# 最新销售技巧的培训心得 顾问式销售技巧方法(九篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2024-07-02

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。销售技巧的培训心得...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

**销售技巧的培训心得 顾问式销售技巧方法篇一**

第一， 我们要对销售有正确的认知，销售其实是顾客在购买，而非我们在卖，透过我们的职业、专业、敬业协助客户完成购买的过程。每个客户都先由需求才有购买的，而需求就是欲望+购买力，而营销的最高阶段：创造刚性需求。

第二， 第二，顾问式销售环节的具体实施分为四个方面1.取得信任;2挖掘需求;3有效推荐;4巩固信心;

第三， 约见新客户，可以从六大点出发，1确认身份;2询问接电话是否方便;3自报家门;4承诺帮助(为对方带来什么好处);5二选一原则，确认拜访的时间地点;6祝福语和收线;越到客户，拜见客户，这里有几个规范可以让你更加的完美的完成销售的技术，建立信任：这里有4个点可以帮助我们，1专业形象;2办事能力;共同点;4会面意图;会面时从寒暄开始(3-5分钟);这里也有几个让你一见面不至于让对方反感;1从天气下手;2新闻热点;3办公室的工作环境;4寻找共同点;

第四， 见了面我们要了解，确认其真正的需求我们这边有确认需求三部曲，1回应式聆听;2复述;3确认式提问;这里我们要牢记听，记，问，这三个要点，听是听客户再说，而不是我们在推销，记是从客户开始说的是时候用笔记本几下他说的痛点(关注点);问我们这要记住差距原则：询问现状—期待值(下一布的打算，想法)—痛点(关注点)。确认需求，用复述记的关注点的内容，而且还是用客观，中性的言语来确认需求，不要自以为是，去掉“我以为”。

第五， 有效推荐我们的产品使用价值可以陈述fab;f—是功能(对应其痛点)a—是优势(特点与众不同的地方)b—好处，用销售语言让客户感受到给个人，组织家庭带来的好处。确认其购买这边还有关于价格的问题，价格是双方谈判的结果，而我们销售人员要牢记追求最大利润是我们的责任;而价格的谈判我们也需要记住几点1谁先出价谁先死2通常性报价3补偿性报价4两套名片系统;关单，是一个阶段性成果，利用假设性成交法给客户心理的压力，为下阶段做铺垫 ;这里也有三点可以规划1封闭式的问题，例如(是这周给你还是下周给你送过来);2描述假定成交后才能做的事情3促成签约;再发现客户新的真正问题时，我们要给他解决;这里我们有3个关键点，1放空自己;2移焦;3认同;这里我们可以采用差距原则来探索原因，解决问题，征求同意;(但是是堵墙，同时是桥梁)再次关单。如果这里还有问题，我们就要考虑是否出现竞争对手，找错关键人，财务问题或者是出现意外。

第六， 售后我们要解决其客户的售后心理活动，可以赞美其英明的决定并向客户保证有信心使客户不后悔。以后新客户变成老客户，这里我们可以请求介绍潜在客户，这里我们可以引述成功的案例—拓展可提供帮助的范围—请求推荐。

从这次马老师的培训我学到了一个关于销售的技术而不是技巧，而我也会认真的把这次学到的技术应用到实处，用现实真正的销售技术来完成我的产值才是我的目标。

**销售技巧的培训心得 顾问式销售技巧方法篇二**

顾问式销售技巧的培训心得

我非常有幸参加了公司组织的《顾问式营销技巧—销售能力核心》课程培训。通过这次课程的学习，学习了顾问式销售技巧培训的概念原理，学习了“客户建立关系“制定销售拜访计划”“确定优先考虑的问题”“阐述并强化产品利益”“获得反馈并作出回应”“获得承诺”等销售流程、步骤等。 通过学习，我认识到顾问式销售技巧培训是目前广泛受到销售人员认可的一种销售方式，是指销售人员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、说服能力完成客户的要求，并预见客户的未来需求，提出积极建议的销售方法。

通过学习，让我认识到：做想做一名好的销售人员，特别是金融行业的销售人员，必须要树立以客户为中心，帮助客户解决问题的顾问式销售理念，将销售的重点，放在解决客户问题的方案上，而不是放在产品上。其二在探讨拜访客户前，要做好充分的分析和准备。在面对客户时，各个环节的注意要点，需要注意的各个细节。其三、必须要以客户为中心，展示给客户带来的好处。挖掘客户的难题，体现我们方案的价值。 其四、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，让客户持续购买。其五，面对不不同的客户群体，我们有必要通过人格类型分析，针对不同的客户类型制定销售对策等等。在学习中，让我体会最深的有一下几点：

1.“用头脑做销售、用真心做服务”

用头脑做销售技巧培训，之时，要动脑经，想办法，做市场调查，开发设计创新型的产品，建设行之有效的销售渠道，做好独特的宣传攻势，网络对口的目标群体，高效的将我们的产品推销出去;而用心做服务，即是让我们在做销售的同时不仅仅是要我们把产品买出去，更多是要在售前、售中、售后阶段做好客户的服务和维护工作，让客户充分体会到我们销售的专业性、职业性，真让客户享受到满足感、安全感和舒适感。而我们作为金融行业金融产品的销售人员，就更应遵循“用头脑做销售，用真心做服务”的理念，踏踏实实的做好金融产品销售服务工作。

2.“信服力、可信度”

信念的力量是无穷的，有什么样的信念就有什么样的结果导向。

通过学习，我认识到作为一个销售顾问，其信念的作用要远远大于其技能。要想做好销售必须具备坚定的信念，相信自己所服务的公司是最好的公司，相信自己所销售的产品是最好的产品。相信就将得到，怀疑即为失去。心在哪里财富就在哪里!

