

# 最新销售人员员工培训方案(通用5篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 销售人员员工培训方案篇一

本酒店对销售人员的培训，公司实施三级培训体系，由酒店人力资源部制定具体的培训计划并组织实施，相关部门予以协助。

培训重点具有共性的培训对分公司或本部门所涉及的专业技术进行培训重点是针对操作性较强的岗位进行培训（本酒店销售人员暂时没有进行这一环节的培训安排）

实施者酒店人力资源部各分公司、各部门各分公司、各部门。

### 1、公司级培训

公司级培训内容主要包括以下四个方面。

（1）酒店概况。主要包括：历史背景、发展特点与发展规划、组织结构、主要管理情况等。

（2）酒店的规章制度。主要包括：员工纪律、培训制度、工作日程、进餐时间、超时工作等制度。

（3）员工的职业说明。具体包括：员工的工作职责、如何配合酒店的整体运作、行为标准、酒店对员工的期望、所在部门的职责等。

(4) 酒店的文化和管理理念。主要包括团队精神、酒店经营理念等。

(5) 了解酒店信息：按客人参观线路对酒店各经营场所进行参观并了解各经营场所的具体位置、装饰特点、营业时间、电话号码、经营特色，最终能为客人提供参观服务和有吸引力的推介。

(6) 了解工作内容：了解营销人员的岗位职责、素质要求、作息安排、工作内容、规范标准、所处位置、组织架构、汇报渠道及协调注意事项。

(7) 了解服务项目：通过学习服务信息手册、酒店宣传资料，熟记酒店应知应会基础知识，能完整地、生动地向宾客进行酒店内部各点的介绍；能及时为客人提供店外信息咨询服务。

