

# 最新家具销售技巧培训心得体会总结(精选11篇)

军训总结是在军训期间对参训学生个人成长和军事素养的总结和概括的一种书面材料，它可以帮助我们回顾军训的经历和收获，加深对国防教育的理解和认识。小编为大家整理了一些教师总结的经典范文，希望可以为大家提供一些写作思路 and 技巧。

## 家具销售技巧培训心得体会总结篇一

今天是第一次听老师讲课，也不算是讲课，因为这次是老师拿自己的人生经历来给我们分享，针对我们现在的状况，针对现在我们所面临的选择，所困惑的难题。

一、当老师开始讲的时候说道我们先前所写的话术，反应的问题。说我们的态度有问题，我很认同，因为我自己也觉察的到自己的态度不是很好，是在应付，是在为公司做事。老师直接点出了我们的问题，自己一直在犹豫在徘徊，所以无法真正去做好自己的工作。

心——信念，态——态度：

既然选择了，选择了这个平台，选择了这份工作，那自己就应该对自己负责，对公司负责，也对自己的未来负责。想好自己当初为什么选择来这家公司，为什么选择这份工作。我是因为想突破自己，想让自己的交际水平，让自己的经历，让自己的语言表达能力有所提升才选择的这个销售行业，而选择是因为同伴们都是富有激情，富有战斗力的一个团队，是一个朝气的团队，是一个可以让我自己有所成就，有所成长的一个公司。而现在自己所做的事情呢？懒懒散散去做，打电话没成果就说是名单问题，是对方老板问题，难道就没想过是自己的问题吗？不要再去找理由了，要求内而不是去找外，

只有自己的问题解决了那才有突破那才有成长。

打电话受到挫折拒绝不敢去打，打电话跟客户去要求不敢去说，为什么？因为你对自己没信心，对自己的产品没信心，对自己的公司没信心，这样的心态能得到什么结果呢？失败的结果。坚信一句话“你相信什么才能得到什么”！

方——原则，法——路径：

现在的销售为什么这么难做，为什么这么多的人认为销售就是骗子？因为我们失去了原则，失去了本性。原则：真诚，实在。

为什么去给客户推荐东西，为什么去卖这个产品，我们是为了帮助别人，而不是去害别人，只有真正帮助了别人，帮助了企业，你才算是真正的成功。而成功的衡量方式也只是金钱，还有人脉，还有朋友。只有真心帮助别人才能得到别人的友谊，才能让自己的人生不那么孤单。并且在跟客户交流的过程中，你的能力也在不断提高，这才是最大的收获。切记：不要为了推销东西而不择手段。

目——目的，标——标准：

目标一定要有，想要有好的锻炼，必须要有一个可以量化的目标，只有这样才能清楚自己离目标还有多大距离，才能去突破自己，去完成目标。并且，目标不是用来制订的而是用来超越的，只有不断超越目标，那才是真正成功的表现！

二、老师又讲到要做个“文质彬彬”的人，一个表里一致的人。

这是对我们的要求也是对我们的期望。

言必行，行必果。做事要言而有信，并且做事要立即去做，

不要总是去推迟，去逃避，只有自己真正去做才能有结果，才能有收获。

为人——圆融：真诚、内求、包容；处事——方正：正道，原则，口碑。

为人圆融，处事方正！

这正是销售能带来的好处，也只有销售才能有这样的锻炼机会。我们就是要靠着这个目标去努力。在工作中，要去看别人的优点，去学习。发现自己的缺点去改正。最可怕的不是错误，而是不敢去承认自己的错误，去改变错误！

三、老师也让我认识到很多前辈，很多老师，也让我对自己的产品、对自己的公司、对自己的工作有了信心。我们的目的不纯粹是赚钱，而是真正为企业解决问题，提供解决问题的方案，来跟各个企业进行合作共赢。只有我们的方案真正为您的企业解决了问题，那才是我们想要的结果，因为我们的使命就是教育产业报国，推动中华民族持续昌盛！为企业提供有成果的企业培训！

四、老师让我们了解到了当前中国中小型企业发展中所遇到的问题，并且让我们了解了该去怎么去解决这些问题。

## **家具销售技巧培训心得体会总结篇二**

在进行综合销售技巧培训的过程中，我深刻地认识到了销售这个职业的重要性。作为一个销售人员，我们需要具备一定的专业知识和技能，以便更好地满足客户的需求，同时也需要具有良好的沟通能力和心理素质，以确保客户满意度和重复购买率的提高。

在培训中，我学到了许多重要的销售技巧。其中，最重要的一条就是：客户至上。无论是面对怎样的客户，我们都应该

以客户的需求和利益为出发点，在处理问题时要有耐心，要做到主动倾听和积极沟通，并且要时刻关注客户的反馈意见，及时进行调整和满足客户的需求。

此外，建立良好的人际关系也是销售工作的重要一环。我们不仅要与客户建立良好的沟通和信任关系，也要与同事和上下级建立良好的合作关系，以便更好地完成销售和推广工作。

还有一点，就是正确的销售心态也非常重要。我们不能一味地追求短期利益和个人奖励，而应该始终保持良好的职业道德和客户导向的销售理念，以提高自己的综合素质和人格魅力。

综合来看，销售技巧的培训对我来说是一次难得的机会。通过本次培训，我不仅学到了许多重要的销售知识和技巧，也体会到了销售这个行业的重要性和复杂性。我相信，在今后的工作生涯中，这些宝贵的经验和知识将会帮助我更好地应对各种挑战和问题。

## **家具销售技巧培训心得体会总结篇三**

- 1、看什么人用手机，就推销什么功能的手机，比如老人，那就给推荐几款功能少，按键大，屏幕字大的手机。手机要皮实等。
- 2、要问客户需要什么功能的。
- 3、什么价位的。
- 4、先介绍一款机型，不要把你们品牌的所有机型都介绍了，这样会让客户感到头晕，不知哪个好了。一款一款的介绍，客户不喜欢这款再说下一款。
- 5、多为客户着想，把手机的功能说的人性化，又不是大白话，

让用户能听懂，语速要中等，不要太快，这样说明不了你的口才好，而是听着闹心。

6、客户购买后一定要在客户走之间把使用机子的注意事项再说明一下，

1) 让客户感觉你的服务好，有可能会再带客户来。

2) 说明注意事项后，客户不会再说你在介绍手机时没有说明，再与你找后帐，不要给自己找事。

其它的只有你真正的干上这份工作才能体会到的，这是个随机应变的工作，不能用一个模式去套。

现在手机已经普遍到每一个人的手中，同时手机生产厂家也在不断地推陈出新，对于想把一台漂亮的手机销售到购买者的手中，要有哪些市场营销技巧呢？以下为您提供手机销售技巧详细资料，可供参考。

