# 2024年化妆品销售心得分享 化妆品销售好的分享心得(10篇)

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2024-10-02

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。化妆品销售心得分享化妆...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**化妆品销售心得分享化妆品销售好的分享心得篇一**

据销售员以往经验，年后三、四月份是x、x车的销售淡季，询问一下x经理，从四月一日到四月十二日，买了十几辆车;从四月七日-四月十二日x部买了十七辆车。

二、近来网点提车较多，团购车自入保险

x部近来销售车少一些，所以网点提车少;x部网点提车多一些，从四月七日-四月十二日网点提车九辆，保险一般不在x城入;另外四辆车分别是x队与x局购卖。他们的保险一般单位联系，自入保险。

三、修路造成近来x、x销车下降，客户减少

近来，x路整修，行车不便，客户减少，或是一天不销车，x部便派两个销售员出外做宣传，x部也派一个销售员出外做宣传。展厅不来客户，保险业务更是无人问津。

四、一般客户入险情况具体分析

1、客户有的入，x向客户介绍保险种类与计算保额后，很快入保;

4、有的客户要挂x地方的牌子，只为省钱，所以不入x城保险;

6、有些客户也有目前不挂牌子的，保险这一块更是拖延不办。连介绍都无法进行。

7、有些客户购完车后，说是暂时不用s公司去服务，等一段时间，再谈挂牌等事宜，保险这一块众人之争的业务，s想这也是一去不回头，再回s公司保险可能性就小了。

五、保险提成下降，影响销售员拉保险

咨询销售员拉保险事宜，曾提过，现在保险提成有所下降，非常影响销售员的积极性。造成销售员销售车一多，保险是一项可有可无的业务。当x去与客户直接做业务时，遇到了客户非常反感保险业务这一块，有一次，竟然把x当成保险公司拉保险的了，态度非常不好。无法沟通。非常尴尬。

根据以上原因种种，x提出对我的要求和一点见意：

一、保险业务能力要继续提高，多向x学习，不懂就问，多与销售员沟通，多与客户正面交流。多向亲戚朋友推荐向s公司来购车，以增大保险客源。

二、做一下客户回访工作，看一下保险客户的客源多不多，如何去开发新的保险客源，x看到销售上只要有一个客户看车，销售员就写一下客户信息，事后，就向其客户购车事宜，保险客户是否也能留一下客户信息，打电话询问客户是否能在我公司保险。

以上，是x近期保险工作的总结，不足之处，请x经理指正批评。有望更好的开展x部的保险业务。

**化妆品销售心得分享化妆品销售好的分享心得篇二**

顾客在什么时候最容易搞定?当然是顾客把你当成专家当成权威人士的时候最容易搞定，同样是拿药，在药店拿药顾客面对导购员的推荐可能会自己另做选择，而在医院面对医生的药方却不会提出丝毫的异议。为什么呢?原因就在于，药店的导购在顾客的心中只是一个推销员，而医院的医生则是一个专家一个解决问题的救星，换句话说，就是顾客会因为医生的权威性而对他产生更多的信任感和依赖感。同样，在陶瓷的销售过程中，顾客也会因为导购员专业权威形象的形成而发生信任转移。

决定顾客购买决策的信任因素主要来于于四个方面，即对品牌的信任、对产品的信任、对导购的信任和对销售环境的信任，这四大信任中，品牌、产品、销售环境都是客观的有着既定认识的，唯有对的导购信任则是主观感受并具有一定变化性的，如果导购员能在形象、心态、礼仪、综合知识等方面给顾客留下良好的印象，特别是在综合知识方面能让顾客产生一种拜师请教的感觉时，销售也就成功了一大步。在一次培训会上，笔者曾问到会的学员：“为什么顾客要和你讨价还价呢?”因为你所表现出来的就是一副等着让人讨价还价的样子!塑造权威形象的好处由此可见一斑!

塑造权威形象只是销售的基础工作，成功销售的前提则是了解顾客的需求并找到销售的切入点，如果不了解顾客需求而盲目的去推销产品，就有可能会出现“对牛弹琴”的现象。同时，顾客到每家商店碰到的都是这种千篇一律的说法，你如果来点新鲜的招术，效果会怎样呢?因此，导购员在接待顾客的过程中最好不要用类似于“请随便看看”、“我们的产品质量很不错，便宜又实惠”等这类无法触动顾客需求门铃的无效话语，我们应该去设计一套问话术语，让顾客在回答的过程中渐渐透露出自己的需求。知道顾客想要什么了，下面的事情就好办多了。

第二步、影响思维引导消费

老板喜欢他的机灵就录用了他，先试用几天。

第二天老板来看他的表现问他说：“你今天做了几单买卖?”