(8) 了解沟通方法：通过学习管理人员通讯录及各部人事分工、内部常用电话等，熟记并掌握主要常用电话等。

(9) 了解电话礼仪：熟练掌握电话拨打、接听、转接、等候、挂机等功能，使用电话的礼节礼貌及注意事项等。

(10) 熟悉客户档案管理，要能准确、及时地将客户档案进行整理。

## 2、分公司或部门级培训

市场环境分析：

1、酒店周边经营环境分析

2、竞争对手情况摸底分析

3、酒、店优劣式分析

## 4、销售目标分析

### 订单跟进工作：

- 1、订单跟进的意义
- 2、订单跟进的程序
- 3、异常订单跟进程序

### 客户沟通技巧

- 1、沟通类型分析
- 2、沟通技巧分析

### 酒店业务推广：

- 1、市场调查
- 3、宣传推广工作实施
- 4、销售陈述技巧
- 5、促销活动的效果分析

销售谈判技巧：倾听技巧、提问技巧、应答技巧、拒绝技巧、客户异议处理等

### 客人需求管理：

- 1、需求分析
- 2、供给分析

### 3、供需管理的基本手段

2、公司级培训结束后，营销部按照本部门制定的培训计划，进行岗前专业培训，由本部门组织实施，人力资源部予以协助。

3、岗前培训结束后，各部门按照岗位服务项目继续对新员工进行专业技能培训。

4、在职人员的培训以人力资源部为主导，可采取派员实地培训、返回总部参加培训、视频培训、资料学习等多种方式进行。

1、分公司或部门的培训实施时间，视酒店的实际经营需要而定，以不影响酒店的实际运营为限。

2、培训主办部门应依据在职培训实施计划表按时实施培训，并负责该培训的全部事宜；如培训场地的选择、教材分发等。

3、各项在职培训实施时，参加培训的学员应签到，教育培训部应切实了解上课、出席情况。

4、参加培训的人员应准时上课，因故不能参加者须办理请假手续。对于旷课、迟到、早退、不专心培训的学员，参照平时的奖惩规定处罚。

5、培训考试的成绩、成果报告，作为考绩和升迁的参考。

1、每期培训结束后，主办部门应让学员填写在职培训学员意见调查表，同考试答卷一并收回，送讲师转人事部审核，为今后再举办类似培训提供参考。

2、为评估各部门培训成效，各单位主管应填写培训成效调查表，由教育培训部汇总，并参考销售绩效的变动，分析、评

估培训成效，之后做成书面报告，经上报审核后分送各部门及有关人员，为下次培训提供参考。

## 销售人员员工培训方案篇二

采取多样的培训文化宣导方式，合理使用多媒体设备进行企业文化及知识的宣传与引导。

根据公司整体的战略规划，提升市场销售人员的专业技能，强化市场管理，提高企业市场占有率，增强企业在市场中的竞争能力，特制定公司销售团队培训计划。

因为目前营销团队成员大部分为新员工和刚毕业的大学生。所以培训计划设计为四个步骤。培训的第一步，从信念、价值观和目标规划进行教育，纠正刚入职人员的就业观念和职业理念。只有在争取的观念引导下，员工才愿意配合企业才能认同企业。第二步培训从企业是什么角度进行教育引导，人到了一个陌生的`环境就会感到恐惧，我们从企业理念、企业价值观、企业文化等方面进行教育引导。当然这些不单只体现在培训上，我们还需要的是经常跟员工进行沟通和关心，让他们真切的认同企业。同时讲述企业所在环境产品的市场潜力让员工感觉到自己到了一个有前景有未来的公司，而自己销售的产品是有生命力的产品。第三步，当员工了解了公司是什么的时候，就应该让他们明白自己是什么角色，明确他的工作岗位，相关的公司制度，让员工明白在这家公司我可以做什么，什么不可以做。第四步员工需要明白的是如何开展自己的工作，这时候企业需要针对性的进一步明确公司可以有哪些支持，有哪些工具，产品的知识和行业知识，加强员工的基本销售技能、礼仪、沟通能力等基本销售知识，让员工能够开展工作。

在企业内部理论知识对销售人员进行的培训，其培训项目主要包括如表所示的7个

2、培训期为7天，培训过程当中，对新销售员的职业形象、人际关系处理、工作动机、团队精神、计划能力、现场应变能力、服务意识、机灵性、沟通能力、学习能力等进行评估，并每周如实填写《实习销售员评估表》，评估不合格者，给予辞退处理。

3、评估合格人员给予正式试用。同时安排到车间熟悉产品生产流程、产品结构等实际操作。培训期7天，由生产部安排专人负责。

4、车间实习考核通过后，公司将制定区域进行市场拓展实习，实习期为3—6个月。在此期间，销售副总要定期的对该销售员进行一对一指导、辅导，并提供一定的业务拓展帮助。

5、实习期被评定合格者，纳入正式销售员编制。正式销售员在后续工作方面，如不能完全胜任工作，可由人力资源部进行调换工作安排。

1、每项培训完成后，通过对参训人员的出勤统计，课堂表现，反馈意见表进行初级考核。《员工培训记录卡》在考核结果一栏，设“优、良、及格、差”四个级别，被评“差”者需重新学习或类似的培训课程。

2、根据内容的不同，设计笔试、现场实操等考核方式，由销售部及相关部门对参训人员进行考核，考核通过后方为培训完成，并将每次考核结果进行记录；考核未通过者需进行补考，二次考核不过者予以解雇处理。

3、培训完成后填写《员工培训记录卡》对员工的培训成绩、表现进行记录，作为加薪、提升的考核标准。

培训档案建立到个人，将培训的总结和结束后填写完毕的《培训考核表》、《培训效果调查表》等归入员工的个人档案中，完善员工个人档案的建立。

- 1、销售员动态表
- 2、实习销售员评估表
- 3、员工培训记录卡
- 4、培训效果调查表

- 1、本培训计划由人力资源部负责实施；
- 2、本培训计划从20xx年1月1日执行。

### **销售人员员工培训方案篇三**

针对xxxx据业务地面渠道营销项目的落地，公司新进人员日渐增多。同时，在整个项目的摸索前行阶段，为了让甲方对我们的员工持高度认可态度，培训工作尤显重要。通过制定公司培训计划，培养员工敬业心态，养成良好的职业素质，让员工对自己的工作有高度认同感，提升公司一线督导人员专业素质及与综合素质，这也是培训计划方案编制的出发点。