“我是一名销售手机的新手，卖场里人来人往，都只是看不买，如何销售手机呢？”

“我是今年才从事这个工作的，在销售过程中跟顾客介绍完手机特点功能后顾客还是没有购买的意愿，还有就是价格在价格方面都让我有点不知所措”

在做手机销售的时候，难免会遇到这样那样的问题，对一些刚刚加入手机销售行业的朋友来说，会觉得无所适从，在这里为大家准备了一些如何销售手机的技巧，希望可以帮到大家。

如何销售手机之前奏

想要把手机成功的销售出去，不做些准备就上战场是不行的，

事先的信息战也是非常有必要的。

1、目标消费群的定位。必须清楚我们计划把产品卖给哪一个人群，他们有什么样的消费特征，他们购买我们产品的理由是什么。只有确定了目标消费群，销售宣传才有针对性，才能有的放矢，避免盲目性和浪费。

2、产品。竞争对手的卖点是什么？他们怎么宣传的？手机的独特卖点是什么？只找出一点进行强有力的诉求，越多的卖点诉求越没有效果。

## 如何销售手机之战场

对于手机的销售，说简单点也就是对消费者心理的把握及智斗。

### 1、欲擒故纵谋略

欲擒故纵，“擒”是目的，“纵”是手段。怎样运用这“纵”的手段呢？诀窍是：当你和顾客交谈时，可以表现出一种漫不经心的态度，就是说对能否向他推销出商品表现得毫不在意。这种态度很能引起顾客的兴趣。为什么会这样呢？道理并不复杂。如果推销员在推销时并不认真推销，顾客就会认为推销员推销的商品市场前景看好，“皇帝的女儿不愁嫁，或者认为推销员怠慢自己。前一心理，会调动起他的购买欲；后一心理，会增强他的表现欲，他会想方设法让他人看到推销员是怎样失职，也就是说想表现自己作为一名重要人物是怎样被漫不经心的推销员怠慢的。但不管什么心理，给推销员带来的都是成功的机会。这种谋略尤其适用于那些刚愎自用、自以为是的顾客，所以，推销员要注意学会使用这一谋略。

### 2、激发情感谋略

激发情感谋略，也可称“激将谋略”。它的内涵是：用富有刺

激性的语言来激发对方的某种情感，让对方的情绪发生冲动，失去理智，在冲动的情绪的驱使下去做某种我们期望他去做的事。比如，在美国某商店，一对夫妇对一只钻戒很感兴趣，但嫌价格太贵，便犹豫不决。售货员见此情形，便对他们说：“有位总统夫人也是对这只戒指爱不释手，只因为贵没买”。这对夫妇听了这话，马上掏出钱来，买下了这只昂贵的钻戒，而且还得意非常。

俗话说：“劝将不如激将。”如果那位售货员从正面开导劝说，那对夫妇未必能下决心买下那枚钻戒。而反面的激将法，倒促使他们下了决心。因为人都有自尊心，荣誉感，这对夫妇也不例外。当他们听说某总统夫人也喜欢这枚钻戒，但因为太贵没买时，强烈的自尊、争强心被激发了出来。于是，售货员便达到了目的。

激将法虽然是行销谈判中常用的语言谋略，但它也是有局限性，值得推销员们注意：

#### （1）使用激将法要看准对象。

激将法并不适用于任何人。一般说来，它多适用于哪些谈判经验不太丰富，且容易感情用事的人身上。至于那些办事稳重、富于理智的经验老成者，激将法就很难在他们的身上发挥作用。而对于那些故事谨小慎微、自卑感强、性格内向的人，也不适宜用激将法。因为富有刺激性的语言会被他们误认为是对他们的挖苦、嘲笑，并极可能导致怨恨心理。所以，使用激将法要看准对象。

#### （2）使用激将法言辞要有讲究。

并不是有什么语言都可以激发起对方的情感的。锋芒太露、太刻薄，容易形成对抗心理；而语言无力，不痛不痒，则又难能让对方的情感产生波动。因此，在使用激将法时，一定要注意言辞的“度”。既防止“过”，又避免不及。

### (3) 使用激将法要顾及态度因素

必须指出的是，“激将”一般用的是言辞，而不是“态度”，切不可为了激将而甩脸子、拍桌子，这不仅有害谈判者的风度，还可能让对方产生厌恶的心理。据有关方面记载，赫鲁晓夫在谈判时常用摔鞋子的手段来刺激对手，结果，不仅没达到目的，还成为谈判界的笑话。

### 3、事例启迪谋略

所谓事例启迪谋略就是在说服对方时，不正面直说，而是列举一些类似的事件，让对方借鉴，从中受到启迪，领悟道理，使之接受你的意见。

### 4、借“砖”敲门谋略

在形形色色的行业中，行销行业属于最艰难的行业之一。许多推销员要推销他的商品，但却苦于不得其门而入或得其门而难入。尽管他满脸笑意，恭恭敬敬，但得到的往往是冰冷的面孔，不屑一顾的神态。

### 5、借名钓利谋略

所谓借名钓利谋略，就是借助名人、名牌、名胜等效应，来提高自己的商品的知名度，达到行销的目的。心理学表明，“名”对人们有着很大的诱惑力，而且由于人们对权威具有崇拜心理，更使得“名”的说服力大大增强。

### 6、幽默谈谐谋略

幽默无处不显其能。在行销界，它还是一种谋略。

### 7、装愚示傻谋略

在一般人眼里，优秀的推销员都是那些口若悬河、反应灵敏、

精明干练的强者，其实并不尽然。有时，那些看起来“傻笨愚呆”、“口舌笨拙”、“一问三不知”的推销员，却屡屡在谈判桌上获胜。原来，他们采用了“装愚示傻”谋略，即故意摆出一“什么都明白”的愚者姿态，让强硬对手“英雄无用武之地”。

## 如何销售手机之案例解析

案例：客人问手机可不可以便宜？

1、营业员首先要用肯定的态度回答客人这是实价，打消客人削价的念头。

如回答时：“不好意思，这个价钱是公司规定的，是全国统一的定价，您先请坐下，慢慢看一下，好吗？”

2、客人仍抱着有得便宜的希望，犹豫不决。

a主动向客人解释我们服务的承诺，我们的优势。

如：拿宣传单向客人解释，用肯定的语气告诉客人，我们销售的手机绝对100%的原装行货，告诉客人“这里买的手机7天包退换，30天内包换，一年内全国联网免费保修，终生保养，让客人觉得售后有保障。

b如果客人选中了某一手机，我们可以插上卡，教客人调功能，并说明此机的主要特色，以及让客人试打，这种做法，让客人感到不买都不好意思。

手机销售技巧培训心得分享案例一：客人问手机可不可以便宜？

营业员首先要用肯定的态度回答客人这是实价，打消客人削价的念头。

如回答时：“不好意思，这个价钱是公司规定的，是全国统一的定价，您先请坐下，慢慢看一下，好吗？”