“1单，”小伙子回答说。

“只有1单?”老板很生气：“你卖了多少钱?”

“3，000，000元，”年轻人回答道。

“你怎么卖到那么多钱的?”老板目瞪口呆。

你的周末算是毁了，干吗不去钓鱼呢?虽然这只是个故事，但从这个导购员对顾客的引导来看，他完全抓住了一个男人休闲的心理，从而让这个顾客产生去钓鱼的渴求并通过购买相关的工具而付诸实施。瓷砖销售也是一样，顾客的渴求并不是你的瓷砖，瓷砖只不过是实现渴求必须配套的工具，而一个舒适、美观、安全的家才是顾客真正想要的，至于这个实现渴求的工具是道格拉斯还是马可波罗又或者是新中源，那就看你导购员的影响力量了。

第三步、阐述利益提供证明

恩格斯曾经说过一句话：“人和人之间的关系是一种物质利益关系”，笔者认为，这句话只说对了一半，还有一半是精神情感方面的利益关系。在销售过程中，顾客最看重的是产品的功能性利益还是产品的感观性利益，是情感性利益还是消费者的自我表现型利益?面对经济物质利益与精神情感利益的交错，导购人员成单的关键就是能够将顾客的需求转换成顾客的利益。顾客类型很多，最关注的需求也不一样，有的看花色、有的看品牌、有的看吸水率，有的看综合效果，面对不同的顾客需求，导购员可以从核心产品、形式产品及延伸产品三方面进行阐述，然后重点攻破顾客最关注的利益。笔者在西安操作道格拉斯瓷砖时，将贵族文化延伸为宫廷文化、沙龙文化、骑士文化和绅士文化，并对应于不同的瓷砖深度演绎，通过卖文化的方式打动了很多进店观看的顾客——当文化成为一种品味象征成为一种精神情感利益的时候，价格也就不再那么重要了。

车皮装满货物的重量，这么重的压力压出来的能不耐磨吗?”，顾客点了点头表示认同，看了看最后还是走出了店门。按道理说，这个店主的介绍也算不错了，但为什么顾客会走掉而且再也没有回来呢?原因就是店主销售说服的可信度不够——耳听为虚眼见为实，你说7800吨就7800吨，你说耐磨就耐磨啊。没有事实证明，顾客对你说的耐磨也就只好抱着半信半疑的想法再到其它店去比较比较了，但如果你在说完耐磨的原因后自己用钢钉用钥匙在砖上划几下证明给他看，效果还会是这样吗?后来，当另一对夫妻上门的时候，店老板就用上了这一招“体验营销”的方法，很快就成交了一笔5800多的订单。说到不如做到，让顾客在体验的过程中对你的话语得到验证，他才会真正的相信你。

第四步、与客户互动

曾记得有人在分析王菲的演唱会为什么不如刘德华演唱会人气高的时候，就指出，王菲的气质有点像仙女，用来欣赏是最好不过的，所以适合远观，而刘德华则擅于煽情能够很好的与歌迷互动，因此到现场感受的人也就更多。

销售也是一样，导购员的独自表演也会让顾客只能远观而不敢深入交流，导购人员要做好销售工作，就得像刘德华一样，不但专业本领过硬，而且还得学会与顾客互动。

与顾客的互动与主包括四个方面，即语言、思维、表情、动作四个方面的互动。

语言方面的互动，主要通过自己的语气、语速、语调、表达内容等方面的要素在销售过程中传递出信心、肯定、认同、赞赏、鼓励、共鸣等信息。而思维的互动而是隐藏在语言的表述中进行的，即通过对方所表达出来的信息，抓住某个关键点深入交流，有来有往而让双方就这个问题上的思维在一条轨道上前进。

表情方面的互动对于销售的效果也非常重要，肯定、欢迎、欣赏的表情能够让顾客得到鼓舞从而打开心灵的窗户说出更多的信息，而尴尬的、冷漠的、不带任何表情的表情会让人产生一种潜意识的抵触情绪，很多心里话也就不愿说出来了。同时从卖场人际交往的角度来说，谁不想处在一个相互尊重相互欣赏的生活环境中呢?很多时候，一个会心的微笑就能引发顾客的认同。

