

2023年销售读后感(优秀8篇)

在观看完一部作品以后，一定对生活有了新的感悟和看法吧，为此需要好好认真地写读后感。读后感对于我们来说是非常有帮助的，那么我们该如何写好一篇读后感呢？下面我就给大家讲一讲优秀的读后感文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

销售读后感篇一

我做电商运营。有一晚，我收到了竞争对手电话，想挖我。但她并非直接提条件，而是“靠近-提出”策略，先询问我司情况，包括架构，业务，薪酬福利之类的。但我私人原因并不算跳，不过还是继续聊聊，了解一下情况。

这位hr业务还行，一方面是“靠近-提条件”策略效果确实不错，但另一方面，感觉总是没抓到重点——总是不能抓到促使人行动加入的点，我想了想，于是这么跟她说：

“我知道你们hr也就是这几个大公司相互之间挖的，你也应该打了不少电话。虽然我不太感兴趣，不过可以给一些建议，让你从我们这里挖的时候，效率更高。”

然后就围绕《销售脑》的四个观点出发了：

一、是围绕痛点，我们痛点算比较多的了

我们公司算外包，压榨得算厉害，薪酬福利压得厉害，甲方事多压力大；但有相对规范的流程，适合新人或刚转行，对那些薪酬福利要求不高，想获得入行经验的人。所以痛点会比较多，前期靠近可针对性筛选。

二、是凸显诉求，这就对比来说

比如对手有打车补贴，我们没有；对手能平衡工作生活，压力小，双休，不用做自我总结，我们工作压力大，对接甲方，单双休，要做恼人自我总结。

三、是价值证明

可以推荐app第三方软件评价公司，或者跟跳过来的同事联系也没关系，这边可以提供。

四是传递旧脑，这里可操作的点更多了

侧重讲讲生活与工作，以及学习的东西，毕竟在这里确实很忙，工作压力很大。

最后hr说我特别有挖人的天赋，因为就这套东西真的挖了好几个哈哈。

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](#)

销售读后感篇二

担任职务：任销售部经理职位

工作描述：主要负责五羊新城广场前期销售所剩的小部分物业的出售及租赁工作，同时负责银行借贷业务，公司兼对大厦内各小业主放盘工作的中介业务。

离职原因：公司已结业

公司名称：广州市永晋经济发展有限公司(龙晖大厦发展商)

销售读后感篇三

读后感已经欠了很多篇了，倒不是没时间写，而是一本电子书看了很久，才四五分之一，那样就写了也太不负责了。昨早上天下雨不能出门，就拿着以前买的销售大师翻翻，突然想到，这个可以凑数！

有好几个世界级的销售大师，我把我这次看到的两位写下。原一平，我记得特别清楚。身高一米四五，三十多了一无所。没钱吃饭一天只吃两餐，晚上就睡公园的长凳。命真是比苦瓜还苦，但他依然每天对着每个人微笑，用他的话，这是价值百万的微笑。有次别人看到他这么开心，想请他吃饭，虽然特别饿，但他还是拒绝了，这位绅士特别敬佩他，最后成了他的大客户。

乔吉拉德，简直就是疯子。每天身上带着大把的名片，甚至吃饭付钱的时候，也把名片递上，特别重视人脉，同时在销售汽车时，不欺骗客户。他的250定律现在仍然是非常有效。

销售读后感篇四

《全能销售》这本书从心理，口才人脉三方面向我们讲述了该如何做销售，这些营销的经验与道理是值得我们所有营销人员学习探讨的。

《全能销售》这本书从理论到实践，深刻而形象的讲述了营销的玄机。书籍的编排让读者并没有较大的疲劳感而是至始至终有着看完的渴望，营销并不只是简单的销售，要做好销售就必须要从各个方面着手努力，将最好的营销做到极致。

