

# 2023年内衣销售培训个人总结(精选9篇)

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。相信许多人会觉得总结很难写？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 内衣销售培训个人总结篇一

今天开会是有此以来收获最多的一次，从早上九点半一直开到傍晚六点多，这是有此以来公司规模最大的一次会议。刚回到安溪自己马上回想会议的整个内容，把它给记入下来，如果不好好总结下，那会议就白开了，永远得不到进步。开这次会议目的就要教会我们这些业务及推广如何学会跟客户沟通，及对市场的操作。听了这次会议后受益匪浅，深感体会。为我解开了很多雾团，让我有了方向感和前进的动力。

在与客户沟通的过程中，三不说：没准备的话不说；没依据没数据的话不说；情绪欠佳时不说。要懂的三必说，赞美的话，感激的话，对不起。就这些短短的几句话就概括说我们在交流时该注意的。在任何的沟通过程中，你要做好事前的准备，懂的你做什么，为什么做，谁来做，我们要如何，交流的目的和意图是什么，规划好这些后，你的沟通才能够有效的开展，顺不顺利那是另外一回事。确认需求，明白客户需要的是什么，我们能兑现给他的是什么。当在交流过程中发现异议时，要学会在顺着客户的争议给他一一解说，为她化解他的顾虑。要让他明白我们是站在他的立场为他着想的，为他赚更多的利益，要知道任何商人都是利字当头。这样才能达成协议。最后就是实施，在这一环节也就是客户对你的兑现，和你对客户的承诺，要求我们要诚实守信，商场上要更多讲究信用，这样生意上的合作才能长久。

在整个沟通过程，我们是备有筹码的，但记住我们的筹码能

不抛尽量不抛，不要轻易抛，只有在逼的无路可走时，才最后压上筹码。一旦一开始就压上了，可能还没到最后光头也许你就输了。这也就教会我们花最少的钱赚更多的利益。想想自己沟通过程，实在存在很多短板，讲话没有煽动力，不够沉稳。给客户的感觉就像强迫，强买强卖。语气轻点又感觉自己没魄力，让客户买不到放心。这样的交易很难达成。一名好的业务，销售员都是刚中带柔，柔中带刚，强软兼施。

人一旦走上销售这条路，想退路难，想前进更难。退路难那是因为你走上了舍不得放弃的路，销售是个很会历练人的路，你一旦踏上一般人都很难往后退，他带给你的发展空间很多，提升个人能力的好机会，你自己会很想往下走，想看看前进路是怎么样子。但你要明白，前进的路是坎坷的。前进的路是更难的。佛像为什么能成为千百万人仰拜，那是因为它的前期也要经过千刀万剐的削磨。一名优秀的销售员成功的销售员，往往是做到别人做不到的事。今天有幸听说赖守汉副总经理从何从一名推广专员在进公司短短一年半的时间当上了副总的位，真的很震撼，还有晋江营销中心张经理为了开发新的客户，自己下海证明他的能力，他能给客户创造的利益是多大，在客户没有认可和支持的情况下，大夏天的一顶帐篷，一个人做起促销活动，很多东西都是自己目前没法比拟的。发现自己跟他们比起来，自己远远做的不到位，他能做到自觉，对工作负责，勤奋学习。自己呢有点太满足于现状，这样永远得不到进步，或者进步很慢。记住每当我们进步时，可能很多人会忽视竞争者也在进步，社会在竞争，适者生存，你要明白你不吃别人，别人可能就会吞并你，尤其在商业这行业上。

## 内衣销售培训个人总结篇二

随着新年脚步的临近，\_\_年年的各项工作即将结束。\_\_年年年初，市场部根据公司的统一要求和销售市场情况的变化，制定了较为系统全面的销售培训计划，以“\_\_年年是寿力培训年”为行动指南，精心组织，积极协调，通过一年的探索实

践，顺利地完成了销售培训计划，有力地支持了我公司的销售工作，达到了年初制定的销售培训工作目标。代理商销售人员整体素质和业务水平有了较大提高，“技术行销”深入人心，初步实现了“关系型”销售向“专家型”销售的转变。

