

# 最新豆奶销售部 销售心得体会(精选6篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？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。

## 豆奶销售部篇一

### 一、\_\_年项目业绩

从元月至12月末的十二个月里，销售业绩其实不理想，[某项目名称]共销售住房80套，车库及蕴藏间57间，累计合同金额15637000元，已结代理费金额计仅218899元整。

### 二、\_\_年工作小结

元月份忙于年度总结、年度报表的核算工作；2月份接到公司新年度工作安排，做工作计划并预备9号楼的交房工作；3、4、5月份进行9号、12号楼的交房工作，并与策划部刘老师沟通项目尾房的销售方案，针对[某项目名称]的尾房及未售出的车库、蕴藏间我也提出过自己的一些想法，在获得开发商同意后，6、7月份[某项目名称]分别举行了“某某县小学生字画比赛”和“某某县中学生作文大赛”，在县教育局的协助下，希看通过展开各项活动进步某某房产的美誉度，充实[某项目名称]的文化内涵，固然终究目的还是为销售起推波助澜的作用，遗憾的是在销售方面并没有实现料想中的效果，但值得欣慰的是活动本身还是遭到了业主及社会各界的肯定。

8、9月份接到公司的调令，在整理[某项目名称]收盘资料的同时，将接手[另外一项目名称]的销售工作。当我听说这个消息时真是欣喜若狂，初进公司就是[另外一项目名称]招聘

销售职员，第一个接触的项目也是[另外一项目名称]，而在公司的整体斟酌后我却被分配到[某项目名称]。没能留在[另外一项目名称]做销售一直是我心中的遗憾，现在我终究能在[另外一某项目名称]的续篇\_\_\_\_项目工作，我觉得公司给我一个圆梦的机会，那段时间我是心是飞扬的，多么使人不愉快的人，在我眼中都会变得亲切起来;为了能在规定时间内将[某项目名称]的收盘账目整理出来，我放弃休假，乃至通宵工作，可收盘的计划在开发商的坚持下还是无疾而终。

10月份我游走在\_\_\_\_项目和[某项目名称]之间□[a项目名称]的尾房销售□[b项目名称]的客户积累□[c项目名称]的二期交付……我全力以赴做好两边的工作，固然辛劳但我觉得一切都那末使人愉快。我不知道该说意想不到，还是该说意料当中，[某项目名称]项目另换他人的变化令我从峰顶跌到谷底，总之我花了很多时间来调剂自己的状态，来接受这个事实。11、12月份延续尾房销售工作，培训员工，与开发商协商收盘，解决客户投诉。

### 三、\_\_年工作中存在的题目

- 1、[某项目名称]一期产权证办理时间太长，延迟发放，导致业主不满。
- 2、二期虽已提早交付，但部份业主因房屋质量题目一直拖延至今，与工程部的调和固然很好，可就是接受反映不解决题目。
- 3、年底的代理费拖欠情况严重。
- 4、销售职员培训(专业知识、销售技能和现场应变)不够到位。
- 5、销售职员调动、更换过于频繁，对公司和销售职员双方都不利。

20\_\_年已接近尾声，在接下来的年月里，我将更加努力工作，到达更好的业绩。

## 豆奶销售部篇二

一个月已经过去了，经过这个月的实习，我现在将我的工作总结以及心得呈现如下，希望各位给与指导和建议，服装销售总结。

在服装销售过程中，营业员有着重要的作用，营业员是否能掌握服装销售技巧很重要，所以要求我们不仅要做好而且要精益求精，不断提升自己，从而做得更好。

平时我认为在我们推荐时要有信心，向顾客推荐服装时我们本身有信心了顾客对服装才有信任感。推荐的时候要对顾客进行商品说明，根据顾客的实际客观条件推荐合适的服装。推荐的同时要有手势，做到贴心。在卖服装的时候要把话题引导在服装上，工作总结《服装销售总结》。同事注意观察顾客的反应，以便合适地促成销售。再有就是要说出服装的优点，方便推销出商品。总而言之推荐技巧是我们销售人员一定要做好的，良好的服务才能使顾客动心，才能达到销售的目的。

