

最新销售类培训方案(精选14篇)

年会策划要根据公司的特点和需求，制定相应的目标和计划，提前做好准备工作。以下是小编为大家收集的优秀游戏策划范例，希望能给大家带来一些灵感。

销售类培训方案篇一

一个好的销售团队加上一个强有力的培训团队，那么将销售工作做好已不再是问题。如何写好一个销售培训计划便是一个工作的开始，以下是资料参考。

结合公司年的企业目标，整合地区间的差距，建立统一意识，快速适应角色，使全体销售(代理商)队伍因培训而成为目标、品质、及盈利为导向的专业销售团队。

提升员工(代理商)在公司发展的强烈欲望，了解公司对他们极为重视，关心并为他们的成长投资，燃烧心理销售沸点，增强其市场自信与目标的承诺感，对市场、销售工作更有企图心，从而更加热情并且坚定地接受新的销售目标与市场挑战。

强化智囊团队的合作精神，以专业的销售观念和崭新的技能树立公司品牌形象，通过提高个体素质来增强公司的市场竞争力。

侧重帮助学员进行观念的蜕变：思想决定行为，只有内在到达沸点，外在的表现才会升华；整套方案系统专业地诠释了销售与潜能的内在联系，引导学员积极参与，由内而外，由浅入深，激发每一个学员的内心直至沸腾，此刻的销售技巧将仅仅成为工具，而无需刻意地去使用，因为它已成为体内的一部分了，这才是我们所要追求的销售培训的最高境界。

a积极自信开拓市场的思维

b销售务实:

知识——产品、服务流程的熟悉

技能——组织管理、沟通、目标设定、计划、实施能力

态度——优质的服务、售后服务的标准

日期：年

前言：公司部门主管的讲话。销售培训学员们的基础行为规则

8：30第一讲成功销售的心理态度

1. 什么是成功?成功的主要因素为何?

(iq与eq)

2、两种态度与两种思维方式;

3、成功的规律;

4、激发强烈的成功欲望。(100%与99%)

目标实效：点燃工作热情，以积极的心态面对每一个工作日，每一个客户，每一张订单，为自己的每一个行为负责。

9：00第二讲设定明确销售目标规划，制定销售计划书。

什么是你的销售成功?

什么是你在公司的成功?

你的盲点在哪里?

设定目标的原则你在公司的发展目标。

9: 30第三讲开启潜能，到达沸点

什么是潜意识?阐述人脑的工作原理;

自我形象塑造如何通过有意识的头脑规划来配合公司形象，并为此自豪。

潜能激发极限体能与极限心理，非凡行动力的来源;

心理暗示视觉梦想、听觉潜能音乐、知觉强化输入、催眠法、自我暗示法。

目标实效：向自我极限挑战，寻找突破口，不断提升销售业绩。

10: 30第四讲消化与吸收

养成学习的心态、归零的心态。准备面对吃苦、困难、挫折、失败，永不放弃。

冥想：我真棒！

11: 00模拟游戏《极限》和《领袖风采》

目标实效：个人表现与团队绩效唇齿相依，密切相关，团队精神是通过领袖带领全体队员，加强凝聚力，集体力量的体现。

12: 00午餐和休息

13: 00第五讲你也能成为顶尖销售高手

20xx定律

什么是销售职能?顶尖销售高手特质分析。

习题：自我表现评估，寻找差距。

14：00第六讲克服障碍和管理好你的销售时间

避免的错误的销售观念、结束销售的关键

必须改掉浪费时间的恶习

设定计划，有效安排；

时间创造利润

15：00第七讲现代销售新模式

培养客户的信赖感；

顾客的购买动机?如何满足潜意识需求?

激发顾客购买欲的七大影响力；

评估你的潜在客户，如何充当销售医生确诊断需求?

15：45模拟游戏(五)《目标的传递》

第八讲运用创意开发新客户

学习顶尖销售高手的思维及行为习惯；

购买者性格剖析(白金法则)

什么是成功的销售说明?

价格异议的应对技巧

分辨并处理常见的反对意见

角色扮演：实战演习，检验学员的应变能力。

目标实效：掌握聆听和提问的技巧，得到你需要的客户资料，当你满足了客户的需要时，你的需要既得到足。

16：00第九讲走向你的销售目标

目标具体明确

信心达成

17：00讲师回顾并总结两天的培训内容。

学员分享(口头和书面)

结束(背景音乐、握手、拥抱、道别)

18：00退场

销售类培训方案篇二

本计划主要内容为公司人力资源部20年培训工作的具体内容、时间安排和费用预算等。编制本计划的目的在于加强对培训工作的管理，提高培训工作的计划性、有效性和针对性，使得培训工作能够有效地配合和推动公司战略提升和年度经营目标的实现。

公司岗位说明书、员工培训需求调查、中层管理人员座谈、公司战略提升与拓展需求、公司对培训工作的要求。

为确保培训工作具有明确的行动方向，人力资源部特制定了培训原则、方针和要求，用以指导全年培训工作的开展。

1、培训原则

实用性、有效性、针对性、持续性为公司培训管理的根本原则。

2、培训方针

以提升全员综合能力为基础，以提高中层管理能力、团队协作融合和员工实际岗位技能为重点，建立具有特色的全员培训机制，全面促进员工成长与发展和公司整体竞争力提升，确保培训对公司业绩达标、战略提升及员工个人成长的推进力。

3、培训的六个要求

1) 锁定战略提升与未来发展需求；

2) 锁定企业文化建设；

3) 锁定中层管理人员以及后备队伍能力发展；

4) 锁定学习型组织建设；

5) 锁定企业内部资源共享；

6) 锁定内部培训指导系统的建立与完善。

1) 建立并不断完善公司培训体系与操作流程，确保培训工作高效运作；

2) 传递和发展资讯企业文化，建立员工特别是新员工对企业的归属感和认同感；

3) 使所有在岗员工20年都能享有高质量、高价值的培训；

- 4) 重点为中层管理人员提供系统培训，以保证各部门工作目标的有效完成；
- 5) 进一步完善培训课程体系，确保培训内容和企业文化的一致性；
- 6) 打造具备可复制性的系列品牌课程，并备档；
- 7) 建立内外部培训师队伍，确保培训师资的胜任能力与实际培训效果；
- 8) 推行交叉培训，实现企业资源共享和员工业务能力提升；
- 9) 加强企业文化氛围对企业的渗透。

