，资金回笼技巧等。没有培训的销售人员往往认为光凭产品特征，能给客户带来多大利润，就可于客户达到共识。在现代的市场经济下，好的客户经销商并不是一味的追求利润最大化，他们更大程度上是想通过经销企业的产品，而获的更完善，更优质的服务，学习企业的先进管理经验，学习完善的制度，这些是经销商所需要的。销售技巧最重要的课程是克服拒绝。销售的第一课是从被拒绝开始的。一个常用的方法，在销售培训课上，培训师用种种理由，千方百计的拒绝每一位销售人员，最后判定通过拒绝这堂课，会变成一幕有意义的回忆，产生许多新思维，每一个人都有启发，各种各样的客户，各种各样的问题，使销售人员得到锻炼和进步。

4.研究对手信息班

通过各方方面面信息搜集，了解同类产品成本，功能，交货期，促销手段，市场价格，消费者意见，用表格化形式，找出它们优势，劣势。结合自己销售的产品的特点，扬长避短，发挥自己产品独特优势，知己知彼，百战百胜。

5.经理言传身教班

实地培训，是最直观的，市场是最好的课堂，地区经理与销售人员一起出差，工作。现场观察销售人员与客户打交道的表现，评估销售人员关于产品知识，销售技巧，竟争技能等。销售结果是最好的答卷。现场教导是地区销售经理最重要的职责，因为销售业绩的获得是每一个销售人员共同努力奋斗的结果。地区经理不是看他一个人的才华，而是去看他下边是不是有一群优秀的团队。地区经理每月最少一次和销售人员一起共同工作3--5天。因为现场教导是推动销售培训，激励销售人员，找出销售人员好的方面和做的不好的地方，并强化那些前边所学的技巧与知识。这样才能构成真正的培训。

6.年底的聚会和大餐

年终一次的销售人员聚会非常重要，他们平常很难见面，因为他们在全国各地，他们需要互相帮助，互相学习，互相交流工作经验和沟通，同时举办游戏，使每一个销售人员融为一体，成为大家庭成员，增加企业凝聚力。聚会开始，当然由老板总结过去一年的销售情况，和明年的销售计划，让每一位销售人员讲述在一年中最精彩的，最难忘的，最困难的或最有成就的一件销售故事。最棒的由企业送精美礼品，或着颁发奖金，激进销售人员努力奋斗!大多数公司在年底都要聚一次餐，这也说明企业对销售人员一年来努力工作的关心。

**酒店销售培训计划篇八**

一、 店内了解

1、 熟知酒店员工手册的各项内容，了解酒店文化和仪表、仪容

2、 了解酒店的产品知识，包括参观客房、餐厅及相关设施

3、 了解销售部的各项规章制度，并在日常工作中以此为纪律准则

4、 了解销售部组织结构，了解办公室的管理知识

5、 了解价格体系，尤其是房间的价格和会议室租金等等

6、 熟知酒店各种房型的配置及布局

7、 如何与同事合作和与其它部门沟通

8、 了解销售部的主要任务和销售理念，怎样与客户沟通(包括电话使用语言)

9、 了解相关的电脑知识，使用终端以便更好的掌握入住的客人，客人的生日，vip客户等

10、 掌握制定公司合同、会议书面报价格式等

11、 客户的档案管理和如果填写每天工作汇报、每周工作总结、怎样制定下周拜访计划

12、 明白做销售时拜访客户的目的及如何提前与客户预约和介绍自己和酒店

13、 熟知每日客房报表及每日公司销售分析报表

14、 熟知并制定不同价格体系的商务合同及各种不同类型的长住合同(中英文)

