

# 2023年销售培训计划方案(汇总6篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 销售培训计划方案篇一

在营销竞争中既需要系统战，又需要超限战——打破市场界限，改变游戏规则。企业应当着力于发现创意点、寻找关键点、理清切入点和整合联结点，以实现营销突围。

“911”事件已经过去将近xx年，迄今为止，美国人掘地三尺，尚未找到全球恐怖主义的始作俑者本·拉登。美国为什么对本·拉登恨之入骨？因为他用超乎寻常的方式发动恐怖袭击，他摧毁的不仅是世贸中心，更是美国人的自信以及美国妄图称霸世界的野心。

靠刀枪剑戟争夺天下的冷兵器时代早已过去，决定现代战争胜负的要素已经发生变化，先进的武器装备、现代化的信息技术成为赢得战争的关键。于是，我们看到各国军费开支猛增，军备竞赛愈演愈烈。但时至今日，世界上仍不乏以小搏大、以弱胜强，甚至不按常理出牌将军事强国“斩于马下”使之无可奈何的案例。这便是由中国人提出的现代军事理论——超限战。

### 超限战系统战

通常，我们称传统意义上全副武装、完整布局的战争为系统战。与之相反，这种颠覆既有的战争规则、超越所有限制、不分前线后方，使用尽可能的手段达到战争目的的战争形态，

被称为超限战。对超限战来说，不存在战场与非战场的区别。战争可以是军事性的，也可以是准军事或非军事性的；可以是职业军人之间的对抗，也可以是以平民或专家为主体的新生战力的对抗。

商场亦战场。营销发展至今，各种营销理论日趋完善，各种营销战略、战术日益多样。一方面，营销已进入更加成熟的时代，品牌日趋集中，消费者日趋理智，要赢得战争需要系统战——系统的准备、大笔的投入和持续的累积；另一方面，无论市场多么成熟，竞争多么激烈，缝隙永远存在，也一定存在给企业进行“超限战”的机会。

中国的营销人都应该对中国市场的庞大和变化深有感触，对中国企业尤其是中小企业来说，以“尖刀突破”的方式进行“营销超限战”是以小搏大、以弱胜强、攻城略地的不二法门。只有打破市场界限，改变游戏规则，才能获得竞争优势。只有白刃贴身，以雷霆之势在万军之中取敌方将领首级，才能克敌制胜。简而言之，中国企业需要打一场尖刀突破的超限战。

## 超限战的核心

世界上没有绝对的强大和弱小。强者没有强大到不可被战胜；弱者没有弱小到不能参与竞争。强者有其弱点，因此强可以瞬间转变成弱；弱者有其强项，因此弱可以瞬间转变成强。关键就在于找到那个强弱之间力量转化的点。这个点在哪里？就在我们的产业链条(包括原料、生产、物流、渠道、终端和消费者六个环节)中。

## 四点突围，超越营销极限

硬碰硬的战争是有边界的，大家在同一范畴、维度、标准下进行比拼。任何市场都没有绝对的红海，在红海中发现蓝海，将行业的赢利点改造为你的市场切入点，这种重新改变规则

的营销手段就是超限战。

整合联结点，改变消费形态

车可以租，但是你听说过家电也可以租吗？这并不是痴人说梦。

邦家就是这样一家专门租赁家电的公司。通常家具的利润比较高，2? 3折就可以拿货，但家电品牌机基本上是67折。这家公司以团购低折扣买进各种家具、家电等家用产品，再转手以1? 4折租出去(租期通常是两年)，赚取其中的差价及服务费。租出去的产品回收后，可以请厂家翻修，然后放到二、三级城市或者农村市场，以二手货的形式折价卖掉，邦家等于赚两次钱。同时，这一模式不仅能帮生产制造商解放过剩的产能，开辟另一条销售渠道，又能为租户节省一笔家具折旧费用。

邦家其实做了一件事，那就是创新销售形态，并进行资源整合。在销售形态上将产品的所有权与使用权相分离，同时它也获得了将消费者的押金使用两年的机会。对于折旧率很高、毛利率较低的家电产品，邦家无疑改变了这个行业的销售业态。

营销无处不超限

“明媚的夏日里天空多么晴朗，美丽的太阳岛多么令人神往……”30年前，一首脍炙人口的《太阳岛上》让哈尔滨成为闻名全国的旅游胜地，哈尔滨也因此最早成为中国城市营销的超限战案例。今天，我们看到一首《春天里》让原本默默无闻的“旭日阳刚”成为家喻户晓的网络明星。无论是企业还是城市，无论是明星还是草根，我们相信，营销无处不超限，人生无处不超限。

## 销售培训计划方案篇二

1公司产品商业的前景

2适应领域和现阶段销售范围

3售价与销售情况

4推广和销售手段等相关资料

二产品专业知识

1产品优势简介(讲解)