此外，我们整个销售人员都是一个团队，我们需要有团队精神。优良的合作也是销售必不可少的，所以与同事的相处也很重要，大家相互尊重，和睦相处，共同进步才能使我们这个团队合作愉快，共同进步，达到双赢的目的。

以上就是我一个月以来的总结感言，希望各位领导同事给与意见和指导，在以后的日子里共同努力，谢谢大家。

## 豆奶销售部篇三

进入xx从事导购工作已经有两年多了，在这两年时间里，通

过公司的培养及自己努力的学习，使自己的销售能力有了较高的提升。现在就我自身的销售经验及销售心得与大家做个分享。

我们每一天都在面对面的与消费者沟通，我们的一言一行在消费者的眼中都代表着企业的形象，所以我们首先应该给自己的定位要高，我们是xx品牌的代言人，只有充分地了解我们所销售的产品特点、使用方法、性能等，以此为基础，适当的为顾客提供良好的服务、建议和帮助，以优质的服务来服务顾客，才能压制竞争对手。

潜在的顾客在我们的热情与微笑中诞生。同时，我们又是企业与消费者的桥梁与纽带，我们一方面要把产品信息传达给消费者，另一方面要把消费者对产品的建议和希望反馈给企业，以便更好的服务于消费者。产品固然重要，但我们肩负的责任更重要，因为产品自身是不能与消费者沟通的，只有我们才可以和消费者之间建立良好的沟通关系，把企业的信息完整、准确的传达出去，把“好房子，要配好厨电”的理念通过我们一线的销售人员更好地诠释给消费者！

就经验方面来说，我个人的总结有以下几点：

- 1、了解顾客的需求，熟记产品知识。我个人觉得了解顾客的需求是导购的关键，针对不同的客户，为他们提供适合的xx产品是我一直坚持的。我觉得做导购是有技巧的，首先你要观察消费者的需求是什么，然后找机会向顾客推荐自己的产品，突出自己产品的特点，在此过程中要细心，耐心，不要急于求成，从心理上赢得顾客信任，让顾客接受并信赖我们的产品。因为作为导购员就是要引导消费者进行消费，我们必须对我们的产品的外观、功能、技术参数烂熟于心，让顾客在比较不同款式，不同功能的产品中选择我们的产品。作为一名导购，除了要有较强的专业知识外，还要把顾客当朋友，跟他们谈心，在融洽的氛围中完成每一笔销售。

2、具备良好的学习能力。我们要具备良好的学习能力，只有不断坚持学习熟悉产品知识、不断创新，并能够掌握现代营销技能，才能树立品牌形象，提升品牌服务价值，我们要珍惜每一次公司提供的培训机会。家电行业里竞争激烈，我所在的衢州普农家电卖场里，厨电品牌多达十多种，两年多的一线导购工作让我受益匪浅。我比较喜欢学习和反思，我觉得一定要多学习，多了解xx品牌理念和企业文化，对产品知识掌握的越多就能让顾客更信任你，也能使自己的工作干得更好。对于学习，我们不仅要学习自己品牌的产品知识、特性，同时，还需要了解行业内的所有产品，进行详细的市场分析，对核心的竞争对手做出策略性的应对方式，这样在导购过程中就能够知己知彼，开展工作。

3、对产品和自己要有高度的自信心。对产品及自己强大的自信心，将我与顾客之间的关系建立得更加美好。用自信及热情去感染顾客，热情、执着是我能在导购这个岗位取得一些成绩的内因。更重要的是我能依托xx这个平台来发挥自己的专长，让自己的工作成为自己的事业，是我最骄傲的地方。同时要用充满激情的心态对待每一位顾客。