4) 季度及月度计划：由人力资源部培训专员在每季度末或月度末根据实际情况，对年度计划分解及修改，并提供季度或月度计划给人力资源部经理并抄送各相关部门负责人。

1、新员工入职培训

人力资源部组织安排新员工进行企业文化及公司管理制度培训，并统一安排观看《资讯新员工培训教程》视频。课程内容包括：企业文化及公司管理制度、客户管理及查询系统使用、产品知识、电话实战、样本制作、事业部管理制度、优质客户寻找及判断、如何报价、同行特点分析、数据合理应用、大客户开发、如何催款、行业开发等。

2、在职培训课程大纲(包括内外训方向，实际课程根据方向进行细分设计)

2) 普通员工培训方向

3、计划外培训

计划外培训是指不在20年度培训计划内的培训项目。具体培训内容根据公司阶段性实际需要及员工申请进行安排。计划外培训应遵循以下原则：

- 1) 培训项目内容应符合公司业务或员工能力的提升需要；
- 2) 提前两周提出申请；
- 3) 培训费用在预算之内；
- 4) 同一主题内容一年内原则上只能申请一次

根据公司发展需要，20年重点培训对象确定为中层以上管理人员，因此20年培训工作的主要侧重点就是为中层以上管理人员提供合理、有效、针对性强的高质量培训课程。

主要项目包括：（外训按照外训管理制度实施，内训从课程中筛选，并重点分层次打造系列培训）

同时，根据公司业务开展需要及员工培训需求调查的分析结果表明，普通员工在某些项目的培训需求上非常的强烈，需要培训专员系统的安排培训：

主要项目包括：（以销售技巧、谈判技巧、心态激励为主设计系列课程）

在充分总结公司20年现有培训情况基础上，20年，我们将明确建设学习型企业的培训文化。围绕公司确定的战略发展目标以及对员工职业素质要求，建立以知识管理为基础，以企业及员工发展为导向的学习体系，努力营造“爱学习、愿共享”的学习氛围，形成开放、共享、创新的企业培训文化，逐步把“工作学习一体化”的理念贯穿于企业各项工作中，努力将建设成学习制度健全、学习氛围浓厚、各企业竞争力不断增强，具有共同的企业使命和核心价值观的持续学习型

企业。

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。

1) 中高层计划培训课程

销售类培训方案篇三

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。

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。

(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工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

(3) 公司政策及营业方针介绍

销售类培训方案篇四

心理暗示 视觉梦想、听觉潜能音乐、知觉强化输入、催眠法、自我暗示法。

目标实效：向自我极限挑战，寻找突破口，不断提升销售业绩。

10：30 第四讲 消化与吸收

养成学习的心态、归零的心态。准备面对吃苦、困难、挫折、失败，永不放弃。

冥想：我真棒！

11：00 模拟游戏《极限》和《领袖风采》

目标实效：个人表现与团队绩效唇齿相依，密切相关，团队精神是通过领袖带领全体队员，加强凝聚力，集体力量的体现。

12：00 午餐和休息

13: 00 第伍讲 你也能成为顶尖销售高手

20\80定律

什么是销售职能?顶尖销售高手特质分析。

习题: 自我表现评估, 寻找差距。

14: 00 第六讲 克服障碍和管理好你的销售时间

避免的错误的销售观念、结束销售的关键

必须改掉浪费时间的恶习

设定计划, 有效安排;

时间创造利润

15: 00 第七讲 现代销售新模式

培养客户的信赖感;

顾客的购买动机?如何满足潜意识需求?

激发顾客购买欲的七大影响力;

评估你的潜在客户, 如何充当销售医生确诊断需求?

15: 45 模拟游戏(五)《目标的传递》

第八讲 运用创意开发新客户

学习顶尖销售高手的思维及行为习惯;

购买者性格剖析(白金法则)

什么是成功的销售说明？

价格异议的应对技巧

分辨并处理常见的反对意见

角色扮演： 实战演习，检验学员的应变能力。

目标实效：掌握聆听和提问的技巧，得到你需要的客户资料，当你满足了客户的需要时，你的需要既得到足。

16: 00 第九讲 走向你的销售目标

目标具体明确

信心达成

17: 00 讲师回顾并总结两天的培训内容。

学员分享(口头和书面)

结束(背景音乐、握手、拥抱、道别)

18: 00 退场

一、 前言

*公司作为一家处于高速发展期的企业，现有人才的缺口及后备人才的储备问题是迫不及待的。我司目前的销售部门正处于新老交替、逐步成熟和完善的阶段，因此作为新老员工各自肩负着不同的责任和使命：即老员工应该及时地总结和归纳自己的工作经验；与公司其他同事及领导充分沟通；完善和框架化自身的知识与技术能力以期能整理出一套行之有效的、可复制的和规范化的工作方法作为公司销售团队成长和发展的基础。而新员工则应该端正心态、虚心学习、以与公司共

同成长为目标、恪守职业操守、踏实工作，以期快速进入工作状态，逐步成为公司销售的中坚力量。

本计划将完整地阐述本人对于我司新员工培训的思路与实施办法，未尽之处，望各位同仁不吝赐教。

二、 新员工培训计划的目的是

- 1、 使新员工了解公司的企业文化及业务内容
- 2、 使新员工明确我司销售岗位的职责及职业操守
- 3、 培养新员工正确的工作态度及方法
- 4、 帮助新员工快速投入工作
- 5、 贯彻公司的销售政策及团队建设方针

三、 新员工培训计划的宗旨

本计划的宗旨是以软硬兼施，恩威并重：所谓软，即用公司文化和培训带教者的个人魅力感染新员工；所谓硬，即把科学的方法、实际的经验完整而彻底传授给新员工；所谓恩，即采用适当的激励措施激发新员工的工作热情；所谓威，即以严格的管理手段帮助新员工养成规范而良好的工作习惯。