值此岁末，现将市场部一年的销售培训工作总结如下：

对\_\_年年的销售培训工作，市场部实行多地点、多层次、封闭式的培训办法，始终把握“技术行销”的宗旨，采用集中脱产培训形式进行，并与销售实践相结合，力争每一名参训学员成为合格的专家型销售顾问。

## 一、销售培训工作内容

根据销售培训过程中的实际需求，市场部特拟定了开卷考试题，以巩固培训效果，具体见下表：

### 寿力固定式空压机系统销售培训考试题

1. 什么情况下使用冷冻式干燥机?什么情况下使用吸附式干燥机?
2. 请简述寿力“十年保固“的含义。
3. 请以图示形式给出空压机系统的典型配置，并简要说明使用场合。
4. 请简要说明24kt的产品特点及对客户的益处。
5. 哪些环境和使用因素会影响sullube的寿命及正常使用。
6. 空压机排气管和供气母管连接方式。
7. 进气量质量较差，会对空压机产生哪些影响?

8. 计算机之间互相通讯所必需具备的两个条件是什么?
9. 用户要求供气管网最低供气压力为7bar[]应该选用多大的空压机联网?
10. 容灰量与使用寿命的计算。
11. 过滤精度的表示方法。
12. 简述寿力油气分离器的特点。

## 二、销售培训管理工作

市场部承担了销售培训所有组织工作，包括培训通知的下发，学员的召集，培训地点的选择，课程的安排，人员的食宿，培训效果调查等，销售部对我们的工作给予了大力协助，在此表示感谢。在具体培训过程中，我们积极主动地与培训学员沟通，对代理商、代理商学员提出的合理要求及时满足，对培训过程中出现的问题及时协调解决。

## 内衣销售培训个人总结篇三

总结我这一段时间来的工作，是比较忙碌并充实的。这段时间来在领导的指导、关心下，在同事们的帮助和配合下，我的工作取得了一定进步，为了总结经验，吸取教训，更好地前行，现将我这一段时间下的工作总结如下：

一、端正态度，热爱本职工作态度决定一切，不能用正确的态度对待工作，就不能在工作中尽职尽责。既然改变不了环境，那就改变自己，尽到自己本份，尽力完成应该做的事情。只有热爱自己的本职工作，才能把工作做好，最重要的是保持一种积极的态度，本着对工作积极、认真、负责的态度，踏实的干好本职工作。

二、培养团队意识，端正合作态度在工作中，每个人都有自己的长处和优点。培养自己的团队意识和合作态度，互相协作，互补不足。工作才能更顺利的进行。仅靠个人的力量是不够得，我们所处的环境就需要大家心往一处想，劲往一处使，不计较个人得失，这样才能把工作圆满完成。

### 三、工作内容

- 1、负责研发执业药师、事业单位招聘（e类）讲义、配套习题、编辑公众号所需软文等。
- 2、承担授课任务，包括执业药师、事业单位（药学）笔试课程、医疗结构化面试课程、公开课、体验课等。累计授课超过600小时。
- 3、依据全省事业单位往年出公告的时间，进行运营，预热市场，设定预计招生目标，对课程内容、价格优惠进行调整，解决地市客服端的产品问题。
- 4、了解地市需求，给予地市宣传物料补给，收集地市线上线下渠道中的信息，进行数据分析。将运营中的结果回传至总部，传达总部产品决策。
- 5、配合地市完成公告期间的活动调整，在面对电销转化率逐渐下降的现状，进行未转化原因分析，优化话术，缩小名单范围，开拓新的合作单位。
- 6、收集竞品，完成竞对分析，组织区域市场调研。