4、良好的心态是做好导购的基础。作为导购员，保持好心态，永远用最真诚的态度去面对工作和顾客，抓住每一次机会，全力付出，努力过了，就不会后悔，同时快乐地营销！心态决定成败，时刻保持一种积极向上的心态，设定阶段性目标，并为达成目标努力。

## 豆奶销售部篇四

做了几年的医药代表，感慨颇多，也许我们在很多时候也会常说坚持就是胜利，但是问题在于真正有几个人能够坚持到最后呢？成功的人毕竟在少数，因为他们能把工作当作是一种习惯，始终如一。

主动。只有主动才会有成功的机会。刚开始做销售员的时候，

我每次去药店拜访回来，同事或是领导问我为什么没有签到单？我的任务没完成，我总是在找借口，在抱怨环境恶劣，别人生意不好之类的，在我找借口的同时我觉得自己变得越来越消极了。有几次都对领导说我不想做了，真的做不下去了，我的领导也是我的好朋友他就会不厌其烦的教我鼓励我，每当我情绪低落的时候，我都会看看他发给我那些鼓励我的信息，就会暗暗给自己鼓劲，在内心反复的念着你一定行、你一定行的，我坚信一点，只要有付出，就一定会有回报的。事实证明我比以前进步了。

始终如一，给自己在不同时期制定一个销售计划。

我刚开始处于一种积极向上的心理状态，就把拉单作为一种首要目标，现在想来真可笑，可以说是一种没有方向性积极，最后事倍功半，得不偿失。争强好胜的我太急于求成了，最后搞得自己精疲力竭。现在我不同了，我为自己设定一个时间表，一个销售计划，今天我去拜访哪里，明天我又要去先做什么，后去做什么。在对待自己的业绩上，我以自己上个月的目标来衡量，哪怕在这个月我只增长了几十块钱的销售额，我也会感到很有成就，因为我的销量在不段的的增长，只因这样，我一直保持着一种乐观的态度去对待工作。在客户跟进方面，我能站在别人的角度去考虑问题，别人不可能第一次就与我签约，但对我们产品好象感兴趣的客户，我就在本子上做上记号，作为重点筹划如何进行下一次的跟进，可能我定的目标是在第二次的接触中让那些在第一次接触中认为我们产品广告力度不够的客户，一次又一次的认同了解我们的产品，我深信将带来的是最终的成功。

客户至上，要耐心听客户的反馈。

作为一个销售人员，我们的时间是有限的，所以我们每去一个地方都是在计划内的，我们不可能对那些点头的客户都觉得有希望，而在一个月的时间里个个不放过，从而浪费了大量的时间在那些置后合作的客户身上。但你可以应用你空闲

的时间来打打电话，想一些方法和语句来探探风，来决定客户的急迫程度。

三赢思维，站在公司，客户，自身的三方角度上思考问题。

在整个的销售过程中，有时我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，去考虑事情，这样对客户直说，客户就会觉得我们坦诚，因为他们最怕一些不诚恳、不守信用的人，让你的客户加深对你的信任度，那你也就快将要成功了。

知己知彼，先理解客户，再让客户来理解我们。在进行完与客户第一次接触后，我们一定会碰到许多客户因不理解、误解产生问题而将我们拒之门外的事。也会因一些老客户用了我们的产品后，因很多主客观的原因，不愿同我们继续合作下去。当遇到这样的一些障碍时，我们不能先去抱怨客户，他不够理解我们。要先了解事情，难后站在他们角度上想一下问题，近快把能解决的问题处理好，重新把客户争取回来了。

不断创新，不断超越、不断成长！

我们作为一个销售人员，一定要有不断超越的精神，让自己不断的成长！其实除了看书外，我认为在工作中，用心去学是相当重要的，我们能从客户那里学到丰富的产品知识及产品美中不足的建议，我们也可以从同行那边学到知识，那样才能“知彼知己，百战百胜”，在竞争中，让自己处在一个有利的位置。我们要不断的超越自己，在不断超越自己的同时，你已经超越别人了。我一直保持着一种乐观的态度去对待工作，我相信总有一天会轻松到达顶峰！