客人仍抱着有得便宜的希望，犹豫不决。

a□ 主动向客人解释我们服□b□ 务的承诺□c□ 我们的优势。

如：拿宣传单向客人解释，用肯定的语气告诉客人，我们销售的手机绝对100%的原装行货，告诉客人“这里买的手机7天包退换，30天内包换，一年内全国联网免费保修，终生保养，让客人觉得售后有保障。

d□ 如果客人选中了某一手机□e□ 我们可以插上卡□f□ 教客人调功能□g□ 并说明此机的主要特色□h□ 以及让客人试打□i□ 这种做法□j□ 让客人感到不k□买都不l□ 好意思。

案例二：遇上客人买手机还价十分离谱（说我们的货贵）

m□ 我们明知客人在说谎□n□ 但切o□ 不p□ 可故意揭穿他□ q□ 可以引用一些其它牌子相同r□ 价格的手机□s□ 并解说某一手机外形、功能、质量与其它手机的区别。

t□ 要耐心且温和地向客人解释：我们的手机是包括外壳、主机、电池、耳机等均由某公司直接生产□u□ 且是有质量问题实行国家规定的“三包”政策□v□ 也可运用案例一2的a□b点。

案例三：顾客为几个人一齐时

应付一个客人要坚持“一对一”的服务。

两个店员要有主次之分，不可随便插口。

其他人员只能充当助手，协助销售。例如：帮找配件，递交包装盒等。

#### 案例四：客人太多时

不可只顾自己跟前的客人。

同时和其他围观的客人打招呼，如：

a□ 点头微笑说“欢迎光临□b□ 有什么可以帮到您。”

c□ “请随便睇睇□d□ 有也帮到你”

e□ 如短时间可以搞定的买卖□f□ 先搞定。

g□ 或通知其他店员先招呼。

手机销售技巧培训心得分享案例五：手机颜色缺货或其他产品缺货

建议客人用其他颜色的机或其他型号的机。

如客人坚持要求缺货的机，我们可以给同型号的但不同颜色的机代用。前提是：

a□ 从仓库或其它档口确认有客人需要的颜色□b□ 最迟第二天能有货。

c□ 讲清楚代用的机不d□ 能弄花□e□ 要有盒和全套配置，而f□ 且不g□ 可超过第二天□h□ 并在单上注明换机日期和颜色□i□ 避免日后误解。

j□ 留下客人的联系电话□k□ 机一到就通知他。

l□ 叫客人留下订金□m□ 尽快帮他解决所需的机。

案例六：销售时遇到客人投诉

1、 客人投诉，2、 都是心中有气，3、 我们要态度温和，4、 礼貌地请客人到休闲椅去坐，5、 奉上茶水，6、 平息他的怒气。

7、 要细心聆听客人的投诉，8、 了解问题后，9、 尽快给客人解决。

10、 对于解决不了的问题，11、 要及时通知零售店相关人员。

案例七：客人购买手机后（包换期内），回来认为有质量问题

先了解情况，后试机，作出判断，是否是顾客心理作用（比如手机听筒声音小），尽量说服客人不要换机。

如有质量非人为问题，按公司有关规定去做，让客人满意离开。

## 家具销售技巧培训心得体会总结篇四

20xx年8月20日为期一天的《专业销售技巧》培训已经落下帷幕。作为刚刚步入上海宝井做为销售代表的我，显然无论是角色的转变还是新环境的适应都还需要一个循序渐进的过程，因而刚开始内心难免会出现一些不成熟或者说是很幼稚的想法。然而幸运的是，公司很快为我们搭建了这样一个很好的学习平台，非常感谢公司给我一个良好的学习机会，学习时间虽然很短，但我感觉确实是受了很大的启发，受益匪浅，也许在多年以后这仍然是我能够清晰记得的最美好的回忆；其次，我要感谢公司的人事部，给我们如此珍贵的机会去深入的了解销售，认识销售；然后还要感谢的是在这一天，为了培训，辛勤劳作的培训老师及后勤人员，是你们卓越的组织能力让这次活动丰富多彩，高潮迭起，是你们的敬业精神和无私奉献，让我们感觉到我们的培训颇有收获。

听完孙培俊先生的课，深感销售人员是企业开拓市场的先锋，而一个优秀的销售人员应具备以下素质：

一、良好的专业知识。对于社会各类信息的收集很重要，而对于本行业的专业知识更要清楚掌握，打电话前、拜访客户前就应该清楚地知道自己将要做什么、需要得到什么，也就能让自己在第一时间清楚，自己该准备什么；在与客户沟通时，有了强大的信息库支持，不但体现出业务员渊博的知识，而且能让你从容不迫。

二、旺盛的学习的热情。“思想改变命运，现在决定未来”，那我们现在该做些什么？现在应该多学习：拜良师、结益友、读好书、爱培训。我将以自己的实际行动证明这一点，先天天赋不足，用后天的努力来弥补。

三、敏锐的观察能力和口才。在这里，孙先生提到“细节决定成败”，他说“好的业务员应该常做到脸笑、口甜、腰软、手脚快”！

四、懂聆听，会提问，善于把握客户的性格特点，认清人际风格，加以利用。人脉是事业的基石！如何正确地处理人际关系，将决定着业务是否能顺利进行；而懂得认真聆听，表现出应有的谦虚，是处理人际关系中最起码的先决条件。

五、对工作保持积极进取的心态，别人能做到的，我也能做到，还会做的更好。孙先生经历过成功，也感觉过失败，但他依然以积极进取的态度，品尝着人生百味，他，做到了一般人无法做到的，这种积极乐观的精神绝对值得我学习。

六、不要轻易放弃。

在培训内容上，孙培俊先生更多的时候是在“授人以鱼，不如授人以渔”的指导思想下讲授《专业销售技巧》，对我们“职业生涯”进行规划，让我们学会用积极、主动的心态

看待工作，并让我们坚定工作信念，更多的是，孙先生指明了我今后的工作方向，为我梳理出更清晰、明畅的工作方法。

什么样的态度决定什么样的人生。我很平凡，但我有一颗不平常的心。我会因为充满乐观的信念而快乐喜悦，我会因为付出而期待着收获，我会在我的人生道路上去领悟孙先生在授课中传达的精神力量，保持一种客观的奋发向上的人生姿态，尽人力，安天命，享受生命的充盈，感受工作的快乐！

## 家具销售技巧培训心得体会总结篇五

为期1个月的培训结束了，我在这一个月的培训中学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，受益非浅。此刻我就对这一个月的培训做一个工作小结。