3、“商品+服务”/价格=价值

通过学习，我充分的认识到，商品的价格的高低取决与商品本身的价值与其销售过程中所提供服务的品质，因此，我们在金融产品的销售技巧培训过程中，销售的是什么?是金融产品本身，或是银行服务本身，或是金融产品加银行服务?显而易见，我们销售必然是我们的金融产品与金融服务本身，而客户购买的不仅仅是金融产品，银行服务，更是购买是一种感觉。因为大多数人是理性思维，感性购买，现在的人越来越重视他所购买的产品所能给他的一种感官和心理上的感觉。在竞争异常激烈、金融产品同质性异常突出的金融市场里，怎么让客户认同接受自己的产品呢?这就需要去迎合客户的感觉，感觉是一种看不到摸不着的载体，但在销售技巧培训的过程中，一定要营造好的感觉，包括客户所了解关注到的企业、产品、人和环境都要去注重和加强。

4、“逃避痛苦”大于“追求快乐”

通过学习，我认识到客户的行为的动机即是：追求快乐，逃避痛苦。客户在买卖过程中卖的是什么?客户永远不会买产品，买的是产品所能带给他的好处，所能让他逃避的痛苦。客户不会只关心产品本身，客户关心的是产品的利益、好处、价值。他购买你的产品可以拥有什么样的利益与快乐，避免什么样的麻烦与痛苦。一流的销售顾问卖的是结果好处，二流的销售顾问卖的是成份，三流的销售顾问卖的是价格。这也让我充分学习到，在日后的金融产品销售中，要针对客户的痛处对症下药，阐述其所拥有的价值与利益，能让客户消除的苦痛与带来的诸多利益，通过“痛苦、快率”规律，有效的销售我行金融产品。

5.“f.a.b法则”

通过学习，让认识到fab法则是指推销员运用产品的特征f(feature)和优势a(advantage)作为支持，把产品的利益 b (benefit)和潜在顾客的需求联系起来，详细介绍所销售的产品如何满足潜在顾客的需求。特征f是产品的固有属性，它描述的是产品的事实或特点;优势a是解释了特征的作用，表明产品如何使用或帮助潜在顾客;而利益b则说明产品能给潜在顾客带来的好处是什么，表明产品如何满足客户表达出的明确需求。

**销售技巧的培训心得 顾问式销售技巧方法篇三**

顾问式销售技巧培训是目前广泛受到销售人员认可的一种销售方式，是指销售人员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、说服能力完成客户的要求，并预见客户的未来需求，提出积极建议的销售方法。

通过学习，让我认识到：做想做一名好的销售人员，特别是金融行业的销售人员，必须要树立以客户为中心，帮助客户解决问题的顾问式销售理念，将销售的重点，放在解决客户问题的方案上，而不是放在产品上。其二在探讨拜访客户前，要做好充分的分析和准备。在面对客户时，各个环节的注意要点，需要注意的各个细节。其三、必须要以客户为中心，展示给客户带来的好处。挖掘客户的难题，体现我们方案的价值。 其四、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，让客户持续购买。其五，面对不不同的客户群体，我们有必要通过人格类型分析，针对不同的客户类型制定销售对策等等。在学习中，让我体会最深的有一下几点：

1.“用头脑做销售、用真心做服务”

用头脑做销售技巧培训，之时，要动脑经，想办法，做市场调查，开发设计创新型的产品，建设行之有效的销售渠道，做好独特的宣传攻势，网络对口的目标群体，高效的将我们的产品推销出去;而用心做服务，即是让我们在做销售的同时不仅仅是要我们把产品买出去，更多是要在售前、售中、售后阶段做好客户的服务和维护工作，让客户充分体会到我们销售的专业性、职业性，真让客户享受到满足感、安全感和舒适感。而我们作为金融行业金融产品的销售人员，就更应遵循“用头脑做销售，用真心做服务”的理念，踏踏实实的做好金融产品销售服务工作。

2.“信服力、可信度”

信念的力量是无穷的，有什么样的信念就有什么样的结果导向。

通过学习，我认识到作为一个销售顾问，其信念的作用要远远大于其技能。要想做好销售必须具备坚定的信念，相信自己所服务的公司是最好的公司，相信自己所销售的产品是最好的产品。相信就将得到，怀疑即为失去。心在哪里财富就在哪里!