### 四、存在不足

工作有成绩，也存在不足。主要是加强业务知识学习和克服自身的缺点，今后要认真总结经验，克服不足，把工作干好。

1、强化自制力。工作中无论你做什么事，都要对自己的工作负责，要加强自我克制和容忍，加强团队意识，理智的处理问题，不给大家和谈对造成麻烦，培养大局意识。

2、加强沟通。同事之间坦诚、宽容、沟通和信任。我能做到坦诚、宽容和信任，就欠缺沟通，有效沟通可以消除误会，增进了解融洽关系，保证工作质量，提高工作效率，工作中有些问题往往就是因为没有及时沟通引起的，以后工作中要与领导与同事加强沟通。

3、加强自身学习，提高自身素质。积累工作经验，改进工作方法，向周围同志学习，注重别人优点，学习他们处理问题的方法，查找不足，提高自己。

最后还是感谢，感谢领导和同事的支持和帮助，我深知自己还存在很多缺点和不足，工作方式不够成熟，业务知识不够全面等等，在今后的工作中，我要积累经验教训，努力克服缺点，在工作中磨练自己，尽职尽责的'做好各项工作！

## 内衣销售培训个人总结篇四

品牌内衣的陈列分为橱窗陈列和货场陈列，其中橱窗换季陈列的目的是传递单向信息，而货场陈列的规划则主要是顾客购买。店铺换季陈列的任务如果分配到橱窗和货场两个部分，两者有不同的功能。

### 季节改变看橱窗

以季节为时间信号的时尚消费品市场，季节信号也意味着竞争的信号。以潮流为导向的商家，往往可以比自然时间更快地传递季节信息。季节变化对于人类基本社会行为的影响已经越来越小，但是季节对于服装内衣零售的时间因素性影响依然显著。

## 橱窗换季看植物

可以选择对季节变化最敏感的植物。最常见的是花卉和树木，其中由于花卉体积小，易于做设计处理，所以更适合在橱窗换季时使用。而大型乔木必须变化形式才能解决体积问题。需要注意的是，并不是所有的植物都可以在有限的橱窗中呈现。对于体积较小、方便购买的植物可以使用真实的道具；而对于体积较大、购买困难的植物，可通过艺术化的模拟转换来演绎橱窗换季。

## 货场换季看组合

如果说橱窗的换季主题充满浪漫主义色彩，那么出于商业理性，货场陈列必须以现实主义为中心——突出新季节主推的商品主题系列。店铺的引导区和通透橱窗背景区的女性内衣商品必须以同主题同系列的原则与橱窗主题相组合。

让商家头疼的问题是时尚内衣商品换季时新旧货品的更替。往往是过季货品舍不得放弃主销位置，新季产品上市之前举步踌躇。胸罩内衣商品的促销功能之一就是通过对商品组合出样的周转变换，提高店铺整盘货品的存转率，在不同的时间推销不同的主力商品系列，让所有在销售计划中的商品角色都要有当主角的机会。

在换季陈列时，应该将新品有计划地在不同时间内出样，伴随时间发展逐渐取代所有过季产品。过季产品在设计研发时一般也会考虑季节的产品过渡问题，这时过季产品也不要急于退出销售舞台，首先在橱窗换季主题更换的时候让出引导区和橱窗组合区，将店铺剧情的导演权移交给新季产品，有计划有批次地退出货区。

## 商品换季看主角

换季陈列的橱窗主题设计和货区组合的设计的最终目的是达

成销售。如何将所有的努力归结到文胸内衣产品上?关键是从橱窗换季主题设计到货区组合最后到商品主推的视觉逻辑指向性要清晰明确。如果能够将同系列同主题的货品与相应视觉主题区域紧密的组合起来,就可将顾客的注意力集中到这个主题上。

## 内衣销售培训个人总结篇五

### 一. 市场现状:

据调查, 60%的女性不知道内衣的型号,有些连自己的胸围尺寸也不清楚;90%以上的人认为内衣太贵是一种浪费;而关于内衣款式只有15%的女性选择性感。这一调查结果虽然未必全面,却也说明了内衣市场还有待开发,需要一些方法等去打开更好的市场。