当然，互动还得要有动作，一个点头的动作、一个赞赏的手势总是能让顾客如沐春风，而一个场景描绘的肢体语言表现则能让顾客有一种身临其境的感觉。

因此，在销售的过程中，适时的让顾客看一看、听一听、摸一摸、掂一掂。并通过表情、语言、手势等动作来强化效果，顾客与你的相处将会变得更为融洽。

第五步、处理客户异议

在销售过程中很容易碰到类似的问题：

顾客：“像我们住在二楼的光线不是很好，要用颜色浅一点的砖”

导购：“是啊，浅色一点的砖用在较低的楼层是最合适不过的”

顾客：“但浅色的砖不耐脏，难搞卫生”

好端端的一个沟通，顾客却在无意中给我们挖了个坑，不是说这样那样的问题就是说你的价格太贵了，反正，每个顾客都有自己的异议。而能否将顾客的异议恰当的处理好，则关系到今天倒茶、搬砖、介绍等工作有没有白费。因此，一个优秀的导购员要学会做好销售台词，将平常遇到的问题记下来并针对不同的人群列出不同的答案，这样，经过一段时间的积累，当你熟背台词三百句的时候，就基本上可以做到兵来将挡，水来土掩了。

第六步、临门一脚达成交易

其实，这就和求婚一样，主动向你逼婚的女孩毕竟是少数，而很多谈得好好的女孩最后跟了别人不是她当时不想嫁给你，而是你当时没把握机会向她求婚，最后被别人趁虚而入。这种情况就和导购员在最后关头还要问顾客：“您觉得可以吗?你感觉还有哪些不满意的地方?”一样，结果客人想了想最后来一句：我再看看转身出门不见了。

一个足球已经在你脚下，对面的防守员正昏昏欲睡，只要临门一脚就可以大功告成，但你却还要问一下对方：“您觉得可以吗?”于是别人醒过来了开始思考可不可以。

因此，一个优秀的导购员一定要避免这种现象的发生，在感觉和顾客谈得差不多的时候，要主动要求成交，如“您看明天给你送货过去还是后天送过去方便呢?”、“这是订货单，您再核实一下”、“一共一万五，您是先交定金还是交全款呢?”，这样，在前面沟通的基础上，加上求婚式的临门一脚，出于前面的销售认同和顾全面子的心理，有很多谈得较好的顾客基本会达成交易。

**化妆品销售心得分享化妆品销售好的分享心得篇三**

一、修炼学习之心

学习是成功的基石，所以学习是人生的必修课

.二、修炼改变之心

只有改变思维模式，不改变行动模式，就改变不了结果，我改变不了世界，我就改变自己来适应世界，我改变不了家具风格那我就改变自己的销售观念。

销售顾问;就是主动出击帮助顾客购买家具。

三、修炼态度之心

把态度当成是一种习惯

气场-自信

磁场-吸引对方

习惯是情感的投入、激情的释放、良好的感觉。

好的状态是热情的微笑魅力四射快乐自信行动有力

四、修炼引导之心

导引导(在销售过程中尽量少说自己)绑架顾客思想

疏导帮助客户解决问题

诱导举例证明产品的好处和利益

劝导要求客户成交

话术是背出来的，能力是练出来的，销售是导出来的。

五、修炼成功之心

三心坚持之心(黏)

赞美之心(所有人不会拒绝对自己的赞美)

忠诚之心

没有天生的高手，所谓高手都是千锤百炼出来的，

六、修炼同频之心

物以类聚人与群分只有快速的进入顾客的频道才能获得成交的通行证。(见什么人说什么话)

七、修炼竞争之心

知己知彼百战不殆。学习超越直接竞争对手，区隔直接竞争对手，打击潜在竞争对手。

先学习对手，后超越对手，那样我们才会成功。

八、修炼检讨之心

内向思维--找自身的缺点和毛病

外向思维--找借口和理由来掩饰自己的过失

人只要学会检讨，就步入一个伟大的起点、

九、修炼合作之心

团队精神的四个作用

1、目标导向功能

2、凝聚功能

3、激励功能

4、控制功能(身教大于言传，以身作则)

一个人先进单枪匹马，众人先进万马奔腾。

十、修炼销售之心;

销售自己(喜悦心)(仪容仪表)(独一无二)

销售自信(专业)(素质)(经验)

销售产品(文化)(卖点)(好处利益)

人生无处不沟通人生无处不销售。

终端销售流程

一、导购员如何在顾客进店以后先去了解需求?

