

销售部工作流程怎么写

销售部工作流程怎么写（精选6篇）

在一个公司中销售部负责总体的营销活动，决定公司的营销策略和措施，并对营销工作进行评估和监控，包括公共关系、销售、客户服务等。如公司有新的产品，销售部就要把新产品推销、宣传到一些消费者手里。以下是店铺精心整理的销售部工作流程怎么写作文，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

销售部工作流程怎么写 篇1

因为有需要才有购买的动机。而要达成这样的交易，必须熟悉成功销售工作流程的十步法，并将每一步骤中的技巧运用到推销公司产品及服务；从而通过学习面对面的沟通技巧以学习如何处理客户异议并帮助客户达成双赢的购买决定。

随着现代社会的发展，市场的竞争日益激烈。在现代企业中，不只企业产品需要推销，包括现代企业的每个人，如何将自己以良好的形象展示给社会，如何得到社会、企业、群体的认可越来越重要。如何在商业活动中取得良好业绩，得到客户和消费者的认可，这是人们普遍关注的问题。销售工作流程如何成功做到几点，首先就是要把自己推销给大家，得到大家的认同，得到大家的帮助，才能整合社会资源，利用社会资源来达到事半功倍的目的。在我们的实际工作中，客户就是我们的社会资源，如何利用好这个资源，把自己的产品推销出去。在工作中我针对销售工作流程总结了以下几个步骤，望能与大家共享，并能得到各位的批评和指正。

一、市场调查

只有真实详细的市场调查才能在与客户面对面的时候做到“手里有粮，心里不慌”谈任何市场话题时自己才能够做到把握局面，使对方对你产生足够的重视。市场调查包括很多种，很多方面，一般我们需要根据自己的销售目标来制定我们的市场调查内容。但总体来说，你对市场信息掌握的越多越真实，对你的谈判就会月有利。

二、准备

准备工作包括两方面：

1、就与对方见面沟通的目的进行各方面的心理准备，预测会有哪些人参加，对方基本会谈什么话题，自己要达到什么目标，达到这个目标要采用什么样的战术及运用什么样的话术，自己这方面如何应对以上事件的发生，发生未预料事件时怎样应对等。

2、资料道具的准备，主要包括：得体的衣着打扮，需要向对方展示的相关资料，自己的名片，相关问题解答需要用到的数据或资料等，当然也包括一些细节方面的准备工作，我以前有位同事，他在与客户谈判之前都会想方设法了解一下对方的爱好，在谈正式话题之前拿出一份精心准备的小礼物，以达到融洽氛围的目的。

三、使自己的情绪达到颠峰状态

谁都知道，情绪是会传染的。当你跟客户面对面沟通时，你的情绪将会直接影响到你的成功率，试想如果在他面前你以充满自信的姿态，以充满喜悦的笑容与对方面对，那你自己在谈判的时候一定也会发挥出更好的水平，而对方受你的感染情绪提起来的话，也会对你们的合作产生有利影响，谁不想跟一个天天充满自信，每天都能给自己带来快乐的人共处呢。如果相反，在销售工作中你跟客户交谈时一脸阴云，或是明显的故作笑容，甚至是牢骚抱怨漫天飞，那自然客户也不会给你好脸色看的，还会有合作的可能吗？

四、找到对方需求

这是我们在与客户谈判过程中很重要的一点。如果连对方的需求你都没发现，而盲目地去向对方推荐你的产品，那你所做的工作就是纯粹的毫无意义。而在实际工作中对方的需求表现很少直接表露给你，只是在某些细节上才能捕捉到，这就需要我们多加强自己的业务技能的提高，来提升自己发现对方需求的能力。

五、塑造产品价值

有个故事我想大家都知道，是说，有一位师傅教徒弟，给他一块很奇怪的石头，告诉他，你到菜市场去问问价格，如果有人问，你就让对方出价，但不要卖给他，看能出到多少钱，徒弟在菜市场卖了一天，晚上回来了，告诉师傅：我在菜市场蹲了一天，到下午了才好不