经历了第二阶段的培训后，我进入了实训阶段。第三阶段负责人安排我到门口促销“dell”新品牌，因为“dell”不具“苹果”这样的中文商标。当顾客走过发现“dell”及其十分“优惠”的价格和打出的促销的字样时。会十分惊喜驻足欣赏。并且不停的问我为什么这样便宜时，我只好吞吐的说这是两个品牌。脸上表情变化的迅速，我明白这单“生意”又要黄了。心境的失落感但愿不要影响了他们逛里面的商场。

几天的促销活动过后我也转回了里面去站柜台帮忙销售。这是我培训的第四个阶段。主卖“dell”“联想”等品牌，很好的品牌，卖的也快，很少有顾客回来找“麻烦”，但“紫光”的却麻烦不断，十个就有九个有问题，有些换了好几次都有问题，而每次都会是一个“身”和“心”的考验，卖主让找售后售后又推回来，而每次都是一场口水战。有些顾客强硬，会比较容易的换个新的(当然在保质期内)。有些却没那么幸运了，折腾了好几次都没结果。其实我们这些销售人员也很苦恼。

在为期1个月的培训里，我象一个真正的员工一样拥有自我的

工作卡，感觉自我已经不是一个学生了，每一天7点起床，然后象个真正的上班族一样上班。培训过程中遵守该厂的各项制度，虚心向有经验的同事学习，一个月的培训使我懂得了很多以前不明白的东西，对明华电脑城也有了更深的了解，经过了解也发现了该公司存在一些问题：

(2)销售业务工作管理还不够完善，领导比较多，有时不明白该听谁的，比较乱；

(3)市场信息反馈较慢，对发展新客户的工作作得不够细；

(4)售后服务不是太好，有时候会出现欺骗消费者的行为，缺乏有利的监管。

## 家具销售技巧培训心得体会总结篇六

怀着一种空杯的心态，我有幸参加安徽盐业举办的营销知识与业务技能培训的培训。在此次培训过程中，徽商业学院的教授对营销技巧，客情关系的管理等等进行详细介绍，并对其中的一些进行重点讲解，包括营销技巧中的策略，如何开拓市场，如何扩大销量。还有客情关系的建立和维护。并且用大量生动的案例教学，实用性和操作性强，采用互动和现场问答等方式，生动易懂，张弛有度，使我们在轻松的学习中掌握更多的方法和技能。此次培训得到大家的高度评价和认可。下面就此次培训，我简单谈谈我的。

### 一、自信心+诚心+有心+合作心

信心是人办事的动力，信心是一种力量。每天工作开始的时候，都要鼓励自己。要用一种必胜的心态去面对客户和消费者，在推销商品之前要把自己给推销出去，对自己要有信心，只要把自己推销给客户，才能把产品推销给客户。凡事要有诚心，心态是决定一个人做事的基本要求，必须抱着一颗真诚的心，诚恳的对待客户，对待同事，只有这样，别人才会

尊重你，把你当朋友，才会接受你的产品。业务代表是公司的形象，企业素质的体现，是连接企业与社会，消费者，经销商的枢纽，信任是你业务的保障。处处留心皆学问，要养成勤于思考，善于销售经验。机会是留给有准备的人，同时也留给有心的人，作为业务员，客户的每一点变化都要去解，努力把握每一个细节，做个有心人 不断的提高自己。销售靠合作，离不开领导的英明决策，离不开公司的运筹帷幄，离不开各部门的支持配合。总的一句话，耐心细致，感动至上。

## 二、销售+市场+策略

一件好的产品，要有好的市场，好的营销策略。同时网络的建设是销售产品的主宰，让你掌握产品的一切相关事由。开发市场需增进与客户的友谊，熟悉客户的经营状况，改善自身经营管理水平，更好的将产品推销到客户手上。好的营销策略是有准备的，有的，是帮助客户怎样更好的去销售产品，为客户出谋划策，包装产品，做促销活动。让客户觉的你是真诚的人，是可以信赖的人。我们和客户是利益的纽带 是信任的保证。

通过这次培训，我受益匪浅，真正认识到营销技巧和客情关系在工作中的重要性和必要性。我们要保持一个积极的心态，要有信心，责任心，要有虚心，进取心，要有恒心，要有感恩之心，做到超越平凡，追求卓越。

## 家具销售技巧培训心得体会总结篇七

卖鞋子销售技巧和话术第一种情况是：

主动问话反而引起顾客的反感. 如顾客走近柜台, 营业员问一声' 您买什么?' 顾客听到这句问话不仅不接受, 反而问营业员:' 不买是不是不能看啊!' 双方都很尴尬.

卖鞋子销售技巧和话术第二种情况是：

由于营业繁忙或受其他客观条件影响,有时营业员不能做到对每位顾客都主动问话. 卖鞋子销售技巧和话术第三种情况是:有的顾客只顾看商品,营业员问也不是,不问也不是.在这些情况下,我们就要找好时机问话.

当顾客在柜台前停留时,当顾客手摸商品或与其他顾客商量议论商品时,当顾客持币来到柜台前时,都是营业员向顾客询问的好时机.语言一定要文明、礼貌、诚恳、亲切,用恰当地称呼说好第一句话.如:小姐、先生、您需要什么?婉转的用语言,变为主动.如柜台营业员正在整理商品,没注意柜台前来了顾客,这时顾客冲营业员喊:‘小姐,把这件衣服拿过来我看看.’营业员应马上放下整理的商品走过来,边搁下衣服边问道:‘您穿还是别人穿?’这句问话就属于婉转,由被动答话转为主动问话,可为整个服务过程顺利进行奠定基础.灵活机动,随机应变.营业员向顾客问话不能死盯住‘小姐,您买什么?’‘先生,您要什么’不放.

卖鞋子销售技巧和话术同时也需要做到这一点:问话要随机应变.

首先:对顾客的年龄、性别、职业等特点来灵活地决定问话的内容.主动性问话,能消除顾客的疑虑,同时也能迅速地了解顾客的来意,为下一步的服务提供依据.

前后顺序颠倒了一下,但给人的印象却完全不同.前后两种说法会使顾客感到这件商品质量好,即使价格高也值得买.根据顾客的表情回答顾客的询问.这是指营业员一边观察顾客的反应,一边回答顾客的询问,从而了解顾客对商品的态度,以便确定自己的回答方式.如顾客向营业员征询说:‘我穿哪种花色好?’营业员手指一种对顾客说:‘我觉得这种花色非常好看,您认为呢?’若顾客说:‘不错,的确很好看’,营业员就可以继续介绍.假如营业员把朴素的花样拿给顾客看,顾客看后便皱起眉头,一言不发,营业员就应该明白顾客对此不满意,应再拿一种鲜艳的花色给顾客看,否则必定影响顾客的购买情绪.