销售是一种本事，营销是一种艺术。

市场营销就是管理有价值的客户关系，通过承诺卓越的价值吸引新顾客以及创造满意留住和发展顾客。要想做好市场营销，就如书中所述，第一就是要了解客户心理，掌握销售心理学。把握顾客的需要、欲望和需求是我们能够为客户提供产品、服务和体验的前提。顾客的需要是一种感到缺乏的状态，包括对食品、服装、温暖和安全的的基本生理需要，对归属和情感的社会需要以及对知识和自我表达的个人需要，这些都是人之所以为人的固有部分，而欲望是人们需要的表现形式，这受文化和个性的影响。在得到购买能力的支持时，欲望就会转化为需求，人们就会进行购买商品的活动。当我们掌握客户的心理时，就能及时提供商品、服务和体验来满足客户的需求，我们的销售也将会较为顺利。这样获得客户之后，就需要创造顾客价值，为顾客提供满意的服务，让客户长期在我行进行储蓄投资贷款等各种服务，并将其逐渐发展为优质客户为我行工作作出贡献。客户的购买行为主要受到文化、社会、个人和心理因素的影响，在大多数情况下，营销人员很难控制这些因素，但是我们可以考虑这些因素，通过对能够学习的文化、社会生活来接近客户，让客户在无形中产生好感，觉得在我行进行业务活动时是在让自己感觉舒适的环境中进行的，从而促使购买的决策行为。

本书的第二部分是关于销售口才方面的，这是在与客户交流中很重要的一个影响因素，能够直接导致客户购买决策的转变及倾向。而在这方面极为需要增强的就是销售人员，大多数销售人员是受过良好教育和培训的专业人士，他们为顾客增加价值并维持长期的顾客关系。他们听取顾客意见，评估顾客需求，组织力量解决顾客问题。这些过程中都需要以与

顾客的良好沟通为基础进行的，所以销售人员需要在口才功夫上花精力培养的。如何让顾客认识自己，让顾客相信自己，如何激发客户的好奇心，让顾客想买我们提供的产品服务等等。书中的很多例子能够运用到现实生活中，通过阅读也锤炼了我的口才技巧等各方面。

书中的最后一部分是关于人脉方面的，想要在职场上有朋友，第一步要先提升自己。需要别人帮忙前要先帮自己，让自己有充分的准备来迎接挑战及机遇，向顾客学习，服务并请教顾客，因为很多顾客的经历是自己所没有的，甚至很大部分是自己需要学习借鉴的，而如果忽视了这一过程可能就导致自己的止步不前也会慢慢失去原有的客户们。在不断地学习中也要尝试给客户创造机会，帮助客户给足面子创造里子，这样客户也会尊重自己让彼此成为相互学习的对象。还有极为重要的是对于中国人而言，所谓人脉，所谓圈子，所谓社会关系，所谓友谊，所谓资源所谓生意和交易，最后通通绕不开饭局！因此，如何创造饭局，进入饭局等都是需要循序渐进、稳步经营的过程，《全能销售》在这方面提供了较为丰富的经验体会供我们学习。

本书给我的体会会有很多，不管现实的情况到底怎么样，希望能够通过这次学习以及日后更多的业务活动来获取更多的经验与感悟，就努力的做吧。

《动感新势力》是2003年初基于《电子游戏软件》杂志社出版的《电玩新势力》热卖的基础上，以动画为对象出版的全新型动画影像读物。《动感新势力》与以往的动漫资讯书籍最大的不同之处，是对于动画不但有图片和文字的介绍，还配有影像和音乐，从而使读者对所需了解的动画有直接的感性认识。

鉴于对动画市场的分析，《动感新势力》将办刊的方针定位于导购资讯和精华短篇欣赏。读者通过《动感新势力》可以了解到时下最经典与最流行的动画节目与产品，不但可以把

握时尚动画的脉搏，更可为选购动画产品提供最有效的参考与借鉴。影像欣赏为部分读者网罗最难购买到的动画影像，还配有编辑特别剪辑的动画mtv等独家栏目，从而极大程度上提高了《动感新势力》的欣赏性与收藏性。而作为主题的动画特辑更是集介绍、回顾、评选与欣赏于一身，成为每辑的高-潮部分。