容易有人来问问，要买回家垫桌台用，结果出价 5 块钱，我不卖就走了。到回来也再没人问过。师傅第二天安排他到矿厂去，结果有人肯出 80 元，第三天，师傅安排他到珠宝市场去试一试，中午还不到他就跑回来告诉师傅：“不得了了，我到了珠宝市场开始没人问，结果有了第一个人问了以后我不肯卖给他，结果周围的人都围上来了，最后出价出到了 80 万，我一看赶紧跑回来问问您。”从这个故事我们就可以看出对产品价值塑造的重要性。大家都知道：奔驰卖的是乘坐舒适的享受；宝马卖的是驾驶自由的乐趣；海尔卖的是周到全面的服务；而我们所要卖的不只是你的产品，还要是把你的产品带来的其他价值完美的塑造出来，去准确的发现你的产品卖点才能把你的产品更好的销售出去。有位销售大师说到：“你的产品价值还没有塑造出来的时候，就把你的价格报给对方，那无异于是自找死路”。与客户谈判的时候，任何客户都会认为你报的价格太高，这是做生意的规矩，所以怎样塑造好你的产品价值，是你能否成功的关键一步。

六、解决对方的抗拒点

任何人在做出一个决定之前，在内心里肯定是有正、反两方在互相抗衡的，当购买欲望占距优势的时候就会产生购买行动。而我们做为销售人员所做的就是要引导对方产生足够大的合作欲望，解除心里的抗拒点，在有的销售书籍甚至把这个工作放到最主要的位置上来讲，提出了：“营销无非两件事：洗脑和攻心”，可见怎样解决对方内心的抗拒确实是至关重要的工作。就像找到对方需求一样，找到对方抗拒点也是很关键、很微妙的一件工作。这同样也是实际操作中对销售人员技能和经验的一个考验。真正达到比较高的觉察力靠的同样是更多地去参与，通过更多的实践和总结来提升自己。

七、自然而然地成交

相信以上工作都做好以后，成交当然是水到渠成的事情了。所以这里叫做自然而然地成交，当然如果你上面的工作都做完以后还没有达到成交的话，就需要回头反思一下自己前面的工作一定还有没有做到位的工作。这里只说一句话就是：在合同拿到手之后不要多说废话，自然的起身离开。因为每个人在做出决定后都会有一种很正常的心理

反弹，会感觉自己因为失去了某些东西而产生反悔心理，这个时候如果多说废话只会让对方对你的动机产生怀疑，而你所要做的就是做好接下来的工作，来弥补对方心理上的这种感觉。

八、保证合同执行，确保资产安全

销售工作的目的归根结底是为了为公司带来利润，为自己增加收入。而达到这一切的前提是你要把现金拿回来，把产品卖出去。做为哪个公司也不会因为你把产品卖出去了，货款没回来就当销售工作的结束，因为那样带给公司的是负债，而不是利润。在以上工作做完以后，怎样执行就是很关键的事情了，做好合同执行，我认为有两个根本原则那就是：大事讲原则，小事讲风格。也就是说在公司规定方面牵涉到财务规定方面一定要执行原则，严格按照规定办事。在遇到这种事情的时候，一定要把握原则，咬紧牙关，做到：好话说尽不松口，原则面前不动摇，不然事后后悔的只有自己。而在小事情上，则要学会灵活处理，给足对方面子。

九、售后服务

售后服务是目前很多企业在销售工作流程关注的话题，海尔的服务已经给很多企业做出了榜样。大家都知道“海尔卖的是服务”这个说法，而在实际工作中，我们怎样为客户做好售后服务工作也是我们在市场上建立良好品牌形象的关键。我们的售后服务主要包括：产品使用注意事项，出现突发事件的处理，消费者投诉的处理等等。

十、要求对方转介绍

实际上，有很多销售人员在做到上一步的时候就认为完成了销售工作，而忽略了合理利用自己手里的资源。整合社会资源，要求我们先从身边的资源做起，而做为已经成交的客户当然是身边最重要的最好利用的资源。而我们的客户肯定有很多与他们工作相同的朋友，那也正是我们所要寻找的目标客户。所以做好身边资源的利用，要求对方转介绍客户当然是一个最有效的方法。

以上只是我在实践销售工作流程中总结的一点经验，希望能起到抛砖引玉的作用，来使我们的广大销售从业者能够得到启发，在实践中总结提炼出更多更有效的销售技巧和经验。

销售部工作流程怎么写 篇2

一、拜访新客户与回访老客户流程

1、 销售员按照销售考核指标自行设计和计划个人月周的客户拜访计划

2、 销售员在每周工作例会上向销售经理汇报下周的客户拜访重点计划情况，并接受销售经理指导，并最终确定下周客户拜访与回访的重点。如有销售员出差不能参加会议的情况，可召开电话会议。