### 二. 内衣店所在位置及现状

#### 1. 位置状况

东莞市是一个以工业区为主的都市,我司内衣店分布为,莞城,横沥,黄江,东坑,后街,茶山,人群的消费能力并不太高,对内衣了解及理念模糊;私人内衣店较多,价格和款式不亚于品牌店和连锁店。以上情况会给公司在市场流失不少客户。

#### 2. 人员状况

销售人员流动大,培养一位合格的员人需要一定的时间和物质。

销售人员销售技巧及专业知识不够扎实,会导入客户对新产品的信任度。店长对公司的系统流程认识不够。



### 3. 店面形象

店面形象也是一个产品的形象。产品的类型，款式和陈列，根据消费者的

不同来进行调配。现在很多私人的也主意到店面形象，形象好会更吸引有消费能力的或年轻人来购买产品。

### 4. 促销活动

活动期间可以更快的消化不良库存或带动其它产品的消化。

### 5. 库存的管理

需计划和执行补充库存，更好的确定进货和出货多少，何时定货。减少出

现过多的不良库存。

## 三. 针对以面不足订下以下营销方案及建意

1. 东莞市以工业区为主城市，可以中低档为主打市场，在价格不亚于私人店，以连锁品牌优于私人店。

2. 对人员进行相关的培训，可一个月进行一次培训，主要是销售技巧。要求是：销售人员以前的被动销售转为主动销售。现在市场无论是私人或连锁品牌都应该是采取主动。

对店长进行，公司系统流程的重点培训，更好管理店面。

3. 店面要有一个标准的陈列形象，每月给予考核。款式可根据当店的销售指数，实施发放。

4. 促销方式除了传统的打折外，赠品是不可缺少的东西，类似的东西女人喜欢的相关联的东西无非是袜子、丝巾、肩带、

毛巾、化妆包、化妆镜等普通的东西，可以经过一些点缀，或者在包装下点功夫，取得能达到一定的效果。最大众化东西其实往往也是最受欢迎的。

5. 库存可以通过以上促销的方式进行消化，做好更准确的数据，以店长负责计划和控制，进行每个月的消化报告，做到多进多补少退。

## 内衣销售培训个人总结篇六

俗话说：“万事开头难”，千里之行始于足下，良好的开端是成功的一半，对于目前内衣市场的竞争格局来说，通过开业前后有效的营销策略扩大店铺及品牌的知名度，对于该店后期的生存、发展无疑起到举足轻重的作用。本人通过长期的市场实践，认为以下几种策略、方法对于开业前期店铺的宣传具有相当的借鉴意义。

### 以制造强大人流量为刚开业内衣店扩大宣传策略

即使不迷信什么黄道吉日，但尽可能科学的选择开业时间是很重要，要尽可能通过目标群体细分及市场调查，知悉什么时段较休闲，从而网罗较多的顾客，造成轰动的效果；一般是选在周六与周日开业是的，因为一周当中这两天是人最有购物感觉的两天，也是人流量最多的时候；顾客是有从众心理，喜欢热闹的，喜欢人多的。就像有的终端商说得那样，甭管今天做了销售业绩有多高，看着人多就舒服，有了人气，将来必会带来兴隆的生意。

### 以浓郁的购物氛围为刚开业的内衣店扩大宣传

内衣店铺开业一定要有开业的气氛，要让顾客知道你是新开业的店铺，说不定有便宜可占哦！我虽不勉强一定要放什么烟花，但一定要想办法搞些花蓝，而且越多越好，太少了不行，

没有气氛;当然如果条件允许,也可以配备彩虹拱门,加之搞些乐队之类,但这都不重要,重要的是要有开业的气氛;开业气氛的营造可以增加进店率,有了进店率才可以有成交率。

此外店铺播放音乐也是非常重要的,而且是有动感的音乐,没有音乐的店面是沉寂、可怕的,开业时当你试着把音乐停下来,人们说话的嘈杂声一下子就凸显出来,大家会一下子显得不知所措;音乐声掩盖了人们的嘈杂声,同时也增加顾客的安会感。静悄悄的内衣店让女性顾客缺乏安全感,不敢去试身,也不利于放松心情购物,最终导致不能成交。