需求对象

需求产品

需求风格

家具顾问就是要发出高质量的提问，需求是问出来的。

二、导购员如何在顾客问价时先塑造产品再报价?

产品塑造的关键点

塑造产品核心、塑造产品优势、塑造产品文化、塑造产品风格、塑造产品卖点，运用答非所问的计较。

顾客谈价格，我们谈价值。

三、如果引导顾客体验产品

四、如何运用产品示范去佐证自己的产品与众不同，

材质的比较，耳听为虚眼见为实，产品示范就是为了给顾客眼睛一个真实的产品画面，而促成交易。

五、如何运用望、闻、问、切、来给顾客对症下药。

望;给客户消费层次定位，

闻。给客户购买信息，

问;给客户产品需要定位，

切;给客户消费水准定位。

只有具备专知识才能驾驭顾客驾驭销售

六、如何快速和顾客(套近乎)来获得信任。

1同乡;用思乡情结来要信任，

2同龄;用共同爱好来要信任，

3同姓;用共同一家来要信任。

4同信;用共同信仰来要信任。

没有信任，何来成交。

七、如何化解\"刁难客户\"的较真之处

1老师：难应付理由，善于演讲化解方式：利用专业援课流程

2医生：难应付理由，挑剔作工，注重环保化解方式：讲解流程塑造环保

4老人：难应付理由，时间充足，软磨硬泡化解方式：沟通感情，要求成交

即有相生就有相克关键看我们是否具备相克的方法(把要求当成一种习惯)

八、如何在销售过程中打她文化附加值这张王牌

九如何把产品劣势转化成优势来销售

产品的劣势分：功能劣势色彩劣势风格劣势材质劣势

没有卖不出去的货，只有卖不出去货的人

十、如何拿唯一的卖点给顾客一个非买不可的理由

独特的销售主张

产品卖点：1材质诉求

2心理诉求(环保)

3人性化诉求

产品的唯一性就一个非买不可的理由

十一、如何利用语言铺垫去引导顾客思路

顾客发出异议，并不是要我们回答，而是要一个购买的理由

十二、如何准确接受即将成交的信号

1、顾客在用心关注某一件商品时

2、顾客询问改变颜色改变尺寸时

3、与别的品牌比较的时候

4、顾客犹豫不决时

5、询问交货时间时

6、顾客开始讨价还价时

7、顾客征求同行者意见时(不许与顾客同行者争吵，反驳顾客)

8、顾客发出任何异议的时

机会只有把握住了才叫机会

十三、导购员如何利用\"同理心\"去化解顾客的任何异议

方式总比困难多一个，闯过异议这关，就海阔天空，闯不出去就前功尽弃(同理心就是根据不同顾客的喜好以最快的速度切入顾客喜好)

十四如何在讨价还价中与顾客博议

高价等于高品质低价等于低品质

讲顾客时，价格数字化，价格分解化，价格陷井化

十五、如何在临门一脚时强近顾客签单

人们熙熙皆为利来人们攘儴皆为利往

要求顾客今天签单，你能给顾客什么好处和利益，这才是顾客签单的理由

1、活动最后期限

2、新产品试销限量

3、没有商场费用

4、强行签单主动签单

5、从众

6、时间充足

7、时间紧迫

8、赠送产品

9、放人走不放单走

10、签单以后必须要搭销产品和250法则

**化妆品销售心得分享化妆品销售好的分享心得篇四**

1、做一名优秀房产销售人员，首先要以客户为中心，让客户打开心扉，建立信赖，再以专业销售技巧进行产品介绍的同时，运用分析能力、综合能力、实践能力、创造能力、说服能力完成对客户的销售，并预见客户的未来需求，提出积极引导性的建议。这种销售理念有别于以往直接推销。这就需要在面对客户时，要注意各个环节的要点、细节。

2、注意与客户的关心式互动，在展示给客户带来的好处的同时，挖掘客户的纠结处，巧妙的说一到两点瑕疵，因为世间没有完美的事物，瑕不掩瑜，这样才能更贴近客户。让客户完全打开心扉对销售人员产生信赖感，最大限度的体现我们产品的价值。