经过近一年的调整，《动感新势力》的影像部分基本由新作速递、动画作品介绍、动画mtv动画特辑，音乐欣赏以及特别典藏等几个板块组成。其中动画作品介绍、动画mtv动画特辑，特典是比较固定的板块。导读手册除了对影像介绍进行补充以外，还开设了dvd鉴定团，动画销售与排行、动心一刻等特有栏目。

在以后的时间里，为了进化到读者最喜爱的形式，《动感新势力》还将进行很多尝试和调整，请继续期待每月《动新》为大家带来的动心。

《动感新势力》分两个版本，一个是普通版，定价是9.8，还有一个是豪华版，定价是15元，豪华版比起普通版容量大，通常《动感新势力》中的《动心dvd动画栏目只有豪华版可以看，因为普通版的容量小，装不下。

近期学习了柏唯良教授的《细节营销》，此书生动活泼的写作风格，可以当小说读，但绝不是一笑了之，笑完让人深思，笑完让你开窍。良药未必要苦口，包上糖衣并不影响药效。我觉得，正儿八经的道理，可以用非正经的方式讲述，亦庄亦谐，便于理解和记忆。

细节营销，就是指企业营销工作的每一细节设身处地为消费者着想，借以最大限度满足其物质和精神需求的营销工作。在《细节营销》中，他这样描述营销之道：营销之道，即是通过客户的眼睛看世界，从客户的角度看问题。在书中，他也多次提起这条原则。但的确，从客户的角度看事情，说起来

容易做起来难，多半是做不到的，做不到是常态，做到是例外。公司口口声声“以客户为导向”，说得热闹漂亮，横幅标语高高挂，使命愿景众口夸，客户为先，客户为上。然而，说归说，做归做，日子照常过。教授在书中列举了一个身边的例子，荷兰的银行列有中午时间不予办理的费力耗时的业务清单。当时他也以为，那是因为中午比较忙的缘故。谁知，出纳给他的答案却是“中午我们有的出纳出去吃饭了”。这就是营销中常常出现的问题。你和你的客户完全生活在两个完全不同的世界里，那么你就很难见其所见，于是站在客户的角度看问题也就成了现代公司营销战略中的最大障碍。

对于企业如何学习“和客户感同身受”，他提出了6种具体办法，它们是：

1. 看清现实：看清现实，说来简单做起来难，我们很多领导只专注与自己的产品，只知道自己产品的诸多优点。从来不去了解竞争对手的产品优缺点，也很少成立专门的竞争对手产品研究小组，所以很容易别自己产品蒙蔽双眼。办公室应把竞争对手的产品和自己的产品摆放一起，随时了解对手的产品，这才叫看清现实。

2. 找离你而去的客户谈话，找客户丢失的原因：如果哪天我们上班，发现电脑桌上电脑不见了，当然大家第一反应应该是报案，叫保安。然后保安会到你那办公室调查原因，比如问你最后一次看到电脑是什么时候，窗户有没有关等。然后保安会向全体员工发邮件，提醒大家要小心，去吃中午饭时也要锁门，等等。也许，从此以后，公司还会出一条新规定，所有的电脑都必须用链子栓好。但是当我们的客户在你这里买了一次货以后，第二次去了别人家买，或者是以后再也不来买了。我们有没有重视过，有没有组织安排分析客户不来的原因。我们的答案是很少有。实际上这样的客户流失造成的损失远比电脑失窃的损失要严重的多。因此，需要经常重视离去的客户的统计，并时常去倾听他们怎么跟你说，找出他们离你而去的原因。不高兴的顾客不会让我们觉得心头暖热，

但是他们会让我们知道很多东西。

3. 至少一部分销售人员、市场营销人员，甚至首席执行官来自客户：正如中国的一句古话，：不识庐山真面目，只缘身在此山中。很多时候，我们竞争对手对我们自己的弱点分析要比我们自己分析的更透彻，竞争对手自己一些好的经验我们也是很难搬过来，予以实践。所有我们应该学会善于从我们的客户中招贤纳士。