## 豆奶销售部篇五

7月来到福赛特，我就提出了全员销售的要求。但就一个

仅30-40人的小微企业而言，在市场竞争日益激烈的今天，企业有限的研发都要考虑投入产出实效，战战兢兢挣扎在生死存亡的艰难环境中，根本无法理清销售和营销的关系。

从理论上讲，销售是一种现代经营思想，其核心是以消费者需求为导向，消费者或客户需求什么就生产销售什么。或者就是适应潮流的创新，引导客户往前看。这是一种由外向内的思维方式。而销售主要是以固有产品或服务来吸引、寻找顾客，与销售相比，恰恰相反是一种由内向外的思维方式。

现实中我们只能走销售之路，管理层面在力所能及的范围内考虑消费者和市场需求，创新只是理念上的认知和期盼。此种情形下的全员销售，更多的是希望全体员工能以企业为重，打破部门岗位界限，围绕设计、研发、生产、销售群策群力，一起艰难前行而已。

初期，我也只是在一定的交际圈宣传我们的企业和产品。自己对安防产品的定位和大家的认知差不多，所以牵线搭桥、意向交流基本都是安防监控工程和设备采购方面。因为竞标、比价、成本核算等诸多因素，直接成交者甚少！

四、至于一些原本我非常熟悉的服务商，因为我推广套餐的角色变换，他们完全换了一副面孔！回避、借口、推脱什么花样都有！

面临种种危机，企业要生存、转型，无论是销售还是营销都必须进行，一个信念就是：“功夫不负有心人”，辛勤耕耘，必有收获！

## 豆奶销售部篇六

销售饲料是饲料营销员的重要工作。谈到销售技巧，每个人都有自己的方法和经验，做为一个从事饲料营销多年的“老兵”，下面我们共同探讨一下饲料销售的一些方法，抛砖引

玉。

饲料营销员首先必须要领悟公司的工作重心、工作方向、销量计划、产品结构、重点市场、促销策略等。明白自己的销量计划及完成任务的步骤方法，把销量计划分解到每一个经销商和养殖户，老客户无法完成的销量，再列出新客户的开发计划；根据销售计划，明确自己的重点市场、重点客户、重点产品及销售策略；规划好自己的行程安排、销量的时间分解，保证计划的顺利完成。

## 一、饲料销售的硬件准备。

1、职业套装。这是饲料营销员的“第一笔”投资，应倾其所有买一套自己喜欢的职业正装。服装虽然不能造就完人，但初次见面给客户的第一印象，90%都来源于服装。服装要根据自己的行业特征，略高于自己的客户标准，整洁、大方、得体；夏天，上衣不能无领无袖，皮鞋不能露指露跟，体现自己的专业和素养。

2、产品样品、说明书、实证资料、价格表等。如果说营销员是饲料营销的枪支，那么这些工具就是饲料营销的弹药。价格表应该有两份，一份是给客户看的市场零售价格，一份是自己掌握的价格表(标明现场折让、月奖、季奖、年奖等)，后一份价格表才是我们的“绝密军事机密”。

3、自己负责市场的地图。一般以县级的地图为好，村庄、道路标注清晰，甚至标有多少个乡镇、村庄、地形、气候、经济、文化、养殖、特产等。有了它，我们就能直观掌握养殖分布、客户分布、竞争态势、行程路线，在某种意义上这与军队的作战地图同等重要。

4、几本必须的书籍，如动物饲料营养、畜禽疾病防治、饲料营销等。书到用时方恨少，事非经过不知难，临阵磨枪，不利也光。知识的积累是一个漫长的过程，只有日积月累，才

能成为饲料营销的专家。

5、一台有无线网卡的笔记本电脑。现在一台笔记本电脑也不贵，但它对饲料营销的作用并不小，随时接收公司信息、汇报工作；浏览行业信息，帮助客户决策；可以做记录、统计；可以存一些公司的影视宣传资料，直观展示公司的形象；可以配上养殖诊断软件，做好养殖服务等。