四、 新员工培训计划的内容

1、 行业概况、企业文化、公司概况及业务范围培训

为新员工介绍我司所处之数据库营销行业的发展及现状；我司目前的市场地位及发展历程；我司的企业文化及组织结构；我司主营业务介绍；我司未来的发展战略和展望。

2、 我司销售人员的工作职责及工作方法培训

我司销售团队目前的结构、人数、各职位的职能与职责;公司其他相关部门简介;业务流程培训;日常工作内容介绍;公司相关规章制度培训;工作方法培训。

3、 经验传授与案例分析

4、 实际操作培训

由资深销售(帮带老师)带新员工进行电话邀约、客户面谈、方案制作、合同撰写等实际操作练习,由资深销售记录过程及进行评估,反馈给公司管理层并留档。

5、 帮带制度

每位新员工必须被制定一位资深销售作为其帮带老师,帮带老师负责监督和管理新员工的培训、工作情况,定期生成报告,反馈给公司管理层并留档。帮带老师的绩效将与新员工的培训评估结果挂钩。

6、 新员工绩效考核

制定专门针对新员工的绩效考核标准以达激励之目的。制定专门针对新员工的工作制度以帮助新员工规范而快速地进入状态。

五、 新员工培训计划的执行方案

工的入职手续、资料领取(销售必要资料如各类ppt[]word文档及其他公司资料等)和位置、电脑安装的工作。

讲师负责检查并提改进意见。

3、 第一天下午进行内容(3)第一部分(除各种演练外)的培训,时间约为15:00至17:00。

该培训应以实用性、互动性为主，气氛务求轻松热烈，充分展现讲师的销售能力及个人魅力，这一点至关重要，藉此可大大提升新员工对我司及其工作的认同度与热情。

4、第二天上午进行内容(3)第二部分(演练)培训，时间约为9:30至10:30。此次培训的主要内容是复习之前的知识并借由演练检验新员工的掌握程度，讲师在演练过程中必须给与正确的意见和建议，纠正新员工的种种误解与错误。此次培训的互动比例应占到70%以上，是以新员工表达为主，讲师纠正鼓励为辅。

5、第二天上午最后由公司领导结训。时间约为11:00至12:00。内容主要是总结此次培训的成果、指出新员工的长处及不足、对新员工未来的工作作出展望与要求。是为誓师之举。

少于一份d□方案撰写不得少于3份(暂定)e□项目执行观摩一次f□新员工工作小结一份并附帮带老师评语g□其他(待定)

具体内容将在下一章详细阐述。

六、 新员工培训效果的评估办法

1、 评估人员：销售部门主管及帮带老师

2、 评估内容：

a□工作态度：出勤、培训时表现是否积极、日常工作完成度、与帮带老师相处是否融洽

c□工作成果：出单数、出单总金额、出单率(成交数/意向数)评估

d□培训记录总结：相关培训记录汇总及总结

3、 评估方法：

b□ 参考公司的考勤及日常考核记录

c□ 部门主管分别与帮带老师及新员工就此次培训作一次单独面谈作为考核参考

d□ 由一位非部门主管及帮带老师的资深销售与新员工做一次客户面谈情景演练，部门主管与帮带老师旁观，并根据过程及结果做出评价。

e□ 综合上述情况出具新员工培训效果评估结果，并以此为标准制定新员工的底薪、绩效工资、其他福利或奖励等标准，并以此为标准给予帮带老师一定的奖励或惩罚。

共2页，当前第2页12

销售类培训方案篇五

- 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。

销售类培训方案篇六

一、销售的基本概念

- 1、销售的概念
- 2、销售人员的行为准则
- 3、销售模式介绍

二、销售人员个人发展

- 1、销售人员的能力素质
- 2、销售人员的心理素质
- 3、销售人员的礼仪和仪表

三、公司政策及营业方针介绍

四、产品知识和市场知识介绍

五、销售前期准备

- 1、寻找有效客户的方法与途径
- 2、建立有效客户名单

目的：做好准客户的信息储备

- 3、拜访资料准备

(1) 客户背景资料的准备

(2) 公司产品宣传资料、合同、名片

(3) 个人形象准备

六、拜访客户

1、电话拜访技巧

2、陌生拜访技巧

七、销售技巧

1、接近客户的方法：

(1) 方式：电话拜访、直接陌拜、直接信函、传真拜访

(2) 电话拜访是重要方式：

作用：预约与关键人物会面的时间、直接信函前的提示、直接信函后的跟踪

2、有系统的介绍产品和服务：

3、不同类型客户的应付方法：

4、处理客户异议的原则和技巧：

八、销售人员的自我管理

1、目标管理 [ppt]

2、时间管理

- 一、 前言
- 二、 新员工培训计划的目的是
- 三、 新员工培训计划的宗旨
- 四、 新员工培训计划的内容
- 五、 新员工培训计划的执行方案
- 六、 新员工培训效果的评估办法

一、 前言

*****公司作为一家处于高速发展期的企业，现有人才的缺口及后备人才的储备问题是迫不及待的。我司目前的销售部门正处于新老交替、逐步成熟和完善的阶段，因此作为新老员工各自肩负着不同的责任和使命：即老员工应该及时地总结和归纳自己的工作经验；与公司其他同事及领导充分沟通；完善和框架化自身的知识与技术能力以期能整理出一套行之有效的、可复制的和规范化的工作方法作为公司销售团队成长和发展的基础。而新员工则应该端正心态、虚心学习、以与公司共同成长为目标、恪守职业操守、踏实工作，以期快速进入工作状态，逐步成为公司销售的中坚力量。