15、 掌握与客户洽谈业务的沟通能力

16、 养销售员的销售意识学习如果管理原有的客户和开发新的客户

17、 解承接会议的必备条件和会议的操作程序和步聚

18、 客户产量的管理

19、如何在满房时最大限度的增加收入

二、宴会销售

1、熟知各种不同价格宴会菜单

2、熟知各种不同类型会议的摆台方式

3、熟知餐饮不同时期菜式变化及促销活动

4、熟知不同时期的市场变化及对手酒店宴会相关信息

5、及时与客户进行沟通及做好相关反馈信息储存

6、如何开发和跟进潜在客户

7、如何下发eo通知单

8、如何做预约和电话拜访

9、如何与其他部门做好沟通和协调工作

三、市内拜访客户

1、如何做电话预约及自我介绍

2、如何做好拜访计划

3、了解自己的工作使命及目标，在工作时间内如果保持好的工作状态和自我形象

4、与资深销售员一同做客户拜访，在此期间可以学习一些销售语言和技巧

5、学习如果管理原有的客户和开发新的客户

6、了解承接会议的必备条件和会议的操作程序和步聚

7、如何做好当日工作小结

四、异地拜访客户

1、如何做电话预约及自我介绍

2、如何制定异地客户拜访计划、出差费用

3、如何与异地客户进行第一次拜访

4、如何与异地客户保持长期稳定的联系

5、如何制作异地客户拜访报告

**酒店销售培训计划篇九**

1.体能的训炼

做为公司的销售人员没有好的身体是不行的，大家都知道“身体是革命的本钱”这句话，销售的工作挑战性强，南征北战是家常便饭，加上长时间生活没有规律，所以销售人员的身体素质十分重要。记得有一家公司聘请了一位非常有销售经验业务人员，这位销售人员由于以前长期在外，没注重个人卫生，得了肝炎。当这家公司正要进行全国销售渠道建设的时侯，却因为这位的肝炎传染了好几位同事，顿时销售部一下瘫痪了，连客户都纷纷回避此公司所有的来人，害怕传染得病。由此可见，锻炼销售人员的身体是企业不可忽视的大事。

2.产品知识的培训

销售人员首先对自己销售的产品知识这一块，当然知道的越多越好，产品口感，包装，价格，功能等，但不是说产品知识培训越多越好，因为销售人员接受过多产品知识培训，而竟争，客户知识，销售技巧方面有可能被忽视，销售人员主要的任务是：销售。在和经销商交易中，经销商往往比销售人员更有经验和产品知识，这些人行业中的专业人。通过产品知识培训教会销售人员在签定合同或协议书时所需要的知识，对于客户提出深奥的产品知识问题，而销售人员可向企业内部专家咨询，上营销管理类网站等等来求教获得。许多企业把销售人员放到客户那里学习直接经验，那可是销售的前线战场，让他们学习如何满足客户的需求，消费者需求，如何解决问题，处理销售中的突发事情。锻炼一个时期，具体时间长短由企业而定。

3.销售技巧的培训班

销售人员学习销售技巧的方法有很多：讲师讲课，相关书籍，企业完整的教材。如寻找客户，挖掘潜在客户的技巧，产品介绍技巧，处理被拒绝和成交技巧，资金回笼技巧等。没有培训的销售人员往往认为光凭产品特征，能给客户带来多大利润，就可于客户达到共识。在现代的市场经济下，好的客户经销商并不是一味的追求利润最大化，他们更大程度上是想通过经销企业的产品，而获的更完善，更优质的服务，学习企业的先进管理经验，学习完善的制度，这些是经销商所需要的。销售技巧最重要的课程是克服拒绝。销售的第一课是从被拒绝开始的。一个常用的方法，在销售培训课上，培训师用种种理由，千方百计的拒绝每一位销售人员，最后判定通过拒绝这堂课，会变成一幕有意义的回忆，产生许多新思维，每一个人都有启发，各种各样的客户，各种各样的问题，使销售人员得到锻炼和进步。

4.研究对手信息班

通过各方方面面信息搜集，了解同类产品成本，功能，交货期，促销手段，市场价格，消费者意见，用表格化形式，找出它们优势，劣势。结合自己销售的产品的特点，扬长避短，发挥自己产品独特优势，知己知彼，百战百胜。

5.经理言传身教班

实地培训，是最直观的，市场是最好的课堂，地区经理与销售人员一起出差，工作。现场观察销售人员与客户打交道的表现，评估销售人员关于产品知识，销售技巧，竟争技能等。销售结果是最好的答卷。现场教导是地区销售经理最重要的职责，因为销售业绩的获得是每一个销售人员共同努力奋斗的结果。地区经理不是看他一个人的才华，而是去看他下边是不是有一群优秀的团队。地区经理每月最少一次和销售人员一起共同工作3--5天。因为现场教导是推动销售培训，激励销售人员，找出销售人员好的方面和做的不好的地方，并强化那些前边所学的技巧与知识。这样才能构成真正的培训。