语言说：‘大爷，请拿好，路上慢慢走！’这种送别语从词语的选择、语调的运用上就非常符合老年顾客的心理要求。当粗心的顾客选购完商品临走时，营业员应该说：‘小姐，请把钱装好，把东西拿好，再见！’这样顾客会觉得营业员的提醒太及时了，从而产生感激之情！语言艺术技很多，导购应该针对不同情况加以运用，不仅是礼貌待客的表现，更重要的是给顾客送去了交易后的愉快，为以后的服务奠定了基础，从而为公司的品牌树立良好的社会形象。

## 家具销售技巧培训心得体会总结篇八

今天又去参加公司组织的营销培训和个人强化训练。参加这种培训以经不是第一次了，以前在哈药上班时也经常参加。每次参加后的感觉就是整个人又补充了一次新鲜的血液..每次参加这种培训主要是培训个人的心态与专业知识的提升，起到调整工作中的积极性与个人能力(说白了就是增加销售的业绩)。这种培训的确能让你从中学到不少你平时所没有体会和你所了解到而没运用的专业东西派上用场，通过互动和交流再到实践从而提高销售过程中更好的应对客户提出的问题，达到成交的目地提高销售的业绩。所以这种营销强化训练对个人能力的提升有很大的帮助，如果有机会参加这种培训的同仁请不要放弃机会，好好学习一下。

其实我觉得之所以很多公司及企业花重金请一些知名的培训师来培训公司的管理层和公司员工，一大部分是为了提高公司的业务与产值，从而达到最大化的收益。(这里我想讲的是不管公司出于什么目地来培训大家，都只有一个结果是想让公司发展，让为公司效力的人拥有超过其它同行的能力，也是我们大家学习的一个机会)同时也是提高管理层与员工的个人对人生观和价值关的看法，不断增加工作中积极性与能力，提升个人素质与企业文化品牌形象的概念等等做销售的几年来，我对此深有体会，而且还在不断探索学习过程中，我想成功只是时间的问题。

其实这个很重要，因为一个公司的命脉是什么？是人才与产品，为什么这么讲呢？如果一个公司能力再大，有再好的产品，如果他没有一个好的，受过专业训练和具有很好个人休养与充满激情积极向上的管理人员，工作人员，销售人员去管理，开发，创新去推广产品的话，那么他们公司只有两个结果，一是破产，二是让其他公司吞并(个人的一小点心德观点，不代表众人看法)。人才是怎么来的，是通过后天学习和培训与实践创新得来的。没有人是天生人才的都是通过后天学习而得来的。对吗？答案是yes!因为只有过硬的人才，才能创造出过硬的产品，才能不断创新创造适应变化莫测的市场，比尔盖茨好像是讲过。这也正是为什么那么多的大公司与集团愿意花钱来培训职工的原因。

我觉得不管从事什么行业的销售只有一个目的：“那就是业绩!就是走出去，说出来，把钞票拿回来。因为在这个现实的社会和激烈的市场中，没有人去管你的过程只有人去管你成果(结果)”。

为什么这样说呢：因为业绩代表什么，代表能力，代表公司的产值增长，代表你今天成功了，代表你能把公司推广出去，能为公司打出品牌等等(个人看法哦)

就举个例说吧：如果今天老板让你把产品买出去，而你也很认真的，去做，去找客户，拜访客户走了很多路，还受了很多气，而且受到不少的挫折，但结果是你一个单也没成交，当你向老板交代的时候，你跟他讲你今天是怎么怎么去努力的，用心的。我想老板绝对不会听的，而且还会感到很烦，你很没能，没用，为什么呀？因为老板要的是结果而不是你买不产品后所讲的理由与借口，因为商场如战场没有成交就意味着失败(个人看法不代表所有人观点)俗话说：“成者英雄败者寇，失败就没有理由与借口，只有什么？只有反思，思考那里做的不对，那个知识点没有用好，为什么失败，然后再去努力改进，去学习，在以后的工作中再有这样的问题要怎么样去处理，怎么样的应对。对吗？我想答案是yes!ok(个人

观点，不代表众人看法)实习销售技巧培训心得范文篇顾问式销售技巧培训是目前广泛受到销售人员认可的一种销售方式，是指销售人员以专业销售技巧进行产品介绍的同时，运用分析能力、综合能力、实践能力、创造能力、说服能力完成客户的要求，并预见客户的未来需求，提出积极建议的销售方法。

通过学习，让我认识到：做想做一名好的销售人员，特别是金融行业的销售人员，必须要树立以客户为中心，帮助客户解决问题的顾问式销售理念，将销售的重点，放在解决客户问题的方案上，而不是放在产品上。其二在探讨拜访客户前，要做好充分的分析和准备。在面对客户时，各个环节的注意要点，需要注意的各个细节。其三、必须要以客户为中心，展示给客户带来的好处。挖掘客户的难题，体现我们方案的价值。其四、提升服务品质，让客户感受到后续服务带来的价值，进而锁定客户，让客户持续购买。其五，面对不同的客户群体，我们有必要通过人格类型分析，针对不同的客户类型制定销售对策等等。在学习中，让我体会最深的有以下几点：

### 1. “用头脑做销售、用真心做服务”

用头脑做销售技巧培训，是让我们在销售技巧之时，要动脑经，想办法，做市场调查，开发设计创新型的产品，建设行之有效的销售渠道，做好独特的宣传攻势，网络对口的目标群体，高效的将我们的产品推销出去；而用心做服务，即是让我们在做销售的同时不仅仅是要我们把产品买出去，更多是要在售前、售中、售后阶段做好客户的服务和维护工作，让客户充分体会到我们销售的专业性、职业性，真让客户享受到满足感、安全感和舒适感。而我们作为金融行业金融产品的销售人员，就更应遵循“用头脑做销售，用真心做服务”的理念，踏踏实实的做好金融产品销售服务工作。

### 2. “信服力、可信度”

信念的力量是无穷的，有什么样的信念就有什么样的结果导向。

通过学习，我充分的认识到，商品的价格的高低取决与商品本身的价值与其销售过程中所提供服务的品质，因此，我们在金融产品的销售技巧培训过程中，销售的是什么？是金融产品本身，或是银行服务本身，或是金融产品加银行服务？显而易见，我们销售必然是我们的金融产品与金融服务本身，而客户购买的不仅仅是金融产品，银行服务，更是购买是一种感觉。因为大多数人是理性思维，感性购买，现在的人越来越重视他所购买的产品所能给他的一种感官和心理上的感觉。在竞争异常激烈、金融产品同质性异常突出的金融市场里，怎么让客户认同接受自己的产品呢？这就需要去迎合客户的感受，感觉是一种看不到摸不着的载体，但在销售技巧培训的过程中，一定要营造好的感觉，包括客户所了解关注到的企业、产品、人和环境都要去注重和加强。