本计划将完整地阐述本人对于我司新员工培训的思路与实施办法，未尽之处，望各位同仁不吝赐教。

二、 新员工培训计划的目的是

- 1、 使新员工了解公司的企业文化及业务内容
- 2、 使新员工明确我司销售岗位的职责及职业操守
- 3、 培养新员工正确的工作态度及方法

- 4、 帮助新员工快速投入工作
- 5、 贯彻公司的销售政策及团队建设方针

三、 新员工培训计划的宗旨

本计划的宗旨是以软硬兼施，恩威并重：所谓软，即用公司文化和培训带教者的个人魅力感染新员工；所谓硬，即把科学的方法、实际的经验完整而彻底传授给新员工；所谓恩，即采用适当的激励措施激发新员工的工作热情；所谓威，即以严格的管理手段帮助新员工养成规范而良好的工作习惯。

四、 新员工培训计划的内容

1、 行业概况、企业文化、公司概况及业务范围培训

为新员工介绍我司所处之数据库营销行业的发展及现状；我司目前的市场地位及发展历程；我司的企业文化及组织结构；我司主营业务介绍；我司未来的发展战略和展望。

2、 我司销售人员的工作职责及工作方法培训

我司销售团队目前的结构、人数、各职位的职能与职责；公司其他相关部门简介；业务流程培训；日常工作内容介绍；公司相关规章制度培训；工作方法培训。

3、 经验传授与案例分析

4、 实际操作培训

由资深销售（帮带老师）带新员工进行电话邀约、客户面谈、方案制作、合同撰写等实际操作练习，由资深销售记录过程及进行评估，反馈给公司管理层并留档。

5、 帮带制度

每位新员工必须被制定一位资深销售作为其帮带老师，帮带老师负责监督和管理新员工的培训、工作情况，定期生成报告，反馈给公司管理层并留档。帮带老师的绩效将与新员工的培训评估结果挂钩。

6、 新员工绩效考核

制定专门针对新员工的绩效考核标准以达激励之目的。制定专门针对新员工的工作制度以帮助新员工规范而快速地进入状态。

五、 新员工培训计划的执行方案

工的入职手续、资料领取（销售必要资料如各类ppt□word文档及其他公司资料等）和位置、电脑安装的工作。

讲师负责检查并提改进意见。

3、 第一天下午进行内容（3）第一部分（除各种演练外）的培训，时间约为15:00至17:00。

该培训应以实用性、互动性为主，气氛务求轻松热烈，充分展现讲师的销售能力及个人魅力，这一点至关重要，藉此可大大提升新员工对我司及其工作的认同度与热情。

的主要内容是复习之前的知识并借由演练检验新员工的掌握程度，讲师在演练过程中必须给与正确的意见和建议，纠正新员工的种种误解与错误。此次培训的互动比例应占到70%以上，是以新员工表达为主，讲师纠正鼓励为辅。

5、 第二天上午最后由公司领导结训。时间约为11:00至12:00。内容主要是总结此次培训的成果、指出新员工的长处及不足、对新员工未来的工作作出展望与要求。是为誓师之举。

6、由第二天下午开始新员工必须跟随帮带老师一同工作，要做到老师在哪里，新员工也在哪里。为期一周至两周（时间长度还需经过讨论方可确定）。期间帮带老师必须带新员工完成以下工作内容□a□电话邀约示范不得少于50通（暂定□b□客户拜访不得少于5次（暂定□c□合同撰写每类产品不得少于一份d□方案撰写不得少于3份（暂定□e□项目执行观摩一次f□新员工工作小结一份并附帮带老师评语g□其他（待定）

7、帮带期满之后进行新员工培训成果考核。该考核由销售部门主管与帮带老师共同进行，具体内容将在下一章详细阐述。

六、新员工培训效果的评估办法

1、评估人员：销售部门主管及帮带老师

2、评估内容：

a□工作态度：出勤、培训时表现是否积极、日常工作完成度、与帮带老师相处是否融洽

c□工作成果：出单数、出单总金额、出单率（成交数/意向数）评估

d□培训记录总结：相关培训记录汇总及总结

3、评估方法：

b□参考公司的考勤及日常考核记录

c□部门主管分别与帮带老师及新员工就此次培训作一次单独面谈作为考核参考

d□由一位非部门主管及帮带老师的资深销售与新员工做一次

客户面谈情景演练，部门主管与帮带老师旁观，并根据过程及结果做出评价。

e□ 综合上述情况出具新员工培训效果评估结果，并以此为标准制定新员工的底薪、绩效工资、其他福利或奖励等标准，并以此为标准给予帮带老师一定的奖励或惩罚。

树行业标杆、造行业精英

二零一三年十一月

1

一、新员工培训目的

为新员工提供正确的、相关的公司及工作岗位信息

让新员工了解公司能提供给他的相关工作情况及公司对他的期望

让新员工了解公司历史、政策、企业文化

减少新员工初进公司时的紧张情绪，使其更快适应公司

让新员工感受到公司对他的欢迎，让新员工体会到归属感

使新员工明白自己工作的职责、加强同事之间的关系

培训新员工解决问题的能力及提供寻求帮助的方法

新员工边培训、边学习、边劳动，熟悉公司企业文化，打造新员工个人素质

二、新员工培训程序

2

三、新员工具体培训内容（见附件）

四、新员工培训回馈与考核

部门新员工培训工作计划表（到职后一周内）

部门新员工培训流程表（培训当天）

部门新员工培训签到考核表（培训当天）

新员工试用期内评估考核表（转正前一周）

五、新员工培训教材

新员工《员工手册》、《企业文化》等入职培训

各部门（生产、品管、销售、行政、采购、审计、财务等方面）内训材料 公司整体培训材料（礼节礼仪、员工行为规范等）

六、新员工培训项目实施方案

每个部门推荐本部门的培训人员（部门负责人作为第一培训负责人）

由集团人力资源部牵头，各部门配合培训方案的执行

3

3.1企业现状 现状1：由于一线销售人员对产品知识掌握不够而导致客户满意度下降和

销售业绩下滑；

现状2：由于一线销售人员对岗位标准作业流程与规范不清楚而导致工作

效率低下；

现状3：由于没有销售精英的经验分享机制而导致知识不能有效分享、团

队绩效低；

现状4：由于没有针对一线销售人员的学习与发展规划而导致员工职业定

位不清，职业技能和专业化程度低。 3.2解决途径与办法

1. 培训方式

针对以上提到的企业现状和问题，时代光华eln可以结合企业实际情况，灵活地解决以上问题。具体解决办法如下图所示：

针对一线销售人员的销售基础知识欠缺问题，企业可在eln上建立一线销售人员的“在线知识测评”系统。即将销售人员必须掌握的所有基础知识（包括公司介绍、产品知识、销售基础知识等）编制成eln在线试题库，可自动或按要求生成不同试卷，让所有在职销售人员和新入职销售人员都必须要通过这一套知识测评。