3、“商品+服务”/价格=价值

通过学习，我充分的认识到，商品的价格的高低取决与商品本身的价值与其销售过程中所提供服务的品质，因此，我们在金融产品的销售技巧培训过程中，销售的是什么?是金融产品本身，或是银行服务本身，或是金融产品加银行服务?显而易见，我们销售必然是我们的金融产品与金融服务本身，而客户购买的不仅仅是金融产品，银行服务，更是购买是一种感觉。因为大多数人是理性思维，感性购买，现在的人越来越重视他所购买的产品所能给他的一种感官和心理上的感觉。在竞争异常激烈、金融产品同质性异常突出的金融市场里，怎么让客户认同接受自己的产品呢?这就需要去迎合客户的感觉，感觉是一种看不到摸不着的载体，但在销售技巧培训的过程中，一定要营造好的感觉，包括客户所了解关注到的企业、产品、人和环境都要去注重和加强。

4、“逃避痛苦”大于“追求快乐”

通过学习，我认识到客户的行为的动机即是：追求快乐，逃避痛苦。客户在买卖过程中卖的是什么?客户永远不会买产品，买的是产品所能带给他的好处，所能让他逃避的痛苦。客户不会只关心产品本身，客户关心的是产品的利益、好处、价值。他购买你的产品可以拥有什么样的利益与快乐，避免什么样的麻烦与痛苦。一流的销售顾问卖的是结果好处，二流的销售顾问卖的是成份，三流的销售顾问卖的是价格。这也让我充分学习到，在日后的金融产品销售中，要针对客户的痛处对症下药，阐述其所拥有的价值与利益，能让客户消除的苦痛与带来的诸多利益，通过“痛苦、快率”规律，有效的销售我行金融产品。

5.“f.a.b法则”

通过学习，让认识到fab法则是指推销员运用产品的特征f(feature)和优势a(advantage)作为支持，把产品的利益 b (benefit)和潜在顾客的需求联系起来，详细介绍所销售的产品如何满足潜在顾客的需求。特征f是产品的固有属性，它描述的是产品的事实或特点;优势a是解释了特征的作用，表明产品如何使用或帮助潜在顾客;而利益b则说明产品能给潜在顾客带来的好处是什么，表明产品如何满足客户表达出的明确需求。

通过学习我也充分了解到，在日后我销售技巧培训中，我们必须灵活运用fab法则，将我产品的利益与顾客的需求相匹配，强调潜在顾客将如何从购买中受益，才能激发顾客的购买欲望，让其做出购买的决定。

**销售技巧的培训心得 顾问式销售技巧方法篇四**

大多数销售人员没有问正确类型的问题，即使他们在打推销电话之前就事先准备好了问题，但大多数人没有事先准备，销售人员需要对客户进行购买流程的理解。然后，销售人员需要将其销售流程和客户的购买流程相匹配。做到这一点后，当他们就最可行的解决方案达成一致时，销售人员就开始和客户密切接触。

规划推销电话今天的大多数公司缺乏一个定义明确的销售过程。很少有能让客户提供强有力承诺的有文件记载的销售实践。因此，销售人员没有正确地计划推销电话。

例如，每个电话都应该以客户同意去做会将销售过程向前推进的事情的某种承诺作为结束。

提出正确的问题大多数销售人员没有问正确类型的问题，即使他们在打推销电话之前就事先准备好了问题，但大多数人没有事先准备。提问技巧很糟糕的影响是巨大的。这会导致拖延和反对，提供不正确解决方案的糟糕演示，没有区别于竞争对手，以及错失销售机会等形式的阻力。

商业头脑如果你要帮助你的客户变得更加成功，你需要了解企业通常如何运行，你的客户的行业如何运作，你的客户如何实现其市场目标，以及贵公司的产品如何才能帮助他们更好的服务于他们自己的客户。没有业务技巧，你就永远不具备销售所需要的信誉。

积极倾听积极倾听很重要，专业人士常因一直对自己及其产品喋喋不休，而错过了重要的线索和信息。更为重要的是闭上你的嘴，让客户说话。销售技巧培训心得分享说，你应该引导谈话，然后倾听和正确的消化吸收，我们了解到很多客户真正需要什么，以使你能正确定位你的产品。

提出有意义的解决方案大部分销售人员声称这是他们最擅长的技能。事实上，作为经理，我们倾向于雇佣“能说会道”之人。在现实中，当谈到做演示，质量远比数量重要。当销售人员针对先前商定的需求，将重点放在呈现具体的解决方案上时，他们很少失败。

获得承诺如果你真正思考这一点，聘用销售人员的唯一原因就是为了获得客户的承诺。然而，当问及这一问题时，大多数销售人员承认这是其最薄弱的技能。研究表明，将近三分之二的销售人员在推销电话中未能要求承诺。任何有效的销售培训计划必须对这个问题有可靠的解决方案。

管理你的情绪销售人员向自身解释其成功和失败的原因的方式至关重要。形成一种风格，将逆境看作是暂时和独立的，建立心理抗冲击力、情感韧性和耐性，以便从挫折中振作起来，并在适当的时候积极主动。