#### 4、“逃避痛苦”大于“追求快乐”

通过学习，我认识到客户的行为的动机即是：追求快乐，逃避痛苦。客户在买卖过程中卖的是什么？客户永远不会买产品，买的是产品所能带给他的好处，所能让他逃避的痛苦。客户不会只关心产品本身，客户关心的是产品的利益、好处、价值。他购买你的产品可以拥有什么样的利益与快乐，避免什么样的麻烦与痛苦。一流的销售顾问卖的是结果好处，二流的销售顾问卖的是成份，三流的销售顾问卖的是价格。这也让我充分学习到，在日后的金融产品销售中，要针对客户的痛处对症下药，阐述其所拥有的价值与利益，能让客户消除的苦痛与带来的诸多利益，通过“痛苦、快率”规律，有效的销售我行金融产品。

#### 5.“f.a.b法则”

通过学习，让认识到fab法则是指推销员运用产品的特

征f(feature)和优势a(advantage)作为支持，把产品的利益b(benefit)和潜在顾客的需求联系起来，详细介绍所销售的产品如何满足潜在顾客的需求。特征f是产品的固有属性，它描述的是产品的事实或特点；优势a是解释了特征的作用，表明产品如何使用或帮助潜在顾客；而利益b则说明产品能给潜在顾客带来的好处是什么，表明产品如何满足客户表达出的明确需求。

通过学习我也充分了解到，在日后我销售技巧培训中，我们必须灵活运用fab法则，将我产品的利益与顾客的需求相匹配，强调潜在顾客将如何从购买中受益，才能激发顾客的购买欲望，让其做出购买的决定。

## 家具销售技巧培训心得体会总结篇九

如果我没有别人经验多，那么我和别人比诚信；如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。这些一直是我的工作态度。我相信只有这样才能把工作完成的更好。现存的缺点对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。在销售工作中也有急于成交的表现，不但影响了自己销售业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习、请教老销售员业务知识，尽快提高自己的销售技能。16年工作计划公司在发展过程中，我认为要成为一名合格的销售员，首先要调整自己的理念，和公司统一思想、统一目标，明确公司的发展方向，才能充分溶入到公司的发展当中，才能更加有条不紊的开展工作。

以下是我xx年的工作计划：

(1) 继续学习汽车的基础知识，并准确掌握市场动态各种同类竞争品牌的动态和新款车型。实时掌握嘉兴汽车业的发展方向。

(3) 努力完成现定任务量。在公司规定的任务上，要给自己压力，要给自己设定任务。不仅仅，要努力完成公司的'任务，同时也完成自己给自己设定的任务。我相信有压力才有动力。

(4) 对于日常的本职工作认真去完成，切不可偷懒，投机取巧。

(5) 在业余时间多学习一些成功的销售经验，最后为自己所用。

(7) 意识上：无论在销售还是汽车产品知识的学习上，摒弃自私、强势、懒惰的性情，用积极向上的心态，学习他人的长处，学会谦虚，学会与上司、朋友、同事更加融洽的相处。

每日工作：

1、卫生工作，办公室，展厅值班都要认真完成。

2、每日至少回访和跟踪2到3个潜在客户，并及时跟新客户需求。

3、每日做好前台值班工作，登记每位来访客户的信息，并上报潜客系统。

4、每日自己给自己做个工作总结，回想一下每天的工作是否有没做好的。是否需要改正。

5、了解实时汽车行业信息，同类竞争品牌动态。知己知彼，方能百战百胜。每周工作1查看潜客系统，看是否有需要跟进的客户。整理每位客户的信息。并做需求备案。2查看自己的任务完成了多少，还少多少量。下周给自己多少任务。

月工作任务：

1、总结当月的客户成交量，客户战败原因。

- 2、总结当月自己的过失和做的比较好的地方。
- 3、制定下个月自己给自己的任务，和工作计划。

## 家具销售技巧培训心得体会总结篇十

### 1、说话要真诚。

只有真诚的人才能赢得信任。首先，我们应该从该公司的客户群、所属行业、企业规模等因素出发，尽可能多的了解上游资源，从大形势下去与客户沟通，让客户感受到我们是专业的。其次，我们在与公司经理聊天的时候，去了解此人的脾气、爱好。如果此人比较忙，在你把此客户定义为准客户之后，也可以旁敲侧击，使一些甜言蜜语，从其助理或同事中去了解。我想当你了解了这些之后，对你的销售一定会大有帮助。据说，美国总统华盛顿在约见客人之前，第一天晚上都是必须要看此人的兴趣爱好好的，我们何乐而不为之呢！

### 2、给客户一个购买的理由。

时时把握客户的需求与承受能力，体察客户的心态，才是最终成交的关键。很多时候，我们做了很多事情，也浪费了很多时间，可最终临门一脚就打歪了。一个小公司明明只招一两个人，我们却从始至终都是在跟他谈一年的，这样最终成交起来难免加大了难度，也给客户带来了不好的影响。我们有时太急功近利了，客户答应了或者默许的事，没有兑现时，我们往往会带有一点情绪，这样与客户交流起来就会有障碍。要知道我们所做的工作，实为销售，其实有更多的成分在服务。

### 3、如何巧妙地影响别人

促使人们按照你的意愿去做事情的第一步，是找出促使他们这样做的原因（即他们想要什么）。和别人说他们想听的东

西，他们就会感动。你只需简单地向他们说明，只要做了你要求他们做的事情之后，他们便可以获得他们想要的东西。“了解人们所想”的方法是：多询问，多观察，多聆听，再加上自己的不懈努力。

#### 4、如何巧妙地说服别人

当你说一些有利于自己的事情时，人们通常会怀疑你和你所说的话，这是人的本能的一种表现。更好的方式就是：不要直接阐述，而是引用他人的话，让别人来替你说话，即使那些人并不在现场。因此，要通过第三者的嘴去讲话。

#### 5、如何巧妙地使别人做决定

1、告诉人们为何要同意你。告诉人们，按照你所说的去做他们便会受益，而不是你自己受益。

2、问只能用“对”来回答的’问题。但是，应注意，要恰当地问这些“对”的问题。也就是说，当你问此类问题时，应点头示意，并以“您”来开始你的问题。

3、让人们在两个“好”中选择其一。这个技巧是让他们在你的两个“可以”中选择一个。

4、期待人们对你说“好”，并让他们知道，你期待他们做出肯定的回答。

#### 6、让客户知道不只是他一个人购买了这款产品

人都是有从众心理的，业务人员在推荐产品时适时地告诉客户一些与他情况相类似或相同的企业或公司都购买了这款产品，尤其是他的竞争对手购买的就是这款。这样不仅从心理上给他给震撼，而且还增强了购买的欲望。根据经验，这个公司在购买同一类型的产品时，肯定会买比竞争对手更高级