这种eln在线以考代培的学习方式可应用于新员工入职培训、在职销售人员巩固提升和新产品与服务投放时。针对新入职销售人员，可选取“在线知识测评”中较为基础和重要的内容进行学习和测试；针对在职销售人员，可开展每年一次的全面系统的销售及产品知识学习与测评，主要针对知识面的普及和对知识的深度掌握，以更好地应用于工作；针对新投放的产品与服务，则根据实际需要，重要学习和测试对新项

日本身和对工作带来的新要求的理解和掌握。另外，需注意对”在线知识测评”系统进行更新，检查并删除过时的知识，随时将最新的知识纳入其中。

很多企业的基层销售人员甚至不能清楚地说明自己的岗位标准作业流程与规范，以至于工作中错漏百出，不但影响个人业绩，且直接导致客户抱怨与投诉的增多。企业可针对具体岗位进行工作实况录制或模拟演示，配以旁白及其它资料，制作成在线电子课件供销售人员学习。

再辅之以一定的师带徒及现场传帮带等传统培训方式，学习效果更好。

目前，很多企业销售精英的经验分享和榜样作用没有得到很大发挥，而很多普通销售人员又正缺少这些成功经验。elc可以在既不浪费销售精英很多时间精力去做传统面授培训分享的同时，又可快速高效地将成功的经验分享给所有需要的人。即通过elc的异地同步在线视频培训进行分享，大家就某一具体问题还可开展实时研讨交流。全程可即时录制，生产三分屏电子课件供所有人随时随地反复学习。同时elc的论坛/社区也可发挥应有作用，销售精英可建立属于自己的版块，扮演一种专家和教练的角色，以一种非正式的方式发挥榜样标杆的作用。

企业还可针对一线销售人员，开展内部的职业资格认证工作。资格认证项目可由在线课程自主学习、指导老师面授、实时电子化研讨会及在线评估四部分组成，内容涵盖职业素养、产品知识、企业文化、营销知识和营销技能等方面。比如某企业就将其所有的业务员，分为初级、中级和高级三个级别，并于每年开展三个级别的elc在线职业资格和等级的培训、考评和认证工作。这样做，既可帮助这些基层的销售人员规划个人的职业发展方向，减低了员工流失率，又有效地提高了员工的工作技能和综合素养，最终体现为销售业绩的提升和客户满意度忠诚度的提升。

2. 培训内容

营销队伍培养的内容大致分为如下四类，请见下表：

学习目标 学习内容类别 内容

来源

掌握丰富的营销专业知识 营销基础知识 企业

内部

（以产品知识为主）

扩充相关学习内容 营销心态与技能培养 时代光华课程编号

a24

p01

g01

g13

g22

岗位标准作业流程应知应会：学员工作改进计划与执行情况考核；

营销精英经验分享：参加分享活动，并于论坛/社区中发帖、跟帖等；

营销心态与技能培养：营销部门主管推荐课程，以营销人员自主学习为主，

3.3 参考案例

案例2：东风商用车公司市场销售总部

1、 公司简介 经营领域： 汽车及零部件

员工数量： 850人， 网络成员1000家

引进时间： 2015年5月

学习范围： 全体员工+全体网络成员

地理分布： 总部湖北十堰， 全国29个省、 直辖市分支机构， 各大中小城

市网络成员

2、 为什么采用e-learning项目

降低培训费用。突破地域空间限制，实现知识的快速传播，节约培训经济

成本及时间成本。

知识管理平台。以eln平台为基础，制作企业内部课程，形成企业的知识

库，方便进行知识管理。

课程丰富。以eln里大量的通用类课程为基础，配合其他培训，制定了新

入职员工、新任中层干部、新从事营销工作员工的岗前培训体系。

3、 关键商业驱动因素

提高员工绩效，提高学员能力，实现客户满意度提升；

固化企业知识，进行知识管理；

为员工提供更多的可选修培训。

4□ e-learning项目的设计与实施

向全员推广应知的普及知识，制作东风商用车营销、产品、管理类课程。每门课程时间都控制在1小时内，课后考试，强调知识点的记忆。每季度制作至少一门产品类、营销类课程。

针对新入职员工、新任中层干部、新从事营销服务员工、新加盟经销商、服务商、销售员都必须参加eln制定3-8门课程，加上其它培训，合格后方能上岗。

5□ e-learning项目对公司产生了哪些影响 实现了企业知识的快速传播；

实现了企业知识的积累；

员工培训满意度上升12个百分点；

新入职人员适应期由6个月缩短到3个月。

案例3□iams公司的“应用营养学培训项目”