### 以奇异的促销策略为刚开业的内衣店扩大宣传

由于近些年来消费者长期养成的习惯,如果开业没有一些促销之类,顾客会不适应,其实并不是要求卖赠商品有多大价值,也并不是要求一定要让利;但是采取的促销方式或选择的促销赠品一定是“新、奇、特”。不能标新立异、独具匠心,面对当今社会浩瀚如大海之商品,就一定不能抓住消费者的眼球,吸引消费者注意,当然就更不能让消费者接受了。因此我在走访终端市场时,一般都会要求终端商促销赠品很精致,市场上一般是见不到的,女孩子一见就喜欢;又或者促销手段、方式很特别,令人在尝试后终生难忘,由于本人精心准备了西游记中很多人物的服装道具以致于走秀现场及最后拍大头照都具有创新意味,最终那次活动场面火爆,参加活动的络绎不绝。为此,本人认为我们终端内衣店铺在策划促销活动时,一定要不落俗套,结合自己身边的人和事,加以独创方可取得预期效果。

### 以促进第一次成交为刚开业的内衣店扩大宣传

新店开业,顾客进店,顾客图的是新鲜,而我们则要让顾客有购物的体验;当顾客有了一次在店中购物的体验后,下次来,就有熟客的感觉,下次来,心情就会放松,下次来,就有机会建立友情逐步成为忠实顾客。这就是为什么我们常说有了

第一次就有第二次;另外当顾客选购了第一件商品时,会大大增加购买其它商品的购买欲望;这就是为什么本来我们到超市只是为了买一瓶洗发水,最后搞了一大堆东西回来。所以准备一些价廉物美、物超所值,人人都可以购买,多一个不多,少一个不少的商品,是非常有必要的;例如超市常常会把鸡蛋、洗衣粉、食用油做为此类商品;我们37度内衣品牌内衣旗舰店开业时总是会多准备一些小耳环,小饰品之类,也是这种通过层层递进、逐步渗透的方式来发展一批又一批的忠实会员、使得我们在全国市场节节攀升。

以周到、细致的开业前期预备工作为刚开业的内衣店扩大宣传很多店在装修期间的促销是一片空白,十多天的装修期,店门口人来人往,白白浪费了,其实这时可以做一个显眼的大喷绘,一个临时性的广告,花费不是很多,百余元就可以,广告内容可以是即将开业的品牌形象宣传,也可以是开店促销的一点透露或让人惊讶、感叹的资讯,还有一种省钱的方法就是拉一个条幅,上写“距某某店开业还有多少天”,也是不错的,造成顾客的期待与好奇感,为即将开业造势。此外制作精美的内衣营销人员招聘广告也是新店开业很好的宣传策略,很多店只是简单的写个招聘二字或几句招聘要求;因为开店必然要涉及招聘导购人员,精美的招聘广告有时意义大大超过招聘本身,起到很好的宣传作用。其实我们以前也经常看到一些公司在报纸上通过整版的招聘广告以及巨资招聘某一职位来显示公司的实力,其目的和道理都是同样的。

## 内衣销售培训个人总结篇七

培训了四天,我是优秀学员,得了大红本本。自信满满以为自己无敌了。然后正式进入工作状态。最后一个破蛋出单的是我,第一个月出单最少的是我,这个月到目前为止出单最少最后破蛋的还是我。经理最照顾的是我因为我实在太笨了而且看起来好像挺弱的,她担心我想不开虽然比我小几岁nnd比我小几岁当经理了!好吧,尽量少说粗话!通过辞