3、注重售后，提升服务品质。让客户感受到后续服务带来的价值，进而锁定客户，产生口碑宣传效应，让客户以1：13的传播效应持续购买。

4、做个会赞美的杂家。学会赞美，不管是对客户还是生活中都应该学会赞美，赞美是善于发现别人的优点，将这个事实用自己的语言真实的表达出来，《吉祥经》说言谈悦人心视为最吉祥。广博的涉猎，丰富的知识是做好销售工作的基础。像诸葛亮对凡事的“略懂”才让他成为军事，销售人员也一样需要“略懂”才能做好顾问工作。

课程是在叶老师的故事中结束的，短短的故事更加深了培训的核心：怀揣感恩做事，是销售的关键法宝。我是在眼泪中结束学习的， 颇丰的感触和获益，真希望能多多参加这样的培训。通过学习也认识到自己的很多不足，在以后的工作中我会持续改进，通过实践来领悟学到的真理，使我真正受益!

**化妆品销售心得分享化妆品销售好的分享心得篇五**

近一周来，随着气温的回升。万物复苏，大地春暖花开。我们红蜻蜓专卖店的销售工作也随着温度的转暖，开始了紧张而有序的辛勤与忙碌。

古语有云：磨刀不误砍柴工。就是放在今天的社会工作中，也深刻的指引和提示着我们。要在进取工作的基础上，先找准思想方向，即要有着明确的意识感观和积极的工作态度，方能付诸于努力工作的实践之中。使之事半功倍，取得良好业绩。

回顾这一周来，自己的工作情况，扪心自问，坦言总结。在诸多方面还存在有不足。因此，更要及时强化自己的工作思想，端正意识，提高专卖销售工作的方法技能与业务水平。

首先，在不足点方面，从自身原因总结。我认为自己还一定程度的存在有欠缺强力说服顾客，打动其购买心理的技巧。

作为我们红蜻蜓专卖店的一名销售人员，我们的首要目标就是架起一坐连接我们的商品与顾客的桥梁。为公司创造商业效绩。在这个方向的指导下，怎样用销售的技巧与语言来打动顾客的心，激发起购买欲望，就显得尤为重要。因此，在以后的销售工作中，我必须努力提高强化说服顾客，打动其购买心理的技巧。同时做到理论与实践相结合，不断为下一阶段工作积累宝贵经验。

其次，注意自己销售工作中的细节，谨记销售理论中顾客就是上帝这一至理名言。用自己真诚的微笑，清晰的语言，细致的推介，体贴的服务去征服和打动消费者的心。让所有来到我们红蜻蜓专卖店的顾客都乘兴而来，满意而去。树立起我们红蜻蜓专卖店工作人员的优质精神风貌，更树立起我们红蜻蜓的优质服务品牌。

再次，要深化自己的工作业务。熟悉每一款鞋的货号，大小，颜色，价位。做到烂熟于心。学会面对不同的顾客，采用不同的推介技巧。力争让每一位顾客都能买到自己称心如意的商品，更力争增加销售数量，提高销售业绩。

最后，端正好自己心态。其心态的调整使我更加明白，不论做任何事，务必竭尽全力。这种精神的有无，可以决定一个人日后事业上的成功或失败，而我们的专卖销售工作中更是如此。如果一个人领悟了通过全力工作来免除工作中的辛劳的秘诀，那么他就掌握了达到成功的原理。倘若能处处以主动，努力的精神来工作，那么无论在怎样的销售岗位上都能丰富自己人生的经历。

总之，通过理论上对自己这一周的工作总结，还发现有很多的不足之处。同时也为自己积累下了日后销售工作的经验。梳理了思路，明确了方向。在未来的工作中，我将更以公司的专卖经营理念为坐标，将自己的工作能力和公司的具体环境相互融合，利用自己精力充沛，辛勤肯干的优势，努力接受业务培训，学习业务知识和提高销售意识。扎实进取，努力工作，为公司的发展尽自己绵薄之力!