1、 公司简介 经营领域： 生产和销售质优价高的宠物食品和宠物护理用品（消费类产

品）

员工数量： 2500名

引进时间： 1994年

学习范围： 公司销售人员、客户和商业伙伴（经销商、零售商、兽医和饲养员）

地理分布： 在全球不同国家设有17个分支机构

2、 为什么采用e-learning项目

使公司的教育项目趋于正规化；

改变公司过去全部由指导教师面授的教学状况；

允许iams的兽医有更充足的时间完成分内的工作；

培训分散的学员及减少培训时间；

确保销售人员拥有足够的工作时间；

降低由于参加一地的课堂练习而产生的差旅费用。

3、 关键商业驱动因素

以宠物营养学为基础，不断提高销售队伍的专业知识水平；

销售类培训方案篇七

心理暗示视觉梦想、听觉潜能音乐、知觉强化输入、催眠法、自我暗示法。

目标实效：向自我极限挑战，寻找突破口，不断提升销售业绩。

10：30第四讲消化与吸收

养成学习的心态、归零的心态。准备面对吃苦、困难、挫折、失败，永不放弃。

冥想：我真棒！

11：00模拟游戏《极限》和《领袖风采》

目标实效：个人表现与团队绩效唇齿相依，密切相关，团队精神是通过领袖带领全体队员，加强凝聚力，集体力量的体现。

12：00午餐和休息

13：00第五讲你也能成为顶尖销售高手

20\80定律

什么是销售职能?顶尖销售高手特质分析。

习题：自我表现评估，寻找差距。

14：00第六讲克服障碍和管理好你的销售时间

避免的错误的销售观念、结束销售的关键

必须改掉浪费时间的恶习

设定计划，有效安排；

时间创造利润

15: 00第七讲现代销售新模式

培养客户的信赖感；

顾客的购买动机？如何满足潜意识需求？

激发顾客购买欲的七大影响力；

评估你的潜在客户，如何充当销售医生确诊需求？

15: 45模拟游戏(五)《目标的传递》

第八讲运用创意开发新客户

学习顶尖销售高手的思维及行为习惯；

购买者性格剖析(白金法则)

什么是成功的销售说明？

价格异议的应对技巧

分辨并处理常见的反对意见

角色扮演：实战演习，检验学员的应变能力。

目标实效：掌握聆听和提问的技巧，得到你需要的客户资料，当你满足了客户的需要时，你的需要既得到足。

16: 00第九讲走向你的销售目标

目标具体明确

信心达成

17: 00讲师回顾并总结两天的培训内容。

学员分享(口头和书面)

结束(背景音乐、握手、拥抱、道别)

18: 00退场

销售培训计划篇三

一、前言

*****公司作为一家处于高速发展期的企业，现有人才的缺口及后备人才的储备问题是迫不及待的。我司目前的销售部门正处于新老交替、逐步成熟和完善的阶段，因此作为新老员工各自肩负着不同的责任和使命：即老员工应该及时地总结和归纳自己的工作经验；与公司其他同事及领导充分沟通；完善和框架化自身的知识与技术能力以期能整理出一套行之有效的、可复制的和规范化的工作方法作为公司销售团队成长和发展的基础。而新员工则应该端正心态、虚心学习、以与公司共同成长为目标、恪守职业操守、踏实工作，以期快速进入工作状态，逐步成为公司销售的中坚力量。

本计划将完整地阐述本人对于我司新员工培训的思路与实施办法，未尽之处，望各位同仁不吝赐教。

二、新员工培训计划的目的是

- 1、使新员工了解公司的企业文化及业务内容
- 2、使新员工明确我司销售岗位的职责及职业操守
- 3、培养新员工正确的工作态度及方法
- 4、帮助新员工快速投入工作

5、贯彻公司的销售政策及团队建设方针

三、新员工培训计划的宗旨

本计划的宗旨是以软硬兼施，恩威并重：所谓软，即用公司文化和培训带教者的个人魅力感染新员工；所谓硬，即把科学的方法、实际的经验完整而彻底传授给新员工；所谓恩，即采用适当的激励措施激发新员工的工作热情；所谓威，即以严格的管理手段帮助新员工养成规范而良好的工作习惯。

四、新员工培训计划的内容

1、行业概况、企业文化、公司概况及业务范围培训

为新员工介绍我司所处之数据库营销行业的发展及现状；我司目前的市场地位及发展历程；我司的企业文化及组织结构；我司主营业务介绍；我司未来的发展战略和展望。

2、我司销售人员的工作职责及工作方法培训

我司销售团队目前的结构、人数、各职位的职能与职责；公司其他相关部门简介；业务流程培训；日常工作内容介绍；公司相关规章制度培训；工作方法培训。

3、经验传授与案例分析

4、实际操作培训

由资深销售(帮带老师)带新员工进行电话邀约、客户面谈、方案制作、合同撰写等实际操作练习，由资深销售记录过程及进行评估，反馈给公司管理层并留档。

5、帮带制度

每位新员工必须被制定一位资深销售作为其帮带老师，帮带

老师负责监督和管理新员工的培训、工作情况，定期生成报告，反馈给公司管理层并留档。帮带老师的绩效将与新员工的培训评估结果挂钩。

6、新员工绩效考核

制定专门针对新员工的绩效考核标准以达激励之目的。制定专门针对新员工的工作制度以帮助新员工规范而快速地进入状态。

五、新员工培训计划的执行方案

工的入职手续、资料领取(销售必要资料如各类ppt[]word文档及其他公司资料等)和位置、电脑安装的工作。

讲师负责检查并提改进意见。

3、第一天下午进行内容(3)第一部分(除各种演练外)的培训，时间约为15:00至17:00。

该培训应以实用性、互动性为主，气氛务求轻松热烈，充分展现讲师的销售能力及个人魅力，这一点至关重要，藉此可大大提升新员工对我司及其工作的认同度与热情。

4、第二天上午进行内容(3)第二部分(演练)培训，时间约为9:30至10:30。此次培训的主要内容是复习之前的知识并借由演练检验新员工的掌握程度，讲师在演练过程中必须给与正确的意见和建议，纠正新员工的种种误解与错误。此次培训的互动比例应占到70%以上，是以新员工表达为主，讲师纠正鼓励为辅。

5、第二天上午最后由公司领导结训。时间约为11:00至12:00。内容主要是总结此次培训的成果、指出新员工的长处及不足、对新员工未来的工作作出展望与要求。是为誓师之举。

少于一份d□方案撰写不得少于3份(暂定)e□项目执行观摩一次f□新员工工作总结一份并附帮带老师评语g□其他(待定)