4. 让你的客户帮你管理：实际上最了解你的客户的专家是客户自己。做任何的产品定位和开发，要学会利用客户来评估，让客户从他们的自身的角度和专业来评估。比如张总一直在强度，有些产品我们介入市场之前，大家都觉得很复杂，难度大。但实际上所有的产品，不管多复杂，关键是能实现满足客户的使用就可以了。这就需要客户对一些使用性能的基本要求从另一方面来重新诠释了。

5. 做你自己的客户：有时候自己一直以为自己最了解自己的公司流程，实际上的操作与理论上的操作还是存在很大的差距的。比如，你打个电话给你自己公司的服务热线求助，质量异议投诉反馈等等，看他们如何处理，感受一下他们是怎么折磨客户的。有或者我们假设(模拟)自己从公司签订了一个订单，看从合同签订到合同执行，最后结束合同，所有流程自己站在客户的角度，让他们服务一遍，看还有哪些不满意和需要提高的。

6. 做你竞争对手的客户。自己可以和竞争对手合作，看看他们做事的方式有何不同，再想想为什么。接受竞争对手的服务，这样可以更全面更深入地了解客户的视角，并且可以借鉴竞争对手的做法。如果他们的做法行之无效，你也不会失去什么，如果他们的做法行之有效，你的“印钞机”就会运转的更好。

另外一方面，柏教授在《细节营销》中特别强调着眼于细微

之处的营销，我的理解是，魔鬼和上帝都在细节中，细节体现深度。常人是肉眼，往往见表不见里，见近不见远，局限于常识，只能叫看懂；专家是慧眼，透过现象看到事物的本质、变化、因果关系，这叫看透。世界不复杂，是我们看复杂了；事情不复杂，是我们弄复杂了。大道至简，最深奥的道理寓于最平常的生活中，最复杂的事情是用最简单的方法解决的。如果我们学会用哲学的眼光看问题，了解事物的本质，掌握事物的规律，弄清事物之间的联系，就能纲举目张，一通百通，观察事物的结构就能明白许多事情。

细节营销是企业经营管理理念上的转变。精细化是一种意识，是一种观念，是一种认真的态度，是一种精益求精的文化。细节营销必然会给企业带来四大转变，随意化到规范化的转变，经验型到科学型的转变，外延式到内涵式转变，粗放式到精细化转变。细节营销有较强的可操作性，为了不只是停留在一些原则上，细节营销的规范应遵循的步骤是：

- (1) 研究市场需求的变化趋势及收集目标消费者的意见及建议；
- (2) 研究有关个案，总结共同的细节问题；
- (3) 制定让消费者满意的细节标准；
- (4) 在营销实战中检验和不断完善这些标准；
- (5) 企业管理者明确相应监督机制。

希望我们能够在今后的市场营销中，重视细节营销的作用，并把其5个步骤付诸于行动，这样我们才能不断规范我们的流程，完善我们的细节，才能永远立于不败之地。

销售读后感篇五

这本书里面的阐述让我意识到自己在购物的过程中是怎样被洗脑的。现在有这样的想法为什么不随着社会的发展将实体中的销售技巧转移到网络上。这是一种很重要的技能。现在将这本书的读后感进行记录一下：首先是问答赞的技巧。这样可以迅速建立和顾客之间的信任。销售说：你今天要买点什么呢？顾客说：今天要买个礼物。销售说：买礼物是个很重要的事情。你今天要给谁买礼物呀。顾客：我要给我儿子买个礼物。销售说：这位妈妈好心细呀。你儿子多大了？顾客说：我儿子16岁了。销售说：16岁花一样的年纪，可以谈对象，可以考驾照了。这就是使用问答赞。下面是销售洗脑的8条黄金法则：

准备：记住商品的价格，了解竞争对手，了解自己产品的全部特点，逛店。了解其他的顾客是怎样在其他的店铺进行成交。在网上销售我们的产品就是知道用户为什么要使用其他的产品(我们产品的感触)。