6、交通工具。现在，一些饲料企业以给车补的方法，鼓励营销员买小汽车，如果经济条件不允许，一辆摩托足矣，经济、实用、方便。因为摩托车购买成本低，使用成本也低，机动性能好，方便随时随地停靠。

## 二、饲料销售的软件准备。

包括必要的培训学习、工作计划等，都不可疏忽轻视，有备而来才能稳操胜券。准备好开场白、该说的话、该问的问题、有可能的回答，事前的充分准备与现场灵感所综合出来的力量，往往容易瓦解坚强的对手而获得成功。

1、内部信息。与公司及产品有关的资料、说明书、实证资料等，均须努力明白熟记，还要了解养殖饲料的成本、当前的盈亏情况，同时也要搜集竞争对手的广告宣传资料、说明书及养殖效果，加以研究分析，以便知己知彼，采取相应对策，克敌制胜。

2、自我了解。为了把自己的长处发挥得淋漓尽致，可用白纸黑字把自己的长处清清楚楚写出来，对自己、客户也要知己知彼，才能扬长避短。

3、相关信息。饲料营销必须多读一些有关经济、营销、养殖等方面的书籍杂志，这些都是建立多渠道的灵感源。最好每天收看中央电视台一套节目的新闻联播，了解国家社会信息，政治、经济、军事、体育、娱乐、名人轶事等新闻大事，这

些都是平时与客户谈话聊天的源泉，容易找到客户感兴趣的话题，且不至于孤陋寡闻见识浅薄，给客户留下知识渊博的好印象，迅速建立客户信任，为成交打下良好的感情基础。

4、先找养殖户，再找经销商。从养殖户那里了解养殖情况、饲养习惯、对饲料的偏好、当地养殖成本、养殖需求；哪些竞争对手做得好，如何回避；哪些地方做的差，而刚好是我们的长处；避实击虚，才能尽快切入市场。当我们对市场了如指掌再找经销商谈，经销商会因此而折服，也会因我们的强势而合作。如果我们先找经销商，在合作前一般都不乐意告诉我们真实情况，虚假水分很多，还会造成经销商的优势心理，谈判不易成功。

5、改变，要想改变结果，首先改变自己。营销环境每天都在变化，所以与时俱进才是饲料营销成功的保证，我们必须具备“全天候”的作战能力。与“天”斗——行情即天，这不是营销员甚至哪个饲料企业能改变的客观现实；与“地”斗——区域市场的客观情况；与“人”斗——竞争对手、经销商、养殖户；与“己”斗——忍受挫折，享受成功，努力争取更好成绩。我们只有具备昂扬斗志，精心准备，才能胸有成竹走向市场前线，并取得新的胜利。

### 三、销售饲料的拜访规划。

首先拜访老客户，沟通落实本月的销售计划及销售政策，政策要与销量挂钩，不要无条件退让，这是保证销量的基础。其次，拜访上月有合作意向的新客户，找出客户犹豫的关键问题，利用好公司的新客户政策，督促经销商尽快进货。准备货款、订货、准备仓库，找目标养殖户做实证示范，制定传播方案.....饲料到以后几天，最好不要离开这个经销商，尽快帮他把手续管理到良性循环。新老客户拜访一遍，再反复评估月底销量能否完成，如果相近，则积极帮助经销商销售；如果差距较大，则应加大新客户开发的力度，源源不断的新客户，才是保证营销成功的活水源泉。