7、帮带期满之后进行新员工培训成果考核。该考核由销售部门主管与帮带老师共同进行，

具体内容将在下一章详细阐述。

六、新员工培训效果的评估办法

1、评估人员：销售部门主管及帮带老师

2、评估内容：

a□工作态度：出勤、培训时表现是否积极、日常工作完成度、与帮带老师相处是否融洽

c□工作成果：出单数、出单总金额、出单率(成交数/意向数)评估

d□培训记录总结：相关培训记录汇总及总结

3、评估方法：

b□参考公司的考勤及日常考核记录

c□部门主管分别与帮带老师及新员工就此次培训作一次单独面谈作为考核参考

d□由一位非部门主管及帮带老师的资深销售与新员工做一次客户面谈情景演练，部门主管与帮带老师旁观，并根据过程及结果做出评价。

e□综合上述情况出具新员工培训效果评估结果，并以此为标

准制定新员工的底薪、绩效工资、其他福利或奖励等标准，并以此为标准给予帮带老师一定的奖励或惩罚。

销售类培训方案篇八

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。

销售类培训方案篇九

本方案属于新员工入职制度之一，在于帮助新入职员工快速融入公司企业文化，树立统一的企业价值观念，行为模式，了解公司相关规章制度，培养良好的工作心态，职业素质，为胜任岗位工作打下坚实的基础。

1、为新员工提供正确相关的公司及工作岗位信息，增强新员工走入市场信心。

2、让新员工了解公司产品知识，更快进入工作状态。

3、让新员工了解公司历史、政策、企业文化、树立对公司信心和期望。

4、让新员工感受到公司对他的欢迎，让新员工体会到归属感。

5、使新员工明白自己的工作职责，加强同事之间的关系。

6、提升新员工解决问题的能力及提供寻求帮助的方法。

1、对新人须全心全意的进行岗位专业知识传授和指导。

2、根据培训时间对新人在过程中，予以成绩考核及技能评估。

3、培训人员应及时将新人工作中表现及时反馈人事部。

1、严格遵守公司各项规章制度。

2、虚心、认真的接受培训师人员的教导和安排。

3、严格执行岗位操作标准和制度。

4、每周、月对本岗位工作内容、工作成绩、建议及个人心得以书面的形式交予人事部。

(略)

销售类培训方案篇十

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。x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工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

x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

(4) 产品知识和市场知识介绍

(5)、销售前期准备

寻找有效客户的方法与途径建立有效客户名单

目的：做好准客户的信息储备

a□客户背景资料的准备

b□公司产品宣传资料、合同、名片

c□个人形象准备

(6)、拜访客户电话拜访技巧陌生拜访技巧

(7)、销售技巧接近客户的方法：

a方式：电话拜访、直接陌拜、直接信函、传真拜访

b电话拜访是重要方式：

作用：预约与关键人物会面的时间、直接信函前的提示、直接信函后的跟踪

有系统的介绍产品和服务：

不同类型客户的应付方法：

处理客户异议的原则和技巧：

(8)、销售人员的自我管理目标管理时间管理

(五)开展学历教育

调动员工自学积极性。为员工自学考试提供良好的服务，帮助员工报名，提供函授信息；制定或调整现有在岗职工学历进修的奖励标准；将学历水平作为上岗和行政、技术职务晋升的条件，增加员工学习的动力。

四、措施及要求

(一)领导要高度重视，各基层单位及业务部门要积极参与配合，制定切实有效的培训实施计划，实行指导性与指令性相

结合的办法，坚持在开发员工整体素质上，树立长远观念和全局观念，积极构建“大培训格局”确保培训计划开班率达90%以上，全员培训率达35%以上。

(二)培训的原则和形式。按照“谁管人、谁培训”的分级管理、分级培训原则组织培训。公司重点抓管理层领导、项目经理、总工、高技能人才及“四新”推广培训；各部门和基层单位要紧密配合培训中心抓好新员工和在职员工轮训及复合型人才培训工作。在培训形式上，要结合企业实际，因地制宜、因材施教，外培与内训相结合，基地培训和现场培训相结合，采取技能演练、技术比武、鉴定考试等灵活多样形式；在培训方法上要把授课、角色扮演、案例、研讨、现场观摩等方法相互结合。选择最佳的方法和形式，组织开展培训。

(三)加强培训基础设施的建设和开发。一是加强和高等院校的联合办学力度，在就近院校设置培训实习基地，并充分发挥他们的培训资源和专业特长，积极整合，合理开发，使其在公司人力资源培训开发中发挥骨干作用；二是要根据公司内部自身专业特长，建设自己的培训基地、职校功能。选择专业或课题，组织编写适合企业特点的培训教材或讲义；三是要加强企业专兼职培训师队伍建设，实行资源的有偿服务。

(四)确保培训经费投入的落实。我们要按国家现行规定，即按工资总额的1.5%足额提取职教经费，由培训主管部门掌握使用，财务部门监督，其中0.5%上缴公司统一协调使用，严禁将培训经费挪作他用。

(五)确保培训效果的真实有效。一是加大检查指导力度，完善制度。公司应建立完善自己的职工培训机构及场所(如职工大学、职业技术学校)，并对培训中心各级各类培训情况进行不定期的检查与指导；二是建立表彰和通报制度。对培训成绩显著，扎实有效的单位和培训机构给予表彰奖励；对培训计划落实不到位，员工培训工作滞后的单位予以通报批评；三是建立员工培训情况反馈制度，坚持将培训过程的考核情况

及结果与本人培训期间的工资、奖金挂钩。实现员工自我培训意识的提高。

(六)加强为基层单位现场培训工作的服务意识，充分发挥业务主管部门的主观能动性，积极主动深入现场解决培训中的实际问题，扎扎实实把年度培训计划落实到位。

(七)公司办班培训及员工外送培训要严格按照《人力资源管理办法》程序和要求组织落实和实施。各主办部门(单位)要做好开班前的策划及教学设计，各单位要做好学员的选送工作，确保培训质量的有效性。培训是帮助员工提高生存能力和岗位竞争能力的有效途径，努力提高员工学习的主动性，建设一支高素质的团队是人力资源部义不容辞的职责。我们一定要自觉站在公司建设具有永续竞争力的卓越企业的战略高度重视员工的学习和成长;同时，企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地，就必须落实创建学习型企业，从加快职业教育和培训事业的发展入手，来提升员工队伍政治、技术的整体素质，构筑人力资源的核心竞争力，以此提高员工参与企业市场竞争的能力。