开场白：拉近和顾客的距离。聊孩子，聊汽车，聊今天的天气，聊商场的人数。

了解顾客的购买动机：通过5wh来进行确认。通过问答赞和顾客交流。

给顾客保留神秘感。一定要假设顾客已经拥有这产品。顾客带着专家来，也适用fabg□g是对专家的反问。

试探成交和附加销售：最成功的销售是附加销售。直到顾客说no的时候才停止。实验证明好多销售没有附加销售的意识。现在的换购就是附加销售。现在亚马逊和当当的猜你喜欢就是附加销售。

处理异议：客户的不同意见。倾听顾客的异议。东西很贵，

同意异议，请求解释，给顾客解释贵的原因。你要真的喜欢自己的产品。自己做展示的时候要觉得很喜欢自己的努力过程(自己的感触)。错误性检测，找到顾客不喜欢产品的点。买椅子的经历：我(销售)知道你为了给家里挑选一个很华丽和古朴的风格椅子，正好符合你描述的你家具的风格，你觉得是吗?这椅子上的鹅毛很柔软，你觉得呢?顾客说：我担心我儿子对这过敏。找到了问题的原因，可以根据这个问题给顾客解决。

促单：极致价格法。顾客觉得产品比较贵，是否便宜点，不要立即回绝。可以到后院请示一下经理，即使不降价，顾客也会买的。这就是顾客的心理。可以使用移交销售，可以将这顾客转给自己的同事向她解释。这样也是留住顾客的一种方式。当人多的时候，顾客就容易乱，就会做出不理性的决定。

赞美和感谢：赞美顾客这东西很值。你说什么顾客就会做的，现在你是普通的朋友。例如：3个月后一定要做保养。现在深深体会到自己购物时销售的技巧。

销售读后感篇六

1. 如果您能专业、敬业、守法、尽本份照顾您的保户，忠诚于您所属的保险公司，则那顶荣耀冠冕将非您莫属。
2. 一百次拒绝，就坚持一百零一次说明，就多这份坚持，让客户改变原有的心意。
3. 您想现在开一张不额支票，存在保险公司，还是未来开一张巨额支票，给税务局?
4. 销售无形寿险商品，行销人员的态度、形象，会直接寻决定客户的购买意愿。

6. 行销旅行要把握住有限的时间，做最充分而紧凑的运用，才能收到最好的成绩。
7. 我不知道谁会对我的产品有兴趣，但是只要我持续地拜访客户，一定会有对我们产品或服务有兴趣的人出现。
8. 从事推销工作必须有“从零思考”，与“战争作为”，唯有事前紧密周详的规划，才会有具体有效的攻击火网。
9. 保险是为风险买保障，为服务预支费用，如果服务保障都应打折，您还能相信保险吗？
10. 了解新企业主的忧虑，以及活动状态，有助于您为他们设计合格的保单。
11. 在没有取得准客户的共识之前，任何仓促的同意，都会导致事后的反悔或疑惑。
12. 一个战略业务员，是懂企业、懂市场、懂人性、懂竞争对手的全功能战士。
13. 雄厚实战经验的唯一方法，就是每日勤于拜访客户，而相处的艺术，则端视个人的良好修养。
14. 市场竞争白热化，未来将是抬头乐干，愿意动脑思考，广泛吸收情报的战略业务员的时代。
15. 行销人的特质是不会因被拒绝而灰心丧志，每个准客户都会是客户；不管外界如何，我不会被击垮，有机会多学习；对公司产品有十足信心；每周做20访。
17. 要成为受人欢迎，期待的推销员；就要成为提供客户利益的肯贡献的推销员。
19. 生意的大小，受您的想法支配。想得小，这宗就小；想得