2产品使用需要的硬件及网络环境(讲解)

3产品的功能主要分为(讲解)

4产品与同类产品的价格以及同类网络营销方式的比较

补充：

演示光盘使用培训，也可同时使用演示光盘配合讲解教学。

三销售人员人际沟通，销售心理，基本技能培训

(软件产品销售的概念)

(商战不是产品之战，是观念之战；销售的最高境界在于：不谈销售达到销售的目的。成功关键在于思想上对公司的美好前景充满信心，对自己也充满信心。成功秘诀：决心大，主动性强；以人为主体的，创造、主动地思维。)

业务员的基本素质

1、首先对专业知识的掌握(会安装，详细了解公司软件产品的功能及特点)

2、注重个人形象和公司形象

下一页更多精彩“销售员培训计划”

## 销售培训计划方案篇三

2、培训员由部门领导担当，并对培训效果、考核结果负督导责任；

3、受训人员如未能经过此次培训考核，将由部门出具书面意见，做延迟转正、劝退处理；

### 二、工作计划

第一天：熟悉工作环境、熟悉团队、初期磨合；

第四天：接待技巧、4次传单、每人留资3个，围棋情景模拟、国学基础专业知识学习；

第五天：4次传单、每人留资3个，国学情景模拟、美术基础专业知识学习；

第六天：掌握销售技巧与接待流程、4次传单、每人留资3个，情景模拟、围棋助教、考试验收。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 销售培训计划方案篇四

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。

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。

着装、仪表、站姿、电话接听、保密意识等。

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。

下发销售人员行为准则，制定严格的接待、签约、回款流程。

下定、缴款、签订合同等。

基本知识竞争

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。

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。

(1) 公司业务制度：包括薪金、提成、设计、产品质量、售后服务。

(3) 客户心理把握：了解掌握客户心理测试、提高工作效率。

(4) 市场：了解开发客户、数量、交货日期、到贷期限。掌握第一手资料。

(5) 市场分析：比较分析各企业收费、质量、售后，着重了解本公司的配套体系、设计能力、售后服务。

(6) 用户100问：收集、整理客户提问率最高的100个问题，由经理总结出最合理的答案，为业务员的作答统一口径。

(7) 素养培训：综合素质、职业道德教育。

## 销售培训计划方案篇五

### 一、计划目的

1、加强公司高管人员的培训，提升经营者的经营理念，开阔思路，增强决策能力、战略开拓能力和现代经营管理能力。

2、加强公司中层管理人员的培训，提高管理者的综合素质，完善知识结构，增强综合管理能力、创新能力和执行能力。

3、加强公司专业技术人员的培训，提高技术理论水平和专业技能，增强科技研发、技术创新、技术改造能力。

4、加强公司操作人员的技术等级培训，不断提升操作人员的业务水平和操作技能，增强严格履行岗位职责的能力。

5、加强公司员工的学历培训，提升各层次人员的科学文化水平，增强员工队伍的整体文化素质。

6、加强各级管理人员和行业人员执业资格的培训，加快持证上岗工作步伐，进一步规范管理。

### 二、原则、要求

- 1、坚持按需施教、务求实效的原则。根据公司改革与发展的需要和员工多样化培训需求，分层次、分类别地开展内容丰富、形式灵活的培训，增强教育培训的针对性和实效性，确保培训质量。
- 2、坚持自主培训为主，外委培训为辅的原则。整合培训资源，建立健全以公司培训中心为主要培训基地，临近院校为外委培训基地的培训网络，立足自主培训搞好基础培训和常规培训，通过外委基地搞好相关专业培训。
- 3、坚持“公司+院校”的联合办学方式，业余学习为主的原则。根据公司需求主流与相关院校进行联合办学，开办相关专业的专本科课程进修班，组织职工利用周末和节假日集中授课，结合自学完成学业，取得学历。
- 4、坚持培训人员、培训内容、培训时间三落实原则□xxxx年，高管人员参加经营管理培训累计时间不少于30天；中层干部和专业技术人员业务培训累计时间不少于20天；一般职工业务技能培训累计时间不少于30天。

### 三、培训内容、方式

#### (一)公司领导与高管人员

- 1、中央、国家和政府的大政方针的学习，国内外政治局势、经济形势分析，国家有关政策法规的研究与解读。通过上级主管部门统一组织调训。
- 2、开拓战略思维，提升经营理念，提高科学决策能力和经营管理能力。通过参加企业家高端论坛、峰会、年会；到国内外成功企业参观学习；参加国内外著名企业高级培训师的高端讲座。
- 3、学历学位培训、执业资格培训。参加北大、清华以及中央、