职通过新工作，让我感慨良多受益匪浅。

### 1口才很重要，说服力更重要

做销售的，不单单要对所sall产品熟悉，专业，透彻，说明力更重要。口才只是表面的装饰，说明力才是重点。说服力不够，很难说到客户心坎上，同理性不足，达不到共鸣，当然不能引起客户对你的信任，就更谈不上和你合作，买单。怎么才能说服力呢？首先要相信自己，说服别人之前必须要说服自己，只有自己肯定了你的话，才有可能让别人相信你的话。然后是有针对有重点，有的放矢的去说明你的产品，不能一大通乱七八糟不知所云。客户没有时间听你废话，尽量用简单有效的几句说出你的目的。当和客户发生异议时，要有同理性，顺着客户的心理往下走，才能增加客户的好感度，达到共鸣。最后主动出击，让客户看清利弊，做出选择。当然，很多只能sayyes的问题，最好都扔给客户自己去回答，这样的话，你在说明客户的过程中，也让引导了客户自己说服自己，事半功倍。

### 2没有文化真的很可怕，没有能力更可怕。

我以为我没文化已经很可怕了，进了尊安，发现没能力更可怕。主管，经理都是很年轻的小姑娘，有好多都是比我小的，但是做事却雷厉风行，严谨认真，心里常常暗暗叹服。同事的口才更是了得，能把死的说成活的，快死的能说成活蹦乱跳的，活得好好的能捧上天当美猴王了。文化知识可以补充，很多企业都有培训，都是读过书的人，学习能力都不会太差。但能力并不是每个人都有，所以要多加锻炼。特别是趁年轻，尽量多学习多揣摩，可不能像我现在这样，老大徒伤悲。

### 3艺术说话，展现个人魅力

你在销售产品的同时，也是在销售你这个人。这当然是和个人性格有关的。但是每个人都是有魅力的，怎么样展现自己

的个人魅力，就靠说话的艺术。没什么人愿意听你语调平平念书一样宣读你的产品你的优势。说话跟唱歌似的，人家喜欢刘德华你就唱忘情水，人家喜欢周杰伦你就唱青花瓷，当然，就算人家喜欢李宇春你也最好能哼哼几句阿么阿么。所谓见人说人话见鬼说鬼话，在销售方面，绝对是褒义。

#### 4. 态度决定一切

做销售考验人的心理承受力，做电销考验人的忍耐极限。没有良好的心态，就会容易受到客户的影响。上一个客户让你很不爽，如果不能及时调整情绪，你的不爽就直接影响下一个客户，这样恶性循环，你就失去客户的好感度，那么接下来的沟通就变得难上加难。没有人愿意跟黑脸的张飞说话，所以不打笑脸人，你开开心心乐呵呵的和客户沟通，客户大多态度也会柔顺很多，能够听进去的话也多点，那么成功的希望就大点了。

#### 5. 要学会感恩

公司理念，感恩放第一。学会感恩，你会得到更多。这个适用在任何行业任何领域任何人任何物。只有心怀感恩，上帝才会给你更多回报！

总结写了那么多，都是从自己的不足来总结的。希望自己能看到自己的不足，加油努力，做到最好，给自己一个完满的结局。就算转不了证，也要努力过才知道自己行或不行。陈丽，加油！！！！

销售培训心得

销售培训生

销售培训生

销售培训流程

销售培训生

南宁销售培训

销售培训课件

服装销售培训

销售培训感想

销售学习培训总结

## 内衣销售培训个人总结篇八

我们在20xx年继续坚持“学习无止境”的精神，牢固树立培训是长期投入的思想，推动公司员工向更高的目标看齐，下面介绍一下今年的工作情况：

20xx年共举行内训xx项，分别质量管理意识培训占xx%[]专业技能培训占xx%[]规章制度与职业道德培训占xx%[]共计xx课时，参训xx人次。

培训课程主要集中为以下几类：

- 1、员工必修类：企业文化培训、职业道德规范、管理制度；
- 2、重点培训：软件测试、开发及管理[]xx[]
- 3、新员工岗前培训。

2020xx年培训费用总计为xx元，费用均为下半年，因上半年没有做培训成本这一项。

### （一）取得的成绩：

1、建立制度性培训体系。以往，公司培训工作缺乏系统性制度，培训管理幅度和力度很弱，培训资金无保证，员工培训意识差，培训工作开展十分困难。今年质量管理部投入大量精力，在总结了以往公司培训经验的基础上，优化培训管理流程，完善教育培训制度。重点加强了培训需求分析和培训项目审批流程，在多次征求各单位意见后，全面提升公司培训工作的制度化、规范化管理。