**销售技巧的培训心得 顾问式销售技巧方法篇五**

怀着一种空杯的心态，我有幸参加安徽盐业举办的营销知识与业务技能培训的培训。在此次培训过程中，徽商业学院的教授对营销技巧，客情关系的管理等等进行了详细介绍，并对其中的一些进行了重点讲解，包括营销技巧中的策略，如何开拓市场，如何扩大销量。还有客情关系的建立和维护。并且用大量生动的案例教学，实用性和操作性强，采用互动和现场问答等方式，生动易懂，张弛有度，使我们在轻松的学习中掌握更多的方法和技能。此次培训得到了 大家的高度评价和认可。下面就此次培训，我简单谈谈我的心得体会。

一、自信心+诚心+有心+合作心

信心是人办事的动力，信心是一种力量。每天工作开始的时候，都要鼓励自己。要用一种必胜的心态去面对客户和消费者，在推销商品之前要把自己给推销出去，对自己要有信心，只要把自己推销给客户了，才能把产品推销给客户。凡事要有诚心，心态是决定一个人做事的基本要求，必须抱着一颗真诚的心，诚恳的对待客户，对待同事，只有这样，别人才会尊重你，把你当朋友，才会接受你的产品。业务代表是公司的形象，企业素质的体现，是连接企业与社会，消费者，经销商的枢纽，信任是你业务的保障。处处留心皆学问，要养成勤于思考，善于总结销售经验。机会是留给有准备的人，同时也留给有心的人，作为业务员，客户的每一点变化都要去了解，努力把握每一个细节，做个有心人 不断的提高自己。销售靠合作，离不开领导的英明决策，离不开公司的运筹帷幄，离不开各部门的支持配合。总的一句话，耐心细致，感动至上。

二、销售+市场+策略

一件好的产品，要有好的市场，好的营销策略。同时网络的建设是销售产品的主宰，让你掌握产品的一切相关事由。开发市场需增进与客户的友谊，熟悉客户的经营状况，改善自身经营管理水平，更好的将产品推销到客户手上。好的营销策略是有准备的，有计划的，是帮助客户怎样更好的去销售产品，为客户出谋划策，包装产品，做促销活动。让客户觉的你是真诚的人，是可以信赖的人。我们和客户是利益的纽带 是信任的保证。

通过这次培训，我受益匪浅，真正认识到营销技巧和客情关系在工作中的重要性和必要性。我们要保持一个积极的心态，要有信心，责任心，要有虚心，进取心，要有恒心，要有感恩之心，做到超越平凡，追求卓越。

**销售技巧的培训心得 顾问式销售技巧方法篇六**

一、鞋的分类

皮鞋种类繁多，造型款式、结构、用料、功能等都在日新月异变化。下面仅就目前常用的几种分类做一大致介绍。

1、以穿用对象区分：可分为男、女、童、婴儿鞋和老年鞋。

2、从皮鞋结构区分：可分为筒靴、中帮鞋、低帮鞋、浅口鞋、透空鞋、拖鞋等。 3、从穿用季节区分： 可分为棉、夹、凉鞋

4、按鞋跟结构区分：可分为平跟鞋、中跟鞋、高跟鞋、坡跟鞋、无跟鞋。

5、从制造工艺区分：可分为：缝制鞋、胶粘鞋、注塑鞋、模压鞋、注胶鞋、硫化鞋等。 7、以鞋底材料分类：可分为：天然皮、pvc鞋底、橡胶底、生胶底、pu底：

二、皮鞋的基本结构

皮鞋外型上分解，可分为鞋帮、鞋底、鞋跟和辅件。 鞋帮、鞋底、鞋跟是由若干个零部件组合装配而成。 1.皮鞋的构成：皮鞋是由帮部件、底部件、鞋垫及辅件构成。

2.生产流程：冲裁—针车—成型—包装

三、皮鞋的保养

一)养护常识(现场模拟：给顾客讲解皮鞋如何保养)

1. 皮鞋不可在阳光下曝晒，因为太阳光对表皮纤维组织有破坏作用，加速皮面老化，并使鞋

面收缩变形。

2. 皮鞋被浸湿后，切不可在太阳光下直接照射，应在通风处阴干，以防止皮鞋老化。 3. 避免腐蚀性物质接触皮鞋，以免伤害皮质，减轻皮鞋寿命。

4. 皮鞋应注意防灰，一般3天左右打一次鞋油，用毛刷均匀地将鞋油刷在鞋面上，然后放置

于通风处约15分钟，(如在冬季可放在阳光下或温度较高的地方，但一般不超过40c)使鞋油深化，被皮面吸收，然后再用软布擦拭。 5. 漆皮、压花皮可用干湿布擦拭，磨砂皮不可用鞋油。

6. 最好以两双鞋轮换穿着，以缓解皮鞋抗张和曲挠的疲劳度，延长皮鞋的穿着寿命。 7. 对于季节性较强的鞋，如冬季的皮靴和夏季的凉鞋等，在长时间不穿着时，应及时打油、

擦拭、晾干，然后再塑料袋封口装好，存放在干燥的地方。

四、皮革常见毛病的处理：

1.剩余的胶水：用生胶刷擦去。

2.鞋面有痕印：加同色鞋油(不适用磨砂皮)。

3.鞋面变色：避免长时间暴露于强光之下;轻微变色可用较重油份的鞋油使其还原。 4.刮花、擦花：用鞋油使痕迹减轻。

五、鞋店待客技术

做一位合格的推销员应该多研究待客的态度，及认识鞋类的有关技术问题，特别是使顾客合脚，使其抱怨获得满意的处理，待客的要领，首在了解顾客需要的款式，而后尽快找出适合顾客的尺寸，让顾客试穿是否合意，正确的判断是否合脚，合脚是疏忽不得的，否则会伤害脚部，在力求合脚及处理抱怨时，不得急燥，方能让顾客也充分了解问题所在。