6.年底的聚会和大餐

年终一次的销售人员聚会非常重要，他们平常很难见面，因为他们在全国各地，他们需要互相帮助，互相学习，互相交流工作经验和沟通，同时举办游戏，使每一个销售人员融为一体，成为大家庭成员，增加企业凝聚力。聚会开始，当然由老板总结过去一年的销售情况，和明年的销售计划，让每一位销售人员讲述在一年中最精彩的，最难忘的，最困难的或最有成就的一件销售故事。最棒的由企业送精美礼品，或着颁发奖金，激进销售人员努力奋斗!大多数公司在年底都要聚一次餐，这也说明企业对销售人员一年来努力工作的关心。

这样，每一位聚会的销售人员，一定会希望来年再参加聚会，一定会更加努力!

**酒店销售培训计划篇十**

搞好销售人员培训，必须制订培训计划。销售经理在组织制订培训计划时，要确定培训内容、培训方式及培训的时间安排等问题。

(一)培训的内容。

一个企业销售人员的培训计划内容，常因工作的需要及销售人员已具备的才能而异，一般包括以下内容：

1.企业一般情况介绍(包括：企业的经营历史、重要性、地位、营销策略、企业文化等)。

2.销售产品的有关知识(包括：产品的用途、结构、品质、工艺、包装、价格、维护及修理办法等)。

3.有关产品销售的基础知识。

4.有关销售的技巧性知识。

5.有关销售市场的知识。

6.有关行政工作的知识。

7.有关顾客类型的知识。

(二)培训的方式。

销售经理要根据本企业的实际情况确定销售人员培训的具体方式。常用的培训方法主要有以下几种：

1.在职培训：在职培训要求销售人员一边工作，一边接受培训。这种方法既不影响工作，又提高了销售人员的素质，增强了他们的业务能力，是一种最常用的方法。

2.个别会议：由接受培训的销售人员个别参加讨论的会议。

3.小组会议：由若干接受培训的销售人员成立小组参加讨论的会议。

4.个别函授：企业培训部门根据具体情况，分别函授各个销售人员。

5.销售会议：有意识地让销售人员经常参加企业内部召开的销售会议，以达到培训的目的。

6.设班培训：企业定期开设培训班，系统地对销售人员进行培训。

7.通讯培训：利用通讯器材对销售人员进行培训。

(三)确定培训的时间。

销售经理在确定培训实践时，既要保证培训的效果，又不能过分地影响企业的正常业务。根据销售人员所处的不同职业阶段，培训时间可划分为：

1.新雇销售人员的培训，通常需要1-2周的时间。

2.老销售人员的培训，即经常培训，有以下几种情况：(1)每天半小时的培训。(2)每星期2小时的培训。(3)每两年1周至1个月的在职培训。(4)每5年1个月的集中培训。