省委党校的学历进修或mba□emba学习;参加高级经营师等执业资格培训。

## (二) 中层管理干部

1、管理实务培训。生产组织与管理、成本管理与绩效考核、人力资源管理、激励与沟通、领导艺术等。请专家教授来公司集中授课;组织相关人员参加专场讲座;在公司培训中心接收时代光华课程。

2、学历进修和专业知识培训。积极鼓励符合条件的中层干部参加大学(专本科)函授、自考或参加mba及其它硕士学位进修;组织经营、企管、财会专业管理干部参加执业资格考试,获取执业资格证书。

3、强化项目经理(建造师)培训。今年公司将下大力组织对在职和后备项目经理进行轮训,培训面力争达到50%以上,重点提高他们的政治素养、管理能力、人际沟通能力和业务能力。同时开通“环球职业教育在线”远程职业教育网,给员工提供学习的绿色通道。要求公司各单位要选拔具有符合建造师报考条件,且有专业发展能力的员工,组织强化培训,参加社会建造师考试,年净增人数力争达到10人以上。

4、开阔眼界、拓展思路、掌握信息、汲取经验。组织中层干部分期分批到上下游企业和关联企业学习参观,了解生产经营情况,借鉴成功经验。

## (三) 销售人员

1、组织专业技术人员到同行业先进企业学习、学习先进经验,开阔视野。年内计划安排两批人员到单位参观学习。

2、加强对外出培训人员的严格管理,培训后要写出书面材料报培训中心,必要时对一些新知识在公司内进行学习、推广。

4、对质量管理、会计、从事体外诊断等需通过考试取得专业技术职务的专业人员，通过计划培训和考前辅导，提高职称考试的合格率。

#### (四) 职工基础培训1、新工入厂培训

XXXX年继续对新招聘员工进行强化公司的企业文化培训、法律法规、劳动纪律、业务技能、团队精神、质量意识培训。每项培训年不得低于8个学时；通过实行师傅带徒弟，对新员工进行专业技能培训，新员工合同签订率必须达到100%。试用期结合绩效考核评定成绩，考核不合格的予以辞退，考核优秀者给予一定的表彰奖励。