4、不断改进培训方式，积极探索新的培训模式。

### （二）存在的问题和不足：

1、培训工作考核少，造成培训“参加与不参加一个样，学好学孬一个样”的消极局面，导致培训工作的被动。

2、培训形式缺乏创新。只是一味的采用“上面讲、下面听”的形式，呆板、枯燥，提不起学员的兴趣，导致学员注意力不集中，影响了培训效果。

3、原则性不强。不能严格执行培训纪律和有关规定，对违反者睁一只眼闭一只眼，不能按章办事，这是导致培训纪律松懈、秩序较乱的主要原因。

4、在年中所做培训中我们还不难发现，一部分人员感觉培训过于频繁，另外一部分员工则反应得不到相应培训，这是一个不容回避的问题，作为致力于学习型组织的企业，首要的培训任务是要使全员树立培训意识，为企业发展和自我发展充电。而培训层面的不均衡，更是需要20xx年去大力改善。



5、内部讲师授课技巧普遍不高，有待提高，制作课件水平不足，自主研发课程能力有所欠缺，所以，以上需要改善，进一步规范内部讲师管理，提升内部讲师授课水平，推行内部讲师认证，真正打造一支合格称职的内训师队伍。

### （一）有利条件：

1、公司改制后，改制企业的机构、人员做完调整后，改制企业员工的综合素质和工作技能的提高，以及企业文化的再建，必然是下一阶段的工作重点，培训工作的任务必将增加，良好的培训效果和质量也会越来越得到公司领导的重视。

2、随着xx体系《培训管理程序文件》的发布，公司教育培训体系正在初步建立，培训工作有了制度的指导和约束，将大大的有利于以后工作的展开。

### （二）具体措施：

1、作好培训基础工作。

《培训管理程序文件》虽已发布，在具体执行过程中一定还会遇到各种困难，还需要我们的不断总结和及时调整。在具体工作流程上还需要进一步理顺，在管理制度上还需要多方面补充。还要进一步加强培训资料的收集和培训器材的配置，加强相关工作人员的专业素质培训。

2、建立培训资源网络，进一步丰富企业培训资源。

公司业务的广泛性也决定了公司各部门培训需求的广泛性。为了较好的满足公司成员的培训需求，选择合适的培训课程，培训讲师，配置合适的培训资源，我们必须取得大量及时、准确的培训信息，扩大培训业务联系，建立起自己有效的培训资源网络。特别是要积极与比较强势的专业机构保持好战略性的`合作伙伴关系，及时掌握前沿的动态信息，并横向了

解到业界相关的热门需求，调整思路，并就某些具体项目达成合作协议。

3、重点建立一支富有实践经验，熟悉现实情形的内部讲师团队。

培训需求的多元性和企业内培训资源的有限性的矛盾，已经越来越突出。建立一支富有实践经验，熟悉现实情形的内部讲师团队就变的越来越重要了。培养起自己的内部讲师团队，首先大大节约了公司有限的培训经费，其次，为公司培养了一批各个领域内的专家，再次，也可以在员工中树立起学习的榜样，培养员工的自主学习思想。以往的实践表明，听过公司内部领导讲课的员工都能觉出，企业高级主管对企业经营认识之深刻、解释之透彻更容易让大家接受和理解，应该积极倡导高级主管都为培训工作做出良好的表率。在具体措施上，重点加强对管理人员各项培训的同时，也从制度上明确、选拔优秀管理人员作为企业内部讲师。并建立起一套企业内部讲师的日常管理、激励、考核制度。

## 内衣销售培训个人总结篇九

开店做生意，不论做什么交易，都需要把东西销售出去。但是你懂得如何销售吗？销售是一门技术活，需要讲究技巧。销售是一种以结果论英雄的游戏，销售就是成交。在销售员的心中，除了成交，别无选择。但是顾客总是那么“不够朋友”，经常“卖关子”。内衣导购唯有解开顾客“心中结”，才能实现成交。在这个过程中方法很重要，以下介绍排除客户疑义的几种成效法：