的，也以此来打击对方的士气。

7、热情的销售员最容易成功。

8、不要在客户面前表现得自以为是。

我们接触到的，就是个前台文员，或人事专员，有时会问些非常幼稚的问题，这个时候请我们一定不要自以为是，以为自己什么都懂，把客户当成笨蛋。很多客户都不喜欢那种得意洋洋，深感自己很聪明的业务员。要是客户真的错了，机灵点儿，让他知道其他人也经常犯同样的错误，他只不过是犯了大多数人都容易犯的错误而已。很多人在家贴着做人两规则：一、老婆永远是对的；二、即使老婆错了，也按第一条执行。在外面，在公司，只要你把词稍做修改，变成客户永远是对的，即使客户错了，那也是我们的错。我相信你不仅是一名“新好男人”，同时也是一名工作出色的销售员。

9、注意倾听客户的话，了解客户的所思所想。

有的客户对他希望购买的产品有明确的要求，注意倾听客户的要求，切合客户的需求将会使销售更加顺利。反之，一味地想推销自己的产品，无理地打断客户的话，在客户耳边喋喋不休，十有八九会失败。

10、你能够给客户什么样的服务，请说给客户听，做给客户看。

客户不但希望得到你的售前服务，更希望在购买了你的产品之后，能够得到良好的服务，持续不断的电话，节日的问候等等，都会给客户良好的感觉。如果答应客户的事千万不要找借口拖延或不办，比如礼品、\*\*是否及时送出。

11、不要在客户面前诋毁别人。

纵然竞争对手有这样或者那样的不好，也千万不要在客户面前诋毁别人以抬高自己，这种做法非常愚蠢，往往会使客户产生逆反心理。同时不要说自己公司的坏话，在客户面前抱怨公司的种种不是，客户不会放心把人才招聘放在一家连自己的员工都不认同的公司里。

## 12、正确地了解人和人的本性。

了解人和人性可简单概括为——“按照人们的本质去认同他们”，“设身处地认同人们”，而不要用自己的眼光去看待别人，更不要把自己的意志强加于别人。人首先是对自己感兴趣，而不是对你感兴趣！换句话说——一个人关注自己胜过关注你一万倍。认识到“人们首先关心的是自己而不是你”这一点，是生活的关键所在。

## 家具销售技巧培训心得体会总结篇十一

经常有网友问：怎么卖手机，谁有没有什么销售技巧的，还有就是选择什么地方卖效果会好点？开店要注意些什么？手机营销员要做好哪几点，怎么培训手机营销员。

下面是手机销售技巧培训心得分享

1. 看什么人用手机，就推销什么功能的手机，比如老人，那就给推荐几款功能少，按键大，屏幕字大的手机。手机要皮实等。
2. 要问客户需要什么功能的。
3. 什么价位的。
4. 先介绍一款机型，不要把你们品牌的所有机型都介绍了，这样会让客户感到头晕，不知哪个好了。一款一款的介绍，客户不喜欢这款再说下一款。

5. 多为客户着想，把手机的功能说的人性化，又不是大白话，让用户能听懂，语速要中等，不要太快，这样说明不了你的口才好，而是听着闹心。

6. 客户购买后一定要在客户走之前把使用机子的注意事项再说明一下，1是让客户感觉你的服务好，有可能会再带客户来。2是说明注意事项后，客户不会再说你在介绍手机时没有说明，再与你找后帐，不要给自己找事。

其它的只有你真正的干上这份工作才能体会到的，这是个随机应变的工作，不能用一个模式去套。

现在手机已经普遍到每一个人的手中，同时手机生产厂家也在不断地推陈出新，对于想把一台漂亮的手机销售到购买者的手中，要有哪些市场营销技巧呢？以下为您提供手机销售技巧详细资料，可供参考。

“我是一名销售手机的新手，卖场里人来人往，都只是看不买，如何销售手机呢？”

“我是今年才从事这个工作的，在销售过程中跟顾客介绍完手机特点功能后顾客还是没有购买的意愿，还有就是价格方面都让我有点不知所措”

在做手机销售的时候，难免会遇到这样那样的问题，对一些刚刚加入手机销售行业的朋友来说，会觉得无所适从，在这里为大家准备了一些如何销售手机的技巧，希望可以帮到大家。

## 如何销售手机之前奏

想要把手机成功的销售出去，不做些准备就上战场是不行的，事先的信息战也是非常有必要的。

1、目标消费群的定位。必须清楚我们计划把产品卖给哪一个人群，他们有什么样的消费特征，他们购买我们产品的理由是什么。只有确定了目标消费群，销售宣传才有针对性，才能有的放矢，避免盲目性和浪费。

2、产品。竞争对手的卖点是什么？他们怎么宣传的？手机的独特卖点是什么？只找出一点进行强有力的诉求，越多的卖点诉求越没有效果。

## 如何销售手机之战场

对于手机的销售，说简单点也就是对消费者心理的把握及智斗。

### 1、欲擒故纵谋略

欲擒故纵，“擒”是目的，“纵”是手段。怎样运用这“纵”的手段呢？诀窍是：当你和顾客交谈时，可以表现出一种漫不经心的态度，就是说对能否向他推销出商品表现得毫不在意。这种态度很能引起顾客的兴趣。为什么会这样呢？道理并不复杂。如果推销员在推销时并不认真推销，顾客就会认为行销员推销的商品市场前景看好，“皇帝的女儿不愁嫁，或者认为推销员怠慢自己。前一心理，会调动起他的购买欲；后一心理，会增强他的表现欲，他会想方设法让他人看到推销员是怎样失职，也就是说想表现自己作为一名重要人物是怎样被漫不经心的推销员怠慢的。但不管什么心理，给推销员带来的都是成功的机会。

这种谋略尤其适用于那些刚愎自用、自以为是的顾客，所以，推销员要注意学会使用这一谋略。

### 2、激发情感谋略

激发情感谋略，也可称“激将谋略”。它的内涵是：用富有刺

激性的语言来激发对方的某种情感，让对方的情绪发生冲动，失去理智，在冲动的情绪的驱使下去做某种我们期望他去做的事。

比如，在美国某商店，一对夫妇对一只钻戒很感兴趣，但嫌价格太贵，便犹豫不决。售货员见此情形，便对他们说：“有位总统夫人也是对这只戒指爱不释手，只因为贵没买”。这对夫妇听了这话，马上掏出钱来，买下了这只昂贵的钻戒，而且还得意非常。

俗话说：“劝将不如激将。”如果那位售货员从正面开导劝说，那对夫妇未必能下决心买下那枚钻戒。而反面的激将法，倒促使他们下了决心。因为人都有自尊心，荣誉感，这对夫妇也不例外。当他们听说某总统夫人也喜欢这枚钻戒，但因为太贵没买时，强烈的自尊、争强心被激发了出来。于是，售货员便达到了目的。