大，这宗生意就大。

20. 掌握聆听技巧，多读些相关的读物，相信您必定会让成绩更上一层楼。

销售读后感篇七

自己从____年起开始从事销售工作，三年来在厂经营工作领导的带领和帮助下，加之全科职工的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，截止20__年12月24日，20__年完成销售额134325元，完成全年销售任务的39%，货款回笼率为49%，销售单价比去年下降了15%，销售额和货款回笼率比去年同期下降了52%和36%。现将三年来从事销售工作的心得和感受总结如下：

一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作。

作为一名销售业务员，自己的岗位职责是：1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；2、努力完成销售管理办法中的各项要求；3、负责严格执行产品的出库手续；4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；5、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度；6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量职工工作好坏的标准，自己在从事业务工作以来，始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，几年来，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定促销方案，其次自己经常同其他区域业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过几年的实践证明作为业务员业务技能和业绩至关重要，是检验业务员工作得失的标准。今年由于陕北系统内电网检查验收迫使工程停止及农电系统资金不到位，加之自己业务知识欠缺、业务技能不高、市场的瞬息万变而导致业绩欠佳。

二、明确任务，主动积极，力求保质保量按时完成。

方面的考虑，领导指示尽快运回分厂所存材料，接到任务后当天下午联系车辆并谈定运价，第二天便跟随车到蒲城分厂，按原计划三辆车分二次运输，在装车的过程中，由于估计重量不准，三辆车装车结束后，约剩10吨左右，自己及时汇报领导并征得同意后从当地雇用两辆三轮车以同等的运价将剩余材料于当日运回，这样既节约了时间，又降低了费用。2、今年八月下旬，到陕北出差，恰逢神东电力多种产业有限公司材料招标，此次招标涉及以后材料的采购，事关重大，自己了解详细情况后及时汇报领导并尽快寄来有关资料，自己深知，此次招投标对我厂及自己至关重要，而自己因未参加过正式的招投标会而感到无从下手，于是自己深思熟虑后便从材料采购单位的涉及招标的相关部门入手，搜集相关投标企业的详细情况及产品供货价格以为招标铺路，通过自己的不懈努力，在招标的过程中顺利通过资质审定、商务答辩和技术答辩，终于功夫不负有心人，最后我厂生产的yh5ws-17/50型氧化锌避雷器在此次招投标中中标，这样为产品以后的销售奠定了坚实的基础。

三、正确对待客户投诉并及时、妥善解决。

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以业务员应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照厂制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同

相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

四、认真学习我厂产品及相关产品知识，依据客户需求确定可代理的产品品种。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对厂生产的产品的用途、性能、参数基本能做到有问必答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、安装。

依据厂总体安排代理产品，通过自己对陕北区域的了解，代理的品种分为二类：一是技术含量高、附加值大的产品，如35kv避雷器、35熔断器及限流式熔断器等，此类产品售后服务存在问题；二是10kv线路用铁附件、金具、包弓、横担等，此类产品用量大，但附加值低、生产厂家多导致销售难度较大。

五、电气产品市场分析

陕北区域大、但电网建设相

(一)、市场需求分析

陕北区域虽然市场潜力巨大，但延安区域多数县局隶属省农电系统，材料采购由省招标局统一组织招标并配送，榆林供电局归省农电局管理，但材料采购归省招标局统一招标，其采购模式为由该局推荐生产厂家上报省招标局，由招标局确定入围厂家，更深一步讲，其采购决定权在省招标局，而我厂未在省招标局投标并中标，而榆林地区各县局隶属榆林供电局管理，故要在榆林供电局及各县局形成规模销售确有困难且须在省招标局狠下功夫。根据现在搜集的信息来看，榆林供电局是否继续电网改造取决于省农电局拨款，原因在于这几年的改造所需资金由省农电局担保以资产抵押贷款，依

该局现状现已无力归还贷款利息，据该局内部有关人员分析，榆林地区的电网改造有可能停止。

(二)、竞争对手及价格分析

这几年通过自己对区域的了解，陕北区域的电气生产厂家有二类：一类是西瓷厂(分厂)、神电、交大、铜川荣鑫等，此类企业进入陕北市场较早且有较强实力，同时又是省招标局入围企业，其销售价格同我厂基本相同，所以已形成规模销售；另一类是河北保定市避雷器厂等，此类企业进入陕北市场晚但销售价格较低，yh5ws-17/50型避雷器销售价格仅为元/支，prw7-10/100销售价格为元/支，此类企业基本占领了代销领域。