六、抱怨种类与处理方法

抱怨的原因： (1) 责任属于工厂者 (2) 责任属于鞋店者 (3) 责任属于顾客者

属于(1)者，有鞋面破裂、车缝线跳针溢线、跟部不紧、无金脱落、鞋底开脱、铁心突出、接着剂污染等等，这些原因都可请工厂修理，而满足顾客。

属于(2)者，有为贪售而不适合脚型或尺寸，或推荐用途不合的鞋，或因而库存而推荐小或大一号码之鞋。此外，如推荐单底车内线的鞋而说是雨天不漏水，结果必会抱怨而回。上述种种原因都属鞋店购买人的错误，故应更换一双较适合的鞋给顾客。

属于(3)者比较麻烦，多由顾客穿着不当而发生。比如不解鞋带，不用鞋拔，将皮革的车缝部位拉破，或是使用鞋油时，直接涂在鞋面造成污点。

这些都是常有的事，因为难于向顾客解释，宜先接受，再请上司解决。事实上，一般顾客对鞋子的保护缺乏常识，在购鞋时，店员应予说明以减少日后的抱怨。

处理方法：(现场模拟：解决鞋子开胶问题)

1)

客抱怨时，店员应先说一声抱歉。因为顾客是对鞋子不满，而拿到鞋店时，一定是满腹不快，有了一句抱歉可使气氛缓和很多。

2) 在顾客讲完话以前绝不开口，无论顾客的话有道理或没道理，中途插话反而使顾客情绪昂愤，增加解决的困难，同时也使店中其它顾客受到干扰，所以，店员应保持冷静及耐性，等顾客全部讲完时，再尽量以客气的语气慎重地检查出原因所在。

3) 先收下有问题的鞋子，而不必当场做解决，等1-2天后再请顾客来取，而在此期间内，可做冷却整型，同时应处理抱怨，须能使顾客充分了解不满的原因，愉快地接受解决方法，无经验的店员，尤其不宜急燥，最好先请示上司再做解决，不论顾客要求修理也好，前来抱怨也好，应付两者的共同要点，就是不当场予以拒绝。使顾客体会鞋店的诚意。处理抱怨，须能使顾客充分了解不满的原因，愉快地接受解决方法，无经验的店员，尤其不宜急燥，最好先请示上司再做解决，不论顾客要求修理也好，前来抱怨也好，应付两者的共同点，就是不当场予以拒绝。

**销售技巧的培训心得 顾问式销售技巧方法篇七**

上周我们公司组织了实战营销技能与技巧提升培训，主讲老师谭晓斌老师给我们进行了为期一天的培训，虽然只是短短的一天时间，可是对于我们对销售技能和技巧了解更进一步。非常有幸参加公司组织的销售培训活动，参加这次销售培训心得是，要做好销售工作，销售员一定要认真、坚持、积极、自信，并要不断学习，以下是我对这次销售培训心得体会。

首先培训目标是熟练掌握销售流程各环节规范行为标准，能灵活运用,提高成交率;通过销售技巧和服务细节的把握与实践,提升品牌形象与销售服务水平,提高顾客满意度。接着谭老师开始讲了销售理念和信念，计划和信息分析，人脉等于钱脉，还讲到了如何维护客情，如何帮助经销商销售到终端客户才是真正的销售出自己的产品，而不是库存的转移。其中营销是信息的传递与情绪的转移，见客户之前把自己的状态调整好，一个好的业务员必须要修炼自己，有积极的心态，有自己的理想和目标，让客户愿意跟我们做业务。

再次，详细讲解了传统式销售与顾问式销售的区别，并且要从传统式销售向顾问式销售转变。提出正确的问题，大多数销售人员没有问正确类型的问题，即使他们在打推销电话之前就事先准备好了问题，但大多数人没有事先准备。提问技巧很糟糕的影响是巨大的。这会导致拖延和反对，提供不正确解决方案的糟糕演示，没有区别于竞争对手，以及错失销售机会等形式的阻力。

还有专业知识的学习，就像谭老师讲到的“客户花钱买的不是价格而是价值”，我们有时遇到专业点的知识，无法应答。这样顾客在心理上就感觉到了——“不专业”销售员，真正让自己成为一名专业的销售员，提高我们定单的概率，就要多学习专业知识，要做到平时不懂的问题要多问多记，勤学好问。还有仪表形象我们应该注意的细节问题，从着装到坐姿，眼神等方面进行了详细的介绍。

此外积极倾听很重要，专业人士常因一直对自己及其产品喋喋不休，而错过了重要的线索和信息。更为重要的是闭上你的嘴，让客户说话。你应该引导谈话，然后倾听和正确的消化吸收，我们了解到很多客户真正需要什么，以使你能正确定位你的产品。