激将法虽然是行销谈判中常用的语言谋略，但它也是有局限性，值得推销员们注意：

(1) 使用激将法要看准对象。

激将法并不适用于任何人。一般说来，它多适用于哪些谈判经验不太丰富，且容易感情用事的人身上。至于那些办事稳重、富于理智的经验老成者，激将法就很难在他们的身上发挥作用。而对于那些故事谨小慎微、自卑感强、性格内向的人，也不适宜用激将法。因为富有刺激性的语言会被他们误认为是对他们的挖苦、嘲笑，并极可能导致怨恨心理。所以，使用激将法要看准对象。

(2) 使用激将法言辞要有讲究。

并不是有什么语言都可以激发起对方的情感的。锋芒太露、太刻薄，容易形成对抗心理；而语言无力，不痛不痒，则又难

能让对方的情感产生波动。因此，在使用激将法时，一定要注意言辞的“度”。既防止“过”，又避免不及。

### (3) 使用激将法要顾及态度因素

必须指出的是，“激将”一般用的是言辞，而不是“态度”，切不可为了激将而甩脸子、拍桌子，这不仅有损谈判者的风度，还可能让对方产生厌恶的心理。据有关方面记载，赫鲁晓夫在谈判时常用摔鞋子的手段来刺激对手，结果，不仅没达到目的，还成为谈判界的笑话。

## 3、事例启迪谋略

所谓事例启迪谋略就是在说服对方时，不正面直说，而是列举一些类似的事件，让对方借鉴，从中受到启迪，领悟道理，使之接受你的意见。

## 4、借“砖”敲门谋略

在形形色色的行业中，行销行业属于最艰难的行业之一。许多推销员要推销他的商品，但却苦于不得其门而入或得其门而难入。尽管他满脸笑意，恭恭敬敬，但得到的往往是冰冷的面孔，不屑一顾的神态。

## 5、借名钓利谋略

所谓借名钓利谋略，就是借助名人、名牌、名胜等效应，来提升自己商品的知名度，达到行销的目的。心理学表明，“名”对人们有着很大的诱惑力，而且由于人们对权威具有崇拜心理，更使得“名”的说服力大大增强。

## 6、幽默谈谐谋略

幽默无处不显其能。在行销界，它还是一种谋略。

## 7、装愚示傻谋略

在一般人眼里，优秀的推销员都是那些口若悬河、反应灵敏、精明干练的强者，其实并不尽然。有时，那些看起来“傻笨愚呆”、“口舌笨拙”、“一问三不知”的推销员，却屡屡在谈判桌上获胜。原来，他们采用了“装愚示傻”谋略，即故意摆出一“?quot;什么都不明白”的愚者姿态，让强硬的对手“英雄无用武之地”。

### 如何销售手机之案例解析

案例：客人问手机可不可以便宜？

1、营业员首先要用肯定的态度回答客人这是实价，打消客人削价的念头。

如回答时：“不好意思，这个价钱是公司规定的，是全国统一的定价，您先请坐下，慢慢看一下，好吗？”

2、客人仍抱着有得便宜的希望，犹豫不决。

a□主动向客人解释我们服务的承诺，我们的优势。

如：拿宣传单向客人解释，用肯定的语气告诉客人，我们销售的手机绝对100%的原装行货，告诉客人“这里买的手机7天包退换，30天内包换，一年内全国联网免费保修，终生保养，让客人觉得售后有保障。

b□如果客人选中了某一手机，我们可以插上卡，教客人调功能，并说明此机的主要特色，以及让客人试打，这种做法，让客人感到不买都不好意思。

手机销售技巧培训心得分享案例一：客人问手机可不可以便宜？

营业员首先要用肯定的态度回答客人这是实价，打消客人削价的念头。

如回答时：“不好意思，这个价钱是公司规定的，是全国统一的定价，您先请坐下，慢慢看一下，好吗？”

客人仍抱着有得便宜的希望，犹豫不决。

a□ 主动向客人解释我们服b□ 务的承诺□c□ 我们的优势。

如：拿宣传单向客人解释，用肯定的语气告诉客人，我们销售的手机绝对100%的原装行货，告诉客人“这里买的手机7天包退换，30天内包换，一年内全国联网免费保修，终生保养，让客人觉得售后有保障。

d□ 如果客人选中了某一手机□e□ 我们可以插上卡□f□ 教客人调功能□g□ 并说明此机的主要特色□h□ 以及让客人试打□i□ 这种做法□j□ 让客人感到不k□买都不l□ 好意思。

案例二：遇上客人买手机还价十分离谱(说我们的货贵)

m□ 我们明知客人在说谎□n□ 但切o□ 不p□ 可故意揭穿他□ q□ 可以引用一些其它牌子相同r□ 价格的手机□s□ 并解说某一手机外形、功能、质量与其它手机的区别。

t□ 要耐心且温和地向客人解释：我们的手机是包括外壳、主机、电池、耳机等均由某公司直接生产□u□ 且是有质量问题实行国家规定的“三包”政策□v□ 也可运用案例一2的a□b点。

案例三：顾客为几个人一齐时

应付一个客人要坚持“一对一”的服务。

两个店员要有主次之分，不可随便插口。

其他人员只能充当助手，协助销售。例如：帮找配件，递交包装盒等。

案例四：客人太多时

不可只顾自己跟前的客人。

同时和其他围观的客人打招呼，如：

a□ 点头微笑说“欢迎光临□b□ 有什么可以帮到您。”

c□ “请随便睇睇□d□ 有也帮到你”

e□ 如短时间可以搞定的买卖□f□ 先搞定。

g□ 或通知其他店员先招呼。

手机销售技巧培训心得分享案例五：手机颜色缺货或其他产品缺货

建议客人用其他颜色的机或其他型号的机。

如客人坚持要求缺货的机，我们可以给同型号的但不同颜色的机代用。前提是：

a□ 从仓库或其它档口确认有客人需要的颜色□b□ 最迟第二天能有货。

c□ 讲清楚代用的机不d□ 能弄花□e□ 要有盒和全套配置，而f□ 且不g□ 可超过第二天□h□ 并在单上注明换机日期和颜色□i□ 避免日后误解。

j□ 留下客人的联系电话□k□ 机一到就通知他。

10 叫客人留下订金 11 尽快帮他解决所需的机。

#### 案例六：销售时遇到客人投诉

1、 客人投诉，2、 都是心中有气，3、 我们要态度温和，4、 礼貌地请客人到休闲椅去坐，5、 奉上茶水，6、 平息他的怒气。

7、 要细心聆听客人的投诉，8、 了解问题后，9、 尽快给客人解决。

10、 对于解决不了的问题，11、 要及时通知零售店相关人员。

#### 案例七：客人购买手机后(包换期内)，回来认为有质量问题

先了解情况，后试机，作出判断，是否是顾客心理作用(比如手机听筒声音小)，尽量说服客人不要换机。

如有质量非人为问题，按公司有关规定去做，让客人满意离开。