- 1、新进员工了解公司的基本情况，明确自己的职能范围与工作职责。
- 2、通过对联通数据业务地面渠道营销项目的诠释及分解，让新进员工对工作范围与职责有一个基本认识，为日后工作中的行为标准打下基础。
- 3、提升新进员工沟通能力与行业理解。
  - 1、结合公司休假考勤办法，让员工对公司的基本考勤规章制度有一定的了解。
  - 2、结合《商务礼仪》、《沟通技巧》等ppt形式提升员工基

## 本素质与职业技能

3、提问形式，充分发挥员工的主观能动性

4、答辩形式，检验培训效果和员工的理解能力；

5、结合个人对电信增值行业的理解与认识培训新进员工掌握与运营商打交道的方法与技巧。

1、公司的各项规章制度，岗位职责。例如行政管理制度、部门岗位制度等；

2、《联通数据业务地面渠道营销》项目目前的发展规划及方向；

3、《商务礼仪》

4、《有效沟通》

5、我们的员工应具备什么样的素质来适应运营商合作的要求与标准。

6、销售推广技巧、销售推广方法、销售、推广、督导、流程、经典案例；

8、团队建设的重要性及团队精神发挥的作用；

9、绩效考核及佣金奖励制度

4、巩固培训效果，提高人员素质，问题的解决不能单单靠一两场的培训，还需要大家的亲身实践与工作中的摸索，以积极向上的心态，将培训工作的实质效果最大化，使培训更快乐，工作更有效。

2、培训重视程度：培训参与人员完成情况进行考评，并计入

绩效分数；

4、培训对公司带来的影响及回报；

## 销售人员员工培训方案篇四

1、提升汽车销售人员的汽车专业知识及市场知识。

2、提高汽车销售人员的汽车销售技巧和客户沟通技巧。

3、提高公司汽车销售的售后服务质量。

4、提高企业的汽车销售业绩增加销售额

1、销售技能和推销技巧的培训：一般包括推销能力(推销中的聆听技能、表达技能、时间管理等)、谈判技巧，如重点客户识别、潜在客户识别、访问前的准备事项、接近客户的方法、展示和介绍产品的方法、顾客服务、应对反对意见等客户异议、达成交易和后续工作、市场销售预测等等。

2、产品知识：是汽车销售人员培训中最重要的内容之一。产品是企业 and 顾客的纽带，汽车销售人员必须对汽车知识十分熟悉，尤其是对自己所销售的汽车产品。

3、市场与产业知识：了解企业所属行业与宏观经济的关系，如经济波动对顾客购买行为的影响，客户在经济高涨和经济衰退期不同的购买模式和特征，以及随宏观经济环境的变化如何及时调整销售技巧等等。

4、竞争知识：通过与同业者和竞争者的比较，发现企业自身的优势和劣势，提高企业的竞争力。具体包括：了解竞争对手的产品、客户政策和服务等情况，比较本企业与竞争对手在竞争中的优势和劣势等。