**化妆品销售心得分享化妆品销售好的分享心得篇六**

今天是学员培训的最后一天，目前为止深圳学员课程培训已经结束，留给他们的是回去深圳店之后的实操过程了。从这次学员的反馈和表现来看，总体效果还是达到了，这是对自己一个严格的要求，一做就要做的更加好。

一：回想起从刚开始的时候，自己就开始着手准备课程安排，我把之前的培训的安排全部重新安排了，在终端实战中，我知道确实需要什么，这次的课程安排是按照需要什么去编排的，达到课程最大化。从行业基础知识，到本公司产品基础知识，再到看图纸，了解报价，再到客户接待流程，最后到的是初尺，报价，讲方案，签单，合同，复尺，下单到工厂等这一个很有序的安排。

二：每当一天培训完后，会和学员一起坐下来分享今天的收获，同时对今天课程的总结。发觉这样的效果很多，通过自己思考出来总结出来，才是自己的成果，在现场的气氛也掌握的比较好，学员乐意和自己分享。

三：白天通过实操演练后，晚上的时候多是过今天所学习的ppt内容，通过先学习再加深他们的印象，他们这样才会觉得学到的是自己的。

四：最后最多的是实战，比如报价，我是直接就拿3份方案直接叫他们自己填写的，看图纸依然也是一样。然后是客户接待流程，也是讲解这三份方案，通过不断的演练实操，这些东西就会自己掌握，要是只是在说，没有去学员操作，那么很快就会忘记。实操大于一切!

培训只是一个阶段，最后主要的还是回去多总结，多积累方法才能在终端做好。后期也需要跟踪学员的情况，要是学员有什么问题可以及时反馈，跟进效果，这也是作为我培训对自己要求必须做到的!

注：今天又位学员给我打100分，各项满分!我很惊讶，首先不说虚不虚，可以得到学员的肯定，这是最大的收获!

**化妆品销售心得分享化妆品销售好的分享心得篇七**

作为一名化妆品专卖店加盟店铺的化妆品销售人员，无论你所促销的是一个什么样的品牌，作为销售人员最终的一个目的就是想要把你的这一家化妆品店铺里面的商品给销售出去，卖到消费者们的手中。所以销售人员就是要帮助消费者们分析店铺里面的每一款化妆品的主要的优点和功能、其实这是一个销售人员和消费者们双得利益的这么一个过程，所以我认为作为一名好的化妆品专卖店加盟店铺的销售人员应该具备以下这么几点。

这一点就是说化妆品专卖店加盟店铺的销售人员要对自己所销售的这些化妆品的知识要非常清楚。因为在销售化妆品的过程中，化妆品专卖店铺的销售人员不仅仅要面对的是消费者们的对化妆品的判断、以及选择，同时还要面对别的其他的一些化妆品品牌销售人员的虎视眈眈。

所以作为一家化妆品专卖店加盟店铺的销售人员要对自己所销售的这些化妆品的知识要非常清楚，要能够熟记自己这一家化妆品店铺的化妆品相关的知识，同时还要能够说出这一些化妆品的优点以及缺点，把握好化妆品销售的要点所在，最好还要能够重点的说明你所推销的这些化妆品的“差异性卖点”在哪。在这里要提醒各位化妆品专卖店加盟店铺的销售人员的就是一定要讲究职业道德，不要恶意随便的去诋毁别的一些竞争品牌。

在化妆品专卖店加盟店铺的销售人员进行销售的过程中，对于消费者一定要去主动的进行接待、同时还要主动的向消费者进行推荐，并且要挖掘一些潜在的消费群体。当然这并不是说热情就一定会让自己获得一个好的销售业绩，但是如果作为一家化妆品专卖店加盟店铺的销售人员没有热情的话，那肯定是没有什么所谓的化妆品销售业绩的。

一个优秀的好的化妆品后专卖店加盟店铺的销售人员必须要能够最大程度的去了解自己店铺里面的消费者们的真正的购买动机是什么。而且每一个消费者的兴趣、消费能力、以及爱好、和性格都是不相同的，但是大体的话是可以分成求美感的、求实惠的、求新产品的、以及求廉价的、还有求品牌的等等的这几种类型。

作为一家化妆品专卖店加盟店铺的销售人员要能够用心的揣摩消费者们的购买心理，同时还要可以根据消费者们的这些购买的心里去对症下药，再来进行一个有效推销。

**化妆品销售心得分享化妆品销售好的分享心得篇八**

近一周来，随着气温的回升。万物复苏，大地春暖花开。我们红蜻蜓专卖店的销售工作也随着温度的转暖，开始了紧张而有序的辛勤与忙碌。

古语有云：磨刀不误砍柴工。就是放在今天的社会工作中，也深刻的指引和提示着我们。要在进取工作的基础上，先找准思想方向，即要有着明确的意识感观和积极的工作态度，方能付诸于努力工作的实践之中。使之事半功倍，取得良好业绩。