销售类培训方案篇十一

- 1、让新同事感受到长稳咨询对他们的欢迎，尽快消除心理隔阂，以便更快的接受和融入公司，体会到团队归属感。
- 2、让新同事消除初进企业的紧张焦虑情绪，快速适应新的环境，以便减少错误，节省时间，提高工作效率。
- 3、展现清晰地职位分析及企业对个人的期望，从企业的角度告诉新员工的职位和期望达到的要求。
- 4、培养新员工解决实际问题的能力，帮助新员工建立与同事和团队的和谐关系，提供寻求帮助的方法，提供讨论的平台，帮助新员工更快的.胜任本职工作。

5、经过新员工入职培训，通过公司和求职者双向选择，让留下来的同事能调整好心态，形成良好的职业习惯。

讲授式：新员工培训主讲师、公司各相关部门负责人、营销部骨干等亲自讲授。案例分享式：拿出行业的经典案例现场进行分析，帮助新员工全方位了解产品和服务。现场体验式：培训现场体验+模拟，打造能打硬仗的团队，提升团队精神和荣誉感。

理论培训时间：

上午：9：00——12：00(3小时) 下午：14：30——17：30(3小时)

销售类培训方案篇十二

公司人力资源开发中心将在培训方面为公司发展提供大力支持，力求达成以下培训目标：

- 1、完善基层员工的培训课程，加强培训，显著提高基层员工的专业知识、服务技能。
- 2、执行人才开发计划，培养一批公司急需的中层管理者。
- 3、提高现有中层管理者的职业素质与管理技能。
- 4、为公司高层管理者提高自身管理技能提供条件。
- 5、进行规模的团队建设培训，加强部门、员工的沟通。
- 6、积极宣传企业文化，增强员工对企业的认同感，提高企业对员工的凝聚力。

销售类培训方案篇十三

(一)领导要高度重视，各基层单位及业务部门要积极参与配合，制定切实有效的培训实施计划，实行指导性与指令性相结合的办法，坚持在开发员工整体素质上，树立长远观念和全局观念，积极构建“大培训格局”确保培训计划开班率达90%以上，全员培训率达35%以上。

(二)培训的原则和形式。按照“谁管人、谁培训”的分级管理、分级培训原则组织培训。公司重点抓管理层领导、项目经理、总工、高技能人才及“四新”推广培训；各部门和基层单位要紧密配合培训中心抓好新员工和在职员工轮训及复合型人才培训工作。在培训形式上，要结合企业实际，因地制宜、因材施教，外培与内训相结合，基地培训和现场培训相结合，采取技能演练、技术比武、鉴定考试等灵活多样形式；在培训方法上要把授课、角色扮演、案例、研讨、现场观摩等方法相互结合。选择最佳的方法和形式，组织开展培训。

(三)加强培训基础设施的建设和开发。一是加强和高等院校的联合办学力度，在就近院校设置培训实习基地，并充分发挥他们的培训资源和专业特长，积极整合，合理开发，使其在公司人力资源培训开发中发挥骨干作用；二是要根据公司内部自身专业特长，建设自己的培训基地、职校功能。选择专业或课题，组织编写适合企业特点的培训教材或讲义；三是要加强企业专兼职培训师队伍建设，实行资源的有偿服务。

(四)确保培训经费投入的落实。我们要按国家现行规定，即按工资总额的1.5%足额提取职教经费，由培训主管部门掌握使用，财务部门监督，其中0.5%上缴公司统一协调使用，严禁将培训经费挪作他用。

(五)确保培训效果的真实有效。一是加大检查指导力度，完善制度。公司应建立完善自己的职工培训机构及场所(如职工大学、职业技术学校)，并对培训中心各级各类培训情况进行

不定期的检查与指导;二是建立表彰和通报制度。对培训业绩显著,扎实有效的单位和培训机构给予表彰奖励;对培训计划落实不到位,员工培训工作滞后的单位予以通报批评;三是建立员工培训情况反馈制度,坚持将培训过程的考核情况及结果与本人培训期间的工资、奖金挂钩。实现员工自我培训意识的提高。

(六)加强为基层单位现场培训工作的服务意识,充分发挥业务主管部门的主观能动性,积极主动深入现场解决培训中的实际问题,扎扎实实把年度培训计划落实到位。

(七)公司办班培训及员工外送培训要严格按照《人力资源管理办法》程序和要求组织落实和实施。各主办部门(单位)要做好开班前的策划及教学设计,各单位要做好学员的选送工作,确保培训质量的有效性。培训是帮助员工提高生存能力和岗位竞争能力的有效途径,努力提高员工学习的主动性,建设一支高素质的团队是人力资源部义不容辞的职责。我们一定要自觉站在公司建设具有永续竞争力的卓越企业的战略高度重视员工的学习和成长;同时,企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地,就必须落实创建学习型组织,从加快职业教育和培训事业的发展入手,来提升员工队伍政治、技术的整体素质,构筑人力资源的核心竞争力,以此提高员工参与企业市场竞争的能力。

销售类培训方案篇十四

- 2、需要进行产品知识培训的xx%
- 3、需要进行沟通技巧与谈判技巧的xx%
- 4、需要进行产品车型维修培训的xx%
- 5、需要进行助理技师手册培训的xx%

6、需要进行服务顾问的相关培训xx%

xx汽车销售服务有限公司logo

从调查数据上看，基层员工对培训是十分渴求的，也是我们急需解决的一个重要问题。同时中层管理者还提出要加强基层员工礼貌礼仪方面的培训，从公司的每一个员工的服务表现来提升我们公司的整体形象。公司高层管理者认为：员工能够积极主动的要求培训以提高自身的业务水平为公司更好的服务是很值得鼓励推行的公司愿意为员工提供这个平台并且给予全部的费用支持，并且要对公司中层管理者进行更强的业务培训以带动基层员工的转训。