以上就是我参加完这次的培训体会，以后的工作中我们要努力的从这些方面去提升自己的技能和技巧，时时刻刻的学习，积累一次次成功的销售经验，只有这样我们自身才能和江钨合金公司一起成长，并且在激烈的合金市场上占有一席之地。

**销售技巧的培训心得 顾问式销售技巧方法篇八**

感谢公司给予学习的平台，感谢领导给予进步的机会。我很高兴能参加此次《\_销售技巧》培训课程。经过这次培训，使我在思想上对销售有了更全面的认识，同时对销售理论有了空前的突破，相信接下来我不仅会将所掌握销售思想复制到门店人员身上同时还会把所学理论运用到实践，下面我主要谈一谈在培训期间的学习心得。

首先，\_\_老师的讲解记忆深刻、幽默风趣，于谈笑间将以往销售中的种种问题点拨出来。

\_老师讲行业：销售是世界上最光荣最有保障的工作，收入不稳定才有高收入。通过六脉神剑步骤讲解(吸引客人→留住客人→了解需求→塑造价值→先跟后带→快乐成交)每个步骤每个案例都是那么的深刻，使我更清晰的掌握如何处理工作中遇到的种种问题并且严格要求自己在今后工作中将简单的事情重复做，重复的事情坚持做，坚持的事情快乐做。

\_老师讲心态：在学习期间，我明白了不管任何工作首选要从思想上树立行业的价值观，树立热爱工作的信念，不惜一切努力，为业绩而奋斗。只有端正了心态，才能经得起被顾客拒绝的的考验。

\_老师讲形象：通过学习掌握“形象和标准化”让我从个人形象到商品形象再到店铺形象都清楚的理解到管理门店应该发挥视觉、听觉、文字等方面的作用努力增加商品附加值使之具备竞争力。

\_老师讲技巧：引用痛苦销售法从发现问题→制造问题→放大问题→解决问题来讲述顾客购买就在一念之间我们如何把我们的思想放进顾客的脑袋，把顾客的钱放进我们的口袋。

通过培训，我决心要从以下几个方面提高自己和带动团队：

首选我要认真学习理论知识，做到学以致用、应才适用。其次努力成为优秀团队的建设者提升门店的营运能力，促进门店绩效提升。然后推进现场教育、培训活动、提升门店人员的作用能力、改善心态、促进门店营业目标的达成。

感谢公司安排的这次培训，给大家难得的学习机会!

感谢\_\_老师，不仅给我们带来了营销知识，还给了我盲作的表率。经过这次培训，感觉收获不小，与以往所有培训不同的是：本次培训主要以提问式，抢答式、团队式的方式进行，从早上\_点多至下午\_点多现场气氛活跃，培训生动而又形象的传授着\_文化、销售技巧，与平时可能遇到的问题解决方法，让我们深刻感受到\_文化的博大精深与超强的感染力，此次培训中通过学习来自\_的专卖店的同行的交流，使我认识到我们要想做好销售，并使店面人员销售水平提高，还有很多知识要学习提高。

首先，在企业文化上，我们要时刻与\_文化保持一致，认真深刻及时的学文化，跟上\_的文化发展脚步，在公司内部结合自身创造我们的文化，使我们树立一杆自己的旗帜。

再次，我们需要加大销售技巧的培训，通过这次学习我们更加意识到销售技巧重要性，我们将加大培训力度，根据\_话术的总岗，总结一套实用的话术，全体销售人员学习并应用于实际中。并及时开展销售人员摸拟演练，展开fab法则，认真学习并应用;寻找自己的不足，不断提高销售人员的业务水平与定单成功率。

专业知识的学习，就像\_\_老师讲到的“研究员站柜台”，我们有时遇到专业点的知识，无法应答。这样顾客在心理上就感觉到了------“不专业”销售员。真正让自己成为一名专业的销售员。提高我们定单的概率。

人员素质培养：我们注重人员的精神面貌，不断提人员的素质。我们坚信只有高素质的人，才会得到顾客的信认，才会有更多的回头客。时刻体现我们\_人的“及时、专业、真诚、热情”从而打造我们自己的品牌。

在企业的管理上，我们努力打造团结型的团队。在以后的发展中我们将不断学习改进和创新，只有这样才能在竞争激烈立于不败之地，我们有信心在\_的圈子里提升自己，成为真正的\_人。

《专业销售技巧》培训已经落下帷幕。作为刚刚步入\_\_做为销售代表的我，显然无论是主角的转变还是新环境的适应都还需要一个循序渐进的过程，因而刚开始内心难免会出现一些不成熟或者说是很幼稚的想法。然而幸运的是，公司很快为我们搭建了这样一个很好的学\_台，十分感谢公司给我一个良好的学习机会，学习时间虽然很短，但我感觉确实是受了很大的启发，受益匪浅，也许在多年以后这仍然是我能够清晰记得的最完美的回忆;其次，我要感谢公司的人事部，给我们如此珍贵的机会去深入的了解销售，认识销售;然后还要感谢的是在这一天，为了培训，辛勤劳作的培训老师及后勤人员，是你们卓越的组织潜力让这次活动丰富多彩，高潮迭起，是你们的敬业精神和无私奉献，让我们感觉到我们的培训颇有收获。