3.进修培训。要根据企业的具体情况来确定时间的长短、每次受训的人数。

销售经理在确定销售人员的培训时间时，还要考虑到对培训时间有影响作用的因素。常见的影响销售人员培训时间长短的因素有：

1.产品因素。如果产品的工艺水平越高，技术要求越复杂，对销售人员的培训时间也应越长。

2.市场因素。市场上竞争对手越多，竞争越激烈，培训时间就应越长。

3.销售人员的素质因素。如果销售人员具有较全面的知识，有较高的悟性，培训时间相对来说就可以短一些。相反，如果销售人员素质平庸，花费的培训时间就应该长一些。

4.销售技巧因素。如果销售的商品是奢侈品，可选择的余地较大，要求销售员有高深的销售技巧，那么培训的时间就应该长一些。

5.培训方法因素。单纯的讲授，可能会花费较多的时间，相反，如果视听结合，培训时间可缩短一半。

(四)确定培训人员。

销售经理在制订培训计划时，也要确定培训人员。培训人员包括组织工作人员和讲授人员。

组织工作人员的工作包括：培训前的准备、培训中的服务、培训后的善后工作。

讲授人员既可以是企业内部的高级销售管理人员、富有经验的人员，也可以外聘常有专长的专家、教授。

(五)确定受训人员。

对销售经理来说，下属所有销售人员应该参加培训，以提高其业务素质。但是，在确定受训人员时，应注意以下几点：

1.受训人对销售工作有浓厚的兴趣，并且有能力完成销售任务。

2.受训人具有强烈的求知欲，即个人希望通过专业培训获得所需的知识与技能。

3.受训人应有学以致用的精神。

(六)确定实施的程序。

培训的实施应循序渐进，使新知识与受训人已知部分相结合，不宜重复或脱节，影响受训人的兴趣或引起知识的混淆。一般实施的程序如下：

1.最初培训。

企业新雇员培训，可使受培训人员获得销售工作所需的基本知识与销售技巧。

2.督导培训。

当企业成长或产品线变更后，销售人员的知识必须进行更新;当销售人员由一个地区调到另一个地区，也应该了解市场的情况;当产品的生产工艺或结构发生变化时，销售人员也应进行督导培训。

3.复习培训。

当顾客投诉增加或销售人员的销售业绩连续下滑时，销售经理就应该举办这种培训，使销售人员有复习销售技巧或讨论的机会。引导销售人员适应市场环境的变化，在其发生严重问题时，及时矫正任何不希望出现的行为。

**酒店销售培训计划篇十一**

一.对公司的了解：

熟悉公司的创建历史，人员结构等。

二.销售：

1.仪容：

提问(1)客户来展厅购车，你第一个推销的是什么?其次是什么?

首先推销的是自己，只有在客户认同你之后才会去认同你的公司和你所卖的产品。这就是所谓人们常说的“第一印象”

作为一个销售员，该从服装，仪容，仪态上给客户一个信任感。

2.售前工作:

售前准备工作至少包括三个方面，产品知识，消费行为以及自我态度。

(1)产品知识：

当销售人员向客户介绍汽车产品的时候，不应将该汽车的所有特点都事无巨细，一一介绍，罗列在客户面前，而是应该有针对性地将产品的各种特征概括为五个方面来论述，而且一定要努力让客户接受这个理念-在看汽车的时候，首先要想到的就是五个方面，那就是造型与美观，动力与操控，舒适实用性，安全能力以及超值表现。

任何一个产品都是有特征的，而这些产品特征也都可以转换成相应的产品优点。一个产品的优点就是：该特征是如何使用的，以及是如何帮助客户解决问题的!

介绍公司主营韩国现代及法国标志系列：

韩国现代：

特点：外型亮丽时尚、线条流畅、配置齐全、性价比高。

缺点：品牌可信度不高，近一年价格浮动太大。导致客户从质量方面产生误解。

销售重点：性价比

法国标志：

特点：国际知名品牌，世界销量第2位。做工精致，座椅较之其他品牌车更为舒适。硬顶敞蓬跑车是一个很好的卖点。且后箱盖的开启方式是一个亮点。

缺点：进驻国内市场较晚，品牌知名度未打上去。售后服务站点也较少。硬顶敞蓬因操作不当翻修率较高。

销售重点：从外型设计及其硬顶敞蓬车特点上着重介绍。

3.消费行为：

消费行为是一个社会科学的概念，通常是指消费者在正常情况下的普遍行为倾向，也正是这些普遍的行为倾向可以向我们揭示他们在做采购决策时是如何思考的。

从客户利益出发，帮助他了解而不是强制推销他购买我们的车。询问客户打算购买何种车型，心理价位(预算)，帮助推荐(尽量推荐公司现有车型，也要求对其他各种车型熟悉，并加以对比)

4.自我态度与销售的核心实力：

一个人在其一生中取得的成就，获得的幸福很大的成份取决于其态度是有一定的道理的。要成为一个销售员很简单：热情的接待客户、耐心的介绍产品、了解客户需求、为客户做好服务、完成经理下达的每月指标，这样的销售谁都会做。但如果想成为更好的销售人员。还有太多的事情可以做，可以学习：