回顾这一周来，自己的工作情况，扪心自问，坦言总结。在诸多方面还存在有不足。因此，更要及时强化自己的工作思想，端正意识，提高专卖销售工作的方法技能与业务水平。

首先，在不足点方面，从自身原因总结。我认为自己还一定程度的存在有欠缺强力说服顾客，打动其购买心理的技巧。

作为我们红蜻蜓专卖店的一名销售人员，我们的首要目标就是架起一坐连接我们的商品与顾客的桥梁。为公司创造商业效绩。在这个方向的指导下，怎样用销售的技巧与语言来打动顾客的心，激发起购买欲望，就显得尤为重要。因此，在以后的销售工作中，我必须努力提高强化说服顾客，打动其购买心理的技巧。同时做到理论与实践相结合，不断为下一阶段工作积累宝贵经验。

其次，注意自己销售工作中的细节，谨记销售理论中顾客就是上帝这一至理名言。用自己真诚的微笑，清晰的语言，细致的推介，体贴的服务去征服和打动消费者的心。让所有来到我们红蜻蜓专卖店的顾客都乘兴而来，满意而去。树立起我们红蜻蜓专卖店工作人员的优质精神风貌，更树立起我们红蜻蜓的优质服务品牌。

再次，要深化自己的工作业务。熟悉每一款鞋的货号，大小，颜色，价位。做到烂熟于心。学会面对不同的顾客，采用不同的推介技巧。力争让每一位顾客都能买到自己称心如意的商品，更力争增加销售数量，提高销售业绩。

最后，端正好自己心态。其心态的调整使我更加明白，不论做任何事，务必竭尽全力。这种精神的有无，可以决定一个人日后事业上的成功或失败，而我们的专卖销售工作中更是如此。如果一个人领悟了通过全力工作来免除工作中的辛劳的秘诀，那么他就掌握了达到成功的原理。倘若能处处以主动，努力的精神来工作，那么无论在怎样的销售岗位上都能丰富自己人生的经历。

总之，通过理论上对自己这一周的工作总结，还发现有很多的不足之处。同时也为自己积累下了日后销售工作的经验。梳理了思路，明确了方向。在未来的工作中，我将更以公司的专卖经营理念为坐标，将自己的工作能力和公司的具体环境相互融合，利用自己精力充沛，辛勤肯干的优势，努力接受业务培训，学习业务知识和提高销售意识。扎实进取，努力工作，为公司的发展尽自己绵薄之力!

**化妆品销售心得分享化妆品销售好的分享心得篇九**

顾客在什么时分最容易搞定?当然是顾客把你当成专家当成声威人士的时分最容易搞定。药店拿药顾客面对导购员的举荐极有可能会自己另做选择，异样是拿药。而在医院面对医生的药方却不会提出丝毫的异议。为什么呢?原因就在于，药店的导购在顾客的心中只是一个推销员，而医院的医生则是一个专家一个解决问题的救星，换句话说，就是顾客会因为医生的声威性而对他发作更多的疑心感和依赖感。异样，陶瓷的出卖进程中，顾客也会由于导购员专业权威形象的形成而发生信任转移。

决议顾客置办决策的疑心要素主要来于于四个方面。这四大信任中，即对品牌的怀疑、对产品的怀疑、对导购的疑心和对销售环境的怀疑。品牌、产品、出卖环境都是客观的有着既定看法的唯有对的导购信任则是主观感受并具有一定变化性的假设导购员能在抽象、心态、礼仪、综合知识等方面给顾客留下良好的印象，特地是综合知识方面能让顾客产生一种拜师请教的觉得时，出卖也就成功了一大步。一次培训会上，笔者曾问到会的学员：为什么顾客要和你讨价还价呢?由于你所表现出来的就是一副等着让人讨价还价的样子!塑造声威抽象的好处由此可见一斑!

第二步、影响思想指导消耗

老板问他做过什么? 一个小伙子去应聘百货公司的导购员。

说：以前是挨家挨户采购的小贩子。

老板喜爱他愚钝就录用了先试用几天。

第二天老板来看他表示问他说：今天做了几单买卖?

小伙子回答说。 1 单。

只有 1 单?老板很生气：卖了几钱 ?