1、顾客说：我要考虑一下

对策：时间就是金钱。机不可失，失不再来。

(1)询问法

通常在这种情况下，顾客对产品感兴趣，但可能是还没有弄清楚你的介绍，或者有难言之隐(如：没有钱、没有决策权)不敢决策，再就是挺脱之词。所以要利用询问法将原因弄清楚，再对症下药，药到病除。

## (2) 假设法：

假设法马上成效，顾客可以得到什么好处。如果不马上成交，有可能会失去一些到手的利益，利用人的虚伪性迅速促成交易。

## 2、顾客说：太贵了

对策：一分钱一分货，其实一点也不贵。

### (1) 比较法：

与同价值的其它物品进行比较。如：钱现在可以买a□b□c□d等几样东西，而这种产品是您目前最需要的，现在买一点儿都不贵。

### (2) 平均法：

将产品价格分摊到每月、每周、每天，买一般服装只能穿多少天，而买品牌可以穿多少天，平均到每一天的比较，品牌显然划算。

### (3) 赞美法：

通过赞美让顾客不得不为面子而掏腰包。如：先生，一看您，就知道平时很注重(如：仪表、生活品位等)的啦，不会舍不得买这种产品或服务的。

## 3、顾客说：能不能便宜一些

对策：价格是价值的体现，便宜无好货

(1)得失法：

交易就是一种投资，有得必有失。单纯以价格来进行购买决策是不全面的。光看价格，会忽略品质、服务、产品附加值等，这对购买者本身是个遗憾。

(2)诚实法：

在这个世界上很少有机会花很少钱买到最高品质的产品，这是一个真理。告诉顾客不要存在这种侥幸心理。

4、顾客说：别的地方更便宜

对策：服务有价。现在假货泛滥。

(1)分析法：

大部分的人在做购买决策的时候，通常会了解三方面的事：第一个是产品的品质，第二个产品的价格，第三个产品的售后服务。在这三个方面轮换着进行分析，打消顾客心中的顾虑与疑问，让它“单恋一支花”。

(2)提醒法：

5、顾客讲：它真值那么多钱吗？

对策：怀疑是奸细，怀疑的背后就是肯定。

(1)投资法：

做购买决策就是一种投资决策，普通人是很难对投资预期效果做出正确评估的，都是在使用或运用过程中逐渐体会、感受到产品或服务给自己带来利益。

## (2) 肯定法:

值! 再来分析给顾客听, 以打消顾客的顾虑。可以对比分析, 可以拆散分析, 还可以举例佐证。

## 6、顾客讲: 不, 我不要……

对策: 我的字典里没有“不”字。

### (1) 吹牛法:

吹牛是讲大话, 推销过程中的吹牛不是让销售员说没有事实根据的话。而是通过吹牛表明销售员销售的决心, 同时让顾客对自己有更多的了解, 让顾客认为您在某方面有优势、是专家。信赖达成交易。如: 我知道您每天有许多理由推脱了很多推销员让您接受他们的产品。但我的经验告诉我: 没有人可以对我说不, 说不的我们最后都成了朋友。当他对我说不, 他实际上是对即将到手的得奖(好处)好不。

### (2) 死磨法:

我们说坚持就是胜利, 在推销的过程, 没有你一问顾客, 顾客就说要什么产品的。顾客总是下意识地抵防与拒绝别人, 所以销售员要坚持不懈、持续地向顾客进行推销。同时如果顾客一拒绝, 销售员就撤退, 顾客对销售员也不会留下什么印象。

我们在平时的交流交谈中要讲究技巧, 我们要注意说话的方式和语气。有人说我不喜欢向人低头, 开店做生意, 就是做人气。如果你不想让你的顾客扭头就走, 不想让你的店铺没有生意。那么甜言蜜语喜死人, 一句话要会说, 这样顾客才能喜欢, 才能购买你的产品。