收集了解熟悉各类汽车知识和相关数据

了解竞争对手，知道同行最近动向、同类产品的价格及他们是怎么向客户介绍产品

熟练掌握销售流程：

填写报价单――签订合同――签订委托上牌协议――客户确认后去财务部交钱――与售后服务部人员交接车辆――填写交接单――单证到后通知客户商检――交购置税――上牌――结帐

购置税

1. 领照单

2. 客车额度投标拍卖ic卡

3. 大贸单(原件及复印件)/国产车为合格证

4. 商检单(原件及复印件)

5. 整车发票(原件及复印件)

6. 身份证(个人/原件及复印件)

7. 户口本(个人/原件及复印件)

8. 营业执照(单位/正本及复印件)

9. ic卡(原件及复印件)

10. 介绍信(三考场)

进口车地点：曹杨路 国产车：曹杨路/沪南公路三考场

商检及上牌手续1(个人)：

1. 身份证(复印件)

2. 户口本(复印件)

3. 大贸单

4. 商检单

5. 整车发票

6. 保单(上牌时)

7. 车

上牌时身份证及户口本需要原件，民生路商检需带私章。验车地点：滨州路

商检及上牌手续2(公司)

1. 代码证(复印件)

2. ic卡(交购置税时)

3. 营业执照(复印件)

4. 大贸单

5. 商检单

6. 整车发票

7. 保单(上牌时)

8. 车

上牌时代码证及ic卡需要原件，单位公章。

填写成交单

第一联交客户服务部。

第二联销售人员自留在所有销售流程结束后交财务。

第三联交财务部。

第四联交销售经理。

三.销售技巧

1.沟通技能

经常赞扬客户的观点和看法，尤其是客户对汽车的任何评价和观点，从而建立良好是沟通方式。与客户周围的人有广泛的关系，密切的关系。销售人员不仅要对客户的行业有所关注和关心，而且还要理解客户的利益，完全从为客户提供建议的角度来介绍汽车。倾听客户说的任何一句话，仔细观察客户的任何一个表情动作。

学会赞扬客户：如他的提问、观点、专业性等。如：“您说的真专业，一听就知道是行家”。

或是承认客户的观点、看法或者问题的合理性。如：“如果我是您，我也会这么问”。“许多人都这么问过，这是大部分人都很关心的问题”。

重组客户的问题，重组客户的问题可以增加对客户问题的理解，尤其是客户会认为你在回答他问题的时候比较慎重。

2.接近客户技巧

当客户一走近展厅时，上门微笑迎接，与其保持5米距离，让他先看一下展厅的车。当客户表现出若干动作时，也就是需要你的帮助。上前与其保持1米距离倾听、交谈。客户问完继续独自看车时再退后。这样会让客户有种被尊重的感觉，而不会觉得有厌恶感。切记对普通客户使用大量的深奥难懂的专业术语，尽可能多的把一些专业术语转换成简单易懂的语言介绍给客户。(作业：明白什么是esp、abs、ebd等，并用简单的语言表达)

在与客户接触的短暂时间中尽可能多的了解他，如职业，工作性质，脾气，性格等。这样介绍时就更能得心应手，更多的从客户的角度出发，让他感觉到你是帮他在选车，而不是强制推销某一车款。对于客户来说，找到一个他们喜欢的卖车人，再加上一个合理的产品价格。两者相加，就是一个成功的销售。

而获得一个陌生人的喜欢不是一个容易的事情。首先难在一个人决定自己是否喜欢另外一个人的标准因人而异，其次，影响最终是否喜欢某个人的时间非常短暂，而且一旦喜恶形成后，就很难改变了。

人们通常会喜欢与自己有类似背景的人

人们通常会喜欢与自己行为举止，观点，看法，价值观类似的人

人们通常喜欢衣装与自己类似的人

人们通常喜欢真正关心他们应得利益的人

人们通常喜欢比较示弱的人

人们通常喜欢带给他们好消息的人

人们通常喜欢赞扬他们的人

人们通常喜欢那些表达了喜欢他们的人

在最初与客户沟通的过程中，作为销售员首要的目的并非是直接推销你的车，而是先与客户进行良好的沟通，让客户喜欢与你交谈。要让客户感觉到你的热忱，专业，更重要的是诚恳、真诚。

3.了解潜在客户的动机：

从展厅的角度来看，应该有5个重要方面：弄清来意，购买车型，购买角色，购买重点，顾客类型。

弄清前来展厅看车的客户他们到底是来干什么的?顺便路过?开眼界?替上司看车?自己买车?