5、 企业知识：通过对本企业的充分了解，增强销售人员对企业的忠诚，使汽车销售人员融合在本企业文化之中，从而有效的开展对顾客的服务工作，培养顾客对企业的忠诚。

1、 演讲-法：应用最广。非常适合口语信息的传授。可同时培训多位员工，培训成本较低。缺点是学员缺乏练习和反馈的机会。

2、 个案研讨法：提供实例或假设性案例让学员研读，从个案中发掘问题、分析原因、提出解决问题的方案。

3、 视听技术法：运用投影、幻灯片及录像进行培训。通常与演讲-法或其他方法一同搭配进行。

4、 角色扮演法：给受训人员一个故事让其演练。让其有机会从对方的角度看事情，体会不同感受，并从中修正自己的态度和行为。

5、 行为模仿法：通过专家示范正确行为，并提供机会让受训人员通过角色扮演进行行为演练。适合于态度与行为(如人际关系技巧)方面的培训课程。

6、 模拟法：创造一个真实的情境让受训者做一些决策或表现出一些行为。可减少培训成本。但要求受训者不能抱有玩乐的心态。

7、 户外活动训练法：利用户外活动来发挥团体协作的技巧，增进团体有效配合。但需注意某些课程的安全问题，另外培训费用也较高。

8、 电子学习法：受训者通过电脑、互联网、光盘等信息技术分散学习。

本次培训每天时间大致在上午的9：00开始。每课时为80分钟，

上午2课时，下午安排人员市调。地点是上海大众有限公司。

1、 企业内部培训专家：企业内部专职的培训人员，他们负责管理和协调企业的销售管理部门以及建立销售机构的培训和开发计划。

2、 企业销售人员：一般选择企业高级销售代表。销售经理：了解汽车销售人员的弱点并非常了解行业和产品特点，效果较好。

3、 外部培训专家：可以是销售培训的专业顾问，也可以是著名商学院销售学科方面的资深讲师。

## 销售人员员工培训方案篇五

1、 通过培训学习，帮助员工快速了解公司基本情况及各项管理制度；

2、 重点要系统地掌握产品知识、行业、市场发展状况

3、 提升销售能力、提高销售综合素质、解决问题的能力，帮助员工更好地完成任务；

4、 快速打开市场、出成绩、并提高销售部门业绩；

5、 增强团队意识与合作精神。

基本编制为10人， 销售经理一名 销售业务九名

销售部所有人员。

### 1、 目的

提升销售工程师所应具备的工作职责，加强销售工程师销售、

技术等能力的提升。

## 2、适用范围

市场及销售部人员。

## 3、职责

（销售工程师的工作职责）

## 4、培训内容与方式

第一、实际工作中，提升执行力应当重视以下两个方面□ a□  
给自己工作定位，明确分工：不同的性格、不同的经历、不同的处事方式就会有不同的结果。

每个人都从易到难，先做自己擅长的事。行为的约束，以人为本：很重要的是一个规范制度的制定。正所谓没有规矩不成方圆，制度是不可缺少的。制定制度时要以人为本，以人为本对内部来讲，是考虑到员工合理的要求；对外部来讲，是考虑到客户合理的需求。我们在制定工作制度时，一定要充分考虑到这些因素。

另：非出租人员在有租赁人员在场时不得接待进店的租赁客户。

### 第二、主管人员的核心工作：

1、目标管理：根据公司租赁的年度、季度、月度要求，管理人员根据整体租赁的目标，然后根据参与的人员数量和质量，把目标分解到每个销售员身上。分解目标的时间一定要细，即每个人每周要成交多少，每天要成交多少，再根据成交率来确定每个销售员每天要接待或是拜访多少个准客户，然后根据实际情况，再注意调整修正目标等等；例如：公司租赁

年度目标是24w□一年12个月，按12个月的就每月是2w, 8个租赁人员，那就是每人每月2500的业绩，需3单完成，按10%的客户成交率，2%人房源回访成交，需要30个客户，每天最少得接待跟进一个客户，回访5--10套房源。

2、表格管理：即根据目标管理和时间管理相结合，做出每年、每月、每周、每日的报表方案，每周必须结合报表做一次分析，跟据分析结果来调整目标方案，来对每位人员的工作问题对症下药。

4、运用好奖惩和监督机制：整个框架出来后，作为管理人员，全力做好监督工作和引导奖惩工作，把每一项计划落到实处，执行到位。

第三、团队凝聚力和营销气氛 一个团队的成员需要分工，又要讲究协作。凝聚力是团队无形的精神力量，是将一个团队的成员，紧密联系在一起看不见的纽带。团队的凝聚力来自于团队成员自觉的'内心动力，来自于共识的价值观，是团队精神的至高体现。

一个有着凝聚力的房地产销售团队，在外部表现为成员对团队的荣誉感及团队中的地位。团队的荣誉感主要来源于工作目标，团队因工作目标而产生、为工作目标而存在、为工作目标而追求。

## 5、附录

培训的内容主要根据销售人员的基本技巧与新入员工的常规培训作为载体，给予新入员工一个清晰、明确的工作方向和富有精神、文化的一个工作环境；通过逐步的加深培训内容让每一个市场销售人员能够在技能、工作技巧、知识等方面得到更多的提升；在优秀的市场销售员工方面更加注重人性、企业的核心价值、个人价值提升的一个提升辅助平台。

因此市场销售部门培训工作分成三大阶段:初步阶段、提升阶段、深度巩固阶段