六、2017年区域工作设想

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，2017年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

(一)、依据__年区域销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在延安区域，一是主要做好各县局自购工作，挑选几个用量较大且经济条件好的县局如：延川电力局、延长电力局做为重点，同时延安供电局已改造结束三年之久，应做其所属的二县一区自购工作；二是做好延长油矿的电气材料采购，三是在延安区域采用代理的形式，让利给代理商以展开县局的销售工作。

做到有的放矢，同进应及时向领导汇报该局情况以便做省招标局工作。同时计划在大柳塔寻找有实力、关系的代理商，主要做神华集团神东煤炭有限公司的工作，以扩大销售渠道。

(三)、对甘肃已形成销售的永登电力局、张掖电力局因20__

年农网改造暂停基本无用量，20__年计划积极搜集市场信息并及时联系，力争参加招标形成规模销售。

(四)、为积极配合代理销售，自己计划在确定产品品种后努力学习代理产品知识及性能、用途，以利代理产品迅速走入市场并形成销售。

(五)、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

(六)、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。

七、对销售管理办法的几点建议

(一)、2017年销售管理办法应条款明确、言简意赅，明确业务员的区域、任务、费用、考核、奖励，对模凌两可的条款予以删除，年底对业务员考核后按办法如数兑现。

(二)、2017年应在厂、业务员共同协商并感到满意的前提下认真修订规范统一的销售管理办法，使其适应范围广且因地制宜，每年根据市场变化只需调整出厂价格。

(三)、2017年应在情况允许的前提下对业务员松散管理，解除固定八小时工作制，采用定期汇报总结的形式，业务员可每周到厂1-2天办理其他事务，如出差应向领导汇报目的地及返回时间，在接领导通知后按时到厂，以便让业务员有充足的时间进行销售策划。

(四)、由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，2017年领导应认真考察并综合市场行情及业务员的信息反馈，制定出合乎厂情、市场行情的出厂价格，以激发业务员的销售

热情。

销售读后感篇八

回首过去的12个月里，领导给了很多机会，再加上自己的努力，做了很多事情，感觉非常的充实。特别是在做以下事情的过程中，受益匪浅，回想起来让自己也感觉到些许的欣慰，觉得自己这一件并没有虚度。

第一、积极参加公司开展的各项活动。

今年公司为了能让各管理人员释放工作上所带的压力而组织了多次出外旅游的节目，3月8日，是三八妇女节，公司组织了两厂之间的办公室文员去长隆欢乐世界一日游；5月1日前一个晚上，公司组织了番禺的全部管理人员去k歌；7月29日，和番禺办公室的同事们去清远黄腾峡漂流，28日入住清远新银盏温泉酒店泡温泉；9月29日，国庆前的两天，和办公室的同事去长隆水上乐园一日游。。。。。。加上每个月都有不同的活动，都积极参与，这是自己进公司三年来，最多活动的一年。这代表着公司在不断的进步，不断强大，关心员工的利益和身心健康所得来的成果。

第二、认认真真，做好本职工作。

1、责任心和奉献精神。这是我们华迅公司中很重要的一点，可以说是精髓之一。每个人的经历和知识水平都不相同，这决定了每个人在做事情的能力上也会存在差别，但很多时候，工作能否做好，起决定作用的并不是能力。在实际工作中，有相当大的一部份工作不是靠能力来完成来做好的，而是靠公司对部门对自己的一种强烈的责任心来完成来做好的。奉献源自责任，一个没有责任心的人，就不可能是一个有奉献精神的人。可以说，强烈的责任感和责任心是做好跟单工作的第一要求，也是业务跟单员应该具备的最基本素质。