清楚客户的购买重点，价格?技术?舒适度?还是靠车来提升自己的地位。了解清楚后，从客户角度出发，与客户之间就能初步建立一种信任感。

游戏形式 :

两把椅子，一个培训学员。形式上，要求这个学员在两个椅子之间转换，在不同的椅子上扮演在那个椅子上指点的角色，并与另外一个椅子上的角色对话。至少要有15个回合。主题根据培训师培训的内容由浅入深地设置。

游戏目的

透彻地学会如何在客户的头脑中发现客户的需求，并且找到他们的采购的真实动机，在客户没有感觉的情况下，将自己的产品植入客户的头脑。

所需时间

一个学员需要大约15分钟。一次30人的培训，应该至少有20%的人参与，可以要求小组选派代表来当众演练。

4.客户关系

将车卖给客户只是第一步，随后可以建立自己的客户档案，与客户保持联系，跟踪服务，询问车况、驾驶感受，提醒客户不要忘记给车做保养等。这样一方面能提高自己对车的实际使用状况有一很好的了解，其次也能使客户感觉到他得到了一种温馨的服务。

再有的，就是自己在不断的实践中的感悟。每日可总结一下所接触客户的类型，介绍时所遇到的难题，及对不同客户不同的介绍方式。久而久之，就会体验出一套自己的心得。

最后，祝各位工作愉快!让我们共同努力^\_^

**酒店销售培训计划篇十二**

白银赛亚别克汽车销售服务有限公司是一个高速发展的企业，公司的发展对现有员工提出了新的要求，同时公司也要不断的注入新的血液，用新的思想去更好的完善公司的管理与经营。根据员工调查表所反馈的信息以及公司的实际情况，制定了20xx年人才培养开发计划，重点培养公司急需的人才。 一、培训需求调查结果分析

1、需要进行企业品牌历史及荣誉培训的占8% 2、需要进行产品知识培训的23%

3、需要进行沟通技巧与谈判技巧的20% 4、需要进行竞品知识的35% 5、需要进行经典案例的20%

6、需要进行lms，vct，七动课堂的16%

从调查数据上看，基层员工对培训是十分渴求的，也是我们急需解决的一个重要问题。同时中层管理者还提出要加强基层员工礼貌礼仪方面的培训，从公司的每一个员工的服务表现来提升我们公司的整体形象。员工能够积极主动的要求培训以提高自身的业务水平为公司更好的服务是很值得鼓励推行的。 二、培训目标

本人将在培训方面为公司发展提供大力支持，力求达成以下培训目标：

1、完善基层员工的培训课程，加强培训，显著提高基层员工的专业知识、服务技能; 2、进行规模的团队建设培训，加强部门、员工的沟通; 3、增强员工对企业的认同感，提高企业对员工的凝聚力。 三、培训体系运作计划

综上所述，制定合理、完善的年度培训计划要本着有利于企业经营，从日常工作需求入手，提高员工专业技能和综合素质，充分挖掘员工潜能，满足员工个人发展规划要求，提高企业整体竞争力等。

**酒店销售培训计划篇十三**

一、 前言

\*公司作为一家处于高速发展期的企业，现有人才的缺口及后备人才的储备问题是迫不及待的。我司目前的销售部门正处于新老交替、逐步成熟和完善的阶段，因此作为新老员工各自肩负着不同的责任和使命：即老员工应该及时地总结和归纳自己的工作经验;与公司其他同事及领导充分沟通;完善和框架化自身的知识与技术能力以期能整理出一套行之有效的、可复制的和规范化的工作方法作为公司销售团队成长和发展的基础。而新员工则应该端正心态、虚心学习、以与公司共同成长为目标、恪守职业操守、踏实工作，以期快速进入工作状态，逐步成为公司销售的中坚力量。