年轻人回答道。 3 000 000 元。

怎么卖到那么多钱的老板呆若木鸡。

第三步、阐述利益提供证明

第四步、与客户互动

曾记得有人在分析王菲的演唱会为什么不如刘德华演唱会人气高的时分。王菲的气质有点像仙女，就指出。用来欣赏是最好不过的所以适宜远观，而刘德华则擅于煽情能够很好的与歌迷互动，因而到现场感受的人也就更多。

出卖也是一样。导购人员要做好销售工作，导购员的独自扮演也会让顾客只能远观而不敢深入交流。就得像刘德华一样，不但专业本领过硬，而且还得学会与顾客互动。

语言方面的互动。抓住某个关键点深化交换，主要经过自己的语气、语速、语调、表达内容信息等方面的要素在出卖进程中传递出信心、一定、认同、赞赏、鼓舞、共鸣等信息。而思维的互动而是躲藏在语言的表述中进行的即通过对方所表达出来的消息。有来有往而让双方就这个问题上的思想在一条轨道上前进。

表情方面的互动关于出售的效果也非常重要。而尴尬的冷漠的不带任何表情的表情会让人产生一种潜意识的抵触心情，一定、欢送、观赏的表情能够让顾客得到鼓舞从而打开心灵的窗户说出更多的消息。很多心里话也就不愿说出来了同时从卖场人际交往的角度来说，谁不想处在一个相互尊重相互欣赏的生活环境中呢?很多时候，一个会心的浅笑就能引发顾客的认同。

当然。一个点头的举措、一个赞赏的手势总是能让顾客如沐春风，互动还得要有动作。而一个场景描绘的肢体语言表示则能让顾客有一种身临其境的觉得。

要用颜色浅一点的砖 ” 顾客：像我住在二楼的光线不是很好。

浅色一点的砖用在较低的楼层是最合适不过的 导购：啊。

难搞卫生 … 顾客：但浅色的砖不耐脏。

第六步、临门一脚达成交易

一个足球已经在脚下。只要临门一脚就可以大功告成，对面的防卫员正昏昏欲睡。但你却还要问一下对方：您觉得可以吗?于是别人醒过来了末尾思索可不能够。

**化妆品销售心得分享化妆品销售好的分享心得篇十**

作为一名化妆品专卖店加盟店铺的化妆品销售人员，无论你所促销的是一个什么样的品牌，作为销售人员最终的一个目的就是想要把你的这一家化妆品店铺里面的商品给销售出去，卖到消费者们的手中。所以销售人员就是要帮助消费者们分析店铺里面的每一款化妆品的主要的优点和功能、其实这是一个销售人员和消费者们双得利益的这么一个过程，所以我认为作为一名好的化妆品专卖店加盟店铺的销售人员应该具备以下这么几点。

第一、熟悉化妆品知识

这一点就是说化妆品专卖店加盟店铺的销售人员要对自己所销售的这些化妆品的知识要非常清楚。因为在销售化妆品的过程中，化妆品专卖店铺的销售人员不仅仅要面对的是消费者们的对化妆品的判断、以及选择，同时还要面对别的其他的一些化妆品品牌销售人员的虎视眈眈。

所以作为一家化妆品专卖店加盟店铺的销售人员要对自己所销售的这些化妆品的知识要非常清楚，要能够熟记自己这一家化妆品店铺的化妆品相关的知识，同时还要能够说出这一些化妆品的优点以及缺点，把握好化妆品销售的要点所在，最好还要能够重点的说明你所推销的这些化妆品的“差异性卖点”在哪。在这里要提醒各位化妆品专卖店加盟店铺的销售人员的就是一定要讲究职业道德，不要恶意随便的去诋毁别的一些竞争品牌。

第二、必须要有高度的热情

在化妆品专卖店加盟店铺的销售人员进行销售的过程中，对于消费者一定要去主动的进行接待、同时还要主动的向消费者进行推荐，并且要挖掘一些潜在的消费群体。当然这并不是说热情就一定会让自己获得一个好的销售业绩，但是如果作为一家化妆品专卖店加盟店铺的销售人员没有热情的话，那肯定是没有什么所谓的化妆品销售业绩的。

第三、知道消费者的心里

一个优秀的好的化妆品后专卖店加盟店铺的销售人员必须要能够最大程度的去了解自己店铺里面的消费者们的真正的购买动机是什么。而且每一个消费者的兴趣、消费能力、以及爱好、和性格都是不相同的，但是大体的话是可以分成求美感的、求实惠的、求新产品的、以及求廉价的、还有求品牌的等等的这几种类型。

作为一家化妆品专卖店加盟店铺的销售人员要能够用心的揣摩消费者们的购买心理，同时还要可以根据消费者们的这些购买的心里去对症下药，再来进行一个有效推销。

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