3、 销售员在拜访与回访结束后，应将相关信息如实记录，并填写业务员《拜访记录表》，交予销售内勤。

4、 销售员在每周五上午的工作例会上将拜访与回访的信息向销售经理汇报。

5、 销售经理对销售员的工作予以指导和安排。

二、产品报价流程

1、 为充分保证代理商和经销商利益，销售内勤接到电话询价时，应先核实对方身份、所处地域、购买量等信息。如该区域已存在我公司经销商，可告知对方经销商电话或将价格上浮 10% 以上。

2、 销售员不得以任何理由降低销售价格，如有特殊情况必须上报销售经理，由销售经理向总经理请示后确定。

3、 当客户有“特殊要求”时，销售员要根据具体情况适当提高销售价格，满足客户需要。

三、产品投标流程

1、 销售员在得到用户招标信息后，第一时间向销售经理汇报，销售经理根据具体情况决定是否投标

2、 如已确定投标，销售员要充分准备所需材料素材，撰写投标书。

3、 销售经理对投标书进行审核后装订成册，上交总经理签字，盖章。

4、 投标书发送后，销售员要及时跟踪投标结果。

5、 当招标方要求现场竞标时，参标人员由总经理确定。

四、商务谈判与签订合同流程

1、 客户通过电话、传真、电邮等形式通知订货后，销售内勤首先要根据客户的订单与客户取得联系签订供货合同。

2、 当客户要求必须经过商务谈判方式签订销售合同的情况，销售员要第一时间向销售经理汇报。

3、 销售经理与客户确定谈判主题、时间、地点。

4、 销售经理确定参加谈判人员及各自分工，必要时可请技术人员参加，确保谈判成功。

5、 谈判双方达成共识，所有问题均告解决后方可签订销售合同。

五、 开票、发货流程

1、 销售内勤按照销售合同的交货品种、数量、交货日期、库存量，录入系统。如果供货品种库存量不足时，与生产厂长联系生产，确定供货时间。

2、 销售内勤以电子版方式将销售订单传送给会计。

3、 会计核实单价、客户信用、打款情况后，录入系统，保存信息，再将信息反馈给销售内勤。

4、 销售内勤确定可以发货后，打印“发货通知单”并上交总经理签字。

5、 销售内勤将“发货通知单”交储运中心，储运中心调配车辆，库房备货。

6、 库管员在确定无误后在发货通知单上签字，并通知装卸人员装车。装车完毕后库管员要要求配送人员在发货通知单上签字方可。

7、 发货通知单共4联，库管员负责将绿联交给销售部，黄联交给财务部，粉联自己留存，白联交给配送人员作为出门凭证。

六、 交货流程

1、 货物发出后七天内销售员要主动电话询问客户是否到货

2、 货物发出后，销售内勤要第一时间传真给总部财务开票资料，为客户开据增值税发票，并确认寄出时间。

3、 销售内勤计算增值税发票寄出时间，要电话询问增值税发票是否收到，做好售后服务工作。

4、 除客户自提外，运费均采用“到付”的方式，但销售内勤要

明确告知对方运费价格。如有客户对结算方式或运费价格有异议，销售内勤要上报销售经理。

七、回款流程

1、对超过合同还款日期尚未还款的客户，销售员负责催款。

2、对信用良好的老客户，确有资金周转问题的，但要确定具体还款日期，并出具书面协议，要求对方签字确认后，销售内勤存档。

3、对已经超过信用额度的不良客户，要求客户签订还款计划书，逐步清缴。

4、对于拒签还款计划书者，销售部拒绝再次发货，并上报集团法律部处理。

5、销售员带回或客户邮寄的承兑汇票由销售内勤交予财务部，财务部确认无误后入账(原则上不收受一年以上承兑)。

八、客户异议处理流程

1、当接到客户投诉时，销售员或内勤要如实记录客户投诉建议内容。

2、销售员或内勤可自行解决或请相关技术人员能够协调解决的，可以先行处理，然后告知销售经理。

3、当涉及到例如赔款、退货等重大投诉时，销售内勤要第一时间通知销售经理。

销售部工作流程怎么写 篇3

一、准备

1. 机会只属于那些准备好的人

2. 一个准备得越充分的人，幸运的事降临到他头上的机会就越多

3. 为成功而准备

(一)身体

锻炼身体是您工作中最重要的工作之一

(二)精神

1. 去拜访客户之前，复习我们产品的优点

2. 熟悉同行业竞争对手产品的缺点

3. 回忆最近拜访顾客的成功案例

4.联想一下与客户见面的兴奋状态

(三)专业

优秀的销售员是一个杂学家，上知天文、下知地理

要想成为赢家，必须先成为专家

对自己的产品了如指掌，对同行业竞争对手产品如数家珍

顶尖的销售人员象水：

1. 什么样的容器都能进入

2. 高温下变成蒸汽无处不在

3. 低温下化成冰坚硬无比

4. 在《老子》73章中讲到“水善得万物而不争”“唯不争，故无尤”“不争即大争”