本计划将完整地阐述本人对于我司新员工培训的思路与实施办法，未尽之处，望各位同仁不吝赐教。

二、 新员工培训计划的目的

1、 使新员工了解公司的企业文化及业务内容

2、 使新员工明确我司销售岗位的职责及职业操守

3、 培养新员工正确的工作态度及方法

4、 帮助新员工快速投入工作

5、 贯彻公司的销售政策及团队建设方针

三、 新员工培训计划的宗旨

本计划的宗旨是以软硬兼施，恩威并重：所谓软，即用公司文化和培训带教者的个人魅力感染新员工;所谓硬，即把科学的方法、实际的经验完整而彻底传授给新员工;所谓恩，即采用适当的激励措施激发新员工的工作热情;所谓威，即以严格的管理手段帮助新员工养成规范而良好的工作习惯。

四、 新员工培训计划的内容

1、 行业概况、企业文化、公司概况及业务范围培训

为新员工介绍我司所处之数据库营销行业的发展及现状;我司目前的市场地位及发展历程;我司的企业文化及组织结构;我司主营业务介绍;我司未来的发展战略和展望。

2、 我司销售人员的工作职责及工作方法培训

我司销售团队目前的结构、人数、各职位的职能与职责;公司其他相关部门简介;业务流程培训;日常工作内容介绍;公司相关规章制度培训;工作方法培训。

3、 经验传授与案例分析

资深销售传授各方面工作技巧及心态把控;方案制作技巧培训;我司经典案例解析;电话邀约话术演练;面谈演练

4、 实际操作培训

由资深销售(帮带老师)带新员工进行电话邀约、客户面谈、方案制作、合同撰写等实际操作练习，由资深销售记录过程及进行评估，反馈给公司管理层并留档。

5、 帮带制度

每位新员工必须被制定一位资深销售作为其帮带老师，帮带老师负责监督和管理新员工的培训、工作情况，定期生成报告，反馈给公司管理层并留档。帮带老师的绩效将与新员工的培训评估结果挂钩。

6、 新员工绩效考核

制定专门针对新员工的绩效考核标准以达激励之目的。制定专门针对新员工的工作制度以帮助新员工规范而快速地进入状态。

五、 新员工培训计划的执行方案

1、 第一天上午进行内容(1)的培训，时间约为10：00至11:00。并于上午尽量完成新员

工的入职手续、资料领取(销售必要资料如各类ppt、word文档及其他公司资料等)和位置、电脑安装的工作。

2、 第一天下午进行内容(2)的培训，时间约为13:00至14:30。要求新员工作必要的记录，

讲师负责检查并提改进意见。

3、 第一天下午进行内容(3)第一部分(除各种演练外)的培训，时间约为15:00至17:00。

该培训应以实用性、互动性为主，气氛务求轻松热烈，充分展现讲师的销售能力及个人魅力，这一点至关重要，藉此可大大提升新员工对我司及其工作的认同度与热情。

4、 第二天上午进行内容(3)第二部分(演练)培训，时间约为9:30至10:30。此次培训的主要内容是复习之前的知识并借由演练检验新员工的掌握程度，讲师在演练过程中必须给与正确的意见和建议，纠正新员工的种.种误解与错误。此次培训的互动比例应占到70%以上，是以新员工表达为主，讲师纠正鼓励为辅。

5、 第二天上午最后由公司领导结训。时间约为11:00至12:00。内容主要是总结此次培训的成果、指出新员工的长处及不足、对新员工未来的工作作出展望与要求。是为誓师之举。

6、 由第二天下午开始新员工必须跟随帮带老师一同工作，要做到老师在哪里，新员工也在哪里。为期一周至两周(时间长度还需经过讨论方可确定)。期间帮带老师必须带新员工完成以下工作内容：a、电话邀约示范不得少于50通(暂定)b、客户拜访不得少于5次(暂定)c、合同撰写每类产品不得少于一份d、方案撰写不得少于3份(暂定)e、项目执行观摩一次f、新员工工作小结一份并附帮带老师评语g、其他(待定)