听完\_\_先生的课，深感销售人员是企业开拓市场的先锋，而一个优秀的销售人员应具备以下素质：

一、良好的专业知识

对于社会各类信息的收集很重要，而对于本行业的专业知识更要清楚掌握，打电话前、拜访客户前就就应清楚地明白自己将要做什么、需要得到什么，也就能让自己在第一时间清楚，自己该准备什么;在与客户沟通时，有了强大的信息库支持，不但体现出业务员渊博的知识，而且能让你从容不迫。

二、旺盛的学习的热情

“思想改变命运，此刻决定未来”，那我们此刻该做些什么?此刻就应多学习：拜良师、结益友、读好书、爱培训。我将以自己的实际行动证明这一点，先天天赋不足，用后天的努力来弥补。

三、敏锐的观察潜力和口才

在那里，孙先生提到“细节决定成败”，他说“好的业务员就应常做到脸笑、口甜、腰软、手脚快”!

四、懂聆听，会提问，善于把握客户的性格特点，认清人际风格，加以利用

人脉是事业的基石!如何正确地处理人际关系，将决定着业务是否能顺利进行;而懂得认真聆听，表现出应有的谦虚，是处理人际关系中最起码的先决条件。

五、对工作持续用心进取的心态

别人能做到的，我也能做到，还会做的更好。孙先生经历过成功，也感觉过失败，但他依然以用心进取的态度，品尝着人生百味，他，做到了一般人无法做到的，这种用心乐观的精神绝对值得我学习。

六、不要轻易放下

在培训资料上，\_\_先生更多的时候是在“授人以鱼，不如授人以渔”的指导思想下讲授《专业销售技巧》，对我们“职业生涯”进行规划，让我们学会用用心、主动的心态看待工作，并让我们坚定工作信念，更多的是，孙先生指明了我今后的工作方向，为我梳理出更清晰、明畅的工作方法。

什么样的态度决定什么样的人生。我很平凡，但我有一颗不平常的心。我会因为充满乐观的信念而快乐喜悦，我会因为付出而期盼着收获，我会在我的人生道路上去领悟孙先生在授课中传达的精神力量，持续一种客观的奋发向上的人生姿态，尽人力，安天命，享受生命的充盈，感受工作的快乐!

**销售技巧的培训心得 顾问式销售技巧方法篇九**

作为一个鞋类的导购员，最重要的是通过自己的引导卖掉鞋子。卖鞋子的话术也是有一定技巧的，并不是只要你说了顾客就一定会购买，了解鞋子导购员的销售技巧和话术，对于鞋子更好的销售十分有必要。

作为一个鞋类的导购员，最重要的是通过自己的引导卖掉鞋子。卖鞋子的话术也是有一定技巧的，并不是只要你说了顾客就一定会购买，了解鞋子导购员的销售技巧和话术，对于鞋子更好的销售十分有必要。下面是第一范文网小编整理的一些关于卖鞋子的销售技巧口才的资料，供你参考。

卖鞋子的销售的10个技巧

1. 明确的目标

成功的业务人员首先要有明确的目标。明确的目标通常包括：确定每天要拜访的顾客，找出所需要的顾客属于哪一个阶层，即找到潜在顾客。顾客目标群定位的错误，会使服装销售人员浪费很多时间，却一无所获。此外，服装销售人员需要知道如何接近潜在顾客，充分了解顾客喜好，常常能给顾客留下最好的印象，而且在最短的时间之内说服顾客购买产品。

优秀的服装销售人员都有执行计划，其内容包括：应该拜访的目标群，最佳拜访时间、贴近顾客的方法，甚至提供推销的解说技巧和推销的解决方案，帮助顾客解除疑虑，让其快速做决定购买产品。

2.健康的身心

心理学家的研究证明，第一印象非常重要。由于推销工作的特殊性，顾客不可能有充足的时间来发现服装销售人员的内在美。因此，服装销售人员首先要做到的是具有健康的身体，给顾客以充满活力的印象。这样，才能使顾客有交流的意愿。

3.开发顾客能力强

优秀的服装销售人员都具有极强的开发客户能力。只有找到合适的顾客，服装销售人员才能获得销售的成功。优秀的服装销售人员不仅能很好地定位顾客群，还必须有很强的开发顾客的能力。

4.强烈的自信

自信是成功人员必备的特点，成功的服装销售人员自然也不例外。只有充满强烈的自信，服装销售人员才会认为自己一定会成功。心理学家研究得出，人心里怎么想，事情就常常容易按照所想象的方向发展。

当持有相信自己能够接近并说服顾客、能够满载而归的观念时，服装销售人员拜访顾客时，就不会担忧和恐惧。成功的服装销售人员的人际交往能力特别强，服装销售人员只有充满自信才能够赢得顾客的信赖，才会产生与顾客交流的欲望。

5.专业知识强

销售致胜关键的第五个要素是极强的专业知识。优秀的服装销售人员对产品的专业知识比一般的业务人员强得多。针对相同的问题，一般的业务人员可能需要查阅资料后才能回答，而成功的服装销售人员则能立刻对答如流，在最短的时间内给出满意的答复。即优秀的服装销售人员在专业知识的学习方面永远优于一般的服装销售人员。