5. 古人把女子比喻成水，水柔，以柔克刚，故男人征服天下，女人征服男人

6. 水无定性，但有原则(涉及到公司利益、品牌、资料)

(四)顾客

1.跟专业人士了解产品信息，购买熟人产品

2.顾客买产品是冲着老板的为人，做人成功

3.了解客户详细信息，对顾客了解越多，成效的机率越大

二、良好的心态

1.老板的心态(事业的心态)、持久的心态(长远的心态)、

2.积极的心态、感恩的心态、学习的心态

三、如何开发客户

(一)准客户的必备条件

1.对我们的产品有需求

2.有购买力

3.有购买决策权

(二)谁是我的客户？

(三)他们会在哪里出现？

(四)我的客户什么时候会买？

(五)为什么我的客户不买？

1. 客户不了解

2. 客户不相信

(六)谁跟我抢客户？

(七)不良客户的七种特质：

1. 凡事持否定态度，负面太多

2. 很难向他展示产品或服务的价值

3. 即使做成了那也是一桩小生意

4. 没有后续的销售机会

5. 没有产品见证或推荐的价值

6. 他生意做得很不好

7. 客户离你地点太远

(八)黄金客户的七个特质：

1. 对你的产品与服务有迫切需求(越紧急，对细节、价格要求越低)

2. 与计划之间有没有成本效益关系

3. 对你的产业、产品或服务持肯定态度

4. 有给你大订单的可能

5. 是影响力的核心

6. 财务稳健、付款迅速

7. 客户的办公室和他家离你不远

(九)开发客户的步骤：

1. 收集名单

2. 分类

3. 制定计划

4. 大量行动

四、如何建立信赖感

1. 形象看起来像此行业的专家

2. 要注意基本的商务礼仪

3. 问话建立信赖感

4. 聆听建立信赖感

5. 身边的物件建立信赖感

使用顾客见证

7.使用名人见证

8.使用媒体见证

9.权威见证

10.一大堆名单见证

11.熟人顾客的见证

12.环境和气氛

五、了解顾客需求

N.现在 E.满意 A.不满意 D.决策者 S.解决方案

F.家庭 O.事业 R.休闲 M.金钱

(套路——顾客对现在的很满意)

1.现在用什么?

2.很满意这个产品?——是

3.用了多久?——3年

4.以前用什么?——

5.你来公司多久了?

6.当时换产品你是否在场?

7.换用之前是否做过了解与研究?——肯定

8.换过之后是否为企业及个人产生很大的利益?——是

9.为什么同样的机会来临时不给自己一个机会呢?(最重要的问题,很有杀伤力)

六、介绍产品并塑造价值

1.金钱是价值的交换

2.配合对方的需求价值观

3.一开始介绍最重要最大的好处

4.尽量让对方参与

5.产品可以带给他什么利益及快乐减少什么麻烦及痛苦

6.做竞争对手比较

(1) 不贬低竞争对手

(2) 三大优势与三大弱点(以我们的优势和对手的弱点做比较,

)

(3) USP 独特卖点：只有我们有，而竞争对手不具备的卖点

七、解除顾客的反反对意见

(一)解除反对意见四种策略(选货才是买货人)

1.说比较容易还是问比较容易

2.讲道理比较容易还是讲故事比较容易(一个销售高手同时是一个讲故事高手)

3.西洋拳打法容易还是太极拳打法比较容易

4.反对他否定他比较容易，还是同意他配合他再说服他比较容易

(二)两大忌

1.直接指出对方错误——没面子

2.发生争吵——给顾客面子，我们要理子！

(三)六大抗拒

1.价格(追求利益的最大化，永恒的矛盾体，以最低的价格买到最好的产品、最佳的服务)

2.功能表现

3.售后服务

4.竞争对手

5.资源支援

6.保证、保障

(四)解除抗拒的套路

1.确定决策者；

2.耐心听完客户提出的抗拒；

3.确认抗拒；

4.辨别真假抗拒；

5.锁定抗拒，“某某先生，这是不是您不能做决定的唯一原因？”“除此之外还有什么？”

6.取得顾客承诺，“假如我们解决了这个问题，你可不可以立刻做决定？”

7.再次框式，“我知道您是一个说话算数的人”

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/316123202153010212>