7、 帮带期满之后进行新员工培训成果考核。该考核由销售部门主管与帮带老师共同进行，

具体内容将在下一章详细阐述。

六、 新员工培训效果的评估办法

1、 评估人员：销售部门主管及帮带老师

2、 评估内容：

a、 工作态度：出勤、培训时表现是否积极、日常工作完成度、与帮带老师相处是否融洽

b、 培训成果：相关知识掌握程度、演练效果评估、方案撰写能力评估、合同撰写能力评估、电话邀约效果评估、客户面谈效果评估

c、 工作成果：出单数、出单总金额、出单率(成交数/意向数)评估

**酒店销售培训计划篇十四**

一、培训目的

1、让新员工了解集团，公司概况，规章制度，组织结构，使其更快适应工作环境。

2、让新员工熟悉新岗位职责，工作流程，与工作相关的安全，卫生知识以及服务行业应具备的基本素质。

二、培训程序

1、大学生或合同工人数多，文化层次，年龄结构相对集中时，由集团职校与用人单位共同培训，共同考核。(不定期)

2、人数较少，分散时，由具体用人单位从中心→具体班组负责培训，培训结果以单位和员工书面表格确认为证，职校负责抽查。

三、培训内容

1、中心(公司)岗前培训——中心准备培训材料。企业新员工培训方案。主要是要对新来员工表示欢迎;按照各中心(公司)行业特点，中心(公司)的组织结构，工作性质，中心(公司)有关规章制度和本公司服务行业基本素质准备手册或专人讲解;指定新员工工作部门的经理或组长作为新员工贴身学习的辅导老师;解答新员工提出的问题。

2、部门岗位培训——新员工实际工作部门负责。

介绍新员工认识本部门员工;参观工作部门;介绍部门环境与工作内容，部门内的特殊规定;讲解新员工岗位职责要求，工作流程，工作待遇，指定一名老职工带教新员工;一周内，部门负责人与新员工进行交换意见，重申工作职责，指出新员工工作中出现的问题，回答新员工的提问;对新员工一周的表现进行评估，给新员工下一步工作提出一些具体要求。

3、集团整体培训：集团职校负责——不定期

分发--(简述\_\_大学的历史与现状，描述\_\_大学在\_\_市地理位置，交通情况;集团历史与发展前景，集团的企业文化与经营理念;集团组织结构及主要领导，集团各部门职能介绍，主要服务对象，服务内容，服务质量标准等;集团有关政策与福利，集团有关规章制度，员工合理化建议采纳的渠道;解答新员工提出的问题。)

四、培训反馈与考核

1、各中心(公司)制作的培训教材须经过集团职工培训学校的审核，并交集团培训学校存档，所进行的中心(公司)→部门培训应在集团职工培训学校指导下进行。各中心(公司)每培训一批新员工都必须完成一套\"新员工培训\"表格，部门→中心(公司)→集团职校的培训链，应环环相扣，层层确认。

2、培训实施过程应认真严格，保证质量，所有培训资料注意保存，并注意在实施过程中不断修改，完善。

3、培训结果经职校抽查后，统一发放培训结业证书;职校对各中心新员工培训情况每学期给各中心总结反馈一次。企业新员工培训方案。

五、新员工培训实施

1、召集各中心(公司)负责培训人员，就有关集团新职工培训实施方案，征求与会者意见，完善培训方案。

2、各中心(公司)尽快拿出具有针对性的培训教材，落实培训人选，配合集团职校组建从上至下的培训管理网络。

3、集团内部宣传\"新员工培训方案\"，通过多种形式让全体职工了解这套新员工培训系统，宣传开展新员工培训工作的重要意义。

4、所有新员工在正式上岗前，都必须在中心(公司)集中培训一次，(培训内容见中心岗前培训);然后再到具体工作部门进行培训(培训内容见部门岗位培训);各中心(公司)可根据新员工基本情况实施相应的培训教材和时间，一般情况下，培训时间为1-3天;根据新员工人数集团职校不定期实施整体的新员工培训，总体培训时间一周为宜，培训合格发放结业证书，培训合格名单报集团人力资源部。

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