2、勤快，团结互助。跟单工作是一件很琐碎和繁琐的工作，特别是外贸跟单工作，辅件多，工序烦，稍微偷懒就可能给错误的出现留下隐患。一个订单往往是由很多部门来共同完成，一个人的力量在整个工作中显得非常渺小，只有大家团结互助精心合作才能保证订单的顺利完成。

3、认真细心，做事用心。这样才能避免自己犯错误，才能发现客户可能存在的错误，把一些错误杜绝在源头上，减少人工和财物的浪费。我操作过的1个单子就曾经存在过这样的情况，由于出厂前板材没有经过硬度的测试，以置到货到了台湾后发现不合格了遭遇客户全部退货的情况，到12月底都还不能从海关那里取出来，造成了公司人工和财物的损失。回过头来想想，如果这些错误能及时发现并处理的话，就不会造成什么样的严重后果。可想而知。我觉得作为我们业务跟单员只有从内心深处清醒的认识到：任何人都可能犯错误，但只要你认真工作，对每批产品都有明确的质量要求，出厂前都经过各个环节的测试，及时发现和减少错误的发生。犯错误和遭遇国内外退货是最大的窝工和浪费，少犯错误就是降低成本，生产上和业务上来说道理都是一样。

4、吃苦精神。做跟单员一定要有吃苦精神，对于我们跟单员来说有时要让生产部的员工做出好质量的产品，有时还要下去生产车间里亲自监工，根据客户要求和自己的经验指导员工生产出完美的产品，并从中学习经验，了解生产过程，便于自己工作更好的开展。

第三、处理好跟客户和外部协作单位的关系。学会做人，处理好关系，做好事情。就像国家跟国家之间的关系一样：没有永久的朋友和敌人，只有永久的利益。从本质上来讲，跟客户和外部协作单位的关系也是如此。正是由于合作能够跟双方带来各自需要的利益，才会产生双方的合作关系。作为商人，追求的最直接的东西就是利益，没有钱可以赚的话，你对他再好也没有用。如果有钱赚的话，其他方面要求可以适当降低。认清了这一点，在处理与相关主体的时候，就可

以以拿捏好分寸，嬉笑怒骂，收放自如。

回首过去，自我认为还算取得了一些微不足道的成绩——当然，这些成绩的取得无不包含着领导的不懈关怀和同事的鼎力协助——但同时我也深刻地认识到自己在工作中也还有很多不足之处，需要在下一阶段的工作中进一步的学习和改进。

第一、进一步加强向领导、向同事、向客户学习的力度，不断完善自己。学无止境，特别是对于我们年轻人，要时刻保持着一颗虚心上前的心。

第二、加强订单资料的整理，理顺文件夹中的订单资料。这点在过去的一直都做得不好，主要是没有从心底上彻底认识到其重要性和没有养成良好的习惯。

第三、加强产品知识、生产工艺、加工过程知识上的学习。这是目前我们业务跟单员普遍欠缺的一块儿，也是非常重要的一块儿知识。作为一名跟单员，如果缺乏这方面的知识，那么其知识结构是不完整的，操作起订单来心里也不够踏实。公司如果能够组织和加强这方面知识的培训，那是再好不过。

第四、进一步规范自己的工作流程，加强工作的计划性。规范的工作流程可以大大减少出错的几率。在新的一年里要严格按照规范的流程操作订单，避免一些低级性的错误出现，减少混乱，养成良好的工作习惯。增强自己工作的计划性，这样可以避免遗忘该做的事情，减少丢三落四现象的出现，并改变自己急性子的性格。

第五、如果有机会，要多出去开发客户，在业务上增强自己的能力，进一步的发展和完善各方面的能力。

第六、争取更多的机会，发挥更大的作用，为公司各方面的发展做出自己应有的贡献。

总之，我要从自身的实际情况出发，发挥自身优势，有针对性的采取各种措施弥补自身存在的不足，不断完善自己各方面的能力，抓住我们部门阔步大发展的大好机遇，努力工作，积极进取，与部门同事团队作战，通力合作。