2、抓好销售业务人员的培训。

(1)、销售的基本概念销售的概念

销售人员的`行为准则销售模式介绍

(2)、销售人员个人发展销售人员的能力素质销售人员的心理素质销售人员的礼仪和仪表

(3) 公司政策及营业方针介绍

## 销售培训计划方案篇六

1. 公司成立时间

2. 服务项目与性质

3. 消费形式. 套餐及单点现买或后买

4. 经营特点音乐. 灯光. 服务. 美女. 酒水. 小菜

5. 经营方向。打造本地娱乐先锋。

二。公司的企业架构分以下几个部门

1. 销售部。演艺部。2. 营业部。3保安部。4. 企划部。5. 工程部。6行政部。7. 财务部。8. 后勤部。

三。销售人员的功能及工作内容

1. 巩固老客户，开发新客户。

2. 合理的促进客人的消费力《二次促销》多次促销。

3. 销售人员应具备胆大心细，脸皮厚，察言观色，为人圆滑，善于交际健谈。

4. 能主动去调动客人的消费气氛。

四。销售人员对待工作的态度

1. 多听，多学，多看，多问，责任心要强。

2. 为人诚实，敬业，对公司忠诚。

3. 工作积极勤劳，不怕累不怕吃苦。

4. 不可带着情绪上班。

5不是为了工作而工作，要把公司当作一个学习场所。

6. 行政上绝对服从。服从上级布达的任务和指令。配合公司的方向走。服从意识要强。

五。公司的人事制度

1. 上班时间及打卡制度

2. 缴纳一些相关证件

3. 公司对员工的福利。

4. 仪容仪表的要求，《1. 着装的要求，化妆，发型，2. 礼仪礼貌的要求，礼貌用语及运用。

3. 仪态举止。举例；个人的不良习惯，挖鼻子，掏耳朵，在客人面前打哈欠打喷嚏等。

## 六. 销售部的规章制度及要求

1. 不准迟到或早退

2. 仪容仪表，庄重大方稳重。着装要整齐。

3. 如请假病假的程序。

4. 不准和客人发生争执。包括语言上的和肢体上的冲突。视情节处罚或开除。

5. 不允许作单及知情不报。

6. 不允许携带饮品或零食进入公司。帮客人带者重罚。

7. 不准将同事及客人的钱或物品占为己有，如：手机，钱包，打火机，香烟等。妥善保管顾客遗留的物品，如有拾到不交者按偷窃行为处理。情节严重者移交公安部门处理。

8. 严禁传播有损公司信誉，散播谣言或在公司拉帮结派，对公司同事进行语言或人身攻击，不得谩骂侮辱他人。说他人是非。挑拨离间。相互拆台。情节严重者给予重罚或开除。

9不得擅自进入公司重地。如消防监控室，配电房，办公室，收银台，工程部，化妆间，仓库，厨房等。

10。禁止吸食或贩卖，违者开除及移交公安部门处理。

11。不准帮客人降低消费及索取发票。

12。不准同事之间打架或发生冲突视情节严重处罚或开除。

13。不可以代人或托人打卡，如特殊情况另处理如喝醉。

14。不准泄漏公司经营方案及业绩，公司制度及处理方案。

六。如何日进入工作状态，访台的程序流程。

1。如何和客人打招呼。

2。怎样一个自我介绍，说话要底气十足，销售人员首先先销售自己，打造个人客人对你的认知度和认可。

3。察言观色。找合适的位置坐下。

4。怎样与客人找话题聊。平时多看书报了解些时事经事。

5。怎样找时机进行调动气氛，如做游戏，唱歌等。

6。怎样找时机进行合理的促销。二次促销或多次促销。

7。收集客户信息资料并进行确认，及今后的拜访联系。

七。销售的技巧。

1。顾客大概可分以下几种。1，熟客老客户，公司固定的消费群。2，熟客带过来的新客人要重点开发。3，常在各家娱乐场所娱乐的客户基本不固定，4，散客的类型，偶尔能够出

来玩，公司聚会或朋友生日结婚等。初次到本地或本场所。很多可以开发为固定客户。

2. 顾客的消费能力及消费心态;1, 有钱且愿意花。2, 有钱没钱好面子, 3. 没什么钱只做一次消费4, 有钱但不愿怎么消费, 可做重点开发利用个人魅力。但大部分客人都是理性消费。

3. 认识客人的技巧。克服自己心里障碍, 胆大心细脸皮厚。找寻适当的时机切入, 言谈举止, 派发名片。合理的利用手中权利, 如, 小菜果拼赠送等。但不可把方便当随便! 利用我们的身份, 如我刚来想和你认识一下等。借助其他同事的介绍。沟通时尽量顺着客人的意识, 要察言观色。聊天时应视桌面上的酒水量, 应主动给客人加酒。访台一般要访三次。加深客人对我们的印象。第一次十分钟左右, 第二次找寻机会合理冲酒水。第三次留下客户资料。

## 八. 促销的技巧。

察言观色, 分清主宾, 是谁买单, 掌握客人的消费心理, 判断其有没有消费能力, 会不会再次消费。客人过来消费的动机。如, 泡妞, 放松, 唱歌, 应酬请客等。判断客人是否为新老客户。一般老客人会有订房人主动衔接。判断客人喝酒时的感觉, 如倒酒倒多少。音乐的大小。主动和客人进行互动娱乐。穿针引线, 利用各方力量合理的冲酒水。灵活的把握和客人接触的时机进行促销, 其实任何时机都是促销的好机会。靠的是大家多巡台。多发现问题, 针对不同的情况做不同的对策。经常性的恭维客人。如。哇。大哥。你女朋友真漂亮, 女人一被恭维。男人就会有面子, 让他们掏钱就容易的多。如何利用推销手段达到高额利润。

1, 熟记客人姓名和他的爱好, 以便日后再光临时介绍方便, 增加你的信心,

2, 熟悉公司的消费模式。售卖的酒水饮料及小菜的价格及知识。如, 洋酒, 红酒, 啤酒, 饮料, 小菜, 甚至花环!明白所推销的食品, 饮品的品质及口味。

3, 客人不能决定要什么时要为客人提供建议, 介绍高价, 中价, 底价多款式。由客人去选择, 按客人不同身份和不同喜好不同民族文化。去推销不同类的饮品。

4. 不断为客人斟酒。

5, 收空杯, 空碟时应礼貌的询问客人还需要加些什么。

6. 男士多的应推销各种酒类, 女士则饮料, 小孩则推销适合他们的各种食品及饮料。根据客人的喜好进行有力促销。

7, 根据不同类型的客人进行各种方式的推销, 如, 家庭型, 朋友聚会或公司聚会, 庆祝生日或结婚。业务招待, 请客。情人约会等。

九。树立正确的工作心态。

1, 顾客永远是对的。

2, 如果顾客是错的请参考第一条,

3, 100-1=0的法则。

4, 树立工作危机感, 今天不努力工作明天努力找工作。

5, 优胜劣汰, 竞争的公平性, 难道你认为你自己不如别人吗?

6, 每天要保持良好的精神状态。

7, 对待工作的责任心及服务的主动性, 只有将公司当成自己

的家，公司才会把你当家人看。举例。

8，不要去羡慕别人，如果他过的比你不好，那么，是因为他对工作的敬业和更多的付出才能得到。不要一步登天应要脚踏实地。

9，梦想，实干，用心，用力，毅力，时间等于创造财富！

销售部的原则。为公司创造更高效益为根本目的。为公司创造更多的价值