6.找出顾客需求

快速找出顾客的需求是销售致胜的第六个关键要素。即便是相同的产品，不同的顾客需求不同，其对产品的诉求点并不相同。优秀的服装销售人员能够迅速、精确地找出不同顾客的购买需求，从而赢得订单。

7.解说技巧

此外，服装销售人员优秀的解说技巧也是成功的关键。优秀的业务人员在做商品说明解说时，善于运用简报的技巧，言简意赅，准确地提供客户想知道的信息，而且能够精准地回答顾客的问题，满足顾客希望的答案。

8.擅长处理反对意见

善长处理反对意见，转化反对意见为产品的卖点是致胜关键的第八个要素。优秀的服装销售人员抢先与顾客成交永远快于一般服装销售人员。销售市场的竞争非常强烈，顾客往往会有多种选择，这就给服装销售人员带来很大的压力。

要抓住顾客，业务人员就需要善于处理客户的反对意见，抓住顾客的购买信号，让顾客能够轻松愉快地签下订单。

9.善于跟踪客户

在开发新顾客的同时，与老顾客保持经常的联系，是服装销售人员成功的关键之一。服装销售人员能够持续不断地大量创造高额业绩，需要让顾客买的更多，这就需要服装销售人员能做到最完善的使顾客满意的管理。成功的服装销售人员需要经常联系顾客，让顾客精神上获得很高的满意度。

10.收款能力强

极强的收款能力也是销售成功的致胜关键之一，否则就会功亏一篑。优秀的业务人员在处理收款问题时，能比普通服装销售人员更快地收回货款。遇到顾客交款推托时(推卸责任，找各种借口或者拉交情的手段来延迟交款)，优秀的业务人员能有办法让顾客快速地付钱。

卖鞋子情景对话的销售技巧

1. ●假定准顾客已经同意购买：当准顾客一再出现购买信号，却又犹豫不决拿不定主意时，可采用“二选其一”的技巧。譬如，推销员可对准顾客说：“请问您要那部浅灰色的车还是银白色的呢?”或是说：“请问是星期二还是星期三送到您府上?”，此种“二选其一”的问话技巧，只要准顾客选中一个，其实就是你帮他拿主意，下决心购买了。

2. ●帮助准顾客挑选：许多准顾客即使有意购买，也不喜欢迅速签下订单，他总要东挑西拣，在产品颜色、规格、式样、交货日期上不停地打转。这时，聪明的推销员就要改变策略，暂时不谈订单的问题，转而热情地帮对方挑选颜色、规格、式样、交货日期等，一旦上述问题解决，你的订单也就落实了。

3. ●利用“怕买不到”的心理，人们常对越是得不到、买不到的东西，越想得到它、买到它。推销员可利用这种“怕买不到”的心理，来促成订单。譬如说，推销员可对准顾客说：“这种产品只剩最后一个了，短期内不再进货，你不买就没有了。”或说：“今天是优惠价的截止日，请把握良机，明天你就买不到这种折扣价了。”

4. ●先买一点试用看看：准顾客想要买你的产品，可又对产品没有信心时，可建议对方先买一点试用看看。只要你对产品有信心，虽然刚开始订单数量有限，然而对方试用满意之后，就可能给你大订单了。这一“试用看看”的技巧也可帮准顾客下决心购买。

5. ●反问式的回答：所谓反问式的回答，就是当准顾客问到某种产品，不巧正好没有时，就得运用反问来促成订单。举例来说，准顾客问：“你们有银白色电冰箱吗?”这时，推销员不可回答没有，而应该反问道：“抱歉!我们没有生产，不过我们有白色、棕色、粉红色的，在这几种颜色里，您比较喜欢哪一种呢?”

●快刀斩乱麻：在尝试上述几种技巧后，都不能打动对方时，你就得使出杀手钢，快刀斩乱麻，直接要求准顾客签订单。譬如，取出笔放在他手上，然后直接了当地对他说：“如果您想赚钱的话，就快签字吧!”

7. ●拜师学艺，态度谦虚：在你费尽口舌，使出浑身解数都无效，眼看这笔生意做不成时，不妨试试这个方法。譬如说：“×经理，虽然我知道我们的产品绝对适合您，可我的能力太差了，无法说服您，我认输了。不过，在告辞之前，请您指出我的不足，让我有一个改进的机会好吗?”像这种谦卑的话语，不但很容易满足对方的虚荣心，而且会消除彼此之间的对抗情绪。他会一边指点你，一边鼓励你，为了给你打气，有时会给你一张意料之外的订单。

8. ●欲擒故纵：有些准顾客天生优柔寡断，他虽然对你的产品有兴趣，可是拖拖拉拉，迟迟不作决定。这时，你不妨故意收拾东西，做出要离开的样子。这种假装告辞的举动，有时会促使对方下决心。

推销技巧可以快速的引导消费者完成购买行为，快速提高商品销量，同时也为企业降低了销售成本，在竞争如此激烈的今天，这些都是商家们乐于见成的，而对于导购员来说，更是提高工作技能，获得更同报酬的砝码。

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