#### 四、销售饲料的“游戏”规则。

1、了解市场。通过市场调研，了解养殖规模、市场容量、主销饲料的质量和价格，我们饲料的相对优劣势、制定我们的产品、价格、渠道、促销策略。

2、三到位。设法落实销售饲料的三到位：经销商、养殖户、核心养殖户。三到位辅以在三个环节进行工作，在养殖户中做实证示范、培养核心养殖户，科技讲座(会议营销)进行推广复制。这是销售饲料成功的经典运作方式与步骤，细节上虽然不可一刀切，但没有这个完整的运作模式就没有一切。简言之，通路——推广——示范——典型——传播，不可或缺。如果饲料营销员不能让经销商经销饲料，经销商不能让养殖户反复购买，什么营销技巧都毫无价值。不成交，就没有销售；不示范，就体现不出饲料的优秀品质；没有核心养殖户，饲料就没有说服力；没有营销会议的低成本传播，再成功也难以快速滚动复制，迅速拓展市场，一切就这么简单。

3、巩固老客户、开发新客户。我们对老客户的“怠慢”，正是竞争对手的可乘之机，不用多久，我们就会自掘坟墓——不论是经销商还是养殖户。随时储备新客户，以免我们在下月销售任务前手足无措，甚至六神无主。任何时候，我们都要准备一个随时可以替代的潜在经销商，以免经销商提出这样那样的无理要求，得寸进尺，永不知足。经销商重利轻义，我们只有“抓一备二看三”，市场的主动权才能永远抓在我们手里。在现有经销商良好合作前，我们只能把其他经销商当成行业朋友来交往，不要做任何承诺，否则我们就有可能蛋打鸡飞，偷鸡不成蚀把米，谁都不会再搭理我们。

4、日常营销工作汇报。坚持写工作日志，总结当天工作，思考明天计划，写清楚今天工作内容、拜访客户、地址电话、成绩不足及总结反思；还要写清楚行程路线、车费、住宿地点、宾馆电话、每天发短信或月底交公司，以便领导存档查阅。字体和人品一样，要端正清晰，这样做不仅是为了向公司交

代，也是为了自己工作方便。写工作日志也是逼自己去思考，随时记录自己反思的灵感火花，然后筛选一些可行的进行落实，工作就能更上一层楼。

5、销售饲料也要有良好的思想素质，爱心、信心、耐心、细心。饲料营销就是发现、引导、满足经销商、养殖户的需求，让他们发财致富，当然也是一番奉献爱心、传播爱心的事业。我们只有相信自己，相信自己的产品和服务能给经销商、养殖户创造价值，我们才能义无反顾地走向市场和客户，让客户从我们的信心中看到希望和未来。营销都是从拒绝开始的，只有“先苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身，行拂乱其所为，所以动心忍性，增益其所不能。”，只有耐心坚持，我们才能赢得最后的胜利。我们无法计算，有多少客户是因为我们一点点小的冷漠或过失而失去的——忘记回电话、约会迟到、没有说声谢谢、忘记兑现随口对客户的承诺等，细心也许正是一个饲料营销员成功与失败的标志。

## 五、销售饲料中存在的问题与对策。

1、客户反映饲料质量不好，实际上是想让我们向经销商和养殖户介绍正确的使用方法或提供必要的养殖服务，把饲料的正常功能发挥出来。养殖效益来源于三个方面：品种、营养、管理，我们应多和养殖户沟通，找到养殖户养殖过程中存在的问题，并对症下药，定制科学的养殖解决方案，给养殖户创造更大的经济价值。

2、客户反映饲料价格太高，实际上是想让我们介绍饲料价格高的原因，怎么让养殖户接受我们的饲料。最实用的对策是，召开养殖户会议，讲解饲料的功能，做好实证示范，让养殖户、经销商看到实实在在的养殖效果，自然就能打消客户的价格顾虑。

3、饲料经销商说新饲料销售难度大，不愿销售，实际上是经销商想让我们告诉新饲料的销售方法。我们应详细介绍饲料

的营销方案，实证示范、会议营销、重点突破，滚动坐庄，让经销商看到区域市场的成功案例。不管怎样，饲料经销商面对的问题不外有二点：销量和利润，只要我们让经销商看到希望，其他问题就会迎刃而解。

如何销售饲料，是一个系统问题，是我们每一个饲料营销员必须具备的能力和素质。只要我们拥有必胜的信念，就一定能找到适合我们自己的解决方案。